

فهرست عناوین

پیشگفتار

مقدمه

افکار ، گفتار و رفتار انسان از کجا ناشی می شود

انسان شناسی اسلام و غرب

سعادت و کمال

مبانی ارزشی کار

چالشهای اخلاقی در حوزه کار

تقسیم بندی اخلاق

مفهوم حرفه

تاریخچه اخلاق حرفه ای و اهمیت و ضرورت مطالعه آن

تحلیل و بررسی دو واژه اخلاق و حرفه

اخلاق کار

دو رویکرد در تعریف اخلاق و حرفه

اخلاق سازمان

منشور اخلاقی حرفه ای

انواع مسئولیت های سازمان

تمایز و تفاوت های میان قانون و اخلاق

فرهنگ سازی اخلاق حرفه ای

مفهوم اخلاق حرفه ای

ویژگی های اخلاق حرفه ای

ویژگی های افراد دارای اخلاق حرفه ای

تنوع مسئولیت پذیری اخلاقی در زندگی فردی و اجتماعی

نظامهای اخلاقی عمده

مهمترین اصول راهبردی در کاربرد اخلاق حرفه ای اسلامی

عوامل پایه ای و اساسی در اخلاق حرفه ای از دیدگاه " زیونتس "

ضرورت ترویج اخلاق حرفه ای در سازمانها و موسسات

آموزش های لازم در خصوص ترویج اخلاق حرفه ای در سازمانها و موسسات

وظایف مدیران در اخلاقی کردن سازمانها

عوامل روان شناختی مرتبط با اخلاق در کسب و کار
از خود بیگانگی بعنوان یکی از عوامل روان شناختی مرتبط با اخلاق در کسب و کار
مهمترین ضرورت اجرای قوانین در خصوص رعایت قواعد اخلاقی
مشکلات و موانع اخلاق حرفه ای
پیامدهای غفلت از عوامل تاثیر گذار بر اخلاق حرفه ای
سه جنبه عوامل تاثیر گذار بر اخلاق حرفه ای از نظر "پنیو"
سایر عوامل تاثیر گذار بر اخلاق حرفه ای سازمان ها
مفهوم تحویلی نگری در اخلاق حرفه ای
ابعاد زیان بار تحویلی نگری در اخلاق حرفه ای
پیشگیری و درمان تحویلی نگری
مسائل اخلاق سازمان و محیط های کسب و کار
ملاک ها و معیارهای اخلاق
نسبت اخلاق و قانون
اخلاق در حوزه عمل
موانع رشد اخلاق حرفه ای در سازمان ها و موسسات

منابع درس :

جزوه حاضر حاصل زحمات و نقطه نظر های اساتید و بزرگان ذیل الذکر می باشد که از آثار آنها استفاده گردیده است ، به امید آنکه مورد توجه دانشجویان فرزانه قرار گرفته و خدمت اندکی به جامعه علمی کشور محسوب شود ، ارائه اشکالات و انتقادات از سوی مطالعه کنندگان موجب امتنان خواهد بود .

۱- کتاب اخلاق حرفه ای - دانشگاه جامع علمی کاربردی نوشته ملیحه عنابستانی - مهدی سعیدی
کیا - انتشارات تهران

۲- کتاب در آمدی بر اخلاق حرفه ای نوشته احمد فرامرزی قرا ملکی نشر سر آمد

۳- دانلود های اینترنتی و ترجمه و تحلیل داده های مجازی

۴- اخلاق حرفه ای در متون معتبر اسلامی

۵- اخلاق حرفه ای در مشاغل - نوشته هلن عبیری - سال ۱۳۹۲

۶- اخلاق کسب و کار - نوشته نیکولاس ام برانگیون - رونالد اف داسکار، ترجمه یعقوب نعمتی وروجنی (روزنامه رسالت ۱۳۸۹/۴/۲۳)

پیشگفتار :

آیا تاکنون اندیشیده اید که چرا افراد جامعه هنگام مراجعه به مدیران و مسئولین ، طبیعی برخورد نمی کنند ، و معمولاً برخوردها با اداها و احترام های کاذب و تحقیر کردن خود همراه است ؟

چرا چنین تصویری می شود که دورویی ، دروغ ، عدم صداقت و کارآیی بیشتری دارد ؟

چرا پس از سالها تدریس و توسعه علوم انسانی ، امروزه ورود مبحث اخلاق حرفه ای در دروس دانشگاهی ضرورت یافته است ؟.

چرا ، محیط خارج خانه در تمام مراکز ، سازمانها ، ادارات ، موسسات ، مغازه ها ، مدارس ، کوچه ، بازار همواره به وسیله دوربین های مختلف تحت کنترل و بوسیله آنتن های فراوان مشایعت می شویم ؟

چرا ، امروزه ، مجازات ها و تحمل کیفرها برای مرتکبین جرائم ، آثار بازدارندگی را از دست داده و سیاست های قضایی به سمت رویکرد های پیشگیری از وقوع جرم روی آورده اند ؟

چرا به رغم تصویب ده ها مصوبه مجلس و بخش نامه و آئین نامه در خصوص تثبیت قیمت ها و حمایت از مصرف کننده و تولید کننده ، همچنان تعدد قیمت ها و نرخ ها و تزلزل بازار و کالا غوغا می کند ؟

چرا با شروع زندگی شیرین و سرشار از عواطف و احساسات در کانون های گرم و صمیمی خانواده ها به یک باره شاهد طلاق و از هم گسیختگی این بنیاد الهی می شویم و باید متعجبانه به آمار بالای طلاق در جامعه اسلامی نظر کنیم ؟

چرا در جامعه امروز فرزندان از پدر و مادر و کانون مملو از محبت خانواده فراری و به شدت نصیحت گریز شده اند ؟

چرا پند ها ، نصایح و سخنان بزرگان نفوذ ، کارآیی و سازندگی روانی و اخلاقی خود را از دست داده یا کمرنگ شده است ؟

آیا تمام این گرفتاری ها واقعا مربوط به فناوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی و هجمه فرهنگی غربی و رویداد ها و رویا های هالیودی است ؟

خیر، متأسفانه باید انگشت اشاره را به سوی خودمان برگردانیم، زیرا تمام این گرفتاری ها و بدبختی ها به دلیل فقدان اخلاق در جامعه است، خداوند بزرگ که موجودی به این عظمت و قابلیت خلق نموده، نسخه ای از چگونگی زندگی در جامعه به همراه آن منتشر ساخته، اما بشر با الهام از غیر آن توجه اش را از نسخه اصلی منحرف و خود را در معرض هلاکت قرار داده است.

سالیان درازی است که اندیشمند و الامقام شهید آیت الله مرتضی مطهری در مجموعه مقدمه ای بر جهان بینی اسلامی، کتاب انسان شناسی صفحه ۶۳، اساس تعلیمات اسلام را بر سه محور اصلی تبیین فرمود: ۱- اعتقادات ۲- اخلاقیات ۳- احکام

حال خود بررسی نمائید جامعه اسلامی در مبحث اخلاقیات به چه میزان سرمایه گذاری کرده است؟، فقدان اخلاق، از همه جهات، جوامع انسانی را با مشکلات و معضلات پیچیده ای مواجه ساخته که بسیاری از آنها بدلیل کثرت و فراوانی و تنوع از عهده قانون و مقررات خارج است. جامعه انسانی فاقد اخلاق اگر از نظر رتبه علمی، و صنعتی به بالاترین حد ممکن برسد، از نظر منزلت اجتماعی، جایگاهی حیوانی بیش نخواهد داشت.

مقدمه

زندگی در جامعه مدرن از بسیاری جهات وابسته به صاحبان حرف و متأثر از کار آنان، عملکرد کار آنان، عملکرد رفتار آنان بوده و اخلاقی بودن یا نبودن آنها می تواند در زندگی مردم تأثیرات مثبت و منفی، سازنده یا مخرب بر جای گذارد و از طرفی بدلیل گستردگی دامنه و حوزه حرفه ها و مشاغل مختلف و افراد و سازمان های مرتبط به آنها نمی توان به قانون اکتفا کرد، زیرا کنترل های قانونی محدودیت دارند و قانون در بسیاری موارد تنها ناظر به بعد از پیدایش خسارت است، اما رفتارهای اخلاقی از خسارت و سایر مشکلات قبل از وقوع آنها جلوگیری می کند.

اساساً می توان گفت اصول و قواعد کلی اخلاقی نظیر عدالت ورزیدن، صداقت، درستکاری، اقدام به حقوق دیگران تقریباً مقبول عموم نظریه های هنجاری اند و در اخلاقی بودن آنها اختلاف چندانی مشاهده نمی شود. امروزه به دلیل توسعه تکنولوژیک جوامع صنعتی، و پیچیده تر شدن روابط انسان شناسایی و تشخیص رفتار های درست از نادرست در بسیاری از حوزه های علمی رفتاری، دشوار گردیده و مستلزم پیچیدگی ها و ظرافت هایی خاص است. بعلاوه امروزه شاهد بی اخلاقی ها و بد اخلاقی های بسیاری در حوزه های مختلف زندگی بشر هستیم، تخریب محیط زیست، ظلم به بشر تحت عنوان حقوق بشر، روابط بد پدر و مادر با فرزندان،

خشونت ، تبعیض ، تولید انبوه داروهای مهلک و مواد مخدر ، کشتار آدمیان ، تخریب ساختمان ها ووو از جمله مشکلاتی است که انسان معاصر به دلیل عدم پابندی به اخلاق گرفتار آنهاست .

افکار ، گفتار و رفتار انسان از کجا سرچشمه می گیرد ؟

افکار ، گفتار و رفتار انسان از جهان بینی انسان ، نشات می گیرد و جهان بینی ها در اصل به دو قسم الهی و مادی تقسیم می شوند ، یکی از اساسی ترین مبانی هر نظام و مکتب فکری جهان بینی آن نظام است ، برخی نظام ها و مکاتب فکری نسبت به خلقت جهان و انسان بدبین و پایان آن را تاریک و ظلمانی می انگارند ، برخی دیگر از نظام فکری ، مانند جهان بینی اسلامی جهان خلقت را بر اساس حق و عدل و حرکت در مسیر کمال می دانند و معتقدند پایان آن ، بر اساس منطق و استدلال ، درخشان و دائمی خواهد بود .

لذا برای شناخت مبانی رفتاری و فکری افراد ، لازم و ضروری است از نوع نگرش آنان به جهان که محیطی است برای شکل گیری اقتصاد کسب اطلاع نمود .

انسان شناسی اسلام

انسان در اسلام مخلوقی ابزار گونه و بی اراده نیست ، بلکه موجودی فعال ، آزاد ، مختار ، موثر بر زندگی خود و محیط پیرامونش می باشد ، در ادیان توحیدی انسان جایگاهی والا و ارزشمند دارد که اوج عظمت او در ادیان دیگر ملاحظه نمی شود ، انسان در اسلام ، خلیفه و جانشین خدا در روی زمین ، دارای کرامت ذاتی و مخلوق ویژه الهی است ، که خداوند پس از آفرینش او بر خود آفرین گفت .

تجربه گرایانی مانند هابز ، Tomas hobbes سود شخصی را هدف انسان می انگارد ، و انسان را گرگ انسان تلقی می کند . سود گرایانی مانند جان استوارت میل john stuart mill و بنتام Jeremy bentham ، اعمال انسان را ناشی از منفعت جویی می دانند . و نیز فروید ، اساس خلقت انسان را غریزه جنسی و آن را موجودی اهریمنی و برای او ذاتی پلید و شرور قائل است .

برخی متفکران حوزه انسان شناسی مانند ژان ژاک روسو jean Jacques rousseau و مازلو Abraham haro lo maslow و راجرز rogers و فلاسفه الهی به پاک بودن سرشت انسان و میل او به نیکی و فضایل اعتماد دارند .

سعادت و کمال

یکی از ویژگی های انسان ، فطرتا میل به زندگی اجتماعی و سعادت و کمال مطلوب ذاتی و واقعی انسان است ، تمام خواسته های انسان تبعی است ، یعنی آنها را برای وصول به چیز دیگری می خواهد ، به جز یک خواسته

یعنی سعادت که ذاتاً مطلوب و خواست اوست. تقریباً همه مکاتب هدف نهایی شان از زندگی رسیدن به سعادت و کمال است اما در تعریف سعادت و کمال و تعیین مصداق آن با یکدیگر اختلاف نظر دارند.

مبانی ارزشی کار:

در جهان بینی اسلامی کار مفهوم ویژه ای دارد و آثار آن تمام هستی را در بر می گیرد و دنیا و آخرت را به هم گره می زند و جلوه ای از کردار الهی معرفی می شود و انواع آن عبارتند از کار یدی مانند کار دهقانان و کارگران و کار فکری مانند معلمان و نویسندگان و کار احساسی و عاطفی نظیر کار هنرمندان، پرستاران در پرستاری از بیماران و نوزادان در اینجا به برخی از خصوصیات ارزشی کار اشاره می شود:

۱. محبوب بودن و قداست کار
۲. منفور بودن بیکاری
۳. ارتباط کسب حلال و دینداری
۴. وجوب کسب معیشت
۵. مطلوب بودن آسایش زندگی
۶. وظیفه اجتماعی انسان و خدمت رسانی به جامعه
۷. مطلوبیت ذاتی کار اقتصادی

چالشهای اخلاقی

مباحث مطرح در اخلاق حرفه ای نسبت به علوم و فناوری وجه پسینی دارند، یعنی در اثر گسترش علوم و فناوری مسائل و چالش های اخلاقی ای پدید آمده که برای بررسی و حل آن ها نیاز به آشنایی حداقلی با چارچوب نظری علم اخلاق و زمینه های علمی مورد نظر می باشند. به عبارت دیگر مسائل اخلاق حرفه ای معضلاتی را در بر می گیرند. که کاردان یا متخصص علوم و تکنولوژی در محیط کاری خود با آن مواجه اند، از این حیث این موضوع با ویژگی های مشخص نظام علمی کاربردی یعنی معطوف به حیطه عمل و کاربردن آموزش ها و همچنین تجسم و تصور محیط کار در دوره های آموزشی هماهنگی کامل دارند. برخی از این چالش ها عبارتند از: ۱- فشار کار، که در آن وسوسه ی انحراف از درستی انجام کار را در بر دارد ۲- لذت، در زندگی امروز افراد به دنبال لذت بردن بیشتر هستند، این لذت بردن به هر قیمتی که تمام شود خواسته فرد است، رشد فزاینده این تفکر به معضلات بزرگی مانند دزدی، خیانت، طلاق و جدایی خانواده ها، مصرف مواد، هرزه گوی و غیره منتهی می شود. ۳- قدرت، از چالشهای مهم اخلاقی و از لغزش گاه های بزرگ است، بویژه زمانی که فرد آماده گی یا صلاحیت استفاده از آن را نداشته باشد و قدرت به وی رو نماید، که در این قبیل

موارد به سرعت تجاوز کاری، زورگویی، ظلم و ستم، استبداد و زیر پا نهادن حق دیگران باب می شود ۴- غرور و تکبر، هنگامی که احساس ارزشمند بودن و اطمینان به خود از حد اعتدال خارج شود و به حالت اغراق در خودباوری و خود برتر بینی در آید، اشتباهات بزرگ و فساد های فکری و اخلاقی بروز می نماید. ۵- عدم رعایت اولویت ها، از موارد چالش بر انگیز، هر کس در زندگی اهداف و مطلوب هایی را جستجو می کند اما پیگیری همه آنها در هر مقطع زمانی غیر ممکن است لذا ناگزیر به طبقه بندی و اهم و مهم نمودن آنهاست.

تقسیم بندی اخلاق

اخلاق توصیفی: به توصیف و معرفی اخلاقیات افراد، گروهها و جوامع مختلف می پردازد و صرفا به دنبال توصیف و گزارش اخلاقیات خاص است، روش بحث تجربی و تاریخی بوده و هدف از آن صرفا آشنایی با نوع رفتار اخلاقی فرد یا جامعه ای خاص می باشد. این نوع مطالعات معمولا از سوی جامعه شناسان، مردم شناسان و مورخان صورت می گیرد.

اخلاق هنجاری یا دستوری: به بررسی افعال اختیاری انسان از حیث خوبی و بدی و بایستگی و نبایستگی می پردازد، روش بحث استدلالی و عقلی است نه تجربی و تاریخی. هدف از آن ارائه نظریه و دیدگاهی معقول برای تبیین خوبی و بایستگی یا بدی و نبایستگی یک عمل است. مثلا اگر در یک نظام اخلاقی گفته شود "عدالت خوب است و باید عدالت ورزید" در اخلاق هنجاری به دنبال ملاک این حکم و دلیل هستند و در اصل به دنبال پاسخ پرسشها و دلیل درستی کارها هستند و معیار تمایز خوب و بد و این که چرا باید این اعمال انجام پذیرد؟

اخلاق کاربردی: در حقیقت زیر مجموعه اخلاق هنجاری است که در حوزه خاصی از زندگی فردی و اجتماعی کاربرد دارد. اخلاق کاربردی به کاربرد و تطبیق استدلالها، اصول، ارزشها، ایده آلهای اخلاقی و در مورد رفتارهای اخلاقی اعم از رفتارهای فردی و اجتماعی می پردازد و هدف از آن ارزش گذاری و ارزیابی اخلاقی و در نتیجه پذیرش یا انکار آن خط مشی ها و رفتارهاست. اخلاق کاربردی در صدد آن است که کاربرد و اعمال منظم و منطقی نظریه اخلاقی را در حوزه مسائل اخلاقی خاص نشان دهد. مانند: اخلاق پژوهشی، اخلاق نقد، اخلاق گفتگو، اخلاق دانشجویی و اخلاق حرفه ای. قبل از پرداختن به اخلاق حرفه ای می خواهیم به تعریف حرفه و وجه تمایز حرفه از شغل بپردازیم و سپس در مورد اخلاق حرفه ای و ویژگی ها، اصول و ضرورت مطالعه آن بحث کنیم.

مفهوم حرفه

حرفه رشته کارهایی است که ممکن است سر تا سر عمر داشته باشیم یا تغییر کند. در اصل مهارتهایی است که افراد طبق علایق و استعدادهای خود به آن می پردازند و با آموزشهای خاص تکمیل می گردد. امکان دارد که افراد حرفه های متفاوتی داشته باشند که گاهی این حرف با هم مشابهت و یا تفاوت داشته باشد، اما شغل کاری است که فرد به صورت دائمی آن را انجام می دهد و در قبال انجام آن حقوق و دستمزد دریافت می کند و بر عکس حرفه شاید فرد رغبت چندانی برای انجام آن نداشته باشد و مهارت و استعداد کافی در آن شغل نداشته و فقط از روی اجبار آن را بپذیرد حرفه ای اخلاق حرفه ای زیر مجموعه اخلاق کاربردی است و در ابتدا مفهوم اخلاق حرفه ای به معنای اخلاق کار و اخلاق مشاغل به کار می رفت. تعاریف مختلفی از اخلاق حرفه ای ارائه شده:

اخلاق حرفه ای یکی از شعبه های جدید اخلاق است که می کوشد به مسائل اخلاقی حرفه های گوناگون پاسخ داده و برای آن اصولی خاص متصور است.

اخلاق حرفه ای به مسائل و پرسش های اخلاقی و اصول و ارزشهای اخلاقی یک نظام حرفه ای میپردازد و ناظر بر اخلاق در محیط حرفه ای است. مقصود از اخلاق حرفه ای مجموعه قواعدی است که باید افراد داوطلبانه و بر اساس ندای وجدان و فطرت خویش در انجام کار حرفه ای رعایت کنند، بدون آن که الزام خارجی داشته باشند یا در صورت تخلف به مجازات های قانونی دچار شوند.

اخلاق حرفه ای شامل درباره ابعاد اخلاقی، مسائل و موضوعاتی است که به مشاغل خاصی مربوط میشود. مانند: اخلاق پزشکی، اخلاق تجارت، اخلاق روزنامه نگاری، اخلاق مهندسی و

.... ویژگی های اخلاق حرفه ای امروزه در اخلاق حرفه ای، تلقی " شما حق دارید و من تکلیف " مبنای هر گونه اخلاق در کسب و کار است. این مبنا از رفتار ارتباطی فرد، به صورت اصلی برای ارتباط سازمان با محیط قرار می گیرد و سازمان با دغدغه رعایت حقوق دیگران، از تکالیف خود می پرسد. ویژگی های اخلاق حرفه ای عبارت است از:

۱- مسئولیت پذیری: در این مورد فرد پاسخ گوست و مسئولیت تصمیم ها و پیامدهای آن را میپذیرد، سرمشق دیگران است، به درستکاری و خوشنامی در کارش اهمیت میدهد. برای ادای تمام مسئولیت های خویش کوشاست و مسئولیتی را که به عهده میگیرد با تمام توان و خلوص نیت انجام میدهد.

۲- برتری جویی و رقابت طلبی: در تمام موارد فرد سعی می کند ممتاز باشد، اعتماد به نفس دارد، جدی و پرکار است به موقعیت فعلی خود راضی نیست و از طریق شایسته دنبال ارتقای خود است اما سعی نمیکند به هر طریقی در رقابت برنده باشد.

۳- صادق بودن: مخالف ریاکاری و دورویی است، به ندای وجدان خود گوش فرامیدهد، در همه حال به شرافتمندی توجه میکند، شجاع و با شهامت است.

۴- احترام به دیگران: به حقوق دیگران احترام می گذارد، به نظر دیگران احترام می گذارد، خوش قول و وقت شناس است، به دیگران حق تصمیم گیری میدهد، تنها منافع خود را مرجح نمیداند.

۵- رعایت و احترام نسبت به ارزشها و هنجارهای اجتماعی: برای ارزشهای اجتماعی احترام قائل است، در فعالیتهای اجتماعی مشارکت میکند، به قوانین اجتماعی احترام می گذارد و در برخورد با فرهنگ های دیگر متعصبانه عمل نمی کند.

۶- عدالت و انصاف: طرفدار حق است، در قضاوت تعصب ندارد، بین افراد از لحاظ فرهنگی، طبقه اجتماعی، اقتصادی، نژاد و قومیت تبعیض قائل نمی شود.

۷- همدردی با دیگران: دلسوز و رحیم است، در مصائب دیگران شریک می شود و از آنان حمایت میکند، به احساس دیگران توجه می کند و مشکلات دیگران را مشکل خود میداند.

۸- وفاداری: به وظایف خود متعهد است، رازدار دیگران است، معتمد دیگران است.

تاریخچه اخلاق حرفه ای و اهمیت و ضرورت مطالعه آن

در تمامی ادیان الهی، به اخلاق حرفه ای توجه شده است و افراد به راستگویی، صداقت، امانت داری و عدم سرقت تشویق شده اند. در فلسفه، افلاطون به عدالت و دموکراسی توجه میکند (اخلاق یعنی آنجا که روح انسان حالتی پیدا می کند که خود روح زیبا می شود. اگر کار زیباست، طبیعتاً روح زیباست و پایه اخلاق عدالت است و عدالت مساوی با زیبایی است). ارسطو احکام اخلاقی را بر پایه منع حرص و رباخواری می داند و به مفهوم عدالت در مبادلات تجاری تاکید دارد. جان لاک دفاع از حق مالکیت را به عنوان یک حق طبیعی گسترش داد. آدام اسمیت که پدر علم اقتصاد می باشد در کتاب ثروت ملل خود توسعه دهنده نظرات جان لاک بود. اسمیت یک فیلسوف اخلاقی و نویسنده کتاب تئوری "نسبت اخلاقی" است. در سال ۱۹۹۳ پارلمان ادیان بین الملل، اعلامیه جهانی را برای محکومیت سوءاستفاده از اکوسیستمهای کره زمین، فقر، گرسنگی، نابرابری اقتصادی تصویب کرد و روند شکل گیری اخلاق حرفه ای تا به امروز ادامه پیدا کرده است و به صورت کاربرد روزمره

هنجارهای اخلاقی در فرایندهای اجتماعی در آمده است. واژه اخلاق حرفه ای در شکل امروزی در سه مرحله مختلف شکل گرفت. این واژه اولین بار در اوایل سال ۱۹۷۱ در ایالات متحده رواج پیدا کرد و منشا آن نوشته های آکادمیک علمی و جلسات دانشگاهی بود. در مرحله دوم این واژه در نشریات عمومی مورد استفاده قرار گرفت و در مرحله سوم این مفهوم در جهان تجارت به کار برده شد و به معنای هنجارهای اخلاقی در فرایند تجاری مطرح است.

اخلاق حرفه ای یکی از اساسی ترین مسائل مهم همه جوامع بشری است و در بسیاری از کشورهای صنعتی به این نتیجه رسیده اند که بی اعتنایی به مسائل اخلاقی و فرار از مسئولیت ها و تعهدات اجتماعی به از بین رفتن بنگاه و سازمان می انجامد. به همین دلیل بسیاری از شرکتها ی موفق برای تدوین استراتژی اخلاقی احساس نیاز کرده و به این باور رسیده اند که باید در سازمان یک فرهنگ مبتنی بر اخلاق رسوخ کند. از این رو کوشیده اند به تحقیقات درباره اخلاق حرفه ای جایگاه ویژه ای بدهند و حتی آموزشهایی در این راستا داشته باشند. با توجه به این که امروزه هیچ سازمانی قادر نیست بدون آموزش توسعه یابد، لازم است در سازمانها افزون بر آموزش تخصص ها و مهارتهای مورد نیاز هر شغل به کارکنان ایجاد روحیه تعاون، کار مشترک و دسته جمعی و به ویژه اخلاق اداری و سازمانی در الویت قرار بگیرد. امروزه داشتن اخلاق حرفه ای به عنوان یک مزیت رقابتی مطرح می باشد. فرد.آر.دیوید می گوید: "در سازمان اصول اخلاقی خوب از پیش شرط های مدیریت استراتژیک خوب است. اصول اخلاقی خوب، یعنی سازمان خوب." اصول اخلاقی برگرفته از فرهنگ کلی جامعه (عقاید، مذهب، آداب و رسوم) است. در سازمانها افراد شاغل و طبقات مختلف دارای خرده فرهنگ های خاصی هستند که آنها را از یکدیگر متمایز می کند همه اینها باعث می شود که در میان این گروهها و سازمان ها نوعی تعصب کاری خاص شکل گیرد که آن را اصول اخلاق حرفه ای می نامند. در یک جمله اخلاق حرفه ای متاثر از اخلاق سازمانی است. اصول اخلاقی بر مبنای برنامه ریزی درست از نظر اخلاق حرفه ای و وجدان کاری در کشورهای توسعه یافته سالهاست که مورد اجرا قرار گرفته و کوتاه مدتی است که مورد توجه کشورهای در حال توسعه نیز واقع شده است. برخی از عوامل اصلی و موثر عبارتند از: منابع انسانی درست و کارآمد، دانش فنی و توان فناوری، منابع مالی و فناوری، انگیزش درونی نیروی انسانی، رضایت مشتری، سهم و جایگاه مطلوب در بازار، مشارکت سازمانی، مزیت رقابتی و... عده ای بر این عقیده اند که رضایت شغلی باعث افزایش تعهد به اصول اخلاقی میگردد. نکات مورد توجه در ایجاد اصول اخلاقی پیش شرط مدیریت است. اخلاق حرفه ای یک دانش است که بر مبنای یک سیر منطقی و عقلانی باید ایجاد شود. مدیران باید به اصول اخلاق حرفه ای اعتقاد داشته باشند. (از شعار به شعور در آیند. شاخصه های اخلاق حرفه ای باید دقیقاً توسط مدیران روشن شود. شاخصه های اخلاقی نباید با هم در تعارض باشند. مدیران باید خود به این اصول احترام بگذارند و در رفتار خود آنها را تجلی دهند. نقایص اخلاقی می تواند در سطح زیر بنایی و عملیاتی ظاهر گردد. عدم ارتباط مدیران ارشد و مدیران عملیاتی می تواند نقایص اخلاقی را در سازمان افزایش دهد.

تعهد کاری وجدان یا تعهد کاری در دانش مدیریت یعنی: نوعی احساس پابندی (تقید) درونی به منظور رعایت الزامهای کمی و کیفی کار که از سوی فرد یا گروه انجام آن تقبل شده است. وجدان کاری قبل از هر چیز تحت تاثیر نظام اعتقادی حاکم بر فرد است. تعهد کاری نوعی تمایل عاطفی مثبت نسبت به رعایت حقوق جامعه در مورد کار است. وجود تعهد کاری منوط به جامعه ای منسجم و وحدت ملی است که در صورت فقدان یا ضعف انسجام اجتماعی میزان تعهد کاری در جامعه سست می شود و این به معنای ضعف اخلاق عملی کار در سطح جامعه است. تعهد کاری عبارت است از هم ذات پنداری و پاسخ عاطفی به اجتماع از طریق کار و تعهد حرفه ای. احساس مسئولیت و علاقه به حرفه تاثیر به سزایی در تعهد کاری افراد دارد. گروههای حرفه های خاص محیطی را ایجاد می کنند که این اصول اخلاقی را بوجود آورده و رعایت می کنند. هر چه ساختار این گروهها مستحکم تر و رابطه اعضای آنها گسترده تر و مکررتر باشد مبادله افکار و احساسات بیشتر و فراگیرتر می شود. این گروهها از یک سو علایق و منفعت طلبی های خودخواهانه فردی را مهار می کنند و اخلاق اجتماعی و حرفه ای را به اعضای خود می آموزند و از سوی دیگر با ایجاد قدرت اجتماعی میل دولت را به سلطه نامحدود بر جامعه مهار می کنند.

تحلیل و بررسی دو واژه اخلاق و حرفه

برای آنکه بتوانیم تعریف کاملتری از اخلاق حرفه ای به دست آوریم، ابتدا به تحلیل و بررسی دو واژه اخلاق و حرفه می پردازیم.

اخلاق (Ethics – Moral) جمع خلق است. در لغت به معنای سرشت، سجیت (Custom)، رفتار عادت شده و مزاج به کار می رود. رایج ترین معنای اصطلاحی اخلاق، عبارت است از:

صفات و ویژگی های پایدار در نفس که موجب می شوند کارهایی متناسب با آن صفات به طور خود جوش و بدون نیاز به تفکر و تأمل از انسان صادر شود را اخلاق نامند. (شریفی - احمد حسین - آیین زندگی - صفحه ۲۵)

بر اساس این تعریف سه عنصر یا سه مولفه مهم در تعریف اخلاق وجود دارد: اول اینکه: اخلاق از صفات نفس است نه صفت عقل و نه صفت بدن. اگر این صفات و حالات نفسانی به گونه ای باشد که کارهای زیبا و پسندیده از آن ها صادر شود به آن اخلاق خوب یا فضیلت می گویند و اگر منشا صدور افعال زشت و ناپسند باشد، به آن اخلاق بد یا رذیلت می گویند. (همان - صفحه ۱۴)

دوم اینکه: موضوع اخلاق فقط رفتارهای اختیاری و ارادی انسان است و اساسا یکی از مهمترین تفاوت های میان انسان و سایر موجودات، خود آگاه و مختار بودن انسان است. لذا رفتارها و حرکاتی که از وی سر می زند

با اختیار و اراده خود است و مسئولیت آن را بر عهده دارد و نسبت به افعال اختیاری خویش سزاوار سرزنش یا ستایش است.

سوم اینکه : در اینجا به ویژگی ها و صفات نفسانی ای اخلاق گفته می شود که در وجود انسان پایدار بوده و در اثر فراوانی و دوام در شخص نهادینه شده اند و بخشی از شخصیت او را تشکیل می دهند. به گونه ای که از بین بردن یا تغییر این صفات و حالات نفسانی به سختی و کندی انجام می گیرد و از سویی کارهای متناسب با آن به سهولت و بدون تامل و فکر از انسان صادر می شود. مثلا به کسی که پرخاشگری الگوی رفتاری او شده و جزء عادت وی محسوب می شود حتی اگر در مواردی نیز پرخاشگری نداشته باشد. یا کسی که سخاوت و بخشندگی جزء الگوی رفتاری اوست با کسی که با اکراه در یک یا چند مورد با عدم رضایت قلبی چیزی را ببخشد یا منافعی به دیگران برساند ، تفاوت دارد بنابراین از این بحث نتیجه می گیریم که اخلاق به صفات و ویژگی هایی در انسان گفته می شود که در نفس او نهادینه شده و منشاء صدور افعال اختیاری او می شوند ، بدون تامل و تفکر قبلی که عموما تغییر آن ها برای شخص دشوار است .

حرفه در تحلیل مولفه حرفه لازم است بدانیم آیا حرفه همان شغل و کار است؟ یا متفاوت؟ در نتیجه آیا اخلاق حرفه ای همان اخلاق کار است یا خیر؟

واژه حرفه کاربردهای فراوانی دارد. آنچه قابل توجه است اینکه ، مفهوم اصطلاحی حرفه با کار و شغل متفاوت است. به عنوان مثال بردگی و راهزنی یک حرفه نیست ، اما بردگان و راهزنان هم اشتغال به کار دارند ، بنابراین کار و اشتغال یکی از مولفه های حرفه است عناصر اصلی موجود در مولفه حرفه عبارت اند از : ۱- اشتغال ، ۲- کسب روزی از طریق اشتغال ، ۳- اختیار در کار ، ۴- خدمت محوری مفید و ثمر ثمر بودن یا مطلوبیت اجتماعی. برخی معتقدند ، تعریف حرفه از روی مصادیق آن میسر خواهد بود ، یعنی راه شناخت چیستی حرفه ، توجه به مثال هایی از صاحبان حرف است. بنابراین ، حرفه با کار و اشتغال تفاوت دارد و به لحاظ منطقی رابطه کار و حرفه رابطه عام و خاص است. یعنی به هر کار و فعالیتی حرفه اطلاق نمی شود اما هر حرفه ای قطعاً در آن کار و فعالیت صورت می گیرد.

تعریف اخلاق حرفه ای

اخلاق حرفه ای یک فرایند تفکر عقلانی است که هدف آن محقق کردن این امر است که در سازمان چه ارزشهایی را ، چه موقع باید حفظ و اشاعه نمود (استاد فرامرز قراملکی)

به عبارت دیگر مجموعه ای از اصول و استاندارد های رفتار فردی و گروهی یا مجموعه ای از کنش ها (رفتارها) و واکنشهای اخلاقی پذیرفته شده از سوی سازمانها و مجامع حرفه ای است تا مطلوب ترین روابط

اجتماعی ممکن را برای اعضای خود (و حتی مشتریان ، رقبای داخلی و بین المللی) در اجرای وظایف حرفه ای فراهم آورد .

اخلاق کار

مراد از اخلاق کار یا اخلاق شغلی ، مسئولیت اخلاقی فرد از حیث شغل است. هر فرد به عنوان یک شخص حقیقی دارای اختیار بوده و نسبت به افعال و رفتارهای اختیاری خود مسئولیت دارد و ملزم به رعایت یک سری آداب و اصول اخلاقی است. امام هنگامی که فرد شغل خاصی را برمی گزیند و در آن شغل به کار و فعالیت می پردازد. دارای دو مسئولیت اخلاقی است ، یکی مسئولیت اخلاقی شخصی و دیگری مسئولیت اخلاقی شغلی که با تغییر هر شغل مسئولیت اخلاقی شغلی وی نیز تغییر می کند. بنابراین هر فرد دارای دو نوع مسئولیت اخلاقی است : ۱- مسئولیت های اخلاقی شخصی ، ۲- مسئولیت های اخلاقی شغلی که به این نوع دوم اخلاق کار یا اخلاق شغلی می گویند.

اخلاق شغلی کارمندان بانک با کارمندان بیمارستان با کارمندان تیمارستان با کارمندان ناجا ، با کارمندان غسالخانه ، راه آهن ، دادگاه و ... متفاوت است. برای مثال : اگر فردی همراه با مریض بدحال برای معالجه ی مریض وارد بیمارستان شود و برای خرید دارو در آن لحظه پول همراه نداشته باشد ، و از طرفی جان مریضش در خطر باشد و از کارمند بیمارستان تقاضای مهلت کند ، که شما کار درمانی را انجام دهید و برای پول مهلت بدهید ، در این شرایط وظیفه اخلاقی کارمند بیمارستان چیست؟ آیا باید مهلت بدهد یا تابع قوانین بیمارستان باشد؟

حال اگر فردی به بانک مراجعه کند و در حساب خود پول نداشته باشد و از طرفی چک او در حال برگشت خوردن باشد ، از بانک تقاضای مهلت کند و بخواهد از سوی بانک حسابش شارژ شود تا در مهلت معین بپردازد ، آیا کارمند بانک می تواند چنین مهلتی را بدهد یا باید تابع قوانین بانک باشد؟

دو رویکرد در تعریف اخلاق حرفه ای

در تعریف اخلاق حرفه ای دو رویکرد یا دو رهیافت وجود دارد : ۱- در رویکرد اول که رویکرد سنتی است ، اخلاق حرفه ای را همان اخلاق کار یا مشاغل می دانند. یعنی اخلاق حرفه ای عبارت است از بیان اصول و قواعد و قوانین اخلاقی که هر فرد به مقتضای شغلی که دارد باید آن ها را رعایت کند. در اینجا اخلاق حرفه ای و کار و شغل معادل هم دانسته شده است.

۲- در رویکرد دوم که رویکرد جدید و مدرن است ، رویکرد مدیریت استراتژیک نسبت به اخلاق حرفه ای است . در این رویکرد به مسئولیت پذیری سازمان با نگرش سیستمی توجه می شود . به گونه ای که علاوه بر مسئولیت های اخلاقی افراد شاغل در یک شغل یا حرفه خاص ، مسئولیت اخلاقی نهاد یا سازمان و مؤسسه ای

که افراد مختلف زیر پوشش آن مشغول به کارند، نیز مد نظر است. (فرا ملکی - احمد فرامرز - در آمدی
بر اخلاق حرفه ای - ص ۱۶۹ - چاپ ۱۳۹۲)

شخصیت حقوقی سازمان، نهاد، بنگاه، مؤسسه، شرکت و غیره هویت سازمانی است که تأثیر گذاری بیشتر و نفوذی گسترده تر از هویت فردی کارکنان دارد. به گونه ای که بسیاری از معاملات و موارد اقتصادی و حتی سیاسی را تحت تأثیر خود قرار داده و در روابط ملی و بین المللی نقش آفرینی ایفا می کنند. چنین هویت و تأثیر گذاری گسترده ای با عث پیدایش مسئولیت های اخلاقی برای نهاد ها و سازمان ها در قبال محیط پیرامونشان می گردد، و لذا آنها نیز مانند افراد و اشخاص در جامعه دارای مسئولیت بوده و در قبال مسئولیتشان باید مورد باز خواست قرار بگیرند. مسئولیت های اخلاقی یک بنگاه، نهاد، سازمان، دامنه گسترده ای دارد و از میان کارکنان و مدیران در محیط داخلی تا مشتریان ذی نفع ها، ذی ربط ها، جامعه و محیط زیست را شامل می شود، به همین دلیل مسئولیت های اخلاقی سازمان بسیار پیچیده تر از مسئولیت های شخصی یا شغلی است، بنا بر این دامنه شمول اخلاق حرفه ای، همه حوزه های فعالیت های فردی و اجتماعی بشر مانند محیط زیست، مدیریت، آموزش و پرورش، پزشکی، روابط خانوادگی، رسانه ها، تجارت، کسب و کار، سازمانهای

اقتصادی، و و و را در بر می گیرد و نیز اخلاق حرفه ای یکی از شاخه های اخلاق کار بردی APPLIED
Ethics می باشد که امروزه در حوزه علوم انسانی اهمیت فراوان یافته است.

اخلاق سازمان: بر اساس رویکرد دوم، یعنی رویکرد مدیریت استراتژیک، شرکت ها و سازمان ها با انبوهی از مسائل اخلاقی مواجه اند. موضوعاتی مانند، تعارض منافع، تجاوز به حریم شخصی کارکنان، گرفتن هدایای نامعقول، مالیات گریزی، داشتن دو دفتر مالی، و غیره، موج جدیدی از مسائل اخلاقی مربوط به بنگاه ها را بوجود آورده است. خوشبختانه امروزه، بسیاری از شرکت ها در جهان صنعتی به این نتیجه رسیده اند که بی اعتنائی به مسائل اخلاقی و فرار از مسئولیت ها و تعهدات اجتماعی، به از بین رفتن بنگاه ها می انجامد، به همین دلیل بسیاری از شرکت های موفق نسبت به تدوین استراتژی اخلاقی احساس نیاز کرده اند و بر این باورند که در سازمان باید یک فرهنگ مبتنی بر اخلاق وجود داشته باشد.

بر پایه یافته های فوق، مسئولیت های یک سازمان منحصر و محدود به مسئولیت های اخلاقی آن نیست، بلکه هر سازمانی دو گونه مسئولیت دارد، یکی از آنها مسئولیت های حقوقی و کیفری که مربوط به قوانین موضوعه کشوری است مانند قوانین تجارت و جزایی و مدنی، و دیگری عبارت از، مسئولیت های اخلاقی که اخلاق حرفه ای مسئولیت شناسایی، تعیین و تبیین آنها را بر عهده دارد و این کار معمولاً در چارچوب منشور اخلاقی سازمان صورت می پذیرد بنابراین منشور های اخلاقی هر سازمان حاکی از مسئولیت های اخلاقی آن سازمان و کارکنانش در قبال محیط پیرامونشان می باشد.

منشور اخلاقی حرفه

در دنیای امروز که اقتصاد مبتنی بر دانش جای خود را به اقتصاد سنتی داده ، موفقیت سازمان ها صرفاً در گرو داشتن دارایی های مشهود و فیزیکی بیشتر نمی باشد بلکه دارا بودن دانش و قابلیت های کارکنان ، روابط با مشتریان ، توجه به کیفیت محصولات و خدمات ، فناوری اطلاعات ، فرهنگ و اخلاق سازمانی ، دارایی هایی محسوب می شوند که در دست یابی به موفقیت نقش تعیین کننده ای دارند ، یکی از مهمترین دارایی های نامشهود، دست یابی به اخلاق سازمانی است ، نقش راهبردی اخلاق سازمانی در موفقیت آینده سازمان غیر قابل انکار است ، امروزه توجه سازمان ها به مسئولیت های اخلاق در قبال محیط پیرامونشان موجب افزایش اعتماد و توسعه بازار و در آمدشان می گردد . و اخلاق سازمانی و حرفه ای نقش مهمی در برطرف ساختن معضلات و مشکلات سازمان ها بخصوص در حوزه ارتباطات درونی و بیرونی آنها دارد .

بعلاوه منشور اخلاقی سازمانی ، آثار و برکات فرا سازمانی نیز داشته و نهادهای اجتماعی دیگر را نیز تحت تاثیر خود قرار می دهد و بالعکس اگر عملکرد سازمان غیر اخلاقی باشد ، پیام ها و آموزش های غیر اخلاقی را در جامعه رواج می دهد ، دامنه گسترده تاثیر گذاری اخلاق سازمانی موجب تدوین منشور اخلاقی در هر سازمان گردیده که بر اصل حق مردم و تکلیف سازمان استوار است .
در زیر عناوین اصلی **تابلوی منشور اخلاقی یک تکنسین** ترسیم می گردد :

۱- تکنسین ها با توکل و ایمان به خدا و اهتمام به سازندگی کشور ، با رویکرد علمی به مسئله گشایی حرفه ای عمل خواهد نمود .

۲- تکنسین ها ایمنی ، سلامت و رفاه عمومی را همواره در سر لوحه کار خود دارد .

۳- آنها همواره در محدوده مهارت خود خدمات ارائه می دهند و مرتباً دانش تخصصی خود را ارتقا می دهند .

۳- تکنسین ها ، در صورت لزوم ، اظهارات عمومی و رسمی و حقیقی بی طرفانه ارائه می نمایند .

۴- آنها برای طرف قرارداد، یا کارفرما نماینده ای صدیق و معتمد هستند .

۵- آنها از فریبکاری و دروغگویی پرهیز می کنند .

۶- آنها محترمانه ، مسئولانه ، اخلاقی و قانونی عمل می کنند، تا موجب افزایش احترام ، شهرت و سودمندی حرفه خود شوند .

۷- آنها در خدمت منافع عمومی هستند .

انواع مسئولیت های سازمان

۱- مسئولیت حرفه ای

۲- مسئولیت قانونی (حقوقی و جزایی)

۳- مسئولیت شرعی و دینی

۴- مسئولیت اخلاقی

تمایز و تفاوت های میان قانون و اخلاق

۱. قانون گذار در مقام وضع قانون ، از حیث اینکه آیا قانون وضع شده عادلانه و منصفانه و خوب است ، نیازمند ترازوی اخلاق است ، لذا تقدم اخلاق بر قانون را نشان می دهد .
۲. قانون به منظور دست یابی به اهدافی مانند ، زیان نرسیدن به فرد و جامعه ، برقراری نظم و امنیت عمومی ، حمایت از بنیاد خانواده ، و بازدارندگی از ارتکاب جرایم ، وضع می گردد ، تمام اقدامات قانونی محتاج به ترویج اخلاقی اند و بسیاری از قوانین روزی ارزش ها و الزامات اخلاقی بوده اند .
۳. اخلاق قانون نانوشته است ، در بسیاری از مواردی که قانون ساکت می باشد و یا رفتاری از حیث قانون مجاز می باشد ، اما ممکن است از نظر اخلاقی انجام چنین کاری مسئولیت آور باشد .
۴. اخلاق روح قانون است ، کاملترین قانون ها اگر مورد تبعیت قرار نگیرند ، کارکردی ندارند ، زیرا ترویج اخلاق در فرهنگ اجتماعی موجب قانون پذیری می شود .
۵. مسئولیت های قانونی ، شرعی ، حرفه ای ، اخلاقی در مصادیق فراوانی تداخل دارند ، مانند معامله فریب کارانه ، و دادوستد با جهت گیری نامشروع ، اما به نوعی همه آنها از مسئولیت اخلاقی ناشی می گردند .
۶. فراغت از مسئولیت اخلاقی تقریباً غیر ممکن است ، زیرا بر تمام شئون حیات فردی ، شغلی ، اجتماعی و غیره سایه افکنده ، اما در مسئولیت های حرفه ای و قانونی چنین نیست .
۷. قانون در عین حال که با اخلاق متفاوت است اما ناگزیر در تعامل چند جانبه با آن است و اخلاق چیزی جز قانون نیست (احمد فرامرز قراملکی ، در آمدی بر اخلاق حرفه ای ، صفحه های ۱۳۲ و ۱۳۳)

فرهنگ سازی اخلاق حرفه‌ای

در تعریف اخلاق حرفه ای گفتیم، یک فرایند تفکر عقلانی است که هدف آن محقق کردن این امر است که در سازمان چه ارزشهایی را در چه موقع باید حفظ و اشاعه نمود (استاد فرامرز قرا ملکی) و به عبارت دیگر مجموعه ای از کنشها و واکنشهای اخلاقی پذیرفته شده از سوی سازمانها و مجامع حرفه ای است تا مطلوب ترین روابط اجتماعی ممکن را برای اعضای خود در اجرای وظایف حرفه ای فراهم آورد.

اخلاق حرفه‌ای یکی از مسائل اساسی همه جوامع بشری است هر جامعه‌ای نیازمند آن است تا ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای مانند دلبستگی به کار، روحیه مشارکت و اعتماد، ایجاد تعامل با یکدیگر و غیره تعریف و برای تحقیق آن فرهنگ‌سازی کنند.

امروزه بسیاری از کشورها به این بلوغ فکری رسیده‌اند که بی‌اعتنایی به مسائل اخلاقی و فرار از مسئولیت‌ها و تعهدات اجتماعی به از بین رفتن موسسه و سازمان می‌انجامد به همین دلیل بسیاری از موسسات و سازمانهای موفق، برای تدوین استراتژی اخلاقی احساس نیاز کرده و به این باور رسیده‌اند که باید در سازمان یک فرهنگ مبتنی بر اخلاق رسوخ کند، از این رو کوشیده‌اند به تحقیقات درباره اخلاق حرفه‌ای جایگاه ویژه‌ای بدهند. لذا یکی از عمده‌ترین دغدغه‌های مدیران کارآمد در سطوح مختلف چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای عوامل انسانی شاغل در تمامی حرفه‌هاست تا آنها با حس مسئولیت و تعهد کامل به مسائل جامعه و حرفه خود پیردازند و اصول اخلاقی حاکم بر شغل و حرفه خود را رعایت کنند.

ویژگیهای اخلاق حرفه‌ای در افراد مربوط به حوزه فردی بوده اما وقتی از حوزه فردی و شخصی به حوزه کسب و کار گام بر می‌داریم اخلاق کار و یا اخلاق شغلی به میان می‌آید مانند اخلاق پزشکی، اخلاق معلمی، اخلاق مهندسی و نظایر آن در اینجا برای نمونه چگونه ممکن است سیستم یک بیمارستان یا دانشگاه غیر اخلاقی باشد اما از پرستاران بخواهیم اخلاقی باشند. امروزه اخلاق حرفه‌ای نقش راهبردی در موسسات را داشته و متخصصان مدیریت استراتژیک، اصول اخلاقی شایسته در سازمان را از پیش شرطهای مدیریت استراتژیک کارآ دانسته‌اند. در اخلاق حرفه‌ای مسئولیتهای اخلاقی سازمان در قبال محیط داخلی و خارجی است و این متمایز از حقوق کار است، در حالیکه حقوق کار نیز در آن وجود دارد. اصول اخلاق شایسته و کارآ از پیش شرطهای مدیریت استراتژیک کارآست و این اصول موجب بوجود آمدن یک موسسه یا سازمان کارآ می‌شود.

مفهوم اخلاق حرفه ای

اخلاق حرفه‌ای به معنای اخلاق کار و اخلاق مشاغل است.

الف - اخلاق کار (work ethics): اخلاق کار متعهد شدن انرژی ذهنی، روانی و فیزیکی فرد یا گروه به ایده جمعی است در جهت اخذ قوا و استعداد درونی گروه و فرد برای توسعه به هر نحو.

ب - اخلاق حرفه‌ای (professional ethics): یکی از شعبه‌های دانش اخلاقی است که می‌کوشد به مسائل و ارزش‌های اخلاقی حرفه‌های گوناگون پاسخ داده و برای آن قواعد، ضوابط و اصول خاصی در محیط حرفه‌ای

متصور می‌گردد به عبارت دیگر بر اساس وجدان و فطرت خویش در انجام کار حرفه‌ای عمل کنند بدون آنکه الزام خارجی داشته باشند یا در صورت تخلف به مجازات‌های قانون دچار شوند.

مقایسه اخلاق فردی و اخلاق شغلی:

اخلاق فردی مسئولیت پذیری فرد است در برابر رفتار فردی خود صرفاً به منزله یک فرد انسانی، ولی اخلاق شغلی مسئولیت‌پذیری یک فرد است در برابر رفتار حرفه‌ای و شغلی خود به مثابه صاحب یک حرفه، شغل یا پست سازمانی.

ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای

در تعاریف اولیه از اخلاق حرفه‌ای ۲ ویژگی دیده می‌شود:

الف - وجود نگرش اصالت فرد و فردگرایی به محدود بودن مسئولیت‌ها و الزامات اخلاقی فرد در شغل، که به نظر می‌رسد این نگاه به اخلاق حرفه‌ای نوعی تحویلی‌نگری و تقلیل‌گری به اخلاق حرفه‌ای است. زیرا هویت جمعی و سازمانی در نهادهای مشاغل در کسب و کار بس فراتر از شغل فردی اشخاص است. اما در تعاریف امروزی از اخلاق حرفه‌ای تلقی (شما حق دارید و من تکلیف) مبنای هرگونه اخلاق در کسب و کار است. این مبنای رفتار ارتباطی فرد، به صورت اصلی برای ارتباط سازمان با محیط قرار می‌گیرد و سازمان با دغدغه رعایت حقوق دیگران از تکالیف خود می‌پرسد. ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای در مفهوم امروزی آن عبارتند از:

- دارای هویت علم و دانش بودن
- داشتن نقش کاربردی
- ارائه پیشنهادی حرفه‌ای
- بومی و وابسته بودن به فرهنگ
- وابستگی به یک نظام اخلاقی
- ارائه دانش انسانی دارای زبان صریح و بیانی روشن و انگیزشی

ویژگی‌های افراد دارای اخلاق حرفه‌ای

۱- مسئولیت‌پذیری: در این مورد فرد پاسخگو است و مسئولیت تصمیم‌ها و پیامدهای آنرا می‌پذیرد، سرمشق دیگران است. حساس و اخلاقمند است، به درستکاری و خوشنامی در کارش اهمیت می‌دهد، برای اجرای تمام مسئولیت‌های خویش کوشاست و مسئولیتی را که برعهده می‌گیرد با تمام توان و خلوص نیت انجام می‌دهد.

۲- برتری جویی و رقابت طلبی: در تمام موارد سعی می‌کند ممتاز باشد، اعتماد به نفس دارد، به مهارت بالایی در حرفه خود دست پیدا می‌کند، جدی و پرجار است، به موقعیت فعلی خود راضی نیست و از طرق شایسته دنبال ارتقاء خود است ولی سعی نمی‌کند به هر طریقی و از هر راهی در رقابت برنده باشد.

۳- صادق بودن: مخالف ریاکاری و دورویی است، به ندای وجدان خود گوش فرا می‌دهد، در همه حال به شرافتمندی توجه می‌کند، شجاع و با شهامت است.

۴- احترام به دیگران: به حقوق دیگران احترام می‌گذارد، برای نظراتشان ارزش قائل است، خوش قول و وقت شناس است، به دیگران حق تصمیم‌گیری می‌دهد، تنها منافع خود را ارجح نمی‌داند.

۵- رعایت و احترام نسبت به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی: برای ارزش‌های اجتماعی احترام قائل است، در فعالیت‌های اجتماعی مشارکت می‌کند، به قوانین اجتماعی احترام می‌گذارد، در برخورد با فرهنگ‌های دیگر متعصبانه عمل نمی‌کند.

۶- عدالت و انصاف: طرفدار حق است، در قضاوت تعصب ندارد، بین افراد از لحاظ فرهنگی، طبقه اجتماعی، اقتصادی، نژاد و قومیت تبعیض قائل نمی‌شود.

۷- همدردی با دیگران: دلسوز و رحیم است، در مصائب دیگران شریک می‌شود و از آنان حمایت می‌کند، به احساسات دیگران توجه می‌کند، مشکلات دیگران را مشکل خود می‌داند.

۸- وفاداری: به وظایف خود متعهد است، رازدار و معتمد دیگران است.

تنوع مسئولیت‌پذیری اخلاقی در زندگی فردی و اجتماعی :

میدانیم که اخلاق حرفه‌ای تنها مسئولیت اخلاقی در حریم شغلی و سیستم سازمان را تبیین میکند نه همه‌ی حریم‌های مسئولیت‌پذیری اخلاقی را، اما از آنجا که امکان جدا سازی قلمروهای مختلف دیگر وجود ندارد و از طرفی این نوع مسئولیت‌پذیری با سایر قلمروها در تعامل و ارتباط مستقیم بوده و از همه مهمتر موفقیت و کامیابی سازمان در رعایت و ملاحظه تمام حریم‌هاست .

۱- مسئولیت اخلاقی در حریم خصوصی

فرد همیشه در تعامل با خویش است و اینگونه نیست که در حریم شخصی مستقل و رها از هر قید و بند و هر باید و نبایدی باشد .

۲- مسئولیت اخلاقی در حریم خانواده

خانواده یک نهاد بنیادی اجتماعی است ، و به لحاظ قلمرو تابع اعضاء و سازمان داخلی آن است ، هر یک از اعضاء در قبال یکدیگر و در حفظ حریم خانواده و قوام و دوام آن مسئولیت دارند .

۳- مسئولیت اخلاقی در حریم شغلی

شغل هر کس ، در واقع یکی از ابعاد زندگی اوست ، هر کس در هر شغلی دارای مسئولیت اخلاقی است ، مسئولیت نسبت به مراجعین ، مشتریان ، همکاران ، کار آموزان ، ذینفعان ، همسایگان و مجاورین ، محیط اطراف ، مدیران بالادست ، مدیران پایین دست ، و....

۴- مسئولیت اخلاقی در حریم سازمان

سازمان حقوقی دارد و اعضاء سازمان در برابر آن وظیفه دارند ، عضویت در سازمان مسئولیت آور است و از طرفی سازمان نیز بعنوان یک شخص حقوقی در قبال اعضای خود و سایر عناصر محیط درونی و بیرونی مسئولیت دارد .

۵- مسئولیت اخلاقی در حریم اجتماع

امروزه رعایت اخلاق شهروندی ضلع مهمی از اخلاق زندگی اجتماعی است، حفظ منافع ملی، توسعه شهری و کشوری، قانون پذیری، پرداخت مالیات، امانت داری، احترام و تکریم دیگران، نظم پذیری، پاکیزگی، امنیت روانی، مشارکت پذیری و همیاری و.... نمونه هایی از مسئولیت اخلاقی در جامعه است.

۶- مسئولیت اخلاقی در محیط زیست

انسان ها در زندگی با محیط زیست طبیعی و گیاهی و حیوانی در تعامل اند و از آنها بهره می برند، پس ناگزیر به رعایت مسئولیت اخلاقی در این زمینه و رعایت الزامات محیط زیست می باشند. ما امانت دارانی هستیم که رسم امانت داری اقتضا می کند از هر گونه افراط و تفریط در برخورداری از منابع طبیعی خود داری کنیم.

۷- مسئولیت اخلاقی در حریم الهی

همه ما مخلوق خداییم و تمام عالم هستی در منظر و محضر خداوند متعال قرار دارد و خداوند برای بسیاری از اعمال ما گناهی منظور ننموده اما ما باید در این حریم رعایت ادب نموده و نسبت به خود و سایر مخلوقات الهی به مسئولیت اخلاقی خود توجه نموده و به مقررات نوشته و نانوشته آن پای بند باشیم.

نظام های اخلاقی عمده

اخلاق حرفه ای در تفکر سنتی طی زمانهای مختلف تغییر یافته و به طور کلی بیش از ۵ نظام عمده اخلاقی امروزه در بیان اخلاق حرفه ای استفاده می شود.

ملاک مقبولیت این ۵ نظام در میان ده ها نظریه و نظام اخلاقی، توانایی آنها در بیان سیستماتیک فضائل و رذایل اخلاقی، ارائه نظام سازگار، فراگیر و کارآست. این ۵ نظام اخلاقی عمده عبارتند از:

۱- نظام فایده گرا ۲- نظام وظیفه گرا ۳- نظام عدالت گرا ۴- نظام آزادی گرا ۵- نظام خیرگرا (زیباگرا، نظام دینی)

چهار نظریه نخست در واقع اصول راهبردی اخلاق را ملاک نهایی می انگارند، اما در نظریه آخر خداوند متعال برترین زیبایی و مشخص کننده ملاک نهایی اخلاق است.

۱- نظام فایده گرا (سود/نگاری): در این نظام بالاترین سود برای بیشترین افراد همراه با کمترین زیان مورد نظر است. مطلوبیت یعنی خوب و بد بودن براساس نتیجه و آثار (حسن فعلی) و نه نیت اشخاص (حسن فاعلی). این نظام از تئوری های غایت گرایی (نتیجه گرا) است که توسط "جان استوارت میل" ارائه شده است. در این مدل انسان و هر موجود زنده با محیط، بده بستان دارد. پس اشیاء و حوادث در غالب سرمایه دیده می شود این است که انسان، بی دغدغه هزینه فراوان انجام نمی دهد که سودی نداشته باشد. بر این اساس موسسه ای که اعتماد محیط را سرمایه بزرگ تلقی می کند، هرگز آنرا به راحتی از دست نمی دهد. فایده گرایی از نظر مفهومی به بهره وری نزدیک است. بالاترین سود با کمترین هزینه برای بیشترین مردم. اما در هر حال این ملاک نمی تواند ملاکی فراگیر برای همه اقدامهای اخلاقی باشد زیرا ممکن است امکان استثمار را فراهم نماید.

۲- نظام وظیفه‌گرا: نظام وظیفه‌گرا را "امانوئل کانت" مطرح ساخت. او منتقد جدی فایده‌گرایی بود. کانت فلسفه اخلاق محض را کاملاً منزّه از هر چیز تجربی می‌دانست و معتقد بود هنجارهای اخلاقی را نمی‌توان بر تجربه بنیان نهاد. کانت بر این باور بود که نباید فقط به آثار افعال (نتیجه‌گرایی) نگاه کرد. او معتقد بود فعل اخلاقی مستلزم انتخاب وظیفه است که با مقاومت درونی ما در برابر خواسته‌ها و تمایلات طبیعی و نفسانی همراه است. کانت وظیفه و تکلیف را ملاک اخلاقی بودن می‌دانست.

۳- نظام عدالت‌گرا: نظریه‌پردازان عدالت فراگیر معتقدند کانت اخلاق را بصورت کاربردی بی‌روح از عقل درآورده است. اینان از ملاک‌های فردگرایانه در اخلاق دوری جستند و بر نقش بنیادین و اساسی عدالت اجتماعی تأکید کرده‌اند. علامت فراگیر که بر بهره‌مندی عادلانه تکیه می‌کند بی‌تردید از مهم‌ترین اصول راهبردی اخلاق است و در آموزه‌های دینی نیز آمده است، اما ملاک نهایی اخلاق نیست، زیرا همه احکام اخلاقی مثل ایثار، عشق و تفضل را پاسخ نمی‌دهد.

۴- نظام آزادی‌گرا: طرفداران این نظریه نخستین نیاز آدمی را آزادی می‌دانند نه عدالت، پس ملاک نهایی ارزشها را آزادی می‌دانند. اما تعریف دقیق آزادی مشکل است. به تعبیر "اسپینوزا" آزادی در گرو انگیزه‌های فعال و درونی برخاسته از بصیرت آدمی نسبت به هستی است.

۵- نظام خیرگرا (زیباگرا - نظام دینی): در نظام اخلاقی دینی ملاک نهایی اخلاق، خدا و تقرب به او و رضایت اوست. تمام ادیان آسمانی خداوند را ملاک نهایی اخلاق دانسته‌اند. خدا زیبای محض است و معنابخش زیبایی و خیر مطلق است و نیز آفریننده هر امر خیر.

با خدا می‌توان تکالیف انسان را معنادار کرد، چون خدا مطلق و نامشروط است. لذا محتاج ملاک دیگری برای ارزش یافتن نیستیم. پس شاخص خوب، رفتار نزدیک کننده به خدا و شاخص بد، رفتار دور کننده از خداست. در نظام اخلاقی دینی رضایت خدا همه ملاک‌های عدالت و آزادی و رساندن بیشترین سود را در برمی‌گیرد. رضایت و عدم رضایت خدا هر دو بعد نیت و مقاصد (حسن فاعلی) و آثار و نتایج (حسن فعلی) را فرا می‌گیرد و علاوه بر تعریف باید‌ها، به آنها قداست هم می‌بخشد. قدسی بودن ارزش‌ها ضامن اجرائی اخلاق است.

مهم‌ترین اصول راهبردی در کاربرد اخلاق حرفه‌ای اسلامی

در اخلاق حرفه‌ای اسلامی، ملاک نهایی اخلاق همانا خواست خداوند یعنی خیر مطلق است. مهم‌ترین اصول راهبردی که به منزله منشأ شکل‌گیری مولفه‌های کاربردی در اخلاق حرفه‌ای اسلامی محسوب می‌گردند، عبارتند از: کرامت انسانی، آزادی فردی، عدالت اجتماعی که در مفهوم عام یعنی قرارداد هر امری در جایگاه شایسته آن و امانت‌ورزی بصورت امانت داری و بینش امانت‌نگری که از میان اصول گفته شده آخرین و مهم‌ترین اصل است.

مفهوم امانت‌داری در کسب و کار قابل تجزیه به ۳ پرسش است: اولاً چه چیزی در کسب و کار، مورد امانت قرار می‌گیرد، ثانیاً منظور از امانت‌داری در قبال آن امور چیست؟ ثالثاً صاحبان امانت کیستند؟ البته امانت‌داری

در حرفه نمی‌تواند به معنای عدم تصرف باشد، زیرا تصرف و بکارگیری آن مایه دوام و قوام کسب و کار است. ضمناً تصرف در حرفه و کسب و کار ۲ گونه است: امانت دارانه و غیرامانت دارانه. در این زمینه تصرف امانت دارانه استفاده بهینه و شایسته است. ضامن امانت‌داری در نگرش اسلامی، این بینش است که عالم همه محضر خداست. با این نگاه فرد با بصیرت ایمانی به امانت‌نگری در جهان هستی می‌رسد و همه چیز، از جمله خود را امانت خداوند می‌داند. پس در مواجهه با همه چیز و در استفاده از همه امور، راه امانت‌داری را می‌پیماید و چنین دوراندیشی و احتیاطی تقواست.

اصول منشور اخلاقی در اسلام، در همه حرفه‌ها مشترک است، ولی تفاوت حرفه‌ها در فرعیات است. بدین ترتیب، اصولی را که از منابع اسلامی بدست می‌آید، می‌توان در تمامی حرفه‌ها جاری ساخت. پس باید به اصول اخلاق بصورت سازمانی و ساختار یافته توجه نمود.

عوامل پایه‌ای و اساسی در اخلاق حرفه‌ای (از نظر "زیونئس")

۱- استقلال حرفه‌ای اخلاق علمی

۲- خود فهمی حرفه‌ای

۳- عینیت گرایی، بی‌طرفی و عدم جانبداری

۴- فراتر رفتن از مفهوم معیشتی

۱- استقلال حرفه‌ای/ اخلاق علمی: این عامل مانند اخلاق در هر نظام حرفه‌ای دیگر باید منعکس کننده هنجارهای درونی حرفه و احساس تعهد اخلاقی از سوی خود حرفه‌ای‌ها و نهادهای تخصصی آنها باشد، نه آنکه در غالب باید‌ها و نبایدهای اخلاقی به آنها تحمیل و قبولانده یا گوشزد شود.

برای مثال، یک مدیر باید در حرفه خود مسائلی مانند صداقت، دقت، قابل اعتماد بودن، گشوده بودن به فضای انتقاد و ارزیابی، احترام به زیردستان و اطرافیان، توجه به حریم خصوصی و مسأله حفظ اسرار افراد را سرلوحه خویش قرار دهد.

۲- خودفهمی حرفه‌ای: پایه و اساس اخلاق، خود فهمی حرفه‌ای است. افراد تنها از کار و فعالیت حرفه‌ای خود، فلسفه آن و نسبتش با زندگی مردم است که به درک اخلاقی از آن نائل می‌شود و در نتیجه در مناسبات خود با طبیعت و جهان پیرامون خود؛ نوعی احساس درونی از تعهد به آن ارزشها پیدا می‌کنند.

۳- عینیت گرایی، بی‌طرفی و عدم جانبداری: از مهم‌ترین اصول اساسی که در اغلب اسناد و مباحث مربوط به اخلاق حرفه‌ای علمی مورد تأیید قرار می‌گیرد، رعایت عینیت گرایی و بی‌طرفی است، فردی که اخلاق حرفه‌ای را در زندگی شغلی‌اش به کار می‌گیرد نباید جانبداری غیرعقلانی نسبت به منبعی که دارای صفات غیراخلاقی است نشان دهد.

۴- فراتر رفتن از مفهوم معیشتی: تا زمانی که فردی درگیر مسائل فیزیولوژیکی باشد، توجه به مسائل دیگر کم‌رنگ‌تر خواهد بود، معنای اخلاق حرفه‌ای با عقود از مفهوم معیشتی آن به عرصه ظهور می‌رسد.

زمانیکه افراد در فعالیت و کسب و کار حرفه‌ای خود از سطح گذران زندگی فراتر می‌آیند، دست کم سه سطح دیگر از فعالیت‌های علم و فناوری برای آنها معنا می‌یابد: ۱- احساس کارآیی، اثربخشی و تولید کیفیت بعنوان ارزش افزوده ۲- احساس خدمت به مردم و مفید واقع شدن ۳- احساس رهاسازی از طریق توزیع مجدد فرصت‌ها و نقد و بررسی قدرت.

ضرورت ترویج اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها و موسسات

توسعه سازمانی تلاشی پیگیر، منسجم و کاملاً برنامه‌ریزی شده است که به منظور بهبود و نوسازی سیستم صورت می‌گیرد. هدف از توسعه سازمانی، هم بهبود زندگی شغلی فرد است و هم بهبود کارکرد سازمان. با توجه به اهمیت اخلاق حرفه‌ای در توسعه سازمان، لازم است در تعیین اثربخشی و هدایت منابع از جمله منابع انسانی به میزان آموزش اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها و موسسات توجه شود. البته در زمینه مذکور جهل و ناآشنایی کارکنان از موضوع اخلاقیات شغل و سازمان از مهم‌ترین موانع تغییر رفتار اخلاقی به شمار می‌رود. لذا با توجه به اینکه امروزه هیچ موسسه و سازمانی قادر نیست بدون آموزش توسعه یابد، لازم است در سازمان‌ها علاوه بر آموزش تخصص‌ها و مهارت‌های مورد نیاز هر شغل به کارکنان، ایجاد روحیه تعاون، کار مشترک و دسته جمعی و به‌ویژه اخلاق اداری و سازمانی جزو برنامه‌های آموزش در سازمانها و موسسات قرار گیرد.

آموزش‌های لازم در خصوص ترویج اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها و موسسات

بدین منظور شیوه‌های مختلفی برای آموزش اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها و موسسات بوجود آمده که یادگیری مستقیم رایج‌ترین آنهاست اما تجربه نشان داده است که این شیوه به تنهایی، کارایی لازم را ندارد. لذا با توجه به اینکه ترویج اخلاق در سازمان به معنای یادگیری سبک خاصی از زندگی سازمانی است، باید به شیوه‌های غیرمستقیم مانند آموزش‌های ضمن عمل و آموزش‌های اجتماعی و فرهنگی توجه بیشتری نمود. ضمناً به منظور تعیین محتوای آموزشی، سازمان باید نیازهای آموزشی را از مقایسه میان وضع موجود و وضع مطلوب مشخص کند. برای تعیین وضع موجود یعنی میزان پابندی کارکنان به اخلاق حرفه‌ای سازمان، و حتی برای تعیین وضع مطلوب یعنی دیدگاه کارکنان بعنوان افرادی آگاه به شرایط سازمانی جهت ارائه مؤلفه‌هایی کاربردی لازم است، از تحقیقات درباره اخلاق حرفه‌ای توسط موسسه و سازمان حمایت شود. منشور اخلاقی همه سازمان یا موسسه از اشتراک عمومی همه اعضاء سازمان در مورد اصول و قواعد اخلاقی خاص لازم برای بهبود و توسعه سازمان بدست می‌آید.

در صورتی که اگر بخواهیم ارزش‌های خاصی را به‌صورت پذیرش همگانی درآوریم، ابتدا باید از توسعه آگاهی‌ها و دانش‌های مربوطه شروع کنیم و سپس به تدریج، نگرش‌ها را تغییر داده و در نهایت رفتارها را به عنوان خروجی تحت تأثیر قرار دهیم.

وظایف مدیران در اخلاقی کردن سازمان‌ها

یکی از صاحب‌نظران اخلاق بنام پنیو اعتقاد دارد که اخلاق حرفه‌ای رشته‌ای از دانش اخلاق است که ضمن مطالعه‌ی ارتباط شغل‌ها، به بیان مسئولیت‌های اخلاقی سازمان، تشخیص و حل مسائل اخلاقی در حرفه‌ها و کسب و کارهای گوناگون می‌پردازد.

مهمترین وظایف مدیران در اخلاقی کردن سازمان از نظر پنیو عبارتند از:

- ۱- ارزش‌یابی عملکردهای اخلاقی کارکنان
- ۲- اخلاقی کردن هدف‌های سازمان
- ۳- اشاعه ارزش‌ها و مسائل اخلاقی در سازمان
- ۴- اخلاق‌ورزی در زندگی شخصی
- ۵- اهمیت دادن به اخلاق حرفه‌ای در شغل
- ۶- برخورد عقلانی و وروش‌مند در مواجهه با مشکلات اخلاقی پیش آمده در سازمان و اقدام برای برطرف کردن آنها
- ۷- عنایت خاص به آموزش اخلاق حرفه‌ای
- ۸- تهیه و تدوین منشور اخلاقی مربوط به سازمان، با مشارکت همه اعضای سازمان

عوامل روان‌شناختی مرتبط با اخلاق در کسب و کار

یکی از ابعاد بسیار مهم اخلاق کار، بُعد روانشناختی آن است، زیرا اخلاق، متغیری است که آگاهی و اراده فردی در آن نقش محوری ایفا می‌کند، بسیاری از اندیشمندان برای بهبود اخلاق کار، بر نظریه‌های رفتاری تأکید داشته‌اند. هرگاه فردی کار اخلاقی انجام داد و از سوی جامعه تشویق شد، احتمال انجام کارهای اخلاقی دیگر تقویت می‌شود، تا جائیکه کار اخلاقی بصورت ارزش‌های درونی وی در می‌آید. بدین ترتیب برنامه‌ریزان کلان‌کشوری قادر خواهند بود اخلاق کار را در افراد جامعه نهادینه کنند، زیرا تغییر مدیریت اساساً در شیوه‌های انگیزش افراد در محیط‌های کاری و نحوه پاداش‌های مادی آنها تأثیر می‌گذارد که ابعاد اقتصادی و روانی اخلاق کار محسوب می‌شوند.

از خود بیگانگی بعنوان یکی از عوامل روانشناختی مرتبط با اخلاق در کسب و کار

در نظام پیشه‌وری، رابطه‌ی موجود بین کارگر و کارفرما شخصی بود و این رابطه ایجاب می‌کرد که کارگر و کارفرما در مقابل یکدیگر دارای تعهدات و وظایفی گسترده‌تر از آنچه امروز انتظار می‌رود باشند. اما تولید کارخانه‌ای در وضعیت اجتماعی همه کارگران، تغییرات اساسی بوجود آورد و بر مهارت‌های پیشه‌ای و روابط کار، اثر عمیقی گذاشت. بدین ترتیب نیروی کار در یک کارگاه یا کارخانه متمرکز و محل زندگی و کار از یکدیگر جدا شد. کارگران می‌بایست از نظم که کارفرما اعمال می‌کرد، یعنی ساعات و سرعت کار منظم تبعیت می‌کردند و اگرچه از نظر حقوقی آزاد بودند ولی از نظر اقتصادی و اجتماعی وابسته و تابع بودند. بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند از خود بیگانگی افراد می‌تواند تأثیر مستقیمی

بر میزان علاقه، دقت، مسئولیت، ابتکار و مولد بودن آنها داشته باشد. اخلاق کار، قواعد و زمینه‌های برانگیزاننده و فعال شده تعهد ذهنی، روانی و فیزیکی فرد یا گروه است.

بدیهی است که یک ذهن از خود بیگانه، نمی‌تواند زمینه‌ای مناسب برای انگیزه و تعهدات اخلاقی و فیزیکی از خود بروز دهد. کاهش اخلاق کار منجر به کاهش مسئولیت پذیری می‌شود. عدم تعهد ذهنی و فیزیکی از خود بیگانگی، صنعتی شدن جوامع و تأثیر آن بر اخلاق کار، تغییراتی بنیادی در ساختار جامعه پدید می‌آورد.

مهمترین ضرورت اجرای قوانین در خصوص رعایت قواعد اخلاقی

بدیهی است مهمترین قاعده اخلاق حرفه‌ای، ضرورت اجرای قوانین، بویژه قوانین مربوط به مبارزه با فساد مالی و تقلب‌های تجاری و اداری است. در چنین مواردی سازمان‌های انضباطی مجری اخلاق حرفه‌ای، بر اقدام‌های متقلبانه و سوء استفاده‌های اعضاء حرفه‌هانظارت می‌کنند و حتی بدون داشتن دلایل کافی و به استناد مدارک و اطلاعات موثق دیگر، اعضاء متخلف را مشمول مجازات‌های انضباطی قرار می‌دهند. طبیعی است تغییر اشخاص به منظور اعمال مجازات انضباطی مانع پیگیری کیفری نیست و سازمان‌های حرفه‌ای هرگاه بدلائل قانونی مجرمانه پی ببرند، معمولاً این دلایل و مدارک را به مراجع ذیصلاح تسلیم می‌کنند.

مشکلات و موانع اخلاق حرفه‌ای

ارزش‌مداری به جای مسئله محوری

یکی از عمده‌ترین مشکلات و موانع اخلاق حرفه‌ای، ارزش‌مداری بجای مسئله محوری است. برخی صاحب‌نظران معتقدند بسیاری از مشکلات و موانع اخلاق حرفه‌ای ناشی از نگرش سنتی ما به اخلاق است. ما در نگرش سنتی خود به معضلات اخلاقی، صرفاً فضیلت محور یا ارزش‌مدار می‌نگریم نه به صورت مسئله محور. جهت‌گیری ما فضیلت‌گرایانه است، نه کارآمد. ورود ما به معضل اخلاقی صرفاً جنبه موعظه‌ای، تبشیری و اندازی دارد، در حالیکه برخورد صحیح و مؤثر با معضلات اخلاقی به تخصص و مهارت نیاز دارد. رویکرد فضیلت‌گرایانه ما را وادار می‌دارد تا در مواقع رویارویی با معضلات اخلاقی، صرفاً احکام و فضیلت‌های اخلاقی را یادآوری کرده و بر آن اصرار کنیم. در حالیکه فضیلت‌گرایی در واقع یک رویکرد نیست بلکه یک موضع‌گیری و نهایتاً یک نوع نگرش است. باید بدانیم رویکرد، غیرشخصی و روش‌مند بوده و ناظر بر درک درست از مسئله و در نهایت حل معضل است. همچنین رویکرد، مبتنی بر توصیف علت و معلول یک موضوع است و در مسیر خود از معیارها و ابزارهای علمی و قابل سنجش بهره می‌گیرد. اما نگرش، موضع‌گیری شخصی است و اساساً ناظر بر حل مسئله نیست.

پیامدهای غفلت از عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای

در دانش مدیریت، این مسئله کاملاً روشن است که عوامل محیطی خارج از سازمان به ویژه عوامل محیط جهانی کمتر در دسترس سازمان بوده و امکان تأثیرگذاری یا کنترل این دسته عوامل تقریباً ناممکن است. اما با وجود این، در مقام تحلیل مسائل داخلی سازمان نباید از آن غافل شد. کمترین فایده‌ای که درک این عوامل دارد، این است که ما را در درک استراتژی و خط‌مشی سازمانی، واقع بین‌تر و در نتیجه موفق‌تر خواهد کرد. در حوزه اخلاق حرفه‌ای نیز لااقل جهت بیان و تحلیل معضلات اخلاقی سازمان، از عوامل فردی، سازمانی و محیطی نباید غفلت کرد. غفلت از این عوامل در تحلیل و بیان علل معضل اخلاقی ما را دچار تحویلی‌نگری و غیرواقع‌گرایی می‌کنند.

سه جنبه عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای از نظر پنیو: (جنبه فردی، جنبه سازمانی، جنبه محیطی)

۱- جنبه فردی: یعنی ویژگی‌ها و خصوصیات فردی، ارزش‌های مذهبی، ملاک‌های شخصی، عوامل خانوادگی، باورها و اعتقادات و شخصیت، از جمله عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای از جنبه فردی هستند. مسلماً فردی که فاقد صلاحیت‌های اخلاقی شایسته از لحاظ فردی باشد، از معیارهای اخلاق حرفه‌ای مناسبی نیز برخوردار نخواهد بود.

۲- جنبه سازمانی: عواملی مثل رهبری، مدیریت، ارتباط با همکاران، ارتباط با زیردستان و فرادستان، نظام تشویق و تنبیه، انتظارات همکاران، قوانین و مقررات و رویه‌ها، جو و فرهنگ سازمانی در این حیطه قرار می‌گیرند. بدیهی است که نامطلوب بودن عوامل مزبور عامل تهدید کننده اخلاق حرفه‌ای خواهد بود و بالعکس.

۳- جنبه محیطی: عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و همچنین دیگر سازمان‌ها و عوامل رقابتی بین آنها، از جمله عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای است.

سایر عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای سازمان‌ها

علاوه بر عوامل کلی و پیش گفته شده کمبود امکانات و ابزار کار، نامناسب بودن ابزار، فضای نامناسب کاری، حجم کاری مازاد بر توان کارمند یا کارگر، محیط شلوغ مؤسسه یا سازمان بر معضلات اخلاقی دامن می‌زنند. بی‌ثباتی اقتصادی، سیاسی، معضلات فرهنگی تاریخی که به شدت با فرهنگ مشارکتی و کار تیمی ناسازگار است آموزش‌های نادرست اجتماعی مانند مسئولیت‌گریزی و تنبلی در کار را نوعی زرنگی تلقی کردن، وضعیت نابرابر رقابت جهانی که تهدید کننده اخلاق کسب و کار است و سایر عوامل شبیه به این، بدون شک در وضعیت اخلاقی سازمان تأثیرگذار است.

مفهوم تحویلی نگری در اخلاق حرفه‌ای

تحویلی نگری یعنی ارجاع هر پدیده به امری فروتر از آنچه واقعاً هست و درک وجهی از آن به جای ریشه و حقیقت آن پدیده. منطق دانان مسلمان، شکل ساده مفهوم تحویلی نگری را مغالطه (مغلطه کردن) می‌نامند. تمثیل فیل در یکی از داستان‌های مثنوی معنوی (فیل در خانه تاریک) برای آشکار کردن خطای تحویلی نگری مطرح شده است. یعنی نگرشی که سیستم را بدون در نظر گرفتن زیر سیستم‌های تشکیل دهنده آن توصیف و بیان می‌کند و ارتباط بین آنها را در نظر نمی‌گیرد. تحویلی نگری تصور ناقص و نادرستی از اخلاق حرفه‌ای است که آثار زیان بار فراوانی دارد، به گونه‌ای که آن را از موانع عمده رشد اخلاقی در سازمانها دانسته‌اند. هر کسی، متناسب با تصور خود از یک فعالیت به آن می‌پردازد. تصویری که از مقصد داریم راه و ابزار ما را تعیین می‌کند. مدیران، متناسب با تصورشان از اخلاق حرفه‌ای به ترویج آن می‌پردازند که این تصور ناقص مانع ترویج اخلاق در فرهنگ سازمانی می‌شود.

ابعاد زیان بار تحویلی نگری در اخلاق حرفه‌ای

برخی از صاحب نظران معتقدند، تحویلی نگری در اخلاق حرفه‌ای ابعاد فراوانی دارد که به برخی ابعاد زیان بار آن اشاره می‌کنیم:

الف - تحویل اخلاق حرفه‌ای به قانون، مقررات و آیین نامه ها:

قانون نسبت پیچیده ای با اخلاق حرفه‌ای دارد. بیشتر قانونها ابتدا اخلاقیات بوده‌اند و به تدریج برای برخورداری از حمایت کیفری از اخلاق، به صورت قانون درآمده‌اند. اخلاق، روح قانون است و ضمانت اجرایی آن بدون قوانین و مقررات است، اخلاق دامنه‌ای بسیار فراگیرتر از قانون دارد و تعهدات اخلاقی در سطح عمیق‌تری از مناسبات حرفه‌ای تأثیرگذار است.

ب - تحویل مسئولیتهای اخلاقی در حرفه به مسئولیتهای حرفه‌ای:

حرفه‌ای بودن در انجام وظایف شغلی، خود امری اخلاقی است اما اخلاق حرفه‌ای بسیار فراتر از مسئولیتهای حرفه‌ای فرد است. در موارد بسیاری اکتفا کردن به شرح وظایف شغلی سبب برخورد حداقلی در اقدام خاص می‌گردد. در حالیکه مسئولیت اخلاقی، فرد را به اقدام بالاتر و بیشتر در مواردی همراه با فداکاری بر می‌انگیزد. مثلاً مسئولیت حرفه‌ای، مدیر را مجاز می‌داند که سود سال مالی را تا نیمه دوم سال بعد به تعویق بیندازد. اما مسئولیت اخلاقی، وی را به تسریع در تقسیم سود سهامداران ملزم می‌نماید.

ج - تحویل اخلاق حرفه‌ای به هنجارهای رایج در مشاغل: در هر شغلی الفاظ و گویشی حاکم

است و یکی از عناصر آن، هنجارها و آداب رایج در آن شغل است. به دلیل این گویش است که می‌توان از زبان مدیران راه و روش استادان و آداب صاحبان مشاغل سخن گفت. اخلاق حرفه‌ای را نباید همان هنجارهای رایج در حرفه دانست. هنجارها وابسته اند و جهان شمول نیستند، هنجارها می‌توانند اخلاقی و یا ضد اخلاقی

باشند. برای مثال، کم کاری می تواند در محیطی بصورت یک هنجار شغلی درآید در حالیکه کم کاری در هیچ نظام اخلاقی پسندیده نیست و در فرهنگ اسلامی به منزله مصداقی از کم فروشی نکوهیده شده است.

د - تحویل اخلاق حرفه ای به مسئولیتهای اخلاقی منابع انسانی: اخلاق در سازمانها را با دو رهیافت می توان بررسی کرد:

۱- رهیافت مدیریت منابع انسانی که بر اخلاقی بودن افراد در مشاغل تأکید می کند و غالباً در منابع اخلاق و آداب حرفه ای، با اخلاق مدیران، اخلاق پزشکان، اخلاق مهندسان و ... می توان مواجه شد.

۲- رهیافتی که بر این عقیده است که منابع انسانی در کنار سایر مؤلفه ها و عناصر، بخشی از هویت سازمانی است و رفتار اخلاقی منابع انسانی در گرو عملکرد اخلاقی سازمان است. سازمان از افراد تشکیل می شود ولی سازمان به منزله شخصیت حقوقی هرگز جمع جبری اشخاص حقیقی نیست. این تلقی که سازمانچیزی جز افراد نیست، تلقی تحویلی نگر است.

سازمان اخلاقی سازمانی است که اهداف، وظایف و ساختار خود را به ممیزی اخلاقی بسپارد و مناسبات سازمانی خود را با همه عناصر محیط داخلی و خارجی گروهای ذینفع، اخلاقی کند.

هـ - تحویل منشور اخلاقی سازمان به اصول اخلاقی:

منشور اخلاقی سازمان متضمن مسئولیتهای اخلاقی سازمان یا موسسه در قبال حقوق عناصر محیط داخلی و خارجی موسسه است. منشور همانگونه که از معنای لغوی آن پیداست، چند وجهی است و هر وجه آن بیانگر خط مشی اخلاقی مؤسسه در قبال یکی از گزاره های ذینفع در محیط آن است. خط مشی اخلاقی شرکت یا مؤسسه در قبال مشتریان، خط مشی اخلاقی شرکت در قبال رقیبان، سهامداران، تأمین کنندگان، شهروندان، محیط زیست. برخی از سازمانهای اخلاقی، بجای تدوین منشور چند وجهی اخلاقی فقط به بیان تضمینی چند شعار کلی اکتفا می کنند. چنین بیاناتی بصورت کالای تضمینی در می آیند و در مواردی مانع ترویج اخلاق حرفه ای در سازمان می شود.

و - تحویل منشور اخلاقی سازمان به عهدنامه اخلاقی حرفه ها:

هر حرفه ای را عهدنامه ای است که صاحبان حرفه در مناسبات شغلی به آن پایبند می شوند. عهدنامه پزشکان، وکلا، حسابرسان و ... از این قبیل است. عهدنامه اخلاقی در اخلاقی سازی حرفه نقش عمده ای دارد، اما جهت گیری فردگرایانه در آن وجود دارد و افراد را در حرفه خاصی مورد خطاب قرار می دهد، در حالیکه منشور اخلاقی سازمان، جهت گیری سازمانی دارد و به اخلاقی سازی سازمان یا موسسه می پردازد. این گمان که منشور اخلاقی سازمان چیزی جز عهدنامه اخلاقی نیست، نوعی نگرش تحویلی نگری است. اما امروزه سازمانها و مؤسسات، درگیر مشاغل مختلفی هستند و مناسبات حرفه ای شان چندگانه است. بنابراین منشور اخلاقی سازمان بسیار فراتر و پیچیده تر از عهدنامه اخلاقی است.

پیشگیری و درمان تحویلی‌نگری

برای پیشگیری تحویلی‌نگری در ترسیم مسئولیتهای اخلاقی بنگاههای کسب و کار تدوین سند جامع اخلاقی موسسه یا سازمان از نظر برخی صاحب‌نظران توصیه شده است این سند متضمن اصول اخلاقی، منشور اخلاقی سازمان و عهدنامه اخلاقی کارکنان و مدیران است. برای درمان معضل تحویلی‌نگری باید اخلاق حرفه‌ای را بسیار گسترده‌تر از قوانین و مقررات، مسئولیتهای حرفه‌ای، هنجارهای جاری مشاغل، مسئولیتهای اخلاقی منابع انسانی، اصول اخلاقی و عهدنامه‌های اخلاقی حرفه‌ها در نظر گرفت.

تدوین سند جامع اخلاقی شرکتها و موسسات که به روش پویا و چالش‌روشمند رهیافت‌ها تهیه می‌شود راه حل مناسبی برای این معضل بنظر می‌رسد.

ضرورت رعایت اخلاق حرفه‌ای و ضمانت اجرای مقررات آن در سازمان‌ها و مؤسسات بعنوان تضمین رشد و بقا سازمان

رعایت اخلاق حرفه‌ای در سازمان، امری لازم و ضروریست تا سازمان از یک سو، جامعه را دچار تعارض نکند و از سوی دیگر با اتخاذ تصمیمات منطقی و خردمندانه منافع بلندمدت خود را تضمین کند. آن چیزی که در مواجهه با مفهوم اخلاق حرفه‌ای باید مدنظر ما قرارگیرد، این است که ابتدا اخلاق حرفه‌ای در برگیرنده اخلاق فردی و اخلاق شغلی است، اما از هر ۲ فراتر رفته و به سازمان به منزله یک مجموعه حقوقی نظر می‌کند.

دوم آنکه امروزه رویکردی استراتژیک نسبت به مسئله اخلاق حرفه‌ای پیدا شده و به همین دلیل مسئولیت معنوی شرکت به مدیران استراتژیست سپرده می‌شود، نه به واحد پرسنلی و نه حتی به مدیران اجرایی. سوم آنکه در حوضه اخلاق باید ۲ نوع رویکرد "فضیلت‌گرایانه" و "مسئله‌محور" را از یکدیگر تفکیک کرد. نگرش سنتی به معضلات اخلاقی صرفاً فضیلت‌محور است نه مسئله‌محور در حالیکه آنچه از معضلات اخلاقی سازمان یا موسسه گره‌گشایی می‌کند، رویکرد مسئله‌محور است چون معضل اخلاقی، یک مسئله است و برای حل اثربخش آن نیازمند کسب تخصص و مهارت هستیم.

نکته اساسی این است که ما باید از تحویلی‌نگری درباره اخلاق حرفه‌ای پرهیز کنیم. در نهایت باید بدانیم اخلاق سازمانی نه لزوماً فرد-وابسته، نه حتی سازمان-وابسته و نه محیط-وابسته است، بلکه عوامل فردی، محیطی و سازمانی در آن تأثیرگذار است.

بنابراین ما در پرداختن به اخلاق نیازمند نگرش سیستمی هستیم. غفلت از این عوامل در مقام بیان و تحلیل معضلات اخلاقی تصمیم‌گیری ما را از واقع‌بینی دور خواهد کرد.

از طرفی اخلاق حرفه‌ای از مهم‌ترین ابزار گسترش فعالیت‌های تجاری و اداری است. اخلاق حرفه‌ای ایجاب می‌کند که بعضی افراد با استفاده از شیوه‌های غیرقابل قبول و با زیر پا نهادن شرایط رقابت سالم، امتیازات خاصی به نفع خود و به ضرر سایر افراد تحصیل نکنند.

از لحاظ حقوقی، هر قاعده اخلاقی که فاقد ضمانت اجرا باشد صرفاً جنبه توصیه خواهد داشت. طبیعی است که توصیه، کاربردی مؤثر در جامعه ندارد. بنابراین لازم است، قواعد اخلاق حرفه‌ای به تصویب اعضاء هر حرفه برسد و همچنین سازمان رسیدگی انضباطی به منظور مجازات انضباطی در مورد اشخاص عضو حرفه مزبور تشکیل شود. لذا توصیه می‌شود قواعد اخلاق حرفه‌ای خاص هر رشته به تصویب کانون‌های غیردولتی یا دولتی همان رشته برسد و سپس در شرایط مقتضی اجرا شود. بعضی از انجمن‌ها و حرفه‌ها وابستگی‌های بین‌المللی نیز دارند مانند انجمن حساب‌رسان، انجمن مدیران فروش شرکت‌های چند ملیتی، انجمن موسسات تبلیغاتی، انجمن تولیدکنندگان محصولات دارویی و بهداشتی، انجمن متخصصان محیط زیست، سازمانها و موسسات بانکی و بیمه. هریک از این کانون‌های فعال در تجارت بین‌المللی، خود قواعد حرفه‌ای خاص را تدوین و به تصویب اعضاء خود رسانده‌اند.

مسائل اخلاقی سازمان و محیط‌های کسب و کار

سازمان بعنوان شخصیت حقوقی در حیات سازمانی خود با مسائل اخلاقی فراوانی مواجه است. دغدغه‌های اخلاقی در زندگی شغلی غالباً در مقام تصمیم‌گیری بروز می‌کند و فرد خود را اخلاقاً بلامتکلیف می‌یابد و از خود می‌پرسد تکلیف اخلاقی در حال حاضر چیست؟ به عبارت دیگر مسئله در اخلاق حرفه‌ای بلامتکلیفی اخلاقی است. نمی‌دانیم چه باید بکنیم یا نمی‌دانیم به آنچه باید انجام دهیم چگونه و از چه راهی برسیم. بعنوان نمونه: سازمان در مورد تعادل کار و خانواده چه تکلیفی دارد؟ سازمان تا چه حد مجاز است مدیران و کارکنان را به فداکردن اهداف مطلوب زندگی خود برای کامیابی و پیشرفت شغلی سوق دهد؟ سازمان در نظارت بر کارکنان تا کجا مجاز است؟ حریم شخصی افراد کجاست؟ مرز تبلیغ اخلاقی و غیر اخلاقی چیست؟ آیا تقسیم‌بندی مشتری به P, IP, VIP اخلاقی است؟ این مسائل متعلق به توصیف واقعیت‌ها و حوادث و یا تبیین پدیده‌ها و رفتارها نیستند. موضوع مسائل اخلاقی، اشیاء و افراد نیستند بلکه اقدام‌ها و رفتارهای ارتباطی، یعنی رفتار ارتباطی افراد است.

مسائل اخلاقی موسسه یا سازمان ویژگی‌هایی دارند که بسیار فراگیر هستند و همه ابعاد سازمان را شامل می‌شوند. باید دانست در پی هر اقدام و در اساس هر تصمیم مدیریتی و هر فعالیت سازمانی، انبوهی از مسائل اخلاقی را می‌توان نظاره کرد زیرا با حقوق افراد گوناگون مانند مشتریان، مالکان، کارکنان و کيله ذینفعان ارتباط دارد. برخی صاحب‌نظران معتقدند بستر مسائل اخلاقی ریشه در خارج از سازمان دارد و زمینه‌های تربیتی، خانوادگی، فرهنگ اجتماعی، میراث تاریخی، نمادهای دینی و ... در آن نقش دارند. بدین جهت است که جنس این مسائل در جوامع و کشورها متفاوت است. اگر در شرکت‌های غربی مسائل اخلاقی در اطراف مواد مخدر، الکل، دزدی کارکنان از شرکت، تعارض در علائق، تبعیض در استخدام و ترفیع و از این قبیل

می‌چرخد، در سازمان‌های جوامع دیگر، کم‌کاری، قانون‌گریزی، مالیات‌گریزی، افت وفاداری سازمانی، شایسته‌گریزی، زیرآب زنی و حسدورزی از مسائل عملاً اخلاقی است.

مسائل اخلاقی به دلیل پیچیدگی از جایگزین‌های مختلف برخوردارند و تلقی پاسخ صریح و دوگانه خیر یا آری از آنها تنها یک بن‌بست موهوم است که غالباً نیز عامل سوق دادن افراد به انتخاب روش و اقدام غیراخلاقی می‌گردد. در حالیکه یک انتخاب اخلاقی صرفاً گزینش یک طرف و فرونهادن طرف دیگر نیست، بلکه فرونهادن مؤلفه‌های فراوان دیگر است که آثار و تبعات به هم تنیده‌ای دارد که اصولاً تشخیص و حل آن بسیار مشکل است و نیاز به مراجعه به متخصصان فن اخلاق حرفه‌ای در سازمان دارد.

ملاک‌ها و معیارهای اخلاق

ملاک‌ها و ترازوهای مختلفی در نظام‌های اخلاقی برای ارزش داوری وجود دارد. این ملاک‌ها، ملاک نهایی اخلاق است. یعنی چیزی که خوب بودن آن محتاج به امر فراتر از خود نیست. در اخلاقی بودن هر اقدام می‌توان "چرا" مطرح نمود و بصورت زنجیره استدلال خواهی به ملاک نهایی رسید. ملاک نهایی معنابخش همه اقدام‌های اخلاقی است و خود محتاج معنا نیست. آرمان اخلاقی، نظام اخلاقی را بنیان می‌نهد. رفتار اخلاق در سازمان منوط به شناخت ارزش‌ها و ضدارزش‌هاست. دانش اخلاق، فضائل و رذائل را براساس ملاک نهایی ارزش‌ها بصورت فراگیر، کامل، سازگار و نظاممند ارائه می‌کند.

نسبت اخلاق و قانون

قانون ناظر بر حقوق قراردادی است، اما اخلاق ناظر بر حقوق طبیعی مانند حق داشتن امنیت، آزادی و آگاهی است. پس دایره اخلاق شمول وسیع‌تری دارد. اخلاق قانون غیر مدون است، در حالیکه قانون اخلاق مدون است. اخلاق از جایی شروع می‌شود که قانون پایان می‌پذیرد. نسبت قانون و اخلاق به گونه‌ای است که ممکن است رفتاری قانونی باشد اما اخلاقی نباشد. دروغ گفتن غیراخلاقی است ولی معمولاً منع قانونی ندارد. رفتار بد با ارباب رجوع غیراخلاقی است اما ظاهراً غیر قانونی نیست.

اخلاق در حوزه عمل

اخلاقی بودن یک سازمان یا موسسه در واقع، به سبک خاصی از زندگی آن سازمان اشاره دارد. اخلاقی بودن موسسه هرگز به مجموعه باورهای اخلاقی که در منشور اخلاقی موسسه آمده محدود نمی‌شود، بلکه موسسه‌ای اخلاقی است که زندگی آن و سبک تعامل آن با محیط و حیات گروهی اعضاء آن در همه لحظه‌ها اخلاقی باشد. رفتارهای اخلاقی در واقع شیوه معینی از زیستن است. صرف توصیه افراد به خوب عمل کردن و اخلاق نیکو داشتن آنها را متحول نمی‌کند. اخلاق ورزی موسسه می‌تواند ۲ منشأ درونی و بیرونی داشته باشد. گاهی در رفتار اخلاقی تحقق ارزش‌های اصیل اخلاقی هدف قرار می‌گیرد.

موسسه یا سازمان در این حالت صرفاً به دلیل ارزش اصیل عدالت، از تبعیض می‌گریزد. به دلیل حرمت انسان، وارد حریم شخصی نمی‌شود و در این حالت موسسه حقیقتاً از حیات اخلاقی برخوردار می‌شود. اما گاهی

جهت‌گیری ترویج اخلاق به سوی اهداف بیرونی است و تلقی از اخلاق، ابزار انگارانه است. یعنی ارزشهای اخلاقی صرفاً بعنوان ابزاری برای سود بیشتر یا جلب اعتماد عمیق‌تری استفاده می‌شود.

اخلاق اصیل و اخلاق ورزی درونی مورد نیاز سازمانها و موسسات است و تحقق آن مزیت راهبردی دارد.

موانع رشد اخلاق حرفه‌ای در سازمانها، موسسات و محیطهای کسب و کار

۱- فقدان نگرش راهبردی به اخلاق حرفه‌ای:

اخلاق حرفه‌ای در نگرش راهبردی، عبارت است از: مسئولیت‌پذیری سازمان در قبال حقوق همه عناصر محیطی اعم از داخلی و خارجی که نقشی راهبردی در موفقیت آتی سازمان دارد. نگرش غیرراهبردی، تصویری ناقص، نارسا و حداقل‌گرایانه از اخلاق حرفه‌ای است که جامعیت را از آن می‌ستاند و آنرا به سطح مسئولیت اخلاقی فرد در شغل خویش پایین می‌آورد. در این صورت رویکرد مدیریت منابع انسانی به اخلاق حرفه‌ای، جایگزین رویکرد راهبردی می‌شود.

۲- فرافکنی

فرافکنی نادیده انگاشتن نقش خود و تأکید شدید بر نقش عوامل محیطی است. دانشجویی که وقتی نمره خوب می‌گیرد، می‌گوید خودم نمره خوب گرفتم و زمانیکه نمره نامطلوب می‌گیرد، می‌گوید به من نمره بد داده، دچار فرافکنی شده است. این حالت پارادکس (تضاد و تناقض) و به عبارتی دیگر مفهوم "من به شرط او" را پدید می‌آورد در این حالت شخص یا سازمان اخلاقی بودن خود را منوط و مشروط بر اخلاقی بودن دیگران یا دیگر سازمان‌ها می‌کند.

می‌توان حدس زد که با چنین نگرشی، هیچ اقدام مطلوب و مؤثری صورت نخواهد گرفت. نباید مسئولیتهای اخلاقی را متوقف بر اخلاقی بودن دیگران کرد. مشتریان حتی اگر خود، اخلاقی نباشند انتظار دارند که موسسه یا سازمان با آنها برخورد اخلاقی داشته باشد. بنابراین هر فرد و یا هر موسسه و سازمانی باید تغییر و تحول در جهت اخلاقی بودن را خود آغاز کند.

۳- مشتری‌مداری بصورت ابزارنگری و نه اصیل‌نگری

مشتری‌مداری بصورت ابزارنگری یعنی نگاه کردن به مشتری بعنوان ابزار سود. چنین نگاهی نوعی تحویلی‌نگریست که مشتری را تا سطح یک ابزار پایین می‌آورد. با این نگرش، اگر سودی در کار نباشد یا احتمال زیانی متصور باشد، موسسه نیز خود را ملزم به پایبندی به حقوق مشتری نمی‌داند، در حالیکه در مشتری‌مداری اصیل، مشتری از حقوق اصیل خود برخوردار است که رعایت آن در گرو سود یا زیان موسسه نیست. در این حالت مشتری‌مداری انگیزه درونی دارد و منوط به هیچ چشم‌داشتی نیست.

در تلقی ابزارگرایانه نسبت به مشتری نگرش سیستمی وجود ندارد زیرا گاهی توجه به مشتری به قیمت عدم توجه به کارکنان صورت می‌گیرد، در حالیکه رضایت مشتری بدون رضایت کارکنان حاصل نمی‌شود. در حوزه

اخلاق قاعده ظروف بهم پیوسته جاریست، نادیده گرفتن حقوق کارکنان اثر منفی خود را بر عدم رعایت حقوق مشتری از سوی کارکنان خواهد گذاشت.

همچنین باید دانست اصیل نبودن تلقی مشتری مداری باعث می شود که گاهی در شرایط بحرانی و تعارض که رعایت حقوق مشتری مستلزم پرداخت خسارت و هزینه است، موسسه از آن می گذرد و حقوق مشتری را زیر پا می گذارد. حتی اگر در مواردی موسسه یقین داشته باشد که اجحاف به مشتری اساساً به چشم وی نخواهد آمد و مشتری از ضایع شدن حقوق خود مطلع نخواهد شد خود را ملزم به رعایت حقوق مشتری نخواهد دید.

در بازارهای انحصاری و بی رقابت نیز مشتری مداری حقیقی، معنا ندارد. نصب شعار تکریم ارباب رجوع بر در و دیوار، مشتری مداری حقیقی را به دنبال ندارد. احترام و تکریم مشتری، رفتاری است که احساس ارزشمندی را به مشتری منتقل کرده و نیز دوری از رفتاری است که موجب توهین و تحقیر مشتری می شود. رفتار چابک و متظاهرانه و یا پذیرایی از مشتری احترام نیست. بلکه اعتماد به مشتری، زیان نرساندن به او، سرعت در تحویل به موقع و بی عیب و نقص کالا و ارائه خدمات، قیمت پایین همراه با کیفیت بالا، حفظ حریم شخصی افراد و رازداری و امانت داری، تنوع کالاها و خدمات، ارائه خدمات در تمام مراحل قبل و بعد از فروش و نهایتاً صراحت و صداقت یعنی داشتن رفتار اخلاقی از نوع قاطعانه که همگی از مصادیق وجود مشتری مداری اصیل به حساب می آید.

بدیهی است که در این حالت معلوم نمی شود تقسیم بندی مشتریان به معمولی، مهم و بسیار مهم مصداق تبعیض نباشد.

۴- فقدان انگیزش

انگیزش و اخلاق با یکدیگر هم بستگی دارند. فقدان انگیزش مانع از ترویج اخلاق در موسسه یا سازمان می شود، نتایج غیر اخلاقی داشته و انگیزه اخلاقی بودن را از بین می برد، زیرا توجه بسیاری از مدیران و افراد جامعه برای اعمال غیر اخلاقیشان این است که جامعه و انسانها اخلاقی نیستند.

"رایینز" انگیزه را نتیجه عمل متقابل بین شخص و وضعیت موجود می داند. بدین جهت است که انگیزه در افراد متفاوت است. انگیزه، آمادگی انجام نهایت تلاش برای دستیابی به اهداف سازمانی است، البته مشروط به توان ارضای برخی نیازهای شخصی.

۴.۱- تئوری ها و نظریه های انگیزش

- سلسله مراتب نیازهای مازلو: مازلو نیازهای ارضاء نشده انسان را منبع اصلی انگیزش می داند. این سلسله مراتب از سطح پایین به بالا عبارتند از: نیازهای زیستی، ایمنی، اجتماعی (احساس تعلق و داشتن رابطه عاطفی با دیگران)، شهرت، اعتبار، احترام (عزت نفس) و خودشکوفایی (خودپایی)
- نظریه Y, X مک گری گور (طبیعت کارمند): معتقدان به نظریه X، کارمند را موجودی تنبل، بی علاقه به کار و گریزان از مسئولیت می دانند که باید به اجبار به کار واداشته شوند. در مقابل طرفداران نظریه Y، کارمند

را انسانی خلاق، علاقه‌مند به کار، طالب مسئولیت و خودانگیخته می‌دانند. با چنین نگاه خوشبینانه‌ای، در بحث انگیزش، نیازهای ثانوی و لطیف غالب است. بنابراین برای برانگیختن وی باید مشارکتش را در تصمیم‌گیریها بیشتر کرد، به وی مسئولیت داد و او را وارد مشاغل رقابتی نمود و از این طریق ارتباطات مفید گروهی را برقرار ساخت.

- نظریه انگیزش-بهداشت مینتزبرگ: در این نظریه تنها نیازهای مربوط به عزت نفس و خود شکوفایی (نیازهای گروه چهارم و پنجم سلسله مراتب نیازهای مازلو) مانند درگیری کاری، موفقیت، شناخته شدن، مسئولیت، پیشرفت و رشد از منابع مستقیم انگیزش به شمار می‌آیند. اینها عوامل برانگیزاننده هستند اما نیازهای سطح پایین مثل بقاء و ایمنی و حقوق، عوامل نگهدارنده به شمار می‌آیند که تنها در صورتیکه نباشد نارضایتی ایجاد می‌کند ولی بودنشان در انگیزش دخالتی ندارد. تأکید سازمان بر عوامل بیرونی انگیزه بسیار زیانبار است، زیرا عوامل بیرونی (مانند پاداش‌های مستمر) در نقطه‌ای از اثر می‌افتد، اما انگیزه‌های درونی همواره مؤثرند. به تعبیر "اسپینوزا"، انگیزه بیرونی معلول محرکهای بیرونی است اما انگیزه درونی حاصل بصیرت درونی است"

۵- نارضایتی شغلی

رضایت شغلی، احساسات و نگرش‌هایی است که هر کس به شغل خود دارد. اما تعهد سازمانی، نگرش و احساسات کارکنان درباره کل سازمان است. باید دانست تلقی و نگرش جدید از امنیت شغلی، ریشه آن را از درون می‌داند نه از مقررات و خط‌مشی‌ها و رویه‌های قانونی. اگر روزآمد باشیم و اگر یاد بگیریم و خوب عمل کنیم، اگر در تخصص و کار خود اعتبار و ارزش بیابیم و به امور موسسه یا سازمان خود آگاه باشیم و نیز اگر برای ارائه کاری با ارزش، کوششی مستمر داشته باشیم، آنگاه برای خود امنیت شغلی ایجاد کرده‌ایم.

۶- فقدان مهارت تصمیم‌گیری

مدیریت، هنر تصمیم‌گیری است. ضعف در تصمیم‌گیری باعث بروز رفتار غیراخلاقی در موسسه یا سازمان می‌شود. تصمیم‌گیری بصورت فرآیندی است و محصول الگوهای مواجهه با مشکل است، تبدیل مشکل به مسئله و حل اثر بخش مسئله است.

تصمیم‌گیری اخلاقی به چند اصل وفادار است: اعتماد، کرامت انسانی، مسئولیت‌پذیری، انصاف، پابندی به منش شهروندی و مراقبت و توجه نسبت به دیگران.

تصمیم اخلاقی تصمیمی عقلایی است. چون تصمیم اخلاقی "مطلقاً صحیح" وجود ندارد، زیرا در عمل ممکن نیست. عقلایی بودن یعنی نسبی بودن و نه مطلق نگری.

فرهنگ سازمانی ضعیف، الگوی مدیریت غیر مشارکتی، فقدان نگرش سیستمی و هوش هیجانی و مهارت‌های تشخیص و حل مسئله، فقر اطلاعاتی و تحلیل با شتاب زدگی همگی از موانع تصمیم‌گیری‌های اخلاقی در موسسه و سازمان است.

۷- بلاتکلیفی یا تعارضات اخلاقی

از عمده‌ترین موانع رشد اخلاق حرفه‌ای در سازمان بلاتکلیفی سازمانی است. پیچیده‌ترین وضعیت بلاتکلیفی اخلاقی تعارضات اخلاقی است، یعنی وضعیتی که فرد یا سازمان با دو راهه‌ای مواجه می‌شود و راه سومی نمی‌یابد و هر دو راه نیز غیر اخلاقی هستند. بنابراین تعارض اخلاقی عبارت است از رفتاری که انجام آن از جهتی اخلاقاً زشت و ترک آن از جهت دیگر نارواست. افشای راز زشت است اما اگر رازداری متضمن خیانت به وظیفه سازمانی باشد نیز نارواست. بدین ترتیب اگر فرد راست بگوید باید رازی را افشا کند و اگر رازداری کند باید حقیقت را کتمان کند که کتمان حقیقت نیز عملی غیر اخلاقی است.

انواع تعارض اخلاقی

تعارضات اخلاقی ۲ گونه‌اند:

الف) تعارضات در اصول اخلاقی

ب) تعارضات در مسئولیت‌های اجتماعی

تعارض در اصول اخلاقی مانند تعارض در اصل صداقت و اصل رازداری است حل غلط چنین تعارضی استفاده از دروغ مصلحت‌آمیز است که یکی از عوامل ترویج دروغ‌گویی در فرهنگ سازمانی بشمار می‌آید و ساده‌ترین راه حل رایج برای حل تعارض در سازمان‌ها و جوامع است. اما تعارض اخلاقی در حرفه غالباً تعارض بین مسئولیت‌هاست. مثلاً تعارض مدیر موفق بودن و پدر موفق بودن، تعارض مسئولیت سازمانی و وظیفه خانوادگی، پرداخت هدیه (رشوه برای ترخیص کالا از گمرک)، افشای داشتن ۲ دفتر جهت در سازمان مالیات، که در همه این حالات تعارض وجود دارد. بعنوان نمونه در افشای داشتن ۲ دفتر مالیاتی افشا با وفاداری سازمانی منافات دارد و انجام آن منجر به اخراج فرد می‌شود که این امر با مسئولیت خانوادگی منافات دارد. عدم افشا نیز با مسئولیت‌های اجتماعی و ملی منافات دارد. اما ساده‌ترین راه حل که گزیده می‌شود استفاده از قاعده انتخاب بین بد و بدتر است، یعنی بد را انتخاب می‌کنیم تا از بدتر مصون باشیم. ما در نگرش سستی خود به معضلات اخلاقی، فضیلت محور و یا ارزش مدار هستیم نه مسئله محور. رویکرد ما فضیلت‌گرایانه است نه کارآمدی. باید توجه داشت که اولاً همواره بد و بدتر نداریم و گاه این ۲ امر هم‌آورد هستند و تفکیک میان آنها مشکل است. ثانیاً استفاده از این قاعده چشم انسان را برای پیدا کردن راه سوم می‌بندد. جستجو برای راه سوم در همه موقعیت‌ها می‌تواند رهیافت مهم در مواجهه با تعارضات اخلاقی باشد.

تعارض به خودی خود مانع نیست بلکه فرصت و بستر رشد است. زیرا ناتوانی در مدیریت تعارض مشکل‌آفرین است.

۸- فقدان نظام‌های جامع و اخلاقی

فقدان نظام‌های جامع و اخلاقی در زمینه‌های مختلف نظیر جذب استخدام، پرداخت حقوق و مزایا، پاداش و تشویق، انتصاب و ارتقاء، اطلاع‌رسانی، نظارت و ارزیابی از جمله موانع رشد اخلاقی در سازمان‌ها است.

نظامند کردن همه امور، مانع از رفتارهای سلیقه‌ای و موردی و وجود آیین‌نامه‌های پراکنده می‌گردد. صرف وجود قانون و آیین‌نامه در افزایش پیش‌بینی‌پذیری، که عامل مهمی در اعتمادسازی و موفقیت سازمان بشمار می‌رود، کافی نیست بلکه نظام‌مند کردن موارد فوق سبب می‌شود قانون چنان تقویت گشته که امکان دور زدن یا تفسیر آن کاهش یابد.

مدیری که می‌گوید: هر امری را از من بپرسید تا بصورت موردی بگویم که چه باید بکنید اخلاقاً حق پرسش عبارت "چرا چنین کردی" را از زیردستان خود ندارد. اما مدیری که می‌گوید: بر اساس نظام جامع مربوط به حوزه عملیاتی خود اقدام کنید می‌تواند از آنها بپرسد چرا چنین کردی. نظام‌مند سازی سازمان و تعیبه نظامهای جامع در همه شئون، علاوه بر آنکه نرخ پیش‌بینی‌پذیری سازمان را افزایش می‌دهد، اعتماد راسخ، پایدار و فراگیر محیط را نسبت به موسسه و سازمان ایجاد می‌کند. از تصمیم‌های سلیقه‌ای و تعبیض‌آمیز می‌کاهد، شایسته‌سالاری را تحقق می‌بخشد، استقلال و مسئولیت‌پذیری بخش‌ها و مجموعه‌ها را در پی دارد، رابطه صف و ستاد را تشکل می‌بخشد و زمینه‌ی ایجاد تحول در عین ثبات را فراهم می‌کند.

۹- موانع فیزیکی و روانی محیط کار

در بسیاری موارد بستر سازمان به گونه‌ای است که نمی‌توان انتظار بروز فکر و عمل اخلاقی را در آن داشت. هنگامی که نور، گرما و سرما، وضعیت صندلی و یا رایانه‌ی مثلاً یک تحویلدار بانک مناسب نیست چگونه می‌توان انتظار داشت که تقاضای بی‌شمار مشتریان به بهترین نحو پاسخگو باشد. احداث مدرسه در کنار بزرگراه، استفاده از دستگاه نوار قلب فرسوده در یک بیمارستان و نظایر آن از مصادیق بستر نامناسب و ناهموار است که به آن اشاره شده.

اعمال فشارهای روانی نسبت به فشارهای فیزیکی تأثیر منفی بیشتری دارد. تعارض صف و ستاد و یا مدیران سطوح پایین و مدیران ارشد نمونه دیگری است.

۱۰- لقمه انگاری بجای امانت انگاری

تلقی مدیر یا هر یک از کارکنان به آنچه در اختیار اوست تأثیر ژرفی در رفتار اخلاقی او دارد. در کسب و کار، اموالی در اختیار افراد قرار می‌گیرد تا در آن دخل و تصرف و از آن استفاده کند. این بهره‌برداری باید بهینه و توأم با بهره‌وری باشد.

امانت‌داری مثل مسئولیت‌پذیری است که سبب افزایش پیش‌بینی رفتار فرد و سازمان می‌شود و به اعتماد آفرینی می‌انجامد. فرد امانتدار در مفهوم اخلاقی کلمه، پیش‌بینی‌پذیر است و می‌توان به وی اعتماد کرد. ارتباط با او آسان است و افراد در برابر او بلا تکلیف نیستند امانت‌داری یک الگوی رفتار اخلاقی است و فرزند امانت انگاری است.

امانت انگاری جهان بینی خاصی است که فرد نسبت به هستی می‌یابد. در این حالت او تمام عناصر محیط داخلی و خارجی موسسه را بعنوان امانت به حساب می‌آورد.

سهامداران صاحبان امانت هستند و سرمایه خود را نزد مدیران و سازمان به امانت گذاشته‌اند. اعتماد مشتری به موسسه به معنای امانت سپردن حقوق مشتری نزد موسسه است. کاهش کیفیت و عدم اطلاع‌رسانی به مشتری خیانت به امانت در کسب و کار است. کم‌فروشی از مصادیق دیگر آن به شمار می‌رود. اعتبار و نشان تجاری یک موسسه امانت است. کارکنان موسسه نیز امانت به شمار رفته و ابزار و امکانات در اختیار ایشان نیز امانت محسوب می‌شود. در چنین تحلیلی مفهوم امانت‌داری به مفهوم بهره‌وری نزدیک است. دغدغه بهره‌برداری می‌تواند بر دغدغه اخلاقی امانت‌داری استوار شود. کسی که امانت‌انگاری ندارد دغدغه حفظ اموال عمومی و استفاده بهینه و بهره‌وری امکانات و اختیار را نیز ندارد.

پرسش و خود آزمایی در مبحث اخلاق حرفه ای

- ۱- اخلاق را تعریف و مولفه های آنرا بیان کنید ؟
- ۲- رویکرد سیستمی یا مدیریت استراتژیک در اخلاق حرفه ای را توضیح دهید ؟
- ۳- موانع رشد اخلاق حرفه ای در سازمانها و محیط های کسب و کار کدام است ؟
- ۴- تحویلی نگری در اخلاق حرفه ای چیست ؟ حد اقل چهار مورد را نام ببرید ؟
- ۵- امتیازات نظام اخلاقی خیر گرا چیست ؟
- ۶- در خصوص موضوع کار تحقیقی خود چند سطر بنویسید و نتیجه و اهم منابع آن را بیان کنید ؟
- ۷- نقش اخلاق حرفه ای در جامعه چیست ، توضیح دهید ؟
- ۸- جایگاه اخلاق در تعلیمات اسلامی چیست ، توضیح دهید ؟
- ۹- واژه اخلاق را تحلیل کنید ؟
- ۱۰- واژه حرفه را تحلیل کنید ؟
- ۱۱- اعتماد سازی در کسب و کار چیست ، و از چه راه های تحصیل می گردد .؟
- ۱۲- دو رویکرد در اخلاق حرفه ای را شرح دهید ؟
- ۱۳- انواع مسئولیت های سازمان را نام ببرید ؟
- ۱۴- سه ویژگی از ویژگیهای اخلاق حرفه ای را بیان کنید؟
- ۱۵- نظامهای عمده اخلاقی را نام ببرید ؟
- ۱۶- نظام های اخلاقی فایده گرا و وظیفه گرا را مقایسه کنید ؟
- ۱۷- مهمترین اصول راهبردی در کاربرد اخلاق حرفه ای اسلامی را بیان کنید ؟
- ۱۸- منظور از مسئولیت اخلاقی به مقتضای شغل چیست ، توضیح دهید ؟
- ۱۹- مهمترین وظایف مدیران در اخلاقی کردن سازمان از نظر پنیو کدام است ؟

- ۲۰- عوامل تأثیر گذار بر اخلاق حرفه ای از نظر پنیو کدام است ؟
- ۲۱- منظور از تقسیم بندی مشتری به سه گروه **P , ip , vip** چیست و آیا با اصول اسلامی سازگار است ؟
- ۲۲- مشتری مداری ابزار نگرانه و غیر اصیل را بررسی نمایید ؟
- ۲۳- انواع تعارضات اخلاقی را نام برده به اختصار توضیح دهید ؟
- ۲۴- دامنه شمول اخلاق حرفه ای را شرح دهید ؟
- ۲۵- منظور از لقمه انگاری به جای امانت انگاری در محیط کسب و کار چیست توضیح دهید ؟
- ۲۶- منظور از عبارت منشور اخلاقی در هر سازمان بر اساس اصل حق مردم و تکلیف سازمان استور است چیست ؟
- ۲۷- بی اعتنایی به مسائل اخلاق حرفه ای در حوزه کسب و کار چه عواقبی دارد ؟
- ۲۸- دو ویژگی از ویژگی های افراد دارای اخلاق حرفه ای را نام ببرید ؟
- ۲۹- تابلوی منشور اخلاقی یک تکنسین (کاردان) را ترسیم نمایید ؟
- ۳۰- فرایند کاربردی ساختن اخلاق برای موفقیت در سازمان را بیان کنید ؟
- ۳۱- موانع موفقیت سازمان کدامند ؟
- ۳۲- عوامل موفقیت سازمان کدامند ؟
- ۳۳- منظور از عمل اخلاقی چیست ؟
- ۳۴- اخلاق حرفه ای چیست ، توضیح دهید ؟
- ۳۵- منظور از عبارت (پیش بینی رفتارها از مستمر بودن و قانونمند بودن رفتار سرچشمه می گیرد) چیست ؟
- ۳۶- نگرش راهبردی در اخلاق حرفه ای چیست ، توضیح دهید ؟
- ۳۷- بالاتکلیفی سازمانی ، به عنوان عمده ترین مانع رشد اخلاق حرفه ای را شرح دهید ؟