

## بررسی اخلاق حرفه ای از دیدگاه اسلام و بررسی مشکلات و چالش های رشد اخلاق حرفه ای در سازمانها

شماره ۳۵ / زمستان ۱۳۹۹ (جلد سوم) / صص ۱۲۲-۱۴۷  
چشم انداز حسابداری و مدیریت (دوره سوم)

**دکتر مهدی مهدی زاده رستم**

گروه مدیریت دولتی، واحد لارستان، دانشگاه آزاد اسلامی، لارستان، ایران (نویسنده مسئول).

mehdizadh5510@gmail.com

**مهدی راستی لاری**

دانشجوی کارشناسی ارشد گروه مدیریت دولتی، واحد لارستان، دانشگاه آزاد اسلامی، لارستان، ایران.

mehdirasti@gmail.com

**علی اکبر استاذزاده**

دانشجوی کارشناسی ارشد گروه مدیریت دولتی، واحد لارستان، دانشگاه آزاد اسلامی، لارستان، ایران.

Ostadzadehlar68@gmail.com

### چکیده

در عصر حاضر با عنایت به تحولات ناشی از اطلاعات، ارتباطات و فضاهای مجازی و نیز قدرت و سرعت و لزوم بهره گیری از فرصت ها بسیار مهم به نظر می رسد. نیاز توجه کردن به ارزش ها و به ویژه ارزش های اخلاقی در کسب و کار و ارتباطات انسانی و سازمانی بیش از هر زمان دیگری احساس می شود. اخلاق حرفه ای از جمله حوزه هایی است که با مبانی ارزشی و اعتقادی، ارتباطی تنگاتنگ دارد. انسان عامل بنیادی حرکت و تحول در سازمان / اداره است و توجه به این عامل مهم و استراتژیک در محیط کار و فعالیت رشد و تعالی مجموعه ای را به دنبال خواهد داشت. لذا اخلاق حرفه ای با توجه به راهکارهای سالم سازی ارتباطات درون سازمانی نقش مهم در این زمینه ایفا خواهد نمود. در این مقاله که با هدف بررسی اخلاق حرفه ای و ارائه راهکارهایی جهت نهادینه کردن آن در ادارات و سازمان ها از منظر آموزه های دینی به رشته تحریر در آمده است با استفاده از روش توصیفی- تحلیلی صورت گرفته است. در این مجموعه با شیوه بهره گیری از آیات و روایات و سخنان بزرگان علم و دین مؤلفه های اخلاق حرفه ای در دو قالب تفصیلی- تحلیلی و نموداری ارائه گردیده است. یافته های این پژوهش حاکی از آن است که بکارگیری نیروی انسانی متعهد و مقید به اخلاقیات و قانون در ادارات و سازمان ها، آموزش علمی مؤلفه های اخلاقی توسط کارکنان متعهد، تدوین منشور اخلاقی در ادارات و سازمان ها، تبدیل آموزش اخلاقیات به یادگیری یا به بیانی دیگر نهادینه کردن مؤلفه های اخلاقی و مسأله محور بودن در امور اخلاق حرفه ای از جمله راهکارهای تقویت و توسعه اخلاق حرفه ای در سازمان ها و ادارات مطرح شده اند.

**کلید واژگان:** اخلاق، اخلاق حرفه ای، نهادینه کردن، سازمان، آموزه های دینی، احساس مسئولیت، منشور اخلاقی.

## مقدمه

امروزه نقش اخلاق و اخلاق حرفه ای در سازمان ها بحث روز دنیاست و یکی از نشانه های این مسأله این است که حداقل طی دهه های اخیر، بحث مسئولیت اجتماعی در دانشگاه ها و مراکز علمی و پژوهشی به طور گسترده ای مطرح شده است. در حقیقت اخلاق حرفه ای، فرآیند تفکر عقلانی است که هدف آن حفظ و اشاعه ارزش های مشخص در زمان مناسب در سازمان / اداره است. اخلاق حرفه ای تعهد اخلاقی و وجدان کاری نسبت به هر نوع کار، وظیفه و مسئولیت است.

در راستای توجه به لوازم اخلاق حرفه ای برای توسعه خود ارزیابی و یا خودتنظیمی در نهادهای علمی این موضوع در سطح مطالعات دانشگاهی مورد توجه قرار گرفته است و طی سال های اخیر انجمن ها و مراکز توسعه اخلاق علمی و حرفه ای در سطح جهان و از جمله ک شور ایران راه اندازی و مشغول فعالیت هستند. با این وجود سازمان ها جایگاه برجسته ای در ساختار فرهنگی و اجتماعی جوامع و ملل پیدا کرده اند و بسیاری از فعالیت های اساسی و حیاتی مربوط به زندگی مردم در ادارات و سازمان ها انجام می شود و زندگی بدون سازمان ها تقریباً غیر ممکن به نظر می رسد لذا دستیابی به موفقیت و پیشرفت همه جانبه و تأمین رفاه و آسایش به صرف وجود سازمان ها و ادارات تحقق نمی یابد بلکه برای این منظور به سازمان های کارآمد و اثر بخش نیاز است. علی ایحال ضرورت ایجاب می کند که هم مطالعات بیشتری توسط کارشناسان صورت بگیرد و هم مؤلفه های مهم و اثر گذار مطرح گردد.

در جامعه دینی ما علیرغم حاکمیت دینی و اسلامی آن، در مدیریت سازمانی کمتر به اخلاق و اخلاق حرفه ای توجه شده است و این در حالی است که امروزی بسیاری از شرکت های 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 کشیده اند به تحقیقات درباره اخلاق حرفه ای نقش و جایگاه ویژه ای بدهند.

بهر حال در این مقاله که به صورت توصیفی- تحلیلی و با استفاده از شیوه کتابخانه ای و نیز مراجعات به آیات، احادیث و نیز بهره گیری از نتایج پژوهش های در زمینه اخلاق حرفه ای صورت گرفته به موضوع پرداخته شود.

در ابتدا گذری به تبار شناسی واژه ها و تعاریف مرتبط شده است سپس در بخش اول مقاله به بیان اخلاق حرفه ای در اسلام و سپس اخلاق و اخلاق حرفه ای در مکاتب سکولار و مقایسه این دو پرداخته است. علاوه بر آن موانع اخلاق حرفه ای در سازمان ها و ادارات مطرح و بر طی راهکارهای رفع این موانع و یا توسعه و تعمیق اخلاق حرفه ای نیز به رشته تحریر در آمده است. همچنین مؤلفه های اخلاق حرفه ای در قرآن کریم، روایات و منابع اسلامی بیان شده است.

در بخش دیگری از مقاله به جایگاه اخلاق حرفه ای در سازمان ها پرداخته شده است که در این قسمت راهکارهای نهادینه کردن اخلاق حرفه ای در ادارات و سازمان ها مطرح شده و در این راستا پیشنهادهای نیز طرح گردیده است. امید می رود مقاله حاضر علیرغم همه کاستی ها و نقصان ها مورد توجه خوانندگان قرار گیرد و نقایص احتمالی در پژوهش بعدی عزیزان مرتفع گردد (بینارود، ۱۳۹۵).

## علم اخلاق

علم اخلاق علمی است که در آن، از تهذیب نفس و چگونگی رابطه افراد خانواده با یکدیگر و یا با جامعه بحث می شود. به نظر علامه طباطبائی (ره)، علم اخلاق عبارت است: فنی که درباره ملکات انسانی بحث می کند. ملکاتی که مربوط به قوای

نباتی و حیوانی و انسانی اوست و هدف این بحث این است که فضائل را از رذایل جدا سازد (طباطبایی، ۱۴۱۷، ص ۳۷۱). پس از منظر علامه (ره) غایت و هدف اخلاق در اسلام، نه تنها کسب و تحصیل فضایل اخلاقی، بلکه طلب رضای الهی در همه امور باطنی و ظاهری است یعنی بر خلاف سایر مکاتب، اسلام اخلاق را صرفاً در «حسن فعلی» محدود و محصور نکرده است بلکه به «حُسن فاعلی» هم نظر دارد (طباطبایی، ۱۴۱۷، ص ۳۶۸).

### معنا و مفهوم اخلاق حرفه ای

کاربرد «اخلاق حرفه ای»<sup>۱</sup> در ابتدا به معنای «اخلاق کار»<sup>۲</sup> و «اخلاق مشاغل»<sup>۳</sup> بود. و در عصر کنونی نیز برخی از نویسندگان از همای معنای ابتدایی آن استفاده می کنند.

به طور ساده می توان گفت اخلاق یعنی مسئولیت پذیری در قبال حقوق افراد یا به بیان اقتصادی، اخلاق یعنی مسئولیت پذیری در قبال حقوق ذی نفعان. جانسون می گوید: شرکت ها و بنگاه های اقتصادی که توانسته اند اخلاقی شوند، سودآور بوده اند. بنابراین سخن اخلاقی شدن یک نهاد یا سازمان به معنای حاکم شدن اخلاق حرفه ای بر آن نهاد یا سازمان که هم پیامد انسانی و هم نفع اقتصادی بلند مدت به همراه دارد (کالیدز و پوراس، ۱۳۸۰).

امام علی (ع) نیز می فرماید: خداوند سبحان حق بندگان خودش را بر حق خودش مقدم می دارد لذا هر کس که بتواند حق الناس را رعایت کند، حق خدا را هم رعایت کرده است (غررالحکم، ج ۲، ص ۴۸۰).

در تعریف اخلاق حرفه ای گفته اند: مقصود از اخلاق حرفه ای مجموعه قواعدی است که باید افراد داوطلبانه و بر اساس وجدان و فطرت خویش در انجام کار حرفه ای رعایت کنند، بدون آنکه الزام خارجی داشته باشند یا در صورت تخلف به مجازات قانونی دچار شوند. یا باز در تعریف اخلاق حرفه ای گفته اند:

اخلاق حرفه ای به منزله ی شاخصه ای از دانش اخلاقی که به بررسی تکالیف اخلاقی در یک حرفه و مسائل اخلاقی آن می پردازد و در تعریف حرفه، آن را فعالیت معینی می دانند که موجب هدایت فرد به موقعیت تعیین شده همراه با اخلاق خاص است (قراملکی، ۱۳۸۸، ص ۱۳۷). یا اخلاق حرفه ای عبارت است از مجموعه ای از قوانین که در وهله اول از ماهیت حرفه و شغل به دست می آید (حسینیان، ۱۳۸۵، ص ۱۰۱).

در بیشتر تعاریفی که از اخلاق حرفه ای شده است دو ویژگی به چشم می خورد: الف- وجود نگرش اصالت فرد و فردگرایی. ب- محدود بودن مسئولیت ها و الزامات اخلاقی فرد در شغل که با این وجود به نظر می رسد با توجه به همین دیدگاه نگاه به اخلاق حرفه ای، نوعی تحویلی نگری و تقلیل دادن اخلاق حرفه ای است زیرا هویت جمعی و سازمانی در نهادهای مشاغل در کسب و کار، بسی فراتر از شغل فردی اشخاص است (قراملکی، ۱۳۸۳، ص ۲۹).

### اخلاق حرفه ای در اسلام

الگوهای رفتاری در سطح نهادها و سازمان های اجتماعی وحدت بخش جامعه دینی است. جامعه دینی از حیث تعامل این مسئله از تعین دینی چنین جوامعی سر بر می آورد و با «تعین دینی» نیز باید پاسخ یابند.

1. Professional ethics  
2. Work ethics  
3. Professional ethics

رفتار ارتباطی درون شخصی و برون شخصی فرد در زندگی شخصی و زندگی شغلی، از طریق اخلاق انسجام می یابد. اسلام به عنوان دین کامل الهی برای کسب معاش، شاخصه ها و معیارهای خاصی قرار داده است که ذیلاً به برخی از مؤلفه ها و مبانی اخلاق حرفه ای اشاره می شود:

### کسب رضای پروردگار

اولین موردی که هر فرد در تمام اعمال و رفتار خود از جمله کسب و کار باید لحاظ کند کسب رضای خداوند و اخلاص در کار است و انسان باید رنگ خدایی به کارهایش بزند، آنجا که می فرماید:

«صبغه الله و من أحسن من الله صبغه (بقره- ۱۳۸) وقتی فردی خداوند را در کارش مبنا قرار می دهد خود را از تمام مکرها و حيله ها و آفتاب دور نگه داشته و در واقع خویشتن را «بیمه» می کند.

همانطور که قبلاً هم گفته شد از نظر علامه طباطبائی هدف اخلاق در اسلام، نه تنها کسب و تحصیل فضایل اخلاقی، بلکه طلب رضای الهی در همه امور باطنی و ظاهری است (طباطبائی، ۱۴۱۷، ص ۳۶۸). به نظر علامه طباطبائی چون وقتی ایمان بنده زیاد گردد، قلبش مجذوب تعقل و تفکر درباره پروردگارش می گردد. همه برخوردهایش برای خداست، اهداف او با اهداف دیگران متفاوت است، چون او تا به حال همانند دیگران، هر چه می کرد به منظور کمال خود می کرد ولی حالا هر کاری می کند بدان جهت است که محبوبش دوست دارد (همان، ص ۳۵۵).

### امانت داری

در قرآن کریم آمده است که مؤمنان کسانی هستند که عهد و امانت خود را رعایت می کنند (نساء- آیه ۵۸). امانتداری و خوش قولی اصلی مهم در معاملات است زیرا که اعتماد افراد به هم به میزان رعایت عهد و امانت بستگی دارد. هر چه فرد امین تر باشد معامله با او آرامش بیشتری به فرد می دهد و او را در زمینه اقتصادی بیشتر امیدوار می کند. به طوریکه امام صادق (ع) از جدش امام علی (ع) چنین نقل می کند که: «امانت را به صاحبش برگردانید، حتی نسبت به قاتل فرزندان پیامبران» (کلینی، ۱۳۸۸، ص ۱۳۳).

نکته ای که لازم است گفته شود اینکه امانت داری در حرفه نمی تواند به معنای عدم تصرف باشد، زیرا تصرف و بکارگیری مقوم کسب و کار است؛ بلکه تصرف در حرفه دو گونه است: امانت دارانه و غیر امانت دارانه. در این زمینه تصرف امانتدارانه، استفاده بهینه ضامن امانت داری در نگرش اسلامی این بینش است که عامل همه محضر خداست. با این نگاه فرد با بصیرت ایمانی به امانت نگری در جهان هستی می رسد و همه چیز از جمله خود را امانت و شایسته خدا می داند (قراملکی، ۱۳۸۸).

### عدم کم فروشی

کم فروشی فقط مخصوص کسانی نیست که با ترازو و وزن کردن اجناس سر و کار دارند بلکه در مورد مشاغل دولتی و غیر دولتی و شرکت ها و مؤسسات و حضور در محل کار و انجام درست کار هم صادق است. وقتی قرآن کریم می فرماید: «ویلٌ للمطفعین» (سوره مطفعین- آیه ۱) این آیه خطاب به همه کسانی است که در کار و حرفه شان کم فروشی یا کم کاری و سهل انگاری می کنند.

جدول (۱): شاخصه ها و مؤلفه های اخلاق حرفه ای در سازمان- از منظر قرآن کریم (کل وردی، ۱۳۹۲)

ردیف	عنوان	سوره	آیه- آیات
۱	آزاد اندیشی	انعام	۸۰-۸۳
۲	احساس مسئولیت	مؤمنون	۶۰
۳	انضباط کاری	نور	۶۲
۴	پرهیز از دوباره کاری	نحل	۹۲
۵	نرم خویی و مهرورزی	آل عمران	۱۵۹

\* در قرآن کریم حدود ۴۰۰ آیه در تشویق کار و تلاش و اهمیت به کارگران مطرح شده است. و فقط در ۸۰ آیه شرط سعادت و نیک بختی انسان و دست یافتن او به بهشت را دو چیز می داند: ۱- ایمان ۲- کار شایسته (عمل صالح)

جدول (۲): شاخصه ها و مؤلفه های اخلاق حرفه ای در سیره پیامبر اکرم (ص)

ردیف	عنوان	منبع
۱	کوچک شمردن کار و تلاش	المحججه البيضاء- ج ۳- ص ۱۴۵
۲	تواضع در مقابل کار و کارگر	اسد الغابه- ج ۲- ص ۷۲
۳	خودارزیابی	نهج الفصاحه- حدیث ۱۵۴
۴	تکریم ارباب رجوع	نهج الفصاحه- حدیث ۱۹۲
۵	پرداخت به موقع دستمزد	نهج الفصاحه- حدیث ۱۹۲
۶	سرزنش و نکوهش رانت خواری	نهج الفصاحه- حدیث ۵۳۹
۷	رازداری	نهج الفصاحه- حدیث ۱۳۶۸
۸	خوش خلقی و مکارم اخلاق	مجمع البیان- ج ۱۰- ص ۳۳۳
۹	اخلاص در عمل	نهج الفصاحه- حدیث ۱۱۷۶
۱۰	امانتداری	نهج الفصاحه- حدیث ۱۵۴۷
۱۱	گره گشایی از کار مردم	نهج الفصاحه- حدیث ۱۵۰۲
۱۲	خیرخواهی و تلاش	نهج الفصاحه- حدیث ۱۰۳۹
۱۳	کمک به خانواده	بحار الأنوار- ج ۱۶- ص ۲۲۷
۱۴	خیر خواهی	نهج الفصاحه- حدیث ۱۰۳۹

جدول (۳): شاخصه ها و مؤلفه های اخلاق حرفه ای در سیره حضرت علی (ع)

ردیف	عنوان	منبع
۱	نظم در کارها	خطبه ۱۵۷- نامه ۵۳- ۳۱
۲	تلاش در انجام امور	وسائل شیعیه- ج ۱۲- ص ۱۳
۳	درآمد بی منت	دیوان منسوب به حضرت علی (ع)

۴	احترام به همکاران	نهج البلاغه - ترجمه محدوشی - حکمت ۳۹۰
۵	امانتداری	خطبه ۱۹۹ - نامه های ۲۶ و ۴۱
۶	رازداری	حکمت های ۱۶۲ - ۳۸۱
۷	خوش خلقی و خوش رفتاری	نامه ۱۸ - حکمت های ۱۵۰ - ۴۲۵
۸	مسئولیت پذیری	خطبه ۴۴
۹	درستکاری	حکمت ۱۲۲
۱۰	صداقت در کارها	حکمت ۴۷
۱۱	وفاداری	خطبه ۴۱ - نامه ۵۳

### اخلاق حرفه ای و سکولار

اخلاق سکولار گرایشی در اخلاق است که صفات، رفتارها و هنجارهای حاکم بر آن ها را بر دیدگاه غیر دینی مبتنی می کند و معتقد است دین هیچگونه مرجعیتی در امور اخلاقی ندارد. از دیدگاه اخلاق سکولار، عقل خود بنیاد و علم تجربی تنها مرجع تنظیم رفتارهای انسانی است. برخی قرائت ها از سکولاریزم بر این باور است که جهان ارزشی است که خدا به آدمیان اعطا کرده و خود از آن سلب مسئولیت نموده است و نگهداری آنرا به خود انسان سپرده است.

«خدا آن چنان بزرگ است که نباید باشد» می گویند این جمله جوهره سکولاریسم جدید است (دینارود، ۱۳۹۵، ص ۵). «چارلز لارمر» در کتاب فرانسوی دین و روشنفکری معتقد است در واقع رعایت حرمت استعلایی و عظمت خدا کار را به جایی رسانده که لازم نیست زحمت اداره عالم و طبیعت انسانی را به دوش داشته باشد. در اخلاق نیز رعایت حرمت استعلایی خداوند به این است که او را در حد یک امر و ناهی که انسان ها را تحریک به رفتارهای خاصی کند ندانیم. اما اگر خدا و دستورات الهی مبنای اخلاق نباشد، اخلاق باید بر چه مبنایی استوار گردد؟ فیلسوفانی مانند کانت و ساموئل کلارک عقل عملی را جانشین خدا در اخلاق می دانند ولی «هاچسون» فیلسوف اسکاتلندی و مروج و مبلغ نظریه «حسن اخلاقی» بر این اعتقاد است که باید به طبع و سرشت آدمی رجوع کرد (کانت، ۱۳۷۰، ص ۵۳).

### اخلاق سکولار در غرب

اخلاق در غرب جنبه فلسفی و سیاسی دارد ولی در جهان اسلام اخلاق جنبه دینی دارد (فناپی، ۱۳۹۲، ص ۳۱). اخلاق سکولار یا اخلاق دین زدایی شده به لحاظ تاریخی از دوره رنسانس آغاز شده است تا پیش از این زمان، اخلاق دینی بوده است. این فرآیند از اوایل قرن بیستم شدت بیشتری گرفت (ملکیان، ص ۶). دین زدایی از اخلاق یا فرآیند سکولاریزاسیون اخلاق در غرب در دو مرحله پدید آمد. در یک مرحله پشتوانه بودن دین برای اخلاق نفی شد و این نکته بیان شد که اخلاق بدون دین هم می توان داشت و در مرحله دوم این ایده قوت گرفت که اساساً گرایش به دین برای اخلاقی بودن مضر است (همان، ص ۷).

### دلایل مدعیان اخلاق سکولار

یکی از استدلال های مدعیان اخلاق سکولار این است که اخلاق دینی وظیفه گرایانه و تکلیف مدارانه است. در حالی که اخلاق انسانی به جای تأکید بر تکالیف، بر حقوق انسانی مبتنی است. به اعتقاد این عده در جهان کنونی سخن گفتن از حقوق بشر مطلوب و مناسب است زیرا ما در دورانی زندگی می کنیم که انسان ها بیش از آن که طالب فهم و تشخیص تکالیف خود باشند طالب درک و کشف حقوق خود هستند (بینارود، ۱۳۹۵، ص ۵).

آنچه که واضح است اینکه این نظریه ناشی از عدم شناخت نسبت به اخلاق دینی است، چنانچه در اخلاق به دنبال صلاح و مصلحت باشیم و همچنین از اهداف دینی و اخلاق دینی آگاهی داشته باشیم، آنگه خواهیم دید که در اخلاق دینی حقیقت و مصلحت بر یکدیگر منطبق هستند. یک فرد مصلحت جو تنها با اخلاق دینی است که می تواند به عالی ترین مصالح خویش دست یابد، توجه یافتن به سعادت ابدی و راهی تفکر و اندیشه اخلاق سکولاری است.

دلیل دیگر مدعیان اخلاق سکولار این است که اخلاق دینی مصلحت اندیشانه و سودجویانه یا به تعبیری کاست کارانه است به انگیزه رسیدن به بهشت یا بخاطر ترس از جهنم. این دلیل از سوی حامیان اخلاق دینی رد شده است زیرا اخلاق دینی بر خلاف مکاتب اخلاقی سکولار بر یک پایه قرار نگرفته است بلکه دارای درجات و مراتب است. به همین خاطر اخلاق دینی به میزان درجات و مراتب انسان ها برای آنان برنامه و اصول اخلاقی ارائه کرده است (همان، ص ۶).

**انتقادی دیگر:** انتقاد دیگر حامیان اخلاق سکولار به اخلاق دینی این است که این اخلاق از خود بیگانگی انسان را به ارمان می آورد. از این رو که به چیزی فراتر از شهودها و دریافت های شخصی ما فرمان می دهد. مثلاً فرمان ذبح اسماعیل (ع) به ابراهیم (ع). کشتن یک انسان با شهود هر انسان سلیم النفسی ناسازگار است (پالس، ۱۳۸۲).

**پاسخ به انتقاد:** در این مورد باید توجه داشت که فرمان خداوند به ابراهیم (ع) آزمایشی برای تعیین میزان بندگی وی بوده است. بندگی خداوند نه تنها باعث از خود بیگانگی نمی شود، بلکه درست برعکس باعث یادآوری خود الهی و انسانی انسان و ارتقای مکاتب آن به سمت اوست. یاد خداوند مستلزم یاد خود و یا خود معنوی و الهی انسان، مستلزم یاد خداوند است، از این جهت که خود حقیقی انسان با خدای متعال پیوند عمیق دارد. خود فراموشی نیز از نظر قرآن کریم و حکمت اسلامی از لوازم خدا فراموشی تعریف شده است.

حتی اگر بپذیریم در مورد این فرمان موجب از خود بیگانگی گردد اما آیا می توان حکم آن را به تمامی موارد سرایت داد؟ دوری از یک نظریه بر اساس موارد استثناء صورت نمی گیرد و باید دید که در این باره اصول کلی اخلاقی دینی چگونه است. اگر دین به اخلاقیاتی خلاف ندای فطرت انسانی دعوت می کرد و اصول اخلاقی آن بر خلاف شهودهای انسانی می بود، هیچگونه توصیفی نمی یافت (بینارود، ۱۳۹۵، ص ۶).

### تعریف اخلاق حرفه ای در سازمان

اخلاق اصولی و موازینی است که رفتار و حرکت درست و غلط را تعریف نماید و نقطه تمایز میان آنها را به نمایش گذارد. از نظر عملی اخلاق عملی نمی تواند پای بند معیار ثابتی باشد. بلکه بنا به گفته «لوسن» اخلاق امری انسانی است و نمی تواند چیزی غیر از ابداعات مداوم و ابتکارات روزانه در برابر مسائل رفتاری باشد، بنابراین در نظر فلاسفه جدید اروپایی جنبه انسانی اخلاق بیشتر از سایر جنبه های متافیزیکی آن است. (صابریان و همکاران، ۱۳۹۴)

ارزش های اخلاقی تعیین کننده استانداردهایی هستند مبنی بر اینکه از نظر رفتار و تصمیم گیری چه چیز خوب یا بد است. اخلاق چیزی است که با رفتارهای ناشی از قانون متفاوت است رفتار قانونی ریشه در مجموعه ای از اصول و مقرراتی دارد که نوع عمل افراد را مشخص می کند. اصول اخلاقی در مدیریت به هنگام تصمیم گیری و رفتار (در رابطه با درست یا نادرست بودن آنها) از نظر اخلاقی مدیران را هدایت و راهنمایی می کند و موضوع مسئولیت اجتماعی و در گستره همین مطلب قرار می گیرد و به تعهدات مدیریت مربوط می شود یعنی به هنگام تصمیم گیری و اقدام، سازمان باید به گونه ای عمل نماید که به خیر و صلاح جامعه خودش باشد (ال دفت، ۱۳۹۴).

یکی از نگرانی مدیران کارآمد آماده سازی مناسب کارمندان برای داشتن تعهد و احساس مسئولیت نسبت به جامعه و حرفه ی خود و داشتن اصول اخلاقی است. برخی از محققان اخلاق حرفه ای را اینگونه تعریف کرده اند: توسلی (۱۳۸۷) اخلاق حرفه ای مجموعه ای از قوانین است که فرد بدون فشار خارجی آن را انجام می دهد: یانکلوویچ (۱۹۸۴) می گوید: اخلاق سازمانی عبارتند از بررسی و عمل به رفتار اخلاقی است. اخلاق کاری به عنوان یک هنجار اجتماعی یک ارزش مثبت را در انجام عالی کار قرار می دهد و کار را به صورتی تعریف می کند که به گونه ذاتی دارای ارزش است. محمد بهروزی و همکاران (۱۳۹۳) معتقد است هر سازمانی نیاز به توسعه و استفاده از استانداردهای اخلاق حرفه ای برای پویایی و سودآوری خود دارد تا به وسیله همه کارکنان و مدیران خود به ایجاد یک ارزش مشترک جهت سودآوری سازمان بپردازد. حسنعلی آقاجانی (۱۳۹۱) اخلاق کار از طریق تنظیم بهتر روابط، افزایش جو تفاهم و همکاری، افزایش تعهد و مسئولیت پذیری کارکنان، کاهش هزینه های ناشی از کنترل و افزایش اقدامات مشروع سازمان عملکرد سازمان را تحت تأثیر قرار می دهد (آقاجانی و کاویانپور، ۱۳۹۱). در تحقیقی محمد حسنی و همکاران (۱۳۹۳) عدم توجه به اخلاق کار در مدیریت سازمانها در جوامعی مانند ایران که از یک سو دارای ارزش های اخلاقی دیرینه هستند و از سوی دیگر با دنیای مدرن فاصله قابل توجهی دارند می تواند معضلاتی بزرگ برای سازمانها به وجود آورند. توجه به اخلاق کار روحیه ی کار تیمی را قدرت بخشیده و به اجتناب از اعمال مجرمانه در سازمان کمک می کند. همچنین بر اساس اعلام سازمان شفاهیت بین المللی در سال ۱۶۳ کشور ایران رتبه ۱۰۵ شاخص های فساد گریزی سازمانها را در سال ۲۰۰۶ کسب کرده است. این وضعیت نشان می دهد سازمان های ایرانی با وضعیت مطلوب فاصله زیادی دارد. اخلاق حرفه ای به منظور متعهد شدن انرژی ذهنی و روانی و فیزیکی فرد یا گروه به ایده جمعی، درجه اخذ قوا و استعداد درونی گروه و فرد برای توسعه است. اخلاق حرفه ای به طور ذاتی از مسئولیت فرد در قبال رفتار شغلی بحث نمی کند بلکه از مسئولیت سازمان یا بنگاه به عنوان یک واحد حقوقی در قبال همه عناصر محیطی داخلی و خارجی سازمان بحث می کند (حسنی و همکاران، ۱۳۹۳).

اخلاق حرفه ای منجر به شکل گیری تعهد حرفه ای می گردد. «سانتور» تعهد حرفه ای را احساس هویت و وابستگی نسبت به یک شغل، حرفه و سازمان می داند و به تمایل و علاقه به کار در یک حرفه به عنوان تعهد حرفه ای تأکید می کند. والاس برای تعهد حرفه ای سه بعد عاطفی، مستمر و هنجاری قائل شده و تعهد حرفه ای را احساس هویت با یک حرفه، نیاز به استمرار خدمت در یک شغل و احساس مسئولیت بالا نسبت به آن تعریف کرده اند (ابطحی و مولایی، ۱۳۸۵).

برای اینکه اخلاق حرفه ای و مدیریت اخلاقی در سازمان بوجود آید، پرورش و کاربردی شود عوامل مختلفی در آن دخیل هستند که مجموعه این عوامل بایستی با تعامل خود مدیریت اخلاقی را در سازمان شکل و پارادایم اخلاقی را جایگزین روال های دیگر نماید. بطور کلی می توان عناصر پارادایم مدیریت اخلاقی و اخلاق حرفه ای را به دو مقوله اصلی تقسیم نمود:



الف: ویژگی های فردی  
ب: عوامل سازمانی

## ویژگیهای فردی

در شکل گیری اخلاقی سازمانی مجموعه عوامل و ویژگیهای فردی را می توان به شرح زیر بیان نمود.

**اخلاق شخصی:** یک عامل تعیین کننده که احتمالاً به رفتار اخلاقی منجر می شود. ضوابط شخصی افراد یعنی پای بندی فرد به ارزش های اخلاقی است. مدیران و کارکنان دارای شخصیت و معتقد به مسایل اخلاقی، درک می کنند که از رعایت ضوابط اخلاقی، خودشان بیش از همه بهره مند می شوند و این درک از نظام ارزشی آن شکل می گیرد. مجموعه ارزش های یک شخص که با هم مرتبط هستند نظام ارزشی او را تشکیل می دهند. این ارزش ها بیش و کم متجانس هستند. روی هم رفته طرز تلقی و چگونگی برداشت و رفتار خود را نسبت به مسایل و امور مختلف تعیین می کند. (ایران نژاد پاریزی، ۱۳۷۱) در شکل گیری اخلاق شخصی ارزشهای معنوی نقش زیادی دارند. برای تقویت اخلاق شخصی مثبت طی مراحل زیر لازم به نظر می رسد.

- مشخص کردن ارزش های معنوی: در این راستا ارزش هایی که از همه مهمتر است بایستی انتخاب شوند و روی بهترین ارزش تمرکز گردد و لازم است به این موضوع فکر شود که چگونه می توان این ارزش را بیشتر از قبل در گفتار و اعمالمان منعکس نمود. برای استمرار، خود را مقید کنید که زندگی را با مهمترین ارزش تان هماهنگ کنید و هر زمان لغزشی پیش آمد خود را کنترل کنید و یک بار دیگر زندگی را با آن ارزش تطبیق دهید (صابریان و همکاران، ۱۳۹۴).
- داشتن تصویر ذهنی شفاف از زندگی معنوی: در این زمینه لازم است از تفکر پایه استفاده و به زندگی خود نگاه کنید و از خود بپرسید با اطلاعات فعلی اگر می خواستم همه چیز را از نو شروع کنم آیا کاری بود که آن را انجام نمی دادم.
- معین کردن اهداف معنوی خود: بخاطر بیاورید که تنها چهار روش برای ایجاد تغییرات دلخواه شما وجود دارد: الف- می توانید کاری را بیشتر انجام دهید. ب- کاری را کمتر انجام دهید. ج- کاری را شروع کنید. د- کاری را متوقف کنید. باید مشخص کنید کدامیک از این راه ها مناسب شما هستند.
- بدست آوردن عادت های معنوی جدید: برای کسب آرامش درونی و تقویت اخلاق شخصی بایستی عادت ها و رفتارهای جدیدی را در خود پرورش داد تا از طریق آن معنوی تر و اخلاقی تر عمل شود.
- آماده کردن برنامه روزانه فعالیت های معنوی: در این زمینه نیاز به مشخص کردن برنامه روزانه، تقویت و شکوفایی فعالیت های معنوی است که با تکرار هر کاری تبدیل به عادت شود.
- ایجاد تعهد به عمل برای فعالیت های معنوی: در این راستا نیاز به کار عملیاتی با زمان بندی برای اجرا و ارزیابی فعالیت های معنوی است.

**خود شناسی:** خودشناسی انسان را به خود می آورد تا بتواند معنا را تجربه کند. زیرا انسان این قدرت را دارد که معنا را تجربه کند و برای زندگی خود معنایی تعریف و از آن در جهت رشد و اخلاقیات خود و جامعه استفاده کند. خودشناسی زمینه های به کمال رسیدن و خودیابی انسان را فراهم می کند و وقتی انسان به کمال رسید اخلاقیات او کاربردی و عمیق شده و از این طریق می توان نظام مدیریت اخلاقی را در سازمان پیاده سازی نمود. در خودشناسی اخلاق حرفه ای از طریق کار

خودجوش شکل می گیرد. در نظام مدیریت بر مبنای قوانین و مقررات گر چه خوب است ولی زمینه های خودشناسی در آن کمتر و بنابراین کار خود جوش در آن کم رنگ تر است.

**خود کنترلی:** زمانی که ما به خود پرداخته و بر خویشتن وقوف یابیم، کنترل، عاملی درونی می شود. در ادبیات عرفانی ما نیز چنین مسأله ای آمده است. سالک طریقت پس از وقوف به خود از سلطه تمام نیروهای بیرونی به در آمده و آنچه او را حفظ و کنترل می کند همانا عاملی درونی است. (سلطانی، ۱۳۷۸)

برای خود کنترلی می توان چهار مرحله زیر را پیاده سازی نمود.

- مشارطه: که مرحله تعهد با خود است یعنی در انجام هر کاری انسان با خود تعهد می کند که چه کاری مفیدی را انجام دهد و چه کار فاقد ارزش افزوده را انجام ندهد.
- مراقبه: مرحله ای است که انسان بصورت خود کنترلی مواظب و مراقب به تعهد خود است که مطابق آن عمل کند. در مراقبه فرد از روی عقل و شعور و با دخالت اراده به کنترل امیال، صفات به مراقبت از اعمال خود می پردازد.
- محاسبه و ارزیابی: مرحله خود ارزیابی و حسابداری است که فرد در پایان کار خود را با توجه به تعهد داده شده مورد سنجش و ارزیابی قرار می دهد. یکی از لوازم موفقیت در افراد محاسبه است که شخص در آخر هر روز، زمان مناسبی را برای رسیدگی به اعمال روزانه خود اختصاص دهد و در آن به محاسبه نقش خویش بپردازد و برای اطلاع نفس حوزه های قابل بهبود را شناسایی و مشخص نماید.
- معاتبه: مرحله ای است که در آن میزان انحراف مشخص و با سرزنش و اصلاح همراه است و در این زمینه نیاز به تعریف برنامه عملیاتی است که بتوان روی حوزه های بهبود کار و آن را جزء ساختار شخصیتی و رفتاری نمود (صابریان و همکاران، ۱۳۹۴).

### عوامل سازمانی مؤثر در پارادایم مدیریت اخلاقی

عوامل سازمانی مؤثر در شکل گیری اخلاق حرفه ای آنهایی هستند که پس از ورود فرد در سازمان بر میزان اخلاقی یا غیر اخلاقی بودن رفتار جدید تأثیر دارند از عمده ترین عوامل سازمانی موارد زیر را می توان ذکر نمود.

**ضوابط و مقررات سازمانی:** ضوابط و مقررات سازمانی و سیستم های منابع انسانی یکی از عوامل اثر گذار بر وجدان کاری (کار و مدیریت اخلاقی) است. اگر فعالیت های سازمان بر اساس قوانین و ضوابط دقیق انجام نگیرد، فرد می آموزد که بدون رعایت ضوابط می تواند به اهداف خویش برسد و لذا طرف غیر اخلاقی کار، جای خود را به اصول اخلاقی داده و سازمان به سمت غیر اخلاقی شدن حرکت می کند (جدی، ۱۳۷۵).

**فرهنگ سازمانی:** فرهنگ سازمانی را می توان ترکیبی از باورها، آموزش ها و پیش فرض هایی که در سازمان وجود دارد و همه اعضای سازمان کم و بیش بطور یکسان در معرض آن قرار دارند، تعریف نمود. بطور کلی تعاریف فرهنگ سازمان بین دو حد «روش انجام کارها» و در روش فکر کردن در مورد کارها قرار می گیرد (ابزری و دلوی، ۱۳۸۷). جهت تعیین اخلاقی بودن یا نبودن رفتار مدیر باید به دو نکته توجه شود.

الف) محتوای فرهنگ سازمانی: فرهنگ ها دارای یک سری مفاهیم و فنونی هستند که ویژگی خاص آن فرهنگ محسوب می شود و هر سازمانی به لحاظ داشتن شرایط خاص خود دارای ویژگیهایی است. فرهنگی که استانداردهای عالی

اخلاقی را به نمایش می گذارد. دارای ویژگی هایی از قبیل آزادی عمل، استقلال فردی، هماهنگی و انسجام میان اعضای سازمان، ساختار کنترل مبتنی بر خود کنترلی به روشنی و وضوح اهداف و استراتژی ها، سیستم صحیح پاداش مبتنی بر شایستگی، تشویق نوآوری و خلاقیت الگوهای ارتباطی همه جانبه، درستی و راستی، تعهد کاری، مسئولیت پذیری و پاسخگو بودن می باشد.

ب) قدرت فرهنگ: قدرت فرهنگی سازمان را می توان بر پایه دو معیار بسیار مهم، (الف: تعداد اعضای متعهد به فرهنگ، ب: میزان تعهد افراد به فرهنگ غالب) تعیین نمود. سازمان هایی که در آن ارزش ها و باورهای کلیدی به طور مشتاقانه و قوی حفظ شوند و به صورت گسترده ای پخش گردند، دارای تعداد اعضای متعهد بیشتری می باشند (ممی زاده، ۱۳۷۳). یکی از عناصر مهم فرهنگ سازمانی که در اخلاقی شدن مدیریت سازمان نقش زیادی دارد، نگرش مدیریت سازمان نسبت به انسان است. اینکه مدیریت عالی یک سازمان چقدر برای کارکنان سازمان اهمیت قائل باشد و یا اینکه نگرش مثبتی به انسانها داشته باشد، در حاکم شدن مدیریت اخلاقی تأثیر دارد. نگرش مدیریت سازمان نسبت به انسان از دو بعد در مدیریت اخلاقی تأثیر دارد یکی بعد احترام به انسان که احترام قائل شدن برای انسان شرطی اساسی مدیریت اخلاقی بوده و زمینه کار مولد و خلاق را فراهم می نماید و دیگری دیدگاه مثبت گرا نسبت به انسان است که این دیدگاه تعهد و دلسوزی افراد را نسبت به سازمان تقویت نموده و این تعهد سازمانی بار اخلاقی بدنال دارد و سرچشمه بسیاری از ارزش هایی است که می تواند محیط مناسبی را برای پیاده سازی مدیریت اخلاقی فراهم نماید (صابریان و همکاران، ۱۳۹۴).

**ساختار سازمانی:** نوع ساختار سازمانی که ارگانیک، مکانیکی و تیمی باشد در جاری کردن اصول اخلاقی دخیل هستند. معمولاً ساختارهای ارگانیک و تیمی به لحاظ اینکه انسانی و انعطاف پذیرند، زمینه را برای اعمال بیشتر و بهتر مدیریت اخلاقی فراهم می کند. وقتی ساختار سازمانی به گونه ای طراحی شده باشد که میزان مشارکت کارکنان در تصمیم گیری های مربوط به مسائل سازمانی افزایش یابد، زمینه های لازم برای مدیریت اخلاقی فراهم می شود زیرا مشارکت یک درگیری ذهنی، عاطفی و اخلاقی افراد در کار گروهی است. خود درگیری، یاری دادن و پذیرش مسئولیت از مؤلفه های اصلی مشارکت است (طوسی، ۱۳۸۰) که جنبه اخلاقی دارد، بنابراین کارکنان سازمان برای اینکه بیشتر اخلاقمند شوند و ارزش های اخلاقی را زنده کنند، بیشتر در کار مشارکت می کنند. بطور کلی مدیریت اخلاقی دارای ساختاری پویاست و از نظر بهبود ساختار دائماً ارزش های اخلاقی جدیدی تولید می نماید.

**عوامل محیطی (فرا سازمانی):** مؤثر در پارادایم مدیریت اخلاقی: عوامل محیطی تمام عواملی است که در خارج از مرز سازمان وجود دارند و به تمام یا بخشی از سازمان اثرات بالقوه می گذارند معمولاً محیط خارجی شامل بخش های دولتی، اجتماعی، فرهنگی، شرایط اقتصادی و منابع مالی می گردد. این بخش ها به صورت تدریجی و یا در نهایت بر سازمان اثر می گذارند و در روند شکل دهی ارزش های اخلاقی سازمان اثر گذارند، مثلاً اگر در یک جامعه سیاست دولت در جهت توجه به رفاه و آسایش مردم و حفظ ارزشهای انسانی باشد این سیاست در شکل گیری مدیریت اخلاقی تأثیر فراوان دارد و یا اگر فلسفه مادی گرایی صرف بدون معنویت بر جامعه غالب شود این فلسفه ارزش های اخلاقی جامعه را خدشه دار می نماید (صابریان و همکاران، ۱۳۹۴).

## ویژگی های اخلاق حرفه ای

کادوزیر (۲۰۰۱) درباره ی ویژگی های افرادی که اخلاق حرفه ای دارند موارد زیر را بیان می کند:

### **مسئولیت پذیری**

در این مورد فرد پاسخگوست و مسئولیت تصمیم ها و پیامدها و پیامدهای آن را می پذیرد؛ سرمشق دیگران است، حساس و اخلاق مدار است؛ به درستکاری و خوش نامی در کارش اهمیت می دهد؛ برای ادای تمام مسئولیت های خویش کوشاست و مسئولیتی را که بر عهده می گیرد، با تمام توان و خلوص نیت انجام می دهد.

### **برتری جویی و رقابت طلبی سالم**

در تمام موارد سعی می کند ممتاز باشد؛ اعتماد به نفس دارد؛ به مهارت بالایی در حرفه خود دست پیدا می کند؛ جدی و پرکار است؛ به درستکاری و خوش نامی در کارش اهمیت می دهد؛ برای ادای تمام مسئولیت های خویش کوشاست و مسئولیتی را که به عهده می گیرد، با تمام توان و خلوص نیت انجام می دهد.

### **برتری جویی و رقابت طلبی سالم**

در تمام موارد سعی می کند ممتاز باشد؛ اعتماد به نفس دارد؛ به مهارت بالایی در حرفه خود دست پیدا می کند؛ جدی و پرکار است؛ به موقعیت فعلی خود راضی نیست و از طریق شایسته دنبال ارتقای خود است؛ سعی نمی کند به هر طریقی در رقابت برنده باشد.

### **صداقت**

مخالف ریاکاری و دورویی است؛ به ندای وجدان خود گوش فرا می دهد؛ در همه حال به شرافتمندی توجه می کند؛ شجاعت و با شهامت است.

### **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 می دهد؛ تنها منافع خود را مرجح نمی داند.

### **رعایت و احترام نسبت به ارزش ها و هنجارهای اجتماعی**

برای ارزش های اجتماعی احترام قائل است؛ در فعالیت های اجتماعی مشارکت می کند، به قوانین اجتماعی احترام می گذارد؛ در برخورد با فرهنگ های دیگر معتصبانه عمل نمی کند.

### **عدالت و انصاف**

طرفدار حق است؛ در قضاوت تعصب ندارد؛ بین افراد از لحاظ فرهنگی، طبقه اجتماعی و اقتصاد، نژاد و قومیت تبعیض قائل نمی شود.

### **همدردی با دیگران**

دلسوز و رحیم است؛ در مصائب دیگران شریک می شود و از آنان حمایت می کند؛ به احساسات دیگران توجه می کند؛ مشکلات دیگران را مشکل خود می داند.

### **وفاداری**

به وظایف خود متعهد است؛ رازدار دیگران است؛ معتمد است.

## رهیافت اخلاق حرفه ای

اخلاق حرفه ای در سازمانها را با دو رویکرد می توان مورد بحث قرار داد:

۱- رویکرد مدیریت منابع انسانی که بر اخلاقی بودن افراد در مشاغل تأکید می کند. چنین رویکردی پیشینه طولانی در سنت شرقی و غربی دارد. در منابع اخلاق و آداب حرفه ای غالباً با اخلاق مدیران، اخلاق پزشکان، اخلاق مهندسان روبرو می شویم.

۲- رویکرد دوم بر آن 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. اگر چه سازمان از افراد تشکیل می شود، اما سازمان به منزله شخصیت حقوقی هرگز جمع جبری اشخاص حقیقی نیست. این تلقی که سازمان چیزی جز افراد نیست، تلقی تحویلی نگر است. رویکرد استراتژیست ها به اخلاق حرفه ای در پی سازمان اخلاقی است و اخلاقی بودن سازمان را مزیت استراتژیک می انگارد (دیوید، ۱۳۸۰).

## نظام های اخلاقی در اخلاق حرفه ای

نظریه اخلاقی نظامی از قواعد و اصولی را بنا می نهد که انسان ها را در تصمیم گیری درباره آنچه درست و نادرست و خیر و شر است راهنمایی می کنند (حیدری تفرشی، ۱۳۹۰). رفتار اخلاقی در سازمان منوط به شناخت ارزش ها و ضد ارزشهاست. دانش اخلاق، جدول فضایی و ردایل را بر اساس ملاک نهایی ارزش ها به صورت فراگیر، کامل و نظام مند سازگار ارائه می کند.

امروزه پنج نظام اخلاقی در بیان اخلاق حرفه ای وجود دارد. ملاک مقبولیت آنها توانایی در بیان سیستمی فضائل و ردائل اخلاقی و ارائه نظام سازگار، فراگیر و کارآمد است:

- نظام فایده گرا (سودانگاری)
- نظام وظیفه گرا
- نظام عدالت گرا
- نظام آزادی گرا
- نظام خیرگرا (دینی، ۱۳۹۰).

## مراحل کاربردی نمودن اخلاق در رفتار افراد

- موفقیت از اخلاق حرفه ای سرچشمه می گیرد.
- اخلاق حرفه ای از اعتماد آفرینی ایجاد می شود.
- اعتماد آفرینی از پیش بینی رفتار ایجاد می شود.
- پیش بینی رفتار از مستمر بودن و قانونمند بودن رفتار سرچشمه می گیرد.
- مستمر بودن و قانونمندی از مسئولیت ناشی می شود.
- مسئولیت از قانون و باورهای فرد شکل می گیرد (صابر، ۱۳۹۰).

## موانع رشد اخلاق حرفه ای در سازمانها، مؤسسات و محیط های کسب و کار فقدان نگرش راهبردی به اخلاق حرفه ای

اخلاق حرفه ای در نگرش راهبردی، عبارت است از: مسئولیت پذیری سازمان در قبال حقوق همه عناصر محیطی اعم از داخلی و خارجی که نقشی راهبردی در موفقیت آتی سازمان دارد. نگرش غیر راهبردی، تصویری ناقص، نارسا و حداقل گرایانه از اخلاق حرفه ای است که جامعیت را از آن می ستاند و آنرا به سطح مسئولیت اخلاقی فرد در شغل خویش پایین می آورد. در این صورت رویکرد مدیریت منابع انسانی له اخلاق حرفه ای، جایگزین رویکرد راهبردی می شود.

### فرافکنی

فرافکنی نادیده انگاشتن نقش خود و تأکید شدید بر نقش عوامل محیطی است. دانشجویی که وقتی نمره خوب می گیرد، می گوید خودم نمره خوب گرفتم و زمانیکه نمره نامطلوب می گیرد، می گوید 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 می آورد در این حالت شخص یا سازمان اخلاقی بودن خود را منوط و مشروط بر اخلاقی بودن دیگران یا دیگر سازمان ها می کند.

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

### مشتری مداری بصورت ابزار نگرشی و نه اصیل نگرشی

مشتری مداری بصورت ابزار نگرشی یعنی نگاه کردن به مشتری بعنوان ابزار سود. چنین نگاهی نوعی تحویلی نگریش است که مشتری را تا سطح یک ابزار پایین می آورد. با این نگرش، اگر سودی در کار نباشد یا احتمال زبانی متصور باشد، مؤسسه نیز خود را ملزم به پایبندی به حقوق مشتری نمی داند، در حالیکه در مشتری مداری اصیل، مشتری از حقوق اصیل خود برخوردار است که رعایت آن در گرو سود یا زیان مؤسسه نیست. در این حالت مشتری مداری انگیزه درونی دارد و منوط به هیچ چشم داشتی نیست.

در تلقی ابزارگرایانه نسبت به مشتری نگرش سیستمی وجود ندارد زیرا گاهی توجه به مشتری به قیمت عدم توجه به کارکنان صورت می گیرد، در حالیکه رضایت مشتری بدون رضایت کارکنان حاصل نمی شود. 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، مؤسسه از آن می گذرد و حقوق مشتری را زیر پا می گذارد. حتی اگر در مواردی مؤسسه 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 چاپلوسانه و متظاهرانه و یا پذیرایی از مشتری احترام نیست. بلکه اعتماد به مشتری، زبان 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.

### فقدان انگیزش

انگیزش و اخلاق با یکدیگر هم بستگی دارند. فقدان انگیزش مانع از ترویج اخلاق در مؤسسه یا سازمان می شود، نتایج غیر اخلاقی 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 (صابریان و همکاران، ۱۳۹۴).

### تنوری 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 خود شکوفایی (خودیابی).

\* نظریه X، Y، 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، علاقه مند به کار، طالب مسئولیت و خود انگیزه می دانند. با چنین نگاه خوشبینانه ای، در بحث انگیزش، نیازهای ثانوی و لطیف غالب است. بنابراین برای برانگیختن وی باید مشارکتش را در تصمیم گیریها 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 می آیند. اینها عوامل برانگیزاننده هستند اما نیازهای سطح پایین مثل بقاء و ایمنی و حقوق، عوامل نگهدارنده به شمار می آیند که تنها در صورتیکه نباشند نارضایتی ایجاد می کند ولی بودنشان در انگیزش دخالتی ندارد. تأکید سازمان بر عوامل بیرونی انگیزه بسیار زیانبار است، زیرا عوامل بیرونی (مانند پاداش های مستمر) در نقطه ای از اثر می افتد، اما انگیزه های درونی همواره مؤثرند. به تعبیر اسپینوزا، انگیزه بیرونی معلول محرکهای بیرونی است اما انگیزه درونی حاصل بصیرت درونی است.

### نارضایتی شغلی

رضایت شغلی، احساسات و نگرش هایی 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 می داند نه از مقررات و خط مشی ها و رویه های 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 مؤسسه یا سازمان خود آگاه باشیم و نیز اگر برای ارائه کاری با ارزش، کوششی مستمر داشته باشیم، آنگاه برای خود امنیت شغلی ایجاد کرده ایم.

### فقدان مهارت تصمیم گیری

مدیریت، هنر تصمیم گیری است. ضعف در تصمیم گیری باعث بروز رفتار غیر اخلاقی در مؤسسه یا سازمان می شود. تصمیم گیری بصورت فرآیندی است و محصول الگوهای مواجهه با مشکل است، تبدیل مشکل به مسئله و حل اثر بخش مسئله است.

تصمیم گیری اخلاقی به چند اصل وفادار است: اعتماد، کرامت انسانی، مسئولیت پذیری، انصاف، پایبندی 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 مهارت های تشخیص و حل مسئله، فقر اطلاعات و تحلیل با شتاب زدگی همگی از موانع تصمیم گیری های اخلاقی در مؤسسه و سازمان است.

### بالاتکلیفی یا تعارضات اخلاقی

از عمده ترین موانع رشد اخلاق حرفه ای در سازمان بالاتکلیفی سازمانی است. پیچیده ترین وضعیت بالاتکلیفی اخلاقی تعارضات اخلاقی است، یعنی وضعیتی که فرد یا سازمان با دو راهه ای مواجه می شود و راه سومی نمی یابد 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 ناروا است. 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 (صابریان و همکاران، ۱۳۹۴).

### انواع تعارض اخلاقی

تعارضات اخلاقی ۲ گونه اند:

الف) تعارضات در اصول اخلاقی

ب) تعارضات در مسئولیت اجتماعی

تعارض در اصول اخلاقی مانند تعارض در اصل صداقت و اصل رازداری است حل غلط چنین تعارضی استفاده از دروغ مصلحت آمیز است که یکی از عوامل ترویج دروغگویی در فرهنگ سازمانی بشمار می آید و ساده ترین راه حل رایج برای حل تعارض در سازمان ها و جوامع است. اما تعارض اخلاقی در حرفه غالباً تعارض بین مسئولیت هاست. 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 سازمان منافات دارد و انجام آن منجر به اخراج فرد می شود که این امر با مسئولیت خانوادگی منافات دارد. عدم افشا نیز با مسئولیت های اجتماعی و ملی منافات دارد. اما ساده ترین راه حل که گزیده می شود استفاده از



قاعده انتخاب بین بد و بدتر است، یعنی بد را انتخاب می کنیم 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 فضیلت گرایانه است نه کارآمدی. باید توجه داشت که اولاً همواره بد و بدتر نداریم و گاه این ۲ امر هم آورد هستند و تفکیک میان آنها مشکل است. ثانیاً استفاده از این قاعده چشم انسان را برای پیدا کردن راه سوم می بندد. جستجو برای راه سوم در همه موقعیت ها می تواند 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 مشکل آفرین است.

### فقدان نظام های جامع و اخلاقی

فقدان نظام های جامع و اخلاقی در زمینه های مختلف نظیر جذب استخدام، پرداخت حقوق و مزایا، پاداش و تشویق، انتصاب و ارتقاء، اطلاع رسانی، نظارت و ارزیابی از جمله موانع رشد اخلاقی در سازمان ها است. نظام مند کردن همه امور، مانع از رفتارهای سلیقه ای و موردی و وجود آیین نامه های پراکنده می گردد. صرف وجود قانون و آیین نامه در افزایش پیش بینی پذیری، که عامل مهمی در اعتمادسازی و موفقیت سازمان بشمار می رود، کافی نیست بلکه نظام مند کردن موارد فوق سبب می شود قانون چنان تقویت گشته که امکان دور زدن یا تفسیر آن کاهش یابد. مدیری که می گوید: 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 می گوید: بر اساس نظام جامع مربوط به حوزه عملیاتی خود اقدام کنید می تواند از آنها بپرسد چرا چنین کردی. نظام مند سازی سازمان و تعبیه نظام های جامع در همه شئون، علاوه بر آنکه نرخ پیش بینی پذیری سازمان را افزایش می دهد، اعتماد راسخ، پایدار و فراگیر محیط را نسبت به مؤسسه و سازمان ایجاد می کند. از تصمیم های سلیقه ای و تبعیض آمیز می کاهد، شایسته سالاری را تحقق می بخشد، استقلال و مسئولیت پذیری بخش ها و مجموعه ها را در پی دارد، رابطه صف و ستاد را تشکل می بخشد و زمینه ی ایجاد تحول در عین ثبات را فراهم می کند.

### موانع فیزیکی و روانی محیط کار

در بسیاری موارد بستر سازمان به گونه ای است که نمی توان انتظار بروز فکر و عمل اخلاقی را در آن داشت. هنگامی که نور، گرما و سرما، وضعیت صندلی و یا رایانه ی مثلاً یک تحویلدار بانک مناسب نیست چگونه می توان انتظار داشت که تقاضای بی شمار 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 است. 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.

### 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 می گیرد تا در آن دخل و تصرف و از آن استفاده کند. این بهره برداری باید بهینه و توأم با بهره وری باشد.

امانت داری مثل مسئولیت پذیری است که سبب افزایش پیش بینی رفتار فرد و سازمان می شود و به اعتماد آفرینی می انجامد. فرد امانتدار در مفهوم اخلاقی کلمه، پیش بینی پذیر است و می توان به وی اعتماد کرد. ارتباط با او آسان است و افراد در برابر او بلا تکلیف نیستند. امانت داری یک الگوی رفتار اخلاقی است و فرزند امانت انگاری است.

امانت انگاری جهان بینی خاصی است که فرد نسبت به هستی می یابد. در این حالت او تمام عناصر محیط داخلی و خارجی مؤسسه را بعنوان امانت به حساب می آورد.

سهامداران صاحبان امانت هستند و سرمایه خود را نزد مدیران و سازمان به امانت گذاشته اند. اعتماد مشتری به مؤسسه به معنای امانت سپردن حقوق مشتری نزد مؤسسه است. کاهش کیفیت و عدم اطلاع رسانی به مشتری خیانت به امانت در کسب و کار است. کم فروشی از مصادیق دیگر آن به شمار می رود. اعتبار و نشان تجاری یک مؤسسه امانت است. کارکنان مؤسسه نیز امانت به شمار رفته و ابزار و امکانات در اختیار ایشان نیز امانت محسوب می شود. در چنین تحلیلی مفهوم امانت داری به مفهوم بهره وری نزدیک است. دغدغه بهره برداری می تواند بر دغدغه اخلاقی امانت داری استوار شود. کسی که امانت انگاری ندارد دغدغه حفظ اموال عمومی و استفاده بهینه و بهره وری امکانات و اختیار را نیز ندارد (صابریان و همکاران، ۱۳۹۴).

### وظیفه مدیران در اخلاقی کردن سازمان

پینو (۲۰۰۴) اعتقاد دارد که اخلاق حرفه ای رشته ای از دانش اخلاق است که ضمن مطالعه ارتباط شغل ها، به بیان مسئولیت های اخلاقی سازمان، تشخیص و حل مسائل اخلاقی در حرفه های گوناگون می پردازد. او وظایف مدیران را در اخلاقی کردن سازمان این گونه برمی شمارد:

الف) ارزشیابی عملکردهای اخلاقی کارکنان؛

ب) اخلاقی کردن هدف های سازمان؛

ج) اشاعه ارزش ها و مسائل اخلاقی در سازمان؛

د) اخلاق ورزی در زندگی شخصی؛

ذ) اهمیت دادن به اخلاق حرفه ای در شغل؛

و) برخورد عقلانی و روشمند در مواجهه با مشکلات اخلاقی پیش آمده در سازمان و اقدام برای برطرف کردن آنها؛

ه) عنایت خاص به آموزش اخلاق حرفه ای

ی) تهیه و تدوین منشور اخلاقی مربوط به سازمان با مشارکت همه اعضای سازمان؛

### آثار سازمانی و فراسازمانی اخلاق حرفه ای

اخلاق حرفه ای می تواند پیش بینی پذیری بنگاه را افزایش داده و آن نیز موجب اعتماد اصیل، راسخ و پر دامنه ای نسبت به سازمان گردد و سازمان با اتکا به اعتماد در جذب منابع مالی و اعتباری موفق گردد، انگیزش درونی و پایداری را در کارکنان و مدیران ایجاد نماید، منابع انسانی متخصص را جذب کند، با افزایش مزیت رقابتی به جایگاه انحصاری در بازار دست یابد، با اصلاح و تهذیب فرهنگ سازمانی انرژی منی ناشی از معضلات اخلاقی را مهار کند و تنش های سازمانی به نحو اثر بخش

مدیریت شود. حاکمیت اخلاق در فرهنگ سازمانی نقش مهمی در تبدیل تهدید به فرصت دارد (قراملکی، ۱۳۸۷: ۱۰۴). اخلاق حرفه ای هم بسترهای فراسازمانی دارد و هم آثار و نتایج فراسازمانی به ارمغان می آورد. ترویج اخلاق در بنگاه و تعالی اخلاقی فرهنگ سازمانی نه تنها محیط با نشاط و مساعد برای افزایش بهره وری می آفریند بلکه فراتر از سازمان، نقش مؤثری در جامعه نیز دارد. بهداشت، سلامتی و فراتر از آنها تعالی اخلاقی جامعه از بنگاه ها و سازمان های آن سخت متأثر است (قراملکی، ۱۳۸۷: ۱۱۲). افراد در جامعه برای اینکه خدمات رسانی مفید و همچنین توانایی بیشتری برای انجام کارشان با استانداردهای بالا را داشته باشند باید آموزش اخلاق حرفه ای را در خود نهادینه کنند. اخلاق حرفه ای در مقابل ناهنجاری های اجتماعی و رفتاری نقش بسیار مهمی را ایفا می نماید. می توان گفت که اخلاق سازمانی وجودش به اخلاق حرفه ای برمی گردد. اگر بخواهیم این دو را با هم مقایسه کنیم به آن نتیجه خواهیم رسید که رعایت و بکارگیری استانداردهای کاربردی اخلاق حرفه ای در اخلاق سازمانی نقش مهمی ایفا می نماید. می توان گفت که اخلاق سازمانی وجودش به اخلاق حرفه ای برمی گردد. اگر بخواهیم این دو را مقایسه کنیم به این نتیجه خواهیم رسید که رعایت و بکارگیری استانداردهای کاربردی اخلاق حرفه ای در اخلاق سازمانی نقش مهمی ایفا می نماید. می توان گفت که اخلاق سازمانی وجودش به اخلاق حرفه ای برمی گردد اگر بخواهیم این دو را مقایسه کنیم به این نتیجه خواهیم رسید که رعایت و بکارگیری استانداردهای کاربردی اخلاق حرفه ای در اخلاق سازمانی نقش مهمی ایفا می نماید و این دو در بعد وسیعی در ارتباط می باشند. کلین و کلزین (۱۹۹۸) معتقدند که ارزش های کاربردی یک حرفه در داخل سازمان مرتبط با اخلاق حرفه ای می باشد. کارکنان با داشتن اخلاق حرفه ای و ارزش ها و باورهای درست اخلاقی به این باور خواهند رسید که رشد فکری و شغلی شان مستلزم داشتن اخلاق حرفه ای می باشد. ساختار اخلاقی به عنوان تقویت کننده اخلاق حرفه ای در خدمات رسانی عمومی و کمک به افراد جامعه برای هدایت خودشان در یک محیط اجتماعی فرض می شود و توصیف کننده فرایندهایی است که قوانین مطلوب جامعه را تشویق به اجرا کرده تا به اهداف سازمانی یا حرفه ای شان برسند. از عناصر تشکیل دهنده ساختار اخلاقی به مواردی همچون مسئولیت پذیری، سیستم های کنترلی، ارتباطات اجتماعی و همکاریهای داخل سازمانی، شرایط خدمات رسانی و همچنین عمل کردن به سه نکته ی کاربردی کنترل، راهنمایی و مدیریت می توان اشاره کرد. این عناصر تشکیل دهنده می بایستی به عنوان یک ساختار اخلاقی در بین سازمان ها رایج شده بدین معنی که عناصر ساختار سازمانی مرتبط با اخلاق حرفه ای درون سازمانی و برون سازمانی شود. اگر سازمانی دارای ساختار اخلاقی با توجه به عناصر ذکر شده باشد دانش انسانی درون سازمانی آن افزایش و همکاریهای داخل سازمانی آن بهتر و در نتیجه عملکرد سازمان بهبود می یابد و افرادی که در درون سازمان با هم کار می کنند نسبت به هم اعتماد بهتری خواهند داشت (رضایی و همکاران، ۱۳۹۴).

### فواید اخلاق حرفه ای در سازمان

برخورداری از اخلاق حرفه ای و رسیدن فرد مسئول و مدیر به تعادل درونی، نفسانی و دست یازی او به ارزش های مثبت اخلاقی، مدیریت را بالانده و بارور می سازد؛ در نتیجه، عنصر پاسخ گویی، امری نهادینه، بالفعل و عینی می گردد (الوانی و همکاران، ۱۳۷۷). سازمان هایی که رفتار اخلاقی دارند دارای شانس موفقیت بیشتری هستند که در زیر به برخی از تأثیرات اخلاق حرفه ای بر موفقیت و عملکرد سازمان اشاره شده است:

۱- توجه به منافع ذی نفعان

۲- افزایش سود و مزیت رقابتی

۳- کاهش هزینه های ناشی از کنترل

۴- افزایش تعهد و مسئولیت پذیری کارکنان

۵- ایجاد نقش های سازمانی برای مدیریت اخلاق

۶- هماهنگی رفتارهای سازمانی با ارزش های عملیاتی

۷- تدوین برنامه برای ارزیاب جاری نیازمندی های اخلاقی

از نظر علم اخلاق «رفتار و کردار انسان» طوری توجیه و توصیف می گردد، که قابل فهم و مفید بوده و محدود به جهل و نادانی نباشد؛ به همین دلیل است که علم و دانش دامنه مسئولیت اخلاقی ما را زیاده تر کرده و با پیشرفت تکنولوژی نه تنها طرز تعلیم و تربیت نسل جدید تغییر کرده بلکه وظایف باطنی افراد نیز افزونتر شده است (پیروانی و امیریان، ۱۳۹۳).

## عملکرد

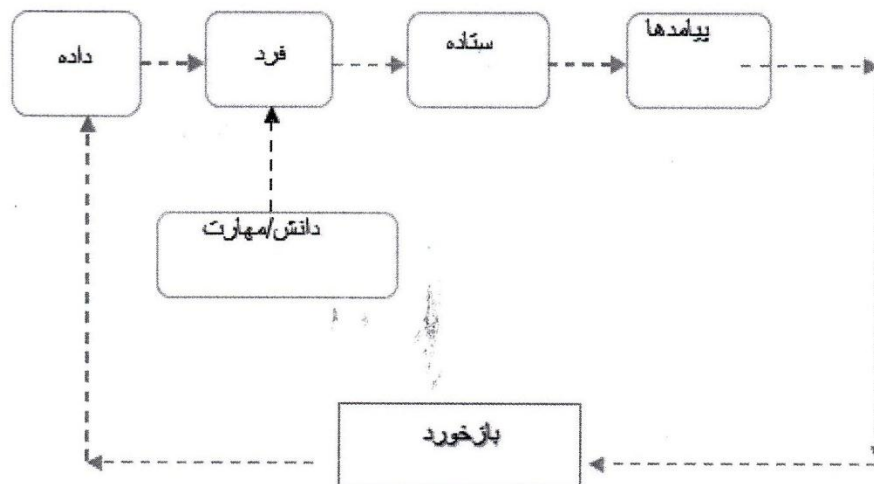
نیروی انسانی به عنوان یکی از مهمترین عوامل در پیشبرد اهداف و ارتقای بهره وری سازمانها محسوب می شود. لذا بهبود عملکرد و بهسازی نیروی انسانی نیاز انکار ناپذیری برای سازمانها محسوب می شود. آرمسترانگ (۱۹۹۴) عملکرد را این چنین تعریف می کند. دستیابی به اهدافی که کمیت و کیفیت آنها تعیین شده است. فرهنگ انگلیسی آکسفورد عملکرد را به عنوان اجرا، به کار بستن، انجام دادن هر چیز منظم یا تعهد شده، تعریف می کند. در واقع عملکرد با انجام کار و همچنین نتایج حاصله از آن مرتبط است. بنابراین عملکرد را می توان به منزله رفتار تلقی کرد. عملکرد عبارتست از کارایی و اثر بخشی در وظایف محوله (حقیقی و همکاران، ۱۳۸۸).

بطور کلی، عوامل عملکردی عبارتند از عوامل رفتاری و عوامل فرایندی. عوامل رفتاری: رعایت مقررات و انضباط اداری، رفتار و برخورد مناسب با ارباب رجوع- جدید در کار- کوشش در جهت فراگیری کارها- انعطاف پذیری- قابل اعتماد بودن و خود جوشی. عوامل فرایندی: عوامل مرتبط با شرایط کار- عوامل مربوط به احترام و قدر منزلت- عوامل مرتبط با نیازهای آموزشی و فراهم ساختن شرایط ارتقا- عوامل مرتبط با مشارکت- عوامل مرتبط با مدیریت صلاحیت دار و شایسته (جلالی ۱۳۷۷، ص ۱۳۳). هر فردی در سازمان کاری را انجام می دهد، بخشی از سیستمی است که متشکل از داده ها، ستاده ها و پیامدها، بازخور و دانش می باشد که این سیستم را سیستم عملکرد می نامند. اگر یک سازمان نتواند این متغیرها را به درستی سازماندهی کند، عملکرد آن از سطح بهینه پایین تر خواهد شد (فیشر، ۱۹۹۷).

بهبود مستمر عملکرد سازمانها، نیروی عظیم هم افزایی ایجاد می کند که این نیروها می تواند پشتیبان برنامه رشد، توسعه و ایجاد فرصت های تعالی سازمان باشد. معیار سنجش موفقیت هر سازمان، به میزان عملکرد کارکنان آن سازمان می باشد. بنابراین برای سنجش موفقیت سازمانها نیاز به نظام های منابع انسانی مترقی می باشد که می تواند با ارائه راهکارهای مناسب و ایجاد هماهنگی لازم بین اهداف سازمان و اهداف کارکنان، بر بهره وری کل سیستم بیافزاید. برخی صاحب نظران مانند هیگنز و ویکنز (۱۹۹۳) موفقیت سازمانی را با عملکرد سازمانی معادل فرض کرده اند (پور محمدعلی و قاسمی، ۱۳۹۵).

## سیستم عملکرد فردی

هر فردی که در سازمان کاری را انجام می دهد، بخشی از سیستم است که مستقل از داده، ستاده، پیامدها، بازخور، دانش/ مهارت، ظرفیت افراد می باشد که این سیستم را سیستم عملکرد می نامند.



شکل (۱): سیستم عملکرد فردی

رفتار اخلاقی و یا غیر اخلاقی در سازمانها، فرهنگ سازمان و تعهد کارمندان را نسبت به سازمان تحت تأثیر قرار می دهد. تعهد کارمندان و فرهنگ سازمان با داشتن تأثیر متقابل بر یکدیگر توانایی سازمان را برای اجرای موفق استراتژی تحت تأثیر قرار می دهند، به نوبه ی خود اجرای موفق یا ناموفق استراتژی بر عملکرد سازمان تأثیر می گذارد. رعایت اخلاق کار در داخل و خارج سازمان به بهبود عملکرد منجر می شود (پور محمدعلی و قاسمی، ۱۳۹۵).

### اخلاق حرفه ای در مدیریت کیفیت فراگیر استفاده از مزایای عدم تبعیض

لازم است مدیران توانایی اداره افراد با جنسیت، سن، نژاد، مذهب، قومیت و ملیتهای مختلف را داشته باشند. رعایت عدالت و اخلاق در برخورد با این افراد در محیط کار، مدیریت آنها را تسهیل می کند و این امکان را برای سازمان فراهم می سازد که از مزایای نیروی کار متنوع، بهره گیرد. مطالعه ای که توسط رایت و همکاران در سال (۱۹۹۵) در مورد رابطه و بین چندگانگی و عملکرد سازمانی انجام گرفته، رابطه مثبتی را بین افزایش سطح چندگانگی در محیط کار و عملکرد مالی سازمانها، نشان می دهد. باکلی (۲۰۰۱) بر این باور است که چندگانگی سازگار با برنامه های اخلاق و فرهنگهای اخلاقی اند می تواند موجب شهرت و اعتبار سازمان شده و عملکرد آن را بهبود بخشد.

### ترویج خود کنترلی

ترویج خود کنترلی در سازمان، به عنوان یکی از مکانیزمهای اصلی کنترل، از مباحثی است که بنیان آن بر اعتماد، اخلاق و ارزشهای فردی قرار دارد. ترویج خود کنترلی باعث کاهش هزینه های ناشی از روشهای کنترل مستقیم شده و موجب بهبود و افزایش سود می شود. این مستلزم تعهد کامل اعضا به تیم، مسئولیت پذیری همه اعضای تیم و داشتن احترام و اعتماد بین آنها و مدیریت است. اگر بپذیریم کارکردهای مدیریت در معنای واقعی مرتبط با مسئولیت و مسئولیت پذیری است و مسئولیت

پذیری را از پای بندی به رعایت اصول اخلاقی منبعث بدانیم به این اصل اساسی می رسیم که اخلاق حرفه ای یک دانش است که بر مبنای یک سیر منطقی و عقلایی ایجاد و پشتیبانی می شود.

سازمان مبتنی بر مدیریت کیفیت فراگیر، به عنوان یک مجموعه یاددهی- یادگیری محسوب می شود که آموزش با کیفیت بالا را در هر یک از مراحل پیشرفت اعمال می کند. این سازمان به دنبال ارزشی که برای انسان قائل است او را در جهت خود ارزیابی سوق می دهد تا این خود ارزیابی به متحول شدن او بینجامد.

### **بهبود روابط، افزایش جو تفاهم و کاهش تعارضات**

یکی از نتایج بهبود اخلاق کار در مدیریت سازمان، تنظیم بهتر روابط در سازمان است که این به نوبه خود باعث افزایش جو تفاهم در سازمان و کاهش تعارضات بین افراد و گروه ها شده، عملکرد تیمی را بهبود می بخشد. شاید بیشترین تأثیرات اصول اخلاقی مربوط به رفتار نیروی انسانی باشد. مطابق تحقیقات تروینو، یانگ بلاد تصمیم گیریهای اخلاقی به طور عمده تحت تأثیر گزینش و استخدام افراد اخلاقی است و پاداش و تنبیه متداول تأثیر زیادی در رعایت اصول اخلاقی ندارد (لاوسن ۱۳۸۱، ص ۲۶۸). توجه بارنارد به اخلاق، به دلیل نقش آن در تسهیل همکاری و کاهش تعارض و مسئولانه عمل کرد به وظایف در محیط کار است. شرع مقدس اسلام نیز کرامت را از خصوصیات ذاتی انسان برمی شمارد (و لقد کرمانا بنی آدم) (سوره اسراء، آیه ۷۰) و رعایت آن را بر همگان واجب می داند. توجه به خودآگاهی، اختیار و آزادی و به دور بودن از استخفاف، توهین، استهزا و... از مقومات انسان است و هر گونه رفتار در جهت خلاق آنها، غیر اخلاقی تلقی می گردد (معظمی، ۱۳۹۴).

### **توانمندسازی کارکنان در جهت اهداف سازمان**

در مدیریت کیفیت فراگیر توانمندسازی کارکنان، از طریق «همسویی»، «ایجاد قابلیت» و «اعتماد متقابل» است. به این معنا که همه کارکنان رسالت، ارزشها، چشم اندازها، مقررات و اهداف سازمان را بدانند (همسویی)، به علاوه دارای توانایی، مهارت و علم مورد نیاز برای انجام کار در مشاغلشان باشند (ایجاد قابلیت)، زیرا برخورداری از قابلیت ها و امتیازات برتر، تضمین کننده سازمان از یک مزیت رقابتی در بلند مدت است (انصاری، ۱۳۸۳، ص ۵۹). از طرفی کارکنان نیازمند اعتماد به مدیریت و احساس اعتماد مدیریت به آنان هستند (اعتماد متقابل) و عدم اعتماد متقابل بین کارکنان و مدیران، حتی بین مدیران در سازمانها، منشاء اصلی مشکلات در روابط کار است (میر سپاسی، ۱۳۸۱، ص ۹۸). در ادامه این توانمندسازی علاوه بر بهبود روابط کارکنان با یکدیگر و مدیران، بهبود شایانی در برخورد با مشتریان و حفظ کرامات آنان نیز مشاهده می گردد.

### **افزایش تعهد و مسئولیت پذیری بیشتر کارکنان**

چنانکه گفته شد اخلاق بر فعالیت انسانها تأثیر قابل توجهی دارد و لازمه عملکرد مناسب، تعهد و مسئولیت پذیری کارکنان است. دسلر باور دارد که: اگر کارکنان بر این باور باشند که با آنان رفتاری عادلانه و منصفانه می شود، شاید تمایل بیشتری داشته باشند که بار (کاری) بیشتری را تحمل کنند (دسلر، ۱۳۷۸، ص ۳۲۷). در این مورد فرد پاسخگو است و مسئولیت تصمیم ها و پیامدهای آنها می پذیرد، سرمشق دیگران است. حساس و اخلاقمند است، به درستکاری و خوشنامی در کارش اهمیت می دهد. برای اجرای تمام مسئولیت های خویش کوشاست و مسئولیتی را که بر عهده می گیرد با تمام توان و خلوص نیت انجام می دهد. دونالدسون و دیویس باور دارند که مدیریت ارزشهای اخلاقی در محیط کار، موجب مشروعیت اقدامات مدیریتی شده، انسجام و تعادل فرهنگ سازمانی را تقویت می کند، اعتماد در روابط بین افراد و گروهها را بهبود می بخشد و با پیروی بیشتر از استانداردها، موجب بهبود کیفیت محصولات و در نهایت افزایش سود سازمان می شود. با توجه به نقشی که

انسانها در سازمانهای امروزی دارند، نوع قضاوت افراد در مورد سازمان و موضوع فعالیت شان تأثیر بسیار زیادی در کارایی و اثر بخشی آنها و در نتیجه کارایی و اثر بخشی سازمان دارد. انتظار بروز خلاقیت توسط کسانی که کار خود را از لحاظ اخلاقی ناپسند تلقی می کنند، واقعی و منطقی نیست.

مدیران کیفیتی با کارکرد استراتژیک در سازمان بالاترین نهاد اجرایی محسوب شده و باید برای ایجاد محیط اخلاقی و ترویج ارزش های انسانی دارای وظایفی چون:

- ۱- اخلاق ورزشی در زندگی فردی؛
- ۲- اخلاق ورزشی در زندگی شغلی؛
- ۳- اخلاق سازی در سازمان به عنوان آرمان و اهداف سازمان؛
- ۴- نظام مند کردن همه امور حرفه ای در سازمان؛
- ۵- جهت گیری اخلاقی نظام های حرفه ای در بنگاه؛
- ۶- ارزیابی مستمر عملکرد اخلاقی بنگاه؛
- ۷- مواجهه روشمند با معضلات اخلاقی و... باشند (قرا ملکی، ۱۳۸۲).

ریچارد دفت نیروهای مؤثر در شکل بخشی اخلاق مدیریت را به شکل زیر ارائه کرده است: «اخلاق الزاماً به قانون و مذهب خاصی ارتباط ندارد. اخلاقیات در کلیه جوامع بشری وجود دارد. اصول اخلاقی مجموعه ای از بایدها و نبایدهایی هستند که ما را وارد می سازند تا در مواردی امیال خویش را سرکوب کنیم و اگر موفق نشدیم تکالیف اخلاقی خود را انجام دهیم، احساس گناه و شرمسازای نماییم» (دفت، ۱۳۷۴، ص ۱۲۵).

نیروهای مؤثر در شکل بخشی به اخلاق مدیریت عبارتند از: فرهنگ دینی، فرهنگ ملی، فرهنگ سازمانی، سیستم های سازمانی، اخلاقیات شخصی و خلق و خوی ذی نفعان خارجی.

عنایت ویژه مدیریت کیفیت به مشارکت کارکنان به عنوان یک اصل اخلاقی در تصمیم گیری های سازمانی بر نگاه معرفت شناختی این نظریه و دانش سازمانی آن هم تأثیر گذار بوده است. اهداف مشارکت کارکنان در تصمیم گیری، موارد زیر را شامل می شود:

\* اهداف انسانی - اخلاقی: که با توجه به مقام والای انسانی و حقوق او مورد تأکید است. ام روزه توجه به انسان به عنوان یک ارزش در سازمان محسوب می شود (سرمدی، ۱۳۸۷، ص ۵۸). بنتلی بعد از تحقیقات زیاد در زمینه مدیریت در تحقیقی به نقل از مجله مدیریت نوین بیان می کند: «پرسنل سازمان نیازمند توجه هستند، کارکنان مایل هستند که در مقام ارج نهادن بر کوشش و پایداری آنان در تصمیم گیری ها و برنامه ریزی ها مشارکت داده شوند. امروزه مشکلات اکثر ابتکار عمل ها در مقیاس تشکیلاتی ناشی از عدم شناخت کافی مسئولین از کارکنان و انگیزه های آنان به عنوان ارزش های اصلی سازمان است».

\* اهداف اقتصادی: استفاده از نظرات سازنده و خلاق همه کارکنان برای دستیابی به عملکرد اقتصادی سازمان، دریافت اطلاعات حتی از پایین ترین رده های سازمانی، افزایش کارایی و تحرک کارکنان به علت ذی نفع بودن، و کاهش تعارضات و اختلافات بین مدیریت و کارکنان از مهم ترین مؤلفه های اهداف اقتصادی است (میرسپاسی، ۱۳۸۱، ص ۴۵).

## نتیجه گیری

اخلاق کاربردی و حرفه ای در رویکرد دینی به نحو معناداری متأثر از الگوها و روش های فقهی و اصولی است. گستره مسائل و موضوعات اخلاق حرفه ای در رویکرد دینی بسیار وسیع تر از محدوده ای است که مورد نظر مکاتب اخلاقی مغرب زمین است. ارتباط بین اخلاق و مدیریت با دیدگاه های کاملاً چندگانه و گاهاً متعارض روبرو بوده است. عده ای از نظریه پردازان بر سازواری بین مفهوم اخلاق و مدیریت تأکید دارند و این که تحت هر شرایطی می توان از مباحث اخلاقی در سازمان ها بحث کرد. در واقع می توان گفت این باورها و اعتقادات شخصی است که فرد را مسئولیت پذیر و قانونمند می نماید و نتیجه قانونمند بودن فرد، این است که می توان رفتار وی را پیش بینی نمود. پیش بینی پذیری رفتار نیز منجر به اعتماد آفرینی خواهد شد و این همان اخلاق حرفه ای است که بر پایه باورها و اعتقادات فردی شکل گرفته است. از این رو، هدف آموزش اخلاق حرفه ای انتقال اطلاعات و یافته های علمی نیست. بلکه تصحیح و تقویت انگیزش، ارتقاء مهارت، افزایش توان و تحول نگرش از اهداف عمده آموزش اخلاق حرفه ای است. اخلاق حرفه ای، تأثیر چشم گیری بر روی فعالیت ها و نتایج سازمان دارد. هنگامی که اخلاق حرفه ای در سازمان حاکم است کارکنان در برابر عملکردهایشان مسئولیت پذیرتر هستند و خود را متعهد به رعایت اصول اخلاقی در سازمان می دانند. اخلاق حرفه ای، بهره وری را افزایش می دهد، ارتباطات را بهبود می بخشد و درجه ریسک را کاهش می دهد؛ باعث اثربخشی و موفقیت سازمان می شود. در چنین سازمان هایی که جو اخلاق حرفه ای برقرار است، کارکنان کمتر در محیط کار دچار تعارض، غیبت و جابجایی می شوند.

بنابراین رعایت اخلاق حرفه ای در سازمان، امری لازم و ضروری است تا سازمان از یک سو جامعه را دچار تعارض نکند و از سوی دیگر، با اتخاذ تصمیمات منطقی و خردمندانه منافع بلند مدت خود را تضمین کند. دین اسلام منبعی عظیم و سرشار از آموزه هایی است که سازمان می تواند با کمک آن زمینه رشد اخلاق افراد را فراهم کند چون اخلاق مسئله ای درونی و زیربنایی است. هدف باید پرورش انسان هایی باشد که بتوانند با اندیشه ای خلاق با مشکلات روبرو شده و به حل آنها بپردازند. به گونه ای که انسان ها بتوانند به خوبی با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و با بهره گیری از دانش جمعی و تولید افکار نو مشکلات را از میان بردارند. یکی از شرایط لازم برای پدیدار شدن افکار نو، وجود آرامش در محیط سازمان است. با افزایش سپرده گذاری های اخلاقی می توان شرایط را برای شکل گیری یک محیط آرام در سازمان و جامعه فراهم کرد و به اهداف تعیین شده نزدیک تر شد. عناصر تشکیل دهنده اخلاق حرفه ای همچون مسئولیت پذیری، سیستم کنترلی، ارتباطات اجتماعی و همکاری های داخلی سازمانی، شرایط مناسب خدمات رسانی و... به سازمان کمک می کند تا رشد و پویایی لازم را در زمینه دانش انسانی و همکاری داخل سازمانی کسب نماید و کارکنان با احساس تعلق و وفاداری و مشارکت جمعی در تصمیم گیری نسبت به انجام امور محوله در راستای اهداف از پیش تعیین شده سازمان گام برداشته و به عنوان بازوی مهم سطوح بالاتر سازمان عمل خواهند نمود.

## منابع

- ✓ آقاجانی، حسنعلی، کاویانپور، محمد، (۱۳۹۱)، اخلاق کار به مثابه عامل بهبود عملکرد سازمانها در عصر جهانی سازی، اولین همایش ملی حسابداری و مدیریت.
- ✓ ابرزی، مهدی، دلوی، محمدرضا، (۱۳۸۷)، مدیریت فرهنگ سازمانی، اصفهان: انتشارات قاصد سحر.



- ✓ ابطحی، سید حسین، مولایی، ناصر، (۱۳۸۵)، رابطه میان تعهد حرفه ای و سازمانی، مجله تدبیر، شماره ۸۳۳.
- ✓ ال دفت، ریچارد، (۱۳۹۴)، تئوری سازمان و طراحی ساختار، ترجمه علی پارسائیان و محمد اعرابی، تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
- ✓ الوانی، سید مهدی، قاسمی، سید احمد رضا، (۱۳۷۷)، مدیریت و مسئولیت اجتماعی. انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- ✓ ایران نژاد پاریزی، مهدی، (۱۳۷۱)، مسئولیت های اخلاقی و اجتماعی مدیریت، مجله دانش مدیریت.
- ✓ بینارود، بهمن، (۱۳۹۵)، اخلاق حرفه ای (موانع و راهکارها)، همایش ملی اخلاق علم و اخلاق حرفه ای در مکتب علامه طباطبایی (ره).
- ✓ بینش، مسعود، (۱۳۹۰)، موانع رشد اخلاق حرفه ای در سازمان ها، تهران: صنعت خودرو، ساپکو.
- ✓ پالس، دانیل، (۱۳۸۲)، هفت نظریه در باب دین، ترجمه محمد عزیز بختیاری، قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره).
- ✓ پورمحمدعلی چایجانی، سوده، قاسمی شمس، معصومه، (۱۳۹۵)، بررسی تأثیر اخلاق حرفه ای بر بهبود عملکرد کارکنان، اولین کنفرانس ملی مدیریت و مهندسی پیشرفت، ایران، تهران.
- ✓ پیروانی، لاله، امیریان، مژگان، (۱۳۹۳)، اخلاق حرفه ای. همایش ملی رویکردهای کاربردی و پژوهشی در علوم انسانی و مدیریت.
- ✓ جدی، سوسن، (۱۳۷۵)، روشهای ایجاد وجدان کار در سازمان، مجله تدبیر.
- ✓ حسنی، محمد، رحیمی، مرضیه، سامری، مریم، (۱۳۹۳)، تأثیر اخلاق اسلامی بر عدالت سازمانی، رضایت شغلی و غیبت از کار کارکنان اداره برق شهرستان ارومیه، مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۲، شماره ۴، صص ۵۳۳-۶۱۳.
- ✓ حقیقی، محمدعلی، احمدی، ایمان، رامین مهر، حمید، (۱۳۸۸)، بررسی تأثیر عدالت سازمانی بر عملکرد کارکنان، مدیریت فرهنگ سازمانی، صص ۷۹-۱۰۱.
- ✓ حیدری تفرشی، غلامحسین، یوسفی، رضا، خدیوی، اسداله، (۱۳۹۰)، تئوری های سازمان و مدیریت در دنیای پسامدرن، تهران: فرهنگ سبز.
- ✓ دفت، ریچارد ال، (۱۳۷۴)، تئوری سازمان و طراحی ساختار، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، تهران: مطالعات و پژوهش های بازرگانی.
- ✓ دیوید، فرد آر، (۱۳۸۰)، مدیریت استراتژیک. ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی.
- ✓ رضایی، نسرين، مرادی، محمد، دارابی، سمیه، (۱۳۹۴)، اخلاق حرفه ای و ضرورت آن در سازمان، اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد، حسابداری و علوم تربیتی.
- ✓ سرمدی، محمدرضا، (۱۳۸۱)، مقاله اخلاق حرفه ای در مدیریت کیفیت فراگیر، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، شماره ۲۹ و ۳۰.
- ✓ سلطانی، ایرج، (۱۳۷۸)، مدیریت اخلاقی ضرورت امروز و فردای سازمان، مجله مدیریت، شماره ۸۳.
- ✓ صابر، مجید، (۱۳۹۰)، اخلاق حرفه ای، انتشارات سمت.

- ✓ صابریان، عبدالله، گرامی، فاطمه، نظام پور، عباس، (۱۳۹۴)، بررسی نقش اخلاق حرفه ای در بهبود کسب و کار سازمانی، کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، استانبول، موسسه مدیران ایده پرداز پایتخت ایلیا.
- ✓ طباطبائی، سید محمد حسین، (۱۴۱۷ ق)، میزان، قم: دفتر انتشارات اسلامی، چاپ پنجم.
- ✓ طوسی، محمد علی، (۱۳۸۰)، مشارکت در مدیریت و مالکیت، تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- ✓ فنایی، ابوالقاسم، (۱۳۹۲)، دین در ترازوی اخلاق، تهران: انتشارات طراط، تهران.
- ✓ قراملکی، احد فرامرز، (۱۳۸۳)، موانع رشد اخلاق حرفه ای در سازمان ها، نشر بشرا.
- ✓ قراملکی، احد فرامرز، (۱۳۸۳)، روش شناسی مسئولیت پذیری در سازمان، اندیشه حوزه، شماره ۴۹ و ۵۰.
- ✓ قراملکی، احد فرامرز، (۱۳۸۷)، درآمدی بر اخلاق حرفه ای، چاپ اول، انتشارات سرآمد.
- ✓ کالیدز، جیمز، پوراس، جری، (۱۳۸۰)، ساختن برای ماندن، ترجمه فضل الله امینی، انتشارات فردا.
- ✓ کانت، ایمانوئل، (۱۳۷۰)، بنیاد مابعدالطبیعه اخلاق، ترجمه حمید عنایت و علی قیصری، تهران: انتشارات خوارزمی.
- ✓ کلینی، (۱۳۸۸)، اصول کافی، ج ۵، قم: انتشارات دارالتقلین.
- ✓ گل وردی، مهدی، (۱۳۹۲)، مؤلفه های اخلاق حرفه ای در سازمان، اسلام و مدیریت، شماره ۲.
- ✓ لاوسن، آلن، (۱۳۸۱)، مدیریت اخلاقی در خدمات دولتی، ترجمه محمدرضا ربیعی مندجین و حسن کیوریان، تهران: نشر یکان.
- ✓ معظمی، محمد، (۱۳۹۴)، اخلاق حرفه ای در مدیریت کیفیت فراگیر، کنفرانس ملی رویکردهای نوین در علوم مدیریت، اقتصاد و حسابداری، مازندران، موسسه علمی تحقیقاتی کومه علم آوران دانش.
- ✓ ملکیان، مصطفی، جزوه تقابل اخلاق دینی و اخلاق سکولار.
- ✓ ممی زاده، جعفر، (۱۳۷۳)، مسئولیت اجتماعی سازمانی و اخلاق مدیریت، مجله دانش مدیریت.
- ✓ Behroozim, M. Qasemi, L. Fadaiyan, B. (2014). Individual And Organization Factors Affecting On The Professional Ethics, 143: 325-359.
- ✓ Cadozierv, A. (2001). The Moral Profession, A Study Of Moral Development And Professional Ethics, Retrieved From Proquest.Com.
- ✓ Ozar, D. Berg, J. Werhance, P.H. Emaruel, L. (2000). Organizational ethics in Health Care, American, Medical Association.
- ✓ Pennino, C M. (2004). Managers and professional ethics. Journal of Business Ethics, 41:337-47.