



دانشگاه جامع علمی کاربردی

مرکز آموزش علمی کاربردی بازرگانی فارس

عنوان:

# اخلاق حرفه ای در کسب و کار درب اتوماتیک

استاد راهنما:

دکتر عبدالحمید راهدار

پژوهشگر:

مجتبی محمدی فر

بهار ۹۸

الحمد لله  
الذي هدانا لهذا  
الذي كنا لنهتدي لولا  
أن هدانا الله

یکی از عمده‌ترین دغدغه‌های مدیران کارآمد در سطوح مختلف، چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای عوامل انسانی شاغل در تمام حرفه‌هاست تا آنها با حس مسئولیت و تعهد کامل به مسائل جامعه و حرفه خود پردازند و اصول اخلاقی حاکم بر شغل و حرفه خود را رعایت کنند. این مقاله بر آن است تا به مفهوم اخلاق حرفه‌ای و اهمیت و ابعاد گوناگون آن و نیاز جوامع امروز به اخلاق پردازد. همچنین به ویژگی‌های افراد دارای اخلاق حرفه‌ای مانند احساس مسئولیت، برتری‌جویی و رقابت‌طلبی، صادق‌بودن، احترام و تکریم دیگران، رعایت ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی، عدالت و انصاف، همدردی با دیگران و وفاداری اشاره می‌شود. در ادامه، با اشاره به عوامل پایه‌ای اخلاق حرفه‌ای، چگونگی اشاعه و ترویج آن در جهت توسعه سازمانی بیان می‌شود.

## مقدمه

اخلاق حرفه‌ای یکی از مسائل اساسی همه جوامع بشری است. در حال حاضر، متأسفانه در جامعه ما در محیط کار کمتر به اخلاق حرفه‌ای توجه می‌شود. در حالی که در غرب سکولار، در دانش‌های مربوط به مدیریت و سازمان، شاخه‌ای با عنوان اخلاق حرفه‌ای وجود دارد، ولی در جامعه دینی ما در مدیریت، به اخلاق توجه کافی نشده است. جامعه ما نیازمند آن است تا ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای مانند دلبستگی به کار، روحیه مشارکت و اعتماد، ایجاد تعامل با یکدیگر و... تعریف، و برای تحقق آن فرهنگ‌سازی شود. امروزه بسیاری از کشورها در جهان صنعتی به این بلوغ رسیده‌اند که بی‌اعتنایی به مسائل اخلاقی و فرار از مسئولیت‌ها و تعهدات اجتماعی، به از بین رفتن بنگاه می‌انجامد. به همین دلیل، بسیاری از شرکت‌های 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 این‌رو، کوشیده‌اند به تحقیقات دربارهٔ اخلاق حرفه‌ای جایگاه ویژه‌ای بدهند؛ وقتی از حوزهٔ فردی و شخصی به حوزه کسب و کار گام می‌نهییم، اخلاق کار و یا اخلاق شغلی به میان می‌آید؛ مانند: اخلاق پزشکی، اخلاق معلمی، اخلاق مهندسی و نظایر آن.

برای نمونه، چگونه ممکن است سیستم یک بیمارستان یا دانشگاه فاسد باشد، اما از پرستاران بخواهیم اخلاقی باشند. امروزه اخلاق حرفه‌ای نقش راهبردی در بنگاه‌ها دارد و متخصصان مدیریت استراتژیک، اصول اخلاقی شایسته در سازمان را از پیش شرط‌های مدیریت استراتژیک خوب دانسته‌اند. در اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت‌های اخلاقی سازمان در قبال محیط داخلی و خارجی است و این متمایز از حقوق کار است؛ اما حقوق کار نیز در آن وجود دارد. اصول اخلاق خوب از پیش شرط‌های مدیریت استراتژیک خوب است. این اصول موجب ایجاد یک شرکت و بنگاه خوب می‌شود.

### مفهوم اخلاق حرفه‌ای

در ابتدا مفهوم اخلاق حرفه‌ای به معنای اخلاق کار و اخلاق مشاغل به کار می‌رفت. امروزه نیز عده‌ای از نویسندگان اخلاق حرفه‌ای، از معنای نخستین این مفهوم برای تعریف آن استفاده می‌کنند. اصطلاحاتی مثل *work ethics* یا *professional ethics* معادل اخلاق کاری یا اخلاق حرفه‌ای در زبان فارسی است. تعریف‌های مختلفی از اخلاق حرفه‌ای ارائه شده است:

الف) اخلاق کار، متعهد شدن انرژی ذهنی و 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 یکی از شعبه‌های جدید اخلاق است که می‌کوشد به مسائل اخلاقی حرفه‌های گوناگون پاسخ داده و برای آن اصولی خاص متصور است.

ج) اخلاق حرفه‌ای به مسائل و پرسش‌های اخلاقی و اصول و ارزش‌های اخلاقی یک نظام حرفه‌ای می‌پردازد و ناظر بر اخلاق در محیط حرفه‌ای است.

د) مقصود از اخلاق حرفه‌ای مجموعه قواعدی است که باید افراد داوطلبانه و براساس ندای وجدان و فطرت خویش در انجام کار حرفه‌ای رعایت کنند؛ بدون آن که الزام خارجی داشته باشند یا در صورت تخلف، به مجازات‌های قانونی دچار شوند.

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

و) این اخلاق، دربرگیرنده مجموعه‌ای از احکام ارزشی، تکالیف رفتار و سلوک و دستورهای برای اجرای آنهاست.

ز) اخلاق حرفه‌ای، به منزله شاخه‌ای از دانش اخلاق به بررسی تکالیف اخلاقی در یک حرفه و مسائل اخلاقی آن می‌پردازد و در تعریف حرفه، آن را فعالیت معینی می‌دانند که موجب هدایت فرد به موقعیت تعیین شده همراه با اخلاق خاص است.

در تعریف اخلاق حرفه‌ای به موارد زیر اشاره شده است:

۱. اخلاق حرفه‌ای رفتاری متداول در میان اهل یک حرفه است.

۲. اخلاق حرفه‌ای مدیریت رفتار و کردار آدمی هنگام انجام دادن کارهای حرفه‌ای است.

۳. اخلاق حرفه‌ای رشته‌ای از دانش اخلاق است که به مطالعه روابط شغلی می‌پردازد.

۴. اخلاق حرفه‌ای عبارت است از مجموعه‌ای از قوانین که در وهله اول از ماهیت حرفه و شغل به دست می‌آید.

در بیشتر تعریف‌هایی که از اخلاق حرفه‌ای شده است، دو ویژگی دیده می‌شود:

الف) وجود نگرش اصالت فرد و فرد گرایی؛ ب) محدود بودن مسئولیت‌ها و الزامات اخلاقی فرد در شغل، که به نظر می‌رسد این نگاه به اخلاق حرفه‌ای، نوعی تحویلی‌نگری و تقلیل دادن اخلاق حرفه‌ای است؛ زیرا هویت جمعی و سازمانی در نهادهای مشاغل در کسب و کار، بسی فراتر از شغل فردی اشخاص است. با توجه به همین دیدگاه بود که در این اواخر نیز بحث از اخلاق حرفه‌ای در منابع مدیریتی و بیشتر در آثار و مباحث مربوط به مدیریت منابع انسانی مطرح می‌شد.

امروزه با توجه به همین مورد، در مفهوم جدید از اخلاق حرفه‌ای، به مسئولیت‌های اخلاقی بنگاه و سازمان اشاره می‌شود که جامع‌تر از تعریف سنتی است. در این نگاه، بنگاه به منزله یک شخصیت حقوقی دو گونه مسئولیت دارد: الف) مسئولیت‌های حقوقی کیفری؛ ب) مسئولیت‌های اخلاقی که مسئولیت‌های اخلاقی بنگاه بسیار پیچیده‌تر از مسئولیت‌های اخلاقی فردی – شخصی و فردی – شغلی است. به عبارت دیگر، مسئولیت‌های اخلاقی بنگاه شامل همه اضلاع و ابعاد سازمان می‌شود و اخلاقیات شغلی را نیز دربرمی‌گیرد. البته اخلاق حرفه‌ای افزون بر اخلاق کار، حقوق کار را نیز دربرمی‌گیرد.

### ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای

امروزه در اخلاق حرفه‌ای، 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 می‌گیرد و سازمان با دغدغه رعایت حقوق دیگران، از تکالیف خود می‌پرسد. ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای در مفهوم امروزی آن عبارت‌اند از: دارای هویت علم و دانش بودن، داشتن نقشی کاربردی، ارائه صبغه‌ای حرفه‌ای، بومی و وابسته بودن به فرهنگ، وابستگی به یک نظام اخلاقی، ارائه دانشی انسانی دارای زبان روشن انگیزشی، ارائه روی آوردی میان‌رشته‌ای. «کادوزیر» درباره ویژگی‌های افرادی که اخلاق حرفه‌ای دارند موارد زیر را بیان می‌کند:

### مسئولیت‌پذیری

در این مورد فرد پاسخ‌گوست و مسئولیت تصمیم‌ها و پیامدهای آن را می‌پذیرد؛ سرمشق دیگران است؛ حساس و اخلاق‌مند است؛ به درستکاری و خوشنامی در کارش اهمیت می‌دهد؛ برای ادای تمام مسئولیت‌های خویش کوشاست و مسئولیتی را که به عهده می‌گیرد، با تمام توان و خلوص نیت انجام می‌دهد.

### 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 پرکار است؛ به موقعیت فعلی خود راضی نیست و از طرق شایسته دنبال ارتقای خود است؛ سعی نمی‌کند به هر طریقی در رقابت برنده باشد.

### 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.

### احترام به دیگران

به حقوق دیگران احترام می‌گذارد؛ به نظر دیگران احترام می‌گذارد؛ خوش‌قول و وقت‌شناس است؛ به دیگران حق تصمیم‌گیری می‌دهد؛ تنها منافع خود را مرجح نمی‌داند.

### 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.

### عدالت و انصاف

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

## 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.

## وفاداری

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

## نظام‌های اخلاقی عمده

اخلاق حرفه‌ای در تفکر سنتی، کم‌وبیش بر نظام ارسطویی استوار بوده است؛ اما امروزه نظام‌های دیگری نیز کانون توجه است. در حال حاضر، بیشتر از پنج نظام عمده اخلاقی در بیان اخلاق حرفه‌ای استفاده می‌شود. ملاک مقبولیت این پنج نظام در میان ده‌ها نظریه و نظام اخلاقی، توانایی آنها در بیان سیستماتیک فضایل و رذائل اخلاقی، ارائه نظام سازگار، فراگیر و کاراست. این پنج نظام اخلاقی (نظریه‌های عمده) عبارتند از: فایده‌گرایی، وظیفه‌گرایی، عدالت فراگیر، آزادی فردی و زیبا و خیر مطلق. چهار نظریه نخست در واقع اصول راهبردی اخلاق را ملاک نهایی می‌انگارند، اما در نظریه چهارم، خداوند متعال، برترین زیبایی و مشخص‌کننده ملاک نهایی اخلاق است. در این نظام اخلاقی که روشنی‌بخش دیگر نظام‌های اخلاقی است، تقرب به خدا و کسب رضایت او آرمان اخلاق است و دستیابی به عدالت فراگیر اجتماعی، آزادی، حرمت انسان و بیشترین سود برای بیشترین کسان نیز از اهداف زندگی اجتماعی در چهار ساحت فردی، شغلی، سازمان و جامعه است. گفتنی است، همه تحقیقات در چارچوب نظام اخلاقی اسلام، بر اساس نظریه زیبا و خیر مطلق انجام می‌شود.

## مبانی نظری اخلاق حرفه‌ای در اسلام

الگوهای رفتاری در سطح نهادها و سازمان‌های اجتماعی، وحدت‌بخش جامعه دینی است. تعریف کلی الگوهای اخلاقی و رفتار ارتباطی، مسئولیت‌پذیری در برابر حقوق افراد است. جامعه دینی از حیث تعامل سازمان‌ها و نهادهای اجتماعی در آن و نیز از نظر رفتار ارتباطی



افراد، متضمن مسائل فراوانی است. این مسائل از تعین دینی چنین جوامعی سر برمی آورند و با تعیین دینی نیز باید پاسخ یابند. اخلاق، سامان دهنده رفتار ارتباطی در مقیاس فرد، سازمان، جامعه و روابط جهانی است. رفتار ارتباطی درون شخصی و برون شخصی فرد در زندگی شخصی و زندگی شغلی، از طریق اخلاق سامان و انسجام می یابد. همچنین رفتار ارتباطی سازمان با محیط و نیز تعامل نهادهای اجتماعی با یکدیگر، در دو سطح ملی و جهانی، بر مبنای اخلاق قوام می یابد. برای تعیین مؤلفه های کاربردی اخلاق حرفه ای (اسلامی)، می توان از اصول راهبردی اخلاق حرفه ای در اسلام استفاده کرد؛ اصول راهبردی اصلی (در اسلام) عبارتند از: احترام اصیل و نامشروط به انسان ها، رعایت آزادی انسان ها، برقراری عدالت در مورد انسان ها، امانت ورزی در رفتار و بینش شخصی.

اخلاق حرفه ای در نظام اداری جمهوری اسلامی باید هویت اسلامی داشته باشد و مبتنی بر اخلاق اسلامی شکل بگیرد. برای داشتن هویت اسلامی اخلاق حرفه ای در کشورمان، به چهار دلیل می توان اشاره کرد:

الف) از لحاظ فرهنگی به دلیل وابستگی توده مردم کشورمان به نظام عقیدتی اسلام

ب: از لحاظ دینی به دلیل جداناپذیری اخلاق از دین در متن دین اسلام؛

ج) نیاز به پویایی درون فرهنگ اسلامی با توجه به مواجهه آن با چالش جهانی شدن

د) از لحاظ نظام حکومتی، الزام به حکومت دین مدار در نظام حکومت دینی

و) از لحاظ قانونی، به تأکید قانون اساسی - در اصل هشتم - بر تصویب قوانین اسلامی در کشور.

نظام اخلاق اسلامی به گونه ای است که با اخلاق حرفه ای در هم آمیخته و تفکیک ناپذیر است؛ زیرا در این نظام ملاک نهایی و نهایت سعادت بشری، الله است و انسان در مقام خلیفه و جانشین الهی در زمین، محور توجهات اخلاقی است؛ بدین معنا که خشنودی انسان و خدمت به او موجب رضایت و تقرب به خداوند می شود؛ از این رو، نظام اخلاق اسلامی با توجه به ملاک

نهایی، در صدد است با ارائه دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های اخلاقی در سطح حرفه و زندگی اجتماعی و همچنین با در نظر گرفتن پیشرفت‌های مادی در جهت بهبود زندگی انسان‌ها، زمینه سعادت و کمال حقیقی بشر را فراهم آورد.

در باره مورد اخیر باید گفت در اخلاق حرفه‌ای اسلامی، ملاک نهایی اخلاق همانا خواست خداوند - خیر مطلق - است. مهم‌ترین اصول راهبردی که می‌توانند منشأ شکل‌گیری مؤلفه‌های کاربردی اخلاق حرفه‌ای (اسلامی) شوند، عبارت‌اند از:

الف) کرامت انسانی؛ ب) آزادی فردی؛ ج) عدالت اجتماعی در مفهوم عام قرار دادن هر امری در جایگاه شایسته آن؛ د) امانت‌ورزی در دو سطح امانت‌داری و بینش امانت‌نگری. در این بین، اصل چهارم مهم‌ترین اصل (اصل‌الاصول) است.

مفهوم امانت‌داری در کسب و کار، قابل تجزیه به سه پرسش است:

۱. چه چیزی در کسب و کار مورد امانت قرار می‌گیرد؟ ۲. مراد از امانت‌داری در قبال آن امور چیست؟ ۳. صاحبان امانت کیستند؟ البته امانت‌داری در حرفه نمی‌تواند به معنای عدم تصرف باشد؛ زیرا تصرف و به‌کارگیری مقوم کسب و کار است؛ بلکه تصرف در حرفه دو گونه است: امانت‌دارانه و غیر امانت‌دارانه. در این زمینه تصرف امانت‌دارانه 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 عزم و احتیاطی تقوا است. اصول منشور اخلاقی در اسلام، در همه حرفه‌ها مشترک است؛ ولی تفاوت حرفه‌ها در فروع است. بدین ترتیب، اصولی را که از منابع اسلامی به دست می‌آید، می‌توان در تمامی حرفه‌ها جاری ساخت. پس باید اخلاق اداری و سازمانی جزو برنامه‌های آموزش در سازمان قرار گیرد.

عوامل پایه‌ای اخلاق حرفه‌ای

یکی از صاحب نظران این نظریه به نام زیونتی در مقاله‌ای عوامل پایه‌ای برای اخلاق حرفه‌ای برمی‌شمارد که عبارت‌اند از:

#### الف: استقلال حرفه‌ای اخلاق علمی

این عامل مانند اخلاق در هر نظام حرفه‌ای دیگر باید منعکس‌کنندهٔ هنجارهای درونی حرفه و احساس تعهد اخلاقی از سوی خود حرفه‌ای‌ها و نهادهای تخصصی آنها باشد، نه آنکه در قالب بایدها و نبایدهای اخلاقی به آنها تحمیل و قبولانده یا گوشزد شود. برای مثال، یک مدیر باید در حرفهٔ خود مسائلی مانند صداقت، دقت، قابل اعتماد بودن، گشوده بودن به فضای انتقاد و ارزیابی، پرهیز از جزمیت، احترام به زیردستان و اطرافیان، توجه به حریم خصوصی و مسئله حفظ اسرار افراد را سرلوحهٔ خویش قرار دهد.

#### ب) خودفهمی حرفه‌ای

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

#### ج) عینیت‌گرایی، بی‌طرفی و عدم جانب‌داری

از مهم‌ترین اصول اساسی که در اغلب اسناد و مباحث مربوط به اخلاق حرفه‌ای علمی مورد تأیید قرار می‌گیرد، رعایت عینیت‌گرایی و بی‌طرفی است. فردی که اخلاق حرفه‌ای را در زندگی شغلی‌اش به کار می‌گیرد، نباید جانب‌داری غیرعقلانی نسبت به منبعی که دارای صفات غیر اخلاقی است نشان دهد.

#### د) فراتر رفتن از مفهوم معیشتی

تا زمانی که فردی درگیر مسائل فیزیولوژیکی باشد، توجه به مسائل دیگر کم‌رنگ‌تر خواهد بود. معنای اخلاق حرفه‌ای با عبور از مفهوم معیشتی آن به عرصه ظهور می‌رسد. زمانی که افراد در فعالیت و کسب‌وکار حرفه‌ای خود از سطح گذران زندگی مادی فراتر می‌آیند، دست کم سه سطح دیگر از فعالیت‌های علم و فناوری برای آنها معنا می‌یابد: ۱

۱. احساس کار آیی، اثربخشی و تولید کیفیت به عنوان ارزش افزوده؛ ۲. احساس خدمت به مردم و مفید واقع شدن؛ ۳. احساس رهاسازی از طریق بازتوزیع فرصت‌ها و نقد قدرت.

### ضرورت ترویج اخلاق حرفه‌ای در سازمان

توسعه سازمانی تلاشی پی‌گیر، منسجم و کاملاً برنامه‌ریزی شده است که به منظور بهبود و نوسازی نظام صورت می‌گیرد. هدف از توسعه سازمانی، هم بهبود زندگی (شغلی) فرد و هم بهبود کارکرد سازمان است.

با توجه به اهمیت اخلاق حرفه‌ای در توسعه سازمان، لازم است در تعیین اثربخشی (میزان تحقق اهداف سازمانی) و هدایت منابع (از جمله منابع انسانی) به میزان آموزش اخلاق حرفه‌ای در سازمان توجه شود. البته در زمینه مذکور از جمله موانع تغییر رفتار اخلاقی در هر سازمان، جهل و ناآشنایی کارکنان از اخلاقیات شغل و سازمان بیان شده است. با توجه به اینکه امروزه هیچ سازمانی قادر نیست بدون آموزش توسعه یابد، لازم است در سازمان‌ها افزون بر آموزش تخصص‌ها و مهارت‌های مورد نیاز هر شغل به کارکنان، ایجاد روحیه تعاون، کار مشترک و دسته‌جمعی و به ویژه اخلاق اداری و سازمانی جزو برنامه‌های آموزش در سازمان قرار گیرد.

از آنجا که منشور اخلاقی در هر سازمان طی فرایند گفت‌وگو و مشارکت تمامی کارکنان و رؤیسان به وجود آمده است، به منزله یک میثاق عمومی سازمان پذیرفته شده است. به تدریج سازمان گسترش این اصول را جزء اهداف خود می‌پذیرد. بدین منظور، شیوه‌های مختلفی

برای آموزش اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها به وجود آمده است که یادگیری مستقیم، رایج‌ترین آنهاست؛ اما این شیوه نشان داده است که کار آیی لازم را ندارد. پس با توجه به اینکه ترویج اخلاق در سازمان، به معنای یادگیری سبک خاصی از زندگی سازمانی است، باید به شیوه‌های غیرمستقیم مانند آموزش‌های حین عمل و آموزش‌های اجتماعی و فرهنگی، توجه بیشتری شود.

اما جدای از نوع آموزش، به منظور تعیین محتوای آموزشی، سازمان باید نیازهای آموزشی را از مقایسه میان وضع موجود و وضع مطلوب (با آنچه لازمه پاسخ‌گویی به منشور اخلاقی و اهداف سازمان است) مشخص کند. برای تعیین وضع موجود (میزان پایبندی کارکنان به اخلاق حرفه‌ای سازمان) و حتی برای تعیین وضع مطلوب (دیدگاه کارکنان به عنوان افرادی آگاه به شرایط سازمانی برای ارائه مؤلفه‌هایی کاربردی) لازم است از تحقیقات درباره اخلاق حرفه‌ای حمایت کرد.

منشور اخلاقی هر سازمانی، از اشتراک عمومی همه اعضای سازمان در مورد اصول و قواعد اخلاقی خاصی که در جهت بهبود و توسعه فعالیت‌های سازمانی است، به دست می‌آید. در صورتی که اگر بخواهیم ارزش‌های خاصی را به صورت پذیرش همگانی در آوریم، باید در ابتدا از توسعه آگاهی‌ها و دانش‌های مرتبط شروع کنیم. سپس به تدریج نگرش‌ها را تغییر، و در نهایت به عنوان خروجی، رفتارها را تحت تأثیر قرار داد.

#### وظایف مدیران در اخلاقی کردن سازمان

پنیو اعتقاد دارد که اخلاق حرفه‌ای رشته‌ای از دانش اخلاق است که ضمن مطالعه ارتباط شغل‌ها، به بیان مسئولیت‌های اخلاقی سازمان، تشخیص و حل مسائل اخلاقی در حرفه‌های گوناگون می‌پردازد. او وظایف مدیران را در اخلاقی کردن سازمان این‌گونه برمی‌شمارد:

الف) ارزشیابی عملکردهای اخلاقی کارکنان؛

ب) اخلاقی کردن هدف‌های سازمان؛

ج) اشاعه ارزش‌ها و مسائل اخلاقی در سازمان؛

د) اخلاق‌ورزی در زندگی شخصی؛

ذ) اهمیت دادن به اخلاق حرفه‌ای 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 حرفه‌ای

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

عوامل روان‌شناختی مرتبط با اخلاق کار

بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند از خودبیگانگی افراد می‌تواند تأثیر مستقیمی بر میزان علاقه، دقت، مسئولیت، ابتکار و مولد بودن داشته باشد. اخلاق کار قواعد و زمینه‌های برانگیزاننده و فعال‌شده تعهد ذهنی، روانی و فیزیکی فرد یا گروه است. بدیهی است که یک ذهن از خودبیگانه، نمی‌تواند زمینه‌ای مناسب برای انگیزه و تعهدات اخلاق و فیزیکی از خود بروز دهد. کاهش اخلاق کار، منجر به کاهش مسئولیت‌پذیری می‌شود.

تعهد ذهنی و فیزیکی از خود بیگانگی صنعتی شدن جوامع و تأثیر آن بر اخلاق کار، تغییرهایی بنیادی در ساختار جامعه پدید می‌آورد.

در نظام پیشه‌وری، رابطه 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 تغییرهای اساسی به وجود 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 نظمی که کارفرما اعمال می‌کرد، یعنی ساعات و سرعت کار منظم تبعیت می‌کردند و اگر چه از نظر حقوقی آزاد بودند، از نظر اقتصادی و اجتماعی وابسته و تابع بودند.

یکی از ابعاد بسیار مهم اخلاق کار، بعد روان‌شناختی آن است؛ زیرا اخلاق متغیری است که آگاهی و اراده فردی نقش محوری در آن ایفا می‌کنند. 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 جایی که کار اخلاقی به صورت ارزش‌های درونی درمی‌آید. به این ترتیب، برنامه‌ریزان کلان‌کشوری قادر خواهند بود اخلاق کار را در افراد جامعه درونی 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.

**ضمانت اجرای رعایت قواعد اخلاق حرفه‌ای در مؤسسات تجاری و ادارات**

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 گذاشتن شرایط رقابت سالم، امتیازهای خاصی به نفع خود و به ضرر سایر افراد در سراسر جهان تحصیل نکنند.

اربابان حرفه‌ها و مشاغل بازرگانی و اداری در هر رشته‌ای باید برای حرفه خود قواعد اخلاق حرفه‌ای خاصی تنظیم کنند؛ قواعد اخلاق حرفه‌ای در محدوده شرایط اجتماعی - سیاسی و حقوقی حاکم بر فعالیت اصحاب حرفه‌ها در هر کشوری باید برای همان کشور تدوین شود. البته هیچ‌کدام اخلاق حرفه‌ای که لااقل اصول اخلاق حرفه‌ای را رعایت نکرده باشد، قابلیت شناسایی ملی و بین‌المللی ندارد.

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 اعضای هر حرفه برسد و همچنین سازمان رسیدگی انضباطی، به منظور

مجازات انضباطی در مورد اشخاص عضو حرفه مزبور تشکیل شود. به همین دلیل، توصیه می‌شود قواعد اخلاق حرفه‌ای خاص هر رشته به تصویب کانون‌های غیر دولتی 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 مؤسسات تبلیغاتی، انجمن تولیدکنندگان محصولات دارویی و بهداشتی، انجمن متخصصان محیط زیست و سازمان‌ها و مؤسسات بانکی و بیمه. هر یک از این کانون‌های فعال در تجارت بین‌المللی، خود قواعد حرفه‌ای خاص را تدوین، و به تصویب اعضای خود رسانده‌اند. برخی رفتارهای مخالف اخلاق تجاری و اداری مانند پول‌شویی، فساد مالی، اعمال نفوذ و معاملات و ایجاد انحصارات، مشمول ضمانت اجرای جزایی در قوانین کشورهای مختلف‌اند که وظیفه مجازات تبهکاران اقتصادی به دولت‌ها مربوط می‌شوند.

بدیهی است مهم‌ترین قاعده اخلاق حرفه‌ای، ضرورت اجرای قوانین، به ویژه 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 سوءاستفاده‌های اعضای حرفه‌ها نظارت می‌کنند و حتی بدون داشتن دلایل کافی، و به استناد مدارک و اطلاعات موثق دیگر، اعضای متخلف را مشمول مجازات‌های انضباطی قرار می‌دهند. طبیعی است تعقیب اشخاص به منظور اعمال مجازات انضباطی مانع پیگیری کیفی نیست و سازمان‌های حرفه‌ای هر گاه به دلایل قانونی مجرمانه پی‌ببرند، معمولاً چنین دلایل و مدارکی را به دادستان‌های مربوط تسلیم می‌کنند.

**مشکلات و موانع اخلاق حرفه‌ای**

**ارزش‌مداری به جای مسئله‌محوری**

بسیاری از مشکلات، ناشی از نگرش سنتی ما به اخلاق است. ما در نگرش سنتی خود به معضلات اخلاقی صرفاً فضیلت‌محور یا ارزش‌مدار هستیم نه مسئله‌محور؛ جهت‌گیری ما فضیلت‌گرایانه



است، نه کار آمدی. ورود ما به معضل اخلاقی، صرفاً موعظه‌ای، تبشیری و انذاری است. در حالی که برخورد صحیح و مؤثر با معضلات اخلاقی به تخصص و مهارت نیاز دارد.

رویکرد فضیلت‌گرایانه ما را وامی‌دارد تا در مواقع رویارویی با معضلات اخلاقی، صرفاً احکام و فضیلت‌های اخلاقی را یادآوری کرده، بر آن اصرار کنیم. در چنین مواقعی، تا می‌توانیم از احساسات و عواطف خود خرج می‌کنیم، اما برای حل معضل، ذره‌ای مهارت به خرج نمی‌دهیم. فضیلت‌گرایی، یک رویکرد نیست، بلکه یک نوع موضع‌گیری و نهایتاً یک نوع نگرش است. رویکرد، غیر شخصی و روش‌مند بوده، ناظر به درک درست مسئله و در نهایت حل معضل است. همچنین، رویکرد، مبتنی بر «توصیف تعلیلی» موضوع است و در مسیر خود از معیارها و ابزارهای علمی و سنجش‌گر سود می‌برد؛ اما نگرش، موضع‌گیری شخصی است و اساساً ناظر به حل مسئله نیست. با جهت‌گیری مسئله‌محور، ذهن، بی‌آنکه به بیراهه برود، فقط همان را می‌یابد و همان قدر و همان گونه می‌یابد که به کار حل مسئله می‌آید.

#### غفلت از عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای

در دانش مدیریت این مسئله کاملاً روشن است که عوامل محیط بیرون 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، از آن غافل نیستند. کمترین فایده‌ای که درک این عوامل دارد این است که ما را در اخذ استراتژی و خط مشی سازمانی، واقع‌بین‌تر و در نتیجه موفق‌تر خواهد کرد. در حوزه اخلاق حرفه‌ای نیز، لااقل در مقام تبیین و تحلیل معضلات اخلاقی سازمان، از عوامل فردی، سازمانی و محیطی نباید غفلت کرد. غفلت از این عوامل در تحلیل و تبیین علل معضل اخلاقی، ما را دچار تحویلی‌نگری و غیر واقع‌گرایی می‌کند که نتیجه‌ای جز ناکامی در پی نخواهد داشت.

پنیو عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای را به سه جنبه تقسیم می‌کند:

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 متناسبی 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 نا مطلوب بودن عوامل مزبور، عامل تهدیدکننده اخلاق حرفه‌ای خواهد بود و بالعکس.

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

افزون بر این، کمبود امکانات و ابزار کار، نامناسب بودن ابزار، فضای نامناسب کاری، حجم کاری مازاد بر توان کارمند، محیط شلوغ اداره و رخنه‌های قانونی بر معضلات اخلاقی دامن می‌زنند؛ بی‌ثباتی اقتصادی، بی‌ثباتی سیاسی، دردهای مزمن فرهنگی – تاریخی مانند استبدادزدگی 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 تهدیدکننده اخلاق کسب‌وکار است. و دیگر عوامل این چنینی، بی‌گمان در وضعیت اخلاقی سازمان تأثیرگذار است.

### تحویلی‌نگری

تحویلی‌نگری یعنی ارجاع هر پدیدار به امری فروتر از آن و اخذ وجهی از آن شیء به جای کنه و حقیقت آن، که منطق دانان مسلمان شکل ساده آن را مغالطه کنه و وجه می‌نامند. تمثیل فیل در یکی از داستان‌های مثنوی معنوی (فیل در خانه تاریک) برای آشکار کردن خطای تحویلی‌نگری مطرح شده است. رهیافتی که سیستم را خارج از توصیف زیرسیستم‌هایی که آن

را تشکیل داده‌اند، توصیف و تبیین می‌کند و ارتباط بین آنها را ملاحظه نمی‌کند. تحویلی‌نگری تصور ناقص و ناروا از اخلاق حرفه‌ای است که آثار زیانبار 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. تصور ناقص یا ابزارانکارانه مانع ترویج اخلاق در فرهنگ سازمانی می‌شود. به اعتقاد دکتر قراملکی، تحویلی‌نگری در اخلاق حرفه‌ای ابعاد فراوانی دارد که به برخی از ابعاد زیانبار آن اشاره می‌کنیم:

الف) تحویل اخلاق حرفه‌ای به قانون، مقررات، آیین‌نامه‌ها: قانون نسبت پیچیده‌ای با اخلاق حرفه‌ای دارد. بیشتر قانون‌ها ابتدا اخلاقیات بوده‌اند و به تدریج برای برخورداری از حمایت کیفری از اخلاق، صورت قانون به خود گرفته‌اند. اخلاق، روح قانون است و ضمانت اجرایی آن، بدون قوانین و مقررات است؛ اما اخلاق دامنه‌ای بسیار فراگیرتر از قانون دارد و تعهدات اخلاقی در سطح ژرف‌تری از مناسبات حرفه‌ای مؤثر است. به همین دلیل، تحویل اخلاق حرفه‌ای به مقررات و قانون آسیب‌زا است.

ب) تحویل مسئولیت‌های اخلاقی در حرفه به مسئولیت‌های حرفه‌ای: حرفه‌ای بودن در انجام وظایف شغلی، خود امری اخلاقی است؛ اما اخلاق حرفه‌ای بسی فربه‌تر از مسئولیت‌های حرفه‌ای فرد است. در مواضع فراوانی، بسنده کردن به شرح وظایف مواجهه حداقلی است و مسئولیت اخلاقی، فرد را به اقدام بیشتر و در مواردی همراه با فداکاری برمی‌انگیزد. مسئولیت حرفه‌ای شما را مجاز می‌داند که سود سال مالی را تا نیمه دوم سال بعد به تعویق بیندازید؛ اما مسئولیت اخلاقی به تسریع در تقسیم سود سهامداران الزام می‌کند.

ج) تحویل اخلاق حرفه‌ای به هنجارهای رایج در مشاغل: بر هر شغلی گفتمانی حاکم است و یکی از عناصر این گفتمان، هنجارها و آداب رایج در آن شغل است. به دلیل این گفتمان است که می‌توان از زبان مدیران، مشی استادان و آداب صاحبان مشاغل سخن گفت. اخلاق حرفه‌ای را نباید همان هنجارهای رایج در حرفه دانست. هنجارها گروه وابسته‌اند و جهان‌شمول نیستند.

هنجارها می‌توانند اخلاقی و ضد اخلاقی باشند. برای مثال، کم‌کاری می‌تواند در محیطی به صورت یک هنجار شغلی در آید؛ در حالی که کم‌کاری در هیچ نظام اخلاقی پسندیده نیست و در فرهنگ اسلامی به منزله مصداقی از کم‌فروشی نكوهیده شده است.

د) تحویل اخلاق حرفه‌ای به مسئولیت‌های اخلاقی منابع انسانی: اخلاق در سازمان‌ها را با دو رهیافت می‌توان بررسی کرد: ۱. رهیافت مدیریت منابع انسانی که بر اخلاقی بودن افراد در مشاغل تأکید می‌کند. چنین رهیافتی پیشینه طولانی در سنت شرقی و غربی دارد. در منابع اخلاق و آداب حرفه‌ای، غالباً با اخلاق مدیران، اخلاق پزشکان و اخلاق مهندسان روبه‌رو می‌شویم؛ ۲. رهیافتی که بر آن است منابع انسانی در کنار سایر مؤلفه‌ها و عناصر، بخشی از هویت سازمانی است و رفتار اخلاقی منابع انسانی در گرو عملکرد اخلاقی سازمان است. سازمان از افراد تشکیل می‌شود، اما سازمان به منزله شخصیت حقوقی هرگز جمع جبری اشخاص حقیقی نیست. این تلقی که سازمان چیزی جز افراد نیست، تلقی تحویلی نگر است. رهیافت استراتژیست‌ها به اخلاق حرفه‌ای در پی سازمان اخلاقی است و اخلاقی بودن سازمان را مزیت استراتژیک می‌انگارد. سازمانی اخلاقی است که اهداف، وظایف و ساختار خود را به ممیزی اخلاقی بسپارد و مناسبات سازمانی خود را با همه عناصر محیط داخلی و خارجی گروه‌های ذی‌نفع، اخلاقی کند. مدیریت مسائل اخلاقی در شرکت بر اساس رهیافت اول به حوزه مدیریت منابع انسانی محول می‌شود؛ اما بر اساس رهیافت دوم، نهاد بالادستی (اعم از شورا، کمیته، دفتر و...) زیر نظر مستقیم مدیر عامل عهده‌دار اخلاق سازمان می‌شود. نامهربانانه‌ترین واکنش به اخلاق سازمان، سپردن آن به روابط عمومی است. این سخن هرگز به معنای کم‌ارج تلقی کردن نقش روابط عمومی سازمان نیست؛ بلکه نقد تصویری از اخلاق حرفه‌ای است که پرداختن به آن را از وظایف روابط عمومی می‌داند.

ذ) تحویل منشور اخلاقی سازمان به اصول اخلاقی: منشور اخلاقی سازمان متضمن مسئولیت‌های اخلاقی شرکت در قبال حقوق عناصر محیط داخلی و خارجی شرکت است. منشور همان‌گونه که از معنای لغوی آن پیداست، چندوجهی است و هر وجه آن بیانگر خط مشی اخلاقی شرکت در قبال یکی از گزاره‌های ذی‌نفع در محیط آن است: خط مشی اخلاقی

شرکت در قبال مشتریان، خط مشی اخلاقی شرکت در قبال رقبیان، سهامداران، تأمین کنندگان، شهروندان، محیط زیست و برخی از سازمان‌های اخلاقی، به جای تدوین منشور چندوجهی اخلاقی، به بیانیه‌هایی متضمن چند شعار کلی و اصل عام اخلاقی بسنده می‌کنند. چنین بیانیه‌هایی به صورت کالای تزئینی در می‌آیند و در مواردی مانع ترویج اخلاق حرفه‌ای در سازمان می‌شوند.

و) تحویل منشور اخلاقی سازمان به عهدنامه اخلاقی حرفه‌ها: هر حرفه‌ای را عهدنامه‌ای است که صاحبان حرفه در مناسبات شغلی بدان پایبند می‌شوند. عهدنامه پزشکان، عهدنامه وکیلان، عهدنامه حساب‌رسان و... عهدنامه اخلاقی در اخلاقی‌سازی حرفه نقش عمده‌ای دارد؛ اما جهت‌گیری فردگرایانه دارد و افراد را در حرفه مورد خطاب قرار می‌دهد؛ در حالی که منشور اخلاقی سازمان جهت‌گیری سازمانی دارد و به اخلاقی‌سازی شرکت می‌پردازد. این گمان که منشور اخلاقی سازمان چیزی جز عهدنامه اخلاقی نیست، نوعی نگرش تحویلی‌نگری است. امروزه شرکت‌ها درگیر مشاغل مختلفی هستند و مناسبات حرفه‌ای سازمان چندگانه است. بنابراین، منشور اخلاقی سازمان بسی پیچیده‌تر از عهدنامه اخلاقی است.

### پیشگیری و درمان تحویلی‌نگری

فیلسوفان پدیدارشناسی که در تشخیص عارضه تحویلی‌نگری پیشگام بودند، رهیافت پدیدارشناختی را روش درمان تحویلی‌نگری می‌دانستند؛ اما پس از پنجاه سال کار آیی، شیوه‌های آنها مورد تردید و نقد قرار گرفت؛ به ویژه در حوزه اخلاق حرفه‌ای پدیدارشناسی نتوانست الگوهای پژوهشی قابل اجرا به میان آورد. از دهه شصت سده بیستم، الگوهای حل مسئله میان‌رشته‌ای به منزله رهیافت مؤثر در پیشگیری و درمان تحویلی‌نگری معرفی شد. متأسفانه عده‌ای تلقی تحویلی‌نگر از رهیافت میان‌رشته‌ای اخذ کرده‌اند و آن را به مطالعه چندرشته‌ای کاهش داده‌اند. مطالعه چندرشته‌ای بدون الگوهای حل مسئله، عقیم است.

امروزه تلفیق منسجم رهاورد رشته‌ها و چالش روشمند رهیافت‌ها، دو الگوی اثربخش در حل مسائل چندتباری شناخته می‌شوند. مسائل اخلاقی در حرفه، ماهیت چندتباری دارند و بدون

اخذ الگوهای میان‌رشته‌ای قابل تحلیل نیستند. تلقی تحویلی‌نگر بر چندتباری بودن مسائل اخلاقی پرده می‌افکند و حصرگرایی روش‌شناختی را در فهم و تحلیل مسائل اخلاقی در حرفه رواج می‌دهد و این امر، خود تحویلی‌نگری را تشدید می‌کند و بر آن دامن می‌زند و این چنین حلقه معیوب رشد می‌کند.

برای پیشگیری تحویلی‌نگری در ترسیم مسئولیت‌های اخلاقی بنگاه‌های کسب‌وکار، تدوین سند جامع اخلاقی شرکت را توصیه می‌کنیم. این سند متضمن اصول اخلاقی، منشور اخلاقی سازمان و عهدنامه اخلاقی کارکنان و مدیران است و در اخلاق‌پژوهی الگوهای میان‌رشته‌ای، تحویلی‌نگری را پیشگیری و درمان می‌کنند.

برای درمان این معضل، باید اخلاق حرفه‌ای را بسیار گسترده‌تر از قوانین و مقررات و مسئولیت‌های حرفه‌ای و هنجارهای جاری مشاغل، مسئولیت‌های اخلاقی منابع انسانی، اصول اخلاقی و عهدنامه‌های اخلاقی حرفه‌ها در نظر بگیریم. تدوین سند جامع اخلاقی شرکت‌ها که به روش پویا به صورت دو الگوی تلفیق منسجم رشته‌ها و چالش روشمند رهیافت‌هاست، راه‌حل مناسبی برای این معضل به نظر می‌رسد.

### نتیجه‌گیری

رعایت اخلاق حرفه‌ای 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 بلندمدت خود را تضمین کند. آن چیزی که در مواجهه با مفهوم اخلاق حرفه باید مد نظر ما قرار گیرد، این است که نخست اخلاق حرفه‌ای، دربرگیرنده اخلاق فردی و اخلاق شغلی است، اما از هر دو فراتر رفته و به سازمان به مثابه یک مجموعه حقوقی ناظر است. دوم آنکه امروزه رویکردی استراتژیک به اخلاق حرفه‌ای پیدا شده است 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 حوزه اخلاق باید دو نوع رویکرد «فضیلت‌گرایانه» و «مسئله‌محور» را از یکدیگر تفکیک کرد. نگرش سنتی به معضلات اخلاقی صرفاً «فضیلت‌محور» است، نه «مسئله‌محور»؛ در

حالی که آنچه از معضلات اخلاقی سازمانی گره‌گشایی می‌کند، رویکرد «مسئله محور» 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 تلویحی‌نگری درباره اخلاق حرفه‌ای پرهیز کنیم. چهارم آنکه اخلاق سازمانی نه لزوماً فرد – وابسته و نه حتی سازمان – وابسته و نه محیط – وابسته است؛ بلکه عوامل فردی، محیطی و سازمانی در آن تأثیر دارد. بنابراین، ما در پرداختن به اخلاق، نیازمند نگرش سیستمی هستیم. غفلت از این عوامل در مقام تبیین و تحلیل معضلات اخلاقی، تصمیم‌گیری ما را از واقع‌بینی دور خواهد کرد.

## برداشت و نتیجه‌گیری گردآورنده:

در جامعه‌ی دینی ما که حکومت، اسلامی است در مدیریت‌های سازمانی و غیره به اخلاق حرفه‌ای توجه کافی و لازم نمی‌شود و یا نشده است در جامعه‌ی ما باید اخلاق حرفه‌ای به صورت جزء لاینفک شغل و حرفه و کسب و کار شده و مجری و یا نصاب یا مدیریت فروشگاه‌های اتوماتیک قبل از افتتاحیه و شروع به کار، اخلاق حرفه‌ای را آموزش دیده و مانند قوانین تعزیرات، مالیات، تأمین اجتماعی، در کسب و کار خود به کار بگیرند و نتایج مثبت آن را در حرفه و کسب و کار خود برداشت کنند. اخلاق حرفه‌ای، مشتری‌مداری و یا بازاریابی موفق بوده که جدای از جذب مشتری وفادار و فروش مجدد کالا، خدمات به مشتری، ایجاد حس اعتماد مشتری به مجری یا فروشنده می‌شود که این بزرگ‌ترین سرمایه‌ی یک مدیر کارگاه اقتصادی است. اخلاق حرفه‌ای در کسب و کار در بهای اتوماتیک باید نهادینه شود و به صورت یک فرهنگ گسترش یابد. در مرحله‌ی اول در صنف درب اتوماتیک صداقت مهم‌ترین وسیله‌ای است که شاه‌کلید اخلاق حرفه‌ای بوده و مشتری یا خریدار با حسن اعتماد و تکیه بر صداقت فروشنده، اقدام به خرید کالایی می‌کند که نیازمند حداقل یک سال خدمات فنی و گارانتی می‌باشد. اگر این صداقت در اخلاق حرفه‌ای رسته درب اتوماتیک رعایت نشود بزرگ‌ترین لطمه را به مجری و یا نصاب و مدیریت، وارد کرده و در نتیجه کل رسته دچار بی‌اعتمادی عمومی می‌شود و هر جا سخن از رسته درب اتوماتیک می‌شود مردم احساس خطر می‌کنند و

حس بی اعتمادی خود را بیان می کنند. البته اخلاق حرفه ای در رسته درب اتوماتیک، جدای از اخلاق کار، حقوق کار را نیز در بر میگیرد. با توجه به اینکه جامعه ما یک جامعه ی اسلامی و دینی مذهبی می باشد متأسفانه مبانی اخلاق حرفه ای به صورت کامل و دقیق در حرفه و کسب و کار درب اتوماتیک رسوخ نکرده است و این خود یک معضل می باشد. جوامع غربی به این نتیجه و باور رسیده اند که بدون رعایت جایگاه اخلاق حرفه ای در کسب و کار، یعنی نابودی بنگاه اقتصادی. متخصصان مدیریت استراتژیک، رعایت اصول اخلاقی شایسته در سازمان یا بنگاه های اقتصادی چون درب اتوماتیک را، پیش شرط مدیریت استراتژیک خوب می دانند. در رسته ی درب اتوماتیک یکی از ویژگی های بعد از صداقت، تعهد کاری می باشد و متعهد شدن، انرژی ذهنی و روانی و فیزیکی فرد یا گروه کاری تخصصی درب اتوماتیک، خود یک اخلاق کاری یا تعهد کاری است. این گونه قوانین یا ویژگی ها در صنف درب اتوماتیک که جزء اخلاق حرفه ای این رسته می باشد باید به صورت داوطلبانه و بر اساس وجدان و فطرت پاک شخصی و فردی رعایت، و در جامعه ی کاری نهادینه شود. مورد سوم در اخلاق حرفه ای درب اتوماتیک حس مسیولیت پذیری و تعهدات اجتماعی شرکت یا گروه خدماتی می باشد که در برابر رفتار فردی خود صرفاً به منزله یک فرد انسانی و اخلاق شغلی، مسیولیت پذیری یک فرد است که در برابر رفتارهای حرفه ای و شغلی خود به منظور متخصص و یا صاحب یک حرفه و کسب و کار یا یک پست و مسوول بخش، هویدا میشود و می درخشد و هر چه این حس، شفاف تر و بارزتر باشد حس اعتماد عمومی نسبت به آن رسته و تیم یا شخص، بیشتر می شود. در مجموع اخلاق حرفه ای در رسته دربهای اتوماتیک رفتارهای متداول و جا افتاده، در میان فعالان و پیشکسوتان این صنف می باشد و در یک کلام مدیریت رفتار و کردار متخصصین و فعالان این رسته در هنگام انجام دادن کارهای حرفه ای و تخصصی است که در مرحله اول از ماهیت این حرفه و شغل، اخلاق حرفه ای حاصل می شود.

مورد چهارم در اخلاق حرفه ای درب اتوماتیک نگاه و دیدگاه منفی متخصصان این صنف به اخلاق حرفه ای و وجود نگرش اصالت فرد و فردگرایی و محدود بودن مسیولیت ها و الزامات اخلاقی فرد در این حرفه، بزرگترین ضربه را به این صنف وارد می کند چرا که این دیدگاه



منفی با هویت اجتماعی و جمعی در دامنه کسب و کار بالاتر از شغل و حرفه فردی اشخاص است و هر شخص در یک سیستم که از اجزای بهم پیوسته با خلق یک هدف مشخص، که همان اخلاق حرفه ای است به اندازه ی خاص خود، سهم داشته و موثر می باشد و وقتی دیدگاه متخصصان این صنف، اخلاق جمعی و گروهی باشد. بیشترین بازخورد مثبت را در صنف و افراد فعال آن خواهد داشت و کم کم به مدینه ی فاضله ی صنفی نزدیک می شویم. اگر فعالان این صنف به مردم به عنوان یک عابر بانک و گاوصندوق بنگرند هرگز در راه اخلاق حرفه ای پویا، پیشرفت نخواهند کرد چرا که جیب مردم را خالی کردن، از امورات رذیله ی بعضی همراهان می باشد که می بایست در این رشته ساماندهی شود.

مورد پنجم در اخلاق حرفه ای در رشته درب اتوماتیک که جزء لاینفک اخلاق حرفه ای می باشد، اخلاق فردی می باشد که بیشترین بازخورد را در فروش محصولات و یا کالا و خدمات، این مورد دارد که همه ی موارد فوق در این گزینه جای گرفته و نیمی از اخلاق حرفه ای رشته درب اتوماتیک در اخلاق فردی حرفه ای محصور می شود.

در مجموع خیلی از اصول اخلاق حرفه ای در کسب و کارها از درون و شعور و شخصیت افراد نشأت می گیرد و خود فرد باید آن را در ذهنش ساخته و از خود بروز دهد مثل آداب ورود به محل زندگی مردم جهت نصب درب اتوماتیک یا تعمیرات آن. فردی که اخلاق حرفه ای را در زندگی شغلی اش به کار می گیرد، نباید جانب داری غیر عقلانی نسبت به منبعی که دارای صفات غیر اخلاقی است نشان دهد. مدیران و فعالان رشته درب اتوماتیک باید صداقت، دقت، قابل اعتماد بودن، گشوده بودن به فضای انتقاد و ارزیابی، پرهیز از جزمیت، احترام به زیردستان و اطرافیان، توجه به حریم خصوصی و مسئله حفظ اسرار افراد را سرلوحه خویش قرار دهند.

پایان