



اهمیت و ضرورت اخلاق حرفه‌ای در سازمان و نقش مدیران

بهاره شیرازیان

دانشجوی رشته علوم تربیتی گرایش مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی
baran.sh.1993@gmail.com

زهرا عبدالمهی

دانشجوی رشته علوم تربیتی گرایش مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی

abdolahi.zahra.75@gmail.com

هادی پورشافعی

عضو هیئت علمی دانشگاه بیرجند

hpourshafei@birjand.ac.ir

چکیده

امروزه رشد پر شتاب علم و ظهور فناوری های جدید از یک سو و از هم گسیختگی مبانی سنتی اخلاق در جوامع از سوی دیگر، اهمیت اخلاق حرفه‌ای را دو چندان کرده است. 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. از آن جهت عمده‌ترین دغدغه‌ی مدیران کارآمد در سطوح مختلف سازمان، چگونگی نهادینه کردن اخلاق حرفه‌ای نیروی انسانی است. این مقاله بر آن است تا به تبیین مفهوم اخلاق حرفه‌ای و اهمیت و ضرورت آن و نقش مدیران در سازمان بپردازد. همچنین به تعریف ابعاد مختلف اخلاق، اصول و ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای، منشور اخلاقی، مشکلات و موانع رشد اخلاق حرفه‌ای در سازمان و وظایف مدیران پرداخته و در نهایت بعد از ذکر نتیجه گیری پایانی به ارائه راهکارهایی جهت نهادینه کردن اخلاقی حرفه‌ای در سازمان می پردازد.

واژگان کلیدی : اخلاق حرفه‌ای ، اخلاق سازمانی، موانع رشد اخلاق حرفه‌ای، نقش مدیران



مقدمه (اهمیت و ضرورت اخلاق حرفه‌ای)

امروزه همه پذیرفته‌اند که موفقیت چشمگیر سازمان‌های موفق، نه در ابعاد فیزیکی و تکنولوژی آن‌ها، بلکه در عوامل غیر ملموس قدرتمند در ارزش‌ها و باورهای کارکنان آن‌ها نهفته است.

سازمان‌های امروزی به منظور کسب و حفظ مزیت رقابتی و اثربخش بودن توجه شایانی به ابعاد اخلاقی کسب و کار نموده‌اند، در این میان اخلاق حرفه‌ای، به عنوان یک مقوله بسیار مهم در رابطه با اثربخشی سازمانی مورد تاکید اندیشمندان قرار گرفته است. به علاوه توجه به ارزش‌های اخلاقی همواره یکی از توصیه‌های انبیا به پیروان خود بوده است (قراملکی، ۱۳۸۵). اخلاق حرفه‌ای مجموعه‌ای از اصول و استانداردهای سلوک بشری است که رفتار افراد و گروه‌ها را تعیین می‌کند درحقیقت، اخلاق حرفه‌ای، فرآیند تفکر عقلانی است که هدف آن تعیین ارزش‌های سازمان است. اصول اخلاق حرفه‌ای دارای بار و ارزش‌های والایی است که رعایت آن‌ها در رعایت هنجارهای اجتماعی بسیار نقش آفرین است و این مستلزم شناخت اولیه و بنیادین از اصول مذکور است. در جامعه فاقد اخلاق، حتی تجهیز افراد به علم و دانش جز پیچیده کردن و پی‌شرفته کردن مشکلات نتیجه‌ای نخواهد داشت و افراد به دزدانی با چراغ تبدیل خواهند شد (صحرايي، ۱۳۸۶). بسیاری از رفتارها و اقدام‌های اخلاق حرفه‌ای، مانند شمشیر دو لبه‌ای است که یک لبه آن تهدید است. ضعف در نظام اخلاقیات، منجر به کاهش ارتباطات و افزایش خسارت در سازمان می‌گردد و مدیریت بیشتر بر روی کنترل گذشته نگر تکیه خواهد کرد، زیرا افراد اطلاعات را به مدیریت نرسانده و در این صورت انرژی سازمان به انرژی منفی تبدیل می‌شود و به عبارت دیگر توان سازمان به جای آن که صرف اهداف سازمانی شود، صرف شایعه، غیبت، کم کاری و ... خواهد شد. لبه دیگر این شمشیر فرصت است. اخلاق حرفه‌ای، بهره‌وری را افزایش می‌دهد، ارتباطات را بهبود می‌بخشد و درجه خطر را کاهش می‌دهد، زیرا هنگامی که اخلاق حرفه‌ای در سازمان حاکم است، جریان گردش اطلاعات به راحتی تسهیل گردیده و مدیر قبل از وقوع حادثه از آن مطلع می‌گردد (قراملکی، ۱۳۸۷).

بنابراین حاکمیت اخلاق حرفه‌ای در سازمان قادر است به میزان بسیار چشم‌گیری سازمان را در جهت کاهش تنش‌ها و موفقیت در تحقق اثر بخش اهداف یاری نماید و سازمان را پاسخگو سازد. امروزه داشتن اخلاق حرفه‌ای، به عنوان یک مزیت رقابتی در سازمان مطرح می‌باشد (قراملکی، ۱۳۸۷).

در این مقاله سعی شده‌است تا راهکارهایی برای کمک به مدیران برای وارد شدن به بحث اخلاق کار ارائه شود.

مفهوم اخلاق

واژه اخلاق همانند دو واژه *ethics* و *moral* دو کاربرد متمایز دارد، گاهی اخلاق به معنای خلق و خوی، رفتار عادت شده و مزاج به کار می‌رود، دانشی است که از حسن، قبح، خوبی و بدی رفتار بحث می‌کند (زارع و افشار، ۱۳۹۴). در فرهنگ معین، اخلاق چنین تعریف شده است: اخلاق جمع خلق و خوی. یکی از شعب حکمت عطی است و آن دانش بد و نیک خوی‌ها و تدبیر انسان است برای نفس خود یا یک تن خاص، علاوه بر این، تعاریف دیگری توسط نویسندگان، بیان شده‌است که برخی از مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از:

- شناخت صحیح از ناصحیح و سپس انجام صحیح و ترک ناصحیح

- مجموعه‌ای اصول و استانداردها برای رفتار و سلوک افراد

- معرفتی که از افعال اختیاری انسان بر اساس یک سیر عقلانی شکل می‌گیرد

بنابراین هدف اصلی اخلاق، ایجاد اصول رفتاری است که به افراد کمک می‌کند تا از شیوه‌های رفتاری مختلف، رفتار و عمل درست را انتخاب کنند (کاظم پور، ۱۳۸۹).

ابعاد اخلاق

ابعاد گوناگون اخلاق شامل موارد زیر می‌باشد، که در ادامه به توضیح هر کدام پرداخته شده است:

الف) اخلاق حرفه‌ای،

ب) اخلاق سازمانی

ج) اخلاق مدیریتی

د) اخلاق حرفه‌ای در مدیریت



الف) اخلاق حرفه‌ای

مجموعه‌ای از اصول و استانداردهای رفتاری بشر است که رفتار افراد و گروه‌ها را در سازمان‌ها تعیین می‌کند. درحقیقت، اخلاق حرفه‌ای، یک فرایند تفکر عقلانی است که هدف آن جامه عمل پوشاندن به این امر است که در سازمان چه ارزش‌هایی را چه موقع باید حفظ و اشاعه نمود. در تعریف اخلاق حرفه‌ای یا اخلاق کسب و کار عده‌ای آن را شیوه‌های رفتاری متداول در میان اهل یک حرفه دانسته‌اند (صدری افشار، ۱۳۷۳). با توجه به این تعریف، هر حرفه و شغلی، اخلاق حرفه‌ای خاص خود را دارد که متفاوت از حرفه‌های دیگر است (اصفهانی، ۱۳۷۲). مثلاً در مورد اخلاق مدیریتی می‌گویند یک نوع توازن صحیح، مناسب یا منصفانه بین عملکرد اقتصادی و اجتماعی یک شرکت وجود دارد و مشکل مدیریت نیز به یافتن این توازن مربوط می‌شود (هسمر^۱: ترجمه اعرابی و ایزدی، ۱۳۷۷) و در ادامه، هدف از اخلاق مدیریتی را سنجش عوامل موثر بر این توازن و بررسی ساختارهای مختلف تئوریک می‌دانند که می‌تواند به مدیریت در جهت تعیین این توازن کمک کند می‌دانند که می‌تواند به مدیریت در جهت تعیین این توازن کمک کند در تعریف دیگری از اخلاق حرفه‌ای آمده «اخلاق یک شغل و حرفه‌ی معین، قانونی است که به وسیله آن افعال را منظم می‌کند و استانداردهایی برای افرادش قرار می‌دهد». بر طبق تعریف فوق می‌توانیم در مشاغل و حرفه‌های مختلف با تعیین و تدوین آیین‌نامه‌های اخلاقی و محدوددهی مسایل اخلاقی هر حرفه را با توجه به منافع و مقررات حاکم بر حرفه مورد نظر، راه را برای پیشبرد اهداف تعیین شده در آن حرفه هموارتر نمود. همچنین اخلاق حرفه‌ای را «رشته‌ای از علم اخلاق دانسته‌اند که روابط شغلی را مورد مطالعه و بررسی قرار می‌دهد» (شعاری نژاد، ۱۳۶۴).

ب) اخلاق سازمانی

امروزه، بحث اخلاقیات در کار توجه زیادی را به خود جلب نموده است و محققان و نویسندگان زیادی بحث اخلاق سازمانی و اصول اخلاقی را به عنوان ابزار ارتقای محیط اخلاقی در سازمان‌ها ضروری دانسته‌اند. وود و ریمر (۲۰۰۳)،^۲ اخلاقیات کار یکی از جنبه‌های مهم فرهنگ سازمان است و به سمتی پیش می‌رود که به بخشی از راهبرد یک سازمان تبدیل گردد. درک مفهوم اخلاقیات به طور کلی و در معنای خاص آن زیربنای ایجاد و حفظ یک نظام اخلاقی در جامعه و به تبع آن در سازمان‌ها است. رفتار و اخلاق در عمق باورها و ارزش‌های مورد قبول فرد ریشه دارد. بنابراین درک مفهوم اخلاقیات در کار، مستلزم توجه به ارزش‌های بنیادین افراد، شناخت همه جانبه علل بروز رفتارهای اخلاقی و غیر اخلاقی و نیز اتخاذ تدابیری جهت استقرار و حفظ نظام اخلاقیات در سازمان‌ها است (کلهر، ۱۳۸۳).

ج) اخلاق مدیریتی

۱. اخلاق مدیریتی استانداردهای رفتاری هستند که مدیران را در کارهایشان به صورت فردی راهنمایی می‌کند.
۲. چگونگی رفتار یک سازمان با کارمندانش، استانداردهای اخلاق مدیریتی که به حوزه کارمندان مربوط است با توجه به شرایط موجود در سازمان باید در سطح مطلوبی باشد.
۳. چگونگی رفتار کارمندان با سازمان خود، استانداردهای اخلاق فردی از نقطه نظرهای منافع، رازداری، درست‌کاری حساب‌های پرداختی ممکن است با سیاست‌های سازمان در تضاد باشد.
۴. چگونگی رفتار کارمندان و سازمان با نمایندگی‌های اقتصادی دیگر: مدیران همچنین در تعاملات خود را مشتریان، رقبا، سرمایه‌گذاران و شرکاء، تامین‌کننده‌ها و عوامل فروش دارای استانداردهای اخلاقی هستند. برای مدیران اخلاقی مهم این است که در چارچوب رفتار اخلاقی با نمایندگی‌های اقتصادی روابط شفاف و همراه با صداقت کامل داشته باشند (اعتماد و همکاران، ۱۳۹۳).

د) اخلاق حرفه‌ای در مدیریت

اساس مدیریت در دانش مدیریت مبتنی بر توجه و عنایت به ارزش‌های اخلاقی است. اخلاق حرفه‌ای یکی از زمینه‌های دانش مدیریت به شمار می‌رود اما همه نظریه‌های مدیریت نسبت به اخلاق سازمانی موضع‌گیری یکسانی نداشته‌اند. اخلاق حرفه‌ای مهم‌ترین متغیر در موفقیت سازمان است. اگرچه انسان‌ها در مصداق موفقیت و تعریف آن دیدگاه واحدی ندارند، اما در موفقیت طلبی همسان هستند. آرمان مشترک و معنا بخش آدمی موفقیت در زندگی شخصی، شغلی و حیات سازمان است. سازمان در نیل به موفقیت خود و برای پاس‌خگو بودن راه‌های فراوانی دارد. همچنین با بیراهه و مشکلات زیادی نیز مواجه است (اعتماد و همکاران، ۱۳۹۳).

¹ Hsmr

² Wood & Rimmer



د) حساسیت اخلاقی

به عنوان توانایی تصمیم‌گیرنده برای شناخت مسائل اخلاقی موجود، تفسیر موقعیت و درک اینکه عملکرد پیشنهاد شده چگونه می‌تواند بر دیگران اثر گذارد، تعریف شده است (وی هویی هو،^۱ ۲۰۰۷).

و) نیت اخلاقی

به عنوان درجه‌ای از تعهدات مبتنی بر عملکرد اخلاقی معرفی شده است. نیت اخلاقی شامل تعهد در مورد عملکرد، ارزیابی ارزش‌های اخلاقی با سایر ارزش‌ها و مسئولیت‌پذیری فرد برای پیامدهای اخلاقی است (وی هویی هو،^۲ ۲۰۰۷).

ه) جهت‌گیری اخلاقی

به عنوان استنباط در مورد مکتب‌های اخلاقی که برای تشریح ابعاد اخلاقی مناسب‌تر به نظر می‌رسند، تعریف شده است. (وی هویی هو، ۲۰۰۷).

اصول و ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای

یکی از اهداف اصلی در تدوین اصول اخلاقی حرفه‌ای در بطن حرف‌گوناگون در جامعه ایجاد رضایت‌مندی در نیروی انسانی و در نهایت مشتریان در جامعه است. اصول اخلاق حرفه‌ای تفاوت چندانی با اصول اخلاق همگانی ندارد.

این اصول اخلاقی موارد زیر را در بر می‌گیرد:

۱. رعایت انصاف و برابری
۲. مسئولیت‌پذیری در تعامل با کارکنان، شرکت‌ها، مشتریان و تامین‌کنندگان مواد
۳. روابط عمومی بالا و مناسب با زیر دستان
۴. درستی
۵. صمیمیت
۶. خوش‌قولی
۷. درستکاری مالی
۸. اعتماد
۹. حساس بودن به نقد و انتقادات و شکایت‌های مردم (یقین لو و همکاران، ۱۳۸۲).

اصول اخلاق حرفه‌ای بر دو مؤلفه اصلی استوار است:

الف) شناخت فرهنگ جامعه

هر جامعه از یک فرهنگ خاص شکل گرفته است و در هر جامعه یک سری اصول اخلاقی وجود دارد که این اصول از یک فرهنگ پیروی می‌نماید. بنابراین در بعضی جوامع مشاهده می‌شود که پایبندی به اصول اخلاقی بسیار شدیدتر از کشوری است که پایبند به اصول اخلاقی نمی‌باشد. (یقین لو و همکاران، ۱۳۸۲).

ب) شناخت حرفه

پارامتر دیگر آن، این است که هر حرفه و شغل نیز از آداب و یک اصول پیروی می‌نماید. این اصول حاکم بر حرفه زمانی که با فرهنگ یک جامعه ترکیب می‌شود مورد تاکید آن جامعه قرار می‌گیرد. در نتیجه به آن حرفه یک سری اصول اخلاقی اضافه می‌شود مثل جامعه پزشکیان یا وکلا که از یک اصول اخلاقی مشخص پیروی می‌کنند. بنابراین اصول اخلاق حرفه‌ای آن اصولی است که بر آن حرفه حاکم شده است و بایستی رعایت گردد (یقین لو و همکاران، ۱۳۸۲).

¹ Yi-Hui Ho

² Yi-Hui Ho



ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای

در مفهوم امروزی آن عبارت است از:

۱. هویت علم و دانش داشتن
 ۲. نقشی کاربردی داشتن
 ۳. آرایه صبغهای حرفه‌ای
 ۴. بومی و وابسته بودن به فرهنگ
 ۵. وابستگی به یک نظام اخلاقی
 ۶. ارائه دانش انسانی و دارای زبان روشن انگیزشی
 ۷. اخلاق حرفه‌ای متعهد شدن انرژی ذهنی، روانی و فیزیکی فرد یا گروه به ایده‌ی جمعی در جهت اخذ قوا و استعداد درونی گروه و فرد برای توسعه است (نصیری ولیک بنی و نویدی، ۱۳۹۵).
- کادوزیر: درباره‌ی ویژگی‌های افرادی که اخلاق حرفه‌ای دارند موارد زیر را بیان می‌کند:

۱. 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.

۲. برتری‌جویی و رقابت‌طلبی

در تمام موارد سعی می‌کند ممتاز باشد؛ اعتماد به نفس دارد؛ به مهارت بالایی در حرفه خود دست پیدا می‌کند؛ جدی و پرجار است؛ به موقعیت فعلی خود راضی نیست و از طرق شایسته دنبال ارتقای خود است؛ سعی نمی‌کند به هر طریقی در رقابت برنده باشد.

۳. صادق بودن

مخالف ریاکاری و دورویی است؛ به ندای وجدان خود گوش فرا می‌دهد؛ در همه حال به شرافت‌مندی توجه می‌کند؛ شجاع و با شهامت است.

۴. احترام به دیگران

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

۵. رعایت و احترام نسبت به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی

برای ارزش‌های اجتماعی احترام قائل است؛ در فعالیت‌های اجتماعی مشارکت می‌کند؛ به قوانین اجتماعی احترام می‌گذارد؛ در برخورد با فرهنگ‌های دیگر متعصبانه عمل نمی‌کند.

۶. عدالت و انصاف

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

۷. همدردی با دیگران

دلسوز و رحیم است؛ در مصائب دیگران شریک می‌شود و از آنان حمایت می‌کند؛ به احساسات دیگران توجه می‌کند؛ مشکلات دیگران را مشکل خود می‌داند.

۸. وفاداری

به وظایف خود متعهد است؛ رازدار دیگران است؛ معتمد دیگران است (کادوزیر، ۲۰۰۲).^۱

^۱cadozir.



منشور اخلاق حرفه‌ای در سازمان

منشور اخلاقی، ضوابط یا کدهای رفتاری‌اند که در آن‌ها جزئیات مواردی که کارکنان باید یا نباید انجام دهند، مد نظر قرار گرفته‌است. در برخی موارد، منشور اخلاقی چنین تعریف شده‌است: منشور اخلاقی سازمانی، سندی است حاوی معیارهای اخلاقی - ارزشی برای ایجاد هماهنگی و وحدت رویه و روش در بین مدیران و کارکنان سازمان تدوین می‌شود و آنان را در رفتار و عملکرد هایشان به سوی آرمان‌های ارزشی سازمان هدایت می‌کند. منشور اخلاقی سازمان، همچون سوگندنامه‌ی پزشکان، اخلاق حرفه‌ای و سازمانی کارکنان را شکل می‌دهد و راهنمای عمل آنان در مسیر خدمتشان است. در تدوین منشور اخلاقی در هر سازمانی باید مصلحت توجه شود: مصلحت عمومی (عامه)؛ مصلحت حکومتی و قانونی؛ مصلحت سازمانی و حرفه‌ای؛ و مصلحت شخصی (فردی) (یقین لو و همکاران، ۱۳۸۲).

مصلحت عامه (عمومی):

مصلحت عامه، از یک سو به نفع عامه در برابری و مساوات اجتماعی، و از سوی دیگر، به بی‌طرفی بین قدرتمندان و افراد کم قدرت تعریف می‌شود. بنابراین، در مصلحت عامه، همگان در برابر قانون یکسان‌اند و هیچ تبعیضی وجود ندارد؛ نابرابری در استخدام‌ها نبوده، سازمان حقوق افراد را به انصاف و عدالت رعایت می‌کند. کارکنان سازمان نیز خدمت به سازمان را افتخار دانسته، آن را مقدم بر منفعت شخصی خود می‌دانند (یقین لو و همکاران، ۱۳۸۲).

مصلحت حکومتی و قانونی:

مصلحت و منافع حکومتی و قانونی اعضای جامعه، در قالب موازین و اصول قانون اساسی تبیین می‌شوند. پس مصلحت حکومتی و قانونی، در گرو رعایت قانون و اجرای درست آن است. با گذشت زمان نیز باید قانونی را بررسی کرد و در آن اصلاح لازم را به عمل آورد؛ مگر در مورد کتاب خدا که حکم آن ابدی و ازلی است (یقین لو و همکاران، ۱۳۸۲).

مصلحت سازمانی و حرفه‌ای:

مصلحت سازمانی و حرفه‌ای باید به گونه‌ای تعیین و تدوین شود که ارزش‌های دیگر مخدوش نشوند. بهره‌وری، تخصص‌گرایی، توجه به دانش در رشته‌ی کاری، و ایجاد وحدت در سازمان، از مقوله‌هایی هستند که در مصالح سازمانی و حرفه‌ای باید مد نظر باشند (یقین لو و همکاران، ۱۳۸۲).

مصلحت شخصی (فردی):

انسجام و همبستگی میان کارمندان و پیوند آن‌ها با مدیریت، به سازمان نیرو توان می‌بخشد. هر گاه ارزش‌های فردی و ارزش‌های سازمان یکسان باشند، دیگر نمی‌توان بین مصلحت شخصی، سازمانی و عمومی فرقی قابل شد. ارزش‌هایی چون درستی و صداقت، ارزش‌های فردی شمرده می‌شوند که رعایت آن‌ها در سازمان موجب تسهیل امور سازمانی و برداشتن گام‌هایی در جهت مصالح عمومی هستند (اعتماد و همکاران، ۱۳۹۳).

موانع و مشکلات رشد اخلاق در سازمان‌ها

سازمان‌ها در امر آموزش اخلاق با موانع متعددی روبه‌رو هستند که شناخت و مهار و یا رفع آن‌ها از شرایط یادگیری منجر به تحول است. این موانع را می‌توان به دو دسته تقسیم کرد:

موانع برون سازمانی

درون سازمانی

موانع برون سازمانی عبارتند از:

آموزش‌های اجتماعی برون سازمانی که مانند زهر، فرهنگ سازمانی را می‌تواند مسموم کند. افراد از خانه به محل کار، تنها جامعه خود را عوض می‌کنند و نه خلیقات خود را بنابراین، در ترویج اخلاق در سازمان با خلیقات از پیش شکل گرفته مواجه هستند و آنها چون سدی در برابر تحول اخلاقی قرار می‌گیرند. به عنوان مثال: کم‌کاری، زیرآب‌زنی و حسادت سه رفتار غیراخلاقی‌اند که غالباً فرهنگ سازمانی بنگاه‌ها را تحت تاثیر خود قرار می‌دهند. آموزش اخلاق باید از چنان قوتی برخوردار باشد تا چنین سدی را از میان بردارد (قراملکی، ۱۳۸۶).



موانع درون سازمانی عبارتند از :

۱. فقدان نگرش راهبردی اخلاق حرفه‌ای
۲. تحویلی‌نگری
۳. فرافکنی
۴. مشتری‌مداری ابزار انگار و نه اصیل
۵. فقدان انگیزش
۶. نارضایتی شغلی
۷. فقدان مهارت تصمیم‌گیری
۸. بلا تکلیفی یا تعارضات اخلاقی
۹. فقدان نظام‌های جامع و اخلاقی
۱۰. لقمه‌انگاری به جای امانت‌انگاری
۱۱. موانع فیزیکی و روانی محیط کار (قراملکی، ۱۳۸۶).

به نقل از پنینو:

۱۲. ارزش‌مداری به جای مسئله‌محوری

بسیاری از مشکلات، ناشی از نگرش سنتی ما به اخلاق است، که این نگرش به معضلات اخلاقی صرفاً جهت‌گیری فضیلت‌گرایانه دارد، نه کارآمدی. در حالی که برخورد صحیح و موثر با معضلات اخلاقی به تخصص و مهارت نیاز دارد (امیری و همکاران، ۱۳۸۹).

۱۳. غفلت از عوامل تاثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای

هرچند عوامل محیط بیرون سازمان، به ویژه عوامل محیط جهانی گسترده بوده و کمتر در دسترس سازمان بوده و امکان تاثیرگذاری یا کنترل این دسته عوامل تقریباً ناممکن است، با این وجود در تحلیل مسائل داخلی سازمان، از آن غافل نیستند. در زمینه اخلاق حرفه‌ای نیز، لاقلاً در تبیین و تحلیل معضلات اخلاقی سازمان، از عوامل فردی، سازمانی و محیطی نباید غافل شد. غفلت از این عوامل در تحلیل و تبیین علل، معضلات اخلاقی ما را دچار تحویلی‌نگری و غیر واقع‌گرایی می‌کند که نتیجه‌ای جز ناکامی در پی نخواهد داشت (امیری و همکاران، ۱۳۸۹).

عوامل تاثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای را به سه جنبه تقسیم می‌شود:

۱. جنبه فردی:

یعنی ویژگی‌ها و خصوصیات فردی، ارزش‌های مذهبی، ملاک‌های شخصی، عوامل خانوادگی، باورها و اعتقادات و شخصیت از جمله عوامل تاثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای از جنبه‌ی فردی هستند. مسلماً فردی که فاقد صلاحیت‌های اخلاقی شایسته از لحاظ فردی باشد، از معیارهای اخلاق حرفه‌ای متناسبی نیز برخوردار نخواهد بود (پنینو، ۲۰۰۴).^۱

۲. جنبه سازمانی:

عواملی مثل رهبری، مدیریت، ارتباط با همکاران، ارتباط با زیردستان و فرادستان، نظام تشویق و تنبیه، انتظارات همکاران، قوانین و مقررات و رویه‌ها، جو و فرهنگ سازمانی در این حیطه قرار می‌گیرند. بدیهی است که نامطلوب بودن عوامل مزبور، عامل تهدیدکننده‌ی اخلاق حرفه‌ای خواهد بود و بالعکس (پنینو، ۲۰۰۴).

۳. جنبه محیطی:

عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی و همچنین دیگر سازمان‌ها و عوامل رقابتی بین آن‌ها، از جمله عوامل تاثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای است (پنینو، ۲۰۰۴).

نقش و وظایف مدیران در رشد اخلاق حرفه‌ای در سازمان

¹ pennino



مدیر واقعی کسی است که ابتدا خود به آن چه که تحت مفاهیم اخلاق سازمانی به سازمان تزریق می‌گردد عمل کند. مدیریت منابع انسانی به طور مستقیم با نگرش‌های کارکنان و اعضای سازمان در ارتباط است. این نیروها کمک می‌کنند که سازمان به سوی اهداف خود حرکت کنند. در صورتی که ارتباط یاد شده یک ارتباط سالم باشد، سازمان به اهداف خود خواهد رسید و اگر این ارتباط بر پایه رفتارهای غیراخلاقی باشد، سازمان از رسیدن به اهداف خود باز می‌ماند حال اگر این آموزش اخلاق گرا و مطابق فرهنگ اخلاقی باشد؛ نتیجه آموزش به صورت کارآمد نمایان می‌گردد (فیشر، ۲۰۰۱).^۱

از مهم‌ترین مواردی که باعث می‌گردند که مدیران سازمان را به صورتی کاملاً غیر مستقیم به سمت آرامش حاصل از اخلاق‌گرایی سوق دهند، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- تامین امنیت روانی کارکنان:

امنیت روانی از نتایج اخلاق‌گرایی و اخلاق‌گرایی از تضمین‌کنندگان ایجاد امنیت روانی در سازمان هستند. با تامین امنیت روانی برای اعضای سازمان، نیل به اهداف آسان‌تر می‌گردد (تولایی، ۱۳۸۸).

- تقویت روحیه‌ی عدالت محوری در سازمان:

عدالت از محوری‌ترین شعارهای هر مکتب اخلاق‌گرایی است. هنگامی که اعضای سازمان احساس کنند که عدالت در سازمان وجود دارد، حس همکاری بیشتری بین اعضا و مدیریت به وجود می‌آید (تولایی، ۱۳۸۸).

- کاهش استرس و فشارهای روانی:

یاد خداوند آرامش بخش قلب‌ها است. این جمله در عین کوتاهی نشانگر نقش اخلاق در کاهش فشار روانی در هر اجتماعی مانند یک سازمان است. با کاهش فشارهای روانی در سازمان، حرکت به سوی اهداف با کمک اعضا به راحتی میسر است (تولایی، ۱۳۸۸).

- تشویق کارکنان به پایبندی کامل به اصول ارزشی:

یاد خداوند آرامش بخش قلب‌ها است. این جمله در عین کوتاهی نشانگر نقش اخلاق در کاهش فشار روانی در سازمان، حرکت به سوی اهداف با کمک اعضا به راحتی میسر است (تولایی، ۱۳۸۸).

- تشویق کارکنان به پایبندی کامل به اصول ارزشی:

اگر در سازمان مدیران و دیگر اعضا به اصول مختلف سازمان پایبند باشند، سازمان به سمت ماندگاری حرکت خواهد کرد. یکی از دلایل ماندگار شدن چهره بعضی از مدیران، توجه آن‌ها به ارزش‌های دینی و سازمانی است (تولایی، ۱۳۸۸).

برای این‌که مدیریت اخلاق در سازمان‌ها به کار گرفته شود و از آن کمال استفاده به عمل آید و سازمان از آن به عنوان ابزاری برای دستیابی بهتر به اهداف استفاده کند تعدادی از نقش‌ها و مسئولیت‌ها باید در سازمان تعریف شود. بخشی از این نقش‌ها و مسئولیت‌های اساسی در ذیل نام برده شده‌اند:

- مدیرعامل سازمان:

اگر مدیر عامل کاملاً پشتیبان برنامه نباشد، کارکنان متوجه می‌شوند و این دورویی آشکار ممکن است چنان بدبینی‌ای ایجاد کند که وضعیت سازمان بدتر از حالتی شود که هیچ برنامه اخلاقی رسمی‌ای در سازمان وجود نداشت. بنابراین، مدیرعامل باید برای تدوین و اجرای برنامه تلاش کند و مهم‌تر این‌که باید دائماً دغدغه این را داشته باشد که با منشی اخلاقی سازمان را رهبری کند و اگر هم اشتباهی رخ داد آن را بپذیرد (سلطانی، ۱۳۸۲).

- کمیته اخلاق:

کار این کمیته نظارت بر پیشرفت و اجرای برنامه مدیریت اخلاق است (سلطانی، ۱۳۸۲).

- کمیته مدیریت اخلاق:

وظیفه این کمیته، اجرا و اداره برنامه مدیریت اخلاق، آموزش خط‌مشی‌ها و رویه‌های اخلاقی و حل معضلات اخلاقی است. این کمیته باید از افراد رده بالای سازمان تشکیل شده باشد (سلطانی، ۱۳۸۲).

¹ Fisher



- متصدی اخلاق:

متصدی اخلاق معمولاً آموزش‌های لازم درباره‌ی موضوع‌های اخلاقی در محیط کار مخصوصاً حل معضلات اخلاقی را می‌بیند (سلطانی، ۱۳۸۲).

- مأمور ویژه:

وظیفه مأمور ویژه، هماهنگ کردن پیشرفت خط مشی‌ها و رویه‌ها به منظور نهادینه کردن ارزش‌های اخلاقی در محیط کار است. این شخص مسئول مستقیم حل معضلات اخلاقی به وسیله تفسیر خط مشی‌ها و رویه‌ها است (سلطانی، ۱۳۸۲). باید خاطر نشان کرد که باوجود همه این پست‌ها، مسئولیت نهایی مدیریت برنامه اخلاق باید بر عهده یک نفر باشد (سلطانی، ۱۳۸۲).

نتایج به کارگیری ضوابط اخلاقی در راستای مدیریت منابع انسانی:

از مهم‌ترین مزایایی که به عنوان مقاصد مشترک سازمان‌ها و نظام‌های مختلف در خصوص بکارگیری ضوابط اخلاقی در مدیریت منابع انسانی، قابل ذکر است به شرح زیر می‌باشد:

- هماهنگ و همسو نمودن کارکنان با سازمان
- کاهش حوادث و ضایعات کاری
- کمک به تغییر و تحولات سازمانی
- افزایش رضایت شغلی و بهبود روحیه کارکنان
- بهنگام سازی دانش نیروی انسانی در سازمان
- تقویت روحیه همکاری و همدلی در بین کارکنان سازمان

نکته‌ی قابل توجه این است که بر حسب نوع فرهنگ سازمانی و شرایط زمانی و دیگر عوامل، میزان اهمیت هر کدام از این اهداف و اولویت‌های هر یک متفاوت است (قلی پور، ۱۳۹۰).

نمونه‌هایی از اخلاق حرفه‌ای مدیران و کارمندان:

- ۱- نظم و انضباط مدیران
- ۲- برقراری عدالت توسط مدیران
- ۳- ارتباط با زیردستان
- ۴- عدم احتجاب مدیران
- ۵- صداقت مدیران
- ۶- نرمش و خشونت به جای مدیران
- ۷- رفاه و تامین کامل کارمندان (مادی و غیر مادی)
- ۸- پاسخ گویی و مسئولیت‌پذیری مدیران و کارمندان
- ۹- فرمانبرداری کارمندان
- ۱۰- مدارا با مسئول ما فوق
- ۱۱- انتقادپذیری مدیران (نصیری و حسینی، ۱۳۹۲).

وظایف مدیران

پنینو اعتقاد دارد که اخلاق حرفه‌ای رشته‌ای از دانش اخلاق است که ضمن مطالعه‌ی ارتباط شغل‌ها، به بیان مسئولیت‌های اخلاقی سازمان، تشخیص و حل مسائل اخلاقی در 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 (امیری و همکاران، ۱۳۸۹).

نتیجه گیری

یکی از راهکارهای سالم سازی محیط سازمانی، احیای اخلاقیات در آن است. اخلاق در سازمان، ارتباطات اثربخش را به وجود می‌آورد و موجب بهره‌وری سازمانی و رضایت شغلی در کارکنان و در نهایت موجب تعالی و پیشرفت سازمان می‌شود. یکی از مشکلات ما این است که اخلاق هیچگاه در حوزه‌ی حرفه و شغل مطرح نبوده است؛ درحالیکه آموزه‌های دینی، به اخلاق هم در حوزه‌ی فرد (شخصی) و هم در حوزه‌ی حرفه‌ای توجه دارد. اخلاق حرفه‌ای تأثیری چشمگیری بر فعالیت‌ها و نتایج سازمان دارد و در نهایت، موفقیت سازمان را به دنبال می‌آورد.

- بنابراین پژوهش انجام شده، در این مقاله، راهکارهایی جهت نهادینه کردن اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها، ارائه داده شده است:
- پیشنهاد می‌شود با توجه به ضرورت الگو بودن مدیر در سازمان، مدیران در جهت رشد اخلاق حرفه‌ای توجه خاصی بر ارزش‌های اخلاقی و خودیابی نمایند، و آن را به طور شایسته و واضح در رفتار خود نمایان سازند.
- پیشنهاد می‌شود برای جذب نیروی انسانی از افرادی با سابقه‌ی اخلاقی نیکو که تمایل بیشتری به رعایت اخلاقیات و قوانین دارند، گزینش نمایند و در دوره‌هایی که جهت نهادینه کردن اخلاق در سازمان برگزار می‌شود، از این گونه افراد که از الگوی مناسبی «حیث اخلاقی» به شمار می‌روند، استفاده شود.
- پیشنهاد می‌شود منشور اخلاقی که مجموعه‌ای از رهنمودهای اخلاقی-ارزشی است، برای هماهنگی میان مدیران و کارمندان سازمان تدوین شود.
- پیشنهاد می‌شود مدیران با ایجاد محیطی عاری از هرگونه استرس و اضطراب و فشارهای روانی، با تفویض اختیار به کارکنان سطوح پایین‌تر، باعث افزایش کارایی و اعتماد به نفس کارکنان خود و تسریع اهداف سازمان گردد.
- پیشنهاد می‌شود مدیران تشویق و ترغیبی متناسب با اخلاقیات و قوانین سازمان برای کارکنانی که وظایف خود را به درستی و در راستای اهداف سازمانی و اخلاقیات انجام داده‌اند، در نظر گیرند.



منابع

۱. اصفهانی، محمد مهدی. (۱۳۷۲)، اخلاق حرفه ای در خدمات بهداشتی و درمانی تهران، دانشگاه علوم پزشکی ایران.
۲. اعتماد، خالد؛ رحیمی زاده، هیوا و زندی، صباح (۱۳۹۳). اخلاق حرفه ای و نهادینه کردن آن در سازمان، همایش ملی مدیریت، فرهنگ سازمانی و منابع انسانی، سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج.
۳. امیری، علی نقی؛ همتی، محمد و مبینی، مهدی (۱۳۸۹). اخلاق حرفه ای؛ ضرورتی برای سازمان. مجله معرفت اخلاقی، ۱(۴)، ۱۳۷-۱۵۹.
۴. تولایی، روح الله (۱۳۸۸). عوامل تاثیرگذار بر رفتار اخلاقی کارکنان در سازمان، دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس، ۶(۲۵)، ۹۶-۹۹.
۵. زارع، ملیحه و افشار، ابراهیم (۱۳۹۴). فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ۱۰(۴).
۶. سلطانی، مرتضی (۱۳۸۲). «مدیریت اخلاق در سازمان»، ماهنامه تدبیر، ۴۰(۴)، ۳۴-۱۳۴.
۷. شعاری نژاد، علی اکبر (۱۳۶۴). فرهنگ علوم رفتاری تهران، امیرکبیر.
۸. صحرایی، محمد طیب (۱۳۸۶). «سیره پیامبر (ص) در مدیریت افکار و رفتار سیاسی، سیاست نبوی؛ مبانی، اصول و راهبرد ها»، علی اکبر علیخانی و همکاران، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
۹. صدری افشار، غلام حسین (۱۳۷۳). فرهنگ فارسی امروزی، موسسه نشر کلمه.
۱۰. فرامرزی قراملکی، احد (۱۳۸۵). «اخلاق حرفه ای»، چاپ دوم، قم: انتشارات مجنون.
۱۱. قراملکی، احد فرامرزی، نوچه فلاح، رستم (۱۳۸۶). موانع اخلاق حرفه ای در سازمان ها، تهران: موسسه فرهنگی دین پژوهی بهشرا، ۶۸ تا ۷۴.
۱۲. قراملکی، احد فرامرزی (۱۳۸۷). در آمدی بر اخلاق حرفه ای، چاپ اول، تهران: انتشارات سرآمد.
۱۳. قلی پور، آرین (۱۳۹۰). مدیریت منابع انسانی، انتشارات سمت، چاپ اول، ۴۰۶-۴۱۶.
۱۴. کاظم پور، زهرا، اشرفی ریزی، حسن و طاهری، بهجت (۱۳۹۰). "میزان توجه کتابداران کتابخانه های دانشگاه علوم پزشکی اصفهان و دانشگاه اصفهان به اخلاق حرفه ای بر اساس اصول اخلاقی کتابداران دانشگاهی ایران"، مجله مدیریت اطلاعات سلامت، ۶(۸)، ۷۹۵-۸۰۴.
۱۵. کلهر، منوچهر (۱۳۸۳). مقدمات رفتار اداری، حدیث امروز.
۱۶. نصیری، عزت اله، حسینی، نجمه (۱۳۹۲). «ارزش های اخلاقی موثر در سلامت سازمان از منظر کلام معصومان»، مجله اسلام و پژوهش های مدیریتی، سال سوم، شماره اول، پیاپی ۷، ۱۱۵-۱۳۶.
۱۷. نصیری ولیک بنی، فخرالسادات، نویدی، پرویز (۱۳۹۵). رابطه بین اخلاق حرفه ای و چابکی سازمان: نقش میانجی توانمند سازی شناختی. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری. دوره ۱۱، ۲- (۷-۱۳۹۵).
۱۸. یقین لو، مهرانگیز، جواهر دشتی، فرانک و خلیلی عراقی، مریم (۱۳۸۲). اصول اخلاق حرفه ای از تدوین تا عمل، ماهنامه تدبیر، شماره های ۱۳۵-۱۳۶، ۸۰-۸۸.
۱۹. هس مر، ال تی (۱۳۷۷). اخلاق در مدیریت، ترجمه اعرابی. س. م و ایزدی. د، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی.
20. Cadozier V. (2002). The moral profession: A study of moral development and
21. professional ethics of faculty. Texas: University of Texas.
22. Fisher CM, Shirole A R, Bhupatkar AP (2001). Ethical stances in Indian management culture. Personnel Review 30(6): 694-710.
23. Pennino, Clare M, "Managers and professional ethics", *Journal of Business Ethics*, 2004, 41:337-47.
24. Wood, G., & Rimmer, M. 2003. Codes of ethics: What are they really and what should.
25. Yi-Hui ,H.,(2007), "Undergraduate Accounting Students' Perceptions of Accounting Ethics: A Cross-cultural Comparative Study", A dissertation submitted to the faculty of the graduate school of the university of Minnesota.