

نقد و نظری بر کتاب اخلاق حرفه‌ای

دکتر محمد منصور نژاد

الف) معرفی کتاب

کتاب اخلاق حرفه‌ای اثر دکتر "احد فرامرز قراملکی" است که بوسیله مؤلف در سال ۸۲ منتشر شده است. این کتاب در پنج بخش و دوازده فصل و یک ضمیمه سامان یافته است. عناوین بخشهای کتاب عبارتند از: نقش راهبردی اخلاق حرفه‌ای؛ چپستی اخلاق حرفه‌ای؛ مسئولیتهای اخلاقی سازمان؛ تشخیص و حل مسایل اخلاقی در حرفه؛ آرمان، اهداف و روشهای ترویج اخلاق. از آنجا که گزارش اجمالی از کتابی با بالای ۴۰۰ صفحه برای حجم پیش بینی شده در این نوشتار به آسانی میسر نیست و نیز از آنرو که مؤلف محترم همه مطالب کتاب را در ۷۴ نکته خلاصه کرده است، در زیر با برخی از نکات و دستاوردهای مهم کتاب آشنا می شویم:

۱) سازمان بوسیله ایجاد رابطه آسان و درست محیط با سازمان می تواند عوامل مؤثر موفقیت را افزایش و موانع بازدارنده را کاهش دهد.
۲) اگر محیط در ایجاد رابطه با سازمان با ریسک نامعقول مواجه باشد، از آن دوری خواهد کرد.

۳) سازمان از طریق اعتماد آفرینی می تواند معقولیت ارتباط محیط با سازمان را افزایش داده و به ایجاد رابطه‌ای آسان و درست محیط با سازمان کمک کند.

۴) مراد از اعتماد آفرینی در اینجا، اعتماد چهار وجهی اصیل، راسخ، فراگیر و پایدار است.

۵) بنگاه هر چه پیش بینی پذیرتر باشد، در ایجاد اعتماد چهار وجهی موفقتر است.

۶) پیش بینی پذیری در سازمان معلول چند عاملی است: فن آوری، منابع مالی و مدیریت نیز از عوامل مؤثر آن است، اما آن در درجه اول معلول مسئولیت پذیری سازمان است.

۷) هر چه سازمان اخلاقی تر باشد، پیش بینی پذیرتر است و هر چه پیش بینی پذیرتر باشد، در نیل به اهداف موفقتر است.

۸) اخلاق حرفه‌ای را در درجه نخست به معنای مسئولیتهای اخلاقی سازمان به کار می بریم، اما از آنجا که مشاغل غالباً در شرکتها و بنگاهها صورت می پذیرند، اخلاق سازمان به نحوی، اخلاق کار را نیز شامل می شود.

۹) اخلاق حرفه‌ای به بیان مسئولیتهای اخلاقی سازمان و تشخیص و حل مسایل اخلاقی در کسب و کار می پردازد.

۱۰) اخلاق حرفه‌ای در مفهوم نوین آن بر اصل "محیط حق دارد و سازمان تکلیف" بنا شده است. در این مفهوم، فضایل اخلاقی، انجام مسئولیتهای اخلاقی است و آن نیز بر آوردن حقوق محیط می باشد.

۱۱) اخلاق حرفه‌ای به منزله یک رشته تخصصی، دانشی است کاربردی، ناظر به مسایل اخلاقی حرفه‌ها که به طریق میان رشته‌ای و ناظر به فرهنگ، توسعه می یابد.

۱۲) توسعه نیافتگی اخلاق حرفه‌ای در کشور ما، پدیده‌ای چند عاملی است و از مهمترین عوامل آن می توان به عدم پیوند زیای مدیریت اجرایی و مراکز پژوهشی و دانشگاهی اشاره کرد.

۱۳) اگر خواهان موفقیت سازمان خود در بحرانی ترین شرایط محیطی - هستبد چهار گام زیر را بردارید:

تدوین منشور اخلاقی، اعلام آن به محیط با صریحترین و شفافترین زبان، پای بندی استثنایپذیر به آن، تبلیغ پای بندی به آن به ویژه در مواردی که پای بندی برای سازمان هزینه آور است و یا مستلزم شهامت و شجاعت سازمان است.

۱۴) هیأت مدیره و هیأت رئیسه، جایگاه مؤثری در ایفای مسئولیتهای اخلاقی بنگاه و نیز ترویج اخلاق در سازمان دارد.

۱۵) مسایل اخلاقی در کسب و کار، فراگیر بوده و همه شئونات بنگاه را شامل می شود. در بن هر تصمیم حرفه‌ای مسایل مختلف اخلاقی وجود دارد.

۱۶) حل موفق مسایل اخلاقی در گرو روی آورد شش وجهی است: رهیافت اثربخش، روی آورد روشمند، رهیافت خلاق، حل گروهی مسأله، مطالعه میان رشته‌ای، روی آورد نقادانه.

۱۷) مشکلات بدون تبدیل شدن به مسایل قابل حل نیستند و لذا توقف در معضلات و تبدیل نکردن آنها به مسایل از ویژگیهای مدیران عوامزده است.

۱۸) درخصوص عناوین اخلاقی به تعاریف شایسته محتاج هستیم، تا ابهام مفهومی را بزدايد و علاوه بر آن به ملاکهای تمایز نیز نیازمندیم تا ابهام مصداقی را برطرف کند. تعریف خسد چیست و ملاک آن کدام است؟

۱۹) حکم اخلاقی را با توسل به اصول اخلاقی و یا مسئولیتهای اخلاقی بنگاه می توان به دست آورد.



۲۰) ترویج دروغ در تزویر دروغ مصلحت آمیز از جمله آثار شوم به کار بستن قاعده دفع افسد به فاسد است.

۲۱) اقدامات اخلاقی در کسب و کار، به وسیله قواعد کاربردی تبیین می شوند و قواعد کاربردی به وسیله اصول راهبردی اثبات می گردند و ملاک نهایی تبیین کننده اصول راهبردی است.

۲۲) ملاک نهایی اخلاق، برترین زیبایی است که هم معنادهنده زیبایی ها است و هم به عنوان خیر مطلق تقرب به وی و کسب رضایتش آرمان اخلاق ورزی است.

۲۳) اهداف زندگی اخلاقی اموری بیرون از اخلاق نیستند. اهداف بیرونی سبب ترویج اخلاق ورزی بیرونی می شود و آن هم به تهی شدن از اخلاق منجر می گردد.

۲۴) ترویج اخلاق در بنگاه چهار هدف عمده دارد: احترام اصیل و نامشروط آدمی، آزادی فردی، عدالت اجتماعی و امانتداری.

۲۵) در روش ترویج اخلاق در بنگاه چهار مدل عمده وجود دارد: از بالا به پایین، از پایین به بالا، موازی و تعاملی، روش اول رایج است و ناکارآمد و روش اخیر اثربخش است و کارآ.

۲۶) پنج مانع عمده در ترویج اخلاق نقش بازدارنده دارند: آموزشهای اجتماعی غیرهمسو با اخلاقیات سازمان به ناآشنایی نسبت به اخلاقیات شغلی؛ بسترهای معیشتی تصمیم های غیر اخلاقی؛ زمینه های سازمانی تصمیم گیری های غیر اخلاقی؛ تفوق اضطراب یادگیری بر اضطراب بقا.

۲۷) مسئولیت پذیری در قبال دیگران و احساس تکلیف مرز صعود از زندگی حیوانی به زندگی انسانی است.

۲۸) احساس وظیفه زندگی را معنادار می کند و تلقی الهی بودن وظایف در قابل مردم، احساس وظیفه را معنادار می سازد.
(ب) نقد کتاب:

۱) از محاسن اثر مورد بحث، بهره گیری از منابع خوب فارسی و انگلیسی، با طرح مسأله نسبتاً خوب فصول آغاز شده و به خلاصه فصل اختتام می یابد، علاوه بر اینکه خلاصه مطالب کتاب در ضمیمه آمده، نظر به مسأله ای مهم و کاربردی داشتن و خصوصاً تنظیم مطالب پس از تدریس و طرح مسأله با دست اندرکاران حرفه ها، اشاره به مباحث نظری جدی در اخلاق، وجود جداول و نمودارها، نمایه مفاهیم، اعلام و کسان و کتب و نشریه ها و پرکردن خلأ منتهی نیست به موضوع تا حد نسبتاً خوب و مسأله شناسی خوب در مشکلات اخلاقی.

۲) در عین حال هم از جهت روش و هم از جهت محتوا، برخی نکات را ذیل کتاب اخلاق حرفه ای می توان برشمرد. از جهت روشی مناسب بود که جای بخش اول (نقش راهبردی اخلاق حرفه ای) یا بخش دوم (جیستی اخلاق حرفه ای) اولاً تعویض می شد. زیرا منطقیاً خوب است که هر خواننده ابتدا با مفاهیم کلیدی آشنا شده و سپس درباره آن مطلب بخواند؛ ثانیاً دو مفهوم کلیدی بحث با دقت مورد تعریف قرار می گرفت و حال آنکه خواننده در بخش دوم علیرغم تلاش نویسنده بالاخره با تعریف انتزاعی و اصطلاحی دقیقی از اخلاق و نیز حرفه (که به صورت مستقل مورد توجه قرار نگرفته) آشنا نمی شود؛ روش بحث نیز که غالباً قیاسی است یا ماهیت مدعیات لزوماً وابستگی ندارد. مثلاً این اصل که اگر بنگاه مسئولیت پذیر باشد، آنگاه به میزان مسئولیت پذیری، قانونمند می گردد و اگر بنگاه قانونمند گردد آنگاه به میزان قانون بندی قابل پیش بینی خواهد بود و (ص ۷۸) این نسبت بین مسئولیت پذیری و قانونمندی و قانونمندی با قابلیت پیش بینی

چگونه قابل سنجش است؟ آیا این مدعیات ابطال پذیرند و یا شیوه دیگری برای آزمون دارند؟ آیا بدیهی اند و نیاز به استدلال محکم درباره میزان این نسبت ندارند؟ آیا بهتر نبود چنین مدعیاتی حداقل در یک کار میدانی، استقرایی، مورد آزمون قرار گرفته و سپس با تأیید نسبی، بر آن پای فشرده می شد؟

و نیز درباره روش نگارش نیز اگر برخی مطالب پیچیده را پیچیده می نویسند، و برخی مطالب پیچیده را با توانایی که دارند، سهل و روان و قابل فهم می نویسند و برخی سبک نوشتارشان به گونه ای است که مطالب سهل را سخت می نویسند، متأسفانه نویسنده محترم این اثر، مطالب نسبتاً آسان مربوط به اخلاق را در بعضی موارد (مثلاً پیشگفتار و یا بخش دوم) بسیار ثقیل و سخت به نگارش درآورده است، که از غایت کاربردی بودن اثر نیز دور افتاده است.

۳) از جهت محتوایی نیز بر برخی مباحث می توان خرده گرفت. مهمترین اشکال محتوایی اثر آن است که در مفهوم بندی و حیطه بندی فعل اخلاقی و اخلاق حرفه ای نسبت به مفاهیم دیگر توفیق بالایی ندارد. در این زمینه اولاً ایشان به کرات وعده می دهند که تفاوت مسئولیتهای حقوقی و اخلاقی را مورد بررسی قرار می دهند (ص ۷۸) و یا نیاز به نوشتار مستقل است (ص ۹۸) اما به این بحث مهم وارد نمی شوند که اخلاق حرفه ای از حقوق حرفه ای چگونه از هم بازشناسی می شوند و صرف طرح مثالی در بحث (ص ص ۹-۹۸) نیز هرگز برای حصول بدین غایت مهم کافی نیست و تمییز مرز این مفاهیم نیز می توانست در حد یک یا دو صفحه صورت بپذیرد تا بتوانیم به پرسشهای زیر دقیقاً پاسخ دهیم که آیا مسئولیتی که از اخلاق می زاید با مسئولیتی که از حقوق می زاید یکی است یا دو نوع مسئولیت است؟ و اگر فرق دارند مرزهای این دو نوع مسئولیت کدامند؟ آیا مسئولیتی که از اخلاق متنوع می شود، ضمانت اجرایی هم دارد یا خیر؟ این ضمانت اجرا اگر هست، درونی است یا بیرونی و اگر برای اخلاق ضمانت اجرای بیرونی قابل شویم مرز آن با افعال حقوقی در کجاست؟ و اگر ضمانت اجرایی بیرونی ندارد و تنها ضمانت اجرای درونی دارد، چگونه قابلیت آزمون و تست دارد، از کجا بدانیم که فلان مسئول و مدیر مسئول هست یا خیر؟ و اگر ضمانت اجرای دورنی قابلیت آزمون ندارد و هر کسی می تواند ادعای مسئول بودن نموده و حتی با تظاهرات بیرونی و رفتار خاص دیگران را بفریبد و اعتمادها کسب کند، پس ارزش اخلاق حرفه ای کجاست؟ و به چه کار ما می آید؟ آیا اینکه نویسنده محترم بارها اشاره دارد که سابقین ما به اخلاق مشاغل توجه داشته اند (مثلاً ص ۳) آیا بهتر نبود حداقل برای این مدعا به یک شاهد استناد می کردند و آیا نویسنده بین آداب مشاغل و اخلاق حرفه ای خلط نکرده است؟ زیرا نویسندگان سابق ما ذیل سیاستنامه ها و اندرزنامه ها به آداب خاصی برای حکام و اصناف و نظامیان اشاره دارند که لزوماً ربطی به اخلاق مشاغل و حرفه ای ندارد! اگر در این کتاب مسئولیت پذیری در قبال دیگران و احساس تکلیف مرز صعود از زندگی حیوانی به زندگی انسانی برشمرده شده است، (ص ۲۲۹) آیا در زندگی حیوانی مسئولیت پذیری در قبال دیگران حداقل در سطح خانواده و نسبت به فرزندان دیده نمی شود؟ برخورد عجیب و غریب کیوتر مادر و پدر نسبت به فرزندان که هیچ گونه قدرت دفاع از خود و تهیه غذا را نداشته و تنها در حمایت والدین رشد می کنند را چگونه باید تفسیر کرد؟ حیواناتی که زندگی جمعی داشته و تقسیم کار در آنها رایج است و دقیقاً به وظایف خود عمل می کنند (مثلاً زنبور عسل) را چگونه باید تفسیر کرد؟

معرفی بسته‌های آموزشی نظام مدیریت با کیفیت و نظام مدیریت مشارکتی



آموزش مدیران و پرسنل سازمان‌ها و موسسات است، که می‌تواند صرفه‌جویی فراوانی در وقت و هزینه سازمانی ایجاد کند. و با آموزش با کیفیت کارکنان به سود و صرفه‌جویی معقولی دست یافت. قیمت ارائه شده برای نسخه VHS یا VCD می‌باشد، برای نسخه DVD، ۳۰٪ به قیمت‌ها افزوده می‌شود.

بسته‌های آموزشی نظام مدیریت با کیفیت و نظام مدیریت مشارکتی بر اساس کلاس‌های پیشرفته آموزش مدیران به صورت فیلم‌های ۲۰ دقیقه‌ای به شرح زیر به سفارش شرکت راهبران پتروشیمی تهیه شده است. این مجموعه ارزشمند حاوی آموزش روش‌های نوین مدیریتی برای

بسته‌های آموزشی نظام مدیریت با کیفیت



بسته دوم - گذشته، حال و آینده نظام مدیریت با کیفیت

- ۱ - تجربه موفق نظام مدیریت با کیفیت در کشورهای پیشرفته
 - ۲ - سیر تکامل نظام مدیریت با کیفیت در ایران
 - ۳ - دست‌آوردهای نظام مدیریت با کیفیت در صنعت نفت
 - ۴ - نقش زنان در نظام مدیریت با کیفیت و دستاوردهای ایجادشده توسط آنان
 - ۵ - برنامه ۵ ساله نظام مشارکت در صنعت نفت
 - ۶ - راهکارهای عملی صرفه‌جویی عظیم در مصرف انرژی
 - ۷ - مشارکت شهر
 - ۸ - واگذاری کار مردم به مردم
- تعداد کل برنامه ۸ فیلم ۲۰ دقیقه‌ای
قیمت کل: ۱,۶۰۰,۰۰۰ ریال

بسته اول - اصول و مبانی مدیریت با کیفیت

- ۱ - چرا استقرار نظام مدیریت با کیفیت ضروری است؟
 - ۲ - کیفیت طلبی و مشارکت
 - ۳ - کیفیت چگونه بدست می‌آید؟
 - ۴ - کیفیت برآیند تفکر و کار جمعی
 - ۵ - مدیریت با کیفیت، نظام بی‌عیب و نقص‌سازی
 - ۶ - مشتری محوری و تذکرپذیری در نظام مدیریت با کیفیت
 - ۷ - اهداف گروه‌های کیفیت و بهره‌وری
 - ۸ - سازمان یک گروه کیفیت و بهره‌وری
 - ۹ - شرایط و چگونگی تشکیل گروه‌های کیفیت و بهره‌وری
 - ۱۰ - یک کار گروهی واقعی
- تعداد کل برنامه ۱۰ فیلم ۲۰ دقیقه‌ای
قیمت کل: ۲,۰۰۰,۰۰۰ ریال

بسته سوم - تصمیم‌گیری و حل گروهی مسئله در نظام مدیریت با کیفیت

- ۱ - موفقیت سازمان در گرو دید مشترک
 - ۲ - تصمیم‌گیری و حل مسئله
 - ۳ - فرآیند تصمیم‌گیری و حل مسئله
 - ۴ - مقایسه تصمیم‌گیری فردی و گروهی
 - ۵ - روش‌های گروهی حل مسئله (۱)، توفان ذهنی (جلسه آزاد اندیشی)
 - ۶ - یک جلسه آزاد اندیشی واقعی
 - ۷ - روش‌های گروهی حل مسئله (۲)، گروه اسمی، روش دلفی و دوایر
- کیفیت
تعداد کل برنامه ۷ فیلم ۲۰ دقیقه‌ای
قیمت کل: ۱,۴۰۰,۰۰۰ ریال

بسته پنجم - خلاقیت و نقش آن در نظام مدیریت با کیفیت

- ۱ - نظام خلاق سازی فراگیر
 - ۲ - فرآیند خلاقیت و مراحل تفکر خلاق
 - ۳ - روش‌های خلاق‌سازی
 - ۴ - چگونه خلاق‌تر شویم؟
 - ۵ - موانع خلاقیت
- تعداد کل برنامه ۵ فیلم ۲۰ دقیقه‌ای
قیمت کل: ۱,۰۰۰,۰۰۰ ریال

بسته چهارم - ابزار اجرایی نظام مدیریت با کیفیت

- ۱ - سیر تاریخی مدیریت کیفیت و استفاده از ابزار اجرایی
- ۲ - ابزار اجرایی نظام مدیریت با کیفیت
- ۳ - نمودار فرآیند عمل کرد (فلوچارت) و هستوگرام
- ۴ - نمودار پاره‌تو
- ۵ - نمودار علت و معلول (ایشی گاوا)
- ۶ - نمودار کنترل کیفیت و پراکندگی
- ۷ - هفت ابزار نوین مدیریت
- ۸ - نمودار درختی و نمودار ماتریسی
- ۹ - نمودار تحلیل اطلاعات ماتریسی، برنامه تصمیم‌گیری فرآیند و دیاگرام نموداری
- ۱۰ - مهارت‌های الگوبرداری (ارزیابی تطبیقی)

تعداد کل برنامه ۱۰ فیلم ۲۰ دقیقه‌ای
قیمت کل: ۲,۰۰۰,۰۰۰ ریال

بسته ششم - کارآفرینی در نظام مدیریت با کیفیت

- ۱ - کارآفرینی در نظام مدیریت با کیفیت
 - ۲ - چگونه کارآفرین موفق باشیم؟
 - ۳ - کارآفرینی درون سازمانی
- تعداد کل برنامه ۳ فیلم ۲۰ دقیقه‌ای
قیمت کل: ۶۰۰,۰۰۰ ریال

بسته هفتم - ارتباطات شخصی و سازمانی در نظام مدیریت با کیفیت

- ۱ - نظام ارتباطات با کیفیت
 - ۲ - فرآیند ارتباطات
 - ۳ - انواع مهارت‌های ارتباطی
 - ۴ - تکنیک‌ها و ابزار موثر ارتباطی
 - ۵ - موانع ارتباطات
 - ۶ - اینترنت و نظام مدیریت با کیفیت
- تعداد کل برنامه ۶ فیلم ۲۰ دقیقه‌ای
قیمت کل: ۱,۲۰۰,۰۰۰ ریال

بسته هشتم - بهره‌وری و نقش در نظام مدیریت با کیفیت

- ۱ - نظام افزایش بهره‌وری
 - ۲ - اهمیت بهره‌وری در سازمان‌ها
 - ۳ - چرا بهره‌وری سازمان‌ها پایین است؟
تعداد کل برنامه ۳ فیلم ۲۰ دقیقه‌ای
- قیمت کل: ۶۰۰,۰۰۰ ریال

بسته نهم - انگیزش در نظام مدیریت با کیفیت

- ۱ - ایمنی در نظام مدیریت با کیفیت
 - ۲ - عوامل نامی در محیط کار
 - ۳ - چگونه محیط کار را ایمن تر کنیم؟
تعداد کل برنامه ۳ فیلم ۲۰ دقیقه‌ای
- قیمت کل: ۶۰۰,۰۰۰ ریال

بسته دهم - ایمنی در نظام مدیریت با کیفیت

- ۱ - مبانی تفکر ناب
 - ۲ - تولید ناب
 - ۳ - تولید بدون ضایعات
 - ۴ - خانه تکانی؛ یک ابزار اجرایی موثر در تولید ناب
 - ۵ - سایر ابزار اجرایی تولید ناب
تعداد کل برنامه ۵ فیلم ۲۰ دقیقه‌ای
- قیمت کل: ۱,۰۰۰,۰۰۰ ریال

- ۱ - انگیزش در مدیریت با کیفیت
 - ۲ - عوامل انگیزش
 - ۳ - نظریه‌های انگیزش و کاربردهای آن در مدیریت با کیفیت
 - ۴ - نظام پاداش دهی به کارکنان در مدیریت با کیفیت
 - ۵ - انواع پاداش در نظام مدیریت با کیفیت
تعداد کل برنامه ۵ فیلم ۲۰ دقیقه‌ای
- قیمت کل: ۱,۰۰۰,۰۰۰ ریال

بسته‌های آموزشی نظام مدیریت مشارکتی



بسته اول - اهمیت نظام مدیریت مشارکتی از دیدگاه اصول و مبانی نظام مدیریت مشارکتی

- ۱ - چرا نظام مدیریت مشارکتی را آموزش می‌بینیم؟
- ۲ - آیا نظام مدیریت مشارکتی عملی است؟
- ۳ - فرهنگ اسلامی در خصوص مدیریت مشارکتی چه نظری دارد؟
حمد و نظام مدیریت مشارکتی
- ۴ - مقایسه نظام مدیریت آمرانه و نظام مدیریت مشارکتی
تعداد کل برنامه ۵ فیلم ۲۰ دقیقه‌ای
- ۵ - نظام تذکرپذیری فراگیر و اصل مقدس امر به معروف و نهی از منکر
قیمت کل: ۱,۰۰۰,۰۰۰ ریال
- ۶ - مبانی نظام مشارکت در قانون اساسی ایران
تعداد کل برنامه ۶ فیلم ۲۰ دقیقه‌ای
قیمت کل: ۱,۲۰۰,۰۰۰ ریال



بسته چهارم - اصول اجرایی نظام مدیریت مشارکتی

بسته سوم - اصول برنامه‌ریزی در نظام مدیریت مشارکتی

- ۱ - فرآیند اجرایی نظام مدیریت مشارکتی
 - ۲ - از کجا آغاز کنیم؟
 - ۳ - مشکلات و موانع استقرار و اجرای نظام مدیریت مشارکتی
 - ۴ - نمودار سازمانی و نقش شورای همیاری و مشارکت در نظام مدیریت مشارکتی
- تعداد کل برنامه ۴ فیلم ۲۰ دقیقه‌ای
قیمت کل: ۸۰۰,۰۰۰ ریال

- ۱ - مشارکت و برنامه‌ریزی
 - ۲ - پیش نیازهای تصمیم‌گیری مشارکتی
 - ۳ - تفویض اختیار
 - ۴ - اصول برنامه‌ریزی در نظام مدیریت مشارکتی
 - ۵ - عوامل و عناصر برنامه‌ریزی
 - ۶ - فواید برنامه‌ریزی و شش سؤال اساسی برای برنامه‌ریزی بهتر
- تعداد کل برنامه ۶ فیلم ۲۰ دقیقه‌ای
قیمت کل: ۱,۲۰۰,۰۰۰ ریال

قیمت کل ۱۱ بسته آموزشی نظام مدیریت با کیفیت شامل ۶۵ فیلم آموزشی ۲۰ دقیقه‌ای ۱۳,۰۰۰,۰۰۰ ریال

است که در صورت خرید کل مجموعه ۳,۰۰۰,۰۰۰ ریال تخفیف داده می‌شود.

قیمت کل ۴ بسته آموزشی نظام مدیریت مشارکتی شامل ۲۱ عدد فیلم آموزشی ۲۰ دقیقه‌ای ۴,۲۰۰,۰۰۰ ریال

است که در صورت خرید کل مجموعه ۲۰۰,۰۰۰ ریال تخفیف ارائه می‌شود.

جهت خرید و کسب اطلاعات بیشتر می‌توانید با شماره‌های ۵-۸۷۸۲۹۵۳ شرکت فیلم‌سازی کلک‌خیال تماس بگیرید.



دفتر خدمات مسافرت هوایی و جهانگردی

توکلی

استرالیا

تورهای نوروزی

تایلند - سنگاپور - مالزی - چین - اردن

دبی و کیش همه روزه

خیابان استادنجات الهی جنوبی خیابان فلاح پور - بلاک ۲۳

تلفن: ۱۱-۸۸۰۴۷۰۰ فکس: ۸۹۲۱۴۱۱



WWW.TAVAKOLITOUR.COM
Email: info@TAVAKOLITOUR.COM