

مرزشناسی حوزه‌ی اخلاق سازمان و مدیریت

امیر حسین زاده*

دکتر حسن عابدی جعفری**

چکیده

امروزه مسأله اخلاق یکی از ضرورت‌های اساسی در سازمان‌ها می‌باشد و پرداختن به آن در سازمان‌ها امری گریزناپذیر است. مطالعات اخلاق در دنیای مدیریت و سازمان ذیل عناوین مختلفی چون اخلاق مدیریت، اخلاق سازمانی، اخلاق کار و... انجام گرفته است و مطالعه‌ی مرزهای این دانش‌ها برای تفکیک گزاره‌های مطرح شده در هریک از آنها ضروری است. در این مقاله ابتدا از منظر فلسفی به موضوع علم پرداخته می‌شود؛ آنگاه عناوین مطالعات اخلاقی مرتبط با مدیریت و سازمان که عبارتند از: اخلاق کار، اخلاق حرفه‌ای، اخلاق سازمانی، اخلاق کسب و کار و اخلاق مدیریت، مطرح شده و با توجه به تعاریف صاحب‌نظران و کنکاش در مباحث آنها سعی می‌شود که مرز مشخصی بین این حوزه‌ها ترسیم گردد تا بتوان جایگاه گزاره‌های مطرح شده در این حوزه‌ها را شناسایی نمود.

واژه‌های کلیدی: اخلاق، اخلاق مدیریت، اخلاق سازمانی، اخلاق کسب و کار، اخلاق حرفه‌ای.

مقدمه

تکمیل فضایل اخلاقی، به عنوان هدف رسالت خاتم انبیا(ص) معرفی گردیده و این مسأله جایگاه علم اخلاق در میان دانش‌های دینی را نشان می‌دهد. برای ساختن یک جامعه بر اساس آرمان‌ها و ارزش‌های اسلامی، ضروری است که آموزه‌های اخلاقی به همه ارکان آن جامعه نفوذ نماید و در همه ساختارهای آن جاری گردد.

مسائل اخلاقی در حقیقت عمده‌ترین بخش مدیریت هستند، زیرا آنها بیانگر تقابل بین عملکرد اقتصادی (که به وسیله درآمدها، هزینه‌ها و سودها اندازه‌گیری می‌شود) و عملکرد اجتماعی (که در قالب تعهدات آن سازمان در داخل و خارج در قبال دیگران بیان می‌شود) می‌باشند (ال، تی، ۱۳۷۷). برای پرداختن و تکمیل مباحث اخلاق سازمانی، ضروری است که ابتدا علوم مرتبط با این مباحث شناسایی شده، آنگاه حد و مرز هریک معین گردد تا بتوان جایگاه گزاره‌های مطرح شده در این زمینه را شناسایی نمود.

۱. علم و موضوع آن

انسان با نظر به دنیای بیرون، خود را با مجموعه‌ای از دانش‌ها مواجه می‌بیند و در نظر اول آنان را متفاوت از یکدیگر می‌یابد؛ هر دانش مجموعه‌ای از داده‌ها و اطلاعات است که حول یک محور گرد آمده و علم نام گرفته‌اند. محور مزبور موضوع آن علم می‌باشد. به بیان دیگر، موضوع علم، محور اساسی مباحث آن علم است که تمامی بحث‌های آن علم پیرامون آن صورت می‌گیرد. بنابراین عامل اتحاد معلومات گوناگون در تحت عنوان یک دانش و تفاوت آنها از سایر علوم همانا موضوع علم می‌باشد؛ پس موضوع یک علم عامل وحدت آن علم و باعث تمایز آن از سایر علوم است. از این‌رو، هر علمی به یک موضوع مشخص نیاز دارد تا بتواند از سایر علوم بی‌نیاز باشد (هادوی تهرانی، ۱۳۶۹).

نظریه دیگر در این‌باره معتقد است که پیوند مسایل علوم با یکدیگر ناشی از آثار و فوایدی است که بر آنها مترتب می‌شود. به عنوان مثال، اگر یک عده مسایل در اطراف یک موضوع معین نباشند و هر مسأله‌ای مربوط به موضوع جداگانه‌ای باشد، اگر آن مسایل از لحاظ اثر و فایده و غرضی که به دانستن آنها تعلق می‌گیرد، وحدت و اشتراک داشته باشند، کافی است که پیوند و هم‌خانوادگی میان آنها برقرار گردد و در ضمن آنها

را از مسایل دیگر متمایز می‌سازد؛ ولی این نظریه صحیح نیست، اینکه یک عده مسایل از لحاظ اثر و فایده و غرضی که به دانستن آنها تعلق می‌گیرد، وحدت و سنخیت پیدا می‌کنند، ناشی از شباهت ذاتی آن مسایل با یکدیگر است و این شباهت ذاتی ناشی از این است که همه آن مسایل از حالات و عوارض موضوع واحد می‌باشند (مطهری، ۱۳۷۸). نظریه فوق مورد اتفاق فلاسفه پس از ابن سینا قرار گرفته است. در برابر این نظریه، این سؤال مطرح است که آیا فقط موضوع واحد، محور وحدت بین گزاره‌های یک علم می‌باشد یا مسایلی مثل روش تولید گزاره‌ها و... هم هستند که به این وحدت کمک می‌کنند؟ این موارد کدام‌اند و سهم هریک در ایجاد این وحدت چقدر است؟ و اساساً وحدت بین مجموعه‌ای از گزاره‌ها چگونه و با چه معیاری سنجیده می‌شود؟ در اینجا مجال پاسخ به این سؤالات نیست و در این مقاله با توجه به موضوع مورد بحث تنها به همین مسأله اکتفا می‌شود که از دیدگاه اغلب، بلکه تمامی فلاسفه موضوع یک علم محور وحدت بین گزاره‌های آن می‌باشد.

۲. تبیین موضوع علم از دیدگاه فلاسفه

فلاسفه در تعریف موضوع علم گفته‌اند که موضوع هر علمی آن چیزی است که از عوارض ذاتی آن بحث می‌شود و مقصود این است که مطالب هر علمی فقط پیرامون موضوع آن باید نفی یا اثبات گردد. مثلاً در علم حساب اگر موضوع را عدد فرض نماییم، هرگونه مطلبی که پیرامون عدد گفته شود، از قبیل: جمع، تفریق، ضرب و تقسیم و نظایر آنها از مسایل علم ریاضیات به شمار خواهند آمد و چون این عناوین عوارضی هستند که به عدد اختصاص دارند، به طبع موضوع علم حساب عدد خواهد بود. در اینجا توجه به این نکته بسیار مهم است که عوارض ذاتی که مسایل علم را تشکیل می‌دهند، عوارض به اصطلاح ایساغوجی (باب مدخل) است؛ نه عوارض کتاب برهان و نه عوارض در کتاب جوهر و عرض (حائری یزدی). در تبیین مطلب فوق باید گفت که ذاتی در باب مدخل، امری است که وجود یک ماهیت در مقام تصور ذهنی و تحقق خارجی بر آن است. به عنوان مثال، حیوانیت ذاتی انسان است و اگر بخواهد انسانی در ذهن تصور شود و یا در خارج تحقق یابد، ناگزیر است که به حیوانیت قوام بیابد؛ و به همین ترتیب، عرضی امری است که چنین صفتی نداشته باشد، مثلاً خندان بودن برای

انسان عرضی است و می‌شود که انسان در مقام تصور و تحقق غیر خندان باشد؛ در حالی که ذاتی کتاب برهان اعم از ذاتی باب مدخل است و شامل اموری که لازمه‌ی ذات یک ماهیت‌اند می‌باشد، ولی داخل آن نیستند؛ به عنوان مثال گرما لازمه‌ی وجود آتش است، ولی ذاتی آتش (به معنای قبل) نیست و قوام و تصور آتش بدون گرما محال نیست. دو معنای ذاتی و عرضی که تا به حال مورد بحث قرار گرفت، مربوط به حمل یک مفهوم بر مفهوم دیگر بود؛ در حالی که، عرض در کتاب جوهر و عرض به موجودی اطلاق می‌شود که در تحقق خارجی استقلال نداشته و وابسته به موجود مستقلی باشد؛ به عنوان مثال، رنگ عرض بوده و در ضمن یک جوهر (یک جسم) تحقق می‌یابد.

۳. تعریف علم اخلاق

اخلاق جمع کلمه خُلُق و خَلَق می‌باشد، راغب می‌گوید: خَلَقَ با خُلِقَ در اصل یکی هستند، ولی خَلَقَ به کیفیات و شکل‌ها و صورت‌هایی که به واسطه‌ی چشم دیده می‌شود، اختصاص یافته است و درک می‌گردد و خُلُق ویژه نیروها و سرشت‌هایی است که با بصیرت فهمیده می‌شود.

علمای اخلاق نیز تعریفی را که از خُلُق نموده‌اند، به معنایی که لغت‌دانان ذکر کرده‌اند، نزدیک است. ابوعلی مسکویه می‌گوید: «الخُلُقُ حال للنفس داعیه الی افعالها من غیر فکر و لا رویه»؛ خلق حالی است برای جان انسانی که او را بدون فکر و تأمل به سوی کارهایی بزمی‌انگیزد و در تعریف علم اخلاق، ابوعلی مسکویه بیان می‌کند: علم اخلاق دانش سجایایی است که موجب می‌شود، همه رفتار انسان زیبا باشد و در عین حال، آسان و سهل از او صادر شود (خانی جزنی، ۱۳۸۰).

به بیان دیگر، موضوع علم اخلاق انسان است؛ اما نه از آن جهت که موجود است، زیرا بحث از این نظر وظیفه‌ی فلسفه است و نه از حیث جسم و تندرستی و بیماری، زیرا که این بحث را هم علم طب بر عهده دارد، موضوع این علم انسان از حیث نفس و روح اوست؛ موضوع علم اخلاق نفس انسان است، از حیث دارا بودن صفات خوب یا بد و ملکات فراوان پسندیده و ناپسند که برخی از آنها ذاتی و خدادادی است و برخی دیگر عارضی و اکتسابی؛ مسایل علم اخلاق عبارتست از بحث‌هایی که درباره‌ی

این صفات و ملکات می‌شوند، مانند انشعاب بعضی از بعضی دیگر، علل پیدایش و روش‌های تحصیل هر کدام، چگونگی از میان رفتن و یا از بین بردن هریک، بحث درباره شناخت فضیلت‌ها، زشتی‌ها و تمیز دادن آنها از یکدیگر و هدف علم اخلاق، عبارتست از تکامل و تعالی انسان و تمامیت فضیلت‌های اخلاقی و رساندن او به درجاتی که خداوند متعال وی را به منظور رسیدن به آنها آفریده است و خلق انسان به اخلاق الهی و تأدیب او به آداب پیامبران و جانشینان آنها، تا اینکه به خدایش نزدیک شود و به واسطه‌ی این نزدیکی در دنیا و آخرت سعادت‌مند گردد (فیض مشکینی، ۱۳۷۶).

۴. حیطه‌های علم اخلاق در مطالعات مدیریت و سازمان

تعاریفی که ذکر شد، تعریف لغوی و اصطلاحی اخلاق در معنی عام آن می‌باشند. درباره‌ی حیطه‌های علم اخلاق که با دانش مدیریت و زیر مجموعه‌های آن ارتباط دارند، با توجه به هر حیطه، با تعاریف متفاوتی مواجه هستیم؛ در ادامه، تعاریف مربوط به هر حیطه را عنوان نموده و سعی می‌کنیم تا بدین وسیله حد و مرز هریک را تبیین نماییم.

الف. اخلاق شغلی (اخلاق کار)^۱

مراد از اخلاق شغلی، مسؤولیت اخلاقی فرد از حیث شغل است. اخلاق شغلی از طرفی مانند اخلاق فردی بر مسؤولیت افراد به عنوان شخص حقیقی تأکید دارد، از سوی دیگر، بر خلاف اخلاق فردی، عنوان برخاسته از شغل را نیز در مسؤولیت‌های اخلاقی لحاظ می‌کند (فرامرزی قراملکی، ۱۳۸۳). به بیان دیگر، اخلاق کار عبارتست از مجموعه‌ای از ارزش‌های اخلاقی سخت‌کوشی و صداقت در کارها و هم‌چنین عبارتست از: فایده اخلاقی و قابلیت تعالی شخصیت در کار؛ اخلاق کاری شامل قابل اعتماد بودن، با انگیزه بودن و داشتن مهارت‌های اجتماعی نیز می‌گردد (راجرز، ۱۹۷۸). در برخی از تعاریف‌ها، مسأله‌ی وابستگی اخلاق کار به محیط کاری و شغلی عنوان شده و اخلاق کار به شناخت درست از نادرست در محیط کار و آنگاه انجام درست و ترک نادرست، تعریف شده است (سلطانی، ۱۳۸۲).

ب. اخلاق حرفه‌ای^۱

اخلاق حرفه‌ای به مسایل اخلاقی که در حرفه‌های مختلف به جود می‌آید، می‌پردازد و هم‌چنین به این مسأله که استفاده از این دانش هنگام ارایه خدمت به اجتماع، چگونه باید مدیریت شود. برخی دیگر از نویسندگان، اخلاق حرفه‌ای را به شیوه‌های متداول در میان اهل یک حرفه تعریف می‌کنند و می‌گویند؛ اخلاق حرفه‌ای مدیریت رفتار و کردار آدمی هنگام انجام کارهای حرفه‌ای است یا اخلاق حرفه‌ای رشته‌ای از دانش اخلاق است که روابط شغلی را مورد مطالعه قرار می‌دهد (فرامرزی قراملکی، ۱۳۸۳).

با نظر به تعاریف بیان شده از اخلاق حرفه‌ای ممکن است، این سؤال پیش آید که به راستی تفاوت اخلاق حرفه‌ای و اخلاق کار چیست؟ پاسخ به این سؤال از تأمل در تعاریف ذکر شده، بدین صورت روشن می‌گردد که اخلاق کار تأکید خود را بر محیط کار قرار می‌دهد و اخلاق برآمده از این محیط را جست‌وجو می‌کند، بدون اینکه نظر مستقیمی به شغل و حرفه‌ای که در آن محیط مورد عمل است، داشته باشد؛ در حالی که، اخلاق حرفه‌ای صرفاً به پیشه و حرفه مربوط می‌گردد و نظر مستقیم و تأکید بر محیط پیاده‌سازی آن (محیط کاری) ندارد. به بیان دیگر، اخلاق کار به ظرف کار پرداخته و مسایل آن را بیان می‌کند، در حالی که اخلاق حرفه‌ای به مظلوف و مسایل آن می‌پردازد. البته باید توجه داشت که طرح مسأله‌ی اخلاق حرفه‌ای در زمانی صورت می‌گیرد که پیشه‌ها صورت تخصصی به خود گرفته‌اند و کاملاً از یکدیگر متمایز شده‌اند، لذا می‌توان اخلاق حرفه‌ای را نسخه‌ی پیشرفته و به روز شده‌ی اخلاق شغلی به شمار آورد؛ چنانچه مباحثی از قبیل کدهای اخلاقی و تدوین منشور اخلاقی سازمان و... مسایلی هستند که در اخلاق حرفه‌ای مطرح می‌شوند و موجودیت یافته‌اند. ذکر این نکته خالی از فایده نیست که برخی از متأخران سعی کرده‌اند، اخلاق حرفه‌ای را به گونه‌ای تعریف کنند که شامل اخلاق مدیریت گردد؛ اگرچه این تعریف طرفداران زیادی ندارد، ولی مباحث اخلاق حرفه‌ای با مسایل اخلاق سازمان و مدیریت بسیار ممزوج گردیده‌اند.

با بیان منطقی، اخلاق شغلی و اخلاق حرفه‌ای به منزله یک صنف از نوع علم اخلاق محسوب می‌شوند که گزاره‌های علم اخلاق را در مشاغل و حرفه‌های مختلف بازیابی می‌کنند، با این تفاوت که اخلاق حرفه‌ای نسخه‌ی روزآمد اخلاق شغلی است.

ج. اخلاق سازمانی^۱

اخلاق سازمانی، عبارتست از این مسأله که چگونه یک سازمان به محرک‌های درونی و بیرونی به صورت اخلاقی پاسخ می‌دهد؛ اخلاق سازمانی نه رفتار سازمانی است و نه تنها شامل اخلاق کسب و کار، بلکه بیانگر ارزش‌هایی است که یک سازمان برای کارمندان و یا دیگر موجودیت‌های آن بدون توجه به قوانین در نظر می‌گیرد.

اخلاق سازمانی از مسایلی چون ویژگی‌های اخلاقی سازمان مطلوب، ارزیابی اخلاقی سازمان و معیارها و روش‌های آن، روش‌های ساختن عادات اخلاقی برای کارکنان، توسعه‌ی محیط اخلاقی در سازمان و حفظ آن سخن به میان می‌آورد (دانیل، ۲۰۰۴). با این تعریف از اخلاق سازمانی درمی‌یابیم که اخلاق سازمانی فراتر از اخلاق حرفه‌ای بوده و با نگاه سیستمی به سازمان به دنبال ساختن زیرسیستم‌های اخلاقی در بخش‌های مختلف سازمان و حفظ و نگهداری آن می‌باشد؛ در حالی که، اخلاق حرفه‌ای مواد این سیستم (کدهای اخلاقی) را فراهم می‌کند. از این‌رو، در توصیف ویژگی‌های یک سازمان اخلاقی گفته می‌شود که یک سازمان برای اخلاقی بودن باید حداقل چهار ویژگی زیر را داشته باشد:

۱. استانداردها و کدهای مکتوب اخلاقی؛

۲. آموزش اخلاقیات به مدیران اجرایی، مدیران عالی و کارکنان؛

۳. دسترسی به ناصحان در موقعیت‌های اخلاقی؛

۴. وجود سیستم‌های قابل اتکا برای گزارش‌دهی (کلارک، ۲۰۰۳، ص ۳۶).

یعنی غیر از استانداردها و کدها، برنامه‌های آموزشی، ساز و کارهای حفظ و نگهداری، سیستم‌های گزارش‌دهی و کنترل را نیز لازم دارد.

انتقال دانش اخلاق سازمانی به زیرسیستم‌های سازمان باعث توسعه‌ی این دانش در زیرسیستم‌های سازمانی گردیده است. اخلاق بازاریابی، اخلاق مدیریت منابع انسانی، اخلاق حسابداری و... نمونه‌های بارز این امر هستند. از سوی دیگر، با تقسیم‌بندی انواع سازمان‌ها به انتفاعی و غیرانتفاعی، دولتی و خصوصی و... دانش اخلاق سازمانی توسعه

1. organizational ethics

2. organizational entities

یافته است. اخلاق در مدیریت بخش عمومی، اخلاق برای سازمان‌های غیر انتفاعی و عناوینی از این قبیل، نشانگر این مطلب هستند. به عبارت دیگر، دانش اخلاق سازمانی با دو رویکرد توسعه یافته است؛ رویکرد طولی و رویکرد عرضی.

رویکرد اول در سلسله مراتب طولی سازمان توسعه یافته و به اصناف زیرسیستم‌های سازمانی تسری پیدا کرده است؛ در حالی که، رویکرد دوم در عرض توسعه یافته و انواع سازمان‌ها را شامل می‌شود.

مباحث اخلاق سازمانی بسیار شبیه آن بخش از مباحث علم اخلاق هستند که به چگونگی راه‌حل مشکلات اخلاقی و توسعه فضایل در نفس آدمی می‌پردازند، با این تفاوت که نخست نسبت به آن مباحث نگاه سیستماتیک‌تری دارند و دوم این‌که محل پیاده‌سازی این ویژگی‌ها هویت جمعی و فرهنگ عمومی سازمان است، نه یک فرد.

د. اخلاق کسب و کار^۱

اخلاق کسب و کار به دو معنا استعمال شده است. در معنای اول به عنوان قواعد اخلاقی کسب و کار شناخته می‌شود. در این برداشت مردمی اخلاق کسب و کار به سادگی برابر است با به‌کارگیری روزمره‌ی آیین‌ها یا هنجارهای اخلاقی در کسب و کار؛ برداشت دیگر از اخلاق کسب و کار، خواستار گسترش اخلاق با ساختار سازمانی شرکت‌ها از طریق کدهای اخلاقی، میزان اخلاقی، کمیته اخلاقی و آموزش اخلاقی می‌باشد (نهایندیان، ۱۳۸۵).

به بیان دقیق‌تر، کسب و کار یا کار پیشه^۲ گاهی معادل سازمان فرض می‌شود، لذا اخلاق کسب و کار نیز هم‌ارز و مترادف اخلاق سازمانی معنی می‌شود؛ در این اصطلاح، بخش‌های فرعی که در اخلاق سازمانی ذکر گردید؛ به عنوان زیرمجموعه‌های اخلاق کسب و کار در نظر گرفته می‌شوند. ذکر این نکته خالی از فایده نیست که سازمان در این تلقی فقط سازمانی را در بر می‌گیرد که در فضای بازار فروش و

1. business ethics

2. business

عرضه‌ی کالاها و خدمات به رقابت می‌پردازد؛^۱ نه انواع دیگر سازمان‌ها را و گاهی نیز در معنی دوم که عام‌تر است، کسب و کار معادل تجارت در نظر گرفته می‌شود؛ لذا اخلاق کسب و کار معادل اخلاق تجارت می‌باشد و قواعد اخلاقی مبادلات تجاری را انجام می‌دهند،^۲ که در این معنا با اخلاق در علم اقتصاد هم‌خانواده گشته و مسایل مشابهی را بررسی می‌کند.

به بیان منطقی، اخلاق کسب و کار در تعریف اول با اخلاق تجارت مساوی است که یک صنف از علم اخلاق می‌باشد و در تعریف دوم، دقیقاً مساوی اخلاق سازمانی است و هرچه درباره اخلاق سازمانی عنوان گردید، درباره آن هم صادق است.

ه. اخلاق مدیریت^۳

اخلاق مدیریت، حد واسطی بین اخلاق حرفه‌ای و اخلاق سازمانی است؛ بدین معنی که پاره‌ای از صاحب‌نظران این عرصه به واسطه شمول گزاره‌های مدیریت به همه سازمان‌ها بر نقش‌های محوری مدیریت (مثل برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، کنترل، کارمندیابی و هماهنگی) پای فشرده و مسایل اخلاقی که در رابطه با ایفای این نقش‌ها پیش می‌آید، را در نظر گرفته‌اند و مدل‌های تصمیم‌گیری اخلاقی (با نظر به این مسأله که تصمیم‌گیری جوهره مدیریت است) را بررسی کرده‌اند. در حالی که پاره‌ای دیگر از صاحب‌نظران بر صفات یک مدیر (بدون نظر به نقش‌های سازمانی و به عنوان یک حرفه) پرداخته‌اند و اخلاق مدیریت را از این منظر نگریسته‌اند (وائقی، ۱۳۷۳). و پاره‌ای دیگر، اوصاف لازم برای یک مدیر را نسبت به مافوق خود، زیردستان، همکاران و ارباب رجوع مطرح می‌کنند و تقسیم‌بندی خود را فراتر از این حد توسعه نداده‌اند (معاونت آموزش، ۱۳۷۲). وجه مشترک تقسیم‌بندی‌های فوق آن است که در تمام آنها گزاره‌های اخلاقی مطابق عوارض مدیریت شکل یافته‌اند و صنفی از علم اخلاق محسوب می‌شوند که به اخلاقیات لازم برای یک مدیر می‌پردازند.

۱. شاهد این مسأله استفاده از واژه corporate است، به جای organization در متون اخلاق کسب و کار.

۲. ذکر این نکته خالی از فایده نیست که معنای سومی هم برای کسب و کار وجود دارد که عبارتست از اشاره به بخش ویژه‌ای از بازار، مثلاً بازار کامپیوتر یا مواد غذایی که در این معنا نوشته‌ای در اخلاق کسب و کار یافت نگردید.

بحث و نتیجه‌گیری

در این نوشتار ابتدا بحث موضوع علم مطرح گردید و از آن به عنوان وجه تمایز علوم از یکدیگر یاد شد؛ سپس موضوع علم اخلاق تبیین شده و حیطه‌های مختلف این دانش در مطالعات مدیریت و سازمان مورد بررسی قرار گرفت؛ اخلاق کار (شغلی)، اخلاق حرفه‌ای، اخلاق کسب و کار (در معنای اول) و اخلاق مدیریت، اصناف مشابهی از علم اخلاق هستند و به گزاره‌های اخلاقی یک حیطه خاص اشاره می‌کنند؛ در حالی که اخلاق سازمانی و اخلاق کسب و کار (در معنای دوم) اصناف متفاوتی از این دانش بوده و به چگونگی مدیریت اخلاق در سازمان پرداخته و از روابط سیستمی حاکم بر آن سخن به میان می‌آورند.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

فهرست منابع و مآخذ

۱. حائری یزدی، مهدی؛ علم کلی، تهران، حکمت، بی‌تا.
۲. خانی جزینی، جمال؛ اسلام و بازاریابی: بررسی تطبیقی نظرات روحانیون، مدیران شرکت‌های دولتی و مدیران شرکت‌های خصوصی در رابطه با اخلاقیات و سیاست عمومی بازاریابی، (دکتری) مدیریت بازاریابی، تهران، دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت، ۱۳۸۰.
۳. دفتر امور نیروی انسانی (معاونت آموزش) سازمان امور اداری و استخدامی کشور، اخلاق کارگزاران. تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۲.
۴. سلطانی، مرتضی؛ مدیریت اخلاق در سازمان، تدبیر، شماره ۱۳۲، اردیبهشت ۱۳۸۲.
۵. فرامرز قراملکی، احد؛ اخلاق حرفه‌ای، قم، نشر مجنون، ۱۳۸۳.
۶. فیض مشکینی، علی اکبر؛ درس‌های اخلاق، ترجمه علی‌رضا فیض، قم، الهادی، ۱۳۷۶.
۷. مطهری، مرتضی؛ آشنایی با علوم اسلامی، منطق - فلسفه، ج اول، تهران، صدرا، ۱۳۷۸.
۸. نهاوندیان، محمد؛ درآمدی بر اخلاق کسب و کار در محیط جهانی، مرکز مطالعات ملی جهانی شدن، ۱۳۸۵.
۹. هادوی تهرانی، مهدی؛ گنجینه خرد بررسی تحلیلی منطق در مهد تمدن اسلامی، ج اول، تهران، الزهرا، ۱۳۶۹.
۱۰. هس مر، ال. تی؛ اخلاق در مدیریت. ترجمه محمد اعرابی و داود ایزدی، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۷۷.
۱۱. واتقی، قاسم؛ درس‌هایی از اخلاق مدیریت، تهران، سازمان تبلیغات اسلامی، ۱۳۷۳.

12. Clark, Margaret M., JD., SPHR, "Corporate Ethics Programs Make a Difference, but not the only difference", HR Magazine, July 1, 2003, page 36.

13. Daniel T. Rogers. The Work Ethic in Industrial America, 1850-1920. Univ. of Chicago Press, 1978.
14. McDaniel, Charlotte, Organizational Ethics: Research And Ethical Environments, Ashgate, 2004.
15. Ruth Chadwick, Professional Ethics. In E. Craig (Ed.), Routledge Encyclopedia of Philosophy. London: Routledge, 1998.

