

دریافت: ۸۸/۷/۱۸

پذیرش: ۸۸/۸/۵

منشور اخلاق کاری و پایبندی به سازمان اخلاقی

حسین خنیفر^۱ - نفیسه زروندی^۲

چکیده

مبحث منشور اخلاقی و خودگروی اخلاقی مقوله‌ای دیرین و دارای ابعاد و مولفه‌های مختلفی است، دیدگاه‌های علمی و تئوریک و راهکارهای عملی فراوانی برای این موضوع طرح شده و از دیرباز محل مناقشه صاحب‌نظران حوزه‌های دین، فلسفه، اخلاق و مدیریت بوده است. در این مقاله ضمن بررسی فعل اخلاقی، خاستگاه‌های روان‌شناسی و نظریه اسناد مورد بررسی قرار می‌گیرد و سپس نظریات متعدد مرتبط با معیارسنجی فعل اخلاقی از جمله نظریه دگردوستی، حسن و قبح ذاتی افعال، الهام وجدان و امثال آن بررسی و به عوامل موثر بر رفتار اخلاقی و غیراخلاقی پرداخته می‌شود. سپس اصول چهارگانه علم اخلاق ارزشی یعنی تعهد، نظارت، حساسگری و سرزنش نیز با استناد به روایات مورد بررسی قرار گرفته و مطالعات روان‌شناسان نیز مورد تأکید قرار می‌گیرد. در نهایت زمینه‌های جهانی تدوین منشور اخلاقی سازمان‌ها و معیارهای آن مانند اصل امانت، مالکیت، اعتماد، شفافیت و منزلت، انصاف، شهروندی و حساسیت متقابل تحلیل شده و مصادیق منشور یاد شده در ابعاد مورد مطالعه نیز ارائه می‌گردد.

واژه‌های کلیدی

خردگروی اخلاقی، سازمان اخلاقی، فعل اخلاقی، معیارهای جهانی.

۱. دانشیار دانشگاه تهران، khanifar@yahoo.com

۲. کارشناسی ارشد مدیریت دانشگاه تهران، nafisehzarvavdi@gmail.com

مقدمه

از دو دیدگاه منزلت^۱ آزادی انسان و بار تعهدی^۲ که به دوش می‌کشد، قائمه رفاه و سعادت فردی و اجتماعی یک تشکیلات و جامعه را نظام اخلاقی می‌دانند و از دیرباز در متون کهن ارزشی، علمی، سیاسی، اداری و مدیریتی به این مهم پرداخته شده تا جائیکه پایبندی به این مسئله را صراحتاً در قرآن کریم نیز مشاهده می‌کنیم که می‌فرماید کسی که ضمیر خود را از اخلاق ناپسند تزکیه نماید، رستگار است و هر آنکه درون خود را به یک نظام اخلاقی مقید نکند و به فساد و تباهی بکشاند زیانکار خواهد بود.^۳ (سوره شمس آیات ۱۰-۹)

از طرفی نیاز یکی از مسائل کهن و دیرینه در فلسفه اخلاق، این است که معیار فعل اخلاقی چیست؟ در این مقوله نظریات متعددی وجود دارد. بطور کلی هر کاری که انسان آن را به حکم ساختاری وجودی خود انجام دهد فعل طبیعی به شمار می‌رود و فعل اخلاقی به تعبیری فعل غیر طبیعی نامیده می‌شود (مقیم، ۱۳۸۰، ص ۱۷۳). این بمعنای غیرعادی بودن نیست بلکه معنای دیگری در نهاد یا لایه‌های آن پنهان است و آن فعل فراسویی و فرامادی و وابسته به باورمندی درونی است. به اعتقاد راولز همه چیزهای خوب و اساسی مانند آزادی^۴ و فرصت^۵، درآمد^۶، تعهد^۷، ثروت^۸ و پایبندی به اصول خاص، عامل غنای فردی و اجتماعی و زیربنای منشور اخلاقی است (Rawls, 1991, p221). این مقاله به دنبال بازنگری مبانی و زمینه‌های تدوین منشور اخلاقی سازمان و منابع انسانی است و تأکید اصلی با محوریت بررسی معیارهای جهانی منشور اخلاقی کسب و کار است که به تفصیل به آن خواهیم پرداخت.

1. Rank, esteem
2. undertaking

۳. قَدْ أَفْلَحَ مَنْ زَكَّاهَا وَقَدْ خَابَ مَنْ دَسَّاهَا

4. Freedom
5. opportunity
6. Revenue
7. Commitment
8. Wealth

خودگروی اخلاقی (بیان مسأله)

خودگروی و منشور اخلاقی مبحثی است که به اعتقاد برخی از فلاسفه مانند باتلر از «حب ذات»^۱ ناشی می‌شود که در نظریه روانکاوی معادل خود^۲ می‌باشد، ولی به اعتقاد برخی دیگر مانند فرانکنا لزومی ندارد خودگرایی اخلاقی، خودپرستی یا حتی بمعنای خودپسندی و خودخواهی (به مفهوم روزمره این اصطلاحات) باشد. خودگروی اخلاقی نظریه‌ای اخلاقی^۳ است نه الگوی عمل یا ویژگی منشی خاص و با مقوله ماحی الذات بودن (یعنی کارهای نیک را به خود نسبت ندادن) و خودناپسند بودن، در مقام عمل سازگار است. لذا حتی اگر خودگرایی اخلاقی یعنی فردی که ذات‌گرایی اخلاقی را در جریان زندگی عادی یا زندگی حرفه‌ای^۴ و شغلی خود و هماهنگ با نظریه‌اش به کار ببندد، باز هم ممکن است کارهای خودپرستانه، خودپسندانه، خودبینانه یا خودخواهانه انجام ندهد و در صورتی چنین کارهایی را انجام خواهد داد که گمان کند انجام این کارها در بلندمدت به سود او تمام می‌شود، ولی لزومی ندارد این گونه بیندیشد (فرانکنا، ۱۳۸۳، ص ۵۲)

در زندگی حرفه‌ای و تعامل‌های اجتماعی ممکن است فرد فکر کند که «بهترین تدبیر» تواضع و رعایت حال دیگران است (مانند درستکاری)، به بیان دیگر او ممکن است خودگرای کاملاً بصیر باشد. در برخی فرهنگ‌های سازمانی این حالت به پارادایم‌های ذهنی مزمن تعبیر شده که فرد به دنبال بهترین عملکرد^۵ با رویکرد به اخلاق حرفه‌ای است که از نتیجه دستیابی به اهداف سازمانی حاصل می‌شود. (dietch, Dorner, 1996, p.11) و بعنوان یک معیار یا ملاک درباره موفقیت حرفه‌ای، فردی و سازمانی تلقی می‌شود (Ingram & Mcdoell, 1998, p.40)

بنابراین اگر بیشتر تعمق کنیم و درباره چیستی اصل خودگرایی اخلاقی بحث کنیم. طبق نظر فلاسفه اگر فرد را عامل اخلاقی (در جامعه، سیستم، خانواده، سازمان و...) در نظر بگیریم مبنای ذهنی و اعتقادی او شامل مولفه‌های زیر خواهد بود:

۱. احساس می‌کند وظیفه یگانه و اساسی او این است که بیشترین غلبه ممکن خیر

1. Self – Love
2. Ego
3. Ethical Theories
4. Professional
5. performance

بر شر را برای خود فراهم آورد. البته تنها بخشی از خودگرائی اخلاقی درباره فرد در نقش ناظر^۱، مشاور^۲ یا حاکم اخلاقی چنین است.

۲. حتی فرد به هنگام حکم اخلاقی درباره دومی شخص و سوم شخص، باید از چیزی پیروی کند که به سود خود اوست و نتایج و عواقب مثبت محیطی و روحی روانی در پی داشته باشد که در برخی سازمانها این مهم را در منشور اخلاقی^۳ خود لحاظ کرده‌اند. برخی از این نظامنامه‌ها به سه بعد توجه زیادی شده است که عبارتند از:

الف. عملکرد گذشته، موفقیت‌ها و تعهدات اخلاقی ثبت شده در سوابق سازمان،

ب. محک زنی و مقایسه عملکردی با دیگر سازمانها،

ج. اهداف یعنی مقایسه میزان تحقق اهداف (دستاوردها)

(Ingram & Mcdomell, 1996, p.40).

۳. خودگرای اخلاقی کسی است که ضمن پافشاری بر اصول اول و دوم، خیر و مصلحت را به سعادت^۴ و سعادت^۵ را به معرفت^۶ و قدرت^۷ و تحقیق (کمالات) نفس، یا آنچه افلاطون زندگی آمیخته لذت، معرفت و چیزهای خوب دیگری می‌نامد تعریف می‌کند.

در اینجا باید بدانیم که خودگرایی اخلاقی، اصل خودگروی را درباره عمل و حکم، فقط اصل اختصاص خود نمی‌داند. ممکن است کسی چنین کند و در همان حال، اگر بیشتر به نفعش باشد، درباره آن سکوت اختیار کند یا حتی دیگر گروی^۸ را به دیگران توصیه نماید. اما اگر کسی چنین کند، یک اصل اخلاقی را نپذیرفته است؛ زیرا، همان گونه که می‌دانیم اگر کسی اصلی را به عنوان یک اصل اخلاقی بپذیرد، باید آماده باشد تا آنرا تعمیم دهد. همچنین انسان درون خواسته و سرشتی، اینگونه است که انتظار دارد دیگران نیز اصول عمده را بالقوه بپذیرفته و بالفعل آماده باشند تا دست کم تا آنجا که توانایی و اطلاع لازم برای عمل دارند، براساس آن عمل نمایند

1. Supervisor
2. Advisor
3. ethical prism
4. Happiness, prosperity
5. knowledge
6. Power
7. Altruism

بهر حال خود گروهی اخلاقی، مصلحت گروهی را در زندگی اخلاقی مهم تلقی کرده و از آن حمایت می‌کند.

نقش روان‌شناسی در خود گروهی اخلاقی

یکی از دلایل مهم دیگر مبنای خود گروهی اخلاقی، دلیل روان‌شناختی است، که دلیلی برخاسته از طبیعت آدمی است. به عقیده روان‌شناسانی همچون یونگ^۱ ما همگی چنان ساخته شده‌ایم که همیشه کاری را انجام می‌دهیم که گمان می‌کنیم بیشترین غلبه خیر بر شر را به ما می‌دهد (pargament, k, 1990, p42) و البته در کنار آن گرایش به سود^۲ و رفاه نسبی را نیز طالب هستیم. به گفته باتلر، این سخن بدین معناست که «حب ذات» یکی از اصول اساسی سرشت آدمی است، در مجموعه‌ای از تعابیر جدید، این بدان معناست که ارضای نفس هدف غائی بسیاری از فعالیت‌های آدمی است و اصل لذت گرائی، انگیزه اصلی هر فرد است.

نظریه اسناد

مفهوم دیگر در قاعده خود گروهی اخلاقی از دیدگاه روان‌شناسی، مفهوم اسناد^۳ است که از موضوعات محوری و مهم روان‌شناسی اجتماعی است و کاربرد زیادی در مبانی سازمانی و زندگی حرفه‌ای و شغلی دارد. هدف آن روشن کردن این نکته است که ما در تلاش خود برای توجیه رفتارها از چه قواعدی استفاده می‌کنیم، به چه اموری پایبند هستیم و چه خطاهایی را ممکن است مرتکب شویم، هیلگارد^۴ این مسئله را تصریح کرده است (موسوی، ۱۳۸۳، ص ۱۲۶).
در مجموع نظریه اسناد از مباحث جدید در حوزه روان‌شناختی و انگیزش^۵ است و افرادی مانند هایدلر^۶، وینر^۷ و روتتر^۸ در شکل‌گیری آن نقش موثری داشته‌اند، اما آنها در

1. jung (1875-1961)
2. Benefit
3. Attribution
4. Hilgard
5. Motivation
6. Hider
7. weiner
8. Rotter

مورد تحلیل موضوع اسناد اتفاق نظر نداشته و آن را از زوایای مختلف و به صورت‌های متفاوتی تبیین کرده‌اند. طی سال‌های اخیر در خصوص صورت‌های متعدد و مختلف قاعده اسناد، مطالعات فراوانی انجام شده است. بطوریکه آلبرشت^۱ تحقیقات و مقالات منتشره در این زمینه را از اواسط دهه ۱۹۹۰ حدود (۵هزار) مورد برآورد کرده که تمرکز آنها بر تبیین فرایندهای اسناد و عوامل موثر بر آن بوده است. اما مطالعات اخیر (کریمی، ۱۳۷۵، ص ۱۲۶) بر کاربرد اسناد در زمینه‌های گسترده‌تری از جمله پیشرفت حرفه‌ای، عملکرد شغلی، بازدهی در محیط کار، رضایت شغلی، موفقیت، انحرافات و غیره متمرکز است.

پژوهش‌های انجام شده طی دهه‌های گذشته حاکی از آن است که افراد در تبیین علمی از رویدادهای زندگی همسان عمل نمی‌کنند، البته بسیاری از این رویدادها مربوط به زندگی حرفه‌ای، شغلی و سازمانی آنها می‌باشد. لذا برخی از آنها به اقتضای سبک تبیین خوش‌بینانه حاکم بر رفتار خویش که (طی فرایند رشد و در تعامل با متغیرها محیطی به دست آورده‌اند) حوادث مثبت را به عوامل درونی، پایدار و کلی نسبت می‌دهند، در حالی که حوادث منفی را به عوامل بیرونی، ناپایدار و اختصاصی مربوط می‌سازند. روشن است که این ناهمسانی ضمن آنکه در عوامل مختلفی ریشه دارد، پیامدهای متفاوتی را نیز به همراه خواهد داشت. چنان که به عقیده سلیگمن^۲ و پیترسون^۳ در نظریه درماندگی اسنادی (Seligman & Peterson, 1984, p681) کسانی که رویدادهای منفی را با توجه به عوامل درونی، پایدار و کلی تبیین می‌کنند، آمادگی بیشتری برای درماندگی^۴ و حتی افسردگی، دارند حال اینکه سبک تبیین خوش‌بینانه از احساس درماندگی و ابتلاء به افسردگی پیش‌گیری می‌کند.

مبانی نظری

در خصوص معیار فعل اخلاقی نظریات متعددی وجود دارد که به تعدادی از آنها اشاره می‌گردد:

1. Albrecht
2. Seligman
3. Peterson
4. Distress

۱. **نظریه دگردوستی:** طبق این نظریه هر عملی در حوزه خوددوستی، فعل غیراخلاقی و هر عملی که در حوزه دگردوستی فعل اخلاقی نامیده می‌شود. در حقیقت معیار فعل اخلاقی «ایثار» است. از جمله ایرادات وارد بر این نظریه این است که دگرخواهی نیز در بعضی موارد ممکن است غریزی، طبیعی و به فرمان طبیعت باشد (همانند محبت مادر به فرزند). بنابراین عمل دگردوستی همیشه فعل اخلاقی نیست.

۲. **نظریه حسن و قبح ذاتی:** این گروه معتقدند که عقل انسان، حسن ذاتی کارهای اخلاقی و قبح ذاتی کارهای غیر اخلاقی را درک می‌کند. کار اخلاقی آن کاری است که به حکم عقل صورت گیرد و افراد اخلاقی یعنی کسانی که عقل بر وجود آنها حاکم بوده و شهوت^۱، غضب^۲ و واهمه بر وجود حاکم نیست. اخلاق سقراطی نیز بر همین مبنا استوار است، با این وجود حکما برای حسن و قبح ذاتی افعال چندان پایه‌ای قائل نیستند.

۳. **نظریه الهام وجدان:** این نظریه متعلق به کانت است. او معتقد است که هر فعلی از الهام وجدان سرچشمه می‌گیرد فعل اخلاقی و هر فعلی که چیز دیگری در آن دخالت داشته باشد (شرایط قید و خصوصیتی آنرا مشروط کند) آن را دیگر نمی‌توان فعل اخلاقی نامید. این نظریه نیز ایرادات زیادی دارد که ذکر آن در اینجا ضروری بنظر نمی‌رسد (مطهری، ۱۳۷۱ - ۱۲۰ - ۹۴)

۴. **نظریه داروینیزم:** فلسفه این نظریه بر اساس تنازع بقاء نهاده شده است. مطابق فلسفه داروین، حس تعاون به عنوان یک حس اصیل وجود ندارد بلکه تعاون بعنوان کاری که ناشی از تنازع است به وجود می‌آید. یعنی آنچه که اصالت دارد تنازع است و تعاون به تبع آن می‌آید. خیلی‌ها روی همین اصل به داروین تاخته و معتقدند که پایه‌های تعاون او اخلاق را متزلزل می‌سازد.

۵. **رضای خداوند:** علامه شهید مرتضی مطهری معتقد است که: غالب این نظریات را می‌توانیم از یک نظر درست و از یک نظر نادرست بدانیم. همه اینها وقتی درست هستند که یک اعتقاد مذهبی پشت سر آنها باشد. خدا سر سلسله معنویات و هم پاداش دهنده

1. Excessive
2. Eros
3. Wrath

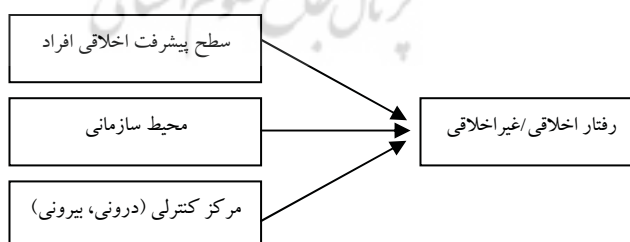
کارهای خوب است. احساسات نوع پرستانه (که خود امری معنوی است) وقتی در انسان ظهور و بروز می کند که انسان در جهان معنوی قائل باشد. اعتقاد مذهبی پشتوانه مبانی اخلاقی است (مطهری، ۱۳۷۱، صص ۱۳۶-۱۲۰).

بنابراین تمام این نظریات در واقع سست و بی پایه است مگر آنکه بر مبنای اعتقاد به خدا قرار گیرد، در این صورت همه این نظریات را می توان پذیرفت و می توان گفت که همه آنها درست است، ضرورتی هم ندارد که فعل اخلاقی را محدود به یکی از اینها بدانیم. می گوئیم فعل اخلاقی آن فعلی است که هدف از آن، منافع مادی و فردی نباشد، خواه انسان آن را به خاطر احساسات نوع دوستی انجام دهد، خواه بخاطر زیبایی فعل، خواه بخاطر زیبایی روح خود، خواه بخاطر استقلال روح و عقل و .. انجام دهد. بنابراین در اصول تربیتی، ریشه اصلی که باید آبیاری شود اعتقاد بخداست و باید در پرتو اعتقاد بخدا تمامی احساسات فوق الذکر را تقویت نمود (مقیم، ۱۳۸۰، ص ۱۷۴).

عوامل موثر بر رفتار اخلاقی و غیر اخلاقی سازمان

چه چیزی باعث رفتار غیر اخلاقی در سازمان می شود؟
آیا افراد بی روحیه و بد اخلاق موجب رفتارهای غیر اخلاقی هستند؟ آیا محیط های کاری که فعالیت غیر اخلاقی را ترویج می کند علت آن است؟
مطالعات نشان می دهد که اعمال اخلاقی و غیر اخلاقی ناشی از ویژگی های افراد و محیط کاری است. شکل ۱ مدلی برای تشریح رفتارهای اخلاقی و غیر اخلاقی است. (Robbins, 1996, p158)

شکل ۱. مدل رفتارهای اخلاقی و غیر اخلاقی



(منبع: ر.ک مقیم، ۱۳۸۰، ص ۱۷۵)

سطح پیشرفت اخلاقی فرد

ارزیابی ظرفیت افراد برای قضاوت در مورد اینکه چه چیزی از نظر اخلاقی درست است، مقوله عمیقی است. عموماً افرادی که روحیه بالاتری دارند، کمتر تحت نفوذ عوامل خارجی قرار می‌گیرند. از اینرو این افراد استعداد و آمادگی بیشتری برای عمل به اخلاقیات دارند. این افراد خیلی زیاد تحت نفوذ همکاران قرار می‌گیرند و از قوانین و رویه‌های سازمانی پیروی می‌کنند. این افراد کسانی هستند که به مراحل بالایی از پیشرفت نائل شده و به حقوق دیگران احترام می‌گذارند.

مرکز کنترلی^۱: یک مشخصه شخصیتی و در حقیقت حدی است که افراد خود را درباره رویدادهای زندگی مسئول می‌دانند. تحقیقات نشان می‌دهد که افراد با موضوع بیرونی شخصیت (آنچه که در زندگی شان اتفاق می‌افتد را وابسته به شانس و اقبال می‌دانند)، احتمالاً در قبال پیامدهای رفتاری خود احساس مسئولیت کمتری دارند و بیشتر به نفوذ عوامل خارجی متکی هستند. افراد با موضوع درونی برای قضاوت در مورد درستی یا نادرستی رفتار و هدایت رفتار خود به استانداردهای درونی متکی هستند.

محیط سازمانی: به انتظارات ادراک شده کارکنان از سازمان اشاره دارد. انجام تشویق و حمایت از رفتار اخلاقی از طریق دادن پاداش برای آن یا عدم تشویق رفتار غیر اخلاقی از طریق مجازات و تنبیه فرد خاطی، باعث تقویت رفتارهای اخلاقی می‌گردد. نمونه‌هایی از محیط سازمانی که تصمیم‌گیری اخلاقی را پرورش می‌دهد عبارتند از:

- درج کدهای اخلاقی (قوانین و هنجارهای اخلاقی)،
- انتظارات واقعی از عملکرد افراد،
- ارزیابی‌های عملکردی که راه‌ها و نتایج را مورد ارزیابی قرار می‌دهد،
- تشویق افراد در انظار عمومی و ارتقاء افرادی که رفتار اخلاقی انجام می‌دهند،
- مجازات افراد در انظار عمومی و تنزل مقام افرادی که رفتار غیر اخلاقی انجام می‌دهند و
- تشکیل کلاس‌های آموزشی عقیدتی و سخنرانی عالمان دینی پیرامون رعایت

1. Locus of Control

اخلاق و ارزش های اسلامی در سازمان (مقیمی، ۱۳۸۰، ص ۱۷۶).

در مجموع افرادی که روحیه قوی دارند، احتمالاً کمتر تصمیمات غیراخلاقی می گیرند و از طرف دیگر محیط های سازمانی مروج رفتارهای غیراخلاقی، موجب بروز تصمیمات غیراخلاقی می شود. در چنین جوی مدیران می توانند با پیشگام شدن در رعایت ارزش های اساسی جامعه و سازمان به الگویی برای سایرین تبدیل شوند. از طرفی طرز عملکرد آنان فراتر از کار معمول خواهد بود (Sergiovanni, 1992, p.73). این رهبران پیشاپیش دیگران حرکت کرده و نه تنها رهبری را با توضیح و تشریح مسایل اعمال می کنند، بلکه با رفتار^۱ و اعمال^۲ خود رهبری عملی را نیز در دست می گیرند (Gardner, 1995, p.218).

نگاه ارزشی به منشور اخلاقی

نیاز انسان به مفاهیمی مانند دین و اخلاق قدمتی به عمر تاریخ دارد زیرا بشر از همان آغاز زندگی خود نیاز به یک حامی مقتدر و تکیه گاهی نیرومند را احساس می کرده است. محققان پیشگامی مانند جیمز، فروید، یونگ و دیگران موضوع دین را مورد توجه قرار داده و پس از آن اندیشمندانی همچون آلپورت و آدلر به تبیین مذهب و اثرات آن بر رفتار، تعاملات و زندگی اجتماعی و سازمانی پرداخته اند.

دانشمندان علم اخلاق در آثار اخلاقی، در طریق راهنمایی انسان و نشان دادن جاده کمال، از موضوع منشور اخلاقی و محاسبه غافل نبوده و برای رسیدن به سعادت «خودسازی» از مسیر تسلط بر نفس، مجاهده پیگیر با نفس که «جهاد اکبر» نامیده شده را لازم دانسته اند (تقوی دامغانی، ۱۳۸۳، ص ۱۰۴).

از دیدگاه آموزگاران علم اخلاق، کنترل و پایبندی به منشور اخلاقی مراحلی دارد که گذشتن از یک مرحله، زمینه را برای ورود به مرحله بعدی فراهم می سازد:

شرط اول، مشارطه - که در مرحله تعهد و میثاق است،
شرط دوم، مراقبه - که مرحله نگهداری و نظارت بر تعهد است،

1. Behavior
2. Operations

شرط سوم، محاسبه - که مرحله ارزشیابی و حسابگری است، شرط چهارم، معاتبه - که در صورت خسارت، مرحله سرزنش و عقوبت است. همانطور که در این مراحل چهارگانه مشاهده می‌کنیم محاسبه و ارزشیابی از مسائل ارزشمندی است که در تکمیل اخلاقیات و سازمان اخلاقی نقش مؤثری دارد. در بینش اسلامی، یکی از روزهای موعود، که باید همه انسان‌ها آن روز را درک نمایند «روز قیامت» است. ایمان و اعتقاد به آن روز، جزء اصول اعتقادی پیروان ادیان آسمانی بویژه مسلمانان بشمار می‌آید و در اغلب فرقه‌های دینی و ارزشی این باور در شکل‌گیری سازمان اخلاقی خردگرا و عاقبت‌اندیش و تدوین منشورهای اخلاقی موثر بوده است.

روز قیامت روز ارزشیابی اعمال، روز ارزیابی اشخاص، روز حساب و میزان صراط است. در آن روز که به یک اعتبار «یوم الحساب» نام دارد خداوند اعمال بندگان را ارزشیابی می‌کند و بر طبق ارزشهای موجودی که رقم زده‌اند ثواب و درجه به آنها عنایت می‌نماید و ضد ارزش‌ها را عقاب و عذاب می‌کند.

قرآن کریم در همین رابطه می‌فرماید:

«فَأَمَّا مَنْ ثَقُلَتْ مَوَازِينُهُ فَهُوَ فِي عِيشَةٍ رَاضِيَةٍ وَأَمَّا مَنْ خَفَّتْ مَوَازِينُهُ فَأُمُّهُ هَاوِيَةٌ»

پس هر که در روز قیامت کفه اعمال نیک او سنگین باشد در بهشت، زندگانی خوش خواهد داشت و هر آنکس که اعمالش سبک وزن باشد جایگاهش در قعر جهنم است. (الفارعه، آیات ۹-۶) و باز می‌فرماید:

«أَفَمَنْ كَانَ مُؤْمِنًا كَمَنْ كَانَ فَاسِقًا لَّا يَسْتَوُونَ»

آیا کسی که بخدا ایمان آورده با کسی که کافر بوده است همانند یکدیگرند؟ هرگز مؤمن و کافر یکسان نیست (سجده آیه، ۱۸) و یا تصریح می‌فرماید:

«قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ»

بگو پیامبر! آیا آنانکه می‌دانند با آنانکه نمی‌دانند مساوی هستند؟ (زمر، آیه ۹)

مجاهدان که عامل به اصول و مبانی ارزشی و اخلاقی و قیام‌کنندگان در راه خدا هستند با نشستگان و قاعدین (افراد بی‌تحرك) در برابر هم می‌باشند.

«لَا يَسْتَوِي الْقَاعِدُونَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ غَيْرُ أُولِي الضَّرَرِ وَالْمُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ»

مؤمنانی که بدون هیچ عذری از مبارزه دست برداشته و نشستن را بر قیام ترجیح داده‌اند با آنانکه با مال و جان در راه خدا جهاد می‌کنند یکسان نیستند (نساء آیه ۹۵).

نیک و بد در بیان قرآن مقابل یکدیگر قرار گرفته‌اند:

«وَلَا تَسْتَوِي الْحَسَنَةُ وَلَا السَّيِّئَةُ»

و نیکی و بدی یکسان نیستند (فصلت، آیه ۳۴).

در آیات فروان دیگر نیز، ارزش و ضد ارزش از طریق تقابل معرفی شده‌اند مانند خبیث و طیب، ظلمت و نور، اعمی و بصیر، زنده و مرده... که تحقیق پیرامون اینگونه آیات نیاز به دقت و فرصت بیشتری دارد و کاربردهای زیادی نیز در تدوین منشورهای اخلاقی و احصاء مبانی ارزشی دارد.

امیرمؤمنان حضرت علی(ع) که خود قرآن ناطق است و در مدیریت اسلامی خویش، کلیه فریادها و سکوت‌هایش، قیام‌ها و قعودهایش مبین ارزش‌های الهی است و ارائه کننده یک سازمان اخلاقی قابل اقتباس است و در واقع رفتار و گفتار آن بزرگوار، ارزش‌های مجسمی هستند که از متن قرآن می‌جوشن، در فرمانی که به مالک اشتر نوشته، شیوه نمایندۀ خود را در برخورد با ارزش‌ها و ضد ارزش‌ها مشخص می‌کند و می‌فرماید:

«وَلَا يَكُونَنَّ الْمُحْسِنُ وَالْمُسِيءُ عِنْدَكَ بِمَنْزَلَةٍ سِوَا»

ای مالک: و نباید نیکو کار و تبهکار در مدیریت تو یکسان به شمار آیند (نهج البلاغه، نامه ۵۳).

باین نکته باید توجه داشت که در نظام ارزش مدار و سازمان اخلاقی الهی چیز مجهولی نیست که مثلاً بخواهد با مقدمه چینی و یا از طریق معلومات به مجهولات برسد بلکه «محاسبه» کارها در گرو حساب و میزان، برای اینست که انسان خود متوجه ثواب‌ها و خطاهایش گردد.

منشور اخلاقی در نص

همانطور که اشاره شد هر نظامی بر پایه یک سلسله ارزش‌ها استوار است که کلیه فعل و انفعالات در آن نظام، بر محور ارزش‌های مورد نظر شکل می‌گیرد و بار لازم تقدس و مطلوبیت را می‌یابد. بطوریکه معتقدان و پیروان آن نظام، در راه تحقق آن ارزش‌ها از ایثار جان و مال دریغ نورزیده، دست‌یابی به آن ارزش‌ها را ملاک امتیاز بحساب آورده و بدست آورنده‌اش را پاداش و ثواب و درجه عطا می‌کنند و در حقیقت نوعی گرایش و پایبندی به منشور اخلاقی می‌یابند و بصورت عملی آنرا اجرا می‌کنند.

اسلام بعنوان نظامی جامع که ریشه در فطرت انسان دارد و از سرچشمه وحی سیراب می‌شود و با دیدی عمیق و بینشی گسترده به انسان و انسانیت در ابعاد مختلف می‌نگرد، دارای نظام ارزشی ویژه و سازمان اخلاقی ممتاز و منشور جامع برای همه فعالیت‌ها می‌باشد که در پناه آن سعادت و کمال انسان تضمین می‌شود.

شیوه‌ای که قرآن کریم، در بیان منشور اخلاقی سازمان اجتماعی خود اتخاذ نموده که ما به استناداتی از آن اشاره کردیم از هر جهت قابل تأمل و در نوع خود ممتاز و جامع‌ترین است. قرآن در بیان ارزش‌ها، از شیوه تقابل استفاده می‌کند و دو کلمه را که یکی مفهوم ارزشی و دیگری مفهوم ضدارزشی دارد، در مقابل یکدیگر قرار می‌دهد و نیز گاهی جمله را در قالب استفهام ریخته و از مخاطب قضاوت می‌خواهد تا در انعکاس ارزش و ضد ارزش، عمق آن را تأثیری بیشتری بخشد.

قرآن مؤمن و فاسق را مقابل هم قرار داده و ایمان را بعنوان ارزش که مظلوف وجود مؤمن و فسق را بعنوان ضد ارزش و عدول از سازمان اخلاقی که مظلوف وجود فاسق می‌باشد معرفی و آنرا تصریح می‌نماید.

مطالعات روان‌شناسی

رویکرد مذهبی، در حقیقت مجموعه دگرگونی‌هایی است که در اندیشه و عقیده فرد به منظور ایجاد نوع خاصی از عمل و رفتار که متکی بر ضوابط مذهب باشد، ایجاد می‌شود. به عبارت دیگر در سایه دگرگونی‌های فکر و عقیده فرد، اخلاق و عادات، آداب و رفتار و

بطور کلی منشور اخلاقی انسان همراه با روابط فردی و اجتماعی وی صورت مذهبی و شرعی گرفته و مذهب به عنوان عامل مسلط بر زندگی فرد و مبانی اخلاقی و جنبه‌های آن آشکار می‌شود. ضوابط مذهبی برای روابط انسانی و مهارت‌های زندگی، از هر گونه ضوابط دیگری ضروری‌تر است. زیرا در جهان امروز که صنعت تمام جوانب زندگی بشر را تحت‌الشعاع قرار داده، به زحمت می‌توان گفت که فرد دارای وظایفی نسبت به جامعه و تعهد نسبت به مبانی اخلاقی است، (مگر از دید مذهب).

«فروید»^۱ گمان می‌کرد که جامعه نیازی به مذهب نخواهد داشت، بنابراین منشور اخلاقی خاصی نیز مورد نیاز نخواهد بود و تنها تمدن می‌تواند انسان را اداره کند. ولی بی‌توجهی به ارزش وجودی انسان، قتل و غارت‌ها و ویرانگی‌ها (که حتی حیوانات و ساختمان‌ها را فراگرفته بود) باعث شد تا او از این نظر خود عدول کرده و اعلام نماید که در خصوص مذهب اشتباه کرده است (Peterson & Bossio, 1991, p315). در عصر ما که بیماری‌های روانی و اضطراب، قربانیان متعددی می‌گیرد، ضوابط مذهبی، اخلاق دینی و ایجاد سازمان اخلاقی در جامعه، نسخه شفابخش و نجات‌دهنده بشر از نگرانی‌ها می‌باشد. به عقیده «آدلر»^۲ که از تجارب ۳۰ ساله روانکاوی خود سخن می‌گفت، کلیه بیماران روانی که حس مذهبی خود را باز یافتند، درمان شدند، روان‌شناسان معتقدند تنها روزه‌ای که می‌تواند آرام و ناراحتی‌ها را از بدن آدمی خارج ساخته و یا آن‌ها را خنثی نماید، داشتن ایمان به خدا و اعتقاد به یک مبدأ حقیقی و یک قدرت مافوق انسانی است که منشورهای اخلاقی فرد، جامعه، سازمان و ساختار دنیا را تعریف می‌کند، زیرا نیرویی که می‌تواند بر مشکلات فائق آید نیروی الهی است، که در مرحله عمل، قاعدتاً در قالب منشور اخلاقی تعریف می‌شود. انسان با ایمان، وقتی با مشکل روبرو می‌شود از نیروی ایمان خود کمک گرفته و این امید در او شکل می‌گیرد که قدرت مافوق انسانی، مشکل را حل خواهد نمود، لذا ناراحتی و نگرانی، وی را تحت‌الشعاع قرار نمی‌دهد و این خود باعث تخفیف نگرانی خواهد شد (Super, 1975, p.291).

1. Freud (1907)
2. Adler (1980)

جیمز^۱ می گوید «ایمان یکی از نیروهائی است که بشر به وسیله آن زندگی می کند، حدود اخلاقی را تعریف و فضیلت‌ها و رذیلت‌ها را مرزبندی می کند و فقدان آن در حکم سقوط بشر است». ایمان باعث آرامش دل، قوت روح و بهترین پناهگاه برای نگاهداری انسان است. عدم توکل به خداوند ریشه فشارهای روحی و روانی است و پریشانی روح منجر به بیماری‌های تن می گردد. ایمان یکی از نشانه‌های منشور اخلاقی است و تصریح می کند آنکه درون خود جهنمی دارد، بهشت بیرون برایش چه سودی خواهد داشت.

یک جمله تحریف نشده از انجیل این چنین می گوید «آه چه فایده دارد که انسان جهان را به دست آورد، ولی خود را بیازد و پایبند به اصولی نباشد. هستند افرادی که بهترین زندگی مادی را دارند اما از درون گرفتار طوفان افسردگی و ناامیدی می‌باشند (Kushner, 1993, p. 526).

یونگ^۲ در خلال فعالیت‌های روان درمانی خود دریافت که اعتقاد مذهبی می‌تواند موجب افزایش یکپارچگی و معنا دادن به زندگی اجتماعی و شغلی فرد شود. او در بین تمام مراجعانی که در نیمه دوم زندگی (۲۵ سال به بالا) بودند و عمدتاً در سازمان‌ها، مشاغل و حرفه‌های مختلف اجتماعی، مدیریتی و صنعتی شاغل بودند، متوجه شد افراد مبتلا به بیماری‌های روانی، مشکلات محیطی، ناامیدی و افسردگی، فاقد آن معنا و استواری که اعتقاد مذهبی قادر است آنرا بصورت منشور اخلاقی به افراد بدهد بودند.

فرانکل^۳ ابداع کننده مکتب «معنادرمانی»^۴ مدعی است که بوسیله ترویج دین می‌توان کمک فوق‌العاده‌ای به سلامت روان انسان‌ها در سازمان‌ها، جامعه و فعالیت‌های مختلف نمود. او می‌نویسد «اعتقاد و توکل به خداوند، فرد را به بالاترین درجه سلامت روان و سلامت اخلاقی و رفتار متعادل می‌کشاند».

1. James (1929)
2. Jung (1961)
3. Frankel (1980)
4. Logotherapy & semantic therapy

مطالعات جدید منشورهای اخلاقی

در مطالعات جدید پیرامون اصول رفتاری منشور اخلاقی در سازمان‌ها و بنگاه‌های مختلف، عقیده بر این است که از دیرباز تا کنون، اصول رفتاری^۱ و منشور اخلاقی هر بنگاه بازرگانی، نمایانگر شیوه حیات آن بوده است. وجود این اصول مسلماً امروزه ضرورتی حقوقی است. (حداقل برای شرکت‌های سهامی عام که در اقصی نقاط دنیا هم حضور دارند). از سال ۲۰۰۴ «بورس سهام نیویورک» و «نزدک» از شرکت‌های فهرست خود خواستند اصول رفتاری خود را تهیه و منتشر نمایند. در ضمن براساس قانون سرینزاوکسلی^۲ کسانی که اوراق بهادار را در معرض فروش همگانی قرار می‌دهند باید اعلام کنند که اصول رفتاری مدیران خود را معلوم کرده‌اند یا خیر (و اگر خیر، علت چه بوده). به طور مشابه، بر اساس رهنمودهای دولت فدرال، قاضیانی که به جرایم شرکت‌ها رسیدگی می‌کنند، به هنگام تعیین جزای نقدی، باید در خصوص مسئله داشتن یا نداشتن اصول رفتاری مدون در شرکت‌های مربوطه تحقیق نمایند. قانون به مسئله داشتن یا متابعت از اصول اخلاق کاری به صورت یک قضیه حقوقی نگاه نمی‌کند، بلکه بیش‌تر در حاشیه مسائل دیگر با آن رو به رو می‌شود. برای مثال، به هنگام تعیین جریمه برای نقض مقررات^۳ محیط زیست، (paine & Deshapande & morgolis & bettcher, 2006, p.81) دادگاه‌های ایالت دلاویر (مقر قانونی بیش از نیمی از شرکت‌های سهامی عام آمریکا و ۵۸ درصد از شرکت‌های فهرست فورچون^۴ ۵۰۰) مقرر کرده‌اند که هیأت مدیره باید مدیران شرکت را مسئول رعایت اصول اخلاق کاری نموده و در تعیین دستور عمل^۵ مربوط، به رهنمودهای دولت فدرال توجه نمایند.

البته این بحث به اصول و مقررات حقوقی^۶ و قانونی محدود نمی‌شود. اکنون از هر گوشه دنیا صداهایی به گوش می‌رسد که خواهان یقین‌معیار^۷ و ضابطه‌ای برای اخلاق

1. Behavior principles
2. Sarbanes - oxley
3. Requirements
4. Forchone
5. Instruction
6. Rightical
7. Standard

کاری بنگاه‌های اقتصادی هستند. فساد^۱ و زیاده‌روی (انواع فریب، رشوه^۲، سوء استفاده از نیروی کار و طرح‌های پیچیده و عجیب و غریب در تقلب^۳ و دست کاری بازار) به حدی رسیده که ده‌ها دولت، صنعت، سرمایه‌گذار و گروه‌های چندبخشی از چهارگوشه جهان برای مهار رفتار بنگاه‌ها، اصولی را مطرح کرده‌اند که از آن جمله می‌توان به «میثاق جهانی سازمان ملل» و «منشور مصرف‌کننده برای تجارت جهانی» اشاره کرد. تحقیقات نشان می‌دهد که اکثریت کسب و کارها در آلمان در طرح پنج ساله دوره زمانی ۱۹۹۸-۲۰۰۲ به واسطه حمایت منشورهای اخلاقی و کیفی، رضایت مشتریان و ذینفعان را جلب کرده است. در انگلستان نیز همین اتفاق تکرار شده است (IFGH, 2002,p22). هم‌زمان کمیسیون اروپا نیز از تدوین اصول اخلاق کاری به مثابه ابزاری برای ارتقای مسئولیت بنگاه‌ها، توصیه کرده است که بنگاه‌ها حداقل میثاق‌های سازمان بین‌المللی کار و رهنمودهای سازمان همکاری اقتصادی و توسعه در خصوص بنگاه‌های اقتصادی چندملیتی را رعایت نمایند. در سایر کشورها نیز انواع نهادها عهده‌دار رسیدگی به اخلاق کاری بنگاه‌های اقتصادی هستند. برای مثال، «کمیسیون مستقل ضد فساد» در هنگ‌کنگ، «کمیته کینگ» در آفریقای جنوبی برای رسیدگی به مسئله حاکمیت^۴ در بنگاه‌های اقتصادی، سازمان برزیلی «حاکمیت در بنگاه‌های اقتصادی» و «گروه مشاوران نخست‌وزیر» ژاپن که در سال ۲۰۰۲ برگزیده شد و مأموریت آن ارتقای کیفیت زندگی است. این گروه به شرکت‌ها توصیه کرده، اصول اخلاق کاری خود را معلوم کنند.

اصول رفتاری یا همان اخلاق کاری، در خدمت‌هزاران هدف عملی دیگر نیز هست که می‌تواند به انواع کارکنان، از مناطق و فرهنگ‌های مختلف کمک کند تا بهتر و با کارایی بیش‌تر کار کنند، می‌تواند مرجعی^۵ باشد برای تصمیم‌گیری^۶؛ به شرکت‌ها فرصت می‌دهد با کاهش از شمار لایه‌های سرپرستی به کار ادامه دهند و به هنگام بحران^۷ به سرعت و با

1. Corruption
2. Bribe & manure
3. Cheating
4. Sovereignty
5. Anchor
6. Dosision – making
7. Crisis

اتحاد بیش‌تر واکنش نشان دهند، حتی می‌تواند در کار گزینش سودمند باشد و به شرکت‌ها کمک کند افرادی را جذب نمایند که عاشق خدمت در شرکت‌هایی هستند که به معیارهای جهان‌شمول پاینده هستند. ناگفته پیداست روشن شدن اخلاق کاری به شرکت‌ها کمک می‌کند خطرهای احتمالی ناشی از رفتار غلط را بهتر مدیریت کنند. برای مراقبت از انگ‌های^۱ مختلف، برخی شرکت‌ها اخلاق کاری تأمین‌کنندگان و شریکان تجاری خود را نیز بررسی می‌کنند. برای مثال، گروه هندی «تاتا»^۲ از همه کسانی که خواهان استفاده از تاتا هستند خواسته است به اخلاق کاری تاتا وفادار و پاینده باشند. از طرفی نیز موضوع حمایت‌های مضاعف به عنوان یکی از سیاست‌های مهم ترغیب کیفیت در شرکت‌ها و صنایع به شمار می‌آید که وامدار معیارهای اخلاق حرفه‌ای است (Sheikh, 2002, pp18-20).

زمینه‌های جهانی تدوین منشور اخلاقی

برای تدوین منشور اخلاقی زمینه‌های بین‌المللی و جهانی وجود دارد که حاوی اصول پایه‌ای هستند. این اصول روی هم رفته حاوی نکاتی است که با شش دسته از صاحبان سنتی بنگاه‌ها شامل مشتریان، کارکنان، سرمایه‌گذاران، رقیبان، تأمین‌کنندگان/شریکان تجاری و عامه مردم مرتبط است. اگر چه نگرش‌ها به موکلان متفاوت است (از ارزش آفرینی برای آن‌ها تا رفتار منصفانه یا ادای تکلیف نسبت به آنها) اما در این مسئله تردید نیست که هر شرکت نسبت به چند گروه از حق‌داران مسئول است.

شماری از این اصول کلی که ناظر بر همه فعالیت‌ها و همه طرف‌هاست، در بیش‌تر اسناد دیده می‌شوند. تقریباً همه آن‌ها بر رعایت قانون، حفاظت از محیط زیست، پرهیز از ارتشا و انجام صادقانه^۳ کسب و کار تأکید می‌کنند. از جمله این اصول عبارتند از انتشار منظم اطلاعات مربوطه، دقت در حفظ سوابق^۴، حفظ حرمت توافقی‌ها و قراردادهای، حفظ حرمت و منزلت انسان و رعایت حقوق بشر، حفظ بهداشت و ایمنی و ادای دین نسبت به جامعه از طریق نوآوری.

1. Brand
2. Tata Group
3. Truthfully
4. Precedents

معیارهای جهانی منشور اخلاقی کسب و کار

برای سازمان‌هایی که می‌خواهند اصول اخلاقی خود را سنجیده یا اصول جدیدی معین کنند، معیارهای جهانی کسب و کار وجود دارد که عصاره اصول راهنمای شرکت‌های بزرگ جهانی است. این اصول به هشت دسته تقسیم شده‌اند که عبارتند از:

۱. اصل امانت^۱، ۲. اصل مالکیت^۲، ۳. اصل اعتبار^۳ و اعتماد^۴، ۴. اصل شفافیت^۵،
۵. اصل منزلت^۶، ۶. اصل انصاف^۷، ۷. اصل شهروندی^۸ و ۸. اصل حساسیت^۹

متقابل.

اگرچه بسیاری از معیارها متأثر از بیش از یک اصل است ولی در اینجا هر معیار فقط یکبار بیان شده است. این مجموعه را می‌توان مقدمه‌ای برای انتخاب تقریبی بهترین رویه‌های شرکت‌ها و مدیران، مقام‌های عالی رتبه و کارشناسان، در اصول اخلاق کسب و کار پنداشت (Pain & others, 2006, p.83).

۱. اصل امانت

این اصل بدان معناست که باید امین سازمان و افراد ذینفع بوده و نسبت به فعالیت‌های شرکت با جدیت و وفاداری ظاهر شد، با همان صفا و اخلاصی که از یک امین انتظار می‌رود. با رویکردی به نظام ارزش خواهیم دید یکی از جلوه‌های فرازین پیامبر اسلام (ص) اتصاف ایشان به امانت‌داری بوده و لقب محمد امین از زیباترین لقب‌های ایشان است. امانت‌داری عامل گرایش‌های فرهنگی عقلانی^{۱۰} و تحقق امنیت واقعی^{۱۱} و رقم‌خوردن اخلاق حرفه‌ای واقعی در دنیای حاضر است.

1. Honesty
2. Ownership
3. Validity
4. Trust
5. Transparency
6. Esteem
7. Equity
8. Citizenship
9. sensibility
10. Intellectual – cultural orientation
11. Real security

مصادیق امانت در منشور اخلاقی

در زیر ضمن باز کاوی مفاهیم کلیدی، مصادیق این محور را در منشور اخلاقی بررسی می‌کنیم.

مفهوم کلیدی	محور و مخاطب	معیار
پشتکار و تلاش	محیط و فعالیت	توجه به علایق مشروع سازمان با جدیت و به شیوه‌ای حرفه‌ای
		حفظ سلامت اقتصادی محیط کار
		حفاظت از منابع موجود و اطمینان یافتن از مصرف مدبرانه و اثربخش آن‌ها.
		خودداری از تقدیم مسرفانه هدیه و برگزاری بیش از حد برنامه‌های سرگرمی و تفریح.
وفاداری	سرمایه‌گذاران ^۱ شرکت	استفاده از جایگاه و منابع فقط برای اهداف مدون (نه نفع شخصی)
		نشان دادن تعارضات پنهان میان علایق شخصی و شرکتی
		پرهیز از کارهایی که متضمن تعارض منافع باشد، مانند معامله با خود یا رقابت با شرکت
		پرهیز از دریافت هدایایی که به نظر می‌رسد مشکلی داشته باشد

۲. اصل مالکیت

احترام به مالکیت و حقوق افراد و پرهیز از انتقال اموال یا اختلاس^۲ و اسراف^۳ و ایجاد حس تعهد نسبت به منافع فیزیکی، کالبدی، مصرفی و انسانی اساس اصل مالکیت است. بقول نلر در حیات انسان‌ها همه جا سخن از ارزش هاست و مهمترین ارزش انسانی احترام به حقوق و حدود یکدیگر است (نلر، ۱۳۷۷، ترجمه بازرگان، ص ۲۸).

1. Investors
2. Defalcation
3. Iavishment

مفهوم کلیدی	محور و مخاطب	معیار
محافظت	محیط و فعالیت	مفهوم کلیدی این معیار محافظت از شرکت، مراقبت از دارایی‌های شرکت، از جمله مراقبت از اطلاعات محرمانه و اختصاصی، وجوه و تجهیزات آن است
دزدی	محیط و فعالیت	با دزدی، اختلاس و دیگر روش‌ها، نباید منابع شرکت را هدر داد.
	رقیبان ^۱	حقوق مالکیت رقیبان را محترم شمرده و به آن بهاء دهیم، از جمله حقوق مالکیت معنوی آن‌ها.

۳. اصل اعتبار و اعتماد

واژه اعتماد در ادبیات مدیریت و سازمان معنی ویژه‌ای دارد و نوعی تقید^۲ و وفای^۳ به محیط و سازمان است چه قانون ناظر باشد و چه نباشد.

مفهوم کلیدی	محور و مخاطب	معیار
قراردادها	تأمین کنندگان / شریکان	انجام پرداخت به تأمین کنندگان و شریکان تجاری بصورت به موقع و طبق آن چه قرار گذاشته شده است
عهد و پیمان	همه	پایبندی به عهد و قرار خود
تعهدات	همه	تکلیف‌های آشکار و نهان خود نسبت به همه موکلان را پاس داشته و ایفا نمایم.

۴. اصل شفافیت

یکی از اصول عمده و معیارهای اساسی در منشور اخلاقی کسب و کار جهانی قاعده شفافیت است. یعنی انجام فعالیت‌ها به شیوه‌ای صادقانه^۴ و آشکار و بدون فریب^۵ و نیرنگ و حفظ سوابق فعالیت‌ها و فرایند کار^۶ است.

1. Rival
2. Tied
3. Fidelity
4. Truth fully & sincerely
5. Deceit
6. Work process

مفهوم کلیدی	محور و مخاطب	معیار
صداقت	همه افراد	صادق باشد و در همه کارها پاسدار صداقت باشد.
		داد و ستدها را دقیق و منصفانه ثبت می کند.
خدعه	تأمین کنندگان	با تأمین کنندگان و شریکان تجاری صادقانه معامله می کند
	مشتریان	از عرضه گزارش های گمراه کننده و فریب دهنده و نیز از حذف هدفمندانه برخی اطلاعات گزارش، در امور مربوط به مشتری چون بازاریابی ^۱ ، فروش و پژوهش بهره می زند.
افشاء	رقیبان	از به چنگ آوردن اطلاعات تجاری ^۲ با ابزار غیر اخلاقی و غیر صادقانه بهره می زند.
	همه	اطلاعات غیر طبقه بندی شده مربوطه (مالی و غیر مالی) بصورت مرتب منتشر شود
	سرمایه گذاران	گزارش های مالی و شیوه حسابداری شفاف باشد.
	مشتریان ^۳	به طور مرتب سرمایه گذاران را در جریان اطلاعات دقیق مربوط به آنها قرار می دهد.
		به قدر کفایت به مشتریان اطلاعات مربوط به تندرستی و ایمنی و نیز هشدارها و نشانه های مربوطه را بدهد.
کارکنان	اگر می خواهید در عملیات تغییر فاحشی دهی که شاید بر معاش کارکنان اثر عمیق بگذارد، پیشاپیش آگاهشان سازید.	
صفا و خلوص	کارکنان	با کارکنان به شیوه ای باز و صادقانه و با توجه به محدودیت های قانونی و رقابتی بحث کنید.
	عامه مردم	با مردم مناطقی که از نظر بهداشتی، زیست محیطی و ایمنی، با بنگاه شما مرتبط هستند گفت و گو و مشورت کنید.
واقع بینی	همه	خواهان حسابرسی های بی طرفانه در تهیه گزارش ها باشید.

1. marketing
2. Business Information
3. customers

۵. اصل منزلت

شأن و منزلت افراد بسیار بالاست، این اصل در پاسداری از حرمت و شأن افراد شامل اموری همچون تندرستی، ایمنی، حریم خصوصی و حقوق انسانی است که در پی آن بالندگی منابع انسانی محیط سازمان و بازار کار و جامعه روی می دهد (Pain & others 2006, p58).

مفهوم کلیدی	محور و مخاطب	معیار
احترام به منابع انسانی	همه	منزلت و حقوق انسانی دیگران را محترم شمارد.
	کارکنان	راه و رسم تو باید منزلت کارکنان و حقوق انسانی آن‌ها را محترم شمارد.
		نگذار در محیط کار آزار ^۱ و اذیت روا شود.
	همکاران نزدیک	همکارانی را برگزین که در کردار کارفرمایانه خود پاسدار منزلت و حقوق انسانی باشند.
	عامه مردم	در سپهر نفوذ شرکت، پاسدار و حافظ حقوق بشر باشید.
تندرستی و ایمنی	همه	حافظ تندرستی ^۲ و ایمنی ^۳ افراد باشید.
	مشتریان	مطمئن شوید که فرآورده‌ها و خدمات شرکت پاسدار یا افزاینده ایمنی و تندرستی است.
	کارکنان	کارکنان را در برابر جراحات‌ها و ناخوشی‌های قابل اجتناب مصون بدانید.
		محیط کار را چنان بیارای که در آن نشانی از هیچ نوع سوء استفاده نباشد.
	همکاران نزدیک	دست همکاری به سوی تأمین کنندگان و شریکانی دراز کن که در کردار پاسدار اصول و قواعد اخلاقی ناظر بر بهداشت و ایمنی باشند.

- 1 . Injury
- 2 . good health
- 3 . security

۶. اصل انصاف

منظور از اصل انصاف یعنی ورود به رقابت‌های آزاد و منصفانه و احترام به همه افراد و نظرات آنها و دوری از هر گونه تبعیض در فعالیت‌های مختلف است

مفهوم کلیدی	محور و مخاطب	معیار
انصاف در معامله	همه	با همه طرف‌ها به انصاف رفتار کنید.
	سرمایه‌گذاران	با سهام‌داران اقلیت به انصاف رفتار کنید.
	مشتریان	در همه جوانب داد و ستد با مشتری به انصاف رفتار کنید.
		قیمت‌هایی معین کنید که معقول و در فراخور کیفیت باشند.
	کارکنان	دستمزدی که می‌دهید عادلانه و معقول باشد
	تأمین‌کنندگان شریکان تجاری	برای اقلیت‌ها و زنان فرصت برابر فراهم کنید.
انصاف در رفتار	کارکنان	در رفتار با کارکنان و استخدام افراد تبعیض قایل نشوید.
	تأمین‌کنندگان/ شریکان تجاری	در همه اقدامات خود شامل قیمت‌گذاری، اعطای مجوز و حق فروش جانب انصاف را رعایت کنید.
انصاف در رعایت	رقیبان	وارد رقابت‌های آزاد و منصفانه شوید.
		با رقیبان هم دستی نکنید، به خصوص درباره قیمت، دادن پیشنهاد یا مسائل مربوط به بازار.
	تأمین‌کنندگان/ شریکان تجاری	از دادن پول‌های بحث‌برانگیز یا لطف و مرحمت مسئله‌انگیز برای تثبیت مزیت رقابتی بپرهیزید.
سلوک جوانمردانه	کارکنان	خواهان تأمین‌کنندگان و شریکانی باشید که دامنه‌شان از آلودگی ارتشا و پرداخت‌های ناموجه پاک است.
		با کارکنانی که سخن از نقض ^۱ قانون یا مقررات شرکت زده‌اند، کینه توزی نکنید و سعی کنید آنها را اصلاح کنید.

1 . Breach

۷. اصل شهروندی

انتظار می‌رود که فرد شهروند مسئولیت پذیر باشد، قانون را محترم شمارد و حافظ اموال عمومی باشد. امروزه یک شهروند خوب کسی است که در هر مقام و مرتبه‌ای که باشد به سازمان‌های اخلاقی جامعه، محیط حرفه‌ای و خانواده پایبند است و از مشارکت در فعالیت‌های سیاسی و فرهنگی بی‌ارزش پرهیز می‌کند و در جامعه صاحب نقش تعیین کننده است (pain & other , 2006, p87).

مفهوم کلیدی	محور و مخاطب	معیار	
قانون و مقررات	همه	از قانون و مقررات اطاعت کنید	
		در پول شویی یا هر فعالیت غیر قانونی دیگری مانند بزه‌های سازمان‌یافته دیگر مشارکت نکنید.	
	سرمایه‌گذاران	مانع حقوق قانونی سهام‌داران نشوید.	
	رقیبان	پیرو قواعد رقابت باشید.	
	عامه مردم	پیرو قانون و اصول بومی و جهانی زیست بوم باشید. پیرو قواعد مالیاتی بوده و به موقع بدهی مالیاتی خود را پردازید.	
دارایی‌های عمومی	همه	در رشوه گرفتن و رشوه دادن و دیگر مفسده‌ها شرکت نکنید و بر آن‌ها چشم نبندید. پاسدار طبیعت بوده و اگر می‌توانید آن را بهتر کنید. پشتیبان توسعه پایدار باشید.	
		مشتریان	مطمئن شوید فرآورده‌ها یا خدمات شما پاسدار یا نیروبخش طبیعت هستند.
		تأمین‌کنندگان/شریکان تجاری	خواهان تأمین‌کنندگان و شریکانی باشید که خود را مطیع معیارهای بین‌المللی محیط زیست می‌دانند.
	عامه مردم	نداشتن حکم قطعی را بهانه عقب انداختن کارهای کم هزینه برای مقابله با تهدیدهای جدی علیه محیط زیست نکنید.	

همانگونه که در اصل فوق و مفاهیم کلیدی آن شاهد هستیم رموز شهروندی بسیار وسیع بوده و محورهای مختلفی را پوشش می دهند و تحقق آنها جامعه متعالی را رقم می زند. بقول لارتر رفتار انسانها در جامعه تابعی از مولفه های مختلفی است که مهمترین آنها محیط است و محیط به نوعی آموزشگاه رفتارهای شهروندی است که افراد هم آموزی رفتاری مرئی و غیر مرئی را از آن کسب می کنند (Lorenz, 1993, p.28)

۸. اصل حساسیت

حساسیت نسبت به نیازهای منابع انسانی و داشتن حس همدلی و تسهیل امور مربوطه در این اصل مقصود و منظور است که از جمله مصادیق آن می تواند به موارد زیر اشاره کرد.

مفهوم کلیدی	محور و مخاطب	معیار	
توجه به دلواپسی ها	سرمایه گذاران	محترم شمردن درخواست ها، پیشنهادها، شکایت ها و حقوق رسمی مالکان	
	مشتریان	عرضه فرآورده ها و خدماتی که از نظر مرغوبیت در حد تأمین نیاز مشتری یا فراتر از آن است.	
	کارکنان	تلاش منظم برای تأمین نظر مشتری و دادن خدمات به موقع.	
مشارکت عمومی	کارکنان	بحث و مذاکره با نیت خیر به هنگام بروز تعارض.	
	عامه مردم	کارکنان	حساس بودن به پیشنهادها، خواسته ها و شکایت های کارکنان.
			همکاری با جمعیت های مردمی و حمایت از آن دسته تدبیرهای عمومی که سبب تقویت توسعه اقتصادی و اجتماعی می شوند.
			همکاری برای کاهش ارتشا و فساد.
		پشتیبانی و پاسداری از نهادهای دموکراتیک.	
		پشتیبانی از تنوع اجتماعی و یکپارچگی اجتماعی.	

مدلی از منشور اخلاقی

بسیاری از سازمان ها، بانک ها، مراکز آموزشی، صنایع و ادارات از یک سری نظامنامه های

اخلاقی که غالباً تحت عنوان منشور اخلاقی آورده می‌شوند و حاوی اصول و دستورات ویژه محیطی و سازمانی هستند استفاده می‌کنند در زیر نمونه‌ای از منشور اخلاقی دانشگاه را ذکر شده که حاوی نکات جالبی است (Pain & others, 2006, p.89)

منشور اخلاقی دانشگاه (مطالعه موردی)

از دیدگاه صاحب نظران نظام اداری، یک سازمان باید علاوه بر وظایف تشکیلاتی، فلسفه و رسالت اجتماعی نیز داشته باشد. فلسفه و رسالت هر سازمان موجب پرورش هوشمندی، پختگی و ژرف‌نگری کارکنان می‌شود به گونه‌ای که اندیشه‌های کارکنان و اساتید و دانشجویان آنها را در چارچوب انسانی و اجتماعی قرار می‌دهد تا بتوانند رفتار خود را در همان ساختار بروز دهند. همه باید برای انجام رسالت همگانی سازمان سخت تلاش کنند. این فلسفه و رسالت را منشور اخلاقی می‌نامند.

همه افراد جامعه قابل احترام هستند و نیاز دارند که خویشتن را ارزشمند بینند. و این ارزشمندی بر پایه محکمی استوار است و پابرجاترین و سالم‌ترین عزت نفس بر پایه احترامی که مستحق آن هستیم استوار است نه بر اساس شهرت یا آوازه ظاهری و تملق‌ها.

وجود منشور اخلاقی

منشور اخلاقی عمدتاً بر دو وجه استوار است که در زیر به آنها اشاره می‌شود:

۱. کسانی که بعنوان مشتری و یا ارباب رجوع یک سازمان بصورت‌های مختلف با سازمان ارتباط دارند و
۲. کسانی که ارائه خدمت به مراجعان را بر عهده دارند.

محورهای منشور اخلاقی

محورهای منشور اخلاقی عبارتند از:

۱. نظم و انضباط در محل کار، ۲. آراستگی ظاهری، ۳. وقت شناسی، ۴. برخورد خوب با ارباب رجوع و رعایت ادب و احترام و نزاکت، ۵. انجام امور بر اساس عدل و انصاف و
۶. انجام امور ارباب رجوع در کمترین زمان ممکن.

خدمات دهندگان و خدمات گیرندگان با رعایت منشور اخلاقی در انجام هر چه بهتر امور براساس ضوابط و مقررات در پویایی و رشد چشمگیر سازمان نقش دارند.

عهدنامه

در پیشگاه خداوند متعال با خود عهد می‌بندم که همه روزه و در تمامی ساعات با ظاهری آراسته و در محیطی منظم و در نهایت نظم و انضباط و ادب و احترام با برخوردی نیک و پسندیده با ارباب رجوع، مردم و همکاران تعامل برقرار نموده و در کوتاهترین زمان ممکن امور محوله را در کمال صداقت و رعایت انصاف به انجام رسانیده و در صورت برآورده نشدن نیاز ارباب رجوع توضیحات کافی برای روشن شدن ذهن آنان ارائه نمایم و در راستای اهداف متعالی سازمان و کشور، خود را مقید به اجرای رسالت، اصول و منشور ذیل دانسته و پایبند باشم.

منشور اخلاقی

۱. در حفظ نظم محل کار، اتاق و میز تحریر خود خواهم کوشید چون نظم و انضباط نشانگر شخصیت، ایمان و اعتقاد من به خدمت صادقانه است و همچنین نشانه ایمان است.
۲. با کمال خوشرویی از ارباب رجوع استقبال و پس از انجام کار با کمال خوشرویی او را بدرقه نمایم، چون مردم و ارباب رجوع ولی نعمت ما هستند.
۳. تعلقات سازمانی را در خود می‌پرورانم و به همکاران احترام می‌گذارم تا با همدلی در جهت کرامت و رضایت ارباب رجوع مردم گام بردارم.
۴. انجام صحیح و سریع امور محوله را جزء وظیفه خود دانسته و با توجه به گرانبهاتر بودن وقت از طلا در کوتاهترین زمان ممکن خواسته‌های ایشان را با توجه به ضوابط اجابت نمایم.
۵. از هر گونه بحث و گفتگوی غیر حضوری و پافشاری و اصرار غیر معمول در رابطه با اثبات نظرات به حق و قانونی با ارباب رجوع خودداری و در صورت قانع نشدن با کمال احترام ایشان را به مقامات بالاتر معرفی خواهیم نمود.

۶. از نارضایتی ارباب رجوع در صورت برخورد ناخواسته متأثر و با فروتنی از او عذرخواهی و در نهایت افتخار از او تشکر نماییم.
۷. مشتاقانه به نظرات و دیدگاه‌های ارباب رجوع گوش داده و از انتقاد و پیشنهاد ایشان در رابطه با اصلاح رفتار و تغییر روش انجار کار البته بر اساس مقررات استفاده می‌کنیم.

نتیجه‌گیری

مقاله منشور اخلاقی نوعی تعهد فردی، سازمانی، حرفه‌ای و معنوی است که افراد در جامعه و محیط کار و در طول دوران شغلی و حرفه‌ای خود به آن متعهد می‌گردند. این موضوع همانطوریکه اشاره شد دارای ابعاد فلسفی، روانی و قانونی بوده و مهمتر از همه محوریت اساسی و اصلی آن اخلاق است. یکی از ابعاد مهمی که به آن اشاره شد خودگروی اخلاقی است، یعنی انسانها ذاتاً خیرگرا و شرگریز هستند چون زادگی آنها بر مبنای فطرت خیر و پروردگی آنها اگر در محیط اخلاق‌گرا صورت گیرد رفتارهای آنها شرزدا خواهد شد، بنابراین در تعاملات حرفه‌ای و سازمانی این مسئله را به منشورهای اخلاقی که تعهدآور حس درونی است نسبت می‌دهند و برخی جوامع مانند شرق آسیا چنان به آن پایبند هستند که بصورت آئینی و ارزشی در حد یک ایدئولوژی سازمانی با آن تعامل دارند و گوئی برخی رفتارهای شغلی، حرفه‌ای، اجتماعی و فرهنگی آنها از قاعده حسن و قبح ذاتی افعال و تحت سیطره وجدان اخلاقی مطلق هستند. مضافاً اینکه در جامعه‌های ارزش‌مداری مانند جامعه ما ایران این زمینه فراهم تر است. پس بجاست که:

۱. برای رقم زدن یک جامعه متخلق به اخلاق نیک و کردار شایسته، ابعاد و محورهای اخلاق حرفه‌ای را نصب العین قرار داده و آنها را بصورت منشور کاربردی و نه صرفاً دستوری یا کلی مطرح نماییم.
۲. استفاده و بهره‌گیری از فرایند رفتارمدار در تدوین منشورهای اخلاقی امر بایسته و ارزشمندی است و تجارب منشورهای نوشته شده بصورت آموزه‌های عملی قابل توجه است.

۳. توجه به مبانی ارزشی و دینی جامعه اسلامی ایران که مملو از منشورهای

اخلاقی، دینی و رفتاری است که می‌توان آنها را در همه ابعاد مورد نظر سازمان تسری داد از جمله سیره فاخر و ارزشمند اولیاء و پیشوایان که می‌تواند منبع خوبی برای تدوین منشورهای اخلاقی باشد.

۴. بهره‌گیری از منشورهای اخلاقی در همه ابعاد سازمان و برای افراد ذیربط، ذینفع، ذی‌علاقه، ذی‌نفوذ و بالاخص مشتریان سازمان و محیط اجتماعی امری ضروری است که باید از دقت و صحت بالایی برخوردار باشد.

۵. معیارهای جهانی کسب و کار در امر اخلاق کاری و حرفه‌ای نشان دهنده ابعاد جدید و ارزشمندی درباره اصول رفتاری و اخلاق کاری است که در قلب این شاخص‌ها، مجموعه معیارهایی قرار دارند که کم و بیش در مورد آنها توافق همگانی حاکم است که در برخی مولفه‌ها از آنها یاد کردیم. پس لازم است که در تدوین منشورهای اخلاقی سازمانی از آنها استفاده نماییم.

۶. منشورهای اخلاقی مرجعی برای خودسنجی و خودکنترلی است. پیشنهاد می‌شود که ادبیات تدوین این منشورها بصورت تخصصی و ناظر بر محیط خاص شغلی و اداری همان جایی باشد که آن منشور برای آنجا تدوین می‌شود.

۷. بهره‌گیری از آموزش‌های سریع، سمینارهای ساعتی، بولتن‌ها و اطلاعیه‌های اخلاقی در سازمان که تمرکز اندیشه بهمراه دارند می‌تواند بصورت حاشیه‌ای و کمکی به نهادینه شدن اخلاق حرفه‌ای کمک نماید.

منابع و مأخذ

منابع فارسی

۱. تقوی دامغانی، رضا (۱۳۸۳) نگرشی بر مدیریت اسلامی، تهران: شرکت چاپ و نشر بین‌المللی
۲. فرانکنا، ویلیام کی (۱۳۸۳) فلسفه اخلاق، ترجمه هادی صادقی، تهران: موسسه نشر طه
۳. کریمی، یوسف (۱۳۷۵) روان‌شناسی اجتماعی (نظریه‌ها، مفاهیم و کاربردها) تهران: انتشارات ارسباران

۴. مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۰) سازمان و مدیریت رویکردی پژوهشی تهران: انتشارات ترمه
۵. موسوی، سیدولی الله (۱۳۸۳) بررسی ارتباط بین سبکهای اسناد و عزت نفس دانشجویان» تهران: فصلنامه علمی - پژوهشی روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشکده روان‌شناسی دانشگاه تهران
۶. میرکمالی، سیدمحمد (۱۳۸۲) اخلاق و مسئولیت اجتماعی، تهران: فصلنامه روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران
۷. نلر، جی‌اف (۱۳۷۷) آشنایی با فلسفه، ترجمه: فریدون بازرگان تهران: سمت

منابع لاتین

8. Dietrich Dorne, (1996), The logic of failure: Recogniaing and Avoiding Error in complex situation. Cambridge, MA: perseus Book.
9. Gardner, Howard (1995) Leading minds: an anatomy of leadership New York: Basic Books.
10. IFGH (2006) Austrian Institute for small Business Research: support services for micro, small and sole proprietor's Business country fich – united kingdom, Vienna, The Eropean Commission
11. Ingram Haoly & Mc Domell Braenda (1998) Effective Performance Mand gement, The teamwork approach considered, managing service Quality, volom 6, Number2.
12. Kushner, H.S(1993) when bad things happen to good people. New York: Avon.
13. Lorenz k. (1993) on aggression, copyright(e) by Dr. G. Bosotha schoelar verlag, Vienna, in megargee E and Hokonsen, The Dynamics of Aggression Harjper & Row, & psychology Review Vol, No6
14. Paine, lynn& Deshapande, Rohit & Margolis, joshaa. D. & Bettche, kim Eric (2006) up to code Does your company's conduct meet word – class standards?
15. Pargement, k (1990) God help me: Religious coping efforts as predictors of the out come to signigicant regative life events. American journal of community psychology , 18
16. Patterson, Becky (1993) Concentvation: strategies for Attaining focus. Dubuque, Lowa: Kendal Hunt.
17. Rawls, J. (1991) A theory of justice: combridge , mass: Harward university press.

18. Robbins Stephen P. and Culture Mary (1996) Management New Jersey: Prentice-Hall International
19. Seligman M.F.P and Peterson, C. (1984) Attributional style and the generality of learned helplessness. Journal of personality and social psychology, no, 46.p
20. Sergiovanni, Thomas J. (1991) The principalship behavior – study. Paper presented at the annual meeting of the mid-south Educational Research Associations. Knoxville Tennessee.
21. Sheikh, Sonja (2002) Support services for micro, small and sole proprietor's Business: Vienna: European Commission
22. Super, Donald E. (1975). The psychology of careers, New York, Harper.

