

## درآمدی به فلسفه اخلاق در سازمان (مطالعه موردی: منشورهای اخلاقی)

حسین خنیفر<sup>۱</sup>

سید محمد مقیمی<sup>۲</sup>

### چکیده

مبحث معیارهای اخلاقی و قاعده تدوین منشور اخلاقی در طول حیات انسان مقوله‌ای دیرین و دارای ابعاد و مولفه‌های مختلفی است، منظرگاه‌های علمی و تئوریک و راهکارهای عملی فراوانی برای این موضوع طرح شده و از دیرباز محل مناقشه ارباب نظر در حوزه‌های دین، فلسفه، اخلاق، روان‌شناسی و مدیریت بوده است. در این مقاله ضمن بررسی فعل اخلاقی، خاستگاه‌های روان‌شناختی و ارتباطی آن 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 بازنگری و به عوامل موثر بر رفتار اخلاقی و غیر اخلاقی پرداخته می‌شود. سپس اصول چهارگانه علم اخلاق ارزشی یعنی تعهد، نظارت، حسابگری و سرزنش نیز با استناد به روایات مورد بررسی 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 می‌گردند و مصادیق منشور یاد شده در ابعاد مورد مطالعه نیز ارائه می‌گردد.

**کلید واژگان:** معیار اخلاقی، سازمان اخلاقی، منشور اخلاقی، فعل اخلاقی، معیارهای جهانی

۱. دانشیار دانشگاه تهران

۲. دانشیار دانشگاه تهران

## مقدمه

از دو دیدگاه و زاویه یعنی منزلت<sup>۱</sup> آزادی انسان در هستی و بار تعهدی<sup>۲</sup> که به عنوان جانشین الهی به دوش می‌کشد، قائمه رفاه و سعادت فردی و اجتماعی یک تشکیلات و جامعه را نظام اخلاقی می‌دانند. از دیرباز در متون و نصوص کهن، ارزشی، علمی، سیاسی، اداری و مدیریتی به این مهم پرداخته شده است تا جایی که 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 بکشانند زیانکار خواهد بود.<sup>۳</sup> (سوره شمس آیات ۱۰ - ۹) از طرفی نیز نیاز انسانها به اصول و قواعد اجتماعی، فرهنگی و ارزشی برای حیات خویش یکی از مسائلی است که در فلسفه اخلاق از دیربازی برخوردار است. به طور کلی هر کاری که انسان آن را به حکم ساختمان طبیعی‌اش انجام دهد فعل طبیعی به شمار می‌رود و فعل اخلاقی به تعبیری فعل غیر طبیعی نامیده می‌شود (مقیم، ۱۳۸۰، ص ۱۷۳) این به معنای غیر عادی بودن نیست بلکه معنای دیگری در نهاد یا لایه‌های آن پنهان است و آن فعل فراسویی و فرامادی و وابسته به باورمندی درونی است. و به زعم راولز همه چیزهای خوب و اساسی مانند آزادی<sup>۴</sup> و فرصت<sup>۵</sup>، منزلت، درآمد<sup>۶</sup>، تعهد<sup>۷</sup>، ثروت<sup>۸</sup> و پایبندی به اصول خاص عامل غنای فردی و اجتماعی و زیربنای منشور اخلاقی است (Rawls, 1991, p221) در این مقاله سعی می‌کنیم تا به بازنگری مبانی و زمینه‌های تدوین منشور اخلاقی سازمان و منابع انسانی بپردازیم و تأکید اصلی بحث با محوریت بررسی معیارهای جهانی منشور اخلاقی در زندگی اجتماعی و حرفه‌ای است.

1. Rank, esteem

2. undertaking

4. Freedom

5. opportunity

6. Revenue

7. Commitment

8. Wealth

۳. قَدْ أَفْلَحَ مَنْ زَكَّاهَا وَقَدْ خَابَ مَنْ دَسَّاهَا

## بیان مسأله

اگر اخلاق را عاملی موثر در نظام اجتماعی<sup>۱</sup> در نظر بگیریم از یک سو شباهت به حقوق دارد و از سوی دیگر مانند قرارداد و آداب اجتماعی است. از آن جهت به حقوق شباهت دارد که صرف قرارداد نیست و از آن جهت شباهت به قرارداد دارد که حدود و ثغور مشخص و خطوط قرمزی را تعریف می‌کند که در مقوله‌ای مانند منشورهای اخلاقی، تعهداتی درونی، اعتقادی و عملی برای فرد الزامی می‌کند و تعهد فردی به این امور دارای ارزش فراوانی است به همین دلیل مقوله معیارهای اخلاقی و منشور اخلاقی مبحثی است که به زعم فلاسفه‌ای مانند باتلر از «حب ذات»<sup>۲</sup> ناشی می‌شود که در نظریه روانکاوی معادل «خود»<sup>۳</sup> می‌باشد، ولی به زعم فلاسفه‌ای مانند فرانکنا لزومی ندارد فرد خودگرای اخلاقی، خودپرست یا حتی انسانی خودپسند و خودخواه - به مفهوم روزمره این اصطلاحات - باشد. خودگرایی اخلاقی نظریه‌ای اخلاقی<sup>۴</sup> است نه الگوی عمل یا ویژگی منشی خاص و این نظریه با مقوله ماحی الذات بودن (یعنی کارهای نیک را به خود نسبت ندادن) و خودناپسند بودن، در مقام عمل سازگار است. لذا خودگرای اخلاقی یعنی فردی که ذات گرایش اخلاقی را در جریان زندگی عادی یا زندگی حرفه‌ای<sup>۵</sup> و شغلی خود تسری دهد، باز هم ممکن است کارهای خودپرستانه، خودپسندانه، خودبینانه یا خودخواهانه را انجام ندهد. و در صورتی چنین کارهایی را انجام می‌دهد که گمان کند انجام این کارها در دراز مدت به سود او تمام می‌شود ولی لزومی ندارد این گونه بیندیشد. (فرانکنا، ۱۳۸۳، ص ۵۲)

در زندگی حرفه‌ای و تعامل‌های اجتماعی ممکن است 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

- 1 . Social system
- 2 . Self - Love
- 3 . Ego
- 4 . Ethical Theories
- 5 . Professional

است که فرد به دنبال بهترین عملکرد<sup>۱</sup> با رویکرد به اخلاق حرفه‌ای است که از نتیجه دستیابی به اهداف سازمانی حاصل می‌شود. (Dietrich, 1996, p.11)، و گاهی این گرایش به عنوان یک معیار یا ملاک درباره موفقیت حرفه‌ای، فردی و سازمانی تلقی می‌شود (Ingram & Mcdoell, 1998, p.40)، لذا اگر بیشتر تعمق کنیم و درباره چیستی اصل خودگرایی اخلاقی بحث کنیم فلاسفه جواب می‌دهند که اگر فرد را عامل اخلاقی (در جامعه، سیستم، خانواده، سازمان و...) در نظر بگیریم، مبنای ذهنی و اعتقادی او شامل مولفه‌های زیر است:

احساس می‌کند وظیفه یگانه و اساسی او این است که بیشترین غلبه ممکن خیر بر شر را برای خود فراهم آورد که البته تنها بخشی از خودگرایی اخلاقی درباره فرد در نقش ناظر<sup>۲</sup>، مشاور<sup>۳</sup> یا حاکم اخلاقی چنین است.

حتی فرد به هنگام حکم اخلاقی درباره دوم 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<sup>۴</sup> سازمان لحاظ کرده‌اند. در برخی از این نظامنامه‌ها به سه بعد توجه زیادی شده است، شامل:

الف) عملکرد گذشته، موفقیت‌ها و تعهدات اخلاقی ثبت شده در سوابق سازمان (اشاره به تاثیر خودگرایی در سازمان)

ب) محک زنی و مقایسه عملکردی با دیگر سازمانها

ج) اهداف یعنی مقایسه میزان تحقق اهداف (دستاوردها) (Mcdomell, 1996, p.40) & Ingram)

### مبانی نظری و پیشینه تحقیق

یکی از دلایل مهم که مبنای خودگرایی اخلاقی تلقی شده است دلیل روان‌شناختی است، که دلیلی برخاسته از طبیعت آدمی است. به عقیده روان‌شناسانی همچون یونگ<sup>۵</sup> ما همگی

- 1 . performance
- 2 . Supervisor
3. Advisor
- 4 . ethical prism
- 5 . jung (1875-1961)

چنان ساخته شده‌ایم که همیشه کاری را انجام می‌دهیم که گمان می‌کنیم بیشترین غلبه خیر بر شر را به ما می‌دهد. (pargament, 1990, k, p42) و البته در کنار آن گرایش به سود<sup>۱</sup> و رفاه نسبی را نیز طالب هستیم.

پژوهش‌های انجام شده در دهه‌های گذشته حاکی از آن است که افراد در تبیین علمی از رویدادهای زندگی همسان عمل نمی‌کنند که البته بسیاری از این رویدادها مربوط به زندگی حرفه‌ای و شغلی و سازمانی آنهاست. لذا برخی از آنها به اقتضای سبک تبیین خوش‌بینانه حاکم بر رفتار خویش که طی فرایند رشد و تعامل با متغیرهای 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، با پیامدهای متفاوتی نیز همراه است. چنان که به عقیده سلیگمن<sup>۲</sup> و پیترسون<sup>۳</sup> در نظریه درماندگی (Seligman & Peterson, 1984, p681) کسانی که رویدادهای منفی را با توجه به عوامل درونی، پایدار و کلی تبیین می‌کنند، آمادگی بیشتری برای درماندگی<sup>۴</sup> و حتی افسردگی<sup>۵</sup> دارند؛ حال اینکه سبک تبیین خوش‌بینانه از احساس درماندگی و ابتلا به افسردگی پیش‌گیری می‌کند. (کریمی، ۱۳۷۵، ص ۱۲۶)

درباره مقوله فعل اخلاقی نظریات متعددی وجود دارد که به برخی از آنها اشاره می‌شود:

۱. نظریه دگردوستی: طبق این نظریه هر عملی که در حوزه خوددوستی است، فعل غیراخلاقی و هر عملی که در حوزه دگردوستی است فعل اخلاقی نامیده می‌شود. در حقیقت معیار فعل اخلاقی «ایثار» است.

۲. نظریه حسن و قبح ذاتی: این گروه معتقدند که عقل انسان حسن ذاتی کارهای اخلاقی و قبح ذاتی کارهای ضد اخلاقی را درک می‌کند. کار اخلاقی از جمله کارهایی است

1. Benefit
2. Seligman
3. Peterson
4. Distress
5. Depression
6. Excessive

که به حکم عقل صورت گرفته باشد و انسانهای اخلاقی کسانی هستند که عقل بر وجودشان حاکم است و شهوت<sup>۱</sup> و غضب<sup>۲</sup> و واهمه بر وجودشان حکمروایی نمی‌کند. اخلاق سقراطی نیز بر همین مبناست.

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

۴. نظریه داروینیزم: فلسفه این نظریه بر اساس تنازع بقا نهاده شده است. مطابق فلسفه داروین، حس تعاون به عنوان یک حس اصیل وجود ندارد بلکه تعاون به عنوان کاری که ناشی از تنازع است وجود می‌یابد. یعنی آنچه اصالت دارد تنازع است و تعاون به تبع آن می‌آید. خیلی‌ها روی همین اصل به داروین تاخته‌اند و معتقدند که پایه‌های تعاون او اخلاق را متزلزل می‌سازد. (همان ص ۱۱۹)

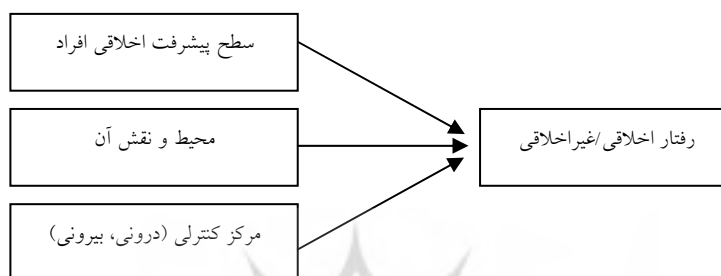
۵. رضای خداوند: علامه شهید مرتضی مطهری ضمن نقد نظریات پیشین مقوله رضای خداوند را مطرح می‌سازد و می‌گوید که: «غالب این نظریات را می‌توانیم از یک نظر درست و از یک نظر نادرست بدانیم. همه اینها آن وقت درست‌اند که یک حقیقت یعنی اعتقاد مذهبی صحیح پشت سر آنها باشد. خدا سر سلسله معنویات است و هم پاداش دهنده کارهای خوب. احساسات نوع پرستانه که خود امری معنوی است، وقتی در انسان ظهور و بروز می‌کند که انسان در جهان معنوی قائل باشد. اعتقاد مذهبی پشتوانه مبانی اخلاقی است.» (مطهری، ۱۳۷۱، صص ۱۳۶ - ۱۲۰).

## رفتار اخلاقی و غیر اخلاقی

همواره این سوال مطرح است که چه چیزی باعث رفتار اخلاقی و غیر اخلاقی می‌شود؟

1. Eros
2. Wrath

آیا افراد بی‌روحیه و بداخلاق موجب رفتارهای غیراخلاقی هستند؟ آیا محیط‌های اجتماعی، حرفه‌ای و کاری که فعالیت غیر اخلاقی را ترویج می‌کنند علت آن هستند؟ مطالعات نشان می‌دهد که اعمال اخلاقی و غیر اخلاقی ناشی از ویژگی‌های 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 (ر.بک مقیمی، ۱۳۸۰، ص ۱۷۵) در مجموع کسانی که روحیه قوی دارند، احتمالاً کمتر تصمیمات غیراخلاقی می‌گیرند (مقیمی، ۱۳۸۰، ص ۱۷۶) و از طرف دیگر محیط سازمانی که مروج رفتارهای غیراخلاقی است گاهی موجب بروز تصمیمات غیراخلاقی می‌شود. در چنین جوی مدیران می‌توانند با پیشگام شدن در رعایت ارزشهای اساسی جامعه و سازمان به عنوان الگو برای سایرین قلمداد گردند. از طرفی نیز عملکرد آنان فراتر از کار معمول خواهد بود (Sergiovanni، 1992، p.73) این رهبران پیشاپیش دیگران حرکت می‌کنند و نه تنها رهبری را با توضیح و تشریح مسایل اعمال می‌کنند، بلکه با رفتار<sup>۱</sup> و اعمال<sup>۲</sup> خود رهبری عملی را نیز در دست می‌گیرند (Gardner، 1995، p.218).

اخلاق حرفه‌ای و منشورهای اخلاقی را می‌توان از دیدگاه‌های مختلفی مطالعه کرد. یکی از این ابعاد نظام دینی و ارزش است چرا که بسیاری از مفاهیم، مولفه‌ها، متغیرها و اصول

موجود در این منشورها در نظامهای ارزشی و دینی نیز لحاظ شده و بعضاً مکرر مورد تاکید قرار گرفته است. علماء اخلاق در آثار اخلاقی، در طریق راهنمایی انسان و نشان دادن جاده کمال، از موضوع معیارهای اخلاقی و محاسبه غافل نبوده‌اند و برای رسیدن به سعادت «خودسازی» از مسیر تسلط بر نفس، مجاهده پیگیر با نفس را، که «جهاد اکبر» نامیده شده است لازم دانسته‌اند. (تقوی دامغانی، ۱۳۸۳، ص ۱۰۴)

از دیدگاه صاحب‌نظران علم اخلاق، کنترل و پابندی به اصول و معیارهای اخلاقی مراحلی دارد که گذشتن از یک مرحله، زمینه را برای ورود به مرحله بعدی فراهم می‌سازد: شرط اول، مشارطه - که در مرحله تعهد و میثاق است و در منشورهای اخلاقی توجه خاصی به آن می‌شود.

شرط دوم، مراقبه - که مرحله نگهبانی و نظارت بر تعهد است.  
شرط سوم، محاسبه - که مرحله ارزشیابی و حساسگری است که امروزه در منشورهای اخلاقی تحت عنوان خود کنترلی<sup>۱</sup> مطرح است.  
شرط چهارم، معاتبه - که در صورت خسارت، مرحله سرزنش و عقوبت است.  
چنانکه در این مراحل چهارگانه مشاهده می‌کنیم محاسبه و ارزشیابی از مسائل ارزشمندی است که در تکمیل اخلاقیات و سازمان اخلاقی نقشی مؤثر دارد.  
در بینش اسلامی، یکی از روزهای موعود، که باید همه انسانها آن روز را درک نمایند «روز قیامت» است.

روز قیامت یعنی روز ارزشیابی اعمال، روز ارزیابی اشخاص، روز حساب و میزان و صراط است. در آن روز که به یک اعتبار «یوم الحساب» نام دارد خداوند براساس فلسفه آفرینش و فرامین متواتر خویش برانسانها اعمال بندگانش 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 می‌دهد. قرآن کریم در همین رابطه می‌فرماید:

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

1. Self control



پس هر که در روز قیامت کفه اعمال نیک او سنگین باشد در بهشت، زندگانی خوش خواهد داشت و هر کس که اعمالش سبک وزن باشد جایگاهش در قعر جهنم است. و این مهم یعنی سنجش عملکرد براساس مقیاس‌ها و معیارهای تعیین شده است. (القارعه، آیات ۹-۶) و باز می‌فرماید:

«أَفَمَنْ كَانَ مُؤْمِنًا كَمَنْ كَانَ فَاسِقًا لَّا يَسْتَوُونَ»

آیا کسی که به خدا 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 آنان که می‌دانند با آنان که نمی‌دانند برابرند؟ (زمر، آیه ۹)

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 در تدوین منشورهای اخلاقی و احصاء مبانی ارزشی دارد. یعنی می‌توان از این تعبیر که در رفتار تجلی پیدا می‌کنند در تدوین اخلاق حرفه‌ای و تعاملی و منشورهای اخلاقی استفاده نمود.

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

وَلَا يَكُونَنَّ الْمُحْسِنُ وَالْمُسِيئُ عِنْدَكَ بِمَنْزِلَةِ سَوَاءٍ

ای مالک! و نباید نیکو کار و تبه‌کار در مدیریت تو یکسان به شمار آیند (نهج

البلاغه، نامه ۵۳)

## مطالعات روان‌شناسی

رویکرد نظام دینی به این مسئله در حقیقت مجموعه قواعدی است که در اندیشه و عقیده فرد به منظور ایجاد نوعی خاص از عمل و رفتار که متکی بر ضوابط ویژه است، انجام می‌شود.

«فروید<sup>۱</sup>» گمان می‌کرد که جامعه نیازی به مذهب نخواهد داشت و تنها تمدن قادر خواهد بود که 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 نظرش عدول کند و اعلام کند که در خصوص مذهب اشتباه کرده است (Peterson & Bossio, 1991, p.315) در عصر ما که بیماری‌های روانی و اضطراب، قربانیان متعددی را از خیل آدمیان می‌گیرند، ضوابط مذهبی، اخلاق دینی و ایجاد سازمان اخلاقی در جامعه داروی شفابخش و نجات‌دهنده بشر از نگرانی‌هاست.

به عقیده «آدلر<sup>۲</sup>» که از تجارب سی ساله روانکاو خود سخن می‌گفت، کلیه بیماران روانی که حس مذهبی خود را بازیافتند، درمان شدند. روانشناسان معتقدند تنها روزنه‌ای که می‌تواند آلام و ناراحتی‌ها را از بدن آدمی خارج سازد و یا آن‌ها را خنثی نماید، داشتن ایمان به خدا و اعتقاد به یک مبدأ حقیقی و یک قدرت مافوق انسان است که منشورهای اخلاقی فرد، جامعه، سازمان و ساختار دنیا را تعریف می‌کند. زیرا نیرویی که می‌تواند بر مشکلات فائق شود نیروی الهی است که در مرحله عمل قاعدتاً باید در قالب معیارهای رفتاری و اخلاقی تعریف شود. انسان با ایمان و باورمند در مواجهه با پیچیدگی حیات و زندگی متغیر از نیروی ایمان خود کمک خواسته و این امید در او شکل می‌گیرد که قدرت مافوق انسانی، مشکل را حل خواهد کرد. لذا ناراحتی و نگرانی، وی را تحت الشعاع قرار نمی‌دهد و این خود باعث تخفیف نگرانی خواهد شد (Super, 1975, p.291)

به عقیده جیمز<sup>۳</sup> «ایمان یکی از قوای است که بشر به وسیله آن زندگی می‌کند، حدود اخلاقی را تعریف و فضیلت‌ها و رذیلت‌ها را مرزبندی می‌کند و فقدان آن در حکم سقوط بشر است» به همین خاطر جیمز تصریح می‌کند آن کس که درون خود جهنمی دارد، بهشت بیرون برایش چه سودی خواهد داشت. (همان ص ۲۹۲)

یک جمله تحریف نشده از انجیل این‌چنین می‌گوید «آه چه فایده دارد که انسان جهان را

1. Freud (1907)
2. Adler (1980)
3. James (1929)

به دست آورد، ولی خودرابطه‌ها و پایبند به اصولی نباشد، هستند افرادی که بهترین زندگی مادی را دارند اما از درون گرفتار طوفان افسردگی و ناامیدی هستند. (Kushner, 1993, p.526)

یونگ<sup>۱</sup> در خلال فعالیت‌های روان‌درمانی خود دریافت که اعتقاد مذهبی می‌تواند موجب بالا بردن 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 و مدیریتی و صنعتی شاغل بودند، متوجه گردید افرادی که مبتلا به بیماری‌های روانی، مشکلات محیطی، ناامیدی و افسردگی هستند فاقد آن معنا و استواری بودند که اعتقاد مذهبی قادر است آن را بصورت باور به افراد بدهد.

فرانکل<sup>۲</sup> مبدع مکتب «معنادرمانی»<sup>۳</sup> مدعی است که به وسیله 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» (همان ص ۵۲۷)

### مطالعات جدید پیرامون منشورهای اخلاقی

در مطالعات جدید پیرامون اصول رفتاری منشورهای اخلاقی در سازمانها و مراکز حرفه‌ای مختلف، عقیده بر این است که از دیرباز تا کنون، اصول رفتاری<sup>۴</sup> و منشور اخلاقی هر بنگاه بازرگانی نمایانگر شیوه حیات آن بوده است. وجود این اصول مسلماً امروزه ضرورتی حقوقی است. بویژه برای شرکت‌های سهامی عامی که در اقصی نقاط دنیا هم حضور دارند. از سال ۲۰۰۴ «بورس سهام نیویورک» و «نزدک» از شرکت‌های فهرست خود خواسته‌اند اصول رفتاری خود را تهیه کرده و منتشر کنند. در ضمن براساس قانون سرینز اوکسلی<sup>۵</sup> کسانی که اوراق بهادار را در معرض فروش همگانی قرار می‌دهند باید اعلام کنند که اصول رفتاری

1. Jung (1961)
2. Frankel (1980)
3. Logotherapy & semantic therapy
4. Behavior principles
5. Sarbanes - oxley

مدیران خود را معلوم کرده‌اند یا نه (و اگر نکرده‌اند، علت چه بوده). به طور مشابه، بر اساس رهنمودهای دولت فدرال، قاضیانی که به جرایم شرکت‌ها رسیدگی می‌کنند، به هنگام تعیین جزای نقدی، باید مسئله داشتن یا نداشتن اصول رفتاری مدون را در شرکت‌های مربوط تحقیق کنند. قانون به شکل یک قضیه حقوقی به مسئله داشتن یا متابعت از اصول اخلاق کاری نگاه نمی‌کند، بلکه بیش‌تر در حاشیه مسائل دیگر با آن رو به رو می‌شود. برای مثال، به هنگام تعیین جریمه برای نقض مقررات<sup>۱</sup> 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 شرکت‌های فهرست فورچون<sup>۲</sup> ۵۰۰) مقرر کرده‌اند که هیأت مدیره، مدیران شرکت را مسئول رعایت اصول اخلاق کاری کرده و در تعیین دستور عمل<sup>۳</sup> مربوط به رهنمودهای دولت فدرال توجه می‌کنند.

البته بحث به اصول و مقررات حقوقی<sup>۴</sup> و قانونی محدود نمی‌شود. اکنون از هر گوشه دنیا صداهایی به گوش می‌رسد که می‌خواهند معیار<sup>۵</sup> و ضابطه‌ای برای اخلاق کاری بنگاه‌های اقتصادی تعیین شود. فساد<sup>۶</sup> و زیاده‌روی (انواع فریب، رشوه<sup>۷</sup>، سوء استفاده از نیروی کار و طرح‌های پیچیده و عجیب و غریب در تقلب<sup>۸</sup> 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. از جمله می‌توان به «میثاق جهانی سازمان ملل» و «منشور مصرف کننده برای تجارت جهانی» اشاره کرد. تحقیقات نشان می‌دهد که بیشتر کسب و کارها در آلمان در طرح پنج سال دوره زمانی (1998-2002) به واسطه حمایت منشورهای اخلاقی و کیفی، رضایت مشتریان و ذی‌نفع‌ها را جلب کرده است. همچنین در انگلستان نیز همین اتفاق

- 1 . Requirements
- 2 . Forchone
- 3 . Instruction
- 4 . Rightical
- 5 . Standard
- 6 . Corruption
- 7 . Bribe & manure
- 8 . Cheating

تکرار شده است (IFGH, 2002, p22)

اصول رفتار یا همان اخلاق کاری، در خدمت هزاران هدف عملی دیگر نیز هست که می تواند به انواع کارکنان، از مناطق و فرهنگ‌های مختلف کمک کند تا بهتر و با کارایی بیش‌تر کار کنند؛ همچنین می‌تواند مرجعی<sup>۱</sup> برای تصمیم‌گیری<sup>۲</sup> باشد و به مراکز و سازمانها فرصت می دهد تا با کاستن از شمار لایه‌های سرپرستی خود به کار ادامه دهند و به هنگام بحران<sup>۳</sup> به سرعت و با اتحاد بیش‌تر واکنش نشان دهند؛ برای مراقبت از تبلیغات تجاری<sup>۴</sup> مختلف، برخی سازمان‌ها و مراکز، اخلاق کاری تأمین کنندگان و شریکان تجاری خود را نیز بررسی می‌کنند. برای مثال، گروه هندی تاتا<sup>۵</sup> از همه کسانی که خواهان استفاده از تاتا هستند خواسته است به اخلاق کاری تاتا وفادار و پایبند باشند. از طرفی نیز موضوع حمایت‌های مضاعف به عنوان یکی از سیاست مهم ترغیب کیفیت در شرکتها و صنایع به شمار می‌آید که وامدار معیارهای اخلاق حرفه‌ای گشته است. (Sheikh, 2002, pp 18-20)

### معیارهای جهانی منشور اخلاقی (اصول اخلاق سازمانی)

برای جوامعی که می‌خواهند اصول اخلاقی خود را بسنجند یا اصولی جدید معین کنند. معیارهای جهانی کسب و کار وجود دارند که عصاره اصول راهنمای شرکت‌های بزرگ جهانی است. این اصول در هشت دسته تقسیم شده‌اند که عبارتند از:

۱. اصل امانت<sup>۶</sup>
۲. اصل مالکیت<sup>۷</sup>
۳. اصل اعتبار<sup>۸</sup> و اعتماد<sup>۹</sup>
۴. اصل شفافیت<sup>۱۰</sup>

1. Anchor
2. Dosision – making
3. Crisis
4. Brand
5. Tata Group
6. Honesty
7. Ownership
8. Validity
9. Trust
10. Transparency

۵. اصل منزلت<sup>۱</sup>

۶. اصل انصاف<sup>۲</sup>

۷. اصل شهروندی<sup>۳</sup>

۸. اصل حساسیت<sup>۴</sup> متقابل

بسیاری از معیارهای فوق در قالب مفاهیم کلیدی و محورهای مختلف تبیین می‌شوند که در جدولهای تفصیلی این معیارها قاعده اختصار رعایت شده است برای روشن‌تر کردن مطلب به مصادیقی (مشتریان، کارکنان، سرمایه‌گذاران، تأمین‌کنندگان/شریکان تجاری، رقیبان، عامه مردم یا حتی خود شرکت) از هر معیار که بیش‌تر تأثیر می‌پذیرد پرداخته 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 باشیم و نسبت به فعالیتهای شرکت با جدیت و وفاداری ظاهر شویم با همان صفا و اخلاصی که از یک امین انتظار می‌رود. اگر رویکردی به نظام ارزش داشته باشیم می‌بینیم که یکی از جلوه‌های برتر پیامبراعظم اسلام (ص) اتصاف ایشان به امانت‌داری بوده و لقب (محمد امین) از زیباترین لقب‌های ایشان است. امانت‌داری عامل گرایش‌های فرهنگی عقلانی<sup>۵</sup> و تحقق امنیت واقعی<sup>۶</sup> و رقم خوردن اخلاق حرفه‌ای واقعی در دنیای حاضر است.

- 1 . Esteem
- 2 . Equity
- 3 . Citizenship
- 4 . sensibility
- 5 . Intellectuall – cultural orientation
- 6 . Real security

### مصادیق امانت در منشور اخلاقی

مفهوم کلیدی	محور و مخاطب	معیار
پشتکار و تلاش (سالم و مشروع)	محیط و فعالیت (محافظت از منابع و امکانات)	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 (به سیستم)	سرمایه‌گذاران <sup>۱</sup> شرکت (افراد ذینفع و ذی نفوذ)	استفاده از جایگاه و منابع فقط برای هدف‌های مدون (نه نفع شخصی)
		رو کردن تعارض‌های پنهان میان علایق شخصی و شرکتی
		پرهیز از کارهایی که متضمن تعارض منافع باشد، مثل معامله با خود یا رقابت با شرکت
		پرهیز از دریافت هدایای مورد دار

### ۲. اصل مالکیت

احترام به مالکیت و حقوق افراد و پرهیز از انتقال اموال با اختلاس<sup>۳</sup>، و اسراف<sup>۴</sup> و ایجاد ایجاد حس تعهد نسبت به منافع فیزیکی، کالبدی، مصرفی و انسانی اساس اصل مالکیت است. به قول نلر در حیات انسانها همه جا سخن از ارزشهاست و مهمترین ارزشهای انسانی احترام به حقوق و حدود همدیگراست (نلر، ۱۳۷۷، ترجمه بازرگان، ص ۲۸)

- 1 . Investors
- 2 . Conflict
- 3 . Defalcation
- 4 . Iavishment

مفهوم کلیدی	محور و مخاطب	معیار
محافظت	محیط و فعالیت	حفاظت محیط فعالیت و مراقبت از دارایی‌ها، از جمله مراقبت از اطلاعات محرمانه و اختصاصی، آمار و ارقام و تجهیزات آن است
دزدی	محیط و فعالیت	با دزدی، اختلاس و دیگر روش‌ها، نباید منابع شرکت را حیف و میل کرد.
	رقیبان <sup>۱</sup>	حقوق مالکیت رقیبان را محترم شمرده و به آن بهاء دهیم، از جمله حقوق مالکیت معنوی آن‌ها.

### ۳. اصل اعتبار و اعتماد

واژه اعتماد معنی ویژه‌ای دارد و نوعی تقید<sup>۲</sup> و وفای<sup>۳</sup> به محیط و فلسفه وجودی انسان است چه قانون ناظر باشد و چه نباشد.

مفهوم کلیدی	محور و مخاطب	معیار
قراردادها	تأمین کنندگان / شریکان	به تأمین کنندگان و شریکان خویش، به موقع و طبق آن چه قرار گذاشته‌اید، عمل نمایید
عهد و پیمان	همه افراد	به عهد و قرار خود پایبند بودن
تعهدات	همه افراد	تکلیف‌های آشکار و نهان خویش را نسبت به همه موکلان پاس بدارند.

1. Rival
2. Tied
3. Fidelity



#### ۴. اصل شفافیت:

یکی از اصول عمده و معیارهای اساسی در منشورهای اخلاقی جوامع و سازمانها قاعده شفافیت است یعنی انجام فعالیتها به شیوه‌ای صادقانه<sup>۱</sup> و آشکار و بدون فریب<sup>۲</sup> و نیرنگ و حفظ سوابق سوابق فعالیتها و فرایند کار<sup>۳</sup> است. این مهم یکی از عوامل اساسی حسن سلوک افراد با هم، برای هم و به سمت اهداف اجتماعی، فرهنگی، حرفه‌ای و سازمانی است. (Ifgh, 2006, p.91)

نمونه‌ای از مفاهیم کلیدی

مفهوم کلیدی	محور و مخاطب	معیار
صداقت	همه افراد	صادق باشد و در همه کارها پاسدار حقیقت باشد.
		داد و ستدها را دقیق و منصفانه ثبت می‌کند.
خدعه	تأمین کنندگان	با تأمین کنندگان و شریکان تجاری صادقانه معامله کن.
	مشتریان	از عرضه گزارش‌های گمراه کننده و فریب دهنده و نیز از حذف هدفمندانه برخی اطلاعات گزارش، در امور مربوط به مشتری چون بازاریابی <sup>۴</sup> ، فروش و پژوهش بپرهیزد.
	رقیبان	از به چنگ آوردن اطلاعات تجاری <sup>۵</sup> با ابزار غیر اخلاقی و غیر صادقانه بپرهیزد.
صفا و خلوص	کارکنان	با کارکنان به شیوه‌ای باز و صادقانه و با توجه به محدودیت‌های قانونی و رقابتی بحث کنید.
	عامه مردم	با مردم مناطقی که از نظر بهداشتی، زیست محیطی و ایمنی مرتبط با بنگاه شما هستند گفت و گو و مشورت کنید.

- 1 . Truth fully & sincerely
- 2 . Deceit
- 3 . Work process
- 4 . marketing
- 5 . Business Information

خواهان حسابرسی‌های بی‌طرفانه در تهیه گزارش‌ها باشید.	همه	واقع بینی
--	-----	-----------

### ۵. اصل منزلت:

شأن و منزلت افراد بسیار بالاست، این اصل در پاسداری از حرمت و شأن افراد است و 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 می‌دهد. (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 <sup>۱</sup> و اذیت روا شود
	همکاران نزدیک	همکارانی را برگزین که در کردار کارفرمایانه خود پاسدار منزلت و حقوق انسانی باشند.
	عامه مردم	در جای جای فعالیت‌ها خصوصاً در بخش سودآوری حقوق و منافع مردم را پاسداری کن.
	همه	حافظ تندرستی <sup>۲</sup> و ایمنی <sup>۳</sup> افراد باشید
تندرستی و ایمنی	مشتریان	مطمئن شوید که فرآورده‌ها و خدمات سازمان پاسدار یا افزاینده ایمنی و تندرستی است.
	کارکنان	کارکنان را در برابر جراحات‌ها و ناخوشی‌های قابل اجتناب مصون بدارید.

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

محیط کار را چنان بیارای که در آن نشانی از هیچ نوع سوء استفاده نباشد		
دست همکاری به سوی تأمین کنندگان و شریکانی دراز کن که در کردار پاسدار اصول و قواعد اخلاقی‌اند و همیشه ناظر بر بهداشت و ایمنی باش.	همکاران نزدیک	

### 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 هرگونه تبعیض در فعالیت‌های مختلف است.  
نمونه‌ای از مفاهیم کلیدی اصل انصاف

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
	افراد ذینفع	در همه جوانب داد و ستد با مشتری به انصاف رفتار کنید.
		قیمت‌هایی معین کنید که معقول و فراخور کیفیت باشند
	کارکنان	دستمزدی که می‌دهی عادلانه و معقول باشد
انصاف در رفتار	تأمین کنندگان شریکان تجاری	برای اقلیت‌ها و زنان فرصت برابر فراهم کنید.
	کارکنان	در رفتار با کارکنان و استخدام افراد تبعیض قایل نشوید.
	تأمین کنندگان/ 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، در دادن پیشنهاد یا درباره مسائل مربوط به بازار،
		از دادن پول‌های بحث‌برانگیز یا لطف و مرحمت مسئله انگیز برای تثبیت مزیت رقابتی بپرهیزد

خواهان تأمین کنندگان و شریکانی باشید که دامنه‌شان از آلودگی ارثاء و پرداخت‌های ناموجه پاک است.	تأمین کنندگان / شریکان تجاری	
با کارکنانی که سخن از نقض <sup>۱</sup> قانون یا مقررات زده‌اند، کینه توزی نکنید و سعی کنید آنها را اصلاح کنید.	کارکنان	سلوک جوانمردانه

### ۷. اصل شهروندی:

انتظار می‌رود که فرد شهروند مسئولیت‌پذیر 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 بپرهیزد و در جامعه صاحب نقش تعیین کننده باشد (Pain&other, 2006, p.87)

معیار	محور و مخاطب	مفهوم کلیدی
از قانون و مقررات اطاعت کنید	همه	قانون و مقررات
در پول شویی یا هر فعالیت غیر قانونی دیگری مانند بزه‌های سازمان یافته دیگر مشارکت نکنید.		
مانع حقوق قانونی سهام‌داران نشوید.	سرمایه‌گذاران	
پیرو قواعد رقابت باشید.	رقیبان	
پیرو قانون و اصول بومی و جهانی زیست بوم باشید.	عامه مردم	
پیرو قواعد مالیاتی بوده و به موقع بدهی مالیاتی خود را بپردازید.		
در رشوه ستادن و رشوه دادن و دیگر مفسده‌ها شرکت نکنید و بر آنها چشم نبندید.	همه	دارایی‌های عمومی
پاسدار طبیعت بوده و اگر می‌توانید آن را بهتر کنید.		

1 . Breach

پشتیبان توسعه پایدار باشید.		
مطمئن شوید فرآورده‌ها یا خدمات شما پاسدار یا نیروبخش طبیعت هستند.	مشتریان	
خواهان تأمین کنندگان و شریکانی باشید که خود را مطیع معیارهای بین‌المللی محیط زیست می‌دانند.	تأمین کنندگان/شریکان تجاری	
نداشتن حکم قطعی را بهانه عقب انداختن کارهای کم هزینه برای مقابله با تهدیدهای جدی علیه محیط زیست نکنید.	عامه مردم	

همانگونه که در اصل فوق و مفاهیم کلیدی آن شاهد هستیم رموز شهروندی بسیار وسیع و محورهای مختلفی را پوشش می‌دهند و تحقق آنها جامعه متعالی را رقم می‌زند که به قول لارتر رفتار انسانها در جامعه تابعی از مولفه‌های 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 می‌کنند. (Lorena, 1993, p.28)

#### ۸. اصل حساسیت:

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

مفهوم کلیدی	محور و مخاطب	معیار
توجه به دلواپسی‌ها	سرمایه گذاران	محترم شمردن درخواست‌ها، پیشنهادها، شکایت‌ها و حقوق رسمی مالکان
	مشتریان	عرضه فرآورده‌ها و خدماتی که از نظر مرغوب بودن در حد تأمین نیاز مشتری یا فراتر از آن است
		تلاش منظم برای تأمین نظر مشتری و دادن خدمات به موقع

بحث و مذاکره با نیت خیر به هنگام بروز تعارض		
حساس بودن به پیشنهادهای، خواسته‌ها و شکایت‌های کارکنان	کارکنان	

### مدلی از منشور اخلاقی

بسیاری از سازمانها، بانکها، مراکز آموزشی، صنایع و ادارات از مجموعه‌ای نظامنامه‌های اخلاقی که غالباً تحت عنوان منشور اخلاقی آورده می‌شوند و حاوی اصول و دستورهای ویژه محیطی و سازمانی است استفاده می‌کنند. در زیر نمونه‌ای از منشور اخلاقی دانشگاه را آورده ایم که حاوی نکات جالبی است (Pain&others, 2006, p.89)

#### منشور اخلاقی دانشگاه: (مطالعه موردی حاوی مولفه‌های مشترک در اغلب سازمانها)

از دیدگاه صاحب نظران، یک سازمان باید علاوه بر وظایف تشکیلاتی، فلسفه و رسالت اجتماعی نیز داشته باشد. منشور اخلاقی از جهتی بر دو وجه استوار است که در زیر به آنها اشاره می‌شود:

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

### محورهای منشور اخلاقی

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

## نتیجه‌گیری

مقاله منشور اخلاقی و فلسفه آن 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 همانطوری که اشاره شد دارای ابعاد فلسفی، روانی و قانونی است و مهمتر از همه محوریت اساسی و اصلی آن اخلاق است. یکی از ابعاد مهمی که به آن اشاره شد خودگروری اخلاقی است، یعنی انسانها ذاتاً خیرگرا و شرگریز هستند چون زندگی آنها بر مبنای فطرت خیر و پروردگی آنها اگر در محیط اخلاق‌گرا صورت گیرد رفتارهای آنها شریک خواهد شد لذا در تعاملات حرفه‌ای و سازمانی این مسئله را در منشورهای اخلاقی که تعهدآور حس درونی است نسبت می‌دهند و برخی جوامع مانند شرق آسیا چنان به آن پایبند هستند که به صورت آیینی و ارزشی در حد یک ایدئولوژی سازمانی با آن تعامل دارند و گویی 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 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 به صورت منشور کاربردی و نه صرفاً دستوری یا کلی مطرح نماییم.

۲. استفاده و بهره‌گیری از فرایند رفتارمدار در تدوین منشورهای اخلاقی امری بایسته و ارزشمند است و تجارب منشورهای نوشته شده به صورت آموزه‌های عملی و کاربردی قابل عنایت است.

۳. توجه به مبانی ارزشی و دینی جامعه اسلامی را که مملو از منشورهای اخلاقی، دینی و رفتاری است می‌توان در همه ابعاد مورد نظر سازمان تسری داد از جمله سیره فاخر و ارزشمند اولیا و پیشوایان که می‌تواند منبع خوبی برای تدوین منشورهای اخلاقی باشد.

۴. بهره‌گیری از منشورهای اخلاقی در همه ابعاد سازمان و برای افراد ذریبط، ذینفع، ذی علاقه، ذی نفوذ.

۵. معیارهای جهانی کسب و کار در امر اخلاق کاری و حرفه‌ای نشانگر ابعاد جدید و ارزشمندی درباره اصول رفتاری و اخلاق کاری است که در قلب این شاخص‌ها، مجموعه

معیارهایی قرار دارند که کم و بیش بر 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؛

۷. بهره‌گیری از آموزشهای سریع، سمینارهای ساعتی، بولتن‌ها و اطلاعیه‌های اخلاقی در سازمان که تمرکز اندیشه به همراه دارند می‌توانند به صورت به نهادینه شدن اخلاق حرفه‌ای یاری رسانند.

## منابع

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
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, Iowa: Kendal Hunt.
17. Rawls, J. (1991) A theory of justice: combridge .mass: Harward university press.
18. Robinns stephin 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 helpessness. Journal of personality an social psychology, no. 46.p
20. Sergiovanni, Thomas J. (1991) The principal ship behavior - study. Paper presented at the annual meeting of the midsouth

- Educational Research Associations. Knoxville Tennessee.
21. Sheikh, Sonja (2002) support services for micro, small and sole proprietor's Business: Vienna: Eropean commission
  22. Super, Donald E. (1975). The psychology of careers. New York, Harper.

