

اخلاق حرفه ای

دکتر جعفر بیگ زاده^۱ - دکتر علیرضا حسین پور سنبلی^۲ - محمد صادقی^۳

چکیده

در این مقاله پس از مقدمه ای کوتاه، واژه کاوی اخلاق، حرفه، تعریف اخلاقیات، اخلاق جهانی، اخلاق حرفه ای و حاکمیت اخلاق حرفه ای مورد بررسی قرار می گیرد و بر اساس آن به اهمیت و ضرورت اخلاق حرفه ای در سازمان پرداخته می شود. سپس بر مبنای دیدگاه‌های اخلاقی و آثار آن در سازمان، مفهوم و محتوای آنها به اختصار بیان می شود، در نهایت آثار سازمانی و فراسازمانی اخلاق حرفه ای مورد بررسی قرار می گیرد.

مقدمه

اخلاق حرفه ای در دهه اخیر مورد توجه بسیاری از سازمانهای ایرانی قرار گرفته است. سازمانها برای کسب و حفظ مزیت رقابتی ناگزیرند نسبت به تغییرات در دنیای کسب کار حساسیت نشان دهند و تلاش کنند خدمات و محصولات منحصر به فردی ارائه نمایند تا اثربخشی خود را در مقابل تغییر و تحولات حفظ کنند. اخلاق حرفه ای، مانند شمشیر دولبه ای است که یک لبه آن تهدید است. ضعف در سیستم اخلاقیات، منجر به کاهش ارتباطات و افزایش خسارت در سازمان می گردد و مدیریت، بیشتر بر روی کنترل گذشته نگر تکیه خواهد کرد؛ زیرا افراد به مدیریت، اطلاعات را نمی رسانند و در این صورت، انرژی سازمان به انرژی منفی تبدیل می شود و به عبارت دیگر، توان سازمان به جای آن که صرف هدف شود، صرف شایعه، غیبت، کم کاری و... خواهد شد. لبه دیگر این شمشیر، فرصت است. اخلاق حرفه ای، تأثیر چشم گیری بر روی فعالیت ها و نتایج سازمان دارد. اخلاق حرفه ای، بهره وری را افزایش می دهد، ارتباطات را بهبود می بخشد و درجه ریسک را کاهش می دهد؛ زیرا هنگامی که اخلاق حرفه ای در سازمان حاکم است، جریان اطلاعات به راحتی تسهیل می گردد و مدیر قبل از ایجاد حادثه، از آن مطلع می گردد (یقین لو، ۱۳۸۲).

۱- دکترای تخصصی مدیریت دولتی و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بناب
۲- دکترای تخصصی مدیریت دولتی و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بناب
۳- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بناب

با یکدیگر با در نظر گرفتن یک مجموعه اصول و قوانین می‌باشد. به صورت تخصصی، حرفه زمینه ساز ارتباط کارمندان با یکدیگر در اجتماع می باشد (Koehn, 2001, p.1). حرفه به عنوان مهارتی، شامل تمام یا بخشی از دانش و توانایی در به کار گیری دانش برای عملی سودمند و ارتباط با دیگران تعریف می شود (Ozar, 2000, p.6). واژه حرفه کاربردهای فراوان دارد و مفهوم آن نیز از تطور تاریخی فراوانی برخوردار است. عام ترین کاربرد حرفه به معنای پیشه، شغل، کار و کسب است. مفهوم اصطلاحی حرفه از دیر باز متفاوت با کار و حتی شغل به کار می رود.

اشتغال یکی از مؤلفه های حرفه است. مؤلفه دیگر روزی به دست آوردن از طریق اشتغال است. مؤلفه سوم، اختیار در کار و اشتغال است. حرفه یک کار اختیاری است. مؤلفه مهم خدمت محوری، متمرکز بودن، مفید بودن یا مطلوبیت اجتماعی حرفه است. مؤلفه پنجم، برخورداری از دانش، مهارت، و توانایی است. قدما از این مؤلفه سه وجهی (دانش، مهارت و توانایی) به صناعت تعبیر می کنند. و لذا دهخدا در تعریف حرفه می گوید: صناعت که روزی بدان به دست آید. تمایز صناعت از صرف کار در سه عنصر دانش، مهارت و توانایی است (فرامرزفراملکی، ۱۳۸۷، ۱۶۷).

تعریف اخلاقیات

۱. اخلاقیات به عنوان سیستمی از ارزش‌ها و باید و نبایدها تعریف می شود که بر اساس آن نیک و بدهای سازمان مشخص می گردند و عمل بد از خوب متمایز می شود (الوانی، ۱۳۸۳، ۱).
۲. اخلاقیات عبارت است از شیوه برخورد با خوب و بد با توجه به تعهدات ارزشی، اعتقادی و اخلاقی فرد و جامعه. به عبارت دیگر، می توان گفت اخلاقیات نشان دهنده بینش انسان در مورد جهان و آدمیان است و عدالت و انصاف از جمله مفاهیمی است که بر اساس همین بینش تعریف و تبیین می شود (ابطحی، ۱۳۷۶، ۴۶).
۳. اخلاقیات به عنوان مجموعه ای از اصول، اغلب به عنوان منشوری که برای راهنمایی و هدایت استفاده می شوند، تعریف شده اند (آلن لاوتن، ۱۳۸۱، ۳۰).
۴. اخلاق الگوی ارتباطی مبتنی بر رعایت حقوق طرف ارتباط است. به دیگر سخن، اخلاق مسئولیت پذیری در قبال حقوق افراد است (فرامرزفراملکی، ۱۳۸۷، ۱۳۷).
۵. کوناک و جونز اخلاقیات را این گونه تعریف کرده اند: اخلاقیات به انصاف، راستی و درستی مربوط می گردد و به تصمیم گیری در خصوص این که چه چیز خوب است و چه

واژه کاوی اخلاق

اخلاق جمع خلق معادل واژه Moral، در لغت به معنی خوی، رفتار عادت شده و مزاج به کار رفته است که گاهی آن را وصف حالت یا رفتار می دانیم که در این مفهوم به حالت درونی و ملکه نفسانی اطلاق می شود و گاهی نیز مراد ما از آن دانش نظام مند Ethics است. در این کاربرد، اخلاق علمی است که از خوب و بد بحث می کند (شالیباف، ۱۳۸۸، ۹۵).

امروزه در مباحث مربوط به اخلاق، عمدتاً پنج اصطلاح رایج است: اول Morality است که به اخلاق عملی رایج در جامعه اطلاق می شود. دیگری Ethics است به عنوان علم نظری اخلاق، که در آن بحث می شود چه کارهایی از نظر اخلاقی خوب و بایسته و چه کارهایی بد و ناپسند است. سومین اصطلاح Meta-ethics یا فرا اخلاق است که می توان آن را فلسفه علم

اخلاق نامید زیرا غربیان، اغلب فلسفه را علم علم می دانند و فرا اخلاق نیز علمی درجه دوم درباره علم اخلاق است که دیر زمانی از پیدایش آن نمی گذرد و می توان آن را محصول قرن بیستم دانست. مهمترین مسائلی که در فرا اخلاق مطرح است، تقسیم مکاتب فلسفی اخلاق به شناختگرا و غیرشناختگرا

است و نیز چگونگی ارتباط بین قضایای دارای «است» و «نیست» با قضایای دارای باید و نباید و تبیین رابطه علم اخلاق با دیگر علوم و دانش‌ها. چهارمین اصطلاح Moral philosophy یا فلسفه اخلاق است که در آن درباره مسائلی از قبیل «معیار فعل اخلاقی» ملاک خوبی و بدی افعال، ماهیت سعادت و یا به طور کلی مبادی تصدیقیه علم اخلاق بحث می شود. پنجمین اصطلاح Descriptive Ethics یا اخلاق توصیفی است که در آن اخلاقیات و عقاید اخلاقی جوامع از دیدگاه‌های مختلف تاریخی، روانشناسانه و جمعیت شناسانه و ... مورد مطالعه قرار می گیرد (رضانی فرانی، ۱۳۷۵، ۸۹).

اخلاق به عنوان تنظیم کننده روابط میان انسان‌ها، همواره از اهمیت بسیاری برخوردار بوده است. در مدیریت نیز این ساز و کار درونی، بدون آن که نیاز به اهرم‌های بیرونی داشته باشد، قادر است عملکردهای اخلاقی را به وجود آورد. نقش اخلاق در عملکردها و رفتارها، در تصمیم گیری‌ها و انتخاب‌ها، و در برخوردها و ارتباطات مهم و تعیین کننده است و از این رو است که امروزه بحث اخلاقیات و مدیریت یکی از مباحث عمده رشته مدیریت گردیده است (الوانی، ۱۳۸۳، ۱).

حرفه

حرفه اصطلاح رایجی است که در بر گیرنده ارتباط اشخاص

چیز بد، و به فعالیت ها و قواعدی که رفتار پاسخگویانه را بین افراد و گروهها پی ریزی می کند (ابزری و یزدان شناس، ۱۳۸۶، ۷).

با توجه به تعاریف ارائه شده می توان اخلاق را مجموعه ای از صفات روحی و باطنی انسان تعریف کرد که به صورت اعمال و رفتاری که از خلقیات درونی انسان ناشی می شود، بروز ظاهری پیدا می کند و بدین سبب گفته می شود که اخلاق را از طریق آثارش می توان تعریف کرد. استمرار یک نوع رفتار خاص، دلیل بر آن است که این رفتار یک ریشه درونی و باطنی در عمق جان و روح فرد یافته است که آن ریشه را خلق و اخلاق می نامند.

اخلاق حرفه ای

اخلاق نمایان کننده شخصیت فرد است و این اخلاق حرفه ای است که شخص را به شکل مطلوب چه در جامعه و چه در بین همکارانش مطرح می کند. در چارچوب این اخلاق حرفه ای است که نقش پذیری افراد در جامعه شکل می گیرد و انسان ها را به هم معطوف تر می کند، ارتباط اجتماعی بین اشخاص را گسترش می دهد یک مجموعه از هنجارها و رفتارهای درونی اخلاقی را بین کارمندان و مدیران به وجود می آورد و همچنین در انجام فعالیت ها و امور اداری و غیر اداری که مربوط به ارباب رجوع می شود، نقش مهمی را ایفاء می کند. اخلاق حرفه ای در واقع به نوبه خود باعث تحریک بسیاری از محرکها و رفع بسیاری از ناهنجاریها می شود (Koehn, 2001, p.1).

اخلاق حرفه ای در مفهوم سازی های اولیه به معنای اخلاق کار و مشاغل به کار می رفت و امروزه نیز برخی نویسندگان اخلاق حرفه ای را به معنای نخستین آن تعریف می کنند. نمونه هایی از این قسم تعاریف قابل تأمل اند:

- شیوه های رفتاری متداول در میان اهل یک حرفه است.
- مدیریت رفتار و کردار آدمی هنگام انجام کارهای حرفه ای است.
- رشته ای از دانش اخلاق است که روابط شغلی را مورد مطالعه قرار می دهد.

اخلاق حرفه ای شاخه ای از اخلاق کاربردی است که به مباحث اخلاقی در حرفه می پردازد. صاحبان حرفه، از دانش اخلاق دو توقع دارند: بیان نظام مند مسؤلیت های اخلاقی در حرفه و تشخیص دقیق و حل اثربخش مسائل اخلاق حرفه. در اخلاق حرفه ای دو رهیافت سنتی و جدید وجود دارد. رهیافت سنتی، روی آورد مدیریت منابع انسانی به اخلاق حرفه ای است که بر مسؤلیت های اخلاقی افراد در مشاغل و حرف حصر توجه می کند و رهیافت جدید که در دهه های اخیر رواج یافته است، رویکرد مدیریت استراتژیک به اخلاق حرفه ای است. در این رهیافت به مسؤلیت پذیری سازمان با نگرش سیستمی عطف توجه می شود (فرامرز قراملکی، ۱۳۸۷، ۱۷۴).

حاکمیت اخلاق حرفه ای

حاکمیت اخلاق حرفه ای، منافع زیادی برای سازمان از بعد داخلی از جنبه های بهبود روابط، افزایش جو تفاهم و کاهش تعارضات، افزایش تعهد و مسؤلیت پذیری بیشتر کارکنان و کاهش هزینه های ناشی از کنترل دارد و از دیدگاه مسؤلیت اجتماعی نیز از راه افزایش مشروعیت سازمان و اقدامات آن، التزام اخلاقی در توجه به اهمیت ذینفعان، افزایش درآمد، سودآوری و بهبود مزیت رقابتی، و...، توفیق سازمانی را تحت تاثیر قرار می دهد.

بنابراین حاکمیت اخلاق حرفه ای در سازمان، قادر است به میزان بسیار چشم گیری سازمان را در جهت کاهش تنش ها و موفقیت در تحقق اثربخش اهداف یاری نماید و سازمان را پاسخگو سازد.

امروزه داشتن اخلاق حرفه ای، به عنوان یک مزیت رقابتی در سازمان مطرح می باشد. فرد دیوید در مدیریت استراتژیک بر آن است که: در سازمان، اصول اخلاقی خوب از پیش شرط های مدیریت استراتژیک خوب است اصول اخلاقی خوب یعنی شرکت خوب. وی بر این باور است که روز به روز اعتقاد به این که پایبندی به اخلاق موجب ایجاد مزیت استراتژیک می شود در میان مدیران فراگیرتر می شود (فرامرز قراملکی، ۱۳۸۷، ۱۰۵-۱۰۶).

ضرورت اخلاق حرفه ای در سازمان

یکی از عمده ترین دغدغه های مدیران کارآمد در سطوح مختلف، چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای عوامل انسانی شاغل در تمام حرفه ها است تا با حس مسئولیت و تعهد کامل به مسایل در جامعه و حرفه خود، به کار بپردازند و اصول اخلاقی حاکم بر شغل و حرفه خود را رعایت کنند.

با توجه به آثار مثبتی که اخلاق حرفه ای دارد می توان گفت که یکی از مهمترین عوامل کلیدی موفقیت سازمانها، اخلاق حرفه ای است. هر قدر اخلاق حرفه ای در سازمانها از سوی مدیران و کارکنان مورد توجه قرار گیرد، سازمان در نیل به اهداف پیش بینی شده توفیق بیشتری خواهد داشت.

امروزه اصول اخلاق حرفه ای یک پیش شرط در مدیریت سازمانها محسوب می شود اگر بپذیریم که کارکردهای مدیریت در معنای واقعی مرتبط با مسئولیت و مسئولیت پذیری است و مسئولیت را از پایبندی به رعایت اصول اخلاقی منبعث بدانیم به این اصل اساسی می رسیم که اخلاق حرفه ای یک دانش است که باید بر مبنای یک سیرت منطقی و عقلانی ایجاد و پشتیبانی شود. ضعف در سیستم اخلاقیات منجر به کاهش ارتباطات و افزایش خسارات سازمانی می گردد. این مفروضات امروزه تا حدی اهمیت یافته است که موفقیت را برگرفته از اخلاق حرفه ای می دانند و اخلاق حرفه ای را مرتبط با

با توجه به آثار مثبتی که اخلاق حرفه ای دارد می توان گفت که یکی از مهمترین عوامل کلیدی موفقیت سازمانها، اخلاق حرفه ای است. هر چقدر اخلاق حرفه ای در سازمانها از سوی مدیران و کارکنان مورد توجه قرار گیرد، سازمان در نیل به اهداف پیش بینی شده توفیق بیشتری خواهد داشت.

اعتمادآفرینی فرض می کنند. پیترو دراکر در اهمیت اخلاق ورزی مدیران به ویژه مدیران عالی می گوید: اگر مدیر فاقد اخلاق نیکو باشد یا درست کار نباشد، روح و حیات سازمان را تباه می کند. نکته ای که حائز اهمیت است این است که بهره وری را می توان با استفاده از سازوکارهای مختلف اندازه گیری کرد اما قوت و ضعف اخلاقیات در سازمان، فاکتوری است که حساسیت آن به مراتب بیشتر از بهره وری است. ضعف اخلاق در سازمان چشم سازمان را بر واقعیت های محیطی در حال تزلزل می بندد و هر مجموعه ای را دچار آسیب پذیری و عقب ماندگی می کند. اصولا اخلاق بخشی از استدلال منطقی در زمینه اداره عقلانی سازمان است که می تواند گردش اطلاعات را سامان و افزایش دهد. افزایش توانمندی استدلال نیز نتیجه قوت اخلاق سازمانی است که امروزه به عنوان مزیت استراتژیک مطرح است. اخلاق حرفه ای سازمانی، فرایندی عقلانی برای کشف گزینه های تصمیمی و رفتاری است. اخلاق حرفه ای یک تعهد جمعی یا تلاش جمعی و سیستمی برای اخذ نتایج است. موارد اخلاقی در سازمان به سرعت پیچیده می شوند به طوری که حتی حرفه ای ترین مدیران نیز باید آنها را شناخته و تأثیر آنها را در سازمان درک کنند. هنگامی که مدیران دریابند که اخلاق حسنه در بهبود رفتار آنان چه نقشی می تواند داشته باشد برای همیشه متحول خواهند شد. هرگاه اخلاق حسنه در سازمان جاری شود مدیران به توانایی دیدن چیزهایی دست می یابند که قبلا نمی توانستند آنها را ببینند.

دیدگاه های اخلاقی و آثار آن در سازمان

۱. دیدگاه غایت مندی و نتیجه گرایی:

در این دیدگاه، عملی اخلاقی محسوب می شود که نتیجه دلخواه را حاصل نماید. بنابراین برای آن که اخلاقی بودن عملی را اثبات کنیم باید به نتایج و پیامدهای آن بنگریم. این دیدگاه به دو نظریه فرعی تقسیم می شود: یکی خویشتن خواهی یا اصلت نفع فردی و دیگری سودمندگرایی یا اصلت فایده. در نظریه اصلت نفع فردی، رفتار قابل قبول را باید در برابر نتیجه ای که برای فرد در بر دارد، ارزیابی نمود. طرفداران این نظریه معتقدند به دنبال سود شخصی و نفع فردی رفتن و آن را به حداکثر رسانیدن عملی پسندیده و قابل تحسین است و نباید منع شود. نظریه اصلت نفع فردی به صورت متعالی نیز مطرح شده که آنرا اصلت نفع

فردی تنویری نامیده اند. در این حالت علاوه بر نفع فردی به منافع جامعه نیز توجه می شود، اما نتیجه حاصله برای فرد همچنان از اهمیت برخوردار بوده و نقش تعیین کننده خود را حفظ کرده است. در نظریه سودمند گرایی یا اصالت فایده، نتیجه همچنان از اهمیت برخوردار است، اما تلاش در آن است که بیشترین منفعت برای بیشترین افراد حاصل گردد. طرفداران اصالت فایده معتقدند که باید در سازمان تصمیماتی اتخاذ شود که منفعت کل را حداکثر سازد.

۲. دیدگاه تعهد اخلاقی نسبت به رعایت حقوق افراد:

در این دیدگاه، تمرکز بر رعایت حقوق افراد و نیت و قصد آنان در اعمال و رفتارشان می باشد. در این دیدگاه باید برای تمامی افراد انسانی حرمت و ارزش قائل بود و نمی توان حق یک انسان را به خاطر نتیجه ای که برای جمع دارد پایمال نمود. از این رو این دیدگاه را «حرمت انسانی» نیز نامیده اند.

حقوقی چون آزادی بیان، آزادی انتخاب حرفه، آزادی در حریم زندگی خصوصی و شخصی و آزادی در دریافت اطلاعات، برای افراد همیشه محفوظ است و سازمانها باید این حقوق را محترم شمرده و در احقاق آن برای اعضاء خود تلاش کنند و از سوی دیگر قصد و نیت فرد نیز در این دیدگاه از اهمیت فراوانی برخوردار است، بدین معنی که نیت فرد در رفتار او باید مبتنی بر مصلحت و خیرخواهی باشد و قصد او ضایع ساختن حقوق دیگران نباشد.

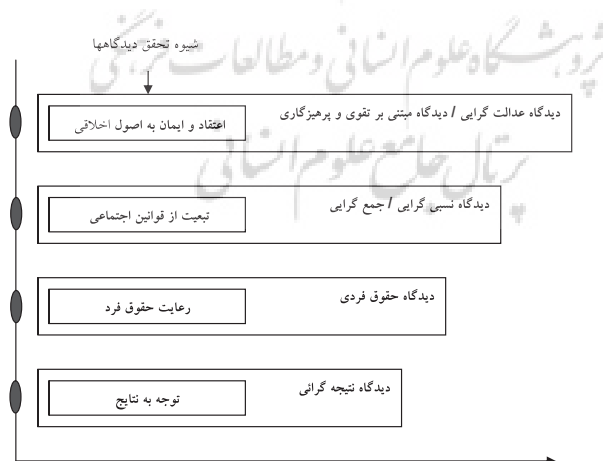
۳. دیدگاه نسبی گرایی:

در این دیدگاه، اخلاق تابع شرایط می شود و گزاره های اخلاقی در هر وضعیتی متفاوت خواهند بود. نسبی گرایان معتقدند سازمانها و جوامع در حال تغییرند و مقتضیات و شرایط دائما در حال دگرگونی اند و بنابراین باید دید در هر دوره و شرایطی در چه موردی اجماع وجود دارد و همان نظر اجماعی را به عنوان اصل اخلاقی پذیرفت. طرفداران این دیدگاه نظر جمع را ملاک اخلاقی بودن اعمال می دانند و جامعه را عامل مهمی در شکل گیری اصول اخلاقی می دانند.

۴. دیدگاه اخلاقی مبتنی بر تقوی و پرهیزکاری:

در این دیدگاه اصول اخلاقی حالتی مطلق به خود می گیرند و ارزشهایی چون راستگویی، صداقت، درستکاری و امانت، اخلاقی محسوب می شوند و در مقابل آنها دروغگویی، فریب کاری، نادرستی و پیمان شکنی، ضد ارزش به شمار می آیند. پرهیزکاری و تقوی در افراد موجب می شود تا ارزشها را پاس دارند و فراتر از هنجارها و نرمهای جامعه و سازمان قدم برنداشته و خوب و بدهای پرهیزکارانه را ملاک عمل خود قرار دهند (الوانی، ۱۳۸۳، ۲-۵).

دیدگاه های مختلف اخلاقی



توسعه و رشد انسانی (کمال)

منبع: سید مهدی، الوانی، (۱۳۸۳)، اخلاقیات و مدیریت به سوی نظام اخلاقیات یکپارچه در سازمان، فصلنامه مطالعات مدیریت، شماره ۴۲-۴۱، بهار و تابستان.

آثار سازمانی و فراسازمانی اخلاق حرفه ای

اخلاق حرفه ای می تواند پیش بینی بنگاه را افزایش داده و آن نیز موجب اعتماد اصیل، راسخ و پدروانه ای نسبت به سازمان گردد و سازمان با اتکاء به اعتماد در جذب منابع مالی و اعتباری موفق گردد، انگیزش درونی و پایداری را در کارکنان و مدیران ایجاد نماید، منابع انسانی متخصص را جذب کند، با افزایش مزیت رقابتی به جایگاه انحصاری در بازار دست یابد، با اصلاح و تهذیب فرهنگ سازمانی انرژی منفی ناشی از معضلات اخلاقی را مهار کند و تنش های سازمانی را به نحو اثربخش مدیریت شود. حاکمیت اخلاق در فرهنگ سازمانی نقش مهمی در تبدیل تهدید به فرصت دارد (فرامرز قراملکی، ۱۳۸۷، ۱۰۴). اخلاق حرفه ای هم بستری های فرا سازمانی دارد و هم آثار و نتایج فرا سازمانی به ارمغان می آورد. ترویج اخلاق در بنگاه و تعالی اخلاقی فرهنگ سازمانی نه تنها محیط با نشاط و مساعد برای افزایش بهره وری می آفریند بلکه فراتر از سازمان، نقش مؤثری در جامعه نیز دارد. بهداشت، سلامتی و فراتر از آنها تعالی اخلاقی جامعه از بنگاه ها و سازمانهای آن سخت متأثر است (فرامرز قراملکی، ۱۳۸۷، ۱۱۲). افراد در جامعه برای اینکه خدمات رسانی مفید و همچنین توانایی بیشتری برای انجام کارشان با استانداردهای بالا را داشته باشند باید آموزش اخلاق حرفه ای را در خود نهادینه کنند. اخلاق حرفه ای در مقابل ناهنجاری اجتماعی و رفتاری نقش بسیار مهمی را ایفاء می نماید می توان گفت که اخلاق سازمانی وجودش به اخلاق حرفه ای بر می گردد. اگر بخواهیم این دو را مقایسه کنیم به این نتیجه خواهیم رسید که رعایت و بکار گیری استانداردهای کاربردی اخلاق حرفه ای در اخلاق سازمانی نقش مهمی ایفاء می نماید و این دو در بعد وسیعی در ارتباط می باشند. کلون و کاژین (۱۹۹۸) معتقدند که ارزش های کاربردی یک حرفه در داخل سازمان مرتبط با اخلاق حرفه ای می باشد. کارکنان با داشتن اخلاق حرفه ای و ارزش ها و باورهای درست اخلاقی به این باور خواهند رسید که رشد فکری و شغلی شان مستلزم داشتن اخلاق حرفه ای می باشد (Ozar, 2000, p.6).

ساختار اخلاقی به عنوان تقویت کننده اخلاق حرفه ای در خدمات رسانی عمومی و کمک به افراد جامعه برای هدایت خودشان در یک محیط اجتماعی فرض می شود و توصیف کننده فرایندهایی است که قوانین مطلوب جامعه را تشویق به اجرا کرده تا به اهداف سازمانی یا حرفه ای شان برسند. از عناصر تشکیل دهنده ساختار اخلاقی به مواردی همچون مسئولیت پذیری، سیستم های کنترلی، ارتباطات اجتماعی و همکاری های داخل سازمانی، شرایط خدمات رسانی و همچنین عمل کردن به سه نکته کاربردی کنترل، راهنمایی و مدیریت می توان اشاره کرد. این عناصر تشکیل دهنده می بایستی به عنوان یک ساختار اخلاقی در بین سازمان ها رایج شده بدین معنی که عناصر ساختار سازمانی مرتبط با اخلاق حرفه ای درون سازمانی و برون سازمانی شود. اگر سازمانی دارای ساختار اخلاقی با توجه به عناصر ذکر شده باشد دانش انسانی درون سازمانی آن افزایش و همکاری های داخل سازمانی آن بهتر و در نتیجه عملکرد سازمان بهبود می یابد و افرادی که در درون سازمان با هم کار می کنند نسبت به هم اعتماد بهتری خواهند داشت. جو اخلاقی سازمان مجموعه ای مشترک از ادراکات مربوط به رفتار صحیح و طریق برخورد با مسائل اخلاقی است. این جو، آهنگ تصمیم گیری در تمام سطوح و شرایط را تعیین می کند. عوامل بسیاری در جوهای اخلاقی متفاوت سازمان ها ممکن است مورد توجه قرار گیرند. جو اخلاقی می تواند از آنچه که بیشتر افراد به درست بودنش اعتقاد دارند، حمایت کند. در بسیاری از سازمان ها شاید هنگام رویارویی با تصمیم گیری های مشکل، کارایی مهم تر از ملاحظات اجتماعی باشد. در کنار سایر جنبه های فرهنگ سازمانی، جو اخلاقی نیز به طور کلی تأثیر مهمی بر رفتار افراد و سازمان خواهد داشت. وقتی که شرایط محیط اخلاقی روشن و مثبت است، هر کس می داند که در بروز بلا تکلیفی اخلاقی اجتناب ناپذیر، چه باید بکند. بنابراین، افراد با اطمینان عمل می کنند و کاملاً مطمئن هستند که توسط مدیریت عالی و تمام سازمان حمایت خواهند شد (شمرهون و همکاران، ۱۳۸۶، ۳۷۰).

نتیجه گیری

دین اسلام منبعی عظیم و سرشار از آموزه هایی است که سازمان می تواند با کمک آن زمینه رشد اخلاق افراد را فراهم کند چون اخلاق مسئله ای درونی و زیر بنائی است. هدف باید پرورش انسان هایی باشد که بتوانند با اندیشه ای خلاق با مشکلات روبرو شده و به حل آنها بپردازند. به گونه ای که انسان ها بتوانند به خوبی با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و با بهره گیری از دانش جمعی و تولید افکار نو مشکلات را از میان بردارند. یکی از شرایط لازم برای پدیدار شدن افکار نو، وجود آرامش در محیط سازمان است. با افزایش سپرده گذاری های اخلاقی می توان شرایط را برای شکل گیری یک محیط آرام در سازمان و جامعه فراهم کرد و به اهداف تعیین شده نزدیک تر شد. عناصر تشکیل دهنده اخلاق حرفه ای همچون مسئولیت پذیری، سیستم کنترلی، ارتباطات اجتماعی و همکاری های داخلی سازمانی، شرایط مناسب خدمات رسانی و... به سازمان کمک می کند تا رشد و پویایی لازم را در زمینه دانش انسانی و همکاری داخل سازمانی کسب نماید و کارکنان با احساس تعلق و وفاداری و مشارکت جمعی در تصمیم گیری، نسبت به انجام امور محوله در راستای اهداف از پیش تعیین شده سازمان گام برداشته و به عنوان بازوی مهم سطوح بالاتر سازمان عمل خواهد نمود.

از طرف دیگر کاهش سپرده گذاری های اخلاقی در سازمان سبب می شود که زمینه برای گسسته شدن روابط اجتماعی کارکنان گسترش یافته و باسستی این پیوندها شرایط لازم برای بروز خلاقیت، موفقیت و همکاری های داخلی در سازمان وجود نداشته، زیرا فرصتی برای تفکر نیست.

منابع

۱. ابزاری، مهدی و یزدان شناس، مهدی، (۱۳۸۶)، مسئولیت اجتماعی و اخلاق کار در مدیریت کیفیت نوین، فرهنگ مدیریت، شماره ۱۵، بهار و تابستان، صص ۴۲-۵.
۲. الوانی، سید مهدی، (۱۳۸۳)، اخلاقیات و مدیریت؛ به سوی نظام اخلاقیات یکپارچه در سازمان، فصلنامه مطالعات مدیریت، شماره ۴۲ و ۴۱، صص ۱-۱۱.
۳. ایندلی، ریچارد، (۱۳۷۵)، ماهیت فلسفه اخلاق، محمدعلی، رضائی، فصلنامه مصباح، شماره ۱۸، صص ۹۰-۱۱۶
۴. شالیف، عدرا، (۱۳۸۸)، نگاهی به معضلات و الگوی راهبردی ترویج اخلاق در سازمان های آموزشی، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال چهارم، شماره ۱ و ۲، صص ۹۵
۵. فرامرز قراملکی، احد، (۱۳۸۷)، درآمدی بر اخلاق حرفه ای، تهران، انتشارات سرآمد، چاپ اول
۶. فرامرز قراملکی، احد، (۱۳۸۷)، سازمان های اخلاقی در کسب و کار، قم، نشر مجنون، چاپ سوم
۷. لاوتن، الن، (۱۳۸۴)، مدیریت اخلاقی در خدمات دولتی، محمدرضا، ربیعی مندجین و حسن، گیوریان، تهران، یکان، چاپ دوم
۸. یقین لو، مهرانگیز و جواهردشتی، فرانک و خلیلی عراقی، مزیم، (۱۳۸۲)، اصول اخلاق حرفه ای از تدوین تا عمل (بخش نخست)، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۳۵، صص ۸۰-۸۸.

1. Bagueiro. Hernandes, Alberto, (2005), Ethical Structure: A Proposed Concept For Ethics Management in Mexican Public Service and Non For Profit Organizations, Mecxico, Humanities, and Social Science, PP.1-15.
2. Koehn , Dary, (2001), The Ground of professional Ethics, New york, Teylor & Francis.
3. Ozar, David and Berg, Jessica, and Werhane, patricia.h and Emaruel, Linda,(2000), Organizational ethics in Health Care, American, Medical Association.

کار و جامعه