

## رویکردی نوین به اخلاق حرفه ای در سازمان ها

### الناز امانی<sup>۱</sup>، پرویز سعیدی<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup>دانشجوی دکتری، گروه صنعتی- مالی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران  
<sup>۲</sup>گروه حسابداری و مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

نویسنده مسئول:

الناز امانی



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

تالار جامع علوم انسانی

### چکیده

پژوهش حاضر با هدف مروری بر اخلاق حرفه ای در سازمان ها از نوع توصیفی به مطالب پرداخته است. آن چیزی که در مواجهه با مفهوم اخلاق حرفه باید مد نظر ما قرار گیرد، این است که نخست اخلاق حرفه ای، دربرگیرنده اخلاق فردی و اخلاق شغلی است، اما از هر دو فراتر رفته و به سازمان به مثابه یک مجموعه حقوقی ناظر می نگرد. دوم آنکه امروزه رویکردی استراتژیک به اخلاق حرفه ای پیدا شده است و به همین دلیل مسئولیت معنوی شرکت به مدیران استراتژیست واگذار شده؛ نه به واحد پرسنلی و نه حتی به مدیران اجرایی. سوم آنکه در حوزه اخلاق باید دو نوع رویکرد "فضیلت گرایانه" و "مسئله محور" را از یکدیگر تفکیک کرد. نگرش سنتی به معضلات اخلاقی صرفاً "فضیلت محور" است، نه "مسئله محور"؛ در حالی که آنچه از معضلات اخلاقی سازمانی گره گشایی می کند، رویکرد "مسئله محور" است. نتایج تحقیق حاکی از آن است که رعایت اخلاق حرفه ای در سازمان، امری لازم و ضروری است تا سازمان از یک سو جامعه را دچار تعارض نکند و از سوی دیگر، با اتخاذ تصمیمات منطقی و خردمندانه منافع بلندمدت خود را تضمین کند.

**کلمات کلیدی:** اخلاق حرفه ای، رویکرد، سازمان، اخلاق فردی، اخلاق شغلی.

## مقدمه

در دوره کنونی، سازمان‌ها جایگاه برجسته‌ای در ساختار فرهنگی و اجتماعی جوامع پیدا کرده‌اند. بسیاری از فعالیت‌های اساسی و حیاتی مربوط به زندگی مردم، در سازمان‌ها انجام می‌شود و زندگی بدون وجود سازمان‌های گوناگون، تقریباً ناممکن است. با وجود این، دستیابی به موفقیت و پیشرفت همه‌جانبه و تأمین رفاه و آسایش، به‌صرف وجود سازمان‌ها تحقق نمی‌یابد؛ بلکه برای این منظور به سازمان‌های کارآمد و اثربخش نیاز است. برای آنکه سازمان‌ها بتوانند اکنون در محیط خود پایدار بمانند و در بلندمدت نیز قادر باشند با محیط خود سازگار شده، و پیوسته توانایی‌های لازم را برای بقای خود ایجاد کنند و گسترش دهند، لازم است از سلامت سازمانی «organizational health» برخوردار باشند (علاقه‌بند، ۱۳۷۸، ص ۱۶) برای سالم‌سازی محیط سازمانی، دو سازوکار وجود دارد: یکی سازوکار قانون و دیگری سازوکار اخلاق که فراتر از قانون است و به‌صورت پایدار و نهادی می‌تواند سالم‌سازی را به‌صورت فرایند بر سازمان حاکم کند

اخلاق حرفه‌ای، حوزه‌ای تخصصی در دانش اخلاق است که به تبیین و تحلیل مسئولیت‌ها و تکالیف اخلاق کارکنان و سازمان‌ها در کسب و کار می‌پردازد و ناظر به اخلاق در محیط کار است [۳۸]. سازمان‌ها جهت استفاده از اخلاق حرفه‌ای سعی دارند تا اصول اخلاق حرفه‌ای را به مرور زمان در کارکنان نهادینه کنند تا موجب افزایش تعهد فرد به بروز رفتار اخلاقی در حرفه‌اش شود [۴۲]. اخلاق حرفه‌ای یکی از مسائل اساسی همه جوامع بشری است. در حال حاضر، متأسفانه در جامعه امروزی در محیط کار کمتر به اخلاق حرفه‌ای توجه می‌شود. در حالی که در غرب سکولار، در دانش‌های مربوط به مدیریت و سازمان، شاخه‌ای با عنوان اخلاق حرفه‌ای وجود دارد، ولی در جامعه دینی ایران در مدیریت، به اخلاق توجه کافی نشده است [۴۱]. از این رو جامعه امروزی نیازمند آن است تا ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای مانند دلبستگی به کار، روحیه مشارکت و اعتماد، ایجاد تعامل با یکدیگر و... تعریف، و برای تحقق آن فرهنگ‌سازی شود. در این راستا، تعریف‌های مختلفی از اخلاق حرفه‌ای ارائه شده است و در تعاریف آن به موارد زیر اشاره شده است: اخلاق حرفه‌ای رفتاری متداول در میان اهل یک حرفه، مدیریت رفتار و کردار آدمی هنگام انجام‌دادن کارهای حرفه‌ای، رشته‌ای از دانش اخلاق که به مطالعه روابط شغلی می‌پردازد و به عبارتی اخلاق حرفه‌ای مجموعه‌ای از قوانین می‌باشد که در وهله اول از ماهیت حرفه و شغل به دست می‌آید [۳۷].

رعایت اخلاق حرفه‌ای، تأثیر چشمگیری بر روی فعالیت‌ها و نتایج سازمان دارد به گونه‌ای که بهره‌وری را افزایش می‌دهد، ارتباط‌ها را بهبود می‌بخشد و به عنوان یک مزیت رقابتی در سازمان مطرح است؛ بنابراین حاکمیت اخلاق حرفه‌ای در سازمان، قادر است به میزان بسیار چشمگیری سازمان را در جهت کاهش تنش‌ها و موفقیت در تحقق اثربخش اهداف یاری نماید [۴۰]. یکی از چالش‌های مدیران کارآمد در سطوح مختلف، چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای عوامل انسانی شاغل در تمام حرفه‌ها است تا آنها با حس مسوولیت 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 [۳۹]. هدف از این تحقیق مروری به اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها می‌باشد.

## اخلاق

علم اخلاق، شاخه‌ای از فلسفه است که خطوط راهنما را برای درستی یا نادرستی اعمال ترسیم می‌کند. کلمه اخلاق<sup>۱</sup> از کلمه یونانی «Ethos» به معنای شخصیت گرفته شده است. اصول اخلاقی، از کلمه لاتین «Moralis» به معنای رسم و منش و شیوه می‌آید. هر دو کلمه به معنای رسم هستند، یعنی شیوه‌های بنیادین رفتار که نه تنها مرسوم، بلکه درست هم هستند. از لحاظ لغوی، اخلاق گاه به معنای عام به کار می‌رود و منظور از آن همه ویژگی‌های درونی انسان اعم از خوب یا بد می‌باشد اما در اکثر موارد، اخلاق به معنای خاص «رفتار و خصوصیات معنوی مثبت» استعمال می‌شود؛ از این رو رفتار اخلاقی نیز رفتاری است که مطابق با ارزش‌های والای انسانی باشد [۱۲]. این واژه از لحاظ معناشناسی گستره زیادی دارد از جمله:

۱. مبانی و اصول رفتار درست<sup>۲</sup>

۲. تئوری‌ها یا مجموعه‌ای نظاممند از ارزش‌های اخلاقی<sup>۳</sup>

۳. قوانین یا استانداردهای حاکم بر رفتار اعضای یک حرفه خاص (اخلاق حرفه‌ای)<sup>۴</sup> [۴].

<sup>1</sup>Ethics

<sup>2</sup>Principles of right conduct

<sup>3</sup>Moral Values

<sup>4</sup>Professional Ethics

جان ماکسول<sup>۵</sup> معتقد است که دو اصل واقعاً مهم در اخلاق عبارتند از: اولاً دارا بودن معیاری جهت پیروی و ثانیاً تمایل به پیروی. انجمن اخلاق جوزفسون<sup>۶</sup>، یک انجمن بی طرف و غیرانتفاعی برای بهبود کیفیت اخلاقی جامعه اظهار می‌دارد: اخلاق عبارتند از چگونگی روبرو شدن با چالش انجام عملی درست، در حالی که هزینه آن بیش از انتظارمان باشد. اخلاق دو منظر دارد: اول به کارگیری توانایی تشخیص درست از غلط، خوب از بد، متناسب از غیر متناسب و دوم تعهد انجام آنچه درست، خوب و متناسب است. اخلاق موضوعی برای تفکر و مناظره نیست بلکه نیاز به عمل دارد [۲۶].

همچنین می‌توان گفت اخلاق از نظر لغوی جمع خلق است که در قرآن هم آمده است. واژه خلق چنان که در لغت‌نامه‌ها آورده‌اند عبارت است از: عادت، رویه، سنجیه و امثال آن. وقتی می‌گوییم: خلق من است؛ یعنی عادت کرده‌ام، روش من این است [۱۸]. اخلاق جمع خُلُق و خُلُق از ماده «خ ل ق» است. از ماده خُلُق نیز مشتق می‌شود. «خُلُق» بر شکل ظاهری ایشان ناظر است و «خُلُق» بر شکل باطنی آن. خُلُق صورت است و خُلُق سیرت. انسان‌ها همان‌گونه که در شکل ظاهری با یکدیگر متفاوت‌اند و بندرت می‌توان دو فرد کاملاً شبیه یکدیگر یافت، از حیث باطنی و نفسانی نیز بسیار متنوع‌اند [۳۳]. آندیشمندان، نویسندگان و محققین تعاریف مختلفی از اخلاق را ارائه کرده‌اند، که تعدادی از آن‌ها به صورت اجمالی در جدول شماره (۱) آورده شده است.

#### جدول (۱) تعاریف مختلف از اخلاق (محقق ساخته)

[۲۹].	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 به خاطر زیبایی روح خود، خواه به خاطر استقلال روح و عقل خویش و خواه به خاطر هوشیاری. همه‌ی این نظریه‌ها زمانی باور می‌شود که اعتقاد به خدا و عمل الهی در کار باشد.
[۳۳].	اخلاق عبارت است از: تمامی صفات نفسانی که منشاء کارهای پسندیده یا ناپسند باشد؛ چه آن صفات به صورت پایدار و راسخ باشد و چه ناپایدار و زودگذر.
[۲۲].	اخلاق را به مجموعه‌ای از فرآیندهای عینی و معنوی که دخالت تام در رشد خود واقعی دارد و فرآیندی که طی آن در کارکرد واحدهای صفاتی یا ساختار معنوی تعادل ایجاد می‌شود، تعریف کرده‌اند.
[۸].	معیارها و الگوهای سنجیده و پسندیده حاکم بر رفتار انسانی تعریف کرد که موجبات همکاری، صلح و تداوم حیات جمعی را فراهم می‌آورد. اخلاق جنبه تکلیفی دارد و به ارزش‌ها مرتبط است، به عبارت دیگر باید‌ها و نباید‌های حیات جمعی را بیان می‌کند.
[۱۶].	اخلاق به عنوان مجموعه‌ای از اصول است که اغلب به عنوان منشوری برای تسهیل در امور و هدایت کارها استفاده می‌شود.

بدین ترتیب، تمامی این تعاریف به دنبال مشخص کردن حیطه‌های مختلف احساسات و تعاملات انسانی هستند و بدیهی است که نه تنها یک تعریف قابل قبول جهان‌شمول از اخلاق وجود ندارد، بلکه میان دیدگاه‌ها و رویه‌های مکاتب فکری نیز قرابتی دیده نمی‌شود. همگی مکاتب اخلاقی، مفاهیمی از قبیل نفع‌گرایی<sup>۷</sup>، وظیفه‌شناسی<sup>۸</sup>، خودمحموری<sup>۹</sup>، فضیلت<sup>۱۰</sup> و اصول اخلاقی را شامل می‌شوند، اما تنها به این مفاهیم محدود نمی‌شوند و هر یک به طور مستقل در پی فهم و تبیین مفهوم اخلاق هستند [۲]. اخلاق مشخص می‌کند چه کسی مسئول عملی است که به انجام آن مکلف است. اخلاقی بودن و اخلاقی عمل کردن شامل انجام دادن اقداماتی است در جهت کسب اطمینان از اینکه رفتار اخلاقی همواره در همه شرایط اعمال می‌گردد. اخلاق یعنی اصول معنوی و ارزش‌هایی که بر رفتار شخص یا گروه حاکم است، مبنی بر اینکه درست چیست و نادرست کدام است، ارزش‌های اخلاقی تعیین‌کننده معیارهایی هستند مبنی بر اینکه از نظر رفتار و تصمیم‌گیری چه چیز خوب یا بد است (دفت<sup>۱۱</sup>، ۱۳۸۵، ص ۶۴۸). این واژه همچنین، به حوزه عمل و رفتار اختیاری انسان مربوط می‌گردد و در مورد این افعال به ارزش‌گذاری

<sup>5</sup> Maxwell

<sup>6</sup> Josephson Institute of Ethics

<sup>7</sup> Utilitarianism

<sup>8</sup> Deontology

<sup>9</sup> Egoism

<sup>10</sup> Virtue

<sup>11</sup> Dof

می‌پردازد. مجموعه ارزش‌گذاری در اخلاق عبارت است از خوبی و بدی، صواب و ناصواب، بایسته و نبایسته. در این مجموعه ارزش‌هایی مانند زیبایی که مربوط به حوزه‌های دیگر می‌باشد، قرار نمی‌گیرد [۳۶]. وارنوک<sup>۱۲</sup> دو گونه طبقه‌بندی از اخلاق را ارائه کرده است؛ در طبقه‌بندی اول اخلاق شامل علم و فلسفه می‌شود، علم اخلاق وظیفه‌ی تعیین رفتارهای زشت و نادرست و بد و ناپسند در مقابل رفتارهای نیک و درست و خوب و پسندیده را بر عهده دارد. در حالی که، وظیفه‌ی فلسفه اخلاق تبیین معانی و چیستی مفاهیم اخلاقی (از قبیل: تعریف و تحلیل مفاهیم اخلاقی، ماهیت گزاره‌های اخلاقی، منطق و معرفت‌شناسی اخلاق) است که کاری بیرون علمی (بیرون از حوزه‌ی علم اخلاق) و متعلق به معرفت‌های درجه دوم است. در تقسیم‌بندی دوم، اخلاق به سه دسته طبقه‌بندی شده است:

۱- اخلاق توصیفی (که شامل تحقیق‌های تجربی-توصیفی، علمی و تاریخی انسان‌شناسان، جامعه‌شناسان در زمینه‌های اخلاقی می‌شود).

۲- اخلاق هنجاری (که همان علم اخلاق است بیان‌کننده اصول و احکام اخلاقی مانند دزدی بد است و یا نباید دزدی کرد).

۳- فلسفه‌ی اخلاق (که وظیفه‌ی تبیین‌گری و پاسخ دادن به چرایی‌ها را بر عهده دارد و مثلاً باید پاسخ دهد که چرا دزدی بد است و یا چرا نباید دزدی کرد) [۳۴].

### اخلاق حرفه‌ای

مجموعه‌ای از اصول و استانداردهای سلوک بشری است که رفتار افراد و گروه‌ها را تعیین می‌کند در حقیقت، اخلاق حرفه‌ای، یک فرایند تفکر عقلانی است که هدف آن محقق کردن این امر است که در سازمان چه ارزش‌هایی را چه موقع باید حفظ و اشاعه نمود. -اخلاق حرفه‌ای، مجموعه‌ای از اصول و استانداردهای سلوک بشری است که رفتار افراد و گروه‌ها را تعیین می‌کند در حقیقت، اخلاق حرفه‌ای، یک فرایند تفکر عقلانی است که هدف آن محقق کردن این امر است که در سازمان چه ارزش‌هایی را چه موقع باید حفظ و اشاعه نمود [۱۳].

اخلاقیات به عنوان مجموعه‌ای از اصول، اغلب به عنوان منشوری که برای راهنمایی و هدایت استفاده می‌شود، تعریف شده است.

این مجموعه اصول، چهارچوبی برای اقدام ارائه می‌کند. اخلاق حرفه‌ای، مانند شمشیر دو لبه‌ای است که یک لبه آن تهدید است.

ضعف در سیستم اخلاقیات، منجر به کاهش ارتباطات و افزایش خسارات در سازمان می‌گردد و مدیریت، بیشتر بر روی کنترل گذشته نگر تکیه خواهد کرد؛ زیرا افراد به مدیریت، اطلاعات را نمی‌رسانند و در این صورت، انرژی سازمان به منفی تبدیل می‌شود و به عبارت دیگر، توان سازمان به جای آن که صرف هدف شود، صرف شایعه، غیبت، کم کاری و ... خواهد شد [۵].

اخلاق دارای دو بخش درون شخصی و برون شخصی است، بخش اول اصالت و تقدم دارد و باید در آموزش‌های سازمانی مورد توجه قرار گیرد ولی متأسفانه در کشور ما اخلاق برون شخصی بیشتر آموزش داده می‌شود. فرد باید بیاموزد ابتدا به خود و سپس به دیگران احترام بگذارد. بنابراین تا یک فرد اخلاقی نداشته باشیم سازمان اخلاقی هم نخواهیم داشت؛ به عنوان مثال باید پزشک اخلاقی داشته باشیم تا بتوانیم یک بیمارستان اخلاقی را ایجاد کنیم [۱۵].

روش فرایند کاربردی نمودن اخلاق در رفتار افراد و گروه‌ها روش به‌کارگیری اخلاق در موفقیت سازمانی، دارای مراحل زیر می‌باشد:

۱. موفقیت از اخلاق حرفه‌ای سرچشمه می‌گیرد
۲. اخلاق حرفه‌ای از اعتماد آفرینی ایجاد می‌شود.
۳. اعتماد آفرینی از پیش بینی رفتار ایجاد می‌شود.
۴. پیش بینی رفتار از مستمر بودن و قانونمند بودن رفتار سرچشمه می‌گیرد.
۵. مستمر بودن و قانون‌مندی از مسئولیت ناشی می‌شود.
۶. مسئولیت از قانون و باورهای فرد شکل می‌گیرد. [۱۲]

**اخلاق حرفه‌ای در اسلام**

الگوهای رفتاری در سطح نهادها و سازمان‌های اجتماعی، وحدت‌بخش جامعه دینی است. تعریف کلی الگوهای اخلاقی و رفتار ارتباطی، مسئولیت‌پذیری در برابر حقوق افراد است. جامعه دینی از حیث تعامل سازمان‌ها و نهادهای اجتماعی در آن و نیز از نظر رفتار ارتباطی افراد، متضمن مسائل فراوانی است. اخلاق، سامان‌دهنده رفتار ارتباطی در مقیاس فرد، سازمان، جامعه و روابط جهانی است. رفتار ارتباطی درون‌شخصی و برون‌شخصی فرد در زندگی شخصی و زندگی شغلی، از طریق اخلاق سامان و انسجام می‌یابد. همچنین رفتار ارتباطی سازمان با محیط و نیز تعامل نهادهای اجتماعی با یکدیگر، در دو سطح ملی و جهانی، بر مبنای اخلاق قوام می‌یابد. برای تعیین مؤلفه‌های کاربردی اخلاق حرفه‌ای (اسلامی)، می‌توان از اصول راهبردی اخلاق حرفه‌ای در اسلام استفاده کرد؛ اصول راهبردی اصلی (در اسلام) عبارت‌اند از: احترام اصیل و نامشروط به انسان‌ها، رعایت آزادی انسان‌ها، برقراری عدالت در مورد انسان‌ها، امانت‌ورزی در رفتار و بینش شخصی [۱۷].

اخلاق حرفه‌ای در نظام اداری باید هویت اسلامی داشته باشد و مبتنی بر اخلاق اسلامی شکل بگیرد. برای داشتن هویت اسلامی اخلاق حرفه‌ای، به چهار دلیل می‌توان اشاره کرد: الف) از لحاظ فرهنگی به دلیل وابستگی توده مردم کشورمان به نظام عقیدتی اسلام [۱۳]. از لحاظ دینی به دلیل جداناپذیری اخلاق از دین در متن دین اسلام (ج) نیاز به پویایی درون فرهنگ اسلامی با توجه به مواجهه آن با چالش جهانی شدن (د) از لحاظ نظام حکومتی، الزام به حکومت دین‌مدار در نظام حکومت دینی و از لحاظ قانونی، به تأکید قانون اساسی - در اصل هشتم - بر تصویب قوانین اسلامی در کشور [۷]. نظام اخلاق اسلامی به گونه‌ای است که با اخلاق حرفه‌ای در هم آمیخته و تفکیک‌ناپذیر است؛ زیرا در این نظام ملاک نهایی و نهایت سعادت بشری، الله است و انسان در مقام خلیفه و جانشین الهی در زمین، محور توجهات اخلاقی است؛ بدین معنا که خشنودی انسان و خدمت به او موجب رضایت و تقرب به خداوند می‌شود؛ از این‌رو، نظام اخلاق اسلامی با توجه به ملاک نهایی، در صدد است با ارائه دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های اخلاقی در سطح حرفه و زندگی اجتماعی و همچنین با در نظر گرفتن پیشرفت‌های مادی در جهت بهبود زندگی انسان‌ها، زمینه سعادت و کمال حقیقی بشر را فراهم آورد [۱۷].

درباره مورد اخیر باید گفت در اخلاق حرفه‌ای اسلامی، ملاک نهایی اخلاق همانا خواست خداوند - خیر مطلق - است. مهم‌ترین اصول راهبردی که می‌توانند منشأ شکل‌گیری مؤلفه‌های کاربردی اخلاق حرفه‌ای (اسلامی) شوند، عبارت‌اند از: الف) کرامت انسانی؛ ب) آزادی فردی؛ ج) عدالت اجتماعی در مفهوم عام قرار دادن هر امری در جایگاه شایسته آن؛ د) امانت‌ورزی در دو سطح امانت‌داری و بینش امانت‌نگری در این بین، اصل چهارم مهم‌ترین اصل (اصل‌الاصول) است [۱۴].

**عوامل پایه‌ای اخلاق حرفه‌ای**

یکی از صاحب‌نظران این نظریه به نام زیونتس در مقاله‌ای عواملی را به منزله عوامل پایه‌ای برای اخلاق حرفه‌ای برمی‌شمارد که عبارت‌اند از:

**الف: استقلال حرفه‌ای اخلاق علمی**

این عامل مانند اخلاق در هر نظام حرفه‌ای دیگر باید منعکس‌کننده هنجارهای درونی حرفه و احساس تعهد اخلاقی از سوی خود حرفه‌ای‌ها و نهادهای تخصصی آنها باشد، نه آنکه در قالب بایدها و نبایدهای اخلاقی به آنها تحمیل و قبولانده یا گوشزد شود. برای مثال، یک مدیر باید در حرفه خود مسائلی مانند صداقت، دقت، قابل اعتماد بودن، گشوده بودن به فضای انتقاد و ارزیابی، پرهیز از جزمیت، احترام به زیردستان و اطرافیان، توجه به حریم خصوصی و مسئله حفظ اسرار افراد را سرلوحه خویش قرار دهد.

**ب) خودفهمی حرفه‌ای**

پایه و اساس اخلاق، خودفهمی حرفه‌ای است. افراد تنها با فهمی از کار و فعالیت حرفه‌ای خود، فلسفه آن و نسبتش با زندگی مردم است که به درک اخلاقی از آن نائل می‌آیند و در نتیجه، در مناسبات خود با طبیعت و جهان پیرامون خود، نوعی احساس درونی از تعهد به آن ارزش‌ها پیدا می‌کنند.

**ج) عینیت‌گرایی، بی‌طرفی و عدم جانب‌داری**

از مهم‌ترین اصول اساسی که در اغلب اسناد و مباحث مربوط به اخلاق حرفه‌ای علمی مورد تأیید قرار می‌گیرد، رعایت عینیت‌گرایی و بی‌طرفی است. فردی که اخلاق حرفه‌ای را در زندگی شغلی‌اش به کار می‌گیرد، نباید جانب‌داری غیرعقلانی نسبت به منبعی که دارای صفات غیراخلاقی است نشان دهد.

**د) فراتر رفتن از مفهوم معیشتی**

تا زمانی که فردی درگیر مسائل فیزیولوژیکی باشد، توجه به مسائل دیگر کم‌رنگ‌تر خواهد بود. معنای اخلاق حرفه‌ای با عبور از مفهوم معیشتی آن به عرصه ظهور می‌رسد. زمانی که افراد در فعالیت و کسب‌وکار حرفه‌ای خود از سطح گذران زندگی مادی فراتر می‌آیند، دست کم سه سطح دیگر از فعالیت‌های علم و فناوری برای آنها معنا می‌یابد: ۱. احساس کارآیی، اثربخشی و تولید کیفیت به عنوان ارزش افزوده؛ ۲. احساس خدمت به مردم و مفید واقع شدن؛ ۳. احساس رهاسازی از طریق بازتوزیع فرصت‌ها و نقد قدرت [۵۰].

**ضرورت ترویج اخلاق حرفه‌ای در سازمان**

توسعه سازمانی تلاشی پی‌گیر، منسجم و کاملاً برنامه‌ریزی شده است که به منظور بهبود و نوسازی نظام صورت می‌گیرد. هدف از توسعه سازمانی، هم بهبود زندگی (شغلی) فرد و هم بهبود کارکرد سازمان است. [۱۰].

با توجه به اهمیت اخلاق حرفه‌ای در توسعه سازمان، لازم است در تعیین اثربخشی (میزان تحقق اهداف سازمانی) و هدایت منابع (از جمله منابع انسانی) به میزان آموزش اخلاق حرفه‌ای در سازمان توجه شود. البته در زمینه مذکور از جمله موانع تغییر رفتار اخلاقی در هر سازمان، جهل و ناآشنایی کارکنان از اخلاقیات شغل و سازمان بیان شده است. [۱۳]. با توجه به اینکه امروزه هیچ سازمانی قادر نیست بدون آموزش توسعه یابد (مختاری پور، ۱۳۹۳) لازم است در سازمان‌ها افزون بر آموزش تخصص‌ها و مهارت‌های مورد نیاز هر شغل به کارکنان، ایجاد روحیه تعاون، کار مشترک و دسته‌جمعی و به ویژه اخلاق اداری و سازمانی جزو برنامه‌های آموزش در سازمان قرار گیرد [۲۴].

از آنجا که منشور اخلاقی در هر سازمان طی فرایند گفت‌وگو و مشارکت تمامی کارکنان و رؤیسان به وجود آمده است، به منزله یک میثاق عمومی سازمان پذیرفته شده است. به تدریج سازمان گسترش این اصول را جزو اهداف خود می‌پذیرد. بدین منظور، شیوه‌های مختلفی برای آموزش اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها به وجود آمده است که یادگیری مستقیم، رایج‌ترین آنهاست؛ اما این شیوه نشان داده است که کارآیی لازم را ندارد. پس با توجه به اینکه ترویج اخلاق در سازمان، به معنای یادگیری سبک خاصی از زندگی سازمانی است، باید به شیوه‌های غیرمستقیم مانند آموزش‌های حین عمل و آموزش‌های اجتماعی و فرهنگی، توجه بیشتری شود. [۱۳].

اما جدای از نوع آموزش، به منظور تعیین محتوای آموزشی، سازمان باید نیازهای آموزشی را از مقایسه میان وضع موجود و وضع مطلوب (با آنچه لازمه پاسخ‌گویی به منشور اخلاقی و اهداف سازمان است) مشخص کند [۲۴]. برای تعیین وضع موجود (میزان پایبندی کارکنان به اخلاق حرفه‌ای سازمان) و حتی برای تعیین وضع مطلوب (دیدگاه کارکنان به عنوان افرادی آگاه به شرایط سازمانی برای ارائه مؤلفه‌هایی کاربردی) لازم است از تحقیقات درباره اخلاق حرفه‌ای حمایت کرد.

منشور اخلاقی هر سازمانی، از اشتراک عمومی همه اعضای سازمان در مورد اصول و قواعد اخلاقی خاصی که در جهت بهبود و توسعه فعالیت‌های سازمانی است، به دست می‌آید [۴۸]. در صورتی که اگر بخواهیم ارزش‌های خاصی را به صورت پذیرش همگانی در آوریم، باید در ابتدا از توسعه آگاهی‌ها و دانش‌های مرتبط شروع کنیم. سپس به تدریج نگرش‌ها را تغییر، و در نهایت به عنوان خروجی، رفتارها را تحت تأثیر قرار داد.

**وظایف مدیران در اخلاقی کردن سازمان**

پنوی اعتقاد دارد که اخلاق حرفه‌ای رشته‌ای از دانش اخلاق است که ضمن مطالعه ارتباط شغل‌ها، به بیان مسئولیت‌های اخلاقی سازمان، تشخیص و حل مسائل اخلاقی در حرفه‌های گوناگون می‌پردازد. او وظایف مدیران را در اخلاقی کردن سازمان این‌گونه برمی‌شمارد:

الف) ارزشیابی عملکردهای اخلاقی کارکنان؛

ب) اخلاقی کردن هدف‌های سازمان؛

ج) اشاعه ارزش‌ها و مسائل اخلاقی در سازمان؛

د) اخلاق‌ورزی در زندگی شخصی؛

ذ) اهمیت دادن به اخلاق حرفه‌ای در شغل؛

و) برخورد عقلانی و روشمند در مواجهه با مشکلات اخلاقی پیش‌آمده در سازمان و اقدام برای برطرف کردن آنها؛

ه) عنایت خاص به آموزش اخلاق حرفه‌ای

ی) تهیه و تدوین منشور اخلاقی مربوط به سازمان با مشارکت همه اعضای سازمان [۴۸]

عوامل روان‌شناختی مرتبط با اخلاق کار

بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند از خودبیگانگی افراد می‌تواند تأثیر مستقیمی بر میزان علاقه، دقت، مسئولیت، ابتکار و مولد بودن داشته باشد. اخلاق کار قواعد و زمینه‌های برانگیزاننده و فعال‌شده تعهد ذهنی، روانی و فیزیکی فرد یا گروه است. بدیهی است که یک ذهن از خودبیگانه نمی‌تواند زمینه‌ای مناسب برای انگیزه و تعهدات اخلاق و فیزیکی از خود بروز دهد. کاهش اخلاق کار، منجر به کاهش مسئولیت‌پذیری می‌شود [۴۹].

تعهد ذهنی و فیزیکی از خود بیگانگی صنعتی شدن جوامع و تأثیر آن بر اخلاق کار، تغییرهایی بنیادی در ساختار جامعه پدید می‌آورد [۴۷].

در نظام پیشه‌وری، رابطه موجود بین کارگر و کارفرما شخصی بود و این رابطه ایجاب می‌کرد که کارگر و کارفرما در مقابل یکدیگر دارای تعهدات و وظایفی گسترده‌تر از آنچه امروز انتظار می‌رود باشند؛ اما تولید کارخانه‌ای، در وضعیت اجتماعی همه کارگران تغییرهای اساسی به وجود آورد و بر مهارت‌های پیشه‌ای و روابط کار اثر عمیقی گذاشت. بدین ترتیب، نیروی کار در یک کارگاه یا کارخانه متمرکز و محل زندگی و کار از یکدیگر جدا شد. کارگران می‌بایست از نظمی که کارفرما اعمال می‌کرد، یعنی ساعات و سرعت کار منظم تبعیت می‌کردند و اگر چه از نظر حقوقی آزاد بودند، از نظر اقتصادی و اجتماعی وابسته و تابع بودند.

یکی از ابعاد بسیار مهم اخلاق کار، بعد روان‌شناختی آن است؛ زیرا اخلاق متغیری است که آگاهی و اراده فردی نقش محوری در آن ایفا می‌کنند. بسیاری از اندیشمندان برای بهبود اخلاق کار، بر نظریه‌های رفتاری تأکید داشته‌اند. هرگاه فردی کار اخلاقی انجام داد و از سوی جامعه تشویق شد، احتمال انجام کارهای اخلاقی دیگر تقویت می‌شود؛ تا جایی که کار اخلاقی به صورت ارزش‌های درونی درمی‌آید. به این ترتیب، برنامه‌ریزان کلان کشوری قادر خواهند بود اخلاق کار را در افراد جامعه درونی کنند؛ زیرا تغییر مدیریت اساساً در شیوه‌های انگیزش افراد در محیط‌های کاری و نحوه پاداش‌های مادی آنها تأثیر می‌گذارد که ابعاد اقتصادی و روانی اخلاق کار محسوب می‌شوند [۴۹].

#### ابعاد نیازمندی سازمان‌ها به اخلاق حرفه‌ای

اخلاق حرفه‌ای یکی از مسایل اساسی همه جوامع بشری است. در حال حاضر، متأسفانه در جامعه ما در محیط کار کمتر به اخلاق حرفه‌ای توجه می‌شود. در حالی که در غرب، در دانش‌های مربوط به مدیریت و سازمان، شاخه‌ای با عنوان اخلاق حرفه‌ای وجود دارد، ولی در جامعه دینی ما در مدیریت، به اخلاق توجه کافی نشده است. [۲۰]. باید در جامعه ما ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای مانند دلبستگی به کار، روحیه مشارکت و اعتماد، ایجاد تعامل با یکدیگر و ... تعریف شود، و برای تحقق آن فرهنگ سازی شود. امروزه بسیاری از کشورها در جهان صنعتی به این بلوغ رسیده‌اند که بی‌اعتنایی به مسایل اخلاقی و فرار از مسئولیت‌ها و تعهدات اجتماعی، به از بین رفتن بنگاه می‌انجامد. به همین دلیل، بسیاری از شرکت‌های موفق برای تدوین استراتژی اخلاقی احساس نیاز کرده و به این باور رسیده‌اند که باید در سازمان نوعی فرهنگ مبتنی بر اخلاق رسوخ کنند. از این رو، کوشیده‌اند به تحقیقات درباره اخلاق حرفه‌ای اهمیت ویژه‌ای بدهند.

امروزه اخلاق حرفه‌ای نقش راهبردی در بنگاه‌ها دارد و متخصصان مدیریت استراتژیک، اصول اخلاقی شایسته در سازمان را از پیش شرط‌های مدیریت استراتژیک خوب دانسته‌اند [۲۱]. توسعه سازمانی تلاشی پی‌گیر، منسجم و کاملاً برنامه‌ریزی شده است که به منظور بهبود و نوسازی نظام صورت می‌گیرد. هدف از توسعه سازمانی، هم بهبود زندگی (شغلی) فرد و هم بهبود کارکرد سازمان است. با توجه به اهمیت اخلاق حرفه‌ای در توسعه سازمان، لازم است در تعیین اثربخشی (میزان تحقق اهداف سازمانی) و هدایت منابع (از جمله منابع انسانی) به میزان آموزش اخلاق حرفه‌ای در سازمان توجه شود. سازمان بیش از فرد در جامعه مؤثر است و عملکرد آن نقش بسیار زیادی در بهبود و تعالی زندگی اجتماعی و یا در تخریب و تباهی آن دارد. به همین سبب، سازمان می‌تواند اخلاقی و یا غیراخلاقی عمل کند.

مراتب و ابعاد نیاز سازمان به اخلاق حرفه‌ای منوط به در نظر گرفتن ابعاد زیر است که عبارت‌اند از:

**(الف) ترویج تلقی درست از فرهنگ سازمانی**

اخلاقی بودن در برابر هر امری در گرو تلقی اخلاقی از آن امر و تعامل اخلاقی با آن است. انسان ها بر مبنای طرز تلقی خود از امور، ارتباط عملی خود را با آن امور تنظیم می کنند. یعنی اینکه منابع انسانی به سازمان چگونه نگاه کنند. کسی به تعبیر طنز می گفت اگر کسی سازمان را خرس بینگارد، البته در مواجهه عملی با سازمان، یک مو هم بکند غنیمت است و اگر آن را گاوی بیندارد، هر چه بدوشد رواست و اگر آن را گرگی ترسناک بداند، هر چه می تواند از آن دوری می گزیند. اما اگر کسی سازمان را همانند خانواده خود تلقی کند و محل خدمتش را خانه خود بداند، البته رفتارهای دیگری با آن خواهد کرد. همان گونه که تلقی سازمان از نیروی انسانی در عملکرد سازمان با نیروی انسانی مؤثر است. برای مثال، اگر سازمانی، منابع انسانی را صرفاً ابزار تولید بداند، بدون تردید تلقی ابزارانگاره از منابع انسانی به مواجهه غیراخلاقی با آنان می انجامد و این مواجهه غیراخلاقی در همه شئون حرفه ای سازمان بروز می یابد [۱۵]. طرز تلقی سازمان از محیط درونی و بیرونی، بخشی از جهان بینی مشترک و حاکم بر سازمان است. تنها افراد دارای جهان بینی نیستند، بلکه سازمان ها نیز از جهان بینی برخوردارند و جهان بینی سازمان نقش سرنوشت سازی در حیات سازمانی دارد. سازمان برای رشد و تعالی جهان بینی سازمانی خود محتاج اخلاق حرفه ای است. تلقی اخلاقی از سازمان و محیط آن سبب تعالی اخلاقی جهان بینی سازمان می شود. اگر انگاره های درستی از سازمان و محیط درونی و بیرونی در ذهن مشترک سازمانی نهادینه کنیم، اولین مانع اخلاق سازمانی را برداشته ایم.

**(ب) ممیزی اخلاقی اهداف و مأموریت سازمانی**

توجه به فراگیر بودن مسایل اخلاقی این نکته را روشن می کند که سازمان ها در هر نوع اقدامی و در تصمیم گیری های سازمانی در هر بخش محتاج ممیزی اخلاقی هستند. لذا بسیاری از سازمان های برتر و موفق بر مرام نامه اخلاقی خود تأکید می کنند و برخی از آنها بخش مدیریت اخلاق تأسیس کرده اند تا به ترویج اخلاق در فرهنگ سازمانی و ممیزی اخلاقی در همه تصمیم ها و اقدام های سازمان بپردازند. بر این اساس، در موضعی که اخلاقی بودن اهداف و مأموریت روشن نیست، محتاج ممیزی اخلاقی هستیم.

**(ج) ممیزی اخلاقی تصمیم سازی**

سازمان های معطوف به امور خیریه نیز در ابعاد و شئون دیگر سازمانی غیر از هدف، محتاج اخلاق اند و مدیران سازمان، همیشه در مواجهه با امور حرفه ای ناگزیر از تصمیم گیری اند. تصمیم های آنان در قالب مقررات، آیین نامه ها، بخش نامه و مصوبات در سازمان منشأ اقدام ها می شود. تصمیم گیری به طور منطقی حاصل فرآیند تصمیم سازی است و تصمیم سازی محتاج ممیزی اخلاقی است. نیاز سازمان به ممیزی اخلاقی تصمیم ها و مقررات، سومین وجه حاجت سازمان به اخلاق است.

**(د) تعامل سازمان با محیط**

سازمان در رفتار ارتباطی پیچیده با عناصر درونی و بیرونی محیط خود است. این تعامل می تواند در معرض آسیب های رفتاری قرار بگیرد. پیش گیری از این آسیب ها و فراتر از آن تعالی و رشد اخلاقی ارتباطات بین شخصی در سازمان محتاج اخلاق حرفه ای است. حفظ سلامت سازمان نیازمند ترویج اخلاق در سازمان است. بنابراین، سازمان ها در نحوه تعامل خود با محیط درونی و بیرونی به اخلاق نیازمندند و برای تعیین مرز فضایل و رذایل اخلاقی محتاج اخلاق حرفه ای هستند [۱۵].

**(و) تشخیص و حل اثربخش مسایل اخلاقی سازمان**

نخستین گام در شناخت مسایل اخلاقی بنگاه، هنر دیدن معضلات اخلاقی و مواجهه روشمند آنها در سازمان است. این هنر، به طور کلی، از مزیت های حرفه ای مدیران است. فعالیت های حرفه ای سازمان و تعامل آن با دیگر سازمان ها به طور طبیعی معضلات متنوعی را به وجود می آورد. معضلات اخلاقی در سازمان و جهت گیری اخلاقی فرهنگ سازمانی، مدیران را به دانش اخلاق حرفه ای سوق می دهد. آنها از این دانش انتظار دارند تا با ارائه اصول و ضوابط اخلاقی به تحلیل مشکلات حرفه ای بپردازند. لذا یکی از ابعاد نیازمندی سازمان ها به اخلاق حرفه ای افزایش مهارت مدیران در تشخیص و حل معضلات اخلاقی است [۴۶]. یکی از پیچیده ترین، رایج ترین و پراسیب ترین معضلات اخلاقی سازمان ها، تعارضات اخلاقی است. تأمل در تعارضات اخلاقی نیاز سازمان به اخلاق را بیشتر آشکار می کند [۴۴].



**ر(نهادینه سازی الگوهای اخلاقی در سازمان**

یکی از مهم ترین مسایل پیش روی مدیریت اخلاقی، یافتن الگوها و روش های ترویج و نهادینه سازی اخلاق در سازمان است. انسان های اخلاقی هیچ گاه از واکنش های هیجانی در ارتباط با دیگران استفاده نمی کنند، بلکه واکنش آنها در تعامل بین شخصی، هوشمندانه و مسئولیت پذیرانه است و این امر نشانه بلوغ آدمی است. واکنش های هیجانی و هوشمندانه سبک های رفتاری افراد را سازمان می دهد. رفتاری که فرد غالباً در موقعیت های مختلف و در ارتباط با افراد نشان می دهد، سبک رفتار ارتباطی وی را معین می کند. از دیدگاه روان شناسان، نیاز به ارتباط در انسان، نیازی بنیادی است. هسته این نیاز نیز میل به شناخته شدن، حمایت عاطفی و امکان انتخاب و کنترل شدن است [۴۵].

بنابراین، هر انسانی نیازمند آن است که به نحو رضایت بخشی با دیگران رابطه برقرار کند و لازمه برقراری چنین ارتباطی آموزش و کسب مهارت است. بدون تردید اخلاق از طریق آموزش های مستقیم، مانند نصایح و مواظ، نهادینه نمی شود. این امور نقش ثانوی دارند. تحقق عملی و فراگیر اخلاق در سازمان محتاج الگویی اثربخش است. در این میان، چهار روش و الگو برای ترویج و نهادینه سازی اخلاق در سازمان وجود دارد، که عبارت اند از:

۱. الگوی از بالا به پایین (up to bottom) عده ای در امر آموزش بر روش بالا به پایین تأکید می کنند. از نظر آنها، یادگیری از بالاترین سطح آغاز می شود؛ زیرا پای بندی و تحول در سطح بالا فرصت موفقیت برنامه های تحول را افزایش می دهد. در غالب دوره های آموزش اخلاق حرفه ای که کاربران، آگاهانه و مصرانه، از میان مدیران انتخاب می شوند، با این توصیه مواجه می شویم که این مطالب را چرا به کسانی که در آخرین طبقه می نشینند، نمی گوئید. بر اساس این دیدگاه، اخلاق را باید از بالاترین مقام شروع کرد و گام به گام به صفوف پایین تر کشاند. این روش بر نقش اقتدار مدیران در ترویج اخلاق تأکید می کند.

۲. الگوی از پایین به بالا (Bottom to up) عده ای دیگر در مقابل نظریه نخست، به اهمیت ترویج اخلاق در لایه های زیرین سازمان و انتشار آن در لایه های بالا توجه می کنند. به تعبیر ادگار شاین، مطالعه اغلب برنامه های تغییر موفق در سازمان ها نشان می دهد که یادگیری غالباً از یک گروه کوچک شروع شده و فقط به تدریج در سراسر سازمان پراکنده شده و به سطوح بالاتر می رود [۴۳].

۳. اخلاق ورزی از صف آغاز می شود و موج آن به تدریج ستاد را فرا می گیرد. زیرا اگر اخلاق ورزی از بالا به پایین توصیه شود، یا مقاومت انگیز خواهد بود و یا به جنس لوکس مبدل می شود.

۴. الگوی موازی (parallel) این عده معتقدند اخلاق را می توان به صورت موازی همزمان از بالا به پایین و پایین به بالا ترویج کرد. از نظر آنها، روش موازی مزایای هر دو روش یاد شده را دارد.

۵. الگوی تعاملی (interactive) علاوه بر سه روش یاد شده، می توان بر تعامل بین صف و ستاد تأکید کرد. روش های تعاملی صرفاً جمع بین دو روش به نحو موازی نیست، بلکه تعامل و چالش اثربخش بین آنهاست. [۱۳۸۶] بنابراین، در ترویج اخلاق می توان از روش های تعاملی بین ستاد به صف و صف به ستاد بهره جست. روش تعاملی، فراگیری و عمق یادگیری و تحول در سازمان را افزایش می دهد.

بنابراین، اثربخش ترین الگو و روش برای ترویج و نهادینه سازی اخلاق در تعامل بین شخصی در سازمان، الگوی تعاملی است. این الگو بر آموزش و مشاوره مدیران به تعامل اخلاقی در فرهنگ سازمانی تأکید دارد. یعنی در این الگو بر نقش اسوه ای مدیران عالی و نقش ترویجی سایر سطوح مدیران و کارکنان، به طور همزمان و در تعامل با لایه های زیرین و بالایی تأکید می شود. [۱۵].

**راهکارهای نهادینه کردن اخلاق حرفه‌ای در سازمانها**

واژه نهادینه‌سازی، یکی از اصطلاحات علم جامعه‌شناسی است. نهادینه کردن یک امر اجتماعی، یعنی پایه‌ای و ریشه‌ای کردن آن در متن و عمق جامعه [۱۱]. در این جا، منظور از نهادینه کردن اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها، پایه‌ای و ریشه‌ای کردن اخلاق حرفه‌ای در متن و عمق سازمان است.

بحث اخلاق حرفه‌ای و چگونگی نهادینه کردن آن در سازمان‌ها، از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است و مدیران و تصمیم‌گیران باید بکوشند تا راهکارهای مختلفی را برای نهادینه کردن اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها ارائه دهند. از جمله این راهکارها در آموزه‌های دینی عبارت‌اند از: به‌کارگیری نیروی انسانی مقید به رعایت اخلاقیات و قانون در سازمان‌ها؛ آموزش عملی اخلاق توسط افراد مقید و پایبند به رعایت اخلاقیات و قانون؛ و تدوین منشور اخلاقی برای کارکنان سازمان‌ها.

**الف) به‌کارگیری نیروی انسانی مقید به رعایت اخلاقیات و قانون در سازمانها**

سازمان‌ها می‌توانند با اصلاح سیستم‌های جذب و گزینش، افرادی را که در دوران زندگی اجتماعی و کاری خود سابقه و تمایل بیشتری به رعایت اخلاقیات، قوانین و مقررات داشته‌اند، به استخدام درآورند. به‌ویژه برای تصدی مشاغل کلیدی سازمان، توجه به این نکته ضروری است؛ چراکه این افراد قادرند رفتارهای غیراخلاقی و غیرقانونی را بهتر تشخیص دهند و بدون نظارت مستقیم مدیران سطوح بالاتر، به انجام دادن وظایف و مسئولیت‌های اخلاقی و قانونی خود بپردازند [۱].

در آموزه‌های دینی، به‌کارگیری نیروی انسانی شایسته چنان اهمیتی دارد که سهل‌انگاری و کوتاهی در این خصوص، جزو بزرگ‌ترین خیانت‌ها محسوب می‌شود. در حدیثی از پیامبر(ص) چنین آمده است: کسی که کارگزاری را برای مسلمانان بگمارد، درحالی‌که می‌داند در میان آنها کسی هست که از برگزیده‌ی وی شایسته‌تر و عالم‌تر به کتاب خدا و سنت پیامبر است، او به خداوند و رسولش و همه‌ی مسلمانان خیانت ورزیده است [۳۱].

آموزه‌های دینی، معیارهای ایدئولوژیکی، معیارهای زمینه‌ساز، معیارهای تخصصی و معیارهای ارزشی - اخلاقی را برای شایستگی فرد در سازمان بخصوص، برای احراز مسئولیت‌های کلیدی مطرح کرده است [۳۱].

معیارهای ایدئولوژیکی: ایدئولوژی یک سلسله‌آرای کلی هماهنگ درباره‌ی رفتارهای انسان است و به عبارتی، سیستم کلی احکام عملی هر دین را ایدئولوژی آن به حساب می‌آورند [۲۸] در این جا، معیارهای ایدئولوژیکی معیارهایی هستند که ریشه در جهان‌بینی اسلامی دارند و بارزترین وجه تمایز مدیریت اسلامی از مدیریت غربی‌اند. با توجه به اینکه اساس جهان‌بینی اسلامی، اعتقاد به ذات پاک خداوند و صفات والا و اسمای حسنا است [۳۱]، معیارهای ایدئولوژیکی عبارت‌اند از: ایمان؛ تقوا؛ کرامت انسانی و احترام به شأن و منزلت انسان؛ اعتقاد به آخرت و روز حساب؛ یاد مرگ؛ یاد خدا و استعانت و بندگی او؛ و... [۶].

معیارهای زمینه‌ساز: معیارهایی است که زمینه را برای ظاهر شدن معیارهای دیگر فراهم می‌سازند؛ مثل حسن سابقه؛ پاکي و صلاحیت خانوادگی [۳۱].

معیارهای تخصصی: دانش و فنونی هستند که برای احراز مسئولیت به آنها نیاز است؛ مانند: تجربه‌ی کاری [۳۱] معیارهای ارزشی - اخلاقی: مجموعه‌ای از ارزش‌ها و قوانینی هستند که رفتار یک فرد یا یک گروه را با توجه به اینکه چه چیزی درست و چه چیزی غلط است، هدایت می‌کنند [۱۹] این معیارها شامل مجموعه‌ای از رفتارهایی است که در جوامع انسانی مورد پذیرش است و به نام ارزش‌های جهانی نیز شناخته می‌شوند؛ مانند درستکاری؛ حق‌گویی؛ امین و معتمد بودن؛ صداقت؛ عدل و انصاف؛ سعه صدر؛ حسن خلق، الفت و محبت؛ و نرمش و خشونت بجا [۳۱].

**ب) آموزش عملی اخلاق توسط افراد مقید و پایبند به رعایت اخلاقیات و قانون**

آموزش در زمینه اخلاق و رفتارهای اخلاقی به‌منظور افزایش دانش، مهارت و نگرش‌های کارکنان، ضروری است. امام علی درباره‌ی آموزش می‌فرماید: «بهترین کمک برای پرورش خرد، آموزش دادن است» [۲۵].

نه تنها باید سطح دانش افراد در زمینه رفتارهای اخلاقی و غیراخلاقی، و فلسفه و الزام رعایت اخلاق افزایش یابد، بلکه افراد باید در به‌کارگیری اخلاق در سازمان‌ها و برخورد با مسائل و مشکلات، مهارت یابند و نسبت به به‌کارگیری آن در محیط کار و زندگی، و در انجام وظایف و مسئولیت‌های خود، دارای نگرش مثبت باشند. این امر توسط مدرسانی امکان‌پذیر است که خود متصف به صفات و رفتارهای اخلاقی باشند و بتوانند نقش خود را در مقام الگو ایفا کنند. انسان با وجود داشتن قوه فکر و تظاهر به استقلال عمل، کم‌وبیش تحت تأثیر اعمال دیگران می‌باشد. علت اینکه آموزه‌های پیامبران تا اعماق روح انسان‌ها نفوذ می‌کند، اما مکتب فلاسفه از متن کتب تجاوز نمی‌کند، همین است که پیامبران پیش از تقاضای عمل از دیگران، خود

عامل‌اند؛ درحالی‌که فیلسوفان فقط اهل نظریه‌اند. سخن از زبان بیرون می‌آید و از گوش می‌گذرد؛ اما عمل، موجی در روح دیگران پدید می‌آورد [۲۷]. شخصی که نکات اخلاقی و قانونی را آموزش می‌دهد، ابتدا خود باید به آنچه به دیگران می‌آموزد عمل کند تا آموزش او تأثیرگذارتر بوده، نتایج مفیدی در بر داشته باشد. کسی که خود رغبتی به رعایت مسائل اخلاقی و قانونی ندارد، چگونه می‌تواند از دیگران توقع داشته باشد تا به آموزش‌های او جهت رعایت مسائل اخلاقی و قانونی در سازمان توجه کنند. بنابراین، لازم است قول و فعل او با هم هماهنگی داشته باشد. به همین دلیل، قرآن کریم در آیه‌ای، نخبگان بنی‌اسرائیل را چنین نکوهش می‌کند: آیا مردم را به نیکی دعوت می‌کنید و خودتان را فراموش می‌کنید؟ «أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَ تَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ» (بقره: ۴۴). پیشوایان بزرگ اسلام نیز همواره به پیروانشان تذکر می‌دادند که به‌جای دعوت مردم با زبان و سخن، بکوشند تا بیشتر با عمل خود الگوی مردم باشند؛ چراکه دوصد گفته چون نیم‌کردار نیست. امام صادق(ع) در این‌باره می‌فرماید: «با غیر زبانتان، مردم را به نیکی‌ها فراخوانید.» [۳۰].

حضرت علی(ع) در وصیت خود به فرزندش امام حسن چنین می‌نویسد: "نیکی‌ی کن، همان‌گونه که دوست داری به تو نیکی‌ی شود. و زشت بشمار از خویشتن، آنچه را که از دیگران زشت می‌شماری. آنچه را که نمی‌دانی مگو؛ اگرچه آنچه می‌دانی، اندک باشد؛ و آنچه را که نمی‌خواهی درباره‌ی تو گفته شود، درباره‌ی کسی دیگر مگو. ... (نهج‌البلاغه، نامه ۳۱) و این‌گونه از فرزندش می‌خواهد که با مقید کردن خود به رعایت اخلاقیات، با کردار و عمل خویش به دیگران آموزش دهد.

### ج) تدوین منشور اخلاقی برای سازمان‌ها

منشور اخلاقی، ضوابط یا کدهای رفتاری‌اند که در آنها جزئیات مواردی که کارکنان باید یا نباید انجام دهند، مدنظر قرار گرفته است [۱]. در برخی موارد، منشور اخلاقی چنین تعریف شده است: منشور اخلاقی سازمانی، سندی است حاوی معیارهای اخلاقی - ارزشی که برای ایجاد هماهنگی و وحدت رویه و روش در بین مدیران و کارکنان سازمان تدوین می‌شود و آنان را در رفتار و عملکردهایشان به‌سوی آرمان‌های ارزشی سازمان هدایت می‌کند منشور اخلاقی سازمانی، همچون سوگندنامه‌ی پزشکان، اخلاق حرفه‌ای و سازمانی کارکنان را شکل می‌دهد و راهنمای عمل آنان در مسیر خدمتشان است. چهار دلیل عمده در بروز رفتارهای غیراخلاقی و غیرقانونی مؤثرند [۱].

۱. ناشناخته بودن رفتارهای اخلاقی و قانونی برای خلاف‌کاران؛
  ۲. وجود رفتارهای مناسب برای افراد جهت ارتکاب رفتارهای خلاف اخلاق و قانون؛
  ۳. وجود فشارهایی از داخل و خارج سازمان که افراد را وادار به رفتارهای خلاف اخلاق و قانون می‌کند؛
  ۴. وجود قوانین و مقررات، سیاست‌ها و خط‌مشی‌های غیرشفاف و تفسیرپذیر، به‌گونه‌های مختلف در سطح خرد و کلان.
- افزون بر موارد یادشده، متغیرهای روحی - روانی، شخصیتی، اجتماعی و نیازهای فیزیولوژیکی، و به‌کارگیری سیستم‌های غیرعلمی مدیریت منابع انسانی، مثل سیستم‌های نیرویابی، جذب و گزینش‌های سلیقه‌ای و غیرعلمی، آموزش‌های بی‌هدف و بی‌بستوانه، پرداخت حقوق و دستمزدهای ناکافی و غیرمنصفانه، ارزشیابی‌های عملکرد نادرست و مغرضانه، فقدان برنامه‌های ایجاد نظم و انضباط و رسیدگی به شکایات، کمبود امکانات رفاهی و تفریحات سالم برای منابع انسانی و خانواده‌های آنها، نبود عدالت استخدامی و اجتماعی، فقدان مدیریت مشارکتی، نبود فرهنگ مطلوب سازمان، تضعیف نظام شایسته‌سالاری، فقدان سیستم‌های نظارت و کنترل همه‌جانبه، و فقدان تشویق و پاداش افرادی که اخلاقیات و قانون را رعایت می‌کنند، همه می‌توانند زمینه‌های مساعد را برای عدم رعایت اخلاق و قانون در کار فراهم آورند بنابراین، تدوین منشور رعایت اخلاقیات و قانون‌گرایی در سازمان، می‌تواند یکی از پیشنهادها در زمینه‌ی ایجاد و استقرار اخلاقیات و قانون‌گرایی در سازمان‌ها باشد. سازمان و مدیریت، باید در بدو استخدام نیروی انسانی، مفاد منشور یادشده را به اطلاع آنان برسانند و از آنان بخواهند که در تمام فعالیت‌های شغلی و حرفه‌ای خود به مفاد آن عمل کنند. کارکنانی که به مفاد منشور فوق عمل می‌کنند، باید مورد تشویق سازمان و مدیریت قرار گیرند. همچنین عدم پایبندی به منشور رعایت اخلاقیات و قانون‌گرایی، باید موجب اقدامات اصلاحی کارکنان یا حتی تنبیه آنان شود [۱].

علمای مدیریت، در زمینه‌ی اخلاقیات سازمانی به دو نکته‌ی اساسی اشاره کرده‌اند: نخست آنکه قوانین و ضوابط سازمانی، اگرچه برخی هماهنگی‌ها را در زمینه‌ی وظایف اداری و عملیاتی ایجاد می‌کنند، در موارد بی‌شماری ساکت‌اند و هیچ‌گونه طریقی را برای تصمیم‌گیرندگان ارائه نمی‌کنند؛ نکته دوم آنکه آرمان اخلاقی - ارزشی سازمان، برای همه‌ی افراد و اعضا روشن نیست و منشور اخلاقیات می‌تواند یاری‌دهنده‌ی مدیران و کارکنان باشد و آنان را به شناخت آرمانی مشترک از نظر ارزشی نایل سازد که این خود موجب انسجام، وحدت و یک‌پارچگی سازمان و اعضای آن خواهد شد و همدلی و همسازی را در سازمان ایجاد خواهد کرد.

بسیاری از سازمان‌ها بر این باورند که بی‌اعتنایی به مسائل اخلاقی، و فرار از مسئولیت‌ها و تعهدات اجتماعی به نابودی سازمان می‌انجامد؛ به همین دلیل، به تدوین استراتژی اخلاقی احساس نیاز می‌کنند و معتقدند که در سازمان باید یک فرهنگ مبتنی بر اخلاق رسوخ کند. مسائل اخلاقی در هر حرفه‌ای، ریشه در اعتماد عموم مردم دارد. اگر نظرات عمومی توسط رفتار غیراخلاقی و غیرحرفه‌ای یا غیرمسئولانه یکی از افراد حرفه تغییر کند، تمام اعضای دیگر لطمه می‌بینند و از عملکرد حرفه‌ای آنان کاسته می‌شود یا آسیب می‌بینند. بنابراین، مدیران و کارگزاران سازمان‌ها برای به انجام رساندن امور سازمانی خود، افزون بر معیارهای سازمانی و قانونی، به مجموعه‌ای از رهنمودهای اخلاقی - ارزشی نیاز دارند که آنان را در رفتارها و اعمال اداری و سازمانی‌شان یاری دهد [۱]. این همان ضرورت تدوین منشور اخلاقی است. بنابراین، با توجه به دلایلی که در پی می‌آید، ضرورت وجود منشور اخلاقی در سازمان‌ها احساس می‌شود:

۱. تعریف رفتارهای قابل قبول؛

۲. ارتقای استانداردهای موجود در امور؛

۳. فراهم کردن ملاکی برای خودارزیابی مدیران، کارمندان و...؛

۴. استناد به آن به‌منزله نشانه‌ای برای بلوغ شغلی.

نقش مدیران در پابندی به رعایت اخلاق و قانون در سازمان، و حمایت آنها از استقرار یک نظام اخلاقی، اساسی و ضروری است. رفتار مدیران، فرهنگ سازمانی را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد و اگر مدیران ارشد سازمان رفتارهای اخلاقی داشته باشند، می‌توان انتظار داشت که فرهنگ اخلاقی در سازمان بالا رود. برای مثال، ممکن است یک مدیر، فرایند نیرویابی، جذب و گزینش را در سازمان خویش، فرصت یا موقعیتی برای انتخاب افرادی متناسب با معیارها و ارزش‌های خویش تلقی کند و استانداردهای اخلاقی و قانونی و علمی را در نظر نگیرد، یا تحت فشارهای گروه‌های صاحب‌نفوذ قرار گیرد و از شیوه‌های غیراخلاقی و غیرقانونی گزینش استفاده کند یا اینکه در امر ارزشیابی عملکرد، عوامل غیرمرتبط با عملکرد کارکنان را در انجام دادن وظایفشان دخالت دهد یا به افراد خاص، اضافه‌کاری بیشتری بپردازد؛ در این حالت او باید اطمینان داشته باشد که هزینه‌های لازم را برای عدم رعایت اخلاق و قانون در سازمان خود فراهم آورده است. بنابراین، از دیگر مدیران و کارکنان، نمی‌توان چندان انتظار داشت [۱۹].

در تدوین منشور اخلاقی در هر سازمانی باید به چهار مصلحت توجه شود: مصلحت عمومی (عامه)؛ مصلحت حکومتی و قانونی؛ مصلحت سازمانی و حرفه‌ای؛ و مصلحت شخصی (فردی).

مصلحت عامه (عمومی): مصلحت عامه، از یک سو به‌نفع عامه در برابری و مساوات اجتماعی، و از سوی دیگر، به بی‌طرفی بین قدرتمندان و افراد کم‌قدرت تعریف می‌شود. بنابراین، در مصلحت عامه، همگان در برابر قانون یکسان‌اند و هیچ تبعیضی وجود ندارد؛ نابرابری در استخدام‌ها نبوده، سازمان حقوق افراد را به انصاف و عدالت رعایت می‌کند. کارکنان سازمان نیز خدمت به سازمان را افتخار دانسته، آن را مقدم بر منفعت شخصی خود می‌دانند.

مصلحت حکومتی و قانونی: مصالح و منافع حکومتی و قانونی اعضای جامعه، در قالب موازین و اصول قانون اساسی تبیین می‌شوند. پس مصلحت حکومتی و قانونی، در گرو رعایت قانون و اجرای درست آن است. با گذشت زمان نیز باید قانون را بررسی کرد و در آن اصلاح لازم را به عمل آورد؛ مگر در مورد کتاب خدا که حکم آن ابدی و ازلی است.

مصلحت سازمانی و حرفه‌ای: مصلحت سازمانی و حرفه‌ای باید به گونه‌ای تعیین و تدوین شود که ارزش‌های دیگر مخدوش نشوند. بهره‌وری، تخصص‌گرایی، توجه به دانش در رشته کاری، و ایجاد وحدت در سازمان، از مقوله‌هایی هستند که در مصالح سازمانی و حرفه‌ای باید مدنظر باشند.

مصلحت شخصی (فردی): انسجام و هم‌بستگی میان کارمندان و پیوند آنها با مدیریت، به سازمان نیرو و توان می‌بخشد. هرگاه ارزش‌های فردی و ارزش‌های سازمان یک‌سان باشند، دیگر نمی‌توان بین مصلحت شخصی، سازمانی و عمومی فرقی قائل شد. ارزش‌هایی چون درستی و صداقت، ارزش‌هایی فردی شمرده می‌شوند که رعایت آنها در سازمان موجب تسهیل امور سازمانی و برداشتن گام‌هایی در جهت مصالح عمومی هستند.

**نتیجه‌گیری**

یکی از راهکارهای سالم‌سازی محیط سازمانی، احیای اخلاقیات در آن است. اخلاق در سازمان، ارتباطات اثربخش را به وجود می‌آورد و موجب بهره‌وری سازمانی و رضایت شغلی در کارکنان، و در نهایت، موجب تعالی و پیشرفت سازمان می‌شود. یکی از مشکلات ما این است که اخلاق هیچ‌گاه در حوزه حرفه و شغل مطرح نبوده است؛ درحالی‌که آموزه‌های دینی، به اخلاق، هم در حوزه فردی (شخصی) و هم در حوزه حرفه‌ای توجه دارد. اخلاق حرفه‌ای، مانند شمشیر دولبه‌ای است که یک لبه آن تهدید، و لبه دیگر آن فرصت است. ضعف در نظام اخلاقی، تهدید، و تقویت آن فرصت را برای سازمان به ارمغان می‌آورد. اخلاق حرفه‌ای تأثیری چشمگیر بر فعالیت‌ها و نتایج سازمان دارد و در نهایت، موفقیت سازمان را دنبال می‌کند.

رعایت اخلاق حرفه‌ای در سازمان، امری لازم و ضروری است تا سازمان از یک سو جامعه را دچار تعارض نکند و از سوی دیگر، با اتخاذ تصمیمات منطقی و خردمندانه منافع بلندمدت خود را تضمین کند. آن چیزی که در مواجهه با مفهوم اخلاق حرفه باید مد نظر ما قرار گیرد، این است که نخست اخلاق حرفه‌ای، دربرگیرنده اخلاق فردی و اخلاق شغلی است، اما از هر دو فراتر رفته و به سازمان به مثابه یک مجموعه حقوقی ناظر است. دوم آنکه امروزه رویکردی استراتژیک به اخلاق حرفه‌ای پیدا شده است و به همین دلیل مسئولیت معنوی شرکت به مدیران استراتژیست واگذار شده است؛ نه به واحد پرسنلی و نه حتی به مدیران اجرایی. سوم آنکه در حوزه اخلاق باید دو نوع رویکرد «فضیلت‌گرایانه» و «مسئله‌محور» را از یکدیگر تفکیک کرد. نگرش سنتی به معضلات اخلاقی صرفاً «فضیلت‌محور» است، نه «مسئله‌محور»؛ در حالی که آنچه از معضلات اخلاقی سازمانی گره‌گشایی می‌کند، رویکرد «مسئله‌محور» است. چون معضل اخلاقی، یک مسئله است و برای حل اثربخش آن، نیازمند کسب تخصص و مهارت هستیم. نکته اساسی این است که ما باید از تلویحی‌نگری درباره اخلاق حرفه‌ای پرهیز کنیم. چهارم آنکه اخلاق سازمانی نه لزوماً فرد - وابسته و نه حتی سازمان - وابسته و نه محیط - وابسته است؛ بلکه عوامل فردی، محیطی و سازمانی در آن تأثیر دارد. بنابراین، ما در پرداختن به اخلاق، نیازمند نگرش سیستمی هستیم. غفلت از این عوامل در مقام تبیین و تحلیل معضلات اخلاقی، تصمیم‌گیری ما را از واقع‌بینی دور خواهد کرد.

جهت نهادینه کردن اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها راه کارهای زیر می‌تواند موثر باشد. یکی از راهکارها جهت نهادینه کردن اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها به کارگیری نیروی انسانی مقید به رعایت اخلاقیات و قانون در سازمان‌هاست. طبق آموزه‌های دینی، وجود معیارهای ایدئولوژیکی و ارزشی - اخلاقی در کارکنان، زمینه‌ساز رعایت اخلاقیات و قانون در محیط کار توسط آنهاست که باید هنگام به کارگیری نیرو، به‌ویژه در مشاغل کلیدی سازمان به آن توجه شود. انسان با وجود داشتن قوه فکر، کم‌وبیش تحت تأثیر اعمال دیگران است؛ بنابراین، آموزش عملی اخلاق توسط مدرسانی که خود متصف به صفات و رفتارهای اخلاقی باشند و قانون را رعایت کنند، می‌تواند یک راهکار دیگر باشد. همچنین تدوین منشور اخلاقی که مجموعه‌ای از رهنمودهای اخلاقی - ارزشی است، که می‌تواند موجب شکوفایی رابطه بین مدیران و کارمندان در سازمان شود.

## منابع و مراجع

۱. ابطحی، حسین، (۱۳۸۹) مدیریت منابع انسانی، چاپ سوم، کرج: مؤسسه تحقیقات و آموزش مدیریت.
۲. امینی فسخودی، عباس (۱۳۸۷) پویایی اخلاق تجاری: تابعی از فرهنگ و زمان (نمونه ها و الگوها) نشریه اخلاق در علوم و فناوری، شماره ۳-۴.
۳. برگو، ری ام و همکاران، (۱۳۸۶) مدیریت ارتباطات، ترجمه: سید محمد اعرابی و داوود ایزدی، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی.
۴. بحرینی، نسرین. (۱۳۸۹). مبانی اخلاق آزمون سازی در نظام آموزشی ایران در اخلاق کاربردی در ایران و اسلام. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۵. تدین، شبنم (۱۳۸۵). تدوین الگوی اخلاق کار مبتنی بر ارزش های اسلامی. دانشگاه آزاد اسلامی- واحد علوم و تحقیقات.
۶. جمعی از نویسندگان، معارف اسلامی، (۱۳۸۷) چاپ شانزدهم، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها (سمت).
۷. حمیدی، م، (۱۳۹۳) فلسفه و سازوکار پاسخگویی در نظام جمهوری اسلامی، مشهد، اندیشه حوزه.
۸. خانی جزنی، جمال (۱۳۸۷) اخلاق کار و وجدان کار در کارآفرینی، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال سوم شماره ۴ و ۳.
۹. دفت، ریچارد، (۱۳۸۹)، تئوری سازمان و طراحی ساختار، علی و سید محمد، پارسائیان و اعرابی، جلد دوم، تهران، مرکز پژوهش های بازرگانی، چاپ سوم.
۱۰. رابرت، جی، آونز، (۱۳۸۹) رفتار سازمانی در آموزش و پرورش، ترجمه سلیمی. ق و فروغی. ا، اصفهان، دانشگاه آزاد اسلامی خوراسگان.
۱۱. زاهدی، عبدالرضا و امرایی ایوب و نظریگی مریم، (۱۳۹۲) «روش قرآن کریم در نهادینه سازی عفاف و حجاب»، فصلنامه شورای فرهنگی اجتماعی زنان، شماره ۴۹، سال سیزدهم.
۱۲. سلامتی، مصطفی (۱۳۸۸). اخلاق حرفه ای، نشریه مهارت، شماره ۶۲.
۱۳. قراملکی، ا. فرامرز، (۱۳۸۲) اخلاق حرفه ای، تهران، احد فرامرز قراملکی.
۱۴. قراملکی، ا. فرامرز، (۱۳۸۳) «روش شناسی مسئولیت پذیری در سازمان» اندیشه حوزه، شماره شماره ۴۹ و ۵۰، آذر و اسفند.
۱۵. فرامرز قراملکی، احد. (۱۳۸۸). در آمدی بر اخلاق حرفه ای. تهران: انتشارات سرآمد.
۱۶. قربانی زاده، وجه اله، کریمان، مریم (۱۳۸۷) عوامل درون سازمانی مؤثر بر اخلاق کاری کارکنان، پژوهش های مدیریت منابع انسانی، دوره ۱ شماره ۴.
۱۷. عاملی، منیژه، (۱۳۹۱) بررسی مبانی نظری اخلاق حرفه ای در اسلام، پایان نامه جهت اخذ کارشناسی ارشد، تهران، موسسه پژوهشی حکمت و فلسفه ایران.
۱۸. کلهر، منوچهر (۱۳۸۳). مقدمات رفتار اداری، حدیث امروز.
۱۹. گیوریان، حسن، (۱۳۹۱) «نقش سطوح اخلاقی در تصمیمات سازمانی»، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۶۲.
۲۰. فرامرز قراملکی، احد، (۱۳۸۳) اخلاق حرفه ای، تهران، نشر مجنون.
۲۱. فردآر، دیوید، (۱۳۹۱)، مدیریت استراتژیک، علی پارساییان و سید محمد اعرابی، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی.
۲۲. فقیهی، ابوالحسن؛ رضایی منش، بهروز (۱۳۸۴) اخلاق اداری، فصلنامه مطالعات مدیریت بهبود و تحول، دوره ۱۲، شماره ۴۷.
۲۳. مختاری پور، م. (۱۳۹۳) سیادت، ع، مبانی و اصول اقتصاد آموزش و پرورش. اصفهان، جنگل.
۲۴. میر سپاسی، ن. (۱۳۸۹) مدیریت استراتژیک منابع انسانی و روابط کار، تهران، میر.
۲۵. محمدی ری شهری، محمد، (۱۳۸۶) میزان الحکمه (با ترجمه فارسی)، ترجمه حمیدرضا شیخی، ج ۱، چاپ هشتم، قم: انتشارات دارالحديث.
۲۶. ماکسول، جان (۱۳۸۸). اخلاق حرفه ای در مدیریت. ترجمه شمس آفاق یاری، تهران: نشر فرا.
۲۷. مرکز تحقیقات دانشگاه امام صادق (ع)، (۱۳۹۰) صد گفتار، چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).

۲۸. مصباح یزدی، محمدتقی، (۱۳۷۸) آموزش عقاید، چاپ اول، قم: دارالثقلین.
۲۹. مطهری، مرتضی (۱۳۷۰) نهضت های اسلامی در صدساله اخیر، تهران: صدرا، ۱۱۲ صفحه، چاپ چهاردهم.
۳۰. مقدس نیا، محمد و محمدی محمد مهدی، (۱۳۸۹) آداب معاشرت، چاپ دوم، قم: نشر پیک جلال.
۳۱. موسی زاده، زهره و عدلی مریم، (۱۳۹۳) «معیارهای انتخاب و انتصاب مدیران با رویکرد شایسته گزینی در نهج البلاغه»، اندیشه مدیریت، شماره اول، سال سوم.
۳۲. میرتاج الدینی، سیدمحمد رضا، اخلاق کارگزاران حکومت از دیدگاه اسلام، چاپ اول، تهران: مرکز چاپ و نشر.
۳۳. واثقی، قاسم، (۱۳۸۴) درسهایی از اخلاق مدیریت، چاپ دوم، تهران: شرکت چاپ و نشر.
۳۴. وارنوک، مری (۱۳۸۰) فلسفه اخلاق در قرن بیستم، ترجمه ابوالقاسم فنائی، تهران، انتشارات، بوستان کتاب قم.
۳۵. هورویتز، ژاک. (۱۳۸۷). هفت کلید استراتژی خدمات، ترجمه سید محمد اعرابی و داود ایزدی، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی، جلد دوم، چاپ سوم.
۳۶. هراتی نیک، محمد رضا، بشیری، حسن (۱۳۹۰) الگو مفهومی ارزیابی فرهنگی- اخلاقی راه حل های فناوری اطلاعات، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال ششم شماره ۱.

37. Ahmadi F. (2013). Evolution factors impact on professional ethics in service organization. *Ethics in Science & Technology*; 8(3): 35-42. (In Persian).
38. Amin Bidokhti, A., & Mardani, E. (2015). The relationship between mental health and observance of professional ethics among nursing staff. *Journal of Medical Ethics*. 31(9), 49-73. (In Persian).
39. Fisscher O, Nijhof A. (2012). Implication of business ethics for quality management. *The TQM Magazine*; 17 (2): 150-160.
40. Ghara Maleki, F. (2008). Introduction to professional ethics. First Edition, Tehran: Saramad Pulication. 112-186.
41. Hoseinian S. (2009). ethics in counseling and psychology. Tehran: Kamal Tarbyat. (In Persian).
42. Valentine, S., & Fleischman, G. (2008). Professional Ethical Standards, Corporate Social Responsibility, and the Perceived Role of Ethics and Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*. 82, 657-666.
43. Dianel, Coutu, (2012), "The Snxiety of Learning", in: *Harvard Business Review*, February, no. 129.
44. 31. Kuhn, Robert, 2007, 101 Ethical Dilemmas, Routledge.
45. Ryan, R. M. and Deci, E. L, (2009), "Self-Determination Theory and the Facitlitation of Intrinsic Motivation, Socail Development and Well Being, American psychologist", in: *Journal of Management Ethics Durdrecht*, Aug. Vol. 14, ISS.
46. Weston, Anthony, (2008), *Creative Problem Solving in Ethics*, Oxford University Press.
47. Jos, Philip H, "Social Contract Theory Implications for Professional Ethics", *journal of Public Administration*, V36, N5, 2011.
48. Pennino, Clare M, "Managers and professional ethics", *Journal of Business Ethics*, 2013 41- 47:337.
49. Wilson, Ian, ethics, "social responsibility and strategy", *journal of Strategy & Leadership*, 2008 Vol.45.
50. Zions, T, L, *Professional Standards of Educational Managers: Their Importance and Ease of Implementation*, Retrieved from Proquest.com, 2012.