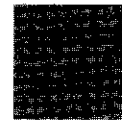


سو نیول
Sue Newell



اخلاق کسب و کار



گروه مترجمان میثاق مدیران
info@MisaqModiran.com

نشانی احترامی آنها به مشتریان یا بی توجهی آنها به امنیت عمومی است. نمونه هایی از این مشکل عبارتند از تبلیغات درباره کالاهای یا خدماتی خاص که دروغ می گویند (یا حداقل واقعیت را پنهان میکنند) و یا فروش محصولاتی که شرکت سازنده می داند ایمن نیستند.

نهایتاً، مشکلاتی اخلاقی به استفاده کارمندان از منابع شرکت بر می گردد. این کارمندان در محیط کار خود اقدام به ایجاد ارتباطات تلفنی خصوصی می کنند، هزینه هایی غیر واقعی را در مورد کارشان اعلام می کنند، امکانات اداری را به خانه می برند و غیره.

ممیزی رفتارهای اخلاقی و غیر اخلاقی

بر خلاف تصور عموم، تصمیماتی که برای دیگران یا کل سازمان مضر هستند، عموماً در نتیجه کار و تصمیم افرادی غیر اخلاقی که به دنبال دستیابی به منافع شخصی هستند، بوجود نمی آیند. در حالی که نفوذ فردی همچون سطح بلوغ اخلاقی فرد یا نحوه اعمال کنترلها، می تواند عامل مهمی می باشند، باید دقیقاً به بررسی روند تصمیم گیری پردازیم تا بفهمیم که چرا یک تصمیم غیر اخلاقی اتخاذ شده است. مثلاً پویایی های گروهی یکی از عوامل تاثیر گذار بر روند تصمیم گیری هستند. یکی از آثار مهم گروهی، تفکر گروهی^۳ است که ابروینگ جینز^۴ در تحقیقش درباره گروههای تعیین کننده سیاست خارجی ایالات متحده به آن اشاره کرد (تفکر گروهی: تحقیقات روانشناختی در مورد تصمیمات و شکستهای سیاسی). این تحقیق اثبات می کند که برای رسیدن به توافق در این گروهها، فشار بسیار زیادی وجود دارد. اعضای این گروهها قضاوتهای خود را مسکوت می گذارند و در نتیجه تصمیماتی بد یا غیر اخلاقی اتخاذ می کنند. جینز تفکر گروهی را چنین می داند: "عاملی روان شناختی برای رسیدن به اتفاق نظر به هر قیمتی که مانع از ارزیابی دیگر جایگزینها در روند تصمیم گیری می شود."

میزان اخلاقی بودن تصمیمات به تاثیر گذاری فرهنگ سازمانی بستگی دارد. اسمیت و جانسون^۵ سه رویکرد متفاوت را بیان کرده اند که سازمانها برای انجام وظایفشان به آنها متوسل می شوند:

۱. تعهد اجتماعی. شرکت تنها آنچه را انجام می دهد که به لحاظ قانونی مورد نیاز است؛
۲. پاسخگو بودن اجتماعی. شرکت به فشارهای گروههای مختلف پاسخ می دهد؛
۳. مسئولیت پذیری اجتماعی. شرکت دارای دستورالعملی در قبال تلاش فعالانه برای توسعه جامعه است.

اگر هر روز هفته نگاهی به روزنامه ها بیندازید، حتماً شاهد خبر رسوایی یک شرکت خواهید بود که قوانین، استانداردها و رفتارهای مورد قبول جامعه را نقض کرده است. مواد سمی به رودخانه ها سرازیر شده اند، در یک معامله رشوه پرداخت شده است، برای مونتاژ محصولات از نیروی کار کودک استفاده شده است، روشهای تبعیض آمیز مانع از استخدام یا ارتقای اعضای یک گروه خاص شده و غیره. به عبارت دیگر، شرکتها مستمراً غیر اخلاقی رفتار می کنند یعنی به طریقی عمل می کنند که از نظر اخلاقی برای جامعه قابل قبول نیستند. به علاوه، این تاثیر در حال فزونی گرفتن است زیرا شرکتها بزرگ تر (جهانی تر) شده اند و در حالی که زمانی همه توجه آنها به خطوط راه آهن، تأمین آب و مراقبتهای بهداشتی معطوف بود، امروزه همه آنها فقط به سودآوری می اندیشند. به طور فزاینده، این بخش خصوصی است که کیفیت هوایی که ما تنفس می کنیم، آبی که می نوشیم، استانداردی که بر اساس آن زندگی می کنیم، جایی که در زندگی می کنیم و حتی نحوه تردد ما را تعیین می کند.

مشکلات رایج اخلاقی در شرکتها

با توجه به تاثیر اجتماعی رو به رشد کسب و کار، طی ۲۰ سال گذشته، اصول اخلاقی کسب و کار به عنوان یک موضوع مهم مطرح شده است. اصول اخلاقی کسب و کار به تبیین آن دسته از اصول اخلاقی می پردازد که به موجب آنها می توانیم سازمانها را در قبال تاثیرشان بر مردم و محیط ارزیابی کنیم. تروینو و نلسون^۱ چهار نوع مشکل رایج اخلاقی را در سازمانهای فعال در عرصه کسب و کار مشخص کرده اند (مدیریت اصول اخلاقی کسب و کار، چاپ دوم، جان ویلی^۲، ۱۹۹۹). نخستین مشکل اخلاقی دربرگیرنده چگونگی تأمین نیروی انسانی است که با برخورد عادلانه و منصفانه با کارکنان فعلی و کارکنان آتی مرتبط است. در اینجا، رفتار غیر اخلاقی دربرگیرنده برخوردی ناعادلانه با افراد است که این امر ناشی از جنسیت، رنگ پوست، مذهب، پیشینه نژادی و غیره است.

دومین دسته از مشکلات اخلاقی ناشی از تضاد در منافع هستند. در اینجا، با افراد یا سازمانهای خاصی به شکلی ویژه برخورد می شود که این امر به دلیل ارتباطات فردی با یک شخص یا گروه است که تصمیمات اصلی را اتخاذ می کنند. مثلاً ممکن است شرکتی به این دلیل اقدام به انعقاد یک قرارداد هنگفت نماید که رشوهای به تیم مدیریت آن پرداخته شده نه به دلیل کیفیت طرح پیشنهادی آن قرارداد.

سومین بخش از مشکلات اخلاقی دربرگیرنده موضوع اعتماد مشتریان است. در این حوزه شرکتها به طریقی عمل می کنند که

3.groupthink

4.Irving Jains

5.Johnson, Smith

1.Trevino and Nelson

2.John Whiley

در شرکتی که رویکرد برتر آن در قبال اخلاق کسب و کار، تعهد اجتماعی است، احتمالاً مشکل است تصمیمی را توجیه نماییم که بر مبنای معیارهای اخلاقی گرفته شده است؛ ممکن است یک رفتار غیر مسئولانه اخلاقی تا زمانی که باعث نقض قانون نشود، محکوم نگردد.

معضلات اخلاقی

در برخی مواقع، واضح است که یک شرکت به صورت غیر اخلاقی رفتار کرده است مانند زمانی که دارویی به صورت غیر قانونی فروخته شده یا اینکه اختلاسی روی داده است. از جمله موارد رایج می توان به موقعیت هایی اشاره که یک معضل اخلاقی را در پی دارند همانند تضاد میان درست و غلط، یا میان ارزشها و تعهدات که در این صورت انتخاب کردن الزامی است. مثلاً ممکن است شرکتی بخواهد کارخانه جدیدی را در مناطقی بسازد که قبلاً عقب مانده بوده و میزان بیکاری در میان جمعیت آن بالا است. در اینجا ما با تضاد میان مزایای ثروت و اشتغال زایی و هزینه آسیب رساندن به محیط زیست زیبای آن منطقه مواجه هستیم. فلاسفه تلاش کرده اند تا نظریه هایی را در مورد قوانینی جهانی و عالم گیر ارائه دهند که ما را قادر می سازند میان درست و غلط و خوب و بد تمایز قایل شویم. الزاماً، دو مکتب فکری در اینجا مطرحند. نتیجه گرایان استدلال می کنند که رفتار در صورتی اخلاقی است که یک خیر مشترک (رضایت یا شادی) را به حداکثر و آسیب و زیان را به حداقل برساند. افراد مخالف استدلال می کنند که رفتار در صورتی اخلاقی است که انگیزه آن، یک وظیفه یا مجموعه ای از اصول اخلاقی درباره هدایت انسان - بدون توجه به نتیجه آن اقدام - باشد.

نمونه ای کوچک

دیدگاه نتیجه گراها در قبال رفتاری اخلاقی

فلاسفه ای که به رویکرد نتیجه گرایی عقیده دارند (که گاهی اوقات به آن سودباوری هم گفته می شود)، معتقدند در صورتی می توان رفتار را اخلاقی دانست که شادی و رضایت انسان را به حداکثر و آسیب و زیان را به حداقل برساند. جرمی بنتهام^۶ (۱۸۳۲-۱۷۴۸) و جان استیوارت میل^۷ (۱۸۷۳-۱۸۰۳) دو تن از معروف ترین موافقان این نگرش هستند. از نظر آنها یک خیر مشترک - و نه صرفاً شادی و رضایت فردی - است که باعث انتخاب میان خوب و بد می شود. در واقع، اگر لازم باشد، ما باید شادی و رضایت فردی خود را قربانی کنیم تا شادی و رضایت جمعی را افزایش دهیم. برای فردی که با انتخاب در تصمیم گیری مواجه شده است، یک اقدام اخلاقی به معنای سنجش تاثیر تصمیمش بر دیگران و انتخاب گزینه ای است که

6. Jeremy Bentham

7. John Stuart Mill

حداکثر رضایت و حداقل آسیب را به دنبال دارد. انتقادهای رایج از این نگرش آن است که سنجش کافی رضایت و شادی غیر ممکن است و اگر تصمیمی به نفع اکثریت نباشد، این نگرش آن را محکوم می کند.

دیدگاه افراد غیر نتیجه گرا در قبال رفتاری اخلاقی

فلاسفه ای که به رویکرد غیر نتیجه گرایی اعتقاد دارند (که به آن نظریه دثندوتالیستی^۸ هم گفته میشود)، چنین استدلال می نمایند که رفتار را در صورتی می توان اخلاقی دانست که بر مبنای حس انجام وظیفه بوده و مطابق با اصولی تعریف شده انجام شود. مثلاً امانوئل کانت^۹ (۱۸۰۴-۱۷۲۴) به اصل احترام به افراد اشاره می کند که به موجب آن نباید با افراد به عنوان ابزار نیل به یک هدف رفتار کرد؛ بلکه همیشه باید خود آنها را هدف دانست. ایده مطرح شده در اینجا آن است که ما می توانیم دست به قضاوت های اخلاقی بزنیم زیرا آنها می توانند مبتنی بر توانایی منحصر به فرد برای استدلال کردن باشد. یکی از انتقادهای رایج از این نگرش آن است که دستیابی به توافق در مورد اصول اخلاقی پایه یا سنجش آنها برای دست زدن به انتخاب در زمانی که خود اصول اخلاقی در مواقعی زیر سؤال میروند، عملاً غیر ممکن است.

عملی ساختن آن

در حالی که این دو رویکرد برای ارزیابی رفتار، مسلماً با هم تفاوت دارند اما می توان برای دستیابی به یک فهرست راهنما آنها را با هم تلفیق کرد. این فهرست به یک فرد یا یک گروه کمک می کند تا تصمیماتی اخلاقی اتخاذ کنند.

● حقایق را گردآوری کنید: مشکل و راه حل های احتمالی آن چیست؟



است؟

بسیاری از شرکتهای ارایه دهنده خدمات مالی در انگلستان، توانستند با ارایه مستمری های فردی به کسانی که ترجیح می دادند از طرح مستمری بگیری شرکت خود خارج شوند، به سودهای کوتاه مدتی در دهه ۱۹۹۰ دست یابند. البته، این شرکتها در بلند مدت با مشکلات زیادی در بازپرداخت این پول مواجه و در نتیجه متحمل جریمه های سنگینی شدند. مهم ترین نکته آن است که این روش، اعتماد عمومی را از میان برد.

۳. آیا سازمانهایی که غیر اخلاقی عمل میکنند، کارکنان لازم را جذب می کنند؟

شرکتهایی که به جامعه یا محیط زیست آسیب می زنند، حتی به کارمندانشان (یعنی کسانی که برای آنها تصمیمگیری میکنند) آسیب می زنند. مثلاً، شرکتهایی که باعث آلودگی هوای شوند، فضای تنفسی خانواده های کارکنانشان را نیز آلوده می کنند. مسلماً هر شرکتی، متکی به منابع انسانی خویش است. اگر شرکتی نتواند به دلیل رفتارهای غیر اخلاقی خود در گذشته افراد با توانمندی بالا را جذب نماید، مسلماً از هم خواهد پاشید. مسلماً، اخلاقی رفتار کردن کلید استمرار و رمز تداوم بلند مدت هر کسب و کاری است. تمرکز بر پیامد سه وجهی ذکر شده - تاثیر اجتماعی، محیطی و اقتصادی - مبنایی برای ایجاد ارتباطاتی قوی است که می تواند به حفظ و استمرار یک کسب و کار در آینده کمک شایانی نماید.

برای اطلاعات بیشتر

کتاب و مجلات:

* روابط و رفتارهای غیر اخلاقی: دورنمای یک شبکه اجتماعی*، دانیل براس، کنت باترفلد و بروس اسکاگز*، نشریه آکادمی ارزیابی مدیریت، ۱۹۹۸
پیامد سهوجهی کسب و کار در قرن ۲۱، جان الکینگتون*، ۱۹۹۸

10. Bruce Skaggs, Kenneth Butterfield, Daniel Brass

11. John Elkington

12. William Adams

13. Stuart-Mark Moody

● موضوعات اخلاقی را تعریف کنید. (این مرحله ای است که غالباً نادیده گرفته می شود لذا مشکلات اخلاقی ناشی از تصمیمی خاص اصلاً مد نظر قرار نمی گیرند.)

● سهامداران مختلف را که درگیر موضوع هستند مشخص کنید.

● در مورد پیامدهای هر راه حل فکر کنید: چه شادی یا آسیبی ممکن است رخ دهد؟

● تعهدات و حقوق افراد تحت تاثیر را مشخص کنید: در اینجا، وظیفه من چیست؟

● احساسات خود را در نظر بگیرید.

آخرین گام بسیار مهم است. افراد درگیر باید از خودشان پرسند که اگر دوستان یا خانواده آنان بدانند که آنها چه به صورت جمعی و چه به صورت گروهی درگیر یک تصمیم سازمانی شده اند، چه احساسی خواهند داشت.

چرا رفتار اخلاقی برای کسب و کار مهم است

ممکن است اخلاقی عمل کردن، مشکلاتی را در کوتاه مدت برای یک شرکت به دنبال داشته باشد. اما مسلم است که در بلند مدت، اخلاقی رفتار کردن کلید توسعه پایدار خواهد بود. وقتی شما با یک معضل اخلاقی مواجه هستید که به نظر می رسد در آن گزینه ای غیر اخلاقی وجود دارد، باید این سوالات را از خودتان پرسید:

۱. وقتی این اقدام آشکار شود (یا اگر نشود)، چه اتفاقی رخ خواهد داد؟

به طور فزاینده ای، رفتار شرکتهای تحت فشار و نظر طرفین مختلف - مشتریان، قانونگذاران، گروههای حامی محیط زیست و افکار عمومی - است. معمولاً مردم وقتی ببینند که بیعدالتی رخ داده ساکت نمی نشینند و این در حالی است که اینترنت و دیگر ابزار ارتباطی نیز این امکان را به آنها داده که بلافاصله نظر خود را علنی سازند و به مجموعه های از مخاطبان جهانی دست یابند. شرکتهایی که غیر اخلاقی عمل می کنند، نمی توانند از این وضع جان سالم به در ببرند و آشکار شدن این موضوع، تأثیری ویرانگر بر آنها خواهد داشت. این امر به پرسش دوم می انجامد.

۲. آیا این تصمیم، واقعاً در بلند مدت به نفع شرکت

"شیوه اخلاقی یک شرکت همانند یک چرخ بزرگ است. این چرخ، بسیار بزرگ به نظر می رسد اما تا شما به آن نیرو وارد نکنید، هیچ حرکتی نمی کند و سر جای خود ایستاده است." ویلیام آدامز*
"در سالهای اخیر، نگرانی عمومی در خصوص محیط زیست، حقوق بشر و موضوعات اخلاقی، مستقیماً بر طیف گسترده های از شرکتهای تاثیر گذارده است." مارک مودی استیوارت*
* ویلیام آدامز ۱۲
* مارک مودی استیوارت ۱۳