



دانشگاه یزد

درسنامه‌ی

اخلاق حرفه‌ای در مدیریت

با رویکرد اسلامی

مدرس: سید صدرالدین حسینی مشهدی

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فهرست

فصل اول: مفاهیم کاربردی

۱۱.....	❖ اخلاق
۱۲.....	❖ اخلاق و ادیان الهی
۱۳.....	❖ موضوع اخلاق
۱۳.....	❖ استانداردهای معنوی
۱۴.....	❖ قانون طلایی
۱۴.....	❖ علم اخلاق
۱۵.....	❖ فلسفه اخلاق
۱۵.....	❖ نظریه افلاطون
۱۵.....	❖ نظریه ارسطو
۱۶.....	❖ اخلاق حرفه‌ای
۱۸.....	❖ ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای

فصل دوم: اخلاق حرفه‌ای در مدیریت

۲۱.....	❖ ابعاد نیاز سازمان به اخلاق
۲۳.....	❖ نقش راهبردی اخلاق در موفقیت سازمان
۲۳.....	❖ مسئولیت‌های اخلاقی مدیران
۲۴.....	❖ وظایف مدیران در اخلاقی کردن سازمان
۲۵.....	❖ اخلاق سازمانی

- ❖ اخلاق تحقیق و توسعه ۲۶
- ❖ اخلاق در تولید ۲۶
- ❖ اخلاق در بازاریابی ۲۷
- ❖ اخلاق در منابع انسانی ۲۷
- ❖ اخلاق در امور مالی ۲۹

فصل سوم: اخلاق در تجارت

- ❖ دیدگاه‌های اخلاق تجارت ۳۲
- ❖ رابطه تجارت، قانون و اخلاق ۳۳
- ❖ نگرشی دینی به اخلاق کسب و کار ۳۴
- ❖ رویکرد اسلامی به فلسفه اخلاق تجارت ۳۵
- ❖ کارکرد فلسفه اخلاق اسلامی تجارت ۳۷

فصل چهارم: منشور اخلاقی سازمان

- ❖ لزوم بهره‌گیری از کدهای اخلاقی در سازمان ۴۲
- ❖ منشورهای اخلاقی ۴۲
- ❖ معیارهای جهانی منشور اخلاقی (اصول اخلاق سازمانی) ۴۳
- ❖ راهکارهایی برای تدوین برنامه اخلاقی ۴۴
- ❖ مدل‌هایی از منشور اخلاقی ۴۶

فصل پنجم: اخلاق حرفه‌ای در مدیریت با رویکرد اسلامی

- ❖ نظام‌های اخلاقی عمده ۵۹
- ❖ مبانی نظری اخلاق حرفه‌ای در اسلام ۶۰
- ❖ نامه امیرالمؤمنین (ع) به مالک اشتر نخعی ۶۱

پیش‌گفتار

معمولا در مورد اخلاق می‌گویند که عبارت است از علم زیستن یا علم چگونه باید زیست یا می‌گویند اخلاق می‌خواهد به انسان پاسخ بدهد که زندگی نیک برای انسان کدام است؟ و آدمیان چگونه باید عمل کنند. بعلاوه یک معنی و مفهوم دیگر در متن اخلاقی بودن یک کار مندرج است و آن اینکه چگونه باید زیست که با ارزش و مقدس و متعالی باشد. یعنی ارزش داشتن و برتر از فعل عادی بودن جزء مفهوم فعل اخلاقی است. در حقیقت آنچه مربوط به اخلاق است تنها این نیست که چگونه باید زیست بلکه این است که برای اینکه با ارزش و مقدس و متعالی زیست کرده باشیم چگونه باید زیست. بنابراین اخلاق تنها علم چگونه باید زیستن نیست، بلکه علم چگونه بودن هم هست.^۱

از دیرباز در متون و نصوص کهن ارزشی علمی سیاسی اداری و مدیریتی به این مهم پرداخته شده است تا جایی که پایبندی به مساله اخلاق را صراحتا 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 مقدی نکند و به فساد و تباهی بکشانند زیانکار خواهد بود (سوره شمس: آیات ۹ و ۱۰) از طرفی نیز نیاز انسان‌ها به اصول و قواعد اجتماعی فرهنگی و ارزشی برای حیات خویش یکی از مسائلی است که فلسفه اخلاق از دیرینگی برخوردار است.

اصول اخلاقی باید بر فعالیت‌های آزادی انسان حاکم باشد و تجارت نیز یک فعالیت ارادی است؛ بنابراین اصول اخلاقی باید بر فعالیت‌های تجاری انسان حاکم باشد. برخی تصور می‌کنند برای رعایت اصول اخلاقی تجارت فقط کفایت از قانون پیروی کنند، در حالیکه این تصویری نادرست است. تعهد اخلاقی برای رعایت قانون، تا زمانی وجود

دارد که قانون مستلزم رفتارهای ناعادلانه نباشد. عدم رعایت اصول اخلاقی می‌تواند منافع کوتاه مدتی را برای شرکت‌ها ایجاد کند، اما با گذر زمان رفتارهای ناپسند به منافع مالی شرکت ضربه می‌زنند. هدف نهایی اصول اخلاقی آن است که مجموعه‌ای از استانداردهای اخلاقی را پدید آورد که حفظ و بکارگیری آن‌ها منطقی باشد. رواج اخلاق تجارت نتایج مثبت از جمله توسعه پایدار از طریق کاهش مصرف منابع تجدید ناپذیر مقررات بهداشتی حفاظت از محیط زیست مشتری مداری جلوگیری از تبلیغات فریبنده و نظایر آن در پی دارد.

اخلاق حرفه‌ای یکی از مسائل 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 سکولار، 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. جامعه ما 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. امروزه بسیاری از کشورها در جهان صنعتی به این بلوغ رسیده‌اند که بی‌اعتنایی به مسائل 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 یک فرهنگ مبتنی بر اخلاق رسوخ کند. از این‌رو، کوشیده‌اند به تحقیقات درباره اخلاق حرفه‌ای جایگاه ویژه‌ای بدهند؛ وقتی از حوزه فردی و شخصی به حوزه کسب و کار گام می‌نهیم، اخلاق کار و یا اخلاق شغلی به میان می‌آید؛ مانند: اخلاق پزشکی، اخلاق معلمی، اخلاق مهندسی و نظایر آن.

برای نمونه، چگونه ممکن است سیستم یک بیمارستان یا دانشگاه فاسد باشد، اما از پرستاران بخواهیم اخلاقی باشند. 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. در اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت‌های اخلاقی سازمان در قبال محیط داخلی و خارجی است و این متمایز از حقوق کار است؛ اما حقوق کار نیز در آن وجود دارد. اصول اخلاق خوب از پیش شرط‌های مدیریت استراتژیک خوب است. این اصول موجب ایجاد یک شرکت و بنگاه خوب می‌شود.^۱

ساختار مدیریت در نظام دینی، عهده دار مسئولیت‌های الهی است و در پی برآوردن این مسئولیت‌ها است. در چنین ساختاری اخلاق معطوف به ارزش‌های والا نقش کلیدی و محوری دارد. نهضت تربیتی اسلام در عرصه مدیریت به ساحتن مدیرانی لایق و برخوردار از فضیلت اهتمام ورزیده و نمونه عالی چنین انسانی را لایق مدیریت در عرصه اجتماع می‌داند.

اخلاق، آرمان این نهضت مقدس است؛ زیرا اخلاق فضیلتی است که می‌تواند پاسخ‌گویی را نهادینه و عملی نماید؛ لذا اخلاق مدیریت معطوف به فضیلت، منشوری مقدس دارد که در این منشور، درک وظیفه، مدیریت را امانت پنداشتن، نگران بندگان خدا بودن، معاشرت نیکو، صداقت، انتقادپذیری، رعایت بیت المال و دوری از آزمندی و... ابزار

پاسخ گویی است؛ هم چنین به لحاظ برخورداری از خصلت‌هایی منفی در اخلاق، به مانع‌هایی برمی‌خورد، هم چون دنیاگزینی و ریاست خواهی و درک نمودن فضیلت معنوی خدمت، کنار آمدن با خطاکاران حوزه حاکمیت و فقدان انصاف و عدالت. برعکس برخورداری از این فضیلت‌ها و رسیدن فرد مسئول و مدیر به تعادل درونی، نفسانی و دست‌یازی او به ارزش‌های مثبت اخلاقی مدیریت را بالنده و بارور می‌سازد؛ در نتیجه، عنصر پاسخ‌گویی، امری نهادینه، بالفعل و عینی می‌گردد.^۳

با این همه، یکی از مشکلات ما این است که اخلاق هیچ‌گاه در حوزه کسب و کار، یا به‌طور کلی، در حوزه اجتماعی و سیاسی ما مطرح نبوده، بلکه همواره موضوعی شخصی بوده است. انسان‌ها به اینکه درستی و راستی خواست آنهاست، اذعان دارند؛ اما در عین حال، مطالعات نشان می‌دهد که بیشتر مردم معمولاً کارها را به همان درستی‌ای که از دیگران انتظار دارند، انجام نمی‌دهند. افرادی که در فعالیت‌هایشان درستی را رعایت می‌کنند، نسبت به مسئولیت‌های اجتماعی‌شان متعهدند و دستاورد این تعهد برای آنها، سوددهی بیشتر است.



فضیلت و اخلاق برای جامعه از نان شب هم واجب تر است.
 اگر جامعه ای شکست اخلاقی بخورد با هیچ نیرویی نمی توان آن را جبران کرد.
 (افلاطون)

فصل اول: مفاهیم کاربردی

❖ اخلاق

واژه ethics به معنی منش و morals به معنی اخلاق به کار می رود. گرچه واژه های مذکور به جای هم مورد استفاده قرار می گیرند، اما در معنای دقیق تفاوت هایی با هم دارند. نظام های ارزشی و عادت هایی (قواعد و استانداردهای رفتاری) که در زندگی گروه خاصی تحقق یافته، به عنوان اخلاق آن گروه توصیف می شود (ethics)، مانند اخلاق خانواده، اخلاق تجارت و اخلاق حرفه ای؛ در حالی که morals شخصیت فردی را تعیین می کند.

اخلاق، جمع «خُلُق» و «خُلُق» است. به گفته راغب در کتاب «مفردات»، این دو واژه در اصل به یک ریشه باز می گردند. خُلُق به معنای هیئت، شکل و صورتی است که انسان آن را با چشم می بیند و خُلُق به معنای قوا، سجایا و صفات درونی است که با چشم دل دیده می شوند. بعلاوه خُلُق، ملکه ای است نفسانی که موجب می شود عملی به آسانی و بدون نیاز به تفکر و تأمل، از انسان صادر شود و اخلاق در حقیقت، ملکاتی است که در نفس انسان حاصل می شود و بر سلوک و رفتار او تأثیر می گذارد؛ یعنی به اعمال انسان در زندگی جهت می دهد. به عبارتی اخلاق، حالتی درونی است که آن را از کردار و رفتار فرد کشف می کنیم. لذا اخلاق را از طریق آثار آن نیز می توان تعریف کرد. به این شکل که گاه فعلی که از انسان سر می زند شکلی مستمر ندارد؛ اما وقتی کاری به طور مستمر از کسی سر می زند (مانند امساک در بذل و بخشش و کمک به دیگران)، دلیل بر این است که ریشه ای درونی و باطنی در اعماق جان و روح فرد دارد و

آن را خُلق یا اخلاق می‌نامند. اخلاقیات به‌عنوان مجموعه‌ای از اصول، اغلب به منشوری برای راهنمایی و هدایت تعریف می‌شود. این مجموعه اصول، چارچوبی برای اقدام ارائه می‌کند.

اخلاقیات، ارتباطی نزدیک و تنگاتنگ با ارزش‌ها دارند و به آن همچون ابزاری نگریسته می‌شود که ارزش‌ها را به عمل تبدیل می‌کند. اخلاق، یعنی رعایت اصول معنوی و ارزش‌هایی که بر رفتار شخص یا گروه، حاکم است؛ مبنی بر اینکه درست چیست و نادرست کدام است. اخلاق، مفاهیمی چون اعتماد، صداقت، درستی، وفای به عهد، عدالت و مساوات، و فضایل شهروندی و خدمت به جامعه را در برمی‌گیرد.

اخلاق را گاهی به چند قسم تقسیم می‌کنند: اخلاق فردی؛ اخلاق اجتماعی؛ اخلاق خانواده؛ اخلاق معلم؛ اخلاق دانشجو و... . تقسیمات اخلاق، به‌اعتبار ارتباطات و موقعیت‌های مختلفی است که انسان دارد. انسان در رابطه‌ها و موقعیت‌های گوناگونی قرار دارد؛ در خانه، در موقعیت پدر، مادر، همسر یا فرزند است و با اعضای دیگر خانواده رابطه دارد؛ در کوچه و محله، همسایه است و با همسایگان دیگر رابطه دارد؛ در جامعه، در موقعیت شغلی خویش، یا معلم و مربی است یا متعلم و متربی؛ گاه طیب است، گاه فرمانده، مدیر یا رئیس. شخص در هر یک از این موقعیت‌ها، به تناسب با افراد رابطه دارد. در آموزه‌های دینی، هم به اخلاق فردی و هم به اخلاق حرفه‌ای توجه شده است.

❖ اخلاق و ادیان الهی^۴

موضوع اخلاق در همه ادیان الهی از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است. ولی در دین مقدس اسلام مساله اخلاق دارای چنان جایگاه ویژه‌ای است که پیامبر اکرم در خصوص فلسفه بعثت می‌فرمایند: «أَنْتِ بَعِثْتُ لَانْتَمَّ مَكَارِمَ الْاِخْلَاقِ» یعنی من مبعوث شده‌ام تا مکارم اخلاق را بر شما کامل نمایم.

آیات قرآن به طور مکرر فلسفه و دلیل بعثت انبیا را تزکیه اخلاق و ترویج اخلاق حسنه ذکر می‌کنند. برای مثال آیه ۲ سوره جمعه می‌فرماید «هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَ إِنْ كَانُوا مِنْ قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ» یعنی او کسی است که از میان مردم درس نخوانده رسولی از میان خودشان برانگیخت تا آیاتش را بر آنها بخواند و آنها را تزکیه نماید و به آنها کتاب و حکمت بیاموزد هرچند پیش از آن در گمراهی آشکار بودند. و باز در سوره اعلی می‌فرماید «قَدْ اَفْلَحَ مَنْ زَكَّى» به یقین رستگار شد آنکه پاکی پیشه کرد و خود را تزکیه نمود و یا در آیه ۹ سوره شمس می‌فرماید «قَدْ اَفْلَحَ مَنْ زَكَّىهَا» به درستی که رستگار شد آنکه تزکیه نفس نمود و خود را به اخلاق نیکو آراست.

آیات فوق در واقع یک حقیقت را دنبال می‌کنند و آن این که یکی از اصلی‌ترین اهداف بعثت پیامبر اکرم تزکیه نفس و پرورش اخلاق حسنه می‌باشد و صلاح و رستگاری نهایی بشر را دستاورد تزکیه و رعایت اصول اخلاقی معرفی می‌نماید.

منابع اخلاق اسلامی، قرآن کریم و سنت پیامبر و ائمه هدی می‌باشد. چنانچه در قرآن کریم در مورد اخلاق رسول اکرم بررسی شود به آیاتی چون «وَأَنْتَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ» یعنی پیامبر به یقین تو بر خلق بس عظیم استوار هستی، بر می‌خوریم.

بنابراین آنچه از آموزه‌های اسلامی می‌توان استفاده کرد اهتمام فوق العاده قرآن مجید به مسائل اخلاقی و تهذیب نفس به عنوان یک مساله اساسی و زیربنایی است که دیگر فعالیت‌های انسان از جمله تصمیم‌گیری برنامه ریزی و مدیریت امور از آن نشات می‌گیرد و تکامل اخلاقی در فرد و جامعه مهم‌ترین هدفی است که ادیان آسمانی بر آن تکیه می‌کنند و آن را ریشه همه اصلاحات اجتماعی و مبارزه با مفاسد و پدیده‌های ناهنجار معرفی می‌کنند.

❖ موضوع اخلاق^۵

اخلاق به مطالعه این موضوع می‌پردازد که چگونه افراد با توجه به معیار رفتار درست یا نادرست زندگی می‌کنند و در ارتباط با این دو معیار ما چگونه در مورد دیگران فکر یا با آن‌ها رفتار می‌کنیم و می‌خواهیم آن‌ها در ارتباط با ما چگونه فکر و رفتار کنند. اخلاق برای گروهی از افراد انتخابی آگاهانه در پیروی از مجموعه استانداردها با اصول اخلاقی است و می‌تواند آن‌ها را در یافتن مسیر زندگی‌شان راهنمایی کند. گروهی دیگر برای تشخیص استاندارد مورد پذیرش رفتار درست و نادرست یا خوب و بد در شرایطی که نمی‌توانند انتخاب مشخصی داشته باشند، به رفتار دیگران نگاه می‌کنند. اینکه افراد چگونه به تعریف درست یا نادرست بودن یک رفتار دست می‌یابند به عوامل فراوانی مانند چگونگی تربیت و مذهب آن‌ها و همچنین سنن و عقاید جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنند بستگی دارد.

❖ استانداردهای معنوی^۶

استانداردهای معنوی اصولی هستند که مبنای مذهبی، فرهنگی یا فلسفی دارند و با توجه به آن مبانی رفتار خوب یا بد مورد قضاوت قرار می‌گیرد. این عقاید از منابع فراوانی ناشی می‌شوند که عبارتند از:

— دوستان

— خانواده

— پیشینه مذهبی

— مذهب

— مدرسه

— رسانه - تلوزیون رادیو روزنامه مجله و اینترنت

همچنان که اصول معنوی شخصی شما در طول زندگی ساخته می‌شوند، مجموعه‌ای از تاثیرات خود را نشان می‌دهند. به عنوان نمونه تربیت خانوادگی یا آموزش مذهبی سخت گیرانه می‌تواند بر معیارهای اخلاق شخصی شما تاثیر مستقیم داشته باشد.

❖ قانون طلایی^۷

برای گروهی از افراد، هدف از یک زندگی اخلاقی در چارچوب این قانون طلایی بیان شده است: آنچه می‌خواهید که مردم با شما کنند شما نیز با ایشان همان کنید یا نسبت به دیگران آن گونه برخورد کنید که انتظار دارید با شما همان گونه برخورد کنند. این قانون ساده و بسیار صریح از سوی بسیاری از آیین‌ها و مذاهب در سراسر جهان مطرح شده است.

آیین بودا: زمانی که انجام یک عمل را برای خودتان مضر می‌بینید از انجام آن نسبت به دیگران نیز خودداری کنید.

مسیحیت: خود را در قالب دیگران قرار دهید و با آن‌ها به گونه‌ای رفتار کنید که می‌خواهید آن‌ها با شما همان گونه رفتار کنند.

آیین هندو: اعمالی را که برای خود ناخوشایند می‌یابید نسبت به دیگران نیز انجام ندهید.

دین اسلام که مکمل و تمام کننده همه ادیان الهی است، به دفعات با جملات مختلف این مضامین را بیان کرده است. من جمله امیرالمومنین علی به فرزند خود امام حسن (ع) همین مطلب را سفارش فرموده‌اند که به بهترین شکل بیانگر مضمون این سه جمله است: حسن جان نفس خود را میزان خود و دیگران قرار بده پس آنچه را برای خود دوست داری برای دیگران نیز دوست بدار و آنچه را برای خود نمی‌پسندی برای دیگران مپسند و آنگونه که دوست نداری به تو کسی ستم کند به کسی ستم نکن و همانگونه که دوست داری به تو نیکی شود نیکوکار باش.

❖ علم اخلاق^۸

علم اخلاق را چنین تعریف کرده‌اند: اخلاق علمی است که از ملکات و صفات خوب بد ریشه‌ها و آثار آن سخن می‌گوید. به تعبیر دیگر سرچشمه‌های اکتساب این صفات نیک، راه مبارزه با صفات بد و آثار هر یک را در فرد و جامعه مورد بررسی قرار می‌دهد. البته همان‌طور که گفته شد گاه آثار علمی و افعال ناشی از این صفات نیز اخلاق اطلاق می‌شوند. به طور مثال اگر کسی پیوسته آثار خشم و عصبانیت نشان می‌دهد به او می‌گویند: این اخلاق خوبی نیست که فلانی دارد. در واقع این دو علت و معلول یکدیگرند که نام یکی بر دیگری اطلاق می‌شود.

بعضی از غربی‌ها علم اخلاق را چنان تعریف کرده‌اند که از نظر نتیجه با تعاریف ما یکسان است. از جمله در کتاب فلسفه اخلاق نوشته یکی از فلاسفه غرب به نام ژکس می‌خوانیم: *علم اخلاق عبارت است از تحقیق درباره رفتار آدمی به آن گونه که باید باشد. در حالی که بعضی دیگر مانند فولکیه با بینش‌های متفاوت در تعریف علم اخلاق می‌گویند: مجموعه قوانین رفتاری که انسان به واسطه مراعات آن‌ها می‌تواند به هدفش برسد علم اخلاق است.*

❖ فلسفه اخلاق^۹

علم اخلاق یا فلسفه اخلاق می‌خواهد به این سوال پاسخ دهد که انسان چه رفتاری را پیشه کند که فضیلت است؟ حکما و فلاسفه به این پرسش پاسخ‌های گوناگون داده‌اند. این پاسخ‌ها اگرچه مختلف است، ولی غالباً متضاد و متناقض نیستند. یعنی غالباً هر کدام از این مکتب‌ها به گوشه‌ای از آنچه انسان باید پیشه کنند توجه کرده‌اند. در ادامه به چند مورد از آن‌ها اشاره می‌کنیم:

❖ نظریه افلاطون^{۱۰}

افلاطون معتقد است فقط سه چیز ارزش دارد: عدالت، زیبایی و حقیقت و مرجع این سه چیز را یک چیز می‌داند: خیر! پس فقط یک چیز ارزش دارد و آن خیر است و آن چیزی که باید در پی آن بود خیر است. خیر برای همه اعم از مرد و زن یکی است. پس اخلاق برای همه یکی است و یک فرمول دارد. برای عمل به خیر شناختن آن کافی است و افلاطون و سقراط معتقدند برای عمل به تقاضای خیر، شناختن آن کافی است. یعنی امکان ندارد که انسان کار نیک را بشناسد و تشخیص دهد و عمل نکند. علت عمل نکردن جهالت است. پس برای از بین بردن فساد باید جهالت را از بین برد.

به این نظریه انتقاداتی وارد است. یکی از آن‌ها این است که برای اخلاقی بودن فقط دانستن (آموزش) کافی نیست و تربیت (پرورش) نیز ضرورت دارد. تربیت یعنی ایجاد ملکات نفسانی موافق با مقتضای علم و حکمت. این اشکالی است که ارسطو - شاگرد افلاطون - بر سقراط و افلاطون وارد کرده است.

❖ نظریه ارسطو^{۱۱}

ارسطو در باب اخلاق نظریه سعادت را طرح کرده است. او مدعی است که انسان طالب سعادت است و نه خوبی (خیر) و به تعبیر بعضی از نظر ارسطو، خوبی همان سعادت است. سعادت عبارت است از بهره مند شدن حداکثر از خوشی‌های ممکن و دوری گزیدن از ناخوشی‌ها و ناملایمات به قدر امکان. و البته خوشی و ناخوشی محدود به لذات و آلام جسمانی نیست لذات و آلام عقلانی بالاترین لذت‌ها و آلام است. آنچه انسان آرزو می‌کند و در جستجوی آن

است سعادت است نه خیر و کمال. اکنون باید دید راه تحصیل سعادت چیست؟ علم اخلاق عبارت است از علم راه تحصیل سعادت. ارسطو معتقد است که فضائل وسیله‌ای هستند برای هدفی که همان سعادت است. ارسطو اخلاق (راه رسیدن به سعادت) را رعایت اعتدال و حد وسط می‌داند. می‌گوید فضیلت یا اخلاق حد وسط میان افراط و تفریط است. مثلاً شجاعت حد وسط میان جبن و تهور است یا تواضع حد وسط میان تکبر و تن به حقارت دادن است.

ارسطو بر خلاف افلاطون معتقد است که علم و معرفت برای بدست آوردن فضیلت کافی نیست و علاوه بر آن باید نفس را به فضیلت تربیت کرد، یعنی باید در نفس ملکات فضائل را ایجاد نمود. باید کاری کرد که نفس به فضائل (رعایت اعتدال‌ها و حد وسط‌ها) عادت کند و این کار با تکرار عمل میسر می‌شود.

شک نیست که نظریه ارسطو جزئی از حقیقت دارد ولی شاید ایراد عمده‌ای که می‌توان به نظر ارسطو گرفت این است که تنها بهترین راه‌ها (راه وسط) را برای وصول به مقصد (سعادت) دانسته است. به عبارتی ارسطو مقصد را تعیین شده دانسته و اخلاق ارسطویی به انسان هدف نمی‌دهد، بلکه فقط راه رسیدن به هدف را نشان می‌دهد. حال آن که ممکن است گفته شود که یک مکتب اخلاقی وظیفه دارد که هدف انسان را هم مشخص کند. یعنی چنین نیست که انسان از نظر هدف نیازی به راهنمایی نداشته باشد.

برخی بر اخلاق ارسطویی ایراد دیگری گرفته‌اند و مدعی شده‌اند که همه اخلاق فاضله را نمی‌توان با معیار حد وسط توجیه کرد. مثلاً راستگویی حد وسط میان کدام افراط و تفریط است؟ راستگویی خوب است و دروغگویی که نقطه مقابل آن است (نه افراط و تفریط) بد است.

❖ اخلاق حرفه‌ای^{۱۲}

اخلاق حرفه‌ای عبارت است از مجموعه قوانین اخلاقی که در وهله اول، از ماهیت حرفه یا شغل به دست آمده است. اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت اخلاقی فرد از حیث شغل است. پزشک به عنوان شخص حقیقی، مسئولیت‌های اخلاقی دارد. مسئولیت‌های اخلاقی او برخاسته از شغلی است که بر دوش گرفته است؛ به گونه‌ای که اگر شغل دیگری می‌پذیرفت، مسئولیت‌های اخلاقی وی تغییر می‌کرد. هر شغلی به اقتضای حرفه‌ای، مسئولیت‌های اخلاقی خاصی می‌آفریند. اخلاق در این مفهوم، «شغل وابسته» است که برحسب تنوع مشاغل، اخلاقیات خاصی را موجب می‌شود: اخلاق پزشکان؛ اخلاق معلمان؛ اخلاق مدیران و...

اخلاق حرفه‌ای، مانند شمشیر دولبه‌ای است که یک لبه آن تهدید است. ضعف در سیستم اخلاقیات، به کاهش ارتباطات و افزایش خسارات در سازمان می‌انجامد و بر اثر آن، مدیریت بیشتر بر روی کنترل گذشته‌نگر تکیه خواهد کرد؛ زیرا افراد اطلاعات را به مدیریت، نمی‌رسانند و در این صورت، انرژی سازمان منفی می‌شود. به عبارت دیگر، توان سازمان بجای آنکه صرف هدف شود، صرف شایعه، غیبت، کم‌کاری و... خواهد شد. لبه دیگر این شمشیر، فرصت

است. تقویت سیستم اخلاقیات، اعتماد و انگیزش را افزایش و معضلات اخلاقی را مهار می‌کند و تهدید به فرصت تبدیل می‌شود.

اخلاق حرفه‌ای، تأثیری چشمگیر بر فعالیت‌ها و نتایج سازمان دارد. اخلاق حرفه‌ای، بهره‌وری را افزایش می‌دهد؛ ارتباطات را بهبود می‌بخشد و درجه ریسک را کاهش می‌دهد؛ زیرا در صورت حاکمیت اخلاق حرفه‌ای بر سازمان، اطلاعات به آسانی منتقل می‌شود و مدیر پیش از ایجاد حادثه، از آن مطلع می‌گردد.

در ابتدا مفهوم اخلاق حرفه‌ای به معنای اخلاق کار و اخلاق مشاغل به کار می‌رفت. امروزه نیز عده‌ای از نویسندگان اخلاق حرفه‌ای، از معنای نخستین این مفهوم برای تعریف آن استفاده می‌کنند. اصطلاحاتی مثل *work ethics* یا *professional ethics* معادل اخلاق کاری یا اخلاق حرفه‌ای در زبان فارسی است. تعریف‌های مختلفی اخلاق حرفه‌ای ارائه شده است:

(الف) اخلاق کار، متعهد شدن انرژی ذهنی و روانی و فیزیکی فرد یا گروه به ایده جمعی است در جهت اخذ قوا و استعداد درونی گروه و فرد برای توسعه به هر نحو.

(ب) اخلاق حرفه‌ای یکی از شعبه‌های جدید اخلاق است که می‌کوشد به مسائل اخلاقی حرفه‌های گوناگون پاسخ داده و برای آن اصولی خاص متصور است.

(ج) اخلاق حرفه‌ای به مسائل و پرسش‌های اخلاقی و اصول و ارزش‌های اخلاقی یک نظام حرفه‌ای می‌پردازد و ناظر بر اخلاق در محیط حرفه‌ای است.

(د) مقصود از اخلاق حرفه‌ای مجموعه قواعدی است که باید افراد داوطلبانه و براساس ندای وجدان و فطرت خویش در انجام کار حرفه‌ای رعایت کنند؛ بدون آن که الزام خارجی داشته باشند یا در صورت تخلف، به مجازات‌های قانونی دچار شوند.

(ه) اخلاق فردی، مسئولیت‌پذیری فرد است در برابر رفتار فردی خود، صرفاً به منزله یک فرد انسانی، و اخلاق شغلی، مسئولیت‌پذیری یک فرد است در برابر رفتار حرفه‌ای و شغلی خود، به مثابه صاحب یک حرفه یا پست سازمانی.

(و) این اخلاق، دربرگیرنده مجموعه‌ای از احکام ارزشی، تکالیف رفتار و سلوک و دستورهایی برای اجرای آنهاست.

(ز) اخلاق حرفه‌ای، به منزله شاخه‌ای از دانش اخلاق به بررسی تکالیف اخلاقی در یک حرفه و مسائل اخلاقی آن می‌پردازد و در تعریف حرفه، آن را فعالیت معینی می‌داند که موجب هدایت فرد به موقعیت تعیین‌شده همراه با اخلاق خاص است.

در تعریف اخلاق حرفه‌ای به موارد زیر اشاره شده است:

۱. اخلاق حرفه‌ای رفتاری متداول در میان اهل یک حرفه است.

۲. اخلاق حرفه‌ای مدیریت رفتار و کردار آدمی هنگام انجام دادن کارهای حرفه‌ای است.

۳. اخلاق حرفه‌ای رشته‌ای از دانش اخلاق است که به مطالعه روابط شغلی می‌پردازد.

۴. اخلاق حرفه‌ای عبارت است از مجموعه‌ای از قوانین که در وهله اول از ماهیت حرفه و شغل به دست می‌آید.

در بیشتر تعریف‌هایی که از اخلاق حرفه‌ای شده است، دو ویژگی دیده می‌شود:

الف) وجود نگرش اصالت فرد و فرد گرایی؛

ب) محدود بودن مسئولیت‌ها و الزامات اخلاقی فرد در شغل، که به نظر می‌رسد این نگاه به اخلاق حرفه‌ای، نوعی تحویلی‌نگری و تقلیل دادن اخلاق حرفه‌ای است؛ زیرا هویت جمعی و سازمانی در نهادهای مشاغل در کسب و کار، بسی فراتر از شغل فردی اشخاص است. با توجه به همین دیدگاه بود که در این اواخر نیز بحث از اخلاق حرفه‌ای در منابع مدیریتی و بیشتر در آثار و مباحث مربوط به مدیریت منابع انسانی مطرح می‌شد.

امروزه با توجه به همین مورد، در مفهوم جدید از اخلاق حرفه‌ای، به مسئولیت‌های اخلاقی بنگاه و سازمان اشاره می‌شود که جامع‌تر از تعریف سنتی است. در این نگاه، بنگاه به منزله یک شخصیت حقوقی دو گونه مسئولیت دارد: الف) مسئولیت‌های حقوقی کیفری؛ ب) مسئولیت‌های اخلاقی که مسئولیت‌های اخلاقی بنگاه بسیار پیچیده‌تر از مسئولیت‌های اخلاقی فردی شخصی و فردی شغلی است. به عبارت دیگر، مسئولیت‌های اخلاقی بنگاه شامل همه اضلاع و ابعاد سازمان می‌شود و اخلاقیات شغلی را نیز دربرمی‌گیرد. البته اخلاق حرفه‌ای افزون بر اخلاق کار، حقوق کار را نیز دربرمی‌گیرد.

❖ ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای

امروزه در اخلاق حرفه‌ای، تلقی «شما حق دارید و من تکلیف» مبنای هر گونه اخلاق در کسب و کار است. این مبنا از رفتار ارتباطی فرد، به صورت اصلی برای ارتباط سازمان با محیط قرار می‌گیرد و سازمان با دغدغه رعایت حقوق دیگران، از تکالیف خود می‌پرسد. ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای در مفهوم امروزی آن عبارت‌اند از: دارای هویت علم و دانش بودن، داشتن نقشی کاربردی، ارائه صبغه‌ای حرفه‌ای، بومی و وابسته بودن به فرهنگ، وابستگی به یک نظام اخلاقی، ارائه دانشی انسانی دارای زبان روشن انگیزشی، ارائه روی آوردی میان‌رشته‌ای.

«کادویر» درباره ویژگی‌های افرادی که اخلاق حرفه‌ای دارند موارد زیر را بیان می‌کند:

۱. مسئولیت‌پذیری

در این مورد فرد پاسخ‌گوست و مسئولیت تصمیم‌ها و پیامدهای آن را می‌پذیرد؛ سرمشق دیگران است؛ حساس و اخلاق‌مند است؛ به درستکاری و خوشنامی در کارش اهمیت می‌دهد؛ برای ادای تمام مسئولیت‌های خویش کوشاست و مسئولیتی را که به عهده می‌گیرد، با تمام توان و خلوص نیت انجام می‌دهد.

۲. برتری جویی و رقابت طلبی

در تمام موارد سعی می‌کند ممتاز باشد؛ اعتماد به نفس دارد؛ به مهارت بالایی در حرفه خود دست پیدا می‌کند؛ جدی و پرکار است؛ به موقعیت فعلی خود راضی نیست و از طرق شایسته دنبال ارتقای خود است؛ سعی نمی‌کند به هر طریقی در رقابت برنده باشد.

۳. صادق بودن

مخالف ریاکاری و دورویی است؛ به ندای وجدان خود گوش فرا می‌دهد؛ در همه حال به شرافت‌مندی توجه می‌کند؛ شجاع و با شهامت است.

۴. احترام به دیگران

به حقوق دیگران احترام می‌گذارد؛ به نظر دیگران احترام می‌گذارد؛ خوش‌قول و وقت‌شناس است؛ به دیگران حق تصمیم‌گیری می‌دهد؛ تنها منافع خود را مرجح نمی‌داند.

۵. رعایت و احترام نسبت به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی

برای ارزش‌های اجتماعی احترام قائل است؛ در فعالیت‌های اجتماعی مشارکت می‌کند؛ به قوانین اجتماعی احترام می‌گذارد؛ در برخورد با فرهنگ‌های دیگر متعصبانه عمل نمی‌کند.

۶. عدالت و انصاف

طرفدار حق است؛ در قضاوت تعصب ندارد؛ بین افراد از لحاظ فرهنگی، طبقه اجتماعی و اقتصادی، نژاد و قومیت تبعیض قائل نمی‌شود.

۷. همدردی با دیگران

دلسوز و رحیم است؛ در مصائب دیگران شریک می‌شود و از آنان حمایت می‌کند؛ به احساسات دیگران توجه می‌کند؛ مشکلات دیگران را مشکل خود می‌داند.

۸. وفاداری

به وظایف خود متعهد است؛ رازدار دیگران است؛ معتمد دیگران است



پرسش‌های فصل اول

۱. Ethics و moals به چه معنی است؟ تفاوت معنای آن‌ها را بنویسید.
۲. اخلاق به چه معنی است؟
۳. ارتباط اخلاقیات و ارزش‌ها را تبیین کنید.
۴. ارتباط اخلاق و ادیان الهی (خصوصاً دین اسلام) را توضیح دهید.
۵. اخلاق به مطالعه چه موضوعی می‌پردازد؟
۶. قانون طلایی اخلاق را شرح دهید.
۷. علم اخلاق را تعریف کنید.
۸. نظریه افلاطون در باب اخلاق را توضیح دهید.
۹. نظریه ارسطو در باب اخلاق را توضیح دهید.
۱۰. اخلاق حرفه‌ای چیست؟
۱۱. عبارت «اخلاق حرفه‌ای، مانند شمشیر دولبه‌ای است که یک لبه آن تهدید است» را توضیح دهید.
۱۲. تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر فعالیت‌ها و نتایج سازمان را شرح دهید.
۱۳. در تعریف اخلاق حرفه‌ای به چه مواردی اشاره شده است؟
۱۴. در مفهوم جدید از اخلاق حرفه‌ای به چه مواردی اشاره می‌شود؟ مسئولیت بنگاه در این نگاه را شرح دهید.
۱۵. ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای را بنویسید.
۱۶. ویژگی‌های افرادی که اخلاق حرفه‌ای دارند را نام برده و توضیح دهید.

کسب و کاری که جز بدست آوردن پول بر هدف دیگری متمرکز نباشد،
کسب و کار ضعیفی است.
(هنری فورد)

فصل دوم:

اخلاق حرفه‌ای در مدیریت

❖ ابعاد نیاز سازمان به اخلاق^{۱۳}

آیا ضرورتی وجود دارد که سازمان‌ها را به اخلاق سوق دهیم؟ وجه نیاز سازمان‌ها به اخلاق چیست؟ سازمان‌ها در چه امور و شئون حرفه‌ای به اخلاق نیاز دارند؟

سازمان بیشتر از فرد در جامعه مؤثر است و عملکرد آن نقش پر دامنه‌تری در بهبود و تعالی زندگی اجتماعی و یا در تخریب و تباهی آن دارد. به همین سبب سازمان می‌تواند اخلاقی و یا غیر اخلاقی عمل کند. البته مسئولیت شرعی، حقوقی و کیفی عملکرد غیر اخلاقی سازمان با مدیران آن است. اگر اخلاق سازمان را به اخلاق افراد کاهش ندهیم، کشف می‌کنیم که رفتار اخلاقی یا غیر اخلاقی سازمان‌ها، همانند رفتار افراد ریشه در خصلت‌های پایدار و نهادهای نسبتاً ثابت سازمان دارد. به همین دلیل اخلاقی بودن یا نبودن سازمان مراحل و ابعاد مختلف می‌یابد. کشف این مراتب و آن ابعاد، ساده‌انگاری در مسأله را رفع و تصویری کامل از اخلاق سازمانی را ترسیم می‌کند. تأمل در این ابعاد موجب بازسازی تصور ما از سازمان اخلاقی می‌شود.

۱. ترویج تلقی درست از سازمان و محیط آن در فرهنگ سازمانی

اخلاقی بودن در برابر هر امری در گرو تلقی اخلاقی از آن امر و تعامل اخلاقی با آن است. انسان‌ها بر مبنای طرز تلقی خود از امور، ارتباط عملی خود را با آن امور تنظیم می‌کنند. بر حسب اینکه منابع انسانی به سازمان چگونه نگاه می‌کنند، عملکرد آنان با سازمان تعیین می‌شود. همانگونه که تلقی سازمان از نیروی انسانی در عملکرد سازمان با نیروی انسانی مؤثر است. به عنوان مثال طرز تلقی ابزارانگاران از منابع انسانی موجب مواجهه غیراخلاقی سازمان با آنان می‌شود. این مواجهه خود را در همه شئون حرفه‌ای سازمان مانند شرح وظایف، آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌ها و تصمیم‌گیری هیات مدیره آشکار می‌شود. تلقی انسانی از کارکنان موجب رفتار اخلاقی با آنان می‌شود. همچنین است تلقی سازمان از مشتری یا رقیب و یا هر عنصر دیگر در محیط درونی و بیرونی سازمان.

طرز تلقی سازمان از محیط درونی و بیرونی بخشی از جهان‌بینی مشترک و حاکم بر سازمان است. تنها افراد، دارای جهان‌بینی نیستند بلکه سازمان‌ها نیز از جهان‌بینی برخوردارند و جهان‌بینی سازمان نقش سرنوشت‌ساز در حیات سازمانی دارد. سازمان برای رشد و تعالی جهان‌بینی سازمانی محتاج اخلاق حرفه‌ای است. تلقی اخلاقی از سازمان و محیط آن سبب تعالی اخلاقی جهان‌بینی سازمان می‌شود. اگر انگاره‌های درستی از سازمان و محیط درونی و بیرونی آن در ذهن مشترک سازمانی نهاده‌اند، اولین مانع اخلاق سازمانی را برداشته‌ایم.

۲. ممیزی اخلاقی اهداف و مأموریت سازمانی

سازمان‌ها در مقام تدوین اهداف و مأموریت‌ها می‌توانند از اخلاقی بودن اهدافشان بپرسند. دغدغه اخلاقی در صنعت بانکداری سبب می‌شود که در مقام هدف‌گذاری بپرسیم: آیا کسب بالاترین میزان سود هدف اخلاقی است و یا باید آن را با مسئولیت‌پذیری اجتماعی همراه ساخت و هدف را بالاترین میزان سود با حفظ مسئولیت‌های اجتماعی قرارداد. در مواضعی که اخلاقی بودن اهداف و مأموریت روشن نیست، محتاج ممیزی اخلاقی هستیم.

۳. ممیزی اخلاقی تصمیم‌سازی

مدیران سازمان، همیشه در مواجهه با امور حرفه‌ای ناچار از تصمیم‌گیری‌اند. تصمیم‌های آنان در قالب مقررات، آیین‌نامه‌ها، بخشنامه‌ها و مصوبات سازمان منشاء اقدام‌ها می‌شود. تصمیم‌گیری به طور منطقی حاصل فرآیند تصمیم‌سازی است و تصمیم‌سازی محتاج ممیزی اخلاقی است. سازمان باید در فرآیند تصمیم‌سازی، ایستگاهی برای ارزیابی اخلاقی قرار دهد و در این موقف بپرسد: آیا این تصمیم اخلاقی است؟ آیا این آیین‌نامه منصفانه است؟ آیا این بخشنامه عادلانه است؟ آیا این مصوبه موجب تحقیر، توهین یا ضرر رسانی به دیگران است؟

ممیزی اخلاقی مقررات امری آسان‌یاب نیست و حصول آن محتاج تخصص، مهارت و توانایی خاصی است. به همین دلیل امروزه سازمان‌هایی برتر در محیط جهانی کسب و کار با به کار گرفتن کارشناسان اخلاق حرفه‌ای به این امر می‌پردازند.

❖ نقش راهبردی اخلاق در موفقیت سازمان^{۱۴}

اخلاق حرفه‌ای (اصول اخلاقی و مسئولیت‌پذیری بنگاه) می‌تواند پیش‌بینی‌پذیری بنگاه را افزایش داده و آن نیز موجب اعتماد اصیل راسخ و پرمایه‌ای نسبت به سازمان گردد و سازمان با اتکا به اعتماد در جذب منابع مالی و اعتباری موفق گردد و انگیزش درونی و پایداری را در کارکنان و مدیران ایجاد نماید؛ منابع انسانی متخصص را جذب کند و 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 تنش‌های سازمانی به نحو اثربخش مدیریت شود، چرا که حاکمیت اخلاق در فرهنگ سازمانی نقش مهمی در تبدیل تهدید به فرصت دارد.

مسئولیت اخلاقی نقش مؤثری در افزایش کارایی و اثربخشی سازمان دارد و هرچه سازمان اخلاقی‌تر باشد، موفق‌تر است و هرگاه ناکامی بر او آید در تحلیل نهایی، فقدان اخلاق حرفه‌ای را یکی از مهم‌ترین عوامل آن خواهیم یافت. آثار و برکات اخلاق حرفه‌ای هم شامل سازمان می‌شود و هم فراتر از سازمان، جامعه را نیز فرا می‌گیرد. شرکت اخلاقی، پیش‌بینی‌پذیر است و شرکت پیش‌بینی‌پذیر از توان رقابتی برخوردار است و سهم قابل توجهی از بازار را بدست می‌آورد.

❖ مسئولیت‌های اخلاقی مدیران^{۱۵}

۱) اخلاق‌ورزی در زندگی شخصی

مدیران نسبت به رفتارهای ارتباطی خود مسئولیت اخلاقی دارند. مراد از رفتارهای ارتباطی اعم از رفتارهای فردی و اجتماعی است. از مدیران انتظار می‌رود در زندگی شخصی به فضایل اخلاقی پسندیده آراسته گردند. کسی که در زندگی شخصی بی‌مبالات و از دغدغه خوب و بد فارغ است، در زندگی شغلی نمی‌تواند حافظ اخلاق سازمان باشد. به دلیل اهمیت اخلاق‌ورزی مدیران در زندگی شخصی یکی از شاخص‌های انتخاب مدیر در نظام جامع انتصابات، تأکید بر اخلاقیات فردی مدیر است. کسی که در زندگی شخصی خود رازدار و امین نیست، در کسب و کار نیز نسبت به رازداری و امانت‌ورزی سازمانی که پیچیده‌تر و صعب‌تر است، بی‌مبالات می‌گردد.

متخلق بودن مدیران از جهت دیگری نیز اهمیت دارد و آن نقش الگویی و تأثیر تصمیم‌گیری آنها در سازمان است. مدیران غالباً الگوی کارمندان قرار می‌گیرند. اخلاق فردی آنها می‌تواند موجب ترویج اخلاق در فرهنگ سازمانی باشد و

رفتارهای غیراخلاقی آنها در زندگی شخصی، سبب ترویج ضد اخلاق در سازمان می‌شود؛ به همین دلیل اخلاق‌ورزی در زندگی شخصی مدیران در اخلاق حرفه‌ای نقش اساسی دارد.

۲) اخلاق‌ورزی در شغل

مراد از اخلاق‌ورزی شغلی آن است که فرد، در رفتارهای ارتباطی شغلی خود عملکرد اخلاقی داشته باشد. هر شغلی اخلاقیات خاصی را اقتضا می‌کند؛ برای مثال مدیران غالباً در معرض ارزش داوری قرار می‌گیرند و در خوب و بد رفتار کارکنان و مدیران زیردست خود داوری می‌کنند. ارزش داوری ضوابط خاصی دارد و هرگونه بی‌مبالاتی در آن غیراخلاقی است.

از مدیران انتظار می‌رود در ارتباط با دیگران، در کسب و کار، دارای الگوی رفتاری نیکو، مانند قاطعیت باشند. الگویی مبتنی بر صراحت، صداقت و احترام اصیل و متقابل. رأس سازمان آفریننده روح و حیات آن است. اگر سازمانی دارای روحیه بزرگ است، به سبب روحیه بزرگ افرادی است که در رأس آن قرار گرفته‌اند و اگر این روحیه خراب است، به علت فاسد بودن روحیه افراد موجود در رأس آن است.

تأمل در شاخص گزینش پیامبر گرامی (ص) به عنوان رهبر جامعه انسانی اهمیت تخلق مدیران و رهبران به اخلاق روشن می‌شود. قرآن به صراحت بیان می‌کند که: انتخاب ایشان کورکورانه نیست؛ بلکه خداوند متعال می‌داند که رسالت را بر چه موضعی قرار دهد: «اللَّهُ أَعْلَمُ حَيْثُ يَجْعَلُ رِسَالَتَهُ». در جای دیگر، رسول خدا (ص) را اسوه مردم می‌داند؛ او که برای اتمام مکارم اخلاق مبعوث شده است، خود متخلق‌ترین مردم است. «لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ ...».

۳) نظام‌مند کردن همه امور در حرفه و پرهیز از سلیقه

یکی از ویژگی‌های سازمان اخلاقی آن است که در همه ابعاد حرفه‌ای خویش نظام‌مند باشد؛ به همین دلیل تلاش در نظام‌مندی سازمان از مسئولیت‌های اخلاقی مدیران است. دلیل اخلاقی بودن این روش عبارت است از اینکه نظام‌مندی مانع تصمیم‌گیری‌های سلیقه‌ای، موردی و تبعیض‌آمیز می‌شود؛ در نتیجه ظلم را کاهش می‌دهد و کاهش ظلم و تبعیض از اهداف نظام اخلاقی است؛ برای مثال داشتن نظام جامع آموزش هم فرصت‌های آموزش را عادلانه تقسیم می‌کند و هم بهره‌وری آموزش را در جهت پاسخ به نیازها و رفع رخنه‌های آموزشی سازمان افزایش می‌دهد.

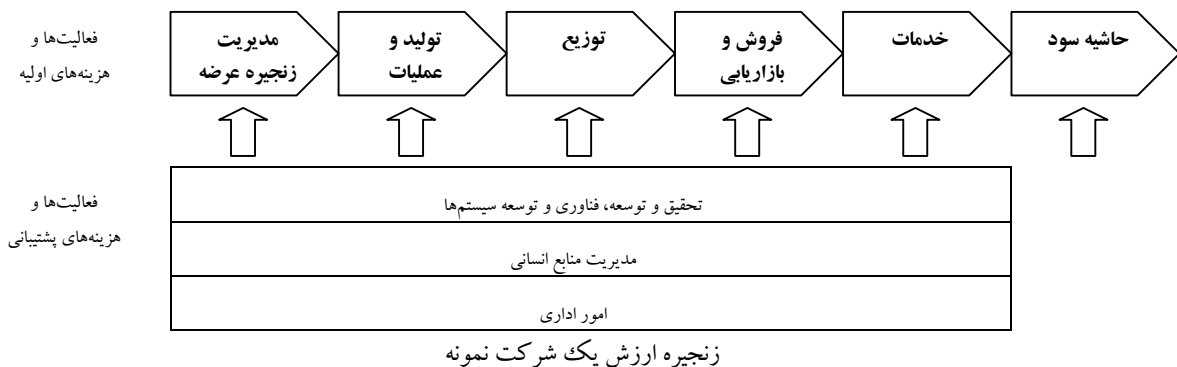
❖ وظایف مدیران در اخلاقی کردن سازمان^{۱۶}

پنیو 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؛
 ه) اهمیت دادن به اخلاق حرفه‌ای در شغل؛
 و) برخورد عقلانی و روشمند در مواجهه با مشکلات اخلاقی پیش آمده در سازمان و اقدام برای برطرف کردن آنها؛
 ز) عنایت خاص به آموزش اخلاق حرفه‌ای
 ح) تهیه و تدوین منشور اخلاقی مربوط به سازمان با مشارکت همه اعضای سازمان

❖ اخلاق سازمانی^{۱۷}

در این بخش سازمان را در ارتباط با زمینه‌های کارکردی آن در یک زنجیره ارزش مورد بررسی قرار خواهیم داد.



زنجیره ارزش یک شرکت نمونه

- زنجیره ارزش از داده‌های کارکردی مهمی تشکیل شده است که یک سازمان از تبدیل مواد خام یا خدمات تحویل شده بدست می‌آورد. به طور سنتی این کارکردهای مهم تحت این عناوین تعریف می‌شوند:
- (۱) تحقیق و توسعه، که گسترش می‌یابد و باعث طراحی محصولات جدید می‌شود.
 - (۲) تولید، که اجزای تشکیل دهنده را به وجود می‌آورد و باعث ساخت محصول می‌شود.
 - (۳) بازاریابی (و تبلیغات)
 - (۴) فروش
 - (۵) خدمات مشتری

کارکردهای صف که در زیر آمده‌اند، هریک از این حوزه‌های کارکردی را مورد حمایت قرار می‌دهند:

- (۱) مدیریت منابع انسانی، که استخدام، آموزش و تربیت پرسنل را برای تمام کارکردهای سازمان انجام می‌دهند.

۲) امور مالی، که پرسنل حسابداری درونی، حسابداری بیرونی و حساب‌برسان بیرونی را در برمی‌گیرد و مسئول تایید صحت صورت حساب‌های مالی شرکت است.

۳) سیستم اطلاعات (یا فناوری اطلاعات)، که حفظ توانایی فنی سازمان از قبیل انتقال و امنیت داده‌ها، ارتباطات از طریق ایمیل، وبسایت‌های داخلی و خارجی، و هم‌چنین تأمین نیازهای سخت افزاری و نرم افزاری که برای سازمان و فعالیت‌های آن مهم است را برعهده دارد.

۴) مدیریت، که نقش نظارتی است و تمام کارکردهای عملیاتی سازمان را سرپرستی می‌کند. هریک از این حوزه‌ها می‌تواند نسبت به منابع سازمان-پرسنل، منابع پولی، فناوری-تعهدی پایدار را نشان دهد. از رویکرد اخلاقی، کارکنان در هریک از حوزه‌ها می‌توانند با چالش‌ها و دوراهی‌های اخلاقی مواجه شوند که می‌تواند نسبت به مسئولیت‌های سازمانی آن‌ها، منحصربفرد و برای سازمان به عنوان یک کل متعارف باشند.

❖ اخلاق تحقیق و توسعه

متخصصان تحقیق و توسعه مسئولیت رشد سازمان در آینده را بر عهده دارند. گروه‌های تحقیق و توسعه پژوهش‌های مربوط به بازخورد مشتریان از بازار، نتایج بدست آمده از نظارت بر فعالیت‌های رقابتی سازمان و داده‌های استراتژیک گروه مدیران ارشد سازمان را با یکدیگر ادغام می‌کنند و بدین ترتیب طرح تولید محصولی را تهیه می‌کنند که ممکن است سازمان را قادر سازد تا جایگاه قابل توجهی در بازار بدست آورد و آن را حفظ نماید.

برای گروه تحقیق و توسعه دو راهی اخلاقی واقعی زمانی به وجود می‌آید که قرار باشد در مورد کیفیت محصولات تصمیم‌گیری شود. آیا بهترین مواد موجود را بکار گیریم یا برای کاهش هزینه‌ها مواد درجه دو را استفاده کنیم؟ آیا باید در مورد کیفیت محصولات آزمایشات دقیقی انجام دهیم یا خود را مجاب کنیم که شبیه سازی‌های کامپیوتری تمام اطلاعات مورد نیاز را به ما خواهد داد؟

❖ اخلاق در تولید

الزاماتی که در اینجا وجود دارد با الزاماتی که گروه تحقیق و توسعه به عنوان عوامل تولید در رابطه با سوالات اخلاقی مانند آیا می‌خواهید سریع تولید شود یا درست تولید شود مواجه هستند شباهت بسیار دارد.

شما می‌خواهید محصولی را با کیفیت بالا تولید کنید اما اگر در مسیر تولید با مشکلی مواجه شوید چه اتفاقی رخ خواهد داد؟ آیا با توجه به شرایط پیش آمده و برای رفع مشکل در ورود محصول خود به بازار صبر خواهید کرد با قرارداد خود را با یک تولیدکننده دیگر (که چندان قابل اعتماد نیست) خواهید بست؟ آیا می‌توانید نسبت به کیفیتی که تولیدکننده جدید به شما ارائه خواهد کرد اطمینان داشته باشید؟

❖ اخلاق در بازاریابی

زمانی که بخش تولید یک محصول را روانه بازار می‌سازد، آن محصول باید به فروش برسد. فرایند بازاریابی (که تبلیغات، روابط عمومی و فروش را در بر می‌گیرد) باید این اطمینان را ایجاد کند که محصول به دست مشتریانی که به آن نیاز دارند خواهد رسید.

منتقدان بازاریابی اعتقاد دارند که این فرآیندی فریبکارانه است، که در آن مشتریان ناآگاه تحت تاثیر آگهی‌ها و تبلیغات تجاری فریبنده و خیره کننده که در رسانه‌های متعددی مانند مجلات، رادیو، تلویزیون، اینترنت و غیره ارائه می‌شود، اغوا می‌شوند تا محصولی که واقعا به آن نیاز ندارند و می‌توانند بدون آن به سادگی به زندگی خود ادامه دهند را خریداری کنند.

این مباحث از دیدگاه و نظریه‌های اخلاقی به گونه‌ای دیگر نمایان می‌شود. بازاریاب‌ها نقش کارت خدمات مشتریان را ایفا می‌کنند که اعتقاد دارند تا زمانی که مشتریان از خرید یک کالا یا خدمت احساس رضایت می‌کنند این نتیجه قابل قبول می‌تواند روش‌هایی را که برای رسیدن به آن به کار گرفته‌اند، بدون توجه به اینکه پیام‌های تبلیغاتی چقدر گمراه کننده بوده‌اند و چگونه محصول جدای از نیاز مشتری به او فروخته شده است را توجیه نماید. این رفتار رویکرد فایده گرایانه به اخلاق را نشان می‌دهد. منتقدان مطرح می‌کنند این فرایند بدون توجه به پیامدی که بدنبال دارد نادرست است. به عبارت دیگر زمانی که مشتری فریب خورده و فروشنده کالایی را به او فروخته که هرگز به آن احتیاج نداشته است و یا او را به گونه‌ای تحت تاثیر قرار داده است که اگر به خرید آن کالا اقدام نکند، حس غبطه، بی‌کفایتی و حقارت را در خود احساس کند، چگونه می‌توانید به عمل خود افتخار کنید.

❖ اخلاق در منابع انسانی

کارکرد منابع انسانی در یک سازمان باید مستقیماً در رابطه بین شرکت و کارکنان مدنظر قرار گیرد:

- ارائه شرح وظایف برای موقعیت‌های شغلی
- انتخاب و استخدام بهترین داوطلب برای یک سمت
- آگاه سازی افراد استخدام شده جدید
- مدیریت کارآمد پرداخت‌ها و در نظر گرفتن مزایا برای کارکنان خوش اخلاق و کارآمد
- مستندسازی بررسی‌های دوره‌های عملکردها
- مستندسازی رفتار انضباطی و آموزش اصلاحی در صورت نیاز
- ایجاد برنامه رشد و پیشرفت شغلی برای کارکنان

در روابط بین شرکت و کارکنان در هریک از مراحل، احتمال رخداد تخلفات اخلاقی وجود دارد. بسیاری از مسئولین منابع انسانی که وجدان سازمان محسوب می‌شوند در این رابطه مشاکت دارند.

بسیاری از طرفداران رفتار اخلاقی کسب و کار بیان می‌کنند که منابع انسانی باید کانون اصلی هریک از دستورالعمل‌های اخلاقی سازمان و نه صرفاً به عنوان ایجاد کننده آن باشد؛ زیرا منابع انسانی نشان دهنده کل سازمان است و باید این اطمینان را به وجود آورد که همه موضوعات مهم در سازمان مورد توجه قرار می‌گیرند:

۱. متخصصان منابع انسانی باید این اطمینان را به وجود آورند که اخلاق به عنوان یک اولویت مهم سازمانی محسوب می‌شود. رسوایی‌هایی که اخیراً در زمینه کسب و کار اتفاق افتاده است نشان می‌دهد که صرف اتکا به وجود پایش اخلاقی (Ethical Monitor) دلیلی بر عدم رخداد رفتار غیر اخلاقی نیست. منابع انسانی باید مدافع اخلاق در سازمان باشد و در صورت لزوم یک متولی رسمی اخلاق را استخدام نماید.

۲. منابع انسانی باید این اطمینان را بوجود آورد که انتخاب مدیر و فرآیندهای توسعه مولفه اخلاق را در بر می‌گیرد. این استعاره ناخوشایند که ماهی از سرش فاسد می‌شود با این مورد ارتباط دارد. منابع انسانی باید به استخدام مدیرانی اقدام کند که نه تنها تایید کننده و حامی اصول اخلاقی هستند بلکه باید در ارتباط با استانداردهای اخلاقی که برای دور نگه داشتن شرکت از خطرات و مشکلات مربوطه ضروری است یک الگو محسوب شود. بزرگ‌ترین چالش در اینجا متقاعد کردن گروه مدیران در این موضوع است که صرفاً کارکنان ساده و معمولی نیستند که باید در دوره‌های آموزشی اخلاق شرکت کنند.

۳. منابع انسانی باید این اطمینان را به وجود آورد که برنامه‌ها و سیاست‌های درستی به کار گرفته می‌شوند. جریمه‌های مالی برای رفتارهای غیر اخلاقی به طور مستقیم با علت اقداماتی که برای جلوگیری از رخداد رفتارهای غیر اخلاقی صورت می‌گیرد در ارتباط است. در صورت عدم وجود سیاست‌ها و برنامه‌های آموزشی مناسب می‌توان جریمه‌هایی که برای رفتار غیر اخلاقی وضع شده‌اند را افزایش داد.

۴. منابع انسانی باید در کنار و همپای موضوعات اخلاقی (و به طور خاص رهنمودهای متغیر مربوط به قوانین و مجازات‌های رفتار غیر اخلاقی) باشد. بازخوردهای ارائه شده به رسوایی‌های سازمانی اخیر، صریح و به طرز ناامید کننده‌ای پروکراتیک بوده است. اکنون سازمان‌ها علیرغم وجود مدارک ناخوشایندی مبنی بر عدم توانایی برای کنترل و تعدیل رفتارهای غیر اخلاقی با اسناد بسیار زیادی که برای کنترل این رفتارها طراحی شده‌اند، مواجه هستند.

❖ اخلاق در امور مالی

کارکرد مالی یک سازمان می‌تواند به سه زمینه جداگانه تقسیم شود: تبادلات مالی، وظیفه حسابداری و وظیفه حسابرسی

۱. **تبادلات مالی.** فرآیندی که جریان پول در یک سازمان از طریق آن مدیریت می‌شود و شامل دریافت پول از مشتریان و استفاده از همان پول برای پرداخت به کارکنان، تهیه کنندگان و دیگر بستانکاران (مالیات و غیره) با مازاد مناسبی برای ایجاد سود است که می‌تواند دوباره در کسب و کار سرمایه گذاری یا به مالکان و افراد یا گروه‌های ذینفع پرداخت شود. بخشی از این کارکرد ممکن است به شکل پرداخت چک یا پردازش اتوماتیک انجام شود.

۲. **وظیفه حسابداری.** با مستند ساختن مبالغ وارد شده (بستانکار کردن) و مبالغ خارج شده (بدهکار نمودن) و ایجاد تعادل در حساب‌های پایان دوره (روزانه، هفتگی، ماهیانه، فصلی و سالیانه) همه تبادلات مالی را کنترل می‌کند. وظیفه حسابداری می‌تواند از طریق متخصصان حسابداری که از سوی شرکت استخدام می‌شوند یا متخصصانی که از بیرون به صورت قراردادی به کار گرفته می‌شوند و یا هر دوی این گروه‌ها نظارت شود.

۳. **وظیفه حسابرسی.** زمانی که صورت‌های مالی یا دفاتر حسابداری شرکت با یکدیگر مطابقت داده می‌شوند نتایج آن باید به تعداد زیادی از گروه‌های ذی نفع گزارش شود. برای کسب و کارهای کوچک سازمان دولتی درآمد دولتی و مالیات فروش مهم‌ترین ذی نفعان محسوب می‌شوند. علاوه بر این وام دهندگان و بستانکاران تمایل خواهند داشت تا صورت‌های مالی‌ای را که از سوی متخصصان بی‌طرف و خارج از شرکت به عنوان صورت‌های دقیق و درست مورد تایید قرار گرفته‌اند را مشاهده نمایند. صورت‌های تایید شده از سوی حسابرسان و به طور خاص حسابداران قسم خورده و یا متخصصان حسابرسی ارائه می‌شود.

الزامات اخلاقی برای کارکنان داخلی در بخش‌های امور مالی حسابداری و حسابرسی نسبت به الزامات اخلاقی کارکنان بخش‌های دیگر سازمان تفاوتی ندارد. همین طور از آن‌ها انتظار می‌رود تا اعتبار سازمان را حفظ نمایند و به کدهای اخلاقی پایبند باشند. همچنین حیطة وظایف شغلی این کارکنان عدم تحریف اسناد و مدارک سرقت پول از سازمان یا اقدام به هر نوع فعالیت فریبکارانه در مدیریت دارائی‌های سازمان را در بر می‌گیرد.

زمانی که متخصصانی از بیرون از شرکت برای انجام برخی فعالیت‌ها بکار گرفته می‌شوند احتمال به وجود آمدن چالش‌ها و دوراهی‌های اخلاقی به میزان قابل توجهی افزایش می‌یابد.



پرسش‌های فصل دوم

۱. ابعاد نیاز سازمان به اخلاق را بنویسید.
۲. نقش راهبردی اخلاق در موفقیت سازمان را شرح دهید.
۳. مسئولیت اخلاقی مدیران را بنویسید.
۴. وظایف مدیران در اخلاقی کردن سازمان چیست؟
۵. کارکردهای تشکیل دهنده زنجیره ارزش را با رسم شکل توضیح دهید.
۶. اخلاق تحقیق و توسعه را شرح دهید.
۷. اخلاق در تولید را شرح دهید.
۸. اخلاق در بازاریابی را شرح دهید.
۹. اخلاق در منابع انسانی را شرح دهید.
۱۰. اخلاق در امور مالی را شرح دهید.

آنچه ما را به نابودی خواهد کشاند از این قرار است:
سیاست بدون اصول، لذت بدون وجدان، علم بدون شخصیت و تجارت بدون اخلاق.
(گاندی)

فصل سوم:

اخلاق در تجارت^{۱۸}

ورود به عرصه تجارت به طور عمده با هدف کسب موفقیت در بازار و سودآوری انجام می‌گیرد. تاجر می‌کوشد با تصاحب سهم مناسبی از بازار مشتریان بیشتری را به سمت خود جذب کند. در این مسیر موفقیت تاجر به طور عمده به عواملی چون توانایی رقابت با دیگران، بازاریابی مناسب، رونق بازار و عواملی این چنین نسبت داده می‌شود. در میان عوامل مؤثر بر موفقیت تجارت، گاه از اخلاق حرفه‌ای تجارت نیز سخن به میان می‌آید. این ادعا به گونه‌ای متناقض نما است؛ زیرا ماهیت سودگرایانه کسب و کار تجاری، به ظاهر تناسبی با مباحث اخلاقی ندارد. بر اساس دیدگاه‌های سنتی در اقتصاد، تجارت و اخلاق دو گونه فضیلت متفاوت را ترویج می‌کنند. تجارت، کسب سود و منفعت را دنبال می‌کند؛ در حالی که اخلاق به دنبال کسب فضیلت است. این دو هدف متفاوت، موجب تمایز این دو از یکدیگر می‌شود. از این رو، نمی‌توان از تاجر انتظار داشت در حوزه کسب و کار به دنبال اخلاق باشد. وی بنا بر نوع کار خود، می‌باید در پی کسب سود و منفعت باشد و این امر قابل جمع شدن با توصیه‌های اخلاقی نیست. در مقابل، برخی با رد این پیش‌داوری معتقدند تجارت توأم با اخلاق می‌تواند تاجران را در دستیابی به موفقیت در کسب و کار خود کمک رساند. این مهم می‌تواند با کسب اعتبار و شهرت در فضای کسب و کار و در نتیجه جلب

اعتماد مشتریان صورت گیرد. گذشته از آنکه تجارت بدون اخلاق، همواره آسیب‌های اجتماعی فراوانی را دربر داشته است و به طور مستقیم و یا غیرمستقیم حتی به خود تاجران و بازاریان آسیب می‌رساند. این دیدگاه به طور خاص در دهه‌های اخیر طرفداران زیادی در میان متفکران علوم اجتماعی و همچنین افکار عمومی پیدا کرده است.

پاسخ به پرسش مطرح‌شده در زمینه رابطه میان اخلاق و تجارت، به ضرورت بررسی فلسفه وجودی اخلاق حرفه‌ای در فضای تجارت می‌انجامد. نگاه کارکردگرایانه صرف به اخلاق تجارت می‌تواند به ظهور و بروز نوعی اخلاق حرفه‌ای سودگروانه بینجامد. در مقابل، اتخاذ رویکردی اسلامی می‌تواند زمینه‌ساز حرکت به سمت نوعی اخلاق متعالی کسب و کار باشد. در واقع، رویکرد دوم می‌تواند افزون بر تأمین اهداف تجارت، مانع از بروز بسیاری از آفت‌های نهفته در ورای اندیشه سودگروی باشد.

بر اساس تعبیر فوق، اساسی‌ترین سوال در اخلاق تجارت آن است که آیا اساساً اخلاق و تجارت رابطه‌ای دارند؟ در این زمینه سوال‌های فرعی دیگری نیز مطرح می‌شود: آیا می‌توان در سطح خرد قواعدی برای مبادله منصفانه و مسئولانه میان افراد طرح کرد و به عدالت مبادله‌ای دست یافت؟ آیا می‌توان در بعد کلان سخن از قواعد فرهنگی و نهادی بازرگانی برای جهان تجارت زد؟ آیا بنگاه‌ها و موسسات تجاری مسئولیتی اخلاقی در مورد کارکنان خود، مجاورین کارخانه و همچنین محیط زیست دارند؟ آیا می‌توان برای بنگاه‌ها مسئولیت اجتماعی در نظر گرفت؟ آیا نظام بازار آزاد ساز و کاری منصفانه و مناسب‌ترین شیوه در توزیع کالاها و خدمات در سراسر جامعه است؟ آیا در نظام بازار آزاد، به افراد در مانده و مستاصل توجهی می‌شود؟ دولت چه نقشی در کاستن از آسیب‌های اخلاقی تجارت دارد؟

متأسفانه ادبیات فارسی موجود در زمینه اخلاق حرفه‌ای و به ویژه اخلاق کسب و کار، آن‌گونه که باید گسترش نیافته است. این نقص به طور خاص در مورد اخلاق کسب و کار با رویکرد اسلامی مشاهده می‌شود. اندیشمندان مسلمان به‌رغم از میراث ارزشمند اخلاق اسلامی، هنوز به صورت جدی به عرصه اخلاق حرفه‌ای تجارت و از جمله مبحث بنیادین فلسفه اخلاق اسلامی کسب و کار وارد نشده‌اند.

❖ دیدگاه‌های اخلاق تجارت

در تاریخ شواهدی نیز از برخورد منفی مسیحیت با تجارت دیده می‌شود. نقل شده است که حضرت عیسی (ع) صرافان را از معبد بیرون راند. اما با شکل‌گیری دوران مدرن، دیدگاه منفی درباره تجارت تعدیل شد. گرچه در گذشته تجارت به انگیزه سود محکوم بود، در دنیای مدرن تجارت به منظور کسب سود، غیراخلاقی به شمار نمی‌آید.

اقتصاددانان در توجیه این رویکرد، به فرمول‌بندی رفتار اقتصادی بر اساس ایده حداکثرسازی سود توسط عاملان اقتصادی روی آورده‌اند. در نگرش اقتصادی، افراد با هدف کسب سود وارد بازار تولید و همچنین مبادله کالاها و خدمات می‌شوند. این انگیزه سودجویی به منزله موتور محرک اقتصاد باعث می‌شود تا افراد حداکثر تلاش خود را برای

کسب منفعت مبذول دارند. نتیجه تلاش تک تک افراد برای کسب سود، تأمین منافع جامعه است؛ ثمره‌ای که آن را به طور معمول به دست نامرئی بازار نسبت می‌دهند. بر اساس این منطق، وجود رقابت میان دست‌اندرکاران فعالیت‌های اقتصادی می‌تواند موجب شود تا افراد به گونه‌ای به رعایت اخلاق کسب و کار مجبور شوند. برای نمونه، اگر دست‌اندرکاران اقتصادی، کالایی نامرغوب تولید کنند، دست نامرئی بازار آنها را از چرخه رقابت در بازار حذف می‌کند.

در میان اقتصاددانان متأخر، میلتون فریدمن از برندگان جایزه نوبل اقتصادی را می‌توان از طرفداران جدی این نظریه دانست. به اعتقاد فریدمن، یک تاجر خوب تنها موظف به رعایت قانون است و نمی‌توان از او رعایت اخلاق را خواستار شد. در بیان او، مشاغل و بنگاه‌های اقتصادی رسالتی جز کسب سود ندارند. از این روی، سخن از مسئولیت اجتماعی آن‌ها اشتباه است. به اعتقاد او تنها خط قرمز صاحبان حرفه‌ها و مشاغل قانون است.

بسیاری از محققان علوم اجتماعی از این رویکرد افراطی به اخلاق تجارت انتقاد کرده‌اند. بر اساس دیدگاه‌های جدید اقتصادی، اخلاق و تجارت را نمی‌توان و نباید از یکدیگر جدا کرد. از دیرباز اخلاق و تجارت رابطه‌ای دیرینه‌ای داشته‌اند. اساساً تجارت بر پایه ملاحظات اخلاقی و لزوم فراهم کردن اسباب راحتی سایرین بنا شده است؛ گذشته از آنکه دغدغه‌های بسیاری هم در میان تاجران و هم در میان مردم برای شکل‌گیری تجارتی اخلاقی وجود داشته و دارد. در ادبیات اقتصادی نیز به جنبه‌های اجتماعی تجارت توجه شده است.

وانگهی جدا کردن اخلاق از تجارت می‌تواند فاجعه‌آفرین باشد. با نگاهی به تاریخ فعالیت‌های اقتصادی بشر، می‌توان این نکته را تأیید کرد، که ضعف اخلاق حرفه‌ای در کسب و کار موجب بروز مشکلات بسیاری در جوامع بشری شده است. بروز مشکلات زیست محیطی در دنیای معاصر، بروز فجایع انسانی همانند حادثه بوپال هند، شکل‌گیری تجارت‌های ضد اخلاقی (تجارت مواد مخدر، قاچاق انسان) و تخریب پیوسته محیط زیست، همه ناشی از نبود نظام اخلاقی در تجارت است.

از طرف دیگر، گسترش اخلاق در فضای کسب و کار می‌تواند موجب رونق فعالیت‌های تجاری شود. بنا بر تجارب موجود، غالباً شرکت‌های وفادار به اخلاق حرفه‌ای موفق‌تراند. گذشته از آنکه تقویت اخلاق در تجارت می‌تواند به آن مفهومی انسانی بخشیده، ریشه بسیاری از تعارض‌های موجود را از بین ببرد.

❖ رابطه تجارت، قانون و اخلاق

برخی از منتقدان اخلاق کسب و کار معتقدند که تجارت و رای قانون، نیازی به اخلاق ندارد. به نظر آنها قانون می‌تواند قلمرو فعالیت‌های مجاز تجاری را مشخص کند و دیگر ضرورتی برای پرداختن به اخلاق نیست.

استدلال مزبور با این اشکال عمده مواجه است که نمی‌توان رفتاری را به واسطه عدم وجود قانون اخلاقی تلقی کرد. از طرف دیگر، وضع قانون متأثر از نوعی ارزش‌گذاری اخلاقی است.

تفکیک میان قانون و اخلاق و همچنین اکتفا به قانون با مشکلات بسیاری از جمله ایجاد زمینه برای بروز بسیاری از بی‌عدالتی‌ها در صحنه فعالیت‌های تجاری روبه‌رو است. فرض کنید در کشوری هیچ قانونی برای منع خرید و فروش کودکان وجود نداشته باشد. آیا می‌توان به دلیل نبود قانون ادعا کنیم این کار اخلاقی است؟ به طور کلی، می‌توان این پرسش را مطرح کرد که آیا می‌توان مسئولیت فعالان در فضای کسب و کار را منحصر به وظایف قانونی آنها دانست؟ آیا آنها وظیفه‌ای فرای قانون ندارد؟ آیا آنها نباید به هنگام تصمیم‌گیری به این نکته توجه کنند که چه کسانی ممکن است از تصمیم‌شان آسیب ببینند؟ به بیان دیگر، اگر قانون رفتاری را مجاز شمرد و یا در مورد آن ساکت بود، افراد می‌توانند بدون هیچ محدودیت اخلاقی آن را انجام دهند؟

پاسخ به پرسش‌های مزبور منفی است؛ نمی‌توان رفتاری را به دلیل قانونی بودن اخلاقی نیز قلمداد کرد. هرچند قوانین به طور معمول دیدگاه افراد نسبت به آنچه اخلاقی یا عادلانه است را منعکس می‌کنند، آن‌ها آئینه تمام‌نمای اخلاق نیستند. قوانین بشری را می‌توان در موارد بسیاری بازتاب ضعیفی از آنچه که مردم بر سر اخلاقی بودن آن توافق دارند، قلمداد کرد. گذشته از آنکه اخلاق در مواردی الزاماتی فرای قانون، همچون رحجان انصاف و گذشت در معامله، را ترویج می‌کند.

❖ نگرشی دینی به اخلاق کسب و کار

طرفداران اخلاق کسب و کار با مشکلی اساسی در زمینه ضمانت اجرایی آن در فضای خشک تجارت مواجه‌اند. در بسیاری از موارد، اهل کسب و کار می‌توانند با زیر پا گذاشتن اخلاق به سود بیشتری لاقط در کوتاه‌مدت دست یابند. این مشکل، به ویژه در صورت ارائه تفسیری کارکردگرایانه از اخلاق تجارت رخ می‌دهد. این مشکل را می‌توان با اتخاذ رویکردی دینی به اخلاق تجارت و استفاده از راهبردهای دینی برای درونی‌سازی انگیزه‌های اخلاقی در فضای کسب و کار حل کرد؛ ولی آیا اساساً می‌توان به ارائه نوعی اخلاق دینی کسب و کار اقدام کرد؟ برخی به شدت امکان ارائه اخلاق حرفه‌ای کسب و کار با رویکرد دینی را منکر می‌شوند و برخی نیز بر امکان‌پذیر بودن آن استدلال می‌کنند. این اختلاف نظر به طور عمده حول محور این نکته گسترش یافته است که آیا می‌توان میان اخلاق فردی و اخلاق اجتماعی ارتباطی ایجاد کرد.

یکی از استدلال‌های ارائه‌شده در نفی رویکرد دینی به اخلاق کار آن است که «*اخلاق کسب و کار، اخلاق بازی است و با اخلاق دین متفاوت است*». این ادعا بر پایه نظریه دوگانگی اخلاق فردی و اخلاق کاری که به طور عمده توسط افرادی چون آلبرت کار، و پیتر فرنیچ مطرح شده، و مورد تأیید اقتصاددانی چون میلتون فریدمن قرار گرفته است، استوار می‌باشد.

آلبرت کار در توجیه این نظریه معتقد است تجارت ویژگی‌های خشک یک بازی را دارد؛ او فضای کسب و کار را به بازی پوکر تشبیه می‌کند که در آن بنا بر قاعده بازی، بازیگر نمی‌تواند بدون لاف زدن و کتمان حقیقت برنده شود؛ این قاعده بازی است و اشکالی بر آن وارد نیست. بر این اساس، یک تاجر موفق باید لاف زدن و کتمان حقیقت را به مثابه قاعده بازی تجارت یاد بگیرد و بر فنون آن مسلط شود. فریدمن در تأیید نظریه آلبرت کار بیان می‌کند که در صحنه کسب و کار، افراد باید تمامی تلاش خود را برای بیشینه کردن منافع خود مبذول دارند و تنها محدودیت موجود بر سر راه آن‌ها، محدودیت‌های قانونی است.

در برابر دیدگاه مزبور، برخی با رد نظریه دوگانگی اخلاق فردی و اخلاق کاری، بر امکان‌پذیری رویکرد دینی در اخلاق کسب و کار استدلال می‌کنند. برای نمونه، الیوت درف در تبیین رویکرد متفاوت دین به کسب و کار بر وابستگی عرصه‌های مختلف زندگی در نگرش دینی تأکید می‌کند. به نظر او، دین این نگرش را که «کسب و کار، کسب و کار است»، و با جنبه‌های دیگر زندگی مرتبط نیست، مردود می‌شمارد.

در میان نگرش‌های جدید به اخلاق کسب و کار، می‌توان گرایش‌هایی به استفاده از مفاهیم دینی در تبیین نقش اجتماعی بنگاه‌ها و شرکت‌های تولیدی مشاهده کرد. برای نمونه، کیت دیویس معتقد است در عصر کنونی کسب و کار نقش اجتماعی جدید پیدا کرده است و می‌توان صاحبان حرفه‌ها و صنایع را امانت‌دار منابع جامعه تلقی کرد. از این روی، استفاده از منابع تجدیدنپذیر جامعه برای تولید محصولات کم‌ارزش و کم‌دوام نوعی زیان برای جامعه به شمار می‌آید. کامنیش معتقد است آمریکای معاصر نیازمند گسترش اخلاقیاتی است که بر پایه مسئولیت ارزشی کسب و کار در مقابل جامعه استوار باشد. نکته دارای اهمیت آنکه در فضای اخلاق غیردینی سخن گفتن از امانت‌داری انسان در مقابل جامعه، چندان ساده به نظر نمی‌رسد؛ زیرا ترسیم مسئولیت اجتماعی برای افراد با سودگروی به مثابه بینش حاکم بر جوامع توسعه‌یافته سازگار نیست.

❖ رویکرد اسلامی به فلسفه اخلاق تجارت

فلسفه اخلاق کسب و کار در نگرش اسلامی متأثر از دو اصل یکپارچگی اخلاقی و فراکارکردگرایی است. یکپارچگی اخلاقی به مثابه نقطه مقابل دیدگاه‌های دوگانه‌گرا، بر پیوستگی حوزه‌های اخلاق فردی و اجتماعی تأکید می‌کند. فراکارکردگرایی نیز با گذر از کارکرد مثبت اخلاق در موفقیت تجاری، بر جنبه‌های متعالی اخلاق کسب و کار اشاره دارد. نگرش یکپارچه و اصیل اسلام به اخلاق کسب و کار، ارتباطی تنگاتنگ با آسیب‌شناسی اخلاقی تجارت دارد.

الف) آسیب شناسی اخلاقی تجارت

فضای کسب و کار و تجارت به دلیل ماهیت خاص خود، همواره در معرض آسیب‌های اجتماعی و اخلاقی قرار دارد. افراد برای موفقیت در بازار، گاه به شگردهای غیراخلاقی چون کم‌فروشی، ارائه اطلاعات نادرست و تبانی، برای حذف رقیب رو می‌آورند. این مشکل به طور عمده ناشی از این مسئله است که فضای کسب و کار محیطی خشک و متأثر از عادت‌ها و رویکردهای محاسبه‌گرایانه است. بازار، مکان معامله برای کسب سود است؛ سودی که غالباً بدون حسابگری و دقت عمل به دست نمی‌آید. افراط و زیاده‌روی در حساب‌گری می‌تواند افراد را به ورطه ناهنجاری‌های اخلاقی فرو برد.

ب) یکپارچگی اخلاقی

رویکرد یکپارچه اسلام به اخلاق فردی و اجتماعی را می‌توان از دستورهای اخلاقی وارد شده درباره تجارت استنباط کرد. سفارش به ساده‌گرفتن در معامله، نگرفتن سود از مشتریان به هنگام تأمین مخارج روزمره، استحباب پذیرش تقاضای فسخ معامله، کراهت قسم خوردن به هنگام معامله و دهها دستور اخلاقی دیگر نشانگر آن است که اسلام از نوعی اخلاق متعالی در فضای کسب و کار حمایت می‌کند که گسترش فضیلت‌های اخلاقی هماهنگ را در زندگی فردی و اجتماعی دنبال می‌کند.

اخلاق متعالی کسب و کار به شکلی اساسی از شیوه سودگرایانه رایج در فضای تجارت فاصله می‌گیرد. اسلام سعی کرده است با ترویج قواعدی اخلاقی، تجارت را از شکل نوعی بازی برد باخت به یک بازی برد برد تبدیل کند. در این بازی، گاه باختن متعارف نیز به دلیل رعایت حال افراد ضعیف، نوعی برد قلمداد می‌شود و بازی باخت برد نیز به منزله بازی برد برد تلقی می‌شود.

این منطق تصمیم‌گیری با گسترش دید مؤمنان به تجارت توجیه، و از آن‌ها خواسته شده است به تجارت با خدا پردازند؛ تجارتی که بسیار سودآورتر از تجارت‌های دنیایی است. آنان می‌توانند با تجارت عمل صالح، به ثواب دست یابند. بر اساس این نگرش، مؤمنان با فروش متاع خود، به بهشت برین به منزله پاداشی ارزشمند دست می‌یابند. چنین تحلیلی می‌تواند افزون بر جلوگیری از تنش‌های اقتصادی و اجتماعی در بازار، زمینه‌ساز بروز و ظهور بسیاری از فضایل اخلاقی در فضای کسب و کار شود.

ج) فراکارکردگرایی

در نگرش اصیل اسلام، افزون بر اجتناب از دوگانه‌گرایی در اخلاق کسب و کار، نگاه کارگردگرایانه صرف نیز مردود شمرده شده است. بر اساس آموزه‌های اسلامی، تبلور اخلاق در حوزه کسب و کار می‌تواند به سودآوری بیشتر

منجر شود؛ ولی هدف‌گذاری صورت‌گرفته فراتر از محاسبات سودگرایانه است. در بیان قرآن مجید و روایات معصومان(ع) نتیجه رعایت اخلاق در تجارت، گشایش در روزی و برکت در کسب و کار عنوان شده است. رزق و برکت مفاهیمی هستند که دارای جنبه‌های مادی، معنوی و اخروی می‌باشند. بر اساس آموزه‌های اسلامی، سودی که از راه حلال کسب نشده باشد، چه بسا از نظر مقدار زیاد باشد، ولی برکت ندارد. گذشته از عواقب اخروی، چنین سودگرایی می‌تواند موجب بروز انواع مشکلات روحی و روانی شود و افراد را دچار زندگی فلاکت‌باری کند.

آنچه از آن به فراکارکردگرایی در فلسفه اخلاق تجارت یاد شد، به جای آنکه اخلاق را در خدمت افزایش سود قلمداد کند، کسب و کار را در راستای هدف تعالی و رشد انسان و در نهایت رسیدن به مقام جانشینی خداوند قرار می‌دهد. در این رویکرد، اخلاق کسب و کار به منزله فیلتری معنوی ظاهر می‌شود که نه تنها فعالیت تجاری را در خدمت جامعه قرار می‌دهد، بلکه به ارتقای رتبه و مقام تاجر اخلاق‌گرا می‌انجامد. شاید بتوان گفت سفارش‌های وارد شده درباره استحباب معامله با افراد خوشنام و خیر، از جهت‌گیری اسلام برای گسترش فضیلت‌های اخلاقی در فضای کسب و کار حکایت دارد.

نکته پایانی آنکه اسلام به عنوان دینی جامع و کامل، از قابلیت‌های لازم برای بسط، گسترش و نهادینه کردن اخلاق اصیل کسب و کار برخوردار است. کلید این موفقیت را می‌توان در جهان‌بینی توحیدی و نگرش انسان به خود و جهان اطراف جست‌وجو کرد. از آنجا که انسان در نگرش توحیدی مخلوق خدا و امانت‌دار نعمت‌های الهی است، تمامی فعالیت‌های او از جمله فعالیت‌های تجاری رنگ و بوی الهی می‌گیرد. انسان دین‌مدار در سایه توجه به گستره وسیع زندگی، جاودانگی زندگی پس از مرگ، امانت بودن نعمت‌های الهی، و همچنین نظام عادلانه پاداش و عقوبت اخروی، به نوعی نیروی انگیزشی و کنترلی درونی مجهز می‌شود که با جلوگیری از بروز لغزش‌های فردی و اجتماعی، نه تنها او را که عمل به وظایف‌اش نسبت به خود، سایر انسان‌ها و حتی طبیعت پیرامونش فرا می‌خواند؛ بلکه او را به سوی انجام کارهای خیر سوق می‌دهد.

❖ کارکرد فلسفه اخلاق اسلامی تجارت

بحث از فلسفه اخلاق تجارت از دیدگاه اسلام، گذشته از آنکه بحثی نظری و پایه‌ای در اخلاق دینی تجارت است، می‌تواند نقشی کاربردی در سیاست‌گذاری اخلاق حرفه‌ای و مهندسی فرهنگی فضای کسب و کار ایفا کند. نگاه یکپارچه و فراکارکردگرایانه به اخلاق کسب و کار به طور خاص، می‌تواند جهت‌گیری‌های رسانه‌ای و سازمانی اخلاق حرفه‌ای را به منظور سوق دادن فعالان بازار به سمت اهداف نظام اخلاقی اسلام متاثر سازد.

بر اساس آموزه‌های اسلامی، ترویج اخلاق اسلامی در فضای کسب و کار نیازمند استفاده از ابزارهای تربیت دینی است. یکی از عمده‌ترین رهیافت‌های عرضه‌شده در متون اسلامی، تلاش برای ایجاد هویت دینی در صاحبان کسب و

کار است. این رهیافت نکته ظریفی است که در سال‌های اخیر در مطالعات اخلاق کاربردی نیز مورد توجه قرار گرفته است. بر اساس این بررسی‌ها باورهای اخلاقی عمدتاً زمانی در رفتار مردم ظهور و بروز می‌کنند که به صورتی عمیق وارد هویت افراد شده باشند نشانه‌هایی رویکرد اسلام در ایجاد هویت اخلاقی در تجار و صاحبان حرفه‌ها را می‌توان تعبیر از کاسب در مقام دوست خدا (الکاسب حبیب الله) یافت. وقتی کاسب دوست خدا تلقی شد، وی می‌کوشد با تبعیت از موازین الهی در تجارت؛ هویت خود را حفظ کند. در این رویکرد، تخلق تاجر به اخلاق اسلامی نه به منزله ابزاری برای کسب درآمد بیشتر (مشتري‌مداری ابزاری)، بلکه به رویه‌ای برای حفظ هویتش به عنوان دوست خدا (مشتري‌مداری اصیل) بدل می‌شود.

همچنین رویکرد اخلاقی اصیل اسلام می‌تواند در منشورهای اخلاقی کسب و کار منعکس شده و به فعالیت نهادهای دولتی و مردمی فعال در حوزه اخلاق حرفه‌ای جهت دهد. تدوین منشور اخلاقی کسب و کار به طور عام و منشور اخلاقی حرفه‌های مختلف به طور خاص، بر اساس آموزه‌های اسلامی، یکی از ضرورت‌های مهندسی فرهنگی بازار اسلامی است که کمتر بدان توجه شده است. گذشته از آنکه ایجاد و گسترش نهادهای مردمی فعال در حوزه اخلاق حرفه‌ای اسلامی بسیار ضروری است.



پرسش‌های فصل سوم

۱. دیدگاه‌های اخلاق تجارت را بنویسید.
۲. رابطه تجارت، قانون و اخلاق را شرح دهید.
۳. نظر موافقان و مخالفان امکان‌پذیری رویکرد دینی در اخلاق کسب و کار را شرح دهید.
۴. رویکرد اسلامی به فلسفه اخلاق تجارت را توضیح دهید.
۵. کارکرد فلسفه اخلاق اسلامی تجارت را بنویسید.

تمدن، تنها زاییده اقتصاد برتر نیست،
در هنر و ادب و اخلاق هم باید متمدن بود و برتری داشت.
(لویی پاستور)

فصل چهارم: منشور اخلاقی سازمان

سازمان‌ها برای نهادینه کردن اخلاقیات در اعضای سازمانی خود به تکنیک‌ها و ابزارهای متعدد و متنوعی متوسل شده‌اند که یکی از آن‌ها تدوین منشور اخلاقی است. تجربه سازمان‌ها در استفاده از منشور اخلاقی نشان دهنده مشکلات عدیده‌ای است که یکی از این مشکلات عدم توجه به کلیه ذی نفعان سازمان در منشور اخلاقی است. منشور اخلاقی می‌تواند بر افراد تاثیر زیادی داشته باشد که آن را به کار می‌گیرند. هرچند آن افراد کاملاً با آن منشور موافق نباشند. یک مدیر در IBM می‌داند که عدم رعایت منشور اخلاقی ممکن است به اخراج منجر شود و متخصصین دارای جواز کسب نیز از جدی بودن خطر از دست دادن جواز کسب خود آگاهی دارند. با وجود این، منشور اخلاقی برای افرادی که دارای شخصیت اخلاقی مورد تامل هستند، غیراثربخش است. لذا منشور اخلاقی صرفاً برای کسانی اثربخش است که در حال حاضر دارای استانداردهای اخلاقی بالایی باشند.

عملکرد اخلاقی خوب به عنوان عملکرد تجاری خوب تلقی می‌شود. موسسات خصوصی بهتر از واحدهای دولتی به توصیه‌های اخلاقی گوش می‌دهند. اهمیت این گفته در این جاست که بخش خصوصی اهمیت اقدامات اخلاقی مناسب را از دیدگاه تجاری درک می‌کنند و احتمالاً در رفتارهای اخلاقی اش بهتر از بخش دولتی است.^{۱۹}

❖ لزوم بهره‌گیری از کدهای اخلاقی در سازمان

کارکنانی که در زمینه تصمیم‌گیری اخلاقی به راهنمایی نیاز دارند اغلب به کدهای اخلاقی سازمان مراجعه می‌کنند، که تصور می‌شود جهت‌گیری‌های روشنی را در زمینه انجام کارهای درست در اختیار آنها قرار می‌دهد. اگر برای آنها هیچ‌گونه کد اخلاقی برای پیروی از آن وجود نداشته باشد، ترغیب می‌شوند تا بهترین قضاوت‌های خود را به کار گیرند و از سازمان، سهامداران آن، مشتریان، کارکنان و هریک از ذینفعان دیگر مراقبت نمایند. در اینجاست که دشواری‌هایی بوجود می‌آید: اگر کاری درست برای مشتریان کاری نادرست برای سهامداران تلقی شود چه اتفاقی می‌افتد؟

❖ منشورهای اخلاقی

اخلاق حرفه‌ای و منشورهای اخلاقی را می‌توان از دیدگاه‌های مختلفی مطالعه کرد. یکی از این ابعاد نظام دینی و ارزشی 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.

در مطالعات جدید پیرامون اصول رفتاری منشورهای اخلاقی در سازمانها و مراکز حرفه‌ای مختلف، عقیده بر این است که از دیرباز تاکنون، اصول رفتاری 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. اکنون از هر گوشه دنیا صداهایی به گوش می‌رسد که می‌خواهند معیار و ضابطه‌ای برای اخلاق کاری بنگاه‌های اقتصادی تعیین شود. فساد و زیاده‌روی (انواع فریب، رشوه، سوءاستفاده از نیروی کار و طرح‌های پیچیده و عجیب و غریب در تقلب و دست‌کاری 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 مصرف‌کننده برای تجارت جهانی» اشاره کرد. اصول رفتار یا همان اخلاق کاری، در خدمت هزاران هدف عملی دیگر نیز هست که می‌تواند به انواع کارکنان، از مناطق و فرهنگ‌های مختلف کمک کند تا بهتر و با کارایی بیش‌تر کار کنند؛ همچنین می‌تواند مرجعی برای تصمیم‌گیری باشد و به مراکز و سازمانها فرصت می‌دهد تا با کاستن از شمار لایه‌های سرپرستی خود به کار ادامه دهند و به هنگام بحران به سرعت و با اتحاد بیش‌تر واکنش نشان دهند؛ برای مراقبت از تبلیغات تجاری مختلف، برخی سازمانها و مراکز، اخلاق کاری تأمین‌کنندگان و شریکان تجاری خود را نیز بررسی می‌کنند. برای مثال، گروه هندی تاتا 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 سیاست‌های مهم ترغیب کیفیت در شرکت‌ها و صنایع به شمار می‌آید که وامدار معیارهای اخلاق حرفه‌ای گشته است.

❖ 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
۲. اصل مالکیت
۳. اصل اعتبار و اعتماد
۴. اصل شفافیت
۵. اصل منزلت
۶. اصل انصاف
۷. اصل شهروندی
۸. اصل حساسیت متقابل

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.

۲. اصل مالکیت

احترام به مالکیت و حقوق افراد و پرهیز از انتقال اموال یا اختلاس، و اسراف و ایجاد حس تعهد نسبت به منافع فیزیکی، کالبدی، مصرفی و انسانی اساس اصل مالکیت است.

۳. اصل اعتبار و اعتماد

واژه اعتماد معنی ویژه‌ای دارد و نوعی تقید و وفای به محیط و فلسفه وجودی انسان است چه قانون ناظر باشد و چه نباشد.

۴. اصل شفافیت

یکی از اصول عمده و معیارهای اساسی در منشورهای اخلاقی جوامع و سازمانها قاعده شفافیت یکی از اصول عمده و معیارهای اساسی در منشورهای اخلاقی جوامع و سازمانها قاعده شفافیت است یعنی انجام فعالیت‌ها به شیوه‌ای صادقانه و آشکار و بدون فریب و نیرنگ و حفظ سوابق فعالیتها و فرایند کار است. این مهم یکی از عوامل اساسی حسن سلوک افراد با هم، برای هم و به سمت اهداف اجتماعی، فرهنگی، حرفه‌ای و سازمانی است.

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.

۶. اصل انصاف

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

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 و بهره‌یزد و در جامعه صاحب نقش تعیین‌کننده باشد.

۸. اصل حساسیت

حساسیت نسبت به نیازهای منابع انسانی و داشتن حس همدلی و تسهیل امور مربوط در این اصل مقصود و منظور است.

❖ راهکارهایی برای تدوین برنامه اخلاقی

۱. ارزش‌ها و باورهای سازمان را به استانداردهای رفتار مشخص تبدیل کنید. امکان دارد برخی استانداردها در منشور اخلاقی ذکر شوند و حتی برای شرایط جدید استانداردهای مشخصی ارائه شود.

۲. شرکت‌هایی که منشور اخلاقی اثربخش داشته باشند، علاوه بر تبدیل منشور به استانداردهای رفتاری، اقداماتی را مشخص کرده‌اند که در زمان نقض منشور اخلاقی صورت گیرد. هم چنین جرایم را به اطلاع کارکنان رسانده، جریمه‌ها را به اجرا می‌گذارند تا عمل به منشور را تضمین نمایند. به عنوان مثال شرکت زیراکس کارکنان خود را در موارد نقض قانون که حدی هستند، مثل اخذ رشوه و نیز در مواردی که چندان قابل توجه نبود، مثل دست بردن در حساب‌های شرکت اخراج نمود.

۳. بسیاری از سازمان‌ها برای حساس نگه داشتن کارکنان خود به مسائل اخلاقی و تقویت مهارت آن‌ها در حل معضلات اخلاقی به برگزاری نشست‌های اخلاقی دوره‌ای پرداخته‌اند. مدیرانی که در این نشست‌ها شرکت می‌کنند، باید قضایای اخلاقی را که در سازمان خودشان اتفاق افتاده است، در کلاس بحث و بررسی کنند.

۴. بسیاری از شرکت‌ها با اجرای برنامه‌های اخلاقی موفق بر اهمیت مشخص نمودن اهداف عملکردی واقعی برای کارکنان تاکید نموده‌اند. وضع کردن اهداف غیر منطقی کارکنان را برای رسیدن به همان اهداف به سمت رفتارهای غیر اخلاقی سوق می‌دهد. بویژه زمانی که برای رسیدن به اهداف پاداش منظور شده باشد.

۵. ایجاد یک پست به عنوان وکیل مدافع اخلاقیات از دیگر اقداماتی است که غالباً توصیه می‌شود وکیل مدافع اخلاقیات طبیعتاً باید از مدیران بالای سازمان باشد که از یک منظر به عنوان مرجع تشخیص تمام وقت اخلاقیات در سازمان به ارائه خدمت مشغول است. این وکیل مدافع اقدامات سازمان را از دیدگاه اخلاقی ارزیابی می‌کند و به شکل محکم و روشن ملاحظات اخلاقی طرح‌های پیشنهادی اقدامات را مورد پرسش قرار می‌دهد.

۶. برخی سازمان‌ها در تلاش‌های خود برای شهروند خوب بودن حتی پا را فراتر گذاشته و حقوقدان‌ها و مشاورینی را برای کار استخدام کرده‌اند که همچون یک ناظر اقدامات سازمان ذریبط را در نظر بگیرند. به طور کلی امروزه در جهت رسیدن به اهداف و آمان‌های مدیریت اخلاق، ابزارهای متعددی ارائه شده است. به عنوان مثال صاحب نظران اذعان می‌دارند که این هدف می‌تواند از سه طریق حاصل شود:

۱. ارائه خط مشی یا منشور اخلاقی مناسب برای سازمان

۲. منصور نمودن یک کمیته رسمی امور اخلاقی

۳. آموزش اخلاقیات در برنامه‌های تحول اداری

در بین روش‌های فوق، رایج‌ترین روش تدوین منشور اخلاقی و کم کاربردترین شیوه انتصاب کمیته اخلاقی می‌باشد.

آمورش اخلاقیات در برنامه‌های تحول اداری نیز در کم‌تر سازمانی دیده می‌شود.^{۲۰}

❖ مدل‌هایی از منشور اخلاقی

بسیاری از سازمان‌ها، بانک‌ها، مراکز آموزشی، صنایع و ادارات از مجموعه‌ی نظامنامه‌های اخلاقی که غالباً تحت عنوان منشور اخلاقی آورده می‌شوند و حاوی اصول و دستورهای ویژه محیطی و سازمانی است استفاده می‌کنند. در زیر چند نمونه‌ای از منشورهای اخلاقی را آورده‌ایم که حاوی نکات جالبی است:

الف) منشور اخلاقی دانشگاه

از دیدگاه صاحب‌نظران، 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. وقت‌شناسی
 ۴. برخورد خوب با ارباب رجوع و رعایت ادب و احترام
 ۵. انجام امور براساس عدل و انصاف
 ۶. انجام امور ارباب رجوع در کمترین زمان ممکن
- خدمات‌دهندگان و خدمات‌گیرندگان با رعایت منشور اخلاقی در انجام هرچه بهتر امور براساس ضوابط و مقررات در پویایی و رشد چشمگیر سازمان نقش دارند.^{۲۱}

ب) منشور اخلاقی شرکت سایپا یدک^{۲۲}

✓ عهد نامه

در پیشگاه خداوند متعال، با خود عهد می‌بندم که همه روزه و در تمام ساعات با ظاهری آراسته و در محیطی منظم و در نهایت نظم و ادب و احترام با برخوردی نیک و پسندیده، با ارباب رجوع و همکاران تعامل برقرار نموده و در کوتاهترین زمان ممکن امور محوله را در کمال صداقت و رعایت انصاف به انجام رسانیده و در صورت برآورده نشدن

خواست ارباب رجوع، توضیحات کافی را برای روشن شدن ذهن آنان ارائه نمایم و در راستای اهداف متعالی سازمان و کشور، خود را مقید به اجرای رسالت، اصول و منشور ذیل دانسته و به آن پایبند باشم.

۷ منشور اخلاقی

ما کارکنان شرکت سایپا یدک با ایمان به اراده خالق هستی و در جهت حفظ منافع ملی و سازمانی و رضایتمندی مشتریان که سرمایه واقعی ما هستند، به رعایت اصول ذیل معتقدیم:

- رعایت شئون و ارزشهای اسلامی را در محیط کار سر لوحه فعالیت‌های سازمانی خود قرار می‌دهیم.
- ما بر این باوریم که مشتریان، سرمایه‌های واقعی سازمان بوده، شخصیت و جایگاه ایشان در فرایند ارتباطات متقابل محفوظ می‌ماند.
- انجام امور مراجعان را در کوتاهترین زمان ممکن ضروری دانسته و کوشش خواهیم نمود از اتلاف وقت آنان خودداری نماییم.
- دریافت هر گونه انتقاد، نظر و پیشنهاد از سوی ذینفعان را ارج نهاده و از آن به عنوان زمینه‌ساز رشد و ارتقا خدمات استفاده می‌نماییم.
- پرهیز از شایعه‌سازی، تهمت، غیبت و خبر چینی و هر اقدامی که صمیمیت و اعتماد همکاران را تضعیف نماید را در فرهنگ سازمان جاری می‌سازیم.
- رازداری و خودداری از افشای اسناد و مدارک محرمانه و اسرار و اطلاعات مشتریان را از اهم وظایف خود دانسته و به آن پایبندیم.
- درک و استفاده صحیح از اختیارات و قدرت سازمانی را در کلیه سطوح سازمان اجرا می‌نماییم.
- همواره برای رشد و تعالی سازمان به دنبال ارائه پیشنهادهای سازنده هستیم.
- در انجام کار تیمی و گروهی و اجرای بهبود کیفیت مانند نظام آراستگی (۵S) همراه با سایر کارکنان پیش قدم بوده و اجرای مفاد آن را به عنوان رفتار ثابت و عادی روزانه خود نهادینه می‌کنیم.
- ما کارکنان شرکت سایپا یدک ارتقا و توسعه تجربه و دانش سازمانی را به عنوان سرمایه شرکت و به اشتراک گذاشتن آن با همکاران، مشاوران، پیمانکاران و کلیه ذینفعان در چارچوب ضوابط را از وظایف خود دانسته و در راستای افزایش آن تلاش مینماییم.

ج) منشور اخلاقی شرکت پيشنازان تجارت آپادانا^{۳۳}

۱) انسجام و یکپارچگی

با این باور که تعهد وفاداری و احساس تعلق به شرکت از مصادیق تحکیم و یکپارچگی سازمانی است متعهد می‌شویم که به عنوان یک عضو فعال در پیکره‌ای واحد و منسجم عمل نموده و همواره در جهت هماهنگی و پیشرفت هرچه بیشتر آن تلاش کنیم. چنانچه به فرض بعید در عملکرد یکی از همکاران رفتاری نامطلوب مشاهده کنیم که به زیان شرکت و مجموعه باشد، وظیفه خود می‌دانیم به نحوی شایسته در برطرف کردن این نقصیه بکوشیم.

۲) رعایت قوانین و مقررات

با این باور که انجام وظایف شغلی و فعالیت‌های سازمانی و تحقق اهداف عالی شرکت در گرو رعایت قوانین است، خود را متعهد و ملزم به رعایت قوانین و مقررات و اجرای آن‌ها می‌دانیم.

۳) رفتار منصفانه و قانونمند

کارمندان به تمامی ارزش‌های سازمانی، همکاران و دیگران احترام گذاشته و پذیرای آن هستند. ارزش‌های شخصی مورد انتظار عبارت است از: صداقت و درستی، فرهنگ کار گروهی، خودباوری، آموزش پذیری، حسن سلوک، آراستگی و متانت. رفتار کارمندان در زندگی خصوصی خودشان به نحوی است که موجبات اعتلا اعتبار و حسن شهرت شرکت را فراهم نماید.

۴) خط مشی اخلاقی شرکت در قبال کارکنان

الف) ارتقا سطح دانش و توانمندی‌های همکاران

ب) فرصت ارتقا شغلی

ج) تأمین رفاه

د) برخورداری از حقوق عادلانه و مکفی

ه) نظام عادلانه پاداش

و) تلاش در جهت بهبود ارتباطات انسانی و سازمانی

ز) شایسته سالاری از جمله مواردی است که شرکت در قبال کارکنان خود را مسئول می‌داند.

۵) حفاظت از دارائی‌های شرکت

سوء استفاده کارکنان و یا اشخاص ثالث از دارائی‌های مشهود و یا نامشهود شرکت ممنوع بوده و شرکت تمهیدات لازم را جهت جلوگیری از هرگونه سوء استفاده فراهم خواهد نمود.

۶) وظیفه کارکنان و شرکت در قبال یکدیگر و سایر مشتریان

- الف - وظیفه شناسی، وقت شناسی، آراستگی ظاهر، حذف تشریفات زائد.
- ب - رعایت اصول، امانتداری، رازداری، صداقت و حفظ اطلاعات مربوط به شرکت.
- ج - تلاش برای ارتقای مستمر سطح اعتماد و اطمینان هیئت مدیره.
- د - تلاش برای ارتقای دقت، صحت و کیفیت و سرعت ارائه خدمات به شرکت.
- ه - توجه کامل طرفهای تجاری شرکت و ایجاد روابط شفاف کاری با آنها
- و- احترام حریم خصوصی طرفهای تجاری، همکاران و رقبا
- ز- رعایت منزلت و حقوق انسانی و شهروندی
- ی- صداقت و درستی در تبادل اطلاعات
- ط- رفتار منصفانه با مشتریان شرکت (داخلی، خارجی)
- ح- احترام به فرهنگ، آداب و سنن و اعتقادات همکار (اعم از خارجی یا ایرانی)

۷) الزامات و انتظارات

اهداف این منشور اخلاقی تنها در صورت تحقق تمام موارد فوق الذکر حاصل خواهد شد. مسئولیت شخصی هریک از کارمندان، تعهد به این منشور اخلاقی است.

تمام کارمندان باید تشویق شوند که هرگاه متوجه شوند که کار خلافی در حال انجام است آنرا گزارش نمایند. این کار کمک خواهد کرد که از مسایل کوچک که به مسایل بزرگ منجر می شود جلوگیری بعمل آید.

همه مدیران مراقب انطباق رفتار کارکنان با این منشور می باشند.

۸) ضمانت اجرا

عدم اجرای منشور فوق می تواند کارمند یا همکارانشان را در معرض مجازاتهای قانونی و مقرراتی قرار دهد.

تنبیهاات انضباطی توسط کمیته انضباطی در خصوص عدم رفتار مناسب ممکن است منجر به تذکر، توبیخ، جریمه و قطع رابطه همکاری (مطابق آئین نامه انضباطی) گردد.

د) منشور اخلاقی بانک ملی ایران

- کارکنان بانک ملی ایران با ایمان به اراده خالق هستی و در جهت حفظ منافع ملی به ارائه خدمات بانکی به مشتریان می پردازند و جلب رضایت آنان را سرلوحه امور خود می دانند.

- کارکنان بانک ملی ایران بر این باورند که مشتریان سرمایه‌های واقعی بانک هستند و حضور آنان را در شعب خود معتنم می‌شمارند.
- کارکنان بانک ملی ایران با رعایت نظم، آراستگی، وقت شناسی و مسئولیت پذیری آماده پذیرش همگان در واحدهای بانک (در شعب درون مرزی و برون مرزی) می‌باشند.
- کارکنان بانک ملی ایران بر این باورند که عزت، احترام و تکریم مراجعان به واحدهای این بانک، از مهمترین مسئولیتهای آنان است و سعی خواهند نمود تا شخصیت و جایگاه مشتریان در فرآیند ارتباطات متقابل محفوظ باشد.
- کارکنان بانک ملی ایران انجام امور مراجعان را در کوتاه‌ترین زمان ممکن ضروری دانسته و کوشش خواهند نمود از اتلاف وقت آنان در واحدهای بانک جلوگیری نمایند.
- کارکنان بانک ملی ایران مصمم هستند خدمات خود را با کیفیت مطلوب و به شیوه‌ای مناسب و نوین در اختیار مشتریان بانک قرار دهند.
- کارکنان بانک ملی ایران وظیفه دارند تا در حوزه کاری خود هرگونه اطلاعات مورد نیاز مشتریان را به سرعت و با توجه به مقررات برای آنان فراهم آورند.
- کارکنان بانک ملی ایران بر این باورند که مبنای ارزیابی فعالیت‌های آنان نظرات و میزان رضایت مشتریان است.
- کارکنان بانک ملی ایران دریافت هرگونه انتقاد نظر یا پیشنهاد از سوی مشتریان را ارج نهاده و از آن به عنوان زمینه ساز رشد و ارتقا بانکی استقبال می‌کنند.

ه) منشور اخلاقی شرکت پارس خودرو

✓ کدهای اخلاقی ارزش‌های سازمانی

تعریف: مصادیق اجرایی مرتبط با هر یک از ارزش‌های سازمانی، تحت عنوان کدهای اخلاقی ارزش مربوطه شناخته می‌شود.

○ احترام و کرامت

به رسمیت شناختن و درنظر داشتن حقوق دیگران و حفظ کرامت انسانی افراد

- رعایت ادب و نزاکت همراه با خوشرویی
- داشتن رفتار منصفانه و به دور از تبعیض
- رعایت نظم و مقررات
- رعایت حقوق فردی و اجتماعی دیگران و حفظ آبروی افراد

- درک کردن و در نظر داشتن خواسته‌ها و نیازهای ذینفعان
- ارج نهادن به تلاش و دستاوردهای دیگران

○ تعهد و مسئولیت پذیری

- پاسخگو بودن در قبال تصمیم‌های اخذ شده و وظایف محوله توأم با وفاداری و دلسوزی
- اخذ تصمیمات صحیح، منطقی و به موقع
 - پاسخگویی در قبال تصمیم‌های اخذ شده و وظایف محوله
 - وفاداری و تعلق خاطر به سازمان
 - ترجیح دادن منافع سازمان به منافع شخصی
 - ارتقای توانمندی‌های شخصی و بکارگیری دانش و مهارت کسب شده در انجام وظایف فردی و گروهی

○ خلاقیت و نوآوری

- خلق، ارایه و اجرای ایده‌های جدید در راستای بهبود عملکرد سازمان
- عارضه‌یابی و به چالش کشیدن وضع موجود
 - ایجاد بستر مناسب برای بروز استعدادها و ارایه ایده‌ها
 - شناسایی راهکارهای بهینه برای انجام بهتر وظایف
 - حمایت و همکاری در اجرای پیشنهادهای پذیرفته شده
 - انعطاف پذیری در مقابل تغییرات و ایده‌های نو

○ اعتماد و صداقت

شفافیت و حسن نیت در قبال دیگران و جلب اطمینان آن‌ها از طریق انطباق پندار، گفتار و کردار و همچنین پیش

بینی پذیر بودن رفتار

- رازداری و حفظ اسرار دیگران
- راستی و شفافیت در گفتار و کردار
- تفویض اختیار و جلب مشارکت افراد در تصمیم‌گیری‌ها و انجام امور
- جلب اعتماد دیگران با پایبندی به توافقات و قول‌های داده شده
- پرهیز از ریاکاری و شایعه پراکنی

- در نظر داشتن منافع دیگران در تصمیم‌گیریها و همکاری‌های مشترک

و) کدهای اخلاقی انجمن بازاریابی آمریکا^{۲۴}

۷ ارزش‌ها و هنجارهای اخلاقی برای بازاریاب‌ها

انجمن بازاریابی آمریکا به ترویج استانداردهای مرتبط با ارزش‌ها و هنجارهای اخلاقی حرفه‌ای برای اعضای خود متعهد است. هنجارها استانداردهای رفتاری تثبیت شده‌ای هستند که از سوی جامعه یا سازمان‌های حرفه‌ای مورد انتظار بوده و محافظت می‌شوند. ارزش‌ها نشان دهنده مفهوم جمعی چیزهایی هستند که مردم آن‌ها را مطلوب، مهم و به لحاظ اخلاقی درست می‌دانند. ارزش‌ها به عنوان معیاری برای ارزشیابی فعالیت دیگران تلقی می‌شوند. فعالان بازاریابی باید این امر را دریابند که صرفاً به موسسه اقتصادی خود خدمت نمی‌رسانند بلکه همچنین به عنوان مباشر جامعه در ایجاد تسهیل و اجرای مبادلات کارآمد و اثربخشی که جزئی از اقتصاد بزرگ‌تر تلقی می‌شوند عمل می‌کنند. افراد بازاریاب در این نقش باید متعالی‌ترین هنجارهای اخلاقی فعالیت‌های حرفه‌ای و ارزش‌های اخلاقی را که بر مسئولیت آن‌ها نسبت به ذی‌نفعانشان (به عنوان مثال مشتریان کارکنان سرمایه‌گذاران اعضای شبکه دستگاه‌های تنظیم‌کننده و اجتماع میزبان) دلالت دارد بپذیرند.

۷ هنجارهای عمومی

۱. بازاریاب‌ها نباید هیچ‌گونه زیانی وارد نمایند. این به معنای انجام کار در جهت‌ی است که برای آن آموزش دیده و تجربه کسب نموده‌اند. از این رو می‌توانند در طور فعال برای سازمان و مشتریان خود ایجاد ارزش نمایند. این امر همچنین موافقت با کلیه قوانین و قواعد کاربردی از سوی آنان و در نظر گرفتن استانداردهای بالای اخلاقی در تصمیماتی که اتخاذ می‌کنند را نشان می‌دهد.
۲. بازاریاب‌ها باید در سیستم بازاریابی اعتماد را پرورش دهند. این بدان معناست که محصولات برای کاربران مشخصی که نسبت به آن‌ها راغبند مهیا هستند. بازاریابی در مورد کالاها و خدمات نباید فریبده یا گمراه‌کننده باشد. این مورد بر ایجاد روابطی رسیدگی منصفانه و یا جبران خسارت مربوط به شکایت‌های مشتریان را مدنظر قرار می‌دهد و همچنین بر تلاش برای داشتن حسن نیت و داد و سندهای منصفانه در جهت بالا بردن اثربخشی فرآیند مبادله تاکید دارد.
۳. بازاریاب‌ها باید ارزش‌های اخلاقی بنیادین را که باعث بهبود اعتماد مصرف‌کننده به بی‌نقص بودن سیستم مبادلات بازاریابی می‌شود بپذیرند و آن را به کار گیرند. این ارزش‌های بنیادین اساساً الهام بخش بوده و درستکاری مسئولیت انصاف احترام، باز بودن و شهروندی را در بر می‌گیرد.

۷ ارزش‌های اخلاقی

درستکاری- راست گو و صریح بودن در روابط خود با مشتریان و ذی نفعان

- ما در تمام موقعیت و زمان‌ها، حقیقت را بر زبان خواهیم آورد.
- ما محصولات با ارزشی را که در ارتباطات خود با مشتریان در مورد کیفیت آن‌ها مدعی هستیم، به مشتریان خود ارائه می‌دهیم.
- اگر محصولات تولید شده ما نتوانند به میزانی که در مورد آن‌ها ادعا شده است، مفید واقع شوند، مسئولیت آن‌ها را خواهیم پذیرفت.
- ما تمام تعهدات و وعده‌های ضمنی یا صریح خود را می‌پذیریم.

مسئولیت- پذیرش پیامدهای استراتژی‌ها و تصمیم‌گیری‌های خود.

- ما برای برآوردن نیازهای مشتریان خود، تمام تلاش خود را خواهیم نمود.
- ما از به کارگیری اجبار برای ذینفعان خود اجتناب می‌کنیم.
- ما تعهدات اجتماعی نسبت به ذی نفعان که با قدرت فزاینده بازاریابی و اقتصادی همراه است را به رسمیت می‌شناسیم.

- ما تعهدات خود نسبت به گروه‌هایی که به لحاظ اقتصادی در بازار آسیب پذیر می‌باشند هم‌چون کودکان افراد مسن و دیگریانی که ممکن است آسیب پذیر باشند را می‌پذیریم.

انصاف- تلاش برای متعادل ساختن عادلانه نیازهای مشتریان با سود فروشندگان.

- ما تولیدات خود را به شیوه‌ای مشخص و روشن در فروش، تبلیغ و دیگر اشکال ارتباط ارائه می‌دهیم. این امر، اجتناب از دروغ، گمراه ساختن و فریب را در بر می‌گیرد.
- ما از دخل و تصرف (تقلب) و شیوه‌هایی که به اعتماد مشتریان لطمه می‌زند، خود داری می‌کنیم.
- ما از تبانی قیمت، قیمت گذاری چپاولگرانه و به زورستانی یا تاکتیک طعمه گذاردن و جذب کردن پرهیز می‌کنیم.

- ما به طور آگاهانه در تضاد منافع وارد نمی‌شویم.

احترام- به رسمیت شناختن منزلت انسانی تمام ذی نفعان

- ما تفاوت‌های فردی را محترم می‌شماریم و از کلیشه‌ای ساختن مشتریان یا تفکیک گروه‌های جمعیتی به شیوه‌ای منفی یا غیر انسانی (مانند جنس، نژاد، جهت گیری جنسی) در فعالیت‌های خود پرهیز می‌کنیم.

- ما به نیازهای مشتریان خود توجه می‌کنیم و تمام اقدامات مورد نیاز برای نظارت و مرتفع ساختن نیازهای آن‌ها یا بهبود رضایت آن‌ها به طور مستمر و همیشگی انجام می‌دهیم.
- ما برای درک و شناخت فروشندگان، واسطه‌ها و توزیع کنندگان از دیگر فرهنگ‌ها اقدامات ویژه‌ای انجام خواهیم داد.
- ما به نحوی شایسته از مشارکت دیگران، مانند مشاوران، کارکنان و همکاران در فعالیتهای بازاریابی خود قدردانی می‌کنیم.

بازبودن - ایجاد شفافیت در فعالیتهای بازاریابی

- ما تلاش می‌کنیم تا ارتباط مشخص و بی‌پرده‌ای را با ذی‌نفعان اصلی خود برقرار نماییم.
- ما از انتقادهای سازنده مشتریان و یا ذی‌نفعان خود استقبال می‌کنیم.
- ما احتمال زیان محصولات یا خدمات خاص، مولفه‌های جایگزین یا دیگر احتمالات قابل پیش‌بینی که می‌توانند بر مشتریان و برداشت آن‌ها در تصمیم‌گیری برای خرید تاثیر بگذارد را به روشنی توضیح می‌دهیم.
- ما به طور کامل فهرست قیمت‌ها و شرایط سرمایه‌گذاری و هم‌چنین امکانات موجود در خصوص توافق یا تعدیل قیمت را آشکارا در اختیار می‌گذاریم.

شهروندی - برآوردن مسئولیت‌های اقتصادی، قانونی، بشردوستانه و اجتماعی که به شیوه‌ای استراتژیک برای ذی‌نفعان سودمند است.

- ما از طریق فعالیتهای داوطلبانه و کمک‌های خیریه، خدمات بیشتری را برای اجتماع خواهیم داد.
- ما در جهت بهبود کلی بازاریابی و اعتبار آن تلاش خواهیم نمود.
- ما اعضای زنجیره عرضه را ترغیب خواهیم کرد تا این اطمینان را به وجود آورند که کسب و کار برای تمام شرکت کنندگان در آن از جمله تولیدکنندگان در کشورهای در حال توسعه عادلانه است.

✓ اجرا

در نهایت متوجه می‌شویم که هر بخش صنعتی و هریک از زیرشاخه‌های بازاریابی (مانند تحقیقات بازاریابی، تجارت الکترونیک، فروش مستقیم، بازاریابی مستقیم و تبلیغات) موضوعات اخلاقی خاص خود را دارا می‌باشند که به سیاست‌ها و تفاسیر خاصی نیاز دارند. مجموعه‌ای از این کدها از طریق پیوندهایی در وب سایت انجمن بازاریابی آمریکا^{۲۵} قابل دسترسی می‌باشند. ما این قبیل گروه‌ها را به توسعه و بهبود صنعت و کدهای اخلاقی خاص در زمینه‌های فعالیتی خود ترغیب می‌کنیم تا بتوانیم این ارزش‌ها و هنجارهای عمومی را به تکامل برسانیم.

ز) حقوق هشت گانه مصرف کننده بر اساس رهنمودهای سازمان ملل^{۲۶}

امروزه دولت‌ها در راستای کنترل و حمایت از روابط اقتصادی جامعه نه تنها به وضع قوانینی و مقررات معین در اعمال مجازات شدید برای بزه‌هایی از قبیل کلاه برداری، تقلب در معاملات تجاری مبادرت می‌کنند، بلکه با وضع قوانین انتظامی از مصرف کنندگان به عنوان طرف‌های ضعیف قرارداد در برابر معاملات غیر عادلانه، تجارت کالاهای معیوب و خطرناک و تحمیل یک جانبه شرایط قرارداد از سوی تولیدکنندگان، فروشندگان و مراکز خدماتی حمایت می‌کنند. نظام‌های حقوقی اغلب کشورهای جهان حق مصرف کننده را مقدم داشته و تلاش دارند تولیدکنندگان، واردکنندگان، توزیع کنندگان و فروشندگان را تشویق و ترغیب بلکه وادار کنند تا حقوق مصرف کنندگان را در کالاهای تولیدی خود مورد توجه قرار دهند بر همین اساس سازمان ملل حقوقی را به عنوان حقوق پایه به عنوان رهنمود به کشورهای عضو پیشنهاد نموده است.

۱. حق برخورداری از سلامتی و ایمنی

مصرف کننده اطمینان حاصل کند که کالایی که در اختیار او قرار می‌گیرد، هیچ گونه آسیبی به تندرستی او وارد نمی‌کند.

۲. حق داشتن اطلاع رسانی صحیح و کامل

کلیه اطلاعات لازم برای انتخاب آگاهانه کالا در دسترس مصرف کننده گذارده شود و مصرف کننده در قبال تبلیغات گمراه کننده یا اطلاعات نادرست مورد حمایت قرار بگیرد.

۳. حق برخورداری از بازار رقابتی و ضد انحصار

مصرف کننده باید از حق انتخاب آزادانه برخوردار باشد و در یک فضای رقابتی قادر شود که از بین انواع کالاها و خدمات، کالا یا خدماتی را که به کیفیت آن اطمینان دارد با قیمتی رقابتی خریداری نماید.

۴. حق لحاظ شدن تامین نیازهای اساسی

در تصمیم گیری‌ها دولت‌ها مکلفند در تصمیمات اجرایی خود منافع مصرف کنندگان را لحاظ کنند و نیازهای اساسی آنان را تامین نمایند.

۵. حق داشتن جبران خسارت

مصرف کننده از حق خسارت برخوردار است و باید خسارت وارد به وی در نتیجه خرید کالاهای نامطلوب یا عرضه نادرست کالاها و خدمات جبران شود و به دعاوی او در این مورد به طرز منصفانه رسیدگی شود.

۶. حق آموزش

آموزش مصرف‌کننده و افزایش تخصص و مهارت وی در انتخاب کالاها و خدمات باید مورد توجه قرار گیرد.

۷. حق داشتن محیط زیست سالم

مصرف‌کننده حق دارد که از محیط کار سالمی برخوردار باشد. به گونه‌ای که از مشکلات زیست‌محیطی که رفاه وی و نسل‌های آتی را تهدید می‌کند در امان باشد.

۸. حق داشتن تشکل

مصرف‌کنندگان اجازه دارند که برای حفظ حقوق یا حمایت از منافع خویش به ایجاد تشکل‌های صنفی اقدام کنند. دولت‌ها باید در چهارچوب منافع با سازمان‌ها، مصرف‌کنندگان، توزیع‌کنندگان و تولیدکنندگان همکاری نزدیک داشته باشند و مقررات با استانداردهای لازم برای نظارت بر فعالیت‌های آنان را تدوین نمایند.

□□□

پرسش‌های فصل چهارم

۱. منشور اخلاقی چیست؟
۲. لزوم بهره‌گیری از کدهای اخلاقی در سازمان را شرح دهید.
۳. معیارهای جهانی منشور اخلاقی (اصول اخلاقی سازمانی) را توضیح دهید.
۴. راهکارهای تدوین برنامه اخلاقی را بنویسید.

من مبعوث شدم تا

مکارم اخلاقی را به اتمام و اکمال برسانم.

(حضرت محمد (ص))

فصل پنجم:

اخلاق حرفه‌ای در مدیریت با رویکرد اسلامی

❖ نظام‌های اخلاقی عمده^{۲۷}

اخلاق حرفه‌ای در تفکر سنتی، کم‌وبیش بر نظام ارسطویی استوار بوده است؛ اما امروزه نظام‌های دیگری نیز کانون توجه است. در حال حاضر، بیشتر از پنج نظام عمده اخلاقی در بیان اخلاق حرفه‌ای استفاده می‌شود. ملاک مقبولیت این پنج نظام در میان ده‌ها نظریه و نظام اخلاقی، توانایی آنها در بیان سیستماتیک فضایل و رذائل اخلاقی، ارائه نظام سازگار، فراگیر و کاراست. این پنج نظام اخلاقی (نظریه‌های عمده) عبارتند از: فایده‌گرایی، وظیفه‌گرایی، عدالت فراگیر، آزادی فردی و زیبا و خیر مطلق. چهار نظریه نخست در واقع اصول راهبردی اخلاق را ملاک نهایی می‌انگارند، اما در نظریه چهارم، خداوند متعال، برترین زیبایی و مشخص‌کننده ملاک نهایی اخلاق است. در این نظام اخلاقی که روشنی‌بخش دیگر نظام‌های اخلاقی است، تقرب به خدا و کسب رضایت او آرمان اخلاق است و دستیابی به عدالت فراگیر اجتماعی، آزادی، حرمت انسان و بیشترین سود برای بیشترین کسان نیز از اهداف زندگی اجتماعی در چهار ساحت فردی، شغلی، سازمان و جامعه است. گفتنی است، همه تحقیقات در چارچوب نظام اخلاقی اسلام، بر اساس نظریه زیبا و خیر مطلق انجام می‌شود.

❖ مبانی نظری اخلاق حرفه‌ای در اسلام^{۲۸}

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. این مسائل از تعین دینی چنین جوامعی سر برمی‌آورند و با تعیین دینی نیز باید پاسخ یابند. 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.

اخلاق حرفه‌ای در نظام اداری جمهوری اسلامی باید هویت اسلامی داشته باشد و مبتنی بر اخلاق اسلامی شکل بگیرد. برای داشتن هویت اسلامی اخلاق حرفه‌ای در کشورمان، به چهار دلیل می‌توان اشاره کرد: الف) از لحاظ فرهنگی به دلیل وابستگی توده مردم کشورمان به نظام عقیدتی اسلام؛ 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. 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 این رو، 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.

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 (اصل الاصول) است. مفهوم امانت‌داری در کسب و کار، قابل تجزیه به سه پرسش است: ۱. چه چیزی در کسب و کار مورد امانت قرار می‌گیرد؟ ۲. مراد از امانت‌داری در قبال آن امور چیست؟ ۳. صاحبان امانت کیستند؟ البته امانت‌داری در حرفه نمی‌تواند

به معنای عدم تصرف باشد؛ زیرا تصرف و به کارگیری مقوم کسب و کار است؛ بلکه تصرف در حرفه دو گونه است: امانت‌دارانه و غیرامانت‌دارانه. در این زمینه تصرف امانت‌دارانه استفاده بهینه و شایسته است. ضامن امانت‌داری در نگرش اسلامی این بینش است که عالم همه محضر خداست. با این نگاه، فرد با بصیرت ایمانی به امانت‌نگری در جهان هستی می‌رسد و همه چیز از جمله خود را امانت خداوند می‌داند. پس در مواجهه با همه چیز و در استفاده از همه امور، راه امانت‌داری را می‌پیماید و چنین حزم و احتیاطی تقوا است. اصول منشور اخلاقی در اسلام، در همه حرفه‌ها مشترک است؛ ولی تفاوت حرفه‌ها در فروع است. بدین ترتیب، اصولی را که از منابع اسلامی به دست می‌آید، می‌توان در تمامی حرفه‌ها جاری ساخت. پس باید اخلاق اداری و سازمانی جزو برنامه‌های آموزش در سازمان قرار گیرد.

❖ نامه امیرالمؤمنین (ع) به مالک اشتر نخعی^{۲۹}

آیین ۱- حکومت و مدیریت انسانی از پایگاه بندگی خدا

به نام خداوند بخشنده مهربان، این فرمان بنده خدا علی امیر مومنان، به مالک اشتر پسر حارث است، در عهدی که با او دارد، هنگامی که او را به فرمانداری مصر برمی‌گزیند.

آیین ۲- تبیین کلیات وظایف حکومتی و مدیریتی

تا خراج آن دیار را جمع آورد، و با دشمنانش نبرد کند، کار مردم را اصلاح، و شهرهای مصر را آباد سازد.

آیین ۳- اصلاح رابطه خود و خدا

ضرورت خودسازی او را به ترس از خدا فرمان می‌دهد، و اینکه اطاعت خدا را بر دیگر کارها مقدم دارد، و آنچه که در کتاب خدا آمده، از واجبات و سنتها را پیروی کند، دستوراتی که جز با پیروی آن رستگار نخواهد شد، و جز با نشناختن و ضایع کردن آن جنایتکار نخواهد گردید. به او فرمانی می‌دهد که خدا را با دل و دست و زبان یاری کند،

آیین ۴- سنت امداد الهی

زیرا خداوند پیروزی کسی را تضمین کند که او را یاری دهد، و بزرگ دارد آن کس را که او بزرگ شمارد.

آیین ۵- خودسازی در مدیریت

و به او فرمان می‌دهد تا نفس خود را از پیروی آرزوها باز دارد، و به هنگام سرکش رامش نماید، که (همانا نفس همواره به بدی وامی‌دارد جز آنکه خدا رحمت آورد).

آیین ۶- جایگاه و اعتبار مردم و اداره شوندگان

پس ای مالک بدن! من تو را به سوی شهرهایی فرستادم که پیش از تو دولتهای عادل یا ستمگری بر آن حکم راندند، و مردم در کارهای تو چنان می‌نگرند که تو در کارهای حاکمان پیش از خود می‌نگری، و درباره تو آن می‌گویند که تو نسبت به زمامداران گذشته می‌گویی،

آیین ۷- نظر مردم ملاکی اساسی

و همانا نیکوکاران را به نام نیکی توان شناخت که خدا از آنان بر زبان بندگانش جاری ساخت.

آیین ۸- بهترین اندوخته حکومتی و مدیریتی

پس نیکوترین اندوخته تو باید اعمال صالح و درست باشد،

آیین ۹- خودمهاری در حکومت و مدیریت

هوای نفس را در اختیار گیر، و از آنچه حلال نیست خویشان داری بکن، زیرا بخل ورزیدن به نفس خویش، آن است که در آنچه دوست دارد، یا برای او ناخوشایند است، راه انصاف پیمایی.

آیین ۱۰- مناسبات و روابط انسانی بر اساس رحمت‌گرایی و مهرورزی

مهربانی با مردم را پوشش دل خویش قرار ده، و با همه دوست و مهربان باش.

آیین ۱۱- مناسبات و روابط انسانی بر اساس پرهیز از درندگی

مبادا هرگز، چونان حیوان شکاری باشی که خوردن آنان را غنیمت دانی،

آیین ۱۲- مناسبات و روابط انسانی بر اساس تلقی انسانی از حکومت و مدیریت

زیرا مردم دو دسته اند، دسته ای برادر دینی تو، و دسته دیگر همانند تو در آفرینش می‌باشند،

آیین ۱۳- مناسبات و روابط انسانی بر اساس سعه صدر و گذشت و بزرگواری

اگر گناهی از آنان سر می‌زند، یا علت‌هایی بر آنان عارض می‌شود، یا خواسته و ناخواسته، اشتباهی مرتکب می‌گردند، آنان را ببخشای و بر آنان آسان گیر، آن گونه که دوست داری خدا تو را ببخشاید و بر تو آسان گیرد.

آیین ۱۴- مناسبات و روابط انسانی بر اساس اصلاح مراتب قدرت

همانا تو از آنان برتر، و امام تو از تو برتر، و خدا بر آن کس که تو را فرمانداری مصر داد والاتر است،

آیین ۱۵- مناسبات و روابط انسانی بر اساس مسئولیت مدیریتی و حکومتی

که انجام امور مردم مصر را به تو واگذارده، و آنان را وسیله آزمودن تو قرار داده است،

آیین ۱۶- پرهیز از مقابله با خداوند در جایگاه حکومت و مدیریت

هرگز با خدا مستیز، که تو را از کیفر او نجاتی نیست، و از بخشش و رحمت او بی نیاز نخواهی بود،

آیین ۱۷- اصالت بخشش

بر بخشش دیگران پشیمان باش، و از کیفر کردن شادی مکن، و از خشمی که توانی از آن رها گردی شتاب نداشته

باش،

آیین ۱۸- نفی خودکامگی

به مردم نگو، به من فرمان دادند و من نیز فرمان می‌دهم، باید اطاعت شود، که این گونه خود بزرگ بینی دل را فاسد،

و دین را پژمرده، و موجب زوال نعمتهاست.

آیین ۱۹- نفی قدرت طلبی

و اگر با مقام و قدرتی که داری، دچار تکبر یا خود بزرگ بینی شدی به بزرگی حکومت پروردگار که برتر از تو

است بنگر، که تو را از آن سرکشی نجات می‌دهد، و تندروی تو را فرو می‌نشانند، و عقل و اندیشه ات را به جایگاه اصلی

باز می‌گرداند.

آیین ۲۰- نفی خدایی کردن

پرهیز از غرور و خودپسندی پرهیز که در بزرگی خود را همانند خداوند پنداری، و در شکوه خداوندی همانند او

دانی، زیرا خداوند هر سرکشی را خوار می‌سازد، و هر خودپسندی را بی ارزش می‌کند،

آیین ۲۱- انصاف ورزی

با خدا و با مردم، و با خویشاوندان نزدیک، و با افرادی از رعیت خود که آنان را دوست داری، انصاف را رعایت کن. که اگر چنین نکنی ستم روا داشتی،

آیین ۲۲- بازدارندگی از ستم

و کسی که به بندگان خدا ستم روا دارد بجای بندگانش دشمن او خواهد بود،

آیین ۲۳- توجه به ماهیت ستم

و آن را که خدا دشمن شود، دلیل او را ستمکاری نعمت خدا را دگرگون نمی‌کند، و کیفر او را نزدیک نمی‌سازد، که خدا دعای ستمدیدگان را می‌شنود، و در کمین ستمکاران است.

آیین ۲۴- توجه به ماهیت ستم

دوست داشتنی‌ترین چیزها در نزد تو، در حق میانه‌ترین، و در عدل فراگیرترین، و در جلب خشنودی مردم گسترده‌ترین باشد،

آیین ۲۵- جهت‌گیری صحیح نسبت به ویژگیان و همگان

که همانا خشم عمومی مردم خشنودی خواص را از بین می‌برد، اما خشم خواص را خشنودی همگان بی‌اثر می‌کند. خواص جامعه همواره بار سنگینی را بر حکومت تحمیل می‌کنند زیرا در روزگار سختی یاریشان کمتر، و در اجرای عدالت از همه ناراضی‌تر، و در خواسته‌هایشان پافشارتر، و در عطا و بخشش‌ها کم‌سپاس‌تر، و به هنگام منع خواسته‌ها دیر عذر پذیرتر، و در برابر مشکلات کم‌استقامت‌تر می‌باشند. در صورتیکه ستونهای استوار دین، و اجتماعات پرشور مسلمین، و نیروهای ذخیره دفاعی، عموم مردم می‌باشند، پس به آنها گرایش داشته و اشتیاق تو با آنان باشد.

آیین ۲۶- بایستگی پوشاندن عیب‌های مردمان

ضرورت رازداری از رعیت، آنان که عیب‌جو ترند از خود دور کن، زیرا مردم عیوبی دارند که والی در پنهان داشتن آن از همه سزاوارتر است، پس مبادا آنچه بر تو پنهان است آشکار گردانی، و آنچه که هویداست بپوشانی، که داوری در آنچه از تو پنهان است با خدای جهان می‌باشد، پس چندان که می‌توانی زشتی‌ها را بپوشان، تا آن را که دوست داری بر رعیت پوشیده ماند خدا بر تو بپوشاند،

آیین ۲۷- انبساط در حکومت و مدیریت: گشودن گره‌ها و عقده‌ها

گره هر کینه ای را در مردم بگشای، و رشته هر نوع دشمنی را قطع کن،

آیین ۲۸- غفلت ورزی مثبت

و از آنچه که در نظر روشن نیست کناره گیر،

آیین ۲۹- پرهیز از سخن چینان

در تصدیق سخن چین شتاب مکن، زیرا سخن چین گرچه در لباس اندر زدهنده ظاهر می‌شود اما خیانتکار است.

آیین ۳۰- مشورت و رایزنی در مدیریت: گزینش رایزن شایسته

جایگاه صحیح مشورت بخیل را در مشورت کردن، دخالت نده، که تو را از نیکوکاری باز می‌دارد، و از تنگدستی می‌ترساند، ترسو را در مشورت کردن دخالت نده، که در انجام کارها روحیه تو را سست می‌کند. حریص را در مشورت کردن دخالت نده، که حرص را با ستمکاری در نظرت زینت می‌دهد. همانا بخل و ترس و حرص، غرائز گوناگونی هستند که ریشه آنها بدگمانی به خدای بزرگ است.

آیین ۳۱- گزینش همکاران شایسته

بدترین وزیران تو، کسی است که پیش از تو وزیر بدکاران بوده، و در گناهان آنان شرکت داشت، پس مبادا چنین افرادی محرم راز تو باشند، زیرا که آنان یاوران گناهکاران، و یاری دهندگان ستمکارانند، تو باید جانشینانی بهتر از آنان داشته باشی که قدرت فکری امثال آنها را داشته اما گناهان و کردار زشت آنها را نداشته باشند. کسانی که ستمکاری را بر ستمی یاری نکرده، و گناهکاری را در گناهی کمک نرسانده باشند، هزینه این گونه از افراد بر تو سبک تر، و یاریشان بهتر، و مهربانی‌شان بیشتر، و دوستی آنان جز با تو کمتر است، آنان را از خواص، و دوستان نزدیک، و رازداران خود قرار

ده،

آیین ۳۲- گزیده ترین مسئولان و همکاران

سپس از میان آنان افرادی را که در حق گویی از همه صریح ترند، و در آنچه را که خدا برای دوستانش نمی‌پسندد تو را مددکار نباشند، انتخاب کن، چه خوشایند تو باشد یا ناخوشایند.

آیین ۳۳- معیارهای گزینش مسئولان

تا می‌توانی با پرهیز کاران و راستگویان بییونند،

آیین ۳۴- نفی ستایش‌گری و ستایش‌پروری در حکومت و مدیریت

و آنان را چنان پرورش ده که تو را فراوان نستایند، و تو را برای اعمال زشتی که انجام نداده‌ای تشویق نکنند، که ستایش بی اندازه خودپسندی می‌آورد، و انسان را به سرکشی وامی‌دارد.

آیین ۳۵- ارزیابی، قدردانی، جزادهی

هرگز نیکوکار و بدکار در نظرت یکسان نباشند. زیرا نیکوکاری در نیکوکاری بی رغبت، و بدکاران در بدکاری تشویق می‌گردند، پس هر کدام از آنان را بر اساس کردارشان پاداش ده.

آیین ۳۶- خوش بینی به شهروندان و اداره شوندگان

بدان ای مالک! هیچ وسیله‌ای برای جلب اعتماد والی به رعیت بهتر از نیکوکاری به مردم، و تخفیف مالیات، و عدم اجبار مردم به کاری که دوست ندارند، نمی‌باشد، پس در این راه آنقدر بکوش تا به وفاداری رعیت، خوشبین شوی، که این خوشبینی بار سنگین رنج آور مشکلات را از تو برمی‌دارد، پس به آنان که بیشتر احساس کردی بیشتر خوشبین باش، و به آنان که بدرفتاری نمودی بدگمان تر باش.

آیین ۳۷- پرهیز از شهوت‌تغییر و پایبندی به روش‌های شایسته

و آداب پسندیده‌ای را که بزرگان این امت به آن عمل کردند، و ملت اسلام با آن پیوند خورده، و رعیت با آن اصلاح شدند، بر هم مزین، و آدابی که به سنتهای خوب گذشته زیان وارد می‌کند، پدید نیآور، که پاداش برای آورنده سنت، و کیفر آن برای تو باشد که آنها را درهم شکستی.

آیین ۳۸- بررسی امور و گفتگوی علمی با دانشمندان و فرزانتان

با دانشمندان، فراوان گفتگو کن، و با حکیمان فراوان بحث کن، که مایه آبادانی و اصلاح شهرها، و برقراری نظم و قانونی است که در گذشته نیز وجود داشت.

آیین ۳۹- پذیرش تنوع و تکثر اجتماعی و لزوم مشارکت همگانی

ای مالک! بدان! مردم از گروههای گوناگونی می‌باشند که اصلاح هر یک جز با دیگری امکان ندارد، و هیچ یک از گروهها از گروه دیگر بی نیاز نیست.

آیین ۴۰- تقسیم بندی گروه‌های اجتماعی

از آن قشرها، لشکریان خدا، و نویسندگان عمومی و خصوصی، قضات دادگستر، کارگزاران عدل و نظم اجتماعی، جزیه دهندگان، پرداخت کنندگان مالیات، تجار و بازرگانان، صاحبان صنعت و پیشه وران، و طبقه پایین جامعه از نیازمندان و مستمندان می‌باشند،

آیین ۴۱- پاسداشت حقوق گروه‌های اجتماعی

که برای هر یک خداوند سهمی مقرر داشته، و مقدار واجب آن را در قرآن یا سنت پیامبر (ص) تعیین کرده، که پیمانی از طرف خداست و نگهداری آن بر ما لازم است.

آیین ۴۲- سپاهیان و برپایی درست آنان

پس سپاهیان به فرمان خدا، پناهگاه استوار رعیت، و زینت و وقار زمامداران، شکوه دین، و راههای تحقق امنیت کشورند، امور مردم جز با سپاهیان استوار نگردد، و پایداری سپاهیان جز به خراج و مالیات رعیت انجام نمی‌شود که با آن برای جهاد با دشمن تقویت گردند، و برای اصلاح امور خویش به آن تکیه کنند، و نیازمندیهای خود را برطرف سازند.

آیین ۴۳- پیوستگی کار سپاهیان و مالیات دهندگان با قاضیان و کارگزاران و نویسندگان

سپس سپاهیان و مردم، جز با گروه سوم نمی‌توانند پایدار باشند، و آن قضات، و کارگزاران دولت، و نویسندگان حکومتند، که قراردادها و معاملات را استوار می‌کنند، و آنچه به سود مسلمانان است فراهم می‌آورند، و در کارهای عمومی و خصوصی مورد اعتمادند.

آیین ۴۴- پیوستگی جامعه به بازرگانان و صنعتگران

و گروههای یادشده بدون بازرگانان، و صاحبان صنایع نمی‌توانند دوام بیاورند، زیرا آنان وسایل زندگی را فراهم می‌آورند، و در بازارها عرضه می‌کنند، و بسیاری از وسایل زندگی را با دست می‌سازند که از توان دیگران خارج است.

آیین ۴۵- طبقه فرودین و رسیدگی به آنان

قشر دیگر، طبقه پایین از نیازمندان و مستمندان که باید به آنها بخشش و یاری کرد.

آیین ۴۶- پاسداشت حقوق گروه‌های اجتماعی

برای تمام اقشار گوناگون یادشده، در پیشگاه خدا گشایشی است، و همه آنان به مقداری که امورشان اصلاح شود بر زمامدار حقی مشخص دارند،

آیین ۴۷- اهتمام بر ادای دین گروه‌های اجتماعی

و زمامدار از انجام آنچه خدا بر واجب کرده است نمی‌تواند موفق باشد جز آنکه تلاش فراوان نماید، و از خدا یاری بطلبد، و خود را برای انجام حق آماده سازد، و در همه کارها، آسان باشد یا دشوار، شکیبایی ورزد.

آیین ۴۸- گزینش فرماندهان و مدیران ارشد

برای فرماندهی سپاه کسی را برگزین که خیرخواهی او برای خدا و پیامبر (ص) و امام تو بیشتر، و دامن او پاکتر، شکیبایی او برتر باشد، از کسانی که دیر به خشم آید، و عذر پذیرتر باشد، و بر ناتوان رحمت آورد، و با قدرتمندان، با قدرت برخورد نماید، درشتی او را به تجاوز نکشاند، و ناتوانی او را از حرکت باز ندارد.

آیین ۴۹- مناسب‌ترین فرماندهان و مدیران ارشد

سپس در نظامیان با خانواده‌های ریشه دار، دارای شخصیت حساب شده، خاندانی پارسا، دارای سوابقی نیکو و درخشان، که دلاور و سلحشور و بخشنده و بلندنظرند، روابط نزدیک برقرار کن، آنان همه بزرگواری را در خود جمع کرده، و نیکی‌ها را در خود گرد آورده اند،

آیین ۵۰- رسیدگی به امور کارگزاران و مدیران

پس در کارهای آنان بگونه ای بیندیش که پدری مهربان درباره فرزندش می‌اندیشد، و مبدا آنچه را که آنان را نیرومند می‌کند در دیده ات بزرگ جلوه کند، و نیکوکاری تو نسبت به آنان هرچند اندک باشد را خوار مپندار، زیرا نیکی آنان را به خیرخواهی تو خواند، و گمانشان رانست به تو نیکو گرداند، و رسیدگی به امور کوچک آنان را به اعتماد رسیدگی به کارهای بزرگشان وامگذار، زیرا نیکی اندک تو را جایگاهی است که از آن سود می‌برند و نیکی‌های بزرگ تو را جایی است که از آن بی‌نیاز نیستند.

آیین ۵۱- گزیده‌ترین فرماندهان و مدیران ارشد

برگزیده ترین فرماندهان سپاه تو، کسی باشد که: از همه بیشتر به سربازان کمک رساند، و از امکانات مالی خود بیشتر در اختیارشان گذارد، به اندازه ای که خانواده‌هایشان در پشت جبهه، و خودشان در آسایش کامل باشند، تا در نبرد با دشمن، سربازان اسلام تنها به یک چیز بیندیشند. همانا مهربانی تو نسبت به سربازان، دل‌هایشان را به تو می‌کشاند، و

آیین ۵۲- دادگری و رابطه قلبی برترین تکیه گاه حکومت و مدیریت

همانا، روشنی چشم زمامداران، برقراری عدل در شهرها و آشکار شدن محبت مردم نسبت به والی است، که محبت دل‌های رعیت جز با پاکی قلبها پدید نمی‌آید،

آیین ۵۳- جلب نیک خواهی شهروندان

و خیرخواهی آنان زمانی است که با رغبت و شوق پیرامون والی را گرفته، و حکومت بار سنگینی را بر دوش رعیت نگذاشته باشد، و طولانی شدن مدت زمامداری بر ملت ناگوار نباشد.

آیین ۵۴- میدان دادن به فرماندهان و مدیران، و نیک ستودن و تشویق آنان

پس آرزوهای سپاهیان را برآور، و همواره از آنان ستایش کن، و کارهای مهمی که انجام داده اند بر شمار، زیرا یادآوری کارهای ارزشمند آنان، شجاعان را برمی‌انگیزاند، و ترسوها را به تلاش وامی‌دارد، ان‌شاءالله.

آیین ۵۵- توجه به زحمات و خدمات و قدردانی از فرماندهان و مدیران

و در یک ارزشیابی دقیق، رنج و زحمات هر یک از آنان را شناسایی کن، و هرگز تلاش و رنج کسی را به حساب دیگری مگذار، و ارزش خدمت او را ناچیز مشمار، تا شرافت و بزرگی کسی موجب نگردد که کار کوچکش را بزرگ بشماری، یا گمنامی کسی باعث شود که کار بزرگ او را ناچیز بدانی مشکلاتی که در احکام نظامیان برای تو پدید می‌آید،

آیین ۵۶- ملاک رفع مشکلات و شبهات: بازگردانیدن مه محکم کتاب و سنت جامع

و اموری که برای تو شبهه ناکند، به خدا، و رسول خدا (ص) بازگردان، زیرا خدا برای مردمی که علاقه داشت هدایتشان کند فرمود. (ای کسانی که ایمان آوردید، از خدا و رسول و امامانی که از شما هستند اطاعت کنید، و اگر در چیزی نزاع دارید، آن را به خدا و رسولش باز گردانید.) پس بازگرداندن چیزی به خدا یعنی عمل کردن به قرآن، و بازگرداندن به پیامبر (ص) یعنی عمل کردن به سنت او که وحدت بخش است، نه عامل پراکندگی.

آیین ۵۷- دستگاه قضایی: گزینش قاضیان

سپس از میان مردم!

برترین فرد نزد خود را برای قضاوت انتخاب کن، کسانی که مراجعه فراوان، آنها را به ستوه نیاورد، و برخورد مخالفان با یکدیگر او را خشمناک نسازد، در اشتباهاتش پافشاری نکند، و بازگشت به حق پس از آگاهی برای او دشوار نباشد، طمع را از دل ریشه کن کند، و در شناخت مطالب با تحقیقی اندک رضایت ندهد، و در شبهات از همه بااحتیاط تر عمل کند، و در یافتن دلیل اصرار او از همه بیشتر باشد، و در مراجعه پیاپی شاکیان خسته نشود، در کشف امور از همه شکیاتر، و پس از آشکار شدن حقیقت در فصل خصومت از همه برنده تر باشد، کسی که ستایش فراوان او را فریب ندهد، و چربزبانی او را منحرف نسازد و چنین کسانی بسیار اندکند!!

آیین ۵۸- رسیدگی به کار قاضیان و و تامین کامل آنان

پس از انتخاب قاضی، هر چه بیشتر در قضاوتهای او بیندیش، و آنقدر به او ببخش که نیازهای او برطرف گردد، و به مردم نیازمند نباشد، و از نظر مقام و منزلت آنقدر او را گرمی‌دار که نزدیکان تو به نفوذ در او طمع نکنند، تا از توطئه آنان در نزد تو درامان باشد.

آیین ۵۹- مصیبت استفاده ابزاری از دین

در دستوراتی که دادم نیک بنگر که همانا این دین در دست بدکاران گرفتار آمده بود، که با نام دین به هواپرستی پرداخته، و دنیای خود را به دست می‌آوردند.

آیین ۶۰- آزمون‌های لازم در به کار گماردن کارگزاران

سپس در امور کارمندان بیندیش، و پس از آزمایش به کارشان بگمار، و با میل شخصی، و بدون مشورت با دیگران آنان را به کارهای مختلف وادار نکن، زیرا نوعی ستمگری و خیانت است.

آیین ۶۱- معیارهای گزینش کارگزاران

کارگزاران دولتی را از میان مردمی باتجربه و باحیا، از خاندانهای پاکیزه و باتقوی، که در مسلمانی سابقه درخشانی دارند انتخاب کن، زیرا اخلاق آنان گرمی‌تر، و آبرویشان محفوظتر، و طمع ورزیشان کمتر، و آینده‌نگری آنان بیشتر است.

آیین ۶۲- تامین کامل معیشت کارگران و کارمندان

سپس روزی فراوان بر آنان ارزانی دار، که با گرفتن حقوق کافی در اصلاح خود بیشتر می کوشند، و با بی نیازی، دست به اموال بیت المال نمی زنند، و اتمام حجتی است بر آنان اگر فرامان را نپذیرند یا در امانت تو خیانت کنند.

آیین ۶۳- نظارت، بازرسی و پیگیری

سپس رفتار کارگران را بررسی کن، و جاسوسانی راستگو، و وفایه بر آنان بگمار، که مراقبت و بازرسی پنهانی تو از کار آنان، سبب امانتداری، و مهربانی با رعیت خواهد بود.

آیین ۶۴- مراقبت و جزادهی

و از همکاران نزدیکت سخت مراقبت کن، و اگر یکی از آنان دست به خیانت زد، و گزارش جاسوسان تو هم آن خیانت را تایید کرد، به همین مقدار گواهی قناعت کرده او را با تازیانه کیفر کن، و آنچه از اموال که در اختیار دارد از او باز پس گیر، سپس او را خوار دار، و خیانتکار بشمار، و طوق بدنامی به گردنش بیافکن.

آیین ۶۵- برنامه ریزی مالیاتی

مالیات و بیت المال را بگونه ای واریسی کن که صلاح مالیات دهندگان باشد، زیرا بهبودی مالیات و مالیات دهندگان، عامل اصلاح امور دیگر اقشار جامعه می باشد، و تا امور مالیات دهندگان اصلاح نشود کار دیگران نیز سامان نخواهد گرفت. زیرا همه مردم نان خور مالیات و مالیات دهندگانند،

آیین ۶۶- جهت گیری نظام مالیاتی

باید تلاش تو در آبادانی زمین بیشتر از جمع آوری خراج باشد که خراج جز با آبادانی فراهم نمی گردد، و آن کس که بخواهد خراج را بدون آبادانی مزارع به دست آورد، شهرها را خراب، و بندگان خدا را نابود، و حکومتش جز اندک مدتی دوام نیاورد.

آیین ۶۷- بخشودگی های مالیاتی

پس اگر مردم شکایت کردند، از سنگینی مالیات، یا آفت زدگی، یا خشک شدن آب چشمه ها، یا کمی باران، یا خراب شدن زمین در سیلابها، یا خشکسالی، در گرفتن مالیات به میزانی تخفیف ده تا امورشان سامان گیرد، و هرگز

تخفیف دادن در خراج تو را نگران نسازد. زیرا آن، اندوخته‌ای است که در آبادانی شهرهای تو، و آراستن ولایتهای تو نقش دارد، و رعیت تو را می‌ستایند، و تو از گسترش عدالت میان مردم خشنود خواهی شد، و به افزایش قوت آنان تکیه خواهی کرد، بدانچه در نزدشان اندوختی و به آنان بخشیدی، و با گسترش عدالت در بین مردم، و مهربانی با رعیت، به آنان اطمینان خواهی داشت. آنگاه اگر در آینده کاری پیش آید و به عهده‌شان بگذاری، با شادمانی خواهند پذیرفت، زیرا عمران و آبادی قدرت تحمل مردم را زیاد می‌کند.

آیین ۶۸- تحلیل ویرانی سرزمین‌ها

همانا ویرانی زمین به جهت تنگدستی کشاورزان است که به آینده حکومتشان اعتماد ندارند، و از تاریخ گذشتگان عبرت نمی‌گیرند.

آیین ۶۹- گزینش دبیران

سپس در امور نویسندگان و منشیان به درستی بیندیش، و کارهایت را به بهترین آنان واگذار، و نامه‌های محرمانه، که در بردارنده سیاستها و اسرار تو است، از میان نویسندگان به کسی اختصاص ده که صالح تر از دیگران باشد، کسی که گرامی داشتن او را به سرکشی و تجاوز نکشاند تا در حضور دیگران با تو مخالفت کند، و در رساندن نامه کارگزارانت به تو، یا رساندن پاسخهای تو به آنان کوتاهی نکند، و در آنچه برای تو می‌ستاند یا از طرف تو به آنان تحویل می‌دهد. فراموشکار نباشد. و در تنظیم هیچ قراردادی سستی نوزد، و در برهم زدن قراردادی که به زیان توست کوتاهی نکند، و منزلت و قدر خویش را بشناسد، همانا آنکه از شناخت قدر خویش عاجز باشد، در شناخت قدر دیگران جاهل تر است

آیین ۷۰- نفی گزینش بی معیار و بر معیارهای غلط

مبادا در گزینش نویسندگان و منشیان، بر تیزهوشی و اطمینان شخصی و خوش باوری خود تکیه نمایی، زیرا افراد زیرک با ظاهرسازی و خوش خدمتی، نظر زمامداران را به خود جلب می‌نمایند، که در پس این ظاهرسازی‌ها، نه خیرخواهی وجود دارد، و نه از امانتداری نشانی یافت می‌شود.

آیین ۷۱- گزینش معیارگرا

لکن آنها را با خدماتی که برای زمامداران شایسته و پیشین انجام داده اند بیازمای، به کاتبان و نویسندگانی اعتماد داشته باش که در میان مردم آثاری نیکو گذاشته، و به امانتداری از همه مشهورترند، که چنین انتخاب درستی نشان دهنده خیرخواهی تو برای خدا، و مردمی است که حاکم آنانی.

آیین ۷۲- شایسته سالاری در حکومت و مدیریت

برای هر یک از کارهای سرپرستی برگزین که بزرگی کار بر او چیرگی نیابد، و فراوانی کار او را درمانده نسازد،

آیین ۷۳- پیوند همگان در دولت و سازمان

و بدان که هرگاه در کار نویسندگان و منشیان تو کمبودی وجود داشته باشد که تو بی خبر باشی خطرات آن دامنگیر تو خواهد بود.

آیین ۷۴- برنامه ریزی برای بازرگانی و صنعت

سپس سفارش مرا به بازرگانان و صاحبان صنایع بپذیر، و آنها را به نیکوکاری سفارش کن، بازرگانانی که در شهر ساکنند، یا آنان که همواره در سیر و کوچ کردن می‌باشند، و بازرگانانی که با نیروی جسمانی کار می‌کنند، چرا که آنان منابع اصلی منفعت، و پدیدآوردگان وسایل زندگی و آسایش، و آورندگان وسایل زندگی از نقاط دوردست و دشوار می‌باشند، از بیابانها و دریاها، و دشتها و کوهستانها، جاهای سختی که مردم در آن اجتماع نمی‌کنند، یا برای رفتن به آنجاها شجاعت ندارند.

بازرگانان مردمی آرامند، و از ستیزه جویی آنان ترسی وجود نخواهد داشت، مردمی آشتی طلبند که فتنه انگیزی ندارند، در کار آنها بیندیش چه در شهری باشند که تو به سر می‌بری، یا در شهرهای دیگر،

آیین ۷۵- نظارت بر بازار و جلوگیری از تعدی اقتصادی

با توجه به آنچه که تذکر دادم این را هم بدان که در میان بازرگانان، هستند کسانی که تنگنظر و بدمعامله و بخیل و احتکارکننده اند، که تنها با زورگویی به سود خود می‌اندیشند. و کالا را به هر قیمتی که می‌خواهند می‌فروشند، که این سودجویی و گران فروشی برای همه افراد جامعه زیانبار، و عیب بزرگی بر زمامدار است. پس از احتکار کالا جلوگیری کن، که رسول خدا (ص) از آن جلوگیری می‌کرد،

آیین ۷۶- تنظیم بازار

باید خرید و فروش در جامعه اسلامی، به سادگی و با موازین عدالت انجام گیرد، با نرخهایی که بر فروشنده و خریدار زیانی نرساند،

آیین ۷۷- جلوگیری از احتکار و تعدی اقتصادی

کسی که پس از منع تو احتکار کند، او را کیفر ده تا عبرت دیگران شود اما در کیفر او اسراف نکن.

آیین ۷۸- اهتمام برای طبقه فرودین

سپس خدا را! خدا را! در خصوص طبقات پایین و محروم جامعه که هیچ چاره‌ای ندارند، از زمین گیران، نیازمندان، گرفتاران، دردمندان، همانا در این طبقه محروم گروهی خویشتن داری نموده، و گروهی به گدایی دست نیاز برمی‌دارند، پس برای خدا پاسدار حقی باش که خداوند برای این طبقه معین فرموده است، بخشی از بیت المال، و بخشی از غله‌های زمینهای غنیمی اسلام را در هر شهری به طبقات پایین اختصاص ده، زیرا برای دورترین مسلمانان همانند نزدیکترینشان سهمی مساوی وجود دارد و تو مسوول رعایت آن می‌باشی، مبدا سرمستی حکومت تو را از رسیدگی به آنان بازدارد، که هرگز انجام کارهای فراوان و مهم عذری برای ترک مسوولیت‌های کوچک تر نخواهد بود،

آیین ۷۹- ساماندهی وضع طبقه فرودین

همواره در فکر مشکلات آنان باش، و از آنان روی برمگردان، به ویژه امور کسانی را از آنان بیشتر رسیدگی کن که از کوچکی به چشم نمی‌آیند و دیگران آنان را کوچک می‌شمارند و کمتر به تو دسترسی دارند، برای این گروه از افراد مورد اطمینان خود که خداترس و فروتنند انتخاب کن، تا پیرامونشان تحقیق و مسائل آنان را به تو گزارش کنند. سپس در رفع مشکلاتشان بگونه‌ای عمل کن که در پیشگاه خدا عذری داشته باشی، زیرا این گروه، در میان رعیت بیشتر از دیگران به عدالت نیازمندند،

آیین ۸۰- برنامه جامع و کفایت همگان

و حق آنان را بگونه‌ای پرداز که در نزد خدا معذور باشی،

آیین ۸۱- رسیدگی به یتیمان و کهن سالان

از یتیمان خردسال، و پیران سالخورده که راه چاره ای ندارند. و دست نیاز بر نمی دارند، پیوسته دلجویی کن که مسوولیتی سنگین بر دوش زمامداران است.

آیین ۸۲- حق گزاری و گران سنگینی آن

اگرچه حق، تمامش سنگین است اما خدا آن را بر مردمی آسان می کند که آخرت می طلبند، نفس را به شکیبایی وامی دارند، و به وعده های پروردگار اطمینان دارند.

آیین ۸۳- گشودن فضای انتقاد و اعتراض

پس بخشی از وقت خود را به کسانی اختصاص ده که به تو نیاز دارند، تا شخصا به امور آنان رسیدگی نمایی، و در مجلس عمومی با آنان بنشین و در برابر خدایی که تو را آفریده فروتن باش، و سربازان و یاران و نگهبانان خود را از سر راهشان دور کن تا سخنگوی آنان بدون اضطراب در سخن گفتن با تو گفتگو کند، من از رسول خدا (ص) بارها شنیدم که می فرمود: (ملتی که حق ناتوانان را از زورمندان، بی اضطراب و بهانه ای بازنستاند، رستگار نخواهد شد). پس درستی و سخنان ناهموار آنان را بر خود هموار کن، و تنگخویی و خود بزرگ بینی را از خود دور ساز تا خدا درهای رحمت خود را به روی تو بگشاید، و تو را پاداش اطاعت ببخشد.

آیین ۸۴- خدمتگزاری در حکومت و مدیریت

آنچه به مردم می بخشی بر تو گوارا باشد، و اگر چیزی را از کسی باز می داری با مهربانی و پوزش خواهی همراه باشد.

آیین ۸۵- دخالت مستقیم در برخی امور

اخلاق اختصاصی رهبری بخشی از کارها بگونه ای است که خود باید انجام دهی، مانند پاسخ دادن به کارگزاران دولتی، در آنجا که منشیان تو از پاسخ دادن به آنها درمانده اند و دیگر، بر آوردن نیاز مردم در همان روزی که به تو عرضه می دارند، و یارانت در رفع نیاز آنان ناتوانند،

آیین ۸۶- مدیریت زمان

کار هر روز را در همان روز انجام ده، زیرا هر روزی، کاری مخصوص به خود دارد.

آیین ۸۷- خودسازی و خداگرایی

نیکوترین وقتها و بهترین ساعات شب و روزت را برای خود و خدای خود انتخاب کن، اگرچه همه وقت برای خداست، آنگاه که نیت درست و رعیت در آسایش قرار داشته باشد. از کارهایی که به خدا اختصاص دارد و باید بااخلاص انجام دهی، انجام واجباتی است که ویژه پروردگار است، پس در بخشی از شب و روز، تن را به پرستش خدا اختصاص ده، و آنچه تو را به خدا نزدیک می‌کند بی‌عیب و نقصانی انجام ده، اگر چه دچار خستگی جسم شوی.

آیین ۸۹- پاسداشت اعتدال در عبادت

هنگامی که نماز به جماعت می‌خوانی، نه با طولانی کردن نماز مردم را پیراکنی و نه آنکه آن را تباه سازی، زیرا در میان مردم، بیمار یا صاحب حاجتی وجود دارد، آنگاه که پیامبر (ص) مرا به یمن می‌فرستاد از او پرسیدم، با مردم چگونه نماز بخوانم؟ فرمود: (در حد توان ناتوانان نماز بگذار و بر مومنان مهربان باش).

آیین ۹۰- نفی احتجاب

هیچگاه خود را فراوان از مردم پنهان مدار، که پنهان بودن والیان، نمونه‌ای از تنگخویی و کم‌اطلاعی در امور جامعه می‌باشد. پنهان شدن از رعیت، زمامداران را از دانستن آنچه بر آنان پوشیده است باز می‌دارد، پس کار بزرگ، اندک، و کار اندک بزرگ جلوه می‌کند، زیبا زشت، و زشت زیبا می‌نماید، و باطل به لباس حق درآید،

آیین ۹۱- بشری بودن حکومت و مدیریت

همانا زمامدار، آنچه را که مردم از او پوشیده دارند نمی‌داند، و حق را نیز نشانه‌ای نباشد تا با آن راست از دروغ شناخته شود،

آیین ۹۲- بی‌معنایی احتجاب

و تو به هر حال یکی از آن دو نفر می‌باشی: یا خود را برای جانبازی در راه حق آماده کردی پس نسبت به حق واجبی که باید پردازی یا کار نیکی که باید انجام دهی ترسی نداری، پس چرا خود را پنهان می‌داری؟ و یا مردی بخیل و تنگ نظری، پس مردم چون تو را بنگرند مایوس شده از درخواست کردن بازمانند. با اینکه بسیاری از نیازمندیهای مردم رنجی برای تو نخواهد داشت، که شکایت از ستم دارند یا خواستار عدالتند، یا در خرید و فروش خواهان انصافند.

آیین ۹۳- نفی سو استفاده و یزگان و نزدیکان

همانا زمامداران را خواص و نزدیکانی است که خودخواه و چپاولگرند، و در معاملات انصاف ندارند، ریشه ستمکاریشان را با بریدن اسباب آن بخشکان، و به هیچکدام از اطرافیان و خویشاوندانت زمین را واگذار مکن، و بگونه ای با آنان رفتار کن که قراردادی به سودشان منعقد نگردد که به مردم زیان رساند، مانند آبیاری مزارع، یا زراعت مشترک، که هزینه‌های آن را بر دیگران تحمیل کنند، در آن صورت سودش برای آنان، و عیب و ننگش در دنیا و آخرت برای تو است.

آیین ۹۴- پایبند ساختن نزدیک و دور به حق

حق را مال هر کس که باشد، نزدیک یا دور پرداز، و در این کار شکیا باش، و این شکیبایی را به حساب خدا بگذار، گرچه اجرای حق مشکلاتی برای نزدیکانت فراهم آورد، تحمل سنگینی آن را به یاد قیامت بر خود هموار ساز.

آیین ۹۵- شفاف سازی در مسائل حکومتی و مدیریتی

و هرگاه رعیت بر تو بدگمان گردد، افشاگری نموده عذر خویش را آشکارا در میان بگذار، و با اینکار از بدگمانی نجاتشان ده، که این کار ریاضتی برای خودسازی تو، و مهربانی کردن نسبت به رعیت است، و این پوزش خواهی تو آنان را به حق وامی دارد.

آیین ۹۶- صلح گرایی

هرگز پیشنهاد صلح از طرف دشمن را که خشنودی خدا در آن است رد مکن، که آسایش رزمندگان، و آرامش فکری تو، و امنیت کشور در صلح تامین می‌گردد. لکن زنهار! زنهار! از دشمن خود پس از آشتی کردن، زیرا گاهی دشمن نزدیک می‌شود تا غافلگیر کند، پس دوراندیش باش، و خوشبینی خود را متهم کن.

آیین ۹۷- پایبندی به عهد و پیمان

حال اگر پیمانی بین تو و دشمن منعقد گردید، یا در پناه خود او را امان دادی، به عهد خویش وفادار باش، و آنچه برعهده گرفتی امانت دار باش، و جان خود را سپر پیمان خود گردان، زیرا هیچ یک از واجبات الهی همانند وفای به عهد نیست که همه مردم جهان با تمام اختلافاتی که در افکار و تمایلات دارند، در آن اتفاق نظر داشته باشند. تا آنجا که مشرکین زمان جاهلیت به عهد و پیمانی که با مسلمانان داشتند وفادار بودند، زیرا که آینده ناگوار پیمان شکنی را آزمودند، پس هرگز پیمان شکن مباش، و در عهد خود خیانت مکن، و دشمن را فریب مده، زیرا کسی جز نادان بدکار، بر خدا گستاخی روا نمی‌دارد،

آیین ۹۸- خط قرمز عهد و پیمان

خداوند عهد و پیمانی که با نام او شکل می‌گیرد با رحمت خود مایه آسایش بندگان، و پناهگاه امنی برای پناه آورندگان قرار داده است، تا همگان به حریم امن آن روی بیاورند. پس فساد، خیانت، فریب، در عهد و پیمان راه ندارد،

آیین ۹۹- تنظیم عهد و پیمان

مبادا قراردادی را امضا کنی که در آن برای دغلكاری و فریب راههایی وجود دارد، و پس از محکم کاری و دقت در قرارداد نامه، دست از بهانه جویی بردار، مبادا مشکلات پیمانی که بر عهده ات قرار گرفته، و خدا آن را بر گردنت نهاده، تو را به پیمان شکنی وادارد، زیرا شکیبایی تو در مشکلات پیمانها که امید پیروزی در آینده را به همراه دارد، بهتر از پیمان شکنی است که از کیفر آن می‌ترسی، و در دنیا و آخرت نمی‌توانی پاسخ گوی پیمان شکنی باشی.

آیین ۱۰۰- خط قرمز خون ریختن در حکومت

از خون ناحق از خونریزی پرهیز، و از خون ناحق پروا کن، که هیچ چیز همانند خون ناحق کیفر الهی را نزدیک، مجازات را بزرگ، و نابودی نعمتها را سرعت، و زوال حکومت را نزدیک نمی‌گرداند، و روز قیامت خدای سبحان قبل از رسیدگی اعمال بندگان، نسبت به خونهای ناحق ریخته شده داوری خواهد کرد،

آیین ۱۰۱- نفی تحکیم حکومت و قدرت با جنایت

پس با ریختن خونی حرام، حکومت خود را تقویت مکن. زیرا خون ناحق حکومت را سست، و پست، و بنیاد آن را برکنده به دیگری منتقل سازد،

آیین ۱۰۲- عذرناپذیری در ریختن خون

و تو، نه در نزد من، و نه در پیشگاه خداوند، عذری در خون ناحق نخواهی داشت چرا که کیفر آن قصاص است و از آن گریزی نیست، اگر به خطا خون کسی ریختی، یا تازیانه یا شمشیر، یا دست دچار تندروی شد، که گاه مستی سبب کشتن کسی می‌گردد، چه رسد به بیش از آن، مبادا غرور قدرت تو را از پرداخت خونبها به بازماندگان مقتول باز دارد!

آیین ۱۰۳- نفی خودشیفتگی

هرگز! دچار خودپسندی گردی! و به خوبیهای خود اطمینان کنی، و ستایش را دوست داشته باشی، که اینها همه از بهترین فرصتهای شیطان برای هجوم آوردن به توست، و کردار نیک، نیکوکاران را نابود سازد.

آیین ۱۰۴- نفی منت گذاری، بزرگ نمایی و خلف وعده در حکومت و مدیریت

مبادا هرگز! با خدمتهایی که انجام دادی بر مردم منت گذاری، یا آن چه را انجام داده ای بزرگ بشماری، یا مردم را وعده ای داده، سپس خلف وعده نمایی، منت نهادن، پاداش نیکوکاری را از بین می برد، و کاری را بزرگ شمردن، نور حق را خاموش گرداند، و خلاف وعده عمل کردن، خشم خدا و مردم را برمی انگیزاند که خدای بزرگ فرمود: (دشمنی بزرگ نزد خدا آنکه بگویند و عمل نکنند).

آیین ۱۰۵- نفی شتاب کردن و سستی ورزیدن در کارها

مبادا هرگز! در کاری که وقت آن فرا نرسیده شتاب کنی، یا کاری که وقت آن رسیده سستی ورزی، و یا در چیزی که روشن نیست ستیزه جویی نمایی و یا در کارهای روشن کوتاهی کنی، ت

آیین ۱۰۶- جایگاه دانی و موقعیت شناسی در حکومت و مدیریت

تلاش کن تا هر کاری را در جای خود، و در زمان مخصوص به خود، انجام دهی.

آیین ۱۰۷- نفی خودگزینی و امتیازجویی و غفلت ورزی در حکومت و مدیریت

مبادا هرگز! در آنچه که با مردم مساوی هستی امتیازی خواهی، و از اموری که بر همه روشن است، غفلت نداشته باش، زیرا به هر حال نسبت به آن در برابر مردم مسئولی، و به زودی پرده از کارها یک سو رود، و انتقام ستمدیده از تو باز می گیرند،

آیین ۱۰۸- مهار تندی و تیزی و خشونت ورزی در حکومت و مدیریت

باد غرورت، جوشش خشم، تجاوز دست، تندی زبانت، را در اختیار خود گیر، و با پرهیز از شتابزدگی، و فروخوردن خشم، خود را آرامش ده تا خشم فرونشیند و اختیار نفس در دست تو باشد. و تو بر نفس مسلط نخواهی شد مگر با یاد فراوان قیامت، و بازگشت به سوی خدا.

آیین ۱۰۹- بایستگی توجه به تکیه گاههای حق و عدالت و تعهد به عهدنامه

آنچه بر تو لازم است آن که، حکومت‌های دادگستر پیشین، سنت‌های باارزش گذشتگان، روش‌های پسندیده رفتگان، و آثار پیامبر (ص) و واجباتی که در کتاب خداست، را همواره به یاد آوری، و به آنچه ما عمل کرده ایم پیروی کنی، و برای پیروی از فرامین این عهدنامه ای که برای تو نوشته ام، و با آن حجت را بر تو تمام کرده ام، تلاش کن، زیرا اگر نفس سرکشی کرد و بر تو چیره شد عذری نزد من نداشته باشی.

آیین ۱۱۰- حکومت و مدیریت موفق

از خداوند بزرگ با رحمت گسترده، و قدرت برترش در انجام تمام خواسته‌ها، درخواست می‌کنیم که به آنچه موجب خشنودی اوست ما و تو را موفق فرماید، که نزد او و خلق او، دارای عذری روشن باشیم، برخوردار از ستایش بندگان، یادگار نیک در شهرها، رسیدن به همه نعمتها، و کرامتها بوده، و اینکه پایان عمر من و تو را به شهادت و رستگاری ختم فرماید، که همانا به سوی او باز می‌گردیم، با درود به پیامبر اسلام (ص) و اهل بیت پاکیزه و پاک او، درودی فراوان و پیوسته. با درود.



منابع

- ^۱ مطهری، مرتضی، آشنایی با علوم اسلامی ۴، انتشارات صدرا، ص ۲۱
- ^۲ امیری، علی نقی و همکاران، اخلاق حرفه ای، ضرورتی برای سازمان، مجله معرفت اخلاقی، پاییز ۸۹، شماره ۴، ص ۱۳۸
- ^۳ باقری، حسین و همکاران، اخلاق حرفه ای در مدیریت، فصلنامه پژوهشی پژوهش نامه اخلاق، سال ۳، بهار و تابستان ۸۹، شماره‌های ۷ و ۸، صص ۱۰-۱۱
- ^۴ گیلیر، اندرو، اخلاق کسب و کار، ترجمه عادل آذر و وحید خاکباززاده، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)، ۱۳۹۲، صص ۲۰ و ۲۱
- ^۵ همان، صص ۲۹ و ۳۰
- ^۶ همان، ص ۳۰
- ^۷ همان، صص ۳۴ و ۳۵
- ^۸ ماکسول، جان، اخلاق حرفه ای در تجارت، ترجمه سعید گل محمدی، انتشارات نسل نو اندیش، ۱۳۹۴، صص ۱۷-۱۹
- ^۹ مطهری، مرتضی، آشنایی با علوم اسلامی ۴، انتشارات صدرا، ص ۲۷
- ^{۱۰} همان، صص ۲۷-۳۱
- ^{۱۱} همان، صص ۳۲-۳۵
- ^{۱۲} امیری، علی نقی و همکاران، اخلاق حرفه ای، ضرورتی برای سازمان، مجله معرفت اخلاقی، پاییز ۸۹، شماره ۴، صص ۱۳۸-۱۴۲
- ^{۱۳} قراملکی، احد، اخلاق سازمانی، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، ۱۳۹۴، صص ۶۴-۷۰
- ^{۱۴} قراملکی، احد، درآمدی بر اخلاق حرفه ای، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، ۱۳۹۳، صص ۱۰۴-۱۰۵
- ^{۱۵} باقری، حسین و همکاران، اخلاق حرفه ای در مدیریت، فصلنامه پژوهشی پژوهش نامه اخلاق، سال ۳، بهار و تابستان ۸۹، شماره‌های ۷ و ۸، صص ۱۴-۱۵
- ^{۱۶} امیری، علی نقی و همکاران، اخلاق حرفه ای، ضرورتی برای سازمان، مجله معرفت اخلاقی، پاییز ۸۹، شماره ۴، ص ۱۴۷
- ^{۱۷} گیلیر، اندرو، اخلاق کسب و کار، ترجمه عادل آذر و وحید خاکباززاده، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)، ۱۳۹۲، صص ۹۰ و ۹۱
- ^{۱۸} توکلی، محمدجواد، درآمدی بر فلسفه اخلاق تجارت با رویکردی اسلامی، مجله معرفت اقتصادی، سال اول، شماره اول، بهار ۱۳۸۹، ص ۷
- ۳۱ -
- ^{۱۹} خنیفر، حسین، مقیمی، سیدمحمد، درآمدی بر فلسفه اخلاق در سازمان (مطالعه موردی منشورهای اخلاقی)، فصلنامه علمی پژوهشی دانشگاه قم، سال یازدهم، شماره اول، صص ۲۳۵
- ^{۲۰} الوانی، سیدمهدی، رحمتی، محمدحسین، فرآیند تدوین منشور اخلاقی برای سازمان، مجله فرهنگ مدیریت، سال ۵، شماره ۱۵، بهار و تابستان ۸۶
- ^{۲۱} همان، صص ۲۳۵ تا ۲۶۰
- ^{۲۲} www.saipayadak.org/۴۷۲
- ^{۲۳} www.apadanatp.com

^{۲۴} . گیلیر، اندرو، اخلاق کسب و کار، ترجمه عادل آذر و وحید خاکباززاده، انتشارات دانشگاه امام صادق(ع)، ۱۳۹۲، صص ۳۱۱-۳۱۴

^{۲۵} www.aicpa.org

^{۲۶} پورتال انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف کنندگان

^{۲۷} امیری، علی نقی و همکاران، اخلاق حرفه‌ای، ضرورتی برای سازمان، مجله معرفت اخلاقی، پاییز ۸۹، شماره ۴، ص ۱۴۲

^{۲۸} همان، ص ۱۴۲-۱۴۴

^{۲۹} متن ذیل از نهج البلاغه ترجمه دشتی و عناوین آیین‌ها برگرفته از کتاب دلالت دولت، آیین نامه حکومت و مدیریت در عهدنامه مالک اشتر، مصطفی دلشاد تهرانی، انتشارات دریا، ۱۳۸۸ است.