

نقش اخلاقیات و مدیریت اخلاق در محیط کار

سهیلا بورقانی فراهانی^۱، رسول قربان نژاد^۲

^۱استادیار و عضو هیئت علمی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، دانشگاه تهران، ایران.

^۲دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی - رفتار سازمانی و مدیریت منابع انسانی، دانشگاه تهران، پردیس بین‌المللی کیش، ایران (نویسنده مسئول).

چکیده

مدیریت اخلاق در محیط کار دارای فواید و ارزش‌های بسیاری می‌باشد که کمک به انجام درست وظایف نیز خواهد شد. در یک شرکت مهم‌ترین مسئله‌ای که می‌توان به آن توجه نمود مسئله اخلاق و حفظ احترام میان کارمندان و همچنین مدیران و کارمندان می‌باشد. داشتن یک مدیریت و نظارت در این زمینه از اهمیت بالایی برخوردار می‌باشد که مدیران مجموعه می‌توانند آن را نیز بخشی از برنامه‌های خود قرار دهند تا در نتیجه آن بتوانند از مزیت‌های آن نیز بهره‌مند شوند. این از اصول یک مدیریت موفق می‌باشد که شما مدیران می‌توانید در نتیجه داشتن مشاوره‌های تخصصی بهترین روش‌ها را برای رسیدن به این هدف استفاده نمایید.

با توجه به مطالب بیان شده هدف تحقیق حاضر نقش اخلاقیات و مدیریت اخلاق در محیط کار می‌باشد. بنابراین در مقاله حاضر، ضمن تعریف اخلاق در محیط کار و مشخص ساختن عوامل موثر بر مدیریت اخلاق در محیط کار سعی می‌شود که در مبانی نظری ابتدا به تعاریف اخلاقیات و مدیریت اخلاق سپس به عوامل موثر بر مدیریت اخلاق در محیط کار، پرداخته شود که این کار به صورت کتابخانه‌ای انجام شده است.

واژه‌های کلیدی: اخلاق، مدیریت اخلاق، محیط کار.

مقدمه

اخلاق عبارت است از مجموعه اصول و قواعد رفتاری و اخلاقی که حرفه‌های مختلف به هنگام ایفای نقش حرفه‌ای خود مکلف به رعایت آن‌ها می‌باشند؛ اکنون سوال این است که به راستی مولفه‌ها و ابعاد مهم اخلاق حرفه‌ای کدامند؟ بسترها و عوامل زمینه‌ساز برای رشد و توسعه اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها کدامند؟ و سوال دیگر اینکه رعایت اصول و قواعد اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها و محیط کسب و کار چه پیامد مثبتی به همراه خواهد داشت؟ رواج اصطلاح اخلاق حرفه‌ای در ادبیات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی نویسندگان به قرن ۱۸ و ۱۹ میلادی منتسب می‌باشد. این اصطلاح به عنوان یکی از ویژگی‌های سرمایه‌ی انسانی و معنوی هر جامعه، به مثابه نوعی تعهد و وجدان کاری نسبت به وظایف محوله، به سرعت جای خود را در سازمان‌ها باز کرد (صاحبی، ۱۳۹۷).

در ابتدا 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. از معنای نخستین این مفهوم برای تعریف آن استفاده می‌کنند. اصطلاحاتی مانند *workethics* یا *professionalethics* معادل اخلاق کاری یا اخلاق حرفه‌ای در زبان فارسی است. در واقع می‌توان این طور بیان نمود که مفهوم اخلاق حرفه‌ای مجموعه‌ی قوانین اخلاقی را در برمی‌گیرد که اصولاً از ماهیت یک حرفه استخراج شده‌اند. بدین ترتیب نخستین وظیفه‌ی اخلاق حرفه‌ای تدوین قوانینی بر پایه‌ی اخلاق در حرفه مختلف است.

صاحبان حرفه از اخلاق دو توقع دارند: یکی بیان نظام مند مسئولیت‌های اخلاقی در حرفه و دیگری تشخیص دقیق و حل اثربخش مسائل اخلاق حرفه.

در تعریف اخلاق حرفه‌ای به موارد زیر اشاره شده است:

- ✓ رفتاری متداول در میان اهل یک حرفه
 - ✓ مدیریت رفتار و کردار آدمی هنگام انجام دادن کارهای حرفه‌ای
 - ✓ اخلاق حرفه‌ای رشته‌ای از دانش اخلاق است که به مطالعه روابط شغلی می‌پردازد
 - ✓ مجموعه‌ای از قوانین که در وهله اول از ماهیت حرفه و شغل به دست می‌آید (محمودزاده سیستانی و واثق، ۱۴۰۰).
- بنابراین دغدغه محقق پاسخ به این سوال است: نقش اخلاقیات و مدیریت اخلاق در محیط کار چیست؟ که این عوامل را بر اساس مبانی نظری موجود از طریق مطالعات کتابخانه‌ای مورد بررسی قرار دهد.

مسائل اخلاقی سازمان و فنون حل آن‌ها

سازمان به عنوان شخصیت حقوقی در حیات سازمانی خود با مسائل اخلاقی فراوانی مواجه است. دغدغه‌های اخلاقی در زندگی شغلی غالباً در مقام تصمیم‌گیری بروز می‌کند و فرد خود را اخلاقاً بلامتکلیف می‌یابد و از خود می‌پرسد تکلیف اخلاقی من چیست، به عبارت دیگر، مسئله در اخلاق حرفه‌ای بلامتکلیفی اخلاقی است: نمی‌دانیم چه باید بکنیم یا نمی‌دانیم به آنچه باید انجام دهیم چگونه برسیم. موضوع مسائل اخلاقی، اشیاء و افراد نیستند بلکه اقدام‌ها و رفتارهای ارتباطی، یعنی رفتار ارتباطی افراد است.

فرد در شغل و خود سازمان؛ هر دو با خود یا با محیط.

مسائل اخلاقی بنگاه ویژگی‌هایی دارد. آنها بسیار فراگیر هستند و همه ابعاد سازمان را شامل می‌شوند. در پس هر اقدام و در بن هر تصمیم مدیریتی و هر فعالیت سازمانی، انبوهی از مسائل اخلاقی را می‌توان رصد کرد زیرا با حقوق افراد گوناگون چون مشتریان، مالکان، کارکنان و کلیه ذی‌نفعان ارتباط دارد. بستر مسائل اخلاقی ریشه در خا رج از سازمان دارد و زمینه‌های تربیتی، خانوادگی، فرهنگ اجتماعی، میراث تاریخی، نهادهای دینی و... در آن نقش دارند. بدین جهت است که سنخ این مسائل در جوامع و کشورها متفاوت است نتایج و آثار و تبعات مسائل و تصمیم‌های اخلاقی معمولا ناپیداست و بنابراین انسان‌ها و سازمان‌ها سود کوتاه مدت را می‌بینند و چشم بر ضرر بلندمدت می‌بندند، رشوه بده و کالای وارد شده را به سرعت دریافت کن! دو دفتر مالی تدوین کن و از پرداخت مالیات بگریز! با چاپلوسی و زیرآب‌زنی و نفاق خود را جا بزن و رشد کن! در حالی که هر رفتار غیراخلاقی مانند سوراخی که موش در انبار گندمی ایجاد می‌کند، مسائل اخلاقی به دلیل پیچیدگی، از جایگزین‌های مختلف برخوردارند و تلقی پاسخ صریح و دوگانه خیر یا آری از آنها بن بست موهوم است که غالبا نیز عامل سوق افراد به انتخاب قاعده دفع افسد به فاسد و اقدام غیراخلاقی می‌گردد. در حالی که یک انتخاب اخلاقی صرفا گزینش یک طرف و فرو نهادن طرف دیگر نیست بلکه فرو نهادن مولفه‌های فراوان دیگر است که آثار و تبعات به هم تنیده ای دارد. ضمن آنکه ماهیت آن مسائل - نظیر پدیده اعتیاد در کارخانجات با کم کاری و مانند آن چند تباری است و با ساده انگاری قابل حل نیست و اصولا تشخیص و حل آن بسیار مشکل است و نیاز به مراجعه به متخصصان فن اخلاق حرفه‌ای در سازمان دارد(محمدی و همکاران، ۱۴۰۰).

اخلاق در ورطه عمل

اخلاق، صرفا به مجموعه اعتقادات ذهنی و باورها و ارزش‌های انتزاعی محدود نمی‌شود بلکه فراتر از آن‌ها، نحوه خاصی از زندگی است. رفتارهای اخلاقی در واقع شیوه معینی از زیستن است. صرف توصیه افراد به خوب عمل کردن و اخلاق حسنه داشتن، آن‌ها را متخلق نمی‌کند(سوبیان و همکاران، ۲۰۲۱).

اخلاقی بودن یک سازمان، در واقع، به سبک خاصی از زندگی آن سازمان اشاره دارد. اخلاقی بودن شرکت هرگز به مجموعه باورهای اخلاقی که در منشور اخلاقی شرکت آمده محدود نمی‌شود بلکه شرکتی اخلاقی است که زندگی آن و سبک تعامل آن با محیط و حیات گروهی اعضای آن در همه لحظه‌ها، اخلاقی باشد. اخلاق حرفه ای چیزی جز رعایت حقوق مردم در کسب و کار نیست و مهمترین حق مردم احترام اصیل و نامشروط آنهاست(فرامرز قراملکی، ۱۳۹۵).

موانع رشد اخلاق در سازمان

۱. فقدان نگرش راهبردی به اخلاق

در نگرش راهبردی، مسئولیت پذیری سازمان در قبال حقوق همه عناصر محیطی اعم از داخلی و خارجی است که نقشی راهبردی در موفقیت معطوف به آینده سازمان دارد. نگرش غیر راهبردی، تصویری ناقص، نارسا و حداقل گرایانه از اخلاق حرفه ای است که جامعیت را از آن می‌ستاند و آن را به سطح مسئولیت اخلاقی فرد در شغل پایین می‌آورد. در این صورت رویکرد مدیریت منابع انسانی به اخلاق حرفه‌ای، جایگزین رویکرد راهبردی می‌شود(صاحبی، ۱۳۹۷).

۲. تحویلی‌نگری

تحویلی‌نگری عمده‌ترین مانع رشد اخلاقی سازمان‌هاست. تحویلی‌نگری نگرش یک بعدی و تحویل و تقلیل یک پدیده چندوجهی و چند ضلعی به یک وجه یا ضلع آن و تحویل یک شکل به جزئی از آن و تحویل یک پدیدار به مقطعی از تاریخ آن است. روش‌شناسی علوم تجربی که خصلت‌گزینشی دارد و تنها بعدی از پدیدار را مورد امان نظر قرار می‌دهد در رواج تحویلی‌گری در دوران مدرنیسم تاثیر تام داشته است. تخصص‌گرایی نیز مزید بر علت شد و به رواج تحویلی‌نگری کمک کرد. تحویلی‌نگری مانع دیدن جامع مشکلات می‌شود، مهارت تشخیص و حل مسئله را دچار انحراف می‌کند. داشتن تفکر تحویلی‌نگری باعث تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری غیراخلاقی در حل مشکلات اخلاقی سازمان می‌شود. راه درمان تحویلی‌نگری، ترویج الگوهای میان‌رشته‌ای برای کشف و حل مسائل و افزایش مهارت تفکر سیستمی است. نداشتن مهارت تفکر سیستمی خطر تحویلی‌نگری را افزایش می‌دهد. علاوه بر آن انتصاب استراتژیست‌ها، و نه کسانی که نگرش عملیاتی دارند، به سمت‌های راهبردی می‌تواند در کم‌رنگ شدن تفکر تحویلی‌نگری موثر باشد (صاحبی، ۱۳۹۷).

۳. فرافکنی

فرافکنی، نادیده نقش خود و تاکید شدید بر نقش عوامل محیطی است. نباید مسئولیت‌های اخلاقی را متوقف بر اخلاقی‌بودن دیگران کرد. مشتریان حتی اگر خود اخلاقی نباشند انتظار دارند که سازمان با آنها برخورد اخلاقی داشته باشد. بنابراین هر فرد و هر سازمانی باید تغییر و تحول و اخلاقی بودن را خود آغاز کند (صاحبی، ۱۳۹۷).

۴. مشتری‌مداری ابزار انگار و نه اصیل

مشتری‌مداری ابزار انگار یعنی نگاه کردن به مشتری به عنوان ابزار سود. چنین نگاهی نوعی تحویلی‌نگری است که مشتری را تا سطح یک ابزار پایین می‌آورد. با این نگرش، اگر سودی در کار نباشد یا احتمال زیانی متصور باشد، نگاه نیز خود را ملزم به پای بندی به حقوق مشتری نمیداند، در حالی که در مشتری‌مداری اصیل، مشتری از حقوق اصیل برخوردار است که رعایت آنها در گرو سود و زیان شرکت نیست. در این حالت مشتری‌مداری انگیزه درونی دارد و منوط به هیچ چشم‌داشتنی نیست؛ مانند احترام والدین به فرزند یک طرفه است (صاحبی، ۱۳۹۷).

۵. فقدان انگیزش

انگیزش و اخلاق همبستگی دارند. فقدان انگیزش مانع از ترویج اخلاق در سازمان می‌شود، نتایج غیراخلاقی دارد و انگیزه اخلاقی بودن را از بین می‌برد، زیرا توجه بسیاری از مدیران و افراد جامعه برای اعمال غیراخلاقی‌شان این است که جامعه و انسان‌ها اخلاقی نیستند. سلسله مراتب نیازهای مازلو^۲ نیازهای ارضا نشده انسان را منبع اصلی انگیزش می‌داند. این سلسله مراتب از سطح پایین به بالا عبارت است از: نیازهای زیستی، ایمنی، اجتماعی (احساس تعلق)، شهرت و اعتبار (عزت نفس) و خودشکوفائی (صاحبی، ۱۳۹۷).

۶. نارضایتی شغلی

^۲ هرم مازلو پنج سطح از نیازهای انسانی را نشان می‌دهد که به فرد اجازه می‌دهد احساس رضایت درونی پیدا کند. مفاهیم هرم مازلو، اغلب در محل کار، به عنوان ابزاری برای تعیین چگونگی ایجاد انگیزه بیشتر و موثرتر در کارکنان و همچنین اطمینان از برآورده شدن نیازهای آنان استفاده می‌شود.

رضایت شغلی، احساس‌ها و نگرش‌هایی است که هر کس به شغل خود دارد. تعهد سازمانی اما، نگرش و احساس‌های کارکنان درباره کل سازمان است. تلقی جدید از امنیت شغلی، ریشه آن را از درون می‌داند نه از مقررات و خط‌مشی‌ها و رویه‌های قانونی. اگر روزآمد باشیم، اگر یاد بگیریم و خوب عمل کنیم، اگر در تخصص و کار خود اعتبار و ارزش بیابیم و اگر به امور شرکت آگاه باشیم و اگر برای ارائه کاری با ارزش، کوششی مستمر داشته باشیم، برای خود امنیت شغلی ایجاد کرده‌ایم (صاحبی، ۱۳۹۷).

۷. فقدان مهارت تصمیم‌گیری

مدیریت هنر تصمیم‌گیری است. ضعف در تصمیم‌گیری باعث بروز رفتار غیراخلاقی در سازمان می‌شود. تصمیم‌گیری فرآیندی است محصول الگوهای مواجهه با مشکل، تبدیل مشکل به مسئله و حل اثربخش مسئله. تصمیم‌گیری اخلاقی به شش اصل وفادار است: اعتماد، کرامت انسانی، مسئولیت‌پذیری، انصاف، پایبندی به منش شهروندی و مراقبت و توجه نسبت به دیگران (صاحبی، ۱۳۹۷).

۸. بلاتکلیفی یا تعارضات اخلاقی

از عمده‌ترین موانع رشد اخلاق حرفه‌ای در سازمان بلاتکلیفی سازمانی است. پیچیده‌ترین وضعیت بلاتکلیفی اخلاقی، تعارضات اخلاقی است، یعنی وضعیتی که فرد یا سازمان با دو راهه‌ای مواجه می‌شود و راه سومی نمی‌یابد و هر دو راه نیز غیراخلاقی اند. بنابراین تعارض اخلاقی عبارت است از رفتاری که انجام آن از جهتی اخلاقاً زشت و ترک آن از جهت دیگر نارواست (صاحبی، ۱۳۹۷).

۹. فقدان نظام‌های جامع و اخلاقی

فقدان نظام‌های جامع و اخلاقی در زمینه‌های مختلف نظیر جذب و استخدام، پرداخت حقوق و مزایا و پاداش و تشویق، انتصاب و ارتقاء، اطلاع‌رسانی، نظارت و ارزیابی از جمله موانع رشد اخلاقی در سازمان‌هاست. نظام‌مند کردن همه امور مانع رفتارهای سلیقه‌ای و موردی و وجود آئین‌نامه‌های پراکنده می‌شود. صرف وجود قانون و آئین‌نامه در افزایش پیش‌بینی‌پذیری، که عامل مهم اعتمادسازی و موفقیت سازمان است، کافی نیست بلکه نظام‌مند ساختن سبب می‌شود قانون چنان تقویت شوند که امکان دور زدن قانون کاهش یابد (صاحبی، ۱۳۹۷).

ضرورت ترویج اخلاق حرفه‌ای در سازمان

توسعه سازمانی تلاشی پی‌گیر، منسجم و کاملاً برنامه‌ریزی شده است که به منظور بهبود و نوسازی نظم صورت می‌گیرد. هدف از توسعه سازمانی، هم بهبود زندگی (شغلی) فرد و هم بهبود کارکرد سازمان است. با توجه به اهمیت اخلاق حرفه‌ای در توسعه سازمان، لازم است در تعیین اثربخشی (میزان تحقق اهداف سازمانی) و هدایت منابع (از جمله منابع انسانی) به میزان آموزش اخلاق حرفه‌ای در هر سازمان، جهل و ناآشنایی کارکنان از اخلاقیات شغل و سازمان بیان شده است (هوکستار و کاپتین^۴، ۲۰۲۰). امروزه هیچ سازمانی قادر نیست بدون آموزش توسعه یابد. لازم است در سازمان‌ها افزون بر آموزش تخصص‌ها و مهارت‌های مورد نیاز هر شغل به کارکنان، ایجاد روحیه

^۴Hoekstra & Kaptein

تعاون، کار مشترک و دسته‌جمعی و به ویژه اخلاق اداری و سازمانی جزو برنامه‌های آموزش در سازمان قرار گیرد. از آنجا که منشور اخلاقی در هر سازمان طی فرایند گفت و گو و مشارکت تمامی کارکنان و رؤیسان به وجود آمده است، به منزله یک میثاق عمومی سازمان پذیرفته شده است. به تدریج سازمان گسترش این اصول را جزو اهداف خود می‌پذیرد. بدین منظور، شیوه‌های مختلفی برای آموزش اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها به وجود آمده است که یادگیری مستقیم، رایج‌ترین آنهاست؛ اما این شیوه نشان داده است که کارآیی لازم را ندارد پس با توجه به اینکه ترویج اخلاق در سازمان، به معنای یادگیری سبک خاصی از زندگی سازمانی است، باید به شیوه‌های غیرمستقیم مانند آموزش‌های حین عمل و آموزش‌های اجتماعی و فرهنگی، توجه بیشتری شود. اما جدای از نوع آموزش، به منظور تعیین محتوای آموزشی، سازمان باید نیازهای آموزشی را از مقایسه میان وضع موجود و وضع مطلوب (با آنچه لازمه پاسخ‌گویی به منشور اخلاقی و اهداف سازمان است) مشخص کند. برای تعیین وضع موجود (میزان پایبندی کارکنان به اخلاق حرفه‌ای سازمان) و حتی برای تعیین وضع مطلوب (دیدگاه کارکنان به عنوان افرادی آگاه به شرایط سازمانی برای ارائه مؤلفه‌هایی کاربردی) لازم است از تحقیقات درباره اخلاق حرفه‌ای حمایت کرد. منشور اخلاقی هر سازمانی، از اشتراک عمومی همه اعضای سازمان در مورد اصول و قواعد اخلاقی خاصی که در جهت بهبود و توسعه فعالیت‌های سازمانی است بدست می‌آید. در صورتی که اگر بخواهیم ارزش‌های خاصی را به صورت پذیرش همگانی در آوریم، باید در ابتدا از توسعه آگاهی‌ها و دانش‌های مرتبط شروع کنیم. سپس به تدریج نگرش‌ها را تغییر، و در نهایت به عنوان خروجی، رفتارها را تحت تاثیر قرار دارد (صاحبی، ۱۳۹۷).

حل مسایل اخلاقی با رویکرد خلاق

می‌توان تعارض اخلاقی رو این جور تعریف کرد: زمانی که شخصی که دغدغه اخلاقی داردی بر سر دوراهی قرار بگیرد که هر دو راه را غیراخلاقی می‌یابد. در این صورت از لحاظ اخلاقی احساس بلاتکلیفی می‌کند. به این بلاتکلیفی، تعارضات اخلاقی می‌گویند. برای برخورد با این معضلات اخلاقی روش بازگشت به اصول می‌تواند کارساز باشد. یعنی این که ما یک سری اصولی داریم که قابل اتکا هستند که این ۳ اصل می‌تواند مبانی تحلیل معضلات اخلاقی باشد (امیرخانی و سبحانی مهر، ۱۳۹۵).

اصل قاعده طلایی اخلاق: هر چه بر خود می‌پسندی بر دیگران هم بپسند

این اصل تعبیر دیگری است از سخن حضرت امیر، که در چند جای نهج‌البلاغه تکرار شده است. در نامه‌ای که آن امام همام به امام حسن (ع) نوشته‌اند آمده است: «پسرکم! خود را میان خویش و دیگری میزانی بشمار، پس آنچه برای خود دوست می‌داری برای جز خود دوست بدار. و آنچه تو را خوش نیاید برای او ناخوش بشمار. و ستم مکن چنانکه دوست نداری بر تو ستم رود، و نیکی کن چنانکه دوست می‌داری به تو نیکی کنند. و آنچه از جز خود زشت می‌داری برای خود زشت بدان، و از مردم برای خود آن را بپسند که از خود می‌پسندی در حق آنان؛ و مگوی - ابه دیگران آنچه خوش نداری شنیدن آن، و مگو آنچه را ندانی، هرچند اندک بود آنچه می‌دانی، و مگو آنچه را دوست نداری به تو گویند» (نهج‌البلاغه، نامه‌ی ۳۱).

اصل عدم توجیه وسیله از طریق هدف

پیروزی یابنده به وسیله شر، مغلوب است! چنانکه حضرت امیر می‌فرماید: «الغالب بالشر مغلوب» نهج‌البلاغه: کلمه‌ی قصار (۳۷۲). یعنی «کسی که از راه شر به پیروزی دست یابد در حقیقت مغلوب است.

اصل الهم فالاهم و اصل دفع افسد به فاسد

البته اصل دفع افسد به فاسد تنها در صورتی قابل اجرا است که مسأله ضرورت در بین باشد؛ مثلاً در اصل خوردن مردار حرام است، اما زمانی که گرسنگی فشار تا سرحد مرگ آورد، می‌توان مردارخواری کرد. از این رو همواره امر مهم فدای امر مهمتر می‌شود. اما نکته مهم آن است که چه کسی افسد بودن یا فاسد بودن امری را تشخیص می‌دهد؟ چه بسا شخصی «الف» را افسد بداند و «ب» را فاسد و شخص دیگری برعکس «الف» را فاسد بداند و «ب» را افسد؛ در چنین مواردی میزان عقل جمعی دانایان امر است؛ و دیگر این که کسی که تعیین ضرورت می‌کند، کیست؟ دانستن این امر که کار به حد ضرورت رسیده یا خیر، خود بسیار مهم است. چه بسا نزد فردی ضرورت اقتضا کند که خود را به هلاکت برساند تا دیگران راحت باشند؛ لکن دیگران (دانایان موضوع) این را تا به این حد ضرورت نپندارند. پس تشخیص ضروری بودن مسأله به اندیشه فرد خاصی وابسته نیست. بنابراین هم در تعیین افسد و فاسد و هم در تعیین ضرورت آن میزان حکم دانایان است. در آن صورت آنچه را آنان حکم کنند، شرع نیز جایز می‌داند (امیرخانی و سبحانی‌مهر، ۱۳۹۵).

بنابراین با توجه به موارد اشاره شده به زبان خودمانی و ساده‌تر می‌توان اینگونه نوشت که:

این روزها زیاد درباره‌ی رفتارهای غیراخلاقی سازمان‌های مختلف و رهبران‌شان می‌خوانیم و می‌شنویم؛ سازمان‌هایی که با دروغ و دغل سر مشتری کلاه می‌گذارند و شاید هم درحالی که به ریشمان می‌خندند، پول روی پول می‌گذارند! باور به اینکه نمی‌توانیم به خیلی از سازمان‌ها و رهبران‌شان اعتماد کنیم، مایه‌ی سرخوردگی است. اما تعداد رهبرانی که به اخلاق در سازمان اهمیت می‌دهند هم کم نیست. روش‌های گوناگونی برای ایجاد فرهنگ اخلاق‌مدار در سازمان وجود دارد. حقیقت این است که اخلاق خوب به کسب و کار خوب ختم می‌شود. پیاده‌سازی برخی از این راهکارها دشوار نیست و می‌توان تقریباً آنها را در همه‌ی سازمان‌ها به کار گرفت.

همه‌ی سازمان‌ها قوانین نوشته و نانوشته‌ای درباره‌ی چگونگی رفتار و عملکرد درون سازمان دارند. این قوانین موارد گوناگونی را از جمله نوع پوشش، نگرش، رفتار در قبال همکاران، مشتریان و افراد دیگر دربر می‌گیرند. کسانی که در سازمان‌های مختلف حتی اگر در قسمت‌های مشابهی هم کار کرده باشند، می‌توانند به خوبی تفاوت فرهنگی را توصیف کنند؛ تفاوتی که گاه خیلی زیاد است. بسیاری از قواعد و استانداردهای سازمانی به شکل مکتوب مشخص نشده‌اند اما اگر مدتی با دقت امور سازمان را زیر نظر بگیرید، متوجه آنها می‌شوید. برای برخی سازمان‌ها ارزش‌ها و تصمیم‌های اخلاقی بیش از هر چیزی اهمیت دارد. برخی، بسیار از پیروی قواعد اخلاقی می‌گویند اما چندان به گفته‌هایشان عمل نمی‌کنند. برخی به سودمندگرایی معتقدند و چیزی را که برای عموم سودمند باشد، اخلاقی می‌دانند. برخی سازمان‌ها پذیراتر و بخشنده‌ترند. مشخص بودن انتظارات برای همه‌ی اعضای سازمان، گام نخست در مسیر پرورش فرهنگ سازمانی اخلاق‌مدار است.

نتایج پژوهش‌های گوناگون از جمله پژوهشی که روانشناس معروف استنفورد، «ال باندورا» انجام داد، نشان می‌دهد که آدمها دوست دارند از رفتار دیگران، به ویژه افراد مورد احترام و معتبر، الگوبرداری کنند. همچنین این نتایج می‌گویند، رهبران در هر سازمانی برای زیردستان‌شان الگو هستند. پس رهبران و مدیران سازمان‌ها باید بدانند که دیگران به دقت رفتارشان را زیر نظر می‌گیرند و وقتی پای رفتار و نگرش اخلاقی در میان باشد، آنها را معیار قرار می‌دهند. به عقیده‌ی «باندورا» یادگیری مشاهده‌ای مراحل مختلفی دارد از جمله: توجه، به یادسپاری، بازسازی و انگیزش.

پس برای شکل‌گیری الگوسازی بر پایه‌ی مشاهده، فرد باید الگو را مشاهده و به آن توجه کند، رفتار الگو را به یاد بسپارد، رفتار الگو را بازسازی کند و برای تکرار آن رفتار انگیزه پیدا کند. بنابراین رهبران سازمان‌ها باید الگویی از رفتار مورد انتظار در سازمان باشند. اگر خواهان بالاترین استانداردهای اخلاقی در سازمان هستیم، مدیران در بالاترین سطح‌ها باید مطابق با این استانداردها رفتار کنند و هیچ بهانه‌ای را در این زمینه نپذیرند. در تلاش برای خلق سازمانی اخلاق‌مدار، اقدام و عمل، اثرگذارتر از حرف و سخن است.

این قانونی پایه‌ایست که هر کسی که کمی با روان‌شناسی آشنا باشد، می‌داند؛ حقیقتی که نسل به نسل منتقل شده است. اگر مایلید رفتاری تکرار شود، آن را تشویق کنید. اگر مایلید آن رفتار متوقف شود، دیگران را از انجام آن دلسرد کنید. این قانون ساده‌ای است که پیروی از آن گاهی دشوار است و گاهی هم به فراموشی سپرده می‌شود. سازمان‌ها باید مشخص کنند چه رفتارهایی باید تشویق و چه رفتارهایی نباید تشویق شوند و برای اینکار مصمم باشند. توجه به رفتارهای اخلاقی مورد انتظار، پاداش دادن به آنها و تشویق کردن این رفتارها نقش مهمی در شکل‌گیری فرهنگ اخلاق‌مدار در سازمان دارد. البته در انتخاب پاداش و روش تشویق باید دقت نمود و پیامدهای خواسته و ناخواسته‌ی آنها را در نظر گرفت.

از طرفی تمرکز بر تقویت مهارت‌های اخلاقی و فنون حل مسئله برای سازمان‌ها بسیار سودمند است. علاوه بر تعیین بایدها و نبایدها، سازمان‌ها باید برای توسعه‌ی گام به گام مهارت‌های رفتاری، مهارت‌های مؤثر تصمیم‌گیری اخلاقی و استراتژی‌های حل مسئله و گذر از بحران‌های اخلاقی تلاش کنند. کارگاه‌های آموزشی، منابع و مراجع آسان کاربرد، مشاوره گرفتن از همکارها و افراد باتجربه از جمله روش‌های مختلفی است که می‌توان در مسیر خلق و تقویت مهارت‌های تصمیم‌گیری اخلاقی، به کار گرفت.

برای ایجاد فرهنگ اخلاق‌مدار باید ابزار لازم، از جمله آموزش مناسب و کافی، مشاوره، الگوسازی و نظارت برای همه‌ی اعضای سازمان فراهم باشد. به کارگیری کارشناس‌های درون و برون سازمانی برای تشویق کارکنان به شرکت در برنامه‌های آموزشی و حل مسئله در همه‌ی سطوح نیز یکی از این ابزار است. تعیین مأموری برای این کار بسیار ارزشمند است. او (همراه با کارکنانش) مسئول شناسایی و تهیه‌ی ابزار و منابع لازم برای ارائه‌ی بهتر مشاوره‌های اخلاق‌مدارانه است.

یکی دیگر از موضوعات پایه‌ای روانشناسی، بازخورد سریع برای اصلاح است. بدون فراهم کردن فرصت ارائه‌ی منظم و فکرشده‌ی بازخورد در قبال رفتارهایی که در سازمان دیده می‌شود، نباید امید چندانی به شکل‌گیری فرهنگ اخلاق‌مدار در سازمان داشت. تشویق رفتارهای مورد انتظار و ارائه‌ی بازخورد

^۱El Bandura

اصلاحی برای رفتارهای غیرقابل قبول، برای پیاده‌سازی اخلاق در سازمان حیاتی است. بازخورد اصلاحی باید در قالب روحیه‌ی همکاری و آموزش، و نه با عبارت‌های تنبیهی و ملامتگر، ارائه بشود. ارائه‌ی بازخورد در پوشش همکاری و آموزش، پذیرش آن را بیشتر می‌کند و احتمال نپذیرفتن آن را کاهش می‌دهد. برای ایجاد بیشترین اثرگذاری، باید بلافاصله پس از بروز رفتار مشکل‌ساز، به آن واکنش نشان داده شود. خلاصه اینکه موارد اشاره شده برای دامنه‌ی گسترده‌ای از سازمان‌ها سودمند و کاربردی هستند. این اصول که به سادگی در خاطر می‌مانند، در قالب مجموعه‌ای از پیشنهادها ساده و الهام‌بخش، راه‌هایی برای فزونی اخلاق در سازمان با فرهنگ‌های گوناگون ارائه می‌کنند. درک این اصول مهم و استفاده‌ی پیوسته‌ی آنها در سازمان باعث می‌شود اعضای سازمان بیشتر به روش کارشان، محیط آموزششان و نقش اخلاق در آنها فکر کنند.

چالش‌های اخلاقی

مباحث مطرح در اخلاق حرفه‌ای نسبت به علوم و فناوری وجه پسینی دارند، یعنی در اثر گسترش علوم و فناوری مسائل و چالش‌های اخلاقی ای پدید آمده که برای بررسی و حل آنها نیاز به آشنایی حداقلی با چارچوب نظری علم اخلاق و زمینه‌های علمی مورد نظر می‌باشند. به عبارت دیگر مسائل اخلاق حرفه‌ای معضلاتی را در بر می‌گیرند که کاردان یا متخصص علوم و تکنولوژی در محیط کاری خود با آن مواجه اند (بهلال، ۲۰۲۲).

برخی از این چالش‌ها عبارتند از:

- ۱) فشار کار، که در آن وسوسه‌ی انحراف از درستی انجام کار را دربر دارد.
- ۲) لذت، در زندگی امروز افراد به دنبال لذت بردن بیشتر هستند، این لذت بردن به هر قیمتی که تمام شود خواسته فرد است، رشد فزاینده این تفکر به معضلات بزرگی مانند دزدی، خیانت، طلاق و جدایی خانواده‌ها، مصرف مواد، هرزه‌گی و غیره منتهی می‌شود.
- ۳) قدرت، از چالش‌های مهم اخلاقی و از لغزش گاه‌های بزرگ است، بویژه زمانی که فرد آماده‌گی یا صلاحیت استفاده از آن را نداشته باشد و قدرت به وی رو نماید، که در این قبیل ۹ موارد به سرعت تجاوز کاری، زورگویی، ظلم و ستم، استبداد و زیر پا نهادن حق دیگران باب می‌شود.
- ۴) غرور و تکبر، هنگامی که احساس ارزشمند بودن و اطمینان به خود از حد اعتدال خارج شود و به حالت اغراق در خودباوری و خود برتر بینی در آید، اشتباهات بزرگ و فسادهای فکری و اخلاقی بروز می‌نماید.
- ۵) عدم رعایت اولویت‌ها، از موارد چالش‌برانگیز، هر کس در زندگی اهداف و مطلوب‌هایی را جستجو می‌کند اما پیگیری همه آن‌ها در هر مقطع زمانی غیرممکن است لذا ناگزیر به طبقه‌بندی و اهم و مهم نمودن آنهاست (رحمانی و همکاران، ۱۳۹۷).

^۵Bohlala

اخلاق سازمانی

اخلاق سازمانی به معنای به کار بستن استانداردهای اخلاقی است مطابق با سازمانی که در آن کار می‌کنید. واژه‌ی اخلاق به اصول، قوانین و استانداردهای رفتار اخلاقی گفته می‌شود که جامعه آن‌ها را به عنوان خوب و بد پذیرفته است (کارلسون و بدولا، ۲۰۱۸).

اخلاق تفاوت میان خوب و بد را مشخص می‌کند و همچنین کارکنان سازمان‌ها را راهنمایی می‌کند تا در شرایطی که انتخاب گزینه‌ی درست یا حداقل بهترین مورد از بین گزینه‌های موجود سخت است، بتوانند تصمیم بگیرند که بهترین کار را انجام دهند.

اخلاق سازمانی به نام‌های اخلاق شرکتی^۷ یا اخلاق تجارت^۸ نیز شناخته می‌شود.

اخلاق سازمانی نوعی از اخلاق کاربردی یا اخلاق حرفه‌ای است که اصول اخلاقی یا مشکلات اخلاقی‌ای را که در یک محیط سازمانی به وجود می‌آیند، بررسی می‌کند؛ به علاوه، در تمام جنبه‌های اخلاق در سازمان اعمال می‌شود و به رفتار مدیریت و کارکنان آن و همچنین سازمان، به عنوان یک کل، مربوط است.

اخلاق سازمانی می‌تواند یک اصل هنجاری^۹ یا توصیفی^{۱۰} باشد. دامنه و میزان مسائل اخلاقی منعکس‌کننده‌ی میزان مغایرت کار سازمانی با ارزش‌های اجتماعی غیراقتصادی است.

اخلاق سازمانی بر تعهد سازمان به ارتقای ارزش‌های اجتماعی غیراقتصادی تأکید دارد. این اخلاق با اخلاق جامعه، اخلاق افرادی که در سازمان کار می‌کنند و همچنین افرادی که از آن سازمان محصول می‌خرند، گره خورده است (کریم‌زاده باردی و همکاران، ۱۳۹۷).

عبارت «اخلاق سازمانی» در اوایل دهه‌ی ۱۹۷۰ در ایالات متحده‌ی آمریکا متداول شد. در اواخر دهه‌ی ۱۹۸۰ و اوایل دهه‌ی ۱۹۹۰، سازمان‌ها شروع به برجسته کردن درجه‌ی اخلاقی خود کردند. احتمالاً آن‌ها این کار را برای دور کردن خود از رسوایی‌های تجاری آن دوره انجام می‌دادند.

بنا بر گفته‌ی والاس^{۱۱}، به طور کلی، یک آرمان^{۱۲} بالاترین ارزش‌هایی را که یک سازمان آرزو دارد به کار ببندد، توصیف می‌کند. این شامل «تو باید»^{۱۳}ها است. یک کد اخلاقی قوانین اخلاقی عملکرد را مشخص می‌کند و در اواخر دهه‌ی ۱۹۸۰، «تو نباید»^{۱۴} بوده است.

^۶Carlson, K., & Bathola

^۷Corporate Ethics

^۸Business Ethics

^۹Normative

^{۱۰}Descriptive

^{۱۱}Wallas

^{۱۲}Crede

^{۱۳}Thou Shalts

^{۱۴}Thou Shalt Nots

اخلاق در سازمان برای افراد مختلف معانی متفاوتی داشته‌است، اما به طور کلی، شامل شناخت موارد درست یا غلط در محل کار و انجام کار صحیح با توجه به تأثیرات محصولات یا خدمات و روابط با ذی‌نفعان است.

والاس و پکل^۵ توضیح می‌دهند که توجه به اخلاق سازمانی در زمان تغییرات اساسی، بسیار حیاتی است، مانند زمان‌هایی که سازمان‌ها با شرایطی مشابه شرایط امروزی مواجه‌اند. هنگام تغییرهای اساسی، ارزش‌هایی که پیش‌تر مسلم بوده‌اند، به شدت زیر سؤال می‌روند و بیش‌ترشان دیگر دنبال نمی‌شوند (کریم‌زاده باردی و همکاران، ۱۳۹۷).

اخلاق در سازمان می‌تواند به عنوان دسته‌ای از اصول عملکرد درست توصیف و همچنین می‌تواند به عنوان یک نظریه یا سیستم ارزش‌های اخلاقی مطرح شود. اخلاق سازمانی با توجه به عرف و با گذشت زمان توسعه می‌یابد. عرف در سازمان‌های مختلف متفاوت است. اگر عرفی از طرف سازمان و عموم اتخاذ و پذیرفته شود، به اخلاق تبدیل می‌شود.

اخلاق سازمانی در هر نوع سازمانی اجرایی است. مسئولیت اجتماعی هر سازمانی نیز آن سازمان را به رعایت اخلاق در عملکرد خود ملزم می‌کند (کریم‌زاده باردی و همکاران، ۱۳۹۷).

نقش و جایگاه اخلاق اسلامی در ایران

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 تعیین 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 اسلامی-اداری، می‌توان از اصول راهبردی اخلاق 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 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؛

(ب) 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 ملاک‌نهایی و نهایت سعادت بشری، الله است و انسان در مقام خلیفه و جانشین الهی در زمین، محور توجهات اخلاقی است؛ بدین معنا که خشنودی انسان و خدمت به او موجب رضایت و تقرب به خداوند می‌شود؛ از این‌رو، نظام اخلاق اسلامی با توجه به ملاک‌نهایی، 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.

^۵Wallace and Pikel

این مساله در احادیثی که از شخص پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و همچنین از سایر پیشوایان معصوم علیهم السلام رسیده است با اهمیت فوق العاده‌ای تعقیب شده، که به عنوان نمونه چند حدیث پرمعنای زیر را از نظر می‌گذرانیم:

۱- در حدیث معروفی از پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله می‌خوانیم:

«انما بعثت لاتمم مکارم الاخلاق، من تنها برای تکمیل فضائل اخلاقی مبعوث شده‌ام»

و در تعبیر دیگری: «انما بعثت لاتمم حسن الاخلاق» آمده است.

و در تعبیر دیگری: «بعثت بمکارم الاخلاق و محاسن‌ها» آمده است.

تعبیر به «انما» که به اصطلاح برای حصر است نشان می‌دهد که تمام اهداف بعثت پیامبر صلی الله علیه و آله در همین امر یعنی تکامل اخلاقی انسان‌ها خلاصه می‌شود (قریشی، ۱۳۹۶).

درباره مورد اخیر باید گفت در اخلاق اسلامی، ملاک نهایی اخلاق همانا خواست خداوند - خیر مطلق - است. مهم‌ترین اصول راهبردی که می‌توانند منشأ شکل‌گیری مؤلفه‌های کاربردی اخلاق اسلامی شوند، عبارت‌اند از:

الف) کرامت انسانی؛

ب) آزادی فردی؛

ج) عدالت اجتماعی در مفهوم عام قرار دادن هر امری در جایگاه شایسته آن؛

د) امانت‌ورزی در دو سطح امانت‌داری و بینش امانت‌نگری

در این بین، اصل چهارم مهم‌ترین اصل (اصل‌الاصول) است.

مفهوم امانت‌داری در کسب‌وکار، قابل تجزیه به سه پرسش است: ۱. چه چیزی در کسب‌وکار 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 به‌کارگیری مقوم کسب‌وکار 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 (نکویی، ۱۳۹۹).

اخلاق اسلامی در سازمان

به طور کلی اخلاقیات در سازمان‌ها به عنوان سیستمی از ارزش‌ها و بایدها و نبایدها تعریف می‌شود که بر اساس آن نیک و بدهای سازمان مشخص و عمل بد از خوب متمایز می‌شود. به طور کلی انسان‌ها در بعد فردی و شخصیتی دارای ویژگی‌های خاص اخلاقی هستند که پندار، گفتار و رفتار آنها را شکل می‌دهد. ممکن است همین افراد وقتی در یک جایگاه و پست سازمانی قرار می‌گیرند عواملی موجب شود که پندار، گفتار و رفتار متفاوتی از بعد فردی سر بزنند که این ویژگی‌های انسانی بر روی میزان کارایی و اثر بخشی سازمان تاثیر بگذارد. از طرفی اخلاقی بودن یا نبودن رفتارها و عملکرد می‌تواند موجب بروز پیامدهای مثبت یا منفی در سطح سازمان گردد (لوکاس و سنتوس، ۲۰۱۹). 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 تعیین دینی چنین جوامعی سر

^۱Lucas, A., & Santos

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. در جامعه ما با توجه به حاکمیت اسلام در آن که در تمامی زمینه‌های زندگی فردی و اجتماعی افراد ریشه دارد (توانا و خلیلی، ۱۴۰۰).

امروزه در تجزیه و تحلیل رفتار سازمان‌ها، پرداختن به اخلاق و ارزش‌های اخلاقی یکی از الزامات است. نماد بیرونی سازمان‌ها را رفتارهای اخلاقی آنها تشکیل می‌دهد که خود حاصل جمع ارزش‌های گوناگون اخلاقی است که در آن سازمان‌ها، ظهور و بروز یافته است. در شرایط کنونی رعایت نشدن برخی معیارهای اخلاقی، نگرانیهای زیادی را در بخشهای دولتی و غیردولتی به وجود آورده است. سقوط معیارهای رفتاری در بخش دولتی، پژوهشگران را واداشته تا در جستجوی مبنای نظری در این رابطه بوده تا بتوانند مسیر مناسب اجرایی آن را فراهم سازند. لذا یکی از عمده ترین دغدغه‌های مدیران کارآمد در سطوح مختلف، چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای عوامل انسانی شاغل در تمام حرفه‌ها است تا آنها با حس مسئولیت و تعهد کامل به مسایل در جامعه و حرفه خود به کار بپردازند و اصول اخلاقی حاکم بر شغل و حرفه خود را رعایت کنند. اولین گام در دستیابی به این اهداف درک صحیح از مفهوم اخلاق و شناسایی عوامل تاثیرگذار بر رفتار اخلاقی کارکنان در سازمان می‌باشد تا در گام‌های بعدی بر روی این عوامل مذاقه لازم صورت پذیرد.

اخلاقیات در سازمان به عنوان سیستمی از ارزش‌ها و بایدها و نبایدها تعریف می‌شود که بر اساس آن نیک و بدهای سازمان مشخص و عمل بد از خوب متمایز می‌شود. به طور کلی انسان‌ها در بعد فردی و شخصیتی دارای ویژگی‌های خاص اخلاقی هستند که پندار، گفتار و رفتار آنها را شکل می‌دهد. ممکن است همین افراد وقتی در یک جایگاه و پست سازمانی قرار می‌گیرند عواملی موجب شود که پندار، گفتار و رفتار متفاوتی از بعد فردی سر بزند که این ویژگی‌های انسانی بر روی میزان کارایی و اثر بخشی سازمان تاثیر بگذارد. رفتارهای متفاوت اخلاقی افراد به عنوان کارمندان سازمان در یک طیف خطی که یک سر آن سلامت اداری و سر دیگر طیف فساد اداری می‌باشد قابل تحلیل می‌باشد و میزان سلامت اداری در میزان موفقیت سازمان در انجام ماموریت‌ها، اجرای راهبردها و برنامه‌ها و در نهایت دستیابی به اهداف سازمانی نقش به سزایی را ایفا می‌کند (گرانمایه بهابادی، ۱۴۰۰).

در نتیجه می‌توان بیان نمود که اخلاقی بودن یا نبودن رفتارها و عملکرد می‌تواند موجب بروز پیامدهای مثبت یا منفی در سطح سازمان گردد. سلامت اداری می‌تواند به عنوان پیامد مثبت و فساد اداری به عنوان پیامد منفی انگاشته شود. بر اساس تعریف، فساد اداری به اقداماتی اطلاق می‌شود که ناشی از بکارگیری قدرت و توان سازمان‌های دولتی و یا وابسته به دولت برای کسب منافع مالی فردی و یا گروهی است. نتایج فساد اداری به طور طبیعی مخالف مصالح و منافع آحاد مردم است. فساد اداری عموماً در اشکال رشوه، خویشاوندگاری، پارتی بازی و تعارض منافع روی می‌دهد. از طرفی در یکی از تحقیقات خارجی، جلوه‌های سلامت اداری این چنین برشمرده شده اند: سلامت مالی، سودآوری سازمان، دستیابی به محصولات و بازارهای جدید، مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌های سازمانی، تقدیر از مشارکت کارکنان در کارها، توسعه کارکنان، یادگیری مستمر، ارتباط موثر با مشتریان سازمان، اهداف روشن، مدیریت عملکرد، و ترفیع کارکنان (بهاری فر و جواهری کامل، ۱۳۹۸).

همانطور که ملاحظه می‌شود ارتباط تنگاتنگی میان عوامل اثرگذار بر رفتار و عملکرد اخلاقی و پیامدهای اخلاقی وجود دارد. به عنوان مثال اختیارات سمت به عنوان یکی از عوامل اثرگذار بر رفتار اخلاقی مطرح شده است. در سمت‌هایی که از اختیارات زیادی برخوردارند و قدرت تصمیم‌گیری در یک جا متمرکز شده است، در صورت عدم وجود نظارت کافی امکان سوء

استفاده‌های مالی وجود دارد. همچنین روشن نبودن اهداف و ابهام در هدف می‌تواند به فساد اداری منجر شود در حالی که داشتن اهداف روشن برای بلند مدت و کوتاه مدت می‌تواند سلامت اداری را تقویت نماید. نظام پاداش نیز در سطح عوامل اثرگذار می‌تواند به تقدیر مناسب از مشارکتهای کارکنان کمک کرده و بدین سان زمینه بروز رفتار و افعال اخلاقی را فراهم ساخته و سلامت اداری سازمان را ارتقاء بخشد (نکویی، ۱۳۹۹).

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. بدین ترتیب وظایف مدیران در حوزه تبیین مفاهیم اخلاق اداری-اسلامی سازمان را می‌توان اینگونه برشمرد:

- الف) ارزشیابی عملکردهای اخلاقی-اسلامی در کارکنان؛
- ب) اخلاقی کردن هدف‌های سازمان بر مبنای عقاید اسلامی؛
- ج) اشاعه ارزش‌ها و مسائل اخلاقی-اسلامی در سازمان؛
- د) اخلاق‌ورزی در زندگی شخصی کارکنان با تکیه بر میاحث عقیدتی-اسلامی؛
- ذ) اهمیت دادن به اخلاق اسلامی در شغل؛
- و) برخورد عقلانی و روشمند در مواجهه با مشکلات اخلاقی پیش‌آمده در سازمان و اقدام برای برطرف کردن آنها؛
- ه) عنایت خاص به آموزش اخلاق اسلامی در سازمان؛
- ی) تهیه و تدوین منشور اخلاقی-اسلامی مربوط به سازمان با مشارکت همه اعضای سازمان (عاملی، ۱۳۹۸).

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

شریعت اسلامی برخی راهنمایی‌های اخلاقی صریحی به منظور کنترل روابط سازمانی با کارکنان و بالعکس دارد؛ مثلاً هنگام استخدام، ارتقا یا هر تصمیم‌گیری دیگری در موقعیت مدیر، وقتی عملکرد یکی از کارکنان را نسبت به دیگران ارزشیابی می‌کند به هر کارمندی حقوقش را می‌دهد (قسط) و رفتار کردن در هر وضعیت برابر و مساوی (عدل) از چنین الزاماتی است (بیکن و جمال، ۲۰۰۵). هم چنین ریشه بسیاری از رفتارها و فعالیت‌های مدیران و کارکنان در اخلاق و ارزش‌های اخلاقی عنوان می‌شود. بنابراین با توجه به نقش بسیار حیاتی و فزاینده سازمانها در جوامع امروزی، انتظارات جوامع بویژه جوامع پایبند به ارزش‌های اخلاقی و اسلامی مثل ایران از این ارگان‌ها نیز افزایش یافته است. در نتیجه، عدم توجه به این ارزش‌های در مدیریت سازمان‌ها می‌تواند به معضلات بزرگی برای سازمان منجر شود. در واقع بی توجهی سازمان‌ها به این مسائل و عدم رعایت اصول اخلاقی از سوی آنها می‌تواند مشروعیت سازمان و فعالیت‌های آن را زیر سؤال ببرد و در نتیجه سود و موفقیت سازمانی را نیز تحت تأثیر قرار دهد.

از طرف دیگر، یکی از مراحل بسیار مهم مدیریت و برنامه ریزی استراتژیک در هر سازمانی بررسی محیط بیرونی سازمان و پارامترهای بیرونی است که خواه ناخواه بر سازمان، تأثیر گذارند. سازمان‌ها درخلاء زندگی نمی‌کنند و ارتباط آن‌ها با دنیای بیرون است که به آن‌ها موجودیت و هویت می‌دهد. این دنیای بیرون را می‌توان کشور، جامعه و فرهنگ آن، دولت و قوانین آن، مشتریان و خواسته‌ها، نیازها و سلاطین آن‌ها، تأمین کنندگان، رقبا، کشورهای دیگر، شرکتهای بین‌المللی، چندملیتی و غیره دانست. عوامل محیطی خارجی، شامل عواملی است که بر عملکرد سازمان تأثیر دارند، اما تحت کنترل نیستند به عنوان مثال

تورم از این دسته عوامل است. این عوامل بر فعالیت‌های سازمان تاثیر دارند، اما سازمان نمی‌تواند از طریق تصمیم‌گیری‌های خود، این عوامل را تغییر داده و روند آن‌ها را کنترل کند. بنابراین، لازم است که این عوامل توسط مدیران مربوطه دائم بررسی شوند تا جنبه‌های مثبت و منفی آنها و میزان تاثیرپذیری بر فعالیت‌های سازمان مشخص شود. در نتیجه عوامل محیطی باید بررسی و ارزیابی شده و در اختیار مدیران قرار بگیرد. همچنین بررسی محیطی ابزاری است که سازمان از آن برای جلوگیری از شوک‌های استراتژیک و تضمین بقاء بهره می‌برد و تحقیقات نشان داده است که بین بررسی محیطی و سود سازمان رابطه مستقیمی وجود دارد. در بررسی عوامل خارجی فرصت‌ها و تهدیدهای پیش روی شرکت‌ها شناسایی می‌شوند تا مدیران بتوانند با تدوین استراتژی‌های مناسب از فرصت‌ها بهره‌برداری نمایند و اثرات عوامل تهدیدکننده را کاهش دهند یا از آن‌ها پرهیز نمایند. در پایان پیشنهادات زیر به سازمان‌ها و شرکت‌های ایرانی ارائه می‌گردد:

از آنجا که کارکنان و نیروی انسانی، سرمایه‌های اصلی در هر سازمانی هستند، توجه به ویژگی‌های اخلاقی آنها، نیازها و ضرورت‌های زندگی کاری و اجتماعی آنها باید از دغدغه‌های اصلی مسئولان باشد؛ زیرا با توجه به اهمیت نقش آنها در پیشبرد اهداف و عملکردهای سازمان و تأثیری که عملکرد آنان بر عرضه خدمات و پاسخگویی به انتظارات می‌گذارد، چشم پوشی از این امر غیرقابل اجتناب و در واقع، نوعی سهل‌انگاری است.

در سازمانها و شرکت‌های ایرانی برای استقرار اصول اخلاقی اسلامی و روابط انسانی باید از رویکردهای مختلفی استفاده شود، مانند آموزش اصول اخلاقی، ایجاد کمیته‌های اخلاقی در بانک، تدوین ضوابط اخلاقی و... تا کارکنان با همکاران خود روابط دوستانه داشته باشند، در کارشان خوش برخورد و روراست باشند و مراعات همدیگر را بکنند.

پیشنهاد می‌شود که همواره فرهنگ کار گروهی و همکاری کردن در بین کارکنان نهادینه شود و همچنین کارکنان تشویق به تلاش مداوم برای تحقق آرمان‌ها و پایبندی به ارزش‌های اسلامی در محیط کار شوند.

فهرست منابع

۱. امیرخانی، امیرحسین و سبحانی‌مهر، منظر. (۱۳۹۵). کتاب اخلاق در سازمان‌ها. ناشر: جهاد دانشگاهی، واحد اصفهان.
۲. بهاری‌فر، علی و جواهری کامل، مهدی. (۱۳۹۸). «بررسی پیامدهای ارزش‌های اخلاقی (با مطالعه عدالت سازمانی، تعهد سازمانی، و رفتار شهروندی سازمانی)». دو ماهنامه علمی - ترویجی توسعه انسانی پلیس، ۷ (۲۸)، صص ۹۵ - ۱۱۸.
۳. توانا، شهرام و خلیلی خمیران، مهدی. (۱۴۰۰). نقش اخلاق بازاریابی اسلامی در تاثیر اخلاق کار اسلامی بر عملکرد سازمان (مورد مطالعه: سازمان شهرداری). فصلنامه مطالعات نوین کاربردی در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، دوره: ۴، شماره: ۱.
۴. رحمانی، کمال الدین؛ یادگاری، رضا و مدرس خیابانی، فرزین. (۱۳۹۷). بررسی رابطه اخلاق کار اسلامی با تعهد سازمانی کارکنان و تاثیر آن بر ابعاد عملکردی خوشه‌های صنعتی (مطالعه موردی: خوشه صنعتی نفت، گاز و پتروشیمی استان مرکزی). فصلنامه پژوهش‌های اخلاقی، دوره: ۹، شماره: ۳۴.
۵. صاحبی، وحید. (۱۳۹۷). فلسفه اخلاق حرفه‌ای در سازمان و مدیریت (مورد مطالعه ایران). پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علم و صنعت ایران، تهران.
۶. عاملی، منیژه. (۱۳۹۸). معناشناسی اخلاق و علم اخلاق. چهارمین همایش ملی اخلاق و آداب زندگی، زنجان.

۷. قریشی، ماریه. (۱۳۹۶). بررسی وضعیت موجود مولفه‌های اخلاق اسلامی در حوزه‌ی فرماندهی نیروهای مسلح جمهوری اسلامی ایران و ارایه راهکارهایی به منظور بهبود و توسعه آنها. فصلنامه مطالعات منابع انسانی، دوره: ۷، شماره: ۲۵.
۸. کریمزاده باردی، سمیه؛ مهدیان، مریم و بنی‌طالبی دهکردی، بهاره. (۱۳۹۷). نقش اخلاق در ارزش‌آفرینی حسابداری. پنجمین کنفرانس ملی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت و حسابداری، تهران.
۹. گرنامه بهابادی، امیرحسین. (۱۴۰۰). نقش اخلاق در حسابداری. ششمین کنفرانس مطالعات مدیریت اقتصاد و حسابداری صنعت محور، تهران.
۱۰. محمدی، تقی؛ بهلولی، نادر، بیکزاد، جعفر و رحیمی، غلامرضا. (۱۴۰۰). تدوین الگوی مدیریت جامع عملکرد بر اساس رویکرد اخلاق‌مداری در سازمان‌های دولتی. اخلاق در علوم و فناوری. ۱۴۰۰؛ ۱۶ (۲): ۱۴۸-۱۵۵.
۱۱. محمودزاده سیستانی، سیده سمانه و واثق، محمد. (۱۴۰۰). بررسی تاثیر اخلاق حرفه‌ای برمدیریت عملکرد کارکنان رسمی سازمان مرکزی دانشگاه علوم پزشکی مشهد.
۱۲. نکویی، صدیقه. (۱۳۹۹). نگرشی بر رعایت اخلاق اسلامی در مدیریت سازمان. سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، تجارت جهانی، اقتصاد، دارایی و علوم اجتماعی، تهران.
13. Beekun. Rafik., I. & Badawi. Jamal, A. (2005). Balancing Ethical Responsibility among Multiple Organizational Stakeholders: The Islamic Perspective. *Journal of Business Ethics*. 6:131-145, DOI 10, 1007/s10551-004-8204-5.
14. Bohlala, H. (2022). The Role of External Auditor in Enhance Trust in the Accounting Profession (Doctoral dissertation, Alliant International University).
15. Carlson, K., & Bathola, S., (2018). The Influence of organizational ethics on job attitudes and government performance. PhD. Thesis on Philosophy, Faculty of the USC graduate school University of Southern California. 143 pages.
16. Hoekstra, A., & Kaptein, M. (2020). Ethics management: A pluralistic and dynamic perspective. *Global Corruption and Ethics Management: Translating Theory into Action*. MD: Rowman & Littlefield Publishers, 109-118.
17. Lucas Jr, G & Santos. (2019). *Ethics and Military Strategy in the 21st Century: Moving Beyond Clausewitz*. Routledge.
18. Subbian, V., Solomonides, A., Clarkson, M., Rahimzadeh, V. N., Petersen, C., Schreiber, R.,... & Senathirajah, Y. (2021). Ethics and informatics in the age of COVID-19: challenges and recommendations for public health organization and public policy. *Journal of the American Medical Informatics Association*, 28(1), 184-189.