



جمهوری اسلامی ایران
ریاست جمهوری

معاونت توسعه مدیریت و سرمایه انسانی رئیس جمهور
مرکز آموزش مدیریت دولتی

درسنامه آموزشی

اخلاق حرفه‌ای کارکنان اران اسلامی

مبثنی بر آموزه‌های اسلامی در نظام اداری

(از مجموعه دوره‌های آموزشی بدو خدمت، موضوع بخشنامه شماره ۲۰۰/۲۶۶۸۰ مورخ ۱۳۹۰/۱۰/۲۰)

دفتر برنامه ریزی و توسعه آموزش

ویرایش اول - بهار ۱۳۹۱

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فهرست مطالب

۷	پیشگفتار
۸	مقدمه
۹	فصل اول: اخلاق، اخلاق حرفه‌ای و اخلاق اداری
۱۰	۱. اخلاق چیست؟
۱۰	۱-۱. رفتار ارتباطی پایدار
۱۱	۲-۱. اقسام رفتار ارتباطی
۱۲	۳-۱. تقسیم ارزشی رفتار ارتباطی
۱۳	۴-۱. اخلاق نظری و اخلاق کاربردی
۱۴	۵-۱. انقلاب کپرنیکی در اخلاق
۱۵	۶-۱. دیدگاه‌های مختلف در خصوص اهمیت اخلاق
۱۶	۷-۱. اخلاق در آموزه‌های دین مبین اسلام
۱۹	۲. مفهوم اخلاق حرفه‌ای
۲۰	۱-۲. ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای
۲۱	۲-۲. هویت معرفتی اخلاق حرفه‌ای
۲۱	۳-۲. اخلاق حرفه‌ای دانش هشت ضلعی
۲۵	۴-۲. آرمان اخلاق حرفه‌ای
۲۹	۵-۲. رویکرد تحلیل مفهومی به حرفه
۲۹	۶-۲. تحلیل اخلاق حرفه‌ای
۳۰	۷-۲. توقع حرفه از اخلاق
۳۱	۸-۲. مشکلات و موانع اخلاق حرفه‌ای
۳۴	۳. مفهوم اخلاق اداری
۳۵	۱-۳. مدل مفهومی عوامل تأثیرگذار بر رفتار اخلاقی کارکنان
۳۵	۲-۳. فاکتورهای اثرگذار بر رفتار اخلاقی
۳۷	۳-۳. ابعاد نیاز سازمان به اخلاق
۴۰	۴-۳. بهبود رفتار اخلاقی
۴۱	۵-۳. وظایف مدیران در اخلاقی کردن سازمان
۴۱	۶-۳. نظام‌های اخلاقی عمده
۴۲	۷-۳. اهمیت استانداردها و خط‌مشی‌های اخلاقی
۴۲	۸-۳. فرهنگ سازمانی چیست؟
۴۳	۹-۳. ایجاد یک فرهنگ اخلاقی سازمانی
۴۵	فصل دوم: جایگاه کار در اسلام
۴۶	۱. کار و جایگاه آن در تمدن بشری
۴۶	۱-۱. مفهوم کار و فرهنگ کار

۴۶	۲-۱. عوامل مؤثر بر ارتقای فرهنگ کار
۴۸	۲. اهمیت کار در سیره پیامبران
۴۸	۳. معیارهای کار شایسته از دیدگاه اسلام
۴۹	۴. دیدگاه اسلام در مورد کار
۴۹	۴-۱. تأکیدات اسلام در مقوله کار و تلاش
۵۰	۴-۲. اثرات و نتایج کار از دیدگاه اسلام
۵۱	۴-۳. جایگاه کار و تلاش در اسلام
۵۲	۵. اخلاق کار
۵۲	۵-۱. عوامل روان‌شناختی مرتبط با اخلاق کار
۵۳	۶. وظایف کارمند در ارتباط با دیگران (همکاران، زیردست، مردم و ...)
۵۳	۶-۱. تعریف واژه کارمند و وظایف آن
۵۳	۶-۲. وظایف کارمند نسبت به خود
۵۴	۶-۳. وظایف کارمند در برابر همکاران
۵۷	۶-۴. وظایف کارمند نسبت به زیر دست
۶۰	۶-۵. وظایف کارمند در مقابل مردم
۶۲	۷. شهروندمداری و تکریم ارباب‌رجوع
۶۳	۷-۱. ضرورت و اهمیت توجه به رضایت‌مندی مراجعان در سازمان‌های امروزی
۶۴	۷-۲. انواع مراجعان (مشتری‌ها)
۶۵	۷-۳. شاخص‌های رضایت‌مندی مراجعان در بخش عمومی
۶۶	۷-۴. راه‌های جلب رضایت‌مندی مراجعان
۶۷	۷-۵. ارکان دولت شهروندمدار
۶۷	۷-۶. نارسایی‌های نظام شهروندمداری
۶۷	۷-۷. مفهوم تکریم و ارکان آن
۶۸	۷-۸. مبانی و الزامات تکریم مردم در نظام اداری
۶۸	۷-۹. اجزای مستندسازی فرایندها
۶۹	۷-۱۰. اطلاع‌رسانی از نحوه ارائه خدمات به مردم
۶۹	۷-۱۱. منشور اخلاقی و اداری کارمندان دولت
۷۱	۷-۱۲. بهبود و اصلاح روش‌های ارائه خدمت به مردم
۷۲	۷-۱۳. نظرسنجی از مراجعان دستگاه‌های دولتی
۷۳	۷-۱۴. نظارت بر حسن رفتار کارکنان دستگاه اجرایی با مردم
۷۳	۷-۱۵. برنامه‌های اجرایی برای خدمات‌رسانی به مردم و تکریم ارباب‌رجوع
۷۵	فصل سوم: ارزش‌ها و مسئولیت‌های اخلاقی مدیران و کارمندان
۷۶	۱. تحلیل مسئولیت‌پذیری
۷۷	۲. مسئولیت‌های پنج‌گانه
۷۷	۲-۱. مسئولیت حرفه‌ای

۷۷ ۲-۲. مسئولیت حقوقی
۷۷ ۳-۲. مسئولیت حقوقی مدنی
۷۷ ۴-۲. مسئولیت شرعی
۷۸ ۵-۲. مسئولیت اخلاقی
۷۸ ۳. تمایز مسئولیت‌ها
۷۹ ۴. عرصه‌های مسئولیت‌پذیری
۷۹ ۱-۴. مسئولیت فرد در حریم خصوصی
۸۱ ۲-۴. اخلاق در حریم خانواده
۸۱ ۳-۴. اخلاق در حریم شغلی
۸۲ ۴-۴. اخلاق در حریم سازمان
۸۲ ۵-۴. اخلاق در حریم اجتماع
۸۲ ۶-۴. اخلاق محیط زیست
۸۳ ۷-۴. اخلاق در حریم الهی
۸۴ فصل چهارم: صفات اخلاقی کارمندان
۸۵ ۱. اخلاق حرفه‌ای کارگزاران بخش عمومی از نگاه اسلام
۸۵ ۱-۱. اخلاق فردی کارگزاران
۸۸ ۲-۱. سلوک (اخلاق) اجتماعی کارگزاران
۹۱ فصل پنجم: رعایت اخلاق حرفه‌ای در نظام اداری و ارتباط آن با بهره‌وری
۹۲ ۱. تعریف و مفهوم بهره‌وری
۹۳ ۲. بهره‌وری و کیفیت زندگی کاری
۹۳ ۳. وجدان کار، فرهنگ کار و انضباط در کار
۹۴ ۴. سطوح بهره‌وری
۹۴ ۱-۴. بهره‌وری فردی
۹۴ ۲-۴. بهره‌وری در خانه
۹۴ ۳-۴. بهره‌وری در سازمان
۹۵ ۴-۴. بهره‌وری در سطح ملی
۹۵ ۵. راهکارهای افزایش بهره‌وری در سازمان‌ها
۹۵ ۶. شاخص‌های بهره‌وری
۹۶ ۷. ویژگی‌های شاخص خوب بهره‌وری
۹۶ ۸. شاخص‌های ارزیابی عملکرد سازمان‌ها
۹۷ ۹. عوامل مؤثر بر بهره‌وری نیروی انسانی
۹۸ ۱-۹. تعلیم و تربیت
۹۸ ۲-۹. آموزش
۹۹ ۳-۹. فناوری
۹۹ ۴-۹. مشارکت و همکاری

- ۹-۵. انگیزش ۹۹
- ۹-۶. فرهنگ سازمانی ۱۰۰
- ۱۰-۱. اخلاق اداری و تأثیر آن در بهره‌وری سازمان ۱۰۱
- ۱۰-۱. از مسئولیت‌پذیری تا قانونمندی ۱۰۱
- ۱۰-۲. نقش راهبردی اخلاق حرفه‌ای در موفقیت سازمان ۱۰۲
- ۱۰-۳. آثار فراسازمانی اخلاق حرفه‌ای ۱۰۴



پیشگفتار

در اجرای ماده ۵۸ قانون مدیریت خدمات کشوری و ماده ۲ آیین‌نامه اجرائی فصل نهم قانون مذکور^۱، «نظام آموزش کارمندان دستگاه‌های اجرائی» توسط معاونت توسعه مدیریت و سرمایه انسانی رئیس‌جمهور به دستگاه‌های مشمول قانون مذکور ابلاغ شد^۲. براساس ماده ۵ نظام مذکور، «آموزش‌های توجیهی و تصدی شغل بدو خدمت» در زمره یکی از انواع مهم آموزش‌ها قرار دارد. این آموزش‌ها شامل دوره‌هایی است که با دو هدف «آشنا ساختن کارمندان جدیدالاستخدام با اهداف و وظایف دستگاه اجرائی محل خدمت آنها، قوانین و مقررات استخدامی، کلیات قانون مدیریت خدمات کشوری، حقوق فردی و شغلی، محیط کار، قانون اساسی نظام جمهوری اسلامی ایران و نظام اداری» و «ایجاد توانایی‌های شغلی (دانش، مهارت و نگرش) مورد نیاز برای تصدی شغل توسط کارمندان جدیدالاستخدام (رسمی، پیمانی و قراردادی) در بدو ورود به خدمت» طراحی و اجرا می‌شود.

محتوای دوره‌ها نیز شامل مباحث مربوط به آگاهی‌های عمومی در زمینه نظام جمهوری اسلامی ایران، قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، تشکیلات دولت، نظام اداری و اصول، راهبردها و اهداف حاکم بر آن، قوانین و مقررات استخدامی، آشنایی با قانون مدیریت خدمات کشوری، آشنایی با برنامه‌های توسعه و اصول و سیاست‌های حاکم بر آن، آشنایی با وظایف، مسئولیت‌ها، حقوق و محیطی که کارمند قرار است در آن مشغول به کار شود، اخلاق کارگزاری و روابط انسانی در محیط کار و دانش، مهارت و نگرش تخصصی مورد نیاز انجام وظایف شغلی در بدو ورود به خدمت است.

برای بالا بردن سطح آگاهی‌های عمومی کارمندان و پایه‌گذاری ارتباط سالم کارمند با نظام اداری و دستگاه محل خدمت، عناوین و طرح درس‌های دوره‌های آموزشی بدو خدمت طراحی و طی بخشنامه شماره ۲۰۰/۲۶۶۸۰ مورخ ۱۳۹۰/۱۰/۲۰ ابلاغ شده است.

این درس‌نامه، منبع آموزشی یکی از دوره‌های یادشده با عنوان «اخلاق حرفه‌ای کارگزاران اسلامی مبتنی بر آموزه‌های اسلامی در نظام اداری» است که براساس سرفصل‌های دوره و برای بهره‌برداری فراگیران، به همت دفتر برنامه‌ریزی و توسعه آموزش مرکز تدوین شده است.

در این راستا لازم است مراتب سپاس و امتنان خود را از سرکار خانم‌ها ایران رادمش و لیلا مهربانی و جناب آقای احمد ذاقلی در سامان‌دهی، تدوین و تنظیم و جناب آقای ابراهیم همتی در ویراستاری مجموعه، اعلام کنیم.

با توجه به ضرورت بازنگری و انجام اصلاحات برای رفع اشکالات و رسیدن به مرحله کمال مطلوب، از همه استادان، صاحب‌نظران و فراگیران محترم تقاضا می‌شود با همکاری، راهنمایی و ارائه پیشنهادها و دیدگاه‌های اصلاحی، ما را در امر اصلاح این درس‌نامه و تدوین دیگر آثار مورد نیاز کارمندان دولت یاری کنند.

مرکز آموزش مدیریت دولتی

۱. تصویب‌نامه شماره ۲۵۷۹/ت/۴۳۹۱۶ ک مورخ ۱۳۸۹/۱/۱۰.

۲. بخشنامه شماره ۲۰۰/۱۸۳۴ مورخ ۱۳۹۰/۱/۳۰.

مقدمه

اخلاق را مجموعه‌ای از صفات روحی و باطنی انسان تعریف کرده‌اند که به صورت اعمال و رفتاری که از خلیات درونی انسان ناشی می‌شود و بروز ظاهری پیدا می‌کند. بدین سبب گفته می‌شود که اخلاق را از طریق آثارش می‌توان تعریف کرد. استمرار یک نوع رفتار خاص، دلیل بر آن است که این رفتار یک ریشه درونی و باطنی در عمق جان و روح فرد یافته است که آن ریشه را خلق و اخلاق می‌نامند.

عموماً دامنه اخلاق را در حد رفتارهای فردی تلقی می‌کنند اما رفتارهای فردی وقتی که در سطح جامعه یا نهادهای اجتماعی تسری پیدا می‌کند و شیوع می‌یابد، به نوعی اخلاق جمعی یا اجتماعی بدل می‌شود که در فرهنگ آن جامعه ریشه می‌دواند و خود نوعی وجه غالب می‌یابد که جامعه را با آن می‌توان شناخت.

با پیچیده شدن سازمان‌ها، مدیریت بر آنها نیز پیچیده می‌شود. رفتار سازمانی یکی از این پیچیدگی‌هاست. 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 حاصل جمع ارزش‌های گوناگون اخلاقی است که در آن سازمان‌ها ظهور و بروز یافته است. اخلاق حرفه‌ای محتاج یک نظام اخلاقی است. در جهان، نظام‌های اخلاقی مختلف وجود دارد. برخی از نظام‌های اخلاقی فارغ از دین و برخی دیگر، مبتنی بر وحی و تعالیم دینی هستند. از طرفی، فرهنگ وابسته بودن اخلاق حرفه‌ای اقتضا می‌کند که نظام اخلاقی در فرهنگ اسلامی، صبغه اسلامی داشته باشد و از طرف دیگر، اسلام دینی است که یکی از رسالت‌های مهم خود را اخلاق می‌داند و پیامبر گرامی اسلام (ص) می‌فرمایند: «انی بعثت لائم مکارم الاخلاق».

مدیران و کارگزاران سازمان‌ها برای انجام امور سازمانی خود، علاوه بر معیارهای سازمانی و قانونی، به مجموعه‌ای از رهنمودهای اخلاقی و ارزشی نیاز دارند که آنان را در رفتارها و اعمال اداری و سازمانی‌شان یاری دهد و در حرکت به سوی شیوه مطلوب جمعی و عمومی، نوعی وحدت رویه برایشان میسر سازد. پژوهشگران اخلاقیات کسب و کار نیز برای کمک به کارمندان در گرفتن تصمیم‌های اخلاقی مناسب‌تر، اغلب بهسازی و گسترش خط‌مشی‌های رسمی اخلاقیات را توصیه می‌کنند. به طور کل، اصول رفتار اداری اسلامی بر موضوعاتی چون: نقش خدمت و جهت‌گیری به سمت در نظر گرفتن خدمت به عنوان یک موهبت الهی، تحریم استبداد و توجه به مشارکت، حکومت قانون و برابری تمام افراد در برابر آن، سهولت دسترسی به مأموران، شایسته‌سالاری و شایسته‌گزینی، رسیدگی به شکایات مردم از کارگزاران دولت، نیاز به یک نظام نظارتی قابل اعتماد، محکومیت صریح و بی‌چون و چرای سوءاستفاده‌کنندگان از قدرت و موقعیت، اجتناب از قوم و خویش‌پروری و رفیق‌بازی، انتخاب شخص مناسب برای شغل مناسب، مشاهده طرز کار کارکنان، توجه به سوابق کارمند و طرز عمل قبلی او، اجتناب از تمرکز بی‌اندازه قدرت، اجتناب از به تعویق انداختن امور و رعایت مدیریت زمان، توجه به روابط انسانی، ایجاد موازنه در ارائه خدمات عمومی و ... تأکید دارد.

فصل اول: اخلاق، اخلاق حرفه‌ای و اخلاق اداری

هدف کلی:

آشنایی و افزایش دانش فراگیران در زمینه مبانی و مفاهیم اخلاق، اخلاق حرفه‌ای و اخلاق اداری

اهداف رفتاری:

پس از مطالعه این فصل از فراگیران انتظار می‌رود:

۱. مفهوم اخلاق را تعریف کنند.
۲. دیدگاه‌های مختلف در خصوص اهمیت اخلاق را بیان کنند.
۳. جایگاه اخلاق را در آموزه‌های اسلام شرح دهند.
۴. ویژگی‌ها و هویت اخلاق حرفه‌ای را توضیح دهند.
۵. آرمان‌های اخلاق حرفه‌ای را تحلیل کنند.
۶. نقش راهبردی اخلاق حرفه‌ای در موفقیت سازمان را تبیین کنند.
۷. عوامل اثرگذار بر رفتار اخلاقی را شرح دهند.

۱. اخلاق چیست؟

واژه اخلاق همانند دو واژه moral و Ethics دو کاربرد متمایز دارد: گاهی اخلاق به معنای خلق و خوی، رفتار عادت‌شده و مزاج به کار می‌رود. همان‌گونه که دو واژه انگلیسی یادشده، گاهی به معنای عادت^۱ به کار می‌رود. معنای دیگر این واژه‌ها دانشی است که از حُسن، قُبْح، خوبی و بدی رفتار بحث می‌کند. اخلاق حرفه‌ای نیز به دو معنا اطلاق می‌شود: خلق و خوی حرفه‌ای و دانشی که از مسائل اخلاق حرفه‌ای در کسب و کار بحث می‌کند.

ما انسان‌ها، رفتار و حرکات گوناگونی انجام می‌دهیم: از تنفس تا نوشتن کتاب و اداره کردن کارخانه. برخی از این رفتارها را چنان به خود نسبت می‌دهیم که مسئولیت آنها را می‌پذیریم و آثار مفید آنها، ما را خشنود می‌سازد و از آثار زیانبارشان ناخرسند، شرمنده و پشیمان می‌شویم. خرسندی و ناخرسندی، پشیمانی و ندامت، شرمندگی، تحسین و تقیح، ستایش و سرزنش، عتاب و عقاب، همه نشان آن هستند که ما به اختیار خویش تصمیم گرفته‌ایم و با پذیرفتن مسئولیت آن، اقدام کرده‌ایم.

یکی از مهم‌ترین تفاوت‌های میان انسان و دیگر موجودات، همین مسئولیت‌پذیری و رفتار اخلاقی است. انسان موجودی خودآگاه، مختار و مسئول است. فضیلت و رذیلت، سعادت و شقاوت همه به مسئولیت‌پذیری آدمی برمی‌گردد.

انسان به دلیل خودآگاهی و اختیار مسئول است و نسبت به افعال اختیاری خویش مستحق سرزنش یا ستایش است. مسئولیت‌پذیری آدمی نوعی الزام و تعهدآور است؛ تعهدی که منافات با اختیار و تصمیم‌آدمی ندارد. این الزامات گاهی صورت مکتوب و مدون پیدا می‌کند و به تصویب رسمی می‌رسد، به گونه‌ای که در این تصویب سرپیچی از آن، جرم، بزهکاری و خلاف تلقی می‌شود و برای سرپیچی‌کننده متناسب با نوع الزام و تعهد، مجازات و عقوبتی پیش‌بینی می‌شود. چنین مسئولیت‌هایی را غالباً مسئولیت حقوقی و کیفری می‌نامیم.

گاهی الزامات، به طور کامل و به زبان دقیق، تدوین نشده‌اند و یا برای سرپیچی‌کننده عقوبت‌های معینی تصویب نشده است و از این رو متخلف، پیگرد قانونی نمی‌شود. اگرچه نوع عقوبت تعیین نشده است، همه به مدد وجدان فردی درمی‌یابیم که چنین نباید کرد، حتی اگر به دلیل منافع زودگذر مرتکب چنان عملی شده باشیم؛ چنین احساس و موضعی، موضع اخلاقی است. اخلاق را به صورت‌های مختلف تعریف کرده‌اند: آنچه در این مجموعه مبنای مباحث اخلاق حرفه‌ای قرار می‌گیرد تعریف زیر است:

«الگوی رفتار ارتباطی درون شخصی و برون شخصی مبتنی بر رعایت حقوق طرف ارتباط»

۱-۱. رفتار ارتباطی پایدار

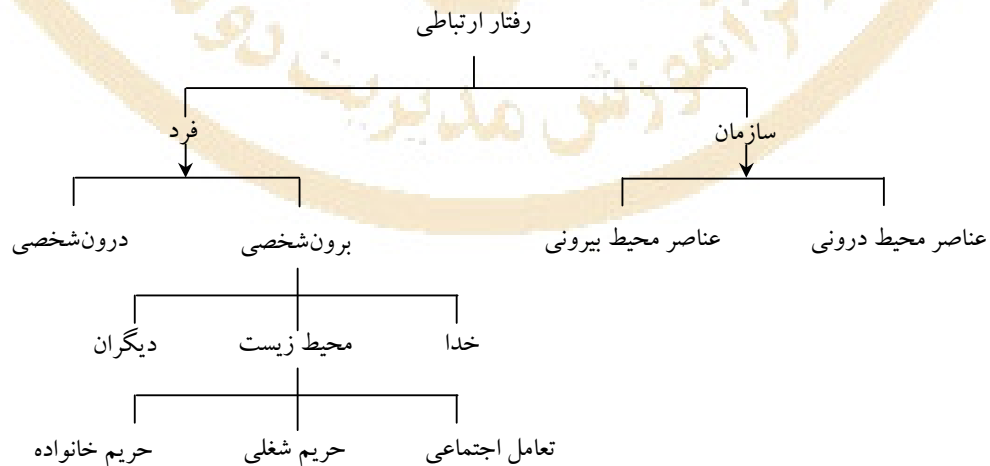
وقتی از اخلاقی بودن و فضیلت‌ها و نیز ضد اخلاقی بودن و رذیلت‌ها به منزله اوصاف سخن می‌گوییم، در واقع به توصیف رفتارهای بشری می‌پردازیم و رفتارهای آدمی را اخلاقی یا غیراخلاقی می‌انگاریم. بنابراین، درباره ارزش اشیا و موجودات، به خودی خود، داوری اخلاقی نمی‌شود. حتی اخلاقی دانستن آدمیان به اعتبار رفتار اخلاقی آنان است. «سخی» کسی است که متصف به رفتار سخاوتمندانه می‌شود. هر رفتاری نیز متصف به اخلاق نمی‌شود. برای مثال، رفتارهای غیرارادی ما موضوع اخلاق نیست بلکه موضوع اخلاق در واقع، رفتارهای ارتباطی ماست، اعم از رفتارهای ارتباطی درون شخصی و برون شخصی.

رفتار ارتباطی، نسبت بین دو امر، یعنی الف و ب، است. الف رفتار ارتباطی با ب دارد. رفتارهای ارتباطی از حیث ارتباط با شخصیت صاحب رفتار (الف) بر دو گونه‌اند: رفتارهای اتفاقی که نادرند؛ و رفتارهای پایدار که در اثر فراوانی و دوام در شخص نهادینه و بخشی از شخصیت او می‌شود. عالمان اخلاق چنین رفتارهایی را خُلق و خوی و روان‌شناسان آنها را الگوهای رفتاری می‌نامند. ملاک اتصاف افراد به فضیلت و رذیلت، رفتارهای پایدار و خُلق و خوی آنان است. پرخاشگر، کسی است که الگوی رفتار ارتباطی وی پرخاشگری است، هر چند که در مواردی پرخاشگری نداشته باشد. کسی را که در شرایط خاصی با تکلف و خودخوری در امور خیریه مال، بذل می‌کند سخی نمی‌نامند زیرا سخی کسی است که سخاوت الگوی رفتاری او باشد به گونه‌ای که به سهولت در موارد لازم دست به سخاوت بگشاید، اگرچه بذل مال در امور خیریه، رفتاری نیکوست. تحلیل واژه اخلاق که جمع خُلق است، توجه به پایدار بودن رفتار را نشان می‌دهد.

۱-۲. اقسام رفتار ارتباطی

رفتار ارتباطی از حیث دو طرف آن (الف و ب)، به صورت‌های مختلف تقسیم‌شدنی است: الف، یعنی موجودی که رفتار از او سر می‌زند، بر دو قسم است: فرد، یعنی شخصیت حقیقی؛ و سازمان به عنوان شخصیت حقوقی. قسم اول بر حسب طرف رفتار (ب) بر دو قسم است زیرا رفتار ارتباطی فرد یا درون شخصی است یا برون شخصی. الگوی رفتار ارتباطی فرد با خود به قسم اول می‌شود: خودشناسی، خودفراموشی، خودستایی، عُجب، حفظ عزت نفس، خود مشت‌مالی (خود انتقادی)، خود افشاگری، دروغ به خود، خودفریبی که نمونه‌هایی فراوان از رفتار ارتباطی درون شخصی‌اند.

مراد از رفتار ارتباطی برون شخصی، رفتار فرد با دیگران است. رفتار ارتباطی برون شخصی خود بر سه قسم عمده است: رفتار ارتباطی با دیگران که آن را ارتباط بین شخصی می‌نامیم؛ و رفتار ارتباطی با محیط زیست حیوانی و طبیعی؛ و رفتار ارتباطی با خدا. هر چهار قسم (رفتار ارتباطی درون شخصی، بین شخصی، ارتباط با طبیعت و خدا) بر حسب محیطی که فرد زندگی می‌کند، تنوع می‌یابد: زندگی شخصی و زندگی شغلی دو محیط عمده‌اند که در آنها رفتار ارتباطی با افراد برقرار می‌کنیم. همین تقسیم‌بندی را در رفتار ارتباطی سازمان می‌توان ملاحظه کرد زیرا مراد از رفتار ارتباطی سازمان، عملکرد و تعامل آن با محیط داخلی و خارجی است: عملکرد درون‌سازمانی و عملکرد برون‌سازمانی.



نمایه ۱. تنوع رفتار ارتباطی انسان

توجه به تنوع رفتار ارتباطی در شناخت و تمایز انواع مسئولیت‌های اخلاقی اهمیت دارد. این تنوع تابع سه موضوع است: یک، عامل رفتار ارتباطی که حداقل بر دو گونه است: شخصیت حقیقی و شخصیت حقوقی؛ دو، طرف ارتباط که در قسم نخست بر چهار گونه: خدا، خود، دیگر انسان‌ها، محیط زیست طبیعی و حیوانی تقسیم می‌شود و در قسم دوم، طرف ارتباط یا محیط درونی سازمان است و یا محیط بیرون آن. سه، محیط ارتباط. گاهی محیط ارتباط حریم خصوصی است. فرد در حریم شخصی خود رفتاری با خود دارد (رفتار ارتباطی درون‌شخصی) گاهی محیط ارتباط حریم خانواده است. فرد با اعضای خانواده رفتار می‌کند (رفتار ارتباطی خانواده) و گاهی محیط ارتباط تعامل اجتماعی است (رفتار ارتباطی اجتماعی) و گاهی رفتار ارتباطی در حریم شخصی است. این سه محیط به ترتیب اخلاق خانواده، اخلاق اجتماعی (مدنی) و اخلاق مشاغل را به وجود می‌آورند.

۱-۳. تقسیم ارزشی رفتار ارتباطی

رفتارهای ارتباطی به خوب و بد متصف می‌شود؛ یعنی آنها یا اخلاقی و فضیلت‌آمیزند و یا غیراخلاقی و رذیلت‌آمیز. خودانتقادی، ایثار و فداکاری، صداقت، حمایت معنوی از کارکنان، جبران خسارت نمونه‌هایی از رفتارهای اخلاقی‌اند و عجب و خودفریبی، غیبت، حسد، اختلاس، رانت‌خواری و ارتشاء، مصادیقی از رفتارهای غیراخلاقی‌اند. ملاک تمایز این دو گونه رفتار چیست؟ با چه ملاکی می‌توان رفتار معینی در کسب و کار را اخلاقی یا غیراخلاقی دانست؟ این سؤال در مقام ارزشگذاری تصمیم‌سازی‌های فردی و سازمانی در کسب و کار اهمیت فراوانی دارد. با چه ملاکی می‌توان از اخلاقی بودن یک تصمیم و یا یک عملکرد مطمئن بود؟

اگر در پاسخ به مفاهیمی چون خوب، شایسته و مناسب تمسک کنیم، به علت سنجش‌ناپذیری این مفاهیم، سؤال از ملاک تمایز تکرار خواهد شد. یعنی ناچار باید پرسیم که رفتار خوب یا شایسته و مناسب چیست و ملاک شایستگی رفتار کدام است؟ و اگر در پاسخ، مفاهیمی چون: هنجارهای اجتماعی، عرف، آداب و رسوم را به میان آوریم، ترازویی وابسته به گروه، غیر جهان‌شمول، سیال و نسبی ارائه کرده‌ایم که مسلماً در کسب و کار، در مفهوم جهانی آن کاربرد ندارد. همچنین نباید اخلاق را به آداب و رسوم، حواله داد زیرا اخلاق مفهومی ژرف‌تر از رسوم گروه وابسته دارد و مفهوم رفتار اخلاقی بسی ژرف‌تر از آداب و هنجارهاست. همچنین برخی از هنجارهای اجتماعی ممکن است غیراخلاقی باشند. در جامعه‌ای که پرکاری، هنجار نیست و فرد سخت‌کوش را به حیوان تشبیه می‌کنند و کم‌کاری را نوعی زیرکی می‌دانند، هنجار اجتماعی، مخالف اخلاق کار است.

یکی از روش‌های سودمند در جستجو از ملاک تمایز رفتارهای اخلاقی از عملکرد غیراخلاقی، توجه به تحلیل نسبتی است که در رفتار ارتباطی وجود دارد: الف ← ب

الف، در رفتار ارتباطی خود با، ب، اعم از اینکه «ب» همان «الف» باشد (رفتار ارتباطی درون‌شخصی) یا نه، نسبت به حقوق «ب» چه وضعی دارد؟ یا به آن حقوق، تعدی و تجاوز می‌کند و حقوق طرف مقابل را تضییع می‌کند و یا پای‌بند به رعایت حقوق اوست. رفتارهایی که موجب تضییع حقوق طرف مقابل می‌شوند غیراخلاقی‌اند. منظور از طرف مقابل، مورد تعامل الف است و از این رو ممکن است الف با خود تعامل غیراخلاقی داشته باشد و ممکن است با دیگران چنین رفتاری را انجام دهد.

رفتاری که آن را تملق و چاپلوسی می‌خوانیم، نوعی رفتار ارتباطی الف با ب است. الف، در مقام چاپلوسی در این رفتار ارتباطی، هم با خود در تعامل است و هم با دیگری یعنی ب (فردی که او را تملق می‌کند) و در این رفتار ارتباطی هم حقوق خود، مانند عزت نفس، و هم حقوق فرد مقابل را تضییع می‌کند. دروغ به خود، رفتار ارتباطی درون‌شخصی غیراخلاقی است

زیرا تضييع حقوق خود است و خودشناسی رفتار ارتباطی درون‌شخصی اخلاقی است زیرا پای‌بندی به حقوق خود است. دروغ به دیگران، غیبت، تهمت، پرخاش‌گری، اختلاس و امثال آنها رفتار ارتباطی برون‌شخصی غیراخلاقی‌اند.

۱-۴. اخلاق نظری و اخلاق کاربردی

از آنجا که اخلاق حرفه‌ای از شاخه‌های مهم اخلاق کاربردی است، بیان تمایز اخلاق نظری و کاربردی لازم است. اخلاق را گاهی، وصف حالت یا رفتار می‌دانیم و گاهی منظورمان، دانش نظام‌مند است. در کاربرد نخست واژه اخلاق، دو مفهوم حالت درونی و ملکهی نفسانی را با رفتار ارتباطی می‌توان تمایز داد. توجه به منشأ‌گرایی انسان به اخلاق و به میان آمدن اخلاق در زندگی بشری در فهم هویت اخلاق اهمیت دارد. اگرچه در این مسئله دانشمندان اختلاف نظر دارند، تفسیر کی‌یرگور قانع‌کننده است. بر مبنای تفسیر وی، انسان‌ها در تحول و وجودی از حیوانیت به سپهر اول وجودی، دغدغه تکلیف در برابر دیگران مبتنی بر خردورزی پیدا می‌کنند.

توضیح سخن آن است که حیوانات برای مواجهه با مشکلات از سه سازوکار جنگ و ستیز، فرار و گریز و تسلیم استفاده می‌کنند. آدمیان علاوه بر این سه سازوکار، از مواجهه هوشمندانه نیز استفاده می‌کنند. یکی از مهم‌ترین وجوه مواجهه هوشمندانه با معضلات ارتباطی، توجه به اصل طلائی «شما حق دارید و ما تکلیف» است.

علم اخلاق، نگرشی تاریخی بر خوی‌ها و رفتارهای انسانی به عنوان اموری واقع، یا کوششی برای کشف علل و عوامل طبیعی آنها نیست، بلکه از آنچه باید و آنچه نباید در حوزه رفتار ارتباطی سخن می‌گوید. علم اخلاق در بحث از رفتارهای خوب و بد دو گونه رهیافت دارد: بحث نظری و کلی؛ و بحث مربوط به رفتار عینی در واقعیت خارجی. در اخلاق نظری می‌توان از بدی حسد به نحو کلی گفتگو کرد و حتی چیستی، علل، آثار و ابعاد آن را نیز تحلیل کرد اما در اخلاق کاربردی باید از حسد همسر به مادر شوهر، حسد شاگرد به استاد، حسد دو سازمان رقیب و مانند آن، به نحو مستقل و مفصل بحث کرد. حسد معطوف به هر یک از زمینه‌های یادشده، مسئله‌ای مستقل است. ارتشاء، در هر سازمانی با تخصص حرفه‌ای آن سازمان چنان‌گه می‌خورد که نمی‌توان از ارتشاء بدون توجه به زمینه‌های حرفه‌ای سازمان سخن کاربردی به میان آورد. سخنی که آن را در مقام تغییر رفتار و به‌ویژه فرهنگ سازمانی بتوان به کار بست.

به همین دلیل در تعریف اخلاق کاربردی گفته‌اند: بخشی از اخلاق که در آن به مباحث و معضلات عملی به نحو خاص و مستقیم توجه می‌کنند. از این رو از طرفی به متن و جزئیات آن می‌نگرند و از طرف دیگر رویکرد آن، کل‌گرایانه است. این دو ویژگی را در یک مثال می‌توان تحلیل کرد.

انصاف، از مسائل مهم علم اخلاق است در اخلاق نظری به تعریف انصاف، ابعاد و مراتب آن می‌پردازیم اما دغدغه‌های اخلاق عملی، از انصاف در رفتار ارتباطی درون‌شخصی (انصاف به خود)، انصاف در قضاوت، انصاف در داوری علمی و دیگر مشاغل را جستجو می‌کند. فرض کنید مسئله مورد بحث علم اخلاق، انصاف در قضاوت است. تحلیل منصفانه بودن حکم قاضی فراتر از مستند و مستدل بودن آن است و این تحلیل با شرایط وقوع جرم، حالات روحی مجرم و مصداق جرم به دست می‌آید. همه این موارد به بررسی جزئیات و متغیرهای متوسط فراوان معطوف است. از طرفی باید به امور فراوان جزئی توجه کرد و نیز باید ارتباط متغیرها را در یک مجموعه معنادار (متن وقوع جرم) کشف کرد و در پرتو آنها، انصاف را در حکم قاضی تحلیل کرد. در حالی که در بحث نظری از انصاف، مسائل انتزاعی‌تر و نیز کلی‌تر، تحلیل می‌شود.

امروزه معطوف به مسائل عینی بودن در زمینه‌های حرفه‌ای، مهم‌ترین جهت‌گیری تأملات اخلاقی است و به همین دلیل اخلاق کاربردی دائماً برجسته‌تر می‌شود و اخلاق نظری جای خود را به اخلاق کاربردی می‌سپارد. نیاز به شناخت معضلات اخلاقی معطوف به زندگی عینی، پیش‌بینی و پیش‌گیری از آنها سبب رشد اخلاق کاربردی شده است. اما این به معنای بی‌نیازی از اخلاق نظری نیست. اخلاق کاربردی حاصل توجه دانشمندان به فاصله بین نظریه‌های اخلاقی با مسائل عینی است. از آنجا که مسائل عینی اخلاقی در جامعه و مشاغل را در پرتو نظریه‌های عام اخلاقی باید حل کرد، کارآمدی اخلاق کاربردی در گرو رشد و توسعه‌ی نظریه‌های اخلاقی است.

۱-۵. انقلاب کپرنیکی در اخلاق

تعریف اخلاق حرفه‌ای برحسب مسئولیت‌های اخلاقی سازمان‌های کسب و کار علاوه بر جامعیت آن، از حیث نظری بر بینه خاصی در اخلاق استوار است که آن را انقلاب کپرنیکی در اخلاق می‌نامیم. اخلاق نزد برخی از پیشینیان با تأثر از نظام ارسطویی، مفهومی درونی است و فرد نه با مناسبات بین‌شخصی و اجتماعی، بلکه از حیث خلق و خوی جوانحی می‌تواند صاحب فضیلت و رذیلت باشد. جهت‌گیری اخلاق در این نظام غالباً معطوف به خود فرد است.

توجه به رفتار ارتباطی و مفهوم‌سازی نوین از آنجا که شامل ارتباط بین‌شخصی و درون‌شخصی می‌شود از رهیافت‌های جدید در اخلاق است. فرهنگ استبدادی، رفتار ارتباطی را بر «من حق دارم و دیگران وظیفه» بنا می‌نهد اما در اخلاق حرفه‌ای این تلقی به صورت کامل دگرگون می‌شود و به صورت «شما حق دارید و من تکلیف» مبنای هرگونه اخلاق در کسب و کار قرار می‌گیرد. این مبنا از رفتار ارتباطی فرد در شغل فراتر رفته و به صورت اصلی برای ارتباط سازمان با محیط قرار می‌گیرد. سازمان با دغدغه‌ی رعایت حقوق دیگران، تکالیف خود را می‌جوید.

بنابراین، فضائل اخلاقی و ارزش‌ها حاصل مسئولیت‌های اخلاقی است و مسئولیت‌های اخلاقی نیز در قبال حقوق دیگران تعریف می‌شوند. سازمان با شعار «من در قبال دیگران مسئولیت دارم»، الگوی ارتباط خود را با دیگران بنا می‌نهد. تعریف اخلاق حرفه‌ای به مسئولیت‌های اخلاقی سازمان بر اصل حق مردم استوار است. مردم در دو محیط مستقیم و غیرمستقیم در قبال بنگاه‌ها و سازمان‌ها حق دارند و سازمان‌ها متقابلاً در رعایت حقوق آنها ملزم هستند و مسئولیت دارند. وقوف سازمان‌ها بر چنین الزاماتی نشانه بلوغ آنهاست.

بنابراین اخلاق حرفه‌ای، رفتار ارتباطی سازمان با محیط بر اساس حقوق و تعهدات و وظایف است: حقوق محیط و وظایف سازمان در قبال آنها. حقوق محیط بر دو قسم است: حقوق عام، مانند: حق حریم شخصی، حق آزادی بیان، حق برخورداری از امنیت، حق آگاهی؛ و حقوق خاص، که بر حسب مشاغل و سازمان‌ها تعیین می‌یابد.

یکی از مصادیق اخلاق حرفه‌ای به معنای مسئولیت‌پذیری سازمان، مؤسسات مالی و بانک‌های اخلاقی است که تلاش کردند سرمایه‌گذاری مسئولانه اجتماعی را به میان آورند. بانک آلترناتیو سوئیس، تریدوس بانک در هلند، بانک اخلاقی ایتالیا، بانک تعاونی بریتانیا، بانک شهروندان کانادا و بانک شهروندان ژاپن نمونه‌هایی از این دسته‌اند.

بر اساس چنین نگاهی شرکت‌ها و سازمان‌ها با انبوهی از مسائل اخلاقی مواجه‌اند. مسائلی در ارتباط با محیط زیست، بهداشت محصولات، سلامت کارکنان، بیماری ایدز در محیط کار، استعمال دخانیات، باران‌های اسیدی، دفن زباله‌ها، شیوه تجارت در خارج، جاسوسی، اقدامات منجر به سوء استفاده از شرکت‌ها، تعارض منافع، تجاوز به حریم شخصی کارکنان،

هدایای نامعقول، مالیات‌گریزی، داشتن دو دفتر مالی، موجی جدید از مسائل اخلاقی مربوط به سازمان‌ها را به وجود آورده است. امروزه بسیاری از شرکت‌ها در جهان صنعتی به این بلوغ رسیده‌اند که بی‌اعتنایی به مسائل اخلاقی و فرار از مسئولیت‌ها و تعهدات اجتماعی به از بین رفتن سازمان می‌انجامد.

به همین دلیل بسیاری از شرکت‌های موفق نسبت به تدوین راهبرد اخلاقی احساس نیاز کرده‌اند و به این باور رسیده‌اند که در سازمان باید یک فرهنگ مبتنی بر اخلاق نهادینه شود.

در فرهنگ و تمدن اسلامی در سده‌های سوم و پس از آن، به این مفهوم از اخلاق حرفه‌ای توجه شده است. نهادها و سازمان‌های لشکری و کشوری از وظایف اخلاقی برخوردار بوده‌اند و آیین‌نامه‌های اخلاقی مربوط به مدیریت شهری و ... تدوین شده‌اند.

۱-۶. دیدگاه‌های مختلف در خصوص اهمیت اخلاق

۱-۶-۱. اخلاق و فلسفه اخلاق

در آغاز هر دانش، نخست از اهمیت و ارزش آن علم بحث می‌شود تا برای فراگیری آن شوق و انگیزه ایجاد شود و با دقت و جدیت لازم در تحصیل آن علم تلاش شود. برای ورود به علم اخلاق و فلسفه اخلاق نیز مناسب است که نخست به اهمیت و ارزش اخلاقیات توجه کنیم.

همان‌گونه که علم اخلاق دارای اهمیت است، فلسفه اخلاق نیز مهم است. به اجمال، لازم است بدانیم که فلسفه اخلاق، از (چرا)های علم اخلاق بحث می‌کند.

اهمیت طرح مباحث فلسفه اخلاق از چند بُعد است:

الف) مطالعه تطبیقی اخلاق: در فلسفه اخلاق، با دیگر مکتب‌های اخلاقی آشنا می‌شویم و این آشنایی، زمینه مطالعات تطبیقی را در کنار اخلاق اسلامی برای ما فراهم می‌کند و وقتی برتری نظام اخلاقی اسلام را نسبت به دیگر مکاتب در مقایسه و تطبیق به دست آوریم، اطمینان و یقین ما نسبت به اسلام افزون‌تر می‌شود.

ب) آشنایی با مبانی اخلاق: در فلسفه اخلاق اسلامی، با مبانی نظام اخلاقی اسلام آشنا می‌شویم و در پرتو این آشنایی، اعتقاد ما به ارزش‌های اسلامی اتقان بیشتری می‌یابد و رفتارهای اخلاقی ما نیز از پشتوانه علمی و منطقی برخوردار می‌شود.

ج) ارائه نظام اخلاق اسلامی به دنیای معاصر: اگر ما بخواهیم نظام اخلاق اسلامی را به بشریت متحیر امروز عرضه کنیم، باید نخست دیگر نظام‌ها و فلسفه‌های اخلاق موجود در جهان معاصر را بشناسیم و بتوانیم نقاط ضعف و کمبودهای آنها را مشخص کنیم و آنگاه امتیازات اخلاق اسلامی را نسبت به آنها برشماریم و این مهم در فلسفه اخلاق تأمین می‌شود.

۱-۶-۲. اخلاق در تاریخ فلسفه‌ها و مکاتب

با نگاهی به تاریخ و سیر اندیشه‌ها و مکاتب فکری و فلسفی، به روشنی می‌یابیم که غالب فیلسوفان و صاحبان مکاتب فکری در طی تاریخ بشر همواره درصدد بوده‌اند که برنامه و نظامی برای رفتار آدمیان عرضه کنند و روش زندگی و سیر و سلوک حیات را به آنان ارائه و آنها را به سر منزل سعادت و خوشبختی هدایت کنند. این اهتمام و توجه نسبت به شیوه رفتار و کردار و گفتار انسان‌ها، خود بیانگر این نکته است که اخلاقیات همیشه مورد عنایت متفکران و اندیشمندان جامعه بشری بوده است. اساساً

فلسفه‌های نو و افکار و اندیشه‌های جدید در مقولات انسانی برای همین ظهور می‌کنند که هر یک به گونه‌ای رفتار و طرز عمل انسان‌ها را تنظیم و او را در دو بعد درون و برون هدایت کنند.

۱-۶-۳. حکمت عملی نسبت به حکمت نظری

فلاسفه از دیرباز حکمت و فلسفه را به دو قسم عملی و نظری تقسیم کرده‌اند. حکمت عملی مشتمل بر مطالبی درباره رفتار فردی و کردار اجتماعی در خانواده و در میان مردم بود و به سه بخش تقسیم می‌شد: اخلاق فردی، تدبیر منزل و سیاست ملّی. حکمت نظری مشتمل بر مطالبی درباره دانستن‌ها و علوم و دانش‌هایی بود که انسان به آنها محتاج است. این شاخه از حکمت نیز مشتمل بر سه بخش بود: طبیعیات، ریاضیات و الهیات. غالب فلاسفه بزرگ، حکمت نظری را مقدمه‌ای برای حکمت عملی دانسته‌اند و این خود بیانگر اهمیت و ارزش والای اخلاقیات نسبت به دانش‌های دیگر است.

۱-۷. اخلاق در آموزه‌های دین مبین اسلام

توجه به تأکیدی که متون دینی و آموزه‌های اسلامی (آیات و روایات) بر اهمیت رعایت حق‌الناس کرده‌اند، روشنگر این بحث است. یکی از اهداف انبیا، احقاق حقوق مردم و توصیه به رعایت آنهاست. در روایتی که در غررالحکم از امام علی (ع) نقل شده است، به نحوی شگفت‌انگیز بر رعایت حقوق مردم تأکید شده است. روایت چنین است: «جعل الله سبحانه حق عباده متقدما علی حقه فمن قام لحق عباده و ذلک یودی الی اقامه حقه».

رساله حقوق امام سجاد (ع) نشانگر اهمیت دغدغه رعایت حقوق در رفتار ارتباطی است. در این رساله بخشی قابل توجه به حقوق در رفتار ارتباطی درون‌شخصی مربوط است مانند حق چشم، زبان، گوش، حق نفس، حق پا و مواردی به حقوق در ارتباط بنده با خدا مربوط است و نیز مواردی فراوان از حقوق ارتباط بین‌شخصی افراد با دیگران را مطرح می‌کند. می‌دانیم رهایی از مسئولیت شرعی در قبال حق‌الناس، بسیار دشوار است و خداوند قادر مطلق، هرگز تضييع حقوق مردم را نمی‌بخشد مگر آنکه صاحبان حق، فرد را ببخشند. نکته‌ای که اهمیت حقوق مردم را به منزله یک اصل نزد فقها نشان می‌دهد این است که قاضی در برخورد با تخلف در حیطة حق‌الله می‌تواند کاری کند تا شخص از اقرار به جرم منصرف شود در حالی که در خصوص حق‌الناس چنین اقدامی بر قاضی حرام است. همچنین توجه به شرایط عدالت نشان می‌دهد که هر جا پای حق‌الناس در میان باشد، عدالت مربوط به شاهد، شرایط سخت‌گیرانه‌تری لازم دارد و به اصطلاح فقهی عدالت ظاهری کافی نیست.

روح حاکم بر نظام اخلاق اسلامی، شفقت بر خلق، رعایت حقوق افراد و مهربان بودن با مردم است. بحث در این مقام را به گفتار نیک ابوالحسن خرقانی پایان می‌بریم:

«الهی، اگر در همه جهان کس بر خلق تو از من مهربان‌تر بود، در این وقت از خود ننگ دارم!»

۱-۷-۱. اخلاق از دیدگاه قرآن

یکی از آیات که بیانگر اهمیت و ارزش اخلاق از دیدگاه قرآن است آیه (وَ مَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ)^۱ است. در این آیه، هدف از خلقت جن و انس، عبادت و بندگی شمرده شده است.

مراد از عبادت و بندگی چیست؟ روشن است که مراد از بندگی، رفتار و کردار و گفتار و عقایدی است که مطلوب خداوند است و این، همان است که در اخلاقیات اسلامی مد نظر است. اخلاق اسلامی به معنای عام، شامل حالات، ملکات، رفتار و کردار درونی و بیرونی است و بندگی و طاعت خداوند نیز وقتی صورت می‌گیرد که انسان از درون و برون، صبغه الهی پیدا کند. بنابراین، اخلاق الهی و عبادت و بندگی مترادف هم هستند و طبق مفاد آیه مذکور، می‌توان گفت که هدف از خلقت جنّ و انس، تخلق به اخلاق الهی است.

یکی دیگر از شواهد اهمیت اخلاق در قرآن، این است که خداوند در آیاتی متعدد، تزکیه را قبل از تعلیم قرار داده است و رسالت و وظیفه بزرگ تزکیه و تهذیب آدمیان را پیش از تعلیم آنان برمی‌شمارد:

(كَمَا أَرْسَلْنَا فِيكُمْ رَسُولًا مِّنْكُمْ يَتْلُو عَلَيْكُمْ آيَاتِنَا وَيُزَكِّيكُمْ وَيُعَلِّمُكُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَيُعَلِّمُكُم مَّا لَمْ تَكُونُوا تَعْلَمُونَ)؛^۱ همچنان که ما در بین شما رسولی فرستادیم که از خود شماسست و او آیات ما را بر شما تلاوت می‌کند و شما را از آلودگی‌ها پاک می‌کند و کتاب و حکمت و آنچه را از قبل نمی‌دانسته‌اید، به شما یاد می‌دهد.

(لَقَدْ مَنَّ اللَّهُ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ إِذْ بَعَثَ فِيهِمْ رَسُولًا مِّنْ أَنفُسِهِمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِن قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ)؛^۲ به راستی خداوند بر مؤمنان منت گذاشت؛ چرا که در میان آنان رسولی از خودشان برگزید که آیات او را بر آنان می‌خواند و آنها را تزکیه و تهذیب می‌کند، گرچه از قبل در گمراهی آشکار بودند.

(هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِنْهُمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِن قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ)؛^۳ اوست خدایی که در میان درس ناخواندگان، رسولی از خود آنان برانگیخت تا بر آنان آیات او را تلاوت کند و آنها را از آلودگی‌ها پیراسته سازد و کتاب و حکمت به آنان بیاموزد، گرچه از قبل، در گمراهی آشکار بودند.

یکی دیگر از راه‌های پی‌بردن به اهمیت اخلاق در قرآن، این است که ببینیم در قرآن کریم چه مقدار به مفاهیم اخلاقی توجه شده است. با مروری در آیات قرآن و دقت در مفاهیم اخلاقی به کار گرفته شده در آن، به خوبی به اهمیت اخلاق در قرآن پی می‌بریم. مفاهیمی همچون خیر و شر، نور و ظلمت، حق و باطل، بر و فجور، عدل و ظلم، تقوا، صبر، احسان و مشتقات آنها مکرراً در آیات قرآن به کار رفته‌اند. این واژه‌ها و مفاهیم غالباً رنگ اخلاقی دارند و از مفاهیم عام اخلاقی در قرآن کریم شمرده می‌شوند. عنایت ویژه این کتاب مقدس نسبت به این مفاهیم، نشانگر اهمیت اخلاق در این کتاب است.

۱-۲-۷. اخلاق از دیدگاه احادیث

بر اهمیت اخلاق همین بس که در حدیث نبوی آمده است:

(إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ)؛^۴ همانا من برای این به رسالت مبعوث شده‌ام که مکارم و فضایل اخلاقی را تکمیل کنم. طبق مفاد این حدیث، می‌توان گفت: به طور کل، هدف از بعثت تمام انبیا و رسولان الهی (ع) تتمیم و تکمیل ارزش‌های اخلاقی است؛ زیرا پیامبر اسلام (ص) خاتم پیامبران است و وقتی هدف خداوند از بعثت ایشان، تکمیل مکارم اخلاقی

۱. بقره/ ۱۵۲.

۲. آل عمران/ ۱۶۴.

۳. جمعه/ ۲.

۴. کنز العمال، حدیث ۵۲۱۷۵.

باشد، این بدین معناست که هدف نهائی خداوند از ارسال رسولان پیشین - که مقدمه خاتمیت پیامبر اسلام (ص) بوده‌اند - نیز تکمیل ارزش‌های اخلاقی بوده است.

در روایت دیگری از موسی بن جعفر (ع) از پدران بزرگوارش از امیر مؤمنان (ع) نقل شده است:

«إِنَّ رَسُولَ اللَّهِ (ص) بَعَثَ سَرِيَّةً فَلَمَّا رَجَعُوا قَالَ: مَرَحِبًا بِقَوْمٍ قَضَوْا الْجِهَادَ الْأَصْغَرَ وَبَقِيَ عَلَيْهِمُ الْجِهَادُ الْأَكْبَرُ. قِيلَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ وَ مَا الْجِهَادُ الْأَكْبَرُ؟ قَالَ: جِهَادُ النَّفْسِ، ثُمَّ قَالَ: أَفْضَلُ الْجِهَادِ مَنْ جَاهَدَ نَفْسَهُ الَّتِي بَيْنَ جَنْبَيْهِ؛»؛ پیامبر اسلام (ص) گروهی را به جبهه جنگ فرستاد. وقتی آنان مراجعت کردند، پیامبر (ص) فرمود: آفرین بر گروهی که جهاد اصغر را پشت سر گذاشتند اما جهاد اکبر هنوز برای آنان باقی است. سؤال شد: ای رسول خدا، مراد از (جهاد اکبر) چیست؟ فرمود: جهاد با نفس. سپس فرمود: بالاترین جهاد، جهاد کسی است که با نفس درون خود به مبارزه برخیزد.

این مسئله در احادیثی که از شخص پیامبر اکرم (ص) و همچنین از دیگر پیشوایان معصوم (ع) رسیده است، با اهمیتی فوق‌العاده، تعقیب شده است.

۱. در حدیث دیگری از امیر مؤمنان علی (ع) می‌خوانیم که فرمود: «لَوْ كُنَّا لَا نَرْجُو جَنَّةَ وَلَا نَخْشَى نَارًا وَلَا نَوَابًا وَلَا عِقَابًا لَكَانَ يُتَّبَعِي لَنَا أَنْ نَطْلِبَ بِمَكَارِمِ الْأَخْلَاقِ فَإِنَّهَا مِمَّا تَدُلُّ عَلَى سَبِيلِ النَّجَاحِ»؛ اگر ما امید و ایمانی به بهشت و ترس و وحشتی از دوزخ، و انتظار ثواب و عقابی نمی‌داشتیم، شایسته بود به سراغ فضائل اخلاقی برویم، چرا که آنها راهنمای نجات و پیروزی و موفقیت هستند. این حدیث به خوبی نشان می‌دهد که فضائل اخلاقی نه تنها سبب نجات در قیامت است بلکه زندگی دنیا نیز بدون آن سامان نمی‌یابد.

۲. در حدیث دیگری از رسول خدا (ص) آمده است که فرمود: «جَعَلَ اللَّهُ سُبْحَانَهُ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ صِلَةً بَيْنَهُ وَبَيْنَ عِبَادِهِ فَحَسَبُ أَحَدِكُمْ أَنْ يَتَمَسَّكَ بِخَلْقٍ مُتَّصِلٍ بِاللَّهِ»؛ خداوند سبحان فضائل اخلاقی را وسیله ارتباط میان خودش و بندگانش قرار داده، همین بس که هر یک از شما دست به اخلاقی بزنند که او را به خدا مربوط سازد. به تعبیر دیگر، خداوند بزرگ‌ترین معلم اخلاق و مربی نفوس انسانی و منبع تمام فضائل است، قرب و نزدیکی به خدا جز از طریق تخلق به اخلاق الهی ممکن نیست.

بنابراین، هر فضیلت اخلاقی رابطه‌ای میان انسان و خدا ایجاد می‌کند و او را گام به گام به ذات مقدسش نزدیک‌تر می‌کند. زندگی پیشوایان دینی نیز سراسر بیانگر همین مسئله است که آنها در همه‌جا به فضائل اخلاقی دعوت می‌کردند و خود الگوی زنده و اسوه‌ای حسنه در این راه بودند. همین بس که قرآن مجید به هنگام بیان مقام والای پیامبر اسلام (ص) می‌فرماید: «وَإِنَّكَ لَعَلَى خَلْقٍ عَظِيمٍ»؛ تو اخلاق عظیم و برجسته‌ای داری!

۱-۷-۳. اخلاق در کلام امام خمینی (ره)

حضرت امام خمینی (ره)، بنیانگذار جمهوری اسلامی ایران، در اهمیت اخلاق فرموده‌اند:

۱. نهج البلاغه، خطبه ۲۷.

۲. مستدرک الوسائل، جلد ۲، صفحه ۲۸۳.

۳. تنبیه الخواطر، ص ۳۶۲.

۴. قلم/۴.

«آنچه دانستنی است آن است که به موجب حدیث منقول از رسول اکرم (ص) «بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ»؛ غایت بعثت و نتیجه دعوت خاتم الانبیا (ص) اکمال مکارم اخلاق است. در احادیث شریفه، اجمالاً و مفصلاً به مکارم اخلاق بیش از هر چیز، بعد از معارف، اهمیت دادند و اهمیت آن بیش از آن است که ما از عهده حق بیان آن برآییم. این قدر معلوم است که سرمایه حیات ابدی آخرت و «راءس المالِ تعیشِ آن نشئه»، حصول اخلاق کریمه است و اتصاف به مکارم اخلاق است.»

۲. مفهوم اخلاق حرفه‌ای

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. تعریف‌هایی مختلف از اخلاق حرفه‌ای ارائه کرده‌اند:

(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 شود.

(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 بر اساس 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) اخلاق حرفه‌ای، 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 می‌دانند که موجب هدایت فرد به موقعیت تعیین شده 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 روابط شغلی را مطالعه می‌کند.

۴. اخلاق حرفه‌ای عبارت است از مجموعه‌ای از قوانین که در وهله‌ی 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 فردگرایی؛ 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 شاغل در کسب و کار، بسی فراتر از شغل فردی اشخاص است. با توجه به همین دیدگاه بود که اخیراً 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، سازمان به منزله یک شخصیت حقوقی دو گونه مسئولیت دارد: الف) مسئولیت‌های حقوقی (کیفری؛ ب) مسئولیت‌های اخلاقی که مسئولیت‌های اخلاقی سازمان بسیار پیچیده‌تر از مسئولیت‌های اخلاقی فردی، شخصی، شغلی است. به عبارت دیگر، مسئولیت‌های اخلاقی سازمان 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.

۱-۲. ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای

ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای در مفهوم امروزی آن عبارت‌اند از: دارای هویت علم و دانش بودن، داشتن نقشی کاربردی، ارائه صبغه‌های حرفه‌ای، بومی و وابسته بودن به فرهنگ، وابستگی به یک نظام اخلاقی، ارائه دانشی انسانی، دارای زبان روشن انگیزشی، ارائه رویکردی میان‌رشته‌ای.

کادوزیر درباره ویژگی‌های افرادی که اخلاق حرفه‌ای دارند موارد زیر را بیان می‌کند:

۱-۱-۲. مسئولیت‌پذیری

در این مورد فرد پاسخگو است 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.

۲-۱-۲. برتری جویی و رقابت‌طلبی

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

۳-۱-۲. 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.

۴-۱-۲. 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.

۵-۱-۲. 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.

۱-۲. 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.

۲-۱.۲. 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.

۲-۱.۸. وفاداری

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

۲-۲. هویت معرفتی اخلاق حرفه‌ای

اخلاق حرفه‌ای گستره‌ای معرفتی در حوزه اخلاق کاربردی است. کاربردی بودن آن منافاتی با هویت معرفتی آن ندارد. بحث از هویت معرفتی اخلاق حرفه‌ای، رهیافت‌های مختلف دارد. رهیافت نخست، شناخت اضلاع معرفتی آن بر حسب الگوهایی از الگوهای علم‌شناسی است. همه الگوهای علم‌شناسی در این امر متفقند که دانش‌ها مجموعه‌ای منسجم از مسائلی‌اند که به نحو روشمند و در چارچوب نظری معین پاسخ می‌یابند. رهیافت دوم جستجو از هدف علم است. تعریف غائی از روش‌های رایج شناخت علوم در سنت ارسطویی است. رهیافت سوم در الگوی علم‌شناسی ارسطویی نشان دادن موضوع علم است.

۲-۳. اخلاق حرفه‌ای دانش هشت‌ضلعی

هویت معرفتی اخلاق حرفه‌ای را می‌توان در تحلیل آن به ابعاد هشت‌گانه بررسی کرد:

۲-۳-۱. اخلاق حرفه‌ای به منزله دانش

اخلاق حرفه‌ای در درجه اول یک دانش و معرفت است. مجموعه اطلاعات و آگاهی‌های پراکنده، موردی، جزئی و غیرقابل تحقیق نمی‌تواند توقعات یادشده را برآورد. مسائل و معضلات اخلاقی در مشاغل و حرفه‌ها و به‌ویژه توجه به بعد سازمانی، محتاج پژوهش و تحقیق روشمند و دارای چارچوب نظری خاص و مبانی معینی است. دانش بودن اخلاق به همین معناست. دانش آن است که در آن مسائل منسجم و هم‌خانواده‌ای به نحو روشمند تحقیق شده و پاسخ یابند. پاسخ مسائل اخلاقی، قانون‌ها و قواعد رفتاری است که تکالیف اخلاقی را به صورت کلی و نه صرفاً موردی معین می‌کند. برنامه آموزشی و ترویجی هر دانش مسبوق به پژوهش‌های روشمند آن است. با چنین پژوهش‌هایی می‌توان به نظریات علمی و قابل اعتماد دست یافت. نظریاتی که در عمل راهگشا باشد و به حل مسئله بیانجامد و رسالت اخلاق را ایفا کند.

هر دانشی هویت جمعی و تاریخی دارد که به تدریج با به میان آمدن مسائل آن دانش و در پرتو همکاری‌های دانشمندان در طول تاریخ بالنده می‌شود. مسئله علم را می‌پروراند و دانش، مشکلات را حل می‌کند. بنابراین نخستین ویژگی هرگونه برنامه آموزشی و ترویجی در اخلاق حرفه‌ای آن است که بر پژوهش‌های علمی مستند باشد و با رویکرد علمی به حل مسائل بپردازد.

مراد از «علمی» در اینجا علم تجربی نیست بلکه مراد برخوردار بودن از هویت دانش و معرفت است که با خود مبانی، روش، اصول، چارچوب نظری و ساختاری منطقی می‌آورد و دانش را به صورت معرفت نظام‌مند تدوین می‌کند. تصمیم‌گیری‌های مدیریتی را امروزه محتاج به دانش‌های مدیریت می‌دانیم و حل مسائل رفتاری را نیازمند به علوم رفتاری می‌انگاریم؛ مشکلات اخلاقی نیز چنین است. بر حسب تصورات ناسنجیده، آگاهی‌های پراکنده، معلومات تحقیق نشده و تجارب خام، شخص وابسته و تحلیل نشده نمی‌توان تصمیم اخلاقی گرفت. امروزه دانش اخلاق حرفه‌ای، کارشناسان اخلاق را در خدمت به سازمان‌ها تربیت می‌کند. کارشناسانی که در اخلاق حرفه‌ای، تخصص و در مشاوره اخلاقی، مهارت و توانایی لازم داشته باشند.

۲-۳-۲. نقش کاربردی

تأکید بر دانش بودن اخلاق حرفه‌ای این گمان را تقویت می‌کند که آن را علم کاملاً نظری و آکنده از تجزیه و تحلیل‌های مفهومی و نظری تلقی کنیم، در حالی که چنین نیست. هویت معرفتی با بعد کاربردی و ابزاری دانش منافات ندارد. بسیاری از علوم در عین اینکه علم هستند کاربردی‌اند، مانند منطق، ریاضیات کاربردی و

اخلاق حرفه‌ای دانش صرفاً نظری و بی‌ارتباط با مسائل عینی نیست. بر آوردن توقع تحلیل مسائل عینی و موردی منوط به این است که دانش اخلاق، کاربردی باشد. کاربردی بودن دانش اخلاق نیز در گرو ارائه قواعد عملیاتی و اصول راهبردی است که در شرایط عینی سازمان کارایی داشته باشند. دانش اخلاق حرفه‌ای، آموزش برای آموزش، آگاهی برای آگاهی مقبول نیست بلکه آگاهی برای اقدام و آموزش برای حل مسئله است و همین، شاخص کارایی و اثربخشی چنین برنامه آموزشی است. بنابراین اخلاق حرفه‌ای هم دارای هویت معرفتی است و هم هویتی مهارتی دارد.

۲-۳-۳. صبغه‌ی حرفه‌ای

هویت کاربردی علم اخلاق آن را از عرش تحلیل‌های نظری به فرش زندگی روزمره می‌نشانند و حرفه‌ای بودن، جهت‌گیری کاربردی آن را در کسب و کار بلکه به طور کل در مشاغل نشان می‌دهد. دانشمندان اخلاق در گذشته به این نکته توجه کرده بودند که در عالم حرفه، محتاج دانشی خاص هستیم تا بتواند معضلات خاص آن حرفه را پاسخگو باشد. از این رو در اخلاق سیاستمداران، اخلاق اصناف، اخلاق متعلمان و ... آثار متنوعی می‌نوشتند و برای اطبا و اهل صنعت، آیین‌نامه‌های اخلاق حرفه‌ای تنظیم می‌کردند. امروزه مفهوم حرفه، تحول بنیادی دارد و این تحول بر پیچیدگی آن افزوده است.

مفهوم امروزی حرفه مسبوق به دو انقلاب بنیادی است: انقلاب صنعتی و انقلاب در فناوری اطلاعات. تولد سازمان‌ها و بنگاه‌ها در عالم مشاغل و پدیده جهانی شدن بر پیچیدگی حرفه‌ها افزوده است و شبکه‌های پیچیده ارتباطات و مناسبات چند سویه، همبستگی متقابل انسان و طبیعت (محیط زیست)، و نیز تأثیر عمیق مدیریت در نهادهای اجتماعی حکایت از آن دارد که هویت حرفه، امروزه پیچیدگی شگفت‌آوری دارد و هر دانش‌ناظر به آن، محتاج معضلات و مسائل حرفه‌ای باید ابزارها و روش‌های شایسته خود را بیابد. مشاور اخلاقی سازمان بازرسی نمی‌تواند از حرفه بازرسی به عنوان یک حرفه بی‌خبر باشد همان‌گونه که برای مثال، مشاور اخلاقی در شرکت صنعتی خودروساز، نمی‌تواند با صنعت خودرو و مدیریت آن کم آشنا باشد. معطوف به مشاغل بودن اخلاق حرفه‌ای سبب تولد گرایش‌های بسیار متنوع در این گستره معرفتی شده است.

۲-۳-۴. دانش بومی (فرهنگ بسته)

مسائل عینی و حرفه‌ای اخلاق به مسائل فرهنگ وابسته‌اند. در زمینه‌های معین فرهنگی و اجتماعی به وجود می‌آیند و شکل می‌یابند. از این رو در حل و رفع آنها توجه به زمینه‌های یادشده اهمیتی به‌سزا دارد. اگرچه انسان‌ها نیازهای مشترک و مسائل اخلاقی کم و بیش یکسانی دارند اما فرهنگ، قومیت، زبان و سوابق تاریخی اجتماعی به مسائل و معضلات اخلاقی تعیین می‌دهند و این تعیین در رفع معضلات اخلاقی نقش اساسی دارد. این سخن به معنای انکار اصول جهان شمول اخلاقی نیست بلکه به معنای تأثیر سخت معضلات اخلاقی از فرهنگ است.

آیین‌نامه اخلاق حرفه‌ای صنعت خودروسازی در ایران را نمی‌توان صرفاً با ترجمه آیین‌نامه اخلاق حرفه‌ای شرکت تویوتا تأمین کرد. هنجارهای قومی و ملی و زمینه‌های اعتقادی، مسائل خاصی را برمی‌انگیزاند و راه‌هایی معین می‌طلبند. بنابراین اخلاق حرفه‌ای اگرچه یک دانش است، فارغ از زمینه‌های فرهنگی نیست و از داشتن اخلاق حرفه‌ای بومی‌گیزی وجود ندارد.

۲-۳-۵. اخلاق اسلامی

اخلاق حرفه‌ای محتاج یک نظام اخلاقی است. در جهان نظام‌های اخلاقی مختلفی وجود دارد. برخی از نظام‌های اخلاقی فارغ از دین هستند و کاملاً سکولار یا لائیک‌اند. برخی دیگر نظام‌های اخلاقی مبتنی بر وحی و تعالیم دینی‌اند.

از طرفی فرهنگ بسته بودن اخلاق حرفه‌ای اقتضا می‌کند که نظام اخلاقی در فرهنگ اسلامی، صبغه اسلامی داشته باشد و از طرف دیگر اسلام دینی است که یکی از رسالت‌های مهم خود را اخلاق می‌داند و پیامبر گرامی اسلام (ص) می‌فرماید: «انی بعثت لاتمم مکارم الاخلاق». این توقع ما از اسلام است. اگر هم در دیگر دانش‌ها اسلامی بودن تصوراً و تصدیقاً محل اختلاف است اما در اینکه اسلام دارای نظام اخلاقی معینی است اختلاف نظر وجود ندارد. برخی از دانشمندان، اخلاق را دومین معجزه پیامبر گرامی اسلام (ص) می‌دانند که به لحاظ رتبه پس از قرآن و قبل از دیگر معجزات قرار دارد.

مفهوم اسلامی بودن اخلاق چیست و با دانش بودن آن چگونه سازگار است؟ اسلام خود را پیام می‌داند و حضرت رسول (ص) خود را آورنده آن پیام می‌نامد. وقتی کسی خود را دارای پیام بداند و عده‌ای را خطاب قرار دهد، وجود دو حق را در خصوص مخاطب به رسمیت می‌شناسد: ۱. مخاطب می‌تواند پرسد چه می‌گویی؟، ۲. همچنین می‌تواند پرسد چرا چنین می‌گویی؟ پیام اسلام شامل سه نوع آموزه است: الف) سخن از خلق و خوی و خصلت‌های جوانحی، ب) سخن از تکالیف جوارحی، ج) سخن از عقاید و باورها.

انسان به عنوان مخاطب وحی در برخورداری از وحی (کتاب و سنت) محتاج ابزارها و روش‌هایی است که نیازهای او را با حفظ اصالت وحی پاسخگو باشد. چنین ابزارها و روش‌هایی را دانش و تخصصی معین تأمین می‌کند. دانشی که آموزه‌های اخلاقی وحی را به صورت نظام‌مند در اختیار مخاطبان قرار می‌دهد، علم اخلاق است. این دانش به دلیل هویت واسطه‌ای بین وحی و ذهن و زبان مخاطب، دانش اسلامی خوانده می‌شود.

اخلاق حرفه‌ای به دلیل هویت اسلامی، ملاک نهایی اخلاق و اصول راهبردی آن را از قرآن و روایات به دست می‌آورد و جدول فضائل و ردائل را نیز از آنها استنباط می‌کند و تکالیف اخلاقی موردی را نیز با مراجعه به آنها به دست می‌آورد و مهم‌تر از همه، روش تعلیم اخلاق و زبان آموزش‌های اخلاقی را نیز از زبان وحی می‌آموزد. بنابراین اخلاق حرفه‌ای که بتواند توقعات یادشده را برآورد، باید در عین حرفه‌ای بودن، اسلامی باشد و مراد از اسلامی بودن بهره‌مندی از منبع بسیار مهم قرآن و روایات است و البته به این معنایی نیازی از دیگر منابع نیست.

بهره‌گیری از مفاهیم و آموزه‌های قرآن و روایات، روش و ابزارهای خاصی لازم دارد و این نیز بر تخصص‌های مورد نیاز علم اخلاق می‌افزاید: توانایی استنباط و اجتهاد مسائل از متون دینی.

۲-۳-۶. دانش انسانی

اخلاق دانش بشری است. مراد از بشری بودن در اینجا این است که توصیه‌های اخلاقی این دانش نباید با انسانیت و لوازم آن ناسازگار باشد. هیچ نظام اخلاقی نباید هویت انسانی و حرمت او را از میان بردارد. اخلاق برای بشر است و در هر نظام اخلاقی محور اخلاق انسانیت است. انسانی بودن اخلاق مستلزم آن است که متخصص اخلاق، انسان را بشناسد و لوازم زندگی انسانی را دریابد و تمایز بین انسان به‌خودرسیده و انسان از خود بیگانه را فهم کند و برای انسان سخن بگوید. اگر توصیه‌ها و آموزه‌هایی مستلزم خودباختگی انسان باشد، ضد اخلاقی است. این نکته امروزه برای بسیاری از متألهان، ارزش روش‌شناختی در فهم متون دینی دارد و برای شناختن این مهم باید انسان را شناخت و اصالت او را از تعین‌های انسان‌ستیز متمایز کرد.

تأکید فراوان آموزه‌های دینی بر حق‌الناس و صعوبت عفو جرائم مربوط به تعدی به حق‌الناس ریشه در همین نکته مهم دارد: اخلاق برای انسان است تا به حفظ حرمت، تعالی و سعادت همیشگی او بیانجامد. تعهدات اخلاقی در واقع رعایت حقوق مردم است.

۲-۳-۷. ویژگی‌های زبانی

کارایی اخلاق حرفه‌ای تا حدود زیادی مرهون زبان آن است. دانش اخلاق به دلیل هویت تربیتی و آموزشی آن نمی‌تواند زبان ریاضی یا فلسفی داشته باشد. از دانش اخلاق انتظار می‌رود از قدرت تأثیر بر همه ابعاد وجود آدمی برخوردار باشد و مخاطب اخلاق ساحت وجودی آدمی است و چنین خطابی زبان خاصی را می‌طلبد: زبانی انگیزشی و مؤثر و زبانی روشن، صریح و دقیق. روشنی زبان، شرط گریزناپذیر هرگونه دانشی است که از تکالیف آدمی سخن می‌گوید؛ تکالیف اخلاقی، حقوقی، فقهی، اجتماعی و ... زیرا ابهام در زبان، بلا تکلیف ماندن مخاطب را در پی دارد. کسی که از نفاق اخلاقی برحذر می‌دارد باید آن را دقیق، روشن و متمایز توضیح دهد. مبهم‌گویی، استفاده از زبان مشکل و نامفهوم، مانع روشنگری در تکالیف اخلاقی است. انگیزشی بودن زبان نیز شرط انکارناپذیر موفقیت برنامه آموزشی در اخلاق است. اخلاق دانش صرفاً نظری نیست که به تحلیل و تبیین امور بسنده کند بلکه علمی توصیه‌گر است و توصیه‌های اخلاقی باید وجود آدمی را برانگیزد و به انجام تکالیف اخلاقی سوق دهد. عاطفی و هیجانی بودن زبان که به دلیل دقت‌زدایی، از آفات زبان علوم تجربی است، زبان اخلاقی را کارا تر می‌سازد. ذکر نمونه و مثال‌های عینی و تاریخی و تجسم کردن آثار رفتار اخلاقی قدرت تأثیر را افزایش می‌دهد.

۲-۳-۸. دانش میان‌رشته‌ای

توقعات یادشده از اخلاق حرفه‌ای و ویژگی‌های معرفتی - که بیان شده - نشانگر این است که دانش اخلاق که علمی مصرف‌کننده است، از دانش‌هایی مختلف بهره می‌گیرد. روان‌شناسی نزدیک‌ترین این دانش‌هاست اما دانش‌های مدیریت نیز مورد نیاز دانشمندان اخلاق است. شناخت فرهنگ و جامعه‌شناسی، علم تفسیر و دین‌پژوهی، انسان‌شناسی با رویکردهای مختلف فلسفی و غیر آن، دانش‌هایی است که دانشمند اخلاق حرفه‌ای را در بهره‌مندی از آنها گریزی نیست. بسیاری از معضلات اخلاقی سازمان بر حسب مشاغل حرفه‌ای آن جز با استمداد از تحقیقات و نظریات علوم مختلفی چون روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، تفسیر و علوم مدیریت و ... فهمیدنی و حل‌شدنی نیست.

اخلاق حرفه‌ای از ویژگی چندتباری بودن برخوردار است. مراد از چندتباری بودن مسئله آن است که مسئله در علوم مختلف ریشه دارد. مسائل چندتباری جز از طریق مطالعات میان‌رشته‌ای، تحلیل‌شدنی نیستند. بنابراین علم اخلاق از رویکرد میان‌رشته‌ای ناگزیر است. مطالعه میان‌رشته‌ای را از تتبع چندرشته‌ای باید جدا دانست. رهیافت میان‌رشته‌ای در آمیختن بی‌برنامه و بدون روش علوم مختلف نیست چون حاصل آن جز التقاط نیست. روش‌های ساده و مکانیکی نیز کارایی ندارد. بنابراین متخصص اخلاق باید با ابزارها و روش‌های دینامیکی، مطالعه میان‌رشته‌ای خود را به ثمر برساند.

۴-۲. آرمان اخلاق حرفه‌ای

رفتار ارتباطی سازمان با محیط از حیث اخلاقی، مسائلی به میان می‌آورد. رسالت اخلاق حرفه‌ای به منزله دانش، حل مسائل اخلاقی سازمان‌ها و تبیین تعهدات و مسئولیت‌های اخلاقی آنهاست. سازمان‌ها در شناخت تعهدات اخلاقی خود در قبال محیط و نیز تشخیص و حل مسائل اخلاقی در کسب و کار، به دانش تخصصی معین، محتاج‌اند و این دانش همان اخلاق حرفه‌ای است. برای رسیدن به این آرمان، چند هدف باید به دست آید که، توقع صاحبان حرف و مشاغل از دانشمندان اخلاق حرفه‌ای، تحقق آنهاست.

۴-۲-۱. ارائه ملاک نهائی ارزش‌ها

توصیف اخلاقی به معنای ارزش داوری در رفتار آدمی است و داوری‌های اخلاقی محتاج شاخص و ملاک است. وقتی می‌گوییم استخدام با فراخوان عمومی (ملی) اخلاقاً خوب و شایسته است و بدون فراخوان زشت و ناپسند است، شاخص اخلاق در این داوری، عدالت است. به عبارت دیگر اگر استدلال ارزش داوری را مطالبه کنیم، دلیل آن عدالت است. صورت منطقی استدلال چنین است:

استخدام با فراخوان عمومی اخلاقاً خوب است (داوری اخلاقی)

زیرا عادلانه است و عدالت اخلاقاً خوب است (استدلال مبتنی بر شاخص اخلاقی).

اگر کسی از دلیل خوب بودن عدالت بپرسد، در این صورت شاخص دیگری را جستجو می‌کند که خود، شاخص آفرین است. این سؤال و جواب ادامه می‌یابد تا به شاخصی دست یابیم که محتاج شاخص دیگر نباشد. چنین شاخصی را ملاک نهائی اخلاقی گویند. ملاک نهائی اخلاق به دلیل خوبی همه رفتارها و شاخص‌هاست اما خود فی‌نفسه خوب است و در خوب بودن احتیاج به استدلال ندارد.

در فلسفه اخلاق، نظام‌های مختلفی وجود دارند که به مسئله ملاک نهائی اخلاق، پاسخ‌هایی گوناگون می‌دهند. هر نظام اخلاقی، چه اینکه نظام سکولار و لائیک باشد یا نظام الهی و دینی، دارای ملاک نهائی است. برای مثال در نظام اخلاقی کانتی، تعهد و وظیفه اجتماعی و عقلانی، برترین ترازوی اخلاق است در حالی که در نظام اخلاقی کی‌یرکگور وظیفه اجتماعی و عقلانی، در پرتو وظیفه الهی و تکلیف دینی معنادار می‌شود.

در نظام اخلاقی دینی این ملاک، کارایی خود را در تقرب به خدا به دست می‌آورد. جرمی بنتام سودمند بودن را به منزله ملاک اخلاقی بودن معرفی می‌کرد. ملاکی که بعدها توسط جان استورات میل تدوین و توسعه یافت: بالاترین میزان منفعت برای بیشترین مردم با کمترین آسیب. کانت آلمانی تکلیف را ملاک نهائی اخلاقی بودن می‌دانست. بر اساس این ملاک، رفتاری اخلاقی است، اگر و تنها اگر، هر شخصی موظف شود بدون هیچ شرطی همان عمل را انجام داده و- با شرایط یکسان و مشابه-

به همان نتیجه برسد. جان راولز عدالت را برترین شاخص داوری اخلاقی می‌داند و رابرت نوزیک آزادی فردی را نخستین ملاک ارزش آفرین تلقی می‌کند.

هر کسی که در باب رفتار خود با دیگران، در زندگی فردی یا اجتماعی، حوزه حرفه‌ای زندگی شخصی، به داوری اخلاقی می‌پردازد باید ترازوی سنجش داشته باشد و این ترازو باید بر اساس ملاک برتری تعریف شود. ارائه چنین ملاکی از وظایف دانش اخلاق است و در اخلاق حرفه‌ای نیز از آن بی‌نیاز نیستیم، دانش اخلاق حرفه‌ای در بیان ملاک نهایی اخلاق با چالش‌های معرفتی فراوان روبروست؛ آیا اساساً ملاک نهایی را می‌توان یافت؟ آیا ملاک نهایی اخلاق واحد است یا متکثر؟ در روزگار ما که از طرفی پست‌مدرنیستی در همه ابعاد معرفتی از جمله اخلاق به میان آمده است و از طرف دیگر فرایند جهانی شدن کره زمین را به دهکده جهانی مبدل می‌کند، ترویج کسب و کار در محیط کار جهان محتاج ملاک نهایی واحد در اخلاق است. چگونه می‌توان آن کثرت را با این وحدت جمع کرد؟

۲-۴-۲. ترسیم جدول فضائل و رذائل

رفتار اخلاقی در سازمان منوط به شناخت فضیلت‌ها و رذیلت‌هاست. ارزش‌ها و ضد ارزش‌ها کدام‌اند؟ یکی از وظایف دانش اخلاق، تعریف، ارائه فهرست و طبقه‌بندی رفتارهای روا و ناروای اخلاقی است. آنچه در این مقام مهم است روشنی در مفهوم، تمایز در مصداق و عملیاتی بودن تعریف است. به عبارت دیگر انتظار می‌رود دانش اخلاق در چارچوب جدول فراگیر، خوبی و بدی رفتارها را به نحو روشن و متمایز تعریف کند و نشان دهد که برای مثال هتک حرمت انسان خوب است یا بد؛ حسد و غبطه از نظر اخلاقی چه تمایزی دارند؟ هنجارهای سازمان کدام‌اند؟ و ناهنجارهای اخلاقی سازمان چیست؟

دانش اخلاق، جدول فضائل و رذائل را بر اساس ملاک نهایی ارزش‌ها به صورت فراگیر، کامل و نظام‌مند ارائه می‌کند. زبان دانش اخلاق در این مقام به صورت جملات شرطی است. اگر این رفتار حسد است آنگاه زشت است. علم اخلاق در مقام ارائه جدول ارزش‌ها و ضد ارزش‌ها موظف است تعریفی روشن از حسد و متمایز از غبطه، ارائه کند اما اینکه این رفتار معین، حسد است یا نه به مقام تعیین مصداق مربوط است. نظام اخلاقی ارسطویی، برای مثال، بر حسب ملاک نهایی اخلاق (حد وسط) و بر اساس تحلیل رفتارهای آدمی در چهار مقوله ناشی از چهار قوه (شهو، غضبی، عامله و عاقله) به چهار فضیلت عمده (عفت، حکمت، عدالت و شجاعت) و هشت رذیلت (طرف‌های افراط و تفریط چهار فضیلت یادشده) می‌رسد.

اخلاق‌پژوهان در دوره اسلامی نظام‌های مختلف اخلاق‌نگاری داشته‌اند. اخلاق‌نگاری فلسفی متأثر از میراث یونانی که شامل رویکردهای جالینوسی، افلاطونی و ارسطویی است. اخلاق‌نگاری عرفانی، اخلاق‌نگاری به سبک اندرزنامه‌نگاری با جهت‌گیری کاربردی، اخلاق‌نگاری با رویکرد درون دینی، اخلاق‌نگاری تلفیقی و اخلاق‌نگاری التقاطی.

۲-۴-۳. تحلیل مسائل عینی، موردی و مبتلابه در حوزه اخلاق

دانش اخلاق هویتاً علم کاربردی است و مهم‌ترین رسالت آن حل مشکلات عینی اخلاق در زندگی است. ارائه مدرک نهایی و ترسیم جدول ارزش‌ها و ضد ارزش‌ها، شرط لازم مفید بودن اخلاق است اما کافی نیست. علم اخلاق باید بتواند با ارائه شاخص‌ها و ملاک معینی، تکلیف اخلاقی افراد را در انجام رفتاری خاص تعیین کند. توصیه‌هایی کلی همچون «حسد نارواست»، «دروغ بد است» و «عدالت خوب است»، در اخلاقی رفتار کردن فرد، کافی نیست. مثلاً باید نشان داد که تصمیم هیئت مدیره در خصوص

ارتقای فلان مدیر، بدون احراز شایستگی، ظلم است و فقدان شایسته‌سالاری، خلاف امانت‌داری است. تحلیل مسائل عینی در حوزه اخلاق، نیاز به موضوع‌شناسی و بسترشناسی دارد زیرا مسائل اخلاقی، به فرهنگ وابسته هستند.

۲-۴-۴. تبیین معضلات اخلاقی در حوزه فعالیت‌های حرفه‌ای

معضلات اخلاقی در سازمان و جهت‌گیری اخلاقی فرهنگ سازمانی، مدیران را به دانش اخلاق حرفه‌ای سوق می‌دهد. آنها از این دانش انتظار دارند تا با ارائه اصول و ضوابط اخلاقی به تحلیل مشکلات حرفه‌ای بپردازند. امروزه فقدان رفتار ارتباطی مبتنی بر احترام متقابل، صداقت و صراحت، کمبود وجدان کاری و لاابالی‌گری‌های سازمانی نسبت به اموال عمومی، معضلات اخلاقی سازمان‌ها و شرکت‌هاست. در هر پرونده در هیئت تخلفات اداری، مسئله‌های اخلاقی نهفته است. شرکت‌ها ناچارند از آیین‌نامه اخلاق حرفه‌ای برخوردار باشند تا جهت‌گیری اخلاقی همه تصمیم‌گیری‌ها و آیین‌نامه‌های سازمانی (مانند نظام استخدام، نظام پاداش و ...) را تأمین کنند. سازمان بازرسی کل کشور برای مثال ناگزیر از داشتن آیین‌نامه اخلاق بازرسی است. تدوین ضوابط اخلاق تجارت، اخلاق اهل قلم، اخلاق پزشکی و دیگر حرفه‌ها کاری نیست که بدون تخصص و دانش کافی در اخلاق حرفه‌ای میسر باشد. علمای اخلاق بر حسب هر حرفه‌ای با گستره‌ای تازه و کران‌ناپیدا آشنا می‌شود.

۲-۴-۵. حل تعارضات اخلاقی

پیچیده‌ترین مسائل اخلاقی و پرآسیب‌ترین آنها، تعارضات اخلاقی است. تعارضات اخلاقی هم در زندگی فردی و شخصی رخ می‌دهد و هم در فعالیت‌های سازمانی. تعارضات اخلاقی در سازمان پیچیده‌تر، عمیق‌تر و دارای ابعادی بیشتر است و در نتیجه حل آن نیز صعوبتی بیشتر دارد. تعارض اخلاقی عبارت از رفتاری است که انجام آن اخلاقاً زشت و ترک آن نیز نارواست. در این مقام، فرد برخوردار از دغدغه اخلاقی، بلا تکلیفی احساس می‌کند.

گفتن راز دیگران اخلاقاً زشت است اما اگر این رازداری متضمن خیانت به وظیفه سازمانی باشد نیز نارواست. دادن رشوه اخلاقاً نکوهیده است اما خودداری از پرداخت رشوه در مواقعی ضرری فراوان برای شرکت به بار می‌آورد. تأکید مدیر بر بزرگداشت شعائر اسلامی و اقامه نماز جماعت اخلاقاً تحسین‌برانگیز است اما ترویج ریا، تظاهر و نفاق نیز نارواست. مدیر برخوردار از دغدغه اخلاقی بر آن است که هم ریا را ترویج نکند و هم نماز جماعت را ترویج کند. روش رایج در حل تعارضات اخلاقی، قاعده دفع افسد به فاسد (انتخاب بد از میان بد و بدتر) است.

۲-۴-۶. عطف توجه به زمینه‌های پیش‌گیری پیش از درمان

رسالت آموزه‌های اخلاقی صرفاً درمان مفاسد اخلاقی و ردایل رفتاری نیست بلکه پیش‌گیری از بیماری‌های اخلاقی و نابهنجاری‌های رفتاری از وظایف اخلاقی مدیران است. کاربردی بودن دانش اخلاق اقتضا می‌کند که روش‌ها و بسترسازی‌های لازم برای پیش‌گیری از ردائل اخلاقی تبیین شود. پیش‌گیری باید در جهت‌گیری‌های تدوین اصول اخلاق، ضوابط و قوانین سازمان و به طور کل در برنامه‌های آموزشی نیز لحاظ شود. برای مثال چگونه می‌توان از فساد اداری، مالی و رفتاری در سازمان پیش‌گیری کرد؟

۲-۴-۷. ارائه فرایند تغییر و تصحیح رفتار

صرف توصیه افراد به اخلاق حسنه و خوب عمل کردن، آنها را متخلق نمی‌کند. در مواردی زیاد فرد می‌داند که تکلیف اخلاقی‌اش چیست و چه باید کرد اما نمی‌داند چگونه تکلیف را انجام دهد. برای مثال، می‌دانیم در عرصه رقابت، اصول اخلاقی را باید رعایت کرد اما نمی‌دانیم چگونه باید آنها را رعایت کنیم. فرد حسود تباه شدن خود را در آتش حسد می‌بیند و در پی درمان خود است اما نمی‌داند چگونه باید از شر حسد رها شود. این ندانستن نه تنها فرد را از درمان دور می‌کند بلکه مشکل را پیچیده‌تر نیز می‌کند. از دانش اخلاق حرفه‌ای انتظار می‌رود، روش‌های عینی پیش‌گیری و درمان معضلات اخلاقی را ارائه کند.

تزکیه و تهذیب نفسانی و آراستن فرهنگ سازمانی به آرمان‌های ارزشی و اخلاقی، مستلزم کشف فرایندهای کارآمد است. پیچیدگی اقدام اخلاقی این نیاز را صد چندان می‌کند. روش‌های ناسنجیده نه تنها درمان اخلاقی را تسهیل نمی‌کند بلکه گاه بحران و فاجعه اخلاقی می‌آفریند. راه پرهیز دادن نیروی انسان از کم‌کاری، اتلاف زمان و سرمایه چیست؟ روش نهادینه‌سازی اصل حرمت انسان نزد مدیران کدام است؟

۲-۴-۸. تهذیب نفس و تعالی شخصیت

در داوری‌های اخلاقی باید شخصیت فرد را از رفتارهای او تفکیک کرد. کسی که در شرایط خاص مرتکب فعل اخلاقی ناروا شده است، رفتار او بد است اما این لزوماً به معنای بد بودن خود او نیست و در آمیختن فرد با رفتار وی در ارزش داوری از خطاهای مهم اخلاقی است.

اگرچه تفکیک فرد و رفتار او در داوری‌های اخلاقی، خود یک اصل منطقی و اخلاقی است، بین فرد و رفتارهای او به لحاظ روانی و وجودی ارتباط وجود دارد. تکرار یک رفتار، عادت و طبیعت ثانوی می‌شود و کثرت رفتارهای ناروا، شخصیت او را شکل می‌دهد و به این ترتیب فرد، با بی‌باکی‌ها و بی‌پروایی‌های اخلاقی تعالی شخصیت خود را از دست می‌دهد و فرد دیگر با تخلُّق و خویش‌داری بر تعالی خود می‌افزاید.

یکی از رسالت‌های اخلاقی مدیران، دغدغه تعالی روحی و تهذیب نفس نیروی انسانی و به‌ویژه فرهنگ سازمانی است. فرهنگ سازمانی به منزله روح در افراد است که در معرض تعالی یا سقوط است. دانشمندان اخلاق در سده‌های پیشین، پیش از هر چیز، تهذیب نفس را از اخلاق و سلوک توقع داشته‌اند. تربیت انسان هدف آموزه‌های وحی و تعالیم انبیاست.

از مهم‌ترین رسالت‌های اخلاق، رهایی انسان از خودباختگی‌های پیچیده؛ تقرب آدمی به خودشکوفایی؛ اصالت بشری؛ تحقق خداگونگی انسان، و سلوک او به بارگاه ربوبی در میان این همه مشغله‌های هویت‌ستیز ماشینی است.

۲-۴-۹. ارائه اسوه‌های اخلاقی

اسوه‌های اخلاقی در کارایی و اثربخشی آموزه‌های اخلاقی، نقشی مؤثر دارند. یکی از وجوه مقایسه‌شدنی در نظام‌های اخلاقی، حاصل تربیت اخلاقی این نظام‌هاست که به صورت الگوی اخلاقی ارائه می‌شود. به همین دلیل در قرآن و ادبیات دینی بر اسوه و الگوی اخلاق تأکید می‌شود. امام علی (ع) در خطبه ۱۶۰ نهج‌البلاغه در مقام توصیه به ساده‌زیستی، چندین اسوه را نشان می‌دهد که در عین اشتغال به امر مقدس مدیریت و رهبری جامعه، خود را به زیور ساده‌زیستی آراستند.

ارائه الگوها اولاً، رغبت و انگیزش در رفتار اخلاقی را تشدید می‌کند ثانیاً نشان می‌دهد که آموزه‌های اخلاقی، انتزاعی و دست‌نیافتنی نیستند، بلکه در جامعه تحقق‌پذیرند.

۲-۵. رویکرد تحلیل مفهومی به حرفه

اشتغال یکی از اجزای حرفه است. جزء دیگر، روزی به دست آوردن از طریق اشتغال است. جزء سوم، اختیار در کار و اشتغال است. یعنی حرفه، یک کار اختیاری است. جزء چهارم که بسیار بااهمیت است، خدمت محوری، متمرکز بودن، مفید بودن یا مطلوبیت اجتماعی حرفه است. جزء پنجم، برخورداری از دانش، مهارت و توانایی است. قدما از این جزء سه‌وجهی (دانش، مهارت و توانایی) به «صناعت» تعبیر می‌کنند. از این رو دهخدا در تعریف حرفه می‌گوید «صناعت که روزی بدان به دست آید.» تمایز صنعت از صرف کار در سه عنصر دانش، مهارت و توانایی است.

عده‌ای در تعریف حرفه گفته‌اند: «فعالیت تولیدی و آبادگرانه که به ازای مزد (نقدی یا جنسی) با میل و اراده آزاد و به نحو حرفه‌مند صورت می‌گیرد». مراد از حرفه‌مند در این تعریف برخورداری از سه جزء اخیر است که از آن به صنعت تعبیر شد والا تعریف یادشده مبتنی بر دور (تعریف شی به خود) می‌شود. دو جزء دیگر را نیز می‌توان به حرفه افزود: استقلال (خودمختاری) و میزانی قابل توجه از اقتدار. عده‌ای فرد حرفه‌ای را چنین تعریف می‌کنند: عضو گروه اختصاصی از افراد که از خدمات مفید و ارزش‌محور برخوردار و نسبت به حوزه کاری خود صاحب دانش‌اند. این نیز تأکید بر صنعت خاص است. به این وسیله تعریف سنتی از حرفه به کمال می‌رسد.

این تعریف با چالش‌های فراوانی روبروست: تمایز حرفه از حرفه‌نما و تمایز آن از زیرحرفه (شاخه‌ای از حرفه)، تمایز حرفه‌های سنتی از حرفه‌های نوین معضلات اصلی در این باره است. پرستاری را غالباً حرفه می‌نامیم و پرستاران از مفهوم حرفه‌ای بودن استقبال می‌کنند ولی آن را می‌توان شاخه‌ای از حرفه پزشکی دانست. مهندسی را عده‌ای حرفه‌نما خوانده‌اند.

۲-۶. تحلیل اخلاق حرفه‌ای

مباحث پیشین نشان داد که اخلاق حرفه‌ای، آداب و ویژگی‌های افراد حرفه‌ای نیست بلکه اخلاق حرفه‌ای از شاخه‌های اخلاق کاربردی در قلمرو حرفه است.

۱) اخلاق کار: مراد از اخلاق شغلی، مسئولیت اخلاقی فرد از حیث شغل است. اخلاق شغلی مانند اخلاق فردی، هم بر مسئولیت افراد به عنوان شخص حقیقی تأکید دارد و هم برخلاف اخلاق فردی، عنوان برخاسته از شغل را نیز در مسئولیت‌های اخلاقی لحاظ می‌کند. دو گزاره زیر را درباره آقای حسن پور مقایسه کنید:

۱. حسن پور، مسئولیت اخلاقی دارد.

۲. دکتر حسن پور پزشک، مسئولیت اخلاقی دارد.

هر دو گزاره محمول واحد دارند و موضوع آنها نیز فرد انسان است با این تفاوت که در اولی فرد بدون توجه به شغل عنوان شده است و در گزاره دوم فرد با عنوان برخاسته از شغل مطرح است. بنابراین می‌توان اخلاق فردی را در بیان دقیق‌تر بر دو قسم دانست: اخلاق فردی - شخصی و اخلاقی فردی - شغلی.

یک پزشک به عنوان شخص حقیقی مسئولیت اخلاقی دارد. مسئولیت‌های اخلاقی او برخاسته از شغلی است که دارد، به گونه‌ای که اگر شغل دیگری می‌پذیرفت، مسئولیت‌های اخلاقی وی تغییر می‌کرد. هر شغلی به اقتضای حرفه‌ای، مسئولیت‌های اخلاقی خاصی می‌آفریند. افراد در شغل‌های مختلف با مسائل گوناگون اخلاقی مواجه هستند. اخلاقیات کارمندان بانک با اخلاقیات کارمندان بیمارستان یکسان نیست. مشاغل در بخش خدمات، اخلاقیات خاصی دارد و در بخش صنعت، اخلاقیات

دیگری می‌یابد. در بخش خدمات بر حسب اینکه موضوع خدمات چه چیزی است، اخلاقیات خاصی باید رعایت شود. در یک بانک، مسائل اخلاقی مربوط به تحویل‌دار از مسائل اخلاقی مربوط به بازرس و یا رئیس شعبه متفاوت است. اخلاقیات سرپرست با مدیر در بخش صنعت تفاوت دارد و این تفاوت به تنوع شغلی و کار آنها برمی‌گردد.

تنوع‌پذیری و تخصص‌گرایی یکی از مهم‌ترین تفاوت‌های اخلاقی فردی و اخلاق شغلی است. اخلاق در این مفهوم «شغل وابسته» است. بر حسب تنوع مشاغل، محتاج اخلاقیات خاص هستیم: اخلاق پزشکان، اخلاق معلمان، اخلاق مدیران، اخلاق سرپرستان، اخلاق و کلا، اخلاق و آداب قاضی و ... البته شغل بسته بودن اخلاق، به معنای نسبی بودن اخلاق نیست.

دانشمندان مسلمان در سده‌های پیشین، به اخلاق مشاغل بسیار توجه کرده‌اند و آثاری بسیار در بیان باید‌ها و نبایدهای اخلاقی مربوط به طالب علم‌ها، سیاستمداران، اهل جنگ و مرزداران، پیشه‌وران و بازرگانان و ... نوشته‌اند. اخلاق پیشه‌وران و اربابان صنعت و مناصب لشکری و کشوری و آداب قضا، آداب متعلمان، آداب اهل جدل از مباحث رایج در سده‌های چهارم هجری به بعد است.

اخلاق حرفه‌ای در مفهوم‌سازی‌های اولیه به معنای اخلاق کار و اخلاق مشاغل به کار می‌رفت و امروزه نیز برخی از نویسندگان اخلاق حرفه‌ای را به معنای نخستین آن تعریف می‌کنند. نمونه‌هایی از این قسم تعاریف اخلاق حرفه‌ای قابل تأمل‌اند: عده‌ای در تعریف اخلاق پزشکی گفته‌اند:

«علمی است که موضوع آن بررسی مجموعه آداب و شیوه‌های رفتاری و پسندیده‌ای است که صاحبان مشاغل گروه پزشکی باید رعایت و مجموعه صفات و اعمال نکوهیده‌ای که باید از آن اجتناب کنند.»

تعریف‌های دیگر اخلاق حرفه‌ای

- شیوه‌های رفتاری متداول در میان اهل یک حرفه است.
 - مدیریت رفتار و کردار آدمی هنگام انجام کارهای حرفه‌ای است.
 - رشته‌ای از دانش اخلاق است که روابط شغلی را مطالعه می‌کند.
- در همه این تعاریف نگرش اصالت فرد یا فردگرایی وجود دارد و اخلاق حرفه‌ای به مسئولیت‌ها و الزامات اخلاقی فرد در شغل، محدود شده است. به همین دلیل تعریف اخلاق حرفه‌ای به اخلاق کار یا مشاغل، نوعی تحویلی‌نگری و تقلیل دادن اخلاق حرفه‌ای است زیرا هویت جمعی و سازمانی در نهادهای شاغل در کسب و کار بسی فراتر و پیچیده‌تر از شغل فردی اشخاص است. از این رو اخلاق حرفه‌ای را می‌توان و بلکه باید در مفهومی وسیع‌تر از اخلاق کار تعریف کرد.

۲-۷. توقع حرفه از اخلاق

اخلاق حرفه‌ای شاخه‌ای از اخلاق کاربردی است که به مباحث اخلاقی در حرفه می‌پردازد. صاحبان حرفه، از دانش اخلاق دو توقع دارند: بیان نظام‌مند مسئولیت‌های اخلاقی در حرفه و تشخیص دقیق و حل اثربخش مسائل اخلاق حرفه. در اخلاق حرفه‌ای دو رهیافت سنتی و جدید وجود دارد. رهیافت سنتی، رویکرد مدیریت منابع انسانی به اخلاق حرفه‌ای است که فقط بر مسئولیت اخلاقی افراد در مشاغل و حرف توجه می‌کند و رهیافت جدید- که در دهه‌های اخیر رواج یافته است- رویکرد مدیریت راهبردی به اخلاق حرفه‌ای است. در این رهیافت به مسئولیت‌پذیری سازمان با نگرش سیستمی توجه می‌شود. اخلاق حرفه‌ای بر حسب تنوع حرف، دامنه‌ای بسیار وسیع دارد: اخلاق پزشکی، اخلاقی آموزش و پرورش، اخلاق پژوهش و ...

۸-۲. مشکلات و موانع اخلاق حرفه‌ای

۸-۲-۱. ارزش‌مداری به جای مسئله‌محوری

بسیاری از مشکلات، ناشی از نگرش سنتی ما به اخلاق است. ما در نگرش سنتی خود به معضلات اخلاقی صرفاً فضیلت‌محور یا ارزش‌مدار هستیم نه مسئله‌محور؛ جهت‌گیری ما فضیلت‌گرایانه است، نه کارآمدی. ورود ما به معضل اخلاقی، صرفاً موعظه‌ای، تبشیری و انذار است. در حالی که برخورد صحیح و مؤثر با معضلات اخلاقی به تخصص و مهارت نیاز دارد. رویکرد فضیلت‌گرایانه ما را وامی‌دارد تا در مواقع رویارویی با معضلات اخلاقی، صرفاً احکام و فضیلت‌های اخلاقی را یادآوری و بر آن اصرار کنیم. در چنین مواقعی، تا می‌توانیم از احساسات و عواطف خود خرج می‌کنیم اما برای حل معضل، ذره‌ای مهارت به خرج نمی‌دهیم. فضیلت‌گرایی، یک رویکرد نیست، بلکه یک نوع موضع‌گیری و نهایتاً یک نوع نگرش است. رویکرد، غیرشخصی و روشمند، ناظر به درک درست مسئله و در نهایت حل معضل است. همچنین، رویکرد، مبتنی بر «توصیف علی» موضوع است و در مسیر خود از معیارها و ابزارهای علمی و سنجشگر سود می‌برد اما نگرش، موضع‌گیری شخصی است و اساساً ناظر به حل مسئله نیست. با جهت‌گیری مسئله‌محور، ذهن، بی‌آنکه به بی‌راهه برود، فقط همان را می‌یابد و همان‌قدر و همان‌گونه می‌یابد که به کار حل مسئله می‌آید.

۸-۲-۲. غفلت از عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای

در دانش مدیریت این مسئله کاملاً روشن است که عوامل محیط بیرون سازمان، به‌ویژه عوامل محیط جهانی کمتر در دسترس سازمان است و امکان تأثیرگذاری یا کنترل این دسته عوامل تقریباً ناممکن است اما با وجود این، در مقام تحلیل مسائل داخلی سازمان، از آن غافل نیستند. کمترین فایده‌ای که درک این عوامل دارد این است که ما را در اتخاذ راهبرد و خط‌مشی سازمانی، واقع‌بین‌تر و در نتیجه موفق‌تر خواهد کرد. در حوزه اخلاق حرفه‌ای نیز، لاقلاً در مقام تبیین و تحلیل معضلات اخلاقی سازمان، از عوامل فردی، سازمانی و محیطی نباید غفلت کرد. غفلت از این عوامل در تحلیل و تبیین علل معضل اخلاقی، ما را دچار تحویلی‌نگری و غیر واقع‌گرایی می‌کند که نتیجه‌ای جز ناکامی نخواهد داشت.

پنوی عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای را در سه جنبه تقسیم می‌کند:

۱. جنبه فردی: یعنی ویژگی‌ها و خصوصیات فردی، ارزش‌های مذهبی، ملاک‌های شخصی، عوامل خانوادگی، باورها و اعتقادات و شخصیت از جمله عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای از جنبه فردی هستند. مسلماً فردی که فاقد صلاحیت‌های اخلاقی شایسته از لحاظ فردی باشد، از معیارهای اخلاق حرفه‌ای متناسبی نیز برخوردار نخواهد بود.
۲. جنبه سازمانی: عواملی مثل رهبری، مدیریت، ارتباط با همکاران، ارتباط با زیردستان و فرادستان، نظام تشویق و تنبیه، انتظارات همکاران، قوانین و مقررات و رویه‌ها، جو و فرهنگ سازمانی در این حیطه قرار می‌گیرند. بدیهی است که نامطلوب بودن عوامل مزبور، عامل تهدیدکننده اخلاق حرفه‌ای خواهد بود و بالعکس.
۳. جنبه محیطی: عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی و همچنین دیگر سازمان‌ها و عوامل رقابتی بین آنها، از جمله عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای است.

افزون بر این، کمبود امکانات و ابزار کار، نامناسب بودن ابزار، فضای نامناسب کاری، حجم کاری مازاد بر توان کارمند، محیط شلوغ اداره و رخنه‌های قانونی، بر معضلات اخلاقی دامن می‌زنند. بی‌ثباتی اقتصادی، بی‌ثباتی سیاسی، دردهای مزمن فرهنگی - تاریخی مانند استبدادزدگی که به‌شدت با فرهنگ مشارکتی و کار تیمی ناسازگار است، آموزش‌های نادرست

اجتماعی مانند مسئولیت‌گریزی و تنبلی در کار را نوعی زرنگی تلقی کردن، وضعیت نابرابر رقابت جهانی که تهدیدکننده اخلاق کسب و کار است و دیگر عوامل این‌چنینی، بی‌گمان در وضعیت اخلاقی سازمان تأثیرگذار است.

۲-۸-۳. تحویلی‌نگری

تحویلی‌نگری یعنی ارجاع هر پدیدار به امری فروتر از آن و اخذ وجهی از آن شی به جای کُنه و حقیقت آن، که منطق‌دانان مسلمان شکل ساده آن را، مغالطه کُنه و وجه می‌نامند. تمثیل فیل در یکی از داستان‌های مثنوی معنوی (فیل در خانه تاریک) برای آشکار کردن خطای تحویلی‌نگری مطرح شده است. رهیافتی که سیستم را خارج از توصیف زیرسیستم‌هایی که آن را تشکیل داده‌اند، توصیف و تبیین می‌کند و ارتباط بین آنها را ملاحظه نمی‌کند. تحویلی‌نگری تصور ناقص و ناروا از اخلاق حرفه‌ای است که آثار زیان‌بار فراوان دارد؛ به گونه‌ای که آن را از موانع عمده رشد اخلاقی در سازمان‌ها دانسته‌اند. هر کسی متناسب با تصور خود از یک فعالیت به آن می‌پردازد. تصویری که از مقصد داریم، راه و ابزار ما را تعیین می‌کند. مدیران، متناسب با تصورشان از اخلاق حرفه‌ای به ترویج آن می‌پردازند. تصور ناقص یا ابزارانگارانه مانع ترویج اخلاق در فرهنگ سازمانی می‌شود. در زیر به برخی از ابعاد زیان‌بار تحویلی‌نگری در اخلاق حرفه‌ای اشاره می‌کنیم:

الف) تحویل اخلاق حرفه‌ای به قانون، مقررات، آیین‌نامه‌ها: قانون نسبت پیچیده‌ای با اخلاق حرفه‌ای دارد. بیشتر قانون‌ها ابتدا اخلاقیات بوده‌اند و به تدریج برای برخورداری از حمایت کیفری از اخلاق، صورت قانون به خود گرفته‌اند. اخلاق، روح قانون است و ضمانت اجرائی آن است بدون قوانین و مقررات است اما اخلاق دامنه‌ای بسیار فراگیرتر از قانون دارد و تعهدات اخلاقی در سطحی ژرف‌تر از مناسبات حرفه‌ای مؤثر است. به همین دلیل، تحویل اخلاق حرفه‌ای به مقررات و قانون آسیب‌زاست.

ب) تحویل مسئولیت‌های اخلاقی در حرفه به مسئولیت‌های حرفه‌ای: حرفه‌ای بودن در انجام وظایف شغلی، خود امری اخلاقی است؛ اما اخلاق حرفه‌ای بسی فربه‌تر از مسئولیت‌های حرفه‌ای فرد است. در مواضع فراوانی، بسنده کردن به شرح وظایف مواجهه حداقلی است و مسئولیت اخلاقی، فرد را به اقدام بیشتر و در مواردی همراه با فداکاری برمی‌انگیزد. مسئولیت حرفه‌ای شما را مجاز می‌داند که سود سال مالی را تا نیمه‌ی دوم سال بعد به تعویق بیندازید؛ اما مسئولیت اخلاقی به تسریع در تقسیم سود سهامداران الزام می‌کند.

ج) تحویل اخلاق حرفه‌ای به هنجارهای رایج در مشاغل: بر هر شغلی گفتمانی حاکم است و یکی از عناصر این گفتمان، هنجارها و آداب رایج در آن شغل است. به دلیل این گفتمان است که می‌توان از زبان مدیران، خط‌مشی استادان و آداب صاحبان مشاغل سخن گفت. اخلاق حرفه‌ای را نباید همان هنجارهای رایج در حرفه دانست. هنجارها گروه‌بسته‌اند و جهان شمول نیستند. هنجارها می‌توانند اخلاقی و ضد اخلاقی باشند. برای مثال، کم‌کاری می‌تواند در محیطی به صورت یک هنجار شغلی درآید؛ در حالی که کم‌کاری در هیچ نظام اخلاقی پسندیده نیست و در فرهنگ اسلامی به منزله مصداقی از کم‌فروشی نکوهیده شده است.

د) تحویل اخلاق حرفه‌ای به مسئولیت‌های اخلاقی منابع انسانی: اخلاق در سازمان‌ها را با دو رهیافت می‌توان بررسی کرد: ۱. رهیافت مدیریت منابع انسانی که بر اخلاقی بودن افراد در مشاغل تأکید می‌کند. چنین رهیافتی پیشینه‌ای طولانی در سنت شرقی و غربی دارد. در منابع اخلاق و آداب حرفه‌ای، غالباً با اخلاق مدیران، اخلاق پزشکان و اخلاق مهندسان روبه‌رو می‌شویم، ۲. رهیافتی که بر آن است منابع انسانی در کنار دیگر اجزاء و عناصر، بخشی از هویت سازمانی است و رفتار اخلاقی منابع انسانی در گرو

عملکرد اخلاقی سازمان است. سازمان از افراد تشکیل می‌شود، اما سازمان به منزله شخصیت حقوقی هرگز جمع جبری اشخاص حقیقی نیست. این تلقی که سازمان چیزی جز افراد نیست، تلقی تحویلی‌نگر است. رهیافت راهبردنویسان به اخلاق حرفه‌ای، سازمان اخلاقی است و اخلاقی بودن سازمان را مزیت راهبردی می‌دانند. سازمانی اخلاقی است که اهداف، وظایف و ساختار خود را به متمایزی اخلاقی بسپارد و مناسبات سازمانی خود را با همه عناصر محیط داخلی و خارجی گروه‌های ذی‌نفع، اخلاقی کند. مدیریت مسائل اخلاقی در شرکت بر اساس رهیافت اول به حوزه مدیریت منابع انسانی محول می‌شود اما بر اساس رهیافت دوم، نهاد بالادستی (اعم از شورا، کمیته، دفتر و ...) زیر نظر مستقیم مدیرعامل عهده‌دار اخلاق سازمان می‌شود. نامهربانانه‌ترین واکنش به اخلاق سازمان، سپردن آن به روابط عمومی است. این سخن هرگز به معنای کم ارج تلقی کردن نقش روابط عمومی سازمان نیست بلکه نقد تصویری از اخلاق حرفه‌ای است که پرداختن به آن را از وظایف روابط عمومی می‌داند.

ه) تحویل منشور اخلاقی سازمان به اصول اخلاقی: منشور اخلاقی سازمان متضمن مسئولیت‌های اخلاقی شرکت در قبال حقوق عناصر محیط داخلی و خارجی شرکت است. منشور همان‌گونه که از معنای لغوی آن پیداست، چندوجهی است و هر وجه آن بیانگر خط‌مشی اخلاقی شرکت در قبال یکی از گزاره‌های ذی‌نفع در محیط آن است: خط‌مشی اخلاقی شرکت در قبال مشتریان، خط‌مشی اخلاقی شرکت در قبال رقبیان، سهام‌داران، تأمین‌کنندگان، شهروندان، محیط زیست. برخی از سازمان‌های اخلاقی، به جای تدوین منشور چندوجهی اخلاقی، به بیانیه‌هایی متضمن چند شعار کلی و اصل عام اخلاقی بسنده می‌کنند. چنین بیانیه‌هایی به صورت کالای تزئینی درمی‌آیند و گاه مانع ترویج اخلاق حرفه‌ای در سازمان می‌شوند.

و) تحویل منشور اخلاقی سازمان به عهدنامه اخلاقی حرفه‌ها: هر حرفه‌ای عهدنامه‌ای دارد که صاحبان حرفه در مناسبات شغلی به آن پای‌بند می‌شوند. عهدنامه پزشکان، عهدنامه وکیلان، عهدنامه حساب‌رسان و ... عهدنامه اخلاقی در اخلاقی‌سازی حرفه نقشی عمده دارد اما جهت‌گیری فردگرایانه دارد و افراد را در حرفه خطاب قرار می‌دهد؛ در حالی که منشور اخلاقی سازمان جهت‌گیری سازمانی دارد و به اخلاقی‌سازی سازمان می‌پردازد. این گمان که منشور اخلاقی سازمان چیزی جز عهدنامه اخلاقی نیست، نوعی نگرش تحویلی‌نگری است. امروزه شرکت‌ها درگیر مشاغل مختلفی هستند و مناسبات حرفه‌ای سازمان چندگانه است. بنابراین، منشور اخلاقی سازمان بسی پیچیده‌تر از عهدنامه اخلاقی است.

پیش‌گیری و درمان تحویلی‌نگری

فیلسوفان پدیدارشناس که در تشخیص عارضه تحویلی‌نگری پیشگام بودند، رهیافت پدیدارشناختی را روش درمان تحویلی‌نگری می‌دانستند اما پس از پنجاه سال درباره کارایی شیوه‌های آنها، تردید شد؛ به‌ویژه در حوزه اخلاق حرفه‌ای پدیدارشناسی نتوانست الگوهای پژوهشی اجرائی ارائه کند. از دهه شصت سده بیستم، الگوهای حل مسئله میان‌رشته‌ای به منزله رهیافت مؤثر در پیش‌گیری و درمان تحویلی‌نگری معرفی شد. متأسفانه عده‌ای تلقی تحویلی‌نگر از رهیافت میان‌رشته‌ای اخذ کرده‌اند و آن را به مطالعه چندرشته‌ای کاهش داده‌اند. مطالعه چندرشته‌ای بدون الگوهای حل مسئله، عقیم است.

امروزه تلفیق منسجم رهاورد رشته‌ها و چالش روشمند رهیافت‌ها، دو الگوی اثربخش در حل مسائل چندتباری شناخته می‌شوند. مسائل اخلاقی در حرفه، ماهیتی چندتباری دارند و بدون اخذ الگوهای میان‌رشته‌ای، تحلیل‌شدنی نیستند. تلقی تحویلی‌نگر بر چندتباری بودن مسائل اخلاقی پرده می‌افکند و حصر‌گرایی روش‌شناختی را در فهم و تحلیل مسائل اخلاقی در حرفه رواج می‌دهد و این، خود تحویلی‌نگری را تشدید می‌کند و بر آن دامن می‌زند و این چنین حلقه معیوب رشد می‌کند.

برای پیش‌گیری تحویلی‌نگری در ترسیم مسئولیت‌های اخلاقی سازمان‌های کسب و کار، تدوین سند جامع اخلاقی سازمان را توصیه می‌کنیم. این سند متضمن اصول اخلاقی، منشور اخلاقی سازمان و عهدنامه اخلاقی کارکنان و مدیران است و در اخلاق پژوهی الگوهای میان‌رشته‌ای، تحویلی‌نگری را پیش‌گیری و درمان می‌کند.

برای درمان این معضل، باید اخلاق حرفه‌ای را بسیار گسترده‌تر از قوانین و مقررات و مسئولیت‌های حرفه‌ای و هنجارهای جاری مشاغل، مسئولیت‌های اخلاقی منابع انسانی، اصول اخلاقی و عهدنامه‌های اخلاقی حرفه‌ها در نظر بگیریم. تدوین سند جامع اخلاقی سازمان‌ها که به روش پویا به صورت دو الگوی تلفیق منسجم رشته‌ها و چالش روشمند رهیافت‌هاست، راه‌حلی مناسب برای این معضل به نظر می‌رسد.

۳. مفهوم اخلاق اداری

اکنون اخلاق در قالب منشور اخلاقی سازمان و قوانین رفتار حرفه‌ای مشاغل درون سازمانی نهادینه شده است. در یک دهه اخیر به این موضوع روزافزون توجه شده است که باید دلیل آن را در وقایع دهه‌های اخیر مانند جهانی شدن، توسعه عدم تمرکز، مدیریت‌گرایی، افزایش روابط کاری تجاری سازمان‌های دولتی با بخش خصوصی، رشد مطالعات اجتماعی و درخواست فزاینده برای پاسخگویی و مسئولیت اجتماعی از سوی مراجع قانونی و سیاسی دید.

اخلاق اداری هم اکنون به نهضتی اصلاح‌گرایانه در مدیریت دولتی تبدیل شده است که به مطالعه و شناسایی قواعد و ضوابط رفتار انسان اداری و موضع‌هایی چون تدوین منشور اخلاق، قوانین و استانداردهای رفتار، آموزش اخلاقیات، مدیریت اخلاق، تصمیم‌گیری اخلاق، فرهنگ و جو اخلاق و زیرساخت اخلاق می‌پردازد.

سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه^۱ نیز با طراحی یک زیرساخت اخلاقی که در واقع یکی از الگوهای اثربخش مدیریت اخلاقیات محسوب می‌شود، در کنترل فساد و حفظ و ارتقای اخلاقیات و اصلاح رفتارهای نامطلوب در اغلب کشورهای عضو خود تلاش کرده است. در این الگو به میزانی زیاد عوامل محیطی و سازمانی با یکدیگر ترکیب شده است که مهم‌ترین این عوامل عبارتند از:

- تعهد رهبران، سیاست‌مداران و مدیران به رعایت امور اخلاقی
- راهبرد، سیاست‌ها و قوانین و مقررات دقیق و لازم اخلاقی
- جو و فضای جامعه و سازمان
- سیستم‌ها و سازوکارهای انگیزشی برای تشویق انجام رفتار اخلاقی
- برنامه‌های آموزش‌های کارآمد و مؤثر
- سیستم‌های کنترلی و ارزیابی کارآمد و مؤثر درون و برون سازمانی
- دلایل و استدلال عقل‌پسند کافی برای پذیرش اخلاق
- موقعیت‌های شغلی
- نیازهای شخصی
- جامعه مدنی فعال

از این رو در مجموع می‌توان گفت چنانچه یک زیرساخت اخلاقی، کارکردی صحیح داشته باشد، محیطی را فراهم می‌آورد که استانداردها و شاخص‌های رفتار شخصی مطلوب، تشویق و حمایت شود.

۳-۱. مدل مفهومی عوامل تأثیرگذار بر رفتار اخلاقی کارکنان

با بررسی ادبیات نظری موجود در زمینه عوامل تأثیرگذار بر رفتار اخلاقی افراد در سازمان، در می‌یابیم الگوهایی متعدد در این زمینه در دنیا وجود دارد که از جمله مهم‌ترین آنها عبارتند از:

- مدل اخلاق در بازاریابی بارتلز (Bartels, 1967)
- مدل تعامل فرد موقعیت تروینو (Trevino, 1986)
- مدل رفتاری تصمیم‌گیری اخلاقی و غیراخلاقی بومر، گراتو، گراوند و توتل (Bommer, Grato, Gravender & Tuttle, 1987)
- مدل رفتار اخلاقی استند، ورل و استید (Stead, Worrell & Stead, 1990)
- مدل تحریک رفتار اخلاقی در سازمان‌ها مک دونالد و نیجهوف (MC Donald & Nijhof, 1999)
- چارچوب اخلاق پینتر مورلند (Painter – Morland, 2001)

در مجموع با مطالعه الگوهای متعدد رفتار اخلاقی، عواملی متعدد به عنوان عوامل اثرگذار بر رفتار اخلاقی در سازمان شناخته شده‌اند. در اکثر الگوهای اخلاقی، عواملی مشابه معرفی شده‌اند که می‌توان اینها را در سه دسته کلان، میانی و خرد دسته‌بندی کرد:

۳-۲. فاکتورهای اثرگذار بر رفتار اخلاقی

۳-۲-۱. سطح کلان

فرهنگ: منظور از فرهنگ در سطح کلان، چیزی است که با قومیت افراد نسبتی نزدیک دارد. فرهنگ‌های مختلف، باعث ایجاد استانداردهای اخلاقی ناهمگون و نامتشابه می‌شوند.

اقتصاد: شرایط اقتصادی سازمان (مثل مسائل مالی) موجب رفتار غیراخلاقی در سازمان می‌شود. معیارهای اقتصادی بلندمدت با تصمیمات اخلاقی بیشتر همبستگی دارند. شرایط اقتصادی بی‌ثبات و فشارهای رقابتی می‌تواند به رفتار غیراخلاقی در سازمان دامن بزند.

محیط سیاسی: شرایط سیاسی بی‌ثبات می‌تواند بر رفتار اخلاقی تأثیر بگذارد.

فناوری: فناوری می‌تواند بر افزایش رفتار غیراخلاقی در سازمان‌ها تأثیر بگذارد مانند: شنود مکالمات، ضبط پست الکترونیک و ...

مذهب: تمایلات مذهبی یکی از تنظیم‌کننده‌های اخلاقی مهم مردمی هستند.

قانون: گاهی قوانین مبهم هستند و افراد نمی‌توانند در چالش‌های اخلاقی که به صورت روزمره با آنها درگیر هستند، از این قوانین استفاده کنند. خیلی وقت‌ها مردم فکر می‌کنند چون کارشان مشکل قانونی ندارد، پس اخلاقی است. اما قانونی بودن و اخلاقی بودن ضرورتاً با هم معنا نیستند.

۳-۲-۲. سطح میانی

رقابت: اقدامات رقبا می‌تواند تعدیل‌کننده تصمیمات اخلاقی و رفتار اخلاقی باشد.

نظام پاداش: پاداش‌های مالی و غیر مالی موجب ترویج رفتار غیر اخلاقی می‌شود.

اصول رفتاری: خط‌مشی‌های اخلاقی سازمان به صورتی قابل ملاحظه تصمیمات غیر اخلاقی را کاهش می‌دهد.

خصوصیات شغلی: در مشاغلی که ارتباطاتی با خارج از سازمان دارند به صورت بالقوه نسبت به مشاغلی با ارتباطات داخل سازمانی، امکان ایجاد معضلات اخلاقی بیشتر است. هر چه شغل متمرکزتر باشد، احتمال اتخاذ تصمیمات اخلاقی بیشتر است.

منابع: کمیابی منابع و فشار سهامداران ممکن است موجب تخطی از رفتار اخلاقی در درون سازمان شود.

فرهنگ سازمانی: فرهنگ می‌تواند موجب ایجاد هنجارهای جمعی شود که راهنمای رفتار هستند.

عواملی متعدد از جمله اهداف سازمان، خط‌مشی بیان‌شده و فرهنگ سازمان یا شرکت در حیطه کار تصمیمات مدیران را در مورد اخلاقی یا غیر اخلاقی عمل کردن، قویاً تحت تأثیر قرار می‌دهد. فرهنگ شرکت و ساختار رسمی سازمان تأثیری فوق‌العاده بر شرایط اخلاقی کارکنان دارد.

اهداف سازمان: وقتی هدف اصلی، نرخ بازگشت سرمایه تعریف شود، اخلاقی عمل کردن تبدیل به یک هدف فرعی می‌شود.

رفتار مدیر: مدیریت ارشد خودش یک الگوست و نباید پیام‌هایی مبهم ارسال کند و در حالی که از استانداردهای اخلاقی خاص سخن می‌گوید، در عمل تابع استانداردهای دیگری باشد. مدیریت ارشد نباید رفتارهای غیر اخلاقی را ترویج کند. از طرفی رفتارهای اخلاقی شرکت و صنعت باید ارتقاء داده و تقویت شود.

جو سازمانی: جو یا فضای سازمان، یک درک مشترک و استوار از جنبه‌های مهم روان‌شناختی محیط کار است.

اختیار سمت: مدیران ارشد کمتر از کارکنان سمت‌های پایین‌تر متوجه مشکلات اخلاقی می‌شوند. همچنین حوزه فعالیت مدیران میانی غالباً مراکز سود هستند، بنابراین فشاری زیاد برای حل مشکلات تصمیم‌گیری در اقدامات سودآورتر وجود دارد. درجه ارشدیت یک پست سازمانی و میزان اختیارات فرد صاحب پست، بر احتمال رفتار غیر اخلاقی اثر می‌گذارد.

ارزیابی عملکرد: اهداف عملکردی باید شدنی و معتبر باشند و به‌خوبی انتقال داده شوند و بازگوکننده استانداردهای اخلاقی باشند. فشار و انتظارات بی‌دلیل به رفتار غیر اخلاقی منجر می‌شود.

افراد مرجع: آگاهی نسبت به عملکرد همکاران، تأثیری بسیار بر رفتارهای غیر اخلاقی افراد دارد. همچنین سرپرست تأثیری شدید بر رفتار اخلاقی و اخلاقیات زیردستانش دارد. اگر سازمان‌ها دوست دارند بر رفتار اخلاقی اعضایشان تأثیر گذارند، باید بر افراد مرجع مناسب متمرکز شوند و آن رفتار خاص را تقویت کنند. فشار همکاران، یکی از متغیرهای مهم در پیش‌بینی رفتار انحرافی است.

۳-۲-۳. سطح خود

نگرش: یعنی افراد تا چه اندازه درگیر شدن در یک رفتار خاص را خوب یا بد می‌دانند. هر چه فرد رفتار را مطلوب‌تر ارزیابی کند، از خود نسبت به اجرای آن رفتار بیشتر تمایل نشان می‌دهد.

قصد: اگر تصمیم‌گیرندگان توانایی رفتار کردن به شیوه اخلاقی را داشته باشند، هیچ تضمینی وجود ندارد که آن‌گونه عمل کنند مگر این که آنها قصد داشته باشند اخلاقی عمل کنند.

قدرت نفس: افرادی که از درجه بالای قدرت نفس برخوردارند، نسبت به افرادی که قدرت نفس پایین‌تری دارند، بیشتر در مقابل انگیزه‌ها مقاومت می‌کنند و بیشتر از عقیده خود پیروی می‌کنند. افرادی که قدرت نفس بالاتری دارند، معمولاً در ارتباطات اخلاقی و ادراکی از خود سازگاری بیشتری نشان می‌دهند و معمولاً آنچه را که فکر می‌کنند درست است، انجام می‌دهند.

مرکز کنترل: افراد با کنترل بیرونی کمتر مسئولیت پیامدهای کارهای خود را می‌پذیرند و کمتر بر کنترل‌کننده‌های درونی رفتار خوب و بد تکیه دارند. افرادی که مرکز کنترل درونی دارند، بیشتر به برهان اخلاقی پای‌بندند.

وابستگی میدانی: افراد با وابستگی میدانی، بیشتر از مراجع اجتماعی خارجی به عنوان راهنمای رفتارشان استفاده می‌کنند. افرادی که استقلال میدانی دارند، برای رفتارشان به مراجع اجتماعی توجه چندانی ندارند و کارهایشان را با اختیارات بیشتر انجام می‌دهند.

دموگرافی: افراد مسن‌تر تمایل دارند نمره کمتری به برهان اخلاقی بدهند هر چه سطح تحصیلات افزایش می‌یابد، تمایل به دادن نمره بالاتر به برهان اخلاقی بیشتر می‌شود. تفاوت نقش جنسیتی، عقاید مذهبی، سن، تجارب کاری و ملیت، عواملی تأثیرگذار بر تصمیمات اخلاقی افراد است.

تأثیر والدین: توسعه اخلاقی و رفتار فرد تحت تأثیر بزرگسالان و خصوصاً والدین قرار می‌گیرد.

سطح توسعه اخلاقی: میزان توسعه اخلاقی فرد، تصمیم فرد در مورد کارهای درست و نادرست را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

ارزش‌ها: ارزش‌های فردی تصمیم‌گیرنده بر تصمیم‌گیری وی تأثیر می‌گذارد. در زندگی حرفه‌ای، ارزش‌های فردی توسط نیروهای دیگری که در درون ساختارهای سازمان وجود دارند، تعدیل می‌شوند. این فشارها می‌تواند موجب تغییر نقش ارزش‌های فردی در تصمیم‌گیری شود.

باورها: باورها نیز تأثیری قابل ملاحظه بر تصمیمات اخلاقی دارند.

۳-۳. ابعاد نیاز سازمان به اخلاق

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

۳-۳-۱. 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 کنند، عملکرد آنان با سازمان تعیین می‌شود. همان‌گونه که تلقی سازمان از نیروی انسانی در عملکرد سازمان با نیروی انسانی مؤثر است. برای مثال، تلقی

ابزارانگاره از منابع انسانی موجب مواجهه غیراخلاقی سازمان با آنان می‌شود. این مواجهه در همه شئون حرفه‌ای سازمان مانند شرح وظایف، آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌ها و تصمیم‌گیری هیأت 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 جهان‌بینی دارند و جهان‌بینی سازمان نقشی سرنوشت‌ساز در حیات سازمانی دارد. سازمان برای رشد و تعالی جهان‌بینی سازمانی نیازمند 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 در ذهن مشترک سازمانی نهادینه کنیم، اولین مانع اخلاق سازمانی را برداشته‌ایم.

۳-۲-۳. ممیزی اخلاقی اهداف و مأموریت سازمانی

سازمان‌ها از نظر اهداف سازمان سه‌گونه هستند:

۱. سازمان‌های برخوردار از اهداف خیرخواهانه و اخلاقی، مانند سازمان‌های امداد و نجات و سازمان‌های حمایت‌کننده از حقوق گروه‌های اجتماعی آسیب‌پذیر.
۲. سازمان‌هایی که اهداف ضد اخلاقی و زیان‌بار دارند. برخی از سازمان‌ها با اهداف سودجویانه از طرق نامشروع مانند قاچاق انسان، تولید اسلحه کشتار جمعی، پول‌شویی و مانند آنها به وجود می‌آیند. امروزه جرم‌های سازمان‌یافته در جهان به دست سازمان‌های پر قدرت و مافیایی انجام می‌شود.
۳. سازمان‌هایی که با هدف کسب و کار و یا دیگر اغراض حرفه‌ای و انتفاعی تأسیس می‌شوند. بانک، هتل، شرکت‌های تولیدی در صنایع مختلف، مؤسسه‌های پژوهشی و آموزشی، سازمان‌های مدیریت شهری و ... چنین هستند. این سازمان‌ها در مقام تدوین اهداف و مأموریت‌ها می‌توانند از اخلاقی بودن اهدافشان بپرسند. دغدغه اخلاقی در صنعت بانکداری سبب می‌شود که در مقام هدف‌گذاری پرسیم: آیا کسب بالاترین میزان سود هدف اخلاقی است و یا باید آن را با مسئولیت‌پذیری اجتماعی همراه کرد و هدف را بالاترین میزان سود با حفظ مسئولیت‌های اجتماعی قرار داد. در مواضعی که اخلاقی بودن اهداف و مأموریت روشن نیست، محتاج ممیزی اخلاقی هستیم.

۳-۳-۳. ممیزی اخلاقی تصمیم‌سازی

سازمان‌های معطوف به امور خیریه نیز در ابعاد و شئون دیگر سازمانی غیر از هدف نیازمند اخلاق هستند. یکی از مدیران شاغل در سازمانی معطوف به امداد و نجات، بر اساس اینکه «امداد و نجات مصدومین امر خیر و اخلاقی است» بحث از اخلاق امداد را امر بیهوده می‌پنداشت و هر چه در توان داشت در ممانعت از ترویج اخلاق حرفه‌ای در سازمان خود صرف می‌کرد. از نظر وی، فعالیت سازمان معطوف به امور خیرخواهانه است و ضرورتی ندارد که از اخلاق چنین فعالیتی بحث کنیم. استدلال دلسوزانه آن سازمان، استادان و متخصصان اخلاق حرفه‌ای بر عزم وی اثر نکرد. وی برنامه‌های مطالعاتی و آموزشی اخلاق امداد را در سازمان خود متوقف ساخت. تحلیل ابعاد و نیاز سازمان به اخلاق، چنین پنداره‌ای را رفع می‌کند:

مدیران سازمان، همیشه در مواجهه با امور حرفه‌ای ناچار از تصمیم‌گیری هستند. تصمیم‌های آنان در قالب مقررات، آیین‌نامه‌ها، بخشنامه‌ها و مصوبات در سازمان، منشأ اقدام‌ها می‌شود. تصمیم‌گیری به طور منطقی حاصل فرایند تصمیم‌سازی است

و تصمیم‌سازی محتاج ممیزی اخلاقی است. سازمان باید در فرایند تصمیم‌سازی، ایستگاهی را 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 به دیگران است؟

نیاز سازمان به ممیزی اخلاقی تصمیم‌ها و مقررات، سومین وجه نیاز سازمان به اخلاق است. ممیزی اخلاق مقررات، کاری آسان نیست و حصول آن محتاج تخصص، مهارت و توانایی خاص است. به همین دلیل امروزه سازمان‌های برتر در محیط جهانی کسب و کار با به کار گرفتن کارشناسان اخلاق حرفه‌ای به این موضوع می‌پردازند.

۳-۴. تعامل سازمان با محیط

سازمان در رفتار ارتباطی پیچیده با عناصر درونی و بیرونی محیط خود است. این تعامل می‌تواند در معرض آسیب‌های رفتاری قرار بگیرد. پیش‌گیری از این آسیب‌ها و فراتر از آن تعالی و رشد اخلاقی ارتباطات بین‌شخصی در سازمان مستلزم اخلاق حرفه‌ای است. سازمان‌های معطوف به امور خیریه نیز از این آسیب‌ها در امان نیستند. ترویج فساد اداری، رفتاری و مالی همه سازمان‌ها، از جمله مؤسسه‌های خیریه را تهدید می‌کند. پیش‌گیری، مهم‌تر از درمان و مقدم بر آن است. حفظ سلامت سازمان نیازمند ترویج اخلاق در سازمان است. دعوت منابع انسانی به اخلاق و تحذیر آنان از آسیب‌های اخلاقی وقتی به ثمر می‌نشیند و افراد دعوت اخلاقی را زمانی به جان می‌نوشند که سازمان اخلاقی باشد. در سازمان غیراخلاقی دعوت افراد به اخلاق اگر هم لغو نباشد، اثربخش نیست. هر فعالیتی از دو حیث نیازمند ارزیابی اخلاقی است: خود اقدام و نحوه آن. صدقه دادن اقدام اخلاقی است زیرا عمل خیرخواهانه و نفع‌رسانی به دیگران به‌ویژه افراد نیازمند است اما صدقه دادن شکل‌های مختلف دارد. برای مثال اعطای تحقیرآمیز صدقه، دادن صدقه همراه با منت، یا توأم با آزار فرد نیازمند، شکل‌های غیراخلاقی از عمل اخلاقی هستند. در منطق قرآن نیز منت و اذیت موجب ابطال صدقه است. «ای کسانی که ایمان آورده‌اید صدقات خود را به سبب منت و آزار تباه نسازید.» امداد و نجات اقدام خیرخواهانه و اخلاقی است اما نحوه امداد و شیوه نجات مصدوم می‌تواند همراه با حریم‌شکنی و تضييع حقوق مصدوم باشد که در این صورت این روش اقدام غیراخلاقی است.

بنابراین سازمان‌ها در نحوه تعامل خود با محیط درونی و بیرونی به اخلاق نیازمندند. در موارد زیادی مرزبندی مشخصی بین اقدام‌های اخلاقی و غیراخلاقی روشن نیست. مثلاً اغلب بین مداخله و مشورت یا بین نظارت بر کارکنان و ورود به حریم شخصی آنان تمایز نمی‌نهند. همان‌گونه که در تعامل بین‌شخصی افراد در مواردی مرز تواضع و ذلت نفس را تشخیص نمی‌دهند. سازمان‌ها برای تعیین مرز فضائل و رذائل اخلاقی نیازمند دانش اخلاق حرفه‌ای هستند.

۳-۵. تشخیص و حل اثربخش مسائل اخلاقی سازمان

فعالیت‌های حرفه‌ای سازمان و تعامل آن به طور طبیعی معضلاتی متنوع به وجود می‌آورد. این معضلات در زمینه‌های مختلف حرفه‌ای مانند مالی، بازار، تولید، حقوقی و از جمله اخلاقی بروز می‌کند. مواجهه روشمند با معضلات اخلاقی در گروه تشخیص دقیق و حل اثربخش آنهاست و این امر نیز محتاج تخصص و مهارت اخلاق حرفه‌ای است.

از ابعاد نیازمندی‌های سازمان به اخلاق افزایش مهارت مدیران در تشخیص و حل معضلات اخلاقی است. یکی از پیچیده‌ترین، رایج‌ترین و پر آسیب‌ترین معضلات اخلاقی سازمان‌ها، تعارضات اخلاقی است. تأمل در تعارضات اخلاقی نیاز سازمان به اخلاق را

بیشتر آشکار می‌کند. سازمانی اخلاقی است که مهارت تشخیص دقیق و حل اثربخش مسائل اخلاقی را در مدیران افزایش دهد. احساس نیاز نکردن به متخصص و خود درمانی در مواجهه با معضلات اخلاقی سازمان، شیوه رایج و پر آسیب در جامعه ماست.

۳-۶. نهادینه‌سازی الگوهای اخلاقی در تعامل بین‌شخصی در سازمان

کارکنان در محیط شغلی در سازمان به طور مستمر با دیگران در تعامل‌اند و شرایط خاص آنان را به واکنش‌های هیجانی می‌کشاند. مهار واکنش‌های هیجانی و برگرفتن الگوهای اخلاقی در تعامل از طریق اخلاق حرفه‌ای میسر است. بر این اساس نیاز سازمان به اخلاق شش بُعد مختلف دارد. توجه به این ابعاد هم ضرورت اقبال سازمان‌ها به اخلاق حرفه‌ای را نشان می‌دهد و هم ابعاد اخلاقی بودن سازمان را ترسیم می‌کند. برخی از این امور اساساً به سازمان مربوط است و برخی به منابع انسانی آن ارتباط دارند. برخی از این امور از طریق ممیزی و ارزیابی به دست می‌آیند و برخی دیگر از طریق آموزش مستمر و اثربخش حاصل می‌شوند.

جدول ۱. ابعاد نیاز سازمان به اخلاق

ردیف	نیاز به اخلاق	حیطه نیاز	شیوه تحقق
۱	تلقی درست از سازمان و محیط	فرهنگ سازمانی	آموزش
۲	اهداف اخلاقی	سازمان	ممیزی
۳	تصمیم‌ها و مقررات و شرح وظایف اخلاقی	سازمان	ممیزی
۴	تعامل سازمان با محیط درونی و بیرونی	سازمان	آموزش و ارزیابی
۵	تعامل بین‌شخصی در سازمان	منابع انسانی	آموزش
۶	تشخیص و حل اثربخش معضلات اخلاقی در سازمان	مدیران	آموزش و مشاوره

۳-۴. بهبود رفتار اخلاقی

در یک جهان سازمانی که ویژگی آن، کاستن از بار هزینه‌ها، انتظار افزایش بهره‌وری از کارگر داشتن و رقابت شدید در بازار است، روی هم‌رفته عجیب نیست که بسیاری از کارکنان که خود را تحت فشار احساس می‌کنند، میان‌بر بزنند و قواعد را زیر پا گذارند و به استفاده از روش‌های سؤال‌برانگیز روی آورند.

اعضای سازمان‌ها به میزان فزاینده‌ای خود را با محظورات (موانع) اخلاقی مواجه می‌بینند؛ شرایطی که آنها را ملزم می‌کند تا به تعریف رفتار صحیح و غلط بنشینند. برای مثال، آیا در صورتی که به فعالیت‌های غیرقانونی در شرکت برخوردند، باید آنها را گزارش دهند؟ آیا از دستوراتی که با آنها موافق نیستند، تبعیت کنند؟ آیا عملکرد کارمندی را که از او خوششان می‌آید، بهتر ارزیابی و با این کار شغل آن کارمند را برایش حفظ کنند؟ آیا به خود اجازه دهند که به کمک «سیاست‌بازی» در سازمان موجب پیشرفت شغلی خود شوند؟

آنچه رفتار اخلاقی صحیح را تشکیل می‌دهد، هرگز به روشنی تعریف نشده است. در سال‌های اخیر، خطی که درست و غلط را از یکدیگر جدا می‌کند، باز هم بیشتر مخدوش شده است. کارکنان در اطراف خود به افرادی برمی‌خورند که به کارهای غیراخلاقی مشغولند: مسئولان انتخابی به حساب‌های هزینه خود شاخ و برگ می‌دهند یا رشوه می‌گیرند؛ مدیران ارشد شرکت‌ها در میزان سود شرکت اغراق می‌کنند تا بتوانند درآمدهای قابل توجه در زمینه اختیار خرید سهام به جیب بزنند؛ و مدیران دانشگاه‌ها هنگامی که مریدان موفق، ورزشکارانی را که با بورس تحصیلی به دانشگاه آمده‌اند، تشویق می‌کنند که به جای گرفتن درس‌های

لازم برای فارغ‌التحصیلی، درس‌های ساده‌ای انتخاب کنند که آنها را همچنان واجد شرایط بورس تحصیلی نگاه دارد، «به روی خودشان نمی‌آورند». هنگامی که همین افراد دستشان رو می‌شود، بهانه‌هایی گوناگون می‌تراشند، مانند: «همه این کار را می‌کنند» یا «این روزها باید هرگونه امتیازی را که می‌توانید بقاپید». بنابراین آیا عجیب است که کارکنان از کاهش اطمینان و اعتماد خود نسبت به مدیریت سخن می‌گویند و اظهار می‌دارند که به میزان روزافزون بر تردیدشان نسبت به آن چیزی که رفتار اخلاقی درست را در سازمان‌هایشان تشکیل می‌دهد، افزوده می‌شود؟

مدیر امروزی به ایجاد محیط اخلاقی سالم نیاز دارد که کارکنانش بتوانند در متن آن، کار خود را به شکلی ثمربخش انجام دهند و با حداقل ابهامات در رابطه با آنچه رفتار درست و غلط را تشکیل می‌دهد، روبه‌رو باشند.

۳-۵. وظایف مدیران در اخلاقی کردن سازمان

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

- الف) ارزشیابی عملکردهای اخلاقی کارکنان؛
- ب) اخلاقی کردن هدف‌های سازمان؛
- ج) اشاعه ارزش‌ها و مسائل اخلاقی در سازمان؛
- د) اخلاق‌ورزی در زندگی شخصی؛
- ذ) اهمیت دادن به اخلاق حرفه‌ای در شغل؛
- و) برخورد عقلانی و روشمند در مواجهه با مشکلات اخلاقی پیش آمده در سازمان و اقدام برای برطرف کردن آنها؛
- ه) عنایت خاص به آموزش اخلاق حرفه‌ای؛
- ی) تهیه و تدوین منشور اخلاقی مربوط به سازمان با مشارکت همه اعضای سازمان؛

۳-۶. نظام‌های اخلاقی عمده

اخلاق حرفه‌ای در تفکر سنتی، کم و بیش بر نظام ارسطویی استوار بوده 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 نظام‌مند فضائل 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 نهائی می‌انگارند اما در نظریه پنجم، خداوند متعال، برترین زیبایی و مشخص‌کننده ملاک نهائی 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، سازمانی و اجتماعی است. گفتنی است، همه تحقیقات در چارچوب نظام اخلاقی اسلام، بر اساس نظریه «زیبا و خیر مطلق» انجام می‌شود.

۳-۷. اهمیت استانداردها و خط‌مشی‌های اخلاقی

مدیران و کارگزاران سازمان‌ها برای به انجام رساندن امور سازمانی خود، علاوه بر معیارهای سازمانی و قانونی، به مجموعه‌ای از رهنمودهای اخلاقی و ارزشی نیاز دارند که آنان را در رفتارها و اعمال اداری و سازمانی‌شان یاری دهد و در حرکت به سوی شیوه مطلوب جمعی و عمومی نوعی وحدت رویه برایشان میسر کند. پژوهشگران اخلاقیات کسب و کار نیز برای کمک به کارمندان در گرفتن تصمیم‌های اخلاقی مناسب‌تر، اغلب بهسازی و گسترش خط‌مشی‌های رسمی اخلاقیات را توصیه می‌کنند.

در بررسی تأثیر استانداردها و خط‌مشی‌های اخلاقی بر نگرش‌های کارکنان و تعهد آنان، می‌توان به نتایج برخی از پژوهش‌ها اشاره کرد. بویر و وب در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که وقتی مجموعه مقررات اخلاقی به گونه‌ای اثربخش به کار گرفته شود، رضایت کارکنان افزایش می‌یابد. وتیل و دیویس نیز دریافتند که اگر مدیریت عالی بر رفتار اخلاقی تأکید ورزد، کارکنان رضایتی بیشتر از شغل‌شان خواهند داشت. ویکزنوئاتل دریافت که بهبود رضایت شغلی با مجموعه مقررات اخلاقی مرتبط است که به‌خوبی انتقال یافته باشد. ویزووارن و دشیاندر نیز در بررسی خود به این نتیجه رسیدند که آن دسته از مدیران سطح میانی که با رفتار غیراخلاقی مدیران ارشدشان مواجه شده‌اند، رضایت شغلی کمتر دارند. علاوه بر رضایت شغلی، گزارش‌هایی نیز درباره احساس پای‌بندی و رابطه آن با وجود یا اعمال مجموعه مقررات اخلاقی نیز مشاهده شده است. هانت و همکارانش به این نتیجه رسیدند که بین وجود ارزش‌های اخلاقی سازمانی و احساس پای‌بندی سازمانی کارکنان رابطه‌ای مهم وجود دارد. باینگتون و جانسون نیز یافته‌هایی مشابه گزارش کرده‌اند که نشان می‌دهد کارکنانی که معتقدند رفتارهای غیراخلاقی موجب موفقیت فردی در سازمان می‌شود، تعهد سازمانی کمتر دارند.

نکته حائز اهمیت در شاخص‌ها و استانداردهای اخلاقی، در نظر گرفتن مجموعه شرایط و به عبارت دیگر اتخاذ رویکرد سیستمی نسبت به مسائل است. چنانچه در تعیین این خط‌مشی توجه کافی نشود، سازمان معیارهایی را وضع خواهد کرد ولی به دلیل ناسازگاری آن معیارها با مجموعه باورهای اخلاقی افراد، کارایی لازم را ندارد. برای مثال، سیمز و کیون دریافتند که وجوه انطباق میان جو اخلاقی سازمان و ترجیحات اخلاقی کارکنان با افزایش احساس رضایت شغلی و کاهش تمایل به ترک خدمت در آنان مرتبط است. فاست تعارض حرفه‌ای - سازمانی موجود بین حسابداران استرالیایی را بررسی کرده است. یافته‌های او حاکی از آن است که این تعارض با سطوحی پایین‌تر از تعهد و رضایت و احتمال قوی استعفا همراه است. در بررسی مشابهی در خصوص تعارض حرفه‌ای - سازمانی در بخش حسابداری، آرانیا و فریس دریافتند که این تعارض با ترک خدمت کارکنان نسبت مستقیم و با رضایت شغلی نسبت عکس دارد. همچنین، باینگتون و جانسون دریافتند که حسابرسان داخلی که تعارض اخلاقی را در محیط سازمانی خود تجربه کرده‌اند، سطوحی پایین‌تر از تعهد سازمانی را گزارش کرده‌اند.

۳-۸. فرهنگ سازمانی چیست؟

به نظر می‌رسد توافق گسترده‌ای در این باره وجود دارد که فرهنگ سازمانی به نظامی از معانی مشترک اطلاق می‌شود که اعضای یک سازمان بدان‌ها باور دارند و این سازمان را از سازمان‌های دیگر متمایز می‌کند. این نظام معانی مشترک، در واریسی دقیق‌تر، مجموعه‌ای از ویژگی‌های عمده‌ای است که سازمان برای آنها ارزش قائل است. تحقیقات بیانگر آنند که در مجموع، هفت ویژگی اصلی جوهره فرهنگ یک سازمان را به نمایش می‌گذارند:

۱. نوآوری و ریسک‌پذیری: میزانی که کارکنان یک سازمان به نوآوری و ریسک‌پذیری تشویق می‌شوند.

۲. توجه به جزئیات: میزانی که از کارکنان انتظار می‌رود از خود دقت، تحلیل و توجه به جزئیات نشان دهند.
 ۳. نتیجه‌گرایی: میزانی که مدیریت توجه خود را بر نتایج یا حاصل کار متمرکز می‌کند تا بر تکنیک‌ها و فرایندهای استفاده شده در دستیابی به آن نتایج.
 ۴. مردم‌گرایی: میزانی که تصمیمات مدیریت تأثیری را که نتایج این تصمیمات بر افراد داخل سازمان باقی می‌گذارد، به حساب می‌آورند.
 ۵. تیم‌گرایی: میزانی که فعالیت‌های کاری بر گرد تیم‌ها سازمان یافته‌اند تا افراد.
 ۶. پرخاش‌جویی: میزانی که افراد پرخاشجو و رقابتی هستند تا آسان‌گیر و بی‌قید.
 ۷. ثبات: میزانی که فعالیت‌های سازمانی بر حفظ وضعیت موجود، در مقابل رشد، تأکید دارند.
- هر یک از این ویژگی‌ها روی پیوستاری از کم تا زیاد قرار می‌گیرد. بنابراین، ارزیابی سازمان بر اساس این هفت ویژگی می‌تواند تصویری ترکیبی از فرهنگ سازمان به دست دهد. این تصویر، پایه‌ای برای حس درک مشترکی فراهم می‌آورد که اعضا درباره سازمان، چگونگی انجام کارها در آن و شیوه‌ای دارند که انتظار می‌رود اعضا بدان گونه رفتار کنند.

۳-۹. ایجاد یک فرهنگ اخلاقی سازمانی

محتوا و استحکام یک فرهنگ، بر جو اخلاقی موجود در سازمان و رفتار اخلاقی اعضای آن تأثیر می‌گذارد. یک فرهنگ سازمانی که بیش از همه احتمال دارد استانداردهای اخلاقی بالایی را بر سازمان حاکم کند، فرهنگی است که تحمل ریسک بالایی دارد، در جسارت، کم تا متوسط است و هم بر وسایل رسیدن به هدف تأکید دارد و هم بر نتایج به دست آمده. مدیرانی که در چنین فرهنگی فعالیت می‌کنند، برای خطرپذیری و نوآوری تحت حمایت قرار می‌گیرند، از وارد شدن به رقابت‌های افسارگسیخته منع می‌شوند و توجه خود را هم بر چگونگی دستیابی به اهداف و هم بر این متمرکز می‌کنند که چه اهدافی به دست آمده است.

یک فرهنگ سازمانی قوی، بیشتر از یک فرهنگ ضعیف بر کارکنان اعمال نفوذ می‌کند. اگر فرهنگ قوی باشد و از استانداردهای اخلاقی بالاحمایت کند، باید تأثیر بسیار نیرومند و مثبتی بر رفتار کارکنان داشته باشد. برای مثال، شرکت جانسون اند جانسون از یک فرهنگ قوی برخوردار است که از تعهدات شرکتی دیرپا و مؤکدی به ترتیب نسبت به مشتریان، کارکنان، جامعه و سهام‌داران حمایت می‌کند. هنگامی که معلوم شد تابلنول (یکی از محصولات جانسون اند جانسون) که در فروشگاه‌ها به فروش می‌رسید، سمی است، کارکنان آن در سراسر ایالات متحده، مستقل و پیش از آنکه مدیریت حتی بیانیه‌ای در رابطه با شیوه برخورد با این مسئله صادر کرده باشد، آن محصول را از این فروشگاه‌ها بیرون کشیدند. هیچ کس به این افراد نگفته بود که از نظر اخلاقی روش درست کدام است. آنها می‌دانستند که رهبری جانسون اند جانسون از آنها انتظار چه رفتاری را دارد. همچنین، یک فرهنگ قوی که مشوق گسترش محدوده‌هاست، می‌تواند نیرویی قدرتمند در شکل دادن به رفتارهای غیراخلاقی باشد. برای مثال، فرهنگ جسورانه و پرخاش‌گرانه *انرون*، با فشاری بی‌امان که بر مدیران ارشد برای افزایش سریع درآمدهای شرکت اعمال می‌کرد، مشوق زیر پا گذاشتن اخلاقیات بود و نهایتاً به فروپاشی شرکت و محکومیت نهائی رهبران شرکت، *کن لی و جف اسکیلینگ* منجر شد.

مدیریت برای به وجود آوردن یک فرهنگ اخلاقی چه می‌تواند انجام دهد؟ ما ترکیبی از روش‌های زیر را پیشنهاد می‌کنیم:

- یک سرمشق نمایان و در چشم همگان باشید. کارکنان برای تعریف رفتار مناسب، به عنوان ملاک و محک به رفتار مدیریت ارشد نگاه می‌کنند. هنگامی که مدیریت ارشد در چشم همگان ارزش والایی برای رفتار اخلاقی قائل باشد، این امر پیام مثبتی برای کلیه کارکنان در بردارد.
- انتظارات اخلاقی خود را به دیگران منتقل کنید. می‌توان با ایجاد و توزیع یک نظام‌نامه اخلاقیات سازمانی، ابهامات اخلاقی را به حداقل رساند. این نظام‌نامه باید ارزش‌های اصلی سازمان و قواعد اخلاقی را که از کارکنان انتظار می‌رود از آنها تبعیت کنند، بیان کند.
- آموزش اخلاقی بدهید. سمینارها، کارگاه‌ها و برنامه‌های آموزش اخلاقی مشابه برگزار کنید. از این جلسات آموزشی برای تقویت استانداردهای سلوک سازمانی و توضیح این که کدام روش‌ها مجاز نیستند و پرداختن به معضلات اخلاقی احتمالی استفاده کنید.
- آشکارا اعمال اخلاقی را پاداش دهید و اعمال غیراخلاقی را مجازات کنید. ارزیابی‌های عملکرد مدیران باید شامل یک ارزیابی مورد به مورد در این باره باشد که تصمیمات او را در مقایسه با نظام‌نامه اخلاقی سازمان بسنجد. به افرادی که اخلاقی عمل می‌کنند، باید به خاطر رفتارشان آشکارا و در مقابل چشم همگان پاداش داد. با اهمیتی برابر، باید اعمال غیراخلاقی نیز به شیوه‌ای نمایان تنبیه شوند.
- سازوکارهای حمایتی فراهم کنید. سازمان باید سازوکارهایی رسمی پیش‌بینی کند که کارکنان بتوانند معضلات و مسائل اخلاقی را به بحث گذارند و بدون ترس از تلافی، رفتار غیراخلاقی را گزارش دهند. این سازوکار می‌تواند شامل پیش‌بینی مشاوران اخلاقی، بازرسان ویژه مسئولان امور اخلاقی شود.



فصل دوم: جایگاه کار در اسلام

هدف کلی:

آشنایی و افزایش دانش فراگیران در خصوص مفهوم کار و جایگاه آن در اسلام

اهداف رفتاری:

پس از مطالعه این فصل از فراگیران انتظار می‌رود:

۱. مفهوم کار را تعریف و عوامل مؤثر بر ارتقای فرهنگ کار را شرح دهند.
۲. معیارهای کار شایسته از دیدگاه اسلام را بیان کنند.
۳. اثرات و نتایج کار از دیدگاه اسلام را توضیح دهند.
۴. عوامل روانشناختی مرتبط با اخلاق کار را توصیف کنند.
۵. مفاهیم مشتری‌مداری و شهروندمداری را با یکدیگر مقایسه کنند.
۶. اهم وظایف کارمند در ارتباط با همکاران و زیردستان را بازگو کنند.
۷. مفهوم تکریم را تعریف و ارکان آن را بر شمرند.

۱. کار و جایگاه آن در تمدن بشری

کار از مظاهر مدنیت و توسعه در زندگی اجتماعی بشر است. چنانچه از کار و نقش شگرف آن در زندگی بشر غفلت شود، انسان‌ها برای رفع نیازهای مختلف خود به رفتارهای مخرب اجتماعی روی می‌آورند. تأمین نیازهای متعدد انسان‌ها از جمله در زمینه‌های: غذا، پوشاک، سرگرمی، سفر، تحصیل و دیگر موارد و تضمین برخورداری از استانداردهای لازم مستلزم کار و تلاش است. پیوند انسان با کار آنقدر اساسی است که می‌توان گفت انسان و نقش آفرینی وی در کسب و کار از هم جدایی‌ناپذیرند. بر این اساس، کار ضرورت و لازمه زندگی است و حیات او در جامعه با کار عجین شده است. جانداران دیگر، زندگی خود را مدیون مواهب طبیعت و غرایز خویش هستند و بدون تفکر و تلاش ویژه و با استفاده مستقیم از مواهب طبیعت زندگی می‌کنند اما انسان، فقط در دورانی کوتاه از تاریخ تکامل خود در وضعیت صرفاً طبیعی زیسته و به رفع نیازهای ابتدایی بسته کرده است.

۱-۱. مفهوم کار و فرهنگ کار

از نظر لغوی، کار به معنای فعل و عمل و کردار انسان است و در اصطلاح، فعالیتی است نسبتاً دائمی که به تولید کالا یا خدمات می‌انجامد و به آن دستمزدی تعلق می‌گیرد.

در فرهنگ فارسی «سخن»^۱ کار چنین تعریف شده است: «آنچه از کسی سر می‌زند، عمل و دیگر اینکه فعالیتی که شخص به طور روزانه به آن مشغول است و معمولاً بابت آن حقوق دریافت می‌کند».

استفاده معمول و متداول واژه کار به کار بدنی محدود می‌شود لیکن این یک معنای عام از واژه کار نیست. از این رو هرگونه تعریف علمی از کار باید شامل کوشش‌های فکری نیز بشود. مفهوم جدید کار این است که هر کوششی که نیازی را ارضا یا فایده‌ای را ایجاد کند، کار مولد به حساب می‌آید. مسلماً هر نوع کوشش انسان که منظور آن تحصیل مزد باشد کار نامیده می‌شود ولی هر کاری مولد نیست؛ یعنی چیزی تولید نمی‌کند یا در خدمت تولید قرار نمی‌گیرد، به هر صورت کار است ولی کار مولد نیست.

به تعبیری دیگر کار عبارت است از «مجموعه عملیاتی که انسان با استفاده از مغز، دست‌ها، ابزار و ماشین‌ها برای استفاده عملی از ماده روی آن انجام می‌دهد و این اعمال نیز متقابلاً بر انسان اثر می‌گذارد و او را تغییر می‌دهد». بر اساس تعریف مذکور، کار دارای سه خصوصیت است: کار مبتنی بر فعالیت فکری و بدنی است؛ دوم، از طریق کار، کالایی تولید می‌شود یا خدمتی عرضه می‌شود؛ سوم، در قبال انجام کار، دستمزدی پرداخت می‌شود.

۲-۱. عوامل مؤثر بر ارتقای فرهنگ کار

اساساً فرهنگ از ماهیتی سیال برخوردار است و به مرور زمان با تغییر شرایط و عوامل می‌توان انتظار داشت که این پدیده نیز دچار تغییر و تحول شود. فرهنگ کار نیز چنین است و از جمله عوامل مؤثر بر ارتقاء و توسعه آن می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱-۲-۱. فرهنگ محیط کار مطلوب

یکی از جلوه‌های فرهنگ کار این است که ساعات کار مفید کارکنان افزایش یابد. برای بالا بردن ساعات کار مفید کارکنان لازم است عملکرد کارکنان به شکل منطقی مدیریت شود، یعنی با اندازه‌گیری عملکرد، زمینه‌های عملکرد نامطلوب و خلاء

۱. فرهنگ سخن، به سرپرستی دکتر حسن انوری، تهران، سخن، ۱۳۸۲.

کاری از بین خواهد رفت. یکی از جنبه‌های ضعیف فرهنگ کار، بیکاری پنهان کارکنان است که خود منشأ بروز بسیاری از نارسایی‌ها و مشکلات سازمانی است.

۲-۲-۱. نقش نخبگان و سخت‌کوشی در ارتقای فرهنگ کار

حرکت به سوی صنعتی شدن مستلزم برخورداری از پیش‌زمینه تاریخی است که فراهم آمدن آن در کوتاه‌مدت ناممکن است. با این حال نباید به این بهانه دست از تلاش کشید. تجربه در برخی کشورها نشان می‌دهد که در صورت برخورداری از راهبردهای جامع و تبدیل آن به برنامه‌های مشخص و معین می‌توان به توسعه دست یافت. باید بیش از گذشته به نقش نخبگان علمی، فکری، فرهنگی و اجتماعی اهتمام داشت زیرا بدون شایسته‌سالاری، مفهوم صنعتی شدن بی‌معناست.

۳-۲-۱. نقش تشکلهای صنفی در ارتقای فرهنگ کار

تشکلهای غیردولتی نقشی بی‌بدیل در ایجاد و تقویت فرهنگ کار دارند. تقویت جنبه‌های صنعتی کار و اولویت دادن به نقش تولیدی تشکلهای غیردولتی بسیار ارزنده است. تشکلهای صنفی نقش واسطه را بین نیروی انسانی و مدیریت یک واحد اقتصادی ایفا می‌کنند. این واسطه از طریق کارکرد چانه‌زنی دسته جمعی و توافق جمعی نقشی قابل ملاحظه در تنش‌زدایی بین کارگران و کارفرمایان دارد به گونه‌ای که از ایجاد بحران‌های بزرگ اجتماعی جلوگیری می‌کند.

۴-۲-۱. نقش خانواده در ارتقای فرهنگ کار

فرهنگ کار هنجاری است که ارزش اخلاقی مثبتی را برای انجام یک شغل درست وضع کند و مبتنی بر این باور است که کار فی‌نفسه دارای ارزش ذاتی است. مثل دیگر هنجارهای فرهنگی، علاقه‌مندی و باور یک فرد به اخلاق کار اساساً تحت تأثیر تجارب و تعلیم وی در دوران طفولیت و نوجوانی است. خانواده یکی از عواملی است که در تقویت فرهنگ کار و دوام و استمرار آن نقش دارد.

۵-۲-۱. نقش مدیریت در ارتقای فرهنگ کار

مهم‌ترین عامل که می‌تواند کارکنان یک سازمان را به کار علاقه‌مند یا بیزار کند، سبک مدیریت حاکم بر سازمان است. چنانچه، نظام مدیریتی از این شرایط و علائق حمایت کند، فرهنگ کار تقویت و در غیر این صورت، تضعیف خواهد شد. بدیهی است که در صورت تضعیف نگرش به فرهنگ کار، افراد میزان گریز از کار، سیاه‌کاری، ضایعات استعفا، اخراج و مانند آن افزایش خواهد یافت.

۶-۲-۱. انگیزه کار

تحقیقات حکایت از آن دارند که انگیزه در کار، به دو بخش از عوامل بستگی دارد: عوامل محیطی و عوامل انگیزشی.

عوامل محیطی

نیازهای اساسی در کار را در برمی‌گیرد که شامل شرایط کاری، سطح نظارت، سیاست‌های سازمان، مزایا و امنیت شغلی است. اگر این عوامل ضعیف باشند، به نگرش‌های ضعیف شغلی و نارضایتی در کار می‌انجامند؛ بر عکس، توسعه عوامل محیطی، موانع نگرش‌های مثبت در کار را از میان بر می‌دارد، البته توسعه عوامل محیطی به تنهایی، باعث رضایت شغلی نمی‌شود.

عوامل انگیزشی

هرزبرگ معتقد است عواملی که به ایجاد نارضایتی می‌انجامند، کاملاً متفاوت با عواملی هستند که رضایت را به دنبال دارند. او این عوامل مثبت را «عوامل انگیزشی» نامید. این عوامل نیازهای اساسی انسان را برآورده می‌سازند و عبارتند از: پیشرفت، توسعه فردی، رضایت شغلی و تقدیر از کار. توسعه این عوامل می‌تواند باعث رضایت افراد در کار شود. پیشرفت عوامل محیطی، موانع موجود بر سر نگرش‌های مثبت در محیط کار را از میان برمی‌دارد هر چند که این عوامل به تنهایی نمی‌توانند باعث ایجاد انگیزه در کار شوند اما مدیران باید از طریق رضایت شغلی و نه از طریق تشویق یا تنبیه، در کارکنان خود انگیزه ایجاد کنند.

۲. اهمیت کار در سیره پیامبران

در سیره پیام اکرم (ص) فعالیت‌های اقتصادی افراد، ارزشی بالا دارد. آن حضرت کارگران و تولیدکنندگان در عرصه اقتصادی را چنان تشویق می‌کند که در طول تاریخ جوامع بشری، هیچ فرقه و مذهبی چنین جایگاهی برای اساسی‌ترین رکن جامعه، یعنی تأمین‌کنندگان حیاتی‌ترین کالای اقتصادی، قائل نشده‌اند. در سیره انبیا، کار مساوی ارزش وجودی انسان است. بارها در روایات تأکید شده که هیچ پیامبری برانگیخته نشده است مگر کار و زحمت را پیشه خود ساخته باشد. پیامبر اکرم (ص) در گفتاری حکیمانه، به شدت از افراد تنبل و بی‌حال را که تن به کار نمی‌دهند و می‌کوشند که از دست رنج دیگران بهره‌مند شوند، نکوهش و آنان را سرزنش می‌کنند و می‌فرمایند: «مَلْعُونٌ مِّنْ أَلْفِي كَلَّ عَلَى النَّاسِ مَلْعُونٌ مَلْعُونٌ مَّنْ صَيَّعَ مَن يَعُولُ»؛ از رحمت خدا دور است، از رحمت خدا دور است کسی که بار زندگی خود را به گردن مردم بیندازد. ملعون است، ملعون است کسی که اعضای خانواده‌اش را (در اثر ندادن نفقه) تباه کند.

۳. معیارهای کار شایسته از دیدگاه اسلام

از جمله معیارهای مؤثر در انجام کار شایسته از نظر اسلام عبارت است از:

الف) کار و کوشش برای رضایت خداوند و در انجام کار خدا را در نظر داشتن؛ در متون اسلامی در این باره چنین آمده است: امام علی (ع) می‌فرماید: «برترین کارها، کاری است که برای خدا باشد». به پروا داشتن از خدا فرمان دارید و برای نیکوکاری و (فرمانبرداری) از خدا آفریده شده‌اید. «آنچه را خداوند بر شما فرض کرده است، وجهه همت خود قرار دهید و برای ادای حق او که از شما خواسته است، از او توفیق و کمک طلبید.»

ب) کار بر اساس معیارهای کسب حلال باشد؛ اسلام کسب درآمد حلال را بر هر زن و مرد مسلمانی به عنوان یک فریضه، وظیفه و واجب کرده است و از ارزشمندترین عبادت‌ها به شمار می‌آید و کسب حلال و غذای پاک، موجب استجاب دعا می‌شود. در این باره چنین آمده است: حضرت رسول اکرم (ص) می‌فرماید: «خواستن رزق مباح و گذران کردن از درآمد حلال وظیفه واجب هر مرد و زن مسلمان است.» و همچنین در جای دیگر می‌فرماید: «عبادت دارای هفتاد بخش است و به دست آوردن روزی حلال ارزشمندترین آنهاست.» «کسی که دوست دارد دعایش مستجاب شود، غذا و کسب خود را پاک و حلال سازد.»

همچنین در قرآن کریم آمده است: «از تو می‌پرسند چه چیز برای ایشان حلال شده است، بگو: چیزهای پاکیزه بر شما حلال شده است»، «ای مردم! از آنچه در زمین حلال و پاکیزه است بخورید و به دنبال شیطان نروید که او دشمن آشکار شماست».

۴. دیدگاه اسلام در مورد کار

توجه به مقوله کار و تلاش در فرهنگ و متون اسلامی چشم‌گیر است. قرآن کریم انسان را «ساعی و تلاشگر» معرفی کرده است. «يَا أَيُّهَا الْإِنْسَانُ إِنَّكَ كَادِحٌ إِلَىٰ رَبِّكَ كَدْحًا فَمُلَاقِيهِ»؛ ای انسان! تو به سوی پروردگارت تلاش بسیاری داری و سرانجام به لقای او خواهی رسید. در این آیه کلمه «کادح» به معنای تلاش و کوشش آمده و مضمون آن این است که انسان باید در راه رسیدن به پروردگارش تلاش و کوشش فراوان کند. همچنین، قرآن، قاطعانه، اصلی مهم را تعلیم می‌دهد که در همه امور باید تعمیم‌پذیر باشد و با عناوین و واژه‌هایی در آیات، به مفهوم کار اشاره شده است.

۴-۱. تأکیدات اسلام در مقوله کار و تلاش

اگر انسان در صدد ظهور و بروز استعدادهای خویش باشد و هم‌چنین در پی جامه عمل پوشاندن به آنها باشد، ناگزیر است از مرحله فکر و اندیشه پا به مرحله عمل بگذارد زیرا تفکر و نیک‌اندیشی خود به خود موجب تحقق آن نخواهد بود، بلکه عامل اصلی و اساسی در تحقق آن تفکر، کار و کوشش است. خداوند در قرآن کریم به این مطلب تأکید می‌فرماید که آنچه انجام می‌دهید و محصولی که به دست می‌آورید خارج از قلمرو مشیت الهی نیست و این خداوند است که به انسان توانایی داده، عوامل تولید و منابع اولیه را خلق و در تسخیر او قرار داده است. در جریان تولید نیز مشیت او به آنها تعلق می‌گیرد و اگر اراده خداوند نباشد، این فرایند شکل نمی‌گیرد و محصولی تولید نخواهد شد.

خداوند متعال در آیات مختلف با یادآوری اینکه او منابع و امکانات را برای انسان‌ها آفریده، آسمان را مسخر ایشان قرار داده است، به جستجو در زمین، بهره‌مندی از منافع آن، آباد کردن و برطرف ساختن نیازهای معیشتی از طریق امکانات نهفته آن تشویق و با بیان‌های مختلف، اهمیت آن را گوشزد می‌کند. به طور کل، تأکید فرهنگ ناب اسلامی در زمینه کار و اهتمام به آن به صورت زیر دسته‌بندی می‌شوند:

۴-۱-۱. کار به عنوان عنصری از تقوایی

اگر در جامعه‌ای بر اساس آموزه‌های دینی عمل شود و کار ارزش یابد و به عنوان مایه رستگاری و وسیله تقرب به پروردگار به آن نگریسته شود، فرهنگ کار تقویت خواهد شد و البته چنین اندیشه‌ای، ابتکار، خلاقیت، رشد و توسعه به معنای عام خواهد بود. بیکاری، نه تنها موجب از بین رفتن استعدادهای درونی فرد می‌شود و او را به فردی تن‌پرور و بی‌خاصیت مبدل می‌کند بلکه به عنوان یک معضل و بیماری اجتماعی، یک جوان مسلمان، پاک و سالم را دچار مفاسد اخلاقی و اجتماعی و بیماری‌های روحی خواهد کرد.

۴-۱-۲. کار به عنوان عامل رشد و پایداری خانواده

اسلام به خانواده اهمیتی زیاد می‌دهد و برای ثبات خانواده، آنها را به کار و کوشش فرا می‌خواند. بی‌شک، انسان بیکار افزون بر رنج خود، خانواده و اطرافیانش را هم در فشار و سختی نگه می‌دارد و به آنها آسیب می‌رساند. امام صادق(ع) در سخنی می‌فرماید:

«انسان توانمند اگر کار نکند در دام خوشگذرانی و بطالت می‌افتد و سرانجام به خود و خویشاوندانش آسیب‌های جدی می‌رساند.» و در جای دیگر می‌فرماید: «در طلب روزی خود سستی نوزید؛ زیرا پدران شما زحمت می‌کشیدند و تلاش می‌کردند تا آن را بدست آورند.»

۴-۱-۳. کار به عنوان عامل فزاینده عزت نفس

در ادبیات اسلامی، بخشی از عزت نفس در گرو کار و تلاش است. کار موجب می‌شود انسان به کمک دیگران امید نبندد و دست تکدی و نیاز به سوی این و آن دراز نکند. انسان باید بکوشد با کار و تلاش، مخارج زندگی خود و خانواده‌اش را تأمین کند و اسیر محبت و منت دیگران نشود. شاید به همین سبب است که امام علی (ع) در وصیتی به فرزند بزرگوارش امام حسن (ع) فرموده است: «اگر می‌خواهی آزاد باشی، مانند بندگان و غلامان زحمت بکش و کار کن. امید و آرزوی خود را از مال جمعی انسان‌ها قطع کن، هرگز چشم طمع به مال و ثروت و اندوخته دیگران نداشته باش. اگر کار و کسبی به تو پیشنهاد شد، نگو این کار، کسر شأن من است و درجه و مقام مرا در جامعه پایین می‌آورد؛ زیرا هیچ چیز به اندازه اینکه انسان از دیگران توقع و تقاضا داشته باشد و استمداد کند، او را پست، حقیر و خوار نمی‌کند. تا زمانی که از دیگران بی‌نیاز باشی و چشم طمع به مال کسی ندوزی و از فردی هدیه نخواهی، از همه بلند قدرتر نیز خواهی بود.»

۴-۲. اثرات و نتایج کار از دیدگاه اسلام

اشتغال به کارهای مفید و مورد نیاز جامعه، اثرات و نتایجی قابل توجه برای همه افراد جامعه اسلامی دارد که از جمله آنها می‌توان به فوائد زیر اشاره کرد:

زمینه رستگاری

اساساً کار و اشتغال در بینش توحیدی اسلام، یک ارزش محسوب می‌شود و تلاش بیشتر در کارهای دنیوی و اخروی، زمینه سعادت و رستگاری افراد را در دنیا و آخرت فراهم می‌کند و آنان را تا درجه جهادگران در راه خداوند بالا می‌برد.

تأمین مخارج زندگی

یک مسلمان با پیش گرفتن کسب حلال، مخارج زندگی خود را تأمین می‌کند و تا حدودی از فقر اقتصادی، اخلاقی و فرهنگی خود و جامعه می‌کاهد.

وسیله ارتباط سالم

اشتغال به کار، افراد را در زندگی در یک برنامه منظم و منسجم قرار می‌دهد و آنان را در روابط اجتماعی و معاشرت با دیگران یاری می‌کند.

آرامش روح و وجدان

تمام کسانی که به کارهای مفید اقتصادی اشتغال دارند و بر اساس احساس وظیفه به شغل مناسب و آبرومندانه خود می‌پردازند؛ علاوه بر این که آرامش روح و روان و وجدان خود را فراهم می‌کنند، به نوعی تفریح نیز می‌کنند. افراد سست‌عنصر و بی‌کار معمولاً به اضطراب و عذاب وجدان دچار هستند.

بیدار نمودن روحیه خلاقیت

اشتغال به امور مورد علاقه، روحیه ابتکار و خلاقیت را در افراد زنده و استعدادهای درونی آنان را شکوفا و انسان را متوجه نیروهای نهفته در درون خود می‌کند و به این ترتیب، مفید و مؤثر بودن خود را باور می‌کند و اعتماد به نفس در او تقویت می‌شود. چنین فردی با روحیه سرشار از عشق به کار، از زندگی خود لذت می‌برد و برای رسیدن به اهداف عالی تلاش می‌کند.

تثبیت موقعیت اجتماعی

اشتغال به کار مفید و مورد نیاز جامعه، راه رسیدن به موقعیت اجتماعی مطلوب برای افراد مسلمان تلقی می‌شود و شغل او هر قدر از نیازها را رفع کند و موجب تقویت و استقلال و عزت مسلمانان شود، همان قدر موقعیت اجتماعی صاحب شغل در میان افراد جامعه اسلامی، بیشتر و بالاتر خواهد بود. خداوند می‌فرماید: «وَأَنْ تَكُونَ لِلنَّاسِ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى»؛ یعنی برای انسان بهره‌ای جز سعی و تلاش او نیست.

جلوگیری از مفاسد

بیکاری افراد، موجب ضررهای جبران‌ناپذیر و مفاسد بی‌شمار برای اجتماع مسلمانان است؛ به این معنا که یک فرد با انتخاب یکی از مشاغل مورد نیاز جامعه و اشتغال به آن، باری از دوش مردم و مسئولان برمی‌دارد و در مقابل، فرد بیکار نه تنها مشکلی را در جامعه حل نمی‌کند بلکه خود، مشکل آفرین و سربار جامعه اسلامی نیز می‌شود و علاوه بر این که نیرویی هدر می‌رود، نیروهای دیگری را به خود مشغول خواهد کرد.

۴-۳. جایگاه کار و تلاش در اسلام

اسلام، پاداش کسانی را که در راه تأمین معاش خود و خانواده‌شان تلاش می‌کنند، همانند پاداش مجاهدان و رزمندگان در راه خدا و بلکه بالاتر از اجر آنان قرار داده است.

پیامبر اسلام (ص) در حدیثی می‌فرماید:

«عبادت و پرستش خداوند هفتاد جزء دارد که بالاترین جزء آن طلب روزی حلال است.»

حضرت امام صادق (ع) می‌فرماید:

«کسی که برای تأمین مخارج خانواده‌اش تلاش می‌کند مانند کسی است که در راه خداوند جهاد می‌کند.»

حضرت امام رضا (ع) می‌فرماید:

«کسی که برای تأمین مایحتاج خانواده‌اش در پی کسب روزی الهی است، پاداشی برتر از پاداش مجاهد در راه خداوند دارد.»

امام باقر (ع) در حدیثی می‌فرماید:

«کسی که برای بی‌نیازی از مردم و رفاه خانواده و کمک به همسایگانش در طلب روزی حلال باشد، در روز قیامت خداوند

را در حالی ملاقات می‌کند که چهره‌اش همانند ماه شب چهارده می‌درخشد.»

نتیجه آنکه اسلام هرگز کار کردن و تلاش برای تأمین معاش را جدای از عبادت نمی‌داند. پیامبر اسلام (ص) زمانی که از

جنگ تبوک به مدینه بازگشت، سعد انصاری که نتوانسته بود همراه پیامبر (ص) به جنگ برود، به استقبال آن حضرت آمد. وقتی

پیامبر (ص) داستان خشک و خشن و ترکیده او را دید از او پرسید: «صدمه‌ای به دستانت رسیده است؟» سعد در پاسخ گفت: «برای تأمین مخارج اهل و عیالم با طناب و بیل کار می‌کنم» پیامبر (ص) بر داستان او بوسه زد و فرمود: «این دستی است که در آتش جهنم نمی‌سوزد.»

در مقابل، انسان‌های بیکار و کسانی که بار زندگی خود را بر دوش دیگران می‌اندازند و از زیر کار و فعالیت شانه خالی می‌کنند، مورد لعن و نفرین اسلام و اولیای اسلام هستند. پیامبر گرامی اسلام (ص) می‌فرماید:

«کسی که بار زندگی خود را بر دوش مردم بیندازد ملعون است.»

امام محمد باقر (ع) می‌فرماید:

حضرت موسی (ع) از خداوند سؤال کرد: خدایا مغضوب‌ترین بندگان در نزد تو چه کسانی هستند؟ خداوند در پاسخ فرمود: کسانی که شب تا صبح همچون جسد مرده‌ای می‌خوابند و روز خود را به بطالت و بیکاری می‌گذرانند.

یکی از یاران امام صادق (ع) می‌گوید: از آن حضرت درباره شخصی پرسیدم که می‌خواهد در خانه خود بنشیند و به نماز و روزه و عبادت خداوند پردازد و از تلاش برای کسب درآمد خودداری کند و معتقد است که به هر حال، خداوند روزی او را به گونه‌ای تأمین خواهد کرد. امام صادق (ع) در پاسخ فرمودند: این شخص از کسانی است که دعای آنان به اجابت نمی‌رسد؛ یعنی مورد توجه خداوند قرار نمی‌گیرند. آن حضرت در روایتی دیگر، انسان‌هایی را که برای حفظ آبرو و ادای دین خود و کمک به مردم کار نمی‌کنند، بی‌فایده و بی‌ارزش معرفی کرده و می‌فرماید:

«کسی که نمی‌خواهد از راه حلال مالی را فراهم آورد که با آن آبروی خود را حفظ نماید و دینش را ادا کند و صله‌ی رحم به جا آورد، خیری در او نیست.»

۵. اخلاق کار

هر کسی به تناسب استعدادها و توانایی‌های خویش و یا به اقتضای شرایط اجتماعی و محیطی، برای تأمین معیشت خویش شغل خاصی را برمی‌گزیند. تأمین معاش، به طور کلی و صرف نظر از اینکه در قالب چه شغل یا تخصصی باشد، احکام اخلاقی مشترکی دارد.

۵-۱. عوامل روان‌شناختی مرتبط با اخلاق کار

بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند از خودبیبگانگی افراد می‌تواند تأثیری مستقیم بر میزان علاقه، دقت، مسئولیت، ابتکار و مولد بودن داشته باشد. اخلاق کار، قواعد و زمینه‌های برانگیزاننده و فعال شده تعهد ذهنی، روانی و فیزیکی فرد یا گروه است. بدیهی است که یک ذهن از خودبیبگانه نمی‌تواند زمینه‌ای مناسب برای انگیزه و تعهدات اخلاقی و فیزیکی از خود بروز دهد. کاهش اخلاق کار، به کاهش مسئولیت‌پذیری منجر می‌شود.

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

در نظام پیشه‌وری، رابطه موجود بین کارگر و کارفرما شخصی بود و این رابطه ایجاب می‌کرد که کارگر و کارفرما در مقابل یکدیگر، تعهدات و وظایفی گسترده‌تر از آنچه امروز انتظار می‌رود داشته باشند اما تولید کارخانه‌ای، در وضعیت اجتماعی همه کارگران تغییرهای اساسی به وجود آورد و بر مهارت‌های پیشه‌ای و روابط کار اثری عمیق گذاشت. بدین ترتیب، نیروی کار در یک

کارگاه یا کارخانه متمرکز و محل زندگی و کار از یکدیگر جدا شد. کارگران می‌بایست از نظمی که کارفرما اعمال می‌کرد، یعنی ساعات و سرعت کار منظم تبعیت می‌کردند و اگر چه از نظر حقوقی آزاد بودند، از نظر اقتصادی و اجتماعی وابسته و تابع بودند. یکی از ابعاد بسیار مهم اخلاق کار، بعد روان‌شناختی آن است زیرا اخلاق متغیری است که آگاهی و اراده فردی نقشی محوری در آن دارد. بسیاری از اندیشمندان برای بهبود اخلاق کار، بر نظریه‌های رفتاری تأکید داشته‌اند. هرگاه فردی کار اخلاقی انجام داد و از سوی جامعه تشویق شد، احتمال انجام کارهای اخلاقی دیگر تقویت می‌شود تا جایی که کار اخلاقی به صورت ارزش‌های درونی درمی‌آید. به این ترتیب، برنامه‌ریزان کلان کشوری قادر خواهند بود اخلاق کار را در افراد جامعه درونی کنند زیرا تغییر مدیریت اساساً در شیوه‌های انگیزش افراد در محیط‌های کاری و نحوه پاداش‌های مادی آنها تأثیر می‌گذارد که ابعاد اقتصادی و روانی اخلاق کار محسوب می‌شوند.

۶. وظایف کارمند در ارتباط با دیگران (همکاران، زیردست، مردم و ...)

۱-۶. تعریف واژه کارمند و وظایف آن

واژه کارمند در لغت فارسی، به معنای دارنده کار و کاردار دفتری است و به کسی گفته می‌شود که شغلی در دستگاهی دارد یا در خدمت اداره‌ای است. کارگزار که معادل عربی آن عامل است، «کسی است که امور شخصی را در مال، ملک و کارهای او بر دوش گیرد و متولی آن باشد. از همین جاست که به مسئول دریافت زکات، عامل گفته‌اند.» فرهنگ لغات و اصطلاحات فقهی، کسی را کارمند می‌داند که «در حرفه و شغلی، با گرفتن مزد، به حساب دیگری کار کند.»

با تعریف‌هایی که از کارگزار ارائه شد، به نظر می‌رسد که در گذشته، به مأموری گفته می‌شد که از سوی حاکم مسئولیتی در امور اجتماعی، سیاسی و اقتصادی و نظامی بر دوش داشته است که شامل استانداران، فرمانداران، نمایندگان آنها، گردآورندگان زکات و خراج و همچنین دیگر نمایندگان حاکم می‌شده است ولی امروزه، در مفهوم عام، افزون بر مأموران یادشده، کارمند کسی است که به نیابت از دولت به ارائه خدمات می‌پردازد. کارمند در این معنا همه کارکنان دستگاه‌های دولتی از مسئولان رده بالای نظام (کارمندان ارشد) تا کارکنان سطح پایین (کارمندان جزء) را شامل می‌شود.

کارمندان طیف گسترده‌ای از افراد جامعه‌اند که به شیوه‌های گوناگون استخدامی از جمله: رسمی (دائم)، پیمانی، قراردادی، روزمزد و ... در خدمت ادارات، سازمان‌ها و دستگاه‌های دولتی قرار می‌گیرند و در حوزه‌های گوناگون اجتماع به‌ویژه آموزش، بهداشت، امنیت، قضا، رفاه، تهیه و توزیع کالا، خدمات شهری و روستایی و ... انجام وظیفه می‌کنند و در قبال آن، از دولت حقوق می‌گیرند. ارتقای شغلی آنان نیز بر اساس معیارهای شایستگی، سنوات خدمت و ... است.

وظایف یک کارمند تنها به وظایف او در برابر مافوق و مسئولیت‌هایی که در بر دوش او نهاده شده است محدود نمی‌شود بلکه نسبت به کسانی که او را در انجام وظایف یاری می‌کنند، به‌ویژه افراد هم سطح، نیز وظایفی دارد.

۲-۶. وظایف کارمند نسبت به خود

مراقبت و محاسبه نفس از ویژگی‌های پسندیده‌ای است که بارها پیشوایان معصوم (ع) کارمندان و کارگزاران را به آن فراخوانده‌اند. چنان‌که امام علی (ع) در نامه‌ای به یکی از کارگزاران می‌نویسد: «نفس خود را در حالی که امیدوار به پاداش الهی بوده و از کیفر او هراسناکی، به انجام آنچه خداوند بر تو واجب گردانیده است وادار ساز.»

همچنین آن حضرت مالک اشتر را به خلوت با خود سفارش می‌کند و می‌فرماید: «نیک‌ترین وقت‌ها و بهترین ساعت‌های شب و روز را به خود و خدای خود برگزین.» از همین رو، بر کارمند مسلمان است که پس از فراغت از امور مردم یا پیش از آن، ساعت‌هایی را به خود اختصاص دهد. بهتر است نخست، نفس خویش را محاسبه کند و انجام واجبات الهی را از او بخواهد. سپس از تمامی کردارها و حالات خود پرسد و از اندیشه‌ها و صفات نفسانی و اخلاقی درونی خویش پرسد و بکوشد در محاسبه نفس سخت‌گیر بی‌گذشت باشد. در این زمینه حکایتی زیبا از ایاز، پسر ترک فقیری که به دلیل فراست، هوش، جنگ‌جویی و جمال نیک، جزو مقربان درگاه سلطان محمود قرار گرفت شنیدنی است.

گویند: وقتی ایاز به درگاه سلطان راه یافت، برای اینکه ارتباط خود را با گذشته و اصل خویش قطع نکند، اتاقی در قصر برای خود برگزید و پوستین و چارکش را در آن آویخت. او هر روز مخفیانه در ساعت‌هایی مناسب به آن اتاق می‌رفت. مخالفان ایاز که نسبت به این رفتار او ظنین شده بودند، به او تهمت دزدی از گنجینه سلطان زده و مخفیانه به اتاق او رفتند، ولی به جز پوستین و چارقی چیزی نیافتند.

او هر روز به آن اتاق می‌رفت و با خود می‌گفت: «ایاز نگاه کن به چارق و پوستینت تقرب سلطان تو را مغرور نسازد و گذشته‌ات را فراموش نکنی.» مولوی این حکایت را چنین به نظم کشیده است:

چارقت نطفه است و خونت پوستین	باقی ای خواجه عطای اوست این
بهر آن دادست تا جویی دگر	تو مگو که نیستش جز این قدر
زان نماید چند سیب آن باغبان	تا بدانی نخل و دخل بوستان
کف گندم زان دهد خریار را	تا بداند گندم انبار را

بنابراین، شایسته است کارمند مسلمان اگر بر مسندی تکیه زده است، آن را تمام عطایای خداوند نداند، بلکه باید بکوشد با مراقبت از نفس خود از آن عطا وسیله‌ای سازد برای عطایای بیشتر.

۳-۶. وظایف کارمند در برابر همکاران

۱-۳-۶. صمیمیت

محیط اداری، محیطی مقدس برای خدمتگزاری است. از این رو، مناسب است سرشار از مهر و دوستی و عاری از هرگونه کینه باشد تا زمینه بهره‌مندی از الطاف الهی فراهم آید. بی‌شک اختلاف سلیقه، حتی اختلاف عقیده در میان کارکنان یک محیط اداری، طبیعی است ولی مهم آن است که اختلاف سلیقه‌ها نباید به لجاجت و کارشکنی در امور بیانجامد و کینه و نفرت جای مهر و محبت را بگیرد.

اگر این‌گونه نباشد، ادامه کار برای خود کارمند نیز ممکن نخواهد بود. شهید مطهری در کتاب داستان راستان حکایتی بسیار آموزنده از صفا و صمیمیت دو همکار نقل می‌کند که چنین است:

صفا و صمیمیت و همکاری صادقانه هشام بن‌الحکم و عبدالله بن یزید اباضی، مورد اعجاب همه مردم کوفه شده بود. این دو نفر ضرب‌المثل دو شریک خوب و دو همکار امین و صمیمی شده بودند. این دو به شرکت یکدیگر، یک مغازه خرازی داشتند. جنس خرازی می‌آوردند و می‌فروختند. تا زنده بودند، میان آنها اختلاف و مشاجره‌ای رخ نداد. چیزی که موجب شد این موضوع زبانزد عموم مردم شود و بیشتر موجب اعجاب خاص و عام گردد، این بود که این دو نفر از لحاظ عقیده مذهبی در دو قطب کاملاً مخالف

قرار داشتند؛ زیرا هشام از علما و متکلمین سرشناس شیعه امامیه و یاران و اصحاب خاص امام جعفر صادق (ع) و معتقد به امامت اهل بیت بود، ولی عبدالله بن یزید از علمای اباضیه بود. آنجا که پای دفاع از عقیده و مذهب بود، این دو نفر در دو جبهه کاملاً مخالف قرار داشتند، ولی آنها توانسته بودند تعصب مذهبی را در دیگر شئون زندگی دخالت ندهند و با کمال متانت کار شرکت و تجارت و کسب معامله را به پایان برسانند. عجیب‌تر اینکه بسیار اتفاق می‌افتاد که شیعیان و شاگردان هشام بن همان مغازه می‌آمدند و هشام اصول و مسائل تشیع را به آنها می‌آموخت و عبدالله از شنیدن سخنانی برخلاف عقیده مذهبی خود ناراحتی نشان نمی‌داد. نیز، اباضیه می‌آمدند و در جلو چشم هشام تعلیمات مذهبی خودشان را که غالباً علیه مذهب تشیع بود فرا می‌گرفتند و هشام ناراحتی نشان نمی‌داد. یک روز عبدالله به هشام گفت: من و تو با یکدیگر دوست صمیمی و همکارییم. تو مرا خوب می‌شناسی. من میل دارم که مرا به دامادی خودت بپذیری و دختری فاطمه را به من تزویج کنی. هشام در جواب عبدالله، فقطه یک جمله گفت و آن اینکه: (فاطمه مؤمنه است). عبدالله با شنیدن این جواب سکوت کرد و دیگر سخنی از این موضوع به میان نیاورد. این حادثه نیز نتوانست در دوستی آنان خللی ایجاد کند. همکاری آنها باز هم ادامه یافت، تنها مرگ بود که توانست بین این دو دوست (و همکاری) جدایی بیندازد و آنها را از هم دور سازد.

۶-۳-۲. مشورت

از جمله وظایف متقابل کارمند نسبت به همکاران، مشورت در اموری است که در رابطه با آن اطلاعاتی مناسب ندارد زیرا امروزه به سبب گستردگی و پیچیدگی امور، نیاز به همفکری بیش از گذشته احساس می‌شود. در محیط اداری کارمندان ممکن است به تنهایی توان حل همه مسائل را نداشته باشند و در عمل دچار اشتباه شوند. بهره‌گیری از شیوه مشورت در محیط اداری، رویکردی است که می‌تواند کاستی‌ها را جبران کند و از میزان خطاها بکاهد. از سوی دیگر، مشورت از شیوه‌هایی است که در آموزه‌های آسمانی اسلام به آن تأکید شده است. امام علی (ع) درباره مشورت می‌فرماید:

«هر کس تنها به رأی خود اکتفا کرد، به هلاکت رسید و هر کس با دیگران مشورت کرد در عقل‌های آنان شریک شد.»
 بی‌شک، هر چه روابط در محیط اداری مناسب‌تر و دوستانه‌تر باشد، فرصت‌هایی بیشتر برای مشورت فراهم خواهد آمد و همکاران صمیمی می‌توانند با هماهنگی بیشتر، با ارائه طرح‌ها و پیشنهادهای سازنده، فرصت خدمت‌رسانی بیشتر برای مردم فراهم آورند. البته نباید فراموش کرد که مشورت با همکاران زیردست نیز می‌تواند راه‌گشا باشد. با این کار آنان نیز احساس می‌کنند و تلاش‌شان برای رسیدن به اهداف، دوچندان خواهد شد، ولی وقتی احساس کنند، سرپرست به دیدگاه‌های درست آنان اعتنایی ندارد، ممکن است به انزوا کشیده شوند و از اظهارنظرهای ضروری نیز خودداری کنند.

بُود مشورت راحت جان تو ز لغزش همانا نگهبان تو به رنج اندر است ای پسر مستشار مبادا شود بد سرانجام کار

۶-۳-۳. احساس تعهد

در دین مبین اسلام، همه مؤمنان با هم برادر و برابرند و نسبت به هم تعهد اخلاقی و دینی دارند. چنان‌که رسول خدا (ص) در جمله‌ای زیبا می‌فرماید:

«مؤمن آینه مؤمن است، مؤمن برادر مؤمن است، از پشت سر مراقب اوست.»

همچنین در فرازی دیگر مؤمنان را به بنای مستحکمی تشبیه می‌کند که استحکام آنها در گرو پایداری هم‌دیگر است.

مؤمن نسبت به مؤمن چون بنای محکم است که اجزای آن یکدیگر را استحکام می‌بخشد.

از این رو، شایسته است در یک محیط اداری اسلامی نیز کارمندان محترم روحیه برادری اسلامی را تقویت کنند و نسبت به سرنوشت هم‌دیگر حساس باشند. همچنین با احساس وظیفه دینی و اخلاقی، در گرفتاری‌ها و نامرادی‌ها کنار هم و یار و یاور یکدیگر باشند. هم‌دیگر را از اشتباهات و لغزش‌ها باز دارند، از احسان و نصیحت، رفع زحمت و رساندن نفع به هم، حفظ آبرو و در یک کلمه ادای دین نسبت به هم دریغ نکنند و به تعبیر رسول خدا، در همه حال یاور هم باشند:

«برادر خود را یاری کن، چه ستمگر باشد و چه ستم‌دیده، اگر ستمگر است او را از ستم باز دار و اگر ستم‌دیده است، او را یاری کن.»

بهرتر است بدانیم در حال حاضر، کارمندانی هستند که مرتکب تخلفات اداری شده‌اند و عمر خود را در کنج زندان می‌گذرانند. اگر دوستان همکار ایشان، با دیدن نخستین تخلف، به جای چشم‌پوشی، سکوت و بی‌تفاوتی، از روی خیرخواهی و تعهد آنها را از اعمال ناپسند باز می‌داشتند، بی‌شک آنان هم‌اکنون گرفتار چنین مشکلاتی نمی‌شدند.

۶-۳-۴. پرهیز از حسادت

حسادت، بدخواهی برای دیگران است که از پست‌ترین صفات اخلاقی و بدترین بیماری‌های نفس به شمار می‌رود. حسادت، عامل بسیاری از گناهان و مفسد در جوامع شهری است که باید گفت در محیط‌های اداری به سبب وجود زمینه‌های موفقیت، پیشرفت و ارتقای همکاران، ممکن است از بُعد امور مادی و امور اخلاقی بروز کند و برای کارمند و محیط اداری مشکل‌آفرین باشد. بنا به فرموده امام علی (ع): «حسادت بر دوست، از آفات دوستی است.»

از این رو، کارمند مسلمان باید خود را از این صفت پست دور کند و از موفقیت‌های همکاری و دوست خود در کارهای مثبت، خرسند شود و تلاش کند او نیز با بهره‌گیری از تجربیات موفق همکاران خود و امید به خدا در کارها پیروز باشد، نه اینکه بخواهد کوتاهی خود را توجیه کند.

بهرتر است در این مورد حکایتی از ایاز، از امیران و مقربان درگاه سلطان محمود بیاوریم:

«امیران و فرماندهان سلطان محمود همواره بر اثر حسادت، در خدمت سلطان زبان به اعتراض می‌گشودند و می‌گفتند: چرا ایاز مقرری سی امیر را دریافت می‌کند؟ سلطان در پی فرصتی بود که پاسخ مناسب آنان را بدهد. روزی سلطان برایش کاری پیش آمد و با سی تن از امیران به صحرا و کوهستان رفت. سلطان از مسافتی دور کاروانی را دید. به یکی از امیران گفت، برو از آن کاروان پرس که از کدام شهر می‌آیند؟ آن امیر رفت و بازگشت و گفت: از شهر ری می‌آیند. سلطان گفت کجا می‌خواهند بروند؟ امیر از جواب در مانده شد. سلطان به امیری دیگر گفت: برو از کاروان پرس که می‌خواهند کجا بروند؟ آن امیر رفت و برگشت و گفت: به جانب یمن می‌روند. سلطان گفت: چه متاعی با خود دارند؟ امیر نتوانست پاسخ دهد. امیری دیگر روانه شد، همین طور تا سی امیر و بلکه بیشتر رفتند و پرسیدند و آمدند، ولی پاسخ‌های آنان ناتمام بود. سلطان به امیرانش گفت: روزی من ایاز را این چنین مورد امتحان قرار دادم، ولی او تمام پرسش‌های مرا بدون کم و کاست با یک بار رفتن کشف کرد. امیران در پاسخ سلطان گفتند: این درک از عنایت‌های الهی است و کاری نیست که با تلاش حاصل شود.»

در واقع، آنان گناه تبلی، حسادت و ندانم کاری‌هایشان را با سرنوشت و تقدیر توجیه و خود را از اعمال سوء تبرئه می‌کردند.

چون بینی دیگری را بر مراد کن دعا تا نعمتش گردد زیاد

خاطر خود را مرنجان بی سبب آنچه او دارد تو هم از حق طلب

نی که آن خواهی ز فرط ابلهی چون تو، زان نعمت شود دستش تهی

هر چه دارد بنده حق دادش بلی گر حسودی، کی تو حق را قائلی

۶-۴. وظایف کارمند نسبت به زیر دست

۶-۴-۱. الگو بودن

همان‌گونه که کارمندان و کارگزاران نسبت به افراد مافوق و همکار، وظایفی دارند، نسبت به افراد زیردست و چگونگی عملکرد آنان نیز مسئول هستند. هرگونه سهل‌انگاری و بی‌تفاوتی نسبت به این مسئله پیامدهایی زیانبار به همراه خواهد داشت.

از نخستین وظایف یک مدیر مسلمان نسبت به افراد زیردست خود، الگو بودن اوست. خواسته یا ناخواسته، افراد زیردست به تمامی کارها، گفتار و حرکاتش توجه خواهند کرد. از این رو، بهتر است نه تنها رفتار و عملکردش در نهایت ادب و احترام باشد و آنان را به فعالیت بیشتر و کارایی بهتر تشویق کند، افزون بر آن، در حفظ حریم گفتار و دستورها، پای‌بند و عامل باشد. او باید با پرهیز از کج‌روی‌ها، توصیه‌بازی‌ها، امتیاز دادن‌ها و امتیاز گرفتن‌ها و ...، با عمل خود حرمت قانون را نگه دارد تا از دیگران نیز انتظار اجرای این قوانین را داشته باشد زیرا تأثیر رفتاری و الگویی مسئولان و مدیران انکارناشدنی است. چنانکه امام علی (ع) می‌فرماید: «مردم به امیران خود شبیه‌ترند تا به پدران خود.»

درباره تأثیر رفتاری و الگویی بر افراد زیردست، بهتر است سخنان یکی از همکاران شهید بزرگوار رجایی را در اینجا نقل کنیم، ایشان می‌گوید:

«احساس می‌کنم بعد از گذشت بیست سال، مجموعه عملکردهای خالصانه و صادقانه شهید رجایی تأثیرات مشهودی بر من گذاشته است ... پیوسته اندیشه آن شهید همه وجودم را تحت‌الشعاع خویش قرار داده است. من بر اساس تفکر الهی او، همیشه بر این باورم که ارباب‌رجوع در ادارات فرستاده خدایند و هر فردی که به یک متصدی و مسئول اداره مراجعه می‌کند، گویی سفیر الهی برای آزمایش انسان‌های مسئول است و ادارات بستر آزمایشگاه خدمت برای همه. هر کس به نسبت، تکلیفی بر عهده اوست و به هر میزان که این تکلیف را احساس کند و کار مردم را انجام دهد، به ثواب آن کار نیز می‌رسد و نیز این توفیق را از او دارم که در امور بیت‌المال تا کجا باید صرفه‌جویی شود. او به من آموخت که درباره اموال عمومی باید عاقلانه و عادلانه هزینه کرد ... همواره بر این تصورم که نکنند در انجام وظیفه اداری و مالی و مأموریت‌های مختلف دیناری از بیت‌المال تضييع شود و انسان نتواند در پیشگاه خدا پاسخگو باشد.»

۶-۴-۲. تقسیم کار مناسب

تقسیم کار، تقسیم مسئولیت است و تقسیم مسئولیت حدود و وظایف هر فرد را مشخص می‌کند؛ به گونه‌ای که باید درباره عملکردش پاسخگو باشد. امام علی (ع) در نامه‌ای به فرزندش امام حسن (ع) اهمیت تقسیم کار را چنین یادآور می‌شوند:

«کار هر کدام از خدمتکارانت را معین کن که او را در برابر آن مسئول بدانی که تقسیم کار سبب می‌شود کارها را به یکدیگر وانگذارند و در خدمت سستی نکنند.»

با توجه به این فرمایش ارزشمند و نقش تقسیم مسئولیت در پیشرفت کار، یکی دیگر از وظایف اساسی مدیران تقسیم کار مناسب میان افراد تحت سرپرستی است. بی‌شک با تقسیم کار مناسب، بدون آنکه کسی دچار سختی شود، می‌توان مسئولیت‌های بزرگ را میان کارکنان تقسیم کرد. باید گفت که با همه سودهای تقسیم کار مانند سرعت‌بخشی، تجربه و تخصص‌اندوزی، نظم

و ... ممکن است در اثر انجام کار یکنواخت و مداوم، ضمن غالب شدن خستگی و تنبلی بر کارکنان، روحیه نوآوری و ابتکار نیز به مرور در انسان به فراموشی سپرده شود و قوه اندیشه از او گرفته شود. برای پیش‌گیری از این حالت، بهتر است به هر یک از کارکنان کاری متناسب با تخصص و سلیقه او سپرده شود که در این صورت، چنین شخصی از کارش لذت خواهد برد.

۶-۴-۳. انتقادپذیری

مسئول یک اداره یا سرپرست یک بخش در نظام اسلامی هرگز نباید خود را معصوم بپندارد زیرا گاهی ممکن است در کارش کاستی‌ای باشد که خودش تاکنون به آن توجهی نداشته است. بنابراین، برای آگاهی و پیش‌گیری از پیامدهای احتمالی، لازم است روحیه انتقاد کردن را در افراد تحت سرپرستی در محیط اداری تقویت کند؛ به گونه‌ای که جرأت داشته باشند عیب‌های او را بجا و با رعایت حدود و شرایط بیان کنند؛ زیرا «منتقد با نظر به اعمال دیگران، خوب و بد آنها را تشخیص می‌دهد و آنها را از یکدیگر جدا می‌کند و بدی‌های شخص مورد نظر را بیان می‌کند تا آنها را از خود دور سازد و اعمالش خالص شود.»

اگر چه انتقادپذیری به دلایل گوناگون سخت می‌نماید، ولی آگاهی از فواید انتقاد بجا و درست، سبب می‌شود که انسان به هر شکل ممکن آن را تحمل کند. بهتر است تقویت روحیه انتقادپذیری را از شهید رجایی بیاموزیم. یکی از همکاران شهید می‌گوید: شهید رجایی خیلی اصرار داشت گذشته‌اش را همان‌گونه که بود حفظ کند...

وقتی هنگام نماز ظهر می‌شد، مانند گذشته به نماز می‌ایستاد و موقع ناهار غذای ساده و به تناسب فصل نان و پنیر و انگور صرف می‌کرد. روزی در همان اتاق کوچک وزارت که قبلاً اتاق منشی وزیران رژیم گذشته بود، در کنار صندلی‌اش ناگهان چشم ما به جمله‌ای افتاد که بر دیوار زده بودند: «رجایی ارتجاعی» هم متعجب و هم متأثر شدم و گفتم: جمله خوبی نیست. اجازه بدهید پاکش کنم. گفت نه بگذار فعلاً بماند. گفتم چرا؟ گفت: فلانی یادت هست در مدرسه کمال آرزو می‌کردیم، ای کاش روزی برسد که همه جرأت کنند حرف حقشان را بزنند و برای احقاق آن تلاش کنند؟ حال داریم به آنجا می‌رسیم. البته تا رسیدن به آن حق و حد مطلوب به صبر و حوصله و تمرین نیاز داریم تا آنان قانع شوند که برای احقاق حق، ادب و حقوق دیگران را نیز رعایت کنند. ما که معلم بودیم و هستیم باید کمکشان کنیم تا اول حق را بشناسند و برای رسیدن به آن تلاش کنند و به تدریج یاد بگیرند، منطقی مذاکره و صحبت کنند تا قانع کنند و یا با شنیدن پاسخ منطقی قانع شوند.

۶-۴-۴. پرهیز از تبعیض

ممکن است در یک محیط اداری، افراد تحت سرپرستی، بنا به موقعیت و مسئولیت شغلی، نزد مسئول اداره منزلت و جایگاهی ویژه داشته باشند ولی این‌گونه معیارها نباید سبب شود که مسئول در نوع نگاه، رفتار، رعایت ادب و اتفاق‌هایی که ممکن است برای افراد تحت سرپرستی پیش آید، تفاوت قائل شود. رسول گرامی اسلام (ص) درباره پیامدهای تبعیض با افراد تحت سرپرستی می‌فرماید:

«هر کس بر ده نفر سرپرستی کند و در میان آنها به عدالت رفتار ننماید، روز قیامت می‌آید، در حالی که دست و پا و سرش در شکاف تیری قرار دارد.»

از این رو، باید مسئولان نظام اسلامی با افراد تحت سرپرستی، رفتاری سرشار از عدالت داشته باشند که بنا به فرموده امام علی (ع): «جمال و زیبایی اداره امور در (اجرای) عدل است.»

۶-۴-۵. تغافل

تغافل به معنای چشم‌پوشی از لغزش‌هاست که در کنار قاطعیت، از وظایف مدیران و مسئولان است و اگر مناسب به کار گرفته شود، از بهترین روش‌های اصلاح افراد تحت سرپرستی خواهد بود. چه بسا اگر مأموری در انجام وظیفه به سهو یا عمد کوتاهی کند، با چشم‌پوشی مسئول مربوطه و مهربانی، کارمند به اشتباه خود پی ببرد. بهتر است این چشم‌پوشی پیش از درخواست خطا کار باشد که بی‌شک نتیجه‌ای بهتر خواهد داشت. همان کاری که کارگزار برجسته قرآن، حضرت یوسف (ع) با برادران خطاکار و گناه‌کار خویش انجام داد و فرمود: «امروز بر شما سرزنشی نیست، خدا شما را می‌آمرد و او مهربان‌ترین مهربانان است.»

۶-۴-۶. ایجاد نظم

اهتمام برای ایجاد نظم و پیش‌گیری از هرگونه بی‌سامانی و سستی در محیط اداری، از عمده‌ترین وظایف یک مدیر و مسئول متعهد است زیرا بهترین سازمان‌ها و نظام‌ها با زیرپا گذاشتن اصل انضباط کاری، به تباهی کشیده می‌شوند. وقت تواناترین کارمندان در یک مجموعه اداری، بدون داشتن نظم، تلف خواهد شد. اهمیت اصل نظم به اندازه‌ای است که حضرت علی (ع) بارها بر آن تأکید کرده‌اند و در کتاب شریف نهج‌البلاغه ذکر شده است. ایشان به مالک اشتر می‌فرمایند: «کار هر روز را در همان روز انجام ده؛ زیرا هر روز کاری مخصوص به خود دارد.»

مدیر و سرپرست اداره ضمن اینکه خود را به رعایت نظم ملزم می‌کند، باید نظارتی بیشتر در امور داشته باشد و در فضایی آکنده از دوستی و محبت، نظم و انضباط را به همکاران زیردست خویش منتقل کند. یکی از همکاران شهید رجایی می‌گوید:

گاهی اوقات بر اساس تکلیف سنگینی که مشترکاً در اداره مدرسه داشتیم و من گاه نسبت به سهم خویش غفلت می‌کردم و به‌موقع انجام نمی‌دادم، ایشان نمی‌پسندید و بنده را دوستانه ملامت می‌کرد. روزی به همین مناسبت، یک دفترچه و مدادی کوچک در جیبم گذاشت و گفت: فلانی! هر کاری را که باید انجام دهی، زمانش را مشخص کن و به موقع آن را انجام بده که فرصت از دست نرود؛ چون کارهای انجام شدنی زیاد است و عمر انسان بسیار کوتاه.

۶-۴-۷. ارتقای سطح علمی و آگاهی

از اهداف اساسی تشکیل سازمان‌ها و محیط‌های اداری، خدمت‌رسانی مطلوب به مردم است. رسیدن به این هدف به عملکرد مطلوب کارمندان و کارکنان سازمان بستگی دارد. همچنین، بخشی بسیار زیاد از عملکرد مطلوب کارکنان نیز به میزان آگاهی، تجربه و تخصص آنها بستگی دارد. چنانکه امام علی (ع) می‌فرماید:

«عمل پاکیزه هرگز بدون علم صحیح حاصل نمی‌شود.»

هم چنین آن حضرت می‌فرماید:

«امور با تجربه پیش می‌روند و کارها با آگاهی و مهارت.»

مسلم است هر اندازه کارکنان نسبت به امور محوله آگاه‌تر باشند، سطح کارایی آنان نیز افزایش خواهد یافت. بنابراین، از وظایف دیگر مدیران و سرپرستان، کوشش برای ارتقای سطح علمی و تجربی افراد تحت سرپرستی است. باید گفت وظیفه آموزش کارکنان، بر عهده سازمان و نهادهای آموزشی است ولی مدیران محترم می‌توانند مستقیم و غیرمستقیم زمینه‌هایی فراهم آورند تا افراد تحت سرپرستی خود، از دانش و تجربیات شخص مدیر و افراد صاحب‌نظر در سازمان و غیر سازمان بهره‌مند شوند.

6-5. وظایف کارمند در مقابل مردم

کارمندان و کارگزاران نظام اسلامی از هر رده و مقامی که باشند، نسبت به مردم و مراجعه‌کنندگان وظایفی دارند که به بیان مهم‌ترین آنها می‌پردازیم:

6-5-1. برخورد کریمانه

در اسلام، مقام و مسئولیت کارمندی و کارگزاری، وسیله‌ای برای خدمت‌رسانی به مردم است و بالا رفتن مقام و منزلت نیز، میدانی گسترده‌تر برای خدمتگزاری بهتر به هم‌نوعان فراهم می‌کند. اگر کارمندان با این نگاه به جایگاه خود بنگرند، برخورد کریمانه با ارباب‌رجوع را از وظایف اساسی خود به شمار خواهند آورد.

امام صادق (ع) در این باره می‌فرماید: «احترام مؤمن بیشتر از کعبه است.»

بنابراین، باید به گونه‌ای با مراجعه‌کنندگان به سازمان‌ها و ادارات روبه‌رو شوند که در نگاه، رفتار و برخورد آنها افتخار خدمتگزاری را احساس کنند. هر اندازه نگاه آنان مهربان‌تر، رفتارها و برخوردها عادلانه‌تر باشد، خدمتگزاری کامل‌تر و ارزش کار بیشتر خواهد شد. تا این احساس هست، کارمندان و کارگزاران نظام اداری با مردم رفتار مالکانه و فرمان فرمایانه نخواهند داشت بلکه آنان را ولی‌نعمت خود و جایگاه و موقعیت خود را نعمتی از سوی خدا می‌دانند که خداوند آن را برای رفع نیازمندی‌های مردم و خدمت به آنها قرار داده است. حضرت علی (ع) در این باره می‌فرماید:

«خدا را بندگانی است که برای سود رساندن به دیگران، نعمت‌های خاصی به آنان بخشیده، تا آنگاه که دست بخشنده دارند، نعمت‌ها را در دست‌شان باقی می‌گذارد و هر گاه از بخشش دریغ کنند، نعمت را از دستشان گرفته و به دست دیگران خواهد داد.»

6-5-2. فروتنی

از وظایف دیگر کارمند و کارگزار نظام اسلامی، پرهیز از برتری‌جویی و داشتن خوی پسندیده فروتنی است زیرا کارمند و کارگزار مسلمان در پرتو فروتنی و پرهیز از خودپسندی موفق می‌شود در قلب مردم نفوذ کند و طعم مهربانی را به مردم بچشاند.

حضرت علی (ع) در نامه‌های خود بارها کارگزاران را به فروتنی فرا خوانده است. از جمله، در نامه‌ای به مالک اشتر (رحمه‌الله علیه)، او را به داشتن این صفات اخلاقی پسندیده فرا خوانده است:

«پر و بالت را برای مردم بگستران، با مردم گشاده‌روی و فروتن باش.»

از این رو، هر اندازه فروتنی برای یک کارمند یا کارگزار مسلمان شایسته است، به همان اندازه دوری از کبر و غرور بی‌جا برای او لازم خواهد بود؛ چون به فرموده امام علی (ع) در پایان نتیجه‌ای جز ذلت نخواهد داشت. «تکبر کردن به هنگام مسئولیت، خواری به هنگام عزل است.»

6-5-3. گره‌گشایی

از اهداف کارمند و کارگزار مسلمان در نظام اسلامی، گره‌گشایی از کار مردم است. این مطلب را به آسانی می‌توان از پاسخ نامه امام صادق (ع) به عبدالله نجاشی دریافت. هنگامی که عبدالله از سوی خلیفه به استانداری اهواز منصوب شده بود، از امام می‌خواهد دستورالعملی حکومتی برایش بنویسد. امام (ع) در بخشی از نامه می‌فرماید:

«بعد از خواندن نامه‌ات دانستم که به استانداری اهواز منصوب شده‌ای، این خبر هم مرا خوشحال گردانید و هم غمگین... خوشحالی‌ام از این بابت بود که گفتم شاید خداوند به وسیله تو مظلوم خانقی از دوستان آل محمد صلی‌الله‌علیه و آله را نجات دهد و خوار شده‌ای از آنان را عزت دهد، برهنه‌ای از آنان را بپوشاند و ضعف آنان را تقویت نماید و آتش مخالفت‌شان را خاموش نماید و اما آنچه که از این خبر مرا ناراحت ساخت این است که کمترین خوف من درباره تو این است که حال و رفتارت را نسبت به یکی از دوستان ما تغییر دهی و در اثر آن بوی بهشت به مشامت نرسد.»

در این نامه ارزشمند، امام صادق (ع) کارگزار و پذیرش مسئولیت اداری را فرصتی مناسب می‌داند که بتواند از موقعیت خویش برای گره‌گشایی از کار مردم بهره‌گیرد، نه اینکه مقام و مسئولیت سبب شود که او از خدمت‌گزاری به مردم غافل بماند.

۶-۵-۴. مدارا

بنا به فرموده امام علی (ع): «مدارا کردن از ستوده‌ترین خصلت‌هاست.» همین‌طور آن حضرت مدارا کردن را میوه عقل و خرد می‌داند و می‌فرماید: «میوه عقل و خرد، مدارا کردن با مردم است.» اگر چه بر همه مردم است که با هم‌دیگر در امور و مشکلاتی که پیش می‌آید مدارا داشته باشند، ولی لازم است کارمندان محترم این ویژگی ستوده را بیشتر مراعات کنند زیرا گاهی در محیط‌های اداری ممکن است اجرای دقیق دستورالعمل‌ها و مقررات اداری، برای عده‌ای ناآگاه یا کسانی که به ضوابط پای‌بند نیستند یا به هر دلیل حقی برای خود قائل هستند ناخوشایند باشد. حتی ممکن است با واکنش‌های ناشایست از جمله، اهانت، تهدید، پرخاشگری و... کار خود را پیش ببرند. در این موقعیت، شایسته نیست کارمند مسلمان با او مقابله به مثل کند، بلکه بهتر است مدارا در پیش بگیرد. چنانکه حضرت علی (ع) می‌فرماید: «اساس اداره امور (مدیریت) به کارگیری مدارا است.»

درباره شهید رجایی می‌نویسند: «او در اجرای دستورالعمل‌ها بسیار جدی بود. زمانی که بخشی از فعالیت‌های مدیریتی، از جمله ثبت‌نام دانش‌آموزان به ایشان واگذار شده بود، در برابر توصیه‌ها و تقاضاهای مغایر با مصوبه‌های عمومی مدرسه قاطعانه می‌ایستاد و به ضد ارزش‌های رایج و پارتی‌بازی تن نمی‌داد.» یکی از همکاران او می‌گوید:

در یکی از آن سال‌های فراموش نشدنی، مرد بزرگی که در خدمت به مردم منطقه، اشتها داشت و برای خود، در این‌گونه موارد حقی قائل بود، با خواهش یکی از دانش‌آموزان مردودی که با وی نسبت فامیلی داشت، به مدرسه کمال آمد تا با وساطت خویش، نام آن دانش‌آموز را بنویسد. چون ثبت‌نام این قبیل دانش‌آموزان خلاف تصمیمات مدرسه بود، هر چه اصرار کرد، آقای رجایی نپذیرفت. وقتی اصرار او چند روز پی در پی ادامه یافت و جواب مثبت نگرفت، بر او گران آمد و در آخرین روز، به قصد تحصن تا شب در مدرسه ماند. آخرین لحظه که ما از مدرسه خارج می‌شدیم، آقای رجایی سرای‌دار را احضار کرد و گفت: این بزرگوار امشب تا هر وقت که مایل باشند، مهمان مدرسه هستند، به خواب و خوراکشان برسید که حرمت ایشان حفظ شود. بعد از رفتن ما، آن شخص محترم تا پاسی از شب در مدرسه ماند، ولی وقتی نتیجه‌ای نگرفت، با اصرار خانواده خود و دانش‌آموز مردودی ناگزیر شد تحصن خود را بشکند و از خیر ثبت‌نام در مدرسه کمال بگذرد.

البته نباید فراموش کرد که از طریق مدارا می‌توان از دوستی و برادری‌شان برخوردار شد و کینه‌ها و کدورت‌ها را به فراموش سپرد. چنانکه امام علی (ع) می‌فرماید:

«با مردم مدارا کن تا از برادری‌شان بهره‌مند و با گشاده‌رویی دیدارشان کن تا کینه‌هایشان بمیرد.»

۷. شهروندمداری و تکریم ارباب رجوع

یکی از جهت‌گیری‌های مدیریت نوین در جوامع امروزی، توجه به اصل محوری مشتری‌مداری و جلب رضایت مردم است. در نظام اداری و اجرایی کشورها، رضایت مردم از خدمات دستگاه‌های خدمت‌گزار دولتی به عنوان یکی از شاخص‌های اصلی سنجش میزان کارآمدی و رشد و توسعه آن نظام تلقی می‌شود. شاخص‌هایی مانند سرعت، دقت و درستی انجام کارهای مراجعان و کیفیت خدمات‌رسانی، چگونگی رفتار با مراجعان، هزینه‌های انجام خدمات، شفافیت و اطلاع‌رسانی مناسب عواملی هستند که با افزایش رضایت مردم از خدمات دستگاه‌های دولتی، موجب افزایش اعتماد عمومی خواهند شد زیرا در نظام دینی مردم‌سالار، بزرگترین سرمایه و تکیه‌گاه نظام اداری، اعتماد عمومی است.

با توجه به اهمیت این موضوع، برای ایجاد سازوکارهای لازم در ارائه خدمات مطلوب، مناسب و مؤثر به مردم و برخورد مناسب کارمندان با مراجعان و نهادینه شدن موضوع رضایت‌مندی مراجعان دستگاه‌های دولتی، «طرح تکریم مردم و جلب رضایت ارباب رجوع در نظام اداری» در جلسه مورخ ۱۳۸۱/۰۱/۲۵ شورای عالی اداری تصویب و به دستگاه‌های دولتی ابلاغ شد.

همچنین فصل سوم قانون مدیریت خدمات کشوری^۱ به موضوع «حقوق مردم» اختصاص یافته است. در موارد ۲۵ تا ۲۸ قانون مذکور، بر تکالیف دستگاه‌های اجرایی و مدیران و کارمندان آنها را در قبال مردم به صورت زیر تأکید شده است:

ماده ۲۵- مدیران و کارمندان دستگاه‌های اجرایی، خدمت‌گزاران مردم هستند و باید با رعایت موازین اخلاق اسلامی و اداری و طبق سوگندی که در بدو ورود اداء نموده و منشور اخلاقی و اداری که امضا می‌نمایند وظایف خود را به نحو احسن در راه خدمت به مردم و با در نظر گرفتن حقوق و خواسته‌های قانونی آنها انجام دهند.

ماده ۲۶- دستگاه‌های اجرایی مکلفند مردم را با حقوق و تکالیف خود در تعامل با دستگاه‌های اجرایی آشنا نموده و از طریق وسایل ارتباط جمعی به ویژه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران سطح آگاهی عمومی در این زمینه را ارتقاء داده و اطلاعات لازم را به نحو مطلوب و مناسب در اختیار مردم قرار دهند.

ماده ۲۷- مردم در استفاده از خدمات دستگاه‌های اجرایی در شرایط مساوی از حقوق یکسان برخوردارند، دستگاه‌های اجرایی موظفند حداکثر ظرف سه ماه مراحل، زمان و کیفیت و استاندارد ارائه خدمات و تغییرات آنها را مستند و شفاف نموده و از طرق مختلف به اطلاع مردم برسانند و در صورت بروز هرگونه تخلف، مسئولین دستگاه‌های اجرایی مسئولیت پاسخگویی به مردم و شکایت آنان را به عهده خواهند داشت.

ماده ۲۸- دولت مکلف است به منظور تأمین حقوق مردم و مراجعان، رضایت و عدم رضایت مردم از عملکرد کارمندان را در ارتقاء، انتصاب و تمدید قراردادهای استخدامی و بهره‌مندی از دیگر امتیازات استخدامی و اعمال تشویقات و تنبیهات لحاظ نموده و کلیه آیین‌نامه‌ها، شیوه‌نامه‌ها، ضوابط اداری و استخدامی مربوط به کارمندان دولت را به عنوان یک عامل مؤثر منظور نماید.^۲

۱. مصوب کمیسیون مشترک مجلس شورای اسلامی به تاریخ ۱۳۸۶/۰۷/۰۸.

۲. در منشور اخلاقی و اداری کارمندان دستگاه‌های اجرایی، تکالیف دستگاه‌های اجرایی در آشنا ساختن مردم با حقوق و تکالیف خود در تعامل با دستگاه‌های اجرایی، حقوق یکسان مردم در استفاده از خدمات دستگاه‌های اجرایی در شرایط مساوی و تأمین حقوق مردم و مراجعان و نقش رضایت و عدم رضایت مردم از عملکرد کارکنان در ارتقاء و انتصاب و ... مورد تأکید قرار گرفته است.

۷-۱. ضرورت و اهمیت توجه به رضایت‌مندی مراجعان در سازمان‌های امروزی

الوین تافلر نویسنده و جامعه‌شناس مشهور آمریکایی در کتاب «جابجایی در قدرت»، یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های عصر فراصنعتی (موج سوم و عصر دانش) را مشتری‌سالاری عنوان می‌کند و بر این باور است که به علت سفارشی شدن تولید، از دهه ۹۰ سده بیستم به بعد، دیگر تولید انبوه وجود نخواهد داشت، بلکه کالاها و خدمات براساس خواست و نیاز مشتری ارائه خواهد شد.

یکی از راهبردها و اولویت‌های اصلی سازمان‌های کامیاب و موفق در دنیای کنونی، مشتری‌مداری و جلب رضایت مراجعان است. سازمان‌هایی که به نیازها و خواسته‌های مراجعان و مشتریان خود بی‌اعتنایی می‌کنند و رویکرد محصول‌محوری را به جای مشتری‌محوری پیشه خود می‌سازند، از صحنه رقابت حذف می‌شوند.

امروزه مشتری‌مداری فقط به سازمان‌های خصوصی و بازرگانی اختصاص ندارد. از دهه ۹۰ سده بیستم به بعد با مطرح شدن نظریه مدیریت‌گرایی و شهروندمحوری، مشتری‌مداری در سازمان‌های دولتی نیز از اهمیت و جایگاهی ویژه یافته است. با توجه به اینکه، فلسفه و رسالت اصلی مدیریت دولتی، تأمین منافع و مصالح عموم جامعه است، بنابراین همه مردم و شهروندان، در سازمان‌های دولتی، مشتری قلمداد می‌شوند.

جلب رضایت شهروندان و مراجعان، باعث افزایش اعتماد و وفاداری عمومی، وفاق ملی، مشارکت عمومی و اقتدار ملی می‌شود که اکنون مانند شاخص‌های اصلی سنجش کارآمدی و توسعه نظام اداری و سیاسی محسوب می‌شوند.

۷-۱-۱. مفهوم مشتری و مراجعان و تفاوت بین آنها

برای واژه مشتری تعریف‌های مختلفی ارائه شده است که برخی از آنها عبارتند از:

۱. مشتری، شخصی حقیقی یا حقوقی است که محصول یا خدمتی را دریافت می‌کند.
 ۲. منظور از مشتری، شخص (مراجعان، مردم)، گروه کار، یا واحد اداری و به‌طور کل گیرندگان خدمت از سازمان‌هایند.
- مشتری کسی است که انجام معامله و دادوستدی را در یک محیط رقابتی به‌عهده دارد و در تعامل، چیزی را می‌دهد و چیزی را می‌گیرد ولی مراجعه‌کننده مثل مشتری حالت تعاملی و طرفینی ندارد بلکه خدمات یک‌جانبه را شامل می‌شود که در آن فروشندگان، اطلاعاتی بیشتر از موضوع معامله دارند ولی خریدار نمی‌تواند به‌سادگی آن اطلاعات را به دست آورد، در حالی که سخت به آنها نیازمند است، مثل: خدمات درمانی، خدمات علمی، خدمات آموزشی و پژوهشی.

اصولاً استفاده از لفظ مشتری که از بخش خصوصی عاریه گرفته شده است، در بخش عمومی و دولتی درست نیست زیرا در بخش خصوصی، مشتریان به‌طور کامل شناخته شده‌اند و به‌گونه‌ای مشخص، خدمت یا کالای خود را از بخش خصوصی دریافت می‌کنند و هزینه آن را می‌پردازند، در حالی که در بخش دولتی تمامی شهروندان باید مشتری محسوب شوند اگرچه همگی خریدار و خواهان خدمتی ویژه از دولت نیستند. در بخش خصوصی، هر فردی که پولی بیشتر بپردازد، از خدماتی بهتر و باکیفیت‌تر برخوردار می‌شود، در حالی که در بخش دولتی چنین عملی بی‌عدالتی و تبعیض محسوب می‌شود.

۷-۱-۲. مفهوم مشتری‌گرایی و تفاوت آن با شهروندگرایی

مشتری‌گرایی بیشتر در سازمان‌های خصوصی و بازرگانی معنا و مفهوم پیدا می‌کند. مشتری‌گرایی یعنی تمایل به ارائه خدماتی که مشتریان خواهان آن هستند و از آنها احساس خشنودی کنند. در حالی که شهروندگرایی، بیشتر در سازمان‌های دولتی معنا و مفهوم پیدا می‌کند. در شهروندمحوری، مردم و شهروندان در اولویت قرار می‌گیرند.

جدول ۱. تفاوت مشتری‌مداری و شهروندمداری

شهروندمداری	مشتری‌مداری
محق دانستن و شایستگی	انتخاب بازار
حداکثر مشارکت مردمی	حداکثر فروش
پاسخگویی برای استفاده از منابع جامعه	روابط قراردادی و مبتنی بر نظریه بازار
اطلاعات عمومی	بازاریابی
بهینه کردن و حداقل نمودن هزینه‌های مردم	افزایش هزینه‌های مشتری

۳-۱-۲. تعریف و مفهوم رضایت‌مندی مراجعان (مشتری)

رضایت‌مندی مراجعان یکی از معیارهای جدید سنجش عملکرد سازمانی و کیفیت خدمت‌رسانی در سازمان‌های دولتی است. برای رضایت‌مندی مراجعان تعریف‌هایی متعدد ارائه شده است که به بعضی از آنها اشاره می‌کنیم:

۱. به حالت شادمانی، خشنودی و مطلوبیتی که در نتیجه تأمین نیازها و برآورده کردن تقاضاها و احتیاج‌های مراجعه‌کننده توسط ارائه‌کننده خدمت در مراجعه‌کنندگان ایجاد می‌شود، رضایت‌مندی گفته می‌شود.

۲. ادراک مراجعان از عملکرد سازمان و خدمات دریافت‌شده یا ادراک مراجعان از برآورده شدن خواسته‌ها و انتظاراتشان را رضایت‌مندی می‌گویند.

۳. به عقیده «کاتلر»، سطح رضایت، تابعی است از تفاوت بین ادراک از عملکرد و انتظارهای فرد.

۴. ارزیابی‌های مراجعان از کیفیت کالاها و خدمات دریافت‌شده را رضایت‌مندی می‌گویند.

با بررسی تعریف‌های یادشده، این نکته روشن می‌شود که رضایت‌مندی مراجعان:

الف) یک فرایند است.

ب) ادراکی است و برحسب ادراک افراد مختلف متفاوت است.

ج) حاصل مقایسه عملکرد مورد انتظار و عملکرد واقعی است.

۲-۲. انواع مراجعان (مشتری‌ها)

با استفاده از معیارهای مختلف، مشتریان و مراجعان را به گونه‌های مختلف تقسیم کرده‌اند که به بعضی از آنها اشاره می‌کنیم:

۲-۱-۱. از لحاظ داخلی و یا خارجی بودن

مشتریان داخلی یک سازمان، کارکنانی هستند که در داخل سازمان دریافت‌کننده خدمات یا اطلاعات هستند. مشتریان خارجی، خود به دو دسته مصرف‌کنندگان نهایی و مشتریان میانی طبقه‌بندی می‌شوند. مصرف‌کنندگان نهایی به‌طور مستقیم از محصولات و خدمات استفاده می‌کنند و مشتریان میانی در زنجیره ارزشی خارجی، نقش واسطه را بین تولیدکننده و مصرف‌کننده نهایی برعهده دارند.

۲-۲-۲. از جنبه میزان رضایت‌مندی آنها

بر این اساس مشتریان به پنج گروه تقسیم می‌شوند:

۱. مشتریان خشمگین؛
۲. مشتریان ناراضی؛
۳. مشتریان راضی؛
۴. مشتریان شاد؛
۵. مشتریان شیفته و به وجد آمده.

۲-۲-۳. از نظر رفتاری

بر این اساس مشتریان به هفت گروه تقسیم می‌شوند:

۱. مشتریان پرحرف؛
۲. مشتریان عصبی؛
۳. مشتریان عجول؛
۴. مشتریان پرحوصله؛
۵. مشتریان از خودراضی؛
۶. مشتریان کم‌ادب؛
۷. مشتریان معمولی.

۲-۲-۴. براساس زمان

بر این اساس مشتریان به دو گروه تقسیم می‌شوند:

۱. مشتریان قدیمی؛
۲. مشتریان جدید.

۲-۳. شاخص‌های رضایت‌مندی مراجعان در بخش عمومی

شاخص‌های رضایت‌مندی مشتری در بخش عمومی، تفاوت‌هایی عمده با بخش خصوصی (بازرگانی) دارد. انتظارات و خواسته‌های مشتریان در بخش خصوصی از محصولات ارائه شده، شامل مواردی، نظیر: بهای پایین، کیفیت بالا، تحویل به‌موقع، دوام محصولات، خدمات پس از فروش، شکل ظاهری، کارکرد و ... استاما شاخص‌های رضایت‌مندی در بخش عمومی، می‌تواند ابعاد مختلفی داشته باشد و این ابعاد بسیار فراتر از نگرشی است که مشتری در بخش خصوصی به یک کالا یا یک شی دارد.

از دیدگاه زیتهامل شاخص‌های رضایت‌مندی مراجعان در بخش دولتی، عبارتند از:

۱. ملموس و محسوس بودن: نمایش فیزیکی و آسان وسایل، کارکنان و عناصر ارتباطی؛
۲. قابل اعتماد بودن کارکنان و سازمان؛
۳. مسئولیت‌پذیری کارکنان؛
۴. صلاحیت و شایستگی: داشتن دانش و مهارت‌های لازم برای انجام خدمت؛

۵. تواضع و ادب و احترام در برخورد با مراجعان؛
۶. اعتبار: معتبر بودن و مشروعیت ارائه‌دهندگان خدمت؛
۷. ایمنی: داشتن آرامش کافی و دور از خطر بودن؛
۸. در دسترس بودن: قابل دسترسی و سهولت تماس و ارتباط با کارکنان؛
۹. ارتباط مناسب: آگاه ساختن مشتریان به زبانی که آنها بفهمند و گوش کنند؛
۱۰. درک کردن: تلاش برای درک نیازها و خواسته‌های مراجعان.

از نگاهی دیگر، شاخص‌های رضایت‌مندی مراجعان در بخش دولتی، عبارتند از:

۱. فروتنی: استقبال از مشتری، توجه به حضور مشتری، با رویی گشاده و خوشایند سخن گفتن، مؤدب و یاری دهنده بودن، پایان دادن به دیدار به گونه‌ای دوستانه؛
۲. موجز بودن: واکنش سریع داشتن، ارائه توضیحات و دستور کارهای موجز، تمرکز به موضوع‌های کاری؛
۳. کامل بودن: ارائه خدمات به طور کامل، ارائه دستور کارها و پاسخ‌های کامل؛
۴. پاکیزگی: ظاهر آراسته و تمیز داشتن، حفظ محیط کاری تمیز و مرتب و ایمن؛
۵. وضوح: به وضوح صحبت و پرسش کردن، ارائه دستور کارهای روشن، ارائه توضیحات شفاف و فهمیدنی، استفاده نکردن از واژه‌های ویژه فنی و نامفهوم؛
۶. توجه به مشتری: با توجه کامل به سخنان مشتری گوش دادن.

۴-۷. راه‌های جلب رضایت‌مندی مراجعان

گوش دادن به سخنان مشتری، پیش‌نیاز تأمین رضایت مشتری محسوب می‌شود. توجه به شکایت‌های مشتریان، نظام پیشنهادها، تضمین کیفیت، بازرسی و ارزیابی و مانند اینها روش‌هایی هستند که امکان دریافت ندای مشتری را فراهم می‌سازند. البته فقط ارزیابی لحظه‌ای که مشتری کالا یا خدمت را دریافت می‌کند به تنهایی کافی نیست. سازمان‌ها برای کسب رضایت مشتری باید از نیازهای فعلی و آتی مشتری آگاه باشند، عکس‌العمل‌های مشتری را تشخیص دهند و بدانند آنها چه دوست ندارند.

در محیط‌های متلاطم امروزی، باید حتی به نیازهای بیان نشده مشتریان نیز توجه کرد.

ویژگی‌هایی از محصول یا خدمت که در رضایت مشتریان تأثیر دارند به این شرح طبقه‌بندی شده است:

۱. انتظارات اساسی: ویژگی‌هایی که مشتری آن را بدیهی می‌داند و اگر حذف شده باشند، به نارضایتی مشتری منجر می‌شود.
۲. نیازهای بیان شده: ویژگی‌ها و مواردی که توسط مشتری تقاضا می‌شود.
۳. نیازهای بیان نشده: ویژگی‌ها و مواردی که به دلیل فراموشی یا کم‌توجهی توسط مشتری بیان نمی‌شوند اما برای مشتری

مهم است.

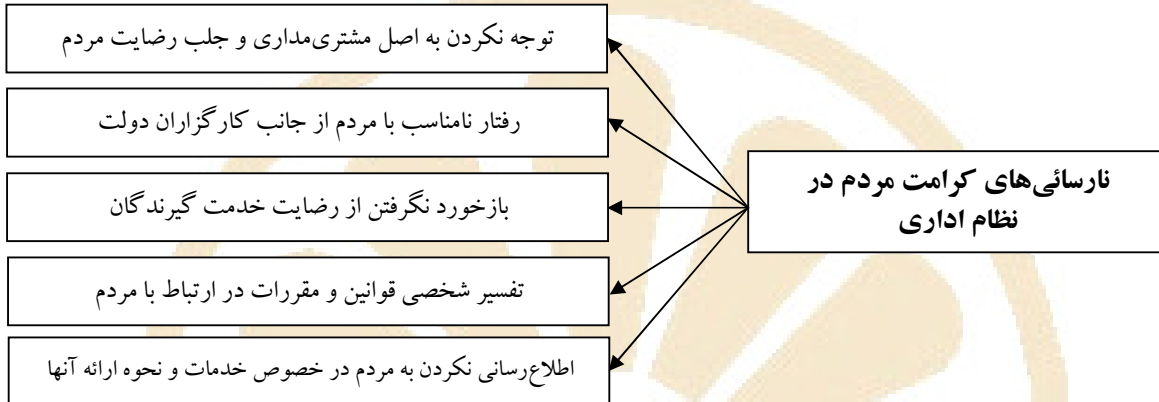
۴. تحریک‌کننده: ویژگی‌هایی که به نیازهای آینده مشتریان مربوط می‌شود و در صورت ارائه، موجب شور و شغف

مشتری می‌شود.

۵-۷. ارکان دولت شهروندمدار

- رکن اول، شناخت مشتری^۱
- رکن دوم، ساختن عملیات سازمان بر پایه مشتریان^۲
- رکن سوم، مدیریت ارتباطات ذی‌نفعان سازمان^۳
- رکن چهارم، بهره‌گیری از شناخت مشتری برای ارائه ستاده‌های هدف‌مند^۴

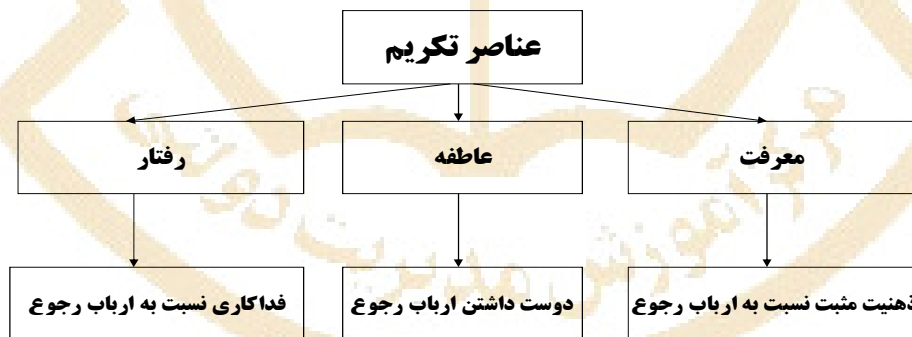
۶-۷. نارسایی‌های نظام شهروندمداری



نمایه ۲. نارسایی‌های کرامت مردم در نظام اداری

۷-۷. مفهوم تکریم و ارکان آن

تکریم یعنی گرامی داشتن، عزیز و ارجمند شمردن. عناصر تکریم عبارتند از: معرفت، عاطفه و رفتار.



نمایه ۳. عناصر تکریم

1. Understand the Customer
2. Build operations around the Customer
3. Manage Stakeholder Relationships
4. Use Customer Understanding to Deliver Target Outcomes

۸-۷. مبانی و الزامات تکریم مردم در نظام اداری

۸-۷-۱. مبانی اعتقادی (کلام ائمه)

پیامبر اکرم (ص) می‌فرماید:

- «آن که در دنیا مردم را بیشتر عذاب کند، در روز رستاخیز عذاب وی از همه مردم سخت‌تر است.»
- «هر کس به زمام‌داری رسد و با مردم به مدارا رفتار کند، خداوند در روز قیامت با وی مدارا می‌کند.»
- «مدارا کردن با مردم، نیمی از ایمان است.»

حضرت امام علی (ع) می‌فرماید:

«یکی از چیزهایی که رضایت عمومی بدان بستگی دارد، این است که حکومت با چه دیدی به توده مردم و خود نگاه می‌کند؟ با این چشم که آنها برده و مملوک و خود مالک و صاحب اختیار است؟ یا با این چشم که آنها صاحب حق هستند و او خود تنها وکیل و امین و نماینده است؟ در صورت اول، هر خدمتی مدیر و حکومت انجام دهد، از نوع تیماری است که مالک یک حیوان برای حیوان خویش انجام می‌دهد و در صورت دوم، از نوع خدمتی است که یک امین صالح انجام می‌دهد و اعتراف حکومت به حقوق واقعی مردم و احتراز از هر نوع عملی که مبین نفی حاکمیت آنها باشد، از شرایط اولیه جلب رضایت و اطمینان آنان است.»

حضرت امام حسین (ع) می‌فرماید:

«به درستی که نیازهای مردم به شما از جمله نعمت‌های خدا بر شماست؛ از نعمت‌های خدا ملول نشوید.»

۸-۷-۲. مبانی حقوقی

مبنای حقوقی طرح تکریم ارباب رجوع، مصوبه شماره ۱۳/۱۸۵۴۰ ط مورخ ۱۳۸۱/۲/۱۰ شورای عالی اداری در (۲۰ ماده) است که در آن، انجام موارد زیر برای دستگاه‌های مشمول تکلیف شده است:

- شفاف و مستندسازی نحوه ارائه خدمات به مردم؛
- اطلاع‌رسانی از نحوه ارائه خدمات به مردم؛
- تدوین منشور اخلاقی سازمان؛
- بهبود و اصلاح روش‌های ارائه خدمات به مردم؛
- نظرسنجی از مردم؛
- نظارت بر حسن رفتار کارکنان دستگاه اجرایی با مردم؛
- تشویق و تقدیر از مدیران و کارکنان موفق و برخورد قانونی با مدیران و کارکنانی که موجب نارضایتی مردم می‌شوند.

۸-۷-۹. اجزای مستندسازی فرایندها

- نوع خدمات قابل ارائه به ارباب رجوع؛
- مقررات مورد عمل؛
- مراحل انجام کار؛
- مدت زمان انجام کار؛
- مدارک مورد نیاز و فرم‌های مورد عمل؛

- عنوان واحد، محل استقرار، نام متصدی انجام کار و تعیین زمان مراجعه؛
- نوع فناوری مورد استفاده.

۷-۱۰. اطلاع‌رسانی از نحوه ارائه خدمات به مردم

الف) رسانه‌های دیداری

- تابلوی اعلانات راهنما؛
- تبلیغات تلویزیونی؛
- نوارهای ویدئویی و لوح‌های فشرده؛
- پایگاه اطلاع‌رسانی (اختصاصی - معین - عمومی).

ب) رسانه‌های شنیداری

- برنامه‌های رادیویی؛
- تلفن گویا.

ج) رسانه‌های نوشتاری

- مطبوعات؛
- روزنامه، مجلات عمومی و تخصصی؛
- اعلامیه‌های دیواری و پوستر؛
- کتابچه راهنما.

۷-۱۱. منشور اخلاقی و اداری کارمندان دولت^۱

این منشور برای اشاعه و اعتلای فرهنگ اسلامی و ارزش‌های انسانی و سازمانی در نظام اداری کشور و نهادینه کردن ابعاد آنها در اندیشه و عمل کارمندان دولت تدوین شده است. هر یک از کارمندان با اطلاع از اینکه به عنوان بندگان خدا و خدمتگزاران مردم باید تمامی تلاش و همت خود را برای انجام هر چه بهتر و وظایف شرعی و قانونی و مسئولیت‌های اداری بر مبنای باورها و ارزش‌های اسلامی و افزایش سطح رضایت‌مندی مردم به کار گیرند، خود را ملزم به رعایت اصول و مفاد می‌دانند:

الف) اصول حاکم بر منشور

۱. اصل برابری: همه شهروندان در برابر قانون برابرند و باید با همه آنان در شرایط مشابه رفتار یکسان داشت. کارمندان باید در محدوده وظایف شغلی خود، امکان دسترسی برابر به خدمات دولتی را برای همه شهروندان فراهم و با آنان بدون هیچ‌گونه تبعیض رفتار کنند.

۲. اصل حاکمیت قانون در مناسبات اداری: همه امور دولتی مبنای قانونی دارد و تصمیمات و اقدامات اداری کارمندان باید

براساس احترام به قوانین و مقررات موجود اتخاذ و انجام شود.

۱. موضوع تصویب‌نامه شماره ۲۳۱۴۳۰/ت/۴۳۹۱۴ک مورخ ۱۳۸۸/۱۱/۲۱ کمیسیون امور اجتماعی و دولت الکترونیک.

۳. اصل شهروندمداری (مردم‌مداری): هدف غائی از تشکیل سازمان‌های دولتی و استخدام کارمندان، ارائه خدمت بهتر به مردم و شهروندان است. کارمندان باید در گفتار، کردار و نگرش‌های خود، «خدمتگزار مردم» بودن را متجلی سازند. کارمندان متعهد هستند که در تصمیم‌گیری‌ها، انجام وظایف و رفتارهای خود منافع و ترجیحات مردم و شهروندان و مصالح عمومی را در نظر گیرند و امکان دسترسی راحت‌تر و عام‌تر به خدمات دولتی را فراهم کنند.

۴. اصل احترام و اعتماد: کارمندان در تعاملات و رفتارهای خود با دیگر افراد از قبیل مافوق‌ها، زیردستان، همکاران و مراجعان باید احترام آنان را حفظ کنند، به انتظارات و احساسات دیگران اهمیت قائل شوند و بر مبنای اعتماد به طرف مقابل عمل کنند.

۵. اصل شفافیت: کارمندان باید تمام اطلاعات مربوط به امور و فرایندهای جاری دستگاه‌های اجرایی (به غیر از اموری که در زمره اسناد و اطلاعات طبقه‌بندی شده قرار دارد) را به طور شفاف در چارچوب مقررات و ضوابط در اختیار ذی‌نفعان قرار دهند. این اطلاعات ضمن مشخص کردن فرایندهای سازمانی، مبنای پاسخگویی کارمندان به مردم و مراجع ذی‌صلاح را فراهم می‌آورد.

۶. اصل پاسخگویی: سازمان‌های دولتی برای مردم ایجاد می‌شوند و بایستی در برابر آنان پاسخگو باشند. کارمندان مسئولیت تصمیمات و اقدامات خود را بر عهده دارند و در مورد آنها به مردم و مراجع ذی‌صلاح پاسخگو هستند.

۷. اصل عدم سوءاستفاده از موقعیت شغلی: کارمندان نباید از اختیارات و جایگاه شغلی و سازمانی خود در جهت منافع شخص یا گروه خاصی استفاده کنند. اختیارات شغلی و سازمانی را باید فقط برای انجام وظایف سازمانی و در جهت مصالح عمومی به کار گرفت.

۸. اصل تعهد و وفاداری به سازمان: کارمندان باید نسبت به دستگاه متبوع خود و اهداف، مأموریت‌ها و ضوابط آن متعهد و وفادار باشند و با علاقه‌مندی و تمام توان از طریق انجام صحیح وظایف و مسئولیت‌های شغلی و سازمانی در راستای تحقق اهداف و مأموریت‌های سازمان تلاش کنند.

۹. اصل به‌کارگیری مهارت و تخصص: کارمندان باید تلاش کنند تا مهارت، دانش و تخصص مربوط به وظیفه شغلی و سازمانی خود را فرا گیرند و تمام توان فنی، تخصصی و حرفه‌ای خویش را برای انجام بهینه فعالیت‌های شغلی و سازمانی به کار گیرند.

(ب) مفاد منشور

۱. انجام وظایف و مسئولیت‌های شغلی و سازمانی

- ۱-۱. به رعایت نظم و انضباط در انجام فعالیت‌ها و حضور به موقع در سازمان توجه کنیم.
- ۲-۱. در انجام وظایف و مسئولیت‌ها پشتکار و جدیت داشته باشیم و آنها را با دقت، صحت و به موقع انجام دهیم.
- ۳-۱. سعی کنیم تا دانش خود را در زمینه فعالیت‌های سازمانی بروز نگاه داریم و آنها را با توانمندی و ابتکار خود در انجام فعالیت‌های اداری و سازمانی به کار گیریم.
- ۴-۱. به ایده‌ها و افکار جدید ارزش قائل شویم و برای اجرایی کردن آنها به شکل منطقی در دستگاه اجرایی متبوع و نظام اداری تلاش کنیم.

۵-۱. برای افزایش بهره‌وری نظام اداری از طریق افزایش بهره‌وری حیطه فعالیت خود تلاش کنیم.

۶-۱. از امکانات، تجهیزات و سرمایه‌های نظام اداری حفاظت کنیم و در استفاده مؤثر و مطلوب از آنها بکوشیم.

۷-۱. در انجام فعالیت‌ها و تعاملات، روابط خویشاوندی، قومی، جنسی، نژادی، مذهبی و ... تأثیری در تصمیمات و اقدامات مان نداشته باشد.

۸-۱. روحیه انتقادپذیری داشته باشیم و انتقادات سازنده دیگران را به عنوان فرصتی برای اصلاح و بهبود خود و فعالیت‌های مان بدانیم.

۹-۱. همیشه و در همه حال رضایت خدای متعال را مدنظر قرار دهیم و بر آنچه که خداوند امر یا از آن نهی می‌کند، توجه کامل داشته باشیم و او را ناظر بر اعمال و کردار خویش بدانیم.

۲. رفتار و برخورد با ارباب رجوع و همکاران

۱-۲. مردم و شهروندان به عنوان ذی‌حق برای نظام اداری هستند. تلاش کنیم با ایجاد ارتباط مناسب و ارائه خدمت بهتر، تصویری مثبت از دستگاه اجرائی و نظام اداری در ذهن آنان ایجاد کنیم.

۲-۲. به مراجعه کنندگان به صورت عادلانه و در چارچوب قوانین، مقررات و ضوابط خدمت ارائه دهیم.

۳-۲. در محدوده وظایف شغلی، اطلاعات و راهنمایی‌های لازم و مناسب به ارباب رجوع ارائه و در زمینه خدمات، شفاف‌سازی صورت دهیم.

۴-۲. خواسته‌های قانونی ارباب رجوع را در چارچوب وظایف خود با صحت، دقت و سرعت و بدون تشریفات زائد اداری و تحمیل هزینه اضافی به وی ارائه دهیم.

۵-۲. به ارباب رجوع احترام گذاریم و در استقبال و صحبت با آنان گشاده‌رو باشیم.

۶-۲. به نظرات، پیشنهادها و بازخوردهای شهروندان و مراجعه کنندگان به عنوان منبعی گرانبها برای بهبود عملکرد نگاه و با دید منطقی به آنها توجه کنیم.

۷-۲. به نظم و آراستگی شخصی و محل کار خود توجه کنیم.

۸-۲. سعی کنیم تا فرهنگ تکریم ارباب رجوع، پاسخگویی و گره‌گشایی از مشکلات مردم و مراجعان به یک ارزش حاکم در نظام اداری تبدیل شود.

۹-۲. روحیه کار جمعی را در خود تقویت کنیم و در انجام فعالیت‌های گروهی مشارکت‌جو و مشارکت‌پذیر باشیم.

۱۰-۲. روحیه قدردانی از دیگران را در خود تقویت و سعی کنیم که این امر را در بین همکاران اشاعه دهیم.

۱۱-۲. دانش، تجربه و توانمندی‌های خود را با سعه صدر در اختیار همکاران قرار دهیم و در ارتقای توانمندی‌های آنان کوشا باشیم.

۱۲-۲. تا حد ممکن در حل مشکلات شغلی همکاران تلاش و از تجسس در زندگی خصوصی آنان پرهیز کنیم.

۱۲-۷. بهبود و اصلاح روش‌های ارائه خدمت به مردم

بهبود و اصلاح سیستم‌ها و روش‌های انجام کار، مستلزم مستندسازی آنها و اولین گام برای مستندسازی، احصای فرایندها و روش‌های انجام کار است. روش‌های انجام کار ممکن است در یکی از گروه‌های زیر قرار گیرند:

الف) روش‌های عمومی

روش‌هایی هستند که در ارتباط با فعالیت‌های اداری، پشتیبانی و ستادی دستگاه‌ها هستند و در همه دستگاه‌های اجرایی، به آنها عمل می‌شود. مانند: روش‌های کارگزینی، حسابداری و ...

ب) روش‌های اختصاصی

روش‌هایی هستند که اختصاصاً در یک دستگاه و صرفاً در ارتباط با وظایف اصلی و تخصصی همان دستگاه، اجرا می‌شوند، مانند: روش صدور شناسنامه در سازمان ثبت احوال کشور.

ج) روش‌های مشترک

روش‌هایی هستند که دستگاه‌های مختلف هر یک عهده‌دار انجام مراحل از روش مورد نظر هستند، مانند: روش مبادله موافقت‌نامه بودجه، روش صدور موافقت اصولی برای ایجاد صنایع و ...

۱-۱۲-۲. ابعاد بهبود و اصلاح روش‌های ارائه خدمت به مردم

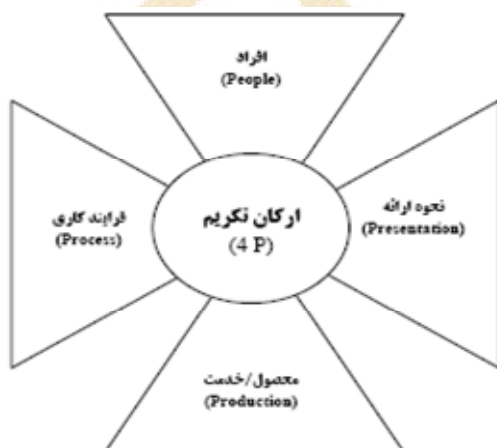
- What: احصای فرایند؛
- Why: بررسی ضرورت انجام فرایند؛
- Whom: بررسی ذی‌نفعان فرایند؛
- Who: بررسی افراد انجام‌دهنده فرایند؛
- When: بررسی زمان انجام فرایند؛
- Where: بررسی مکان و واحد سازمانی انجام‌دهنده فرایند؛
- How: بررسی چگونگی و نحوه اجرای فرایند.

۱۳-۲. نظرسنجی از مراجعان دستگاه‌های دولتی^۱

الف) ارکان تکریم ارباب‌رجوع در بعد افراد و نحوه ارائه

الف.۱) افراد

- مهارت و تخصص؛
- مسئولیت‌پذیری؛
- قانون‌مداری؛
- نظم و انضباط کاری.



نمایه ۴. ارکان تکریم

۱. فرایند اجرای نظرسنجی از مردم در خصوص نحوه ارائه خدمات دستگاه‌های اجرایی به همراه پرسشنامه و چارچوب طرح، به موجب تصویب‌نامه شماره ۳۴۵۸۸/ت/۱۴۳۴هـ.م مورخ ۱۳۸۳/۰۷/۲۷ هیأت وزیران و بخشنامه‌های شماره ۲۰۰/۴۷۷۵۹ مورخ ۱۳۸۹/۰۹/۱۶ و ۲۰۰/۲۰۸۲۴ مورخ ۱۳۹۰/۰۸/۲۳ معاونت توسعه مدیریت و سرمایه انسانی رئیس‌جمهور مشخص و به دستگاه‌های اجرایی و استانداران سراسر کشور ابلاغ شده است.

الف. ۲) نحوه ارائه

- رعایت ادب و نزاکت؛
- سرعت در انجام کار؛
- دقت در انجام کار؛
- تمایل مثبت به خدمت.

ب) ارکان تکریم ارباب رجوع در بعد فرایندهای کاری

ب. ۱) بعد نرم افزاری

- اطلاع رسانی در مورد محل مراجعه؛
- اطلاع رسانی در مورد متصدیان کار؛
- اطلاع رسانی در مورد زمان مراجعه؛
- اطلاع رسانی در مورد مراحل کار.

ب. ۲) بعد سخت افزاری

- پاکیزگی و نظافت فضای اداری؛
- محل مناسب جهت ارباب رجوع؛
- استقرار مناسب واحدها؛
- امکانات مناسب جهت ارباب رجوع.

۷-۱۴. نظارت بر حسن رفتار کارکنان دستگاه اجرایی با مردم

۷-۱۴-۱. شاخص‌های ارزیابی کارکنان در ارتباط با مردم

- عوامل ظاهری: مانند تمیزی، آراستگی و جذابیت و پوشش کارکنان.
- اعتماد و اطمینان: دانش، صداقت و توانایی کارکنان و طرز برخورد آنان با مراجعان به نحوی که روحیه اعتماد و اطمینان را در آنان تقویت کند.
- پای بندی به تعهدات: انجام خدمت در مدت زمان استاندارد و با دقت و درستی کامل.
- هم‌دلی: برخورد انسانی با مراجعان، برقراری روابط صمیمانه و ارزش قائل شدن برای آنان.
- قانون‌مداری: احترام به قانون و رعایت آن در همه موارد و حاکم شدن ضابطه به جای رابطه.

۷-۱۵. برنامه‌های اجرایی برای خدمات رسانی به مردم و تکریم ارباب رجوع

رضایت مردم از خدمات دستگاه‌های اجرایی یکی از شاخص‌های اصلی سنجش کارآمدی، رشد و توسعه است و جلب رضایت مردم و خدمت‌گیرندگان از دستگاه‌ها و ارائه خدمت با کیفیت مطلوب و مناسب از اصولی است که در قانون مدیریت خدمات کشوری نیز به آن اشاره شده است.

از جمله نکاتی که می‌توان در ارتباط با تکریم ارباب رجوع مدنظر قرار داد، اینهاست:

- رعایت منشور اخلاقی و اداری و موازین اخلاق اسلامی در ارائه خدمات به مردم؛

- آشنا نمودن مردم به حقوق و تکالیف خود در تعامل با دستگاه‌های اجرایی؛
- اصلاح روش‌ها و رویه‌های اداری و پی‌گیری امور مردم؛
- اعمال رضایت یا نارضایتی مردم از عملکرد کارکنان دستگاه‌های اجرایی در ارتقاء، انتصاب و تمدید قراردادهای استخدامی و بهره‌مندی از دیگر امتیازات استخدامی و ...؛
- نظارت دائم و مستمر بر نحوه انجام خدمات و چگونگی رسیدگی به کار مردم.



فصل سوم: ارزش‌ها و مسئولیت‌های اخلاقی مدیران و کارمندان

هدف کلی:

آشنایی و افزایش دانش فراگیران در زمینه مسئولیت‌ها و عرصه‌های مسئولیت‌پذیری مدیران و کارکنان

اهداف رفتاری:

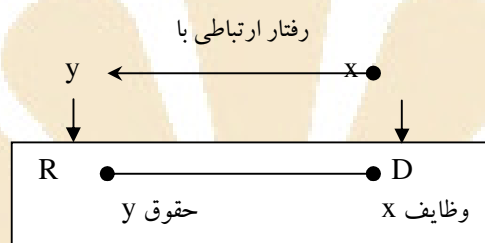
پس از مطالعه این فصل از فراگیران انتظار می‌رود:

۱. انواع مسئولیت‌های اخلاقی را نام ببرند.
۲. عرصه‌های مسئولیت‌پذیری کارگزاران را بیان کنند.



۱. تحلیل مسئولیت‌پذیری

بر این اساس اخلاق به الگوهای رفتار ارتباطی درون‌شخصی و برون‌شخصی مبتنی بر رعایت حقوق خود و دیگران تعریف می‌شود. ممکن است گفته شود حقوق دیگران نیز مفهومی نسبی و سیال است و اخلاق استوار شده بر آن، جهان شمول نیست. امروزه در پرتو اخلاق جهانی به توافق جهانی از حقوق رسیده‌ایم اگرچه در مواردی بسیار نادر، درباره حقوق افراد، چالشی نظری وجود دارد. بر اساس این تعریف، اخلاق به مسئولیت‌پذیری فرد در رفتار ارتباطی در قبال حقوق طرف ارتباط تحلیل می‌شود. اخلاق یعنی وظایف ما در قبال حقوق کسی که رفتار ارتباطی با آن داریم. الگوی مواجهه با افراد این است که «شما حق دارید و من تکلیف». شناخت و پای‌بندی به حقوق افراد مقوم تعامل اخلاقی با افراد است. اگر مجموعه حقوق طرف ارتباط با R و مجموعه وظایف فرد در قبال آنها را با D نشان دهیم در این صورت مسئولیت‌پذیری اخلاقی را با قاعده «حقوق آنگاه وظایف» $R \rightarrow D$ می‌توان بیان کرد.



نمایه ۵. تحلیل مسئولیت‌پذیری اخلاقی

وقوف بر حقوق افراد مورد رفتار ارتباطی و وظایف ما در قبال هر یک از آن حقوق، شرط لازم (و نه کافی) رفتار اخلاقی است. فرد اخلاقی نسبت به رعایت حقوق خود و دیگران دارای دغدغه و مسئولیت‌پذیر است. عده‌ای به جای حقوق، منافع را طرح می‌کنند. از نظر آنان، فرد اخلاقی کسی است که می‌تواند علاوه بر منافع خود، منافع دیگران را نیز لحاظ کند و حتی در مواضعی منافع دیگران را بر منافع خود ترجیح دهد.

همچنین مفهوم حقوق افراد غیر از رضایت آنان است. رضایت افراد می‌تواند رضایت‌پنداری و رضایت واقعی باشد. رضایت واقعی حاصل رعایت حقوق و منافع آنان است. اخذ رضایت افراد در تعریف اخلاق، آن را تهی می‌سازد. به همین دلیل در توصیه‌های امیرالمومنین علی (ع) به کارگزارانش بر رعایت حقوق افراد و نه رضایت آن تأکید شده است.

یکی از نشانه‌های دغدغه افراد توجه به حقوق طرف ارتباط خود است. انسان مسئولیت‌پذیر، در هر رفتار ارتباطی با خویش دغدغه حقوق خود را دارد و حاضر نیست حقوق خویش را نادیده بگیرد. فرد اخلاقی در هر شرایطی رعایت حقوق دیگران را اولویت می‌دهد. با چنین مقیاسی به تحلیل اخلاقی بودن رفتارها می‌توان پرداخت: شهروندی که در رانندگی به مقررات بی‌اعتنا است، با سبقت غیرمجاز حق حیات خود و دیگران را نادیده می‌گیرد و یا با ریختن زباله به خیابان حقوق شهروندان را پایمال می‌کند، به لحاظ اخلاقی مسئولیت‌گریز است. تعبیر لابلایی که در عرف برای انسان‌های غیراخلاقی به کار می‌برند، یعنی «مرا ترس و باکی نیست» و این نشان از بی‌احتیاطی، حزم و دغدغه نسبت به حقوق افراد است.

تحلیل مسئولیت، به تعریف سه‌جزئی از اخلاق می‌انجامد: مسئولیت‌پذیری کسی در قبال کسی یا نهادی در خصوص اموری. عنصر سوم که مُتَعَلِّقِ مسئولیت است به سه قسم است: حقوق موضوعه، شرح وظایف حرفه‌ای و حقوق طبیعی. این سه گونه سبب تقسیم مسئولیت به حقوقی، حرفه‌ای و اخلاقی می‌شود.

مسئولیت نسبتی بین دو امر است: «الف» در برابر «ب» مسئولیت دارد. مسئولیت «الف» در برابر «ب» شامل مواردی متعدد می‌شود. این موارد را می‌توان مُتَعَلِّقِ مَسْئُولیت خواند و آنها را با مجموعه «ج» نشان داد. پس، در مسئولیت اخلاقی مانند هر مسئولیت دیگری، سه عنصر وجود دارد: «الف» در برابر «ب» دارای مسئولیت‌های ج است. مجموعه مسئولیت‌هایی که با «ج» نشان داده می‌شود بر حسب مصادیق «الف» و «ب» متفاوت می‌شود. برای مثال، مسئولیت‌های اخلاقی مدیریت هتل در برابر مشتری از مسئولیت‌های اخلاقی یک شرکت بازرگانی در برابر رقبا متفاوت است.

۲. مسئولیت‌های پنج‌گانه

مسئولیت را از جهات مختلف می‌توان تقسیم کرد. برای تمایز مسئولیت اخلاقی از دیگر اقسام آن، به تقسیم‌بندی پنج‌گانه از مسئولیت اشاره می‌کنیم:

۲-۱. مسئولیت حرفه‌ای

کسی که شغلی را در یک سازمان و یا از جانب فردی می‌پذیرد، در چارچوب شرح وظایف مورد توافق، پاسخگوست. در این مفهوم فرد شاغل در قبال کارفرما نسبت به رفتار شغلی خود مسئولیت دارد. این مسئولیت در چارچوب توافق دوجانبه تعریف می‌شود، چه اینکه آن توافق در مواردی یا کلاً، ظالمانه و غیرمنصفانه باشد یا نه. عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها نسبت به چهل ساعت حضور در دانشکده مسئولند چه اینکه افراد آن را غیرمنصفانه و یا نادرست تلقی کنند یا نه. تنها حدّ و مرز مسئولیت حرفه‌ای، قانون و شرع است. فرد نسبت به انجام وظایف حرفه‌ای ناسازگار با قانون یا شرع مسئولیتی ندارد.

۲-۲. مسئولیت حقوقی

مسئولیتی که ناشی از قانون موضوعه باشد، مسئولیت حقوقی و یا قانونی خوانده می‌شود. این‌گونه مسئولیت دارای ضمانت اجرائی قانونی است و به دو شاخه کیفری و مدنی تقسیم می‌شود. مراد از مسئولیت کیفری، مسئولیت ارتکاب جرمی از جرائم تصریح شده در قانون است. مبنای مسئولیت کیفری در قانون زیان رساندن به جامعه و اختلال در نظم عمومی است.

۲-۳. مسئولیت حقوقی مدنی

مسئولیت مدنی، تعهد قانونی شخص بر رفع ضرری است که به دیگری وارد کرده است. مراد از ضرر در اینجا، اعم از ضرر ناشی از تقصیر فرد و یا ضرر ناشی از فعالیت او [مانند قصور] است. ملاک در جبران ضرر در مسئولیت مدنی آن است که بر اساس قانون فرد موظف به جبران خسارت دیگری است. مبنای مسئولیت مدنی، زیان رساندن به فرد است. مسئولیت مدنی و کیفری تابع وضع قانونند. این که قانونگذار در وضع قانون تا چه اندازه‌ای تابع انصاف، عدالت و دیگر ارزش‌های اخلاقی بوده، مسئله‌ای دیگر است.

۲-۴. مسئولیت شرعی

در اسلام یکی از ابعاد ارتباط انسان با خدا، تکلیف است. خداوند تکلیف‌کننده است و انسان موظف به انجام تکلیف. بنابراین انسان در مقابل خداوند متعال نسبت به انجام اوامر الهی و ترک نواهی پاسخگو است. به دلیل جهت‌گیری اجتماعی در آموزه‌های اسلامی مسئولیت شرعی دو بعد مختلف دارد: مسئولیت تکلیفی و مسئولیت وضعی. مراد از مسئولیت تکلیفی پاسخگو بودن فرد در قبال

خداوند نسبت به انجام صحیح تکالیف است و مراد از مسئولیت وضعی پاسخگو بودن فرد نسبت به انجام اموری است که موجب ضمان می‌شود یعنی فرد در قبال ضرری که به دیگران می‌رساند ضامن می‌شود. قسم اخیر به مسئولیت حقوقی نزدیک است. بیان مسئولیت‌های شرعی دانش فقه را به میان آورده است. البته فقها در ضمن بیان مسئولیت شرعی، به طرح مباحث اخلاقی به خصوص در تعامل اجتماعی می‌پردازند. آنان غالباً در مباحثی چون قضاء، آداب القضاء را مستقل از احکام شرعی قضا می‌آورند.

۲-۵. مسئولیت اخلاقی

مسئولیت اخلاقی، تعهد و الزام فرد یا سازمان در قبال حقوق خویش یا دیگران است. اگر چه این مسئولیت در رفتار ارتباطی تحقق می‌یابد، مراد از حقوق در این بحث حقوق وضعی و قراردادی نیست.

۳. تمایز مسئولیت‌ها

مسئولیت حرفه‌ای، حقوقی و شرعی تابع وضعند. واضح در حرفه، کارفرماست و تحقق مسئولیت در گرو توافق طرفین و سازگاری با قوانین کشوری است. واضح در مسئولیت حقوقی، قانون و در مسئولیت شرعی تکلیف شارع مقدس است. تکالیف شارع مقدس با هیچ حق طبیعی ناسازگار نیست و از این رو تکالیف شرعی، اخلاقی نیز هستند اما اگر فقیهی در فهم بیان شارع مقدس حکمی ناسازگار با حقوق طبیعی استنباط کند یعنی حکمی که وی از ظواهر متون استنباط می‌کند مثلاً غیرمنصفانه و ظالمانه باشد این فهم را می‌توان نقد و تخطئه کرد.

قانون که منشأ مسئولیت حقوقی است، ارتباطی پیچیده با مسئولیت اخلاقی دارد.

یک، قانون در نیل به اهدافی چون زیان نرسیدن به فرد و جامعه و برقراری نظم عمومی، نیازمند ترویج اخلاقی در جامعه است و از این رو در مواردی از مسئولیت اخلاقی حمایت کیفری می‌کند، مانند آنچه در قانون مجازات اسلامی (۱۳۸۰) در خصوص مسئولیت اخلاقی مدیران در امانت‌داری نسبت به اموال عمومی آمده است. بسیاری از قوانین، روزگاری ارزش‌ها و الزام‌های اخلاقی بودند. اخلاق به تدریج صیغه قانون و مقررات می‌یابد.

دو، قانون‌گذار در مقام وضع قانون محتاج ارزیابی کردن آن از حیث انصاف و عدالت است. این سؤال در مقام وضع قانون، به نحوی معنا دار طرح می‌شود: آیا این قانون منصفانه است؟ آیا عادلانه است؟ قانونگذار برای پاسخ به این دغدغه اخلاقی، محتاج ترازوی اخلاق است. نیاز قانون به ممیزی اخلاقی، تقدم اخلاق بر قانون را نشان می‌دهد.

سه، اخلاق رخنه‌پوش و مکمل قانون است، یعنی در مواردی که به لحاظ قانون تکلیف مشخصی نداریم باید تابع تکالیف اخلاقی بود. پس در مواردی ممکن است رفتاری از حیث قانون مجاز باشد و هیچ‌گونه مسئولیت کیفری و حقوقی در پی نداشته باشد اما از نظر اخلاقی انجام چنین کاری مسئولیت‌آور است. به همین دلیل عده‌ای گفته‌اند اخلاق، قانون نانوشته است و اخلاق از جایی آغاز می‌شود که قانون پایان می‌یابد.

چهار، اخلاق روح قانون است. اگر از دقیق‌ترین و کامل‌ترین قانون‌ها، تبعیت نشود، کارکردی ندارند. ترویج اخلاق در فرهنگ اجتماعی سبب قانون‌پذیری افراد می‌شود زیرا قانون‌پذیری یکی از الزام‌های اخلاقی است.

پنج، مسئولیت‌های حرفه‌ای، حقوقی، شرعی و اخلاقی در مصادیق فراوانی تداخل دارند. برای مثال معامله فریب کارانه، داد و ستد با جهت‌گیری نامشروع، کم‌فروشی از مواردی‌اند که موضوع مقررات حرفه‌ای، قوانین کیفری و حقوقی، تکالیف شرعی و

الزام‌های اخلاقی قرار می‌گیرند. در چنین مواردی رهیافت‌های گوناگون به مسئله واحد معطوف می‌شود. تمایز مسئولیت‌های اخلاقی از مسئولیت حقوقی و کیفری نیز اهمیتی فراوان دارد.

شش، تفاوت دیگر مسئولیت‌های اخلاقی و حرفه‌ای (و نیز حقوقی) در فراگیری آنهاست. مسئولیت‌های اخلاقی بر همه شئون حیات فردی، شغلی و اجتماعی فرد و سازمان سایه افکنده است و آدمی، جز در موارد بسیار نادر، از مسئولیت‌های اخلاقی فارغ نیست اما در مسئولیت‌های حرفه‌ای و حقوقی فراغت از مسئولیت وجود دارد. حاصل سخن آن‌که قانون در عین تمایز از اخلاق با آن در تعامل چند جانبه است و هرگز نمی‌توان اخلاق را به قانون کاهش داد و تحویلی نگرانه گفت: اخلاق چیزی جز قانون نیست.

تعریفی که از اخلاق ارائه شد، آن را از صفات درونی به رفتار تعاملی می‌کشاند و ملاک خوبی و بدی را در رعایت حقوق طرف ارتباط می‌داند. این تعریف به یک معنا حداقل‌گرایانه است. اگر ملاک را رعایت منافع دیگران و یا ترجیح منافع دیگران بدانیم به مفهومی دیگر از اخلاق دست می‌یابیم. مراد از حداقل‌گرایانه بودن تعریف این است که حداقل توقع اخلاقی از افراد رعایت حقوق است.

۴. عرصه‌های مسئولیت‌پذیری

برحسب تنوع حریم‌های مختلف در زندگی فردی اجتماعی ساحت مسئولیت‌پذیری اخلاقی شامل هفت عرصه می‌شود.

۴-۱. مسئولیت فرد در حریم خصوصی

یکی از انواع رفتارهای ارتباطی، رفتار درون‌شخصی است. هر کسی با خویش در تعامل است. من با خود سخن‌ها و کنش‌ها دارم. فرد در تعامل با خویش دارای مسئولیت است. عده‌ای گمان می‌کنند که در حریم شخصی از هرگونه مسئولیتی رها می‌باشیم. عده‌ای فرد را در حریم شخصی مستقل و رها از هرگونه باید و نباید می‌دانند و گاهی استقلال فرد را در اخلاق حرفه‌ای به منزله یک اصل اخلاقی اخذ می‌کنند. معضلات ناشی از اتانازی (تسهیل در مرگ توسط خود بیمار، اطرافیان و پزشک) در پزشکی، ریشه در این امر دارد. اما گریز از آزادی و فرار از مسئولیت در تعامل خود با خویش نیز نارواست.

انسان در تعامل با خود نسبت به حق حیات، حق عزت نفس، حق آزادی دارای مسئولیت است. خودکشی، خودآزاری، اهانت‌پذیری، اسارت‌پذیری، خودفراموشی و ذلت‌پذیری رفتارهای غیراخلاقی فرد با خود است و خودشناسی، خودمحاسبه‌گری، خودانتقادی، حفظ عزت نفس، حفظ آزادی و حریت در انتخاب همسر، شغل و اموری مانند آن رفتارهای اخلاقی‌اند. حفظ حریم خصوصی خود یکی از مسئولیت‌های اخلاقی فرد در قبال خویش است. غیرت‌ورزی در برابر کسی که می‌خواهد به حریم خصوصی فرد تعدی کند، رفتاری اخلاقی است.

پس من در ارتباط با خود می‌توانم اخلاقی رفتار کنم و می‌توانم مسئولیت‌گریز باشم. ژرف‌ترین سطح زیست اخلاقی، دغدغه حفظ خویش و حقوق خود در عرصه تعامل با خویش است.

از کوزه همان برون تراود که در اوست

اخلاقی بودن در رفتار ارتباطی درون‌شخصی نقشی زیرساختی برای اخلاق در تعامل با دیگران دارد. اگر کسی بیاموزد که احترام و عزت نفس خویش را پاس دارد، بر احترام و تکریم دیگران نیز توانا خواهد بود. کسی که با خود صادق نیست و به خودفریبی دچار است، نمی‌تواند صداقت با دیگران را خلق نهادینه‌شده و الگوی رفتاری پایدار خود قرار دهد اگر چه با تکلف در برخی موارد بتواند صداقت را به نمایش بگذارد. پس اخلاق درون‌شخصی بر اخلاق برون‌شخصی مقدم است؛ از خُم سر که، سر که پالاید.

کسی که ورود افراد به حریم خصوصی خود را عیب و غیراخلاقی نداند از ورود به حریم شخصی دیگران ابایی نخواهد داشت. کسی که غمخوار خود نیست و اندکی بر حال خود درنگ نمی‌کند و بر خودباختگی خویش افسوس نمی‌خورد چگونه می‌تواند غمخوار دیگران باشد.

امام علی (ع) می‌فرماید: «هر کس عیب خود را ببیند از غیبت و جستجوی عیب دیگران فارغ می‌شود و به اصلاح خود می‌پردازد».

امیرمؤمنان (ع) در نهج‌البلاغه بر رفتار ارتباط درون‌شخصی تأکید فراوان دارد. در باب رحم و شفقت می‌فرماید: «چرا آن‌گونه که به دیگران رحم می‌کنی به خود رحم نمی‌کنی؟ چه بسا کسی را در آفتاب سوزان می‌بینی و بر او سایه می‌افکنی یا بیماری را می‌نگری که سخت ناتوان است از روی دلسوزی بر او اشک می‌ریزی اما چه چیزی تو را بر بیماری خود بی‌تفاوت کرده است در حالی که هیچ چیز برای تو عزیزتر از جانت نیست»^۱

این سخن هرگز دعوت به بی‌تفاوتی نسبت به رنج‌ها و آلام دیگران نیست بلکه توجه به اهمیت خودشناسی و تقدم اصلاح خویش بر اصلاح دیگران است. مولوی مضمون همین روایت را به شکل قصه بیان کرده است. شخصی نادان با حضرت عیسی (ع) همراه شد و با اصرار تمام از او خواست که اسم اعظم را به او یاد دهد تا او نیز مردگان را زنده کند. حضرت عیسی به او گفت: در این باره خموش باش و چیزی طلب مکن. شخص نادان گفت: حال که چنین است پس تو آن نام را بر این مردگان بخوان تا زنده شوند. وقتی که حضرت عیسی سماجت او را دید، روی به مردگان الهی کرد و گفت: خداوند، این دیگر چه رازی است؟ این نادان، غم‌مردگی و پژمردگی روح خود را نمی‌خورد و درباره بیماری باطن خود اندیشه نمی‌کند در حالی که اصرار می‌کند که دیگران را زنده کنم.

در روایتی دیگر تصریح شده است که اول خود را موعظه کن سپس دیگران را. و در روایتی به خودمحاسبه‌گری توجه داده شده است. اینکه خودشناسی را سودمندترین شناخت دانسته‌اند و یا سعادت‌مند را کسی معرفی کرده‌اند که قدر خویش را بشناسد، همه حاکی از اهمیت و تقدم اخلاق در رفتار ارتباطی درون‌شخصی است. این سخن نورانی که «هر کسی خود را شناخت، خدا را شناخت»، بر این مبنا فهمیدنی است.

توجه به اصل تقدم اخلاق درون‌شخصی بر اخلاق برون‌شخصی نقشی مهم در روش ترویج اخلاق دارد. در آموزش اخلاق باید ابتدا به تغییر رفتار فرد با خود جهت‌گیری کرد. هدف اول در اخلاق، بهینه‌سازی ارتباط شخص با خویش است. تأمل در این نکته رخنه‌ای مهم را در برنامه‌های آموزشی و روش‌های رایج در ترویج اخلاق نشان می‌دهد. این نکته ناکارآمدی برنامه‌ها و روش‌های آموزش اخلاق در سازمان را تبیین می‌کند.

تأکید بر اخلاق برون‌شخصی و غافل شدن از ارتباط غیراخلاقی فرد با خویش آموزش‌های اخلاقی را عقیم می‌کند. وقتی کارکنان سازمان نیاموخته‌اند که احترام خویش را نگه‌دارند، حریم خصوصی خود را حفظ کنند و با خود صداقت ورزند، هرگز نمی‌توانند احترام به دیگران، حفظ حریم خصوصی دیگران، مواجهه صادقانه با دیگران را یاد بگیرند. اولین گام در آموزش اخلاق، اصلاح رفتار ارتباطی فرد با خودش است. ارتباط درون‌شخصی به هر گونه‌ای سامان یابد، الگوی ارتباطی برون‌شخصی مشابه آن می‌شود.

۴-۲. اخلاق در حریم خانواده

خانواده یک گروه اجتماعی بنیادی با حریم مشخص است. این گروه اجتماعی به لحاظ قلمرو، تابع اعضا و سازمان داخلی آن است. هر یک از اعضای خانواده در این قلمرو در قبال یکدیگر و حفظ و حریم خانواده و قوام آن مسئولیت دارند. مسئولیت‌پذیری در این حریم از نوع اخلاق بین‌شخصی است.

شخص علاوه بر اینکه در قبال خود مسئولیت دارد، در قبال همه اعضای خانواده نیز مسئولیت دارد. همسر بر رعایت حقوق شریک زندگی خود موظف است. از مهم‌ترین حقوق همسر، حفظ حریم شخصی اوست. حق احترام، حق مواجهه صادقانه با وی، حق رازداری، حق انتقاد، حق وفاداری از مهم‌ترین حقوق شریک زندگی است.

پدر و مادر نیز در حریم خانواده در قبال حقوق فرزندان مانند حق احترام، حق تربیت، حق استقلال و حق پرسش موظفند. فرزندان نیز در قبال یکدیگر و در قبال حقوق پدر و مادر مسئولیت اخلاقی دارند. مسئولیت‌پذیری از مهم‌ترین حقوق کودکان است که تحقق آن وظیفه والدین است. به همین دلیل در رساله حقوق امام سجاد (ع) به تفصیل درباره حق همسر، حق مادر و پدر، حق فرزند و حق برادر به تفصیل بحث شده است.

اخلاق در حریم خانواده می‌تواند به تعارضات اخلاقی بیانجامد. تعارضات اخلاقی در حریم خانواده صورت‌های مختلف دارد: تعارض مسئولیت فرد در قبال خود و مسئولیت وی در قبال خانواده، تعارض بین مسئولیت وی با یکی از اعضای خانواده و مسئولیت وی در قبال عضو دیگر نمونه‌هایی از تعارضات اخلاقی‌اند. تعارض بین حقوق مادر و حقوق همسر، مثالی از تعارضات اخلاقی است که غالباً با آن روبرو می‌شویم.

۴-۳. اخلاق در حریم شغلی

زندگی شغلی یکی از ابعاد زندگی ماست. هر کسی در زندگی شغلی خود حریمی دارد و حفظ آن حریم دغدغه افراد اخلاقی است. هر یک از ما در زندگی شغلی خود در قبال کسانی که با آنها مواجه می‌شویم، مسئولیت داریم مانند: ارباب‌رجوع، مشتری، همکار، مدیران بالادست، مدیران پایین‌دست و دیگر ذی‌نفعان مرتبط با زندگی شغلی. آنان در واقع صاحبان حقوقند و ما موظف به حفظ حقوق آنانیم. کم‌کاری از معضلات اخلاقی زیانبار در زندگی شغلی است.

تنوع و پیچیدگی شغلی در روزگار ما شاخه‌های گوناگونی از اخلاق شغلی را به میان آورده است: اخلاق پزشکی، اخلاق قضاء، اخلاق تجارت، اخلاق تربیت بدنی، اخلاق تدریس، اخلاق پرستاری، اخلاق خبرگزاری، اخلاق کتاب‌داری، اخلاق پلیس، اخلاق در مهندسی، اخلاق تبلیغات و ...

همان‌گونه که گفتیم اخلاق فردی بر هر نوع اخلاق دیگر، تقدم دارد زیرا اخلاق بسی فراتر از شغل افراد است. انسان‌ها در مشاغل خود باید اخلاقی باشند اما در اخلاق‌ورزی لزوماً محتاج شغل و عنوان نیستند. سازمان‌ها باید اخلاقی باشند اما آن میوه دغدغه‌های اخلاقی افراد است. اخلاق همچون جامه‌ای نیست که از منزل به محل کار آن را بتوان عوض کرد. غالباً با لباس اخلاق شخصی در محل کار حاضر می‌شویم. به همین دلیل، اخلاق شخصی، خلقیات ما در شغل را تحت تأثیر قرار می‌دهد. کسی که در ارتباط با خود و در ارتباط با اعضای خانواده خود مسئولیت‌گریز است، در محیط شغلی و در ارتباط با همکاران و صاحبان حقوق نمی‌تواند مسئولیت‌پذیر باشد.

۴-۴. اخلاق در حریم سازمان

غالباً در یک گروه اجتماعی و یا سازمان عضو هستیم. کسی عضو یک سازمان مردم‌نهاد است و دیگری عضو یک حزب و فرد سوم در استخدام یک سازمان است. عضویت در سازمان مسئولیت‌آور است. سازمان حقوقی دارد و اعضا در قبال آن وظیفه‌مند هستند. در ساحت سازمان فراتر از وظایف اخلاقی اعضا، سازمان نیز به منزله یک شخصیت حقیقی در قبال اعضای خود مسئولیت دارد. البته مسئولیت اخلاقی سازمان به این، محدود نیست و فراتر از وظایف اخلاقی، سازمان در قبال حقوق همه عناصر محیط درونی و بیرونی مسئول است.

۴-۵. اخلاق در حریم اجتماع

زندگی ما در شهر و کشور موجب به میان آمدن حقوق افرادی بی‌شمار می‌شود که رعایت آنها بخشی از زندگی اخلاقی ماست. اخلاق شهروندی بعدی مهم از اخلاق زندگی اجتماعی است. حفظ منافع ملی، حفظ محیط زیست، توسعه کشور، قانون‌پذیری، پرداخت مالیات، امانت‌داری، احترام و تکریم یکدیگر، رازداری، نظم‌پذیری، پاکیزگی، امنیت روانی، مشارکت‌پذیری و هم‌یاری نمونه‌هایی از مسئولیت‌های اخلاقی ما در جامعه است.

افراد در زندگی اجتماعی علاوه بر وظایف اخلاقی، از حقوقی فراوان نیز برخوردارند اما بحث از حقوق آنها در مباحث اخلاق حرفه‌ای سازمان‌هایی به میان می‌آید که با حقوق افراد رو به رو هستند. برای مثال در بحث از اخلاق مدیریت شهری باید به رعایت حقوق شهروندان از جانب مدیران شهرداری تأکید کرد. در جامعه به هر دلیلی با کسانی دشمن می‌شویم، اخلاق دشمنی اقتضا می‌کند با دشمنان خود برخورد منصفانه و عادلانه داشته باشیم و دشمن‌ستیزی را با هر وسیله‌ای مجاز ندانیم. زمانی که وارد مبارزه تبلیغاتی برای انتخابات می‌شویم، پای‌بندی به اخلاق انتخابات، اصل مهم اخلاق شهروندی است.

۴-۶. اخلاق محیط زیست

انسان‌ها با محیط زیست طبیعی و حیوانی در تعاملند. از منابع طبیعی و حیوانات بهره می‌برند. این تعامل به آنها صدمه می‌زند. آیا منابع طبیعی و حیوانات حقوقی دارند که پای‌بندی به آنها بخشی از مسئولیت اخلاقی ما باشد؟ پاسخ مثبت است. در آموزه‌های دینی، گیاهان و حیوانات صاحبان حق‌اند و ما موظف به رعایت آن حقوق هستیم. شیخ حرّ عاملی فصلی مستقل از روایات را به حقوق حیوانات اختصاص داده است. امروزه اخلاق محیط زیست از شاخه‌های مهم اخلاق کاربردی است و مطالعات نظام‌مند فراوان در این خصوص انجام شده است.

۴-۷. اخلاق در حریم الهی

عالم محضر خداست و ما امانت‌دارانی هستیم که خداوند بخشی از موجودات را به ما سپرده است. رسم امانت‌داری اقتضا می‌کند از افراط و تفریط در برخورداری از منابع طبیعی و تعامل با یکدیگر خودداری کنیم. در همه حال خود را در محضر خداوند مهربان ببینیم و ادب حضور، نگه داریم، به ویژه به هنگام عبادت توجه به ادب حضور اهمیتی فراوان دارد. تقوی، خشیت و دعا از مهم‌ترین مصادیق ادب حضور در حریم الهی است.

رعایت ادب حضور نسبت به هر آنچه واسطه تجربه امری قدسی است، لازم است. در اماکن مقدسه رعایت ادب حضور شرط بهره‌مندی از فیوضات قدسی است. قرآن در سوره حجرات به برخی از آداب نزد پیامبر گرامی اسلام (ص) اشاره کرده است: «ای کسانی که ایمان آورده‌اید صدای تان را فراتر از صدای پیامبر بلند نکنید همان گونه که با صدای بلند با یکدیگر سخن می‌گویید نزد پیامبر خدا چنین نکنید.»

رعایت اخلاق در حریم الهی به اخلاق اجتماعی، شغلی و خانوادگی قداست می‌بخشد و آن را استوارتر می‌سازد. بینش امانت‌انگاری به هر آنچه در اختیار ماست، به عنوان یک اصل اخلاقی در حریم الهی می‌تواند، دغدغه رعایت حقوق خود، اعضای خانواده و منافع ملی را ژرف‌تر سازد. ادب حضور در حریم الهی، به اینکه هر جا حضور الهی است و از آن نتوان گریخت جز به او، اخلاق در زندگی شخصی، شغلی و اجتماعی را معنادار می‌کند و به آن اصالت می‌بخشد. به همین دلیل بین دین‌داری اصیل و اخلاق‌ورزی نسبت مستقیم است و اگر من دین‌دار در تعامل با دیگران خود را اخلاقی نمی‌یابم باید در نحوه دینداری خود تردید کنم. دین اسلام هدف برنامه خود را اتمام مکارم اخلاق می‌داند و با تحول بینش فرد از سطح رؤیت عالم این جهانی و خالی از معنا به عالم در محضر الهی، رفتار اخلاقی را راسخ می‌کند.

رابطه انسان با خدا در چارچوب مقررات شرعی «عبادت» ایجاد می‌شود اما این رابطه را باید از روح و باطن اخلاق سیراب کرد. بی‌مبالاتی و رعایت نکردن ادب حضور، عبادت را از معنا و اثربخشی تهی می‌کند. مولوی عبادات ما را چون گندم فرض می‌کند که در انبار جمع می‌کنیم اما موش گناه و تعدی به حقوق دیگران بر آن انبار نقب می‌زند. ما وقتی از نقب موش باخبر می‌شویم که سرمایه چهل ساله را از دست می‌دهیم.

فصل چهارم: صفات اخلاقی کارمندان

هدف کلی:

آشنایی و افزایش دانش فراگیران در مورد صفات اخلاقی کارگزاران از منظر آموزه‌های اسلامی

اهداف رفتاری:

پس از مطالعه این فصل از فراگیران انتظار می‌رود:

۱. ویژگی‌های اخلاق فردی کارگزاران در کلام مولا علی (ع) را برشمرند.
۲. اهم رفتارها و ارزش‌های مورد نظر امیرمؤمنان (ع) که به کارگزاران خود در چگونگی رفتار با مردم سفارش کرده‌اند را بیان کنند.

۱. اخلاق حرفه‌ای کارگزاران بخش عمومی از نگاه اسلام

در بیشتر تحقیقاتی که در زمینه اخلاق حرفه‌ای در اسلام صورت گرفته، بحث اخلاق کارگزاران مطرح شده است. در یک تقسیم‌بندی، اخلاق در دو دسته کلی رفتار فردی کارگزاران و سلوک اجتماعی ایشان قرار گرفته است و در تقسیم‌بندی دیگر، اخلاق کارگزاران را در ارتباط با رده‌های مختلف همکاران، یعنی بالادستان، زیردستان، هم‌طرازان و از سوی دیگر، ارباب‌رجوع مدنظر قرار داده‌اند. در اینجا به طور ضمنی به هر دو نوع تقسیم‌بندی اشاره می‌شود.

۱-۱. اخلاق فردی کارگزاران

از نظر اسلام، خدمت به مردم وظیفه عمده دولت و دستگاه‌های اداری است. حضرت علی (ع) در نامه‌های خود به کرات به حاکمان یادآوری کرده‌اند که مهم‌ترین وظیفه آنان و مأموران آنان این است که از روی شایستگی و مهربانی، شرافتمندانه به مردم خدمت کنند. به آنها سفارش شده است که طبق موازین قانونی و نه مستبدانه، با خلق خدای از روی عدالت رفتار کنند. این تأکید از سوی حضرت علی (ع) در این جمله خلاصه شده است: «کمال سعادت، تلاش در اصلاح امور مردم است.» مقام معظم رهبری نیز در این رابطه تأکید می‌کند که: «یکی از بزرگ‌ترین افتخارات انقلاب ما، مردمی بودن و مردمی ماندن است. این نعمت بزرگی است که باید آن را پاس داشت و قدر دانست.»

یکی از خطرناک‌ترین آفات اخلاق سازمانی و تباه‌کننده‌ترین عامل رفتار انسانی این است که کارگزاران و کارمندان نظام اداری از بالا به پایین به مردم بنگرند و خود را بر آنان مسلط ببینند و در اداره امور خود را فرمانروا تصور کنند.

یکی از اصول اخلاقی مورد توجه در اسلام، شایسته‌سالاری است. چون اسلام مکتبی ارزشی است، مدیران آن نیز باید طبق ارزش انتخاب شوند. بنابراین، از نظر اسلام، مدیریت و مسئولیت‌ها از آن شایسته‌هاست، همان‌طور که عقل نیز چنین می‌گوید. شاید مهم‌ترین باقیات صالحات یک مدیر چیزی جز گزینش افراد شایسته به مسئولیت‌ها نیست.

مقصود از اخلاق فردی کارگزاران این نیست که این ویژگی‌ها هیچ‌گونه ارتباطی با مردم ندارد، بلکه به این معنا است که این فضائل، خوی و منش کارگزار باشد زیرا اگر شخص خدمتگزار به این شایستگی‌های اخلاقی آراسته نباشد، این نگرانی وجود دارد که هنگام در دست گرفتن قدرت، کارگزار دچار مشکل فساد اداری، استبداد، ستم و سوء استفاده از قدرت شود و به جای خدمت به مردم، گرفتار گناه شود و در درازمدت، نفس وی به ستم و زورگویی عادت و مردم را ناراحت و گرفتار کند. اهم این ویژگی‌ها در کلام مولا علی (ع) از قرار زیر است:

۱. فروتنی: حضرت علی (ع) در نامه ۴۶ و ۲۷ نهج البلاغه، کارگزاران خود را به خفص جناح در برابر مردم و رعیت سفارش می‌کند و در سخنان خویش در موارد گوناگون بر رعایت این نکته درباره طبقه مستضعف تأکید می‌ورزد: «روی خود را بر آنان (ضعیفان) افروخته مدار و برای خدا تواضع کن تا خدایت رفیع و بلند گرداند و در برابر ناتوانان فروتن باش و به آنها بنما که در این کار بدانها نیازمندی.»

۲. پارسایی: در عهدنامه علی (ع) با مالک اشتر، پارسایی (خودنگه‌داری از کارهای حرام) از شرایط کارگزاران و قاضیان

ذکر شده است.

۳. **حلم و شرح صدر:** بردباری در برابر سخنان ناآگاهانه و رفتار نامناسب دیگران را می‌توان حلم نامید. در تعریف آن گفته‌اند: حلم آن است که نفس به گونه‌ای آرامش داشته باشد که غضب، آن را به آسانی به حرکت نیاورد و هنگام دریافت آنچه نمی‌پسندد مضطرب و نگران نشود.

شرح صدر به معنای گشادگی دل و کنایه از آمادگی برای پذیرش حق است. امام علی (ع) می‌فرماید: «گشادگی سینه، وسیله ریاست است.»

۴. **سخاوت:** ویژگی بخشندگی در کارگزار، وی را به سمت کمک به مردم سوق می‌دهد و از بخل و انباشت دارایی به بهانه‌های واهی و احتیاط‌های بی‌مورد باز می‌دارد. امام علی (ع) در نامه‌ای به مالک، بر سخاوت و جوانمردی کارگزارانش تأکید دارد.

۵. **شجاعت و قاطعیت:** حضرت علی (ع) بر شجاعت کسانی که با امور مردم سر و کار دارند تأکید فرمودند. برای مثال ایشان بر قاطعیت قاضی در اجرای احکام الهی تأکید دارد: آن قاضی را برگزین که چون حق و حکم روشن شد، در داوری بیشتر از همه با قاطعیت حکم دهد تا کسی ستایش فراوان وی را به خودبینی نکشاند و اغراق‌گویی [در تعریف از وی] او را به انحراف از حق مایل نکند و گوش به تبلیغ ندهد.

۶. **زهد و ساده‌زیستی:** زهد یعنی عدم علاقه و وابستگی به دنیا، تأسّف نخوردن بر از دست دادن نعمات مادی و دنیایی و شاد نشدن به آنچه در آینده به دست او می‌آید. بدون شک رفتار و منش بزرگان دین، نمونه‌ای از زهد و ساده‌زیستی برای کارگزاران است.

۷. **نظم و انضباط:** امیرمؤمنان (ع) مالک اشتر را به نظم دعوت و می‌فرماید: «کار هر روز را در همان روز انجام دهد که برای هر روز، کاری مخصوص به آن است». یکی از نقاطی که در پیشرفت کار نقشی اساسی ایفا می‌کند، نظم و انضباط است و البته نظم و ترتیب امکان ندارد مگر آنکه انسان برای هر کاری ساعتی و وقتی معین کند و خود را به رعایت آن عملاً موظف بداند. جهان ما جهان مادی و گذرا است و دامنه عمر همه محدود و پایان‌پذیر است و در این محدوده نمی‌توان به تمام خواست‌ها و کارها رسید.

در اصل تقسیم شبانه‌روز به بیست و چهار ساعت به این منظور بوده است که انسان برای هر کاری وقتی و برای هر موضوعی آغاز و انجامی در نظر بگیرد و به لحاظ محدودیت وقت و شناخت نسبت به اهمّ و مهم، امور لازم‌تر و مهم‌تر را مقدم بدارد و امور غیرضروری و بی‌فایده را از برنامه زندگی حذف کند.

باید از گردش ماه و خورشید و اختلاف شب و روز پند گرفت و از روش و سنت آفریدگار درس زندگی آموخت. خداوند متعال با اینکه برتر از زمان و آفریننده آن است هنگامی که داستان خلقت آسمان‌ها و زمین را بازگو می‌فرماید، مسئله زمان و روز و شب و ماه و سال را به میان می‌کشد و هر کدام را با مقطعی از حرکت به عنوان زمان تطبیق می‌دهد و در یک بیان

اجمالی، همه چیز را مقدر و دارای اندازه معرفی می‌نماید و می‌فرماید:

«... خَلَقَ كُلَّ شَيْءٍ فَقَدَرَهُ تَقْدِيرًا»؛ ... هر چیز را آفرید و به اندازه معین محدود کرد.

و درباره زمین و آسمان می‌فرماید:

«وَهُوَ الَّذِي خَلَقَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضَ فِي سِتَّةِ أَيَّامٍ...»؛ اوست آفریدگاری که آسمان‌ها و زمین را در شش روز آفرید....

خداوند متعال همچنان که وضع تکوین و آفرینش را منظم و مقدر معرفی می‌کند، به همین تناسب، تکالیف شرعی و امور معاش و معاش را نیز با تقدیر و اندازه تنظیم کرده و برای هر یک زمانی و ساعتی مقرر داشته که هر کار به جای خویش نیکو است. مثلاً روزه را در ماه رمضان و حج را در ماه ذی‌الحجه قرار داده و برای هر یک نامی خاص و زمانی محدود تعیین فرموده است.

درباره حج می‌فرماید: «وَأَذْكُرُوا اللَّهَ فِي أَيَّامٍ مَّعْدُودَاتٍ»؛ خدا را در روزهای معینی یاد کنید.

و در مورد روزه می‌فرماید: «أَيَّامٍ مَّعْدُودَاتٍ»؛ روزهای معدود.

هنگامی که مردم از اختلاف شکل ماه از هلال تا بدر و از بدر تا محاق می‌پرسند خداوند می‌فرماید: به مردم بگو که این اختلاف، اوقات مردم و اوقات حج را تنظیم می‌کند «يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْأَهْلِ قُلْ هِيَ مَوَاقِيتُ لِلنَّاسِ وَالْحَجِّ»^۱.

در هر حال، از مجموعه این آیات و امثال آن استفاده می‌شود که در این جهان محدود هر چیزی را وقتی و هر کار را زمانی لازم است و آفریدگار متعال در اساس آفرینش به وقت‌شناسی و تنظیم امور توجه کرده است.

بدین جهت اولیای خدا در تنظیم و تقسیم اوقاتشان، کمال دقت را مبذول می‌داشتند تا بتوانند از دوران کوتاه عمر و دقایق گرانبهای زندگی حداکثر استفاده را ببرند و در اثر همین برنامه‌ریزی و کوشش‌های منظم توانسته‌اند آثار پربهرکتی از خود به یادگار گذارند.

در احوال پیامبر اکرم (ص) نوشته‌اند: هنگامی که آن حضرت وارد منزل می‌شد اوقات خود را به سه قسمت تقسیم می‌فرمود: قسمتی را برای عبادت، قسمتی را برای خانواده و قسمتی را برای خود، و بخش مربوط به خویش را نیز میان خود و مردم تقسیم می‌کرد و اجازه می‌داد که خاص و عام همه برای عرض حاجت شرفیاب شوند. البته دیدارها محدود بود و برای هر کسی به مقدار فضیلت و صلاحیتش وقت می‌داد که در مسائل شخصی یا عمومی با آن حضرت گفتگو کنند

حال توجه شما را به چند حدیث جلب می‌کنیم:

از امیرالمومنین (ع) آمده است که:

«ان لیلک و نهارک لایستوعبان جمیع حاجاتک فاقسمها بین عملک و راحتک»^۲؛ ساعات روز و شب گنجایش تمام نیازهای تو را ندارد، پس آنها را میان کار و استراحت تقسیم کن.

«نظم و انضباط نشانه عقل و خرد انسان است.»

امام صادق (ع) می‌فرماید:

«ینبغی للمسلم العاقل ان یکون له ساعه بفضی بها الی عمله فیما بینه و بین الله عزوجل و ساعه لاقی اخوانه الذین یفاوضهم و یفاوضونه فی امر اخرته و ساعه خلی بین نفسه و لذاتها فی غیر محرم فانها عون علی تلک الساعتین»^۳؛ سزوار است که مسلمان خردمند ساعتی را برای عبادت و وظایف الهی خویش منظور کند و در مرحله بعد، ساعتی را برای ملاقات برادران دینی که او را در امر آخرت تشویق می‌کنند و یاری می‌دهند و ساعتی را برای خود و لذات حلال تا بتواند تجدید نیرو کند، که این ساعت بازوی آن دو ساعت دیگر است.

۱. بقره/ ۲۰۳.

۲. همان/ ۱۸۹.

۳. فهرست موضوعی غرر، ص ۴۳۴.

۴. فروع کافی، ج ۵، ص ۸۷.

۸. **غنیمت شمردن فرصت‌ها:** یکی دیگر از نقاط مهم که سالک باید از آن به‌طور کامل بهره‌برداری کند فرصت‌ها و امکاناتی است که احياناً در اختیار انسان قرار می‌گیرد.

برای هر کس در زندگی فرصت‌ها و موقعیت‌های زودگذری پیش می‌آید که برای همیشه باقی نمی‌ماند. حضرت علی (ع) فرمود: «ان الفرص تمر مرالسحاب فانتهزوها اذا امكنت في ابواب الخير...»؛^۱ بی‌گمان فرصت‌ها همانند ابرهای زودگذر می‌گذرند، پس هرگاه فرصتی در انجام کارهای خیر به دست آوردید آن را غنیمت شمرده و از آن خوب بهره‌برداری کنید... قرآن مجید در کارهای خیر مردم را به شتاب و مسابقت دعوت می‌کند و می‌فرماید: «و سارعوا إلى مغفرة من ربكم و جنة عرضها السموات والأرض...»^۲؛ بشتایید به سوی مغفرت و آمرزش پروردگارتان و بهشتی که پهنای آن به اندازه آسمان‌ها و زمین است... و در حدیث دیگری آمده است که از دست دادن فرصت موجب غصه و پشیمانی خواهد شد:

«من الخرق ترك الفرصة عند الامكان»^۳؛ از دست دادن فرصت‌ها دلیل بر نادانی و حماقت شخص است.

چنانکه غنیمت شمردن فرصت نشانه عقل و خرد اوست، که امیرالمومنین (ع) فرمود:

«افضل الراي ما لم يفت الفرص و لم يورث الغصص»^۴؛ برترین رای آن است که فرصت‌ها را ضایع نکند و موجبات غصه و ناراحتی را فراهم نسازد.

۹. **خودشناسی:** خودشناسی یک ارزش اخلاقی بنیانی است. ریشه بسیاری از فضائل و عامل پیش‌گیری و درمان بسیاری از رذائل اخلاقی را در خودشناسی می‌توان جست. قدیمی‌ترین توصیه در اسطوره‌ها، تصویرپردازی و نمادسازی‌ها و نیز تاریخ مدون بشری، دعوت به خودشناسی است. در برخی از متون دینی، خودشناسی سودمندترین معرفت‌ها و آغاز خداشناسی تلقی شده است. امروزه مطالعاتی وسیع در گستره‌های معرفتی چون روان‌شناسی و فلسفه در باب خودشناسی منتشر می‌شود. سرآقبال فراوان به مسئله خودشناسی توجه به آثار فراوان آن در تعادل روانی، تعیین سبک‌های ارتباطی و واکنش‌های افراد در مقابله با معضلات فردی و اجتماعی است. علاوه بر مفهوم خودشناسی، روان‌شناسان به مفاهیمی دیگر نیز مانند خودانگاشت یا تصور از خویش توجه کرده‌اند. مطالعاتی فراوان در کشف آثار خودپنداشت و ارتباط آن با سبک‌های ارتباطی، موفقیت شغلی و کامیابی انجام شده است.

خودشناسی از آن جهت اساس اخلاق است که فرد را از واکنش‌های هیجانی ناکارآمد و مواجهه غیراخلاقی با دیگران باز می‌دارد. خودشناسی نه تنها با موفقیت، نسبی معنادار دارد بلکه با حلم، عفو، صبر، عفت و خویشنداری نیز نسبت مستقیم دارد. کسانی که از خودشناسی لحظه‌ای برخوردارند، کمتر به پرخاشگری، ستیز و نزاع می‌پردازند. در خودشناسی نیز مانند دیگر فضائل اخلاقی باید به تعریف عملیاتی و بیان ملاک‌ها و نشانگرها پردازیم، تا بحث انتزاعی به مفهومی روشن و سنجش‌پذیر تبدیل شود.

۱-۲. سلوک (اخلاق) اجتماعی کارگزاران

در اینجا به بخشی از رفتارها و ارزش‌های امیرمؤمنان (ع) که به کارگزاران خود در چگونگی رفتار با مردم سفارش کرده است اشاره می‌شود:

۱. شرح غررالحکم، جلد ۲، ص ۵۷۳، حدیث ۳۵۹۸.

۲. آل عمران/ ۱۳۳.

۳. فهرست موضوعی غرر، ص ۳۰۴.

۴. همان.

۱. **رفق و احسان:** احسان به معنی نیکی به کسی است که شایستگی آن را دارد، یا انجام اعمال آن گونه که شایسته است. از نظر حضرت علی (ع)، اصل سیاست، به کارگیری رفق است و رفق و مدارا سیاستی نیکوست.
۲. **گذشت:** امام علی (ع) در نامه خود به مالک اشتر تأکید می‌کند که: همان گونه که خود عفو خداوند را انتظار داری، از خطای مردم در گذر. دل خویش را با مهر به رعیت سرشار ساز و به آنان محبت و لطف نما.
۳. **توجه به نفع عمومی:** حضرت در تحف العقول چنین می‌فرماید: «باید تمام توجه به عموم مردم باشد؛ و بر اموری تکیه کن که منفعت آن عمومی‌تر و خوش سرانجام‌تر است».
۴. **ارتباط مستقیم با مردم:** حضرت علی (ع) در شرح کارهایی که کارگزاران و حکام باید مستقیم در آن دخالت کنند مواردی ذکر فرموده‌اند: «بدان برخی از کارها اموری است که فقط باید خود بدون واسطه آن را انجام دهی: ۱. بر آوردن نیازهای مردم در آنچه برایشان پدید آمده است؛ ۲. دانستن آنچه به بیت‌المال وارد و خارج می‌شود؛ ۳. پاسخ دادن به کارگزاران در آنچه جایز نیست کاسبان و دفترداران به عهده گیرند».
- حضرت در نامه خود به قشم بن عباس، استاندار مکه، می‌فرماید: «برای ارتباط با مردم، سفیری جز زبانت نباید باشد».
۵. **خیرخواهی:** حضرت علی (ع) خیرخواهی را از حقوق متقابل حاکم و رعیت می‌شمارد و در موردی دیگر آن را از وظایف حاکم می‌داند؛ همانا بر امام نیست جز آنچه از امر پروردگار به عهده او واگذار شده است، کوتاهی نکردن در موعظت و کوشیدن در خیرخواهی.
۶. **مشورت:** امیرالمؤمنین (ع) در خطبه‌ای از حقوق متقابل حاکم و مردم سخن می‌گوید و بر لزوم ارائه سخن حق و مشورت عادلانه تأکید می‌کند: از گفتن حق یا رأی زدن در عدالت باز نمائید، که من نه برتر از آنم که خطا کنم، و نه در کار خویش از خطا ایمن هستم؛ مگر که خدا مرا در کار نفس کفایت کند که از من بر آن توانا تر است.
۷. **امانت‌داری:** با توجه به گستردگی دامنه امانت و مصادیق آن، مفهوم امانت‌داری نیز گسترده است. امانت‌داری در قبال هر امانتی، متناسب با آن امانت تعریف می‌شود، مثلاً امانت‌داری در قبال اموال سازمان، حفظ آن اموال و استفاده بهینه از آنهاست و امانت‌داری در قبال اسرار، افشا نکردن و سوء استفاده نکردن از آنهاست. همچنین در موارد دیگر، متناسب با امانت، باید امانت‌داری کرد. چنانچه فخررازی پس از بیان اینکه معامله انسان یا با خداست یا با دیگر بندگان و یا با نفس خود، ادای امانت در هر قسم را متناسب با آن امانت می‌داند. با توجه به این نکته، نباید تصور کرد امانت‌داری صرفاً عبارت است از حفظ و صیانت از یک شیء مادی که در اختیار انسان قرار گرفته است بلکه امانت‌داری دامنه‌ای گسترده دارد و از این رو نمی‌توان فقط استعمال، تصاحب، تلف کردن و مفقود کردن شیء امانت گذاشته شده را که در قانون از انواع خیانت در امانت شمرده شده است، خیانت به حساب آورد. یعنی امانت‌داری در رویکرد اخلاقی، مفهومی وسیع‌تر از امانت‌داری در فقه و قوانین موضوعه دارد.
۸. **رازداری:** غالباً رازداری با حفظ حریم خصوصی و با امانت‌داری اشتباه می‌شود. مراد از رازداری آن است که اگر به هر دلیلی به اسرار دست یافتیم، نباید آنها را برای دیگران افشا کنیم. دست‌یابی به اسرار افراد لزوماً از طریق ورود به حریم خصوصی نیست بلکه افراد به طرق مختلف به اسرار دیگران وقوف می‌یابند. امروزه اطلاعات منشأ قدرت است و حفظ اطلاعات محرمانه و اسرار افراد یک اصل اخلاقی است. افرادی که به غیبت می‌پردازند غالباً راز مردم را افشا می‌کنند.
- رازداری دارای دو مرتبه است: حفظ اسرار افراد به عنوان اشخاص حقیقی؛ و حفظ اسرار سازمان به عنوان اشخاص حقوقی. همان گونه که نباید اسرار اشخاص را افشا کرد، از افشای اسرار سازمانی نیز باید خودداری کرد. پدیده فسادآور معاملات اندرونی ناشی از دستیابی افراد به اسرار سازمانی است. از این رو کارکنان بر اساس وفاداری سازمانی باید از هر گونه افشای اسرار سازمانی خودداری کنند مگر در مواردی خاص.

این اصل اخلاقی نامشروط نیست بلکه در شرایطی که رازداری موجب خسارت جبران‌ناپذیر مانند از بین رفتن امنیت ملی، به مخاطره افتادن صلح و بهداشت شود، یک وظیفه اخلاقی می‌شود اما این وظیفه را باید با دغدغه اخلاقی انجام داد. دغدغه اخلاقی سبب می‌شود فرد اولاً از مخاطره‌آمیز بودن اسرار افراد یا سازمان‌ها مطمئن باشد و صرفاً به ظن و گمان اکتفا نکند چون: «ان بعض الظن اثم»؛ برخی از گمان‌ها گناهانند. ثانیاً در شیوه افشای راز هم از اخلاقی بودن آن مطمئن باشد.

۹. نقدپذیری: انسان‌ها نسبت به تصمیم‌ها و اقدام‌های خود دو گونه تلقی دارند. بعضی با تکبر و عجب از آنچه انجام می‌دهند به نحو نامشروط راضی‌اند و هرگز رفتار خود را قابل چون و چرا نمی‌دانند و در قبال عملکرد خویش پاسخگو نیستند. تلقی آنان چنین است: چون من انجام دادم پس خوب است.

تلقی دوم که بر نگرش و منش اخلاقی استوار است، مسئولیت‌پذیری در قبال تصمیم و رفتار خود است. آنان افراد را مُحق می‌دانند که از دلیل رفتارشان پرسند. بر اساس این نگرش، آنان نقد و پرسش را حق دیگران می‌دانند و نقدپذیری و پاسخگویی را وظیفه اخلاقی خود تلقی می‌کنند.

نگرش اخلاقی این است که باید ما نسبت به رفتارهایمان پاسخگو باشیم. اگر کسی از دلیل و عقلانیت رفتارمان پرسد نباید واکنش هیجانی نشان دهیم بلکه باید ادله تصمیم و رفتار خود را در ترازوی داوری همگان قرار دهیم.

قوام کارگروهی و فعالیت سازمانی به‌ویژه در سازمان‌های مردم‌نهاد بر پاسخگویی افراد و پاسخگویی سازمان است. نقدگریزی موجب استکبار می‌شود و قوام سازمان را فرو می‌ریزد. سازمان برای نقدپذیری خود باید نظام جامع پیشنهادات و انتقادات را تدوین کند و با اقبال به نقد دیگران آنها را تحلیل کند و به نحو منطقی پاسخ دهد. یکی از موانع کارگروهی نقدناپذیری افراد است.

چنان‌که اشاره شد تقسیم‌بندی دیگری در خصوص اخلاق مدیران و کارگزاران عمومی وجود دارد که بیشتر با امور کاری افراد همخوانی دارد که به طور خلاصه به آنها اشاره می‌شود. اخلاق کارگزاران در ارتباط با مردم، شامل محبت‌ورزی، رفق و مدارا، حسن اخلاق، حسن ظن بر مردم، عفو و بخشش، عدل و انصاف، ارتباط نزدیک با مردم، خدمت به مردم و حل مشکلات آنها، و وفای به عهد و عمل به وعده است. در ارتباط با مافوق نیز پیروی و اطاعت، اکرام و احترام، ترک تملق، نصیحت و خیرخواهی جزء اخلاق کارگزاران عنوان شده است. در خصوص همکاران هم‌رده نیز امر به معروف و نهی از منکر، برادری و صمیمیت، همفکری و مشورت و انتقاد و پیشنهاد را می‌شود ذکر کرد اما درباره زیردستان باید به رفتارهایی مانند حفظ کرامت و منزلت انسانی، دوری از عیب‌جویی و طرد سخن‌چینی، عفو و گذشت، تشویق و تنبیه و انتقادپذیری توجه کرد.

سه ویژگی خاص مدیریتی شامل شرح صدر، قاطعیت، و تنظیم وقت و نظم در کار را نیز به عنوان ویژگی‌های لازم اخلاقی برای مدیران بخش عمومی بر شمرده‌اند.

فصل پنجم: رعایت اخلاق حرفه‌ای در نظام اداری و ارتباط آن با بهره‌وری

هدف کلی:

آشنایی و افزایش دانش فراگیران در خصوص مبانی و مفاهیم بهره‌وری و تأثیر آن در اخلاق حرفه‌ای

اهداف رفتاری:

پس از مطالعه این فصل از فراگیران انتظار می‌رود:

۱. مفهوم بهره‌وری را تعریف و ارتباط آن را با کیفیت زندگی کاری شرح دهند.
۲. سطوح بهره‌وری را نام ببرند.
۳. راهکارهای افزایش بهره‌وری در سازمان‌ها را برشمرند.
۴. عوامل مؤثر بر بهره‌وری نیروی انسانی را بیان کنند.
۵. اخلاق اداری و تأثیر آن در بهره‌وری را توضیح دهند.
۶. نقش راهبردی اخلاق حرفه‌ای در موفقیت سازمان را تحلیل کنند.
۷. آثار فراسازمانی اخلاق حرفه‌ای را تشریح کنند.

۱. تعریف و مفهوم بهره‌وری

انسان از دیرباز، در اندیشه استفاده مفید و کارا و ثمربخش از توانایی‌ها، امکانات و منابع در دسترس خود بوده است. در عصر کنونی به این موضوع بیش از هر زمانی دیگر به‌جد توجه کرده‌اند. محدودیت منابع در دسترس، افزایش جمعیت و رشد نیازها و خواسته‌های بشر باعث شده که دست‌اندرکاران عرصه اقتصاد، سیاست و مدیریت جامعه و سازمان‌ها، افزایش بهره‌وری را در اولویت برنامه‌های خود قرار دهند. اصطلاح بهره‌وری برای افراد مختلف معانی متفاوت دارد مانند: بازده بیشتر با حفظ هزینه‌ها در حد ثابتی از نهاده‌ها. یک فرد در مقام تولیدکننده برداشتی از بهره‌وری دارد و در جایگاه مصرف‌کننده تعریف دیگری در ذهن دارد.

بهره‌وری^۱ در لغت به معنای قدرت تولید، بارور بودن و مولد بودن است. چند سالی است که این واژه در فرهنگ علمی و اداری کشور رایج شده است. لغت بهره‌وری از نظر ادبی حاصل مصدر است که از واژه بهره‌ور مشتق شده است و کلمه بهره‌ور به استاد فرهنگ فارسی معین به معنای بهره، با فایده بودن، سود بردن و کامیابی معنی شده است. در برخی نوشتارهای تحقیقاتی برای واژه بهره‌وری معادل‌های دیگری مانند راندمان، بازدهی، قدرت تولید، قابلیت تولید برگزیده شده است.

در فرهنگ آکسفورد بهره‌وری چنین تعریف شده است، بهره‌وری عبارت است از بازدهی و کارایی در تولید که توسط برخی از روابط بین ستانده‌ها و نهاده‌ها اندازه‌گیری می‌شود. تعریف بهره‌وری از نظر سازمان بین‌المللی کار^۲ عبارت است از: نسبت بازده بر منابع مصرف شده. به عبارت ساده‌تر بهره‌وری عبارت است از نسبت مقدار کالا یا خدمت تولید شده به منابع بکار رفته در جریان تولید.

آژانس بهره‌وری اروپا^۳ بهره‌وری را این چنین تعریف می‌کند: بهره‌وری درجه استفاده مؤثر از هر یک از عوامل تولید است. بنابراین بهره‌وری یک دیدگاه فکری است که همواره سعی دارد آنچه را که در حال حاضر موجود است بهبود بخشد. بهره‌وری مبتنی بر این عقیده است که انسان می‌تواند کارها و وظایفش را هر روز بهتر از دیروز به انجام برساند. مرکز بهره‌وری ژاپن بهره‌وری را این گونه تعریف می‌کند: هدف از بهبود بهره‌وری به حداکثر رساندن استفاده از منابع نیروی انسانی، تسهیلات و غیره به طریق علمی و با کاهش هزینه‌های تولید، گسترش بازارها، افزایش اشتغال، کوشش برای افزایش دستمزدهای واقعی و بهبود معیارهای زندگی آن گونه که به نفع کارکنان، مدیران و مصرف‌کنندگان باشد. هیأت ملی بهره‌وری سنگاپور بهره‌وری را این چنین تعریف می‌کند: بهره‌وری عبارت است از یک نگرش فکری که برای رسیدن به بهبود تلاش می‌کند و به آن دست می‌یابد و همچنین سیستم‌ها و مجموعه‌ای از فعالیت‌ها که آن نگرش را به عمل تبدیل می‌کند.

بهره‌وری بر حسب تعریف رسمی عبارت است از میزان کمی و کیفی بازده کار با توجه به منابع بکار گرفته شده است. فرهنگی ۱۳۷۹، (به نقل از نصرالله‌پور، ۱۳۸۴)، بهره‌وری نیروی انسانی عبارت است از: استفاده بهینه از نیروی انسانی در جهت پیشبرد اهداف شرکت و چگونه استفاده کردن از جوانان، میانسالان و حتی بازنشستگان است.

۲. بهره‌وری و کیفیت زندگی کاری

کاهش بهره‌وری مشکلی بغرنج است که همه مدیران امور کارکنان در اتاق مدیران سازمان‌ها درباره آن بحث و گفتگو می‌کنند. افزایش بهره‌وری هدفی عمده در بسیاری از سازمان‌هاست. با این همه، مبهم‌ترین جنبه‌های بهسازی بهره‌وری تعریف خود بهره‌وری و اندازه‌گیری آن است. در حالی که هیچ‌کس با تعریف سنتی بهره‌وری، یعنی برونداد بخش بر درونداد، مخالفتی ندارد، درباره تعریف برونداد و درونداد هنوز بحث‌هایی هست. در نگاه نخست چنین می‌نماید که سنجش و اندازه‌گیری عملکرد یک خانه سالمندان، یک بانک، یک گروه نوازنده بزرگ شهر، یا بسیاری از هزاران سازمان خدماتی و حرفه‌ای ناممکن است. همچنین اندازه‌گیری کار کسانی که در این گونه سازمان‌ها به خدمت مشغول هستند نیز ناممکن می‌نماید.

با اندکی تعمق آشکار می‌شود که این کار اگرچه دشوار است، ناممکن نیست. مقیاس‌های اندازه‌گیری بهره‌وری باید با نیازهای هر سازمان و با هدف‌های آن متناسب باشد. به طور کل، بهره‌وری را برونداد فرد، گروه، یا سازمان بخش بر دروندادی که فرد، گروه، یا سازمان برای پدید آوردن آن برونداد نیاز دارد تعریف می‌کنند. می‌توان فرض کرد که افزایش عملکرد کارکنان و کاهش غیبت و ترک خدمت آنان به افزایش بهره‌وری سازمان می‌انجامد. افزون بر این مقیاس‌ها، می‌توان برای اندازه‌گیری بهبود بهره‌وری از مقیاس‌هایی دیگر چون توان پایداری و بقای سازمان و قدرت رقابت آن در بازار، استفاده کرد.

کیفیت زندگی کاری مانند بهره‌وری به‌سختی تعریف و سنجیده می‌شود. با این همه، یک برنامه کیفیت زندگی کاری در اینجا به معنای فرایندی است که به وسیله آن همه اعضای سازمان، از راه مجاری ارتباطی باز و متناسبی که برای این مقصود ایجاد شده است، در تصمیم‌هایی که بر شغل‌هایشان به‌خصوص و بر محیط کارشان به طور کل اثر می‌گذارد به نوعی دخالت می‌یابند و در نتیجه مشارکت و خشنودی آنها از کار بیشتر می‌شود و فشار عصبی ناشی از کار در آنها کاهش می‌یابد. در واقع، کیفیت زندگی کاری نمایانگر نوعی فرهنگ سازمانی یا شیوه مدیریت است که کارکنان بر اساس آن احساس مالکیت، خودگردانی، مسئولیت، و عزت نفس می‌کنند. در اینکه سازمان‌ها برای پدید آوردن این گونه احساس‌ها در کارکنان خود چه می‌کنند تفاوت‌هایی وجود دارد. به طور کل، در سازمانی که به داشتن برنامه‌ای کامیاب در کیفیت زندگی کاری شهرت دارد، دادن و دریافت کردن پیشنهادها، پرسش‌ها، و خرده‌گیری‌هایی که می‌توانند به همه گونه بهبود در کار بینجامد ترغیب می‌شود. در چنین فضایی، ناخشنودی خلاق، نشانه‌ای از توجه و دلسوزی سازنده و نه خرده‌گیری کوبنده برای سازمان به شمار می‌آید. ترغیب مدیریت برای پدید آوردن این نوع احساس مشارکت و همگانی در کارکنان اغلب به پدید آمدن اندیشه‌ها و کنش‌هایی برای بالا بردن اثربخشی و کارایی در عملیات و بهسازی محیط کار می‌انجامد. آنگاه به احتمال زیاد افزایش بهره‌وری در قالب کیفیت و کمیت کار پیامدی طبیعی خواهد بود.

۳. وجدان کار، فرهنگ کار و انضباط در کار

پایین بودن سطح بهره‌وری که ویژگی‌های اغلب کشورهای در حال توسعه به حساب آمده است ناشی از عوامل مختلف تأثیرگذار بر بهره‌وری است. برخی از این عوامل کنترل‌ناپذیر و برخی دیگر کنترل‌شدنی و اصلاح‌شدنی هستند. نیروی انسانی با وجدان کاری بالا بهره‌وری را بهبود می‌بخشد. رفاه و سلامت اجتماعی را فراهم می‌کند. هر چند وجدان کار شرط لازم ارتقای بهره‌وری است اما کافی به نظر نمی‌رسد زیرا به پیش‌نیازهای لازم بستگی دارد. به عبارت دیگر مجموعه عواملی وجود دارند که در ارتقای بهره‌وری مؤثر هستند. گسترش وجدان کار در تک‌تک آحاد یک جامعه در ارتباط متقابل با انضباط اجتماعی و فرهنگ کار حاکم در آن جامعه است. فرهنگ «کار» عبارت از آگاهی و باوری است که مردم در تفسیر تجربیات خود و محیط

اطراف خود از کار کردن و نتیجه آن دارند و طبعاً این تفسیر رفتار اجتماعی و یا سازمانی خاصی را در جهت میل به کار، پر کاری و یا کم کاری و بی‌رغبتی به انجام کار را دیکته می‌کند.

مجموعه‌ای از باورها و ارزش‌های همگانی و مشترک که بر اندیشه‌ها و رفتارهای اعضای یک سازمان اثر می‌گذارد فرهنگ سازمانی را تشکیل می‌دهد. شرط لازم برای ایجاد این فرهنگ، مساوات و عدالت در سازمان، شایسته‌سالاری و مشارکت به همراه انضباط در محیط کار است. فرهنگ کار، وجدان کار و انضباط اجتماعی و اقتصادی در تعامل با یکدیگر عمل می‌کنند. برآیند مطلوب این سه عامل از علل زیر حاصل می‌شوند:

- رفتار مطلوب و کردار درست رهبران و مدیران؛
- فراهم کردن شرایط لازم پیشرفت‌های شغلی برای همه افراد؛
- به‌کارگیری نیروها متناسب با توان و استعداد و تجربیات آنها در مشاغل مناسب؛
- پرداخت مزد مناسب در قبال انجام کار؛
- قدردانی از انجام کار به نحو مقتضی و مناسب؛
- مشارکت گروهی در سازمان؛
- ایجاد شرایط مساعد برای بروز خلاقیت و نوآوری.

۴. سطوح بهره‌وری

بهره‌وری دارای سطوح مختلف است که عبارتند از:

۴-۱. بهره‌وری فردی

منظور از بهره‌وری فردی، استفاده بهینه از مجموعه استعدادها و توانایی‌های بالقوه فرد در مسیر پیشرفت زندگی خود است. از دید منافع سازمانی ارتقای بهره‌وری در افراد، موجب بهبود بهره‌وری سازمان خواهد شد. آموزش، یادگیری و رشد نیروی انسانی در سازمان و مشارکت افراد در اداره سازمان علاوه بر بهبود بهره‌وری فرد، بهره‌وری سازمان را افزایش خواهد داد. به فعل در آوردن نیروهای بالقوه و استعدادهای شگرف در جهت سازندگی موجب پیشرفت و بهروزی فرد و هم‌سوئی با سازمان، و سبب بهره‌وری سازمان خواهد شد. یکی از دلایل افزایش بهره‌وری در سازمان‌های پیشتاز امروزی رشد و یادگیری در میان کارکنان آن سازمان‌هاست.

۴-۲. بهره‌وری در خانه

ارتقای بهره‌وری در خانه موجب پایین آمدن ضایعات، از بین رفتن اسراف و کیفیت زندگی بهتر در استفاده از مواهب زندگی می‌شود.

۴-۳. بهره‌وری در سازمان

بهبود بهره‌وری در سازمان نتیجه استفاده بهینه و مؤثر و کارآمد از منابع، تقلیل ضایعات، کاهش قیمت تمام شده، بهبود کیفیت، ارتقای رضایت مشتریان، دلبذیری در محیط کار و افزایش انگیزه و علاقه کارکنان به کار بهتر است که نهایتاً موجب رشد و توسعه سازمان می‌شود. به این گونه سازمان‌ها، اصطلاحاً سازمان‌های یادگیرنده گویند.

۴-۴. بهره‌وری در سطح ملی

افزایش بهره‌وری تنها راه توسعه اقتصادی کشورهاست که موجب ارتقای سطح رفاه زندگی یک ملت می‌شود. تحولات معجزه‌آسای رشد و توسعه اقتصادی در کوتاه‌مدت در برخی از کشورها از جمله ژاپن، آلمان، چین و تعدادی از کشورهای شرق آسیا نتیجه افزایش بهره‌وری و استفاده بهینه، کارآ و اثربخش آنها از منابع فیزیکی و انسانی آن کشورها بوده است.

۵. راهکارهای افزایش بهره‌وری در سازمان‌ها

با وجود تعاریف زیاد از بهره‌وری، برای اجرایی کردن آن باید تعریفی هماهنگ و سازگار با شرایط و نیازهای معین سازمان به کار برد و از طریق مشارکت کلیه کارکنان، قدم‌هایی مؤثر در این راه برداشت. استمرار یک سیستم بهره‌وری، مستلزم اقداماتی مانند: تسهیم منافع، اصلاح ساختار سازمانی، توسعه منابع انسانی و ... است. راهکارهای افزایش بهره‌وری مستلزم شناخت کافی وضعیت موجود و فرهنگ کاری سازمان‌هاست.

با توجه به تفاوت‌های مهم در فرهنگ کاری شرکت‌ها و وضعیت موجود آنها می‌توان گفت راهکارهای افزایش بهره‌وری نیز در آنها متفاوت خواهد بود. از جمله راهکارهای افزایش بهره‌وری می‌توان به کاهش ضایعات، ایجاد تعهد در کارکنان، توجه به کارکنان، استفاده بهینه از استعدادها، ایجاد انگیزه در کارکنان، توجه به تغییرات و ... اشاره کرد. درجه تأثیر هر یک از این راهکارها در افزایش بهره‌وری به وضعیت موجود شرکت در آن زمینه و ضرورت پرداختن به هر یک از این موارد بستگی دارد که باید ماهرانه، شناسایی و اولویت‌بندی و بر آن اساس اقدام شود. برای مثال، در سازمانی ممکن است کاهش ضایعات در اولویت قرار گیرد و در سازمانی دیگر توجه به کارکنان و ایجاد انگیزه. شناخت ناکافی از وضعیت موجود شرکت‌ها و بی‌توجهی به اولویت‌ها می‌تواند اثراتی معکوس در میزان بهره‌وری به وجود آورد. از این رو قبل از هرگونه اقدام در افزایش بهره‌وری، بر شناخت کافی وضعیت موجود و اولویت‌بندی صحیح راهکارها تأکید می‌کنند.

برای آگاهی از میزان افزایش بهره‌وری، باید آن را در قالب شاخص‌هایی مختلف و در دوره‌هایی معین اندازه‌گیری کرد. با اندازه‌گیری شاخص‌های بهره‌وری می‌توان مشخص کرد که تلاش‌های بهره‌وری، چقدر مفید بوده است. اندازه‌گیری بهره‌وری نیز باید بر اساس یک سیستم مناسب و اصولی انجام گیرد. در غیر این صورت نمی‌توان به نتایج آن اطمینان و انتظار بهبود در آن را داشت. یکی از موارد مهم در اندازه‌گیری بهره‌وری، مشخص کردن صحیح طول دوره ارزیابی است که به عواملی مانند: دسترسی به اطلاعات، ماهیت عملیات تولیدی و اهداف مدیریت بستگی دارد. از نتایج اندازه‌گیری شاخص‌های بهره‌وری می‌توان به عنوان ابزاری مناسب برای برنامه‌ریزی‌های بلندمدت مدیریت در سطح سازمان استفاده کرد.

۶. شاخص‌های بهره‌وری

شاخص‌های بهره‌وری غالباً برای سنجش پیشرفت و کامیابی سازمان‌ها و تعیین نقاط قوت و ضعف آنها به کار می‌روند. محاسبه این شاخص‌ها به‌ویژه در سازمان‌های خدماتی که خدمات یعنی محصولات لمس‌نشده تولید می‌کنند، بسیار دشوارتر است. تجزیه و تحلیل شاخص‌های بهره‌وری مشخص می‌کند در کجا امکان و فرصت بهبود بهره‌وری در سازمان وجود دارد. امروزه اندازه‌گیری بهره‌وری حتی در امور خدمات عمومی، سازمان‌های مالی و بانک‌ها، مؤسسات حمل و نقل و شرکت‌های ارتباطی، خدمات عام‌المنفعه نظیر آب، برق و گاز، بهداشت و درمان و آموزش، اهمیتی بسیار دارد. معمولاً در سازمان‌های خدماتی از شاخص‌هایی دیگر برای سنجش بهره‌وری مانند: $\frac{\text{تعداد کارکنان}}{\text{تعداد مشتریان}}$ و $\frac{\text{ارزش ریالی فروش از دسته رفته}}{\text{تعداد شکایات مشتریان}}$ و مانند آن استفاده می‌شود.

با وجود این که این شاخص‌ها به خودی خود نسبت ستانده به نهاده‌هایی را که به کار رفته است نشان نمی‌دهند اما به بررسی عملکرد سازمان‌ها کمک می‌کنند. اندازه‌گیری بهره‌وری به ما کمک می‌کند که اقتصادی‌ترین راه استفاده از منابع را انتخاب کنیم. اندازه‌گیری بهره‌وری به تشخیص فعالیت‌های غیراقتصادی، میزان اتلاف و ضایعات، اسراف و تعیین ظرفیت‌های بلااستفاده کمک می‌کند و به برنامه‌ریزی برای تخصیص بهینه منابع یاری می‌رساند.

۷. ویژگی‌های شاخص خوب بهره‌وری

۱. معنی‌دار بودن؛
۲. قابلیت محاسبه؛
۳. ارزش اطلاعاتی؛
۴. سهولت دسترسی به داده‌ها؛
۵. قابل فهم بودن؛
۶. قابلیت کنترل؛
۷. به صرفه بودن جمع‌آوری داده‌ها؛
۸. قابلیت تحلیل؛
۹. ملموس بودن؛
۱۰. دقت.

۸. شاخص‌های ارزیابی عملکرد سازمان‌ها

برای سنجش و ارزیابی عملکرد هر سازمانی (اعم از سازندگان کالا یا ارائه‌دهندگان خدمات)، معیارها و شاخص‌هایی گوناگون و متفاوت استفاده می‌شود. برخی از شاخص‌هایی که بیش از دیگر معیارهای ارزیابی عملکرد رایج‌تر می‌باشند عبارتند از: اثربخشی، کارایی، نوآوری، انعطاف‌پذیری و کیفیت زندگی کاری.

اثربخشی، با پاسخ به سؤالاتی از این قبیل معلوم می‌شود که: آیا برای رسیدن به هدف‌های سازمان فعالیت‌های درستی را انجام می‌دهیم؟ آیا مشکلات سازمان را به درستی تشخیص داده‌ایم و در صدد رفع آنها برآمده‌ایم؟ به طوری که به هدف‌های سازمان در موعد مقرر دست یابیم؟ درجه دسترسی به هدف‌های از پیش تعیین‌شده در هر سازمان، میزان اثربخشی را در هر سازمان نشان می‌دهد.

کارایی، به اجرای درست کارها در سازمان مربوط می‌شود. یعنی تصمیماتی که با هدف کاهش هزینه‌ها، افزایش مقدار تولید و بهبود کیفیت محصول اتخاذ می‌شوند. کارایی نسبت بازدهی به بازدهی استاندارد است.

نوآوری، به میزان تطابق محصولات تولیدی و فرایندهای تولیدی یک سازمان در قبال تغییرات تقاضا و نیازهای جدید مشتریان، تغییرات فناوری و ساخت محصولات جدید گفته می‌شود. نوآوری برای برآورد نیازهای جدید مشتریان یا ایجاد تقاضای جدید و کسب سهم بیشتر در بازار در مقایسه با رقبای انجام می‌شود.

قابلیت انعطاف، به میزان توان سیستم تولیدی هر سازمان در واکنش و تطابق با تغییرات لازم در نوع، ترکیب و مقدار محصول گفته می‌شود.

کیفیت زندگی کاری، به این موضوع مربوط می‌شود که سازمان تا چه میزان قادر به برقراری ایمنی در محیط کار، امنیت شغلی در سازمان، پرورش استعداد کارکنان خود و بالا بردن مهارت‌های آنان از طرق گوناگون و به عبارتی دیگر ایجاد رضایت شغلی آنان از محیط کار است.

شاخصی دیگر که برای سنجش عملکرد سازمان‌های انتفاعی استفاده می‌شود، میزان سودآوری در قبال سرمایه و فروش است، در حالی که عملکرد مدیران سازمان‌های غیرانتفاعی بر اساس مقدار و ارزش تولیداتشان در مقابل هزینه‌های تولیدشان سنجیده می‌شود.

سودآوری، تابعی از درآمدها و هزینه‌هاست. درآمدها به قیمت فروش و مقدار فروش محصول بستگی دارد. در حالی که هزینه‌ها تابعی از ارزش نهاده‌ها و منابع به کار رفته در تولید محصول است. دو شاخص مهم و اساسی که مدیران برای اتخاذ تصمیمات درست به آنها توجه می‌کنند عبارتند از: بهره‌وری و کیفیت.

بهره‌وری یعنی این که سازمان در قبال مقداری معین از محصول، چه نسبت از منابع تولیدی استفاده می‌کند. کیفیت به درجه تطابق محصول تولیدشده با نیازهای مشتریان و طرح محصول گفته می‌شود. تصمیماتی که مدیران در استفاده از نهاده‌ها و در ارتباط با فرایند تولید می‌گیرند بر میزان بهره‌وری، درجه کیفیت و در نهایت مقدار سود سازمان تأثیر می‌گذارد.

۹. عوامل مؤثر بر بهره‌وری نیروی انسانی

تا اوایل ۱۹۵۰ تصور می‌شد که عامل اساسی و عمده در پیشرفت کشورها وجود سرمایه‌های فیزیکی و مادی است و علت عقب‌ماندگی کشورهای در حال توسعه کمبود این منابع است و به همین دلیل این کشورها در صدد جذب و به دست آوردن سرمایه‌های مادی بودند و این عمل باعث وابستگی بیشتر و تخریب بنیان‌های اقتصادی، فرهنگی، و سیاسی این کشورها شد.

امروزه مسلم شده آنچه توسعه پایدار را به دنبال دارد، نهادهای اداری قوی و کارآمد است و این نهادها از سرمایه‌های انسانی کارآمد، متخصص و قوی برخوردارند. امروزه تأکید رشد و توسعه بر سرمایه‌های انسانی است و اعتلای کیفیت نیروی کار یکی از راه‌های اساسی افزایش بهره‌وری و تسریع رشد اقتصادی است. به عبارت دیگر، نیروی انسانی مهم‌ترین عامل بهره‌وری است. توجه به نیروی انسانی، آموزش و رشد کارکنان سازمان، کوشش در ایجاد روحیه و انگیزه، برانگیختن قوه خلاقیت و ابتکار، کسب مشارکت افراد برای دستیابی به اهداف و مأموریت‌های سازمان باعث رشد کارایی و افزایش بهره‌وری در سازمان می‌شود. بنابراین بهره‌وری در سازمان نیازمند توجه به خواسته‌ها و نیازهای کارکنان و هم‌سویی این نیازها با اهداف سازمانی است.

نیمرتیز بیان می‌کند از جمله اقدامات مهم در بهبود بهره‌وری کارکنان که می‌تواند به افزایش حقوق و دستمزد آنان منجر شود موارد زیر است: تعلیم و تربیت، دولت و حکومت‌های محلی، مراقبت‌های بهداشتی و عوامل مادی.

شاه قلیان عوامل مؤثر بر بهره‌وری نیروی انسانی را اینها می‌داند: عوامل مادی و عوامل غیر مادی شامل آموزش کارکنان، هماهنگ نمودن مشارکت، امنیت شغلی، حقوق و دستمزد، خلاقیت و ...

تا به حال عوامل مؤثر بر بهره‌وری از دیدگاه صاحب‌نظران و دانشمندان مختلف مدیریت مطرح شد و در این قسمت مهم‌ترین عوامل مؤثر بر بهره‌وری نیروی انسانی را که از تحقیقات اقتباس شده است بررسی می‌کنیم.

۹-۱. تعلیم و تربیت^۱

بارزترین نمود سرمایه‌گذاری انسانی، تعلیم و تربیت است و نقش اصلی را در بهره‌وری و رشد اقتصادی دارد. تعلیم و تربیت نقشی دو وجهی برعهده دارد یعنی هم به افزایش نیروی کار منجر می‌شود؛ به عبارت دیگر مهارت ایجاد می‌کند و هم زمینه‌ی به کارگیری فناوری برتر را فراهم می‌کند.

اسپنر به نقل از شوالیر، سرمایه‌گذاری بیشتر برای آموزش کارکنان را از عوامل مهم افزایش بهره‌وری می‌داند. فوگل، به نقل از سویت من، تعلیم و تربیت نقش اصلی در افزایش بهره‌وری دارد. تعلیم و تربیت و آموزش به کارکنان اجازه می‌دهد که از ظرفیت فیزیکی موجود با کیفیتی بیشتر استفاده کنند و این، موجب توسعه و انتشار فناوری جدید می‌شود. سرمایه‌گذاری عامل انسانی با سرمایه‌گذاری در تعلیم و تربیت ارتباط مستقیم دارد و در نتیجه، آموزش و پرورش و کیفیت بازده آن تأثیری قابل توجه بر رشد بهره‌وری دارد.

کارایی و اثر بخشی هر سازمان تا حدی قابل ملاحظه به کاربرد صحیح و مؤثر منابع انسانی بستگی دارد و با آموزش می‌توان سطح دانش تخصصی افراد را بالا برد تا بتوانند وظایف خویش را درست انجام دهند و برای مسئولیت‌های بالاتر آماده شوند.

۹-۲. آموزش^۲

آموختن، عمل یا مجموعه‌ای از اعمال است که موجب می‌شود فرد مهارت، دانش و بینش لازم را برای انجام کاری فرا گیرد. متقی در تعریف آموزش اظهار می‌کند: «آموزش عبارت است از فرایند انتقال دانش یا مهارت و آموزش یک فرایند مستمر و تمرکز آن روی جنبه‌های تخصصی گروهی و فرهنگ سازمانی است.

دراکر، به نقل از هیتر، بیان می‌کند که دانش بهره‌وری کارکنان، بزرگ‌ترین چالش مدیران در قرن ۲۱ است. گسترش و ارتقای کیفیت و افزایش متناسب برنامه‌های آموزشی کارکنان در جهت ایجاد دانش فنی و دانش اجتماعی و کار مولد در جهان امروز یک ضرورت است و اگر این آموزش‌ها با کیفیتی بالا گسترش یابد، منطق و علم، جایگزین سنت و تجربیات غلط و در نهایت به عنوان یک ارزش مطرح شود، به طبع مقدمات افزایش بهره‌وری نیز فراهم خواهد شد. باید به این نکته توجه داشت که آموزش نیروی انسانی یک فعالیت کوتاه‌مدت نیست، بلکه بلندمدت، همیشگی و تدریجی است.

آموزش نیروی انسانی شامل فراهم آوردن امکانات تحصیل در دوره‌های مقدماتی بالاتر، کسب مهارت‌های فنی، آموزش نظری مرتبط با شغل و پرورش شخصیت کارکنان است. بی‌تردید یکی از عواملی که تأثیری بسیار بر بهره‌وری دارد و می‌تواند در بهبود و افزایش آن نقشی مهم داشته باشد، آموزش است.

تیلور بیان می‌کند اگر می‌خواهید بهره‌وری فردی را بهبود بخشید باید روی آموزش تمرکز کنید اما برای بهبود بهره‌وری تیم باید اندازه تیم را کوچک کنید.

رسک بیان می‌کند، آموزش عالی، سطح مهارت افراد را افزایش می‌دهد و آنها را توانا می‌کند که برای سطوح بالای شغلی مهارت‌های لازم را کسب کنند و نیروی کار ماهر باعث افزایش بهره‌وری می‌شود.

۳-۹. فناوری^۱

فناوری دو بعد دارد: سخت‌افزاری و نرم‌افزاری.

سخت‌افزار نمایانگر بعد مادی ماشین‌آلات، ابزار و امکانات است و بعد نرم‌افزار بیانگر دانش و فن به کارگیری ابزار و امکانات است. همچنین سازمان پدیده‌ای است که فعالیت‌های انسانی را در قالب فناوری مختلف نظم و شکل می‌بخشد. انتخاب و به کارگیری نظام فنی در هر سازمان بر اساس اهداف مورد انتظار و نحوه تخصصی کردن اطلاعات، مهارت‌ها و وسایل و ابزار مورد نیاز و همچنین چگونگی روش تحلیل اطلاعات انجام می‌شود. جذب فناوری بیشتر در تولید، عاملی بسیار مهم در افزایش بهره‌وری است. ماشینی که با سرعت بیشتر، دقت بیشتر، ضایعات کمتر و همگونی بالاتر کالا تولید کند، قطعاً بهره‌وری بالاتر نیز دارد.

باید به این نکته توجه داشت که اگر فناوری را در سازمان به صورت مجرد و تنها در نظر بگیریم و ارتباط آن را با دانش فنی کارکنان و سطح فناوری مورد نیاز بررسی نکنیم، نه تنها موجب افزایش بهره‌وری نخواهد شد بلکه هزینه‌ها را افزایش و سطح رضایت کارکنان را کاهش خواهد داد و در نهایت کاهش تدریجی بهره‌وری را به دنبال خواهد داشت.

۴-۹. مشارکت و همکاری

مشارکت نه تنها به تحول یک سازمان کمک می‌کند بلکه در عین حال یک اثر عمیق آموزشی دارد. در فرایند تغییر، درگیری فعال تمام کارگران برای ایجاد جو مساعد و نگرش به کار برای افزایش بهره‌وری، اهمیت دارد. راد و همکاران بیان می‌کنند که مشارکت در کارها، عاملی کلیدی بهره‌وری است. همچنین نظریه همکاری، نشان دهنده رابطه بین مشارکت و بهره‌وری است.

نمزیان می‌کند که اقداماتی که روی همکاری و ارتباطات تمرکز کند به کارکنان اجازه می‌دهد تا با هم‌دیگر کاراتر و موفق‌تر عمل کنند، و اگر چنین شرایطی ایجاد شود موجب ایجاد نوآوری و خلاقیت در افراد گروه می‌شود. براون بیان می‌کند مشارکت در صورتی بهره‌وری کارکنان را افزایش می‌دهد که از آن به عنوان عاملی برای انگیزش کارکنان استفاده شود و آنها بتوانند بر کار همکاران نیز نظارت داشته باشند و این نوعی مدیریت است. اگرچه رابطه بین مشارکت و بهره‌وری خیلی پیچیده است و برای تجزیه و تحلیل آن نمی‌توان تنها نقش یک فاکتور را مؤثر دانست اما یافته‌های اخیر به رابطه مثبت بین بهره‌وری و مشارکت کارکنان اشاره می‌کند.

۵-۹. انگیزش^۲

برل سون و استاینر معتقدند که انگیزش حالت درونی فرد است و رفتاری در وی به وجود می‌آورد تا رسیدن به هدف مشخص را ممکن سازد.

متقی معتقد است یکی از مقولات مهم در استفاده مؤثر از نیروی کار، انگیزش است. برای پرورش طرز نگرش صحیح، افراد باید کار خود را به شکل فعالیتی معنی‌دار ببینند. این، به خودجوشی آنان کمک و دانش حرفه‌ای و طرح‌های کاری آنها را

1. Technology

2. Motivation

غنی می‌کند. بررسی‌های انجام شده در برخی از کشورهای آسیایی نشان می‌دهد که با انگیزش صحیح در کارگران می‌توان بهره‌وری را مؤسسات کوچک و متوسط، به‌سهولت تا نود درصد در افزایش داد.

به جرأت می‌توان گفت که این عامل قوی‌ترین عامل در بهره‌وری انسان است که نوعی تمایل و شوق درونی برای کسب موفقیت و آرامش حاصل از انجام کاری به‌خصوص است. فردی که برای انجام کار انگیزه‌ای قوی داشته باشد، در قبال پاداش‌های کم و تنبیه‌های بیجا دل‌سرد نمی‌شود و هیچ‌گاه از تلاش باز نمی‌ایستد. همچنین هنگام رویارویی با مشکلات، صحنه کار را برای راحتی خود ترک نمی‌کند. بدون هیچ شک، انگیزه در بهره‌وری فرد اثری قوی دارد و نظریاتی بسیار وجود دارد که نشان می‌دهد انگیزه‌ی قوی در فرد موجب افزایش بهره‌وری می‌شود.

۹-۶. فرهنگ سازمانی

فرهنگ سازمانی سیستمی از عقاید و ارزش‌های مشترک است که رفتار اعضای سازمان را راهنمایی و هدایت می‌کند و می‌تواند تأثیری به‌سزا بر رفتار و عملکرد سازمان داشته باشد. امروزه بر نقش فرهنگ سازمانی در بهبود بهره‌وری تأکید می‌شود. مطالعات نشان می‌دهد که ارتباط بین فرهنگ و بهره‌وری با یک الگوی ساده بیان‌شدنی نیست.

تیلور بیان می‌کند که برای افزایش بهره‌وری کارهای زیادی می‌توان انجام داد؛ شیوه‌هایی در پس روش‌های آشکار وجود دارد که می‌توان آنها را بهبود بخشید تا به بهره‌وری بیشتر دست پیدا کرد. یکی از موارد مهم، بهبود فرهنگ سازمانی در گروه‌های کاری است.

کاتر و هسکت نشان می‌دهد که فرهنگ سازمانی کلیدی برای بهبود عملکرد و بهره‌وری است و در موفقیت یا شکست سازمان نقشی تعیین‌کننده دارد.

کندرلی، در تحقیقات درباره بیست مدیر و ۹۷ کارمند آنها در یک بیمارستان در امریکا، نشان داده است که رابطه مثبت بین تمرین‌های مدیریتی، بهره‌وری، رضایت شغلی و تعهد سازمانی کارکنان وجود دارد و رفتارهای مدیران، کلید بهره‌وری است. در سازمانهایی که فرهنگی قوی دارند، ارزش‌ها و باورهای مشترک آفریننده محیطی است که در آن محیط، افراد نسبت به یکدیگر و نسبت به مأموریت‌ها احساس تعهد می‌کنند و این تعهد می‌تواند موجب افزایش بهره‌وری در سازمان شود و به همین دلیل مدیریت فرهنگ سازمانی برای مدیران عالی رتبه، یک نیاز مبرم است.

آنچه مسلم است اگر مدیران کشورهای غربی به تعریف فرهنگ بهره‌وری در دهه‌های اخیر پرداخته‌اند، دین اسلام بر پایه بهره‌وری بنا شده است و در این باره باید به این حدیث از حضرت علی اشاره کرد که «هر کس دو روزش مثل هم باشد زیان کار است».

در پایان بحث برای اینکه نشان دهیم تا چه اندازه فرهنگ سازمانی و بهره‌وری نیروی انسانی به هم مربوط می‌باشند به طرح کایزن اشاره می‌کنیم.

لی کایزن در کشور ژاپن متولد شده است. کایزن، به معنای بهبود مستمر و پیوسته، همگام با مشارکت همه افراد در سازمان است. کایزن از دو واژه KAI به معنای تغییر و ZEN به معنای خوب تشکیل شده است. هدف کایزن تلاش مداوم در جهت حفظ استانداردها و ارتقای آن است. در راهبرد کایزن، باور این است که استانداردها طبیعتاً به صورت آزمایشی تدوین شده‌اند و باید همواره تلاش‌هایی برای ارتقای آن صورت گیرد. پیام راهبردی کایزن این است که حتی یک روز نباید بدون ایجاد نوعی بهبود در سازمان سپری شود زیرا سازمان یک سیستم باز است و باید پیوسته در حال تحول باشد.

۱۰. اخلاق اداری و تأثیر آن در بهره‌وری سازمان

موفقیت در گرو رابطه آسان و درست محیط با سازمان است و تسهیل و تصحیح ارتباط محیط با سازمان، نیازمند ایجاد اعتماد محیط به آن است. اعتماد آفرینی حاصل پیش‌بینی‌پذیری است و پیش‌بینی‌پذیری در گرو قانونمندی سازمان در همه شئون حرفه‌ای است. در بحث از قانونمندی، دو معضل مهم، بحث کردنی است: یک، آیا آیین‌نامه و مقررات به طور کلی موجه‌اند؟ دو، چگونه می‌توان به نحو استثناء ناپذیر قانونمند شد؟ مسئله نخست به قبل از وضع قانون مربوط است. پیش از وضع قانون و مقررات باید به ممیزی آنها در ترازوی اخلاق پرداخت و این، نیاز قانون به اخلاق را نشان می‌دهد. انصاف، عدالت و احسان، از شاخص‌های مهم ممیزی اخلاق است.

چگونه می‌توان از قانون‌گریزی پرهیز کرد و در همه شرایط قانون‌پذیر بود. برخی مدیران در شرایط بحرانی سازمان و جایی که با تبعیت از قانون، متحمل ضرر می‌شوند، به قانون‌گریزی می‌گروند. مالیات‌گریزی مصداقی از قانون‌گریزی است. معاملی اندرونی^۱ در معاملات اوراق بهادار از مصداق دیگر قانون‌گریزی است. عده‌ای در زندگی شخصی - مانند رانندگی - و در زندگی شغلی، قانون‌گریزی را نوعی فراست و زیرکی می‌دانند. قانون‌گریزی معضلی زیان‌بار است. زیرکی پنداشتن آن، معضلی دردناک‌تر است. چگونه می‌توان این معضل را درمان کرد؟ فرایند قانون‌پذیر ساختن سازمان چیست؟

۱-۱۰. از مسئولیت‌پذیری تا قانونمندی

قانونمندی در طبیعت، صرفاً پای‌بندی به قوانین موضوعه و مقررات و آیین‌نامه‌ها نیستند بلکه انضباط‌پذیری و برخورداری رفتار از شاخص‌ها و هنجارهای عام است. قانونمندی در طبیعت، تکوینی است و در حیوانات اهلی، پرورشی و دست‌آموز حاصل می‌شود اما پای‌بندی به قانون در انسان، بر خلاف طبیعت و حیوانات اهلی باید بر اختیار آدمی استوار باشد. قانونمندی مختارانه حاصل مسئولیت‌پذیری آدمی است. مسئولیتی که از طرفی ناشی از اختیار و خودآگاهی است و از طرف دیگر انسان را به خطرپذیری موجه و دغدغه‌های رفتاری سوق می‌دهد. مسئولیت‌های آدمی یا حقوقی است یا اخلاقی. آنچه در پای‌بندی آدمی و سازمان به قانون نقشی مؤثرتر دارد، مسئولیت‌های اخلاقی است. انسان‌های مسئولیت‌گریز، پیش‌بینی‌ناپذیرند و افراد و سازمان‌های مسئولیت‌پذیر، پیش‌بینی‌پذیراند.

منظور از مسئولیت‌پذیری اخلاقی، پای‌بندی سازمان یا فرد به حقوق افراد یا نهادهای صاحب‌حق و ذی‌نفع است. بنابراین، مفهوم مسئولیت‌پذیری^۲ را نباید تحویلی‌نگرانه به مفهوم پاسخگویی^۳ تقلیل داد. منظور از پاسخگویی در مفهوم اصطلاحی کلمه، جوابگویی در برابر یک شخص به خاطر عملکرد مورد انتظار است. عده‌ای پاسخگویی را نوعی تعهد و التزام به جوابگویی نسبت به مسئولیت‌های انجام‌شده توسط فردی دانسته‌اند که آن مسئولیت‌ها بر عهده وی بوده است. پاسخگویی یکی از مصادیق مسئولیت است. مسئولیت در لغت به معنای در پرسش قرار گرفتن است، اما در اصطلاح، پای‌بندی فرد یا سازمان در قبال همه حقوق عناصر محیط درونی و بیرونی خود است. یکی از حقوق (از میان ده‌ها حق) مشتری، کارکنان و سهام‌داران و جامعه، حق انتقاد و استیضاح است و سازمان در قبال این حق موظف به پاسخگویی است.

1. Insider trade
2. responsibility
3. accountability

نسبت بین مسئولیت‌پذیری اخلاقی سازمان و قانونمندی آن، اصلی راهبردی را به میان می‌آورد:

سازمان هر چه نرخ مسئولیت‌پذیری اخلاقی خود را نسبت به محیط افزایش دهد به همان میزان از قانونمندی بیشتری برخوردار می‌شود.

به این ترتیب اصول راهبردی زیر به دست می‌آید:

اصل اول: اگر سازمان مسئولیت‌پذیر باشد، آن‌گاه به میزان مسئولیت‌پذیری، قانونمند می‌شود.
اصل دوم: اگر سازمان قانونمند شود، آن‌گاه به میزان قانون‌پذیری، برای محیط پیش‌بینی‌پذیر می‌شود.
اصل سوم: اگر سازمان برای محیط پیش‌بینی‌پذیر باشد، آن‌گاه به میزان پیش‌بینی‌پذیری، اعتماد محیط به سازمان را ایجاد می‌کند.
اصل چهارم: اگر سازمان اعتماد‌آفرینی کند، آن‌گاه به میزان اعتماد‌آفرینی، رابطه محیط را با سازمان تصحیح و تسهیل می‌کند.
اصل پنجم: اگر سازمان رابطه محیط با سازمان را به نحو آسان و درست سامان بخشد، آن‌گاه موفق می‌شود.
با تأمل در اصول پنج‌گانه فوق و با استفاده از قواعد استنتاجی، به اصل راهبردی مهم (اصل ششم) می‌رسیم:
اصل ششم: اگر سازمان مسئولیت‌پذیر باشد آن‌گاه به میزان مسئولیت‌پذیری، موفق خواهد بود. اصل‌های یادشده، نتیجه‌ای مهم ارائه می‌دهد: مسئولیت‌پذیری سازمان سبب ایجاد اعتماد اصیل و پایدار محیط به آن می‌شود و در نهایت موفقیت سازمان را تضمین می‌کند. منظور از مسئولیت‌پذیری در اینجا، مسئولیت اخلاقی است.

۱۰-۲. نقش راهبردی اخلاق حرفه‌ای در موفقیت سازمان

اخلاق حرفه‌ای (اصول اخلاقی و مسئولیت‌پذیری سازمان) می‌تواند پیش‌بینی‌پذیری سازمان را افزایش دهد و آن نیز موجب اعتماد اصیل، راسخ و پر دامنه‌ای نسبت به سازمان شود. در نتیجه، سازمان با اتکای به اعتماد، در جذب منابع مالی و اعتباری، ایجاد انگیزش درونی و پایداری در کارکنان و مدیران، جذب منابع انسانی متخصص، دستیابی به جایگاه انحصاری در بازار، مهار انرژی منفی ناشی از معضلات اخلاقی با افزایش مزیت رقابتی با اصلاح و تهذیب فرهنگ سازمانی و مدیریت تنش‌های سازمانی، به نحو اثربخش موفق خواهد شد. حاکمیت اخلاق در فرهنگ سازمانی نقشی مهم در تبدیل تهدید به فرصت دارد.
مسئولیت‌پذیری اخلاقی نقشی مؤثر در افزایش کارایی و اثربخشی سازمان دارد. هر چه سازمان اخلاقی‌تر باشد، موفق‌تر است و در تحلیل نهائی ناکامی‌ها، فقدان اخلاق حرفه‌ای را یکی از مهم‌ترین عوامل آن خواهیم یافت.
مسئولیت‌گریزی و فرو نهادن اصول اخلاقی در نهایت به بدفرجامی فرد و سازمان می‌انجامد. برعکس، هر که خوی نیکو داشته باشد، موفق و رستگار می‌شود. کامیابی، پاداش طبیعی اخلاقی بودن فرد، سازمان و جامعه است.
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 سهمی قابل توجه از بازار را به دست می‌آورد.
امروزه در مطالعاتی تجربی، نقش اخلاقی بودن سازمان در موفقیت سازمان‌ها و شرکت‌های برتر جهانی، بررسی شده است.

تأمل در نتایج این مطالعات، دلیل دیدگاه متخصصان مدیریت راهبردی را در راهبردی خواندن نقش اخلاق حرفه‌ای در سازمان آشکار می‌کند. فرد دیوید^۱ در مدیریت راهبردی بر آن است که: «در سازمان، اصول اخلاقی خوب از پیش شرط‌های مدیریت راهبردی خوب است و اصول اخلاقی خوب یعنی شرکت خوب». وی بر این باور است که روز به روز اعتقاد به اینکه پای‌بندی به اخلاق موجب ایجاد مزیت راهبردی می‌شود در میان مدیران فراگیرتر می‌شود.

در برخی روایات نیز از اخلاق نیکو به عنوان بهترین هدیه‌ای که به انسان اعطا شده، تعبیر می‌شود «خیر ما اعطی الناس خلق حسن».

عملکرد امروز نقش سرنوشت‌ساز در موفقیت فردا دارد، زیرا موفقیت به شانس و اقبال نیست بلکه به تلاش آگاهانه و انتخاب با بصیرت است. اگر امروز خود را ناکام می‌یابیم، اگر چه در این ناکامی ما هزاران عامل مؤثرند اما نباید دچار فرافکنی شویم و با توجه حصرگرایانه به عوامل بیرونی، سهم خود را در این میان نبینیم. مفهوم «دنیا مزرعه آخرت است» بر این امر تأکید دارد که کامیابی اخروی حاصل فعالیت این جهانی است. کوتاه‌نظران که جز بر موفقیت کوتاه‌مدت و گذرا نمی‌اندیشند، بر شعار «عملکرد امروز، کامیابی فردا» توجه نمی‌کنند. در عاقبت بینی لازم است که بر آثار و نتایج رفتار خویش واقف شویم.

شعار «عملکرد امروز، کامیابی فردا» به زبان کسب و کار چنین قابل بیان است: «عملکرد امروز، بازار فردا». اگر در پی رونق بازار و افزایش سهم خود در آنیم، باید امروز دغدغه اخلاقی بودن عملکرد خود را داشته باشیم. حرفه‌ای عمل کردن و پای‌بندی به تعهدات اخلاقی دو رکن مهم‌اند که بازار فردا را تضمین می‌کنند.

اخلاق حرفه‌ای از طریق سالم‌سازی و بهینه کردن عملکرد امروز سازمان‌ها، بازار فردای آنها را تضمین می‌کند و این کالایی پرارزش است. این شعار «عملکرد امروز، بازار فردا» مفهومی بسیار عام دارد و صرفاً محدود به بازارهای کسب و کار نمی‌شود. در تمثیل معروف در متون دینی، ما انسان‌ها چون تاجران زندگی می‌کنیم و فردای اخروی ما در گرو عملکرد این جهانی ماست. سعادت و شقاوت فردی و توسعه و تباهی اجتماعی در آینده، نتیجه عملکرد امروز است و اخلاق نقشی زیربنایی و راهبردی در آن دارد. ممکن است افراد به دلایلی در عمل اخلاق‌گریز باشند اما انسان‌ها به‌ویژه ایرانیان اخلاق‌دوستند و به دلیل همین خصیصه در عمل به عملکرد اخلاقی پاداش می‌دهند. در انتخاب آرایشگر، مغازه خواربار و دیگر مشاغل، بیش از ارزیابی خدمات، به اخلاقی بودن صاحبان مشاغل بها می‌دهیم.

ادعا این است که بسیاری از شرکت‌ها و سازمان‌های کسب و کار به علت فقدان و یا نقصان اخلاق حرفه‌ای از خصیصه پیش‌بینی‌پذیری برخوردار نیستند. در حالی که مهم‌ترین توقع مشتریان، تأمین‌کنندگان، کارگران، مدیران و دیگر ذی‌نفعان از سازمان، پیش‌بینی‌پذیر بودن آن است. در چنین شرایطی، در هر گونه کسب‌وکار، سازمانی که بتواند به پیش‌بینی‌پذیری اخلاقی دست یابد، بدون تردید به مزیت رقابتی و برتری راهبردی دست یافته است.

اخلاقی بودن در حرفه نه تنها سبب رضایت مشتری است بلکه مشتریان شما را به دوستداران دو آتشه تبدیل می‌کند. دوستدارانی که از ارتباط با شما لذت می‌برند و سعی می‌کنند آشنایان و همکاران خود را در این لذت سهیم کنند و به همین دلیل مبلغان بدون مزد شما می‌شوند و در شرایط بحرانی شما را رها نمی‌کنند. کسانی که به خاطر سود عاجل از کامیابی آجل باز

می‌مانند و تنگ‌نظرانه، در پی کسب سود از راه‌های غیرقانونی و غیر اخلاقی می‌روند، مانند کسانی‌اند که بر کف دریا اسب می‌رانند و در نور رعد، نامه می‌خوانند و این حاصل فقدان عاقبت‌بینی است.

۱۰-۳. آثار فراسازمانی اخلاق حرفه‌ای

اخلاق حرفه‌ای هم بسترهای فراسازمانی دارد و هم آثار و نتایج فراسازمانی به ارمغان می‌آورد. ترویج اخلاق در سازمان و تعالی اخلاقی فرهنگ سازمانی نه تنها محیط با نشاط و مساعد برای افزایش بهره‌وری می‌آفریند بلکه فراتر از سازمان، نقشی مؤثر در جامعه نیز دارد. بهداشت، سلامتی و فراتر از آنها تعالی اخلاقی جامعه از سازمان‌های آن، بسیار متأثر است. اخلاق حرفه‌ای، آنگاه که حوزه حرفه به بنیان‌های فرهنگی و نهادهای سیاسی مربوط می‌شود، از زیرساخت‌های تمدن بشری است.

چگونه می‌توان اثر تباه‌کننده دانشگاه‌هایی را که اخلاق حرفه‌ای در آنها محترم نیست، نادیده گرفت و برکات و آثار سازنده‌ی دانشگاه‌های اخلاقی یک جامعه را انکار نمود. دانشجویی که فقدان وجدان کاری، عدم شایسته‌سالاری، دور زدن قانون، چاپلوسی و کم‌کاری، حسد، غیبت، دروغ و امثال آنها را در محیط آموزش خود به طور مستمر تجربه می‌کند، پس از فراغت از تحصیل در شغل خود در مدیریت سازمان‌هایی که مالک یا مدیر می‌شود، به ناچار همه آنچه را تجربه کرده منعکس می‌سازد. عملکرد غیر اخلاقی سازمان‌ها پیام‌های غیر اخلاقی دارد و آموزش‌های غیر اخلاقی را در جامعه رواج می‌دهد.

یکی از شگردهای ایرانی‌ها در بازسازی کشور پس از تهاجم ویران‌گر مغول، ترویج اخلاق در کسب و کار از طریق نهادهای اصناف و نظارت اصناف بر عملکرد اخلاقی صاحبان مشاغل بوده است. اجداد ما در آن روزگار با هشیاری دریافته بودند که با اخلاق حرفه‌ای می‌توان به بازسازی و توسعه کشور دست یافت.

آنچه از نقش اخلاق حرفه‌ای در سازمان گفتیم، نمونه‌هایی از آثار، برکات و فواید اخلاق حرفه‌ای است. هدف از تحقق و ترویج اخلاق حرفه‌ای، دستیابی به این فواید نیست؛ بلکه رسالت انسانی، عامل ترویج اخلاق است. کسانی که فایده را هدف می‌پندارند، بر اخلاق به شرط این فواید تأکید دارند و این نوعی ابزارانگاری در اخلاق حرفه‌ای است. بنابراین از خطای هدف‌پنداری فواید اخلاق حرفه‌ای باید اجتناب کرد. وظیفه اخلاقی مشروط به نیل به سود یا دیگر منافع این جهانی نیست.