

اخلاق حرفه ای در سازمان

معاونت آموزش و کارآفرینی جهاددانشگاهی استان زنجان



دوره های ضمن خدمت کارکنان شهرداری

« بسم الله الرحمن الرحيم »

اخلاق حرفه‌ای در سازمان

معاونت آموزش و کارآفرینی جهاد دانشگاهی

فهرست مطالب

- مقدمه
- تعریف و مفهوم اخلاق
- تعاریف علم اخلاق
- تعریف اخلاقیات (Morals & Ethics)
- تعریف حرفه
- ویژگی‌های اصلی یک حرفه
- لازمه حرفه‌ای شدن
- عوامل پایه‌ای اخلاق حرفه‌ای
- تاریخچه اخلاق حرفه‌ای و اهمیت و ضرورت مطالعه آن
- تحلیل و بررسی دو واژه اخلاق و حرفه
- اخلاق حرفه‌ای
- اخلاق کار
- دو رویکرد در تعریف اخلاق حرفه‌ای
- تدوین منشورهای اخلاقی
- ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای
- منشورهای اخلاقی و چگونگی تدوین آنها
- سازمان‌های بین‌المللی فعال در زمینه اخلاق حرفه‌ای
- فرهنگ سازی اخلاق حرفه‌ای

آنچه ما را به نابودی خواهد کشاند از این قرار است: "سیاست بدون اصول، لذت بدون

وجدان، علم بدون شخصیت و تجارت بدون اخلاق" مهاتما گاندی

این سخن گاندی که به چهار وجه زندگی امروزی انسان مدرن، بعدی روانشناختی و ذهنی داده است، می تواند بیش از هر چیز استواری اصول و مبانی جهان مدرن و توسعه یافته را بر مبنای "منش و شخصیت فردی" انسان نمایان سازد. در این میان دو بعد سیاست و اقتصاد که پایه گذار دو میل سیری ناپذیر انسان برای دستیابی به قدرت و ثروت در دنیای امروزی هستند از آن دو دیگر از اهمیتی فزون تر برخوردار است. به ویژه آنکه تاکید بر وجود رابطه تنگاتنگ میان تجارت و اخلاق به عبارتی می تواند در بردارنده این نکته مهم و اساسی باشد که نحوه کسب و کار در هر جامعه می تواند مرز میان اخلاق و بی اخلاقی را در آن جامعه تعیین کند.

در یک نگاه عام، گر چه در جامعه ی ما، از "اخلاق" به ویژه از پایگاه دینی یاد می شود، ولی متأسفانه آنچه رفته رفته در سالیان اخیر در کشور ما در مقام عمل مشاهده می شود، این واقعیت است که تعداد مردم اخلاق - محور و شاغلان و مسئولان واقعا اخلاقی به تدریج تحلیل رفته است. بر عکس در غرب، از حدود نیم قرن پیش، در فلسفه اخلاق و مدتی پس از آن در اخلاق حرفه‌ای، دروس دانشگاهی و کنگره ها و کنفرانس های گوناگون و پژوهش های مختلف بر پا شده و انجام می شود و فارغ التحصیلان دانشگاه در سطوح مختلف و حرفه های گوناگون فعالیت می کنند و شاخصه‌های اخلاق مصوب انجمن های تخصصی را در انواع مشاغل به کار می بندند

انسان، خواهان موفقیت است. از آن جا که موفقیت فرد در زندگی شخصی، شغلی و اجتماعی با الگوهای رفتار ارتباطی وی وابسته است، تصحیح این الگوها نیز نقش اساسی در کسب موفقیت دارد. موفقیت در پرتو ارتباط درست و آسان انسان با خود و دیگران کسب می شود؛ زیرا انسان به طور دائم در تعامل با خود و دیگران است. انسان موجودی اجتماعی است و امروزه با توسعه شگفت‌انگیز جوامع، انسان‌ها در تعامل با انبوهی از سازمان‌های گوناگون قرار دارند و این امر ارتباط انسان‌ها را با یکدیگر و با سازمان‌ها و ارتباط متقابل سازمان‌ها را باهم به شکل قابل توجهی پیچیده کرده است. به رغم این پیچیدگی‌ها، همه خواهان ارتباط آسان و درست با یکدیگرند؛ زیرا آسایش و آرامش را در پرتو آن می‌یابند. این ارتباط درست و آسان چگونه پدید می‌آید؟

ارتباطی درست و آسان خواهد بود که موجه و برخوردار از دلیل منطقی باشد. منطقی فکر کردن و اخلاقی عمل نمودن کلید سعادت و آسایش انسان‌ها است. صرف‌نظر از نتیجه رفتار - که ممکن است به ظاهر ناخوشایند باشد و مسلماً در درازمدت صحت، صلاح و خوشایندی خود را نشان خواهد داد - همین‌که عملی مستدل، موجه و اخلاقی باشد، آسایش خاطر و راحتی وجدان را در پی دارد.

ترویج الگوهای ارتباطی درست و اصول اخلاقی، نیاز مبرم جوامع امروزی است. کیست که در ارتباط با خود و با خانواده و افراد جامعه خواهان حفظ حرمت و آزادی نباشد و مگر نه این است که رفتار اخلاقی است که حافظ حرمت و آزادی معقول انسان‌ها است و مگر نه این است که اگر بنا به ضرورت‌های فردی و اجتماعی به فرد یا سازمان و اداره‌ای مراجعه کنیم، مهم‌تر از گرفتن پاسخ مثبت برای خواسته و نیازمان، خواهان پاسخ محترمانه هستیم؟ تیرگی خاطر ناشی از بی‌حرمتی را حتی با گرفتن پاسخ مثبت نمی‌توان زدود، چه رسد به این‌که پاسخ، منفی هم باشد و شیرینی حفظ حرمت را نمی‌توان پوشاند.

اصول اخلاقی می‌بایست بر فعالیت‌های ارادی انسان حاکم باشد و از طرفی اداره کسب و کار یک فعالیت ارادی است. بنابراین اصول اخلاقی باید بر سازمانها نیز حاکم باشد. برخی تصور می‌کنند برای رعایت اصول اخلاقی در سازمان کافی است که از قانون پیروی کنند. این تصور غلط است زیرا تعهد اخلاقی برای رعایت قانون تا زمانی وجود دارد که قانون مستلزم رفتارهای ناعادلانه نشود. عدم رعایت اصول اخلاقی می‌تواند منافع کوتاه مدتی را برای سازمانها ایجاد کند اما با گذر زمان، رفتارهای ناپسند، به منافع مالی سازمان ضربه وارد می‌کنند. هدف نهایی اصول اخلاقی آن است که مجموعه‌ای از استانداردهای اخلاقی را پدید آورد که حفظ و بکارگیری آنها منطقی باشد. رواج اخلاق در سازمان، نتایج مثبتی از جمله توسعه پایدار از طریق کاهش مصرف منابع تجدید ناپذیر، مقررات بهداشتی، حفاظت محیط زیست، مشتری مداری، جلوگیری از تبلیغات فریبنده و نظیر آن را در پی خواهد داشت.

تعریف و مفهوم اخلاق

در انگلیسی واژه اتیکس (ethics) معنی منش و عادت و مورالز (morals) به معنی عادات بجای اخلاق بکار می‌رود گر چه واژه‌های مذکور به جای هم دیگر بکار می‌رود اما در معنای دقیق آن تفاوت‌هایی با یک دیگر دارند نظام‌هایی از ارزش‌ها و عادت‌هایی (قواعد و استانداردهای رفتاری) که در زندگی گروه خاصی از انسانها تحقق یافته است به عنوان

اخلاق این گروه توصیف می شود. مانند اخلاق خانواده، اخلاق شرکت و اخلاق حرفه‌ای. اما مورالز شخصیت فردی را تعیین می کند.

۱. اخلاق جمع «خُلُق» (بر وزن قفل) و «خُلُق» (بر وزن افق) می باشد، به گفته «راغب» در کتاب «مفردات»، این دو واژه در اصل به یک ریشه باز می گردد، خُلُق به معنی هیئت و شکل و صورتی است که انسان با چشم می بیند و خُلُق به معنی قوا و سجایا و صفات درونی است که با چشم دل دیده می شود.

۲. اخلاق مجموعه صفات روحی و باطنی انسان است و به گفته بعضی از دانشمندان، گاه به بعضی از اعمال و رفتاری که از خلیقات درونی انسان ناشی می شود، نیز اخلاق گفته می شود (اولی اخلاق صفاتی است و دومی اخلاق رفتاری).

۳. از نگاه علامه محمد تقی جعفری، «اخلاق شکفتن شخصیت آدمی در مسیر حیات معقول است».

۴. اخلاق عبارت است از مجموعه ای از اصول و هنجارهایی را جمع به ارزشیابی و داوری درباره افعال انسانی که به صورتی آزاد و اختیاری انجام می شود و تشخیص خوبی و بدی آنها و الزامات (بایدها و نبایدها) مسئولیت و وظایف برای انسانها.

۵. اخلاق را از طریق آثارش نیز می توان تعریف کرد، و آن این که «گاه فعلی که از انسان سر می زند، شکل مستمری ندارد؛ ولی هنگامی که کاری بطور مستمر از کسی سر می زند (مانند امساک در بذل و بخشش و کمک به دیگران) دلیل بر این است که یک ریشه درونی و باطنی در اعماق جان و روح او دارد، آن ریشه را خلق و اخلاق می نامند.

تعاریف علم اخلاق

۱. علم اخلاق را می توان چنین تعریف کرد: «اخلاق علمی است که از ملکات و صفات خوب و بد و ریشه‌ها و آثار آن سخن می گوید» و به تعبیر دیگر، «سر چشمه های اکتساب این صفات نیک و راه مبارزه با صفات بد و آثار هر یک را در فرد و جامعه مورد بررسی قرار می دهد». البته همانطور که گفته شد، گاه به آثار عملی و افعال ناشی از این صفات نیز واژه «اخلاق» اطلاق می شود؛ مثلاً، اگر کسی پیوسته آثار خشم و عصبانیت نشان می دهد به او می گویند: این اخلاق بدی است، و بالعکس هنگامی که بذل و بخشش می کند می گویند: این

اخلاق خوبی است که فلان کس دارد؛ در واقع این دو، علت و معلول یکدیگرند که نام یکی بر دیگری اطلاق می‌شود.

۲. بعضی از غربی‌ها نیز علم اخلاق را چنان تعریف کرده‌اند که از نظر نتیجه با تعریف‌هایی که ما می‌کنیم یکسان است، از جمله در کتاب «فلسفه اخلاق» از یکی از فلاسفه غرب به نام «ژکس» می‌خوانیم که می‌گوید: «علم اخلاق عبارت است از تحقیق در رفتار آدمی به آن گونه که باید باشد».

۳. در حالی که بعضی دیگر که بینش‌های متفاوتی دارند در تعریف علم اخلاق می‌گویند: «مجموع قوانین رفتار که انسان به واسطه مراعات آن می‌تواند به هدفش برسد، علم اخلاق است».

تعریف اخلاقیات (Morals & Ethics)

بطور کلی می‌توان اخلاق انسان را بر دو نوع زیر تقسیم نمود:

۱- اخلاق فطری و طبیعی: صفات فطری، غرایز و احساسات و استعدادهایی است که در طبیعت انسان آفریده شده و اختیار و عمل در تحصیل آن هیچ‌گونه دخالتی ندارد. مانند حس خداجویی، کنجکاوی، عدالتخواهی و حبّ کمال و ...

۲- اخلاق اکتسابی و اختیاری: صفات اکتسابی آن گونه‌صفتی را گویند که در مقام عمل و اختیار به تدریج برای انسان حاصل می‌شود.

چنانچه از استعدادها و صفات خدا داده خوب بهره‌برداری نشود، صفات اکتسابی بد خواهد شد. در این مرحله، صفات و ملکات خوب را فضایل و مکارم اخلاق و صفات و ملکات بد را رذایل اخلاق می‌نامند.

اخلاق، معرفتی است که از افعال اختیاری انسان بر اساس یک سیر عقلایی شکل می‌گیرد باید توجه داشت که اخلاق از یک مجموعه اصول و ضوابطی تشکیل می‌شود که دو لایه جدی در آن قابل تمایز است. قالب اول مربوط به شکل، اصول و ضوابط اخلاقی است و قالب دوم توجه به "روح عمل اخلاقی" و یا دخالت عنصر "معنا" در عمل اخلاقی می‌باشد. در بخش اول می‌توان از کدهای اخلاقی صحبت کرد؛ ولی در بخش دوم امری است که به سادگی تعریف آن امکان‌پذیر نیست و بیشتر قابل بیان با "ایده‌آل‌های اخلاقی" است نه لزوماً با "کدهای اخلاقی".

تعریف حرفه

حرفه را این گونه تعریف می کنند: «پیشه‌ای که مستلزم وجود دانشی است تخصصی و اغلب تدارکی طولانی و ژرف شامل آموزش مهارت‌ها و روش‌ها و همچنین اصول علمی، تاریخی و محققانه‌ای که بر آن مهارت‌ها و روش‌ها تاکید دارد و با استناد به سازمان و تشکیلات یا اتفاق آراء و استانداردهای والای دستاوردها و رفتار و سلوک پشتیبانی می شود و اعضای خود را به مطالعاتی مستمر و نوعی کار متعهد می کند نخستین آن ارائه خدماتی عمومی است.

فرهنگ علوم اجتماعی می گوید: «واژه حرفه به شغلی اطلاق می شود که داشتن دانش و مهارت سطح بالایی را طلب می کند و باید حداقل بخشی از آن دانش و مهارت از طریق گذراندن دوره های کم و بیش نظری و نه با ممارست عملی صرف کسب شود، به نحوی از انحا در دانشگاه یا مؤسسه ای معتبر مورد آزمایش و امتحان قرار می گیرد و بر افرادی دلالت می کند که در مقایسه با مشتریان آن حرفه صاحب نظر هستند. در حال حاضر این واژه معمولاً درباره مشاغل معینی بکار می رود که اعضای آن به ارائه خدمات و نه تولید و توزیع کالا اشتغال دارند.

ویژگیهای اصلی یک حرفه

۱. مجموعه ای از دانش تخصصی و مهارت‌های فنی.
۲. آموزش و تجربه ای رسمی .
۳. نظامنامه اخلاقی یا استاندارد رفتاری .
۴. تعهد به ارائه خدمات عمومی .
۵. سازمانی رسمی برای حمایت از حرفه‌ای شدن .
۶. اعطای جواز به دست اندکاران .
۷. مقررات شدید و استانداردهای سطح بالای صلاحیت‌ها .
۸. اطمینان ادامه کار بخاطر دیگران.

لازمه حرفه‌ای شدن

طبق گفته بلومر " لازمه حرفه‌ای شدن " عبارت است از:

- اشاعه استانداردهای برتری در زمینه ای معین،
- تعیین و تثبیت الگوهای رفتاری،
- پرورش و گسترش احساس مسئولیت،
- تعیین موازین استخدامی و آموزشی،
- تامین و تضمین حمایت از اعضا،
- برقراری کنترل همه جانبه، در زمینه مورد بحث و تعالی بخشیدن به آن به گونه ای که به مقام و موقعیت اجتماعی خود در جامعه دست یابد.

عوامل پایه‌ای اخلاق حرفه‌ای

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

الف) استقلال حرفه‌ای اخلاق علمی

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

ب) خود فهمی حرفه‌ای

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

ج) عینیت‌گرایی، بی‌طرفی و عدم جانب‌داری

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

د) فراتر رفتن از مفهوم معیشتی

تا زمانی که فردی درگیر مسائل فیزیولوژیکی باشد، توجه به مسائل دیگر کم رنگ‌تر خواهد بود. معنای اخلاق حرفه‌ای با عبور از مفهوم معیشتی آن به عرصه ظهور می‌رسد. زمانی که افراد در فعالیت و کسب و کار حرفه‌ای خود از سطح گذران زندگی مادی فراتر می‌آیند، دست‌کم سه سطح دیگر از فعالیت‌های علم و فناوری برای آنها معنا می‌یابد:

۱. احساس کارآیی، اثربخشی و تولید کیفیت به عنوان ارزش افزوده؛

۲. احساس خدمت به مردم و مفید واقع شدن؛

۳. احساس رها سازی از طریق باز توزیع فرصت‌ها و نقد قدرت.

تاریخچه اخلاق حرفه‌ای و اهمیت و ضرورت مطالعه آن

در تمامی ادیان الهی، به اخلاق حرفه‌ای توجه شده است و افراد به راستگویی، صداقت، امانت داری و عدم سرقت تشویق شده‌اند. در فلسفه، افلاطون به عدالت و دموکراسی توجه می‌کند (اخلاق یعنی آنجا که روح انسان حالتی پیدا می‌کند که خود روح زیبا می‌شود. اگر کار زیباست، طبیعتاً روح زیباست و پایه اخلاق عدالت است و عدالت مساوی با زیبایی است). ارسطو احکام اخلاقی را بر پایه منع حرص و رباخواری می‌داند و به مفهوم عدالت در مبادلات تجاری تأکید دارد. جان لاک دفاع از حق مالکیت را به عنوان یک حق طبیعی گسترش داد. آدام اسمیت که پدر علم اقتصاد می‌باشد در کتاب ثروت ملل خود توسعه‌دهنده نظرات جان لاک بود. اسمیت یک فیلسوف اخلاقی و نویسنده کتاب تئوری "نسبیت اخلاقی" است. در سال ۱۹۹۳ پارلمان ادیان بین الملل، اعلامیه جهانی را برای محکومیت سوءاستفاده از اکوسیستم‌های کره زمین، فقر، گرسنگی، نابرابری اقتصادی تصویب کرد و روند شکل‌گیری اخلاق حرفه‌ای تا به امروز ادامه پیدا کرده است و به صورت کاربرد روزمره هنجارهای اخلاقی در فرایندهای اجتماعی درآمده است. واژه اخلاق حرفه‌ای در شکل امروزی در

سه مرحله مختلف شکل گرفت. این واژه اولین بار در اوایل سال ۱۹۷۱ در ایالات متحده رواج پیدا کرد و منشا آن نوشته‌های آکادمیک علمی و جلسات دانشگاهی بود. در مرحله دوم این واژه در نشریات عمومی مورد استفاده قرار گرفت و در مرحله سوم این مفهوم در جهان تجارت به کار برده شد و به معنای هنجارهای اخلاقی در فرایند تجاری مطرح است.

اخلاق حرفه‌ای یکی از اساسی‌ترین مسائل مهم همه جوامع بشری است و در بسیاری از کشورهای صنعتی به این نتیجه رسیده‌اند که بی‌اعتنایی به مسائل اخلاقی و فرار از مسئولیت‌ها و تعهدات اجتماعی به از بین رفتن بنگاه و سازمان می‌انجامد. به همین دلیل بسیاری از شرکتهای موفق برای تدوین استراتژی اخلاقی احساس نیاز کرده و به این باور رسیده‌اند که باید در سازمان یک فرهنگ مبتنی بر اخلاق رسوخ کند. از این رو کوشیده‌اند به تحقیقات درباره اخلاق حرفه‌ای جایگاه ویژه‌ای بدهند و حتی آموزشهایی در این راستا داشته باشند. با توجه به این که امروزه هیچ سازمانی قادر نیست بدون آموزش توسعه یابد، لازم است در سازمانها افزون بر آموزش، تخصص‌ها و مهارت‌های مورد نیاز هر شغل از جمله: ایجاد روحیه تعاون، کار مشترک و دسته جمعی و به ویژه اخلاق اداری و سازمانی در الویت قرار بگیرد. امروزه داشتن اخلاق حرفه‌ای به عنوان یک مزیت رقابتی مطرح می‌باشد. فرد آر. دیوید می‌گوید: "در سازمان اصول اخلاقی خوب از پیش شرط‌های مدیریت استراتژیک خوب است. اصول اخلاقی خوب، یعنی سازمان خوب". اصول اخلاقی برگرفته از فرهنگ کلی جامعه (عقاید، مذهب، آداب و رسوم) است. در سازمانها افراد شاغل و طبقات مختلف دارای خرده فرهنگ‌های خاصی هستند که آنها را از یکدیگر متمایز می‌کند همه اینها باعث می‌شود که در میان این گروهها و سازمانها نوعی تعصب کاری خاص شکل گیرد که آن را اصول اخلاق حرفه‌ای می‌نامند. در یک جمله اخلاق حرفه‌ای متاثر از اخلاق سازمانی است. اصول اخلاقی بر مبنای برنامه ریزی درست از نظر اخلاق حرفه‌ای و وجدان کاری در کشورهای توسعه یافته سالهاست که مورد اجرا قرار گرفته و کوتاه مدتی است که مورد توجه کشورهای در حال توسعه نیز واقع شده است. برخی از عوامل اصلی و موثر عبارتند از: منابع انسانی درست و کارآمد، دانش فنی و توان فناوری، منابع مالی و فناوری، انگیزش درونی نیروی انسانی، رضایت مشتری، سهم و جایگاه مطلوب در بازار، مشارکت سازمانی، مزیت رقابتی و عده‌ای بر این عقیده‌اند که رضایت شغلی باعث افزایش تعهد به اصول اخلاقی می‌گردد. نکات مورد توجه در ایجاد اصول اخلاقی اصول اخلاقی پیش شرط مدیریت است. اخلاق حرفه‌ای یک دانش است که بر مبنای یک سیر منطقی و عقلانی باید ایجاد شود. مدیران باید به اصول اخلاق حرفه‌ای اعتقاد داشته باشند. (از شعار به شعور درآیند). شاخصه‌های اخلاق حرفه‌ای باید دقیقاً توسط مدیران روشن شود. شاخصه‌های اخلاقی نباید با هم در تعارض باشند. مدیران باید خود به این

اصول احترام بگذارند و در رفتار خود آنها را تجلی دهند. نقایص اخلاقی می تواند در سطح زیر بنایی و عملیاتی ظاهر گردد و عدم ارتباط مدیران ارشد و مدیران عملیاتی می تواند نقایص اخلاقی را در سازمان افزایش دهد.

تحلیل و بررسی دو واژه اخلاق و حرفه

برای آنکه بتوانیم تعریف کاملتری از اخلاق حرفه‌ای به دست آوریم، ابتدا به تحلیل و بررسی دو واژه اخلاق و حرفه می‌پردازیم. اخلاق (Ethics – Moral) جمع خلق است. در لغت به معنای سرشت، سجیت، رفتار عادت شده و مزاج به کار می‌رود. رایج‌ترین معنای اصطلاحی اخلاق، عبارت است از: صفات و ویژگی‌های پایدار در نفس که موجب می‌شوند کارهایی متناسب با آن صفات به طور خود جوش و بدون نیاز به تفکر و تامل از انسان صادر شود را اخلاق نامند.

بر اساس این تعریف سه عنصر یا سه مولفه مهم در تعریف اخلاق وجود دارد:

اول اینکه: اخلاق از صفات نفس است نه صفت عقل و نه صفت بدن. اگر این صفات و حالات نفسانی به گونه‌ای باشد که کارهای زیبا و پسندیده از آنها صادر شود به آن اخلاق خوب یا فضیلت می‌گویند و اگر منشا صدور افعال زشت و ناپسند باشد، به آن اخلاق بد یا رذیلت می‌گویند.

دوم اینکه: موضوع اخلاق فقط رفتارهای اختیاری و ارادی انسان است و اساساً یکی از مهمترین تفاوت‌های میان انسان و سایر موجودات، خود آگاه و مختار بودن انسان است. لذا رفتارها و حرکاتی که از وی سر می‌زند با اختیار و اراده خود است و مسئولیت آن را بر عهده دارد و نسبت به افعال اختیاری خویش سزاوار سرزنش یا ستایش است.

سوم اینکه: در اینجا به ویژگی‌ها و صفات نفسانی‌ای اخلاق گفته می‌شود که در وجود انسان پایدار بوده و در اثر فراوانی و دوام در شخص نهادینه شده اند و بخشی از شخصیت او را تشکیل می‌دهند. به گونه‌ای که از بین بردن یا تغییر این صفات و حالات نفسانی به سختی و کندی انجام می‌گیرد و از سویی کارهای متناسب با آن به سهولت و بدون تامل و فکر از انسان صادر می‌شود. مثلاً به کسی که پرخاشگری الگوی رفتاری او شده و جزء عادت وی محسوب می‌شود حتی اگر در مواردی نیز پرخاشگری نداشته باشد. یا کسی که سخاوت و بخشندگی جزء الگوی رفتاری اوست با کسی که با اکراه در یک یا چند مورد با عدم رضایت قلبی چیزی را ببخشد یا منافی به دیگران برساند، تفاوت

دارد بنابراین از این بحث نتیجه می‌گیریم که اخلاق به صفات و ویژگی‌هایی در انسان گفته می‌شود که در نفس او نهادینه شده و منشاء صدور افعال اختیاری او می‌شوند، بدون تامل و تفکر قبلی که عموماً تغییر آن‌ها برای شخص دشوار است .

حرفه: در تحلیل مولفه حرفه لازم است بدانیم آیا حرفه همان شغل و کار است؟ یا متفاوت؟ در نتیجه آیا اخلاق حرفه‌ای همان اخلاق کار است یا خیر؟

واژه حرفه کاربردهای فراوانی دارد. آنچه قابل توجه است اینکه، مفهوم اصطلاحی حرفه با کار و شغل متفاوت است. به عنوان مثال بردگی و راهزنی یک حرفه نیست، اما بردگان و راهزنان هم اشتغال به کار دارند، بنابراین کار و اشتغال یکی از مولفه‌های حرفه است عناصر اصلی موجود در مولفه حرفه عبارت‌اند از : ۱- اشتغال، ۲- کسب روزی از طریق اشتغال، ۳- اختیار در کار، ۴- خدمت‌محوری مفید و مثمر ثمر بودن یا مطلوبیت اجتماعی. برخی معتقدند، تعریف حرفه از روی مصادیق آن میسر خواهد بود، یعنی راه شناخت چیستی حرفه، توجه به مثال‌هایی از صاحبان حرف است. بنابراین، حرفه با کار و اشتغال تفاوت دارد و به لحاظ منطقی رابطه کار و حرفه رابطه عام و خاص است. یعنی به هر کار و فعالیتی حرفه اطلاق نمی‌شود اما هر حرفه‌ای قطعاً در آن کار و فعالیت صورت می‌گیرد.

اخلاق حرفه‌ای

اخلاق حرفه‌ای یک فرایند تفکر عقلانی است که هدف آن محقق کردن این امر است که در سازمان چه ارزش‌هایی را، چه موقع باید حفظ و اشاعه نمود.

به عبارت دیگر مجموعه‌ای از اصول و استانداردهای رفتار فردی و گروهی یا مجموعه‌ای از کنش‌ها (رفتارها) و واکنش‌های اخلاقی پذیرفته شده از سوی سازمان‌ها و مجامع حرفه‌ای است تا مطلوب‌ترین روابط اجتماعی ممکن را برای اعضای خود (و حتی مشتریان، رقبای داخلی و بین‌المللی) در اجرای وظایف حرفه‌ای فراهم آورد.

اخلاق کار

مراد از اخلاق کار یا اخلاق شغلی، مسئولیت اخلاقی فرد از حیث شغل است. هر فرد به عنوان یک شخص حقیقی دارای اختیار بوده و نسبت به افعال و رفتارهای اختیاری خود مسئولیت دارد و ملزم به رعایت یک سری آداب و اصول اخلاقی است. امام هنگامی که فرد شغل خاصی را برمی‌گزیند و در آن شغل به کار و فعالیت می‌پردازد. دارای دو مسئولیت اخلاقی است، یکی مسئولیت اخلاقی شخصی و دیگری مسئولیت اخلاقی شغلی که با تغییر هر شغل مسئولیت اخلاقی شغلی وی نیز تغییر می‌کند. بنابراین هر فرد دارای دو نوع مسئولیت اخلاقی است: ۱- مسئولیت‌های اخلاقی شخصی، ۲- مسئولیت‌های اخلاقی شغلی که به این نوع دوم اخلاق کار یا اخلاق شغلی می‌گویند.

اخلاق شغلی کارمندان بانک با کارمندان بیمارستان با کارمندان تیمارستان با کارمندان ناجا، با کارمندان غسلخانه، راه آهن، دادگاه و ... متفاوت است. برای مثال: اگر فردی همراه با مریض بدحال برای معالجه مریض وارد بیمارستان شود و برای خرید دارو در آن لحظه پول همراه نداشته باشد، و از طرفی جان مریضش در خطر باشد و از کارمند بیمارستان تقاضای مهلت کند، که شما کار درمانی را انجام دهید و برای پول مهلت بدهید، در این شرایط وظیفه اخلاقی کارمند بیمارستان چیست؟ آیا باید مهلت بدهد یا تابع قوانین بیمارستان باشد؟

حال اگر فردی به بانک مراجعه کند و در حساب خود پول نداشته باشد و از طرفی چک او در حال برگشت خوردن باشد، از بانک تقاضای مهلت کند و بخواهد از سوی بانک حسابش شارژ شود تا در مهلت معین بپردازد، آیا کارمند بانک می‌تواند چنین مهلتی را بدهد یا باید تابع قوانین بانک باشد؟

دو رویکرد در تعریف اخلاق حرفه‌ای

در تعریف اخلاق حرفه‌ای دو رویکرد یا دو رهیافت وجود دارد: ۱- در رویکرد اول که رویکرد سنتی است، اخلاق حرفه‌ای را همان اخلاق کار یا مشاغل می‌دانند. یعنی اخلاق حرفه‌ای عبارت است از بیان اصول و قواعد و قوانین اخلاقی که هر فرد به مقتضای شغلی که دارد باید آن‌ها را رعایت کند. در اینجا اخلاق حرفه‌ای و کار و شغل معادل هم دانسته شده است. ۲- در رویکرد دوم که رویکرد جدید و مدرن است، رویکرد مدیریت استراتژیک نسبت به اخلاق حرفه‌ای است. در این رویکرد به مسئولیت‌پذیری سازمان با نگرش سیستمی توجه می‌شود. به گونه‌ای که علاوه بر

مسئولیت‌های اخلاقی افراد شاغل در یک شغل یا حرفه خاص، مسئولیت اخلاقی نهاد یا سازمان و مؤسسه ای که افراد مختلف زیر پوشش آن مشغول به کارند، نیز مد نظر است.

شخصیت حقوقی سازمان، نهاد، بنگاه، مؤسسه، شرکت و غیره هویت سازمانی است که تأثیرگذاری بیشتر و نفوذی گسترده‌تر از هویت فردی کارکنان دارد. به گونه‌ای که بسیاری از معاملات و موارد اقتصادی و حتی سیاسی را تحت تأثیر خود قرار داده و در روابط ملی و بین‌المللی نقش آفرینی ایفا می‌کنند. چنین هویت و تأثیرگذاری گسترده‌ای باعث پیدایش مسئولیت‌های اخلاقی برای نهادها و سازمان‌ها در قبال محیط پیرامونشان می‌گردد، و لذا آنها نیز مانند افراد و اشخاص در جامعه دارای مسئولیت بوده و در قبال مسئولیت‌شان باید مورد بازخواست قرار بگیرند. مسئولیت‌های اخلاقی یک بنگاه، نهاد، سازمان، دامنه گسترده‌ای دارد و از میان کارکنان و مدیران در محیط داخلی تا مشتریان ذی‌نفع‌ها، ذی‌ربط‌ها، جامعه و محیط زیست را شامل می‌شود، به همین دلیل مسئولیت‌های اخلاقی سازمان بسیار پیچیده‌تر از مسئولیت‌های شخصی یا شغلی است، بنا بر این دامنه شمول اخلاق حرفه‌ای، همه حوزه‌های فعالیت‌های فردی و اجتماعی بشر مانند محیط زیست، مدیریت، آموزش و پرورش، پزشکی، روابط خانوادگی، رسانه‌ها، تجارت، کسب و کار، سازمانهای اقتصادی، و ... را در بر می‌گیرد و نیز اخلاق حرفه‌ای یکی از شاخه‌های اخلاق کاربردی (Applied Ethics) می‌باشد که امروزه در حوزه علوم انسانی اهمیت فراوان یافته است.

اخلاق سازمان: بر اساس رویکرد دوم، یعنی رویکرد مدیریت استراتژیک، شرکت‌ها و سازمان‌ها با انبوهی از مسائل اخلاقی مواجه‌اند. موضوعاتی مانند، تعارض منافع، تجاوز به حریم شخصی کارکنان، گرفتن هدایای نامعقول، مالیات‌گریزی، داشتن دو دفتر مالی، و غیره، موج جدیدی از مسائل اخلاقی مربوط به بنگاه‌ها را بوجود آورده است. خوشبختانه امروزه، بسیاری از شرکت‌ها در جهان صنعتی به این نتیجه رسیده‌اند که بی‌اعتنایی به مسائل اخلاقی و فرار از مسئولیت‌ها و تعهدات اجتماعی، به از بین رفتن بنگاه‌ها می‌انجامد، به همین دلیل بسیاری از شرکت‌های موفق نسبت به تدوین استراتژی اخلاقی احساس نیاز کرده‌اند و بر این باورند که در سازمان باید یک فرهنگ مبتنی بر اخلاق وجود داشته باشد. بر پایه یافته‌های فوق، مسئولیت‌های یک سازمان منحصر و محدود به مسئولیت‌های اخلاقی آن نیست، بلکه هر سازمانی دو گونه مسئولیت دارد، یکی از آنها مسئولیت‌های حقوقی و کیفری که مربوط به قوانین موضوعه کشوری است مانند قوانین تجارت و جزایی و مدنی، و دیگری عبارت از، مسئولیت‌های اخلاقی که اخلاق حرفه‌ای مسئولیت‌شناسایی، تعیین و تبیین آنها را بر عهده دارد و این کار معمولاً در چارچوب منشور

اخلاقی سازمان صورت می پذیرد بنابراین منشورهای اخلاقی هر سازمان حاکی از مسئولیت های اخلاقی آن سازمان و کارکنانش در قبال محیط پیرامونشان می باشد.

تدوین منشورهای اخلاقی

در اینجا لازم است یادآور شویم که اغلب موسسات بازرگانی و صنعتی در کشورهای توسعه یافته به منظور آموزش نکات اخلاقی به کارکنان خود، به تدوین منشورهای اخلاقی یا دستورالعمل های ویژه ای در این زمینه اقدام کرده اند که رعایت مفاد آنها برای کارکنان الزامی است. دانشگاه های معتبر در تدوین این اصول نقش اصلی را ایفا کرده اند. در اغلب این دستورالعمل ها به کارکنان رهنمود داده شده است که:

۱- درست کردار باشند.

۲- محیطی آکنده از صفا و صمیمیت برای فعالیت تجاری ایجاد نمایند.

۳- سطح کارایی خود را افزایش دهند.

۴- اطلاعات مربوط به قراردادهای منعقد شده شرکت خود را فاش نکنند به گونه ای که مشتریان اطمینان حاصل نمایند که کسی از اسرار حرفه ای آنان مطلع نخواهد بود.

۵- از دارایی های شرکت اعم از دارایی های مادی (ماشین آلات، ابنیه، تجهیزات، اموال مادی و غیرمادی حقوق مالکیت معنوی، اطلاعات مربوط به فناوری ها، اختراعات، اکتشافات، فرایندهای نوینی که در پیشرفت امر تجارت و صنعت تاثیرگذار است) به خوبی حفاظت نمایند.

۶- دستاوردهای پژوهش خود را به طور مستمر به مدیریت یا مسوول ذی ربط در شرکت گزارش دهند.

۷- فعالیت های شرکت را در مواردی که مغایر با قانون یا اخلاق حرفه ای تلقی می کنند به طور مستند به مدیریت اعلام نمایند.

۸- هنگام برقراری ارتباط کاری با رقبای تجاری کاملاً محتاط باشند تا اطلاعاتی که ارائه آنها به مصلحت شرکت نیست در اختیار رقبا قرار نگیرد.

۹- گردآوری اطلاعات در خصوص فعالیتهای شرکت‌های رقیب به ویژه نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها یا تهدیدهای آنان از وظایف حرفه‌ای کارکنان شرکت تلقی می‌شود و با اصول اخلاقی حاکم بر تجارت منافات ندارد.

۱۰- کارکنان شرکت همواره باید به خاطر داشته باشند که منافع اجتماعی و مصالح کشور متبوع‌شان فراتر از منافع شخصی آنان قرار دارد.

ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای

امروزه در اخلاق حرفه‌ای، تلقی «شما حق دارید و من تکلیف»، مبنای هر گونه اخلاق در کسب و کار است. این مبنا از رفتار ارتباطی فرد، به صورت اصلی برای ارتباط سازمان با محیط قرار می‌گیرد و سازمان با دغدغه رعایت حقوق دیگران، از تکالیف خود می‌پرسد. ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای در مفهوم امروزی آن عبارت‌اند از:

۱. دارای هویت علم و دانش بودن،
۲. داشتن نقشی کاربردی،
۳. ارائه صبغه‌های حرفه‌ای،
۴. بومی و وابسته بودن به فرهنگ،
۵. وابستگی به یک نظام اخلاقی،
۶. ارائه دانشی انسانی
۷. دارای زبان روشن انگیزشی،
۸. ارائه روی آوردی میان رشته‌ای.

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

مسئولیت‌پذیری

- فرد پاسخ‌گوست و مسئولیت تصمیم‌ها و پیامدهای آن را می‌پذیرد؛
- سر مشق 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.

برتری‌جویی و رقابت‌طلبی

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

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.

احترام به دیگران

- به حقوق دیگران احترام می‌گذارد؛

- به نظر دیگران احترام می‌گذارد؛
- خوش قول و وقت‌شناس است؛
- به دیگران حق تصمیم‌گیری می‌دهد؛
- تنها منافع خود را مرجح نمی‌داند.

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.

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.

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.

وفاداری

- به وظایف خود متعهد است؛

- رازدار دیگران است؛
- معتمد دیگران است.

منشورهای اخلاقی و چگونگی تدوین آنها

گامانتر و لیری" (۲۰۰۲) منشور اخلاقیات در شکل گیری رفتار کارکنان سازمانها نقش مهم و اساسی دارد. منشور می تواند فعالیتهای سازمان، واحدهای آن و اعضاء را به منظور تحقق اهداف و حفظ مصالح و منافع عمومی تجهیز کند."

"ریچارد ال دفت" مرامنامه یا منشور اخلاقی سندی است رسمی که اصول اخلاقی و شئون معنوی و ارزشی سازمان در آن قید شده است، در این سند انتظاراتی که سازمان از نظر رفتارهای اخلاقی از افراد دارد نوشته می شود.

منشور اخلاقیات سازمانی مجموعه راه حل های است که عملکرد و اقدامات صحیح کارکنان را بصورتی واضح و شفاف معین نموده و معیارهایی برای تصمیم گیری و انتخاب در اختیار آنان قرار می دهد. منشور اخلاقیات سازمانی اجرای امور سازمان را تسهیل و تصحیح کرده و بررسی و ارزیابی آنها را از سوی نمایندگان مردم و سیاستمداران بصورتی عینی امکان پذیر می سازد. "الگوهای اخلاقی به فرد امکان می دهند تا تصمیمات صحیحی اتخاذ کنند و از ابهام و سردرگمی رهایی یابند."

"عدم وجود مدلها و اصول مدون اخلاقی و ارزشی موجب می شود تا هر فردی در سازمان بر اساس احساس وجدانی خود دست به عملی بزند که شاید از دیدگاه فردی او بهترین باشد اما از نظر جامعه و سازمان و مصالح کلی نظام چندان خوشایند و مطلوب نباشد." "باومن" (۱۹۸۱) می گوید عده ای از اندیشمندان بر این باورند که منشور اخلاقیات در بهبود رفتار اخلاقی کارکنان مؤثر است و منشور مبنایی را به عنوان چارچوب رفتار مرجع در سازمان فراهم می کند و بدین ترتیب لازم است که کارآمد باشد و ضمن تشویق فعالانه افراد به کار در چارچوب موازین به نحو جدی به اجرا گذاشته شود."

"برای اینکه کارکنان سازمان در حدود شرایط و استانداردها و ضوابط اخلاقی برای درونی کردن مبانی ارزشها و ارزشهای حاکم بر جامعه و فرد عمل کنند باید مراحل درک و شناخت، تبیین و تدوین و تنظیم اخلاقیات برای هر فرد و عضو سازمان را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهند."

سازمان های بین المللی فعال در زمینه اخلاق حرفه‌ای

بر اساس بررسی‌های انجام شده تعداد زیادی از کشورها در سال‌های اخیر ترویج و اشاعه اخلاق تجاری را با جدیت دنبال کرده و از طریق برپایی همایش‌های متعدد، ایجاد کارگاه‌های آموزشی و گنجاندن دوره‌های آموزش اخلاق تجاری در برنامه تدریس دانشگاه‌ها به ارتقای سطح آگاهی جامعه بازرگانان خود - و صاحبان حرف و مشاغل دیگر - به نحو شایانی کمک کرده‌اند. تاسیس انستیتوها و مراکز متعدد اخلاق تجاری، مسوولیت اجتماعی شرکت‌ها، مدیریت جهانی زیست محیطی و نظایر آنها به منظور ارتقای سطح آگاهی بنگاه‌های اقتصادی از مزایای برخورداری از اخلاق تجاری و حرفه‌ای و گسترش آن در عرصه جهانی صورت گرفته است برای نمونه می‌توان به

- انستیتوی اخلاق تجاری اروپا،
- مرکز اخلاق حرفه‌ای و تجاری دانشگاه لیدز،
- انستیتوی بین‌المللی اخلاق تجاری،
- مرکز منابع اخلاقی دوبی،
- مرکز الکترونیکی اخلاق تجاری (دانشگاه ایالتی کلرادور)،
- شبکه اخلاق تجاری استرالیا،
- مرکز اخلاق تجاری دانشگاه بوداپست،
- انستیتوی اخلاق تجاری مالزی،
- مرکز مطالعات اخلاق حرفه‌ای (دانشگاه ایلینویز)،
- شبکه اخلاق تجاری آلمان،
- مرکز اخلاق حرفه‌ای بین‌المللی چین،
- و دهها مرکز، سازمان، انستیتو و نهاد دیگری اشاره کرد که برای گسترش اخلاق تجاری و تحقیق پیرامون کاربرد اخلاق در تجارت و اقتصاد ایجاد شده‌اند.

فرهنگ سازی اخلاق حرفه‌ای

در تعریف اخلاق حرفه‌ای گفتیم، یک فرایند تفکر عقلانی است که هدف آن محقق کردن این امر است که در سازمان چه ارزش‌هایی را در چه موقع باید حفظ و اشاعه نمود و به عبارت دیگر مجموعه‌ای از کنش‌ها و واکنش‌های اخلاقی پذیرفته شده از سوی سازمانها و مجامع حرفه‌ای است تا مطلوب‌ترین روابط اجتماعی ممکن را برای اعضای خود در اجرای وظایف حرفه‌ای فراهم آورد.

اخلاق حرفه‌ای یکی از مسائل اساسی همه جوامع بشری است هر جامعه‌ای نیازمند آن است تا ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای مانند دلبستگی به کار، روحیه مشارکت و اعتماد، ایجاد تعامل با یکدیگر و غیره تعریف و برای تحقق آن فرهنگ‌سازی کنند. امروزه بسیاری از کشورها به این بلوغ فکری رسیده‌اند که بی‌اعتنایی به مسائل اخلاقی و فرار از مسئولیتها و تعهدات اجتماعی به از بین رفتن موسسه و سازمان میانجامد به همین دلیل بسیاری از موسسات و سازمانهای موفق، برای تدوین استراتژی اخلاقی احساس نیاز کرده و به این باور رسیده‌اند که باید در سازمان یک فرهنگ مبتنی بر اخلاق رسوخ کند، از این رو کوشیده‌اند به تحقیقات درباره اخلاق حرفه‌ای جایگاه ویژه‌ای بدهند. لذا یکی از عمده‌ترین دغدغه‌های مدیران کارآمد در سطوح مختلف چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای عوامل انسانی شاغل در تمامی حرفه‌هاست تا آنها با حس مسئولیت و تعهد کامل به مسائل جامعه و حرفه خود بپردازند و اصول اخلاقی حاکم بر شغل و حرفه خود را رعایت کنند.

ویژگیهای اخلاق حرفه‌ای در افراد مربوط به حوزه فردی بوده اما وقتی از حوزه فردی و شخصی به حوزه کسب و کار گام برمیداریم اخلاق کار و یا اخلاق شغلی به میان می‌آید مانند اخلاق پزشکی، اخلاق معلمی، اخلاق مهندسی و نظایر آن در اینجا برای نمونه چگونه ممکن است سیستم یک بیمارستان یا دانشگاه غیراخلاقی باشد اما از پرستاران بخواهیم اخلاقی باشند. امروزه اخلاق حرفه‌ای نقش راهبردی در موسسات را داشته و متخصصان مدیریت استراتژیک، اصول اخلاقی شایسته در سازمان را از پیش شرطهای مدیریت استراتژیک کارآ دانسته‌اند.

در اخلاق حرفه‌ای مسئولیت‌های اخلاقی سازمان در قبال محیط داخلی و خارجی است و این متمایز از حقوق کار است، در حالی که حقوق کار نیز در آن وجود دارد. اصول اخلاق شایسته و کارآ از پیش شرطهای مدیریت استراتژیک کارآست و این اصول موجب بوجود آمدن یک موسسه یا سازمان کارآ می‌شود.