



فصل ۲

اصول اخلاقی در محیط کسب و کار



برخی از اهدافی که در این فصل به دست می آورید:

- شغل و حرفه در محیط کسب و کار؛
- اخلاق کار؛
- مسئولیت پذیری اخلاقی در محیط کسب و کار؛
- امانت داری و ابعاد آن در حرفه؛
- امانت داری در بنگاه؛
- عدالت و انصاف در کسب و کار.

لقمان را گفتند : حکمت از که آموختی؟ گفت : از نابینایان که تا جایی نینند، پای نهند.

داستان

حاج حسین مجروح شیمیایی بود. کمیسیون پزشکی تصویب کرد که برای درمان به خارج از کشور اعزام شود. حاجی مخفیانه با پزشک معالج خودش تماس گرفت. از او خواست صادقانه در مورد بیماری اش با هم صحبت کنند. دکتر گفت: هیچ درمانی برای بیماری اش وجود ندارد و اعزامش بی فایده است. حاج حسین هم بلافاصله با مسئولین مربوطه تماس گرفت و گفت: حاضر نیستم بیت المال را صرف کاری کنید که نتیجه ندارد....

بخش
اول

تفاوت کار، شغل و حرفه

فکر کنید



تلقی شما از شغل (کار) چیست؟ حرفه چیست و چه تفاوتی با شغل دارد؟ به چه کسانی افراد حرفه‌ای گفته می‌شود؟

داستانک

علی به تنهایی روی مبل نشسته و مشغول تماشای تلویزیون بود. مادرش او را صدا زد و گفت: «علی جان می‌توانی مرا در جابه‌جا کردن یخچال کمک کنی؟» علی گفت: «مامان من کار دارم». بعد از چند دقیقه مادرش نزد او آمد و گفت: «پسرم، چرا نخواستی کمکم کنی؟» علی گفت: «کار داشتم». مادر: چه کاری؟ علی: تلویزیون تماشا می‌کردم. مادر با تعجب گفت: تماشا کردن تلویزیون که کار نیست! علی گفت: اگر کار نیست، پس چیست؟

گفت‌وگو کنید



به نظر شما آیا مادر علی درست می‌گفت؟ آیا تماشای تلویزیون را می‌توانیم کار بنامیم؟

تعریف کار و فعالیت

وقتی ما از حالت سکون (نشستن و یا خوابیدن) خارج می‌شویم، در حال فعالیت هستیم. فعالیت‌هایی مانند تحصیل، تفریح، ورزش و... فعالیت‌های کاری می‌باشند. فعالیت کاری یعنی انجام کار برای خود و دیگری در قبال دریافت مزد یا افتخاری و بدون دریافت مزد. به طور کلی، فعالیت کاری نوعی جبران خدمت است.

انواع کار:

- ۱ کار از حیث زمان که به تمام وقت، نیمه‌وقت و پاره‌وقت تقسیم می‌شود.
- ۲ کار از حیث اثر اجتماعی و مشروعیت اخلاقی؛
- ۳ کار از حیث حقوقی و شرعی که به کار حلال و حرام یا کار خوب و بد تقسیم می‌شود.

۴ کار از حیث درآمد و سودآوری که خود بر دو گونه است:
الف) کار خیریه‌ای (کاری که برای آرامش دل و یا کسب نشاط و شور معنوی و یا بهره‌
آخروی انجام می‌دهیم).
ب) کار درآمدزا و سودآور برای امرار معاش و گذران زندگی.

تفاوت شغل و حرفه

الف) شغل، عبارت است از کار تمام وقت و مفید و دارای جبران خدمت (سود، درآمد، حقوق و...).

ب) حرفه، وضعیت برتر همان شغل است. همه ما ممکن است به انجام کاری مشغول باشیم و در قبال آن، مزد دریافت کنیم. اما گاهی دیده می‌شود بین دو نفر که در یک کارگاه مکانیکی، خیاطی، درودگری و یا هر کارگاه دیگری مشغول انجام کار هستند تفاوت‌هایی از حیث نحوه انجام کار و میزان دستمزد وجود دارد. وقتی علت را بررسی می‌کنیم، معلوم می‌شود اگرچه در ظاهر، نوع کار همسان به نظر می‌رسد اما یکی از آنها دارای دانش، مهارت، تجربه، تعهد و... در آن شغل می‌باشد و در کار خود یک حرفه‌مند است ولی دیگری چنین دانش و مهارتی ندارد.

اقسام فعالیت های کاری

- ۱ اشتغال: یعنی مشغول بودن به هر فعالیتی به صورت نیمه‌وقت یا پاره‌وقت و یا چندپیشه بودن در یک زمان مانند کسی که در یک فروشگاه بزرگ اشتغال دارد و هم‌زمان چند فعالیت را انجام می‌دهد.
- ۲ شغل: یعنی پرداختن به کار معین و مفید با شرح وظایف خاص به صورت تمام وقت اعم از خوداشتغالی یا خدمت به کارفرما و یا در استخدام بودن در قبال جبران خدمت (دریافت حقوق، مزایا و...).
- ۳ حرفه: یعنی سطح عالی و شیوه برتر شغل به نحوی که در تفاوت شغل و حرفه شرح داده شد.

حرفه‌مند کیست و به چه افرادی حرفه‌ای گفته می‌شود؟

همان‌گونه که بیان شد، شغل عبارت است از کار تمام‌وقت مفید با جبران خدمت. هرروزه میلیون‌ها نفر به قصد انجام کار و کسب درآمد از خانه خارج می‌شوند و هر یک به صورت انفرادی و یا گروهی در محل فعالیت خود حاضر می‌شوند. برخی به انجام کار معین، در وقت معین و با دستمزد معین مشغول می‌شوند؛ این افراد را افراد

شاغل می‌گوییم مانند کارگران فصلی، تعمیرکاران لوازم و قطعات و... همچنین اشاره شد که حرفه عبارت است از سطح عالی و وضعیت برتر همان شغل یعنی اینکه برخی از افراد به عنوان یکی از اعضای یک فرایند مثل فرایند تولید در کارگاه و یا کارخانه، درمان در درمانگاه و یا بیمارستان، رسیدگی در مراکز خدمات اداری و قضایی، کاشت، داشت و برداشت در خدمات کشاورزی و هرگونه فعالیت معطوف به هدف در فرایندهای تعریف شده و... قرار می‌گیرند. این افراد نیز در نگاه اول شاغل هستند و در برابر شغل خود مزدی دریافت می‌کنند. اما چه ویژگی‌هایی می‌تواند این گونه افراد شاغل (کارگر و کارمند) را به حرفه‌مند تبدیل کند؟

وقتی که می‌گوییم «حرفه» سطح عالی و وضعیت برتر شغل است یعنی در ظاهر این دو تمایزی نیست ولی در ماهیت و چگونگی آنها حتماً باید تفاوت‌هایی باشد که در ادامه به این تفاوت‌ها می‌پردازیم.

فکر کنید



شما برای تبدیل شدن به فردی حرفه‌ای در مشاغل مربوط به رشته تحصیلی خودتان چه ویژگی‌هایی باید داشته باشید؟

حرفه‌گرایی و مؤلفه‌های آن

حرفه‌گرایی یعنی عزم عمومی بر ارتقای مشاغل به حرفه و رشد متوازن هر حرفه.

ویژگی‌های افراد و محیط‌های کسب و کار حرفه‌ای

حرفه علاوه بر مؤلفه‌های شغل (کار تمام‌وقت با جبران خدمت) حداقل باید پنج مؤلفه دیگر داشته باشد:

- ۱ دانش تخصصی مرتبط با نوع فعالیتی که انجام می‌دهیم.
- ۲ شایستگی (مهارت، توانایی، نگرش) و فعلیت یافتن دانش، تجربه و مهارت در عمل؛
- ۳ آداب، تعهد و مرام حرفه‌ای (پایبندی به ارزش‌ها و اصول اخلاقی) در انجام کار؛
- ۴ نگرش متمایز (ژرف‌نگری، دورنگری، نگرش سیستمی)؛
- ۵ تجربه تحلیل شده و نظام‌مند (تمایز سنوات شغلی و تجارب شغلی) مطابق جدول صفحه بعد.

تمایز سنوات شغلی و تجارب شغلی

سنوات شغلی	تجربه شغلی
ملاکِ سنجش، کمیت است.	ملاکِ سنجش، کیفیت است.
فرد شاغل، منفعل است.	فرد شاغل، فعال است.
در برابر وقایع، تماشاگر است.	در برابر وقایع یا حوادث شغلی درگیری دارد.
خود را به بی خبری می زند.	تلاش می کند از تغییرات آگاهی یابد.
عمر از دست رفته است.	سرمایه به دست آمده است.
خاکسپاری فرصت هاست.	تبدیل به دانش است (دانش ضمنی).
فرد، احساس بی معنایی و بی فایده‌گی دارد.	فرد، احساس معناداری و اثربخشی دارد.
اضطراب بازنشستگی دامنگیر فرد می شود.	احساس خودشکوفایی و ارزشمندی به دست می آورد.

تأثیر حرفه‌گرایی بر فرد و جامعه

حرفه‌گرایی در فرد باعث ماندگاری وی در بستر تاریخ می‌شود و در جامعه زمینه‌ها و بستر توسعه را فراهم می‌سازد. مثلاً افرادی نظیر فارابی، ابوعلی سینا، خوارزمی، خیام و خواجه نصیرالدین طوسی و دیگرانی که به عنوان دانشمند می‌شناسیم قبل از آنکه یک فیلسوف، منجم، ریاضی‌دان، حکیم و... باشند، یک حرفه‌مند بوده‌اند. زیرا همان‌گونه که مشاهده می‌کنید نامشان در تاریخ ایران و جهان ماندگار شده و یافته‌های علمی آنان در جامعه برای همیشه بستر توسعه را فراهم ساخته است.

مسئولیت پذیری اخلاقی در محیط کسب و کار

فکر کنید



مسئول کیست و مسئولیت پذیری یعنی چه؟

تعریف مسئولیت پذیری

مسئولیت پذیری عبارت است از قبول انجام کاری که هم از اثربخشی (انجام کار خوب) و هم از کارایی (انجام درست کار یا خوب کار کردن) برخوردار باشد و نتیجه آن به بهره‌وری در حرفه و در سطح ملی منجر می‌گردد. هر فعالیتی از حیث بهره‌وری ممکن است یکی از چهار وضعیت زیر را داشته باشد که با ارزیابی بهره‌وری آن فعالیت می‌توان حدود مسئولیت پذیری و وضعیت واقعی آن را تعیین و برای افزایش بهره‌وری در آن فعالیت هدف‌گذاری نمود:

دارای بهره‌وری بالا (مسئولیت پذیری حداکثری)	واجد کارایی و اثربخشی
دارای بهره‌وری پایین (مسئولیت پذیری حداقلی)	واجد اثربخشی و فاقد کارایی
فاقد بهره‌وری (مسئولیت‌گریزی)	دارای کارایی و فاقد اثربخشی
فاقد بهره‌وری (مسئولیت‌گریزی)	فاقد کارایی و اثربخشی

انواع مسئولیت پذیری

انسان در برابر کاری که انجام آن را پذیرفته است می‌تواند مسئولیت‌پذیر و یا مسئولیت‌گریز باشد. مسئولیت‌پذیر بودن فرد مستلزم آن است که در هر کار (حرفه‌ای) که مسئولیت آن را بر عهده گرفته است، اصول حاکم بر آن و انواع مسئولیت‌پذیری را بشناسد. بر این اساس، انواع مسئولیت‌پذیری عبارت‌اند از:

۱ **مسئولیت‌پذیری حرفه‌ای:** هر حرفه‌ای از شرح وظایف، دستورالعمل و شیوه اقدام معین و تعریف شده‌ای برخوردار است مانند شرح وظایف هنرآموز در حرفه آموزش یا شرح وظایف مدیر داخلی کارگاه در یک کارگاه تولیدی.

۲ مسئولیت‌پذیری حقوقی (قانونی): برای هر کار یا فعالیتی دو دسته قوانین و مقررات کیفری و مدنی وجود دارد و فرد مسئولیت‌پذیر در قبال عمل خود مطابق مفاد قوانین مسئولیت دارد.

۳ مسئولیت‌پذیری اخلاقی: فردی که مسئولیت انجام کاری را برعهده می‌گیرد، لازم است ویژگی‌های مسئولیت‌پذیری اخلاقی شامل «پایبندی درونی به اصول و ارزش‌های اخلاقی، فراگیر بودن اصول و ارزش‌ها، همزاد و همراه بشر (جهان شمول) بودن آن، نامدوّ بودن آن و غالب بودن بر سایر مسئولیت‌ها» را بشناسد و به آنها پایبند باشد.

خاستگاه‌های مسئولیت‌پذیری

برای اینکه بدانیم در قبول انجام کارها مسئولیت‌پذیر هستیم و یا مسئولیت‌گریز، نیاز به ابزارهای اندازه‌گیری داریم که لازم است آنچه را که به عنوان قبول انجام کار (مسئولیت‌پذیری) پذیرفته‌ایم، با آن ابزارها (خاستگاه‌ها) تطبیق دهیم تا ثابت شود که آیا عمل من با آن خاستگاه مطابق دارد یا خیر؟ چهار خاستگاه مسئولیت‌پذیری عبارت‌اند از:

۱ مسئولیت‌پذیری شرعی: یعنی اینکه برای انجام هر کاری به مشروع بودن یا نبودن آن توجه کنیم.

۲ مسئولیت‌پذیری قانونی: قانون درباره هر نوع کار و حرفه‌ای، مقرراتی وضع نموده است که رعایت دقیق مفاد قانون حکایت از مسئولیت‌پذیری قانونی دارد.

۳ مسئولیت‌پذیری حرفه‌ای: هر حرفه‌ای نیاز به دانش، تخصص، مهارت، نگرش سیستمی، انگیزه، تعهد، مرام حرفه‌ای و... دارد. پذیرنده هر نوع فعالیت خارج از نشانگرهای حرفه‌گرایی، آثار زیانباری را در پی دارد.

۴ مسئولیت‌پذیری اخلاقی: یعنی پایبندی به اخلاق به عنوان دانش رفتار ارتباطی و رعایت حقوق تمامی طرفین ارتباط در محیط ۳۶۰ درجه.

ویژگی‌های افراد مسئولیت‌پذیر

مسئولیت‌پذیر بودن افراد در جامعه و محیط‌های کسب و کار، از ویژگی‌های مثبت و ارزشی آن جامعه یا محیط کسب و کار به حساب می‌آید. افراد و محیط کسب و کار مسئولیت‌پذیر دارای ویژگی‌هایی هستند که در ادامه به آنها اشاره می‌شود:

■ پاسخگویی: فرد مسئولیت‌پذیر، مسئولیت کارها و پاسخگویی در برابر آنها را به عهده می‌گیرد.

■ انجام به موقع و با دقت کارها: چنین افرادی کارهای خود را به موقع و با تمام تلاش انجام می‌دهند و در صورتی که در کار خود اشتباه کنند با تمامی سعی خود در اصلاح آن می‌کوشند.

- **توان مواجهه با مشکلات:** افراد مسئولیت‌پذیر در رویارویی با مشکلات دچار سردرگمی نمی‌شوند.
 - **انعطاف‌پذیری:** این‌گونه افراد به‌خاطر انعطاف‌پذیر بودن، تغییرات زندگی را پذیرفته و مشکلات را با صبر و حوصله از سر راه خود برمی‌دارند.
 - **سازگاری با اطرافیان و محیط:** افراد مسئولیت‌پذیر با اطرافیان و محیط، سازگاری بیشتری دارند چون با کسب این مهارت به استقلال رسیده‌اند.
 - **رشد فکری:** رشد فکری شخص و شکوفایی استعدادهای او از دیگر نتایج مسئولیت‌پذیری است.
 - **توان انجام درست و به موقع کارها:** افراد مسئولیت‌پذیر توان بالایی برای انجام درست و به موقع کارها دارند.
 - **نظم‌پذیری:** بسیاری از بی‌نظمی‌ها و به‌هم‌ریختگی برنامه‌ها، به‌خاطر عدم مسئولیت‌پذیری افراد است.
 - **اعتماد به نفس:** افراد مسئولیت‌پذیر از اعتماد به نفس بالایی برخوردار بوده و فعال و پویا می‌باشند.
 - **جرئت‌مندی:** افراد مسئولیت‌پذیر به‌جای مقصر دانستن دیگران یا توجیه شکست، آن را می‌پذیرند.
 - **انتقادپذیری:** افراد مسئولیت‌پذیر برای جبران ناکامی‌ها تلاش کرده و نسبت به امور محوله پاسخگو هستند.
- بنابراین، مسئولیت‌پذیری موجب هدفمند کردن فعالیت‌ها و برنامه‌ریزی برای دسترسی به اهداف از قبل تعیین شده می‌شود.

تحلیل کنید



داستانک زیر را بخوانید و بگویید کدام یک از شخصیت‌های آن، مسئولیت‌پذیر و کدام یک مسئولیت‌گریز بوده است؟ چرا؟

نجار پیری بود که می‌خواست بازنشسته شود. روزی به کارفرمایش گفت که می‌خواهد ساختن خانه را رها کند و از زندگی بی‌دغدغه در کنار همسر و خانواده‌اش لذت ببرد. کارفرما از اینکه دید کارگرمش می‌خواهد کار را ترک کند ناراحت شد. او از نجار پیر خواست که به‌عنوان آخرین کار، تنها یک خانه‌دیگر بسازد. نجار پیر قبول کرد اما کاملاً مشخص بود که دلش به این کار راضی نیست. او برای ساختن این خانه از مصالح بسیار نامرغوبی استفاده کرد و با بی‌حوصلگی به ساختن خانه ادامه داد. وقتی کار ساختن خانه به پایان رسید، کارفرما برای واریس خانه آمد. او کلید خانه را به نجار داد و گفت: «این خانه متعلق به توست. این هدیه‌ای است از طرف من برای تو». نجار شوکه شده بود. مایه‌تأسف بود! اگر می‌دانست که دارد خانه‌ای برای خودش می‌سازد، مسلماً به‌گونه‌ای دیگر کارش را انجام می‌داد.

مسئولیت‌پذیری اخلاقی محیط‌های کسب و کار

فرد یا سازمانی (محیط کسب و کاری) را که نسبت به وظایف اخلاقی خود مسئولیت‌گریز است، غیراخلاقی می‌خوانیم. پایبندی به قانون در انسان، معلول مسئولیت‌پذیری است. مسئولیتی که از یک طرف ناشی از اختیار و خودآگاهی است و از طرف دیگر، انسان را به ریسک‌پذیری موجه و دغدغه‌مند بودن نسبت به رفتار خود سوق می‌دهد. مسئولیت‌های هر فرد یا سازمان، مبتنی بر حقوق وضعی (قانونی) و یا طبیعی (اخلاقی) آن فرد یا سازمان است. آنچه که در پایبندی افراد و بنگاه کسب و کار به قانون و رعایت حقوق همه طرف‌های ارتباط نقش دارد، مسئولیت‌های اخلاقی است.

به صورت تیمی دربارهٔ مبحث مسئولیت‌پذیری اخلاقی در حرفه (رشتهٔ تخصصی خود) متناسب با ویژگی‌های حرفه‌گرایی و مؤلفه‌های مسئولیت‌پذیری، یک بستهٔ الکترونیکی تهیه کرده و آن را در جلسهٔ آینده ارائه دهید.

ارزشیابی



کاربرد اخلاق حرفه‌ای در محیط کسب و کار

فکر کنید



مهم‌ترین نیاز ما برای آشنایی با رفتار اخلاقی (اخلاق‌ورزی) در محیط کسب و کار چیست؟

دو رهیافت (نوع نگاه) نسبت به اخلاق حرفه‌ای وجود دارد:

- ۱ رهیافت سنتی:** این نوع نگاه، بر مدیریت منابع انسانی و اخلاقی بودن آن تأکید دارد (داشتن کارکنان و مدیران اخلاقی).
- ۲ رهیافت جدید:** این نوع نگاه، بر رهیافت سیستمی و مدیریت راهبردی در تمام ارکان سازمان تأکید دارد و علاوه بر منابع انسانی، بر اخلاقی بودن ساختار، فرایندها، قوانین و مقررات و... اصرار می‌ورزد (سازمان یا بنگاه کسب و کار اخلاقی).

کاربردهای اخلاق حرفه‌ای در محیط کسب و کار

کاربرد اول: رفتار اخلاقی

- الف) اخلاق حرفه‌ای، الگوهای رفتار اخلاقی در حرفه بر اساس رعایت حقوق طرف ارتباط است (تحقق عملیاتی).
- ب) شناخت صاحبان حق در مناسبات حرفه‌ای و رعایت حقوق آنان.
- ج) حقوق افراد مرزهای معینی دارد که فرد حرفه‌ای از آن فراتر نمی‌رود و ارزش‌های اخلاقی بر رعایت این اصول تکیه دارد.
- د) تمایز با آداب و رسوم و هنجارهای حرفه‌ای (شرایط زمانی، هنجارهای ضد ارزشی).
- ه) تمایز با قوانین و ضوابط حرفه‌ای (اخلاق فراتر از قانون است و قانون نیازمند ممیزی اخلاقی است).

کاربرد دوم: دانش اخلاقی

- الف) دانشی است که به بیان روشمند مسئولیت‌های اخلاقی افراد یا سازمان در حرفه می‌پردازد و مهارت تشخیص و حل اثربخشی مسائل اخلاقی در حرفه را آموزش می‌دهد.
- ب) اخلاق حرفه‌ای به منزله یک گستره معرفتی، پاسخگوی نیازهای اخلاقی صاحبان حرفه است.

ج) تحقق رفتار اخلاقی در حرفه به وسیلهٔ رهاوردهای دانش اخلاق حرفه‌ای امکان‌پذیر است.

اخلاق شغلی: هر فرد همان‌گونه که در محیط ۳۶۰ درجهٔ زندگی شخصی خود دارای مسئولیت اخلاقی است، در محیط ۳۶۰ درجهٔ زندگی شغلی نیز دارای مسئولیت است و آن شامل مسئولیت در برابر همهٔ کسانی است که در محیط کسب و کار با فرد به نحوی ارتباط دارند، اعم از فرادست یا فرودست، مشتری یا کارفرما و اعم از اشخاص حقیقی یا حقوقی. انتخاب شغل به تصمیم فرد است اما وقتی شغلی را انتخاب می‌کنیم، مسئولیت‌های ما در آن شغل متولد می‌شوند و ما تابع این مسئولیت‌ها می‌شویم. هر شغلی به اقتضای حرفه‌ای بودن، مسئولیت‌های اخلاقی خاصی می‌آفریند. بنابراین افراد در شغل‌های مختلف با مسائل گوناگون اخلاقی مواجه هستند.

وابسته بودن اخلاق به نوع شغل: اخلاق شغلی بر خلاف اخلاق فردی، بر حسب گوناگونی مشاغل، تنوع می‌یابد مانند اخلاق معلمان، پزشکان، مهندسان، مدیران، سرپرستان، تکنسین‌ها، مربیان، پژوهشگران، خبرنگاران، تجار، فروشندگان و... اخلاق شغلی از طرفی مانند اخلاق فردی بر مسئولیت افراد به‌عنوان شخص حقیقی تأکید دارد و از طرف دیگر بر خلاف اخلاق فردی، عنوان برخاسته از شغل را نیز در مسئولیت‌های اخلاقی لحاظ می‌کند.

برای درک بیشتر مطلب، دو گزارهٔ زیر را مقایسه کنید: (فرشاد مکانیک است)

۱ فرشاد مسئولیت اخلاقی دارد.

۲ مکانیک مسئولیت اخلاقی دارد.

در هر دو گزاره، موضوع، اخلاقی بودن فرد است، با این تفاوت که در اولی فرد بدون توجه به شغل عنوان شده است و در گزارهٔ دوم، فرد با عنوان برخاسته از شغل مطرح است. مسئولیت‌های اخلاقی یک مکانیک، کشاورز، خیاط، گرافیکست، نقشه‌بردار، تراشکار و... به‌عنوان شخص حقیقی برخاسته از شغلی است که بر دوش گرفته است به‌گونه‌ای که اگر هر یک، شغل دیگری را انتخاب کند، مسئولیت‌های اخلاقی او نیز متناسب با شغل تغییر می‌کند.

پژوهش کنید



دربارهٔ تمایز اخلاقیات در دو بخش خدمات و صنعت با ذکر مثال تحقیق و بررسی کنید. مشاغل در بخش خدمات، اخلاقیات خاصی دارد و در بخش صنعت اخلاقیات دیگری می‌یابد.

پژوهش کنید



دربارهٔ وابستگی اخلاق و شغل با ذکر مصادیق در یک حرفه پژوهش کنید.

آشنایی با رویکرد سازمانی به اخلاق در محیط کسب و کار

اهداف توانمندساز و شایستگی‌های این بخش

بازانگاری نسبت به
مفهوم کسب و کار

آشنایی با رویکرد سازمانی
به اخلاق در محیط کسب
و کار

اصول اخلاقی محیط‌های
کسب و کار

ابعاد اخلاق حرفه‌ای با رویکرد سازمانی (محیط‌های کسب و کار)

فکر کنید



آیا بنگاه‌ها هم می‌توانند اخلاقی یا غیراخلاقی باشند؟



تحویلی‌نگری در اخلاق

تحویلی‌نگری اخلاق حرفه‌ای به اخلاقی بودن منابع انسانی

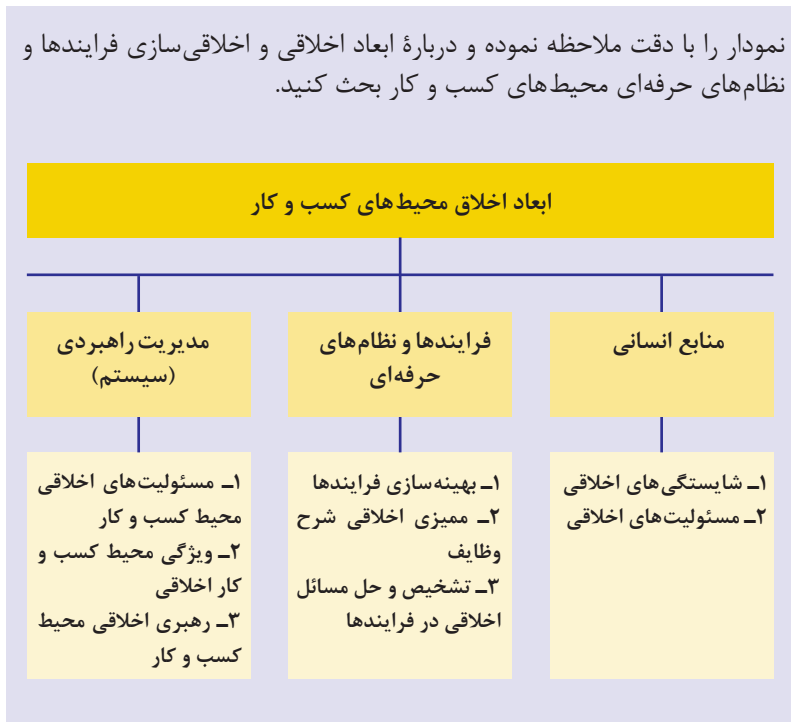
گاهی تصور می‌شود اگر منابع انسانی در محیط‌های کسب و کار و یا سازمان دارای فضایل اخلاقی باشند، آن محیط، اخلاقی خواهد شد. به این نوع تصور، تحویلی‌نگری می‌گویند. این تحویلی‌نگری، انسان را از اخلاقی شدن ابعاد گوناگون اخلاق محیط‌های

کسب و کار دچار غفلت می‌کند و اخلاقی بودن فرایندها، مقررات، شرح وظایف، مناسبات سازمانی و مسئولیت‌های سازمان را پنهان می‌سازد. پیشگیری از تحویلی‌نگری در گرو توجه به نقشه‌ای فراگیر از ابعاد اخلاق سازمانی (محیط‌های کسب و کار) است.

گفت‌وگو کنید



نمودار را با دقت ملاحظه نموده و درباره ابعاد اخلاقی و اخلاقی‌سازی فرایندها و نظام‌های حرفه‌ای محیط‌های کسب و کار بحث کنید.



ابعاد اخلاق در محیط‌های کسب و کار

الف) اخلاق منابع انسانی شامل:

- ۱ کسب شایستگی‌های اخلاقی کارکنان (اخلاق دانی)؛
- ۲ تعهد به مسئولیت‌های اخلاقی توسط آنان (اخلاق ورزی).

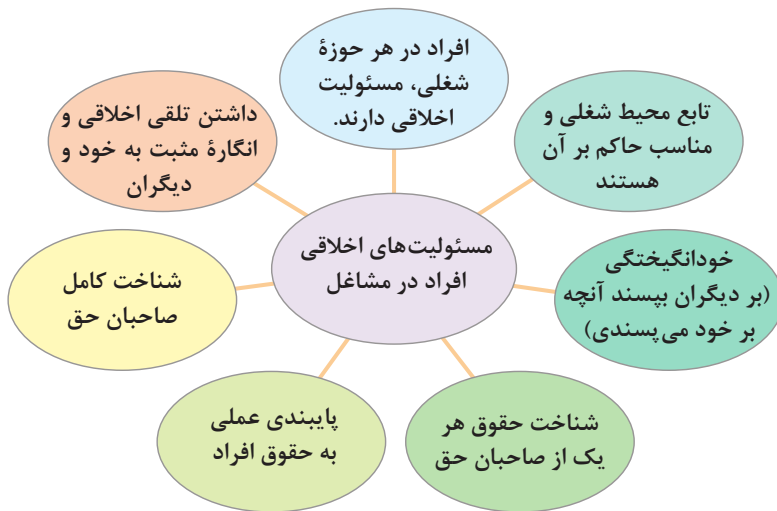
ب) اخلاقی بودن فرایندها و نظام‌های حرفه‌ای شامل:

- ۱ بهینه‌سازی فرایندها: به‌گونه‌ای که مشتریان و سایر طرف‌های ارتباط به سهولت بتوانند با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. وقتی به مشتری گفته می‌شود «امروز برو فردا بیا» یعنی اشکالی در فرایند وجود دارد که موجب ضایع شدن حقوق مشتری است.

- ۲ **ممیزی اخلاقی** شرح وظایف: گاهی برای کارکنان وظایفی نوشته می‌شود اما آنان از اختیارات لازم برای انجام وظیفه برخوردار نیستند. نداشتن اختیار بر اساس شرح وظایف، هم کارمند را بی‌انگیزه می‌سازد و هم سبب سرگردانی مشتری می‌شود که امری غیراخلاقی است بنابراین، شرح وظایف باید مورد ممیزی اخلاقی قرار گیرد.
- ۳ **تشخیص و حل مسائل اخلاقی در فرایندها:** غفلت و بی‌تفاوتی نسبت به نارضایتی مشتری که ناشی از وجود رخنه و اشکال در دو مؤلفه فوق است و نیز عدم شناسایی رخنه‌ها و عوامل این نارضایتی‌ها، بنگاه را از تشخیص و تصمیم به موقع و تبدیل مشکل به مسئله و حل آن از طریق اصلاح فرایندها و شرح وظایف باز می‌دارد. این غفلت سبب می‌شود تا بنگاه در گذر زمان دچار خساراتی شود که جبران آن ناممکن خواهد شد.

ج) مدیریت راهبردی (داشتن راهبرد اخلاقی به صورت سیستمی)

- ۱ **رهبری اخلاقی محیط کسب و کار:** شناخت حقوق همه عناصر درون و برون محیط کسب و کار و فراهم ساختن زمینه پایبندی به حقوق طرفین ارتباط از اهم وظایف رهبری اخلاقی بنگاه می‌باشد.
- ۲ **ویژگی‌های محیط کسب و کار:** محیط کسب و کار اخلاقی نشانه‌ها و ویژگی‌هایی دارد که آن را از سایر محیط‌ها متمایز می‌کند. برخی از این ویژگی‌ها عبارت‌اند از:
- بهداشت روانی بنگاه؛
 - دسترسی آسان به امکانات بهداشتی و رفاهی؛
 - وجود تابلوهای راهنما؛
 - مناسب‌سازی و برخورداری از استانداردهای محیط کسب و کار؛
 - فراهم‌سازی تردد آسان معلولین؛
 - فراهم بودن امکانات رفاهی برای مشتریان.
- ۳ **مسئولیت‌های اخلاقی محیط کسب و کار:** همان‌گونه که در بخش‌های گذشته ذکر شد، در فعالیتهای حرفه‌ای، گونه‌های مختلف مسئولیت‌پذیری شرعی، حرفه‌ای، قانونی و اخلاقی وجود دارد. اخلاق حرفه‌ای با رعایت حقوق افراد در حرفه نشان می‌دهد که اخلاق ورزی، گونه‌ای از مسئولیت‌پذیری در حرفه است و فرد در قبال حقوق افراد در مناسبات شغلی، احساس مسئولیت می‌کند. در نمودار صفحه بعد مواردی از مسئولیت‌های اخلاقی افراد در مشاغل مشاهده می‌شود.



ضرورت رهیافت سیستمی و مدیریت راهبردی به اخلاق

آنچه مسلم است همه ما هنرجویان به عنوان منابع انسانی فعال در حوزه کسب و کار آینده خودمان حتماً باید از رفتار ارتباطی مبتنی بر آموزه‌های اخلاقی برخوردار باشیم. اما اخلاق دانی صرف بدون ایجاد ساز و کار اخلاق‌ورزی در محیط کسب و کار، فاقد کارایی و اثربخشی خواهد بود. اخلاقی شدن محیط کسب و کار در صورتی محقق خواهد شد که فرایندها، قوانین و مقررات، ساختار و تشکیلات و مناسبات در محیط کسب و کار، اخلاقی باشند.

یادآوری مهم: در بخش‌های قبل خواندیم که اخلاق، سبک رفتار ارتباطی است که بر رعایت حقوق طرف ارتباط استوار است. حال اگر توانایی برخورداری انسان‌ها را از آن جهت که انسان هستند، حق آنها بنامیم، انسان‌ها حقوقی دارند از جمله حق حیات، حق آزادی، حق استقلال فردی، حق احترام، حق حریم خصوصی، حق رشد و... بر این اساس می‌توانیم در رفتار ارتباطی بین شخصی، رعایت حقوق را ملاک نیکویی رفتار بدانیم.

بنابراین: رعایت حقوق طرف ارتباط یعنی وظیفه اخلاقی کنشگر (کارگر یا کارمند) را الگوی رفتار اخلاقی و مسئولیت‌پذیری کنشگر نسبت به حقوق طرف ارتباط در محیط ۳۶۰ درجه را زیست اخلاقی می‌گویند.



فعالیت کلاسی



برای درک درست مفهوم زیست اخلاقی و مسئولیت پذیری کنشگر نسبت به حقوق طرف ارتباط در محیط ۳۶۰ درجه با در نظر گرفتن عناصر تصاویر بالا بحث کنید.

نکات مهم در تلقی اخلاقی از مشتریان (اصلاح انگاره از مشتری)

الف) اساس مواجهه اخلاقی با مشتریان، تلقی مثبت از آنان است.
ب) توجه به وضعیت شخصیتی، صنفی و ادراکی مشتریان بسیار مهم است. بر اساس این وضعیت، تحقق عملی وظائف اخلاقی شکل می گیرد (شناخت کافی از مشتریان و حقوق آنان).

نکته



بدون شناخت وضعیت مشتریان و حقوق آنان، نحوه مواجهه کاربران و ارتباط کلامی با آنان مغفول خواهد ماند.

اصل طلایی اخلاق (قاعده زرّین):

با دیگران آن گونه رفتار کن که دوست داری با تو همان گونه برخورد کنند.

نهج البلاغه، نامه ۳۱

امام علی علیه السلام مبنای این قاعده طلایی را در نامه ۵۳ نهج البلاغه خطاب به مالک اشتر این گونه بیان فرموده است:

«ای مالک مردم یا برادر دینی تو هستند یا برادر خلقتی تو»

قاعده زرين، مورد قبول تمامی ادیان در ادوار مختلف بوده است. بر اساس این قاعده که امام علی علیه السلام در فرمان خود به مالک اشتر نوشته‌اند، رعایت حقوق افراد و رفتار اخلاقی با آنان هرگز مشروط نمی‌باشد و هیچ موضوعی مانند قومیت، نژاد، مذهب، زبان، جنسیت، ضعیف و قوی و... ملاک اخلاق‌ورزی نیست، بلکه همه انسان‌ها حق برخورداری از حقوق خود را دارا می‌باشند.

نمونه‌هایی از شناخت حقوق مشتریان

حق برخورداری آسان از خدمات با کیفیت برتر (خدمات سریع و دقیق، محیط آراسته و آرام‌بخش)	۲	حق احترام و احساس ارزشمندی در مواجهه عوامل انسانی (به برخی مصادیق احترام در نمودار زیر اشاره شده است)	۱
حق حفظ حریم خصوصی	۴	حق حفظ اسرار مشتریان	۳
حق نقد و طرح دیدگاه‌ها و ملاحظات تکمیلی و انتقادی	۶	حق برخورداری از کارکنان حرفه‌ای، شایسته و متخلق	۵
حق برخورداری از خدمات متنوع بنگاه	۸	حق برخورداری عادلانه از امکانات و منابع اطلاعاتی	۷
حق دسترسی به اطلاعات به نحو صریح، صادقانه و روزآمد	۱۰	حق برخورداری از مشاوره و آموزش	۹
حق برخورداری بی‌منت و عاری از آزار و ضرر	۱۲	حق برخورداری آسان از خدمات حین فروش و بعد از فروش بنگاه	۱۱
حق پیش‌بینی پذیر بودن بنگاه برای مشتریان	۱۴	حق جبران خسارت	۱۳

مصادیق و نشانه‌های حق احترام

- ۱ آراستگی ظاهری افراد و محیط بنگاه؛
- ۲ مشروط نبودن احترام به سن، جنس و شغل و موقعیت مراجعه کننده؛
- ۳ احترام اصیل، بدون چشم‌داشت و بی‌منت در مرتبه عالی در نحوه مواجهه کارکنان با طرف‌های ارتباط و به همه مراجعین؛
- ۴ ممیزی اخلاقی مقررات و قوانین مغایر با تکریم مراجعین.

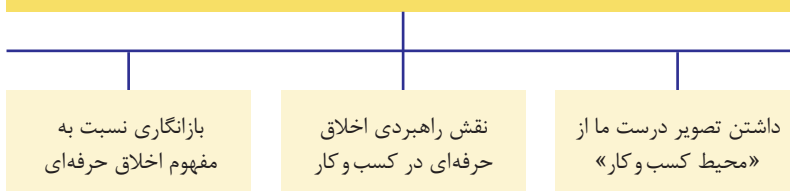
- ۱ به نظر شما علل بی‌احترامی به مشتریان چیست؟
- ۲ آیا خستگی مفرط ناشی از حجم زیاد کار، نگاه غیر اخلاقی به مشتریان و ضعف در الگوهای رفتاری و تربیتی را می‌توان از علل بی‌احترامی بر شمرد؟ چه علت‌های دیگری را می‌توان برای این بی‌احترامی بر شمرد؟

فعالیت کلاسی



نقش راهبردی اخلاق حرفه‌ای در کسب و کار

اهداف توانمندساز و شایستگی‌های این بخش



فکر کنید



با شناختی که تاکنون از مفهوم اخلاق حرفه‌ای پیدا کرده‌اید، به نظر شما بهره‌گیری از راهبردهای اخلاق حرفه‌ای در کسب و کار مرتبط با رشته شغلی (تحصیلی) شما چه میزان در موفقیت تأثیر دارد؟

آثار و برکات اخلاقی بودن بنگاه (محیط کسب و کار)

بی‌تردید اخلاقی بودن بنگاه می‌تواند آثار و برکات بی‌شماری داشته باشد که در زیر به مواردی از این آثار و برکات اشاره می‌شود:

۱- ایجاد اعتماد اصیل محیط (درونی و بیرونی)	۲- افزایش توان گروهی
۳- افزایش ارزش افزوده و ایجاد ثروت	۴- مدیریت تعارض‌ها و تبدیل تهدیدها به فرصت
۵- جذب و حفظ منابع انسانی حرفه‌ای	۶- برتری رقابتی و راهبردی
۷- افزایش بهره‌وری	۸- افزایش کیفیت کالاها و خدمات
۹- افزایش سهم سازمان از بازار	۱۰- افزایش مشارکت عمومی
۱۱- امنیت و آسایش روانی کارکنان و مشتریان	۱۲- تبدیل مشتری به طرفدار همیشگی
۱۳- سرآمدی بنگاه	۱۴- ...

توان اخلاق حرفه‌ای در محیط کسب و کار

آثار و برکات اخلاقی بنگاه در گرو توان اخلاق حرفه‌ای می باشد. اخلاق دانی و اخلاق ورزی در بنگاه و داشتن راهبرد اخلاقی، بنگاه را از توان اخلاقی برخوردار می سازد. بسیاری از دستاوردهای ناشی از آثار و برکات اخلاقی مرهون توان اخلاق حرفه‌ای است و با یکدیگر هم پوشانی دارند. در ادامه به ده مورد از مؤلفه‌های افزایش توان اخلاق حرفه‌ای در محیط کسب و کار اشاره می شود:

۱- افزایش بهره وری	۲- کیفیت خدمات و کالاها
۳- امنیت روانی محیط کار	۴- تبدیل تهدید به فرصت
۵- مدیریت تعارض	۶- توان افزایشی در کار گروهی
۷- اعتماد آفرینی	۸- بهبود مناسبات در ارتباطات انسانی
۹- برتری رقابتی	۱۰- تعالی و سرآمدی سازمان

مسائل اخلاقی شامل چه مواردی است؟ مهم ترین مسائل اخلاقی در حوزه کسب و کار مرتبط با رشته شغلی شما چیست؟

گفت‌وگو کنید



اصل هم سرنوشتی در محیط کسب و کار

باور به اصل هم سرنوشتی در سازمان و محیط‌های کسب و کار موجب احساس تعلق می گردد و تقویت این احساس، موفقیت سازمان را رقم می زند. در هر کارگاه، شرکت و سازمان، منابع انسانی در هر رده و جایگاهی (مدیران، مهندسان، تکنسین‌ها، کارمندان، کارگران، نگهبانان، نیروهای خدماتی و...) در موفقیت و ناکامی محیط می توانند تأثیرگذار باشند. به عبارت دیگر، زیست سالم و متعالی در محیط کسب و کار، نیاز همه ماست.



فعالیت کلاسی



داستان زیر را بخوانید و با تحلیل آن، درباره اصل هم سرنوشتی در محیط کسب و کار آینده خود بحث کنید.

ورشکستگی شرکت و عدم احساس هم سرنوشتی

یکی از شرکت‌های معتبر اروپایی در شرف ورشکستگی بود. جلسه مهمی با حضور سهامداران و مدیران برای بررسی علت‌ها و دلایل بروز ورشکستگی تشکیل شده بود. هر کس به مقتضای استنباط خود تحلیلی داشت. آبدارچی شرکت در حال توزیع اسباب پذیرایی در حالی که اضطراب از دست دادن شغل خود را داشت، اجازه گرفت تا او هم نظر خود را بگوید. مدیرعامل با ناراحتی مانع شد؛ اما رئیس جلسه که فرد با تجربه‌ای بود با اشاره به اضطراب ناشی از عدم امنیت شغلی همه کارکنان و سهیم بودن همه در سرنوشت شرکت، از او خواست تا تحلیل خود را ارائه کند. آبدارچی با اعتماد به نفس در حالی که سعی می‌کرد از گفته‌های او، زیرا بر زنی تلقی نشود به رفتار تلفنچی شرکت اشاره کرد و رفتار او را عامل اصلی این وضعیت معرفی نمود. حاضران در جلسه با تعجب دستور بررسی دادند و مشخص شد تلفنچی شرکت در پاسخ به تماس گیرندگان که معمولاً مشتریان و نمایندگان شرکت در داخل و خارج از شرکت بوده‌اند و با مدیران شرکت قصد برقراری ارتباط داشتند، با این بهانه که مسئول مربوطه حضور ندارد، جلسه

دارد، خارج از شرکت است، مسافرت رفته، در مرخصی به سر می‌برد، بیمار است و در بیمارستان بستری است، فعلاً نمی‌تواند صحبت کند و با دروغ‌های مکرری از این قبیل سبب قطع ارتباط به موقع ذی‌نفعان گردیده است و همین موضوع باعث شده تا بسیاری از مشتریان به سمت شرکت رقیب بروند.

با استفاده از روش بارش مغزی و طوفان فکری، دلایل تأثیر رفتار تلفنچی در ورشکستگی شرکت را تحلیل کنید.

فعالیت کلاسی



نقش راهبردی اخلاق حرفه‌ای در محیط کسب و کار

فرد دیوید و برخی دیگر از متخصصان مدیریت استراتژیک، اصول اخلاقی شایسته در سازمان را از پیش شرط‌های مدیریت استراتژیک خوب دانسته‌اند. در هر سازمان و بنگاه کسب و کار:

- ۱ اصول اخلاقی خوب از پیش شرط‌های مدیریت استراتژیک خوب است.
- ۲ اصول اخلاقی خوب ضامن بقای شرکت خوب است.
- ۳ روز به روز اعتقاد سازمان‌ها در این مورد که: «ترویج اصول اخلاقی و تقویت فرهنگ معنوی موجب ایجاد مزیت‌های استراتژیک خواهد شد»، راسخ‌تر می‌شود.

فکر کنید



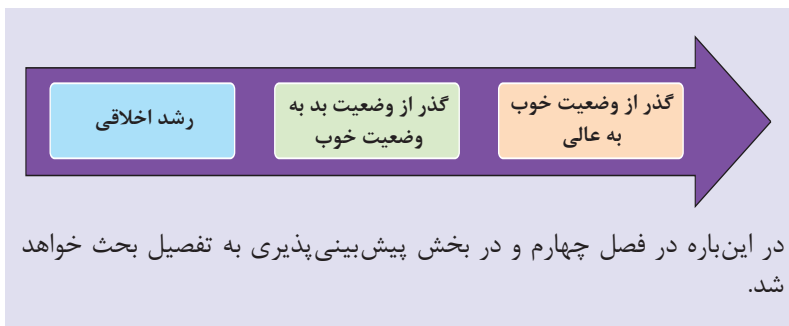
پرسش از نقش و جایگاه راهبردی اخلاق حرفه‌ای

این پرسش بسیار مهمی است و تردیدی نیست که هر مدیری متناسب با تصورش از موفقیت سازمان، در پی موفقیت است. اگر کسی موفقیت سازمان را در ساختن آینده می‌داند، تمام تلاش و برنامه‌ریزی راهبردی او در «ساختن برای ماندن» تبلور می‌یابد و اگر مدیری موفقیت بنگاه خود را در عبور از خوب به بهتر بداند، در پی «بهتر از خوب» خواهد شتافت.

موفقیت معطوف به آینده سازمان در گرو چیست؟

موفقیت بنگاه در آینده مرهون چه عواملی است و این موفقیت به وسیله چه مواعی تهدید می‌شود؟

توجه: یکی از اندیشمندان بزرگ در حوزه رفتار سازمانی به نام (جیمز کالینز) در کتاب خود گفته است: «خوب، دشمن عالی است». (بسنده کردن مدیریت راهبردی به وضعیت خوب یعنی عدم توجه به وضعیت عالی در آینده). پس رشد اخلاقی و به عبارت دیگر موفقیت در آینده مستلزم گذر از وضعیت بد به خوب و سپس گذر از وضعیت خوب به عالی است.



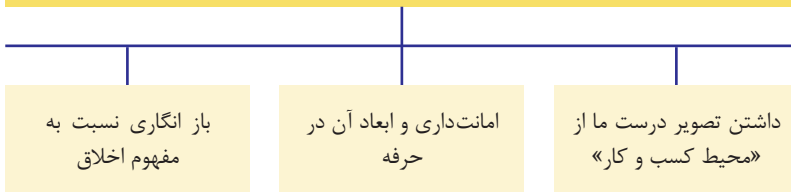
فکر کنید



- ۱ موفقیت معطوف به آینده سازمان در گرو چیست؟
- ۲ بنگاه، موفقیت خود را در آینده مرهون چه عواملی است؟
- ۳ این موفقیت به وسیله چه موانعی تهدید می‌شود؟

امانت‌داری و ابعاد آن در حرفه

اهداف توانمندساز و شایستگی‌های این بخش



امین کیست و به چه چیزهایی امانت گفته می‌شود؟

فکر کنید



تعریف امانت‌داری

در آموزه‌های دینی، امانت‌داری یکی از فضایل عمده اخلاقی است که بسیاری از فضایل براساس آن بنا نهاده می‌شود. امانت‌داری در مواضعی صرفاً به معنای حفظ و نگهداری بدون دخل تصرف است و در مواردی تصرف بهینه، ادب امانت‌داری است. تصرف بهینه، امانت‌داری را با مفاهیمی چون شایسته‌سالاری و بهره‌وری مرتبط می‌سازد.

ابعاد امانت‌داری

تأمل در ابعاد امانت‌داری، مانع تصور تحویلی نگر (تحویل امانت به حفظ و نگهداری صرف) از آن است. امانت‌داری در رفتار ارتباطی درون شخصی و برون شخصی، ابعاد مختلفی دارد از جمله:

ارتباط با خود، تعامل سازمان با محیط و ارتباط با محیط زیست. بر حسب این ابعاد مختلف، امانت‌داری مصادیق فراوانی می‌یابد و در هر یک از مصادیق یاد شده شکل امانت‌داری تغییر می‌یابد.

امانت چیست؟ هر چیزی که در مدتی معین برای نگهداری، حفظ و مراقبت به ما سپرده می‌شود امانت است.

امین کیست؟ امین کسی است که مورد امانت (کالا، حرف و سخن، وجه نقد، اسناد و مدارک، اشجار، املاک و ابنیه و...) را که به او سپرده شده است، نگه می‌دارد.

تعریف عملیاتی امانت‌داری

۱ حفظ بدون تصرف: در برخی از امور، آنجا که چیزی به‌عنوان امانت نزد کسی سپرده می‌شود، امانت‌داری به معنای حفظ و نگهداری بدون هر گونه تصرف است. این، رایج‌ترین مفهوم امانت‌داری نزد توده مردم است.

۲ اجتناب از کم‌فروشی و کم‌کاری: امانت‌داری در فروش کالا و یا ارائه خدمات، در گرو اجتناب از کم‌فروشی و کم‌کاری است. مراد از کم‌فروشی، کم گذاشتن در آنچه باید از کالا یا خدمات تحویل مشتری داده شود. زیرا کم‌فروشی و کم‌کاری در واقع نوعی خیانت به اعتماد مشتری و ضایع کردن حقوق مصرف‌کنندگان و دریافت‌کنندگان خدمات است.

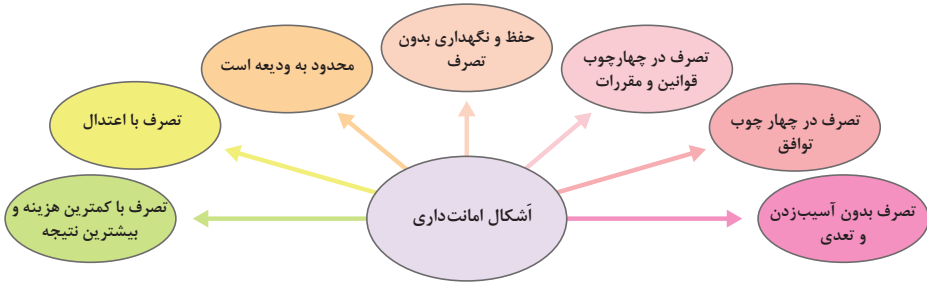
۳ بهره‌وری: اموال، امکانات، برند و امثال اینها در اختیار مدیر قرار می‌گیرند. مسلماً امانت‌داری مدیر به معنای نخست کلمه نیست بلکه به معنای استفاده بهینه و دور از افراط و تفریط است و استفاده بهینه در تحلیل دقیق، به معنای افزایش بهره‌وری در استفاده از امکانات بنگاه است.

۴ شایسته‌سالاری: منابع انسانی در واقع امانت الهی‌اند. رسم امانت‌داری در مواجهه با منابع انسانی، استفاده بهینه از آنان و صیانت از دو گونه آسیب‌پذیری اخلاقی و اجتماعی آنان است. امنیت شغلی در مفهوم نوین آن یکی از موارد امانت‌داری نسبت به کارکنان است. مهم‌ترین بعد امانت‌داری در مواجهه با منابع انسانی، «شایسته‌سالاری» در سازمان است. به وسیله شایسته‌سالاری، امکان استفاده مناسب از نیروهای انسانی مناسب به وجود می‌آید. ایجاد امکان ارتقای شغلی و نیز ارتقای مهارتی و دانش کارکنان از مراتب عالی امانت‌داری در قبال منابع انسانی است.

۵ رازداری: در مواردی که امانت، اسرار مشتریان و اطلاعات بنگاه است، رازداری، ادب امانت‌داری است. امروزه اطلاعات اهمیت فراوانی یافته است و دسترسی به آنها و افشای اسرار، نقش مخربی در بازار آن دارد. یکی از مفاسد ناشی از خیانت در اطلاعات بنگاه، معامله‌های پنهانی است که خود مفاسد زیادی را به میان می‌آورد.

۶ نگاه امین و ارتباط امانت‌دارانه: عفت به معنای خویش‌تنداری در عین برخورداری نیز در واقع ادب امانت‌داری نسبت به مردم است. به همین دلیل در آموزه‌های دینی از نگاه هوس‌آلود و چشم‌غیر عقیف به‌عنوان چشم‌خائن و خیانت‌درنگاه تعبیر شده است. «يَعْلَمُ خَائِنَةَ الْأَعْيُنِ وَمَا تُخْفِي الصُّدُورُ» (غافر/۱۹).

از دیدگاه دانش اخلاق حرفه‌ای، امانت‌داری یعنی تصرف بهینه در امانت که حاصل آن، افزایش بهره‌وری است.



درباره نقش امانت‌داری و ارتباط آن با مسئولیت‌پذیری و اعتماد آفرینی گفت‌وگو کنید.



رابطه امانت‌داری و مسئولیت‌پذیری با اعتماد آفرینی

امانت‌داری مانند مسئولیت‌پذیری همه رفتارهای ارتباطی را شامل می‌گردد و از حیث پیامد و آثار نیز همانند مسئولیت‌پذیری است و با اعتماد آفرینی نیز رابطه دوسویه‌ای دارد. همان‌گونه که مسئولیت‌پذیری سبب افزایش پیش‌بینی‌پذیری رفتار فرد و بنگاه می‌گردد و به اعتماد آفرینی می‌انجامد، امانت‌داری نیز چنین است. فرد یا بنگاه امین در محیط کسب و کار در مفهوم اخلاقی کلمه پیش‌بینی‌پذیر است و می‌توان به وی اعتماد کرد و ارتباط با او آسان و درست است و افراد در برابر او بلا تکلیف نیستند.

امانت‌داری و نقش آن در افزایش بهره‌وری

فرد اخلاقی پایبند به امانت‌داری در محیط کار، دارای تعهد و وفاداری سازمانی است و رسم امانت‌داری و وفاداری تلاش برای استفاده بهینه از منابع و افزایش بهره‌وری است. افراد متخلق، کارایی و اثربخشی را شرط تعهد اخلاقی در کسب و کار می‌دانند. آنان از هرگونه صدمه و زیان بر سازمان می‌پرهیزند، از وقت خود و دیگران و نیز ابزارها و امکانات سازمان استفاده بهینه می‌کنند و به این طریق بهره‌وری آنان افزایش می‌یابد.

جایگاه امانت‌داری در بنگاه

مهم‌ترین وظیفه کارکنان و مدیران در قبال سهامداران این است که اموال، تجهیزات، منابع انسانی، برند و اعتبار شرکت (بنگاه) را امانت آنان بدانند و در تصرف و به‌کارگیری آنها بر بهره‌وری تأکید کنند.

فعالیت



در زندگی شخصی (حریم خصوصی خانواده)، مصادیق امانت را گزارش کنید.

گسترده‌ی دامنه امانت‌داری

امانت‌داری که از مصادیق رفتار اخلاقی می‌باشد، یک رفتار ارتباطی است و همه حوزه‌های ارتباطی را دربرمی‌گیرد که نشان از گستردگی دامنه آن است. این حوزه‌ها عبارت‌اند از:

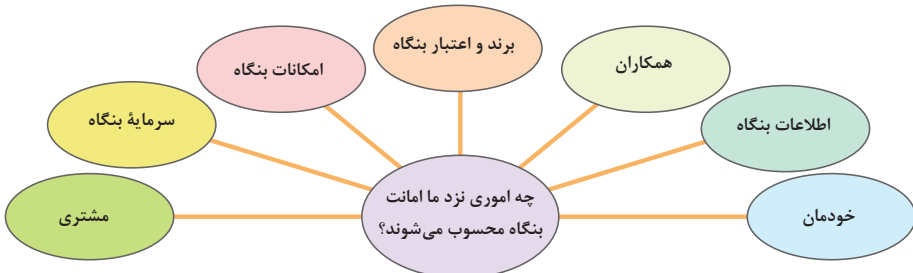
- ۱ امانت‌داری در رفتار ارتباطی درون شخصی (ارتباط باخود)؛
- ۲ امانت‌داری در رفتار ارتباطی با خدا؛
- ۳ امانت‌داری در رفتار ارتباطی برون شخصی (ارتباط با بندگان خدا)؛
- ۴ امانت‌داری در رفتار ارتباطی با سایر امور (بنگاه و محیط کسب و کار).

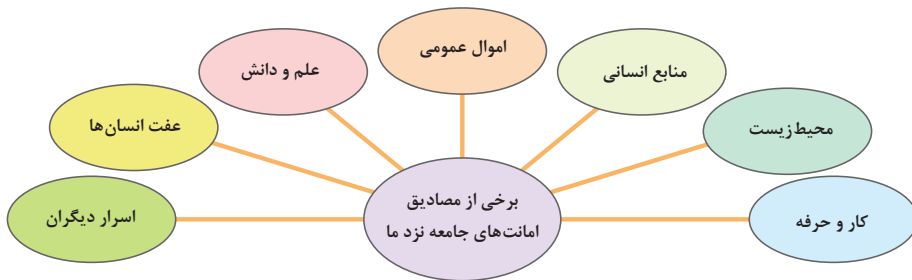
جایگاه امانت‌داری در ارزش‌های اخلاقی مورد نیاز بنگاه

ارزش‌های اخلاقی مورد نیاز بنگاه ارزش‌هایی هستند که منابع انسانی به نحو پیش‌بینی‌پذیری به آنها پایبند باشند که رازداری، تعهد حرفه‌ای، امانت‌داری و وفاداری سازمانی از مصادیق بلافصل این ارزش‌ها هستند.

برخی از مصادیق امانت در بنگاه

امانت در هر بنگاه اقتصادی، مصادیق و نمونه‌های فراوانی دارد که در نمودار زیر به مواردی از آنها اشاره شده است.





فرض کنید امکاناتی از شرکت یا بنگاه در اختیار شماست. از آن امکانات چگونه استفاده خواهید کرد تا خیانت در امانت تلقی نشود؟

فعالیت کلاسی



حفظ اسرار و حریم شخصی افراد و رابطه این دو با امانت‌داری

رعایت این اصول در خصوص کارکنان اهمیت فراوانی دارد. محیط کار، دومین قانون زندگی و مأمّن کارکنان است. ورود به حریم شخصی کارکنان و افشای اسرارشان، امنیت آنان را در محیط کار سلب می‌کند و آسیب‌های جبران‌ناپذیری به بار می‌آورد. زندگی شغلی، شرایطی را به بار می‌آورد که در صورت عدم احتیاط، افراد وارد حریم شخصی یکدیگر می‌شوند و امنیت روانی دیگران را تخریب می‌کنند. سازمان در اخذ اطلاعات از کارکنان مثلاً در برگ‌های مربوط به استخدام، نباید هر پرسشی را طرح کند زیرا برخی از پرسش‌ها در واقع ورود به حریم شخصی افراد است. مراد از امانت‌داری در خصوص کارکنان، استفاده بهینه از آنان است و این امر، نسبت بین امانت‌داری و شایسته‌سالاری را نشان می‌دهد.

کسی که در زندگی شخصی خود رازدار و امین نیست، در کسب و کار نیز نسبت به رازداری و امانت‌ورزی سازمانی که پیچیده‌تر و دشوارتر است، بی‌مبالا می‌گردد. فردی که در روابط شخصی خود به عنوان یک شهروند از رعایت حقوق دیگران عاجز است، در زندگی حرفه‌ای نیز از رعایت حقوق صاحبان حق ناتوان خواهد بود.

نکته



حفظ حریم شخصی (رازداری و امانت‌داری کارکنان، مشتریان و سهامداران)

الف) کارکنان: حفظ حریم شخصی افراد مهم‌ترین اصل در تعامل با آنهاست و در این خصوص کارمندان و مشتریان یکسان هستند. در کسب اطلاعات لازم از مشتری نباید به حریم شخصی او وارد شد و در این اصل اخلاقی، شخص و سازمان بودن مشتری تفاوتی ایجاد نمی‌کند. همان‌گونه که رعایت حریم شخصی افراد واجب است، رعایت حریم شخصی سازمان‌ها نیز الزام اخلاقی است. سعی در دستیابی به اطلاعات طبقه‌بندی‌شده سازمانی که مشتری ماست، غیراخلاقی است. البته تعیین مصداق برای حریم شخصی در مفهوم سازمانی مورد چالش و بحث است.

ب) مشتریان: با وجود تأکید بر حفظ حریم شخصی مشتری، مناسبات تجاری سبب می‌شود پاره‌ای از اسرار مشتری به دست ما بیفتد. در چنین شرایطی وظیفه اخلاقی آن است که در حفظ اسرار وی کوشا باشیم. افشای اسرار مشتری در موارد زیادی ممکن است آسیب‌های جبران‌ناپذیری در پی داشته باشد. رازداری را نباید همان حفظ حریم شخصی دانست. امانت‌داری الزام اخلاقی دیگری است که بسیار عام و فراگیر است.

ج) سهامداران: سهامداران، مالک شرکت هستند. حفظ منافع و حقوق سهامداران، الزام حرفه‌ای و اخلاقی کارکنان و مدیران است و آنها به لحاظ حرفه‌ای در قبال حقوق سهامداران مسئولیت دارند. سرمایه سهامداران و هر آنچه مربوط به آنهاست به‌عنوان امانت در اختیار مدیران و کارکنان است و لذا تصرف و به‌کارگیری آنها باید امانت‌دارانه باشد.

پژوهش کنید



درباره یکی از مصادیق خیانت در امانت که از طریق رسانه‌های جمعی از آنها اطلاع یافته‌اید به‌صورت کمی و کیفی گزارش تهیه کنید (استفاده از پژوهش‌های انجام شده آزاد است).