

۲۰۳۸۱۸۱

به نام خداوند بخشنده و مهربان

اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها

علی صرامی فروشانی

نسیم بخشایی

ابراهیم سمیع پورگیری

انتشارات فرانما

۱۳۹۸

سرشناسه: صرامی فروشانی، علی، ۱۳۳۸ -

عنوان و نام پدیدآور: اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها/ مؤلفان علی صرامی فروشانی، نسیم

بخشایی، ابراهیم سمیع‌پور گیری، ویراستار میرکاظم حسینی

مشخصات نشر: تهران، فرانما، ۱۳۹۸

مشخصات ظاهری: ۱۶۲ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۷۲۴-۰۷-۴

وضعیت فهرست‌نویسی: فیا

موضوع: اخلاق حرفه‌ای - مدیران - کارکنان - جنبه‌های مذهبی - اسلام

شناسه افزوده: بخشایی، نسیم، ۱۳۶۱ -

شناسه افزوده: سمیع‌پور گیری، ابراهیم، ۱۳۶۲ -

شناسه افزوده: حسینی، میرکاظم، ۱۳۴۵ - ویراستار

رده‌بندی کنگره: B.I.۱۷۲۵

رده‌بندی دیویی: ۱۶۰

شماره کتابشناسی ملی: ۵۷۲۱۰۶۱

آدرس دفتر مرکزی و مرکز بخش تهران: خیابان آزادی، تقاطع رودکی، کوچه رامسر،

پلاک ۱، طبقه سوم - تلفن ۷۷۴۶۹۳ - ۷۷۴۶۹۴

اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها

مؤلفان: علی صرامی فروشانی، نسیم بخشایی، ابراهیم سمیع‌پور گیری

ویراستار: میرکاظم حسینی

ناشر: فرانما

نوبت چاپ: اول - خرداد ۱۳۹۸

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

چاپ و صحافی: فرانما

حروفچینی و صفحه‌آرایی: فرانما

طرح روی جلد: فرانما

قیمت: ۳۰۰۰۰۰ ریال

وبسایت: www.faranama.net



مشاوران: فرانما

حق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است و هرگونه نسخه‌برداری از آن پیگرد قانونی دارد.

اخلاق به طور ساده و خلاصه، شامل شناخت صحیح از ناصحیح و آنگاه انجام صحیح و ترک ناصحیح است. دانشمندان، مربیان و مدیران سازمان‌ها به دلیل نتایج و کاربردهای فردی، سازمانی و اجتماعی مثبت اخلاق، توجه زیادی به این مبحث دارند. رویکرد دنیای امروز را می‌توان بازگشت به عقلانیت و اخلاق دانست. این رویکرد بیشتر، رشته‌ها و حرفه‌هایی را تحت تأثیر قرار می‌دهد که در ارائه خدمت به انسان پیشتاز هستند. سازمان‌های مختلف به دنبال تربیت انسان‌هایی هستند که بتوانند، در جامعه جهانی به دور از تعصب و کوتاه‌نگری‌ها زندگی کنند، معتقد به اخلاقیات و ارزش‌های مبالغه‌ناک باشند و به حقوق و آزادی دیگران احترام بگذارند.

یکی از مهم‌ترین منابع در مرفقیات هر سازمان، رعایت اخلاق است. اخلاق حرفه‌ای مجموعه‌ای از اصول و استانداردهای سلوک بشری است که رفتار افراد و گروه‌ها را تعیین می‌کند. در حقیقت، اخلاق حرفه‌ای، فرایند تفکر عقلانی است که هدف آن تعیین ارزش‌های سازمان است. بی‌توجهی سازمان‌ها به اخلاق کار و ضعف در رعایت اصول اخلاقی در برخورد با نیروی انسانی، بی‌نفعان بیرونی، می‌تواند مشکلاتی را برای سازمان ایجاد کند و مشروعیت سازمان را اقدامات آن را زیر سؤال ببرد. کارکنان سازمان‌ها ترجیح می‌دهند در سازمان‌های حرفه‌ای فعالیت کنند زیرا یک محیط اخلاقی، ناشی از حرفه‌ای بودن، باعث کاهش عوامل ناخوشایند در کارگروهی و افزایش رضایت شغلی و روابط مناسب بین همکاران می‌شود. اخلاق حرفه‌ای بر نگرش افراد نسبت به شغل، تأثیر دارد (نیاز آذری و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۲-۳۴).

به طور کلی انسان‌ها در بعد فردی و شخصیتی دارای ویژگی‌های خاص اخلاقی هستند که پندار، گفتار و رفتار آنها را شکل می‌دهد.

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. 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 به اخلاق

جمعی تبدیل می‌شود که در فرهنگ جامعه ریشه می‌دواند و خود نوعی وجه غالب می‌یابد که جامعه را با آن می‌توان شناخت. ممکن است همین افراد وقتی در یک جایگاه و پست سازمانی قرار می‌گیرند عواملی موجب شود که پندار، گفتار و رفتار متفاوتی از بعد فردی سر بزنند که این ویژگی‌های انسانی بر روی میزان کارایی و اثربخشی سازمان تأثیر بگذارد. از طرفی اخلاقی بودن یا نبودن رفتارها و عملکردها می‌تواند موجب بروز پیامدهای مثبت یا منفی در سطح سازمان گردد.

اخلاق ارتباط نزدیک و تنگاتنگی با ارزش‌ها دارند و به عنوان ابزاری نگریسته می‌شوند که ارزش‌ها را به عمل تبدیل می‌کنند. اخلاق یعنی رعایت اصول معنوی و ارزش‌هایی که بر رفتار شخص یا گروه حاکم است، مبنی بر اینکه درست چیست و نادرست کدام است؟

www.ketaboo.ir

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱۱	فصل اول - مفهوم اخلاق
۱۱	اخلاق
۱۳	اخلاق حرفه‌ای
۱۴	مفهوم اخلاق حرفه‌ای
۱۴	مقایسه اخلاق فردی و اخلاق شغلی
۱۴	ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای
۱۵	ویژگی‌های افراد دارای اخلاق حرفه‌ای
۱۶	نظام‌های اخلاقی عمده
۱۹	فصل دوم - اخلاق در اسلام
۱۹	تاریخچه علم اخلاق در اسلام
۲۳	اهمیت بحث‌های اخلاقی
۲۷	اهمیت اخلاق در روایات اسلامی
۲۹	اخلاق (مقدمات)
۳۰	اهمیت و ضرورت اخلاق
۳۰	علم اخلاق
۳۱	علم چگونه رفتار کردن و چگونه بودن و معنای صحیح آن
۳۱	اخلاق، فلسفه اخلاق و حوزه‌های معرفتی
۳۲	مهم‌ترین اصول راهبردی در کاربرد اخلاق حرفه‌ای اسلامی
۳۳	عوامل پایه‌ای و اساسی در اخلاق حرفه‌ای

۳۵	فصل سوم - اخلاق در سازمان‌ها
۳۵	ضرورت ترویج اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها و مؤسسات
۳۶	آموزش‌های لازم در خصوص ترویج اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها و مؤسسات
۳۶	وظایف مدیران در اخلاقی کردن سازمان‌ها
۳۷	عوامل روان‌شناختی مرتبط با اخلاق در کسب‌وکار
۳۸	از خود بیگانگی، به عنوان یکی از عوامل روان‌شناختی مرتبط با اخلاق در کسب‌وکار
۳۸	ضمانت اجرای رعایت قواعد اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها و مؤسسات تجاری
۳۹	مهم‌ترین ضرورت اجرای برنامه‌ها در خصوص رعایت قواعد اخلاقی
۴۰	مشکلات و موانع اخلاق حرفه‌ای
۴۱	پیامدهای غفلت از عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای
۴۱	سه جنبه عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای از نظر بنیادین
۴۲	سایر عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها
۴۲	مفهوم تحویلی‌نگری در اخلاق حرفه‌ای
۴۳	ابعاد زبان‌بار تحویلی‌نگری در اخلاق حرفه‌ای
۴۶	پیشگیری و درمان تحویلی‌نگری
۴۶	ضرورت رعایت اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها و مؤسسات به عنوان تضمین رشد و بقا سازمان
۴۷	مسائل اخلاقی سازمان و محیط‌های کسب‌وکار
۴۹	ملاک‌ها و معیارهای اخلاق

۴۹	نسبت اخلاق و قانون
۴۹	اخلاق در حوزه عمل
۵۰	موانع رشد اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها، مؤسسات و محیط‌های کسب و کار
۵۰	۱- فقدان نگرش راهبردی به اخلاق حرفه‌ای
۵۱	۲- فرافکنی
۵۱	۳- مشتت‌ن‌مداری بصورت ابزارنگری و نه اصل‌نگری
۵۳	۴- فقدان انگیزش
۵۴	۵- نارضایتی شغلی
۵۵	۶- فقدان مهارت تصمیم‌گیری
۵۵	۷- بلاتکلیفی یا تعارضات اخلاقی
۵۷	۸- فقدان نظام‌های جامع و اخلاقی
۵۷	۹- موانع فیزیکی و روانی محیط کار
۵۸	۱۰- لقمه‌انگاری بجای امانت‌انگاری
۶۰	فاکتورهای سطح کلان اثرگذار بر رفتار اخلاقی
۶۰	فاکتورهای سطح میانی اثرگذار بر رفتار اخلاقی
۶۱	فاکتورهای سطح خرد اثرگذار بر رفتار اخلاقی
۶۲	معضلات تدوین اصول اخلاقی
۶۲	خوب و بد‌های در هم آمیخته
۶۳	درجه‌مندی اصول اخلاقی
۶۴	اخلاق: حداقلی یا حداکثری

۶۵	هوش اخلاقی
۶۶	اصول پنج‌گانه اخلاق رهبری
۶۷	دو لغزشگاه در مسیر رشد اخلاقی سازمان‌ها
۷۱	تعریف احترام
۷۲	احترام اصیل
۷۲	آفات احترام
۷۴	خودشناسی
۷۴	تعریف خودشناسی
۷۵	خودشناسی و جبری
۷۷	فصل چهارم - مدیریت اخلاق در سازمان
۷۹	اخلاق کار
۸۰	دو زمینه عمل گسترده اخلاق کار
۸۰	عقاید غلط درباره اخلاق کار
۸۳	فواید مدیریت اخلاق در محیط کار
۸۴	برنامه‌های مدیریت اخلاق
۸۴	فواید برنامه‌های مدیریت اخلاق
۸۵	هشت دستورالعمل
۸۶	نقش‌ها و مسئولیت‌های کلیدی در مدیریت اخلاق
۸۷	ابزارهای اخلاقی
۸۷	۱- کدهای اخلاق و کدهای رفتار
۹۲	۲- خط‌مشی‌ها و رویه‌ها

۹۴	۳- حل معضلات اخلاقی
۹۵	روش‌های حل معضلات اخلاقی
۹۵	الف- لیست سؤالات کلیدی
۹۶	ب- چک‌لیست اخلاقی
۹۶	ج- روش ده مرحله‌ای تصمیم‌گیری
۹۸	۴- آموزش
۹۹	اخلاق سازمانی ابزاری برای ارتقاء عملکرد سازمانی
۱۰۳	فصل پنجم- تأثیر اخلاق سازمانی بر کارآفرینی
۱۰۳	تأثیر اخلاق سازمانی بر رفتار کارآفرینانه در سازمان و صنعت
۱۰۴	اخلاق چیست؟
۱۰۵	طبقه‌بندی اخلاق
۱۰۷	رفتار اخلاقی
۱۰۸	تأثیرات فرهنگی اخلاقی کارآفرینی
۱۱۰	انواع رویکرد به اخلاقیات مدیریتی کارآفرینان
۱۱۳	کارآفرینان و مسئولیت‌پذیری اخلاقی
۱۱۴	فرصت برای رهبری اخلاقی توسط کارآفرینان
۱۱۵	اصول اخلاقی و مسئولیت‌های اجتماعی کارآفرینان
۱۱۷	دل‌نگرانی‌های اخلاقی و اجتماعی بر سر راه کارآفرینان
۱۱۷	اخلاق در صنعت
۱۱۹	فصل ششم- منشور اخلاقی و اداری کارمندان دولت
۱۱۹	الف- اصول حاکم بر منشور

۱۲۱	ب- مفاد منشور
۱۲۴	سوگندنامه
۱۲۵	راهنمای عمومی اخلاق در پژوهش‌های علوم پزشکی
۱۳۳	فصل هفتم - پرسشنامه‌های اخلاق سازمانی
۱۳۳	پرسشنامه اخلاق حرفه‌ای
۱۳۳	روای و بابایی
۱۳۴	شیو نمره‌گذار
۱۴۳	پرسشنامه خلاصه دار، کارکنان
۱۴۴	پرسشنامه تعهدات حرفه‌ای
۱۴۶	پرسشنامه ایدئولوژی‌های اخلاقی
۱۴۹	پرسشنامه تعهدات اجتماعی
۱۵۰	پرسشنامه تعهدات سازمانی
۱۵۱	پرسشنامه منافع فردی
۱۵۳	اندازه‌گیری مؤلفه‌های متغیر اخلاقیات
۱۵۵	پرسشنامه رهبری اخلاقی
۱۶۱	منابع و مأخذ