

اخلاق حرفه‌ای

در فضای کسب و کار

دکتر محمدحسین ذالی بیگلو

دکتر علی اسدالهی

سرشناسه	: اسدالهی، علی، ۱۳۴۴-
عنوان و نام پدیدآور	: اخلاق حرفه‌ای در فضای کسب و کار/علی اسدالهی، محمدحسین زالی بیگلو.
مشخصات نشر	: تبریز: انتشارات هادی، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۲۷۲ ص.: جدول، نمودار.
شابک	: ۲۵۰۰۰۰ ریال 4-7-95670-978:
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: اخلاق کسب و کار
موضوع	: Business ethics
موضوع	: اخلاق حرفه‌ای
موضوع	: Professional ethics
شناسه افزوده	: ذالی بیگلو، محمدحسین
رده بندی کنگره	: HF۵۳۸۷
رده بندی دیویی	: ۱۷۴/۱
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۸۷۰۰۴۱

چاپ و نشر هادی



تلفن: ۳۵۴۴۲۱۸۶ - ۰۴۱-۳۵۲۶۰۰۲۳

- اخلاق حرفه‌ای در فضای کسب و کار
- علی اسدالهی - محمدحسین ذالی بیگلو
- چاپ اول: زمستان ۱۳۹۸
- تعداد: ۲۰۰۰ جلد
- شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۵۶۷۰-۷-۴
- ۲۵۰۰۰ تومان
- حق چاپ محفوظ است.

فهرست مطالب

عنوان	صفحه	عنوان	صفحه
پیش گفتار	۹	هفت طبقه مطلوب اصول اخلاق	۴۶
فصل اول: انسان شناسی	۱۳	ریشه اخلاق در کجاست؟	۴۶
انسان شناسی	۱۵	نظریه اراده	۴۷
انواع انسان شناسی	۱۷	نظریه وجدان اخلاقی	۴۷
انسان شناسی تجربی یا علمی	۱۷	نظریه زیبایی در اخلاق	۴۷
انسان شناسی فلسفی	۱۹	نظریه پرستش	۴۸
انسان شناسی دینی	۱۹	ابعاد فطرت	۴۸
ضرورت انسان شناسی	۲۰	فرق حقوق و اخلاق	۴۸
رابطه انسان یا تغییر	۲۱	جوانمردی	۴۹
قانون طلایی	۲۳	ارکان جوانمردی از نظر شیخ شهاب الدین سهرودی	۵۰
پنج عامل مکرر کننده قانون طلایی	۲۶	جوانمردی در قابوس نامه	۵۱
شاخص های روابط انسانی در سازمان	۲۹	جوانمردی در علم مدیریت	۵۲
محسنات انسان	۳۲	مواد اولیه تقوا و زینت آن در صحیفه سجاده	۵۳
سیر نزولی و صعودی انسان	۳۳	رابطه اخلاق و قانون	۵۶
فصل دوم: کلیات اخلاق	۳۵	آیا اخلاق مطلق است یا نسبی؟	۵۷
مفهوم اخلاق	۳۷	فضایل اخلاقی	۶۰
اخلاق بندگی	۳۸	اصول اخلاقی و مدیریت استراتژیک	۶۴
اخلاق فردی	۳۸	وصیت امیر (ص) نسبت به والیان	۶۵
اخلاق اجتماعی	۳۹	خلاصه تلاش های علمی در اخلاق	۶۶
معنای عرفی اخلاق	۳۹	بیانیه ارزش ها	۶۷
معنای اصطلاحی اخلاق	۴۰	ویژگی های اخلاق دینی از نظر شیخ محمد باقر مطهری	۶۸
جایگاه اخلاق	۴۰	وظایف مدیران در اخلاقی کردن سازمان	۶۹
مکارم اخلاق در نهج الفصاحه	۴۱	۴۴ مسئله تهدید کننده اخلاق حرفه ای	۷۰
تعریف اخلاق در طول تاریخ به	۴۲	اقسام نفس از دیدگاه قرآن	۷۲
طور خلاصه	۴۳	نفس مسوئه	۷۳
تئوری نظری در خصوص اخلاق	۴۳	نفس اماره	۷۴
تحلیل مفهوم حقوق و تعریف اخلاق	۴۴	نفس اللوامه	۷۴
تعریف اخلاق در آموزه های دینی	۴۶	نفس مطمئنه	۷۵

۱۰۶	تقسیم زندگی	۷۵	هفت صفت مومن از دیدگاه حضرت علی (ع)
۱۰۸	حقوق انسان در محیط کسب و کار	۷۷	ساحت‌های پنج‌گانه اخلاق اسلامی در نهج البلاغه
۱۰۹	تعریف اخلاق حرفه ای	۷۸	نظرات اخلاقی سقراط
۱۱۱	اهمیت اخلاق حرفه ای	۷۹	نظریات اخلاق افلاطون
۱۱۲	نگرش استفاده غایی	۸۱	اخلاق در نظر ارسطو
۱۱۲	نگرش حفظ حقوق دیگران	۸۲	اخلاق از نظر ابونصر فارابی
۱۱۳	نگرش عدالتی اخلاق	۸۳	اخلاق از نظر ابن سینا
۱۱۳	نگرش یکپارچگی قراردادهای اجتماعی	۸۴	درآمدی بر اخلاق در اندیشه خواجه نصیرالدین طوسی
۱۱۵	ارکان اخلاق حرفه ای	۸۶	اخلاق از دیدگاه محمدبن زکریای رازی
۱۱۶	ابعاد اخلاق کار	۸۷	ژان ژاک سه
۱۲۱	عوامل موثر بر اخلاق کار در محیط کار	۸۷	سخنان ناب از «ابوعلی سینا»
۱۲۳	اخلاق میان رشته ای	۸۹	فصل سوم: اخلاق حرفه‌ای
۱۲۴	ارزش‌های اخلاقی اسلامی در فعالیتهای بازاریابی	۹۱	تعریف مدیریت
۱۲۷	احادیث مربوط به اخلاق کار	۹۲	تعریف اخلاق مدیریت
۱۲۸	آهنگ یا جو اخلاقی	۹۳	مدیریت در کسب و کار
۱۲۹	تعهد اخلاقی	۹۱	برنامه ریزی
۱۳۰	اخلاق سازمانی	۹۴	سازمان دهی
۱۳۷	سطوح رشد اخلاقی سازمان	۹۴	تعیین کارکنان
۱۳۹	مهم‌ترین وظایف اخلاقی سازمان در قبال کارکنان	۹۵	جهت دهی امور
۱۳۹	نتایج رفتار اخلاقی مدیران در سازمان ها	۹۵	کنترل
۱۴۲	ساحت فرهنگ اخلاقی	۹۵	بودجه بندی
۱۴۳	مدل بهره‌وری اخلاقی	۹۶	فواید مدیریت اخلاق در محیط کار
۱۴۳	مدل ارزیابی بهره‌وری اخلاقی	۹۷	عوامل موثر بر رفتار مدیریت و اجزای اساسی آن
۱۴۳	منطق رادار	۹۷	نماد و الگوهای رفتاری مدیریت
۱۴۶	چالش‌های فراروی نظارت اخلاق	۹۹	اهم توانایی‌ها و مهارت‌های مدیران قرن ۲۱
۱۴۸	ده فرمان اخلاق حرفه‌ای در کار	۹۹	تواضع مدیریتی
۱۴۹	اصول اخلاق اداری	۹۹	آیا مدیریت اخلاقیات امکان پذیر است ؟
۱۵۰	ویژگی اخلاق کادوزیر	۱۰۱	ویژگی مرحله «نزدیک شدن به صعود» مدیران
۱۵۱	نظریه مراحل رشد اخلاقی لارنس کلبرگ	۱۰۴	تعریف کسب و کار
۱۵۲	روش‌های تاثیر وجدان کاری در افزایش بهره‌وری	۱۰۵	فواید کار
۱۵۲	پیشنهادهایی برای تقویت وجدان کاری افراد	۱۰۵	محور اخلاقی لازم در فضای کسب و کار
۱۵۳	مشور اخلاق حرفه ای	۱۰۶	اهداف راه‌اندازی کسب و کار از دیدگاه اسلام

۲۰۶	مدل پترسون	۱۵۶	شرایط کارآمدی منشور اخلاقی
۲۰۷	مدل تصمیم گیری اخلاقی یون (۲۰۱۱)	۱۵۶	منشور اخلاقی
۲۰۷	مدل وون (۲۰۰۱)	۱۶۱	نمونه‌هایی از منشور اخلاقی سازمان‌ها و شرکت‌ها
۲۰۹	مدل هانت - ویتل ۲۰۰۶ در بازاریابی اخلاقی	۱۶۴	آسیب‌های رفتاری در فضای کسب و کار
۲۱۰	مدل سروکوال	۱۶۴	موانع رشد اخلاقی در مدیریت از دیدگاه اسلام
۲۱۱	مدل ارزشی رفتار	۱۶۹	اداره، علم و اخلاق
۲۱۲	اصول ارزش‌های اجتماعی در اسلام	۱۷۱	ارزشیابی عملکردهای اخلاقی کارکنان
۲۱۳	مدل پنج عامل شخصیت	۱۷۲	مسائل اخلاقی سازمان
۲۱۴	مدل شخصیت اینباگرام	۱۷۵	احکام اخلاق
۲۱۹	فصل پنج: مشتری مداری	۱۷۷	نسبت اخلاق و قانون
۲۲۲	تعریف مشتری	۱۷۷	اخلاق در مرحله اول
۲۲۵	حساسیت مشتری	۱۷۹	موانع رشد اخلاق حرفه‌ای در بنگاه‌ها
۲۲۵	القبای مشتری مداری	۱۷۹	فقدان نگرش راصب به اخلاق حرفه‌ای
۲۲۶	ارکان مشتری مداری	۱۸۰	تحویلی نگری
۲۲۷	عوامل مدنظر در ارزیابی رضایت شغلی بر اساس مدل (JDI)	۱۸۲	فراقکنی
۲۳۰	عوامل جذابیت در انسان	۱۸۲	مشتری مداری ابزار انگار و نه اسیل
۲۳۱	روش‌های جلب اطاعت و فرمانبری	۱۸۵	فقدان انگیزش
۲۳۳	ابعاد رفتار شهروندی از نظر ارگان	۱۸۶	ناراضیتی شغلی
۲۳۶	ارتباط چیست؟	۱۸۷	فقدان مهارت تصمیم‌گیری
۲۳۷	تبعیه‌های ارتباط	۱۹۰	بالاتکلیفی یا تعارضات اخلاقی
۲۴۲	موارد مرتبط با مدل در فضای کسب و کار	۱۹۰	فقدان نظام‌های جامع و اخلاقی
۲۴۴	اصول طلایی مشتری مداری	۱۹۱	موانع فیزیکی و روانی محیط کار
۲۴۷	ویژگی اعتماد اصیل	۱۹۲	ارزش‌های اخلاق از منظر اسلام
۲۴۷	عوامل موثر در بهره‌وری نیروی انسانی	۱۹۶	مهارت‌های هفتگانه رهبری موفق در محیط کسب و کار
۲۴۸	کار از نظر هرسی - بلانچارد	۱۹۸	۱۵ ثروت واقعی در فضای کسب و کار
۲۴۸	هشت اصل موفقیت	۱۹۹	فصل ۴: مدل‌های اخلاق حرفه‌ای
۲۴۸	عناوین برنامه ریزی شده در برنامه ریزی عصبی و کلامی	۲۰۴	مهم ترین مدل‌های اخلاقی
۲۴۸	موفقیت یا کامیابی	۲۰۵	مدل مدیریت اخلاق گرامسیتی بر مفاهیم
۲۴۹	هفت اقدام برای موفقیت واقعی	۲۰۵	دعای مکارم اخلاق و حرفه
۲۴۹	مراحل موفقیت	۲۰۶	مدل بارتلز
			مدل بومر

۲۵۰	باورهای موفقیت
۲۵۱	انواع باورها
۲۵۲	اعتماد بنفس
۲۵۳	مدل انسان
۲۵۵	انواع عملیات تحقیقاتی که مصرف کننده را فریب می‌دهند
۲۵۶	پنج فیل اصلی در گفت و گو با مشتری
۲۵۶	ده فیل بجه‌های تیز بازار
۲۵۷	راه کار پیشنهادی به منظور افزایش رضایت ارباب رجوع
۲۵۹	فصل شش : جمع‌بندی و نتیجه‌گیری
۳۷۱	منابع و مأخذ

پیش گفتار

ای خدای بی نظیر ایشار کن
گوش را چون حلقه دادی زین سخن
گر خطا گفتیم از الاحش تو کن
«مصلحی» تو، ای تو سلطان سخن
دستگیر از دست ما را بخر
پیر را بردار و پرده‌ی ما بدر

هر مجموعه سازمانی دارای کدهای اخلاقی مناسب با ساختار حرفه‌ای خود است که اخلاق حرفه‌ای نام دارد محیط کسب و کار نیز یک نظام حرفه‌ای است باید از اصول اخلاق حرفه‌ای محیط خود آگاهی داشته و به آن پایبند باشد.

لذا یکی از دغدغه‌های مدیران کارآمد در سطوح مختلف 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 حرفه‌ی خود را رعایت کنند.

بنابراین سازمان‌ها و کسب و کارهای موفق امروزی، سازمان‌ها و کسب و کارهایی هستند که دانش جدید را خلق و کسب کرده و آن را به شیوه‌های کاربردی برای فعالیت‌هایشان بدل کرده‌اند و این مهم از طریق رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای، همچون مفاهیم حفظ حریم خصوصی، آزادی‌های اساسی، مسئولیت‌ها، اخلاقی، نگرش ارزشی و مسئولانه، احساس همکاری و مالکیت و رازداری امکان‌پذیر است.

موازن و معیارهای اخلاق حرفه‌ای یک الگو و سرمشق واضح از رفتار درست پیش روی مدیران و کارگزاران است که با آنها و فعالان نظام اداری کمک می‌کند در انجام وظایف خود از این الگو استفاده کنند و راه درست را برگزینند. رعایت این معیارها در هر نظام اداری و محیط کسب و کار شایسته، امری لازم و ضروری است.

تحقیقات نشان داده است که تکامل کسب و کار و مشاور و توانایی‌های آنها در جلب اعتماد اذهان عمومی رابطه‌ی مثبتی با رعایت این حرفه‌ای دارد جامعه انتظارات فراوانی از اهل این حرفه دارد و می‌باید به کیفیت خدمات پیچیده ارائه شده توسط آن اعتماد داشته باشد لذا شاغیلن باید علاوه بر صلاحیت حرفه‌ای، دارای صلاحیت اخلاقی نیز باشند. این کتاب نیز با شناسایی نقش تعدیل گر اخلاق حرفه‌ای در رابطه بین سرمایه روانشناختی و

هویت سازمانی در فضای کسب و کار به رشته تحریر در آمده و از نظرات دانشمندان و صاحب نظران مکاتب و مذاهب مختلف استفاده شده است تا بتواند موجب ارتقای عملکرد واحدها، توسعه‌ی منابع انسانی و سازمان‌ها گردد.

اخلاق حرفه‌ای شاخه‌ای مهم از اخلاق کاربردی است که پرداختن به آن از ضرورت‌های زندگی در جوامع بد و نابه‌جار است، براین اساس مجموعه قواعد و اصول اخلاقی باید در هر دو حرفه رعایت و اختلافات بیشتر مورد توجه قرار گیرد.

یکی از عوامل کم رنگ شدن اخلاق در روابط انسانی غفلت از ارزش‌های والای انسانی است. این نگرش باعث می‌شود انسان موجودی کم اهمیت به نظر بیاید و ناخودآگاه بسیاری از حقوق قانونی و اخلاقی او نادیده گرفته شود برعکس توجه به جایگاه بالای انسان، حس احترام به بشر و رعایت رفتار اخلاقی نسبت به او را بر می‌انگیزد. بین صفی‌ها شخصی از انسان و نوع رفتار او با افراد بشر رابطه‌ی معناداری وجود دارد توجه دادن به استعدادها و ظرفیت‌های نهفته در انسان و جایگاه بالای او در آفرینش، الزوم براین که هوش اخلاقی را پایدارتر می‌کند می‌تواند از سویی نوع احترام به رفتار اخلاقی مدارانه نسبت به انسان‌ها را در افراد برانگیزد و از دیگر سو انگیزه برای تربیت انسان‌های بد رفتار و غیر اخلاقی را افزایش دهد.

هدف دیگر تحریر این کتاب شناسایی اصول اخلاق حرفه‌ای حاکم بر کار

مدیران و کارگزاران در محیط کسب و کار است که چگونه رعایت صداقت و تعهد و جبران خدمات کارکنان «با شرط رعایت عدالت» در ارتقاء کارکنان نقش پیشرفته در محیط کسب و کار دارد. رعایت اخلاق نقش مهمی در موفقیت مدیران و تقویت خودی (شخصیت) ایفا می‌نماید به گونه‌ای که اصول رایج شناخته شده در حوزه اخلاق حرفه‌ای در وظایف مختلف مدیران در قبال منابع انسانی سازمان و یا محیط کسب و کار نمود پررنگی می‌یابد.

در خاتمه چون سخن از تقویت خودی آمد، عواملی را که موجب تقویت شخصیت (تقویت خودی) از نظر اقبال لاهوری می‌گردد متذکر می‌شویم :

- عشق

- فقر (بی‌اعتنائی مطلق به پادشاهان جهان)

- غیرت

- تحمل و بردباری (تولرانس)

- کسب روزی حلال (از راه مشروع زندگی کردن)

- شرکت کردن در فعالیت‌های خلاقانه

در نهایت از خوانندگان محترم انتظار می‌رود مندرجات کتاب را با دقت نظر بررسی نموده و اگر اشکال و ایرادی به نظرشان رسید با ارشاد و راهنمایی خودشان ما را بی‌بهره نگذارند.

هر که نقص خویش را دید و شناخت اندر استكمال خود دو اسبه تاخت