

۱۷۹۲۹۷۵



دانشگاه اصفهان

اخلاق کسب و کار

دکتر محسن فرهادی نژاد

استادیار گروه مدیریت

دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری

مینا کاظمیان

سرشناسه	فرهادی نژاد، محسن، ۱۳۵۲ - Farhadi Nejad, Mohsen
عنوان و نام پدیدآور	اخلاق کسب و کار / محسن فرهادی نژاد، مینا کاظمیان
مشخصات نشر	سمنان: دانشگاه سمنان، انتشارات، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	۲۵۷ ص: جدول.
شابک	978-600-8424-71-0
وضعیت فهرست نویسی	فیپا
یادداشت	واژه نامه.
یادداشت	نمایه.
موضوع	اخلاق کسب و کار : موضوع: Business ethics
موضوع	اخلاق حرفه ای : موضوع: Professional ethics
شناسه افزه	کاظمیان، مینا، ۱۳۷۲ -
شناسه افزوده	دانشگاه سمنان. انتشارات
رده بندی کنگره	۱۳۹۷ ۳ الف ۴ / HF۵۳۸۷
رده بندی دیویی	۱۷۰
شماره کتابشناسی ملی	۴۱۰ ۵۳۹



سازمان اسناد و کتابخانه ملی

اخلاق کسب و کار

دکتر محسن فرهادی نژاد، مینا کاظمیان

نوبت چاپ: اول - پاییز ۱۳۹۷

طرح جلد: اسماعیل شجاعی

ناشر: انتشارات دانشگاه سمنان

شمارگان: ۴۰۰ جلد

قیمت: ۲۴۰/۰۰۰ ریال

ISBN: 978-600-8424-71-0



شابک:

حق چاپ محفوظ و متعلق به انتشارات دانشگاه سمنان می باشد.

مراکز پخش: سمنان، روبروی پارک سوکان، پردیس شماره ۱ - انتشارات دانشگاه سمنان

تلفن انتشارات: ۰۲۳۳۶۵۴۱۴۲ و ۰۲۳۳۱۵۳۳۷۰ وب سایت: www.press.semnan.ac.ir

تهران: میدان انقلاب، ابتدای خیابان ۱۲ فروردین، پلاک ۹، تلفن: ۰۲۱۶۶۹۶۶۱۱۴ - انتشارات سیمای دانش

«فهرست مطالب»

پیشگفتار	۷
فصل اول: مفاهیم اساسی	۹
مقدمه	۹
۱- دلایل اهمیت اخلاق و پرداختن به آن	۱۰
۲- تعریف اخلاق و اخلاقی حرفه‌ای	۱۴
۳- سیر تکامل اخلاق حرفه‌ای	۱۷
۴- کارکردهای مورد انتظار از اخلاقی حرفه‌ای	۱۸
۵- اصول اخلاق حرفه‌ای	۲۱
۶- برخی فرضیات غلط در باب نقش و جایگاه اخلاق حرفه‌ای	۲۲
۷- نظریه‌های اخلاقی	۲۳
۷-۱- اخلاق خیر اکبر، فایده‌گرا یا نتیجه‌گرا	۲۵
۷-۲- اخلاق جهان‌شمول یا وظیفه‌گرایانه	۲۶
۷-۳- اخلاق پرهیزکارانه یا فضیلت‌گرایانه	۲۸
جمع‌بندی	۲۹
فصل دوم: اخلاق کسب و کار در سطح فرد	۳۱
مقدمه	۳۱
۱- فرآیند رشد اخلاقی افراد	۳۳
۲- جرایمی زیست اخلاقی	۴۰
۳- چگونگی زیست اخلاقی	۴۴
۳-۱- ضوابط و معیارهای عمل اخلاقی	۴۴

۴۶	۲-۲- جعبه ابزار عمل اخلاقی
۵۸	۳-۲- هوش اخلاقی
۶۰	۳-۳-۱- ابعاد و مؤلفه‌های هوش اخلاقی
۶۲	۳-۳-۲- تاثیر هوش اخلاقی بر بهبود عملکرد و موفقیت سازمان
۶۴	۳-۳-۳- پرورش هوش اخلاقی در سازمان
۶۷	۳-۳-۴- مثلث هوش اخلاقی
۶۹	۴- دوراهی‌های اخلاقی
۷۰	۴-۱- تعریف دوراهی‌های اخلاقی
۷۰	۴-۲- روش‌های دوراهی‌های اخلاقی
۷۱	۴-۳- روش‌های مواجهه با دوراهی‌های اخلاقی
۸۰	۴-۴- قانون پرستی اخلاقی و رُئی‌نگری اخلاقی
۸۴	۵- اصول پنجگانه قدرت بریت‌حدس برای افراد
۹۳	جمع‌بندی
۹۵	فصل سوم: اخلاق کسب و کار در سطح سازمان
۹۵	مقدمه
۹۶	۱- انواع اخلاقیات در حوزه سازمان و مدیریت
۹۷	۱-۱- اخلاق کار
۹۷	۱-۲- اخلاق حرفه‌ای
۹۸	۱-۳- اخلاق کسب و کار
۹۸	۱-۴- اخلاق مدیریت
۱۰۳	۲- مسائل اخلاقی در مدیریت و ویژگی‌های آن‌ها
۱۰۶	۳- ابعاد رفتار غیراخلاقی در سازمان
۱۰۶	۳-۱- تعاریف رفتار غیراخلاقی
۱۰۷	۳-۲- مصادیق رفتار غیر اخلاقی

- ۳-۳- دلایل رفتار غیراخلاقی ۱۰۸
- ۴-۳- پیامدهای رفتار غیراخلاقی در سازمان ۱۱۲
- ۵-۳- راهکارهای مدیریت رفتار غیراخلاقی ۱۱۳
- ۴- موانع رشد اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها ۱۱۵
- ۵- مدل رشد اخلاقی شرکت ۱۳۷
- ۶- چگونگی ایجاد سازمان اخلاقی ۱۴۲
- ۱-۶- موردی از کارکنان اخلاقی ۱۴۴
- ۲-۶- رد فرآیندهای اخلاقی ۱۵۰
- ۳-۶- تدوین و ملیاتی برای منشور اخلاقی ۱۵۳
- ۱-۳-۶- فرآیند تدوین منشور اخلاقی ۱۵۴
- ۲-۳-۶- فرآیند عملیاتی نمود منشور اخلاق ۱۵۶
- ۳-۳-۶- نمونه‌هایی از منشور اخلاقی ۱۵۶
- ۴-۶- آموزش اخلاقیات ۱۶۱
- ۵-۶- مدیریت اخلاقیات ۱۶۲
- ۶-۶- تعیین متولی اخلاقیات سازمانی ۱۶۴
- ۷-۶- فراهم ساختن شرایط سوت‌زنی سازمانی ۱۶۴
- ۱-۷-۶- تعریف سوت‌زنی سازمانی ۱۶۵
- ۲-۷-۶- ماهیت سوت‌زنی سازمانی ۱۶۶
- ۳-۷-۶- فرآیند سوت‌زنی سازمانی ۱۷۳
- ۴-۷-۶- اقدامات مفید برای استقرار و نهادینه‌سازی سوت‌زنی سازمانی ۱۷۶
- ۵-۷-۶- اشتباهات رایج در فرآیند افشاگری ۱۷۷
- ۸-۶- مدیریت عالی اخلاق‌گرا ۱۸۲
- ۹-۶- رهبری اخلاقی ۱۸۶
- ۱-۹-۶- مؤلفه‌های رهبری اخلاقی ۱۸۹

۱۹۰	۶-۹-۲- مانتریس رهبری اخلاقی
۱۹۵	۶-۹-۳- پیامدهای رهبری اخلاقی
۱۹۷	۶-۱۰-۱- عمل به مسئولیت‌های اجتماعی سازمان
۱۹۸	۶-۱۰-۱- تعاریف مسئولیت اجتماعی شرکت:
۲۰۰	۶-۱۰-۲- ضرورت‌ها و پیامدهای مسئولیت اجتماعی شرکت
۲۰۳	۶-۱۰-۳- ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت
۲۱۵	۶-۱۰-۴- مدل مسئولیت اجتماعی کارول
۲۱۷	۶-۱۰-۵- مصادیقی از نمونه‌های جهانی پیشرو در زمینه انجام مسئولیت‌های اجتماعی
۲۲۸	۷- اصول پنجگانه مدیریت اخلاقی در سازمان‌ها
۲۳۵	جمع‌بندی و سخن پایانی
۲۳۷	فهرست منابع
۲۴۹	واژه‌نامه
۲۵۳	نمایه موضوعی

پیشگفتار

وجود تعدد آثار مکتوب در خصوص یک موضوع، دست کم دو فرصت مناسب برای علاقمندان به نگارش و علاقمندان به مطالعه در آن حوزه فراهم می‌سازد. فرصت نخست اینکه حجم قابل توجهی از مطالب را به مؤلفان عرضه می‌کند و آنها را در گردآوری مطالب متنوع یاری نموده و با رویکردهای مختلف در قلمروی مربوطه آشنا می‌سازد. از طرفی به خوانندگان این فرصت را می‌دهد که از میان آثار گوناگون و با توجه به نوع نیاز و دلایلی‌های خود، مناسب‌ترین اثر را انتخاب نمایند. در زمینه اخلاق کسب و کار و اخلاق حرفه‌ای در حال حاضر با تعدد منابع مکتوب مواجه هستیم که هر یک از منظری خاص به تولید اثر خود پرداخته‌اند. کتاب حاضر که نگارندگان آن از این فرصت مغتنم برخوردار بوده‌اند که تقریباً تمامی کتب مرتبط موجود در کشور بررسی نموده و بعضاً مورد استفاده قرار دهند، با رویکرد تدوین یک کتاب درسی مطلوب (هم به لحاظ حجم و هم از نظر محتوای مطالب) برای دانشجویان کارشناسی ارشد مدیریت تدوین شده است. در تهیه کتاب، پییدمان مطالب آن تلاش شده است مفیدترین مطالب و مبتلا به‌ترین موضوعات اخلاق حرفه‌ای که در سازمان‌ها جریان دارد با ساده‌ترین بیان ارائه شود. هدف این کتاب در کنار فراهم ساختن منبعی نسبتاً جامع برای تدریس در دوره‌های مربوطه، کمک به مدیران و سازمان‌ها برای درک اهمیت اخلاق و فنی نیز آشنا نمودن متولیان اخلاقیات سازمانی با چگونگی پرداختن به اخلاقیات در بستر سازمان و تأثیر دادن به سازمانی اخلاقی‌تر بوده است. از نظر جهت‌گیری انتخاب محتوای کتاب، در این جلد تلاش شده است رویکردی جهانی اتخاذ شود و انشاءالله چنانچه توفیق در آینده نصیب گردد، جلد دوم کتاب به مبانی نظری ایرانی-اسلامی و با رویکرد بومی تألیف خواهد شد. سازماندهی کتاب بر اساس تجربه تدریس در چندین ترم و برگزاری کلاس‌های متعدد قرار دارد که با توجه به تجربه کنونی، بهترین حالت، تمرکز نمودن بحث از مفاهیم اساسی اخلاق که در سایر فصول به کار خواهند آمد و نیز آغاز کار با اخلاق فردی و سپس ورود به قلمروی سازمان و در نهایت آشنایی با چگونگی ایجاد سازمانی اخلاقی است.