



مدیریت اخلاق کسب و کار

ترجمه و تألیف:

دکتر سید علی اکبر احمدی

دکتر حمیدرضا عسگری ده‌آبادی

ویراسته:

دکتر هاشم شمس‌نژاد



کتاب مهریان

Mehraban book

سرشناسه	احمدی، سیدعلی اکبر، ۱۳۳۳ -
عنوان و نام پدیدآور	مدیریت اخلاق کسب و کار / ترجمه و تالیف علی اکبر احمدی، حمیدرضا عسگری ده‌آبادی؛ ویراسته هاشم شمس‌نژاد.
مشخصات نشر	تهران: موسسه کتاب مهریان نشر، ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری	۴۰۴ ص.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۷۳۱۷-۷۳-۰
یادداشت	کتابنامه: ص. ۵۹۴-۵۹۶؛ همچنین به صورت زیرنویس.
موضوع	اخلاق کسب و کار
موضوع	اخلاق حرفه‌ای
موضوع	مدیران -- اخلاق حرفه‌ای
شناسه افزوده	عسگری ده‌آبادی، حمیدرضا، ۱۳۶۶ -
شناسه افزوده	شمس‌نژاد، هاشم
رده بندی کنگره	۱۳۹۲: ۵۳۸۷/۴۳۵ م
رده بندی دیویی	۱۷۴/۴
شماره کتابشناسی ملی	۳۶۹۳۰۱۴

عنوان	مدیریت اخلاق کسب و کار
مولفان	دکتر علی اکبر احمدی، دکتر حمیدرضا عسگری ده‌آبادی
ناشر	مؤسسه کتاب مهریان نشر
صفحه‌آرا	مسین احمدی
طراح جلد	آسیه امسانگر
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۷۳۱۷-۷۳-۰
نوبت چاپ	اول زمستان ۱۳۹۳
تیراژ	۵۰۰ نسخه

دفتر انتشارات: تهران، خیابان انقلاب، خیابان ۱۴ فروردین، خیابان لیاقی‌نژاد، پلاک ۱۸۹
 کدپستی: ۱۳۱۴۹۶۵۲۵۱ | تلفن: ۶۶۹۷۳۱۷۵-۶
 ایمیل و وب سایت: MehrabanPub.com - Info@mehrabanshop.com
 فروشگاه اینترنتی: Ketabemehraban.com

کلیه حقوق و حق چاپ متن و عنوان کتاب که به نشر رسیده است؛ مطابق با قانون حقوق مؤلفان و مصنفان مصوب ۱۳۴۸ محفوظ و متعلق به مؤسسه کتاب مهریان نشر می‌باشد هرگونه رونق‌گشت، تکثیر، کپی برداری به هر شکل (چاپ، فتوکپی، انتشار الکترونیکی) بدون اجازه‌ی کتبی از مؤسسه کتاب مهریان نشر ممنوع بوده و متخلفین تحت پیگرد قانونی قرار خواهند گرفت.

کتاب مهریان

رَوَى عَنْ النَّبِيِّ (ص):

«أَوَّلَ مَا كَتَبَ الْقَلَمُ بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ فَإِذَا كَتَبْتُمْ كِتَابًا فَأَكْتُبُوهَا أَوَّلَهُ وَهِيَ مِفْتَاحُ كُلِّ كِتَابٍ أَنْزَلَ...»
از رسول خدا (ص) روایت شده است که: «اول چیزی که قلم نگاشت، بسم الله الرحمن الرحيم بوده، بنابراین هنگامی که نوشته‌ای را نوشتید آن را در آغازش بنویسید. آغاز هر کتابی که نازل شده، بسم الله بوده است»^۱.

مقدمه

اخلاق از مفاهیم مهم و حیاتی زندگی بشر می‌باشد و اصولاً زندگی بدون آن میسر نیست. اخلاق جایگاهی بسیار عظیم در میان سایر معانی و مفاهیم دارد و فلسفه بعثت ۱۲۴۰۰۰ پیامبر بر شمرده شده است. ضمن بررسی و مطالعه زندگی پیامبران بزرگ الهی در می‌یابیم آنها چگونه در پی ترویج مسئله اخلاق در سطح جوامع بوده‌اند. طبق منابع و مدارک موجود، آنها تمام سرمایه‌های مالی و جانی خود را در طبق اخلاص گذاشتند و با جان و دل همه مشکلات و سختی‌ها را تحمل کردند. آنچه مسلم است اینکه تمام مشقات و سختی‌ها و اهداف و برنامه‌های پیامبران الهی، در راستای فرهنگ سازی مسأله والا و مقدس اخلاق بوده است. یعنی اینکه تمامی تعالیم و مفاهیم انبیای الهی حکم پله‌هایی را دارند که نردبان بلند و پر فرازی را به عنوان اخلاق پدید می‌آورند. بدیهی است که هر چه پله‌های نردبان بزرگ‌تر و پر صلابت‌تر باشد، نردبان نیز قوی‌تر و رفیع‌تر خواهد بود. پیامبر بزرگوار اسلام (ص) می‌فرمایند: «إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ»^۲ یعنی «به راستی که من برای به کمال رساندن مکارم اخلاق مبعوث شده‌ام». پیامبر گرامی اسلام بر «مکارم الاخلاق» تأکید دارند نه «محاسن الاخلاق»، یعنی اخلاق کریم و اخلاق بزرگوارانه. ایشان می‌فرمایند من مبعوث شدم که اخلاق را تکمیل کنم که در آن روح مکرمت هست، یعنی اخلاق بزرگواری و اخلاق آقایی اما نه آقایی به معنای آن سیادت که بر دیگری مسلط بشوم؛ بلکه آقایی‌ای که روح من آقا باشد و از پستی، دنائت، دروغ، غیبت، از تمام صفات رذیله احتراز داشته باشد، خودش را برتر و بالاتر از اینها بداند.^۳

۱. جامع الاخبار و الآثار کتاب القرآن، ج ۲، ص ۶۳۲.

۲. کنز العمال، ج ۳۱، ص ۱۵۱، ج ۲۴۶۳.

۳. مرتضی مطهری، آزادی معنوی، ص ۶۰۲-۵۰۲.

مدیر به کسی گفته می‌شود که مسئول اداره کردن بخش، اداره یا نهادی می‌باشد. وجود مدیر آن قدر مهم و حیاتی است که در صورت عدم آن هیچ گروه و یا سازمانی دوام نمی‌یابد و در مدت زمان کوتاهی به نابودی کشیده می‌شود. حتی اگر کوچک‌ترین گروهی با اعضای دو نفره را هم متصور شویم، باز برای جلوگیری از اخلال و نابودی نیاز به وجود یکی به عنوان رهبر و راهنما دارد. واژه مدیر ما را بیش از هر چیزی به یاد صفت مدیریت خداوند می‌اندازد. به درستی که خداوند اولین و آخرین مدیر جهان هستی است و جهان را مدیریت بی مثال و بلامنازع می‌کند. در توصیف مدیریت خداوند اینکه خداوند گردش افلاک، تغییر فصول، احیای طبیعت، فاصله ستارگان و ... را مدیریت می‌کند و بهترین مدیریت را به معرض نمایش می‌گذارد. مدیریت خداوند تا بدانجا است که موجودی را به نام انسان خلق می‌کند و او را به عنوان خلیفه و جانشین خود بر روی زمین انتخاب می‌نماید.

هر وقت خداوند با این مدیریت محض نسبت به تمام جزئیات هستی باز موجودی را برای مدیریت زمین انتخاب می‌کند، کمال مدیریتش را ثابت می‌کند. حالا بشر برای مدیریت از سوی خداوند اختیار تام گرفته است. شایسته است که الگو و سرمشق مدیریتی برای انسان، مدیریت خداوند باشد و در هر عملش جلوه‌ای از مدیریت پروردگارش را منعکس نماید. متأسفانه انسان‌ها قدر جایگاه مدیریتی خود را بر روی زمین ندانستند و از امتیازی که به تک تک آنها داده شده بود، غافل ماندند.

اکنون اگر از انسان‌ها پرسش کنیم کمتر کسی به یادش است که چه جایگاه مهمی بر روی زمین دارد و چه مأموریتی بر عهده اش می‌باشد. خداوند به صورت کلی همه انسان‌ها را جانشین خود بر روی زمین قرار داد و در یک معنی مدیریت عمومی زمین را به همه تفویض کرد. تمام مراحل مدیریت انسان از همین مدیریت عمومی شروع می‌شود و اگر کسی به جایگاه ویژه‌ای هم دست می‌یابد، با این اصل و بنیان دست می‌یابد. شاید مدیران امروزی هم متوجه نباشند که رمز موفقیتشان در چیست و این قوا و بنیه مدیریتی را از کجا به دست آورده اند! همه رمز و رازها و اساس و بنیه‌ها در این است که خداوند اراده کرده موجودی بیافریند و او را جانشین و آئینه تمام نمای خود بر روی زمین قرار دهد. مدیران با استفاده از این موقعیت پیش آمده، گامی جلوتر نهند و از مدیریت عمومی وارد مدیریت جدیدتری شدند.

اکثر کتب مدیریتی که امروزه در دنیا یافت می‌شود، مربوط به افول اخلاقیات در تجارت و چگونگی کاهش اعتماد عمومی^۱ به سازمان‌ها و مدیرانشان به علت سوء رفتار آنها می‌باشد. ما از والدین خود یاد گرفته ایم که اعتماد و آبرو^۲، طی سال‌های متمادی کسب می‌شود اما ممکن است به صورت آنی از دست برود. با این وجود، آیا دست اندرکاران کسب و کار باید تمام تلاش خود را صرف حفظ اعتماد ذینفعان، خانواده‌ها و شهروندان کنند؟

در پاسخ به این بحران اعتماد، دانشگاه‌های مختلفی در سراسر جهان در پی طراحی زمینه‌های نوینی هستند که رهبر، مهارت‌های ارتباطی، مبانی مدیریت منابع انسانی و اخلاق را با یکدیگر پیوند دهد و آمیزهای از آنها ارائه کند. انگیزه اصلی ما برای ترجمه و تألیف کتاب حاضر نیز همین نکته بوده است. ما می‌خواهیم مطالعه اخلاق را با شرایط واقعی کار پیوند دهیم. ما در پی این هستیم که به دست اندرکاران کسب و کار کمک کنیم تا اعتمادی که در سال‌های اخیر از دست داده‌اند را اعاده کنند. این کتاب تفاوت‌های چشمگیری با سایر کتاب‌های موجود در زمینه اخلاق کسب و کار دارد. اولاً منبع اصلی برای نگارش کتاب حاضر، کتاب *Managing Business Ethics (Straight Talk about How To Do It Right)* می‌باشد که توسط لیندا تروینو^۳ و کاترین نلسون^۴ نوشته شده است. لیندا تروینو (استاد رفتار سازمانی و اخلاق در دانشکده مدیریت و سازمان دانشگاه پنسیلوانیا^۵ آمریکا) یکی از سرشناس‌ترین محققان در این زمینه می‌باشد و دارای بیش از ۲۵ سال تجربه کاری در زمینه تدریس، مشاوره و سخنرانی در حوزه مسائل مدیریتی و اخلاقی است. کاترین نلسون (عضو هیأت علمی مدرسه بازرگانی فاکس^۶ در دانشگاه تمپل^۷ فیلاデルفیا) می‌باشد که به تدریس مدیریت، اخلاق کسب و کار و مدیریت منابع انسانی مشغول است. پیش از پیوستن به هیأت علمی دانشگاه، خانم نلسون دارای تجربه‌ای ۳۰ ساله در زمینه مشاوره

1. Public Trust
2. Reputation
3. Linda Trevino
4. Katherine Nelson
5. Pennsylvania
6. Fox School of Business
7. Temple University

تخصصی مدیریت و ارتباطات در شرکت‌های مختلف بوده است. ثانیاً رویکرد این کتاب، رویکرد عملگرا^۱ است و پاسخی مستقیم به انتقادات و شبهاتی دارد که ممکن است از سوی دانشجویان، کارکنان و مدیران شرکت‌ها مطرح گردد. ایده اصلی کتاب حاضر عبارت است از: «به ما بگو باید چه چیزهایی بدانیم تا افراد را به صورت اثربخش مدیریت کنیم؟».

کتاب حاضر با این فرض شروع می‌شود که اخلاق در سازمان‌ها با «رفتار افراد در آن سازمان‌ها» ارتباط دارد. ما اعتقاد داریم که رفتار افراد نتیجه تعدادی از عوامل است و بسیاری از این عوامل می‌توانند تحت تأثیر سازمان و مدیران آن قرار گیرند. این کتاب مشتمل بر فصل‌هایی درباره افراد، مدیریت در بافت سازمانی، فعالیت سازمان در محیط، بحران‌های اخلاقی پیش روی مدیران و چگونگی پشت سر گذاشتن این بحران‌ها می‌باشد. به علاوه، عوامل فلسفی و روان‌شناختی تصمیم‌گیری، فرهنگ اخلاقی، چگونگی اثرگذاری بر رفتار کارکنان از طریق رهبری اخلاقی، نحوه فعالیت سازمان‌ها برای تشویق رفتارهای اخلاقی و مسئولیت اجتماعی و اخلاق کسب و کار بین‌المللی^۲ نیز در این کتاب مورد بحث قرار گرفته است. ثالثاً ما ترکیب مختلف و جدیدی از مثال‌ها را به کار برده‌ایم. اکثر کتب موجود در زمینه اخلاق کسب و کار، بر بحران‌های سطح بالا (یعنی بحران‌های اخلاقی موجود در سطح شرکت) تمرکز کرده و سؤالات کلان مطرح می‌سازند. هرچند ممکن است این سؤالات جالب توجه باشند ولی اکثریت دانشجویان و کارکنان با آنها مواجه نخواهند شد و بنابراین برای آنها موضوعیت ندارد. به هر حال، اغلب کارکنان با مسائلی در زمینه استخدام، مدیریت، ارزیابی عملکرد، نظم و انضباط، اخراج، انگیزش، تولید محصولات با کیفیت و برخورد منصفانه و ارزش آفرین با مشتریان، فروشندگان و دیگر ذینفعان روبرو هستند. تمامی مثال‌های فرضی در کتاب حاضر بر مبنای رویدادهای واقعی قرار دارند که در گوشه‌ای از دنیا اتفاق افتاده است. رابعاً این کتاب از دیدگاه دانشجویان نوشته شده است و حاوی آخرین پژوهش‌ها در زمینه اخلاق و رفتار سازمانی می‌باشد. خامساً ما اعتقاد داریم که پیاده‌سازی کتاب حاضر در عرصه عمل، بسیار سهل و آسان است زیرا از انعطاف‌پذیری بالایی برخوردار می‌باشد. یکی از نقاط قوت این کتاب، سعی در ترکیب آموزه‌های ارزشمند دین مبین اسلام و روایات وارده از پیامبر

اسلام (ص) و ائمه معصومین (ع) با نظریه‌های مدیریتی و اخلاقی و ارائه آمیخته‌ای نسبتاً جدید از آنها می‌باشد. اساتید محترم دانشگاه‌ها می‌توانند کتاب حاضر را به عنوان منبع درسی، در کلاس‌های رفتار سازمانی تدریس نمایند. در این کتاب مثال‌های بسیار جالبی آمده است که می‌تواند موضوع بحث‌های جذاب در کلاس‌های دانشگاه‌ها باشد. امکان دارد شما نیز با بحران‌های اخلاقی و کاری مطرح شده در این کتاب مواجه شده باشید. فقط قبل از مطالعه این کتاب پیشنهاد می‌کنیم این نکته را به خاطر داشته باشید که: «صرف نظر از بزرگی یا کوچکی سازمانی که در آن فعالیت می‌کنید، شما یک چرخ دنده کوچک در چرخ بزرگ سازمان نیستید. شما نه تنها این قدرت را دارید که رفتار و دانش اخلاقی خود را تغییر دهید، بلکه می‌توانید رفتار و خلق و خوی افرادی که دور و برتان کار می‌کنند را نیز عوض کنید. پس با تمام قوا از این قدرت استفاده کنید».

مؤلفان کتاب سعی کرده‌اند با بهره‌گیری متون و پژوهش‌های دسته‌اول و جدید در عرصه مدیریت اخلاق کسب و کار و ترکیب آنها با آموزه‌های ناب و ارزشمند دین مبین اسلام، گام کوچکی در راه ارتقای اخلاق در سازمان‌های کشور عزیزمان بردارند. در پایان نیز یادآور می‌گردد که علیرغم تمامی دقت نظرهای اعمال شده در نگارش کتاب حاضر، باز هم ممکن است خطاهای احتمالی و سهوی در کتاب وجود داشته باشد که از خوانندگان گرامی استدعا دارد نقطه نظرات ارزنده خویش را از طریق آدرس پست الکترونیک hamid.askari66@gmail.com منعکس نمایند.

دکتر سید علی اکبر احمدی

(استاد دانشگاه پیام نور)

دکتر حمید رضا عسگری ده آبادی

(مدرس، مشاور و پژوهشگر مدیریت)

۳	مقدمه
۱۵	فصل اول: کلیاتی درباره مدیریت اخلاق کسب و کار
۱۵	هدف رفتاری فصل
۱۵	مقدمه
۲۰	ورشکستگی مالی سال ۲۰۰۸
۲۰	وام گرفتن ارزان بود
۲۱	سرمایه‌گذاری در دارایی‌های غیرمنقول بسیار رایج شد
۲۲	شرایط اخذ وام‌های رهنی بسیار راحت شد
۲۳	بانک‌ها به تضمین وجوه پرداختند
۲۴	کنار گذاشتن شکاکیت نسبت به اخلاق کسب و کار
۳۰	آیا می‌توان اخلاق کسب و کار را تدریس نمود؟
۳۳	آیا کارکنان بد کردار (سیب‌های بد)، دلیل مشکلات اخلاقی سازمان‌ها هستند؟
۳۵	آیا کارکنان نباید تفاوت بین درست و غلط را بدانند؟
۳۶	آیا خلق و خوی افراد بالغ و بزرگسال، به طور کامل شکل گرفته و دیگر قابل تغییر نیست؟
۳۸	تعریف اخلاق
۴۲	این کتاب راجع به مدیریت اخلاق در کسب و کار است
۴۳	رابطه اخلاق و قانون
۴۵	چرا باید اخلاقی باشیم؟ چرا دنبال درد سر هستیم؟ چه کسی مراقب است؟
۴۶	چه کسانی مراقب حفظ اخلاق هستند؟ انگیزه و محرک اخلاق چیست؟
۴۸	کارکنان مراقب اخلاق هستند
۴۸	مدیران مراقب اخلاق هستند
۵۰	رهبران اجرایی، مراقب اخلاق هستند
۵۱	صنایع مختلف، مراقب اخلاق هستند
۵۱	جامعه مراقب اخلاق است (مسئولیت تجاری و اجتماعی)
۵۲	اهمیت اعتماد
۵۵	اهمیت ارزش‌ها

۵۸	سطوح اخلاق کسب و کار
۵۹	نقشه کلی نظریه‌های اخلاق کسب و کار
۶۳	فرایند مدیریت اخلاق کسب و کار
۶۴	نتیجه‌گیری
۶۵	سؤالات فصل اول
۶۷	ضمیمه فصل اول: ضریب شکایت
۶۹	فصل دوم: یک رویکرد تجویزی برای تصمیم‌گیری درباره آنچه که درست است
۶۹	هدف رفتاری فصل
۷۰	مقدمه
۷۰	اخلاق و افراد
۷۱	معضلات اخلاقی (معمای‌های غامض اخلاقی)
۷۲	ویژگی‌های مسائل اخلاقی در کسب و کار
۷۴	رویکردهای تجویزی برای تصمیم‌گیری اخلاقی در کسب و کار
۸۸	هشت گام برای وارد کردن تصمیم‌گیری اخلاقی در کسب و کار
۹۷	اخلاق سازمانی از دیدگاه حضرت علی (ع) در نهج‌البلاغه
۱۰۷	توصیه‌های اخلاقی در نامه حضرت امام علی (ع) به فرزندشان امام حسن (ع)
۱۱۴	اخلاق سازمانی از دیدگاه امام سجاد (ع) در دعای مکارم الاخلاق و کتاب شریف اصول کافی
۱۲۵	اخلاق و رعایت حقوق از دیدگاه رساله حقوقی امام سجاد (ع)
۱۴۱	درمان بازدارنده کاربردی
۱۴۵	نتیجه‌گیری
۱۴۵	سؤالات فصل دوم
۱۴۷	ضمیمه فصل دوم: شناسایی ارزش‌ها
۱۴۷	فصل سوم: یک رویکرد روان‌شناختی برای تصمیم‌گیری درباره آنچه که درست است
۱۴۹	هدف رفتاری فصل
۱۵۰	مقدمه
۱۵۰	آگاهی اخلاقی و قضاوت اخلاقی
۱۵۹	تفاوت‌های فردی، قضاوت اخلاقی و رفتار اخلاقی
۱۶۰	سبک تصمیم‌گیری اخلاقی
۱۶۱	نظریه رشد اخلاقی
۱۷۰	آیا مردان با زنان تفاوت دارند؟

۱۷۱	تفکر و اقدام اصولی خودمختار
۱۷۳	مرکز کنترل
۱۷۴	مکياولی گری
۱۷۷	رهایی از قیود اخلاقی
۱۷۹	تسهیل کننده‌ها و موانع قضاوت اخلاقی خوب
۱۷۹	تفکر درباره گردآوری حقایق
۱۸۰	تفکر درباره نتایج
۱۸۱	نتایج به عنوان یک ریسک
۱۸۳	تفکر درباره تقوا و درستی
۱۸۵	خطاهای ناخودآگاه
۱۸۶	نقش احساسات و هیجانات در تصمیم‌گیری اخلاقی
۱۸۹	حرکت به سوی اقدام اخلاقی
۱۹۰	نتیجه‌گیری
۱۹۰	سوالات فصل سوم
۱۹۲	ضمیمه فصل سوم: درک توسعه اخلاقی
۱۹۳	فصل چهارم: معرفی مشکلات و مسائل اخلاقی رایج در افراد
۱۹۳	هدف رفتاری فصل
۱۹۴	مقدمه
۱۹۶	شناسایی ارزش‌ها و بیان کردن آنها
۱۹۹	مسائل مربوط به افراد (منابع انسانی)
۲۱۲	تضاد منافع
۲۱۶	مسائل مربوط به اطمینان مشتریان
۲۲۱	استفاده از منابع سازمانی
۲۲۵	افشاگری در هنگامی که همه اطرافیان دروغ می‌گویند
۲۲۸	شما چه زمانی در سوت می‌دمید؟ (چه هنگامی، اقدامات غیر اخلاقی را گزارش می‌دهید؟)
۲۲۹	چگونه در سوت بدمید؟ (به چه نحوی، اقدامات غیر اخلاقی را گزارش دهید؟)
۲۳۳	نتیجه‌گیری
۲۳۴	سوالات فصل چهارم
۲۳۵	ضمیمه فصل چهارم: مورد کاوی
۲۳۹	فصل پنجم: نهادینه سازی اخلاق به منزله فرهنگ سازمانی

۲۳۹	هدف رفتاری فصل
۲۴۰	مقدمه
۲۴۱	اخلاق سازمانی به عنوان یک فرهنگ
۲۴۷	فرهنگ اخلاقی به منزله یک چارچوب چندسیستمی
۲۴۹	رهبری اخلاقی
۲۶۱	گونه‌های دیگر سیستم‌های فرهنگی رسمی
۲۷۶	سیستم‌های فرهنگی غیررسمی
۲۸۴	جو سازمانی عاملی برای ایجاد انصاف، مهربانی، انسان دوستی و اصولگرایی
۲۸۶	توسعه و تغییر فرهنگ اخلاقی
۲۸۹	یک رویکرد فرهنگی به تغییر اخلاق سازمان
۲۹۸	اخلاق مدیریت اخلاق سازمانی
۲۹۸	نتیجه‌گیری
۲۹۹	سؤالات فصل پنجم
۳۰۰	ضمیمه فصل پنجم: موردکاوی در خصوص تغییر فرهنگ در تگزاکو
۳۰۵	فصل ششم: مدیریت اخلاقیات و تبعیت از قانون
۳۰۵	هدف رفتاری فصل
۳۰۶	مقدمه
۳۰۶	ساختاردهی به مدیریت اخلاق
۳۱۴	اشاعه اخلاق
۳۴۳	استفاده از سیستم پاداش برای تقویت پیام اخلاقی
۳۴۵	ارزیابی برنامه اخلاق
۳۴۷	رویکردهای ارزش‌ها یا تبعیت از قانون
۳۴۹	جهانی سازی برنامه اخلاق
۳۵۱	نتیجه‌گیری
۳۵۱	سؤالات فصل ششم
۳۵۳	ضمیمه فصل ششم: در این تصویر چه چیزی اشتباه است؟
۳۵۵	فصل هفتم: مدیریت برای ایجاد و گسترش رفتار و منش اخلاقی
۳۵۵	هدف رفتاری فصل
۳۵۶	مقدمه
۳۵۶	در عرصه کسب و کار، اخلاق با رفتار سر و کار دارد

۳۵۸.....	شخصیت اخلاقی چند گانه ما.....
۳۶۱.....	پاداش و تنبيه.....
۳۷۹.....	افراد از هنجارهای گروه پیروی می کنند.....
۳۸۲.....	افراد، قوانین وضع شده را برآورده می سازند.....
۳۸۸.....	پیروی از مقامات مافوق: افراد کاری که به آنها گفته شده را انجام می دهند.....
۳۹۲.....	انتشار مسئولیت پذیری در سازمان ها.....
۴۰۱.....	نتیجه گیری.....
۴۰۳.....	سؤالات فصل هفتم.....
۴۰۵.....	فصل هشتم: مسائل و مشکلات اخلاقی رایج در مدیران.....
۴۰۵.....	هدف رفتاری فصل.....
۴۰۶.....	مقدمه.....
۴۰۶.....	مشارکت مدیران و کارکنان.....
۴۱۰.....	مدیریت «اصول و بنیان ها».....
۴۲۴.....	مدیریت نیروی کار متنوع.....
۴۳۰.....	مدیران به عنوان یک لنز.....
۴۳۶.....	مدیریت رو به بالا و عرضی (هم رده).....
۴۴۲.....	ویژگی های اخلاقی حاکمان از منظر افلاطون.....
۴۴۷.....	نتیجه گیری.....
۴۴۸.....	سؤالات فصل هشتم.....
۴۴۹.....	ضمیمه فصل هشتم: مورد کاوی های قابل تأمل.....
۴۵۱.....	فصل نهم: مسئولیت اجتماعی شرکت ها.....
۴۵۱.....	هدف رفتاری فصل.....
۴۵۲.....	مقدمه.....
۴۵۳.....	چرا مسئولیت اجتماعی شرکت ها اهمیت دارد؟.....
۴۶۲.....	گونه های مسئولیت اجتماعی شرکت.....
۴۶۹.....	نتایج نهایی سه گانه و ارتباط آنها با پایداری محیطی.....
۴۷۳.....	آیا کسب و کارهایی که از نظر اجتماعی مسئولیت پذیرند، کسب و کارهای خوبی هستند؟.....
۴۸۷.....	نتیجه گیری.....
۴۸۷.....	سؤالات فصل نهم.....
۴۸۸.....	ضمیمه فصل نهم: مورد کاوی.....

فصل دهم: مسائل و مشکلات اخلاقی رایج در سازمان‌ها.....	۴۸۹
هدف رفتاری فصل.....	۴۸۹
مقدمه.....	۴۹۰
مدیریت ذینفعان.....	۴۹۱
اخلاق و مصرف‌کنندگان.....	۴۹۳
اخلاق و کارکنان.....	۵۰۷
اخلاق و سهامداران.....	۵۱۵
اخلاق و جامعه.....	۵۱۸
چرا مسائل مذکور، مشکل اخلاقی محسوب می‌شوند؟.....	۵۲۰
هزینه‌های ناشی از مسائل و مشکلات اخلاقی در سازمان.....	۵۲۱
نتیجه‌گیری.....	۵۲۲
سوالات فصل دهم.....	۵۲۳
فصل یازدهم: مدیریت برای اشاعه اخلاق و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در محیط جهانی.....	۵۲۵
هدف رفتاری فصل.....	۵۲۵
مقدمه.....	۵۲۶
تمرکز بر مدیر مهاجر.....	۵۲۷
استانداردهای اخلاقی تا چه حد در فرهنگ‌های مختلف با یکدیگر تفاوت دارند؟.....	۵۴۱
توسعه رهنمودها و سیاست‌های شرکتی برای اخلاق کسب و کار جهانی.....	۵۴۲
سازمان در یک محیط کسب و کار جهانی.....	۵۴۶
نتیجه‌گیری.....	۵۵۶
سوالات فصل یازدهم.....	۵۵۶
منابع و مآخذ.....	۵۵۹
واژه‌نامه انگلیسی به فارسی.....	۵۹۷