

جزوء اخلاق حرفه ای در مدیریت با رویکرد اسلامی

مؤلف: دکتر محمد مهدی پرهیزگار و روح الله حسینی

نام درس : اخلاق حرفه ای در مدیریت با رویکرد اسلامی

رشته: مدیریت بازرگانی و مدیریت صنعتی

مقطع : کارشناسی

نیمسال دوم : ۹۵-۹۴



اخلاق حرفه ای در مدیریت با رویکرد اسلامی

(منبع کارشناسی رشته مدیریت)

دکتر محمد مهدی پرهیزگار روح... حسینی

پیشگفتار

ارزشها و فضائل اخلاقی عامل سعادت دنیوی (پیشرفت مادی) و اخروی انسانها و جوامع انسانی است زیرا زندگی فردی و اجتماعی بشر را سامان می دهد و در نهایت عامل رفاه عمومی خواهد شد. اصول اخلاقی در متعالی ترین شکلش در سیره و مدیریت پیامبر اسلام (ص) و ائمه معصومین (ع) متجلی شده و مبنای شناخت حقیقت اخلاقی وجود انسان است. در کتاب سعی شده است با استفاده از تحلیل آیات قرآن کریم و سیره نبی اکرم (ص) و ائمه (ع) و احادیث و روایات، صفات اخلاقی که یک مدیر و یا کارگذار باید داشته باشد تا بتواند جامعه را به سعادت مادی و معنوی برساند، تبیین می کند.

در کتاب حاضر اخلاق و اصول اخلاقی در ادراه جوامع و سازمانها و ابعاد آن مورد بررسی و بازنگری قرار می گیرد. بنابراین تدوین کتاب حاضر جنبه آموزشی و اخلاقی دارد و دانشجویان مدیریت، مدیران سازمانها رادر عمل جهت آشنایی با مدیریت اخلاق مدار یاری می دهد. کتاب حاضر، حاصل بررسیها، تحقیق و پژوهشهای صورت گرفته و همچنین مطالعات توسط نویسندگان می باشد. همچنین تجربیات و اندوختههای نویسندگان در زمان مدیریت کارخانه بر غنای مطالب و اطلاعات افزوده است. امید است دانشجویان با مطالعه کتاب، بخشی از علم و دانش مدیریت در حیطه اخلاقی را فرا گرفته و نیاز دانش اخلاقی آنها را برآورده سازد و موجب تقویت بنیه اخلاقی آنها گردد. کتاب حاضر یکی از معدود کتابهای تألیفی در حوزه مدیریت مبتنی بر اخلاق در اسلام در سطح کارشناسی می باشد که توسط دو تن از نویسندگان تألیف شده است. در این زمینه قبلاً کتابهایی چاپ و منتشر شده است. در این کتاب، مدیریت مبتنی بر اخلاق در اسلام و راهکارهای عملیاتی آن با نگاهی تازه مطرح شده است، علاوه بر بهره گیری از تجارب علمی و عملی خود، از مراجع و منابع معتبر داخلی و خارجی نیز سود جستند. با توجه به اینکه هر اثری ممکن است دارای نقص باشد از خوانندگان محترم انتظار داریم، موارد نقص و یا در صورت تمایل نظرات و پیشنهادات خود را جهت بهبود و ارتقا کیفیت مطالب کتاب اطلاع فرمایند.

درخاتمه از همکاریهای اداری و زحمات صادقانه سرکار خانم فریدنیا، مرضیه

۴ اخلاق حرفه ای در مدیریت با رویکرد اسلامی

حسینی و معصومه یعقوبی صمیمانه قدردانی می‌نماییم.

دکتر محمد مهدی پرهیزگار - روح الله حسینی

اعضای هیات علمی دانشگاه پیام نور

فصل اول: آشنایی با مفهوم اخلاق از منظر اسلام

معنی و مفهوم اخلاق
 اخلاق در اسلام
 اهمیت اخلاق در سازمان
 اهمیت و جایگاه اخلاق در مدیریت
 ریشه های اخلاق اسلامی
 فواید حاکمیت اخلاق در سازمان
 دنیا طلبی و ساده زیستی و پیامدهای آن
 داستان شگفت انگیز سعد بن معاذ
 ارزش های اخلاقی از دیدگاه امام علی (ع)
 مهم ترین نکات در رابطه با اخلاق

فصل دوم: ارزشهای اخلاقی در مدیریت از دیدگاه اسلام

نظام اخلاقی در اسلام و ویژگی های آن
 مدیریت مبتنی بر اخلاق
 الگوی عینی و واقعی اخلاق اسلامی در مدیریت
 برگزیده توصیه های اخلاقی حضرت آیت الله خامنه ای
 ویژگی اخلاقی مدیریت از دیدگاه اسلام
 نکات اخلاقی در سازمان از دیدگاه امام علی (ع):
 اخلاق در مدیریت
 اثرات و پیامدهای حاکمیت اخلاق در مدیریت را نام ببرید.

فصل سوم: اصول اخلاق در قرآن

ارزش های اخلاقی در مدیریت از منظر قرآن
 مطالعه موردی اخلاق در قرآن
 خصوصیات اخلاقی پیامبران الهی در قرآن
 ارزش های اخلاقی و غیر اخلاقی مدیریت در قرآن

فصل چهارم: نقش اخلاق در رضایت مشتری

نقش اخلاق در رضایت مشتری
 مصادیق ضد اخلاقی در رابطه با مشتری
 پیامدهای بی توجهی به اخلاق در ارائه خدمات به مشتری
 رابطه میان اخلاق کار و رضایت مشتری در سازمان
 مبانی و اصول مشتری مداری در اسلام

فصل پنجم: رویکرد اخلاقی در رقابت

قواعد اخلاقی رقابت در اسلام
 مصادیق ضد اخلاقی در رقابت
 بی توجهی به اخلاق در رقابت
 ضرورت و اهمیت اخلاق در رقابت
 علل بروز بحران در رقابت

فصل ششم: اخلاق در ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی

ارتباطات سازمانی مبتنی بر اخلاق
اصول اخلاقی حاکم بر ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی از نظر اسلام
عوامل کاهنده اخلاق در ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی
عوامل رشد اخلاق در ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی
فواید سیستم ارتباطات اخلاقی

فصل هفتم: مسئولیت های اخلاقی در وظایف و نقش های مدیریتی در سازمان

نقش اخلاق در وظایف و عملکرد مدیریت
مسئولیت های اخلاقی - اجتماعی
ضرورت و اهمیت مسئولیت اجتماعی
پیامدهای مسئولیت اجتماعی سازمانها
تصمیم گیری اخلاقی
مولفه های ارزش های اخلاقی در تصمیم گیری
موانع اصلی تصمیم گیری های اخلاقی
سیستم نظارت و کنترل اخلاقی
اصول اخلاقی در طراحی و اجرای سیستم نظارت و کنترل سازمانی از نظر اسلام
فواید سیستم نظارت و کنترل مبتنی بر اخلاق
روش های نظارت و کنترل مبتنی بر اخلاق
انگیزش مبتنی بر اخلاق
عوامل اخلاقی انگیزش از دیدگاه اسلام
سیستم ارزیابی عملکرد مبتنی بر اخلاق
تقسیم کار مبتنی بر اخلاق
معیارهای اخلاقی در تقسیم کار در سازمان از نظر اسلام
سیستم استخدامی و جذب اخلاقی از نظر اسلام
ارزش های اخلاقی در جذب و استخدام
معیارهای اخلاقی در انتخاب، استخدام و انتصاب
سیستم اخلاقی پرداخت حقوق و دستمزد از نظر اسلام
معیارهای اخلاقی در پرداخت حقوق و دستمزد از نظر اسلام

فصل هشتم: تجارت مبتنی بر اصول اخلاقی از نظر اسلام

لسفه اخلاقی مدیریت و کارگزاران در اسلام
اصول اخلاقی در تجارت
اهداف تجارت اخلاق و اسلامی
احکام تجارت
پیامدهای صداقت و دروغ در تجارت و معاملات بازرگانی
اصول اخلاقی در تجارت
عوامل غیر اخلاقی در تجارت
پیامدهای صداقت و دروغ در تجارت و معاملات بازرگانی
فواید تجارت مبتنی بر اخلاقی

عوامل موثر در توسعه تجارت و موفقیت در تجارت
قراردادهای تجاری
ویژگی های اخلاقی قراردادهای تجاری
نکات اخلاقی در امر بازاریابی و تبلیغات تجاری
اهمیت تولید و تجارت از دیدگاه اسلام
نکاتی در باب تجارت در قرآن:

فصل اول

آشنایی با مفهوم اخلاق از منظر اسلام

الف- هدف کلی فصل

در این فصل هدف اصلی، آشنایی دانشجویان با مفهوم اخلاق از منظر اسلام می‌باشد.

ب- هدف‌های رفتاری فصل

پس از مطالعه این فصل، انتظار می‌رود دانشجویان بتوانند:

- با معنی و مفهوم اخلاق آشنا شوند.
- با اخلاق در اسلام آشنا شوند.
- با اهمیت و ضرورت اخلاق در اسلام آشنا شوند.
- با مهم‌ترین ارزش‌های اخلاقی در جامعه اسلامی آشنا شوند.
- با ارزش‌های اخلاقی از دیدگاه امام علی (ع) آشنا شوند.
- با مهم‌ترین نکات در رابطه با اخلاق آشنا شوند.
- با پیامد عدم توجه به اخلاق و ارزش‌های اخلاقی در جامعه آشنا شوند.
- با نهادینه کردن اخلاق از نظر اسلام آشنا شوند.

قاعده طلایی اخلاق در جامعه بشری

امام علی (ع): آنچه را که برای خود می‌پسندی برای دیگران هم بپسند و آنچه را که برای خود نمی‌پسندی برای دیگران هم نپسند و آنگونه که دوست نداری به تو کسی ستم کند به کسی ستم نکن و همانگونه که دوست داری به تو نیکی شود نیکوکار باش. (نهج البلاغه نامه ۳۱)

معنی و مفهوم اخلاق

واژه اخلاق^۱ گاهی به معنای خُلق و خو، رفتار عادت شده به کار می‌رود. معنای دیگر این واژه، دانشی است که از حُسن و قُبْح و خوبی و بدی رفتار بحث می‌کند (رضی، ۱۳۹۲، صص: ۱۱-۱۰). به عقیده حسینی منش، صادقیان و اسلامی^۲ اخلاق و تعهد سازمانی یک رویکرد جدید در برخورد با مسائل پیچیده فردی و اجتماعی به ویژه در سازمانها، است. پولتون^۳ اخلاق را در قالب اخلاق توصیفی، اخلاق هنجاری و اخلاق کاربردی که شاخه ای از اخلاق هنجاری بشمار می‌آید دسته بندی کرد. (فیض، ۱۳۹۵) مفهوم لغوی واژه اخلاق عبارت است از خوی، سرشت، طبیعت باطنی یا سرشت درونی انسان و در فرهنگ لغت دکتر معین آن را دانش بد و نیک، خویها و تدابیر انسان برای نفس خود یا یک فرد خاص

¹ Ethics

² Hoseyni Manesh, Sadeghian, Eslami, 2015, p: 163

³ Poulton, 2005

تعریف کرده اند. (معین، ۱۳۶۲) مؤلف کشف اصطلاحات الفنون اخلاق را « علم معاشرت با خلق » می داند. خواجه نصیرالدین طوسی، دانشمند بزرگ ایرانی، در سال ۶۳۳ ه. ق کتاب اخلاق ناصری را در خصوص حکمت عملی و اصول اخلاق تألیف کرد و در سال ۹۰۰ ه. ق حسین واعظ کاشی صفات پسندیده و مبانی اخلاقی را در کتابی با نام اخلاق محسنی در چهل باب به رشته تحریر درآورد. ابن مسکویه، مورخ و نویسنده شهیر ایرانی (در عصر دیلمیان)، نیز کتابی در باب مسائل اخلاقی با نام الطهاره فی علم الاخلاق نگاشت. همه اینها نشاندهنده این است که توجه به مسائل اخلاقی در زندگی روزمره از قرن‌ها پیش در کشور ما مطرح بوده است. (علمی، ۱۳۸۷) اخلاق حالتی نفسانی است که بدون نیاز به تفکر، آدمی را به سمت انجام کار و رفتاری سوق می دهد، اگر این حالت نفسانی به گونه ای باشد که کارهای خوب و پسندیده از انسان صادر شود آنرا فضیلت اخلاقی می نامند و اگر افعال بد و ناپسند از انسان صادر شود به آن رذیلت اخلاقی گویند (محمدعلی پور، ۱۳۹۰) اخلاق، مسئولیت پذیری انسان در رفتار ارتباطی است که به رعایت حقوق غیر الزامی از منظر قانونی خود و دیگران معطوف است و اجرای آن کمال و سعادت انسان را در دنیا و آخرت

تأمین می کند. (شعبانی و همکاران، ۱۳۹۳) اخلاق به عنوان مجموعه اصول و استانداردهای نگرشی، رفتاری، گفتاری و ارتباطی گفته می شود که جهت دهنده تفکر، رفتار و عمل افراد در سازمان است

اخلاق در اسلام

اخلاق اسلامی به مجموعه ای از قواعد و ارزش های انسانی گفته می شود که از آموزه های دینی و الهی نشأت می گیرد. یک فرد مسلمان براساس اصول و ارزش های اخلاق اسلامی رفتار و اعمال فردی و اجتماعی خود را تنظیم، کنترل و هدایت میکند و رفتار و اعمال دیگران را مورد ارزیابی قرار می دهد. یکی از اهداف مهم بعثت پیامبر اسلام(ص) و تعالیم امامان معصوم (ع) ترویج، توسعه و نهادینه کردن فضائل و ارزشهای اخلاقی در فرد و اجتماع انسانی است.

اهمیت اخلاق در سازمان

سولومون، اخلاق را نخستین و ضروری ترین چیزی می داند که همه در پی آن بوده و اولین درکی است که از یک زندگی خوب دارند. خوب زیستن، یا به عبارتی یک زندگی ارزشمند. (گوران و گورج، ترجمه امینی فسخودی، ۱۳۸۷) فضایل اخلاقی فطری است،(روم/ ۳۰) ارزش های اخلاقی، اساس و بنای همه ارزش ها در سازمان را تشکیل می دهد زیرا ارزش های اخلاقی به اجرای

استانداردهایی کمک می کند که می تواند افراد را به سوی اقداماتی که از نظر سازمان و جامعه مطلوب است هدایت کند.

موضوعاتی که مربوط به فطرت بشری و ذات انسان است هیچگاه کهنه و بی اصالت نمی شود. اخلاق یکی از این مولفه های فطری است که در نهاد بشر تعبیه شده است و هیچگاه منسوخ نمی شود و در همه زمانها و در همه مکانها و اجتماعات ارزش محسوب شده و کاربرد مهم و موثری در زندگی فردی و اجتماعی انسانها دارند. به عنوان مثال صداقت یکی از اصول اخلاقی است که در اسلام و همه جوامع همواره ارزش تلقی شده و مورد توجه قرار می گیرد. نتایج تحقیق کاویان، (۱۳۸۵) تحت عنوان بررسی اخلاق کار در بخش دولتی و خصوصی نشان داد که تاثیر میزان حقوق و تحصیلات بر اخلاق کار منفی است اما ارتباط مثبتی میان سنوات خدمت و اخلاق کار وجود دارد.

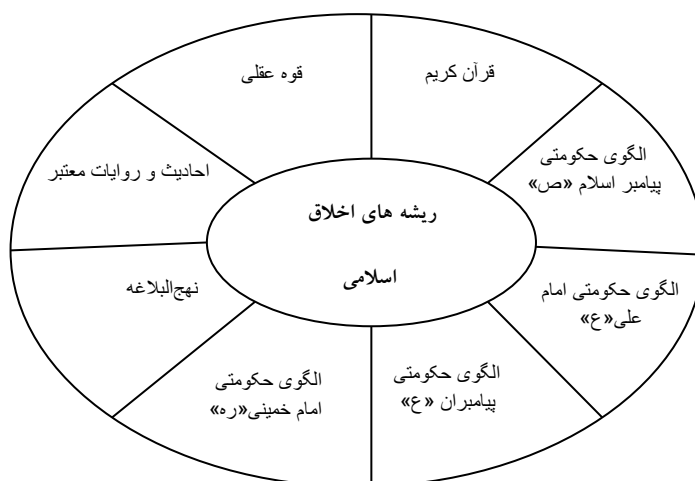
عوامل مؤثر بر اخلاق کار در محیط کار

- عوامل اجتماعی و فرهنگی (عرف جامعه -)
- عوامل فردی (ایمان- تحصیلات- سن- عوامل خانوادگی -علاقه)
- عوامل اقتصادی (صنعتی شدن- دستمزد - بیکاری- تورم)
- عوامل سازمانی (ارتباطات- فرهنگ سازمانی- شرایط کار- زمان کار)
- عوامل مدیریتی (خط مشی و سیاست های مدیریت -نگرش مدیریت-

سبک مدیریت)

ریشه های اخلاق اسلامی

اصول و ارزشهای اخلاقی در اسلام که منشور زندگی سعادت‌مند فردی، اجتماعی و سیاسی انسانها را تدوین و طراحی می‌کند از منابع اسلامی نشأت می‌گیرد و ریشه در آنها دارد که در نمودار زیر ترسیم شده است.



فواید حاکمیت اخلاق در سازمان

در یک جو سازمانی که ارزشهای اخلاقی و اصول اخلاقی رعایت می‌شود روابط بین فردی مبتنی بر اعتماد و صمیمیت زیادی انجام می‌شود و در نهایت محیط کاری لذت بخشی را برای همه افراد ایجاد می‌کند. جو اخلاقی، تعهد سازمانی را تقویت و غیبت و تنفر از کار را کاهش می‌دهد. عموماً افراد متمایل هستند در محیط های کاری مشغول به فعالیت باشند که ارزشهای اخلاقی مورد توجه و رعایت می‌شود.

اخلاق و ارزش های سازمانی از بُعد اجتماعی، به عنوان تنظیم کننده روابط میان انسانهاست و از بُعد مدیریتی عملکردهای مطلوب را در کارکنان تضمین نموده و یک سازمان معنوی به وجود می آورد. از بُعد سازمانی اخلاق به مدیران کمک می کند تا تصمیم بگیرند که چه نقشی از اخلاق در عملکردها و رفتارها، در تصمیم گیریها و انتخاب ها، مهم و تعیین کننده است (الوانی وهمکاران، ۱۳۸۶، ص: ۴۶؛ فیض، ۱۳۹۵).

رعایت قواعد اخلاقی اثرات و پیامدهای مطلوبی برای سازمان در پی دارد که این اثرات را می توان به شرح زیر مطرح نمود :

- ایجاد تصویر ذهنی مثبت از سازمان
- تقویت تعاملات و افزایش اثربخشی ارتباطات فردی و گروهی در

سازمان

- بهبود عملکرد فردی و سازمانی
- حفظ و تقویت رفتارهای مطلوب
- تقویت روحیه و جو کار گروهی
- افزایش صمیمت، دوستی و خیر خواهی در بین افراد

- تقویت امید به آینده بهتر
- کاهش رفتاری نامطلوب و نادرست فردی و اجتماعی (حسادت، غیبت و بدبینی و....)
- افزایش تعهد سازمانی و مسئولیت پذیری کارکنان
- افزایش آرامش و امنیت جسمی، مالی، روحی و روانی در بین کارکنان
- کاهش جرائم و بزهکاری های فردی، اجتماعی و سازمانی
- افزایش انگیزش و رضایت شغلی

بی توجهی به اخلاق در سازمان

بی توجهی به اخلاق در سازمان و عدم رعایت قواعد اخلاقی اثرات و پیامدهای منفی برای سازمان در پی دارد که این اثرات را می توان به شرح زیر مطرح نمود :

- رشوه خواری و دزدی های پنهان و آشکار
- افزایش ترک سازمانی و غیبت شغلی
- افزایش تبعیض و بی عدالتی در ارکان اجرایی

- افزایش سوء ظن، نگرش و برداشتهای منفی
- رابطه گرایی به جای ضابطه گرایی در سیستم
- برخوردهای نامطلوب با ارباب رجوع
- افزایش نزاع، کشمکش و تعارض های قدرت
- افزایش رفتارهای نابهنجار و تقویت روابط منفی
- عدم پیگیری شکایت ها و پاسخگویی
- عدم مشارکت کارکنان در سازمان
- ترجیح منافع فردی بر منافع گروهی و سازمانی
- کاهش عملکرد نیروی انسانی به علت کم کاریهای پنهان و آشکار

بی توجهی به ارزش های اخلاقی در جامعه

اخلاق اجتماعی از مهم ترین موضوعاتی است که ارتباط آدمیان را با خود، با جامعه و تاریخ مطرح می سازد؛ زیرا جامعه می تواند یک تمدن را بسازد نه یک فرد، و اجتماع انسانی پیوسته تاریخ را ساخته و به جلو برده است. آسیب پذیری جامعه ناشی از عدم توجه به اخلاق در ارکان مختلف زندگی فردی یا اجتماعی است زیرا ریشه ی بسیاری از رذایل اخلاقی و آسیب های اجتماعی در عدم

رعایت اخلاق است. براساس آموزه های اسلامی سقوط و بدبختی یک جامعه ناشی از فراموش کردن و بی توجهی به ارزش های اخلاقی و پیشرفت آن به خاطر توجه به ارزش های اخلاقی است.

پیامد عدم توجه به اخلاق و ارزش های اخلاقی در جامعه

- انحطاط جامعه
- افزایش هرج و مرج مانند احتکار و کم فروشی
- انزوای صالحان
- افزایش ناامنی و انحرافات اجتماعی مانند سرقت
- کاهش انسجام جامعه و وحدت
- ناسپاسی و کفران نعمتها
- افزایش ستم، تجاوز و سرکشی

ارزش های اخلاقی در جامعه

اسلام در جامعه ارزش های اخلاقی متعددی را مطرح کرده است که توجه به آنها و رعایت آنها در جامعه سبب ایجاد جامعه سالم با روابط اجتماعی سالم، امنیت و در نتیجه توسعه و پیشرفت در تمامی امور می شود.

در زیر به مهم ترین ارزش های اخلاقی در جامعه اشاره می شود.

- امر به معروف و نهی از منکر: یکی از وظایف مهم اجتماعی هر مسلمانی امر به معروف و نهی از منکر در جامعه است. یعنی اینکه افراد نسبت به انجام گناهان مشهود در جامعه بی تفاوت نباشند. مثال: در مقابل درگیری و نزاع ها و سرقت حداقل کار این است که به پلیس اطلاعات درگیری و سرقت را فوری گزارش کنیم
- همبستگی و حفظ وحدت: وحدت سبب مزیت و اقتدار جامعه و کشور در صحنه بین المللی و به تبع آن افزایش امنیت و توسعه سرمایه گذاری خارجی و روابط بین المللی می شود. وحدت باعث کاهش اختلافات، نزاع و کشمکش است.^۱
- انفاق، کمک و حمایت از محرومین:^۲ انفاق عامل کاهش مشکلات اقتصادی و زیستی هموعان می شود و در رفاه عمومی و کاهش بزهکاریهای جامعه موثر است.

^۱ امام علی(ع) پس از دریافت خبر حمله معاویه به شهر انبار و غارت اموال مردم: به خدا سوگند، هرگز با قومی در میان خانه اش جنگ نشده است، مگر آن که ذلیل و مغلوب گشته اند. پس شما وظیفه خود را به یکدیگر حواله دادید و همدیگر را سست گردانیدید تا این که اموال شما از هر طرف به غارت رفت و سرزمین های شما از تصرفتان خارج گردید. (خطبه ۷۲) از پراکندگی و جدایی حذر کنید که انسان تنها بهره شیطان است، آن گونه که گوسفند تنها، طعمه گرگ است. (خطبه ۱۲۷)

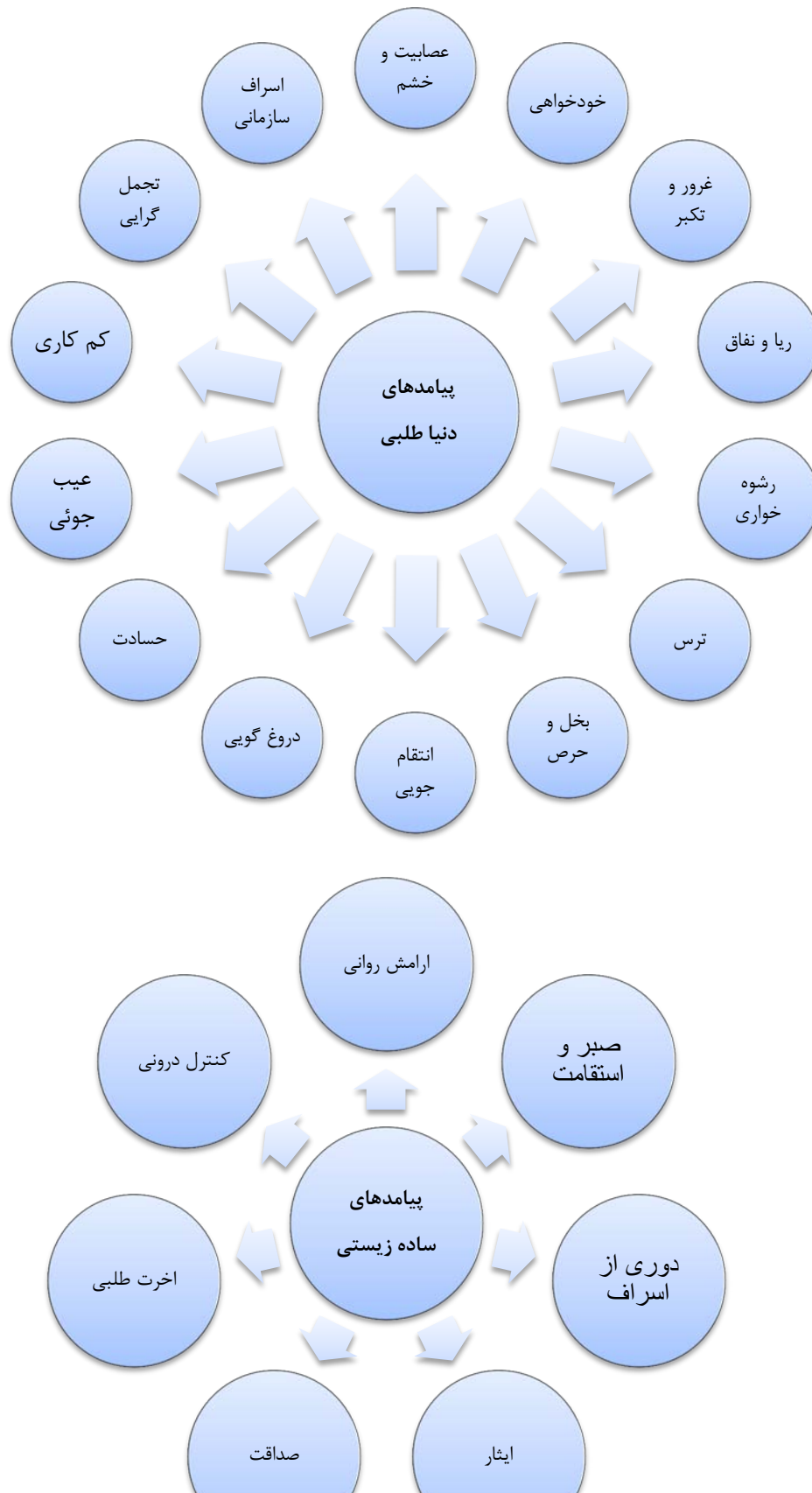
^۲ اگر کسی از شما در خویشاوندان خود خلل و کمبودی مشاهده کند مبادا از رفع آن سرباز زند، چون اگر نبخشید مالش افزون نمی شود. (خطبه ۲۳)

- عدالت: عدالت سبب حمایت از مظلوم و ستم دیدگان در مقابل ظالمن و ستمگران است. عدالت باعث استواری مردم و پیشگیری از خیلی از ناهنجاریهای اجتماعی است.
- احترام به دیگران: در جامعه اسلامی همه باید حقوق همدیگر را رعایت کنند و با احترام رفتار کنند.
- عدم تجسس در زندگی شخصی و خصوصی افراد: مسلمانان نباید در احوال خصوصی همدیگر تحقیق و بررسی کنند و به شدت از تجسس در امور خصوصی افراد پرهیز کنند زیرا به شدت نهی شده است.

دنیا طلبی و ساده زیستی و پیامدهای آن

زندگانی دنیا از دیدگاه انبیا و اولیای الهی موقت و گذرا است بنابراین به چیزهای گذرا نمی شود دل بست و امید داشت. افراد مومن سعی می کنند از دنیا و امکانات دنیا برای آرامش روحی و روانی خود تحت هر شرایطی استفاده کنند. افراد ساده زیست نسبت به دنیا دلبستگی تام ندارند یعنی با نداشتن امکانات کافی ناراحت نمی شوند و با منعم بودن از دنیا نیز زیاد خوشحال و شیفته نمی شوند و این عامل آرام بودن آنها است. اما افراد مادی گرا با به دست آوردن دنیا خوشحال و برای کسب آن به هر صورتی تلاش دارند و عامل خوشبختی خود را در دنیای گذار می دانند و با از دست دادن آن ناراحت و اشفته می شوند. دنیا طلبی مهم ترین عامل و ریشه تمام انحرافات و نابسامانی های اخلاقی انسان در

بعد فردی و اجتماعی محسوب می شود. از دیدگاه امام علی (ع) دنیا طلبی، باعث فتنه و اساس هر لغزشی است.



نهادینه کردن اخلاق

نهادینه کردن اخلاق حرفه‌ای، نیازمند آموزش، مهارت، تجربه و فرهنگ سازی در هر زمینه‌ی کاری و تخصصی است. مؤسسان و رهبران سازمان نقش عمده‌ای در نهادینه ساختن ارزشها اخلاق سازمانی دارند.

برای نهادینه کردن اصول اخلاقی راهکارها و راهبردهای زیر موثر است:

- حمایت مدیران ارشد و عالی سازمان
- نظارت مدیران و روسای سازمانی بر اجرای ارزشهای اخلاقی
- انتشار و ترویج اصول و سیاستهای اخلاقی در قالب تدوین عهدنامه‌های اخلاقی (عهدنامه‌های اخلاقی، منشور اخلاقی سازمان تلقی می شود).

- آموزش و تعلیم به منظور آگاه سازی و افزایش اطلاعات اخلاقی کارکنان
- فرهنگ سازی و تقویت بعد اخلاقی فرهنگ

اخلاق فردی و اجتماعی انسان بر سرنوشتش مؤثر است

داستان شگفت انگیز سعد بن معاذ

براساس روایات سعد ابن معاذ اهل مدینه و از اصحاب پیامبر(ص) بود، در جهاد و خیلی از جنگها حضور فعال داشت و پیامبر را یاری می کرد. پیامبر(ص) همیشه از سعد به نیکویی یاد میکرد و در هنگام فوت او بر او نماز گزارد و بعد از تشییع جنازه با شکوه سعد و چیدن لحد، فرمود فشاری سخت بر او وارد شد! پیامبر علت این مسئله را در بداخلاق بودن با خانواده اش مطرح کرد.^۱

ارزش های اخلاقی از دیدگاه امام علی (ع)

شخص پرهیزکار امانت را سالم به صاحبش بر گرداند و امر معروف و نهی از منکر میکند بخل او را مغلوب نسازد سکوت کند که از لغزش سالم بماند اگر کسی به او ظلم کند صبر میکند تا خدا برایش انتقام گیرد خودش را در رنج انداز تا مردم از او در آسایش باشند از هر که دوری گزینند برای بغض و کینه نیست

^۱ - «أمالی» شیخ، طبع نجف، جلد دوم، جزء پانزدهم، ص ۴۱ و ۴۲ «ایاکم و تهذیب الأخلاق و تصریفها»

بلکه برای پاک نگه داشتن خویش است و نزدیکی به هرکه نرمش و رحمت و رضای پروردگار است هرکه به او ستم کرده از او درگذرد و هرکس از او چیزی دریغ کرده و محتاج او گشته او به آنکس عطا و بخشش کند. (تحف العقول، ص ۱۵۷) چیزی که درباره کسی شنیدی باطل است و تا وقتی که آن را با چشم نبینی قبول مکن. (نهج البلاغه، خطبه ۱۴۱) تقوا در راس همه ارزش های اخلاقی است. (حکمت ۴۱۰) آدمی به گفتارش سنجیده میشود و به رفتارش ارزیابی میگردد. پس چیزی بگو که کفه سخت سنگین شود و کاری کن که قیمت رفتار بالا رود. (الحديث، جلد ۱ ص ۱۹) نسبت به اخلاق حساس باشید به نظر این طور می آید که اگر اخلاق زیرپا گذاشته شود هیچ چیز سالم نمی ماند، نه اعتقادات، نه زندگی، نه سیاست، نه اجتماع و ... (خطبه ۱۷۶) ۴ خداوند نسبت به هیچ چیز این گونه خشم نمی گیرد. هیچ چیز مثل قتل، دولت ها و حکومت ها را به سمت هلاک نمی برد. (نامه ۵۳)

- آنچه اعتبار دارد اخلاق است.
- پرواداری قله اخلاق است
- فقدان ادب و اخلاق علت همه شرور است.
- ارزش یک عمل به اخلاقی بودنش است نه زیادی آن .
- عمل اخلاقی در عالم ماندنی است و خواهد ماند.
- همنشین و همدمی برای انسان مانند اخلاق نیکو وجود ندارد.

- اگر قرار باشد ما در زندگی نسبت به چیزی تعصب داشته باشیم و از آن عبور نکنیم، آن اخلاق است.^۱

مهم ترین نکات در رابطه با اخلاق

- اخلاق رفتار و اعمال فرد و جامعه را کنترل و هدایت می کند.
- اخلاق معیارهایی برای ارزیابی رفتار و عملکرد است.
- اخلاق سیستمی برای توصیف و تشخیص رفتارهای درست و نادرست است.
- اخلاق مجموعه ای از اصول کاربردی برای احترام انسان به خود و به دیگران است.
- اخلاق مجموعه ای از اصول و ارزش هایی معنوی و فطری است.
- اخلاق تعهد درونی و نظارت و خود کنترلی ایجاد می کند.
- اخلاق روح و شالوده دینداری انسان است
- اخلاق، مجموعه ای از ویژگی های رفتاری ثابت و همیشگی مبتنی بر طبیعت و سرشت انسان است

سؤالات تشریحی

۱. اخلاق اسلامی را تعریف کنید.
۲. آثار و پیامدهای بی توجهی به اصول اخلاقی در جامعه را بیان کنید.
۳. عوامل مؤثر بر اخلاق کار را نام ببرید.
۴. اهمیت اخلاق در چست شرح دهید.

^۱ «فَإِنْ كَانَ لَا بُدَّ مِنَ الْعَصَبِيَّةِ.. فَلْيَكُنْ تَعَصُّبُكُمْ لِمَكَارِمِ الْخُصَالِ وَ مَحَامِدِ الْأَفْعَالِ وَ مَحَابِسِ الْأُمُورِ»

۵. ارزش های اخلاقی از دیدگاه امام علی (ع) را شرح دهید.
۶. پیامدهای دنیا طلبی و ساده زیستی در جامعه اسلامی را نام ببرید.
۷. داستان سعد بن معاذ را شرح دهید.

سؤالات تستی

۱. به مجموعه ای از قواعد و ارزش های انسانی گفته می شود که از آموزه های دینی و الهی نشأت می گیرد.
- الف) نهادینه کردن اخلاق
ب) اخلاق اسلامی
ج) روان
د) رحمت الهی
۲. " اخلاق را نخستین و ضروری ترین چیزی می داند که همه در پی آن بوده و اولین درکی است که از یک زندگی خوب دارند. خوب زیستن، یا به عبارتی یک زندگی ارزشمند " نظر و عقیده کدام یک از افراد زیر می باشد؟
- الف) تیلور
ب) وبر
ج) سولومون
د) ریچارد
۳. مهم ترین عامل و ریشه تمام انحرافات و نابسامانی های اخلاقی انسان در بعد فردی و اجتماعی محسوب می شود.
- الف) اھتکار
ب) فساد اخلاقی
ج) دنیا طلبی
د) جهل اعتقادی
۴. کدام یک از موارد زیر از پیامد عدم توجه به اخلاق و ارزش های اخلاقی در جامعه نمی باشد؟
- الف) انحطاط جامعه
ب) افزایش انسجام جامعه و وحدت
ج) افزایش ناامنی و انحرافات اجتماعی
د) انزوای صالحان
۵. همه موارد زیر از پیامدهای ساده زیستی می باشد، بجز..... .

ب) آرامش درونی

الف) ایثار

د) دنیاطلبی

ج) راستگویی

۶. مهم ترین عامل و ریشه تمام انحرافات و نابسامانی های اخلاقی انسان در بعد فردی و اجتماعی محسوب می شود. از دیدگاه امام علی (ع) ، باعث فتنه و اساس هر لغزشی است.

ب) ساده زیستی

الف) دنیاطلبی

د) فساد اخلاقی

ج) غیبت

۷. موضوعاتی که مربوط به است هیچگاه کهنه و بی اصالت نمی شود.

ب) ساده زیستی

الف) دنیاطلبی

د) عوامل اجتماعی

ج) فطرت بشری انسان

پاسخنامه

سوال	۱	۲	۳	۴	۵
پاسخ	ب	ج	ب	ب	د
سوال	۶	۷	۸	۹	۱۰
پاسخ	الف	ج			

فصل دوم

ارزشهای اخلاقی در مدیریت از دیدگاه اسلام

الف- هدف کلی فصل

در این فصل هدف اصلی، آشنایی دانشجویان با ارزشهای اخلاقی در مدیریت از دیدگاه اسلام می‌باشد.

ب- هدف‌های رفتاری فصل

پس از مطالعه این فصل، انتظار می‌رود دانشجویان بتوانند:

- با نظام اخلاقی در اسلام و ویژگی‌های آن آشنا شوند.
- با تکامل روح و اخلاق از منظر اسلام آشنا شوند.
- با گزیده توصیه‌های اخلاقی حضرت آیت الله خامنه‌ای آشنا شوند.
- با نکات اخلاقی در سازمان از دیدگاه امام علی (ع) آشنا شوند.
- با الگوی عینی و واقعی اخلاق اسلامی در مدیریت از دیدگاه اسلام آشنا شوند.
- با حاکمیت اخلاق در مدیریت از دیدگاه اسلام در سازمان آشنا شوند.

نظام اخلاقی در اسلام و ویژگی‌های آن

اسلام دین اخلاق پسندیده است. همانطور که دیده می شود. بسیاری از نظام های اخلاقی در جهان بر پایه ایمان به مبدأ و معاد استوار نمی باشد بلکه بر پایه افکار مادی است اما نظام اخلاقی اسلام و ارزش های اخلاقی آن از ایمان به خدا سرچشمه می گیرند. نظام اخلاقی اسلام همه جانبه است و همه جوانب حیات انسان را (فردی، اجتماعی هیچ مسأله ای از مسائل زندگی انسان نیست که تحت پوشش ارزش های اخلاقی اسلام قرار نگیرد. خانواده ارتباطات، روابط بین الملل، اقتصادی و سیاسی و تجاری و...) در بر می گیرد. اخلاق اسلامی از لحاظ موضوع و محتوای جامع و کامل است نظام اخلاقی اسلام عقلانی، وحیانی و همگانی است یعنی در همه شرایط زمانی و مکانی مختلف برای تمام مردم و تمام ملت ها و تمامی نسل ها قابل استفاده است یعنی نظام اخلاقی اسلامی در همه زمان ها و جوامع کاربردی است. غایت و هدف نهایی در نظام اخلاقی اسلام قرب الی الله است. تمامی اجزاء و عناصر نظام اخلاق اسلامی، متکی بر وحی و مصون از خطا است و با یکدیگر ارتباط و انسجام درونی داشته و همه آنها هدف واحدی دارند.

مراتب ارزش اخلاقی در مکتب اسلام طیف وسیعی از ارزش ها را شامل می شود که می توان برای آن مراحل را تا بی نهایت قائل شد، در حالی که ارزش ها در سایر مکاتب، فقط در دو دسته، یا در حد بسیار عالی و محدود یا در حد گسترده و یکسان برای همه، مطرح می شوند؛ به عنوان مثال، ترحم بر کودک

یتیم، کمک به نابینا و لبخندی مهربانانه به روی انسانی نیازمند، مرحله ای از ارزش را تشکیل می دهند. (شریفی، ۱۳۸۴، ص ۷۵)

نظام اخلاقی اسلام را می توان در چهار سطح تقسیم کرد:

- ارزشهای اخلاقی فردی و خصوصی: تحمل و صبر، تهذیب روح و پاکیزگی
- ارزشهای اخلاقی اجتماعی (روابط اجتماعی، اقتصادی، تجارت و تولید، سیاسی و حکومتی، فرهنگی،...): ایثار، فداکاری، محبت، حسن خلق، تواضع، دلسوزی و... .
- ارزشهای اخلاقی مرتبط با جهان و طبیعت: زیست محیطی، حیوانات
- ارزشهای اخلاقی عبادی: شاکر، خضوع و خشوع، تسلیم در برابر خداوند و... .

بخشی از احکام اخلاقی در اسلام مرتبط با رفتار و برخورد انسانها با حیوانات و دیگر جانداران است «در رفتار با حیوانات و پرندگان زبان بسته از خدا بترسید، در بارکشی و سواری و تأمین خوراک، منصفانه و به طور شایسته با آن ها برخورد کنید». و در حدیث دیگری آمده است: «نیکی به هر جانوری دارای پاداشی ویژه می باشد». (القرضاوی، ۱۹۸۹م، صص ۱۱۷-۱۲۰) در اسلام حیوانات، از شأن و کرامت و حقوق برخوردار است و انسان حق ندارد به بهانه واهی حقوق این آفریده را نادیده انگارد.

تکامل روح و اخلاق

حضرت علی (ع):

خذوا من اجسادکم فجدودوا بها علی انفسکم. (خطبه ۱۸۳)

از اجسادتان کسر کنید و به روحتان و بر نفستان منت بگذارید و آن را به کمال برسانید.

ای انسانی که می‌خواهی تعالی پیدا کنی: راه تعالی و تکامل روح این است. باید از جسد بگیری و به روان بیفزایی. اگر انسان بخواهد که روحش ترقی پیدا کند، باید به بدن سختی بدهد، به بدن فشار وارد کند. مثال می‌آورند که روح و بدن انسانی مانند دو کفه ترازو هستند. اگر این کفه پایین بیاید، آن کفه بالا می‌رود. شدت و فشار بر بدن، تکامل روح می‌آورد. راحتی بر بدن تنزل روح می‌آورد، چه انسان مذهبی باشد و چه انسان غیر مذهبی. شما برنامه کار مرتاضین هند را ملاحظه کنید. آنها به بدن ریاضت می‌دهند تا روحشان آن چنان قوی می‌شود که فی‌المثل وقتی از ایران به هند سفر کنید و در برابرشان بایستید، تا شما را دیدند شما را به نام و اسم و لقب یاد می‌کنند و از خانه و لانه و زندگیتان خبر می‌دهند. البته اسلام این نوع ریاضت‌ها را تجویز نمی‌کند. اسلام اعمال و ریاضت‌های خاصی را وسیله تزکیه و تکامل نفس انسان می‌شناسد و می‌فرماید: *وَ اِنَّمَا هِيَ نَفْسٍ اَرُوْضُهَا بِالتَّقْوٰی* این نفس من است که آن را با تقوی ریاضت می‌دهم. یعنی همه ریاضت‌ها و تحمل سختی و فشار برای تکمیل روح، در اسلام تایید نشده است بلکه ریاضت‌های خاصی است مانند انجام واجبات، ریاضت است ترک محرّمات، ریاضت است یک قدم بالاتر انجام مستحبات، ریاضت است ترک

مکروهات، ریاضت است. امام علی (ع) می‌فرماید: با تقوی باید بدن و نفس را ریاضت داد تا انسان، مقام کمال مطلوب را پیدا کند.^۱

مدیریت مبتنی بر اخلاق

موفقیت در سازمان مستلزم بکارگیری مدیریت مبتنی بر اخلاق در سازمان است. (موسوی و عربشاهی کریزی، ۱۳۹۳، ص: ۴) مدیریت مبتنی بر اخلاق موجب شکوفایی استعدادها می‌شود. در حقیقت مدیران با اخلاق که در رفتار و گفتار اخلاق را رعایت می‌کند و به تعبیری اخلاقی هستند با صمیمت و مهربانی و دلسوزی روابط را تقویت و از این طریق افراد را به خود جذب می‌کنند و در نگرش و ذهن آنها نفوذ می‌کنند و از این طریق در آنها تعهد سازمانی و مدیریتی بالایی ایجاد می‌کنند.

الگوی عینی و واقعی اخلاق اسلامی در مدیریت

در اسلام پیامبر (ص) اسوه عینی و واقعی اخلاق اسلامی و الگوی جامع اخلاق برای جوامع انسانی است. در حقیقت استاد اخلاق بشریت در تمام زمانها و مکانها و اجتماعات انسانی پیامبر اکرم (ص) است. همچنین ائمه اطهار(ع) نیز به علت پیروی کامل از پیامبر اسوه اخلاق نیکو هستند و آنان پیش از نصیحت و اندرزهای حکیمانه، اخلاق و رفتار نیکو را عملیاتی کرده بودند.

^۱ آیت الله علی مشکینی: سایت راسخون

پایه‌های اخلاق در کلمات و رفتار ائمه (ع) است^۱. خداوند نیز پیامبر(ص) خود را چنین تمجید می‌نماید:

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ (قلم / ۴)

« تو دارای خوی سترگ (صفات پسندیده) هستی. »

ولقد كان في رسول الله كافي لك في الأسوة.... فتأس بنبيك الأطيب الأطهر فإن فيه أسوة.. لمن تأسى و عزاء لمن تعزى و أحب العباد إلى الله المتأسى بنبيه و المقتص لأثره. (خطبه ۱۶۰)

اصول اخلاقی و مدیریتی در اداره سازمان براساس آیه ۱۵۹ آل عمران

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ (۱۵۹)

از این آیه می‌توان در تدوین راهبردهای اخلاقی و سبک مدیریتی اداره کنندگان و مسئولین سازمانها استفاده کرد. بنابراین از آیه ۱۵۹ آل عمران اصول اخلاقی و مدیریتی در اداره سازمان مستفاد می‌شود که در زیر به آنها اشاره می‌شود:

- مهربانی و خوش اخلاقی سبب جذب کارکنان و زیر دستان به مدیر و ایجاد تعهد می‌شود

^۱ بیانات رهبر در دیدار جمعی از شاعران و ذاکرین اهل بیت(ع) ۰۳/۰۳/۱۳۹۰

- بد اخلاقی و تند اخلاقی سبب نفرت و پراکندگی مردم از مدیر می شود.
- ببخش و گذشت سر لوحه برخورد و رفتار و روابط سازمانی شود
- مشورت در امور و کارهای سازمانی و مدیریتی (تصمیم گیری، برنامه ریزی، سازماندهی، اجرا و کنترل و نظارت و..)
- قاطعیت در تصمیم گیری
- توکل بر خداوند پس از مشورت و تلاشهای فکری و روحی

اخلاق در سیره مدیریتی امام خمینی (ره)

امروز برای بسیاری از انسانها نام امام خمینی به عنوان نمونه اخلاق و عمل آشناست کسی که که توانست اخلاق را در سخن، منش و زندگی شخصی به صورت عملی پیاده کند. ایشان همچنین توانست اخلاق را در سیاست و حکومت و مدیریت به عنوان یک رجل سیاسی، فقیه و فیلسوف به کار گیرد. امام خمینی (ره) دارای مهم ترین ویژگی های اخلاقی زیر است:

- شجاع
- صادق
- انسان گرایی (محبت به انسان)
- صبوری
- اخلاق و رفتار شایسته
- شخصیت عملی و اخلاق
- ساده زیستی
- تزکیه و اخلاق
- تقوی

- پرهیز از خودمحوری
- تفکر
- عزم و اراده
- مدارا و رفق

برگزیده توصیه‌های اخلاقی حضرت آیت الله خامنه‌ای

اخلاق اسلامی و اخلاق اجتماعی

اخلاق آن هوای لطیفی است که در جامعه‌ی بشری اگر وجود داشت، انسانها می‌توانند با تنفس او زندگی سالمی داشته باشند^۱. اخلاق یعنی حلم و بردباری، صبر و مقاومت، صدق و صفا، شجاعت و فداکاری، طهارت و پاکدامنی^۲ رهبر انقلاب مرحوم عسکراولادی را به عنوان الگوی انسان اخلاقی اینگونه توصیف می‌کند: از لحاظ خلقیاتی، انسان اخلاقی دینی بود، یعنی آدم صبوری بود، آدم بسیار متینی بود، آدم بسیار باانصافی بود - که این را ما در رفتارهای ایشان میدیدیم - آدم مراقبی بود؛ مراقب خودش بود، مراقب حرف زدنش بود - اینها خیلی مهم است که هرچه از دهنمان درمی آید نگوییم و نپرانیم - و خود را کنترل میکرد؛ این هم جنبه ی دوم که جنبه ی اخلاقی است، که این اخلاق، روح دین است؛ اخلاق انسانی برای هر انسانی روح دینداری او است:

^۱ بیانات در سالروز عید سعید میثاق ۲۹/۰۴/۱۳۸۸

^۲ ۰۶/۰۹/۱۳۹۳

انما بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ.^۱ "

از پیامبر (ص) نقل شده است: همانا من فقط مبعوث شدم تا خصلت‌های پسندیده اخلاقی را کامل کنم."

مکارم اخلاق یعنی همین، یعنی انسان صبور باشد، متین باشد، باانصاف باشد، خوش ذات باشد، نسبت به مردم خیرخواه باشد، خدوم باشد، اهل کار باشد، مبتکر باشد، پیشرو باشد، تنبلی نکند؛ اینها همین اخلاقیات اسلامی است؛ همه ی اینها در آقای عسگراولادی بود.^۲

پرهیز از قول به غیر علم و شایعه‌پراکنی^۳

در مسئله‌ی اخلاق، این نکته را هم عرض بکنم زیرا جزو اساسی‌ترین مسائل است پرهیز از قول به غیر علم، از غیبت، از تهمت من خواهش میکنم شما جوانهای عزیز به این مسئله اهتمام بورزید. همین طور که در زمینه‌های مختلف اهتمام به طهارت عملی دارید - به نماز اهتمام دارید، به روزه اهتمام دارید، به این مسئله هم اهتمام داشته باشید. اگر چنانچه ما چیزی را به کسی نسبت بدهیم که در او نیست، خوب این میشود تهمت. اگر چنانچه چیزی را بگوئیم که به آن

^۱ سنن کبری، بیهقی، ج ۱۰، ص ۱۹۲؛ مکارم الاخلاق، رضی الدین حسن بن فضل طبرسی، ص ۸؛ بحار الانوار، علامه مجلسی، ج ۶۷، ص ۳۷۲.

تفسیر مجمع البیان، فضل بن حسن طبرسی ج ۱۰ ص ۸۶؛ مکارم الاخلاق، رضی الدین حسن بن فضل طبرسی ص ۸؛ بحار الانوار، علامه مجلسی ج ۶۷ ص ۳۷۲؛ کنز العمال، منقی هندی ج ۱۱ ص ۴۲۰ ح ۳۱۹۶۹.

^۲ بیانات در دیدار اعضای مجمع عالی بسیج مستضعفین ۱۳۹۲/۱۰/۱۷

^۳ ۱۶/۰۵/۱۳۹۱

علم نداریم؛ مثلاً یک شایعه است - یک نفری یک حرفی را از قول یکی نقل میکند، ما هم همان را دوباره تکرار میکنیم - خوب، این کمک کردن به شایعه است، این شایعه‌پردازی است؛ قول به غیر علم است. قول به غیر علم، خود قولش هم اشکال دارد، عمل کردن به آن امر غیر معلوم و بدون علم هم اشکال دارد؛ «و لا تقف ما لیس لک به علم». «لا تقف»، یعنی چیزی را که علم به آن نداری، دنبال نکن، دنبال نرو. دنبال کردن، هم در زمینه‌ی عمل هست، هم در زمینه‌ی گفتار هست. وقتی شما یک چیزی را گفتید که به آن علم ندارید، این هم اختفاء امری است که انسان به آن علم ندارد. لذا میفرماید:

« إِنِ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا ». الإسراء / ۳۶

از آنچه به آن آگاهی نداری، پیروی مکن، چرا که گوش و چشم و دل، همه مسؤولند.

بعثت دارای ابعاد و جهاتی است. رشته‌های نوری که از این حادثه بر بشریت تابیده است، یکی دو تا نیست؛ لیکن امروز بشریت به دو جریان ناشی از بعثت نیاز تام دارد: یکی برانگیخته‌شدن فکر و اندیشه است و یکی تهذیب اخلاق. اگر این دو تأمین شد، خواسته‌های دیرین بشریت تأمین خواهد شد؛ عدالت تأمین خواهد شد، سعادت تأمین خواهد شد، رفاه دنیا تأمین خواهد شد. مشکل اساسی در این دو بخش است.

در قرآن فرمود:

«هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِنْ قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ». الجمعة / ۲

و کسی است که در میان جمعیت درس نخوانده رسولی از خودشان برانگیخت که آیاتش را بر آنها می‌خواند و آنها را تزکیه می‌کند و به آنان کتاب (قرآن) و حکمت می‌آموزد هر چند پیش از آن در گمراهی آشکاری بودند! بعد از تزکیه است که می‌فرماید: «و يعلمهم الكتاب و الحكمة». این یک هدف والاست؛ تزکیه‌ی نفوس، تطهیر دلها، والا کردن اخلاق بشری، نجات دادن انسان از مزبله‌ی گرفتاری‌های اخلاقی و ضعفهای اخلاقی و شهوات نفسانی. این، یک مقصد و یک هدف. آن مسئله‌ی تفکر هم مسئله‌ی اساسی و مهمی است؛ مخصوص پیغمبر ما هم نیست؛ همه‌ی پیامبران مبعوث شدند تا در بشر نیروی خرد را، نیروی تفکر را احیاء کنند. امیرالمؤمنین (ع) در خطبه‌ی نهج‌البلاغه می‌فرماید: «ليستأدوهم ميثاق فطرته و يذكروهم منسى نعمته... و يثيروا لهم دفائن العقول»؛ (خطبه ۱) پیغمبران مبعوث شدند تا دفينه‌ها و گنجينه‌های خرد را در دل و باطن انسانها برآشوبند، آنها را استخراج کنند.

ما آحاد بشر، برای اندیشیدن، استعداد عظیمی در خود نهفته داریم. وقتی فکر نمی‌کنیم، وقتی مطالعه نمی‌کنیم، وقتی در آیات الهی تدبر نمی‌کنیم، وقتی در تاریخ خود، در گذشته‌ی خود، در قضایای گوناگونی که برای بشریت پیش آمده است، در گرفتاری‌های گذشته، در عوامل پیروزی بزرگ برای ملت‌ها، تدبر نمی‌کنیم، از آن گنجینه‌ی معنوی که خدا در ما قرار داده است، محروم می‌مانیم؛ «و

یذکروهم منسیّ نعمته... و یشیروا لهم دفائن العقول». امروز بشر به این دو، احتیاج دارد.^۱

رعایت عدالت حتی در برابر مخالفان سیاسی

اگر به نام عدالت خواهی و به نام انقلابیگری، اخلاق را زیر پا بگذاریم، ضرر کرده ایم؛ از خط امام منحرف شده ایم. اگر به نام انقلابیگری، به نام عدالت خواهی، به برادران خودمان، به مردم مؤمن، به کسانی که از لحاظ فکری با ما مخالفند، اما میدانیم که به اصل نظام اعتقاد دارند، به اسلام اعتقاد دارند، اهانت کردیم، آنها را مورد اذیاء و آزار قرار دادیم، از خط امام منحرف شده ایم. اگر بخواهیم به نام انقلابیگری و رفتار انقلابی، امنیت را از بخشی از مردم جامعه و کشورمان سلب کنیم، از خط امام منحرف شده ایم. در کشور آراء و عقاید مختلفی وجود دارد. اگر چنانچه یک عنوان مجرمانه ای بر یک حرکتی، بر یک حرفی منطبق شود، این عنوان مجرمانه البته قابل تعقیب است؛ دستگاه های موظف باید تعقیب کنند و میکنند؛ اما اگر عنوان مجرمانه ای نباشد، کسی است که نمیخواهد براندازی کند، نمیخواهد خیانت کند، نمیخواهد دستور دشمن را در کشور اجرا کند، اما با سلیقه ی سیاسی ما، با مذاق سیاسی ما مخالف است، ما نمیتوانیم امنیت را از او دریغ بداریم، عدالت را دریغ بداریم؛ «و لایجرمنکم شئان قوم علیّ الا تعدلوا». قرآن به ما دستور میدهد و میگوید: مخالفت شما با یک قومی، موجب نشود که عدالت را فرو بگذارید و فراموش کنید». «اعدلوا»؛ حتی در مورد مخالف هم

^۱ بیانات در دیدار مسئولان نظام و سفرای کشورهای اسلامی ۲۹/۰۳/۱۳۹۱

عدالت به خرج دهید. «هو اقرب للتقوی»^۱ این عدالت، نزدیکتر به تقواست. مبادا خیال کنید تقوا این است که انسان مخالف خودش را زیر پا له کند؛ نه، عدالت ورزیدن با تقوا موافق است. همه هوشیار باشیم، همه بیدار باشیم. این بُعد هم نباید ابعاد دیگر را در سایه قرار بدهد^۲

اخلاق اسلامی، سالم‌سازی محیط زیست و مبارزه با فقر

استفاده‌ی از جنگل، دریا و مناظر زیبا، نباید دین و اخلاق مردم را خدشه‌دار کند و نیز به نحوی از آنها بهره‌برداری بشود که در استان مازندران فقیر دیگر معنا نداشته باشد^۳.

پیشرفت علمی و فناوری، اقتدار ملی و اخلاق اسلامی

یک ملت از لحاظ دانش باید پیشرفته باشد، از لحاظ اخلاق، از لحاظ ایمان، از لحاظ عزم و اراده، تا بتواند اقتدار خود را حفظ کند^۴.

اخلاق اسلامی و عمل

به اخلاق خودمان برسیم؛ اخلاق اهمیتش از عمل هم بیشتر است^۵

^۱ ای کسانی که ایمان آورده‌اید! همواره برای خدا قیام کنید، و از روی عدالت، گواهی دهید! دشمنی با جمعیتی، شما را به گناه و ترک عدالت نکشانند! عدالت کنید، که به پرهیزگاری نزدیکتر است! و از (معصیت) خدا بپرهیزید، که از آنچه انجام می‌دهید، با خبر است! المائدة / ۸

^۲ . بیانات در بیست و دومین سالگرد امام خمینی(ره) ۱۴/۰۳/۱۳۹۰

^۳ بیانات در دیدار عمومی مردم چالوس و نوشهر. ۱۵/۰۷/۱۳۸۸

^۴ بیانات در دانشکده علوم دریایی نوشهر. ۱۴/۰۷/۱۳۸۸

^۵ خطبه‌های نماز عید سعید فطر. ۲۹/۰۶/۱۳۸۸

اخلاق سیاسی، سیاست و دیانت

سیاست اگر از اخلاق سرچشمه بگیرد، از معنویت سیراب بشود، برای مردمی که مواجه با آن سیاستند، وسیله‌ی کمال و راه بهشت است. اگر سیاست از اخلاق و معنویت جدا شد، آن وقت سیاست‌ورزی میشود؛ یک وسیله‌ای برای کسب قدرت، به هر قیمت؛ برای کسب ثروت، برای پیش بردن کار خود در دنیا از خطرهای جدائی دین از سیاست که عده‌ای آن را همیشه در دنیای اسلام ترویج میکردند همین است که وقتی سیاست از دین جدا شد، از اخلاق و معنویت جدا خواهد شد.^۱

تقدم تربیت بر تعلّم نشان از اهمیت آن

این بعثت در واقع دعوت مردم به عرصه‌ی تربیت عقلانی و تربیت اخلاقی و تربیت قانونی بود. اینها چیزهائی است که زندگی آسوده و رو به تکامل انسان به آنها نیازمند است. تربیت دوم، تربیت اخلاقی است که: «بعثت لأتمّم مکارم الاخلاق»؛ مکرمتهای اخلاقی، فضیلتهای اخلاقی را در میان مردم کامل کند. اخلاق آن هوای لطیفی است که در جامعه‌ی بشری اگر وجود داشت، انسانها میتوانند با تنفس او زندگی سالمی داشته باشند. اخلاق که نبود، بی‌اخلاقی وقتی حاکم شد، حرصها، هوای نفسها، جاهالتها، دنیاطلبیها، بغضهای شخصی، حسادتها، بخلها، سوءظن به یکدیگر وارد شد - وقتی این رذائل اخلاقی به میان

^۱ خطبه‌های نماز جمعه‌ی تهران ۱۳۸۸/۰۶/۲۰

آمد - زندگی سخت خواهد شد؛ فضا تنگ خواهد شد؛ قدرت تنفس سالم از انسان گرفته خواهد شد. لذا در قرآن کریم در چند جا - «يُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ»^۱

لَقَدْ مَنَّ اللَّهُ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ إِذْ بَعَثَ فِيهِمْ رَسُولًا مِنْ أَنْفُسِهِمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ
وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِنْ قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُبِينٍ /

۱۶۴

خداوند بر مؤمنان منت نهاد [نعمت بزرگی بخشید] هنگامی که در میان آنها، پیامبری از خودشان برانگیخت؛ که آیات او را بر آنها بخواند، و آنها را پاک کند و کتاب و حکمت بیاموزد؛ هر چند پیش از آن، در گمراهی آشکاری بودند.

تزکیه که همان رشد اخلاقی دادن است، جلوتر از تعلیم آمده است. در همین روایت هم که راجع به عقل از پیغمبر اکرم عرض کردیم - بعد که عقل را بیان میکند - می‌فرماید که آن وقت از عقل، حلم به وجود آمد؛ از حلم، علم به وجود آمد^۱ ترتیب این مسائل را انسان توجه کند: عقل، اول حلم را به وجود می‌آورد؛ حالت بردباری را، حالت تحمل را. این حالت بردباری وقتی بود، زمینه برای آموختن دانش، افزودن بر معلومات خود - شخص و جامعه - فراهم خواهد آمد؛ یعنی علم در مرتبه‌ی بعد از حلم است. حلم، اخلاق است. در آیه‌ی قرآن هم «يُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ»، تزکیه را جلوتر می‌آورد. این، تربیت اخلاقی است. امروز ما نهایت نیاز را به این تربیت اخلاقی داریم؛ هم ما مردم

^۱ تحف العقول، حسن بن شعبه حرّانی، ص ۱۵ بحار الأنوار، علامه مجلسی، ج ۱، ص ۱۱۷

ایران، جامعه‌ی اسلامی در این محدوده‌ی جغرافیائی، هم در همه‌ی دنیای اسلام؛ امت بزرگ اسلامی، جوامع مسلمان، این‌ها نیازهای اول ماست.^۱

در ضمن پرسشهایی بسیار که راهبی به نام شمعون بن لاوی، پسر یهودا یکی از حواریان عیسی ع از پیامبر ص آمده است که (حضرتش) به تمام پرسشهای او پاسخ فرمود تا شمعون به وی ایمان آورد و صحت پیامبریش را تصدیق نمود، از آن جمله شمعون گفت: به من بگو خرد چیست و چگونه است و از آن چه چیز خیزد و چه نخیزد؟ همه گونه‌های آن را برایم توصیف کن. پس پیامبر خدا صلی الله علیه و آله گفت: به راستی خرد بندی است بر نادانی و نفس که چون پلیدترین جانوران باشد و اگر پای بندش نباشد هار شود، پس خرد پای بند نادانی است. به راستی خداوند خرد را آفرید و بدو گفت: فراز آی، و فراز آمد و فرمود: روی بگردان، و خرد روی گرداند، پس خدای تبارک و تعالی او را فرمود به بزرگواری و شکوهم سوگند آفریده‌ای از تو بزرگتر و فرمان پذیرتر نیافتم، به تو آغاز کنم و بازت به خود برگردانم، پاداش از آن توست و کیفر نیز بر تو رود. پس از خرد بردباری برآمد و از بردباری، دانش و از دانش، رهیابی و از رهیابی، پاکدامنی و از پاکدامنی، خویشتن داری و از خویشتن داری، آزر و از آزر، گرانقدری و از گرانقدری، پایداری بر کار نیک و از پایداری بر کار نیک، ناخوشایندی از بد و از ناخوشایندی داشتن بد، پیروی از اندرزگو (و پند پذیری).

^۱ بیانات در سالروز عید سعید مبعث ۱۳۸۸/۴/۲۹

پس این ده دسته از گونه‌های خیر است و هر یک از این ده دسته را ده گونه دیگر باشد^۱.

عدالت، اخلاق اسلامی و کرامت انسانی

عدالت، کرامت انسان، حفظ ارزشها، سعی برای ایجاد برادری و برابری، اخلاق، ایستادگی در مقابل نفوذ دشمن؛ اینها آن اجزاء ساخت حقیقی و باطنی و درونی نظام جمهوری اسلامی است^۲.

ویژگی اخلاقی مدیریت از دیدگاه اسلام

مهمترین اصول اخلاقی و ارزشی در مدیریت از دیدگاه اسلام به شرح زیر بیان می شود:

- اصل پرهیز از خودخواهی: خودخواهی عامل برتری جویی و دوری دیگران از مدیر می شود.
- اصل خدمت‌گزاری و خدمت‌رسانی: مدیر باید خود را برای خدمت و کوشش جهت پیشبرد امور و حل مسائل سازمانی آماده کند.
- اصل رازداری و امانتداری: رازداری و امانتداری پایه اعتماد را تشکیل می دهند مدیران برای جلب اعتماد باید این ویژگی را داشته باشند.
- اصل انضباط: نظم و انضباط سبب اجرای منظم برنامه های عملیاتی و اجتناب از بی نظمی در کار می شود.

^۱ تحف العقول، ص ۱۵

^۲ بیانات در دیدار اساتید و دانشجویان در دانشگاه علم و صنعت ۱۳۸۷/۰۹/۲۴

- اصل مسئولیت پذیری و پاسخگوئی: مسئولیت پذیری یعنی پاسخگویی در قبال وظیفه و تکلیف و رفتار خود و عوارض ناشی از آن بر اساس اختیار
- اصل خوش رفتاری: خوش رفتاری یک صفت درونی است و راه نفوذ در دل ها و پیوند قلب ها است.^۱
- اصل عدل و داد: در همه شرایط و همه موقعیت های سازمانی مانند ارزیابی عملکرد، استخدام و ارتقا و نظارت عدالت را رعایت کند.
- اصل صبر و استقامت: صبر و استقامت پایه تصمیم گیری و حل بهینه مشکلات است.
- اصل نقدپذیری: روحیه انتقادپذیری باعث پذیرش نقد منصفانه و کسب اطلاعات مفید می شود.
- اصل رعایت حقوق دیگران: احترام به دیگران زمینه احترام به خود را فراهم می آورد.
- اصل حقیقت گرایی و حق مداری: مدیر به دنبال کشف حقیقت و واقعیت ها باشد.
- اصل مناعت طبع: مناعت طبع، عزت نفس و اعتماد به نفس بالا را در پی دارد. مدیر با مناعت طبع رفتار و گفتار سنجیده دارد.
- اصل شجاعت و شهامت: شجاعت مدیر مانع از پذیرش عوامل انحرافی و عوامل کاهنده و غیر منطقی در عملکرد سیستم می شود.
- اصل اعتماد سازی: مدیر اخلاق مدار به دنبال توسعه و افزایش اعتماد در سازمان و جو کاری می شود.

^۱ صالحی، ۱۳۹۰

- اصل نرمش و اقتدار به هنگام: نرمش و اقتدار به هنگام مدیر باعث جلوگیری از مشکلات و انعطاف در شرایط و سازگاری منطقی می شود.
- اصل توجه به نیازهای کارمندان (مادی و غیرمادی)
- اصل قانون گرایی، فرمانبرداری و اطاعات پذیری: در همه امور خود را تابع قوانین دانستن و توجه به اجرای قوانین
- اصل ارزش مداری: مدیر به ارزشهای اسلامی توجه زیادی داشته و آنها را در مدیریت خویش لحاظ کند.
- اصل پرهیزکار و با تقوا (ایمان عملی و اعتقادی): مدیر اهتمام و توجه زیادی داشته باشد به اعمال واجب و احکام اسلام
- اصل مشاور و راهنما: مدیر باید در امورات سازمانی راهنمای موفق برای زیر دستان باشد و با راهنمایی و مشاوره های تخصصی حلال مشکلات باشد.
- اصل دلسوزی و خیرخواهی: دلسوزی ناشی از حس خوب داشتن نسبت به موفقیت و پیشرفت دیگران است.
- اصل ساده زیستی: مدیر اسلامی با ساده زیستی خیلی از پیامدهای تجمل گرایی را حذف می کند و روحیه بهتری برای گذشت و رفتار صحیح پیدا می کند.
- اصل مردم گرایی (اجتماعی): عامل جذب کارکنان روحیه اجتماعی مدیر و در میان کارکنان بودن و ارتباطو تعامل با آنها است.
- اصل ایثارگری
- اصل مشارکت جویی (اصل همدلی و همفکری): مشارکت زیردستان و کارکنان را در ارائه نظرات و پیشنهادات در رابطه با مسائل سازمانی تسهیل کند.

- اصل مهربانی و نرم خویی: مهربانی و اخلاق خوش مدیر زمینه ایجاد روابط صمیمی و گسترش فضای کاری احترام آمیز خواهد بود.
- اصل تعادل و میانه روی: در روابط و رفتار و عمل دوری از افراط و تفریط را رعایت کند.
- اصل توکل و توسل به خدای متعال: بعد از تلاش و کوشش فکری و عملیاتی باید با توکل بر خداوند برنامه های سازمانی اجرا شوند

مدیران بی اخلاق دارای ویژگی های زیر هستند:

- دوگانگی در رفتار
- تصمیم گیری براساس احساسات
- اهمیت ندادن به قول و قرارها
- نداشتن نظم فکری و رفتاری
- عدم قاطعیت در برخورد
- دروغ و تهمت در گفتار

وظایف و مسئولیت های مدیریت اخلاق مدار از دیدگاه اسلام در سازمان

- حذف عوامل استرس زای شغلی و سازمانی
- تسهیل مشارکت کارکنان در تصمیم گیری
- مدیریت تعارضات^۱ سازمانی (میان فردی و میان گروهی و درون گروهی)
- تنظیم و طراحی سیستم اثر بخش ارتباطات سازمانی

¹ Conflict management

- ایجاد و تقویت هماهنگی و انسجام سازمانی (وحدت)
- ترویج فرهنگ ایثار و از خود گذشتگی
- احترام به انسانیت انسان و ارزش قائل شدن برای افراد

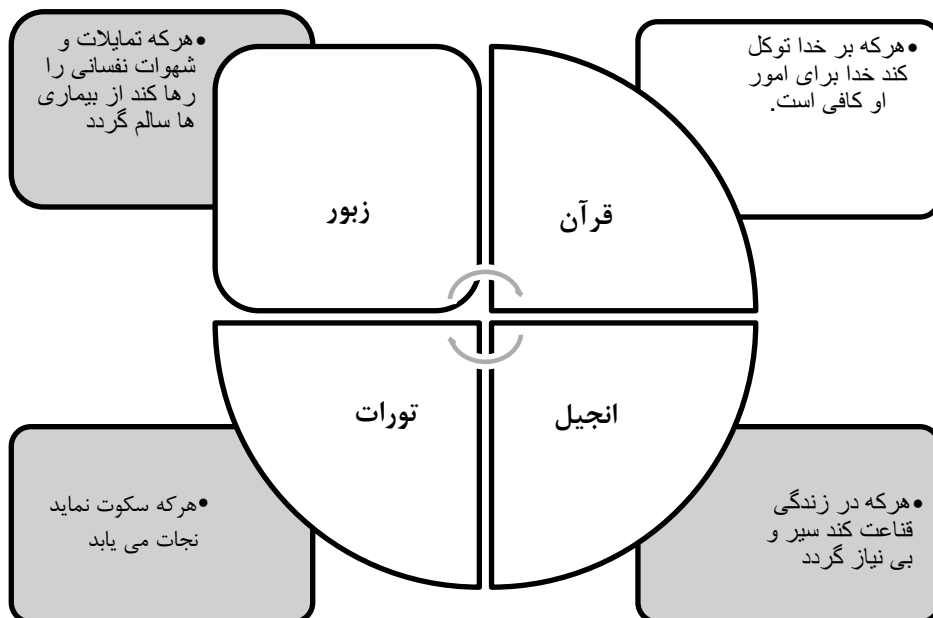
نکات اخلاقی در سازمان از دیدگاه امام علی(ع):

۱. پاکدامنی، نعمت است. ۲. انسان فرومایه، فریب خورده است. ۳. اندیشه و فکر کردن انسان را هدایت میکند. ۴. راستگویی رستگاری آورد و دروغگویی زشتی آورد. ۵. انسان بخشنده گشاده رو است. ۶. دروغگویی خیانت است. ۷. دنیا پرستی، گمراهی آورد. ۸. هوس رانی هلاکت آورد. ۹. یقین (به خداوند) عبادت است. ۱۰. قناعت و میانه روی، ثروت آورد. ۱۱. حسادت، انسان را رنجور و بیمار کند. (غررالحکم، ص ۱۶)

امام علی «ع»		
التکبر	تکبر کردن با افراد متکبر، خود عین تواضع است.	الحدیث جلد ۱ ص ۶۶
عهد شکنی	از عهد شکنی بر حذر باش، خلف وعده و نقض پیمان باعث خشم خداوند و مردم است.	الحدیث جلد ۳ ص ۶۹
غضب	دشمن ترین دشمنان آدمی غضب و	الحدیث جلد ۲ ص ۱۹ و ۱

	شهوة او است. غضب آتشی است مشتعل، خود اولین کسی است که در آن خواهد سوخت.	
الحدی جلد ۲ ص ۲۳	جسم را فرتوت و فانی می کند و کینه توزی آدمی را افسرده می کند و سرانجام همه چیزش را بر باد می دهد.	حسد
الحديث جلد ۲ ص ۱۲۱	امتیاز مرد به عقل او و جمال و زیباییش به مردانگی و فضایل اخلاقی اوست.	فضایل اخلاقی
تحف العقول ص ۱۶۶	ای کمیل فقیر و سائل را رد مکن گرچه با نیمی از دانه انگور یا خرما باشد زیرا صدقه نزد خدا بزرگ شود.	کمک
غررالحکم ص ۱۸	شایسته ترین رفتار است.	بخشندگی

امام علی (ع) : از چهار کتاب آسمانی چهار کلمه انتخاب شده است
(نصایح، ص ۲۰۳)



اخلاق در مدیریت

اگر مدیران با کارکنان سازمان رفتاری مبتنی بر اخلاق و ارزشهای اسلامی - انسانی داشته باشند آنان تمایل بیشتری دارند که اخلاق را در محیط کار رعایت و تلاش و کوشش بیشتری به خرج دهند و در نهایت عملکردی بالاتری داشته باشند. پایبندی رهبران و مدیران سازمانها به اصول اخلاقی (مدیریت اخلاقی) در محیط کار و اهمیت و التزام اخلاقی مدیران و توجه به اخلاق در سازمان پیامدهای متعددی را در بر خواهد داشت که در ادامه به آنها پرداخته می شود.

اثرات و پیامدهای حاکمیت اخلاق در مدیریت

لستر تارو (۱۹۹۰) و ایوان و فریمن (۱۹۸۸) براین باورند که، توجه به ملزومات اخلاقی اجتماعی، با افزایش سود و ارزش افزوده در بلند مدت، همراه است (رحمان سرشت، ۱۳۸۵: ۲۱). دیوید براین باور است که سازمانها می آموزند که ترویج اصول اخلاقی و تقویت فرهنگ معنوی موجب ایجاد مزیت‌های استراتژیک خواهد شد (دیوید، ۱۳۸۲: ۶۰). کی و پاپکین باور دارند که اخلاقیات و حساسیتهای اجتماعی در فرایند تصمیم گیری و تدوین استراتژی، موجب افزایش سودآوری شرکت خواهد شد. براساس گزارش مجله فورچون، ۶۳ درصد مدیران عالی شرکتهای برتر بر این باورند که رعایت اخلاقیات، موجب افزایش تصویر مثبت و شهرت سازمان شده، منبعی برای مزیت رقابتی به شمار می‌آید (Buckley et. al, 2001: 15). به علاوه تحقیق سوینی (۱۹۹۹) در استرالیا حاکی از ۹۰ درصد استرالیایی‌ها علاقه‌مند به خرید از شرکتهایی هستند که رفتارهای مبتنی بر اخلاق دارند. این تحقیق مشخص کرد هرچه اعتماد بین اعضای یک سازمان بیشتر باشد نیاز به کنترل مستقیم کاهش می‌یابد (Lagon, 1999: 5). (رحمان سرشت و همکاران، ۱۳۸۹) رعایت اخلاقیات در رفتار و عملکرد داخلی و بیرونی مدیران، افزایش مشروعیت اقدامات سازمان را به دنبال دارد.

اثرات و فواید حاکمیت اخلاق در مدیریت مبتنی بر اسلام در سازمان عبارتند از:

- مشروعیت اقدامات مدیریتی
- انسجام و تعادل و تسهیل همکاری
- تقویت فرهنگ سازمانی
- کاهش و حذف تنش روانی در محیط کار
- کاهش استرس در محیط کار

- کاهش غیبت و استعفای کارکنان
- ایجاد فضای کاری احترام آمیز (ایجاد جو کاری مطلوب و مبتنی بر اعتماد)
- افزایش صمیمیت و همکاری بین کارکنان
- افزایش انگیزش و رضایت شغلی کارکنان
- شکل گیری هویت سازمانی قوی
- ارتقا و بهبود بهره وری و عملکرد سازمانی
- افزایش درستکاری و سلامت اداری مالی
- مشارکت کارکنان در تصمیم گیری های سازمانی
- افزایش گذشت و بخشش
- تقویت سیستم خودکنترلی و خود نظارتی در سازمان
- بهبود روابط بین افراد و گروهها و تنظیم بهتر روابط در سازمان
- کاهش تعارضات بین افراد و گروه ها
- بهبود جو تیمی و کار گروهی در بین واحدهای سازمان
- افزایش حس قانون پذیری
- افزایش تعهد و مسئولیت پذیری کارکنان

سؤالات تشریحی

۱. ویژگی های نظام اخلاقی در اسلام را شرح دهید.
۲. مدیریت مبتنی بر اخلاق را شرح دهید.
۳. نکات اخلاقی در سازمان از دیدگاه امام علی(ع) را شرح دهید.
۴. تعریف اخلاقی مدیریت از نکته نظر امام علی (ع) را شرح دهید.

۵. همه موارد زیر از اثرات و فواید حاکمیت اخلاق و مدیریت اخلاق مدار مبتنی بر اسلام در سازمان می باشد بجزء

الف) افزایش گذشت و بخشش ب) افزایش تعارضات بین افراد و گروه ها

ج) شکل گیری هویت سازمانی د) کاهش استرس در محیط کار

۶. " احترام به دیگران زمینه احترام به خود را فراهم می آورد" از کدام یک از ویژگی های اخلاقی مدیریت از دیدگاه اسلامی می باشد؟

الف) اصل رعایت حقوق دیگران ب) اصل مهربانی و نرم خویی

ج) اصل تعادل و میانه روی د) اصل توکل و توسل به خدای مهربان

۷. پایه های اخلاق در کلمات و رفتار است.

الف) اجتماعی ب) ائمه (ع)

ج) مبتنی بر عقل د) انسان

پاسخنامه

سوال	۱	۲	۳	۴	۵
پاسخ	ب	د	د	د	ب
سوال	۶	۷	۸	۹	۱۰

			ب	الف	پاسخ
--	--	--	---	-----	------

فصل سوم

اصول و ارزشهای اخلاقی در قرآن

الف- هدف کلی فصل

در این فصل هدف اصلی، آشنایی دانشجویان با اصول و ارزشهای اخلاقی در قرآن می‌باشد.

ب- هدفهای رفتاری فصل

پس از مطالعه این فصل، انتظار می‌رود دانشجویان بتوانند:

- با ارزش‌های اخلاقی در مدیریت از منظر قرآن آشنا شوند.
- با پیام‌های ناشی از مطالعه موردی اخلاق در قرآن آشنا شوند.
- خصوصیات اخلاقی پیامبران الهی در قرآن را شرح دهند.
- با ارزشهای اخلاقی و ضد اخلاقی در مدیریت آشنا شوند.

ارزش‌های اخلاقی در مدیریت از منظر قرآن

قرآن کریم اساسنامه اخلاقی برای زندگی شخصی و اجتماعی انسان است که سعادت و خوشبختی دنیوی و اخروی را در پی دارد. نظام اخلاقی منسوب به اسلام ساختار سلوکی و رفتاری را طراحی و ترسیم می‌کند و راه و رسم زیستن شایسته را هموار می‌کند. براساس آیات قرآن شیوه زندگی مسلمانان با سائر انسانها فرق دارد، یعنی مسلمانان باید در جامعه بشری اسوه اخلاق، عدالت

اجتماعی و درن هایت احترام و ادب باشند. براساس آیات قرآن می توان استنباط کرد که رفتار اخلاقی، زاینده ایمان واقعی به خداوند و روز قیامت است..

مطالعه موردی اخلاق در قرآن

در اینجا با مطالعه موردی در آیات قرآن و تفسیر و شرح آیه ها پیام های اخلاقی مرتبط با مدیریت استنباط می شود.
سفارش های لقمان به فرزندش:

يَا بُنَيَّ أَقِمِ الصَّلَاةَ وَأْمُرْ بِالْمَعْرُوفِ وَانْهَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأَصْبِرْ عَلَيَّ مَا أَصَابَكَ ۖ إِنَّ ذَلِكَ مِنْ عَزْمِ الْأُمُورِ وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ وَأَقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَاغْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ ۚ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ [لقمان: ۱۷ - ۱۹]

پیامهایی که از آیه استنباط می شود:

- امر به معروف و نهی از منکر
- صبر در شرایط سختی
- دوری از تکبر و غرور
- روی گردانی و بی اعتنائی نسبت به مردم حذف شود
- رعایت اعتدال در زندگی فردی و اجتماعی
- سخن گفتن با صدای نرم و دوری از فریاد زدن

وَمِنْ شَرِّ حَاسِدٍ إِذَا حَسَدَ (علق/۵)

پیام آیه:

حسادت جزو ویژگی های اخلاقی افراد بدبین است و اغلب افراد با حسادت افراد حسود روبرو می شوند. برای در امان ماندن از خطر حسادت باید به خداوند پناه برد. یک مدیر مسلمان نباید نسبت به زیر دستان با حسادت برخورد کند و در مسیر پیشرفت کارکنان مانع ایجاد کند.

كُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا (الأعراف / ۳۱)

پیام آیه:

در مصرف منابع و استفاده از امکانات نباید اسراف و زیاده روی شود. یکی از خط مشی ها و سیاستهای مهم مدیریت در امورات سازمانی باید پرهیز از اسراف شود. تجمل گرایی یک نمونه واضح از اسراف است که نکوهیده و ناپسند قلمداد می شود.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ (نساء / ۱۳۵)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ (مائده / ۸).

پیام آیه:

مبنای تفکر، نگرش و اجرای وظایف و روابط سازمانی باید در بستر عدالت شکل گیرد. امام علی(ع) رمز پیروزی را اجرای عدالت می داند.^۱ مدیران با ایمان باید عدالت را در حق دشمن خود نیز اجرا کنند و با عدالت رفتار کنند.

الَّذِينَ يَلْمِزُونَ الْمُطَّوِّعِينَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ فِي الصَّدَقَاتِ وَالَّذِينَ لَا يَجِدُونَ إِلَّا جُهْدَهُمْ فَيَسْخَرُونَ مِنْهُمْ سَخِرَ اللَّهُ مِنْهُمْ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ (توبه / ۷۹)

پیام آیه:

مؤمنان به شدت باید از تمسخر و استهزاء و عیب جویی از دیگران پرهیز کنند. عیوب شخصی دیگران را بپوشانند نه اینکه فاش و مورد تمسخر قرار بدهند زیرا خداوند برای کسانی که مسخره می کنند عذاب دردناکی وعده داده است و امدادهای خود را شامل آنها نمی کنند. مدیرانی که مسخره می کنند مورد نفرت کارکنان قرار می گیرند و نمی توانند کارکنان را انگیزش دهند بنابراین مدیران موفق نمی خواهند بود

إِنَّ شَرَّ الدَّوَابِّ عِنْدَ اللَّهِ... الَّذِينَ عَاهَدتَ مِنْهُمْ ثُمَّ يَنْقُضُونَ عَهْدَهُمْ فِي كُلِّ مَرَّةٍ وَهُمْ لَا يَتَّقُونَ (انفال / ۵۵ - ۵۶).

پیام آیه:

^۱ عبدالواحد آمدی، غرر الحکم و درر الکلم، (تهران: چ چهارم، ۱۳۳۷) ج ۱، ص ۱۲۴

مدیران باید به عهد و قراردادهای منعقد شده وفا کنند و پایبند باشند. وفای به عهد سبب ایجاد اعتماد و اطمینان و امیدواری دیگران می شود بخصوص در روابط بین سازمانی و مسائل بین المللی. بدترین جنبندها نزد خدا کسانی هستند که پیمان خود را می شکنند

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا (نساء / ۵۸) وَ تَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ (انفال / ۲۷)

پیام آیه:

در امانت نباید خیانت شود. مدیرانی که امانتدار هستند و به امانتداری مشهور هستند مورد احترام دیگران واقع می شوند و نفوذ زیادی در هدایت کارکنان می توانند اعمال کنند. یکی از مهم ترین امانت ها در سازمان پست ها و مسئولیت ها است. امام صادق(ع) می فرماید: ^۱ اگر قاتل علی امانتی پیش من می گذاشت و یا از من نصیحتی می خواست و یا با من مشورت می کرد آمادگی خود را اعلام و حق امانت را ادا می کردم.

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ (لقمان / ۱۸)

پیام آیه:

مدیران مسلمان باید با متانت رفتار کند و از تکبر پرهیز کند. تکبر از ویژگی های

^۱ حویزی، تفسیر نور الثقلین، (بیروت: مؤسسة التاریخ العربی، چ چهارم، ۱۴۲۲) ج ۲، ص ۸۲.

رفتاری افراد خودپسند و جاه طلب است و باعث کاهش محبوبیت متکبر می شود. خداوند هیچ متکبر و فخر فروش را دوست ندارد.

وَ اخْفِضْ جَنَاحَكَ لِمَنِ اتَّبَعَكَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ (شعرا/ ۲۱۵)

پیام آیه:

با فروتنی و تواضع مدیران است که کارکنان مطیع و به رفتار و اخلاق مدیران امیدوار می شوند متواضع بودن از ویژگی های رفتاری مدیران با ایمان است.

وَ لَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَ لَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا

مَحْسُورًا (اسراء/ ۲۹)

پیام آیه:

اعتدال و میانه روی در رفتار و عملکرد مورد تاکید اسلام است. مدیران باید از سخت گیری و سهل گیری بیش از اندازه در تمامی امورات سازمانی مانند پاداش، پرداخت حقوق، ارزیابی عملکرد و نظارت بپرهیزند. افراط و تفریط نکوهیده و مورد پسند اسلام نیست.

فَاسْتَقِمْ كَمَا أُمِرْتَ وَ مَنِ تَابَ مَعَكَ وَ لَا تَطَّغَوْا ... (هود/ ۱۱۲)

پیام آیه:

سعه صدر، صبر و استقامت لازمه مدیریت و از ویژگی های مهم مدیران موفق است. مدیران در اداره سازمان در بعضی شرایط سخت و دشوار قرار می گیرند و با مشکلات اساسی و یا حتی بحران روبرو می شوند. مدیرانی مدیر هستند که توانایی اداره بحران و مشکلات را داشته باشند و یا به تعبیری بتوانند سازمان را در شرایط سخت اداره و بحران را کنترل کنند نه اینکه فقط مدیر در شرایط مطلوب باشند و در شرایط بحران خود را ببازند. قدرت، هنر و مهارت مدیریتی مدیران در شرایط بحران سنجیده می شود.

قَالُوا أُوذِينَا مِنْ قَبْلِ أَنْ تَأْتِنَا وَ مِنْ بَعْدِ مَا جِئْتَنَا قَالَ عَسَىٰ رَبُّكُمْ أَنْ يَهْلِكَ
عَدُوُّكُمْ ... (اعراف / ۱۲۹)

پیام آیه:

مدیران باید نسبت به اظهارنظرها و پیشنهادات زیردستان در رابطه با مسائل سازمانی دید باز داشته باشند روحیه انتقادپذیری مدیران باعث شفاف سازی و دریافت اطلاعات مستقیم از کارکنان می شود. همچنین مدیران باید روحیه پاسخگویی و مسئولیت پذیری خود را در مقابل انتقادات، اظهارنظرها و پیشنهادات زیردستان حفظ کنند.

وَتَرَىٰ كَثِيرًا مِنْهُمْ يَسَارِعُونَ فِي الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَأَكْلِهِمُ السُّحْتَ... (مائده/۶۲)

پیام آیه:

در اسلام هدر دادن اموال و منابع سازمانی گناه، ظلم و حرام محسوب می شود و نوعی فساد اداری است.

خَيْرُ خَوَاهٍ وَ أَمِينٍ وَ أَنَا لَكُمْ نَاصِحٌ أَمِينٌ (اعراف / ۶۸)

پیام آیه:

یکی دیگر از ویژگی های اخلاقی مدیران خیرخواهی و امین بودن است. مدیران باید دلسوز و خیر خواه برای زیر دستان در تمامی امورات زندگی فردی و سازمانی آنها باشند. تسهیل پیشرفت مادی و معنوی کارکنان نوعی خیر خواهی به شمار می رود.

وَ يَقُولُونَ طَاعَةٌ فَإِذَا بَرَزُوا مِنْ عِنْدِكَ بَيَّتَ طَائِفَةٌ مِنْهُمْ غَيْرَ الَّذِي تَقُولُ ...

فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ ... (نساء / ۸۱)

پیام آیه:

در سازمانها افرادی ممکن است وجود داشته باشند که به منظور کسب موقعیت و مقام بهتر جلب توجه می کنند و در برابر مدیر رفتار خوبی نشان داده و از او بسیار تعریف و تمجید می کنند در حالی که خوب می دانند که این تمجیدها فقط به خاطر جلب توجه و کسب منافع بیشتر است. مدیران باید با زیرکی این نوع افراد که به چاپلوس و منافق معروف هستند را شناسایی و از اطراف خود دور کنند. پست‌ترین جای جهنم به افرادی با خصوصیت نفاق و دورویی تخصیص داده می شود.

إِذْ تَقُولُ لِلْمُؤْمِنِينَ أَلَنْ يَكْفِيَكُمْ أَنْ يُمِدَّكُمْ رَبُّكُمْ بِثَلَاثَةِ آلاَفٍ مِنَ الْمَلَائِكَةِ مُنَزَّلِينَ (آل عمران / ۱۲۴)

پیام آیه:

مدیران با ایمان و معتقد به خداوند باید همیشه خود را در معرض امدادهای غیبی خداوند بدانند زیرا خداوند مومنین را در شرایط مختلف مدد می رسانند.

و لو كنت فظاً غليظ القلب لانفضوا من حولك (آل عمران/ ۱۵۹)

پیام آیه:

مهربان و خوش رو بودن عامل جذب و نفوذ در کارکنان است. با خوش رویی و نرم خوبی می توان کارکنان را هدایت و جهت داد. خشن و بد اخلاقی عامل پراکندگی کارکنان از مدیر می شود.

وَ قُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا (بقره / ۸۳)

پیام آیه:

مدیر با خوش گفتاری و شیرین بیانی می تواند دیگران را به خود جذب کند و فضای خوشایندی در سیستم اداری ایجاد کند در این صورت است که فضای آرام همراه باطمأنینه را برای کار و فعالیت کارکنان ایجاد کند. در سیستم های با چنین مدیرانی استرس و بد اخلاقی و فشاری کاری وجود ندارد و یا در حد خیلی کمی وجود دارد.

اذهبا الی فرعون انه طغی. فقولوا قولاً لئنا لعله یتذکر او یخشی (طه/۴۴ - ۴۳)

پیام آیه:

مدیر باید مدارا و سازگاری را سرلوحه کاری و رفتاری خود به منظور هماهنگی و انسجام سازمانی قرار دهد.

اتَّقُوا اللَّهَ وَ كُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ (توبه / ۱۱۹)

پیام آیه:

صداقت و راستگویی از مهم ترین خصلتهای مدیران موفق و کارا است. در حقیقت شالوده مدیریت موفق را صداقت تشکیل می دهد. تعارض ناشی از ابهام در سیستم مدیریتی صداقت محور به علت شفافیت اطلاعات و عملکرد و رفتار و روابط سازمانی وجود ندارد و یا خیلی کم وجود دارد و معضلات و بد اخلاقی های اداری کمتر شکل می گیرد. خدا با راستگویان است و راستگویان را دوست دارد. مدیران راستگو از امداد خداوند نیز بهره می گیرند.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ (حجرات / ۱۲)

پیام آیه:

مدیران مومن از ظن و گمان بد و بدبینی به شدت بپرهیزند و همچنین از تجسس در کار دیگران به منظور تشخیص بعضی اطلاعات شخصی و خصوصی افراد و نامرتبط دوری گزینند و از خدشه دار کردن آبروی انسانهای آبرومند بپرهیزند.

وَلَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ (ال عمران / ۱۰۴)

پیام آیه:

امر به معروف و نهی از منکر باید از مهمترین سیاست های نظارتی و کنترلی مدیر در اداره سازمان باشد. اجرای سیاست امر به معروف و نهی از منکر سبب کاهش انحرافات و اصلاح امور می شود زیرا همه خود را در معرض نظارت دیگران می بینند. در صورت بی تفاوتی نسبت به عملکرد نامطلوب افراد، افراد خاطی عمل بد خود را تکرار و به یک رویه تبدیل می شود. به طور مثال اگر کارمندان در مقابل فردی که از اموال بیت المال در راستای امورات شخصی استفاده می کند واکنش نشان ندهند و تذکری ندهند آن فرد شیو خود را ادامه می دهد و زمینه رواج این نوع بد اخلاقی و تعرضات را برای دیگران فراهم می آورد. امر به معروف و نهی از منکر از خصوصیات رستگاران عالم است.

وَلَا تَنَابَرُوا بِاللِّقَابِ (حجرات / ۱۱)

پیام آیه:

در اسلام خطاب کردن افراد و همکاران و یا زیر دستان با القاب زشت و ناپسند منع شده است. مدیران باید هم خود و هم دیگران را به این مورد تذکر دهند.

وَلَا تَقُولُوا لِمَا تَصِفُ أَلْسِنَتِكُمُ الْكُذِبَ هَذَا حَلَالٌ وَ هَذَا حَرَامٌ لَتَفْتَرُوا عَلَى اللَّهِ

الْكُذِبَ (نحل / ۱۱۶)

پیام آیه:

دروغ ریشه بسیاری از گناهان انسان در زندگی است. مدیران باید به شدت از دروغ گویی بپرهیزند و با سیاست ها و خط مشی های خاصی زمینه هر گونه دروغ را از بین ببرند و عوامل رواج و ترویج دروغ را بخشکانند. مهم ترین عامل ترویج دروغ یا عدم آن در سازمان خود مدیر است. مدیر با رفتار و گفتار دروغ عامل ترویج انحرافات و کج رفتاری های زیادی است. مهم ترین پیامد دروغ در سیستم مدیریت سلب اعتماد از مدیر و ایجاد فضای بی اعتمادی در سازمان است.

وَلَا يَغْتَبِ بَعْضُكُمُ بَعْضًا يُجِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ

(حجرات / ۱۲)

پیام آیه:

غیبت یکی از مولفه های بد اخلاقی و ضد ارزشی در جوامع سازمانی به شمار می رود. غیبت بد گمانی و کینه ها را بیشتر و تعارضات درون سازمانی را تقویت می کند و در نهایت انسجام را تضعیف می کند. غیبت برای جامعه عامل شر است

إِذْ جَعَلَ الَّذِينَ كَفَرُوا فِي قُلُوبِهِمُ الْحَمِيَّةَ الْحَمِيَّةَ الْجَاهِلِيَّةَ (فتح/۲۶)

پیام آیه:

تعصب بیجا بیانگر جاهلیت و نادانی انسان است و هیچ منفعتی برای انسان ندارد بنابراین باید از آن پرهیز شود.

وَلَا تَقْتُلُوا النَّفْسَ الَّتِي حَرَّمَ اللَّهُ إِلَّا بِالْحَقِّ (انعام/۱۵۱)

پیام آیه:

فضای سازمانی باید طوری طراحی شود که از قتل و کشتار انسان بی گناه جلوگیری شود زیرا قتل و کشتار جامعه را ناامن و به هرج و مرج می کشاند و اگر عادی شود بسیار خطرناک خواهد شد و در نهایت سبب سقوط جامعه انسانی به بدترین شکل می شود.

وَالسَّارِقُ وَالسَّارِقَةُ فَاقْطَعُوا أَيْدِيَهُمَا (مائده/۳۸)

پیام آیه:

از سرقت و دستبرد به اموال دیگران بخصوص بیت المال به شدت باید پرهیز شود.

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ (مطففين / ۱)

پیام آیه:

کم‌فروشی، کاستن و کم گذاشتن در فروش نوعی غش و فریب‌کاری و ظلم است و ریشه در بی‌ایمانی دارد. هلاکت و عذاب پیامد کم‌فروشی است.

وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا. (آل عمران / ۱۰۳)

پیام آیه:

وحدت، انسجام و هماهنگی بر مبنای حق و قانون در سازمان باید مورد توجه همه اعضای سازمان بخصوص مدیران باشد.

أَطِيعُوا اللَّهَ وَاَطِيعُوا الرَّسُولَ وَاُولَى الْأَمْرِ مِنكُمْ. (نساء، / ۵۹)

پیام آیه:

پیروی و اطاعت از مدیران حق‌گرا در سازمانها از وظایف اصلی کارکنان است.

خصوصیات اخلاقی پیامبران الهی در قرآن

معمولاً پیامبران داری ارزشهای اخلاقی مشترکی هستند اما در قرآن از بعضی پیامبران الهی با اوصافی خاصی یاد شده است که در جدول زیر مطرح شده است:

خصوصیات اخلاقی حضرت ابراهیم(ع)

خصوصیات	آیه	ردیف
نحل / ۱۲۰، بقره / ۱۳۱	تسلیم مطیع خداوند	۱.
نجم / ۳۷	وفای به عهد	۲.
توبه / ۱۱۴	صبور	۳.
نحل / ۱۲۳	حق‌گرا	۴.
نحل / ۱۲۱	شاکر	۵.
مریم / ۴۱	راستگو	۶.
ص / ۴۵	قدرت و بصیرت	۷.

خصوصیات اخلاقی حضرت نوح (ع)		
خصوصیات	آیه	ردیف
اسراء / ۱۳	شاکر	۱.

خصوصیات اخلاقی حضرت موسی (ع)		
خصوصیات	آیه	ردیف
مریم/۵۱	مخلص بودن	۱.
القصص/۲۶	توانا و امین	۲.

خصوصیات اخلاقی ادریس (ع)		
خصوصیات	آیه	ردیف
مریم/۵۶	صداقت	۱.

خصوصیات اخلاقی طالوت (ع)		
خصوصیات	آیه	ردیف
بقره/۲۴۶-۲۴۷	علم و قدرت	۱.

خصوصیات اخلاقی هود (ع)		
خصوصیات	آیه	ردیف
اعراف/۶۸	خیرخواه و امین	۱.

خصوصیات اخلاقی اسماعیل (ع)		
خصوصیات	آیه	ردیف
انبیاء/۸۵، صافات/۱۰۲	بردباری	۱.
مریم/۵۴	وفای به عهد	۲.

خصوصیات اخلاقی یوسف (ع)		
خصوصیات	آیه	ردیف
یوسف/۲۳-۲۴	اخلاص در بندگی	۱.
یوسف/۵۵	امانت‌دار و دانا	۲.

خصوصیات اخلاقی ایوب (ع)		
خصوصیات	آیه	ردیف
ص ۴۴/	صابر	۱.

خصوصیات اخلاقی داوود (ع)		
خصوصیات	آیه	ردیف
ص ۱۷/	صاحب قدرت و توبه کار	۱.

خصوصیات اخلاقی اسحاق (ع)		
خصوصیات	آیه	ردیف
ص ۴۵ /	قدرت و بصیرت	۱.

خصوصیات اخلاقی یعقوب (ع)		
--------------------------	--	--

خصوصیات	آیه	ردیف
ص / ۴۵	قدرت و بصیرت	۱.

خصوصیات اخلاقی عیسی (ع)		
خصوصیات	آیه	ردیف
مریم / ۳۲	نیکی به مادر	۲.

خصوصیات اخلاقی پیامبر اکرم (ص)		
خصوصیات	آیه	ردیف
قلم / ۴	اخلاق عالی	۱.
آل عمران / ۱۵۹	خوش اخلاقی	۲.
احزاب / ۴۳، توبه / ۱۲۸	رحمت و مهربانی	۳.

ارزش های اخلاقی و غیر اخلاقی مدیریت در قران

با توجه به ایه های قرآن، ارزش های اخلاقی و غیر اخلاقی در حوزه مدیریت در دو دسته فردی و اجتماعی به شرح زیر استنباط می شود:

ارزشهای اخلاقی		
۱.	ارزشهای اخلاقی مطلوب	نمونه آیات قرآن
۲.	ساده زیستی	انعام / ۳۲ ؛ حدید / ۲۰
۳.	آرام سخن گفتن	الحجرات / ۲ - ۴، بقره / ۸۳ آل عمران / ۳ و ۱۵۹
۴.	میانه روی	اسراء، ۲۹
۵.	سعه صدر و صبر	طه / ۲۵، هود / ۱۱۲، انفال / ۴۶، توبه / ۹، انبیاء / ۲۱ و ۸۵، صافات / ۳۷ و ۱۰۲، ص / ۳۸، ۴۴
۶.	وجدان کاری	رعد / ۱۹؛ شمس / ۷
۷.	شاکر	نحل / ۱۶ و ۱۲۱، اسراء / ۱۷
۸.	نظم و انضباط	رحمن / ۵ و انفطار / ۶
۹.	تواضع و فروتنی	لقمان / ۱۸ ؛ بقره / ۲، شعرا / ۲۱۵
۱۰.	اجازه گرفتن قبل از وارد شدن به حوزه دیگران	النور / ۲۷ - ۲۹. النور / ۵۸ - ۵۹
۱۱.	امانتداری	قصص / ۲۶ ؛ احزاب / ۷، دخان / ۱۸ نساء / ۵۸، انفال / ۲۷، اعراف / ۶۸
۱۲.	وحدت	آل عمران / ۱۰۳

۱۳.	سلام و جواب سلام	النور / ۶۱، النساء / ۸۶، النور / ۲۷، انعام، ۵۴
۱۴.	وفا به عهد	مائده/۱، نجم/۳۷، بقره/۱۷۷، مائده/۱
۱۵.	خوش بینی	توبه / ۶۱، مریم/۱۹ و ۵۴
۱۶.	نیکوکاری، سخاوت و بخشش	حشر/۷ و ۹؛ بقره/ ۲، النحل / ۹۰، الأحقاف/۱۵، توبه/۹ و ۶۰، آل عمران/۹۲، بقره/۱۹۵، نساء/۳۶
۱۷.	مهربان و خوش اخلاق	هود/ ۷۵؛ آل عمران/ ۱۳، آل عمران/۱۵۹، احزاب/۳۳، ۴۳؛ توبه/۹، ۱۲۸
۱۸.	انتقاد پذیری	کهف/ ۱۵؛ شعراء/ ۱، اعراف/ ۱۲۹
۱۹.	قدردانی	جن/ ۱۶؛ توبه/ ۹۹
۲۰.	قاطعیت	یونس/ ۱۰۴؛ انعام/ ۵، آل عمران ۱۵۹ /
۲۱.	عفو و گذشت	آل عمران/ ۱۳۴؛ نور/ ۲، نجم/۳۲،
۲۲.	خیرخواهی و دلسوزی	هود/ ۳۶، نساء/ ۷۹، محمد/ ۱۹ اعراف/ ۶۸،
۲۳.	احترام	المجادلة / ۱۱. اسراء/ ۲۳ و ۲۴، بقره / ۸۳

۲۴.	مشورت	آل عمران / ۱۵۹ ؛ نمل / ۲
۲۵.	مدارا	آل عمران / ۱۵۹، محمد / ۳۵، طه / ۴۴ - ۴۳
۲۶.	حسن خلق	آل عمران / ۱۵۹، انعام / ۵۴، الإسراء / ۵۳.
۲۷.	تقوا و اخلاص در عمل	انعام / ۱۵۳
۲۸.	عبادت (نماز، روزه، دعا و..	الأنبياء / ۲۵
۲۹.	ایثار	البقره / ۲۰۷
۳۰.	صداقت	مریم / ۵۶ و ۴۱، ۱۹ و ۱، توبه / ۱۱۹
۳۱.	امر به معروف و نهی از منکر	ال عمران / ۱۰۴ و ۱۱۰ و ۱۱۴
۳۲.	عدالت محور	نحل / ۹۰، مائده / ۸، نساء / ۱۳۵ و ۵۸، نحل / ۱۲۳، ممتحنه / ۸، انعام / ۱۵۲
۳۳.	ایمان به خدا	بقره / ۴، یوسف / ۱۲، ۲۳ و ۲۴
۳۴.	توکل و توسل به خدای متعال	آل عمران / آیه ۱۲۲ / ۱۵۹ و ۱۶۰، مائده، آیه ۱۲ و ۲۶،

ضد ارزشهای اخلاقی

۱.	حسادت	علق / ۵، نساء / ۵۴
----	-------	--------------------

۲.	اسراف	الأعراف / ۳۱، شعراء، ۱۵۱، اسراء / ۲۶-۲۷،
۳.	تمسخر	توبه / ۷۹، همزه / ۱، حجرات/۴۹، ۱۱،
۴.	تجاوز و ظلم	بقره / ۱۹۰؛ مائده/۶۲، مائده/، ۳۳ ، ابراهیم/۲۲
۵.	پیمان شکنی	انفال / ۵۵ - ۵۶
۶.	تکبر	لقمان / ۱۸، اعراف / ۱۳، غافر/، ۴۰، ۳۵، نساء / ۳۶
۷.	فساد اداری	مائده/۶۲، اعراف/۵۶
۸.	ریاکاران	نساء / ۸۱، نساء / ۱۴۵، بقره / ۲۷۵-۲۷۹
۹.	تجسس	حجرات / ۱۲
۱۰.	القاب زشت	حجرات / ۱۱
۱۱.	گمان بد	حجرات / ۱۲، انعام/۶، ۱۴۸،
۱۲.	بخل	ال عمران / ۱۸۰
۱۳.	دروغ	نحل / ۱۱۶
۱۴.	غیبت	حجرات / ۱۲
۱۵.	تعصب بیجا	فتح/۴۸، ۲۶
۱۶.	سرقت	مائده / ۳۸
۱۷.	کم فروشی	انعام/۱۵۲، مطففین/۱
۱۸.	ریا	بقره/۲۷۵

مائده/۲۹، انعام/۱۵۱	قتل	۱۹.
---------------------	-----	-----

سؤالات تشریحی

۱. ارزش های اخلاقی در مدیریت از منظر قرآن را تعریف کنید.
۲. خصوصیات اخلاقی حضرت محمد (ص) در قرآن را شرح دهید.
۳. سفارش های لقمان به فرزندش و پیامی که از آن استنباط می شود را شرح دهید.
۴. چند نمونه از ارزش های اخلاقی مدیریت و ضد اخلاقی در قرآن را نام ببرید.

سؤالات تستی

۱. امام علی (ع) رمز پیروزی را می داند.
 - الف) امر به معروف و نهی از منکر
 - ب) اجرای عدالت
 - ج) تقوا و اخلاص در عمل
 - د) ایثار
۲. اساسنامه اخلاقی برای زندگی شخصی و اجتماعی انسان است که سعادت و خوشبختی دنیوی و اخروی را در پی دارد.
 - الف) رعایت عدالت
 - ب) قرآن کریم
 - ج) وفای به عهد
 - د) رعایت امانت داری

۳. "امام صادق(ع) می فرماید: اگر قاتل علی امانتی پیش من می گذاشت و یا از من نصیحتی می خواست و یا با من مشورت می کرد آمادگی خود را اعلام و حق امانت را ادا می کردم". اشاره به کدام یک از موارد زیر دارد؟

الف) وفای به عهد ب) عدالت

ج) امانتداری د) راستگویی

۴. پست ترین جای جهنم به افرادی با خصوصیت..... تخصیص داده می شود.

الف) بخل ب) دروغ

ج) غیبت د) نفاق و دورویی

۵. از مهم ترین خصلتهای مدیران موفق و کارا است.

الف) صداقت و راستگویی ب) عدالت

ج) احسان د) وفاداری

۶. کدام یک از موارد خصوصیت اخلاقی طالوت (ع) می باشد؟

الف) خدمتگذار بودن ب) صادق

ج) علم و قدرت د) وفادار

۷. کدام یک از موارد زیر از خصوصیت اخلاقی داوود (ع) می باشد؟

الف) علم و قدرت

ب) وفاداری

ج) صاحب قدرت و توبه کار

د) نیکی به مادر

پاسخنامه

سوال	۱	۲	۳	۴	۵
پاسخ	ب	ب	د	د	الف
سوال	۶	۷	۸	۹	۱۰
پاسخ	ج	ج			

فصل چهارم

نقش اخلاق در رضایت مشتری

الف- هدف کلی فصل

در این فصل هدف اصلی، آشنایی دانشجویان با تاثیر اخلاق در رضایت مشتری می باشد.

ب- هدف های رفتاری فصل

پس از مطالعه این فصل، انتظار می رود دانشجویان بتوانند:

- با نقش اخلاق در رضایت مشتری آشنا شوند.
- با رابطه میان اخلاق کار و رضایت مشتری در سازمان آشنا شوند.
- با مصادیق ضد اخلاقی در رابطه با مشتری آشنا شوند.
- با پیامدهای بی توجهی به اخلاق در ارائه خدمات به مشتری آشنا شوند.
- مبانی و اصول مشتری مداری در اسلام را شرح دهند.

نقش اخلاق در رضایت مشتری

تقویت اخلاقیات می تواند نقش مهمی در بهبود کیفیت خدمات ارائه شده از سوی سازمانهای عمومی و افزایش مشروعیت این سازمانها در انظار عمومی ایفا

کند (الوانی و دانایی فرد، ۱۳۸۰: ۱۷۱) در عصر حاضر مولفه های اخلاق به عنوان مجموعه ای از اصول و ارزش ها که درستی یا نادرستی رفتارها و تصمیم های فرد یا سازمان را تعیین می کند، در بستر محور اصلی رضایت مردم از عملکرد سازمان وارد عرصه ادبیات سازمانی و مدیریتی شده است. (فیض، ۱۳۹۵) براساس آموزه های اسلام، مشتری مداری ابزار انگار مطرح نمی شود بلکه واقعی مطرح می شود یعنی تمامی تعهدات بین مشتری و سازمان واقعی و اجرا شود. مشتری مداری ابزار انگار، یعنی مشتری به عنوان ابزار سود و صرفا برای تحقق سود و افزایش آن در نظر گرفته شود و اگر سودی مطرح نباشد و یا احتمال زیانی وجود داشته باشد، سازمان خود را ملزم به حقوق مشتری نمی داند. در شرکتها و فروشگاههای خدماتی و تجاری که محصولات مختلف به طور مستقیم به خریدارن عرضه می شود خوش اخلاقی و خوش رفتاری و رفتاری مناسب عامل مهمی در جذب مشتریان و به تبع آن فروش بیشتر و افزایش سودآوری است.

در دنیای امروز اهمیت و توجه به مسائل اخلاقی در تجارت و به طور کلی در اقتصاد بین الملل، اهمیت خارق العاده ای کسب کرده است. بررسی ها و مطالعات انجام شده نشان داده است که میانگین سود شرکتهایی که ارزشهای اخلاقی و ضوابط شناخته شده اخلاق حرفه ای را رعایت می کنند بالاتر از میانگین سود شرکتهایی است که به این امر مهم کم توجه بوده اند. (علمی، ۱۳۸۷)

رضایت مشتری نشانه کیفیت مطلوب کالا است و بیانگر احساسی است که در مشتری نسبت به خرید و پرداخت و استفاده از کالا ایجاد می شود. اعتماد و وفاداری مشتری نتیجه رضایت مشتری است و از مولفه های اصلی مزیت رقابتی و سهم بیشتر بازار است.

به عقیده هانت و ویتل^۱ محیط سازمانی، شکل دهنده رفتار اخلاقی به وسیله تعدیل استانداردها و هنجارهای اخلاقی است. هانس و ریگل^۲ رفتار اخلاقی فروشنده، رفتاری است که موجب بهبود رفاه مشتری می گردد. فروشندگانی که بر مبنای اخلاقیات رفتار می نمایند، در ارتباطات خود صادق بوده و فقط محصولات یا خدماتی را که معتقدند مشتری را منتفع میسازد، به فروش می رسانند، وعده هایی می دهند که بتوانند جامه عمل بپوشانند و اطلاعات مشتری را به صورت محرمانه نگه میدارند. نتایج تحقیق حضرتی و همکاران^۳ روی مشتریان محصولات الکترونیکی سونی و پاناسونیک نشان میدهد که رفتار اخلاقی فروشنده تأثیر زیادی روی رضایت، اعتماد و تعهد مشتری به فروشنده دارد. حقیقی کفاش و همکارانش (۱۳۹۰) در پژوهشی نتیجه می گیرند که با افزایش رفتار اخلاقی فروشنده، وفاداری مشتری افزایش یافته و مشتریان وفادار خودآگاه یا ناخودآگاه به صورت بازاریاب فعال برای شرکت نقش ایفا میکنند.

¹ Hunt and Vitell, 1986

² Hansen and Riggle, 2009

³ Hazrati et al., 2012

مشتریان وفادار منجر به سودآوری سازمان ارائه دهنده خدمات خواهند گشت و منجر به افزایش شهرت و اعتبار سازمان میگردند. نتایج تحقیق لین و وو^۱ نشان می دهد که منافع اعتماد دریافتی مشتری حاصل از رفتار اخلاقی فروشنده، عامل مهمی در تعیین رضایت و وفاداری مشتری است. همچنین این تحقیق بیان میکند که بر خلاف بسیاری از تحقیقات گذشته، اگرچه رضایت مشتری تأثیر مستقیمی بر وفاداری وی به فروشنده دارد، اما چندان اثری بر روی وفاداری مشتری به شرکت ندارد. این پژوهش بر نقش کلیدی فروشنده در حفظ وفاداری مشتری تأکید دارد. چن و مائو^۲ در تحقیقی دریافتند که رفتار اخلاقی فروشنده از طریق جلب اعتماد مشتری، نقشی اساسی در وفاداری مشتری ایفا می کند. نتایج بررسی رومن و رویز^۳ نشان می دهد که رفتار اخلاقی درک شده توسط مشتری، نقش مهمی در روابط بین مشتری و فروشنده ایفا میکند که به نوبه خود روی رضایت مشتری، اعتماد و تعهدش نسبت به فروشنده تأثیرگذار است. همچنین آنها بیان می کنند که رضایت و اعتماد مشتری، تأثیر مثبتی روی تعهد وی نسبت به فروشنده دارد. رومن^۴ به بررسی رفتار فروش اخلاقی فروشنده، رضایت، اعتماد و وفاداری مشتری به شرکت روی مشتریان سه بانک واقع در اسپانیا پرداخت. نتایج نشان می دهد که رفتار فروش اخلاقی فروشنده منجر به رضایت، اعتماد و وفاداری بیشتر مشتری به شرکت متبوع فروشنده خواهد گردید. (وظیفه دوست و

¹ Lin and Wu, 2012

² Chen and Mau, 2009

³ Román and Ruiz, 2005

⁴ Román, 2003

معماریان، ۱۳۹۳) نقش استراتژیکی فضیلت های بازاریابی و سازمانی، ارتباط میان شخصیت اخلاقی با فضیلت را با عملکرد مالی و نتایج غیر مالی مانند رضایت، وفاداری و ابقای کارمندان و مشتریان که در طولانی مدت به نتایج مالی منجر می شود، تأکید می کند. (شعبانی و همکاران، ۱۳۹۳)

مصادیق ضد اخلاقی در رابطه با مشتری

در رابطه با مشتری مصادیق ضد اخلاقی متعددی وجود دارد که در سیستم های خرید و فروش (تجارت)، تولید و خدمات باید آنها را رعایت کرد و مورد تأکید قرار داد.

- رشوه خواری
- دزدی های پنهان و آشکار
- کم کاری و کم گذاشتن در کار
- تبعیض و بی عدالتی
- برخوردهای نامطلوب با ارباب رجوع
- عدم پیگیری شکایت
- عدم اجرای تعهدات تجاری و بی توجهی به حقوق شناخته شده

خریداران

پیامدهای بی توجهی به اخلاق در ارائه خدمات به مشتری

عدم رعایت قواعد اخلاقی در ارائه خدمات به مشتری اثرات و نتایجی برای

سازمان در پی دارد که این اثرات را می توان به شرح زیر مطرح نمود :

- از دست دادن مشتریان
- کاهش فروش
- کاهش سودآوری
- افزایش شکایات و نارضایتی ها

رابطه میان اخلاق کار و رضایت مشتری در سازمان

پژوهشهای فراوانی در خصوص تأثیر رعایت اخلاق در کار و فروش و پیامدهای

آن انجام شده است. که در زیر به آنها اشاره می شود:

رابطه میان اخلاق کار و کیفیت خدمات در سازمان		
ابراهیمی نژاد و تقوی	۱۳۹۴	بین اخلاق کسب و کار و مؤلفه های آن و رضایت مشتری، رابطه معنی داری ۸۱/۵ درصد وجود دارد.

بررسیها و مطالعات انجام شده نشان داده است که میانگین سود شرکتهایی که ارزشهای اخلاقی را رعایت می کنند بیشتر از میانگین سود شرکتهایی است که به این امر مهم کم توجه بوده اند.	۱۳۸۷	علمی
ارتباط مثبتی بین رعایت اخلاق کاری در بین کارکنان بانکهای خصوصی با جلب اعتماد مشتریان و کسب رضایت آنها مشاهده می شود که وفاداری مشتریان را به بانک مربوطه به دنبال دارد.	۱۳۹۰	رونقی و فیضی
اخلاق کار، رضایت مشتری را از کیفیت خدمات بانکی افزایش می دهد.	۱۳۹۱	رضایان و همکاران
بین اخلاق کار و کیفیت خدمات سازمان های دولتی شهر کرمان بستگی وجود دارد	۱۳۸۹	سلاجقه و همکاران
رفتار فروش اخلاقی روی رضایت مشتری و اعتماد مشتری به شرکت تأثیر مستقیم دارد.	۱۳۹۳	وظیفه دوست و معماریان
رعایت موازین اخلاقی در فروش تأثیر مثبت و معناداری بر چهار متغیر مستقل اعتماد، تعهد، رضایت و وفاداری مشتری به بنگاه دارد.	۱۳۹۰	براری و رنجبریان
مدیریت کیفیت بر اساس اخلاقیات بنا می گردد	2002	Zaeiri & Peters
اخلاقیات در بخش عمومی می تواند نقش مهمی در	۱۳۸۰	الوانی ودانایی فرد

بهبود کیفیت خدمات ارائه شده ایفا کند.		
رفتار اخلاقی فروشنده تأثیر زیادی روی رضایت، اعتماد و تعهد مشتری به فروشنده دارد.	۱۳۹۰ 2012 2012 2009 2005 2003 1986 2009	حقیقی کفاش و همکارانش Hazrati et al Lin and Wu Chen and Mau Román and Ruiz Román Hunt and Vitell Hansen and Riggle,
اخلاقیات می توانند به پرورش یک فرهنگ کیفیت کمک نمایند	1974	Peterson
رعایت موازین اخلاقی تأثیر عمیقی بر انتخاب عرضه کننده از سوی مشتریان دارد	1991	Trawick, Swan, McGee, Rink
برآوردن انتظارات اخلاقی مشتری توسط فروشندگان تأثیر مثبتی بر رضایت مشتری دارد	2002	Thomas, Vitell Gilbert, Rose

ابراهیمی نژاد و تقوی تأثیر عوامل مسئولیت پذیری، احترام، صداقت و انصاف به عنوان مؤلفه‌های اخلاق کسب و کار کارکنان بر رضایت مندی مشتری را در بین مشتریان تعمیرگاه های ایران خودرو و سایپا در سطح شهر کرمان بررسی کردند. نتایج این تحقیق به این شرح است که بین اخلاق کسب و کار و مؤلفه های آن و رضایت مشتری، رابطه معنی داری وجود دارد. تأثیر مؤلفه های اخلاق کسب و کار بر رضایت مشتری به ترتیب اولویت عبارتند از: مسئولیت پذیری، احترام، صداقت و انصاف. (ابراهیمی نژاد و تقوی، ۱۳۹۴) در واقع التزام به اخلاق در کسب و کار موجب نوعی اعتماد می شود که خود سرمایه ای اجتماعی و ارزشمند بوده و موفقیت بلندمدت سازمان را تضمین می نماید (دادگر، ۱۳۸۵).

سازمانهایی که موازین اخلاقی را رعایت می کنند موجب توانمندسازی مشتریان، رضایت آنها و در نهایت کسب مزیت رقابتی برای سازمان در آینده خواهند شد (Gauzente, Ranchhod, 2001) با توجه به یافته های پژوهش براری و همکاران (۱۳۹۰) شرکتها برای ایجاد رابطه مثبت و بلندمدت با مشتری ناگزیر به رعایت مسائل اخلاقی در مبادلات خود با مشتری می باشند. همچنین رعایت اخلاق از سوی کارکنان فروش سازمان می تواند تأثیر مهمی بر ادراک مشتری نسبت به اخلاقی بودن فعالیت بنگاه و کیفیت رابطه مشتری با بنگاه داشته باشد. کارکنان بخش فروش بنگاه های تجاری نقش اصلی را در فروش و سودآوری بنگاه برعهده دارند و به همین دلیل فشار فراوانی برای بهبود عملکرد بر این دسته از کارکنان وارد است. در بعضی مواقع این فشارها موجب به کارگیری روشهای

نادرست و غیراخلاقی برای فروش بیشتر از جانب کارکنان می شود. این عمل نه تنها از لحاظ انسانی و اخلاقی ناپسند می باشد بلکه از دید سازمان نیز باید در نظر داشت که فروشندگان در واقع نمایندگان بنگاه محسوب می شوند و بیشترین تماس را با مشتری دارند. تصویر ذهنی مشتری از بنگاه می تواند متأثر از رفتار کارکنان آن باشد. در نتیجه تمایل مشتری برای حفظ یا قطع رابطه با سازمان متأثر از چگونگی تعامل کارکنان با مشتری خواهد بود. (براری و همکاران، ۱۳۹۰)

رفتارهای غیر اخلاقی ممکن است در کوتاه مدت موجب افزایش درآمد و فروش بیشتر سازمان شود اما در بلندمدت سبب بدبینی مشتریان نسبت به سازمان می شود و موجب شکل گیری تصویری منفی و نامطلوب از سازمان در ذهن مشتری می شود زیرا نگرش مشتری تا حدود زیادی تحت تأثیر نحوه رفتار فروشندگان می باشد و سازمان نمی تواند به حفظ مشتریان خود و وفاداری آنها در بلندمدت امیدی داشته باشد و از این رو متحمل خسارت و کاهش فروش می شود و باید با هزینه بیشتری به دنبال جذب مشتری جدید باشد. در حالی که رعایت اخلاق در فروش باعث درک و مشاهده مشتری از رعایت اصول اخلاقی در رفتار سازمان می شود و مطمئن می شود که فعالیت سازمان اخلاقی و قابل اعتماد بوده و سازمان از رفتارهای فرصت طلبانه استفاده نمی کند. در نتیجه مشتریان به سازمان اعتماد پیدا می کنند و تمایل بیشتری برای استمرار در روابط تجاری با سازمانها خواهد داشت و در نهایت موجب اعتماد، تعهد و رضایت مشتری و به تبع آن وفاداری نسبت به سازمان می شود.

در اینجا دو مورد به عنوان شواهدی بر کاربردی بودن الگوی اخلاق تجاری، در صنعت خودرو سازی و رضایت مشتری اشاره می کنیم. (گوران و گورج، ترجمه امینی فسخودی، ۱۳۸۷)

شرکت فورد: "قصور ورزیدن در مسؤولیت پذیری و تعهد در قبال مشتریان"

فورد اولین شرکت آمریکایی بود که در سال ۱۹۷۹ از سوی کشور هند و آتش گرفتن Pinto به دلیل نامناسب بودن محل قرارگیری مخزن سوخت به اتهام بی توجهی و عدم رعایت معیارهای ایمنی، تحت پیگرد قانونی قرار گرفت. یاکوکا، یکی از سران این شرکت در آن زمان، در خصوص این ماجرا اظهار داشت که "امنیت و ایمنی فروختنی نیست". انتشار مقالات دووی (۲۱ و ۲۲) حساسیت جامعه را نسبت به این حادثه برانگیخت. فکر اینکه یکی از بزرگترین تولید کنندگان اتومبیل در آمریکا در تحلیل های هزینه - فایده خود، به جای رعایت ایمنی بیشتر، متوجه عایدی خود از تعمیر مجدد خودرو هایش در اثر حوادث ناشی از تصادف و بعضاً مرگ مشتریان خود بوده است، حیرت آور بود. وی با محاسبات خود نشان داد که از دیدگاه سران این شرکت، حضور در دادگاه و اقامه دعوی، برایشان ارزان تر از تعمیر خودرو های خراب، تمام می شود و به همین دلیل ترجیح می دهند که با وجود شکایات مکرر خریداران، همچنان رویه پیشین خود را ادامه دهند. تأمل در این قضیه، واقعیت تلخ و خشن فقدان اخلاق و تعهدات اخلاقی در اصول تجاری حاکم بر جامعه را نشان می دهد. تبعات این ماجرا فقط به سرزنش فورد از سوی رسانه ها ختم نشد و نگرش های غیر قابل تکرار این شرکت، "شخصی کردن ضرر و پذیرش برچسب

انحراف اخلاقی " را نیز برای آن در پی داشت. بسیار طبیعی به نظر می‌رسید که با افزایش حساسیتها و متحمل شدن هزینه‌های روانی، این شرکت درصدد بهبود ایمنی خودروهای خود برآید. اما مجدداً در سال ۱۹۸۰ نیز به سبب نواقص سامانه‌های انتقال حرکت خودرو هایش، در زیر ذره بین انتقاد جامعه قرار گرفت. گرچه این بار، به سبب نقایص و کاستیهایی که داشت از طرح دعاوی خود در دادگاه صرف نظر نمود، اما باز هم درصدد رفع این معایب و اقرار به کاستیها و اشتباهات خود در انتظار عموم بر نیامد. در سال ۱۹۹۶ نیز بار دیگر به دلیل عدم رعایت ایمنی، مورد دادخواست واقع شد. خودروهای فورد به کیسه‌های هوا مجهز نبود، چون از نظر این شرکت به دلیل هزینه‌ای که در بر داشت، نصب آن منطقی به نظر نمی‌رسید در صورتی که جدیدترین الگوی آن را روی خودروی مشتریان ثروتمند خود (مانند آبراهام لینکلن) نصب کرده بود. مجدداً در همان سال به علت خرابی سامانه‌های جرقه، بزرگترین فراخوان را برای تعمیر آنها اعلام کرده بود. این شواهد، بیانگر عدم درک صحیح این شرکت از اخلاق تجاری است چون تعداد زیادی از خودروهای خود را با همان سطح نازل معیارهای ایمنی به فروش رسانیده بود.

ولوو: "اعتبار بخشیدن و تضمین بقای خود با بهادادن به دیگران"

در مقایسه با فورد که نمادی از قرن بیستم در آمریکا محسوب می‌شود، ولوو یک مؤسسه مستقل اروپایی است و ثانیاً معروفیت آن بیشتر مرهون عملکرد مثبتش در حیطه مسائل ایمنی بوده است. بازتاب اهمیت و لزوم رعایت ایمنی، به عنوان سنتی دیرینه در اندیشه مؤسسان این شرکت، اینگونه بیان شده است «خودروها به وسیله انسان‌ها به حرکت در می‌آیند. ما در شرکت خود قواعد و اصول راهنمایی و رانندگی را در پس اقدامات ایمنی قرار می‌دهیم و برای آنها

اهمیت درجه دوم قائلیم. بنابراین، بی آنکه این امر را به قواعد راهنمایی و رانندگی محول کنیم، بایستی ایمنی را رعایت کنیم.» به اعتقاد مدیران شرکت، ایمنی فقط به جزئیات مربوط نمی شود و در آن ملاحظات کلی نیز باید مدنظر قرار گیرد. برای مثال فناوری به کاررفته در یک خودرو بایستی امکان رانندگی مطمئن و جلوگیری از تصادفات احتمالی را برای راننده فراهم نموده و به این ترتیب امنیت سرنشینان آن را تضمین نماید. مگر اینکه وقوع حادثه ای غیر قابل اجتناب باشد. با روند روبه افزایش سرقت و دستبرد به وسایل نقلیه، نیاز به فناوری های مؤثر و مفید برای حفاظت خودروها در برابر سارقین اهمیت ویژه دارد. همچنین ترفندهای لازم برای محافظت افراد در برابر تهدیدات جانی رو به رشد مزاحمین را نیز بایستی به ضرورت های قبلی افزود. ولو یکی از محدود تولیدکنندگان خودرو در جهان است که گروه مستقلی برای تحقیق در مورد تصادفات صورت گرفته با خودرو هایش دارد. مرکز مطالعات ایمنی این شرکت بیش از ۱۰۰ کارمند دارد و بخشهایی نظیر گروه تحقیق در مورد تصادفات، توسعه فناوری، آزمایش خودرو، طراحی و محاسبه را شامل می شود. پس از سال ۱۹۷۰، حدود ۳۰۰۰۰ تصادف پیش آمده با خودر و های این شرکت مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. معیار های ایمنی به مراتب جامع تر از معیارهای قانونی بود. در حقیقت متولیان شرکت از ملزومات قانونی فراتر رفته و درک عمومی مردم از معیارهای ایمنی خودرو را تا جای ممکن بالاتر برده بودند. روش نظام مند بهبود و افزایش مستمر سطح ایمنی خودرو، فرایندی بی انتها و دایره وار است که شروع و خاتمه اش به محیط واقعی ترابری برمی گردد. احتیاجات و معیارهای درونی سامانه ایمنی، برآمده از ویژگیها، نیازها و خطراتی است که در محیط واقعی نقلیه و عبور و مرور وجود دارند. این امر نیز وقتی به وقوع می پیوندد که بین متخصصین ایمنی و متخصصین تولید، همکاری و تشریک مساعی

وجود داشته باشد. به هنگام توسعه و تولید یک الگوی جدید، ارزیابیهای مستمری بر ای اطمینان از تطابق آن با ویژگیهای محیط و شرایط عینی لازم است که در واقع پیش نیاز تولید هستند.

مبانی و اصول مشتری مداری در اسلام

در اسلام مشتری و فروشنده هر دو مورد احترام واقع شده اند و نسبت به هم حق و حقوقی دارند. در اینجا نکات اخلاقی در رابطه با مشتری از دیدگاه اسلام مطرح می شود که نیاز است فروشندگان و تولید کنندگان مد نظر قرار دهند و رعایت کنند. رعایت این نکات در کوتاه مدت و بلندمدت به نفع فروشندگان می شود.

- حق محوری و عدالت در معامله
- فروش به موقع به مشتری و تحویل به موقع محصول یا خدمت؛
- توجه به کیفیت قابل قبول و مورد اطمینان در ارائه تولید و خدمات و تحویل کالای مطلوب به مشتری.^۱
- رضایت دو طرفه فروشنده و مشتری
- راحت گرفتن در معامله بر مشتری^۲

^۱ امام صادق ع، کسی که جنس بی کیفیت و نامطلوب بفروشد دور از برکت می دانند

^۲ رسول الله صلی الله علیه وآله : السماحة من الرباح ، قال ذلك لرجل یوصیه ومعه سلعة یبیعها مستحب است انسان راحت بفروشد و بخرد.

- راستی و درستی در معامله
- تطبیق معامله با احکام الهی و عدم غفلت از یاد خداوند متعال
- انصاف و عدم دریافت سود زیاد و نامتعارف^۱: فروشندگان در رابطه با قیمت سود متعارف که معمولاً ۵ تا ۱۰ درصد است را در تجارت و فروش لحاظ کنند. در خصوص مایحتاج روزمره و خوراک و غذاهای انسانی این امر ضروری است بیشتر رعایت شود.
- پرهیز از کلاهبرداری و غش^۲ در معامله
- نشان دادن واقعیت های کالا در معامله: در صورت بروز عیب در کالا از پوشاندن عیب کالا پرهیز شود.
- رعایت حال مشتریان و صبور در رفتار و برخورد با او: همه مشتریان یک رفتار و اخلاق خاصی ندارند. بعضی مشتریان ممکن است بحث های غیر منطقی و یا انتظارات غیر معقول داشته باشند و یا خلق و خوی تند و نامتعارفی داشته باشند فروشندگان باید در این شرایط صبر بیشتری به خرج دهند و با حوصله و متانت برخورد کنند.
- پس گرفتن کالای سالم پس از پشیمانی مشتری (باعث جلب اعتماد مشتری می شود)

^۱ در حدیث آمده است: «به سود کم قناعت کنید و در تحصیل سود به اندازه خود اکتفا کنید و این مقدار را نیز میان همه مشتریان تقسیم کنید، یعنی از همه مشتریان روزانه خود به اندازه مخارج روز خویش، به نسبت سود بگیریید».

^۲ امام صادق (ع) فرمودند: کسی که در معامله با مسلمانان غش وارد سازد مسلمان نیست.

- تبلیغات نادرست و فریب مشتری: تعریف و تمجید فروشنده از کالا باید واقعی باشد. در صورتی که تعریف فروشنده از کالا با واقعیت مطابق نباشد اثر خوبی نخواهد داشت و ظلم محسوب می شود.
- عدم تفاوت و فرق گذاشتن بین مشتری ها

سؤالات تشریحی

۱. نقش اخلاق در رضایت مشتری را شرح دهید.
۲. رابطه میان اخلاق کار و رضایت مشتری در سازمان را شرح دهید.
۳. پیامدهای بی توجهی به اخلاق در ارائه خدمات به مشتری را شرح دهید.
۴. مبانی و اصول مشتری مداری در اسلام را نام ببرید؟

سؤالات تستی

۱. اعتماد و وفاداری مشتری نتیجه است و از مولفه های اصلی مزیت رقابتی و سهم بیشتر بازار است.

الف) رضایت مشتری ب) تبلیغات

ج) خرید از مشتری د) فروش به مشتری

۲. همه موارد زیر از مصادیق ضد اخلاقی در رابطه با مشتری می باشد بجزء..... .

الف) تبعیض و بی عدالتی ب) کم کاری

ج) رشوه خواری

د) پیگیری شکایت

۳. شرکت فورد با کدام نوع بد اخلاقی در قبال مشتریان رفتار کرد؟

الف) قصور ورزیدن در مسئولیت پذیری و تعهد

ب) فروش با قیمت بالا

ج) تحویل با تاخیر محصول

د) تبلیغات غیر واقعی

۴. به عقیده هانت و ویتل، شکل دهنده رفتار اخلاقی به وسیله تعدیل

استانداردها و هنجارهای اخلاقی است.

ب) سبک مدیریت

الف) ساختار سازمانی

د) محیط سازمانی

ج) فرهنگ سازمانی

۵. رفتار اخلاقی فروشنده، رفتاری است که موجب بهبود رفاه مشتری میگردد.

فروشندگانی که بر مبنای اخلاقیات

ب) هانس و ریگل

الف) هانت و ویتل

د) هرزبرگ

ج) تیلور

پاسخنامه

سوال	۱	۲	۳	۴	۵
پاسخ	الف	د	الف	د	ب

فصل ششم

اخلاق در ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی

الف- هدف کلی فصل

در این فصل هدف اصلی، آشنایی دانشجویان با اخلاق در ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی است.

ب- هدف‌های رفتاری فصل

پس از مطالعه این فصل، انتظار می‌رود دانشجویان بتوانند:

- با ارتباطات سازمانی مبتنی بر اخلاق آشنا شوند.
- با اصول اخلاقی حاکم بر ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی از نظر اسلام آشنا شوند.
- عوامل رشد اخلاق در ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی را تشریح نمایند.
- با فواید سیستم ارتباطات اخلاقی آشنا شوند.
- با عوامل کاهشده اخلاق در ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی آشنا شوند.

ارتباطات سازمانی مبتنی بر اخلاق

سیستم ارتباطات یکی از ابزارهای انسجام و مکانیسم هماهنگی و انتقال اطلاعات سازمانی است. سیستم ارتباطات عامل تقویت صمیمیت و افزایش همکاری و هماهنگی بین واحدهای سازمانی است. اطلاعات از طریق سیستم ارتباطات در بین واحدهای مختلف سازمانی رد و بدل می شود. اگر سیستم ارتباطات بهینه طراحی و اجرا شود اطلاعات مفید و مرتبط و به هنگام در اختیار افراد قرار سازمانی قرار می گیرد. و اطلاعات در انجام وظایف سازمانی مانند برنامه ریزی، تصمیم گیری و کنترل و نظارت و شناسایی نقاط ضعف و کمبودها استفاده می شود. سیستم ارتباطات مدیریت بستر همکاری بین همه واحدهای سازمانی و افراد را تشکیل می دهد. سیستم ارتباطات به مدیران کمک می کند تا نظارت موثرتری اعمال کنند.

اصول اخلاقی حاکم بر ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی از نظر اسلام

اصول اخلاقی به عنوان مهمترین مولفه در اثربخشی ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی مطلوب محسوب می گردد. بنابراین بر مدیران واجب است که توجه

زیادی به رعایت مبانی ارزشی و اخلاقی که ضامن ارتباطات سالم و مطلوب سازمانی خواهد بود داشته باشد.

مهمترین اصول اخلاقی حاکم بر ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی از نظر اسلام به شرح زیر بیان می شود:

- **امانتداری:** در امانتداری نباید خیانت کرد. امانت داری عامل ایجاد اعتماد و تقویت روابط صمیمی بین واحدها و افراد سازمانی می شود.
- **وفای به عهد:** یک فرد مسلمان باید به عهد و معاهده خود وفا کند. وفای به عهد روابط بین افراد را تدوام می بخشد.
- **رازداری:** سخنان و گفتارهای دیگران را نباید فاش کرد. وفای به عهد، رازداری و امانت داری باعث ایجاد اعتماد و پایه و اساس ارتباطات اثر بخش و توسعه ارتباطات سازمانی است.
- **انضباط کاری**
- **مسئولیت پذیری**
- **خوش رفتاری:** خوش رفتاری از خصوصیات درونی افراد است و موجب صمیمیت و محبوبیت بیشتر می شود.
- **دلسوزی و خیرخواهی**
- **عدل و انصاف در روابط و مناسبات اداری**
- **بُردباری و صبر**

- خوش اخلاقی

پیامبر (ص): «أَكْمَلُ الْمُؤْمِنِينَ إِيمَانًا أَحْسَنُهُمْ خُلُقًا» (سنن الترمذی)

کامل ترین مؤمنان در ایمان خوش اخلاق ترین شان میباشند.

پیامبر (ص): «إِنَّ مِنْ أَحَبِّكُمْ إِلَيَّ وَأَقْرَبِكُمْ مِنِّي مَجْلِسًا يَوْمَ الْقِيَامَةِ أَحْسَنِكُمْ

أَخْلَاقًا» (سنن الترمذی)

«همانا از محبوب ترین و نزدیک ترین شما در مجلس من روز قیامت خوش

اخلاق ترین شما می باشد». (الغزالی مصری، ۱۳۷۸، ص ۲۴)

عوامل کاهنده اخلاق در ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی

عوامل فردی و سازمانی متعددی در سازمانها وجود دارند که تضعیف کننده و کاهنده اخلاق و به تعبیری موانع رشد اخلاق در ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی محسوب می شوند که در زیر به مهمترین آنها اشاره می شود.

مهمترین موانع سازمانی ترویج و رشد اخلاق در ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی سازمانها عبارتند از:

- خودبینی و خودخواهی: خودبینی و خودخواهی مهم ترین عامل تضعیف ارتباطات و رفتار سازمانی محسوب می شود. اهداف خود را ترجیح دادن و بی توجهی به اهداف و خواسته های دیگران نوعی خودبینی است.

- فشارهای روانی
 - فقدان نگرش اخلاقی: فقدان نگرش اخلاقی می تواند منجر به بروز رفتارهای غیر اخلاقی گردد.
 - فرافکنی و مسئولیت گریزی: فرافکنی به مفهوم مبرا دانستن نسبت به عملکرد خود و نادیده گرفتن نقش خود در نتایج است
 - فقدان انگیزش
 - فرهنگ سازمانی ضعیف
 - جو غیرمشارکتی کار
 - جو کار گروهی ضعیف و تعارضی
- مهمترین موانع فردی ترویج و رشد اخلاق در ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی سازمانها عبارتند از: دروغ، خودخواهی، فخر و کبر، حسادت، تهمت و غیبت، تبعیض و بی عدالتی، عجب، بدگمانی، ریا، شقاوت، بخل، پیمان شکنی، خیانت، ظلم، تندخویی، سخن چینی، تملق و چاپلوسی، استبداد رای

عوامل رشد اخلاق در ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی

عوامل متعددی در سازمانها وجود دارند که تقویت کننده و ترویج دهنده اخلاق حرفه ای محسوب می شوند و سبب نهادینه کردن اخلاق در سازمانها می شود که در زیر به مهمترین آنها اشاره می شود.

مهمترین عوامل رشد و ترویج اخلاق در روابط سازمانی عبارتند از:

- انگیزش: افراد برای بروز رفتارهای ارزشی و اخلاقی باید دارای انگیزه های سازمانی و معنوی باشند. در این صورت است که کارکنان با میل درونی و علاقه اخلاقیات و ارزشهای اخلاقی را در روابط سازمانی و رفتار با همکاران و ارباب رجوع رعایت می کنند.
- نگرش اخلاقی: سازمانها می توانند با استخدام و بکارگیری نیروی انسانی مقید به اخلاقیات اخلاقیات را نهادینه کنند چرا که این افراد توان و تمایل بیشتری به رعایت اخلاقیات و انجام وظایف و مسئولیت های اخلاقی دارند. نگرش اخلاقی می تواند منجر به بروز رفتارهای اخلاقی گردد.
- فرهنگ سازمانی قوی و مشارکتی
- تدوین منشور و نظام جامع اخلاقی: منشور اخلاقی به منظور ایجاد هماهنگی و وحدت رویه رفتاری و روش در بین مدیران و کارکنان سازمان تدوین می شود (الوانی، ۱۳۷۹، ص: ۱). منشور اخلاقی سازمانی، همچون سوگندنامه پزشکان، اخلاق حرفه ای و سازمانی کارکنان را شکل می دهد و راهنمای عمل آنان در مسیر خدمت و فعالیتشان است (حسینی و عباسی، ۱۳۹۱، صص: ۱۵۴-۱۲۹). داشتن منشور اخلاقی در زمینه های مختلف نظیر انتصاب و ارتقاء، استخدام، پرداخت، نظارت و ارزیابی و..... از جمله عوامل تقویت کننده اخلاق و رشد اخلاقی در سازمانهاست. منشور اخلاقی، ضوابط رفتاری و جزئیات ارتباطی که کارکنان باید یا نباید انجام دهند را مطرح می کند.

- آموزش عملی اخلاق: آموزش در زمینه اخلاق و رفتارهای اخلاقی به منظور افزایش دانش و نگرش‌های کارکنان نسبت به اصول اخلاقی و غیراخلاقی توسط مربیان مقید به اخلاقیات، ضروری است
- معرفی الگوی اخلاقی: معرفی الگوی اخلاقی در سازمان، عملیاتی کردن اخلاق را ساده تر می کنند و کارکنان براساس الگوی معرفی شده رفتار و اخلاق خود را تنظیم می کنند و سعی می کنند اخلاق و رفتار و منش خود را به او نزدیک کنند.

فواید سیستم ارتباطات اخلاقی

سیستم ارتباطات موثر و کارآمد از عناصر اخلاقی مختلفی تشکیل شده است. در صورت نهادینه کردن عناصر اخلاقی در سیستم ارتباطی و رعایت آنها در روابط بین افراد و گروهها می تواند فواید بیشماری را عاید جوامع و سازمانها نمود. در ادامه به فواید اخلاقی سیستم ارتباطات پرداخته می شود:

- تقویت ارتباطات بین فردی و واحدهای سازمانی
- اعتماد سازی فضای کار (تقویت اعتماد و اطمینان)
- انتقال اطلاعات واقعی و مفید
- بهبود جو کار و افزایش صمیمیت در کار
- تقویت هماهنگی و انسجام سازمانی (اتحاد)
- تقویت سیستم مشارکت (مشارکت در تصمیم گیری و برنامه ریزی)

- اثر بخشی سیستم کنترل و نظارت سازمانی
- کاهش شایعات و تبلیغات منفی

سؤالات تشریحی

۱. سیستم ارتباطات مبتنی بر اخلاق را شرح دهید.
۲. فواید سیستم ارتباطات اخلاقی را شرح دهید.
۳. عوامل رشد اخلاق در ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی را شرح دهید.
۴. اصول اخلاقی حاکم بر ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی از نظر اسلام را شرح دهید.
۵. مهمترین عوامل رشد و ترویج اخلاق در روابط سازمانی را نام ببرید و شرح دهید؟

سؤالات تستی

۱. به عنوان مهمترین مولفه در اثربخشی ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی مطلوب محسوب می گردد.
 الف) اصول اخلاقی
 ب) فرهنگ سازمانی
 ج) تقسیم کار
 د) نگرش کارکنان
۲.، ضوابط رفتاری و جزئیات ارتباطی که کارکنان باید یا نباید انجام دهند را مطرح می کند.
 الف) سیاستهای سازمانی
 ب) سبک مدیریت
 ج) منشور اخلاقی
 د) وجدان کاری

۳. مهم ترین عامل تضعیف ارتباطات و رفتار سازمانی محسوب می شود.

- الف) صحت
 ب) دقت
 ج) امانتداری و رازداری
 د) خودبینی و خودخواهی

۴. پیامبر (ص) همانا از محبوب ترین و نزدیک ترین شما در مجلس من روز قیامت خوش اخلاق ترین شما می باشد»

- الف) دقیق ترین
 ب) وفادارترین
 ج) امانتدار ترین
 د) خوش اخلاق ترین

۵. عامل تقویت صمیمت و افزایش همکاری و هماهنگی بین واحدهای سازمانی است.

- الف) آگاهی
 ب) دانش
 ج) سیستم ارتباطات
 د) امانت داری

پاسخنامه

سوال	۱	۲	۳	۴	۵
پاسخ	الف	ج	د	د	ج

فصل هفتم

مسئولیت های اخلاقی در وظایف و نقش های مدیریتی در سازمان

الف- هدف کلی فصل

در این فصل هدف اصلی، آشنایی دانشجویان با مسئولیت های اخلاقی در وظایف و نقش های مدیریتی در سازمان می باشد.

ب- هدف های رفتاری فصل

پس از مطالعه این فصل، انتظار می رود دانشجویان بتوانند:

- با نقش اخلاق در وظایف و عملکرد مدیریت آشنا شوند
- ضرورت و اهمیت مسئولیت اجتماعی را شرح دهند.
- با مولفه های ارزش های اخلاقی در تصمیم گیری آشنا شوند.
- با سیستم نظارت و کنترل اخلاقی آشنا شوند.
- عناصر خودکنترلی در منابع اسلامی را تشریح نمایند.
- با انگیزش مبتنی بر اخلاق آشنا شوند.
- با تقسیم کار مبتنی بر اخلاق آشنا شوند.
- با سیستم استخدامی و جذب اخلاقی از نظر اسلام آشنا شوند.

نقش اخلاق در وظایف و عملکرد مدیریت

پنیو^۱ بر ارزیابی عملکرد اخلاقی کارکنان؛ اخلاقی کردن هدف های سازمان؛ اشاعه ارزش ها و مسائل اخلاقی در سازمان؛ اخلاق در زندگی شخصی؛ توجه به اخلاق حرفه ای بعنوان وظایف مدیران در ایجاد سازمانی اخلاق مدار اشاره نموده است. (امیری و همکاران، ۱۳۸۹، صص: ۱۵۹-۱۳۷؛ فیض، ۱۳۹۵) فقدان نظام جامع اخلاقی در زمینه های مختلف نظیر تصمیم گیری، جذب و استخدام، پرداخت حقوق و مزایا، پاداش و تشویق، انتصاب و ارتقاء، نظارت و ارزیابی از جمله موانع رشد اخلاقی در سازمانهاست.

مسئولیت های اخلاقی - اجتماعی

بخشی از مسئولیت های اخلاقی در سازمان مربوط به ایفای مسئولیت اجتماعی است. از مسئولیت اجتماعی به عنوان اخلاقیات فرا سازمانی یاد می شود. به این مفهوم که سازمان در قبال جامعه از لحاظ اخلاقی مسئول است و باید از امکانات و منابع در اختیار مانند منابع مالی و قدرت و نفوذ اجتماعی خود برای رفع مشکلات اجتماعی (قیمت محصول، تورم حقوق زنان، کودکان، استخدام معلولان، فقر، حفاظت از محیط زیست، بهداشت عمومی و تحصیلات) و بهبود و پیشرفت جامعه، استفاده کنند و انتظارات اجتماعی از سازمانها را برآورده سازند. مسئولیت

¹ Pennino

اجتماعی به مجموعه فعالیتهایی گفته می‌شود که سازمان به صورت داوطلبانه، در طرح های اجتماعی به منظور رفاه و بهبود زندگی اجتماعی افراد جامعه مشارکت می‌کند.

ضرورت و اهمیت مسئولیت اجتماعی

رفتار غیراخلاقی، رفتار محیط کسب و کار را بر ضد خود تحریک کرده، موجب شکست سازمان می‌شود. کی و پاپکین باور دارند که تجزیه و تحلیل شکستهای شرکتها و مصیبت های وارده به آنها نشان می‌دهد که لحاظ اخلاقیات و حساسیتهای اجتماعی درنهایت، در فرایند تصمیم گیری و تدوین استراتژی، موجب افزایش سودآوری شرکت خواهد شد. همچنین طبق گزارشی که در سپتامبر ۲۰۰۵ توسط دولت استرالیا منتشر شده، رشد اقتصادی این کشور از سال ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۵ به رقم متوسط سالانه ۳/۶ درصد رسیده که بیشتر از بسیاری از کشورهای توسعه یافته، مانند امریکا، آلمان، ژاپن و انگلستان است. بر اساس این گزارش، عوامل رشد این کشور، نگرش مثبت به تغییر و نیروی انسانی آموزش دیده با اخلاق کار بسیار قوی اعلام شده است. (OECD, 2005) براساس گزارش مجله فورچون، ۶۳ درصد مدیران عالی شرکتهای برتر بر این باورند که رعایت اخلاقیات، موجب افزایش تصویر مثبت و شهرت سازمان شده، منبعی برای مزیت رقابتی به شمار می‌آید. (Buckley et al, 2001: 15). تحقیق سوینی (۱۹۹۹) در استرالیا نشان داد که ۹۰ درصد استرالیایی‌ها علاقه‌مند به خرید از شرکتهایی هستند که رفتارهای آنها اخلاقی

است. این تحقیق مشخص کرد هرچه اعتماد بین اعضای یک سازمان بیشتر باشد نیاز به کنترل مستقیم کاهش می‌یابد. (Lagon, 1999:5) دیوید براین باور است که: «روز به روز باور سازمانها در این مورد راسخ‌تر می‌شود که ترویج اصول اخلاقی و تقویت فرهنگ معنوی موجب ایجاد مزیت‌های استراتژیک خواهد شد. (رحمان سرشت و همکاران، ۱۳۸۸) توجه به اخلاقیات و رعایت مسائل اخلاقی در کتاب: وظیفه‌های مدیران چستر بارنارد (۱۹۳۸) و آثار ماکس وبر به چشم می‌خورد (اشنایدر و بارسو، ۱۳۷۹:۴۱۳). به عقیده بارنارد «ناممکن است سازمانها بتوانند بدون عنصر اخلاقی عمل کنند. رهبری که به اصول اخلاقی پایبند نیست و عمل نمی‌کند نفوذ خود را از دست می‌دهد و نمی‌تواند موفق عمل کند و برای طولانی مدت دوام آورد» (بارنارد، ۱۳۶۸:۴۰۴). طرفداران اخلاق کار در دو دسته قرار می‌گیرند. افرادی مانند چپل بر این باورند که رعایت اخلاق کار، باعث افزایش ارزش برای سهامداران شده، ابزاری برای تحقق هدف بیشینه کردن سود است (دیدگاه اخلاقیات ابزاری). در مقابل، افرادی مانند بارنارد (۱۹۳۸)، کوئین و جونز (۱۹۹۵) و میلتن - اسمیت، دیدگاه غیر ابزاری داشته و باور دارند که سازمان بایستی علاوه بر ملاحظات مالی، اخلاق کار، به دلیل آنکه ماهیت این کار صحیح است، باید آن را رعایت کند. (Poesche, 2002:311) در نظریه‌های نوین مدیریت از قبیل کارگزاری^۱، ذینفعان^۲، حاکمیت

¹ Agency Theory

² Stakeholders

شرکتی^۱، و نهادینگی^۲ نیز اخلاقیات به گونه‌ای مورد توجه است. (رحمان سرشت و همکاران، ۱۳۸۸).

پیامدهای مسئولیت اجتماعی سازمانها

بی‌توجهی سازمانها به مسئولیت‌های اخلاقی - اجتماعی می‌تواند پیامدها و عوارض منفی را برای سازمان ایجاد کند و مشروعیت سازمان و عملکرد آن را زیر سوال قرار دهد و خدشه دار کند، نگرش جامعه نسبت به سازمان و مدیران تحت تأثیر قرار می‌دهد در نتیجه فروش، موقعیت رقابتی و موفقیت سازمان را کاهش می‌دهد.

توجه به اخلاق و رعایت مسئولیت اجتماعی در سازمان مزایای متعددی برای سازمان در پی خواهد داشت که در ادامه به آنها اشاره خواهیم داشت:

- حاکمیت اخلاق در سازمان
- افزایش اعتماد مردم
- حسن نیت اجتماعی
- بهبود مزیت رقابتی
- افزایش سود
- بهبود شهرت و اعتبار سازمان
- مزیت‌های استراتژیک

¹ Corporate Governance

² Institutional Lization

- افزایش مشروعیت سازمان و عملکرد آن
- موفقیت سازمان

نام	سال	شرح
لستر تارو	۱۹۹۰	افزایش سود و ارزش افزوده در درازمدت
ایوان و فریمن	۱۹۸۸	افزایش سود و ارزش افزوده در درازمدت
دیوید	۱۳۸۲	ایجاد مزیت‌های استراتژیک
Buckly	2001	بهبود شهرت و اعتبار سازمان

تصمیم‌گیری اخلاقی

تصمیم‌گیری اخلاقی به تصمیماتی گفته می‌شود که تحت تأثیر ارزش‌های اخلاقی اتخاذ شود. اگر در سازمانها تصمیمات، تحت تأثیر ارزش‌های اخلاقی اتخاذ شود از اجرای موثرتری برخوردار خواهد شد زیرا که کارکنان با انگیزه بیشتری تمایل به تلاش بیشتر و همکاری در اجرای تصمیمات مبتنی بر اخلاق دارند. لحاظ کردن ارزشهای اخلاقی، از پیامدهای منفی تصمیم‌گیری می‌کاهد.

مؤلفه‌های ارزش‌های اخلاقی در تصمیم‌گیری

از نظر اسلام مولفه های متعدد و مختلفی در خصوص ارزش های اخلاقی در تصمیم گیری وجود دارد که در زیر به آنها اشاره می شود:

- تسهیل مشارکت (تشکیل اتاق فکر) : مدیر باید بستر مشارکت صاحب نظران و متخصصین را در فرایند تصمیم گیری فراهم کند و جو گروهی تصمیم را تقویت کند به طوری که مشارکت فعال شایسته ترین و داناترین و با تجربه ترین نیروها در تصمیم گیری اتفاق افتد. از فواید مشارکت علاوه بر بهره گرفتن از دانایی دیگران و اتخاذ تصمیم بهینه و کاهش خطا و اشتباه می توان به افزایش صمیمیت، همکاری و تقویت، انگیزش و روحیه اعتماد به نفس زیر دستان اشاره کرد.
- پیشنهادات همگانی: از نظرات و پیشنهادات همه کارکنان باید استقبال شود. استفاده از تحلیل و نقطه نظرات تخصصی دیگران سبب تقویت اطلاعات مورد نیاز برای تصمیم گیری می شود.
- تصمیم گیری مبتنی بر تخصص: در تصمیم گیری باید تخصص را لحاظ کرد به این معنی که تصمیمات تخصصی شوند و تصمیم گیرندگان باید از تخصص و اطلاعات و دانش مرتبط با حوزه تصمیم برخوردار باشند.
- عبرت گرفتن: رخدادها و اتفاقات گذشته را باید تحلیل کرد و از نقاط قوت و ضعف آنها و شرایط آنها در تصمیمات استفاده کرد.
- مشورت: در بعضی حوزه های تصمیم گیری اطلاعات مبهم و ناکافی است در این مواقع نیاز است که از افراد خبره و دلسوز مشاوره و مشورت گرفته شود. برای اتخاذ تصمیم بهینه و افزایش منافع و کاهش تبعات منفی نیاز است از راهبرد مشورت استفاده شود.

- عاقبت اندیشی: مدیران برای اتخاذ تصمیم بهینه و مطلوب باید نتایج آتی تصمیم و پیامدهای آن را بررسی کنند
- توجه به منافع مادی و معنوی
- توجه به رضایت و خشنودی خداوند

موانع اصلی تصمیم گیری های اخلاقی

در سیستم های سازمانی عواملی ممکن است وجود داشته باشد که مانع اتخاذ تصمیم گیری های اخلاقی شود. این عوامل را باید در سازمان حذف کرد. موارد زیر از جمله موانع اصلی تصمیم گیری های اخلاقی در سازمان محسوب می شود:

- فرهنگ سازمانی ضعیف
- الگوی مدیریت غیر مشارکتی
- اکتفا به اطلاعات مبهم و ضعیف در تصمیم
- خودکامگی و خودخواهی مدیریت
- عدم تسلط تصمیم گیران به حوزه تصمیم

سیستم نظارت و کنترل اخلاقی

سیستم نظارت و کنترل اخلاقی به آن نوع سیستم نظارتی گفته می شود که بر مبنای ارزشهای اخلاقی طراحی و اجرا شود. در سیستم کنترل و نظارت، فعالیت و عملیات سازمانی با شاخص ها و استانداردهای تعیین شده مقایسه می شود. هدف از طراحی سیستم نظارت و کنترل بررسی وضعیت اجرایی و میزان یسرفت

کار است. کار در چه مرحله ای است و اینکه آیا اجرای موفقیت آمیز داشته ایم. در کار پیشرفت داشته ایم یعنی جلو تر از برنامه هستیم و یا عقب تر از برنامه و یا طبق برنامه پیش می رویم. پس نظارت و کنترل اطمینان از میزان پیشرفت کار را در سیستم ایجاد می کند و یا در صورت عدم پیشرفت، انحرافات، کمبودها و موانع را به موقع تشخیص و شناسایی می کند.

اصول اخلاقی در طراحی و اجرای سیستم نظارت و کنترل سازمانی از نظر اسلام

پاره ایی از اصول اخلاقی در طراحی و اجرای سیستم نظارت و کنترل بر عملکرد کارکنان در سازمان از نظر اسلام عبارتند از:

- تدوین خط مشی نظارت و کنترل
- تبیین و تدوین شاخص ها و معیارهای نظارت و کنترل: شاخص ها و معیارهای نظارتی باید شفاف، ارزشی، معقول و منطقی، مرتبط با کار و مقبولیت داشته باشد.
- استفاده از بازرسین توانمند: مسولین نظارتی باید دارای خصوصیات فردی و سازمانی خاصی مانند امین، صادق، مهارت و تجربه، دانش و اطلاعات کاری بالا باشند. در این صورت است که نظارت به صحیص انجام می شود.
- استفاده از بهترین روش های نظارت و کنترل
- دقت در نظارت و کنترل
- نظارت دقیق و کامل
- ترویج و تقویت سیستم خودکنترلی

- تاکید و توجه خاص به سیستم کنترل پیشگیرانه
- ارزیابی منظم نتایج و عملکرد

فواید سیستم نظارت و کنترل مبتنی بر اخلاق

- شناسایی نقاط ضعف و قوت
- اطمینان از سلامت نظام اداری
- اشراف اطلاعاتی کامل بر تمام امور

روش های نظارت و کنترل مبتنی بر اخلاق

برای اجرای عملیات نظارت و کنترل در سیستم ها روش ها و تکنیک های متعددی وجود دارد که در زیر مهم ترین آنها اشاره می شود.

۱- نظارت شخصی مدیریت:

در این روش مدیر شخصاً بر امور جاری عملیات سازمانی نظارت حضوری و مستقیم دارد. در این روش اطلاعات به دست آمده کاملاً دقیق، مستند و قابل استناد است.

۲- نظارت از طریق بازرسان و انتصاب بازرس :

در این روش مدیر اجرای نظارت و کنترل بر امور را که از وظایف اصلیش می باشد را به واحد بازرسی و بازرسان محول می کند. میزان تفویض اختیار بستگی به اندازه و حجم عملیاتی سازمان دارد. البته نظارت شخصی مدیر ضروری است و به منظور تکامل فرایند نظارت از افراد حفاظتی و بازرسان استفاده می شود. در این روش بازرس به عنوان نماینده مدیر اقدام به انجام وظیفه در راستای نظارت بر امور و رفتارهای فردی و سازمانی افراد می کند

۳- نظارت غیر مستقیم و مخفی :

در این روش با به کارگیری نیروهای اطلاعاتی و بازرسانی ناآشنا به طور مخفی عملیات نظارت و کنترل بر امورات سازمانی انجام می شود. از بازرسان مخفی تحت عنوان چشم‌های مخفی تعبیر می شود.

۴- نظارت و کنترل عمومی:

از نظارت و کنترل عمومی در آموزه های اسلامی به امر به معروف و نهی از منکر یاد می شود. توجه به گزارش های کارکنان و بررسی دقیق آن لازم است و سبب تداوم همکاری آنها در این زمینه می شود.

۵- نظارت و کنترل درونی (خود کنترلی)

تعهد، وجدان کاری و مسئولیت پذیری نتیجه ایمان به خداوند و معنویات و ارزشهای اخلاقی است و از عناصر مهم تشکیل دهنده خودکنترلی افراد در

سازمان است. خودکنترلی ریشه در فرهنگ، نظام ارزشی و مبانی فکری و اعتقادی افراد دارد. خودکنترلی یعنی نظارت بر عملکرد افراد را خود افراد انجام دهند. در خودکنترلی عامل کنترل کننده و مرکز کنترل خود کارمند است.

عناصر خودکنترلی در منابع اسلامی

- اعتقاد به عالم غیب (نظارت کامل و جامع خداوند، پیامبر(ص) و امامان معصوم (ع)، فرشتگان، جهان آخرت و روز قیامت)
- ارزش های اخلاقی
- عاقبت اندیشی
- وجدان کاری

انگیزش مبتنی بر اخلاق

انگیزش مبتنی بر اخلاق عامل درونی است که تحت تاثیر ارزشهای اخلاقی انسان را به انجام فعالیت و رفتاری در جهت خاصی سوق می دهد. عوامل اخلاقی انگیزش شامل مجموعه عوامل بیرونی (شغلی، سازمانی و محیطی) و درونی (فردی) است.

عوامل اخلاقی در انگیزش کارکنان براساس دیدگاه اسلام

مدیریت اخلاق مدار باید محتوای کار و فضای کاری را بستر ساز انگیزش افراد طراحی کند به طوری که آنان با علاقه به کار و فعالیت پردازند. بنابراین یکی از وظایف اخلاقی مهم مدیران در سازمانها فراهم نمودن زمینه و عوامل انگیزش

کارکنان به منظور شکوفایی استعدادهای بالقوه است. مدیران برای ایجاد انگیزش باید نیازهای کارکنان را شناسایی و به آن توجه کنند. انگیزش سازمانی از عوامل ارتقاء بهره‌وری نیروی انسانی است، توجه و تأکید بر طراحی بهینه برنامه‌های انگیزشی مبتنی بر اخلاق موجب می‌شود افراد اهداف سازمانی را بپذیرند اطاعت پذیری آنها از قوانین افزایش یابد و به قوانین و مقررات سازمانی بیشتر احترام بگذارند. همچنین برنامه‌های انگیزشی مبتنی بر اخلاق تلاش کارکنان در جهت تحقق اهداف سازمانی را بیشتر می‌کند و باعث می‌شود کارکنان در اجرای برنامه‌ها و اداره امورات سازمان مشارکت فعال داشته باشند. لذا با توجه به اهمیت و منافع بیشمار انگیزش و همچنین اساسی و زیر بنایی بودن این موضوع در راستای توجه به نیروی انسانی به عنوان منبع حیاتی و استراتژیک سازمانها در محیط متلاطم ضروری است مدیران سازمان حساسیت اخلاقی بیشتری نسبت به انگیزش کارکنان نشان دهند.

عوامل اخلاقی انگیزش از دیدگاه اسلام

مهم ترین عوامل و یا متغیرهای اخلاقی در اسلام که باعث ایجاد انگیزه در کارکنان می‌شوند عبارتند از :

- توجه به اصول اعتقادی و دینی (رضایت و خشنودی خداوند، کمک و امداد الهی و...)
- توجه به اصول ارزشی و اخلاقی
- طراحی سیستم ارزیابی عملکرد عادلانه و منطقی

- طراحی سیستم ارتباطات سالم و موثر
- اعتماد سازی و ایجاد فضای اعتماد آمیز
- توجه به نیازهای مادی
- طراحی مناسب شغل : شغل باید طوری طراحی شود که از عهده شاغل برآید یا به تعبیری تناسب شغل با توانایی شاغل برقرار شود.
- طراحی سیستم پیشرفت و ارتقای منطقی
- هدایت و مشاوره دلسوزانه مدیریتی
- طراحی سیستم تشویق و پاداش عادلانه و منطقی:

سیستم تشویق و پاداش عادلانه و منطقی

تشویق کسانی است که عملکرد مطلوب و تلاش موثر دارند باعث می شود انگیزه در این افراد برای ادامه روند و در دیگران برای تلاش بیشتر و عملکرد خوب افزایش دهد. تشویق به شکل های مختلف صورت می گیرد از جمله قدردانی کلامی و دعای خیر و طلب رضایت و خشنودی خداوند، پاداش مادی و...

نکات اخلاقی در تشویق

باید در تشویق کارکنان از مشوق هایی مناسب استفاده کرد. مشوق هایی مناسب دارای خصوصیات اخلاقی زیر است:

۱. متناسب با نوع عمل
۲. اجرای به هنگام
۳. قابلیت اجرایی
۴. متناسب با روحیه شخص
۵. برانگیزاننده باشند.

سیستم ارزیابی عملکرد مبتنی بر اخلاق

ارزیابی عملکرد کارکنان، از وظایف مدیران است و باعث ایجاد انگیزه در انجام وظایف و بهبود عملکرد می‌شود. طراحی سیستم ارزیابی عملکرد کارکنان بر مبنای اصول اخلاقی زمینه رشد فعالیت و عملکرد در سازمان است. امام علی (ع) در برنامه ۵۳ نهج البلاغه هم، چنین می‌فرماید: «هرگز نباید افراد نیکوکار و بدکار در نظر تو یکسان باشند زیرا این کار موجب می‌شود که افراد نیکوکار در نیکی کردن بی‌رغبت و بدکاران در عمل بدشان تشویق شوند هر یک را مطابق کارشان پاداش ده».

معیارهای اخلاقی در فرایند ارزیابی عملکرد کارکنان از نظر اسلام

پاره ایی از اصول و معیارهای اخلاقی در فرایند ارزیابی عملکرد کارکنان از نظر اسلام عبارتند از:

- تدوین خط مشی ارزیابی

- تبیین و تدوین شاخص ها و معیارهای معقول، اخلاقی و شفاف ارزیابی عملکرد
- دوری از تبعیض
- استفاده از ارزیابان و مسولین ارزیابی توانمند و صادق (دارای مهارت و تجربه، دانش و اطلاعات کاری بالا باشد)
- استفاده از بهترین روش های ارزیابی علمی و منطقی
- دقت در فرایند ارزیابی

تقسیم کار مبتنی بر اخلاق

تقسیم کار منطقی و عادلانه را تقسیم کار مبتنی بر اخلاق گویند. تقسیم کار مبتنی بر اخلاق موجب افزایش رضایت شغلی و تعهد کارکنان است. مدیران از طریق تقسیم کار عادلانه می توانند کار و فعالیت های سازمان را خرد و سپس براساس معیارهای منطقی و عادلانه به کارکنان واگذار کند به طوری هر کسی در جای خودش قرار بگیرد.

معیارهای اخلاقی در تقسیم کار در سازمان از نظر اسلام

پاره ای از اصول اخلاقی در تقسیم کار در سازمان از نظر اسلام عبارتند از:

- رعایت عدالت در تقسیم کار: تقسیم کار عادلانه باعث می شود که همه هماهنگ و متناسب به کار مشغول شوند و دیگر ترافیک کاری و حجم کار در یک نقطه زیاد و در نقطه دیگر کم باشد و یا عده ای زیاد کار کنند و عده ای کم کار کنند نیست.
- تبیین معیارهای تقسیم کار در سازمان: تقسیم کار براساس شاخص ها و معیارهای منطقی و شفاف
- توجه به ویژگیهای سازمانی و ویژگیهای شخصیتی در تقسیم کار : طراحی واحدی و گروه بندی افراد در تقسیم کار با توجه به ویژگیهای سازمانی (فرهنگ، میزان ارتباطات و...) و ویژگیهای شخصیتی (توجه به ویژگیهای شخصیتی، علایق، باورها و روحیه کارکنان)
- توجه به وجود علایق مشترک و تشابه شخصیتی میان افرادی که با یکدیگر در ارتباط مستقیم کاری هستند
- تناسب شغل (مسئولیت و وظایف) با شاغل (روحی و روانی، شخصیت، تجربه و تخصص)

سیستم استخدامی و جذب اخلاقی از نظر اسلام

یکی از مهم ترین مسائل مدیریت، انتخاب فرد شایسته و سپردن کارها به آنان است. در قرآن کریم سوره بقره آیه ۱۲۴ می فرماید خداوند سبحان حضرت ابراهیم را پس از آزمایش های بسیار به مقام پیشوایی مردم منصوب نمود. به

علاوه شایستگی افراد باید از روی عملکردشان باشد نه از روی گفتار و حرف، زیرا در میدان عمل است که انسان صفات واقعی خویش را آشکار می‌کند.

هم‌چنین در آیات ۲۴۶-۲۴۷ سوره بقره خداوند را دلیل شایستگی طلوت برای مدیریت می‌داند. در سوره نساء آیه ۵۸ نیز خداوند امانت داری و عدالت را معیار معرفی می‌کند رهبری و پیشوایی نیز امانتی است الهی و زمامداران موظفند حقوق رعیت را ادا کنند و عدالت را میان مردم جاری سازند و با آنان از سر لطف و مهربانی رفتار کنند پس وقتی مدیریت هم امانتی است سنگین، باید به اهلس سپرده شود. کسانی که بدون داشتن شایستگی‌های لازم در جایگاه اداره امور قرار می‌گیرند و یا آنان که اداره کارها را به افرادی فاقد شایستگی‌های لازم هستند، می‌سپارند مرتکب بالاترین خیانت‌ها می‌شوند که بدون شک مایه هلاکت خود و دیگران شده و در دنیا و آخرت مغضوبند. البته سپردن مسئولیت به افراد بدون آزمودن آنها از ضعف مدیر به حساب می‌آید. زیرا توانایی انسان‌ها در زمان آزمودن، مشخص می‌شود. یکی از اساسی‌ترین و اصلی‌ترین ضعف‌های مدیران ناتوانی در شناخت شایسته‌ترین افراد و به کار گماردن آنان است که موجب می‌شود افرادی بر مصدر کار قرار گیرند که توان اداره امور را ندارند. البته عواملی از قبیل رقابت‌های نادرست، دشمنی و خیانت نیز موجب کنار زده شدن افراد شایسته می‌شود. گاهی مسئولان از روی حسادت توان دیدن افراد شایسته را ندارد و از سر نفسانیت خویش، شایسته‌ترین‌ها را کنار می‌گذارند، زیرا آنان از روی کار آمدن انسان‌هایی توان‌تر از خود می‌ترسند. بدین ترتیب چنین مدیرانی تنها افرادی

را می‌پسندند که ضعیف و مطیع باشند تا حقارت نفسانی‌شان آشکار نشود. به علاوه مناسبات و روابط ناسالم اجتماعی و سیاسی و مدیریتی، نفوذ فرصت‌طلبان نیز موجب کنار گذاشته شدن و کناره‌گیری افراد شایسته میشود و موجب از بین رفتن اقتدار سیستم و تباهی و فروپاشی آن می‌شود. (مشتاق، ۱۳۸۵)

ارزش های اخلاقی در جذب و استخدام

پاره ایی از ارزشهای اخلاقی در سیستم استخدامی و جذب از نظر اسلام عبارتند از:

- دقت در فرایند شناسایی و استخدام
- تبیین و تدوین شاخص ها و معیارهای شفاف برای استخدام و انتصاب
- رعایت عدالت و عدل در استخدام
- به کار گمار براساس آزمایش و امتحان
- مشورت در به کارگماری و انتصاب
- شایسته سالاری: استخدام و جذب شایسته ترین نیروها مخصوصا در سطوح عالی

شایسته ترین: تواناترین و داناترین (قدرت علمی، مهارت و تجربه، دانش و اطلاعات کاری) ملاک شایستگی برای ارتقا مهمتر از سابقه است. پیامبر اسلام(ص) فرمود: «هر کس کارگزاری از مسلمان را به کار گمارد و بداند که میان ایشان، افرادی شایسته و داناتر از او به کتاب خدا و سنت پیامبرش هست، به خدا و پیامبرش و همه مسلمانان خیانت کرده است»(القضاء، ج ۱، ۶۸).

معیارهای اخلاقی در انتخاب، استخدام و انتصاب

تبیین و تدوین شاخص ها و معیارهای استخدام شرط لازم برای اجرای موفقیت آمیز سیستم استخدامی کارکنان است. کارمندان از نظر اسلام باید براساس معیارها و ویژگی های اخلاقی و علمی انتخاب و استخدام شوند. گماردن کارگزاران مورد اعتماد و دارای حُسن سابقه مورد تاکید مدیران اخلاق مدار است. در اسلام شاخص ها و معیارهای استخدام در صورتی دارای ارزش و بار اخلاقی است که مبتنی بر ویژگی های زیر باشد:

- صداقت و راستگویی: یکی از ویژگیهای شخصیتی افراد که باید در استخدام بررسی شود صداقت است. صداقت از طریق پیشنه فرد قابل بررسی است.
- چابکی عملکرد: میزان دقت و سرعت عملکرد افراد در کار و عملیات نیز از عوامل قابل بررسی در استخدام است.
- مسئولیت پذیری : امام علی «ع»: کارهای بزرگ را به مردم پست و فرومایه سپردن باعث زوال دولتها است (الحدیث جلد ۲ صفحه ۳۷۴)
- تقوی و پرهیزگاری
- در نظر گرفتن علاقه و روحیات شخصی افراد
- امانت داری و رازداری
- اصالت خانوادگی
- علم و توانایی: علم و توانایی پیشنهاد و شرط لازم برای جذب و استخدام است. افراد با تجربه و مهارت بالا با دارا بودن شرط کافی باید در اولویت استخدام باشند. امام علی «ع»: کسی که تجربه بسیار دارد

کمتر دچار غفلت می شود. (الحديث جلد ۲ صفحه ۳۴۵) از دیدگاه امام علی (ع) بزرگترین استاد تجربه است.

- اخلاق و رفتار: اخلاق و رفتار فرد نیز باید در استخدام مورد ارزیابی قرار گیرد.
- عدالت گرا و داد گر
- حسن شهرت و سابقه پیشین
- سعه صدر (صبر در برابر نامالایمات و تحمل انتقادات)

سیستم اخلاقی پرداخت حقوق و دستمزد از نظر اسلام

از نظر اسلام توجه به تامین حداقل معیشت و نیازهای مادی در پرداخت حقوق و دستمزد شرط لازم و پرداخت براساس معیارهای منطقی شرط کافی است. هدف اصلی نظام اخلاقی اسلام در حوزه حقوق و دستمزد بر قراری ارتباط منطقی و تعادلی بین حقوق و دستمزد و عملکرد (وظایف و مسئولیت های شغل) در بستر عدالت است. توجه به اصول اخلاقی در سیستم پرداخت حقوق و دستمزد موجب انگیزش و تلاش بیشتر کارکنان در جهت تحقق اهداف سازمانی می شود.

معیارهای اخلاقی در پرداخت حقوق و دستمزد از نظر اسلام

پاره ایی از اصول و معیارهای اخلاقی در پرداخت حقوق و دستمزد از نظر اسلام عبارتند از:

- توجه به تورم و قدرت خرید کارکنان جهت تامین نیازهای زندگی آبرومندانه

- تناسب عملکرد با حقوق و دستمزد
- پرداخت حقوق و مزایا براساس قرارداد فیما بین
- پرداخت به هنگام و به موقع حقوق و مزایا
- شاخص های پرداخت روشن و دقیق تعیین شود
- در پرداخت به شرایط کاری توجه شود(زمان کار، مدت زمان کار، سختی کار، محیط و فضای کاری)
- پرداخت انگیزاننده باشد و بتواند کارکنان را در تلاش بیشتر سوق دهد.

سؤالات تشریحی

۱. ضرورت و اهمیت مسئولیت اجتماعی را تعریف کنید.
۲. فواید مسئولیت اجتماعی را نام ببرید.
۳. مولفه های ارزش های اخلاقی در تصمیم گیری را نام ببرید.
۴. موانع اصلی تصمیم گیری های اخلاقی را نام ببرید.
۵. فواید سیستم نظارت و کنترل مبتنی بر اخلاق را شرح دهید.
۶. عوامل اخلاقی در انگیزش کارکنان براساس دیدگاه اسلام را شرح دهید.
۷. معیارهای اخلاقی در فرایند ارزیابی عملکرد کارکنان از نظر اسلام را بیان کنید.
۸. معیارهای اخلاقی در تقسیم کار در سازمان از نظر اسلام را بیان کنید.
۹. عوامل نگیزش از دیدگاه قرآن را نام ببرید و شرح دهید.
۱۰. تقسیم کار مبتنی بر اخلاقیات اسلامی را تعریف کنید.
۱۱. ویژگی های اخلاقی در سیستم استخدامی و جذب از نظر اسلام را شرح دهید؟

۱۲. فواید پرداخت حقوق و دستمزد مبتنی بر اصول اخلاقی چیست؟

شرح دهید.

۱۳. معیارهای اخلاقی در پرداخت حقوق و دستمزد از نظر اسلام را نام

ببرید.

سؤالات تستی

۱. "در تصمیم گیری باید تخصص را لحاظ کرد به این معنی که تصمیمات تخصصی شوند و تصمیم گیرندگان باید از تخصص و اطلاعات و دانش مرتبط با حوزه تصمیم برخوردار باشند". اشاره به کدام یک از مولفه های ارزش های اخلاقی دارد؟

الف) تسهیل مشارکت ب) تصمیم گیری مبتنی بر تخصص

ج) عبرت گرفتن د) پیشنهادات همگانی

۲. همه موارد زیر از موانع اصلی تصمیم گیری های اخلاقی در سازمان می باشد بجزء..... .

الف) فرهنگ سازمانی ضعیف ب) الگوی مدیریت غیرمشارکتی

ج) اکتفا به اطلاعات مبهم و ضعیف د) تسلط به حوزه تصمیم

۳. "در این روش با به کارگیری نیروهای اطلاعاتی و بازرسانی ناآشنا به طور مخفی عملیات نظارت و کنترل بر امورات سازمانی انجام می شود. از بازرسان مخفی تحت عنوان چشم های مخفی تعبیر می شود". اشاره به کدام مورد زیر دارد؟

الف) نظارت غیر مستقیم و مخفی ب) نظارت و کنترل درونی

ج) نظارت شخصی مدیریت د) نظارت از طریق بازرسان

۴..... یعنی نظارت بر عملکرد افراد را خود افراد انجام دهند. در خودکنترلی

عامل کنترل کننده و مرکز کنترل خود کارمند است.

الف) نظارت از طریق بازرسان (ب) نظارت شخصی مدیریت

ج) خودکنترلی (د) نظارت غیر مستقیم و مخفی

۵. ارزیابی عملکرد کارکنان، از وظایف است و باعث ایجاد انگیزه در انجام وظایف و بهبود عملکرد می شود.

الف) کارمندان (ب) مدیران

ج) مشاوران مدیر (د) همگانی

۶. پیامبر اسلام (ص) فرمود: «هر کس کارگزاری از مسلمان را به کار گمارد و بداند که میان ایشان، افرادی شایسته و داناتر از او به کتاب خدا و سنت پیامبرش هست، به خدا و پیامبرش و همه مسلمانان خیانت کرده است. اشاره به کدام مورد زیر دارد؟

الف) شایستگی (ب) رضایت شغلی

ج) انگیزش (د) تصمیم گیری

۷. مدیران از طریق می توانند کار و فعالیت های سازمان را خرد و سپس براساس معیارهای منطقی و عادلانه به کارکنان واگذار کند به طوری هر کسی در جای خودش قرار بگیرد.

الف) شایستگی (ب) استخدام

ج) تقسیم کار عادلانه (د) ارتقاء عادلانه

۸. هدف اصلی نظام اخلاقی اسلام در حوزه حقوق و دستمزد بر قراری ارتباط منطقی و تعادلی بین حقوق و دستمزد و عملکرد (وظایف و مسئولیت های شغل) در بستر است.

الف) انگیزش (ب) عدالت

(د) عمل

(ج) رتبه

پاسخنامه

سوال	۱	۲	۳	۴	۵
پاسخ	ب	د	الف	الف	ب
سوال	۶	۷	۸	۹	۱۰
پاسخ	الف	ج	ب		

فصل هشتم

تجارت مبتنی بر اصول اخلاقی از نظر اسلام

الف- هدف کلی فصل

در این فصل هدف اصلی، آشنایی دانشجویان با تجارت مبتنی بر اصول اخلاقی از نظر اسلام می‌باشد.

ب- هدف‌های رفتاری فصل

پس از مطالعه این فصل، انتظار می‌رود دانشجویان بتوانند:

- با تجارت مبتنی بر اصول اخلاقی از نظر اسلام آشنا شوند.
- با اصول اخلاقی در تجارت آشنا شوند.
- اقسام احکام معامله و کسب و کار را شرح دهند.
- اصول اخلاقی در تجارت را تشریح نمایند.
- با عوامل موثر در توسعه تجارت و موفقیت در تجارت آشنا شوند.
- با قراردادهای تجاری آشنا شوند.

تجارت مبتنی بر اصول اخلاقی از نظر اسلام

اخلاق تجاری^۱ یعنی مجموعه قواعد ارزشی در رابطه با تجارت و معامله. در اسلام تجارت مبتنی بر اخلاق نوعی از تجارت محسوب می شود که بر اصول اخلاقی و ارزشهای معنوی و اعتقادی انجام شود. در تجارت، همه اصول اخلاقی لازم الاجرا و قانونی نیستند بلکه بعضی های اختیاری است و تاجر و سازمان به خاطر پیشرفت و وجه بهتر و در نهایت دستیابی به جایگاه والاتر انسانی و اجتماعی و اعتقادی آنها را رعایت می کنند.

به گفته بعضی افراد رعایت اخلاق در تجارت، اولین بار در دهه ۱۹۹۰ توسط پایه گذاران سازمان جهانی تجارت مطرح شد و سپس موافقت نامه «رویه های تجاری غیر منصفانه» تدوین شد. اما با بررسی متون تاریخی اسلامی در واقع متوجه می شویم این موضوع توسط اسلام و پیامبران (ص) و امامان معصوم (ع) مطرح شده و مورد استفاده قرار گرفته است.

بسیاری از متفکران اقتصادی به این نکته پی برده اند که بر خلاف تفکرات کلاسیک در اقتصاد، عامل فشار قانون و همچنین دست نامرئی بازار نمی تواند از آسیب های اخلاقی تجارت جلوگیری کند. در مقابل گسترش اخلاق کسب و کار می تواند با پر کردن خلاءهای قانونی به کارکرد بهتر تجارت کمک نماید. (توکلی، ۱۳۸۹)

اصول اخلاقی در تجارت

^۱) Business Ethics

در تجارت و خرید و فروش های بین اشخاص و شرکت ها اصول اخلاقی متعددی وجود دارد که باید لحاظ و رعایت شود. مهمترین و کلیدی ترین مولفه اخلاقی در تجارت، صداقت است. صداقت در تجارت می تواند شرایط تجارت و اجرای آن و حتی آینده را تحت تاثیر قرار دهد و دارای پیامدهای مشهودی است که در نمودار زیر مطرح شده است. از این رو می توان گفت که بستر تجارت موفق را صداقت تشکیل می دهد.

" آنچه ما را به نابودی خواهد کشاند از این قرار است: سیاست بدون اصول،

لذت بدون وجدان، علم بدون شخصیت و تجارت بدون اخلاق" (مهاتما گاندی)

به طور کلی می توان اخلاق تجاری را به عنوان تابعی از فرهنگ در نظر گرفت. اروپا، نقش و کارکرد سنتها، ارزشها و علایق مذهبی افراد را در اطمینان از اخلاقی عمل نمودن آنها، نه تنها در محیط کار بلکه در همه جوانب زندگی متذکر شده است. پاول، بسیاری از کارگزاران تجاری و افراد تحصیلکرده برای پاسخگویی به مشکلات مربوط به اخلاق تجاری به منابع مذهبی متوسل می شوند. جیاکالن و کنوس، با ذکر این نکته که تجارت بایستی رهیافتی همه جانبه نگر نسبت به مقوله اخلاق داشته، باشد، فلدمن، به این مطلب اشاره دارد که تحول در اخلاق تجاری نیازمند یافتن مبانی قانونی و عرفی برای ساختهای پایدار معنایی است یا ماجی نیز معتقد است که اخلاق تجاری نباید تنها به صورت یک قانون سازمانی، بلکه اجرای آن به عنوان یک فلسفه سازمانی درآید، چون اینگونه فعالیتها، موفقیتها و کامیابیهای بزرگی را در طول زمان برای سازمان در پی خواهد داشت. به نظر مک دونالد و زپ نیز راهبرد های سازمانی می تواند در بلندمدت بر رفتار های اخلاقی کارکنان تأثیر بگذارد. (گوران و گورج، ترجمه امینی

فسخودی، ۱۳۸۷)

اهداف تجارت اخلاقی و اسلامی

در اسلام هر نوع فعالیت و رفتاری دارای هدف است. کسب و کار و تجارت نیز که از اهمیت زیادی برخوردار است در اسلام دارای اهداف خاصی است. هدف اصلی اخلاق در تجارت اسلامی کسب فضیلت و رضایت خداوند است. تجارت توأم با اخلاق و کسب و کار مبتنی بر اخلاق اسلامی موجب اعتبار و شهرت در فضای کسب و کار و در نتیجه جلب اعتماد مشتریان شود. اهداف راه اندازی از دیدگاه اسلام عبارتند از:

- جلب رضایت خداوند: کار و کاسب حلال عبادت و جهاد در راه خداوند محسوب می شود.
- کسب روزی حلال
- تامین آبرومندانه مخارج زندگی
- کمک به مستمندان (در صورت توانمندی مالی)

احکام تجارت

در اسلام بازرگانی، خرید و فروش و کسب و کار دارای احکام متعدد و مختلفی است که به صورت کلی به انواع زیر تقسیم می شود:

معامله مستحب

بعضی از امورات مربوط به کسب و کارها مستحب است که شایسته است مسلمانان آنها را در معامله و کسب انجام دهند و رعایت کنند. همه این امور در جهت رضایت و خشنودی خداوند است.

معامله مکروه

بعضی از امورات مربوط به کسب و کارها مکروه است که بهتر است آنها را در معامله و کسب انجام ندهیم.

معامله حلال

بعضی از امورات مربوط به کسب و کارها حلال است که ضروری است آنها را در معامله و کسب انجام دهیم. کسب و کار حلال باید با توانایی و تخصص فرد هماهنگ باشد و بر کار تسلط حرفه ای و اطلاعاتی داشته باشد. کسب و کار حلال کسبی است که کرامت فرد را حفظ می کند و فرد را به کمال مطلوب سوق می دهد.

معامله حرام

بعضی از امورات مربوط به کسب و کارها حرام است که ضروری است آنها را در معامله و کسب انجام ندهیم و از آنها بپرهیزیم. کسب و کاری که موجب ضرر و طیان و بدبختی برای دیگران یا اجتماع بشری باشد و امنیت اقتصادی و

جانی افراد را مخدوش کند حرام است و گناه شمرده می شود؛ مانند: کم فروشی، قمار، ربا، رانت خواری و ...

اصول اخلاقی در تجارت

اصول اخلاقی متعددی در حوزه تجارت مطرح است که باید در خرید و فروش های شرکت ها و افراد لحاظ شود و این اصول عبارتند از:

- صداقت
- وفای به عهد و اجرای قراردادها (پایبندی به تعهدات و مسئولیت پذیری = حفظ حقوق اساسی خریداران)
- نیت خیر در تجارت
- تاکید بر تجارت برد- برد
- تبلیغات واقعی
- تجارت کالاهای مفید برای فرد و جامعه
- تجارت مبتنی بر قرارداد با مفاد و مسئولیت های شفاف
- رعایت انصاف و عدالت
- رعایت فقرا و مستضعفین در خرید و فروش
- رسیدگی به درخواستها یا شکایات و پاسخگویی
- تجارت براساس آگاهی از احکام اسلامی: کسی که با کمک قسم کالای خود را بفروشد، مورد خشم خداست.^۱ ای بازرگانان، اوّل فقاقت

^۱ امام صادق (ع): إِنَّ اللَّهَ لَيُبْغِضُ الْمُتَّفِقَ سَلْعَتَهُ بِالْإِيمَانِ. «بحار الانوار، ج ۱۰۳، ص ۹۹»

- (شناخت دین و احکام معاملات)، سپس تجارت امام علی (ع): هر کس بدون آگاهی تجارت کند، به طور فزاینده‌ایی در باتلاق ربا فرو می رود.
- فسخ قرارداد در صورت پشیمانی طرف مقابل
امام صادق (ع): « هر کس تقاضای فسخ قرارداد را بپذیرد، خداوند سختیش را در قیامت از او بر طرف می‌کند.»
- آسان گرفتن در خرید و فروش؛
رسول اکرم (ص): « خداوند بخشید کسی را که پیش از شما بوده و هنگام خرید و فروش، آسان‌گیر بود.»
- شجاعت
امام علی (ع): « تاجر ترسو، محروم می‌ماند و خداوند به تاجر شجاع، روزی می‌دهد »
- قرض دادن به نیازمندان
- استفاده از معیارهای اندازه‌گیری استاندارد: از نشانه‌های ایمان از دیدگاه امام علی (ع) استفاده از معیارهای اندازه‌گیری درست در امور اقتصادی است.^۲

عوامل غیر اخلاقی در تجارت

عوامل غیر اخلاقی متعددی در حوزه تجارت مطرح است که باید در خرید و فروش‌های شرکت‌ها و افراد لحاظ نشود و از آن پرهیز شود و این اصول عبارتند از:

^۱ امام علی (ع): يَا مَعْشَرَ التَّجَارِ، أَلْفُكُمْ ثُمَّ الْمُنْجَرُ، أَلْفُكُمْ ثُمَّ الْمُنْجَرُ، أَلْفُكُمْ ثُمَّ الْمُنْجَرُ. «میزان الحکمه، ج ۱، ص ۵۲۰»

^۲ میزان الحکمه، ج ۷، واژه فرصت، عمر، شبایج

- دروغ گویی
- تبلیغات نادرست، غیر واقعی، گمراه کننده و فریبنده^۱ برای فریب مشتری (مبالغه یا اغراق در خصوص کالاها یا خدمات)
- توجه صرف به تامین سود خود (منفعت طلبی)
- گران فروشی
- احتکار^۲: احتکار راه و رسم اشرار است. (توافق برای محدود کردن تولید و عرضه کالا)
- کم فروشی (ویل للمطفنین، وای بر کم فروشان: «وای به حال کاهندگان و خیانت ورزان، کسانی که وقتی در معامله برای خود می پیمایند به تمام و کمال و افزون بر اندازه لازم دریافت می دارند. و هنگامی که معامله برای دیگران می پیمایند یا وزن می کنند از اندازه لازم می کاهند.): وقتی پیمانها را کاهش دهند خداوند ایشان را گرفتار قحط و کمبود سازد.^۳
- مجبور کردن مشتری به خرید
- فروش یک کالا در گرو خرید کالای دیگر
- فروش یا تولید کالاهای تقلبی و غیر واقعی (غش)
- خرید و فروش کالای قاچاق
- فروش ناقص و ناخالص کالا مانند وزن کم کالا به زیان مشتری

^۱ Deceptive Advertisement

^۲ امام علی(ع): الْأَحْتِكَارُ شَيْمَةُ الْأَشْرَارِ. «میزان الحکمه، ج ۲، ص ۲۸۶»

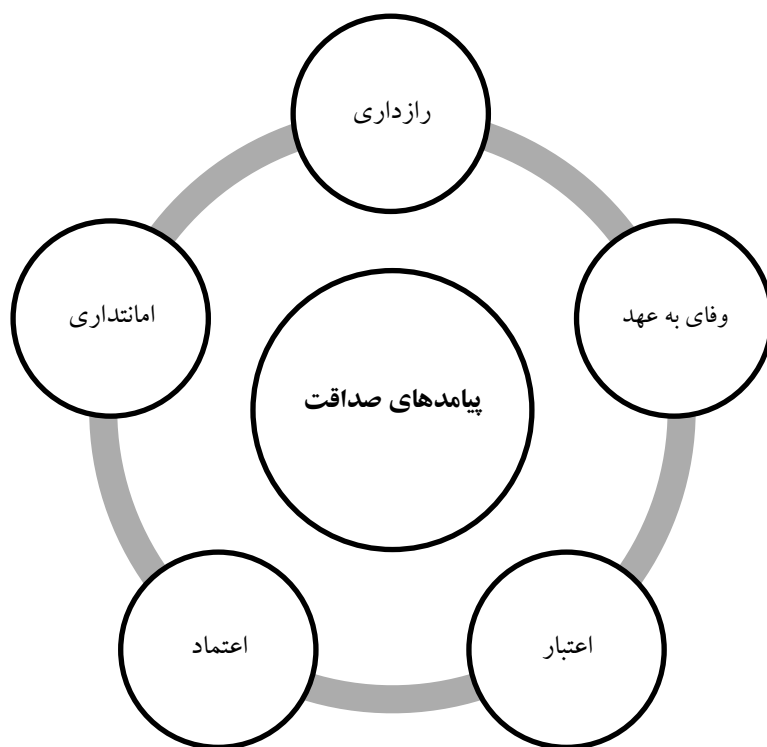
^۳ امام علی(ع): إِذَا طَفَفْتَ الْمَكَائِلَ أَخَذَهُمُ اللَّهُ بِالسِّنِينَ وَالْقَطِطِ. «بحار الانوار، ج ۱۰۳، ص ۱۰۷»

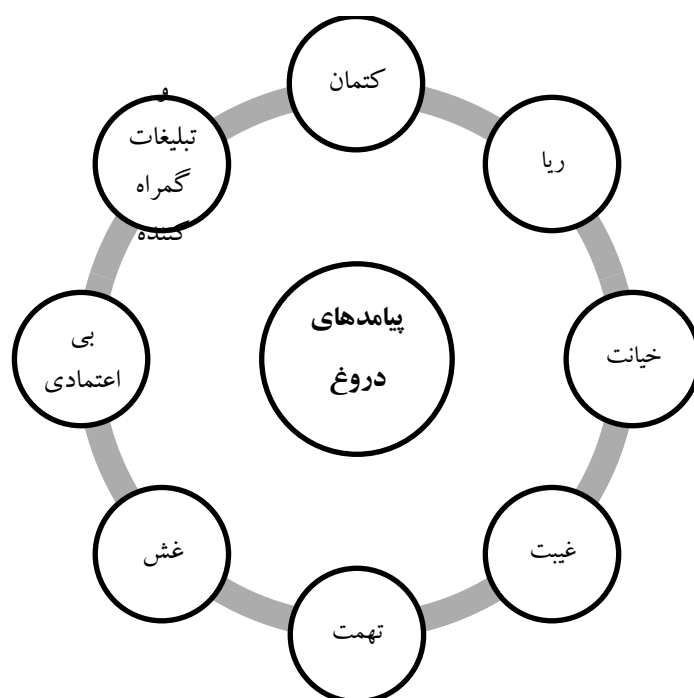
- تولید یا فروش کالاهای نامرغوب
- عدم تحویل و ارسال به موقع کالا
- دادوستد اعضای انسانی
- دادوستد کالاهای حرام و مکروه
- دادوستد کالاهای مخلوط حلال با حرام و یا مکروه
- فرار از پرداخت مالیات
- عدم رعایت استانداردهای ایمنی و بهداشتی
- ارائه اطلاعات و صورت حسابهای مالی غیرواقعی و نامعتبر به سهام داران،
- تولید و فروش کالاهای مضر و زیان آور
- عدم انطباق کالای تولیدی یا عرضه شده با کالای توافق شده
- مطرح نکردن و مخفی کردن عمدی عیب کالا از خریدار
- عرضه و تحویل کالای کهنه و تعمیری به جای کالای نو

پیامدهای صداقت و دروغ در تجارت و معاملات بازرگانی

امام علی (ع): از حقیقت ایمان آنست که بنده خدا راستگوئی را شیوه خود سازد تا اینکه از دروغ در آنجا هم که سود فراوان برای او دارد نفرت کند. (تحف العقول صفحه ۲۱۸) دروغ تباهی شخصیت است. (غرالحکم ص ۵۳۲ حدیث ۶۶۱۵) پیامبر (ص) بازرگان راستگو روز قیامت در سایه حمایت خداست.^۱

^۱ التَّاجِرُ الصَّدُوقُ تَحْتَ ظِلِّ الْعَرْشِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ. (میزان الحکمه، جلد ۱، ص ۵۲۸)





فواید تجارت مبتنی بر اخلاقی

اگر در تجارت ارزشها و اصول اخلاقی رعایت شود در حقیقت مسئولیت اجتماعی ایفا شده است و فواید زیادی می تواند نصیب سازمان شود که در زیر به مهمترین آنها اشاره می شود:

- ایجاد اعتماد
- ایجاد اعتبار
- تداوم همکاری های تجاری
- وجه و شهرت مطلوب
- سهولت و سادگی تجارت

- توسعه تجارت
- محیط زیست سالم
- تأمین منافع بلندمدت
- رفاه عمومی

مسئولیت‌های اخلاقی شرکت های بازرگانی و تولیدی در قبال فروش کالا و خریداران (حقوق اساسی مصرف کنندگان و خریداران کالا)

۱. حق انتخاب کالا
۲. دسترسی به اطلاعات واقعی در باره کالا.
۳. تأمین منافع و نیازهای مورد انتظار مصرف کننده
۴. تولید کالاهای غیر مضر و مفید برای سلامتی
۵. جبران خسارت یا پرداخت غرامت
۶. آموزش مصرف کالا و نحوه استفاده مطلوب از کالا به خریدار و مصرف کننده

عوامل موثر در توسعه و موفقیت تجارت و تولید

عوامل مهمی می تواند توسعه و موفقیت تجارت و تولید را تحت تاثیر قرار دهد که در ادامه به آنها اشاره می شود:

- صداقت و درستکاری
- نیکی کردن (مالی - فکری و روانی)
- تقوا و پرهیزگاری
- صدقه و انفاق
- طلب آمرزش و استغفار به درگاه الهی

- دعا به درگاه خداوند
- رعایت پاکیزگی و بهداشت
- خوش اخلاقی و اخلاق نیکو

قراردادهای تجاری

شرکت های تجاری و تولیدی برای انجام فعالیت خرید و فروش باید اقدام به عقد قراردادهای تجاری با طرف های مقابل نمایند.

ویژگی های اخلاقی قراردادهای تجاری

قوانین اخلاقی متعددی وجود دارد که در یک قرارداد تجاری باید لحاظ و رعایت شوند این قوانین عبارتند از:

- بالغ و عاقل بودن طرفین قرارداد
- نوع معاملات مشخص باشد
- شرایط پرداخت مشخص باشد
- شرایط معامله مشخص باشد
- زمان اجرای خرید و فروش و تحویل مشخص باشد
- مسئولیت طرفین مشخص باشد
- شرایط و شیوه جبران مشخص باشد
- کلیه معاملات باید مبتنی بر اسناد و مدارک رسمی باشند
- نوع کالا مشخص باشد(صراحت و صداقت در معرفی کالاها و خدمات)
- شرایط مربوط به مرجوع شدن کالا مشخص شود.
- ضمانت نامه کالا و خدمات بعد از فروش آن
- آگاهی کامل طرفین قرارداد از تمامی مفاد قرارداد

- حقوق و وظایف شفاف و مشخص میان طرفین در یک قرارداد تجاری

نکات اخلاقی در امر بازاریابی و تبلیغات تجاری

نتایج مطالعه شعبانی و همکاران از این واقعیت حکایت می کند که بازاریابی رابطه ای به طور ذاتی یک عمل اخلاقی است، چون تداوم روابط بدون شالوده اخلاقی ثابت، نمی تواند ایجاد و یا حفظ شود. بازاریابی رابطه ای بر مبنای اخلاقیات فضیلت محور دارای سه مرحله ایجاد، حفظ و تقویت می باشد که هر مرحله متناسب با یک فضیلت اخلاقی اصلی است و در نهایت کل فرآیند بوسیله چندین فضیلت تسهیل کننده دیگر (از جمله درستی، انصاف، احترام و همدلی) احاطه می شود. (شعبانی و همکاران، ۱۳۹۳)

- کاتالوگ یا بروشور تبلیغی کالا منعکس کننده واقعیت باشد و برخوردار از عفت کلام باشد.
- عدم استفاده از تصاویر غیراخلاقی و غیرواقعی برای معرفی کالا و فروش
- عدم استفاده از نام و تصاویر افراد یا شخصیت‌های معروف بدون اخذ رضایت کتبی آنها در تبلیغات تجاری
- عدم استفاده از مارک و علامت تجاری در تبلیغات تجاری
- تبلیغ برای کالاها یا خدماتی که به سلامت افراد و جامعه و محیط زیست آسیب نرسانند.

اهمیت تولید و تجارت از دیدگاه اسلام

در حدیث آمده است: «خداوند سازنده ماهر را دوست دارد».^۱ «خداوند انسان حرفه ای و امین را دوست دارد».^۲ هر فرد معتقد به مبانی دینی که برای تامین حوایج خود و برآوردن نیازمندیهای خانواده یا جامعه اش، جد و جهد می کند، نوعی عبادت در آستان پروردگار بی نیاز به جای می آورد.^۳ پیامبر اکرم (ص) : عبادت هفتاد جزء است که افضل اجزای آن طلب روزی حلال است. امام موسی بن جعفر (ع): هرکس که به دنبال روزی حلال باشد تا به خود و خانواده اش کمک کند مانند مجاهد در راه خدا خواهد بود.

پیامبر اکرم (ص): قبل از بعثت گوسفند چرانی می کرد و با مال و سرمایه ی خدیجه علیها السلام تجارت می نمود. حضرت موسی (ع) نیز گوسفند چرانی می نمود. حضرت ابراهیم علیه السلام به کارهای چوپانی و بنایی اشتغال داشت و حضرت ادریس (ع) خیاط و حضرت نوح علیه السلام نجار بوده است.^۴

در زمینه ی احترام و بزرگداشت کار و تلاش مفید و سودمند پیامبر اکرم (ص) صرفا به تمجید و تعریف نپرداخته است. بلکه دستی را می بوسد که از کار ورم کرده و پینه بسته است و می فرماید:

^۱ وسایل، ج ۱۲، ابواب مقدمات تجارت.

^۲ وسایل الشیعه ج ۱۲، ص ۳۱۱، ابواب آداب التجاره، باب ۲۶، حدیث ۱.

^۳ آیت الله نوری، حسین: اقتصاد اسلامی، چاپ دفتر نشر فرهنگ اسلامی.

^۴ مطهری، مرتضی: انسان کامل، چاپ سی و هفتم، اردیبهشت ۱۳۸۵.

^۵ اقتباس از کتاب کار و حقوق کارگر، تالیف شریف قریشی، ترجمه ی ادیب لاری و محصل یزدی، تهران، دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۶۶، صص ۵ و ۶.

این دستی است که خدا و پیامبرش آن را دوست دارند.^۱

پیامبر اکرم (ص) می‌فرماید: خداوند بنده‌ی باایمان پیشه‌ور را دوست دارد و هیچ‌یک از شما غذایی گواراتر از دسترنج خود نخورده است.^۲

امام علی (ع): تَعَرَّضُوا لِلتَّجَارَاتِ فَإِنَّ لَكُمْ فِيهَا غِنًى عَمَّا فِي أَيْدِي النَّاسِ وَأَنَّ اللَّهَ عَزَّوَجَلَّ يُحِبُّ الْمُحْتَرِفَ الْأَمِينِ. «میزان الحکمه، ج ۱، ص ۵۲۰»

دست به انواع بازرگانی بزنید که تجارت‌ها عامل بی‌نیازی شما از اموال مردم است و براستی خداوند شخص صاحب حرفه درست‌کار را دوست دارد.

امام صادق (ع): التَّجَارَةُ تَزِيدُ فِي الْعَقْلِ. «میزان الحکمه، ج ۱، ص ۵۱۸»

تجارت مایه افزونی خرد است.

پیامبر (ص): إِذَا اشْتَرَيْتَ بَيْعًا فَلَا تَبِعْهُ حَتَّى تَقْبِضَهُ. «کنز العمال، ج ۴، ص ۱۵»

وقتی چیزی خریدی پیش از آن که او را تحویل بگیری، نفروش.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (نساء / ۲۹)

^۱ جرداق، جر، امام علی علیه السلام صدای عدالت انسانی، ج ۱، ترجمه‌ی سیدهادی خسرو شاهی، قم، نشر خرم، چ ۳، ۱۳۷۶، ص ۱۷۲

^۲ جرداق، جر، امام علی علیه السلام صدای عدالت انسانی، ج ۱، ترجمه‌ی سیدهادی خسرو شاهی، قم، نشر خرم، چ ۳، ۱۳۷۶، ص ۱۷۲

ای کسانی که ایمان آورده‌اید اموال یکدیگر را به باطل (و از طرق نامشروع) نخورید مگر اینکه تجارتي باشد که با رضایت شما انجام گیرد،

نکاتی در باب تجارت در قرآن:

- تجارت صحیح براساس احکام اسلام جهاد در راه خدا است و مایه رهایی از آتش است. (صف: ۱۰ و ۱۱)
- رضایت در معاملات بازرگانی (نساء ۲۹)
- معامله نسبه براساس سند و نوشته و دو شاهد از مردان بالغ مسلمان (بقره: ۲۸۲).
- «در موقع معامله، سوگند، هر چند هم راست باشد نخورید».^۱
- عدم تجارت هنگام نماز جمعه (جمعه: ۱۱).

سؤالات تشریحی

۱. تجارت مبتنی بر اصول اخلاقی از نظر اسلام را شرح دهید.
۲. اهداف تجارت اسلامی را نام ببرید و توضیح دهید.
۳. انواع احکام تجارت را شرح دهید.
۴. اصول اخلاقی در تجارت را بیان نمایید.
۵. پیامدهای صداقت و دروغ در تجارت و معاملات بازرگانی را نام ببرید.
۶. عوامل غیر اخلاقی و نامطلوب در تجارت را نام ببرید.
۷. عوامل موثر در توسعه تجارت و موفقیت در تجارت را نام ببرید و توضیح دهید.
۸. ویژگی های قراردادهای تجاری را تشریح نمایید.
۹. نکات قرآنی در باب تجارت را بیان نمایید.
۱۰. اهمیت تولید و تجارت از دیدگاه اسلام را تشریح نمایید.

^۱ وسائل الشیعه ج ۱۲، ص ۳۱۱، ابواب آداب التجاره، باب ۲۶، حدیث ۱.

سؤالات تستی

۱. یعنی مجموعه قواعد ارزشی در رابطه با تجارت و معامله. در اسلام تجارت مبتنی بر اخلاق نوعی از تجارت محسوب می شود که بر اصول اخلاقی و ارزشهای معنوی و اعتقادی انجام شود.

الف) اخلاق تجاری (ب) مسئولیت اجتماعی

ج) قوانین تجاری (د) کنترل اخلاقی تجارت

۲. هدف اصلی اخلاق در تجارت اسلامی است.

الف) نیکوکاری (ب) کسب فضیلت و رضایت خداوند

ج) صدقه دادن (د) کسب درآمد

۳. امام صادق (ع): "هر کس تقاضای را بپذیرد، خداوند سختیش را در

قیامت از او بر طرف می کند" اشاره به کدام یک از اصول اخلاقی زیر دارد؟

الف) فسخ قرارداد در صورت پشیمانی طرف مقابل (ب) قرض دادن

ج) خرید و فروش (د) بخشش

۴. براساس احکام اسلام جهاد در راه خدا است و مایه رهایی از آتش است.

الف) تجارت صحیح (ب) تقسیم کار اخلاقی

ج) صداقت (د) تصمیم گیری اخلاقی

۵. همه موارد زیر از عوامل موثر در توسعه تجارت و موفقیت در تجارت می باشد بجز

الف) طلب آموزش و استغفار به درگاه الهی (ب) تقوا و پرهیزگاری

ج) صدقه و انفاق (د) ربا خواری

۶. تجارت در چه موقعیت زمانی نهی شده است.

الف) روز جمعه (ب) روز شنبه

ج) هنگام نماز جمعه (د) صبحگاهان

۷. بازرگان راستگو روز قیامت در سایه حمایت خداست

الف) امام علی (ع) (ب) امام سجاد(ع)

ج) پیامبر(ص) (د) امام حسین (ع)

۸. ویل للمطفنین اشاره به کدام گزینه دارد.

الف) تبلیغات نادرست (ب) کمفروشی

ج) دروغ گویی (د) دروغ گویی

سوال	۱	۲	۳	۴	۵
پاسخ	الف	ب	الف	الف	د
سوال	۶	۷	۸		
پاسخ	ج	ج	ب		

منابع و ماخذ

- قرآن کریم
- ابراهیمی نژاد، مهدی؛ تقوی، علی (۱۳۹۴)، بررسی و سنجش رابطه اخلاق کسب و کار و رضایت مشتری، پژوهش های مدیریت عمومی سال هشتم تابستان ۱۳۹۴ شماره ۲۸، دوره ۸، تابستان، صفحه ۸۷-۱۰۵
- ابطحی. ح، ۱۳۸۳، مدیریت منابع انسانی، مؤسسه تحقیقات و آموزش مدیریت، صص: ۴۱۵-۴۰۷.
- ابطحی، سیدحسین، (۱۳۸۶)، مدیریت منابع انسانی (اداره امور کارکنان در سازمان های دولتی، صنعتی و بازرگانی)، کرج، مؤسسه تحقیقات و آموزش مدیریت، چاپ پنجم.
- ابن شعبه حرانی، حسن بن علی، تحف العقول عن آل الرسول(ص)، محقق و مصحح: غفاری، علی اکبر، ص ۱۵ - ۲۴، دفتر انتشارات اسلامی، قم، چاپ دوم، ۱۴۰۴ق.
- شنایدر، سوزان سی و ژان سوئی بارسو(۱۳۷۹): مدیریت در پهنه فرهنگ ها، ترجمه: سید محمد اعرابی و داوود ایزدی، تهران، پژوهشهای فرهنگی،
- القرضاوی یوسف، الخصائص العامة للإسلام، بیروت، مؤسسه الرساله، الطبعة الرابعة، ۱۴۰۹هـ. ق - ۱۹۸۹ م.

- الوانی، سیدمهدی و حسن دانایی فرد (۱۳۹۴): گفتارهایی در فلسفه تئوریهای سازمان های دولتی، چاپ دوم، انتشارات سمت، تهران.
- الوانی. م، رحمتی. م، ۱۳۸۶، فرایند تدوین منشور اخلاقی برای سازمان، ماهنامه فرهنگ مدیریت، ص: ۴۶.
- الوانی. مهدی، ۱۳۷۹، منشور اخلاقیات سازمانی در کلام امیر المومنین(ع)، ماهنامه مدیریت دولتی، ص: ۱.
- امیری. ع، همتی. م، مبینی. م، ۱۳۸۹، اخلاق حرفه ای؛ ضرورتی برای سازمان، دو فصلنامه معرفت اخلاقی، صص: ۱۵۹-۱۳۷.
- أمالی» شیخ، طبع نجف، جلد دوم، جزء پانزدهم، ص ۴۱ و ۴۲؛ و «علل الشرائع» طبع مطبعة حیدریه - نجف، باب ۲۶۲: العِلَّةُ الَّتِي مِنْ أَجْلِهَا يَكُونُ عَذَابُ الْقَبْرِ، ص ۳۰۹ و ۳۱۰، از جلد اول؛ و «بحار» ج ۶، ص ۲۲۰.
- بارنارد، چستر، (۱۳۶۸): وظیفه های مدیران، ترجمه: محمدعلی طوسی، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، تهران.
- براری، مجتبی؛ رنجیریان، بهرام، (۱۳۹۰)، رعایت اخلاق در فروش و تأثیر آن بر کیفیت رابطه مشتری با سازمان(مورد مطالعه: یکی از شرکتهای فعال در زمینه پوشاک مردانه در شهرستان تهران)، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال ششم، شماره ۴

- توکلی، محمدجواد، (۱۳۸۹)، درآمدی بر فلسفه اخلاق تجارت با رویکردی اسلامی، معرفت اقتصادی ۱ - پاییز و زمستان سال اول، شماره اول، بهار ۱۳۸۹، ص ۷ - ۳۱
- حسینی. ن، عباسی. ع، ۱۳۹۱، راهکارهای نهادینه کردن اخلاق حرفه ای در سازمانها از دیدگاه آموزه های دینی، دو فصلنامه معرفت اخلاقی، صص: ۱۵۴ - ۱۲۹.
- حقیقی کفاش، مهدی؛ صحت، سعید؛ عباس نژاد، سعید، (۱۳۹۰)، بررسی رفتار اخلاقی فروشندگان در وفاداری مشتریان بیمه های عمر. چهارمین کنفرانس کسب و کار بیمه، تهران، صص ۷۵-۸۵
- خمینی، روح الله، وعده دیدار، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی، تهران، ص ۷۸.
- دادگر، یدالله، (۱۳۸۵). اخلاق بازرگانی (و کسب و کار) از منظر اقتصاد و اقتصاد اسلامی. پژوهشنامه بازرگانی. سال دهم. شماره ۳۸. ۱۲۰-۸۷.
- دهخدا، علی اکبر، (۱۳۷۲)، لغت نامه دهخدا، جلد اول (ذیل کلمه اخلاق)، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۷۲
- دیوید فرد آر، (۱۳۸۲): مدیریت استراتژیک، ترجمه: علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی.
- رحمان سرشت، حسین؛ رفیعی، محمود؛ کوشا، مرتضی، (۱۳۸۸)، مسئولیت اجتماعی؛ اخلاقیات فراسازمانی، ماهنامه تدبیر-سال نوزدهم- شماره ۲۰۴

- رضاییان، سجاد؛ رحمانی، ابوالقاسم؛ کریمی، محمد؛ کریمی، زهرا، (۱۳۹۱) "بررسی رابطه اخلاق کاری کارکنان بر رضایت مشتریان از کیفیت خدمات بانکی" چهارمین کنفرانس بین المللی بازاریابی خدمات بانکی تهران، ۲۳-۲۴ مهر ماه، تهران، ایران.
- رضی، ی، ۱۳۹۲، اخلاق و مسئولیت اخلاقی، ماهنامه فرهنگ اداری، صص: ۱۱-۱۰.
- رونقی، محمدحسین؛ فیضی، کامران، (۱۳۹۰)، ارائه الگوی اخلاق کاری کارکنان بانکهای خصوصی ایران، اخلاق در علوم و فناوری، تابستان، دوره ۶، شماره ۲، ص ۴۰ تا ۴۶
- سلاجقه، سنجر؛ فاطمه، سیستانی خنامان، (۱۳۸۹)، بررسی رابطه میان اخلاق کار و کیفیت خدمات در سازمان های دولتی شهر کرمان، همایش ملی چالشهای مدیریت و رهبری در سازمانهای ایرانی، دانشگاه آزاد اسلامی اصفهان، ۲۴ تیرماه
- شریفی، احمد حسین، نقد و بررسی مکاتب اخلاقی، قم، مؤسسه آموزشی و پرورشی امام خمینی (ره)، مرکز انتشارات، ۱۳۸۴ هـ. ش .
- شعبانی، وحید؛ افشار نادری؛ ایمانی محمد؛ محب زاده بادکوبه ای، بهاره، (۱۳۹۳)، تحلیلی بر الزامات استقرار بانکداری اخلاقی در اقتصاد اسلامی؛ راهبردی برای شکوفایی اقتصاد مقاومتی، کنفرانس بین المللی اقتصاد، حسابداری، مدیریت و علوم اجتماعی، کشور لهستان،

- شعبانی، وحید؛ میرآقایی، سیدمجتبی؛ سیدمحمدسعید کهنه پوشی؛ وحیده شعبانی، (۱۳۹۳)، فضیلت های اخلاقی بازاریابی: بررسی دیدگاه جامعه مصرف کننده، کنفرانس ملی رویکردهای نوین در مدیریت کسب و کار، تبریز، دانشگاه تبریز و سازمان مدیریت صنعتی
- شعبانی، وحید؛ میرآقایی، سیدمجتبی؛ کهنه پوشی، سیدمحمدسعید؛ وحیده، شعبانی، (۱۳۹۳)، شالوده اخلاقی بازاریابی رابطه ای با رویکرد اخلاقیان فضیلت محور، اولین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری و علوم اجتماعی، رشت، شرکت کارآفرینان دانشگاهی منطقه آزاد انزلی
- صالحی. ج، صالحی. م، ۱۳۹۰، مؤلفه های اخلاق در کار و اصول حاکم بر آن از دیدگاه اسلام، [www.:rasekhoon.net](http://www.rasekhoon.net)
- عباس زاده، حسن، (۱۳۸۵): اخلاقیات در سازمانها با تاکید بر دیدگاه اسلامی، فصلنامه تدبیر، شماره ۱۷۷، بهمن .
- علمی، محمد، (۱۳۸۷)، اخلاق در تجارت: رهنمودهای اخلاقی برای موفقیت در کسب و کار شرکت، چاپ و نشر بازرگانی، تهران.
- فیض کاشانی، محمد محسن، نوادر الأخبار فیما يتعلق بأصول الدین، محقق و مصحح: انصاری قمی، مهدی، ص ۹، مؤسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی، تهران، چاپ اول، ۱۳۷۱ش؛ محدث نوری، حسین، مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل، ج ۱، ص ۸۳، مؤسسه آل

- البيت(ع)، قم، چاپ اول، ۱۴۰۸ق؛ مجلسی، محمد باقر، بحار الانوار، ج ۱، ص ۱۱۷، دار إحياء التراث العربی، بیروت، چاپ دوم، ۱۴۰۳ق.
- فیض، محمد، (۱۳۹۵)، چالش های مدیریت دولتی در حوزه اخلاق و ارزش های سازمانی با رویکرد دولت و ملت همدلی و همزبانی، کنفرانس چالش های مدیریت دولتی در حوزه ساختار سازمانی با رویکرد دولت و ملت همدلی و همزبانی، پایگاه مقالات علمی مدیریت
 - کاویان، بهنام، (۱۳۸۵)، بررسی اخلاق کار در بخش دولتی و خصوصی، ماهنامه تدبیر-سال شانزدهم-شماره ۱۶۵
 - کیاکجوری. د، ۱۳۹۳، دانش رفتار سازمانی پیشرفته، موسسه کتاب مهربان نشر، صص: ۴۲۰-۴۱۹.
 - گوران، سینسون؛ گورج، وود، (۱۳۸۷)، پویایی اخلاق تجاری: تابعی از فرهنگ و زمان(نمونه ها و الگوها)، ترجمه عباس امینی فسخودی، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال سوم، شماره های ۳ و ۴
 - محمدعلی پور، نسرین؛ احمدی، سیدعلی اکبر (۱۳۹۰). منشور اخلاق سازمانی، نشریه سازمان برتر، شماره ۴، صص ۲۸ - ۲۵
 - محمدی ری شهری. م ، ۱۳۸۶، میزان الحکمه ، ترجمه شیخی. ح ، انتشارات دارالحدیث، ص: ۳۷.
 - معین، محمد، (۱۳۶۲)، فرهنگ فارسی ، انتشارات امیرکبیر، تهران.
 - موسوی. م.، عربشاهی کریزی. ا، ۱۳۹۳، رابطه اخلاق با تعالی سازمانی، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ص: ۴ .

- وظیفه دوست، حسین؛ معماریان، شیما، (۱۳۹۳)، رابطه رفتار اخلاقی فروشنده با رضایت، اعتماد و وفاداری بیمه گذاران در بیمه های عم، پژوهشنامه بیمه / سال بیست و نهم / شماره ۱ / بهار / شماره مسلسل ۱۱۳ / صفحات ۱۲۷ تا ۱۵۱
- یاراحمدی خراسانی. م، ۱۳۹۴، عرصه های همدلی و همزبانی دولت و ملت، روزنامه خراسان، شماره ۱۸۹۳۹، ص: ۲.

- Buckley M. R. ,D s.Beau,D. D. Frink (2001)»Ethical Issues in Human Resources Systems»,Human Resource Management Review,No.11,11-29.
- Chen, M.F. and Mau, L.H., 2009. The impact of ethical sales behavior on customer loyalty in the life insurance industry.The Service Industries Journal, 29, pp. 59-74.
- Ehigie BO (2006). Correlates of customer loyalty to their bank: a case study Nigeria. International Journal of Bank Marketing 24(7): 494-508.
- Feldman SP (1998). Playing with the pieces: deconstruction and the loss of moral culture. Journal of Management Studies 35(1): 59-79.
- Gauzente C, Ranchhod A (2001). Ethical Marketing for Competitive Advantage on the Internet. Academy of Marketing Science Review10: 1-7.

- Giacalone RA, Knouse SB (1997). A holistic approach to business ethics. *Business and Society Review* 98: 46-9
- Goran Svensson & Greg Wood (2003). The dynamics of business ethics: a function of time and culture - cases and models. *Management Decision* 41(4): 350-361 ..
- Grönroos C (1990). Relationship approach to marketing in service contexts: the marketing and organizational behavior interface. *Journal of Business Research* 20: 3-11.
- Hansen JD, Riggle RJ (2009). Ethical salesperson behavior in sales relationships. *Journal of Personal Selling & Sales Management* 2: 151-166.
- Hansen, J.D. and Riggle, R.J., 2009. Ethical salesperson behavior in sales relations. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, XXIX, pp. 151-66.
- Hazrati, S., Zohdi, M., Seyedi, S.M. and Dalvand, M.R., 2012. Examining impacts of the salesperson's ethical behavior on the customer's satisfaction, trust and commitment. *African Journal of Business Management*, 6(14), pp. 5026-33
- Hoseyni Manesh. Sadeghian Ali,. Eslami Abolfazl,. Hoseyn, 2015, Analysis of the relationship between professional ethics and organizational commitment (Case Study: County staff Yazd), *Journal of Novel Applied Sciences*, Vol. 4, No. 2, p: 163.

- Hunt, S.D. and Vitell, S.J., 1986. A general theory of marketing ethics. *Journal of Acromarketing*, 6(1), pp. 5–16.
- Lagace R R, Dahlstrom R, Gassenheimer J B (1991). The relevance of ethical salesperson behavior on relationship quality: the pharmaceutical industry. *Journal of Personal Selling & Sales Management*; 11: 39–47.
- Iagon Attracta,(1999),»Globalization & New Social & Ethical Accountabilities», KPMG www, Ncoss.org. u.bookshelf conference.
- Lin, S.H. and Wu, H., 2012. Effects of ethical sales behavior considered through transaction cost theory: To whom is the customer loyalty. *The Journal of International Management Studies*, 7(1.(
- McDonald GM, Zepp RA (1989). Business ethics: practical proposals. *Journal of Management Development* 8(1): 55-67.
- OECD Productinty Database, (2005), [www.axiss.com.au/assets/document /](http://www.axiss.com.au/assets/document/)
- Orwig SF (2002). Business ethics and the protestant spirit: how Norman Vincent Peale shaped the religious values of American business leaders. *Journal of Business Ethics* 38(1/2): 81-9.
- Pava ML (1998). Religious business ethics and political liberalism: an integrative approach. *Journal of Business Ethics* 17(15): 1633-52.
- performance " ,Managerial Auditing journal ۱۷,(۴),۴۲۲-.۴۵۶

- Peterson, E. (۱۹۷۴). "Consumerism as a retailers asset", Harvard Business Review, May/June.
- Poesche, (2002) «Agile Manufacturing Strategy & Business Ethics», Journal Of Business Ethics 38, No.4
- Poulton. Michael S, 2005, Organizational Storytelling, Ethics and Morality: How Stories Frame Limits of Behavior in Organizations, Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies, Vol. 10, No. 2, p;4.
- Román, S. and Ruiz, S., 2005. Relationship outcomes of perceived ethical sales behaviour: The customer's perspective. Journal of Business Research, 58(4), pp. 439-45.
- Román, S., 2003. The impact of ethical sales behaviour on customer satisfaction, Trust and Loyalty to the Company: An Empirical Study in the Financial Services Industry, 19, pp. 915-39.
- Solomon. R. C (1994). Above the Bottom Line, 2nd ed., Harcourt Brace, Fort Worth, TX.
- Thomas JL, Vitell SJ, Gilbert FW, Rose GM (2002). The impact of ethical cues on customer satisfaction with service. Journal of Retailing 78: 167-173.
- Trawick IF, Swan JE, McGee GW, Rink DR (1991). Influence of buyer ethics and salesperson behavior on intention to choose a supplier. Journal of the Academy of Marketing Science 19: 17-23.
- Volvo (2002). Knowledge saves lives, Volvo Cars Safety Centre.

- Yamaji K (1997). A global perspective of ethics in business. *Business Ethics Quarterly* 7(3): 55-70.
- Zairi ,M., And Peters,J(۱۹۹۶),)"The impact of social responsibility on business

خواننده محترم:

این پرسشنامه به منظور ارتقای کیفیت کتابهای درسی و رفع نواقص آنها تهیه شده است. دقت شما در پاسخگویی به این پرسشنامه در پایان هر نیمسال ما را در تحقق این هدف یاری خواهد کرد.

وضعیت پاسخگو:

عضو علمی پیام نور عضو علمی سایر دانشگاهها

رشته تخصصی سابقه تدریس.....

مدیر سازمان/شرکت..... رشته تخصصی سابقه مدیریت.....

دانشجوی پیام نور دانشجوی سایر دانشگاهها رشته تحصیلی ورودی سال.....

سوال	خیلی زیاد	زیاد	کم	بسیار کم
۱. آیا از زمان تحویل ونحوه دسترسی به کتاب راضی بودید؟				
۲. آیا حجم کتاب با توجه به تعداد واحد مناسب بود؟				
۳. آیا راهنمایی های لازم برای مطالعه کتاب منظور شده است؟				
۴. آیا در ترتیب مطالب کتاب سلسله مراتب شناختی (آسان به مشکل) رعایت شده بود؟				
۵. آیا تقسیم بندی مطالب در فصلها متناسب و بجا بود؟				
۶. آیا متن کتاب روان وساده وجمله ها قابل فهم بود؟				
۷. آیا مطالب تکراری داشت؟				
۸. آیا پیوستگی مطالب در کتاب رعایت شده بود؟				
۹. آیا نمودارها وشکلهای کتاب روان وساده و قابل فهم بود؟				
۱۰. چقدر با غلط های املائی و اشکالهای چاپی مواجه				

				شدید؟
				۱۱. کیفیت چاپ و صحافی کتاب چگونه بود؟
				۱۲. آیا طرح روی جلد کتاب مناسب بود؟
				در مجموع کتاب را چگونه ارزیابی می کنید؟

لطفاً ایرادات، مطالب تکراری و یا هر گونه اشکالات تایپی را با ذکر شماره صفحه ضمیمه و در صورت تمایل نظرات و پیشنهادات خود را به آدرس لرستان/ بروجرد / دانشگاه پیام نور مرکز بروجرد/ دفتر اعضای هیئت علمی / دفتر استاد حسینی مکاتبه و یا به پست الکترونیکی مولفین به نشانی: r.Hosseini59@Gmail.Com ایمیل فرمایید.