

مترجم: احمد فنایی پور

HRMagazine Apr.2014

بررسی های و پژوهش های انجام شده در مورد ارزش های اخلاقی و میزان رعایت آن ها در محیط های کسب و کار و سازمان های آمریکایی در سال ۲۰۱۳ نشان می دهد که ۴۱ درصد کارکنان آمریکایی از بدرفتاری های غیراخلاقی یا غیرقانونی در سال مذکور شکایت داشته اند. هر چند این رویدادهای ناخوشایند همگی در یک سطح نبودند، اما حاکی از این واقعیت است که لغزش ها و خطاهای اخلاقی تأثیر فزاینده ای بر افکار و رفتار کارکنان دارد.

هنگامی که کارکنان با قانون شکنی هایی در محیط کار مواجه می شوند، این تصور برای برخی از آنان به وجود می آید که تکرار این گونه رفتارها بدون در نظر گرفتن عواقب و پیامدهای ناهنجارشان، عملی و مقبول است و یا باعث می شود که تعدادی از کارکنان با خاطری آزرده سازمان را برای همیشه ترک کنند.

معمولاً پذیرش هنجارشکنی ها در فرهنگ سازمانی باعث دلسردی کارکنان و در نتیجه موجب کاهش بهره وری کارکنان، کم شدن توان سودآوری سازمان و بی اعتباری شهرت آن می شود. از سوی دیگر اغلب شرکت هایی که برای ایجاد و نگهداری از فرهنگ های اخلاقی در محیط کارشان تلاش می کنند از لحاظ مالی موفق تر و کارکنانی با انگیزه تر با بهره وری بالا دارند.

متخصصان منابع انسانی جایگاه خاص و منحصر به فردی برای مشارکت در ساختن یک فرهنگ اخلاقی در سازمان دارند زیرا رسالت و نقش آنان در استخدام، آموزش و ارزیابی کارکنان این امکان را به آنان می دهد که تأثیر به سزایی در بسیاری از سطوح سازمانی داشته باشند. در واقع آن ها حامیان و حافظان فرهنگ اخلاقی هستند و یا باید باشند آن ها به عنوان محافظان این فرهنگ از کارکنان، مشتریان و ذی نفعان سازمان در قبال اقدامات غیر اخلاقی مراقبت می کنند و به عنوان حامیان می توانند با ایجاد اعتماد متقابل بین کارکنان و مدیران به سازمان هایشان در شکوفا کردن و ارتقاء ارزش های اخلاقی کمک کنند.

بحران مالی و رکود اقتصادی در سال ۲۰۰۸، میزان اعتماد کارکنان به رهبران کسب و کارها را نشان داد. بررسی ها انجام شده در سال مذکور حاکی است که فقط ۱۵ درصد کارکنان آمریکایی اعتقاد داشتند که مدیرانشان حقایق را با آنها در میان می گذارند. پژوهش دیگری که با حضور بیش از ۳۰۰۰۰ نفر در سال ۲۰۱۳ انجام شد، نشان دهنده این واقعیت بود که فقط ۲۸ درصد کارکنان باور داشتند که شیوه ها و روش های اخلاقی در سازمان هایشان مراعات می شود، البته بانک ها و مؤسسات مالی در مقایسه با سایر صنایع وضعیت بهتری داشتند.

قبل از سال ۲۰۰۸ شهرت و اعتبار شرکت ها عمدتاً با موفقیت های مالی مشخص می شد، اما امروزه سازمان ها سعی می کنند با تعامل و رفتار مناسب با کارکنان و ذی نفعان، به کارگیری روش های اخلاقی و اولویت دادن به مشتریان نسبت به سودآوری، فرهنگ اخلاقی شایسته ای را پایه ریزی کنند. سازمان های اجتماعی و رسانه ها در گسترش این فرهنگ تأثیر به سزایی دارند.

فرهنگ اخلاقی چیست؟

فرهنگ اغلب به عنوان یک مفهوم نظری و آرمانی انگاشته می شود که سنجش میزان تأثیر آن بسیار دشوار است. ارزش ایجاد یک فرهنگ سازمانی مناسب، به مراتب والاتر از انتشار بیانیه های مربوط به ارزش های سازمانی و تهیه و تدوین کدها و ضوابط اخلاقی در محیط کسب و کار است. فرهنگ محیط کار شامل چگونگی لباس پوشیدن کارکنان، نحوه رفتار آنان با مشتریان و شیوه تعامل آنان با همکاران و سرپرستانشان است. بنابراین نخستین چالش متخصصان منابع انسانی تبیین و تشریح کارآیی فرهنگ اخلاقی برای رهبران کسب و کار است که ممکن است نسبت به اثر بخشی آن تردید داشته باشند.

طبق تعریف انجمن مدیریت منابع انسانی (SHRM)، فرهنگ اخلاقی در یک محیط کاری یعنی "الویت دادن به حقوق کارکنان، تدوین دستورالعمل های منصفانه و اعمال ضوابط یکسان در پرداخت حقوق و دستمزد و ارتقاء آنان و تعامل شفاف و صادقانه با مشتریان و کارکنان است". هنگامی که کارفرمایان قانون را رعایت کنند و با نیروی انسانی رفتاری منصفانه داشته باشند، کارکنان ارزش های سازمانی را باور و به مدیرانشان اعتماد می کنند.

نقش مدیران و متخصصان منابع انسانی

مدیران نقشی عمده و حیاتی در این که کارکنان ارزش های سازمانی را مراعات کنند و یا آن را نادیده انگارند، ایفا می کنند. اگر مدیران و رهبران ارشد سازمان به رفتارهای اخلاقی بها ندهند یا مقررات را رعایت نکنند، بنیان فرهنگ اخلاقی در سازمان متزلزل خواهد شد.

متخصصان منابع انسانی با تدوین و توسعه استانداردهای اخلاقی مکتوب، فراهم کردن زمینه های مربوط به آموزش اصول و ضوابط اخلاقی به کارکنان و ارائه الگوی رفتاری مناسب به آنان در ایجاد و نهادینه کردن فرهنگ اخلاقی در سازمان نقش بسیار مؤثری دارند. آن ها می توانند با تفهیم تأثیر اقدامات و رفتارهای مدیران، ارزش های سازمانی را تقویت کنند.

بررسی ها و ارزیابی های روانشناختی از متقاضیان استخدام نسبت به رعایت ارزش ها و اصول اخلاقی از دیگر اقداماتی است که مسئولان منابع انسانی می توانند در هنگام جذب نیروی انسانی جدید به کار گیرند. برای سهولت در انتقال آموزه های اخلاقی، بسیاری از شرکت های آمریکایی این گونه آموزش ها را به صورت آنلاین در اختیار کارکنان می گذارند، اما آموزش های حضوری به یاد ماندنی تر و کارآئی بیشتری دارند.

به طور کلی مراحل شش گانه پایه ریزی یک فرهنگ اخلاقی در سازمان عبارتند از:

- ۱- تهیه و تدوین استانداردهای مکتوب اخلاقی در محیط کار
- ۲- آموزش استانداردهای مذکور
- ۳- استفاده از امکانات سازمانی برای ترویج معانی و اصول اخلاقی
- ۴- استقرار فرآیندی جامع برای ارائه گزارش های محرمانه یا به طور ناشناس در مورد احتمال وقوع خشونت ها و یا بدرفتاری های بالقوه در سازمان
- ۵- ارزیابی های ادواری از عملکرد و رفتار اخلاقی کارکنان
- ۶- ایجاد سامانه ها و سازو کارهایی برای جلوگیری از رفتارهای ناهنجار و برقرار کردن نظم و انضباط در سازمان.