

می شود.



اخلاق کسب و کار دارای ابعاد توصیفی و هنجاری است. شرکت‌ها و تخصص‌های حرفه‌ای آن را هنجاری می‌دانند، اما دانشگاهیان در تلاش هستند تا رفتار کسب و کار را با روش‌های توصیفی درک کنند. برای اولین بار این واژه در اوایل سال 1970 در ایالت متحده مطرح شد سپس علاقه به اخلاق کسب و کار در طول سال‌های 1980 تا 1990 به طور چشمگیری در شرکت‌های بزرگ و دانشگاه‌ها شتاب گرفت.

به طور کلی می‌توان گفت عمل به اصول اخلاقی به معنی تمایز قرار دادن بین حق و اشتباه و سپس انجام دادن کارهای درست است. شناسایی برخی شیوه‌های غیر اخلاقی نسبتاً آسان است. به عنوان

مثال شرکت‌ها نباید از کودکان کار بکشند، آن‌ها مجاز به استفاده از کپی رایت، گرفتن رشوه و سایر کارهای غیرقانونی نیستند.

با این حال تعاریف سخت و سریع اعمال اخلاقی همیشه هم آسان نیست، یک شرکت باید رفتار منصفانه با سهام‌داران و هم‌چنین کارکنانش داشته باشد. شرکت‌ها هم‌چنین دارای مسئولیت‌های گسترده‌ای هستند، آن‌ها باید هرگونه آسیب به محیط زیست و جوامع را به حداقل برسانند که این به عنوان مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها شناخته می‌شود. این قانون نقطه کلیدی شروع هر کسب‌وکار است. برخی از کسب‌وکارها هم‌چنین مجموعه‌ای از اصول و استانداردهای اخلاقی مختص خود را نیز دارند.

هنجارهای اخلاقی هر کسب‌وکار بازتاب هنجارهای هر دوره تاریخی است. با گذشت زمان هنجارها کامل‌تر شده و باعث شکل‌گیری رفتارهای قابل قبولی می‌شود و بنابراین اخلاق کسب‌وکار نیز تکامل یافته‌تر می‌شود. آن رفتاری است که یک کسب‌وکار در ارتباطات روزانه با جهان اطراف خود از آن تبعیت می‌کند و شامل نحوه تعامل کسب‌وکار در یک به یک معاملات با مشتری می‌شود.

اخلاق کسب‌وکاری خوب باید بخشی از برنامه هر کسب‌وکار باشد و عوامل بسیاری وجود دارد که باید آن‌ها را رعایت کرد. اخیراً براساس تحقیقات صورت گرفته از 2500 نفر، از 23 کشور دنیا حدود 50 درصد از افراد گفته‌اند که به رفتار اجتماعی شرکت‌ها بسیار توجه می‌کنند و در صورت عملکرد ضعیف آن‌ها از خرید محصولات آن‌ها امتناع می‌کنند.



اما چه چیزی باعث به وجود آمدن اخلاق کسب و کاری خوب می شود؟ در زیر به چند نمونه از آن ها اشاره می شود تا رفتار اخلاقی به درون کسب و کار شما نفوذ پیدا کند.

رفتار خوب با کارکنان:

پرداخت حقوق عادلانه و به موقع، عمل کردن به وعده های خود و سطح احترام بالایی را به کارکنان قائل شدن. نتیجه ای نهایی: وفاداری کارکنان، انگیزه بالای کارکنان، بهره وری و در نهایت رشد سریع شرکت شما.

صادق بودن در تمام معاملات کسب و کاری:

صداقت سنگ بنای اعتماد است، مدیران اخلاقی در تمام ارتباطات و معاملات سعی دارند تا همواره صادق باشند. پرداخت مقدار توافق شده و به موقع به عرضه کنندگان، منصفانه بودن با مشتریان و غیره که در نهایت منجر به اعتبار استرلینگ می شود که شرکت شما را حتی زمانی که در شرایط سختی قرار گرفته اید کمک خواهد کرد.

مسئولیت‌پذیری اجتماعی:

آیا شما مسئولیت اجتماعی خود را رعایت می‌کنید؟ آیا باعث آلوده شدن محیط زیست نمی‌شوید؟ اقدامات مفیدی برای جامعه انجام دهید، به عنوان مثال پولی را برای اقدامات خیریه جمع‌آوری کنید و یا دیگر کارهای شایسته که جامعه به آنها نیازمند است. نتیجه نهایی: حسن نیت و افزایش شهرت شما به عنوان یک نیروی مثبت در جامعه.

عمل کردن به همه وعده‌های خود:

به آنچه که در قراردادهای خدماتی و تبلیغات وعده می‌دهید عمل کنید. زیرا این باعث می‌شود که مشتریان بدانند که می‌توانند به شما اعتماد کنند و تقلب در کار شما وجود ندارد. مدیران اخلاقی قابل اعتماد هستند زیرا تمام تلاش خود را انجام می‌دهند تا به تعهدات و وعده‌های خود به صورت تمام و کمال عمل کنند.

انصاف و عدالت:

مدیران اخلاقی سعی دارند تا عدالت و انصاف را در تمام جنبه‌های کسب‌وکار خود رعایت کنند. آنها به صورت آشکار به عدالت تعهد دارند، رفتار برابری با افراد دارند، از اشتباهات و مشکلات دیگران سوءاستفاده نمی‌کنند، به هنگام انجام دادن اشتباه قادر به اعتراف به آن و در صورت لزوم مواضع و اعتقادات خود را تغییر می‌دهند.

مراقبت:

مدیران اخلاقی واقعا نگران رفاه دیگران هستند، آنها اغلب دلسوز، مهربان و خیرخواه هستند. مفهوم سهام‌داری را درک کرده و همواره در کسب‌وکار عواقب مالی و عاطفی را برای همه ذینفعان

در نظر می‌گیرند. آن‌ها به دنبال دستیابی به اهداف کسب‌وکار خود به شیوه‌ای هستند که باعث حداقل آسیب و بزرگ‌ترین منفعت‌ها شوند.

احترام به دیگران:

مدیران اخلاقی با همه با رعایت احترام حرف می‌زنند. آن‌ها به کرامت انسان، استقلال، حفظ حریم خصوصی و منافع همه کسانی که سهمی در کسب‌وکار دارند، احترام می‌گذارند. آن‌ها با ادب هستند و با همه مردم صرف‌نظر از جنس، نژاد یا ملیت با احترام و منزلت برابر رفتار می‌کنند.

اطاعت از قانون:

مدیران اخلاقی از قوانین و مقررات مربوط به فعالیت‌های کسب‌وکار خود به‌ور کامل آگاه هستند و از تمام آن‌ها موبه‌مو پیروی می‌کنند.

تعهد به تعالی:

مدیران اخلاقی به دنبال تعالی در همه چیز، در همه زمان‌ها هستند. آن‌ها به دنبال انجام وظایف خود، آگاه و آماده، به‌طور مداوم در تلاش هستند تا مهارت‌های خود را در تمام زمینه‌ها افزایش دهند.