



# کدهای اخلاقی شرکت فراب

## Code of Ethics

آذر ۱۳۸۸

ویرایش: اول

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
	<b>فصل اول: اصول و مبانی نظری کدهای اخلاقی</b>
۱.....	• چکیده
۱.....	• تعریف واژگان کلیدی
۲.....	• اخلاق
۳.....	• اخلاق حرفه ای
۳.....	• مراحل پنج‌گانه تحول اخلاق در سازمان
۴.....	• مدیریت اخلاق
۵.....	• عقائد غلط در زمینه مدیریت اخلاق
۶.....	• کدهای اخلاقی
۷.....	• ضرورت تدوین کدهای اخلاقی در سازمان
۸.....	• مزایای کدهای اخلاقی در سازمان
۹.....	• معایب فقدان کدهای اخلاقی در سازمان
۹.....	• ویژگی های مهم کدهای اخلاقی
۱۰.....	• محتوای کدهای اخلاقی سازمان
۱۱.....	• موضوعات محوری کدهای اخلاقی
۱۱.....	• کدهای رفتاری
۱۲.....	• نتیجه گیری

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
<b>فصل دوم: فرایند تدوین کدهای اخلاقی در شرکت فراب</b>	
۱۳	• مقدمه
۱۳	• مطالعه مقایسه‌ای چیست؟
۱۴	• الگوی تدوین کدهای اخلاقی در شرکت فراب
۱۴	• متدولوژی تدوین کدهای اخلاقی در شرکت فراب
۱۶	• ارزش‌های محوری شرکت‌های نمونه
<b>فصل سوم: کدهای اخلاقی شرکت فراب</b>	
۱۹	• پیشگفتار
۲۰	• ارزش‌های محوری شرکت فراب
۲۱	• کدهای اخلاقی شرکت فراب
۲۱	• ارزش اول: تعالی سازمانی
۲۲	• ارزش دوم: سرمایه انسانی
۲۹	• ارزش سوم: ارتباط با ذی‌نفعان
۳۱	• ارزش چهارم: سلامت و ایمنی در محیط کار
۳۳	• ارزش پنجم: دارایی‌های شرکت
۳۶	• مدل مفهومی کدهای اخلاقی شرکت فراب
۳۷	• منابع و ماخذ

## **فصل اول:**

# **اصول و مبانی نظری کدهای اخلاقی**

شرکت فراب

ویرایش: اول - آذر ماه ۱۳۸۸

## چکیده

اخلاق هر سازمان نشان‌دهنده‌ی ارزش‌ها و باورهای آن سازمان و در کل، گویای فرهنگ سازمانی حاکم بر آن است. شناسایی اصول اخلاقی مورد پذیرش افراد سازمان، از سویی حافظ بقا و بالندگی سازمان است و از سوی دیگر، راهنمای مدیران در زمینه سیاست‌گذاریها و خط‌مشی‌های سازمانی می‌باشد. اخلاق این قدرت را در فرد و سازمان ایجاد می‌کند که نوعی خودکنترلی و خود بهبودگری در سازمان شکل گرفته و به‌صورت نظامی در فرد و سازمان نهادینه شود. کاربرد اخلاق در سازمان، قابلیت‌های سازمانی را در کسب و کار افزایش داده و هزینه‌های سازمان و جامعه را کاهش می‌دهد.

زمانی که اخلاق وارد عرصه سازمانی می‌شود با عنوان اخلاق حرفه‌ای مطرح می‌شود، در واقع اخلاق حرفه‌ای بیانگر مسوولیت اخلاقی سازمان از منظر حرفه است. یکی از ابزارهای مهم جهت تحقق و پیاده سازی اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها، کدهای اخلاقی است. در همین راستا شرکت فراب با توجه به اهمیتی که به رعایت اصول اخلاقی و ارزشی می‌دهد اقدام به تدوین کدهای اخلاقی نموده است. کدهای اخلاقی در شرکت فراب نشأت گرفته از فرهنگ سازمانی، ارزش‌های محوری و اخلاق حرفه‌ای می‌باشد.

### تعریف واژگان کلیدی :

- **فرهنگ سازمانی:** فرهنگ سازمانی به عنوان دانش اجتماعی مشترک است که براساس قوانین، رویه‌ها، هنجارها و ارزش‌های محوری سازمان شکل گرفته و طرزتفکر، نگرش و رفتار کارکنان را تعریف می‌کند.
- **ارزش‌های محوری:** ارزش‌های محوری سازمان بیانگر ارزش‌ها، باورها و اعتقاداتی است که شکل دهنده فرهنگ سازمانی می‌باشد.
- **اخلاق:** اخلاق به عنوان سیستمی از بایدها و نبایدها تعریف می‌شود که براساس آن رفتارهای درست و نادرست مشخص شده و عمل خوب از عمل بد متمایز می‌شود.

- **اخلاق حرفه‌ای:** اخلاق حرفه‌ای شامل مجموعه‌ای از آداب و شیوه‌های رفتاری پسندیده است که صاحبان مشاغل بایستی آنرا رعایت کرده و مجموعه صفات و اعمال نکوهیده‌ای (نپسندیده‌ای) که بایستی از آن اجتناب کنند. اخلاق حرفه‌ای بیانگر شیوه‌های رفتاری متداول در میان اهل یک حرفه است.
- **کدهای اخلاقی:** کدهای اخلاقی ابزار پیاده‌سازی و تحقق اخلاق حرفه‌ای بر اساس ارزش‌های محوری سازمان می‌باشد. کدهای اخلاقی، مجموعه‌ای از ارزشهاست که نسبت به سایر ارزش‌ها در سازمان اولویت داشته و باید توسط کارکنان رعایت شوند. ارزش‌هایی مانند: صداقت، روراستی، وفاداری، تعهد و ... .
- **کدهای رفتاری:** کدهای رفتاری شامل رفتارهایی است که برای سازمان مناسب و مطلوب بوده، بر مبنای کدهای اخلاقی تدوین شده است و بایستی در محیط کار رعایت شود. رفتارهایی مانند: حفظ اسرار سازمانی، عدم تبعیض نژادی یا جنسی، نوع پوشش در محیط کار و ... .
- **مدیریت اخلاق:** مدیریت اخلاق عبارت است از شناسایی و اولویت بندی ارزش‌های سازمانی که جهت هدایت و کنترل رفتارهای سازمانی بکار می‌رود.
- **تعارض یا معمای اخلاقی:** تعارض اخلاقی عبارت است از رفتاری که انجامش از جهتی اخلاقاً زشت و ترک آن نیز از جهت دیگر نارواست. در این موقعیت فرد احساس بلاتکلیفی می‌کند. به عنوان مثال گفتن راز کسی اخلاقاً زشت است اما اگر این رازداری متضمن خیانت به وظیفه سازمانی باشد ناروا است.

## اخلاق

علم اخلاق دارای دو بعد اخلاق نظری و اخلاق کاربردی می‌باشد. اخلاق نظری به تحلیل چیستی، علل، آثار و ابعاد اخلاق می‌پردازد. اخلاق کاربردی به مباحث و موضوعات کاربردی اخلاق می‌پردازد و در اینجاست که موضوع اخلاق با سازمان گره می‌خورد و اخلاق حرفه‌ای بخشی از اخلاق کاربردی می‌باشد.

دکتر قراملکی اخلاق را الگوی رفتار ارتباطی مبتنی بر رعایت حقوق طرف ارتباط معرفی می‌کند. به عبارت دیگر، اخلاق مسوولیت‌پذیری در مقابل حقوق افراد است. حقوق مردم جایگاه مهمی در آموزه‌های دینی ما دارد و براساس برخی روایات، خداوند حق‌الناس را بر حق خود مقدم کرده است. تعریف اخلاق به مسوولیت‌پذیری در قبال حقوق افراد، نسبت به سایر تعاریف از قابلیت اجرایی بیشتری برخوردار است و سایر نظام‌های اخلاقی را نیز دربرمی‌گیرد. عضویت در هر سازمانی وظایف و تعهدات اخلاقی ویژه‌ای را به میان می‌آورد.

## اخلاق حرفه‌ای

اخلاق حرفه‌ای علمی است که موضوع آن بررسی مجموعه‌ی آداب و شیوه‌های رفتاری پسندیده‌ای است که صاحبان مشاغل باید آنرا رعایت کنند و مجموعه صفات و اعمال نکوهیده‌ای که لازم است از آن اجتناب کنند. اخلاق حرفه‌ای شیوه‌های رفتاری متداول در میان اهل یک حرفه است. اخلاق حرفه‌ای بیان مسوولیت‌های اخلاقی فرد و سازمان در قبال حقوق جامعه است. زمانی که ما اخلاق حرفه‌ای سازمان را تعریف می‌کنیم مسوولیت‌های اخلاقی و تخصص سازمان‌ها را نیز معرفی می‌کنیم. هر سازمانی با توجه به اهداف، ساختار، حوزه عملیاتی و سایر عوامل، با مسائل گوناگون اخلاقی مواجه است.

### انتظار هر حرفه‌ای از اخلاق دو چیز است:

- ۱- ارائه سند جامع اخلاقی برای ممیزی اخلاق
- ۲- برخورداری از مهارت تشخیص دقیق و حل اثربخش مسایل اخلاق حرفه‌ای در سازمان.

## مراحل پنج‌گانه تحول اخلاق در سازمان

پنج مرحله فرایند تحول اخلاق سازمانی به صورت زیر می‌باشد:

## مرحله اول: سازمان غیر اخلاقی

در این بخش اغلب سازمان‌ها خود را از قیود اخلاقی رها می‌کنند و نوعی عدم تقید نسبت به اخلاقیات و قانون‌گریزی در شیوه عملکرد آن‌ها مشاهده می‌شود. چنین سازمان‌هایی (بویژه در سازمان‌های کوچک) نسبت به رعایت اخلاقیات و قانون هیچ‌گونه تعهدی ندارند.

## مرحله دوم: سازمان قانون‌گرا

بسیاری از سازمان‌ها خود را مقید به قانون می‌دانند، اما با استفاده از ابزار قانونی از اخلاق فرار می‌کنند. آن‌ها صرفاً مسوولیت‌های حقوقی و کیفی را مورد توجه قرار می‌دهند و به مسوولیت‌های اخلاقی توجهی ندارند.

## مرحله سوم: سازمان اخلاقی ابزار انگار

این نوع سازمان‌ها پایبندی به اخلاق را به منزله ابزاری برای جذب منفعت و سود می‌دانند. سازمان نه بدلیل باور درونی، بلکه بدلیل انگیزه‌های بیرونی به اخلاق اهمیت داده و چنین اخلاق‌ورزی نابلغانه است.

## مرحله چهارم: سازمان اخلاق فردگرا

در این مرحله، پایبندی به اخلاق در سازمان ریشه و اصالت می‌یابد، اما هنوز اخلاق به منزله اخلاقی بودن منابع انسانی در میان است و هنوز در سازمان حیات و هویت اخلاقی شکل نگرفته است، هرچند اخلاق در فرهنگ سازمانی تأکید شده است.

## مرحله پنجم: سازمان هویتاً اخلاقی

در این مرحله اخلاقیات ریشه‌ای عمیق در درون سازمان دارد و به عنوان مزیت استراتژیک در جهت‌گیری همه سیستم‌های سازمانی (استخدام، آموزش، پاداش، پرداخت و...) نقش محوری دارد.

## مدیریت اخلاق

مدیریت اخلاق، شناسایی و اولویت بندی ارزش‌ها جهت هدایت رفتار در سازمان می‌باشد. سازمان‌ها با ایجاد برنامه مدیریت اخلاق می‌توانند اخلاقیات را در محیط کار مدیریت کنند. امروزه مدیریت اخلاق یکی از زمینه‌های علمی مدیریت به شمار می‌رود که دارای رویکردهای برنامه‌ای و ابزار عملی

می‌باشد، این ابزارها عبارتند از: کدهای اخلاقی، کدهای رفتاری، خط مشی‌ها و رویه‌ها، روش‌های حل معماها و تعارضات اخلاقی و آموزش .

### **عقائد غلط در زمینه مدیریت اخلاق**

عقائد غلطی که در زمینه مدیریت اخلاق وجود دارد ریشه در دو عامل زیر دارد:

الف- عدم درک درست مفهوم اخلاق

ب- برداشت‌های سطحی و کوتاه بینانه از تعارضات اخلاقی

### **برخی از این عقائد غلط عبارتند از:**

۱- اخلاق یک موضوع دینی است تا مدیریتی: هدف برنامه اخلاق سازمان‌ها تغییر عقائد و ارزش‌های مردم نیست بلکه هدف، مدیریت ارزش‌ها و رفع تعارضات بین آن‌ها در سازمان است.

۲- کارکنان ما با اخلاق هستند لذا ما نیازی به توجه به اخلاق کار نداریم.

۳- اخلاق یکی از زمینه‌های فلسفه، دین شناسی و علوم آکادمیک است: عدم ورود مدیران به این بحث باعث شده که بسیاری فکر کنند اخلاق یک مد یا یک موج است که مناسب واقعیت‌های اداره سازمان‌ها نمی‌باشد. آن‌ها معتقدند که اخلاق یک بحث پیچیده فلسفی یا دینی است. اما اخلاق یکی از زمینه‌های علمی مدیریت با رویکرد برنامه‌ای است که دارای چندین ابزار عملی است. برنامه‌های مدیریت اخلاق در دیگر زمینه‌های علم مدیریت نیز کاربردهای عملی دارد.

۴- اخلاق یک چیز زائد و غیرضروری است و فقط بر واضحات و بدیهیات اشاره می‌کند. بسیاری از ما فکر می‌کنیم که کدهای اخلاقی و لیست ارزش‌های اخلاقی اضافی و بدرد نخور هستند چراکه ارزش‌هایی را ارائه می‌کنند که هر انسانی طبیعتاً متمایل به آن‌ها است. اما در واقع برای سازمان مهم و ارزشمند هستند و بیانگر ارزش‌ها و اولویت‌های سازمانی می‌باشد.

۵- اخلاق عبارت است از نصیحت کردن آدم‌های بد توسط آدم‌های خوب. اما مدیران موفق می‌دانند که افراد خوب هم ممکن است کارهای بدی انجام دهند مخصوصاً در مواقع استرس و سردرگمی.

۶- اخلاق یک پدیده جدید است که به دلیل توجه زیاد مطبوعات پرتعداد و مجلات مدیریتی بحث آن داغ شده است. سابقه رواج بحث اخلاق حداقل به ۲۰۰۰ سال قبل برمی‌گردد، زمانی که سیسرو (فیلسوف رومی) در کتاب خود راجع به این موضوع سخن گفت. البته اخیراً اخلاق بیشتر مورد توجه قرار گرفته است و دلیل آن هم جنبش مسوولیت‌های اجتماعی سازمان‌ها می‌باشد که در دهه ۱۹۶۰ آغاز شد.

۷- اخلاقیات را نمی‌توان مدیریت کرد؟ در حالیکه اخلاق را می‌توان مدیریت کرد. به عنوان مثال رفتار بنیانگذار سازمان و یا رهبر فعلی سازمان بر رفتار کارکنان در محیط کار به شدت تاثیرگذار است و حتی هدایت کننده رفتار آن‌ها می‌باشد. اولویت‌های استراتژیک تاثیر به سزایی در اخلاق دارد و همچنین قوانین، مقررات و رویه‌ها به صورت مستقیم در اخلاق کاری تاثیرگذار است.

۸- اخلاق همان مسوولیت اجتماعی است. در حالیکه مسوولیت‌های اجتماعی جنبه‌های عملی مدیریت اخلاق در محیط کار را نظیر تدوین کدهای رفتاری، راهکارها و روش‌های حل تعارضات اخلاقی و ... را پوشش نمی‌دهد.

۹- سازمان ما مشکل قانونی ندارد، بنابراین ما اخلاقی هستیم. در حالیکه شخص می‌تواند در چارچوب قانونی عمل کند اما در حین حال اعمالش غیراخلاقی باشد.

## کدهای اخلاقی

ما بیان کردیم که اخلاق حرفه‌ای در سازمان بیان مسوولیت‌های اخلاقی سازمان در قبال جامعه است و هر فردی در سازمان بایستی نسبت به رعایت اخلاق حرفه‌ای متعهد و پایبند باشد، زیرا افت اخلاقی در سازمان موجب تهدید اعتماد، انسجام، مشروعیت و بقا سازمانی می‌شود. بنابراین

سازمان‌ها جهت پیشگیری از افت اخلاقی نیازمند داشتن مدیریت اخلاق هستند. مدیریت اخلاق به معنای شناسایی و اولویت‌بندی ارزشها برای هدایت رفتارها در سازمان می‌باشد.

اما سؤال اصلی این است که چگونه می‌توان اخلاق حرفه‌ای را در سازمان مدیریت و جاری ساخت. یکی از ابزارهای رایج در سازمان‌ها، تدوین کدهای اخلاقی است. کدهای اخلاقی یکی از ابزارهای مهم جهت تحقق اخلاق حرفه‌ای است که در بسیاری از شرکت‌های برتر دنیا استفاده می‌شود. کدهای اخلاقی راهنمای عملی برای کلیه تصمیم‌گیران در سطوح گوناگون سازمان است و به آن‌ها کمک می‌کند تا بدانند در موقعیت‌هایی که در آن ارزش‌های متضادی بروز می‌کند، چه عکس‌العملی را باید از خود نشان دهند. مسوولیت‌های اخلاقی سازمان در چارچوب کدهای اخلاقی سازمان تدوین می‌شود. این کدها بیانگر تعهدات و مسوولیت‌های اخلاقی سازمان است. کدهای اخلاقی ابزاری جهت پیاده‌سازی و جاری‌سازی اخلاق حرفه‌ای در سازمان است.

کدهای اخلاقی مجموعه ارزش‌هایی است که نسبت به سایر ارزش‌ها برای سازمان اولویت دارد و شامل ارزش‌های مانند صداقت، درستی، وفاداری، احترام، استقلال، ایمان و اعتقاد، عدالت و انصاف، تعهد و ... .

### **ضرورت تدوین کدهای اخلاقی در سازمان**

دلایل مختلف تدوین کدهای اخلاقی به‌صورت زیر می‌باشد:

- تدوین کدهای اخلاقی در سازمان باعث تعریف و شناسایی تعارض‌ها و معماهای اخلاقی می‌شود.
- تدوین کدهای اخلاقی در سازمان باعث می‌شود تا رفتارهای مناسب و قابل اعتماد در بین کارکنان سطوح مختلف توسعه پیدا کند.
- کدهای اخلاقی ابزاری برای تبدیل مفاهیم انتزاعی ارزش‌های سازمانی به مفاهیم عملیاتی است.
- تدوین کدهای اخلاقی در سازمان به معنای اهمیت دادن سازمان به رعایت اخلاق حرفه‌ای است.

- تدوین کدهای اخلاقی ابزاری برای تشریح ارزش‌ها و رفتارهای مطلوب و مورد انتظار سازمان از کارکنان است.
- کدهای اخلاقی بیانگر دقت و شرافت کاری سازمان است.
- کدهای اخلاقی رهنمودهای مختلفی برای تصمیم‌گیریها، اقدامات و برنامه‌های سازمانی ارائه می‌دهد.
- کدهای اخلاقی در سازمان‌ها ابزاری است که در موقعیت‌های بحرانی سازمان را قادر می‌سازد تا بدان وسیله اخلاق حرفه‌ای خود را حفظ کند.

### مزایای کدهای اخلاقی در سازمان

- تدوین کدهای اخلاقی در هر سازمانی با توجه به چارچوب‌ها، اهداف و ساختار سازمانی، دارای مزایای بسیاری می‌باشد که در ادامه به برخی از مزایای تدوین کدهای اخلاقی می‌پردازیم:
- کدهای اخلاقی می‌تواند رضایت و اعتماد جامعه را نسبت به سازمان جلب کند.
  - کدهای اخلاقی در جذب و تأمین منابع مالی و اعتبار حرفه‌ای سازمان نقش مهمی دارد.
  - کدهای اخلاقی در جذب نیروی متخصص، ایجاد انگیزه و حفظ کارکنان نقش مهمی دارد.
  - کدهای اخلاقی در سازمان معضلات اخلاقی را مهار کرده و تنش‌های سازمانی را به نحو اثربخشی مدیریت می‌کند.
  - کدهای اخلاقی نقش مؤثری در افزایش کارایی و اثربخش سازمان دارد.
  - افزایش اخلاقیات در سازمان منجر به افزایش موفقیت آن می‌شود.
  - سازمان اخلاق محور، پیش‌بینی پذیر است و چنین سازمانی از توان و قابلیت رقابتی برخوردار بوده و سهم قابل توجهی در بازار دارد.
  - در هر سازمانی اصول اخلاقی از پیش‌شرط‌های مدیریت استراتژیک موفق بوده و رعایت اصول اخلاقی الزام داشتن شرکت مناسب و موفق است.
  - کدهای اخلاقی از طریق سالم‌سازی و بهینه‌کردن عملکرد امروز سازمان‌ها، بازار فردای آن‌ها را تضمین می‌کند.

- شکل گیری کدهای اخلاقی به معنای داشتن سازمانی است که نسبت به رعایت اخلاقیات در جامعه پایبند و متعهد است.

### معایب فقدان کدهای اخلاقی

سازمانی که در آن کدهای اخلاقی تعریف و تبیین نشود ممکن است با مسائل و معضلات زیر مواجه شود:

- در چنین سازمانی به دلیل بی‌توجهی به کدهای اخلاقی ممکن است مباحثی مانند بی‌توجهی به قانون، عدم شایسته سالاری، کم‌رنگ شدن وجدان کاری، چالپوسی و کم‌کاری، حسد و غیبت در سازمان رایج شود.
- در چنین سازمانی ممکن است مدیران زیردستان را فاقد احترام ذاتی و اصیل بدانند و در تصمیم‌گیری‌های مدیریتی خویش به شأن انسانی افراد توجه نکنند و فارغ از دغدغه حرمت انسانی، به بهره‌وری در سازمانی می‌اندیشند.
- در چنین سازمانی ممکن است توسعه و پرورش ذهنی و اخلاقی افراد محدود شود.
- در چنین فرهنگی زمانی که سخن از مشارکت عمومی به میان می‌آید، صرفاً مشارکت در اجرا یعنی مشارکت در تبعیت از تصمیمات تلقی می‌شود و هرگز به مشارکت در فرایند تصمیم‌سازی پرداخته نمی‌شود.
- بی‌توجهی به اصول اخلاقی باعث کم‌رنگ شدن توجه به ذی‌نفعان داخلی و خارجی سازمان شده و میزان رضایت آن‌ها را کاهش می‌دهد.

### ویژگی‌های مهم کدهای اخلاقی

ویژگی‌های مهم کدهای اخلاقی شامل:

- قابلیت اجرایی
- داشتن وضوح و شفافیت
- قابلیت اندازه‌گیری

- اثرگذار بودن
- قابلیت پذیرش

## محتوای کدهای اخلاقی سازمان

کدهای اخلاقی هر سازمانی بایستی دارای بخشهای زیر باشد:

### ۱. مقدمه

در تدوین کدهای اخلاقی بایستی مقدمه‌ای تهیه شود که در این مقدمه به ارزش‌های محوری سازمان، تائید ارزش‌های محوری توسط مدیرعامل سازمان، خلاصه‌ای از چارچوب کدهای اخلاقی و نقش سازمان در قبال کارکنان و همچنین نقش کارکنان در رعایت کدهای اخلاقی سازمان اشاره می‌شود.

### ۲. اهداف و ارزش‌های سازمانی

در بخش بعدی بایستی به اهداف و ارزش‌های محوری سازمان به صورت دقیق و کامل اشاره شود.

### ۳. کاربرد و شدن کدهای اخلاقی

در این بخش به نحوه اجرای کدهای اخلاقی در سازمان اشاره می‌شود، که در آن مباحثی همچون مخاطبین کدهای اخلاقی و زمینه‌ها و حوزه‌های مربوط به کدهای اخلاقی مطرح می‌شود. ما بایستی در این بخش به مستندات، ابزارها و منابع حمایتی و اجرایی کدهای اخلاقی اشاره کنیم. حوزه‌های مختلف مربوط به کدهای اخلاقی که در این بخش به آن‌ها اشاره می‌شود شامل:

**الف) کارکنان:** در این بخش به سیاست‌های مختلف سازمان در ارتباط با کارکنان مانند: شرایط کار، شرایط استخدام، نحوه آموزش و توسعه، سیستم پاداش و ارتقاء، ایمنی و سلامت محیط کار، ارائه فرصت‌های برابر، تنوع نیروی کاری، حفظ و نگهداری و آزار و اذیت جنسی اشاره می‌شود.

**ب) ارتباط با مشتری:** در این بخش به اهمیت جلب رضایت مشتریان اشاره می‌شود. نکات کلیدی که در اینجا بیان می‌شود شامل: تعهد ما نسبت به توافقاتمان با مشتریان، رعایت کیفیت محصولات و خدمات، ارائه محصولات با قیمت عادلانه و ارائه خدمات پس از فروش به مشتریان است.

ج) ارتباط با ذی نفعان و تأمین کنندگان مالی: بایستی در این بخش به رعایت حقوق ذی نفعان و حمایت و پشتیبانی از سرمایه گذاران شرکت اشاره شود.

د) ارتباط به تأمین کنندگان: در این بخش به رعایت کیفیت و کارایی خدمات و محصولات ارائه شده توسط تأمین کنندگان اشاره می شود.

ه) ارتباط با جامعه و انجمن های حرفه ای: در این بخش به رعایت حقوق اجتماعی مانند حفاظت از محیط زیست و ارتباط با انجمن های حرفه ای اشاره می شود.

و) اجرا و بهبود کدهای اخلاقی: در این بخش به آموزش، اطلاع رسانی و به روز رسانی کدهای اخلاقی اشاره می شود.

### موضوعات محوری کدهای اخلاقی

کدهای اخلاقی هر سازمان با توجه به ساختار و اهداف سازمانی به موضوعات محوری زیر اشاره می کند:

- نحوه رقابت سازمان
- پرداخت و دریافت رشوه
- پیشنهاد دریافت و پرداخت هدیه و شرکت در تفریحات
- نحوه استفاده از دارایی های سازمان
- نحوه محافظت از اطلاعات محرمانه
- مشارکت در امور سیاسی کشور
- رعایت حقوق انسانی در کسب و کار
- توجه به مسوولیت های اجتماعی
- و ...

### کدهای رفتاری

کدهای رفتاری شامل رفتارهای مطلوب سازمانی است که بایستی در محیط کار رعایت شوند که شامل موارد زیر باشد: نوع پوشش کارکنان در محیط کار، عدم استفاده از مواد مخدر، پیروی از

دستورات مافوق، عدم قبول رشوه، گزارش دادن اعمال غیرقانونی، حفظ اسرار سازمانی، عدم تبعیض نژادی یا جنسی، پیروی از قوانین و رویه‌های سازمانی و ... . کدهای رفتاری با توجه به ارزش‌های مذکور در کدهای اخلاقی تدوین می‌شود.

### **نتیجه گیری**

در این بخش به بررسی تعاریف فرهنگ سازمانی، اخلاق حرفه ای، کدهای اخلاقی و کدهای رفتاری پرداخته شد. هدف از ارائه این بخش رسیدن به یک اجماع و درک مشترک در خصوص کدهای اخلاقی می‌باشد. در ادامه به بررسی فرایند تدوین کدهای اخلاقی در شرکت فراب و محتوای آن پرداخته می‌شود.

## **فصل دوم:**

# **فرایند تدوین کدهای اخلاقی شرکت فراب**

شرکت فراب

ویرایش: اول - آذر ماه ۱۳۸۸

## مقدمه

روش تحقیق چارچوب عملیات یا اقدامات جستجوگرایانه برای تحقق هدف پژوهش، جهت آزمودن فرضیه یا پاسخ دادن به سؤال‌های تحقیق را فراهم می‌آورد. روش تحقیق مورد استفاده در این طرح "مطالعه مقایسه‌ای" می‌باشد.

امروزه یکی از تکنیک‌های مورد استفاده در مدیریت، انجام مطالعه مقایسه‌ای است. مطالعه مقایسه‌ای در سازمان‌ها به عنوان ابزار مدیریتی برای بهبود عملکرد مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این بخش ما به بررسی معنا و مفهوم مطالعه مقایسه‌ای و نحوه از استفاده از روش مطالعه مقایسه‌ای در تدوین کدهای رفتاری شرکت فراب می‌پردازیم.

## مطالعه مقایسه‌ای چیست؟

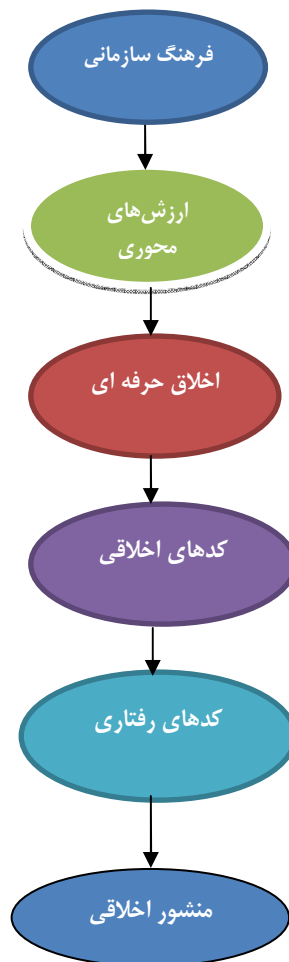
با انجام مطالعه مقایسه‌ای فاصله‌ها و خلاهای عملکردی سازمان‌ها شناسایی شده و اجازه می‌دهد تا مدیران، مدیریت و کنترل بهتری را نسبت به عملکرد سازمانی داشته باشند. مطالعه مقایسه‌ای می‌تواند مزیت رقابتی جهت استفاده از فرصت‌های بهبود سازمانی ایجاد کند. مدیران با انجام مطالعه مقایسه‌ای هزینه‌های سازمانی را کاهش داده و کیفیت محصولات و خدمات خود را افزایش می‌دهند.

مطالعه مقایسه‌ای به عنوان یک ابزار ارزیابی عملکرد سازمانی در همه اقدامات سازمانی به حساب می‌آید. این ارزیابی کمک می‌کند تا ما رقبا و بهترین سازمان‌ها را شناسایی کرده و یک رتبه بندی عملکردی با استفاده از معیارهای محوری همچون بهره‌وری، کیفیت، رضایت مشتریان و ... داشته باشیم. پس از انجام مطالعه مقایسه‌ای، ما می‌توانیم اقدامات بهبود را در حوزه‌های کلیدی شناسایی کنیم.

در کل مطالعه مقایسه‌ای فرایند مقایسه و ارزیابی مستمر سازمان در مقابل پیشروان کسب و کار در سطح دنیا برای کسب اطلاعات جهت بهبود عملکرد سازمان می‌باشد.

## الگوی تدوین کدهای اخلاقی در شرکت فراب

در شرکت فراب مسیر تدوین کدهای اخلاقی به صورت الگوی ارائه شده در شکل زیر می باشد. بدین صورت که ابتدا فرهنگ سازمانی مطالعه و بررسی شد. در مرحله بعد بر اساس روش دلفی (نظرسنجی از مدیران شرکت) ارزش های محوری مشخص شده و با توجه به ارزش های محوری و اصول اخلاق حرفه ای، کدهای اخلاقی شرکت تدوین شد.



## متدولوژی تدوین کدهای اخلاقی در شرکت فراب

همانطور که در بخش قبل اشاره شد روش مورد استفاده جهت تدوین کدهای اخلاقی در شرکت فراب روش مطالعه مقایسه ای می باشد. متدولوژی تدوین کدهای اخلاقی طبق مراحل زیر می باشد:

- ۱- مطالعه مبانی نظری کدهای اخلاقی
- ۲- بررسی و شناسایی فرهنگ سازمانی شرکت فراب بر اساس مدل دنیسون
- ۳- انجام مطالعه مقایسه‌ای و استخراج ارزش‌های محوری و کدهای اخلاقی شرکت‌های برتر دنیا و شرکت‌های داخلی
- ۴- مطالعه استاندارد SA8000 (استاندارد مسوولیت‌های اجتماعی سازمان‌ها)
- ۵- انتقال مفاهیم، الزامات و روش‌های تدوین کدهای اخلاقی به کمیته‌های تعالی سازمانی و منابع انسانی با برگزاری جلسات
- ۶- تهیه چک لیستی از ارزش‌های محوری شرکت‌های نمونه (جدول صفحات بعد)
- ۷- ارائه چک لیست به اعضای کمیته منابع انسانی و کمیته تعالی سازمانی جهت اجماع و توافق نظر در ارتباط با ارزش‌های محوری شرکت فراب
- ۸- دریافت نظرات اعضای کمیته منابع انسانی و کمیته تعالی سازمانی
- ۹- بررسی و جمع بندی نظرات و انتخاب ارزش‌های محوری شرکت فراب
- ۱۰- تهیه چارچوب کدهای اخلاقی شرکت براساس ارزش‌های محوری
- ۱۱- ارائه پیش نویس اولیه کدهای اخلاقی به کمیته منابع انسانی
- ۱۲- جمع بندی نظرات کمیته منابع انسانی و تهیه نسخه نهایی کدهای اخلاقی شرکت فراب
- ۱۳- پیاده سازی کدهای اخلاقی در سطح شرکت

ارزش‌های محوری شرکت‌های نمونه

Company	Industry	ارزش‌های محوری
Exxon Mobil	Petroleum Refining	توجه به سهامداران رضایتمندی مشتریان توجه به کیفیت و توانمندی نیروی کار پاسخگویی نسبت به عملکرد
Wal-Mart	General Merchandiser	احترام به افراد ارائه خدمات به مشتریان تلاش برای تعالی
General Motors	Parts&Motor Vehicles	ترغیب مشتری صداقت و روراستی کار تیمی نوآوری بهبود مستمر احترام به افراد و پاسخگویی
ConoCophillips	Petroleum Refining	تبعیت از قوانین، مقررات و رویه‌ها تعارض در منافع معامله با سوء استفاده از اطلاعات محرمانه فرصت‌های شرکت رقابت و برخورد عادلانه تبعیض و آزار و اذیت جنسی سلامت و ایمنی
General Electric	Diversified Financials	پرداخت‌های نامناسب ارتباط با تامین‌کنندگان بهبود و تعالی مستمر کنترل تجارت بین‌الملل جلوگیری از پولشویی رقابت جهانی حفاظت از دارایی شرکت
Ford Motor Company	Parts&Motor Vehicles	تعارض در منافع فرصت‌های شرکت حفاظت از اطلاعات محرمانه تبعیت از قوانین و مقررات ترغیب و تشویق ارائه گزارشات در خصوص رفتارهای غیرقانونی و غیراخلاقی تبعیت از رویه‌ها و دستورالعمل‌ها
Citi group	Commercial Banks	پاسخگویی نسبت به مشتریان پاسخگویی نسبت به یکدیگر پاسخگویی نسبت به حق و امتیازات فردی

Company	Industry	ارزش های محوري
BP	Petroleum Refining	<p>تعهد به صداقت  رعایت سلامت، ایمنی و بهداشت محیطی  برخورد منصفانه و ارائه فرصت های برابر استخدامی  رشوه و فساد  ارائه گزارشات کامل و دقیق</p>
Total	Refining Petroleum	<p>ارتقاء تنوع و فرصت های برابر  حمایت از مباحثه کارکنان  ارتقاء عدالت در جبران خدمات و مزایا  آموزش و تقویت قابلیت های کلیدی</p>
Nestle	Food Consumer Products	<p>تبعیت از قوانین ، مقررات و رویه ها  تعارض در منافع  فرصت های شرکت  معامله با سوء استفاده از اطلاعات محرمانه  رفتار منصفانه  محافظت از اطلاعات محرمانه  محافظت از دارایی های شرکت  رشوه و فساد  هدیه، تنام و تفریحات  تبعیض و آزار و اذیت جنسی</p>
Dell	Office Compute Equipment	<p>تنوع، ارائه فرصت های برابر و احترام به افراد  سلامت و ایمنی  صداقت در بیانیه های مالی و گزارشات شرکت  تعارض در منافع و صداقت و روراستی  معامله با سوء استفاده از اطلاعات محرمانه  سرقت و کلاهبرداری  حفاظت از اطلاعات محرمانه  حفاظت و نگهداری دارایی ها و منابع شرکت  دادن و دریافت هدیه  رعایت حقوق انسانی  تعهد به محیط زیست  کنترل تجارت بین الملل</p>
StatiolHydro	Petroleum Refining	<p>تبعیت از قوانین و مقررات  انجام کسب و کار اخلاقی  داشتن پاسخگویی نسبت به جامعه و رفتار قابل قبول</p>
Koncar Corporate	Hydropower&Dams	<p>احترام به افراد  بهبود مستمر  مسئولیت های اجتماعی  بیمان ها و تعهدات جهانی</p>

Company	Industry	ارزش های محوري
URS Corporation	Hydropower&Dams	به حداقل رساندن حوادث در محیط کار ما معتقدیم هر حادثه ای در محیط کار قابل پیشگیری است ما در فرهنگ مان نه تنها به دنبال بهترین عملکرد در محیط ایمن هستیم بلکه آنرا نیز بوجود آورده ایم
Stucky Corporate	Dams&Hydropower	داشتن صداقت حرفه ای و ارائه خدمات با کیفیت تبعیت از قوانین و مقررات توسعه مستمر
Hatch Group	Hydropower&Dams	مسئولیت های اجتماعی احترام به قانون ارائه خدمات با کیفیت که شامل مدیریت کیفیت و توسعه مستمر داشتن پاسخگویی و مسئولیت فردی صداقت حرفه ای
Scott Wilson Group	Hydropower&Dams	داشتن تحرك ، غرور و اشتیاق ترغیب و جستجوی چالش و بلندپروازی صداقت ، روراستی و همکاری قابلیت اتکاء ، دسترسی و هوشمندی
Eaton	Hydropower&Dams	متمرکز کردن عملکرد و اقدامات بروی مشتریان توجه به نیروی انسانی به عنوان بزرگترین سرمایه احترام به یکدیگر داشتن عدالت، روراستی و ارتباطات باز توجه به محیط و جامعه اجرای تعهدات تلاش برای تعالی
Dresser	Hydropower&Dams	احترام به یکدیگر رفتار منصفانه توجه به ایمنی و سلامت محیط کار ارتباطات کارکنان
Sogreah	Hydropower&Dams	حفظ استقلال به عنوان يك صنعت یا گروه مالی بهینه سازی هزینه پروژه ها توجه به نیازهای مشتریان و تعهد نسبت به تحقق آنها ایجاد و حفظ روابط انسانی مناسب و ارتقاء مباحثات سازنده ای که برای موفقیت پروژه ها ضروری است پیشنهاد راه حل های مناسب و قابل اتکاء از تکنولوژی روز نواوری در جهت رسیدن به اثربخشی هزینه ، کم شدن زمان انجام کارها و عملکرد بهتر

**فصل سوم:**

**کدهای اخلاقی شرکت فراب**

**Code of Ethics**

شرکت فراب

ویرایش: اول - آذر ماه ۱۳۸۸

## پیشگفتار

اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت اخلاقی افراد از منظر شغل شان است. در واقع مسوولیت اخلاقی برخاسته از شغلی است که افراد بر عهده دارند. مانند اخلاق پزشکان، اخلاق معلمان، اخلاق قضات و . . .

کدهای اخلاقی یکی از ابزارهای مهم برای تحقق اخلاق حرفه‌ای است که در بسیاری از شرکت‌های برتر دنیا تدوین و جاری شده است. کدهای اخلاقی بیانگر اصول و ارزش‌های سازمانی در زمینه کسب و کار می‌باشند. هدف از تدوین کدهای اخلاقی در شرکت فراب، ارائه رهنمودهای کلیدی جهت رفتار و فعالیت‌های روزمره همکاران شرکت می‌باشد.

اصول رفتاری بیانگر تعهد شرکت فراب به انجام شایسته‌ی امور است. هنگامی که فردی در شرکت فراب استخدام می‌شود، در واقع می‌پذیرد که به این اصول وفادار است. هر یک از همکاران شرکت فراب مقتضیات، معیارها، اصول و فرایندهای مربوط به خود را در این دستورالعمل می‌دانند و همواره به آن پایبندند. همکاری که در این امر قصور کند، موقعیت خود، سایر همکاران و شرکت فراب را در معرض خطر قرار می‌دهد. تمامی همکاران در حفظ موفقیت و ایجاد شرکتی معتبر سهیم هستند.

## ارزش‌های محوری شرکت فراب

ارزش‌های محوری اصولی هستند که هر همکار، در هر زمان و در هر مکانی به آن‌ها متعهد و پایبند بوده و آن‌ها را رعایت می‌کند. در حقیقت ارزش‌های محوری هر سازمان، جوهره وجودی آن سازمان است.

### ۱. تعالی سازمانی

تعالی سازمانی، در راستای ایجاد سازمانی مبتنی بر احترام به ارزش‌های انسانی و با موقعیتی پیشرو در صنعت و کسب مزیت رقابت جهانی، از ارزش‌های محوری شرکت فراب محسوب می‌شود.

### ۲. سرمایه انسانی

سرمایه انسانی به عنوان بزرگترین سرمایه و مزیت رقابتی شرکت فراب به حساب می‌آید. هر یک از همکاران به عنوان عضو مهمی از شرکت محسوب می‌شوند و رعایت حقوق و جایگاه همکاران از ارزش‌های محوری شرکت فراب می‌باشد.

### ۳. ارتباط با ذی‌نفعان

ایجاد ارتباط مناسب و شفاف با همه ذی‌نفعان (مشتریان، رقبا و سهامداران)، از ارزش‌های محوری شرکت فراب است.

### ۴. سلامت و ایمنی محیط کار

ایجاد و حفظ محیط کاری ایمن و سالم که در آن استانداردهای ایمنی و بهداشت رعایت شود، از ارزش‌های محوری شرکت فراب است.

### ۵. دارایی‌های شرکت

همه همکاران شرکت فراب، در قبال حفظ و نگهداری و استفاده از دارایی‌های شرکت (دارایی‌های مشهود و نامشهود)، مسوول و پاسخگو هستند.

## کدهای اخلاقی شرکت فراب

به منظور پیاده‌سازی ارزش‌های محوری در شرکت فراب، کدهای اخلاقی مربوط به هر یک از ارزش‌ها به شرح زیر تعریف و تبیین شده اند :

### ۱- تعالی سازمانی

این ارزش از طریق کد اخلاقی تلاش برای تعالی سازمانی تبیین می‌گردد.

### تلاش برای تعالی سازمانی

شرکت فراب خود را متعهد می‌داند که محصولات و خدمات ارزنده و با کیفیتی را ارائه دهد. در راستای تحقق این امر، همه همکاران، سهامداران، پیمانکاران و مشتریان سهام هستند. شرکت فراب با تکیه بر تخصص و توانمندی همکاران خود و الگوبرداری از نمونه‌های شرکت‌های مشابه موفق، به دنبال تعالی و بهبود عملکرد سازمانی می‌باشد.

### شرکت فراب در مسیر تعالی سازمانی، خود را متعهد به رعایت کدهای رفتاری زیر می‌داند:

- در راستای افزایش رقابت منطقه‌ای و جهانی به دنبال افزایش توان و قابلیت‌های سازمانی می‌باشد.
- بر روی شناسایی و استقرار مدل‌های تعالی سازمانی در سطح شرکت تاکید دارد.
- هر ساله میزان موفقیت خود را در مسیر تعالی ارزیابی کرده و برنامه‌های بهبود سازمانی را تدوین و اجرا می‌کند.
- عملکرد خود را با شرکت‌های مشابه در بازار جهانی مقایسه می‌کند.
- ایجاد انگیزه در همکاران جهت ارائه عملکرد مناسب و رشد و توسعه آن‌ها را ترغیب می‌نماید.
- بر روی تدوین برنامه‌های منسجم جهت کسب رضایت مشتریان و همکاران، بهبود کیفیت و کاهش هزینه تاکید دارد.
- با تکیه بر تجارب گرانبها، سازماندهی پویا، توان تامین مالی، مدیریت منابع انسانی، متخصصین کارآمد، فناوری پیشرفته و حسن شهرت به دنبال تحقق اهداف سازمانی می‌باشد.
- با اجرای به موقع طرح‌ها و کسب رضایت مشتریان در بازارهای داخلی و خارجی، در زمره شرکت‌های معتبر و شناخته شده جهانی قرار بگیرد.
- شرکت فراب در مسیر تعالی سازمانی در همه طرح‌ها و فعالیت‌های خود به صورت یکپارچه و هماهنگ عمل می‌کند.

## ۲- سرمایه انسانی

این ارزش از طریق پنج کد اخلاقی زیر تبیین می‌شود:

- ارائه فرصت برابر
- رعایت ارزش‌های انسانی
- پاسخگویی و شفافیت عملکرد
- پرورش و توسعه سرمایه انسانی
- بهبود کیفیت زندگی کاری

### ۲-۱- ارائه فرصت برابر

شرکت فراب در مرحله استخدام و تامین نیروی انسانی، به دنبال شناسایی و انتخاب افراد بر اساس شایستگی، توانمندی و قابلیت‌های فردی است و از هرگونه تبعیض و گرایشی نسبت به نژاد، قومیت، مذهب (ادیان رسمی کشور)، جنسیت، ملیت، وضعیت تأهل و یا هر جهت‌گیری خاص دیگری، خودداری می‌کند. ارائه فرصت‌های استخدامی برابر در شرکت فراب رعایت می‌شود.

وجود همکاران توانمند و متخصص، مزیت رقابتی شرکت فراب به حساب می‌آید. برای حفظ چنین مزیتی، شرکت فراب تلاش می‌کند تا نیروی انسانی توانمند و مستعدی را جذب کند و همواره فرصت‌های رشد و پیشرفت آن‌ها را از طریق آموزش و توسعه فراهم آورد. شرکت فراب متعهد است محیطی ایجاد نماید که در آن تنوع مهارت و ویژگی‌های فردی وجود داشته باشد. در شرکت فراب، اعتماد، رفتار عادلانه و منصفانه و ارتباطات باز حاکم است. شرکت فراب متعهد است که فرصت‌های برابر را برای همه افراد واجد شرایط در همه امور ایجاد کند. این تعهد مربوط به همه فرایندهای منابع انسانی مانند: انتخاب، استخدام، جایگزینی، ارتقاء، انتقال، آموزش، جبران خدمات، تسهیلات، خدمات رفاهی و ... می‌باشد.

**کدهای رفتاری که ارائه فرصت برابر در شرکت فراب را محقق می‌سازد به صورت زیر می‌باشد:**

- ارائه فرصت‌های استخدامی برابر در شرکت فراب یک اصل می‌باشد.
- مبنای استخدام در شرکت فراب، دارا بودن دانش، تجربه و تخصص مناسب و مرتبط با شغل است.
- در شرکت فراب استخدام بدون توجه به نژاد، رنگ، مذهب (ادیان رسمی کشور)، جنسیت، قومیت انجام می‌شود.

- شرکت فراب سعی می‌نماید محیط کار، عاری از هرگونه تبعیض باشد.
- تقویت و افزایش فرصت‌های استخدامی برابر برای همه افراد جامعه، زنان و اقلیت‌ها، جزئی ارزش‌های شرکت فراب است.

## ۲-۲- رعایت ارزش‌های انسانی

یکی از اصول اساسی شرکت فراب "احترام به افراد" است. هریک از همکاران در شرکت فراب متعهد به ایجاد فرهنگی مبتنی بر اعتماد و احترام به افراد می‌باشند. شرکت فراب مایل است محیط کاری از هرگونه تبعیض نسبت به همکاران، مشتریان، سهامداران و پیمانکاران داشته باشد. شرکت فراب بر این اعتقاد است که بایستی با همکاران رفتاری منصفانه، مؤدبانه و محترمانه داشته باشد به‌صورتی که منجر به رشد و رضایتمندی همکاران شود. هرگونه رفتار نامناسب و غیرمحترمانه نسبت به همکاران، پیمانکاران، سهامداران و مشتریان غیرقابل قبول است.

### کدهای رفتاری رعایت ارزش‌های انسانی در شرکت فراب:

- شرکت فراب بر ایجاد محیطی صمیمی، دوستانه و صادقانه در شرکت تأکید می‌ورزد.
- شرکت فراب سعی می‌کند روحیه گذشت و فداکاری، همسازی و سازگاری در افراد را جایگزین روحیه‌ی پرخاشگری، ناسازگاری و تکروری نماید.
- شرکت فراب تلاش می‌کند که با همه همکاران، صرف‌نظر از جایگاه شغلی آنان در سازمان، محترمانه رفتار شود. انسانی‌تر کردن مناسبات همکاران در محیط کار از اهداف شرکت فراب است.
- در شرکت فراب، رفتار ریاکارانه و چاپلوسانه برنمی‌تابد.
- شرکت فراب تلاش می‌کند تا با تعیین دقیق روش‌ها و اطلاع‌رسانی مناسب، از رشد افرادی که موجودیت خود را در انحصار اطلاعات تعریف می‌کنند، جلوگیری نماید.
- شرکت فراب اتکای صرف به توانایی‌های فردی و عدم ایجاد ارتباط مناسب با دیگران را نقد می‌کند.
- شرکت فراب سعی می‌کند از رواج انتقادهای خردمندانه استقبال نماید و بهانه‌گیری‌های لجوجانه را نقد کند.
- شرکت فراب، افرادی را که در موفقیت‌های کاری، خود را قهرمان می‌کنند و نقش سایرین را کمرنگ جلوه می‌دهند نقد می‌کند.

- شرکت فراب تلاش می‌کند افرادی را که بیشتر کار می‌کنند، از افرادی که بیشتر کار خود را به نمایش می‌گذارند، تمیز دهد.
- شرکت فراب بر انتقال اطلاعات علمی و تجربی همکاران به یکدیگر و ایجاد فرایند آموزش دائم همگانی در شرکت تأکید می‌ورزد. شخصیت و ارزش افراد در فراب به انباشته کردن اطلاعات علمی، فنی و یا تجربی نزد خود و عدم انتقال آن به دیگران نیست.
- شرکت فراب "مشارکت همکاران در تصمیم‌گیری‌ها" در چارچوب روابط و سلسله مراتب سازمانی را ترغیب می‌نماید.
- شرکت فراب در واگذاری مسوولیت‌ها به افراد، صرفاً بر قابلیت‌ها، توانایی‌ها و مقبولیت‌های عمومی و سازمانی آن‌ها تکیه دارد.
- شرکت فراب بر رفتار "مقتدرانه"، "منصفانه" و "محترمانه" مدیران اصرار می‌ورزد.
- شرکت فراب رفتار "مستبدانه" مدیران را نقد می‌کند. همان قدر که رفتار "منفعالانه" آنان را بر نمی‌تابد.
- شرکت فراب از مدیران خود می‌خواهد واحد تحت سرپرستی خود را بر مبنای "برنامه‌ریزی"، "نظم"، "دقت" و "سرعت" سامان دهند.
- شرکت فراب بر "تفویض اختیارات" و "توزیع تصمیم‌گیری‌ها"، همراه با پذیرش مسوولیت‌های مرتبط آن تأکید می‌ورزد و از تمرکز در تصمیم‌گیری‌ها تا آنجا که به یکپارچگی و آهنگ کلی حرکت شرکت لطمه نزنند، ممانعت می‌کند.
- شرکت فراب تلاش می‌کند صرف‌نظر از وجود ناهنجاری‌های گوناگون اجتماعی، محیطی امن را برای "کار کردن همکاران" فراهم کند. ایجاد محیط امن برای تلاش و فعالیت، مستلزم وجود اعتماد متقابل شرکت و همکاران به یکدیگر است. شرکت فراب به همکاران خود اعتماد دارد.
- شرکت فراب سعی می‌کند کار گروهی را ترغیب و تشویق نماید. ساختار ماتریسی فراب ایجاب می‌نماید که مدیران (به‌طور اخص) و همکاران (به‌طور اعم) روحیه حرکت جمعی و کار گروهی را در شرکت تقویت نمایند.
- شرکت فراب بر تداوم "گفتگوهای صمیمانه و دوستانه" بین مدیران و همکاران برای بهبود وضعیت سازمان و استفاده از "عقل جمعی" برای حل مشکلات اصرار دارد.

- شرکت فراب با توجه به شرایط سخت کار در کارگاه‌ها، هوای نامساعد در برخی از فصول سال، دوری از خانواده، دوری از امکانات تفریحی و رفاهی و... از همکاران انتظار دارد با استقامت، استواری و غلبه بر کم‌حوصلگی و بی‌طاقتی، وظایف و مأموریت محوله را به نحو مناسب و شایسته‌ای انجام دهند.

## ۲-۳- پاسخگویی و شفافیت عملکرد

در شرکت فراب، میزان اختیارات و مسوولیت‌های همه همکاران مشخص و تعریف شده است و هر یک از همکاران بایستی نسبت به اختیارات و مسوولیت‌هایشان پاسخگو باشند.

**کلیه همکاران نسبت به رعایت کدهای رفتاری زیر مسوول می باشند:**

### ۲-۳-۱- همکاران شرکت فراب:

- ✓ از وظایف شغلی خود به خوبی آگاهی دارند.
- ✓ گفتگوهای صادقانه و سازنده‌ای در مورد عملکرد خود انجام می‌دهند.
- ✓ با همکاران، با احترام، با عزت و عادلانه رفتار می‌کنند.
- ✓ درک و شناخت کاملی از همه کدهای اخلاقی و ضوابط مربوط به شغلشان دارند.
- ✓ با سایر همکاران جهت انجام امور محوله، همکاری و هماهنگی لازم را دارند.
- ✓ وظایف و مسوولیت‌های خود را با رعایت عدالت و صداقت انجام می‌دهند.
- ✓ توافق نظر و انسجام لازم را در واحدها جهت تحقق اهداف شرکت ایجاد می‌کنند.
- ✓ در صورت بروز هرگونه سؤال یا ابهامی با سرپرست مستقیم خود مشورت می‌کنند.
- ✓ قوانین، مقررات و رویه‌های شرکت را رعایت می‌کنند.
- ✓ از منابع و امکانات شرکت به‌طور صحیح و مناسبی استفاده می‌کنند.
- ✓ همواره از اطلاعات محرمانه شرکت محافظت می‌کنند.
- ✓ وظایف و مسوولیت‌های محوله را متعهدانه و صادقانه انجام می‌دهند.
- ✓ خود را در موقعیتی قرار نمی‌دهند که در تعارض با منافع شرکت فراب باشد.
- ✓ با مشتریان، پیمانکاران و سایر ذی‌نفعان به گونه‌ای رفتار می‌کنند که به اعتبار و موقعیت شرکت فراب، خدشه‌ای وارد نشود.
- ✓ در ارتباط با مشتریان، همه منابع، دارایی‌ها، تجربیات و توانمندی‌ها را انعکاس می‌دهند.

## ۲-۳-۲- روئای بخش ها و مسوولین واحدهای شرکت فراب:

- ✓ این همکاران باید از نظر رعایت مقررات و اخلاق کاری نمونه باشند، به گونه‌ای که رفتار و کردار آن‌ها برای دیگران الگو باشد.
- ✓ بر اجرای مقررات و اصول رفتاری افراد بخش / واحد تحت سرپرستی خود نظارت می‌نمایند.
- ✓ هنگام کار با اشخاص ثالثی که با فراب همکاری می‌کنند، نسبت به رعایت اصول رفتاری توجه کافی مبذول می‌نمایند.
- ✓ اجرای اصول رفتاری را به طور مستمر پیگیری می‌کنند.
- ✓ از همکارانی که با حسن نیت سوال‌ها و ابهامات خود را مطرح می‌کنند، پشتیبانی می‌نمایند.

## ۲-۳-۳- مدیران شرکت فراب:

- ✓ شناخت کامل و جامعی از کدهای اخلاقی شرکت دارند و در محیط کاری خود آن را ترغیب و تقویت می‌کنند.
- ✓ محیط کار را به سمت ایجاد صداقت و درستی هدایت کرده و از هرگونه نقض کدهای اخلاقی جلوگیری می‌کنند.
- ✓ بایستی در محیط کار، ارتباطات باز و دوطرفه‌ای را بین افراد حاکم کنند، به صورتی که افراد به راحتی هرگونه مسئله یا مشکلی را درخصوص کدهای اخلاقی مطرح نمایند.
- ✓ همکاران خود را با توجه به رعایت معیارها و شاخص‌های مربوط به کدهای اخلاقی ارزیابی می‌کنند.
- ✓ کنترل و نظارت مستمر بر حفظ و رعایت کدهای اخلاقی دارند.
- ✓ با هوشیاری و آگاهی کامل از هرگونه نقض و بی‌توجهی به کدهای اخلاقی جلوگیری می‌کنند.
- ✓ همکاران خود را برحسب میزان شایستگی تشویق کرده و پاداش می‌دهند.
- ✓ خود را متعهد می‌دانند اطلاعات دقیق و روشنی را در خصوص نحوه عملکرد همکاران به صورت شخصی به هر یک از آن‌ها ارائه دهند.

## ۲-۴- پرورش و توسعه سرمایه انسانی

- توسعه و توانمندسازی نیروی انسانی در شرکت فراب تضمین می‌کند تا دانش، مهارت، قابلیت و عملکرد همکاران، مطابق با نیاز روز و آینده شرکت تامین شود. شرکت فراب به دنبال این است که دانش و مهارت همکاران خود را همسو با تکنولوژی روز پیش ببرد.

## کدهای رفتاری آموزش و توسعه همکاران:

- در شرکت فراب، نیازهای آموزشی همکاران، هر ساله، با توجه به نیازهای تخصصی و عمومی شغلی شناسایی و تعریف می‌شود.
- در شرکت فراب، دوره‌های آموزشی تخصصی همکاران به صورت مستمر و مطابق با نیاز آن‌ها، برنامه‌ریزی و اجرا می‌شود.
- آموزش و توسعه در تمامی بخش‌های شرکت فراب سازماندهی شده است.
- در شرکت فراب اشتباهات و شکست‌ها، فرصتی برای یادگیری همکاران تلقی می‌شود.
- هدف از آموزش و توسعه همکاران در شرکت فراب، بهبود عملکرد فردی، بهبود رفتار سازمانی، افزایش انگیزه همکاران، ایجاد حس تعلق در همکاران، افزایش تعهد سازمانی و ترغیب به پیشرفت شغلی همکاران می‌باشد.
- یادگیری در ارتباط مستقیم با عملکرد فردی و اهداف سازمانی می‌باشد.
- هر یک از همکاران در شرکت فراب، مسوولیت افزایش توانمندی‌ها و مهارت‌های خود را برعهده دارند.
- هر یک از همکاران در شرکت فراب، اطلاعات و دانش خود را سخاوتمندانه در اختیار سایر همکاران قرار می‌دهند.
- در شرکت فراب، فرهنگ یادگیری، توسعه، ثبت و نگهداری و انتشار دانش ترغیب می‌شود.
- مدیران شرکت فراب زمینه انتقال دانش، مهارت و توانمندی‌های کسب شده همکاران را در محیط کار فراهم می‌کنند.
- مدیران شرکت فراب خود را ملزم می‌دانند که از مهارت‌ها و قابلیت‌های همکاران به‌درستی استفاده کنند.

## ۲-۵- بهبود کیفیت زندگی کاری

شرکت فراب به بهبود "کیفیت زندگی کاری" همکاران به‌عنوان یک رویکرد انگیزشی که موجب تعادل و توازن بین زندگی شخصی و زندگی حرفه‌ای می‌شود، توجه نموده و ارتقای سطح آن یک هدف ارزشمند برای شرکت محسوب می‌گردد.

## کدهای رفتاری بهبود و تعالی کیفیت زندگی کاری همکاران:

- شرکت فراب متعهد به تدوین استراتژی‌ها و سیاست‌های حمایت از همکاران و بهبود عملکرد شغلی آن‌ها می‌باشد.

- شرکت فراب متعهد می‌باشد که بین زندگی شخصی و زندگی حرفه‌ای همکاران، تعادل و توازن برقرار نماید.
- شرکت فراب به تامین خودشکوفایی و رضایت شغلی همکاران اهمیت داده و موجبات آنرا فراهم می‌سازد.
- شرکت فراب فرصت‌های ارتقای عملکرد و بهبود بهره‌وری را برای همکاران فراهم می‌کند.
- شرکت فراب به عملکرد همکاران توجه کرده و از عملکرد مناسب آنها، تقدیر می‌نماید.
- شرکت فراب شرایطی را فراهم می‌آورد تا همکاران بتوانند بر نحوه انجام کار، خودشان کنترل و نظارت داشته باشند.

### ۳- ارتباط با ذی نفعان

ارزش محوری ارتباط با ذی نفعان از طریق سه کد اخلاقی زیر تبیین می گردد:

- ارتباط با مشتریان
- ارتباط با رقبا
- ارتباط با سهامداران

#### ۳-۱- ارتباط با مشتریان

"جلب رضایت مشتریان" یکی از ارزش های محوری شرکت فراب است. شرکت فراب تلاش می کند تا نیازها، انتظارات و اولویت های مشتریان خود را شناسایی کرده و محصولات و خدمات با کیفیتی را به آن ها ارائه دهد. شرکت فراب متعهد به برآوردن نیازهای مشتریان خود می باشد و در ارتباط و تعامل با مشتریان، همکاران شرکت، اصول اخلاقی و قانونی را رعایت می کنند. طبق استانداردهای شرکت، اطلاعات مربوط به مشتریان فقط در جهت انجام اقدامات و فعالیت های شرکت استفاده می شود و دسترسی به این اطلاعات در شرکت، محدود و تحت کنترل می باشد.

#### کدهای رفتاری مربوط به مشتریان:

- شرکت فراب متعهد به داشتن رفتار و برخورد مناسب و عادلانه با مشتریان خود می باشد.
- شرکت فراب متعهد به حمایت و حفاظت از اطلاعات محرمانه مشتریان خود می باشد.
- شرکت فراب متعهد به انجام وظایف، مسوولیت ها و تعهدات خود در قبال مشتریان است.
- شرکت فراب فرهنگ مشتری مداری را ارتقا داده و بر ارائه خدمات مناسب و تحقق تعهداتش نسبت به مشتریان تاکید می نماید.
- شرکت فراب بر "جلب رضایت مشتری" (کارفرما و مشاور) در تمام سطوح تاکید دارد. کلیه همکاران، می بایستی در تعامل با کارفرما و مشاور کاملاً بر خویش مسلط بوده و در جلسات بحث و گفتگو حتی اگر احساس کنند که حق با خودشان است، از هرگونه تندروی و بی احترامی با مشتری پرهیز نمایند.
- شرکت فراب بر رعایت احترام، موقعیت و خواست مشتری تأکید داشته و انتظار دارد همکاران با اعتقاد به اینکه مشتری شریک شرکت است، در جهت توسعه فعالیت ها و مشارکت همه جانبه با مشتری تلاش نمایند.

- شرکت فراب بر تحقق توافقات و وعده‌هایی که به مشتری داده می‌شود، تأکید داشته و آن‌ها را جزیی از وظایف همکاران قلمداد می‌نماید و انتظار دارد همکاران تا برآورده شدن کامل خواسته‌های مشتری، پیگیری‌های لازم را انجام دهند.
- شرکت فراب بر جلب اعتماد مشتری با استفاده از روش‌های مناسب و منطقی تأکید دارد و همکاران را به برقراری ارتباطات انسانی مناسب در جلسات با مشتری ترغیب می‌نماید.
- شرکت فراب بر بهبود خدمات قابل ارائه به مشتری تأکید دارد و توجه به نظرات مشتری را از مهمترین وظایف همکاران می‌داند.
- شرکت فراب در تلاش است با جلب رضایت مشتریان در حفظ و ارتقاء عملکرد شرکت موفق شود.

### ۳-۲- ارتباط با رقبا

قوانین مربوط به رقابت، محدودیت‌های زیادی بر روش‌های کسب اطلاعات رقبا تحمیل می‌کند، زیرا تماس مستقیم یا غیرمستقیم با رقبا می‌تواند پیامدهای حقوقی جدی دربر داشته باشد. با وجود این، در بازار رقابت جهانی، ضروریست که با استفاده از شیوه‌های قانونی، اطلاعات رقبا گردآوری شود. شرکت فراب در پی کسب اطلاعات رقبا با استفاده از شیوه‌های قانونی است. شرکت فراب به‌طور جدی پایبند قوانین ضد انحصاری است. این قوانین حامی رقابت آزاد و منصفانه است و فعالیت‌های تجاری انحصاری را ممنوع می‌کند. ایجاد فضای رقابتی سالم یکی از اولویت‌های اصلی شرکت فراب است.

### ۳-۳- ارتباط با سهامداران

هر یک از همکاران در شرکت فراب در مقابل سهامداران مسوول می‌باشند و بایستی در مقابل دارایی‌های ملموس و ناملموس شرکت مانند ساختمان، سرمایه، تجهیزات، امکانات، داده‌ها، اطلاعات و سرمایه دانشی شرکت پاسخگو باشند. همکاران در شرکت فراب بایستی تلاش کنند تا با رعایت دقت در زمان و هزینه به اهداف فردی و سازمانی برسند.

## ۴- سلامت و ایمنی در محیط کار

این ارزش از طریق کد اخلاقی رعایت سلامت و ایمنی در محیط کار تبیین می‌گردد.

### ۴-۱- رعایت سلامت و ایمنی در محیط کار

شرکت فراب متعهد به رعایت همه قوانین و مقررات زیست محیطی، ایمنی و سلامت می‌باشد، زیرا با رعایت این اصول، محیطی سالم و ایمن را فراهم می‌کند. هدف شرکت فراب، پیشگیری از سوانح، صدمات فردی و خسارت‌های زیست محیطی است. شرکت فراب متعهد به حفاظت از محیط زیست، ایمنی جوامع اطراف محل فعالیت و بهداشت، ایمنی و امنیت همکاران خود می‌باشد. همکاران شرکت فراب در همه‌جا مسوول حسن اجرای *HSE*\* هستند.

شرکت فراب بر این باور است که عملکرد ایمن تنها متکی به تجهیزات فنی و تأسیسات پیشرفته نمی‌باشد بلکه این امر در گرو وجود افراد شایسته و رعایت الزامات *HSE* می‌باشد.

همکاران شرکت فراب در صورتی که ادامه‌ی فعالیتی به‌صورت ایمن مقدور نباشد، آنرا متوقف می‌سازند و فقط مبادرت به انجام کارهایی می‌نمایند که در آن دارای توانایی و تخصص لازم می‌باشند.

همکاران شرکت فراب بایستی اطمینان حاصل کنند افرادی که با آنها کار می‌کنند، از جمله همکاران، پیمانکاران و سایر اشخاص ثالث مطابق مقررات *HSE* فعالیت می‌کنند.

شرکت فراب به منظور تحقق اهداف *HSE* سیستم مدیریت یکپارچه را که شامل *ISO 14001*، *OHSAS 18001* و راهنمای *HSE* است، تدوین و پیاده‌سازی نموده است که در آن، چارچوب نظام مدیریت *HSE* در همه‌ی طرح‌ها و پروژه‌ها و محیط‌های کاری پیش‌بینی شده است. این چارچوب به مدیران مسوول هر واحد کمک می‌کند، توجه خود را به اولویت‌های اساسی *HSE* معطوف کنند، منابع مورد نیاز را پیش‌بینی کنند و به فعالیت‌ها تخصیص دهند و به‌طور مستمر، عملکرد *HSE* را بهبود بخشند. در این سیستم طیف وسیعی از مخاطرات بهداشتی، ایمنی و زیست‌محیطی، از جمله امنیت فردی و نظارت بر محصول پیش‌بینی شده است.

\* - منظور از "*HSE*" سلامت و ایمنی در محیط کار است.

## کدهای رفتاری رعایت سلامت و ایمنی در محیط کار:

- همکاران شرکت فراب تمامی قوانین، رویه‌ها و استانداردهای سلامت و ایمنی محیط کار را مطالعه و تمامی این اصول را در حین انجام کار رعایت می‌کنند.
- اولویت اصلی شرکت در هر کاری رعایت ایمنی و سلامت است. بنابراین قبل از شروع هر کاری همکاران شرکت بایستی از شرایط ایمن و بهداشت آن اطمینان حاصل می‌کنند.
- شرکت فراب متعهد است برای تمامی همکاران و شرکت‌های همکار خود محیط کاری ایمنی را فراهم آورد، به صورتی که هیچ‌کس در معرض مخاطرات نباشد.
- رعایت پوشش کامل و مناسب در کارگاه (کفش ایمنی، لباس ایمن، کلاه ایمنی، توگوشی و دستکش) الزامی می‌باشد.
- شرکت فراب از ارائه ایده‌های مناسب جهت بهبود شرایط کار از لحاظ ایمنی و سلامت محیط کار استقبال می‌کند.
- همکاران شرکت در صورت مشاهده هرگونه شرایط ناامن و مخاطره‌آمیز در محیط کار، آنرا سریعاً گزارش می‌دهند.
- شرکت فراب، رویه‌ها و دستورالعمل‌های مربوط به کاهش ریسک حوادث را تنظیم و از وسایل و تجهیزات ایمن استفاده می‌کند.
- شرکت فراب به انجام تحقیقات و بررسی‌ها در محیط کار جهت افزایش دانش و شناخت همکاران نسبت به مسائل ایمنی محیط کار اهمیت می‌دهد و به‌طور مستمر مسائل مربوط به ایمنی محیط کار را بررسی و ارزیابی می‌کند.
- مدیران و سرپرستان در شرکت فراب مسوول ایمنی واحد خود می‌باشند.

## ۵- دارایی‌های شرکت

ارزش محوری دارایی‌های شرکت از طریق دو کد اخلاقی زیر تبیین می‌گردد:

- محافظت از دارایی‌های شرکت
- محافظت از اطلاعات و سرمایه فکری شرکت

### ۵-۱- محافظت از دارایی‌های شرکت

دارایی شرکت فراب شامل همه‌ی دارایی‌های ملموس و ناملموس مانند: اموال، منابع مالی، تجهیزات، زمان، برنامه کسب و کار، اطلاعات همکاران و مشتریان، اطلاعات شرکت‌های تابعه، اطلاعات تأمین کنندگان، اطلاعات تجاری و فرصت‌های تجاری می‌باشد. دارایی‌های شرکت در راستای اهداف تعریف شده و به منظور اجرای صحیح فعالیت‌های شرکت، تامین شده است.

### کدهای رفتاری محافظت از دارایی‌های شرکت:

- همکاران نسبت به سهامداران شرکت مسؤول‌اند و بایستی نسبت به استفاده از دارایی‌های شرکت پاسخگو باشند.
- از همکاران انتظار می‌رود وقت و انرژی خود را صرف انجام امور شرکت نمایند و از انجام امور شخصی بپرهیزند.
- همکاران بایستی در حفظ و نگهداری از دارایی‌های شرکت کوشا باشند و از هرگونه سوءاستفاده، خسارت و تخریب دارایی‌های شرکت ممانعت کنند.
- همکاران بایستی از دارایی‌های شرکت در راستای منافع شخصی استفاده کنند.
- شرکت فراب سعی می‌کند که در توزیع امکانات شرکت رفتار منطقی و عادلانه داشته باشد، بی‌آنکه تفاوت‌های افراد را از نظر پاسخگویی به نیازهای شرکت و تامین خواسته‌های شرکت از یاد ببرد.
- شرکت فراب بر آگاهی همکاران (اعم از مدیران و غیرمدیران) به هزینه تصمیمات خود اصرار می‌ورزد و تلاش می‌کند تا در عین افزایش کارایی و کیفیت، هزینه را کاهش دهد.

### ۵-۲- محافظت از اطلاعات و سرمایه فکری شرکت

اطلاعات و سرمایه فکری شرکت فراب جزء منابع ارزشمند و محوری آن محسوب می‌شود. همکاران شرکت فراب موظف هستند از اطلاعات و سرمایه فکری شرکت محافظت نموده و از افشاء

هرگونه اطلاعات و سرمایه فکری شرکت خودداری نمایند. اطلاعات و سرمایه فکری شرکت شامل موارد زیر می‌باشد:

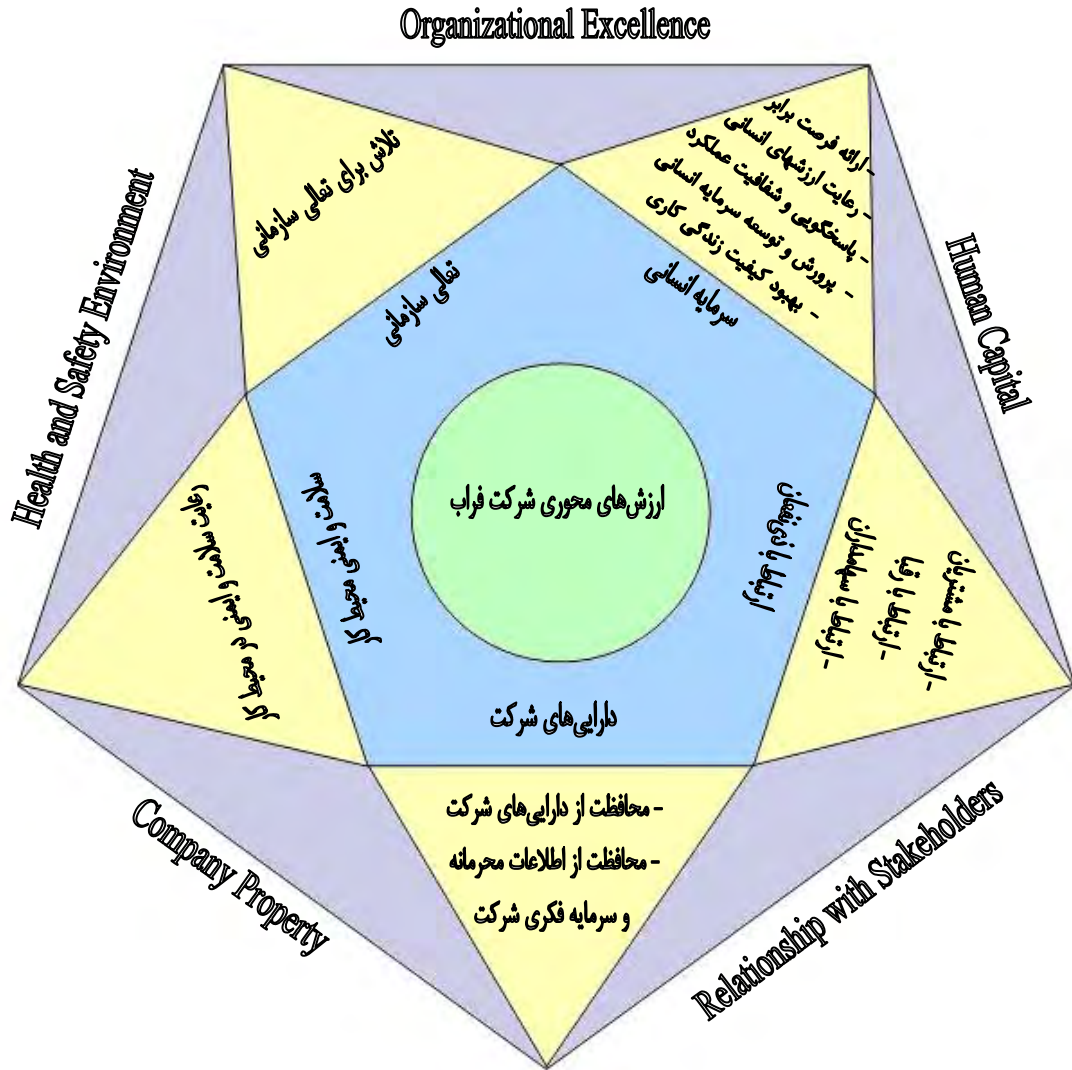
- حقوق انحصاری ثبت شده
- علامت تجاری
- اطلاعات تجاری محرمانه مانند: اطلاعات مربوط به فروش، بازاریابی، قیمت و سایر داده‌های تجاری
- راهبردها و طرح‌های بازاریابی و استراتژیک شرکت
- اطلاعات فنی و تخصصی
- نرم‌افزارهای تولید شده در شرکت یا خریداری شده
- برنامه‌های کسب و کار
- اطلاعات مالی شرکت
- اطلاعات مشتریان
- اطلاعات همکاران شرکت
- اطلاعات تامین کنندگان
- ایده‌ها و نظرات مهندسی
- اطلاعات مربوط به طرح‌ها و پروژه‌ها
- سوابق و مستندات
- اطلاعات حقوقی
- و داده‌ها و اطلاعات حاصل از تحقیقات و مطالعات شرکت فراب

#### **کدهای رفتاری حفاظت از اطلاعات و سرمایه فکری شرکت:**

- هرگز از نرم‌افزارهای بدون مجوز استفاده نکنند.
- اطلاعات شخصی افراد را، بدون مجوز، در اختیار غیر (داخل و یا خارج شرکت) قرار ندهند.
- هرگونه استفاده نادرست از اطلاعات و سرمایه فکری شرکت به شرکت و همکاران خسارت می‌رساند، لذا هر یک از همکاران مسوولیت محافظت از اطلاعات و سرمایه فکری شرکت را بر عهده دارند.
- در شرکت فراب تاکید بر آن است که در خصوص حفظ و نگهداری و دسترسی به اطلاعات از روش‌های مناسب جهت کدگذاری و محافظت استفاده شود.

- همکاران بایستی از هرگونه واگذاری اطلاعات شرکت به مشتریان یا سایر شرکت‌ها خودداری نمایند، مگر زمانی که از لحاظ کاری ضروری باشد. زیرا ممکن است استفاده از این اطلاعات توسط رقبا منجر به صدمه‌زدن به شرکت شود.
- همکاران بایستی درخصوص دریافت، تبادل و استفاده از اطلاعات شرکت دقت و توجه لازم را داشته باشند. آن‌ها بایستی تمام اصول ایمنی و حراست از اطلاعات شرکت را رعایت کرده و از صحبت در خصوص مسائل و موضوعات حساس شرکت در مکان‌های عمومی مانند رستوران‌ها، راهروها، آسانسورها و ... خودداری کنند.
- شرکت فراب به اطلاعات شخصی و خصوصی همکاران خود احترام می‌گذارد. طبق خط‌مشی شرکت، تنها اطلاعاتی مورد استفاده قرار می‌گیرد که برای اداره‌ی مؤثر شرکت موردنیاز باشد و یا اینکه قانون کشور محل فعالیت، آن را ایجاب نماید.
- شرکت فراب در راستای خط‌مشی خود مبنی بر احترام به حریم خصوصی افراد، علاقه‌ای به امور شخصی همکاران در خارج از محیط کار ندارد، مگر آنکه این مسائل بر عملکرد وی در شرکت و یا اعتبار و منافع مشروع شرکت اثر نامطلوب بگذارد.
- در شرکت فراب، هیچ همکاری به اطلاعات شخصی افراد دسترسی ندارد، مگر اینکه از لحاظ قانونی این دسترسی تعریف شده باشد.
- همکاران بایستی نسبت به ثبت و حفظ و نگهداری اطلاعات و سرمایه فکری شرکت متعهد باشند و هرگونه کشف، نوآوری و ابداع را متعلق به شرکت بدانند.

## مدل مفهومی کدهای اخلاقی شرکت فراب



## منابع و ماخذ :

- ۱- قراملکی، فرامرز، درآمدی بر اخلاق حرفه ای، انتشارات سرآمد، ۱۳۸۷.
- ۲- فقیهی، ابوالحسن، رضایی منش، بهروز، اخلاق اداری، فصلنامه مطالعات مدیریت، شماره ۴۷.
- ۳- الوانی، سید مهدی و همکاران، مطالعه اخلاق سازمانی کارکنان شعب بانک ملت با استفاده از مدل دایره اخلاق، پنجمین کنفرانس توسعه منابع انسانی، ۱۳۸۸.
- ۴- الوانی، سید مهدی، اخلاقیات و مدیریت: به سوی نظام اخلاقیات یکپارچه در سازمان، فصلنامه مطالعات مدیریت، شماره ۴۲.
- ۵- وب سایت شرکت های برتر دنیا و شرکت های همکار.
- ۶- وب سایت انجمن اخلاقیات کسب و کار انگلیس.