

SID



ابزارهای
پژوهش



سرویس ترجمه
تخصصی



کارگاه های
آموزشی



بلاگ
مرکز اطلاعات علمی



سامانه ویراستاری
STES



فیلم های
آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی



آموزش مهارت های کاربردی در تدوین و چاپ مقالات ISI

آموزش مهارت های کاربردی
در تدوین و چاپ مقالات ISI



روش تحقیق کمی

روش تحقیق کمی



آموزش نرم افزار Word برای پژوهشگران

آموزش نرم افزار Word
برای پژوهشگران

اخلاق بازرگانی (و کسب و کار) از منظر اقتصاد و اقتصاد اسلامی

*

/ / /

چکیده

بخش کسب و کار و بازرگانی در اقتصاد اسلامی، همانند بازرگانی در دیگر شعبات و قرائت‌های اقتصاد متعارف از ملاحظات و ملازمات اخلاقی بخصوصی برخوردار می‌باشد. در این مقاله نشان داده می‌شود که التزام به اخلاق در امور کسب و کار از منظر اسلامی، در راستای تقویت کارایی می‌باشد. این مقاله درصدد است به ابعاد اساسی اخلاق بازرگانی (و کسب و کار) در پارادایم اقتصاد اسلامی اشاره کند. بخش اول به مقدمه و ملاحظات عمومی موضوع می‌پردازد. بخش دوم به پیوند اخلاق و اقتصاد و شاخصه‌های اصلی اخلاق کسب و کار می‌پردازد. سرانجام بخش سوم مؤلفه‌ها و مصادیقی از اخلاق کسب و کار از دیدگاه اسلام ذکر خواهد شد.

* عضو هیأت علمی دانشگاه شهید بهشتی.

مقدمه

ابتدا به یک سری نکات کلی در مورد اخلاق کسب و کار اشاره می‌شود. سپس به روند تحولات این رشته پرداخته خواهد شد. وضعیت کنونی اخلاق کسب و کار و پیوند آن با جهانی‌سازی بحث تکمیلی بخش اول می‌باشد. اخلاق بازرگانی و کسب و کار را می‌توان یکی از گرایش‌های سنتی مهم علوم اقتصادی دانست که در حال حاضر در بسیاری از محافل علمی به صورت یک رشته مستقل در آمده است. جالب توجه است که اخیراً حتی گرایش‌های بین‌المللی این رشته نیز در حال شکل‌گیری می‌باشد.^۱ با ملاحظه و مرور کلی بر کارکرد روزانه بازارهای مختلف (بازار کالاها و خدمات، بازار پول و ارز و طلا، بازار بورس و اوراق بهادار، بازار مسکن و اتومبیل و حتی بازار بیمه) اهمیت اخلاق کسب و کار نمایان‌تر می‌گردد. ظهور و گسترش معاملات الکترونیکی در دهه اول قرن ۲۱ و انجام معاملات فراوان اینترنتی، اهمیت موضوع را چند برابر کرده است. التزام به اخلاق در بازرگانی و کسب و کار نوعی اعتماد بوجود می‌آورد که خود سرمایه‌ای اجتماعی^۲ و ارزشمند است.^۳ و موفقیت بلندمدت بنگاه‌های مربوطه را تضمین می‌نماید. از سوی دیگر بسیاری از ناملازمات مربوط به کارکرد شرکت‌ها و بنگاه‌ها به عدم التزام اخلاقی کارگزاران اقتصادی (اعم از بنگاه‌ها، خانوارها و دولتمردان) برمی‌گردد. ارائه اطلاعات غلط در مورد کالاها، مبادرت به دروغ در معاملات، تبلیغ غیرواقعی، ارائه آمار و گزارش غلط، دزدی اینترنتی و هزاران مورد مشابه از نمونه بی‌توجهی به اخلاق کسب و کار می‌باشد. اگر چه ترسیم فرضیه به صورت استاندارد در این گونه نوشته‌ها دشوار به نظر می‌رسد ولی در این مقاله دنبال تبیین این امر هستیم که التزام به اخلاق به‌طور کلی و اخلاق

1. Enderle, (1999).

۲. سرمایه اجتماعی (social capital)، قبلاً صرفاً شامل سرمایه‌های فیزیکی هزینه شده برای امور اجتماعی (مانند جاده‌ها و زیرساخت‌های عمومی و امثال آن) می‌گردید، اما در حال حاضر (به‌ویژه از دهه ۱۹۹۰ به بعد) اموری از قبیل اعتماد عمومی، مشارکت‌های مردمی، هنجارها و شبکه‌های اجتماعی را در بر می‌گیرد که با ایجاد همکاری و همگرایی، کارآمدی جامعه را افزایش می‌دهد.

3. Putman, (1993).

اسلامی به صورت خاص در راستای موفقیت، بهبود و کارآمدی امور اقتصادی حرکت می‌کند. در این تحقیق با توجه به ماهیت موضوع از اسلوب کتاب نامه‌ای و روش تحلیلی توصیفی استفاده شده است.

اخلاق کسب و کار خود به سیستم‌های اخلاقی مرتبط می‌باشد لذا منطقی است ابتدا به آن‌ها نیز مختصراً اشاره شود. اخلاق (یا ائیکس) در تعابیر افلاطون و ارسطو با همان مفهوم در نظر سیسرو (یا مورالیس) مترادف می‌باشد.^۱ اخلاق از نظر لغت به معنای "عادت"، "خصلت" و "خوی" می‌باشد و در اصطلاح به این امر می‌پردازد که چگونه باید زندگی کرد، چه کاری درست و چه کاری غلط است. به عبارت دیگر با عمل ارتباط دارد. بنابراین، اصطلاح اخلاق هم به تحلیل مرتبط است و هم با رفتار سروکار دارد. پس هم جنبه هنجاری و دستوری دارد و هم جنبه اثباتی. هم دستگاهی می‌سازد تا راهنما به امور خوب و بد باشد و هم به تحلیل مبانی منطقی امور خوب و بد می‌پردازد. سیستم‌ها یا تئوری‌های اخلاقی، هم می‌توانند غایت محور باشد^۲ و هم ابزار محور و وظیفه محور^۳. دغدغه سیستم‌های غایت محور آن است که نتایج یک عمل، اخلاقی باشد ولی در سیستم‌های وظیفه محور مهم آن است که ابزارها، قواعد و فرآیندها، اخلاقی باشند. همچنین امور اخلاقی می‌تواند عینی بوده، به امور واقعی مرتبط باشد و هم ذهنی بوده به دیدگاه‌های افراد و گروه‌ها وابسته باشد. جالب توجه است که آن‌ها که جنبه عینی دارند از نظر نوع شناخت و چگونگی شناخت باز به دو دسته تقسیم می‌شوند. زیرا ادعا می‌شود که گروهی از آن‌ها توسط آزمون تجربی قابل شناسایی هستند که "اخلاق طبیعی" نام دارند و گروهی دیگر تنها توسط یک سری نهادها شناخته می‌شوند و به "اخلاق نهادی" معروف هستند. لذا دموکریتوس که حصول به لذت مادی را هدف نهایی و واقعی انسان می‌داند، هم غایت محور است و هم طبیعی گرا. اما افلاطون که خوبی را هدف غایی و ذاتی می‌داند،

۱. Ethics از Ethos یونانی و Moral لاتینی اخذ شده است. در عین حال در ادبیات ایران باستان (قبل از تمدن یونانی) نیز به کار رفته و مجموعه‌هایی بنام "اندرزنامه" را شامل می‌شده است (می‌توان مراجعه کرد به: دائرةالمعارف بزرگ اسلامی، انتشارات حیان، ۱۳۷۵، جلد ۷ ص ۲۰۱).

2. Teleological.

3. Deontological.

غایت محور و نهادگرا است. ارسطو ضمن آن که خوبی را هدف می‌داند، عقیده دارد که از طریق ابزارهای واقعی قابل شناسایی است پس وی را می‌توان غایت‌محور ولی طبیعت‌گرای اخلاقی نامید^۱. اگوستین که شادی را هدف دانسته ولی پیوند خدایی برای آن قائل است، نهادگرا و غایت‌محور است و آکویناس که دنبال ابزارهای واقعی برای شناخت حقیقت غایی است، طبیعت‌گرا و غایت‌محور می‌باشد^۲. ایما نوئل کانت (۱۷۲۴-۱۸۰۴) اخلاق را بر اساس درستی و یا نادرستی قواعد و اصول مورد قضاوت قرار می‌داد^۳. جرمی بنتام (۱۷۴۸-۱۸۳۲) بنیان‌گذار مطلوبیت‌گرایی، حصول بیشترین خوبی‌ها را برای بیشترین افراد دنبال می‌کند و معیار خوبی را لذت تلقی کرده و قابل سنجش می‌داند. جان استوارت میل نیز همانند بنتام در طبقه غایت‌محور و طبیعت‌گرا جای می‌گیرد. جان رالز آن چیزی را خوب می‌داند که منجر به نوعی توزیع عادلانه در جامعه گردد^۴. رابرت نوزیک عقیده دارد با قرار دادن امکانات مساوی در اختیار افراد و وجود آزادی فردی، اخلاق می‌جوشد. هابرماس بر اخلاق گفتمانی یا اخلاق حداقل تکیه دارد که شیوه‌های عادلانه و هنجاری را شامل می‌شود^۵. گفته می‌شود که اخلاق از منظر مذاهب و فلاسفه مذهبی نیز وظیفه‌محور است، زیرا مذاهب بر یک سری احکام و دستورات اخلاقی تأکید می‌ورزند. فلاسفه دینی مانند کنفوسیوس نیز بر انجام یک سلسله قواعد اخلاقی تکیه می‌نمایند. گاهی، فضیلت‌گرایی و نسبی‌گرایی اخلاقی را نیز در کنار غایت‌محوری و قاعده‌محوری مطرح می‌کنند. فضیلت‌گرایی یک منش اخلاقی است که موضوع را به شخصیت انسانی پیوند می‌زند و نه به رعایت قواعد و دستورالعمل‌های معین. در این دیدگاه، اخلاقی بودن به معنای تقوی داشتن، مخلص بودن، صداقت داشتن و امثال آن می‌باشد. ادعا می‌شود که انسان‌هایی که به تقویت فضایل اخلاقی خود توجه دارند، قابل اعتمادتر از آن‌هایی هستند که صرفاً خود را ملزم به رعایت قواعد اخلاقی می‌نمایند. به نظر می‌رسد می‌توان اخلاق فضیلت‌محور را نیز نوعی قاعده‌محوری تلقی نمود^۶. نسبی‌گرایی اخلاقی نیز نوعی اخلاق

1. Hughes (2000), p.16.
2. levan (1978), p.16.
3. Guyer (1995), p. 318.
4. Rawls (1975).
5. Habermas (1994), p. 103.
6. Beck-Dudly (1995), p. 119.

تجربی است که در آن با توجه به شرایط مختلف موضع‌گیری مختلف صورت می‌گیرد. شاید بتوان اخلاق نسبی‌گرایانه را نیز قاعده محور نامید. در کنار نگرش‌های اخلاقی فوق می‌توان نگرش ترکیبی از فلسفه اخلاق را نیز مطرح ساخت که می‌تواند دو یا همه رویکردهای فوق را پوشانند. در بخش‌های بعدی نشان خواهیم داد که فلسفه اخلاق حاکم بر اقتصاد اسلامی بیشتر از این رویکرد مایه می‌گیرد. حال قبل از آنکه به کاربردهای انواع نگرش‌های اخلاقی در امور بازرگانی و کسب و کار پردازیم، به تعریف و تحولات آن اشاره می‌کنیم.

۱. مفهوم اخلاق کسب و کار و تحولات آن

ابتدا مجدداً به یکی از تعاریف مشهور اخلاق اشاره می‌کنیم و سپس به مفهوم اخلاق کسب و کار می‌پردازیم. یکی از صاحب‌نظران تصریح می‌کند که: "اخلاق بحث از این پدیده می‌کند که در رفتار انسانی چه چیزی صحیح و چه چیزی غلط است. در عین حال علم اخلاق نوعی تئوری تعریف می‌شود که به نظام‌مند کردن قضاوت‌های اخلاقی می‌پردازد و از اصول اخلاقی دفاع می‌کند! اخلاق زمانی که به کار گرفته می‌شود چارچوبی ترسیم می‌کند که در قالب آن مردم فکر می‌کنند چگونه باید باشند. برای ارائه تعریف مناسبی از اخلاق بازار و کسب و کار، باید اول اشاره شود که این اصطلاح دنبال پاسخ به چه سؤالی است. اخلاق کسب و کار دنبال پاسخ با این سؤال کلی است که آیا عملیات بازار و کسب و کار (علاوه بر رعایت ملاحظات قانونی) از لحاظ اخلاقی نیز مورد قبول هست یا خیر؟، خوب تلقی می‌شوند یا بد؟ و امثال آن، مثلاً آیا خوب است که تولیدکننده اتومبیل یک دستگاه پرهزینه ولی ایمنی را بر اتومبیل مورد نظر نصب کند؟ در آن صورت از یک طرف جان عده‌ای نجات پیدا می‌کند، اما اتومبیل مربوطه گران می‌شود و از تعداد خریداران آن کاسته خواهد شد. آیا خوب است که فروشندگان ایرادات مشتریان نسبت به کالاهای تولیدی را به شرکت مادر گزارش دهند یا خیر؟ و سئوالات امثال آن. می‌توان اخلاق را مطالعه و بررسی معیارها و قواعدی بدانیم که راهنمایی عمل افراد و

1. DGeorge (1982).

گروه‌ها در انجام امور قابل قبول می‌باشد.^۱ زمانی که این قواعد و معیارها با کسب و کار پیوند می‌خورند، برخی ملازمات پیدا می‌کند. یکی این است که مؤسسات کسب و کار در هر صورت دنبال منافع و یا سود خواهند بود. دیگر، لزوم ایجاد نوعی توازن بین نیازها و مصالح جامعه و خواسته‌های مؤسسات مذکور می‌باشد. معمولاً در این ارتباط منافع فردی و اجتماعی یا شکل بده و بستان پیدا می‌کند و یا به صورت نوعی توازن و تراضی حل و فصل می‌شود. اینجا است که نقش اخلاق می‌تواند کارساز باشد. در صورتی که یک دستگاه اخلاقی امور کسب و کار را سامان دهد، بگونه‌ای اوضاع را هدایت می‌کند که ضمن کسب انتفاع شخصی، زیانی به منافع اجتماعی وارد نسازد. پس می‌توان اخلاق بازار یا اخلاق بازرگانی و کسب و کار را مجموعه معیارها، استانداردها، سنت‌ها و قواعدی دانست که هدایت کسب و کار را به عهده دارند. ضمناً اخلاق بنگاه‌ها با مسئولیت اجتماعی آنان ارتباط دارد، اما کاملاً بر آن منطبق نمی‌باشد. زیرا مسئولیت اجتماعی بازاریان، انواع وظایف اقتصادی، قانونی و اخلاقی‌ای را شامل می‌شود، که آن‌ها نسبت به جامعه به عهده دارند. مثلاً مسئولیت‌های قانونی بنگاه‌ها الزاماتی است که بنگاه‌ها موظف به رعایت آن هستند، اما مسئولیت‌های اخلاقی از اموری هستند که انتظار می‌رود بنگاه‌ها به احترام جامعه و یا بخاطر ملاحظات شخصیتی خود رعایت نمایند ولی قانوناً به آن ملتزم نیستند.^۲ اهمیت مسئولیت‌های اجتماعی به‌ویژه پس از دهه ۱۹۶۰ و بخصوص با ورود اینترنت به عرصه‌های کسب و کار روبه گسترش بوده است.

در جهان پیشرفته و به‌ویژه در آمریکا، تنها از دهه ۱۹۶۰ به بعد بود که اخلاق کسب و کار معنی‌دار گردید. این درحالی است که ابعادی از اخلاق کسب و کار در قرون وسطی ریشه دیرینه داشته، حتی در تمدن یونانی و رومی قبل از میلاد و حتی تمدن مشرق زمین قبل از آن مطرح بوده است. بابلیان قدیم اصولاً تجارت غیرمولد را شغلی دون مرتبه می‌دانستند. یهودیان در زمان حضرت موسی، اخذ رشوه را موجب بی‌برکت شدن کسب و کار می‌دانستند. آن‌ها به دیگران وام می‌دادند ولی از دیگران وام نمی‌گرفتند، آن‌ها

1. Taylor (1975), p.1.

2. Carroll (1989) p.30.

همچنین اخذ بهره از پول قرضی را حرام می‌دانستند.^۱ پارسیان قدیم بازارهای واسطه‌گری و غیرمولد را مرکز حيله و فریب می‌دانستند. اعتماد متقابل در بازار هند قدیم مشهور است توجه به دستورالعمل‌های کنفسیوس در اخلاق بازار در چین قدیم معروف می‌باشد.^۲ چینی‌های قدیم کسب درآمد ناشی از دلالی و صرافانی را که به عقیده آن‌ها بدون کار مولد بدست می‌آمد، دزدی می‌دانستند. به گفته سقراط و افلاطون، سعادت حقیقی در کسب پول خلاصه نمی‌شود و حتی اقتصاد در نظر آن‌ها جزئی از اخلاق (در واقع ابزاری برای تحقق ارزش‌های انسانی و اخلاقی) قلمداد می‌گردید. ارسطو پول را عنصری عقیم دانسته لذا بهره مربوط به پول قرضی را ممنوع می‌دانست.^۳ آگوستین دانشمند مسیحی رعایت عدالت و رضایت طرفین را شرط صحت معامله دانسته تصریح می‌کرد که در معاملات نباید تقلب صورت گیرد، به نظر وی حرص، به کسب و کار خدشه وارد می‌کند.^۴ تعیین قیمت عادلانه و تأکید بر سود متعادل از اصول اخلاقی کسب و کار در قرون وسطی بود. در قرون ۱۶ و ۱۷ میلادی نوعی اخلاق سوداگرایی حاکم گردید که براساس آن پول و طلا معیار ارزش و ثروت و قدرت ملت‌ها گردیده بود. در اوایل قرن ۱۸ اخلاق سود محوری تا حدودی تعدیل گردید ولی این اخلاق در قرن ۱۹ و هنگام تثبیت اندیشه نئوکلاسیک‌های ارتدکس، مجدداً احیا گردید. در قرن بیست و بخصوص پس از ظهور اندیشه لیونل رابینز امور اخلاقی به عنوان عناصری مستقل از امور اقتصادی (و بی ارتباط با آن) تلقی می‌گردید.^۵

با ورود نهادگرایان جدید و کینزی‌های جدید و نقد نئوکلاسیک‌های ارتدکس، نگاه جدیدی به اخلاق کسب و کار صورت گرفت. در هر حال تا دهه ۱۹۶۰ هنوز آموزه‌های دینی نقش اساسی در ترسیم پیوند اخلاق کسب و کار داشتند. پس از دهه ۱۹۶۰ بروز بحث حقوق مصرف‌کننده در اروپا و آمریکا زمینه توجه بیشتر به اخلاق کسب و کار گردید.^۶ در

1. Bible (1976), p. 194.

۲. کنفسیوس (۱۳۷۵).

۳. ارسطو (۱۳۶۸).

4. Sauce (1962).

5. Sen (1994).

6. Carroll (1989).

دهه ۱۹۷۰ در کشورهای پیشرفته، اخلاق کسب و کار به عنوان یک گرایش مطالعاتی مطرح شد و اساتید دانشگاه و صاحب نظران امور دینی هر دو در تئوری پردازی گرایش مذکور نقش آفرین گشتند. به همین خاطر در اواخر دهه ۱۹۷۰ یک سری اصطلاحات مربوط به اخلاق کسب و کار، مانند ارائه تبلیغات غیر واقعی، کلاهبرداری در معاملات، ائتلاف غیر طبیعی بنگاه‌ها برای وضع قیمت و امثال آن مورد مطالعه پژوهشگران قرار گرفت. اما دهه ۱۹۸۰ را می‌توان دهه تثبیت اخلاق کسب و کار نامید. زیرا مجامع علمی آن را به عنوان یک رشته دانشگاهی مورد تأیید قرار دادند و کارگاه‌ها و سمینارها و کلاس‌های درسی فراوانی در ارتباط با آن در دانشگاه‌های معتبر راه‌اندازی شد. گذشته از این اخلاق کسب و کار برای خود بنگاه‌ها و شرکت‌های معتبر نیز به صورت یک دغدغه جدی در آمد و آن‌ها کمیته‌هایی تحت همین نام را راه‌اندازی کردند.^۱ در خود آمریکا کمیته‌های دفاع از اخلاق کسب و کار شکل گرفت و در سال ۱۹۸۶ دستورالعمل‌هایی در این کمیته‌ها توسط هدایت کننده مرکزی (DII) صادر گردید. بیش از ۵۰ شرکت عمده تا سال ۱۹۹۶ عضو کمیته مذکور شدند و موظف شدند زمینه نظارت و حسابرسی کافی کمیته‌های ذی صلاح در اخلاق کسب و کار را برای فعالیت‌های خود فراهم نمایند.^۲ دهه ۱۹۹۰ را دهه نهادینه شدن اخلاق کسب و کار می‌نامند. در دوران این دهه بنگاه‌ها تشویق می‌شدند که خود، ملاحظات اخلاقی را مورد توجه قرار دهند و منتظر دستورالعمل‌های دولتی نباشند. اما در بسیاری از کشورهای پیشرفته علاوه بر توجه به امور اخلاقی در برخی موارد از مقررات دولتی استفاده می‌شد. مثلاً حداقل در مورد تبلیغ کالاهای بد (مانند سیگار) مجازات‌های قانونی اعمال می‌گردید. در عین حال پاداش‌ها و تشویق‌هایی نسبت به بنگاه‌هایی که ملاحظات اخلاقی را رعایت می‌کردند، اعمال می‌شد.^۳ جالب توجه است که در برخی کشورها (مثل آمریکا)، اخلاق کسب و کار صرفاً به توصیه یک سری امور اخلاقی خلاصه نشده، بلکه با تدوین برنامه‌های رسمی و پاسخگویی قانونی بنگاه‌ها در

۱. شرکت‌های "جیس منهن"، "جنرال موتورز"، "کاتر پیلار"، "جنرال الکتریک"، "ریچ فیلد آتلانتیک" و "اس سی جانسون و برادران" در این رابطه به صورت فعال مشارکت کردند.

2. Yaspeh (1995).

3. Ponaboy (1995), p.1.

مقابل کمیته هدایتگر همراه می‌باشد. همان‌طور که در بخش‌های بعدی اشاره خواهد شد، اخلاق کسب و کار از منظر اقتصاد اسلامی با وجود الزامات شرعی، جنبه غیررسمی داشته و عمدتاً خصوصی محور است و حسابرسی مربوط به آن نیز بیشتر جنبه درونی دارد. با توجه به اینکه اخلاق کسب و کار در قالب مقوله کلی اخلاق و اقتصاد قرار می‌گیرد، در بخش بعدی به تبیین این موضوع پرداخته می‌شود.

۲. جایگاه پردازش اخلاق کسب و کار و بازرگانی

ابتدا به پیوند اقتصاد با امور اخلاقی و دینی اشاره می‌شود. اهمیت و نقش اخلاق در کسب و کار، ابعاد آن، و چگونگی اعمال آن، مطالب بعدی را پوشش می‌دهند.

الف- پیوند کلی اخلاق و اقتصاد

در اینجا چند موضوع را فهرست‌وار مورد اشاره قرار می‌دهیم.

۱- برخی از پارادایم‌های اقتصاد جدید، به ویژه نگرش ارتدکس نئوکلاسیک بر جدایی امور اخلاقی از اقتصاد تأکید می‌ورزند، این موضوع در حال حاضر عملاً سیطره قابل توجهی بر اقتصاد متعارف داشته و دارد. اما بسیاری از اقتصاددانان با نگرش ارتدکس موافق نیستند. مثلاً پرفسور آمارتیا سن اقتصاددان برجسته و برنده جایزه نوبل در مطالعه ارزشمند خود و در نقد پارادایم فوق تصریح می‌کند که اقتصاد جدید با بنیان‌گذاری آدام اسمیت اصولاً به عنوان یک شاخه اخلاق پا گرفت و از زمان انتشار نوشته رابینز در دهه ۱۹۳۰ بود که ارتباط این دو تضعیف گردید. او ادامه می‌دهد که اقتصاد باید با مردم واقعی سر و کار داشته باشد و لذا با "مقوله چگونه باید زندگی کرد؟" مرتبط خواهد بود و نمی‌تواند اسیر همان اثبات‌گرایی پیش پا افتاده باشد.^۱ اقتصاد هم منشأ اخلاقی دارد و هم منشأ مهندسی و اقتصاد مدرن به خاطر فاصله گرفتن اخلاق از آن تضعیف گردیده است.^۲ اما باید توجه داشت که اقتصاد سیاسی یک رشته چند قرائتی است و قرائت نئوکلاسیک تنها یک قرائت آن است و متدلوزی اثبات‌گرایی نیز یک قرائت از متدلوزی اقتصاد

1. Williams (1985).

2. Sen (1994).

متعارف است. تعداد زیادی از دیگر قرائت‌های اقتصاد متعارف (از جمله قرائت کینزی، نهاد‌گرا، نظام اجتماعی آلمان و امثال آن) بر سنت اولیه بنیان‌گذاران علم اقتصاد استوار بوده، ابعاد اخلاقی را از آن جدا نمی‌دانند.

۲- ریشه یونانی اقتصاد (اکونوموس) که به عهد افلاطون و ارسطو مربوط می‌شود به معنای تدبیر منزل است که اصولاً معجونی از اخلاق و سیاست برای اداره امور معیشت است و در کتاب سیاست ارسطو طراحی شده است.^۱ قبل از ارسطو در قالب ده فرمان حضرت موسی نیز اخلاق و اقتصاد همراهی کامل دارند و در قرون وسطی این پیوند مستحکم‌تر شده رنگ دینی بیشتری به خود می‌گیرد. البته کارکردهای نامناسبی از حاکمیت دینی در قرون وسطی و عهد رنسانس نیز موجب تضعیف پیوند اخلاق و اقتصاد گردید و باعث شد بسیاری از متفکران تلاش کنند بعد اخلاقی (و دینی) را از آن جدا نمایند. اندیشه‌های اولیه هیوم و بعد ویتلی، سنیور، سپس کینز پدر تحت تأثیر آن فضا قرار گرفته و در نتیجه آن زمینه جدایی امور اثباتی از امور هنجاری در اقتصاد شکل گرفت، این امر در زمان راینز و پیروان نئوکلاسیک وی تشدید و تثبیت گردید.^۲ بسیاری از اقتصاددانان بعدی از جمله کینز پسر، راینسون، سرافا، میردال، موریس داب، حتی ارو و امثال آن به نقد جدایی اخلاق و اقتصاد پرداختند.

۳- اقتصاددان برجسته‌ای چون شومپتر معتقد است که ایدئولوژی را هم نمی‌توان از اندیشه اقتصادی جدا ساخت تا چه رسد به اخلاق و مذهب. پرفسور هایک که خود از اقتصاددانان مشهور نئوکلاسیک است توجه به پیوند اقتصاد با فلسفه و حقوق و اخلاق و سیاست و حتی تاریخ را برای خود اقتصاد کارساز می‌داند و تصریح می‌کند، اقتصاددانی که فقط اقتصاد بدانند اقتصاددان خوبی نیست.^۳ جون راینسون نیز تصریح می‌کند که نظریات و عقاید اقتصاددانان حتی از تعصبات آن‌ها نیز جدا نمی‌باشد، و اگر اقتصاددانی به

۱. ارسطو (۱۳۵۸).

2. Waterman (1994).

۳. اصولاً هایک و میردال بخاطر تبیین پیوند اقتصاد و سایر عناصر علوم اجتماعی و انسانی بود که مشترکاً جایزه نوبل اقتصاد را از آن خود کردند.

شما می‌گویید تعصبی ندارم، یا خود را گول زده است و یا شما را. او در فصلی از کتاب خود تحت عنوان علم، اخلاق و متافیزیک ادامه می‌دهد که علوم بدون عناصر متافیزیکی و اخلاقی به‌طور کامل قابل دریافت نخواهند بود.^۱

۴- در قالب تئوری بازی‌ها نیز این امر به اثبات رسیده است که التزام طرف‌های بازی به قواعد اخلاقی همچون اعتماد متقابل باعث می‌شود که منافع همگان حداکثر شود و لذا این تنها انسان‌های کوتاه‌بین هستند که نقش ملاحظات اخلاقی را در حصول به منافع خود مورد توجه قرار نمی‌دهند. خلاصه اخلاق در توابع رفتاری آن‌ها که دنبال کسب منافع بلندمدت هستند، نقش کارسازی دارد.^۲ بسیاری از مطالعات نشان می‌دهند که اگر حتی جدایی اخلاق از اقتصاد تصور تئوریک داشته باشد، در هیچ زمانی در عمل حتی از نظرنئوکلاسیک‌ها، یک جایگاه منطقی و قابل دفاع نداشته است. زیرا لازمه این جدایی آن است که نظام بازار خود یک محصول طبیعی تاریخ باشد و همه چیز در داخل آن به‌طور اتوماتیک حل و فصل شود و تمامی کارکرد آن از یک طرف کمیت‌پذیر باشد و از سوی دیگر نظام‌مند و رسمی باشد و هیچ ملازمه غیر فنی نداشته باشد، و این خیالی بیش نمی‌باشد.^۳ گروهی از صاحب‌نظران تصریح می‌کنند که کنار گذاشتن خصائص اخلاقی از اقتصاد میراث مدرنیته است و این در واقع باعث فقیر کردن علم اقتصاد (حداقل پارادایم اصلی) گردیده است.

ب- نقش اخلاق در کسب و کار، ابعاد و قلمرو آن

یک ضرورت مطالعه اخلاق کسب و کار وجود جرائم اخلاقی نسبتاً فراوان در انواع بنگاه‌ها می‌باشد. این‌ها اعم از بنگاه‌های بخش خصوصی، دولتی، محافل ورزشی، حتی مجامع دینی، علمی، بهداشتی و امثال آن می‌باشد. ارائه گزارشات غلط کارکنان به مدیران، تقلب در معاملات، گران‌فروشی، رشوه، تنظیم اسناد جعلی، تولید کالاهای غیراستاندارد،

۱. یا به تعبیر مستقیم وی:

Without them we would not know what is that we want to know

2. Collard (1981), p.43.

3. market needed to appear, to be a natural product of history and means of general well being... to regulate economic activity and it was able to become, formal, quantitative and systematic science.

تبلیغ غیرواقعی، دزدی، کشیدن چک بدون محل، وارد و خارج کردن کالای قاچاق، مصرف داروهای مخدر و مست کننده در محل کار و درگیری در محل کار از این نمونه می باشد. این امور در حالی صورت می گیرد که انواع قوانین و نظارت ها اعمال می شوند. در یک مطالعه که در مورد بنگاه های خصوصی و دولتی در آمریکا صورت گرفته ۵۶ درصد کارکنان به ناظران خود گزارش دروغ ارائه کرده اند، ۴۱ درصد گزارشات به ما فوق غلط بوده است. ۳۵ درصد دزدی در محل کار انجام شده است. ۳۱ درصد کارکنان در حین انجام وظیفه مواد مخدر و نوشابه های الکلی مصرف کرده اند و ۳۱ درصد آن ها بر سر منافع شخصی در محیط کار مبادرت به ایجاد درگیری نموده اند^۱. طبق گزارشات نیمه رسمی تنها بین سال های ۸۱ و ۸۲ بیش از ۳۵ درصد بنگاه ها در ایران گران فروشی کرده اند، حدود ۳۰ درصد نسبت به مشتری ها کلاهبرداری صورت گرفته، ۳۷ درصد بنگاه ها چک بدون محل صادر کرده اند، ۲۹ درصد صرافیه ها در معاملات خود تقلب کرده اند، ۱۵ درصد تخلفات اینترنتی صورت گرفته است. همچنین برخی مطالعات نشان می دهد که پول شویی در ایران متجاوز از ۱۵ درصد تولید ناخالص داخلی را در سال ۱۳۸۲ پوشش می دهد. متجاوز از ۲۵ درصد ضایعات مواد غذایی به خاطر کم کاری و کتمان و گزارش غیرواقعی کارکنان صورت گرفته است. ۲۳ درصد داروخانه ها و مراکز بهداشتی متخلف شناخته شده اند. ارزش معاملات قاچاق تنها در پایان سال ۱۳۸۲ نزدیک ۶ میلیارد دلار بالغ گردیده است^۲.

این امور با وجودی صورت می گیرد که ایران یک کشور اسلامی قلمداد می شود و مراکز فراوان دولتی و حکومتی برای نظارت بر حسن اجرای امور و مبارزه با تخلفات کسب و کار وجود دارد، که چند مورد به عنوان نمونه ذکر می شود: سازمان بازرسی کل

1. Ethics (1995).

۲. این ارقام غیر از معاملات مبتنی بر رشوه، ربا، معاملات و مبادلات مواد مخدر، اختلاس بنگاه های دولتی و بانک ها، صدور مجوزهای جعلی برای ورود و خروج کالا و خدمات، جعل مدارک، تقلب اسکناس، کلاهبرداری برخی از مؤسسات به اصطلاح قرض الحسنه، کوپن فروشی غیرقانونی، مهاجرت غیرقانونی، گزارش غیرواقعی مراکز انتفاعی دولتی به مراجع ذیصلاح (از میزان درآمدها و هزینه ها)، دزدی، رشوه های شرکت های دولتی و خصوصی به مراکز بین المللی و پاداش های غیرقانونی دریافتی از آن مراکز و موارد مشابه می باشد که در ایران جنبه محرمانه دارد.

کشور، سازمان تعزیرات حکومتی، سازمان مبارزه با مواد مخدر، واحد منکرات نیروی انتظامی، مؤسسه استاندارد، وزارت بهداشت، کمیسیون‌های نظارتی قوای سه‌گانه، دیوان عدالت اداری، دوائر ویژه‌ای از قوه قضائیه، دفتر رئیس‌جمهور، وزارت‌خانه‌های بازرگانی، اطلاعات و نظیر آنها. بدیهی است تبیین اخلاق کسب و کار و تثبیت و اعمال آن‌ها می‌تواند حداقل بخشی از تخلفات فوق‌الذکر را بکاهد.

۳. قلمرو اخلاق کسب و کار

اخلاق کسب و کار را می‌توان در قالب‌ها و ابعاد مختلفی مورد مطالعه و اجرا قرار داد. موضوعات اخلاقی مرتبط با کسب و کار، فلسفه اخلاق، مسئولیت اجتماعی، چارچوب اتخاذ تصمیم اخلاقی، نقش هزینه فرصت‌ها، اخلاق کسب و کار در امور بین‌الملل و موارد مشابه را به عنوان نمونه می‌توان برشمرد. موضوعات اخلاقی مرتبط با کسب و کار می‌تواند شامل مسائل، موقعیت‌ها یا فرصت‌های خوب و یا بدی باشد که لازم است شخص یا سازمان در مورد آن اتخاذ موضع نمایند. بسیاری از موضوعات اخلاقی به تضاد منافع، صداقت و انصاف و مسائل بین فردی و سازمانی ارتباط پیدا می‌کنند. به نظر می‌رسد بنگاه نسبت به اموری دغدغه داشته باشد که می‌تواند به اعتبار آن لطمه وارد سازد، موضوعاتی مانند رشوه، عدم رضایت مشتری، ضربه زدن به بخش عمومی و یا محیط زیست از این نمونه است. مطالعه اخلاق کسب و کار می‌تواند ظرفیت‌هایی برای حل و فصل موضوعات فوق فراهم آورد. کاربرد فلسفه اخلاق بعد دیگر از قلمرو اخلاق کسب و کار را می‌پوشاند. این‌ها اصول و یا قواعدی هستند که برای تشخیص خوبی یا بدی کسب و کار مورد استفاده قرار می‌گیرند و از طریق خانواده، محیط‌های آموزشی و جامعه کسب می‌شوند. همان‌طور که در بخش اول اشاره شد فلسفه اخلاق می‌تواند در قالب‌های غایت محور، وظیفه محور، فضیلت‌گرا و یا ترکیبی تبیین گردد. با وجودی که هر کدام از رویکردهای اخلاقی فوق‌الذکر اثر خاص خود را دارا می‌باشند، اما نگرش ترکیبی، از جامعیت بیشتری برخوردار می‌باشد. یکی از عناصر موجود در قلمرو اخلاق کسب و کار، مسئولیت اجتماعی است که می‌تواند به صورت اقتصادی، قانونی، اخلاقی یا دینی مجسم گردد. این امر و در واقع تعهد سازمان‌های کسب و کار را جهت به حداکثر رساندن منافع و حداقل رساندن

هزینه‌های اجتماعی نشان می‌دهد.^۱ بعد اقتصادی آن به چگونگی تخصیص و توزیع منابع و کالاها و خدمات مربوط می‌شود که می‌تواند هم در تأثیرگذاری رفتار بنگاه‌ها بر شاخص‌های اقتصادی مطرح باشد و هم در رقابت بین آن‌ها برای جذب سود شخصی. بنگاه‌ها می‌توانند به گونه‌ای عمل کنند که تخصیص نهاده‌ها و توزیع محصولات تولیدی در جامعه به گونه‌ای انجام شود که کارایی تولید و مصرف بالا بوده بنگاه‌ها از سود بلندمدت و معقولی هم برخوردار باشند. همچنین آن‌ها می‌توانند با رقابت ناسالم و جنگ قیمت‌ها تنها به سود کوتاه‌مدت فکر کنند و به ساختار اقتصاد کشور لطمه وارد سازند.^۲

بعد قانونی مسئولیت اجتماعی به رعایت قوانین و مقررات تدوین شده دولتی در مورد کسب و کار مربوط می‌شود و آن حداقل‌هایی است که از نظر اجتماعی "خوب" یا "بد" قلمداد می‌شوند. این امر به خاطر نوعی عدم اعتماد نسبت به کارکرد مطلوب بنگاه‌ها نسبت به خانوارها، جامعه و محیط زیست در قالب قوانین مدنی و جزایی وضع می‌شوند. قوانین مدنی، وظایف و حقوق افراد و سازمان‌ها را معین می‌کند و قوانین جزایی، مجازات مربوط به جرائم را مشخص می‌سازد. قوانین مربوطه معمولاً در راستای مبارزه با انحصارات، تشویق رقابت، حمایت از مصرف‌کننده، حفاظت از محیط زیست و برقراری سلامت و عدالت و امثال آن تدوین می‌شوند. بسیاری از مطالعات نشان می‌دهند که در صورتی که روح اخلاق‌مداری (از هر نوع رویکرد) بر قوانین فوق‌الذکر حاکم باشد، اثر پایدارتری داشته، کارایی آن‌ها افزایش خواهد یافت.^۳ ابعاد اخلاقی، خیرخواهانه و دینی مربوط به مسئولیت اجتماعی اخیراً مورد توجه بیشتری قرار گرفته است. این‌ها رفتارهایی هستند که جامعه (بر مبنای عقاید دینی و خیرخواهانه) از مراکز کسب و کار انتظار دارند ولی در قانون مدون نشده‌اند. البته برخی از اقتصاددانان نئوکلاسیک مثل میلتون فریدمن عقیده دارند که اگر بنگاه‌ها، کالاها و خدمات سودآوری در اختیار شهروندان قرار دهند، مسئولیت اجتماعی خود را انجام داده‌اند.^۴ به نظر نمی‌رسد مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها از چنین فرآیند سود محور و مکانیکی محض مورد نظر امثال فریدمن پیروی نمایند و توجه به ملازمات

1. Carroll (1991).

2. Gundlach (1995), p. 278.

3. Pain (1994).

4. Friedman (1970), p.122.

اخلاقی می‌تواند ضمن حفظ سودآوری بنگاه و کارآمدی تولید و توزیع، اعتماد و رضایت مشتریان را نیز جلب نماید، به عبارت دیگر امور اخلاقی در راستای تقویت سودآوری و کارایی است و نه مانع آن.^۱

ملاحظات خیرخواهانه و دینی نیز می‌تواند کسب و کار را در راستای زندگی بهتر و مرفه‌تر شهروندان سوق دهد. بخشی از این‌ها توسط قوانین تدوین شده حاصل می‌شود ولی بخشی دیگر با اخلاق خیرخواهانه بنگاه‌ها ارتباط دارد. مردم نیازمند آب سالم، هوای سالم، سرپناه امن، غذای حلال و بهداشتی آموزشی مناسب و رفتار همراه با اعتماد و امنیت از سوی مجموعه بنگاه‌های کسب و کار بهداشتی، آموزشی، امنیتی و غیره هستند. اگر بنگاه‌ها اهداف خیرخواهانه داشته باشند، فرزندان مردم را تشویق به مصرف مواد مخدر نمی‌نمایند، زمینه آلودگی محیط آموزشی و بهداشتی را فراهم نمی‌آورند، گوشت آلوده توزیع نمی‌نمایند، مصرف‌کننده را با تبلیغ غیرواقعی، وادار به اتخاذ تصمیم غلط نمی‌کنند و مطالب روزنامه‌ها، کتب، کلاس‌ها و سخنرانی‌های مؤسسات آموزشی و پژوهشی در راستای افزایش آگاهی علمی خواهد بود. بیشترین سر و کار مردم با مؤسسات کسب و کار است و لذا بیشترین فرصت‌ها و خطرات در رابطه با کیفیت زندگی نیز با آن‌ها ارتباط دارد. در یک نظر سنجی ۶۲ درصد آمریکایی‌ها انواع آلودگی محیط زیست را بزرگترین خطر سلامتی خود قلمداد کرده و ۷۵ درصد آن‌ها بالاترین نقش تصفیه محیط زیست را به بنگاه‌های کسب و کار مرتبط می‌دانند.^۲ کمک‌های بشردوستانه بنگاه‌های کسب و کار در آمریکا در سال ۱۹۹۴ به ۶/۱ میلیارد دلار بالغ شده که کمترین مقدار بین سال‌های ۱۹۸۷ تا ۱۹۹۷ بوده است. بسیاری از شرکت‌های آمریکایی برای آموزش بهتر شهروندان خود و برای رشد علمی فرزندان آینده کشور کمک‌های خیرخواهانه ویژه‌ای اختصاص داده‌اند. برخی از شرکت‌ها برای بیکاران شغل‌یابی می‌کنند و برخی دیگر کودکان عقب‌افتاده را درمان کرده سالم به جامعه تحویل می‌دهند.^۳ جالب توجه است که بسیاری از شرکت‌هایی که به

1. Freeman (1988), p.90.

2. Smith (1990), p.96.

۳. شرکت‌های کروگر، کمپیل، کداک، کوکاکولا و جنرال الکتریک برای تقویت علمی هر مدرسه در ایالت خود سالانه ۲۰ میلیون دلار هزینه می‌کنند.

عنوان بشردوست معروف شده‌اند، مورد احترام مردم گردیده، تقاضا برای خدمات و کالاهایشان نیز افزایش داشته است.^۱

پ- ملاحظات تکمیلی اخلاق کسب و کار

در قسمت پایانی این بخش ذکر چند نکته تکمیلی پیرامون اخلاق کسب و کار ضروری به نظر می‌رسد. یکی در ارتباط با اجرای اخلاق کسب و کار می‌باشد. مواردی از اخلاقیات جنبه فردی دارد و مواردی در قالب گروه و سازمان شکل می‌گیرد، لذا مدیریت سازمان بایستی ابتدا این موضوع را مورد شناسایی قرار دهد. همچنین محققان روان شناسی برای تکامل و گسترش کارایی اخلاق کسب و کار نیز چارچوب‌ها و الگوهای را پیشنهاد می‌کنند. نکته دیگر در مورد اعمال اخلاق کسب و کار می‌باشد، این امر می‌تواند هم به صورت متمرکز و هم غیرمتمرکز اعمال گردد، هم به صورت فردی و هم اجتماعی اجرا شود. هم می‌تواند به شکل غیررسمی و خصوصی ادامه یابد و هم به صورت رسمی اجرا گردد. منطقی است کاربرد هر روش پس از انجام مطالعات کارشناسی و با توجه به ساختار اخلاق‌پذیری سازمان‌ها و محیط‌های کسب و کار و تجارب و زمینه‌های قبلی آنها، مورد توجه واقع شود. مطالعات نشان می‌دهد نظارت، اعمال مدیریت منضبط و برنامه‌ریزی استراتژیک در مراکز کسب و کار در این رابطه بسیار کارساز بوده عملکرد اخلاقی یا غیراخلاقی مدیریت ارشد، بالاترین نقش و تأثیر را دارا بوده است.^۲ مطلب دیگر هزینه فرصت کارکنان، سطوح سواد و معلومات و دانش و خصوصیات شخصی آنها، روحیات سازگاری یا عدم سازگاری آنها با محیط کار و اجتماع به طور بالقوه نقش قابل توجهی بر پیشرفت و یارکود اخلاق کسب و کار دارد. سرانجام موضوع دیگر ملاحظات خاص کارکرد اخلاق کسب و کار در سطوح بین‌المللی است. یکی از این امور تفاوت فرهنگ‌ها و اخلاق‌ها می‌باشد که در مواجهه باید مورد توجه باشد. دوم پدیده شرکت‌های چندملیتی و تجارب موفق یا ناموفق آنها در رابطه با اخلاق کسب و کار می‌باشد. دیگر شناخت و یا بازشناسی یک سری اصول اخلاقی مشترک کسب و کار در سطح جهانی است و سرانجام

1. Smith (1995), p.81.

2. Maynard (1989), p.12.

دشواری‌های هم‌اندیشی یا دگراندیشی اخلاق کسب و کار در قالب فرهنگ‌های مختلف می‌باشد. در عین حال پیشرفت وسیع ابزارهای الکترونیکی در سطح جهان، به همراه تحولات جهانی سازی دهه اول قرن ۲۱ بر پیچیدگی این موضوع افزوده است که سامان دهی اخلاق کسب و کار در رابطه با آن نیازمند به تدابیر مدیریتی استراتژیک می‌باشد.

۴. بسترها، چارچوب‌ها و استلزامات اخلاق کسب و کار از منظر اسلامی

در ابتدا به اصول کلی ارتباط اخلاق و دین اسلام و ملاحظات متدولوژیک مربوطه اشاره می‌شود که در ضمن آن اصول موضوعه و شاخصه‌های اخلاق کسب و کار از منظر اسلامی ذکر خواهد شد. مصادیق کلی اخلاق کسب و کار از نقطه نظر اسلامی زیر بخش بعدی بوده، ذکر نکات قابل ملاحظه قسمت پایانی را تشکیل می‌دهد.

الف- اصول کلی اخلاق در اسلام و ملاحظات متدولوژیک

دین به‌طور کلی و اسلام بطور خاص از جمع سه عنصر عقیده، اخلاق و احکام تشکیل می‌شود که بعد اخلاقی فراگیرترین و کارسازترین بخش آن می‌باشد. زیرا بخش عقیدتی، خود با فلسفه اخلاق ارتباط دارد و برای تربیت انسان‌های اخلاقی، ارزش و الایی قائل است. شاید به همین علت باشد که پیامبر اسلام تصریح می‌کند که من اصولاً برای پایداری مکارم اخلاقی مبعوث شده‌ام (انما بعثت لاتمم مکارم الاخلاق). یعنی بعثت که یکی از ارکان اعتقادات دینی است خود ابزار تحقق اهداف اخلاقی واقع شده است. البته پیوند مستحکم عقاید دینی و اخلاق در متن فلسفه دین می‌باشد و طبق مطالعات حوزه فوق، دغدغه‌های عقیده به خداوند و قیامت نیز پیوند اخلاقی دارد.^۱ بدیهی است در صورتی که امور اخلاقی پشتوانه عقیدتی و دینی داشته باشند، نوعی مرکز انرژی‌زا برای کارآمد ساختن آن‌ها حاصل خواهد شد. التزام به یک عقیده خاص نوعی وظیفه و تعهد ایجاد می‌کند لذا همراهی دین با اخلاق یک پتانسیل جدید به کارآمدی می‌افزاید. البته در برخی قرائت‌های دینی جنبه‌های ایدئولوژیک خاصی بروز می‌کند که ممکن است به کارکردهای اخلاقی

1. Row (1993), p.8.

نیز خدشه وارد نماید. یک پیش فرض ما این است که اندیشه‌های دینی چند قرائتی بوده و قرائتی را که در این مقاله از اسلام ترسیم می‌کنیم سازگاری کافی با امور اخلاقی دارد. تذکر پایانی اینکه از نظر روش شناختی، در بررسی موضوعات اقتصاد اسلامی علاوه بر کاربرد استدلال عقلی و تکیه بر شواهد تجربی، از استدلال نقلی مبتنی بر قرآن، کلام پیامبر و پیروانش و تئوری‌های مدون شده توسط دانشمندان مسلمان نیز بهره می‌جوییم. در ادامه به ویژگی‌های پیوند اخلاق و اسلام و اصول موضوعه اخلاق کسب و کار از منظر اسلامی اشاره می‌شود.

۱- الف - خصوصیات پیوند اخلاق و اسلام

عناصر اصلی پیوند اخلاق و اسلام را فهرست وار ذکر می‌کنیم و به دنبال آن در مورد هر یک قدری توضیح می‌دهیم. ۱- اخلاق از بین سه عنصر تشکیل دهنده اسلام (عقاید، احکام، اخلاق) جایگاهی گوه‌رین دارد و عقاید و احکام عناصر پشتوانه‌ای آن محسوب می‌شوند. ۲- فلسفه خلقت انسان ماهیتاً، اخلاق‌مدار است. ۳- زیر سیستم‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی در اسلام، ابزارهایی برای تحقق اهداف اخلاقی هستند. با این توصیف گویی نظام اخلاقی اسلام، انسجام‌دهنده و سازگارکننده دیگر زیر سیستم‌های آن است.

۲- الف - جایگاه گوه‌رین اخلاق

می‌توان پیوند عنصر اخلاق و دو عنصر دیگر دین اسلام (عقاید و احکام) را به صورت دو گزاره ساده زیر ترسیم نمود. ۱- عقاید دینی نقش پشتیبانی برای استحکام درونی نظام اخلاقی دارند. ۲- احکام حقوقی و فقهی در اسلام از جایگاهی لجستیکی و فنی برای استحکام بیرونی سازمان اخلاقی برخوردار هستند. به عبارت دیگر اخلاق و ارزش‌های اخلاقی محور و رکن اصلی است، عقاید پشتوانه تثبیت داخلی آن بحساب می‌آیند و احکام زمینه ضمانت اجرایی خارجی آن را فراهم می‌نمایند. جالب توجه است که پیامبر در یک جا تصریح نموده که: اسلام اصولاً منطبق بر اخلاق پسندیده می‌باشد.^۱ از سوی دیگر قرآن ساختار وجودی پیامبر را عجین شده با اخلاق پسندیده بیان می‌کند (انک علی خلق

۱. ابن‌هندی (۱۹۸۵)؛ الاسلام حسن خلق.

عظیم). از برخی از آیات و روایات می‌توان چنین برداشت کرد که اخلاق پسندیده حتی معیار و شاخص دین‌داری است. همچنین تصریح شده که محبوب‌ترین افراد نزد خداوند آن‌هایی هستند که بیشترین توجه به ملاحظات اخلاقی دارند^۱. پیامبر اسلام تصریح می‌کند که: بیشترین درجه اسلامی بودن مربوط به کسی است که بیشترین اخلاق پسندیده را دارا باشد (خیر کم اسلاماً احاسنکم اخلاقاً). جالب‌تر آن که نقل شده که یک نفر سه بار از پیامبر می‌پرسد که دین چیست؟ پیامبر هر سه بار پاسخ می‌دهند که دین همان اخلاق نیکو است. حتی درجه ایمان و کمال ایمان نیز با میزان پایبندی به هنجارهای پسندیده سنجیده می‌شود (اکمل المؤمنین ایماناً احسنهم خلقاً). همچنین گفته شده که در روز قیامت و در هنگام سنجش کارهای خوب و بد، وزین‌ترین عامل همان اخلاق پسندیده است - اثقل الشی فی المیزان الخلق الحسن^۲. قبلاً نیز اشاره شد که خود پیامبر نیز هدف اختصاصی بعثت خود را پایداری غایات اخلاقی دانسته است.

لذا ملاحظه می‌شود که تمامی عناصر اساسی عقیدتی (توحید، نبوت، معاد) پیوندی معنی‌دار با اخلاق دارند. وانگهی، اخلاق پسندیده شاخص دین‌داری محسوب می‌گردد. وقتی جایگاه اخلاق در مقوله عقیده چنان والا است در امور فقهی و حقوقی و وادی احکام به طریق اولی رفیع خواهد بود. امور فقهی و امور حقوقی احکامی هستند که اجرای آن‌ها برای دوری از مفسد و حرکت در راستای مصالح و اخلاق پسندیده می‌باشد^۳. یعنی اگر چیزی حرام است، دربردارنده مفسده‌ای است و اگر حلال است یک مصلحت را شامل می‌باشد و اگر مباح است امری عادی است. امور فقهی و حقوقی در دو دسته عبادات و معاملات تدوین شده که به برخی از هر دو دسته اشاره می‌کنیم. از عبادات مشهور می‌توان به نماز، روزه، حج و زکات اشاره کرد. در ارتباط با نماز تصریح شده که پایبندی (واقعی) به آن، مانع جریان یافتن امور خلاف اخلاق می‌گردد^۴. یک علت روزه این امر ذکر شده

۱. احب عباد الله الى الله احسنهم خلقاً.

۲. مجلسی (۱۳۷۸)، ج ۷۱، ص ۳۸۳.

۳. فقها و دانشمندان اسلامی تصریح می‌کنند که دایره احکام شرعی مفسد و مصالح می‌باشد.

۴. ان الصلوة تنهى عن الفحشاء والمنکر (قرآن، سوره ۲۹ آیه ۴۵).

که در قالب آن زمینه‌ای فراهم شود تا ثروتمندان از حال گرسنگان با خیر شوند^۱. از سوی دیگر روزه نوعی پرداخت زکات بدنی است و می‌تواند مقاومت انسان را در مقابل مشکلات افزایش دهد و ضمناً چون نیت روزه‌دار باید خالص باشد، انجام درست آن می‌تواند نوعی پختگی اخلاقی به همراه داشته باشد. زکات و صدقات و انفاقات نیز از لحاظ آثار اجتماعی نوعی پیوند اخلاقی دارند، زیرا التزام به آن‌ها باعث می‌شود که ثروتمندان بخشی از اموال خود را در اختیار فقرا قرار دهند^۲. از دیگر لوازم اخلاقی صدقات و انفاقات آن است که پرداخت آن نباید همراه با منت و اذیت باشد (در آن صورت باطل خواهد شد)^۳. اما جالب است که آثار اقتصادی آن حتی زمانی که از نظر عبادی باطل باشد فراهم است (و برای بهبود زندگی فقرا مفید است). حج نیز غیر از آثار اجتماعی (زمینه گفتمان و ارتباط برای حل و فصل امور) و علاوه بر آثار اقتصادی (بازخور هزینه‌های انجام شده در مکه و توزیع گوشت قربانی برای فقرا) دارای آثار فردی فراوانی نیز هست که باز خور اخلاقی دارند (فجعل فيه الاجتماع من الشرق والغرب ليتعارفوا ولنزع كل قوم من التجارات و لتعرف آثار رسول الله و يتكلمون على بلادهم و ما فيها هلکوا... فذلک علة الحج) همچنین در روایات، حج به عنوان زمینه آرامش قلب‌ها (تسکین القلوب) ذکر شده و صرفاً انجام یک سری اعمال ظاهری نبوده نباید به گونه‌ای اجرا شود که حاجی ظاهری فراوان و حاجی واقعی بسیار کم باشد (ما اکثر الضحیح و ما اقل الححیح).

۳- الف - اخلاق‌مداری خلقت انسان

با وجودی که علت خلقت انسان، عبادت ذکر شده (و ما خلقت الجن و الانس الا ليعبدون)، اما چون خداوند نیازمند عبادت انسان نمی‌باشد، لذا آثار عبادت برای سعادت بشر مفید است و آن نیز ماهیتاً اخلاق‌محور است. معنای عبادت انجام عمل خداپسند خلاف هوای نفس می‌باشد. ضمناً در قرآن عبادت برای خدا معادل نوعی آزادی از هر نوع عبادت

۱. العلة في الصيام ليستوى الغنى و الفقير لان الغنى لم يكن ليجد مس الجوع فيرحم الفقير.

۲. و في اموالهم حق للسائل و المحروم (سوره ذاریات آیه ۱۹).

۳. لا تبطلوا صدقاتکم بالمن و الاذی (سوره بقره آیه ۲۶۴).

غیرخدا در نظر می‌باشد (انی نهیت ان اعبد الذین تدعون من دون الله)^۱. این آزادی انسان در روایات نیز تصریح شده است (لا تکن عبد غیرک و قد جعلک الله حرا). بدیهی است انسان‌هایی که بنده غیر خدا نباشند از نوعی اخلاق آزاد منشانه و عزت و شرف خاصی برخوردار هستند. مفسرین قرآن نیز عبادت را به معنای راهی برای کسب اخلاص و شناخت بکاربرده‌اند، به عبارت دیگر عبادت ابزاری برای ارزش‌های بالاتری قرار می‌گیرد و نه آن‌که خود هدف قرار گیرد^۲. برخی از مفسرین تعدادی از هنجارهای اخلاقی چون مدارا، خوش رفتاری و رفاقت با مردم را از مفاد عبادت ذکر می‌کنند^۳.

۴- الف - ابزاری بودن دیگر زیر سیستم‌ها و سامان دهندگی اخلاق

زیر سیستم‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی مورد نظر اسلام نیز در راستای تحقق ارزش‌های والای اخلاقی و انسانی به پیش می‌روند. به عنوان نمونه عدالت یک ارزش والای اخلاقی است، قرآن حتی هدف پیامبران را نیز تحقق قسط و عدل بیان می‌دارد. برخی از دانشمندان مسلمان نیز به نقش ابزاری حکومت برای تحقق عدالت تصریح می‌کنند (فان لزوم الحکومه لبسط العداله). برخی از صاحب نظران دینی گوهر اخلاقی عدالت را شاخص دین‌داری ذکر می‌کنند و آن سازمان‌دهی اقتصادی و اجتماعی را دینی می‌دانند که در آن عدالت و دیگر ارزش‌های والای اخلاقی و انسانی محقق شوند. عناصری چون عدالت، کرامت، و شرافت انسانی هدف غایی اقتصاد و حکومت و اجتماع دینی است. بنابراین اخلاق هم ابزار حصول به سعادت و رفاه معقول و مطلوب است و هم خود هدف والایی است که سایر زیر سیستم‌ها ابزار آن محسوب می‌شوند.

۵- الف - اصول موضوعه و شاخصه‌های اخلاق کسب و کار

ابتدا عناصر مورد نظر را فهرست‌وار بیان می‌کنیم و سپس در مورد آن‌ها توضیحاتی ارائه می‌دهیم. از منظر اسلامی می‌توان اصول موضوعه و مؤلفه‌های زیر را برای اخلاق

۱. به سوره غافر آیه ۶۶ مراجعه شود.

۲. طباطبایی (۱۳۹۷)، ج ۱۸.

۳. رازی (۱۴۱۳).

کسب و کار مورد تأکید قرار داد.

۱- اخلاق کسب و کار چارچوبی متعادل داشته، پیوندی سیستمی با دیگر ابعاد اقتصاد سیاسی اسلام دارد.

۲- ضمن آنکه بر کارایی و دیگر عناصر پیشرفت اقتصادی تأکید ویژه دارد و در راستای تقویت جدی آن است، هدف غایی آن حفظ انسانیت و اخلاق می‌باشد.

۳- اخلاق کسب و کار در اقتصاد اسلامی از دو دسته نهاد ارزشی - عقیدتی و سازمانی - حقوقی برخوردار است.

۴- اخلاق کسب و کار در قلمرو اسلامی مکمل اخلاق کسب و کار در دیگر پارادایم‌های اقتصاد متعارف است و عنصر اجتهاد به آن پویایی می‌بخشد.

۵- مجموعه نظارت‌های درونی افراد، سنت‌های اجتماعی بازار اسلامی، قواعد شریعت و مقررات دولتی، سامان‌دهی اخلاق کسب و کار را به عهده دارند.

اخلاق کسب و کار در نگرش اسلامی، در واقع جزئی از کل نظام اقتصادی و اجتماعی آن است و کارآمدی آن نیز بستگی به سازگاری با دیگر ابعاد آن دارد. مثلاً علاوه بر توجه به امور معنوی و اخروی بر امور مادی و دنیایی هماهنگ با آن نیز تأکید دارد^۱ و اساساً به جدایی مکانیکی بین امور مادی و معنوی عقیده ندارد. لذا ضمن مخالفت اخلاق اسلامی با هزینه‌های مسرفانه (و تجمل‌گرایی افراطی) با رهبانیت (و زهد افراطی) نیز مخالف است. هماهنگی بین بازار، بخش خصوصی و دولت از دیگر عناصر سیستمی اخلاق کسب و کار می‌باشد. لذا اگر بازاری‌ها از نظر فردی به اخلاق کسب و کار پای‌بند باشند ولی سیاست‌گذاران و قانون‌گذاران در مسیر دیگری حرکت کنند، نباید انتظار کارکرد مطلوب از اخلاق کسب و کار داشت. خصوصیت اخلاق محوری و انسان‌محوری در اقتصاد اسلامی، اخلاق کسب و کار را هم به ابزار و هم به هدف تبدیل نموده است. از یک طرف پایداری اخلاق کسب و کار برای حصول به کارآمدی اقتصادی، وظیفه دینی و اجتماعی یک مسلمان است. از سوی دیگر، حفاظت از خصلت اخلاقی و انسانی، یک هدف اساسی است. همان‌طور که اشاره شد، پیامبر اسلام رسالت خود را به سر منزل رساندن اخلاق

۱. وابتغ فیما اتیک الله الدار الاخره ولا تنس نصیبک من الدنیا (سوره ۲۸ آیه ۷۷).

تعریف می‌کند و احکام فقهی نیز ابزار اخلاق محسوب می‌شوند. برخلاف پارادایم ارتدکس نئوکلاسیک، اخلاق ابزار حداکثر سود فردی نمی‌باشد بلکه قوام نظام اقتصادی به آن مربوط است^۱. عدالت (و انصاف)، شفافیت و صداقت، اعتماد و احترام متقابل، خلوص نیت، فرض حسابرسی خداوند، تشویق به کار و رقابت، توجه به نفع شخصی گسترش یافته، حفظ نوعی تعادل در تولید و مصرف، ممنوعیت فعالیت‌های مبنی بر ربا و رشوه و سفته‌بازی محض و اتلاف منابع، از نهادهای اخلاقی و عقیدتی در کسب و کار اسلامی محسوب می‌شوند. همچنین ساز و کار بازار، مالکیت خصوصی، تفوق حقوق اجتماعی بر حقوق فردی، قرض الحسنه، وقف، مشارکت، مضاربه، خمس، زکات، صدقات و امثال آن نیز نهادهای سازمانی و حقوقی کسب و کار اسلامی محسوب می‌شوند. اخلاق کسب و کار از منظر اسلامی و اخلاق کسب و کار متعارف مکمل هم هستند، بگونه‌ای که می‌توان اخلاق اسلامی را یک قرائت خاص از آن قلمداد نمود. عنصر اجتهاد از نظر علمی به الگوسازی و اصلاح الگوهای موجود در کسب و کار کمک می‌کند. اجتهاد می‌تواند دشواری‌های تئوری اخلاق کسب و کار را بررسی و با توجه به تحولات بسیار وسیع قرن ۲۱، حل و فصل نماید و از این جهت به آن نوعی پویایی بخشد. سنت‌های بازار اسلامی، عقاید شخصی کارگزاران، قوانین شریعت و مقررات دولتی وظیفه هماهنگ‌سازی اخلاق کسب و کار را به عهده دارند. (در زیر بخش بعدی مصادیقی از عناصر فوق‌الذکر بیان می‌گردد).

ب- مصادیقی از اخلاق کسب و کار از منظر اسلامی

در اینجا مجموعه گزاره‌ها و دستور العمل‌های اخلاق کسب و کار را ذکر می‌کنیم که سرلوحه سیاست‌گذاری دولت‌های صدر اسلام (۶۶۱-۶۲۲ میلادی) و در طول تمدن اسلامی (۱۲۵۸-۶۶۱) قرار داشته است. برای شناسایی مناسب‌تر به چند حوزه تولید، توزیع، قیمت‌گذاری، سود، کیفیت کالا، اخلاق کسب و کار بین‌المللی، نقش دولت و

۱. صاحب‌نظران برجسته اقتصادی نیز عقیده دارند، جدا کردن مکانیکی امور اخلاقی از اقتصاد، عامل ناکارآمدی این رشته گردیده است.

ضوابط تکمیلی، اشاره می‌کنیم. ضمناً روند ظاهری بحث در اینجا نیز جنبه تئوریک دارد هر چند این شواهد نظری بیانگر تصویری از کارکرد بازار صدر اسلام و دوره تمدن اسلامی می‌باشد. به عبارت دیگر ذکر این‌ها تقریباً به مثابه گزارشی از کارکرد عملی کارگزاران اقتصادی (بخش‌های دولتی و خصوصی) دوران مذکور است.^۱

۱- تولید، کار و فعالیت مولد: موارد فراوانی از آیات و روایات بر تولید و انجام فعالیت مولد تأکید دارند و مژده پاداش دنیایی و آخرتی می‌دهند. آن‌ها کار مولد را عبادت تلقی می‌کنند. در یک جا تصریح شده که: پس از برپایی نماز، دنبال کسب و کار بروید و از روزی خداوند استفاده کنید.^۲ ما پاداش اعمال نیک را در نظر داریم، هر کس مقدار کمی هم فعالیت مولد بنماید نتیجه آن را خواهد دید.^۳ هر کس برای گذراندن معیشت به کسب و کار پردازد مانند کسی است که در راه خداوند جهاد کرده است.^۴ همچنین تصریح شده که شخصی که به‌طور ارادی اقدام به کار نکرده و بیکار باشد، اصولاً از وضع عادی انسانی خارج شده و در زمره مردگان قرار می‌گیرد.^۵ انجام امور به‌صورت کارآمد از دیگر ملاحظات اخلاقی کار و تولید در اسلام است. در روایتی تصریح شده که ارزش هر انسان به حسن انجام عمل وی بستگی دارد.^۶ یعنی کار و محصول خوب ارزش بیشتری نسبت به کار ضعیف دارد. تأکید بر فعالیت‌های مولد مانند کشاورزی و صنعت در قرآن و روایات نیز از دیگر ملازمات اخلاق کسب و کار در اقتصاد اسلامی است. حرام بودن فعالیت سفته

۱. متأسفانه هنوز به‌جز دوران محدود صدر اسلام و مقاطعی از دوره تمدن اسلامی، اخلاق کسب و کار اسلامی، در دوران دیگری تجربه نشده است.

۲. فاذا قضیت الصلوة فانتشروا فی الارض وابتغوا من فضل الله (سوره ۶۲ آیه ۱۰).

۳. به سوره کهف آیه ۳۰ و سوره زلزال آیه ۷ مراجعه شود.

۴. الکاد علی عیاله کالمجاهد فی سبیل الله.

۵. من تعطل انسلخ من الانسانیه و صار فی عداد الموتی.

۶. قیمه کل امرء ما یحسنه.

بازی محض از دیگر عناصر کارساز در اخلاق اسلامی است.^۱

۲- مبادله و توزیع: بازار و تجارت نقش فراگیری در اقتصاد صدر اسلام داشت و در دوران تمدن اسلامی رو به گسترش بوده است. بازاری‌ها و تجار از اهمیت خاصی برخوردار هستند. تأکید شده که ورود به فعالیت بازاری (به شرط حفظ شئون مربوطه)، بر قدرت تدبیر و تعقل انسان می‌افزاید. هر کس می‌خواهد وارد فعالیت بازرگانی و خرید فروش شود بایستی چندین خصلت را دارا باشد. یکی این که دنبال فعالیت مبتنی بر ربا (و کسب هر نوع درآمد از راه غیرمولد و غیر موجه) نرود. دوم آنکه در انجام معامله قسم نخورد. سوم آنکه اشکالات و نواقص کالا و یا خدمت مورد عرضه خود را نپوشاند.^۲ راستگویی در تجارت بسیار تأکید شده است و تصریح شده که بازرگانی که در فعالیت خود صداقت داشته باشد و امین باشد، روز قیامت همراه پیامبران و شهیدان محشور می‌شود.^۳ و بر عکس اگر صداقت در معامله نداشته باشد به صورت نامناسبی محشور خواهد شد.^۴ انجام تبلیغات غیر واقعی و ارائه اطلاعات غلط در مورد کالا یا خدمت و کاربرد حيله از دیگر امور غیر مشروع در بازرگانی مورد نظر اسلام می‌باشد. این امور در قالب روایات تحت عناوین "غرر"، "بخس"، "تدلیس" و امثال آن وارد شده‌اند که همه آنها حرام اعلام گردیده است.

۳- قیمت، سود و پرداخت واجبات مالی: اخذ سود عادلانه، وضع قیمت متناسب با هزینه تولید، پرداخت واجبات و مستحبات مالی از دیگر ملازمات اخلاق کسب و کار در شریعت اسلامی است. قیمت گذاری علی الاصول در چارچوب بازار صورت می‌گیرد و تنها در موارد خاصی دولتمردان در این مسئله دخالت می‌کنند آن هم زمانی است که احتکار یا

۱. پیامبر فعالیت معروف به "تلقی رکیان" را که درآمد ناشی از آن از راه واسطه محض بوده و فعالیت مولدی صورت نمی‌گیرد، حرام اعلام کرده است. این امر شاخصی از غیر مشروع بودن فعالیت‌های غیرمولد (مانند سفته‌بازی محض) محسوب می‌گردد.

۲. من باع واشتری فلیحفظ خمس خصال و الا فلا یشتیرین و لا یبیعین؛ الربا، والحلف، و کتمان العیب و... (ر- ک، نوری، محدث، مستدرک الوسائل، ۱۳۸۳، ج ۲، ص ۴۶۳).

۳. التاجر الصدوق الامین، مع النیین الصدیقین والشهدا.

۴. ان التجار یبعثون یوم القیامه فجاراً الا من اتقى الله و صدق.

انحصار یا بحران ساختگی، قاچاق و امثال آن بر بازار حاکم گردد. عدم سخت گیری در خرید و فروش و قانع شدن به سود کم و دادن بخشی از سود به عنوان صدقه از دیگر دستورات اخلاقی کسب و کار مورد نظر شریعت است^۱. قابل توجه است که پرداخت صدقات توسط تجار علاوه بر مقدار زکات می باشد زیرا زکات یک مالیات شرعی است که صاحبان اموال و دارایی ها موظف هستند بپردازند تا برای رفع فقر هزینه شود. اما صدقات و انفاقات دیگر پرداخت هایی مستحبی است که تجار برای حفظ توازن در جامعه و تأمین بلندمدت یک بازار سالم و حفظ عدالت اجتماعی به آن مبادرت می ورزند. کم فروشی و اخذ قیمت بیش از میزان متعارف بازار، از دیگر گناهان در تجارت محسوب می شود^۲. تأکید بر کاربرد ابزار دقیق سنجش در معاملات و رعایت عدل و انصاف، از دیگر ملاحظات اخلاق کسب و کار در اسلام است^۳. همچنین تصریح شده که قیمت اعلام شده برای کالا بایستی رضایت طرفین معامله را جلب نموده و بر اساس عرف سالم اقتصادی تنظیم گردد^۴.

۴- تجارت خارجی و نقش دولت در اخلاق کسب و کار: طبق روایات و رفتار پیامبر، بازرگانان خارجی از احترام خاصی برخوردار هستند و لازم است امنیت اموال آنها مورد توجه باشد و اگر در هنگام حضور در کشور اسلامی متحمل خسارتی شوند، دولت اسلامی موظف است خسارت مربوطه را جبران نماید. در روایات اصولاً بازرگانانی که فعالیت مولد انجام می دهند با عنوان منابع خدمت و ثروت جامعه معرفی می شوند که باید منزلت و امنیت آنها حفظ شود. گذشته از این بازرگانان خارجی میهمانان کشور اسلامی محسوب می شوند. همچنین تأکید شده که در ارتباط با مالیات با آنها مراعات شود (و در مواردی

۱. رحم الله عبداً سمحاً اذا باع و سمحاً اذا اشتری.

۲. در قرآن تصریح شده که: ویل للمطففین الذین اذا کتالوا علی الناس یستوفون و اذا کالوهم او وزنوهم یخسرون (سوره مطففین آیات ۱ تا ۴).

۳. به عنوان نمونه در قرآن اشاره شده که: و زنوا بالقسطاس المستقیم (سوره شعرا آیات ۱۸۲-۱۸۱ و سوره هود آیات ۸۴ و ۸۵).

۴. لایع [و الشراء] بیعاً سمحاً بموازين العدل ولا اسعار لا تجحف بالفریقین من البایع والمبتاع (ر-ک، ابن شعبه، تحف العقول، ۱۴۰۴ ه، منشورات المدرسین ص ۱۴۰).

مالیات از آن‌ها گرفته نشود). دولت علاوه بر توجه خاص به امور تجارت خارجی، موظف است زمینه‌های تحقق نوعی اخلاق کسب و کار مطلوب را فراهم آورد. ارتباط مرتب با صاحبان حرف و مشاغل، برخورد پدران و تربیتی با آنها، حفظ آزادی کسب و کار و عدم دخالت‌های غیرمعقول در بازار، حفظ قواعد اخلاقی بازی در ارتباط با بازاریان، حفظ نوعی انضباط در بازار و ممانعت از فعالیت‌های تخریبی و ضد اخلاقی (مانند احتکار و انحصار و رشوه و رانت جویی) و موارد مشابه از جمله خدمات دولت اسلامی محسوب می‌شود. زمانی که گرانی بر بازار حاکم بود، مردم از پیامبر درخواست کردند که وی قیمت‌گذاری کند، ایشان پاسخ دادند که قیمت‌گذارنده حقیقی و رزق‌دهنده واقعی خداوند می‌باشد^۱. البته زمانی که افزایش قیمت بخاطر نارسایی‌های بازار و یا عدم رعایت قواعد بازی از سوی بازاری‌ها باشد، دولت به صورتی تعریف شده در موضوع دخالت می‌کند^۲. در عین حال برخورد دولت با اهل بازار بسیار صمیمی و دوستانه می‌باشد و جنبه اخلاقی آن کاملاً مشهود است. مثلاً حاکم مسلمین وارد بازار می‌شود و در مواردی برای آن‌ها نوعی کلاس اخلاق کسب و کار تشکیل می‌دهد و در آنجا به آن‌ها خطاب می‌کند که: قبل از آنکه وارد حرفه بازار شوید احکام و مقررات آنرا یاد بگیرید. همچنین نوعی اخلاق منضبط بر بازار صدر اسلام حاکم بود. یک سنت بازار این بود که خریداری که نسبت به کالای خریداری شده پشیمان شده باشد می‌تواند آن را به فروشنده برگرداند. یکی از بازاریان مشهور از این عمل سرباز می‌زد و به برخی از دیگر قواعد اخلاقی بازار بی‌توجهی کرد، پیامبر تداوم کار او را مشروط به قبول قواعد مربوطه نمود^۳. همچنین پیامبر هنگام ملاحظه انجام معامله در تاریکی، آنرا نوعی حيله دانسته با آن مخالفت کرد^۴. ضمناً دولت برای آگاهی از کارکرد

۱. ان من واجبات الدولة تجاه التجار و ذوی الصناعات [الخارجية]: الف - ضمان ما نضیع لهم ب - ان یقوم بنفقاتهم ب - توفير الا من لسلهم ت - حفظ حرمتهم (ابن هندی، کنز العمال، مصدر المذکور ج ۴ ص ۵۵).

۲. ان الله هو المسعر القابض الباسط الرزق (ابن عیسی، ترمذی، دون تاریخ، جامع الصحیح، بیروت، دارالاحیاء).

۳. ان رسول الله (ص) لم یأذن لحکیم ابن حزام فی تجارته حتی ضمن له اقالة النادم و انظار المعسر و اخذ الحق و افیا (ر - ک عاملی، حر، وسائل الشیعه، مکتبه الاسلامیه ۱۳۸۵، ج ۱۲ ص ۲۸۶).

۴. پیامبر خطاب به بازاری مذکور می‌گویند: ان البیع فی الظلال غش و الغش لا یحل.

بازار، افراد صاحب نظری از خود بازاری ها را به عنوان ناظر برمی‌گزیند.

۵- عناصر مکمل اخلاق کسب و کار از منظر اسلامی: علاوه بر مصادیق ذکر شده، یک سری گزاره‌ها و دستورالعمل‌های اخلاقی دیگر در چارچوب کسب و کار از منظر اسلامی مطرح است که به عنوان نمونه به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود. یکی امور واجب می‌باشد که جنبه الزامی دارد، این امور هم برای فرد حقیقی مطرح است و هم برای جامعه (با نمایندگی دولت). تأمین نیازهای متعارف برای فرد و اجتماع به عنوان امور واجب قلمداد گردیده است. بخش قابل توجهی از تجارت و سایر فعالیت‌های اقتصادی مستحب می‌باشد. این‌ها فعالیت‌هایی است که انجام آن (علاوه بر پاداش مادی و اجتماعی) دارای پاداش معنوی و اخروی می‌باشد. در عین حال یک سری از فعالیت‌ها حرام و برخی از آن‌ها مکروه می‌باشد. فعالیت‌های مبتنی بر ربا، رشوه، قمار، و سفته بازی محض و امثال آن حرام محسوب می‌شوند. انحصار غیرطبیعی و احتکار نیز خلاف اخلاق کسب و کار است.^۱ به تجار و بازرگانان توصیه شده که با نیت خالص و برای رضای خداوند (و خدمت به خلق) وارد کسب و کار شوند و در تولید و فروش مراعات فقرا را بنمایند. در هنگام کسب و کار، آخرت را نیز در نظر گرفته از یاد خدا و پرداخت‌های شرعی مثل زکات غافل نشوند.^۲ همچنین تأکید شده که بخشی از زمان شبانه روز خود را نیز در امور غیرمادی صرف نمایند. در عین حال از زهد افراطی و تجمل‌گرایی افراطی بپرهیزند و در هزینه کردن روش متعادلی را دنبال کنند.^۳ حقوق نیروی کار را در اولین فرصت ممکن بپردازند. در معاملات و مبادلات نه خود را داخل ضرر نمایند و نه به دیگران زیان وارد کنند و علامت‌دهی غلط به مشتری ندهند.^۴ تجارتنی را بر پای دارند که رضایت تمامی اطراف معامله در آن محقق

۱. در قرآن بالاترین حملات علیه معاملات ربوی صورت گرفته است (مراجعه شود به: سوره بقره آیات ۸-۱۷۶) همچنین: پاداش رشوه‌گیرنده و رشوه‌دهنده و واسطه رشوه آتش جهنم خواهد بود. محتکر نیز به عنوان خیانت کار قلمداد شده است (من احتکر فهو خاطی).

۲. رجال لا تلهیهم تجارة و لا بیع عن ذکر الله و اقام الصلوة و ایتاء الزکات (سوره نور آیه ۲۷).

۳. الذین اذا انفقوا لم یسرفوا و لم یقتروا.

۴. احکام و قواعدی چون: لا ضرر و لا ضرار فی الاسلام و نهی النبی عن الغرر (از این نمونه است).

شود، در اموری که اطلاع کافی ندارند به متخصصین مراجعه کنند، در معامله به همدیگر خیانت نکنند و قس علیهذا.

پ- نتایج قابل ملاحظه و برخی پیامدهای سیاست‌گذاری

۱- توجه به اخلاق کسب و کار نه تنها در تقویت هنجارهای اجتماعی مؤثر است بلکه می‌تواند بر کارآمدی عملکرد سیستم‌های مدیریتی و اقتصادی نیز بیافزاید. اخلاق کسب و کار می‌تواند نوعی انضباط و اعتماد در سیستم‌های تصمیم‌گیری ایجاد کند.

۲- اخلاق کسب و کار از منظر اقتصاد اسلامی هم ابزاری است برای افزایش کارایی و هم خود هدفی است که باید محقق شود. زیرا اقتصاد اسلامی ضمن توجه جدی به کارآمدی، نهایتاً اخلاق محور است.

۳- با توجه به سیستمی بودن اقتصاد اسلامی، ابعاد کارآمدی اخلاق کسب و کار از ابعاد ارزشی آن جدا نمی‌باشد و لذا هر دو همدیگر را تقویت می‌کنند. زیرا از یک طرف انجام کار استاندارد خود جزء اخلاق کسب و کار است (قیمه کل امرء ما یحسنه) و از طرف دیگر هر نوع کسب و کاری که عناصر اخلاقی را مخدوش سازد، مورد تأیید شریعت نمی‌باشد. به همین خاطر کسب در آمد از راه حيله در معامله، ارائه اطلاعات غلط به مشتری و احتکار و انحصار و رشوه و ربا و امثال آن حرام می‌باشد. زیرا این امر اخلاق اجتماعی را مخدوش می‌نماید و موجب ظلم به شهروندان است و از سوی دیگر اتلاف منابع هم حرام است. زیرا به کارایی لطمه می‌زند.

۴- در صورت التزام به اخلاق کسب و کار از منظر اسلامی فضای آکنده از صداقت، عدالت، اعتماد، رعایت استاندارد کالا بر بازار حاکم خواهد شد و این خود تضمین امنیت اقتصادی و در راستای افزایش کارایی در بلندمدت است.

۵- التزام به اخلاق کسب و کار از منظر اسلامی علاوه بر پوشش منافع اخلاق مربوطه از منظر غیراسلامی و حتی غیردینی (سکولار) با توجه به پیوند عقیدتی آن می‌تواند تحرک و انرژی‌زایی بیشتری داشته باشد.

۶- محرواصلی در کسب و کار، انسانیت انسان است و سرمایه و سود و تولید در خدمت ارزش‌های انسانی هستند.

- ۷- بر خلاف تصور غیرکارشناسی و سطحی اخلاق محوری در کسب و کار اسلامی به معنای گریز از امور مادی، زهدگرایی افراطی و قناعت ناکارآمد نبوده بلکه با رقابت و کارایی و رشد همراهی دارد.
- ۸- دولت‌مردان هم خود (مثل باقی کارگزاران اقتصادی) موظف به پایداری ضوابط اخلاق کسب و کار هستند و هم بایستی زمینه تقویت و تثبیت آن را فراهم نمایند.
- ۹- مدیران و کارفرمایان بخش خصوصی می‌توانند با عنایت به اخلاق کسب و کار نوعی رابطه دوستانه و مبتنی بر اعتماد متقابل را در محیط کار فراهم آورند که این ضامن ثبات مدیریتی و کارآمدی آن در میان مدت خواهد بود.
- ۱۰- کارگزاران واحدهای دولتی از طریق سیستم‌های تشویقی و توییحی می‌توانند به تولید نوعی سرمایه اجتماعی مبادرت نمایند.

Archive of SID

منابع

- ابن رشد، ابوالولید (۱۹۸۶)؛ *فصل المقال*، بیروت، مؤسسه العربیه.
- ابن هندی، حسام (۱۹۸۵)؛ *کنز العمال*، بیروت، مؤسسه الرساله.
- ارسطاطالیس (۱۳۶۸)؛ *اخلاق نیکوماخس*، مترجم: ابوالقاسم پورحسینی، نشر دانشگاه تهران.
- ارسطو (۱۳۵۸)؛ *سیاست*، مترجم: حمید عنایت، کتاب‌های جیبی.
- الطوسی، خواجه نصیر (۱۳۷۳)؛ *اخلاق ناصری*، انتشارات خوارزمی.
- النراقی، محمد مهدی (۱۹۶۳)؛ *جامع السعادات*، نجف، مطبعة النجف.
- رازی، امام فخر (۱۴۱۳)؛ *تفسیر الکبیر*، مکتبه الاسلامیه.
- طباطبایی، محمد حسین (۱۳۹۷)؛ *المیزان*، اسلامیه.
- غزالی، امام محمد (۱۳۱۳)؛ *دون التاريخ*، احیاء العلوم، بیروت، دارالاحیاء.
- فیض، ملا محسن (۱۳۸۳)؛ *المحجۀ البیضاء*، انتشارات اسلامی.
- قرآن کریم.
- کنفسیوس (۱۳۷۵)؛ *مکالمات*، مترجم: حسین کاظم زاده، انتشارات علمی، فرهنگي.
- مجلسی، محمد باقر (۱۳۷۸)؛ *بحار الانوار*، اسلامیه.
- Almond, B., and Wilson, B. (1998); *Ethical Economy*, New York, Highlands.
- Armstrong, K. (2000); *The Battle for God*, London, Harper Collins.
- Aslan, A. (1998); *Religions Pluralism*, in Christian and Islamic Philosophy, London, curzon.
- Barker D, et. al. (1993); *The European Value Study*, London, Gordon.
- Barro, R, and Mccleary R, (2002); "Religion and Political Economy", *NBER Working Papers*.
- Bauman, Z. (1993); *Postmodern Ethics*, Oxford, Blackwell.
- Beck-Dudly, C. (1995); "A Look at Virtue Thought", *American Business Law Journal*, 34 (1).
- Becker Legge, G. (2001); *The World Religions*, London, Open University, Press.
- Billington, R. (2002); *Religion without God*, New York, Routledge.

- Boyer, P, (2000); *Religion, Explained*, NY, Heinemann.
- Bruce, S, (1992); *Religion and Modernization*, Oxford Clarendon Press.
- Carroll, A, (1991); "The Pyramid of Corporate Social Responsibility", *Business Horizons*, July 42.
- Carroll, A, B, (1989); *Business and Society*, Ohio, South- 0 Western.
- Clarcke, J, (2000); *The Tao of the West*, London, Routledge.
- Collard, D, (1981); *Altruism and Economy*, Oxford, Martin Robertson.
- De George, R, T, (1980); *Business Ethics*, New York, Macmillan.
- Enderle, Georges, (1999); *International Business Ethics, Challenges and Approaches*, Notre dame, university of Notre dame, press.
- Esposito, J, (1983); *Voices of Resurgent Islam*, Oxford University Press.
- Ethics, (1995); *Resource Center Survey*, USA today, October 18.
- Freeman, R, and Gilbert D, (1988); *Corporate Strategy and the Search for Ethics NJ*, Prentice Hall, p. 90.
- Friedman, M, (1970); "Social Responsibility of Business", *New York Times Magazine*, September 13, pp. 122-126.
- Good New Bibles (1976); United States, Bible Society Publication.
- Good New Bibles (1976); United States, p. 194.
- Gundlach, G, T, (1995); "Price Predation", *Journal of Public Policy*, 14, 278.
- Guyer, P, (1995); *Kant*, Cambridge University Press.
- Habermas, J, (1994); *The Past as Future*, Polity Press.
- Hamlin, A, (1996); *Ethics and Economics*, London, Edward Elgar.
- Hanegraff, W, (1996); *New Age Religion and Western Culture*, New York, E, J, beryl.
- Haynes, J, (1998); *Religion in Global Politics*, London, Longman.
- Heblethwaite, B, (1997); *Ethics and Religion in a Pluralistic Age*, London, T and T Clarck.
- Hughes, G, (2001); *Aristotle and Ethics*, London, Rutledge.

- Hughes, G, (2001); *Aristotle on Ethics*, New York, Routledge.
- International Association for Islamic Economic (2002); "Review of Islamic Economics", *Journal of the international association for Islamic economics and the Islamic foundation*, No. 11, The Islamic Foundation: Leicestershire, UK.
- Kodinson, M, (1973); *Islam and capitalism*, New York, Pantheon, Books.
- Kuran, T, (1996); "Islam and Underdevelopment", *Journal of Institution and Theoretical Economics*, 153 (1).
- Lawson, T. (2003); *Reorienting Economics*, London, Routledge.
- Levan, F, (1978); *Main Currents of Western Thought*, Yale University.
- Maclean, A, (1993); *The Elimination of Morality*, London Routledge.
- Maynard, M and Dolecheck, C, (1989); "Ethics", *Business*, Jan, pp. 12-18.
- Montgomery Watt, W, (1961); *Islam and the Integration of Society*, London, Routledge.
- _____, (1972); *The Influence of Islam on Medieval Europe*, Edinbur University Press.
- Netton, I, (1992); *Alfarabi and his School*, New York, Routledge.
- Pain, L, S, (1994); *Managing for Organizational Integrity*, Harvard University Press, March (111).
- Piscatori, J, (1986); *Islam in a World of Nation States*, Cambridge University Press.
- Ponaboy, R, P, (1995); *Corporate Crime in American*, US, Sentencing.
- Putman, R, (1993); *Civic Tradition*, Princeton University Press.
- Raven, C, (1994); *Science, Religion and Future*, London, Morehouse.
- Rawls, J, (1973); *A Theory of Justices*, Oxford University Press.
- _____, (2000); *Lectures on the History of Moral Philosophy*, Harvard University Press.
- Rippin, A, (1995); *Muslims*, New York, Routledge.
- Row, W, (1993); *Philosophy of Religion*, California, Wads Worth.
- Row, W, (1993); *Philosophy of Religion*, California, Wads Worth.

- Sauce, B, (1962); *Monasticisms*, St, Louis.
- Sehwarts, N and Smart T, (1995); "Giving and Getting Something Back", *Business Week*, august 28.
- Sen, A, (1964); *Ethics on Economics*, Blackwell.
- _____, (1997); *On Economic Inequality*, London, Clarendon.
- Sisk, T, (1992); *Islam and Democracy*, Washington, DC, Peace Press.
- Smart, JJ, and Haldane, JJ, (1996); *Atheism and Theism*, Hong Kong, Blackwell.
- Smith, E, Etal, (1990); "The Greeting of Corporate", *America Business Week*, April 23, pp. 96-103.
- Swinburne, R. (1997); *Is There a God*, Oxford University, press.
- Taylor, P, (1975); *Principles of Ethics*, Encino, Dickenson.
- Turner, B, S, (1974); *Weber and Islam*, Boston Routledge.
- Waines, D, (1996); *Islam*, Cambridge University Press.
- Waterman, A, M, C, (1994); *Wately, Senior and Methodology of Classical Economics*, London.
- Williams, B, A, (1985); *Ethics and the Limits of Philosophy*, Harvard University Press.
- Wilson, A, N, 1999, *God's Funeral*, New York, john Murray.
- Woodhead, L, et. al. (2002); *Religions in the Modern World*, London, Routledge.
- Yuspeh, A, R, (1995); *Development of Corporate Compliance Programs*, Washington, D.C, Sentencing Commission.

SID



ابزارهای
پژوهش



سرویس ترجمه
تخصصی



کارگاه های
آموزشی



بلاگ
مرکز اطلاعات علمی



سامانه ویراستاری
STES



فیلم های
آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی



تازه های آموزش
آموزش مهارت های کاربردی در تدوین و چاپ مقالات ISI

آموزش مهارت های کاربردی
در تدوین و چاپ مقالات ISI



تازه های آموزش
روش تحقیق کمی

روش تحقیق کمی



تازه های آموزش
آموزش نرم افزار Word برای پژوهشگران

آموزش نرم افزار Word
برای پژوهشگران