

درآمدی بر
اخلاق کسب و کار
در محیط جهانی

به اهتمام:
دکتر محمد نهاوندیان
جواد اسلامی



مرکز ملی جهانی شدن

۱۳۹۳

سرشناسنامه: نهاوندیان، محمد، ۱۳۳۳
عنوان و نام پدیدآور: درآمدی بر اخلاق کسب و کار در محیط جهانی / به اهتمام محمد نهاوندیان و جواد
ابراهیمی؛ ویراستار عادل عندلیبی.
مشخصات نشر: تهران: مرکز ملی جهانی شدن، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری: ۲۳۱ ص.
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۳۷۴۱-۴-۴
وضعیت فهرست نویسی: فیا
موضوع: اخلاق کسب و کار
شناسه افزوده: ابراهیمی، جواد، ۱۳۵۳-
شناسه افزوده: عندلیبی، عادل، ویراستار
شناسه افزوده: مرکز ملی مطالعات جهانی شدن
عنوان دیگر: HF ۵۳۸۷/ن ۹۵۴ ۱۱
رده بندی دیوید: ۱۷۴/۱
شماره کتابفروشی ملی: ۳۱۲۹/۱۱



درآمدی بر اخلاق کسب و کار در محیط جهانی
به اهتمام: دکتر محمد نهاوندیان و جواد ابراهیمی

ویراستار: عادل عندلیبی

صفحه آرای: هزاره سوم اندیشه

نوبت چاپ: اول

تاریخ انتشار: ۱۳۹۳

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

ناشر: انتشارات مرکز ملی جهانی شدن

چاپ و صحافی: شرکت ایران چاپ

شابک: ۹۷۸ - ۶۰۰ - ۹۳۷۴۱ - ۴ - ۴

قیمت: ۱۹۰۰۰۰ ریال

تمام حقوق مادی و معنوی این اثر برای ناشر محفوظ است.
استفاده از مطالب این کتاب با ذکر مأخذ بلامانع است.

نشانی ناشر: تهران، سعادت آباد، خیابان هجدهم، پلاک ۱۷

تلفن: ۲۲۰۷۰۸۷۷

نمابر: ۲۲۰۷۰۸۷۷

پیشگفتار

جهان امروز عصر دانایی و فناوری لقب گرفته است. در این فرآیند، کشوری قوی‌تر است که دانش بیشتر تولید کند و به اطلاعات بیشتری دسترسی داشته باشد. این آگاهی و دانش، به دانش روزآمدی و قابلیت دسترس بودن در کمترین زمان ممکن برخوردار باشد.

در دنیای پیچیده‌ی کنونی، دانش و اطلاعات نه تنها با سرعت شگفت‌انگیزی تولید می‌شود بلکه با همان سرعت نیز گسترش می‌یابد. در نتیجه، اندک تردید هر محقق در روزآمد کردن دانش و آگاهی خود و دسترس سریع به اطلاعات تخصصی مورد نیاز، باعث فرسنگ‌ها فاصله وی از قافله پرشتاب علم می‌گردد.

در این رهگذر، جهانی‌شدن باعث شده است تا افق‌های جهانی بیش از پیش به اطلاعات، آگاهی و دانش احساس نیاز کنند به ویژه آن دسته از جامعه‌ی بشری به‌سوی جامعه‌ی معرفتی در حال حرکت است که در آن تمامی منافع و اساس دانش و اطلاعات شکل می‌گیرد. عصر جهانی‌شدن ضمن برجسته ساختن اهمیت آگاهی و دانش موجبات تسهیل جریان اطلاعات را فراتر از مرزهای جغرافیایی فراهم آورده است. از این رو است که جهانی‌شدن در چند دهه‌ی اخیر توجه متفکران، دانشمندان و سیاستگذاران را به خود جلب کرده و در باره‌ی آن کتب و مقالات فراوانی به رشته‌ی تحریر درآمده است. همایش‌های زیادی درباره‌ی ابعاد و پیامدهای این پدیده در اقصی نقاط جهان برگزار گردیده و در محافل سیاسی و علمی بین‌المللی بدان پرداخته شده است. اهمیت موضوع، گستره‌ی همه‌جانبه‌ی آن و تأثیرات شگرفی که بر ابعاد مختلف

زندگی در دنیای معاصر داشته است و دارد، ایجاب می‌کند که این موضوع از جهات مختلف بررسی و واکاوی شود.

مرکز ملی مطالعات جهانی‌شدن در راستای انجام رسالت و مأموریت خویش مبنی بر ایجاد درک جامع و صحیح از روند جهانی‌شدن و فرصت‌ها و چالش‌های این پدیده و فراهم آوردن زمینه‌های لازم برای سیاست‌گذاری، تدوین راهبردها و راهکارهای مناسب برای دستگاه‌های علمی و اجرایی کشور جهت تصمیم‌گیری‌های صحیح و سازنده در تعامل با فرآیند جهانی‌شدن و با هدف اطلاع‌رسانی به مخاطبین و علاقمندان به مباحث جهانی‌شدن در حوزه‌های سیاسی، حقوقی، اقتصادی، زیست‌محیطی، فرهنگی، اجتماعی و ارتباطی و نیز تقویت ادبیات علمی و پژوهشی کشور در زمینه - ی جهانی‌شدن اقدام به نشر اثر حاضر نموده است، با این امید که گامی متواضعانه در مسیر آگاه‌سازی جامعه علمی و دانشگاهی کشور نسبت به این موضوع مهم بردارد. در اینجا بر خود لازم می‌بینیم از تلاش‌های ارزنده‌ی مسئولان و کارشناسان معاونت آموزشی و پژوهشی مرکز که فعالیت‌های درخور توجهی را برای آماده‌سازی این اثر جهت چاپ و انتشار معمول داشته‌اند قدردانی و سپاسگزاری نمایم. امید است کتاب حاضر مورد استفاده‌ی پژوهشگران، دانش‌پژوهان و دانشجویان ارجمند قرار گیرد و زمینه‌ساز تعامل فزاینده‌ی مراکز دانشگاهی علمی و مراکز تحقیقاتی و آموزشی کشور گردد.

علیرضا معیری

رئیس مرکز ملی مطالعات جهانی‌شدن

فهرست

۹.....	مقدمه
۱۱.....	تاریخچه اخلاق کسب و کار عادل عندلیبی - Richard B. George
۳۵.....	مسئولیت اجتماعی بندهای اقتصادی: سودآوری حداکثری محمد حسن نوروزی - Milton Friedman
۴۵.....	اخلاق کسب و کار: دست یابی به اصل مسووعه امید فرمان آرا - Paul F. Comenisch
۶۳.....	حمایت از کل گرایی اخلاقی: پاسخی به «روندهای دینی در اخلاق کسب و کار» محمد حسن نوروزی - Andrew Gustafson
۷۷.....	مطلوبیت و اخلاقیات (ارائه مدل تبعیض در جهت هدایتی علم اجتماعی برای فهم فرآیندهای انتخاب انسان‌ها) مصعب عبداللہی آرانی و نفیسه ایمانی - Siegwart Lindenberg
۱۰۱.....	مسئولیت‌های شهروندی شرکت‌ها حسین مروجی طبسی - Ronald Jeurissen
۱۱۹.....	مدل پیشنهادی زیرساختی برای ایجاد نظام‌های اخلاقی سازمانی علی اکبر جعفری - Long W. Lam - Louis P. White
۱۳۹.....	مدل یکپارچه شناخت و مدیریت رفتار اخلاقی در سازمان‌های کسب و کار علیرضا رضایت - Jean Garner Stead - Dan L. Worrell - W. Edward Stead

پاکسازی اخلاق از ایدئولوژی: از راهبردهای ناموفق تجارت تا خط‌مشی‌های میان‌فرهنگی

نوین..... ۱۶۱

علیرضا هدائی - Nada Korac-Kakabadse - Alexander Kousmin - David B. Dickerson

چشم‌انداز یکپارچه علوم اجتماعی به اخلاق کسب و کار جهانی ۱۸۵

مرتضی نصیری - Steven K. Paulson

راهنمای جامع مدیریت اخلاق: (مجموعه ابزارهای اخلاقی برای مدیران) ۱۹۹

علیرضا ضایع - Carter McNamara

www.ketab.ir

مقدمه

این مجموعه شامل یازده مقاله است که از میان انبوهی مقالات گردآوری شده، با نظر گروه فرهنگ و کسب و کار، مطالعات جهانی شدن، برای ترجمه گزینش شده‌اند. چهار اصل راهنمای این گزینش ده است: نخست معرفی مفاهیم کلیدی و ارائه‌ی تصویری عمومی اما دقیق از اخلاق کسب و کار، تأکید بر متون کلاسیک این حوزه. دیگر، توجه همزمان به بحث‌های نظری و کاربردی، و سوم توجه به جنبه‌های دینی، فرهنگی و جهانی اخلاق کسب و کار، و چهارم توجه به نیاز سازمان و بنگاه به عنوان واحد تحلیل در دانش اخلاق کسب و کار. بدین ترتیب گزینش و ترجمه‌ی متون ضروری و مهمی در زمینه‌ی اخلاق در رشته‌های مختلف فعالیت اقتصادی؛ نظیر اخلاق در امور مالی و حسابداری یا اخلاق مدیران، آموزش اخلاقی به کارکنان، بنگاه‌ها و شیوه‌های آن، موردپژوهی در زمینه‌ی اخلاق کسب و کار، مسائل مربوط به «دینان اخلاقی»، روش‌شناسی حل تعارضات اخلاقی و روش‌شناسی تنظیم اسناد اخلاقی بنگاه و... به مجلدات تکمیلی این مجموعه موقوف شده است.

تلاش برای یافتن یا برساختن یک معادل واحد که بتواند همه‌ی کاربردهای واژه‌ی «Business» را در بافت‌های گوناگون، پوشش دهد نتیجه‌بخش نبوده است. این واژه دست‌کم سه کاربرد دارد:

یک کاربرد عام که به کسب و کار و بازرگانی و هرگونه فعالیت درآمدزا دلالت دارد. یک کاربرد خاص که دلالت دارد به یک شرکت یا بنگاه. و یک کاربرد برای اشاره

به بخش ویژه‌ای از بازار؛ مثلاً بازار کامپیوتر یا بازار مواد غذایی. در این مجموعه مترجمان کوشیده‌اند بنابه تشخیص خود معادل‌های «کسب‌وکار»، «بازرگانی»، «بنگاه» یا «بازار» را با ملاحظه‌ی بافت به کار برند، جز آنکه مترجم نخست مقاله‌ی تاریخیچه‌ی اخلاق کسب‌وکار - آقای امیرهمایون شریفی - واژه‌ی برساخته‌ی «کارپیشه» را به جای «Business» پیشنهاد داده‌بودند و ترجمه‌ای ویژه از مقاله ارائه کردند. این معادل و برخی معادل‌های دیگر پس از مباحثه‌ی بسیار مورد پذیرش ویراستار مجموعه قرار نگرفت، و با توافق مترجم نخست، بنامش فرصت محک‌خوردن این معادل، و عرضه‌ی آن به جامعه‌ی علمی در سایت مرکز ملی مطالعات جهانی‌شدن فراهم شود.

در مجموع ترجمه مقاله‌ی اول با تغییرات بسیار در صورت و معنا، سامان مجدد یافت. این لحاظ من‌استار وظیفه‌ی خود می‌داند مسوولیت معنوی متن مقاله‌ی نخست را به‌ویژه در بخش‌های لغزش‌ها و ناراستی‌های آن، تماماً برعهده بگیرد.

به هر روی نام‌های نخست ترجمه در معرفی یک زمینه‌ی جدید از دانش با کندی و دشواری همراه است، این در اصل در ترجمه‌ی اصطلاحات خاص بازارهای مالی و سرمایه‌گذاری؛ مثل greenmail یا leveraged buyouts، یا اصطلاح خاص حیطه‌ی اخلاق کسب‌وکار whistle blowing رخ می‌نماید. بی‌گمان بازخورد خوانندگان فرهیخته در مورد این معادل‌ها هدیه‌ای از گشتارای مترجمان خواهد بود.

جواد ابراهیمی