



اخلاق کسب و کار

دکتر محسن مطیعی

عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی

📖 نام کتاب: اخلاق کسب و کار

✍ مؤلف: محسن مطیعی

🌸 ناشر: اندیشه عصر

🌸 شمارگان: ۲۰۰ نسخه

🌸 وبت چاپ: اول-۱۳۹۹

🌸 شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۲۱-۲۹۹-۱

🌸 قیمت: ۵۸۰ تومان

عنوان و پدیدآورنده اخلاق کسب و کار - محسن مطیعی

مشخصات نشر: تهران: اندیشه عصر ۱۳۹۹

مشخصات ظاهری: ۲۰۰ صفحه، رقعی

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۲۱-۲۹۹-۱

وضعیت فهرست نویسی: فیا

موضوع: اخلاق کسب و کار -- جنبه های مذهبی -- اسلام -- راهنمای آموزشی (عالی)

موضوع: (Higher) Study and teaching -- Islam -- Religious aspects -- Business ethics

رده بندی کنگره: ۲۵۴ / ۶۵ BP

رده بندی دیویی: ۲۹۷ / ۶۵۵

شماره کتاب شناسی ملی: ۷۳۱۳۱۷۹

مرکز پخش:

تهران- میدان انقلاب- ابتدای خیابان آزادی- روبروی سینما مرکزی

بازار بزرگ انقلاب- طبقه زیر همکف- پلاک ۹ تلفن ۶۶۹۱۴۳۰۱-۶۶۴۲۴۶۱۷

بخش اول: مفاهیم و نظریات اخلاقی

۱۶	فصل اول: معنا و فلسفه اخلاق
۱۸	علم و معرفت
۱۹	فلسفه اخلاق
۲۰	مکتب تکلیف گرایی کانت
۲۲	کانت و مبانی اخلاق
۲۵	نظریه اخلاق کانت
۲۶	بخش های کار کانت در اخلاق
۲۷	جایگاه اخلاق در کسب و کارها
۲۸	نگاه اسلام به موضوع اخلاق
۳۱	منابع
۳۱	فصل دوم: مفاهیم و نظریه های اخلاق
۳۴	نظریه های عام گرا (جهان شمول)
۳۵	نظریه های نسبی گرا
۳۵	نسبی گرایی توصیفی
۳۶	نظریه های فایده گرا: (مطلوبیت گرا)
۳۷	اخلاق حرفه ای
۳۷	اخلاق کسب و کار
۳۸	اخلاق کاربردی
۳۸	اخلاق نظری
۳۹	دوراهی اخلاقی
۳۹	تعارض های ارزشی
۳۹	استدلال اخلاقی

۳۹	ترکیب متناقض
۴۰	ارزش ذاتی
۴۰	ارزش ابزاری
۴۱	فایده گرایی یا خیر اکبر
۴۱	اخلاق پرهیزکارانه
۴۱	قانون طلایی
۴۱	اخلاق آزادی خواب
۴۲	مطالعه موردی
۴۶	منابع
۴۷	فصل سوم: رشد اخلاق
۴۹	شش مرحله کلبرگ
۵۲	مفهوم مرحله
۵۳	تفکر اخلاقی و رفتار اخلاقی
۵۳	تفکر اخلاقی و سایر اشکال شناخت
۵۳	نگاه زنانه گیلیگان به رشد اخلاقی
۵۳	کاربردهای ضمنی در تعلیم و تربیت
۵۵	نظریه تحول اخلاقی سازمان ها
۵۷	تمرین
۵۸	منابع
۵۹	بخش دوم: احکام کسب و کار اسلامی
۶۱	فصل چهارم: خیارات
۶۲	نقش خیارات در عقد قرار داد و کسب و کار
۶۳	انواع خیارات
۶۳	خیار مجلس

۶۴		خيار حيوان
۶۵		خيار شرط
۶۶		خيار تاخير پرداخت ثمن
۶۶		خيار رويت
۶۷		خيار غبن
۶۸		خيار عيب
۶۸		خيار تدليس
۶۹		خيار تخلف شرط
۶۹		خيار شرك
۷۰		مطالعه موردی
۷۳		منابع
۷۱		فصل پنجم: بازار اسلامی
۷۴		احكام خريد و فروش
۷۴		آداب تجارت و خريد و فروش از دیدگاه اسلام
۷۹		اجزاء مختلف بازار
۷۹		جايگاه والای بازار و بازرگانی در فرهنگ اسلامی
۸۰		اصول بازرگانی اسلامی
۸۹		شكل فیزیکی بازار در تمدن اسلامی
۹۰		نمونه هایی از بازار اسلامی در کالبد شهرهای اسلام
۹۱		چانه زدن
۹۳		منابع
۹۵		فصل ششم: اصول و معیارهای بازار اسلامی
۹۶		جايگاه بازار در تمدن اسلامی
۹۶		ویژگی های عمده بازار اسلامی

۱۰۱.....	دامپینگ.....
۱۰۶.....	مطالعه موردی.....
۱۱۱.....	منابع.....
۱۱۳.....	فصل هفتم: حرمت ربا.....
۱۱۴.....	انواع ربا.....
۱۱۵.....	حرمت ربا.....
۱۱۹.....	علت حرمت ربا.....
۱۲۰.....	استثنائات.....
۱۲۲.....	آیا پول از قیمت است یا امثلیات؟.....
۱۲۳.....	ربا و بهره.....
۱۲۳.....	ربا و سود.....
۱۲۵.....	مطالعه موردی.....
۱۲۷.....	منابع.....
۱۲۹.....	فصل هشتم: عقود اسلامی.....
۱۳۰.....	تفاوت تأمین مالی متعارف و اسلامی.....
۱۳۲.....	اولویت در پرداخت اصل و فرع.....
۱۳۳.....	عدم ارتباط بین تأمین و تخصیص منابع در بانکداری متعارف.....
۱۳۶.....	اصول بنیادی بانکداری و مالی اسلامی.....
۱۳۸.....	قانون بانکداری بدون ربا ایران: تجهیز منابع پولی.....
۱۳۸.....	انواع سپرده های بانکی در بانکداری بدون ربا ایران.....
۱۴۱.....	شیوه های تخصیص منابع در بانکداری بدون ربا ایران.....
۱۴۴.....	انواع قراردادهای موضوع تأمین مالی و بانکداری اسلامی.....
۱۴۴.....	عقود مبادله ای.....
۱۴۵.....	فروش اقساطی.....

۱۴۷	مراجعه
۱۵۰	جعاله
۱۵۱	فرم قرارداد جعاله
۱۵۴	استصناع
۱۵۴	سلف
۱۵۵	بیع سلف
۱۵۵	خرید دین
۱۵۸	مشارکت
۱۵۹	فرم قرارداد مشارکت
۱۶۸	مضاربه
۱۶۹	مزارعه
۱۶۹	مساقات
۱۷۰	فرم قرارداد مساقات
۱۷۲	منابع
173	بخش سوم: مباحث اخلاقی کسب و کار
۱۷۳	فصل نهم: اخلاق و خبرچینی در سازمان
۱۷۶	علل سخن چینی
۱۷۸	تفاوت سخن چینی با سعایت
۱۷۸	تفاوت سخن چینی و اصلاح ذات البین
۱۷۸	اصطلاح اخلاقی سخن چینی
۱۷۹	خبرچینی سالم در محیط کار
۱۸۰	مقبولیت اجتماعی سخن چینی
۱۸۱	پیامدهای سخن چینی
۱۸۱	اثر اخروی سخن چینی

۱۸۲	نگاه اسلام در ارتباط با خبرچینی
۱۸۳	نمّامی در روایات
۱۸۴	مطالعه موردی
۱۸۷	منابع
۱۸۷	فصل دهم: اخلاق در تولید
۱۹۲	نکات قابل توجه در رعایت اخلاق حرفه ای در تولید
۱۹۳	نگاه اسلام بر باره ی اخلاق در تولید (عناصر، اصول و مبانی)
۱۹۳	عناصر اخلاقی تولید از منظر اسلام با توجه به آیات و احادیث
۱۹۴	مبانی و اصول تولید از دیدگاه اسلام
۱۹۶	مطالعه موردی
۲۰۰	منابع
۲۰۱	فصل یازدهم: اخلاق در بازاریابی و فروش
۲۰۴	برخی از انواع بازاریابی ها
۲۰۵	اخلاق در بازاریابی
۲۰۷	تدوین معیارهای اخلاقی برای فروشندگان
۲۰۹	مطالعه موردی
۲۱۱	منابع
۲۱۳	فصل دوازدهم: اخلاق در امور مالی
۲۱۴	حسابداری و اخلاق
۲۱۵	تاریخچه اخلاق در حسابداری
۲۱۶	اهمیت اخلاق در حسابداری
۲۱۶	نیاز حسابداران حرفه ای به اخلاق
۲۱۷	اصول اخلاق حسابداری (چالش اخلاقی)
۲۲۰	نگاه اسلام در خصوص اخلاق مالی منبث از احکام، تعاریف فقهی، آیات

۲۲۳	 مطالعه موردی
۲۲۶	 منابع
۲۲۷	 فصل سیزدهم: اخلاق و فریبکاری
۲۲۸	 بیع غرری
۲۲۹	 معامله غرری
۲۲۹	 مصادیق غرر در معاملات
۲۲۹	 بررسی تفاوت غرر با موارد مشابه
۲۳۲	 نقش فریبکاران در کسب و کار
۲۳۲	 مطالعه موردی
۲۳۷	 منابع
۲۳۵	 فصل چهاردهم: اخلاق فردی و اجتماعی در کسب و کار از منظر ادیان
۲۴۰	 اخلاق فردی
۲۴۰	 اخلاق اجتماعی
۲۴۱	 کسب و کار از منظر ادیان
۲۴۴	 مطالعه موردی
۲۵۶	 منابع
۲۵۳	 فصل پانزدهم: اخلاق در فناوری
۲۵۹	 چیستی و ماهیت اخلاق علم و فناوری
۲۶۲	 مطالعات فلسفی در حوزه اخلاق فناوری اطلاعات
۲۶۴	 نگاهی به مسائل اخلاق فناوری اطلاعات در روایات اسلامی
۲۶۵	 ضرورت بهره گیری حداکثری از امکانات پیشرفته
۲۶۶	 مطالعه موردی
۲۶۹	 منابع
۲۷۱	 فصل شانزدهم: اخلاق در منابع انسانی

۲۷۳	اهداف مدیریت منابع انسانی
۲۷۳	شیوه های مدیریت منابع انسانی
۲۷۴	ماهیت مدیریت منابع انسانی
۲۷۴	کارکرد های مدیریت منابع انسانی
۲۷۴	اهمیت مدیریت منابع انسانی از دیدگاه اسلام
۲۷۵	مدیریت منابع انسانی و جایگاه اخلاق در آن
۲۷۷	انواع سطوح تاثیرگذار بر رفتار اخلاقی کارکنان و عوامل آنها
۲۷۷	ترویج اخلاقی حرفه ای به مسئولیت های اخلاقی منابع انسانی
۲۷۸	نقش اخلاق از دیدگاه اسلام در مدیریت منابع انسانی
۲۷۸	نقش اخلاق از دیدگاه متفکران غربی در مدیریت منابع انسانی
۲۷۸	عهد نامه اخلاقی انجمن مدیریت منابع انسانی (SHRM)
۲۷۹	مطالعه موردی
۲۸۲	منابع
۲۸۳	فصل هفدهم: اخلاق و فساد
۲۸۴	انواع فساد
۲۸۶	عوامل بازدارنده فساد اداری از نگاه حضرت امیرالمومنین
۲۹۲	راه های مبارزه با فساد اداری
۲۹۳	اشکال فساد اداری
۲۹۴	شاخص ادراک فساد
۳۰۱	شاخص رشوه دهندگان
۳۰۴	بارومتر جهانی فساد
۳۰۸	مطالعه موردی
۳۱۳	منبع

در تدریس درس اخلاق و احکام کسب‌وکار در مقطع کارشناسی ارشد با چند واقعیت مواجه شدم که اهداف تألیف این کتاب شد. واقعیت اول عدم تمایل اکثر دانشجویانی که رشته تخصصی آن‌ها در راستای موضوعات حوزه اخلاق نیست به گذراندن این درس در یک‌ترم تحصیلی بود. وقتی علت این عدم تمایل را در ابتدای ترم جویا می‌شدم عدم ضرورت این موضوع عنوان می‌شد لیکن با روش تدریسی که با کمک خود دانشجویان در پیش گرفتیم نه تنها به این درس دانشجویان علاقه نشان دادند بلکه به عنوان یکی از مباحث ضروری از آن یاد می‌کردند. واقعیت دوم عدم تمایل اکثر دانشجویان نسبت به حفظ نظریات و غیرکاربردی دانستن آن‌ها است. اخلاق کسب‌وکار دربردارنده نظریات اخلاقی و فلسفه اخلاق است. آموختن این مباحث از نظر دانشجویان غیرکاربردی به نظر رسیده و سبب عدم تمایل به موضوع می‌شد. به همین دلیل رویکرد تدریس را بر طرح موارد کاربردی به نظر رسید و سبب عدم تمایل به موضوع می‌شد. به همین دلیل رویکرد تدریس را بر طرح موارد کاربردی به نظر رسید و سبب عدم تمایل به موضوع می‌شد. به همین دلیل رویکرد مورد نظر بیان کردم. واقعیت سوم لزوم آگاهی نسبت به نظریات اخلاقی و برخورداری از آن‌ها در امور مختلف جامعه است. اگرچه شاید بعضی ادراک فساد نمی‌تواند به طور کامل آینه‌ی واقعیت‌های یک جامعه باشد لیکن رتبه 146 از میان 198 کشور مورد مطالعه و دریافت نمره 26 از 100 در سال 2019 ضرورت توجه به اخلاقیات به خصوص اخلاق حرفه‌ای و اخلاق کسب‌وکار را نشان می‌دهد.¹ برخی شواهد از اخبار و آمار داخلی نیز ضرورت توجه به اخلاقیات، توجه به احترام به قانون و مقید بودن افراد به احکام دینی را مراد تأیید قرار می‌دهد. به عنوان نمونه حدود یک میلیون فقره چک برگشتی به ارزش تقریبی 16 هزار میلیارد تومان در اردیبهشت‌ماه 99 در کل کشور²، روند افزایشی کلاهبرداری‌های مربوط به فیکس³، قاچاق کالا و ارز به ارزش تقریبی 12.5 میلیارد دلار که تا 30 میلیارد دلار نیز برآورد می‌گردد همه مؤید نیاز لزوم توجه بیشتر به حوزه اخلاقیات در جامعه است. به خصوص تغییر ماهیت فسادهای

¹ <https://www.transparency.org/en/cpi>

² <https://www.tasnimnews.com/>

³ اخذ اطلاعات کارتهای بانکی از طریق سایت‌های جعلی و خالی کردن حساب

بزرگ در کشور به نحوی که اختلاس بانکی 123 میلیارد تومانی در سال 1371 به فساد مالی 3000 میلیارد تومانی در سال 1390، جعل، رشوه، فساد بزرگ نفتی و سوء مدیریتی بالغ بر 26000 میلیارد تومان در سال 1392، حقوق نجومی و املاک نجومی به ارزش بیش از 2200 میلیارد تومان در سال 1395 همه و همه لزوم توجه به اخلاقیات در جامعه را نشان می دهد.¹ این توجه می بایست از نوع کاربرد اخلاق بوده و صرفاً معطوف به حفظ تنوری و فلسفه اخلاق نباشد. جهت کاربردی شدن اخلاق در فرآیند آموزشی به نظر می رسد با شناخت افراد از استدلالی اخلاقی و قرار دادن انتخاب‌ها در آینه فلسفه اخلاق، می توان ادراک فرد را تعمق بخشید.

جهت نگارش این کتاب بر اساس سرفصل‌های وزارت علوم تحقیقات و فناوری مباحث درس اخلاق و احکام کسب و کار مورد بررسی قرار گرفت. پس از تهیه محتوا مورد نظر و بررسی ادبیات موضوع جهت درک بهتر مطالب از مجموعه‌های موردی استفاده شد. برای بهره بردن از مطالعه‌های موردی در میان مثال‌های ساختگی و واقعی تعدادی کیس انتخاب شد. این کیس‌ها چندین ترم در کلاس‌های اخلاق کسب و کار در دانشگاه علامه طباطبائی مطرح شد. روش کار به این صورت بود که پس از طرح مفاهیم حوزه مورد نظر، کیس مطرح شده و بر اساس نظریات اخلاقی، دانشجویان ذینفعان آن موضوع را مشخص نموده و پیرامون دایره‌های اخلاقی مورد نظر بحث می نمودند. در این بحث چند حالت به وجود می آمد، معمولاً گروه وجود داشتند که یکی از گزاره‌ها را انتخاب می نمودند و اندکی از دانشجویان از انتخاب یکی از گزاره‌ها سرباز زده و آلترناتیوهای خود را مطرح می کردند. پس از این مرحله استدلال‌های اخلاقی جهت دفاع از انتخاب مورد نظر انجام می شد. در برخی از کلاس‌ها آنقدر بحث جذاب می شد که پس از پایان کلاس نیز تبادل نظر ادامه یافته و در شبکه‌های اجتماعی و حتی برگزار نمودن کلاس‌های فوق العاده بحث ادامه می یافت. سعی می شد در پایان بحث در خصوص انتخاب‌های اخلاقی، این انتخاب را از منظر نظریات مختلف و فلسفه اخلاق خود دانشجویان قضاوت نمایند. البته با تاکید بر این

موضوع که هر دانشجو خود قاضی نظر خود باشد. با توجه به رویکرد اسلامی در این درس، از احکام اسلامی جهت پیدا کردن راه حل دینی در دوراهی اخلاقی نیز بهره گرفته شد. بر این اساس پس از حدود 7 ترم تدریس این درس محتوای موردنظر در کتاب حاضر تالیف گردید. در طول 3 سالی که فرآیند تالیف کتاب به طول انجامید، محتواهای مختلفی در حوزه اخلاق کسب و کار تالیف گردید. ولی همچنان نیاز به ارائه کیس های مطالعاتی جهت کاربردی شدن نظریات حوزه اخلاق کسب و کار نیاز می شود که امید است این کتاب پاسخی به این نیاز باشد.

کتاب حاضر در فصول ابتدایی مفاهیم، نظریات و فلسفه اخلاق کسب و کار را مطرح نموده و سپس از منظر احکام اسلامی کلیاتی را در خصوص مکاسب مطرح می نماید. در ادامه وارد برخی از مضامین اخلاق کسب و کار شده و با اتکا به فصول ابتدایی هر یک از این مباحث موردبحث قرار می گیرد.

با توجه به هزینه های بالای انتشار کتاب در سال های اخیر و نیز دشوار بودن تهیه نسخه چاپی تصمیم گرفتم تعداد کمی از کتاب چاپ شده انتشار آن بیشتر در فضای مجازی صورت پذیرد تا با هزینه بسیار کمتر افراد علاقه مند به محتوای کتاب دسترسی داشته باشند. جا دارد از همکاران و دانشجویانی که در تهیه کتاب در طول این چندترم همکاری کردند به خصوص سرکار خانم ثریا بیرامی که زحمت ویراستاری آن را کشیدند تشکر نمایم.