

به نام آفریننده دانایی

# اخلاق حرفه ای در تجارت


مدرس:  
ساناز عسگری

اسفند ۹۸



## مقدمه:

در یک نگاه اگر چه در جامعه ما از اخلاق یاد می شود ولی متأسفانه آنچه رفته رفته در سالیان اخیر در کشور ما در مقام عمل مشاهده می شود این واقعیت است که تعداد مردم اخلاق محور و شاغلان و مسئولان واقعا اخلاقی به تدریج تحلیل رفته است بر عکس در غرب از حدود نیم قرن پیش در فلسفه اخلاق و مدتی پس از آن در اخلاق حرفه ای، دروس دانشگاهی و کنگره ها و کنفرانس های گوناگون و پژوهش های مختلف بر پا شده و انجام می شود و فارغ التحصیلان دانشگاه در سطوح مختلف و حرفه های گوناگون فعالیت می کنند و شاخصه های اخلاق مصوب انجمن های تخصصی را در انواع مشاغل به کار می بندند.

انسان خواهان موفقیت است از آن جا که موفقیت فرد در زندگی  شخصی، اجتماعی و شغلی با الگوهای رفتاری ارتباطی وابسته است و تصحیح این الگوها نیز نقش اساسی در کسب موفقیت دارد موفقیت در پرتو ارتباط درست و آسان انسان با خود و دیگران کسب می شود زیرا انسان بطور دائم در تعامل با خود و دیگران است. این ارتباط درست و آسان چگونه پدید می آید؟ ارتباطی درست و آسان خواهد بود که موجه و بر خوردار از دلیل منطقی باشد منطقی فکر کردن و اخلاقی عمل کردن کلید سعادت و آسایش انسان ها است.

اصول اخلاقی می بایست بر فعالیت های ارادی انسان حاکم باشد از طرفی تجارت یک فعالیت ارادی است بنابراین اصول اخلاقی باید بر فعالیتهای تجاری انسان نیز حاکم باشد برخی تصور می کنند که برای رعایت اصول اخلاقی تجارت کافی است که از قانون پیروی کنند این تصور غلط است زیرا تعهد اخلاقی برای رعایت قانون تا زمانی وجود دارد که قانون مستلزم رفتارهای نا عادلانه نشود .  
عدم رعایت اصول اخلاقی می تواند منافع کوتاه مدت را برای شرکتها ایجاد کند اما با گذر زمان رفتارهای ناپسند به منافع مالی شرکت ضربه وارد می کنند .  
هدف نهایی اصول اخلاقی آن است که مجموعه ای از استانداردهای اخلاقی را پدید آورد که حفظ و بکار گیری آنها منطقی باشد .

رواج اخلاق تجارت نتایج مثبتی از جمله توسعه پایدار از طریق کاهش مصرف منابع تجدید ناپذیر، مقررات بهداشتی، حفاظت محیط زیست، مشتری مداری، جلوگیری از تبلیغات فریبنده و نظیر آن را در پی داشت. در دنیای امروزی توجه به مسائل اخلاقی در تجارت و به طور کلی در اقتصاد بین المللی اهمیت خارق العاده ای کسب کرده است بررسیهای انجام شده نشان داده است که میانگین سود شرکتهایی که رهنمود های اخلاقی، معیارها و ضوابط شناخته شده اخلاق حرفه ای را رعایت می کنند بالاتر از میانگین سود شرکتهایی است که به این امر مهم کم توجه بوده و از این مزیت رقالتی بی بهره مانده اند.

## تعریف اخلاق:

اخلاق واژه عربی است که جمع خلق (خوی سرشت طبیعت باطنی یا سرشت درونی انسان) و در کتابهای لغت آن را دانش بد و نیک خویها و تدابیر انسان برای نفس خود یا یک تن خاص تعریف کرده اند.

در زبان انگلیسی کلمه Ethics (اخلاق) از واژه یونانی EtiKos به معنی عادت، خصلت، خلق و خوی، سرشت، روش و نظایر آن گرفته شده است. برخی از زبان شناسان معتقدند که واژه Ethics از کلمه لاتینی Ethos اقتباس شده است که مفهوم لغوی آن کارا کتر (شخصیت) است و به مجموعه ای از باورها و دیدگاه های مرتبط با منش آدمی اطلاق می شود که رفتار افراد، گروه ها، نهادها و ملتها را هدایت می کند.

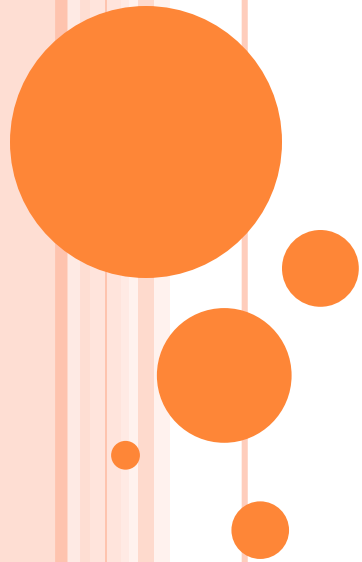
## تعاریف گوناگون در مورد اخلاق:

- ۱- اخلاق اصول حاکم بر رفتار افراد یا گروه‌های انسانی است که بر پایه آن می‌توانند صواب را از نا صواب و خوب را از بد تشخیص دهند.
- ۲- فرایند اتخاذ تصمیم درباره رفتار درست یا نادرست اخلاق نامیده می‌شود.
- ۳- اخلاق مشتمل بر معیارها و ارزشهایی است که هدایت رفتار فرد و جامعه را بر عهده دارد.
- ۴- اخلاق مجموعه‌ای از اصول و ارزشهایی است که از آموزه‌های مذهبی و تعالیم معنوی نشأت می‌گیرد و بر پایه این اصول و ارزشها فرد رفتار و اعمال خود را کنترل و هدایت کرده و رفتار دیگران را مورد قضاوت قرار می‌دهد.
- ۵- اخلاق، سیستم یا نظامی است که رفتارهای درست و نا درست را توصیف می‌کند.
- ۶- اخلاق مجموعه‌ای از اصول و هنجارهایی راجع به ارزشیابی و داوری درباره افعال انسانی که به صورت ارادی و اختیاری انجام می‌شود و تشخیص خوبی و بدی آنها و الزامات مسئولیت و وظایف برای انسانها.



## اخلاق تجاری:

شاخه ای از اخلاق کاربردی (عملی) است که اصول اخلاقی و معنوی  
یا مسائل اخلاقی ناشی از آن را در محیط تجاری مورد بررسی قرار  
می دهد .



## موضوعات مطرح شده در اخلاق تجاری:

- ۱- سوء استفاده از ابزارهای بازار یابی و تبلیغات گمراه کننده
- ۲- کمک شرکتها یا بنگاه های اقتصادی به احزاب یا گروههای ذی نفوذ به منظور بهره برداری از قدرت آنها برای دستیابی به اهداف تجاری
- ۳- تجزیه و تحلیل گمراه کننده در گزارشهای مالی به منظور فریب سهامداران
- ۴- رشوه خواری، پرداخت های نامشروع برای پیشبرد فعالیتهای تجاری
- ۵- رقابت ناسالم یا حذف رقبا به روشهایی که با ارزشهای حاکم بر جامعه مغایرت دارد
- ۶- مسائل اخلاقی مربوط به کارگر و کارفرما (تبعیض قائل شدن بر حسب سن، جنس، نژاد، مذهب، معلولیت، جذابیت
- ۷- تضییع حقوق کارکنان در محیط کار، عدم رعایت انصاف و عدالت در پرداخت حقوق و دستمزد کارکنان، بی تو جهی به مسائل ایمنی و بهداشتی در محیط کار

۸- بازاریابی برای کالاهایی که به سلامت جامعه لطمه می زنند

۹- تبعیض در قیمت گذاری برای کالا هایی که ویژگیهای یکسانی دارند

۱۰- تولید کالاهای غیر اخلاقی و مضر

۱۱- فعالیت در بازار سیاه یا اقتصاد زیر زمینی

۱۲- تولید کالاهای نامرغوب، ناقص یا معیوب و اعتیاد آور

۱۳- نادیده گرفتن مسائل زیست محیطی در فعالیتهای تجاری و تولیدی (تولید و فروش کالاهایی که به محیط زیست آسیب وارد می کنند)

۱۴- مسائل اخلاقی ناشی از کاربرد فناوریهای جدید (گوشیهای تلفن همراه یا رایانه هایی که اشعه آنها برای سلامت مصرف کنندگان مضر است)

۱۵- مسائل اخلاقی مربوط به آزمایش داروها یا فرآورده ها روی حیوانات

۱۶- مسائل مربوط به حقوق مالکیت معنوی

۱۷- استفاده از علائم تجاری دیگران بدون جلب رضایت آنان

۱۸- استفاده از کار کودکان یا مهاجران غیر قانونی

۱۹- مسئولیت اجتماعی شرکتها که در خصوص وظایف و تکالیف بنگاههای اقتصادی نسبت به یکدیگر و جامعه و رابطه اعضا موسس یا مالکان یک شرکت یا سهامداران، رعایت امانتداری، جاسوسی صنعتی، تصاحب یک شرکت یا در اختیار گرفتن مالکیت آن بدون رضایت مدیریت و هیئت مدیره بحث می کند.

# پایان جلسه اول