



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
In the Name of Allah, the Compassionate the Merciful



اخلاق کاربردی در اقتصاد

حسن بوسلیکی

سخن ناشر

با پیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی و در عصر جهانی شدن ارتباطات، پرسش‌ها و چالش‌های نوینی در حوزه علوم انسانی، فراوری اندیشمندان مسلمان قرار گرفت که برخاسته از مسئولیت دشوار حکومت در این عصر است؛ دورانی که پابندی به دین و سنت در مدیریت همه‌جانبه کشورها بسیار چالش‌برانگیز می‌نماید. از این رو، مطالعات و پژوهش‌های به‌روز، جامع، منسجم و کاربردی در حوزه دین، بر اساس معیارهای معتبر جهانی و اندیشه‌های ناب و ژرف، بایسته و ضروری است و جلوگیری از انحرافات فکری و تربیتی پژوهندگان حوزه دین، مهم و مورد عنایت بنیان‌گذاران این شجره طیبه، به‌ویژه معمار بزرگ انقلاب اسلامی، امام خمینی علیه السلام و مقام معظم رهبری علیه السلام می‌باشد.

جهانی‌شدن و گسترش سلطه فرهنگی غرب در سایه رسانه‌های فرهنگی و ارتباطی، اقتضا دارد که دانش‌پژوهان و علاقه‌مندان به این مباحث، با اندیشه‌های بلند و ارزش‌های متعالی آشنا شوند و این مهم، با ایجاد رشته‌های تخصصی، تولید متون جدید و غنی، گسترش دامنه آموزش و تربیت سازمان‌یافته دانشجویان به سرانجام خواهد رسید. این فرایند، گاه در پرداختن به مباحث بنیادین و تدوین متون تخصصی تعریف می‌شود و گاه در نگارش بحث‌های علمی، اما نه چندان پیچیده و تخصصی به ظهور می‌رسد.

بالندگی مراکز آموزشی و پژوهشی، در گرو نظام منسجم، قانونمند و پویاست. بازنگری در متن‌ها و شیوه‌های آموزشی و پژوهشی و به‌روز کردن آنها نیز این انسجام و پویایی و در نتیجه، نشاط علمی مراکز آموزشی و پژوهشی را در پی دارد.

«جامعه المصطفی علیه السلام العالمية» به عنوان بخشی از این مجموعه، که رسالت بزرگ تعلیم و تربیت طلاب غیرایرانی را بر عهده دارد، تألیف متون آموزشی و پژوهشی مناسب را سرلوحه تلاش خود قرار داده و تدوین و نشر متون در موضوعات گوناگون علوم دینی، حاصل این فرایند است.

مرکز بین‌المللی

ترجمه و نشر المصطفی علیه السلام

فهرست

درآمد	۱۱
فصل اول: مفاهیم اساسی اقتصاد	۱۷
مقدمه	۱۷
تعریف اقتصاد به مثابه یک علم	۱۷
اقتصاد خرد و کلان	۱۹
اقتصاد اثباتی و هنجاری	۲۰
سازماندهی اقتصادی	۲۱
انواع کالاها	۲۱
بازار	۲۲
مرز ممکن تولید	۲۴
عرضه و تقاضا و منحنی عرضه و تقاضا	۲۶
قیمت تعادلی و کمیت تعادلی	۳۰
سایر مفاهیم اقتصادی	۳۲
فصل دوم: مناسبات اخلاق و اقتصاد	۳۷
مقدمه	۳۷
تعریف اخلاق	۳۷
تعریف اخلاق اقتصادی	۴۰

۴۳	مبانی ارتباط اخلاق و اقتصاد
۴۳	مبانی انسان‌شناختی اخلاق اقتصادی
۵۰	مبانی ارزش‌شناختی اخلاق اقتصادی
۵۳	رابطه اخلاق و اقتصاد
۵۸	مسائل و روش‌های اخلاق کاربردی
۶۷	فرایند تدوین منشور اخلاقی
۷۵	فصل سوم: گستره ارتباطات اخلاق و اقتصاد
۷۵	مقدمه
۷۶	اخلاق کسب و کار
۷۷	اخلاق تولید
۷۸	اخلاق ارائه خدمات
۷۹	اخلاق مصرف‌کنندگی (اخلاق معیشت)
۷۹	اخلاق خرید
۷۹	اخلاق مصرف
۸۰	اخلاق مدیریت بنگاه‌های اقتصادی
۸۰	اخلاق بازار کالا و خدمات
۸۱	الف) اخلاق بازاریابی
۸۱	ب) اخلاق تبلیغات بازرگانی
۸۲	ج) اخلاق تجارت (خرید و فروش)
۸۳	د) اخلاق تجارت الکترونیک
۸۳	اخلاق بازارهای مالی
۸۳	الف) اخلاق بانکداری
۸۴	ب) اخلاق بورس
۸۵	اخلاق بازار ارز و طلا
۸۵	اخلاق بازار نیروی کار
۸۵	اخلاق اقتصاد کلان

فصل چهارم: اصول اخلاقی معیشت - خرید و مصرف	۸۷
مقدمه	۸۷
ارزش‌های اخلاقی و نااخلاقی معیشت	۸۸
اصول اخلاقی معیشت	۹۳
کدهای اخلاقی مدیریت مالی خانواده	۹۸
نمونه‌هایی از چالش‌های اخلاق معیشت	۱۰۴
حد و مرز رفاه	۱۰۴
معاشرت با اقوام در سطح زندگی متفاوت	۱۰۸
میزان خرید در مواقع پیش‌بینی کمیابی یا گرانی کالاهای اساسی	۱۰۹
فصل پنجم: مسائل اخلاقی مدیریت بنگاه‌های اقتصادی	۱۱۳
مقدمه	۱۱۳
اخلاق مدیریت بنگاه اقتصادی	۱۱۳
روش‌های مواجهه با مسائل اخلاقی مدیریت بنگاه اقتصادی	۱۱۸
۱. مواجهه بر اساس مکتب اقتصاد کلاسیک و بازار آزاد	۱۱۹
نقد مواجهه بر اساس مکتب اقتصاد کلاسیک و بازار آزاد	۱۲۰
انتقادهای نظری	۱۲۰
انتقادهای عملی	۱۲۲
۲. مواجهه قانونی و حقوقی	۱۲۴
نقد مواجهه قانونی و حقوقی	۱۲۵
۳. مواجهه اخلاقی	۱۲۸
نقد مواجهه اخلاقی	۱۳۱
تدابیر سازمانی برای نهادینه‌کردن اخلاق در سازمان	۱۳۲
فصل ششم: گستره مسائل اخلاقی کسب و کار	۱۳۹
مقدمه	۱۳۹
مسئولیت‌های اجتماعی سازمان‌های اقتصادی	۱۴۰
اخلاق حرفه‌ای	۱۴۴

هدف اصلی از کسب و کار	۱۴۷
طیف‌شناسی مسائل اخلاقی کسب و کار	۱۴۸
مسائل اخلاقی و تعیین کدهای اخلاقی کسب و کار	۱۵۱
فصل هفتم: اخلاق تجارت	۱۵۹
مقدمه	۱۵۹
ارزش‌ها و کدهای اخلاقی تجارت	۱۶۱
چالش‌های اخلاقی تجارت	۱۷۰
مسائل اخلاقی تجارت انسان و اعضای بدن	۱۷۴
فصل هشتم: اخلاق تبلیغات بازرگانی	۱۸۹
مقدمه	۱۸۹
ادله موافقین و مخالفین تبلیغات بازرگانی	۱۸۹
ارزش‌ها و کدهای اخلاقی تبلیغات بازرگانی	۱۹۷
چالش‌های اخلاقی تبلیغات بازرگانی	۲۰۴
رهنمودهای اخلاقی اتاق بازرگانی بین‌المللی	۲۰۸
فصل نهم: مسائل اخلاقی بازاریابی	۲۱۵
مقدمه	۲۱۵
رویکردهای بازاریابی	۲۱۶
رویه‌های غیراخلاقی در بازاریابی	۲۲۰
۱. بازاریابی مخفی	۲۲۰
۲. بازاریابی طعمه و تغییر	۲۲۱
۳. فروش اطلاعات مشتریان	۲۲۲
۴. فریب و تغییر دائمی مخاطب	۲۲۳
۵. سوء استفاده از سوگیری‌های ذهن مخاطبان	۲۲۴
۶. القاب و افتخارات ساختگی	۲۲۴
کدهای اخلاقی بازاریابی	۲۲۵
چالش‌های نظری اخلاق بازاریابی	۲۳۰

فصل دهم: مسائل اخلاقی تجارت الکترونیک ۲۳۳

مقدمه ۲۳۳

شرکت های هرمی ۲۳۵

کتابنامه ۲۴۳

درآمد

مطالعات اخلاق کاربردی^۱ امروزه جزء پرطرفدارترین شاخه‌های مطالعات اخلاقی است. در یک دسته‌بندی کلان، مسائل و موضوعات اخلاق کاربردی را می‌توان به چهار دسته تقسیم کرد:^۲

مسائل فرهنگی؛

مسائل سیاسی، امنیتی و قضایی؛

مسائل بهداشت و سلامت انسان و محیط؛

مسائل اقتصادی.

اگر این دسته‌بندی کاملاً قابل دفاع هم نباشد، اشاره به این دارد که مسائل اخلاقی عرصه اقتصاد، از چنان اهمیت و گستره‌ای برخوردار است که شایسته است آن را به عنوان یکی از چهار دسته کلان شاخه‌های اخلاق کاربردی لحاظ نمود.

در تاریخ اندیشه بشری، اقتصاد همواره یکی از نهادهای اصلی جامعه محسوب شده است؛ چه اینکه نهادهای کلان اجتماعی را در

1. Applied Ethics.

۲. محمدتقی اسلامی؛ احمد دبیری و مهدی علیزاده، اخلاق کاربردی: چالش‌ها و کاوش‌های نوین در اخلاق عملی، ص ۷۵.

چهار مقوله اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی دسته‌بندی کنیم، چه در پنج مقوله خانواده، آموزش و پرورش، اقتصاد، سیاست و دین و چه در هفت مقوله خانواده، آموزش و پرورش، اقتصاد، سیاست، دین، ورزش و رسانه. اقتصاد یک عنصر مهم در عرصه حیات اجتماعی بشر به حساب می‌آید.

نهاد اقتصاد، همه جوامع؛ اعم از دیندار و بی‌دین، غربی و شرقی، سنتی و مدرن را با خود درگیر نموده است. مسائل مربوط به اقتصاد، همه عرصه‌های حیات بشری را تحت الشعاع قرار می‌دهد، حتی نهادی فرامادی همانند دین نیز از این موضوع متأثر است. این مطلب در آموزه‌های دینی و به نقل از رسول خدا ﷺ به این صورت بیان شده است: «كَادَ الْفَقْرُ أَنْ يَكُونَ كُفْرًا»^۱؛ نزدیک است که فقر به کفر بیانجامد.

همچنین به نقل از امام باقر (ع) ، تقدیر و تدبیر معاش در دین مبین، شرط استكمال ایمان قرار داده شده است:

«لَا يَسْتَكْمِلُ عَبْدٌ حَقِيقَةَ الْإِيمَانِ حَتَّى يَكُونَ فِيهِ خِصَالٌ ثَلَاثٌ: التَّقْوَةُ فِي الدِّينِ وَحُسْنُ التَّقْدِيرِ فِي الْمَعِيشَةِ وَالصَّبْرُ عَلَى الرَّزَايَا»^۲؛ هیچ بنده‌ای تا سه خصلت در او نباشد، حقیقت ایمان را به طور کامل درک نمی‌کند: بینش و تفکر در دین، تقدیر صحیح در امر معاش و پایداری بر مصیبت و بلاها.

البته این تأثیر ژرف و فراگیر، مستلزم این نیست که اقتصاد را زیربنای جامعه و سایر نهادها را روبنا تلقی کنیم. از این رو، به عنوان یکی از مفروض‌های این کتاب، باید بر این نکته تأکید کرد که نهادهای هنجاری

۱. محمد بن یعقوب کلینی، الکافی، ج ۲، ص ۳۰۷، ح ۴.

۲. محمد باقر مجلسی، بحار الانوار، ج ۱، ص ۲۱۳، ح ۱۱.

از جمله اخلاق و دین، نقش بی بدیلی در سامان دادن نهاد اقتصاد دارند و چنین نیست که آنها تحت تأثیر نهاد اقتصاد باشند. هرچند در طول تاریخ اقتصاد، یک نگاه منفی و ضد ارزشی بر فعالیت های تجاری و اقتصادی وجود داشته است، ولی اکنون پذیرفته شده که فعالیت های اقتصادی و تجاری می تواند در راستای اهداف اجتماعی خیرخواهانه قرار گیرد.

رابطه اخلاق و اقتصاد از دیرباز محل مباحثاتی جدی و پر دامنه بوده است؛ عده ای چون میلتون فریدمن^۱ - اقتصاددان آمریکایی برنده جایزه نوبل اقتصاد - چنان منکر این رابطه بوده اند که دخالت اخلاق در اقتصاد را مخرب اقتصاد و مخرب اخلاق دانسته اند^۲ و عده ای چنان بر این رابطه تأکید داشته اند که اقتصاد را بدون دخالت اخلاق، ابتر تلقی می کنند.^۳

فارغ از بحث پر دامنه ارتباط اخلاق و اقتصاد، تعریف کلی علم اقتصاد - که اشاره به منابع محدود برای نیازهای رقیب نامحدود دارد - در بردارنده مباحث فراوان اخلاقی است. محدودیت منابع و نامحدود بودن نیازهای رقیب، هنگامی که به حرص و ناسپاسی،^۴ خودخواهی، کم حوصلگی و عجله،^۵ بخل^۶ و طمع^۷ انسان ضمیمه شود، چالش های فراوانی را دامن زده و بحث های فراوان اخلاقی را رقم خواهد زد.

1. Milton Friedman.

۲. رک: واندربیلست، /اخلاق تجارت، به نقل از: محمدتقی اسلامی؛ احمد دبیری و مهدی

علیزاده، /اخلاق کاربردی: چالش ها و کاوش های نوین در اخلاق عملی، ص ۲۷۹.

۳. رک: اندروام یوئنگرت، «تمایز اثباتی - هنجاری در علم اقتصاد و تقدم تاریخی آن بر تمایز

واقعیت - ارزش»، مجله اقتصاد اسلامی، ش ۲۶، ص ۱۶۵ و ۱۷۳.

۴. رک: ابراهیم (۱۴): ۳۴ و عبس (۸۰): ۱۷.

۵. رک: اسراء (۱۷): ۱۱.

۶. رک: اسراء (۱۷): ۱۰۰.

۷. رک: معارج (۷۰): ۱۹.

به بیان دیگر، حتی اگر اقتصاد اثباتی^۱، ارتباط چندانی با اخلاق نداشته باشد، اقتصاد هنجاری^۲، ارتباط وثیقی با اخلاق خواهد داشت؛ چرا که هر دو، ماهیتی هنجاری داشته و به رفاه انسان می‌پردازند.

با این مقدمه، در این کتاب به مبانی و مصادیقی از حضور ارزش‌های اخلاقی در فعالیت‌های اقتصادی پرداخته شده است. از آنجا که مخاطبان اثر حاضر، دانشجویان رشته‌های اخلاق کاربردی و نیز علاقمندان به مباحث اخلاقی به صورت کلی هستند (نه لزوماً دانشجویان رشته اقتصاد)، قبل از ورود به مباحث اصلی، برخی مفاهیم اصلی اقتصاد بیان شده است. لذا تلاش بر این بوده که این مفاهیم به زبانی ساده و روان ارائه شوند؛ به نحوی که مخاطب برای فهم آنها نیازمند مراجعه به منابع تخصصی نباشد.

در ادامه مباحث، به بخشی از مبانی ارتباط اخلاق با اقتصاد و مناسبات میان این دو حوزه دانشی پرداخته شده است. در همین قسمت، به عنوان زمینه دانشی اثر حاضر، اخلاق کاربردی و اهداف آن معرفی شده و آنگاه تصویری از هندسه و گستره مباحث اخلاق و اقتصاد ارائه گردیده است. هرچند در این اثر، امکان پوشش همه این گستره فراهم نبود، ولی داشتن این تصویر کلی برای مخاطب، مفید تلقی می‌شود.

در ادامه، ارزش‌ها، اصول و کدهای رفتاری اخلاق معیشت مرور شده و آنگاه به مسائل اخلاقی مدیریت بنگاه‌های اقتصادی پرداخته می‌شود. سپس مباحثی درباره اخلاق کسب و کار از منظری کلی و نه ناظر به کسب و کاری خاص ارائه شده است. در ادامه نیز به حوزه تجارت؛ از

1. Positive Economics.

2. Normative Economics.

جمله مباحث مبادله کالا و خدمات پرداخته شده و بحث‌های ویژه این بخش، شامل فروش و اجاره کودکان، تن‌فروشی و فروش اعضای بدن بررسی شده‌اند.

بخش بعدی به اخلاق تبلیغات بازرگانی اختصاص دارد. در این بخش، تلاش شده است از ظرفیت اسناد بین‌المللی استفاده شده و به ارزش‌ها، اصول و کدهای رفتاری مربوط به اخلاق تبلیغات بازرگانی اشاره شود. در همین راستا و به صورت ویژه، حوزه بازاریابی مورد دقت بیشتری قرار گرفته و پاره‌ای از ابعاد اخلاقی آن ذکر شده است. در ادامه این بخش نیز به حوزه تجارت الکترونیک اشاره‌ای می‌شود و به صورت ویژه بر ابعاد اخلاقی شرکت‌های هرمی تأکید خواهد شد.

در همه این بخش‌ها، تلاش بر این بوده که به بیان اصول کلی و انتزاعی اخلاقی اکتفا نشود و توصیه‌های اخلاقی را تا لایه کدهای رفتاری پیش ببرد. علاوه بر آن، به برخی از چالش‌های اخلاقی شایع نیز اشاره شده است. این چالش‌ها نوعاً از جنس تعارض اخلاقی هستند که ابعاد آنها توضیح داده می‌شود. البته در مواردی، راهکارها یا ملاحظات برای مواجهه با این چالش‌ها ارائه خواهد شد.

امید می‌رود مطالعه این اثر، به دغدغه‌های اخلاقی خوانندگان سمت و سویی روشن داده و تا حدی از ابهام و غبار آلودگی آن بکاهد. ناگفته پیداست که توصیه‌های اخلاقی مندرج در این اثر، توصیه‌هایی مطلق و غیر منعطف نیستند، نویسندگان ادعای اتقان کامل آنها را ندارد و باب گفت‌وگو را باز می‌داند. در مجموع، یکی از اهداف تدوین این اثر، طرح سؤال‌ها و دل‌مشغولی‌های اخلاقی است، نه اینکه پاسخ‌های قطعی به سؤال‌های اخلاقی مد نظر باشد.