



مقطع تحصیلی: کاردانی کارشناسی رشته: حسابداری ترم: دوم سال تحصیلی: 1398-1399

نام درس: اخلاق حرفه ای در تجارت نام و نام خانوادگی مدرس: محمد جواد رازقی

آدرس email مدرس: mohamad.j630@yahoo.com تلفن همراه مدرس: 09211819376

جزوه درس: اخلاق حرفه ای در تجارت مربوط به هفته : اول دوم سوم

text: دارد ندارد voice: دارد ندارد power point: دارد ندارد

تلفن همراه مدیر گروه :

تعاریف حرفه

حرفه را این گونه تعریف می کنند: «پیشه ای که مستلزم وجود دانشی است تخصصی و اغلب تدارکی طولانی و ژرف شامل آموزش مهارتها و روشها و همچنین اصول علمی، تاریخی و محققانه ای که بر آن مهارتها و روشها تاکید دارد و با استناد به سازمان و تشکیلات یا اتفاق آراء و استانداردهای والای دستاوردها و رفتار و سلوک پشتیبانی می شود و اعضای خود را به مطالعاتی مستمر و نوعی کار متعهد می کند نخستین آن ارائه خدماتی عمومی است.

فرهنگ علوم اجتماعی می گوید: «واژه حرفه به شغلی اطلاق می شود که داشتن دانش و مهارت سطح بالایی را طلب می کند و باید حداقل بخشی از آن دانش و مهارت از طریق گذراندن دوره های کم و بیش نظری و نه با ممارست عملی صرف کسب شود، به نحوی از انحا در دانشگاه یا مؤسسه ای معتبر مورد آزمایش و امتحان قرار می گیرد و بر افرادی دلالت می کند که در مقایسه با مشتریان آن حرفه صاحب نظر هستند.. در حال حاضر این واژه معمولاً در باره مشاغل معینی بکار می رود که اعضای آن به ارائه خدمات و نه تولید و توزیع کالا اشتغال دارند



ویژگیهای اصلی یک حرفه

1. مجموعه ای از دانش تخصصی و مهارتهای فنی.
2. آموزش و تجربه ای رسمی .
3. نظامنامه اخلاقی یا استاندارد رفتاری
4. تعهد به ارائه خدمات عمومی
5. سازمانی رسمی برای حمایت از حرفه ای شدن
6. اعطای جواز به دست اندکاران .
7. مقررات شدید و استانداردهای سطح بالای صلاحیتها
8. اطمینان ادامه کار بخاطر دیگران

لازمه حرفه ای شدن

طبق گفته بلومر " لازمه حرفه ای شدن " عبارت است از

- اشاعه استانداردهای برتری در زمینه ای معین،
- تعیین و تثبیت الگوهای رفتاری
- ، پرورش و گسترش احساس مسئولیت،
- تعیین موازین استخدامی و آموزشی،
- تامین و تضمین حمایت از اعضا،
- برقراری کنترل همه جانبه ، در زمینه مورد بحث و تعالی بخشیدن به آن به گونه ای که به مقام و موقعیت اجتماعی خود در جامعه دست یابد

عوامل پایه ای اخلاق حرفه ای

یکی از صاحب نظران این نظریه به نام زیونتس در مقاله ای عواملی را به منزله عوامل پایه ای



برای اخلاق حرفه‌ای برمی‌شمارد که عبارت‌اند از:

الف: استقلال حرفه‌ای اخلاق علمی

این عامل مانند اخلاق در هر نظام حرفه‌ای دیگر باید منعکس‌کنندهٔ هنجارهای درونی حرفه و احساس تعهد اخلاقی از سوی خود حرفه‌ای‌ها و نهادهای تخصصی آنها باشد، نه آنکه در قالب بایدها و نبایدهای اخلاقی به آنها تحمیل و قبولانده یا گوشزد شود. برای مثال، یک مدیر باید در حرفهٔ خود مسائلی مانند صداقت، دقت، قابل اعتماد بودن، گشوده بودن به فضای انتقاد و ارزیابی، پرهیز از جزمیت، احترام به زیردستان و اطرافیان، توجه به حریم خصوصی و مسئله حفظ اسرار افراد را سرلوحهٔ خویش قرار دهد.

ب) خود فهمی حرفه‌ای

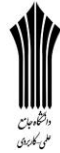
پایه و اساس اخلاق، خودفهمی حرفه‌ای است. افراد تنها با فهمی از کار و فعالیت حرفه‌ای خود، فلسفه آن و نسبتش با زندگی مردم است که به درک اخلاقی از آن نائل می‌آیند و در نتیجه، در مناسبات خود با طبیعت و جهان پیرامون خود، نوعی احساس درونی از تعهد به آن ارزش‌ها پیدا می‌کنند.

ج: عینیت‌گرایی، بی‌طرفی و عدم جانب‌داری

از مهم‌ترین اصول اساسی که در اغلب اسناد و مباحث مربوط به اخلاق حرفه‌ای علمی مورد تأیید قرار می‌گیرد، رعایت عینیت‌گرایی و بی‌طرفی است. فردی که اخلاق حرفه‌ای را در زندگی شغلی‌اش به کار می‌گیرد، نباید جانب‌داری غیرعقلانی نسبت به منبعی که دارای صفات غیر اخلاقی است نشان دهد.

د) فراتر رفتن از مفهوم معیشتی

تا زمانی که فردی درگیر مسائل فیزیولوژیکی باشد، توجه به مسائل دیگر کم‌رنگ‌تر خواهد



بود. معنای اخلاق حرفه‌ای با عبور از مفهوم معیشتی آن به عرصه ظهور می‌رسد. زمانی که افراد در فعالیت و کسب و کار حرفه‌ای خود از سطح گذران زندگی مادی فراتر می‌آیند، دست‌کم سه سطح دیگر از فعالیت‌های علم و فناوری برای آنها معنا می‌یابد:

1. احساس کارآیی، اثربخشی و تولید کیفیت به عنوان ارزش افزوده؛

2. احساس خدمت به مردم و مفید واقع شدن؛

3. احساس رها سازی از طریق باز توزیع فرصت‌ها و نقد قدرت. 28

پیشینه ی [مبحث] اخلاق تجاری به عنوان یک کوشش دانشگاهی؛

اگر طرح هر گونه اندیشه ی اخلاقی در مورد تجارت را به صورت عام، اخلاق تجارت بنامیم، قدمت این بحث، به قدمت خود تجارت باز می‌گردد. اگر قانون را عبارت از علامت

سختگیرانه ی درک طبیعی اصول مسلم اخلاقی بدانیم، [1]

قانون همورابی (1700 قبل از میلاد) وضع قیمت‌ها و تعرفه‌ها و اعلام مقررات تجارت و تعیین مجازات‌های سخت برای قانون شکنان، نشان دهنده ی تلاش‌های برخی از تمدن‌های پیشین برای وضع اصول اخلاقی در فعالیت‌های تجاری است. کتاب سیاست ارسطو (300 قبل از میلاد)، در قسمت بحث از مدیریت خانواده، به طور صریح، روابط تجاری را مورد ارزیابی قرار داده است. اخلاقیات یهودی- مسیحی، آن گونه که در منابعی چون تلمود (200 بعد از میلاد)، یا ده فرمان [2] آمده است، در برگیرنده ی اصول اخلاقی مرتبط با فعالیت‌های تجاری است.

اخلاق تجاری، به عنوان یک رشته ی مستقل دانشگاهی، تقریباً چهار دهه قدمت دارد. مطالعات پیشگامانه ی رایموند بوم هارت، [3] در دهه ی شصت را معمولاً اولین کارهای عملی در این راستا قلمداد می‌کنند.



ریچارد دی جورج [4] ، شروع اخلاق تجاری دانشگاهی را به دهه ی هفتاد نسبت داده، رایموند را به عنوان پیشگام و بنیان گذار این رشته ی علمی معرفی می کند. اخلاق دان برجسته ی معاصر، نورمن بویی، برگزاری اولین کنفرانس علمی در رابطه با اخلاق تجاری را در سال 1974م می داند.

تدریس دانشگاهی عناوین مرتبط با روابط میان اخلاق و تجارت را می توان در دانشکده های بازرگانی ایالات متحده، به ویژه دانشگاه های کاتولیک، در سه دهه ی آغازین قرن بیستم پیدا کرد، ولی ایجاد کرسی تدریس اخلاق تجاری در دانشگاه های آمریکا از دهه ی هشتاد و با آغاز موجی از رسوایی های شرکت های تجاری شروع گردید. در سال 1987 میلادی، به دنبال افشای رسوایی مالی یکی از مدیران وال استریت، مدیر سابق کمیسیون سهام و امنیت با پرداخت مبلغ سی میلیون دلار به دانشگاه هاروارد خواستار ایجاد رشته ی اخلاق تجاری در آن دانشگاه شد.

متعاقب آن، با کمک های مالی افراد و دیگر منابع، کرسی وقفی تدریس اخلاق تجاری در دانشگاه های ویرجینیا، پنسیلوانیا و سپس دیگر دانشگاه ها آغاز گردید. امروزه، رشته ی اخلاق تجاری به صورت کرسی وقفی یا به صورت یکی از رشته های معمولی دانشگاه در بسیاری از دانشکده های اخلاق و فلسفه در سراسر ایالات متحده یافت می شود.

اخلاق تجاری دانشگاهی، سؤالات و ابهاماتی را که در قسمت های عمده و اصولی فعالیت های تجاری مطرح است، مورد بحث قرار داده و موجب بسط اخلاق تجاری به سمت زیرگروه های تخصصی متنوعی، همچون اخلاق بازاریابی، اخلاق سرمایه، و اخلاق حسابداری می شود. با وجود گستردگی مسایلی که در این علم دنبال می شود، عمده مطالب و مباحث مطرح شده در این علم و عمده کارهای انجام شده در این راستا، بر محور شرکت های سهامی که



سهام آن‌ها در معاملات عمومی خرید و فروش می‌شود، متمرکز شده است.

اخلاق حرفه‌ای یک امر درونی است. حال ضمانت اجرای آن چه می‌شود؟

- اخلاق ضمانت اجرا دارد. ضمانت اجرای آن چند گونه است. یکی اینکه سازمان‌هایی که می‌خواهند اخلاق حرفه‌ای را رعایت کنند بخش یا شورایی راهبردی دارند به نام شورای اخلاق. آنها بر اخلاقی بودن سازمان با ضمانت اجرای بالا نظارت می‌کنند. مثلاً سیمان داراب شورای اخلاق دارد که مدیر عامل آن رئیس شورا است. این شورا بر تعاملات اخلاقی این شرکت با بیرون آن نظارت می‌کند. این یک ضمانت درون سازمانی است. ضمانت بعدی حمایت حقوق کیفری از اخلاق است. مثلاً امانت داری مدیران یک امر اخلاقی است. قانون مجازات اسلامی از این موضوع حمایت کیفری کرده است و می‌گوید مدیری که امانت دار نباشد تا سه ماه حبس می‌بیند. البته حمایت کیفری و قانونی در کشور ما هنوز کافی نیست. ضمانت بعدی داوری‌های عمومی مردم است که خیلی مهم است. ممکن است مردم به اخلاق کمتر عمل کنند ولی اخلاق را می‌پرستند. در ایران دقت کنید که افراد برای انتخاب آرایشگرشان به کجا مراجعه می‌کنند؟ آرایشگاه ارزان یا آرایشگر محترم؟ می‌خواهم بگویم که ما هزینه‌های اخلاق را می‌پردازیم و این خودش یک ضمانت اجرایی می‌شود. یعنی در عرصه رقابت، شرکت‌ها می‌بینند که اخلاقی نبودن، آنها را از رقابت عقب می‌اندازد. ضمانت اجرایی دیگری در جهان صنعتی وجود دارد. در این کشورها کانون‌های اخلاق حرفه‌ای وجود دارد که شکل NGO دارند. آنها سازمان‌های اخلاقی را تشویق و سازمان‌های غیراخلاقی را تنبیه می‌کنند. مثل نمادهایی چون کانون وکلایی از وظایف کانون وکلای نظارت بر کار وکلا است. چنانچه وکیلی غیراخلاقی عمل کند، اعتبار او را لغو می‌کنند. همین قضیه در مورد نظام پزشکی هم صادق است. در همایش ما اتفاق خوبی که افتاد این بود که یک سری از



مدیران شرکت کننده طرح NGO حمایت از اخلاق حرفه ای را ریختند که در پی ایجاد این NGO هم هستیم.

تعریف اخلاق کاربردی Applied ethics

تعاریف گوناگونی از اخلاق کاربردی ارائه شده است؛ یک تعریف محدود از اخلاق کاربردی عبارت است از: «کاربرد نظریه‌های اخلاقی کلی در مسائل اخلاقی با بی‌طرفی در حل این مسائل». در این تعریف اخلاق کاربردی نوعی از اخلاق هنجاری است که با تطبیق اصول اخلاقی بر مصادیق به نحوی جزئی‌تر به حل مسائل اخلاقی می‌پردازد. در تعریفی دیگر که به لحاظ گستره قدری وسیع‌تر از تعریف سابق است اخلاق کاربردی عبارت است از: «هرگونه کاربردی انتقادی روش‌های فلسفی برای سنجش تصمیمات عملی اخلاقی و مواجهه با مسائل، رفتارها و سیاست‌های اخلاقی در حرفه‌ها، تکنولوژی، حکومت و غیره» [4]. در این میان برخی در تعریف اخلاق کاربردی بر موضوع بحث تمرکز نموده‌اند. موضوع اخلاق کاربردی در واقع همان مسائل واقعی در زندگی روزمره است که بعد هنجاری و ارزشی دارند. این موضوعات غالباً در اثر پیشرفت فن‌آوری پدید می‌آیند. اخلاق کاربردی با جستجو و کاوش در ابعاد مختلف یک موضوع و با تکیه بر اصول پذیرفته شده اخلاقی همواره گزینه‌های جدیدی را برای عمل و تصمیم‌سازی پیش روی می‌نهد که ارزشها و اصول اخلاقی موجود، ملاک کارآمدی برای ارزیابی آنها ندارد.

اخلاق کاربردی که گاهی اخلاق عملی [1] نیز نامیده می‌شود در کاربرد جدیدش عمدتاً در دهه های اخیر از ناحیه متفکرین غربی رایج شده است. تأسیس رشته جدیدی در مطالعات اخلاقی به نام اخلاق کاربردی عمدتاً به هدف پاسخ‌گویی به چند دسته مسائل و چالشها صورت گرفته است که عبارتند از:



• اول مجموعه مسائل اخلاقی نو پدید که عمدتاً ناشی از پیشرفت های علم و فناوری است

- دوم، مسائل اخلاقی خاص هر یک از عرصه های اختصاصی زندگی مدرن
- و بالاخره حل مؤثر معماها یا همان تعارضات اخلاقی که البته برخی از آنها مانند سقط جنین دیر زمانی دامن گیر بشر بوده است

رابطه تجارت و اخلاق

تجارت و کسب و کار سابقه دیرینه ای در تمدن بشری دارد. انسان ها از دیرباز برای رفع نیازهای خود به تجارت رو آورده اند. این داد و ستد در فرآیند تکاملی اش به تدریج از شکل تهاتری (مبادله کالا به کالا) اولیه خود فاصله گرفته، به صورت مبادله پولی (کالا - پول - کالا) درآمده است. در پی این تحول، تجارت به تدریج به منزله وسیله ای برای کسب سود و منفعت درآمده و ورود به عرصه تجارت نیز به طور عمده با هدف کسب موفقیت در بازار و سودآوری انجام می گیرد. فرد تاجر می کوشد با تصاحب سهم مناسبی از بازار، مشتریان بیشتری را به سمت خود جذب کند. در این مسیر، موفقیت تاجر به طور عمده به عواملی چون توانایی رقابت با دیگران، بازاریابی مناسب، رونق بازار و عواملی این چنینی نسبت داده می شود



هر گونه سوال درباره مطالب درسی از طریق تلگرام یا ایمیل پاسخ داده می شود.

سوالات ذیل بصورت مختصر به آدرس تلگرام یا ایمیل ارسال گردد.

1- سه مورد از ویژگی های حرفه را نام ببرید.

2- مفهوم عینیت‌گرایی، بی‌طرفی و عدم جانبداری را بیان کنید

تلگرام:

@Razeghi1395

ایمیل:

Mohamad.j630@yahoo.com