

مقاله حاضر خلاصه ای از مسایل مطرح شده در حوزه اخلاق تجاری است که بتواند نقش موثری را برای کسانی که عهده دار تصدی بنگاه های اقتصادی و تولیدی، بازرگانی و یا بخش سیاست گذاری بوده یا خواهند شد (با نگرش به اینکه صنعت نمایشگاهی نقشی بسیار مهم در توسعه تجارت کشور ها دارد) ، ایفا نماید .

اقوام روزگار به اخلاق زنده اند قومی که گشت فاقد اخلاق مردنی است

امروزه نمایشگاهها نقش موثری در عرصه سیاست ، اقتصاد ، اوضاع اجتماعی ، فرهنگی و هنری ملل ایفا می نمایند و کلیه کشورهای جهان رسالتی مهم و چند جانبه برای نمایشگاهها قائل اند و توجه وافری به نمایشگاههای سراسر دنیا و سرمایه گذاری و تلاش منظم و مستمر برای بهره گیری هر چه بیشتر از آن می نمایند چرا که ایجاد و برپایی نمایشگاهها نه تنها در زمینه ارتقاء علمی و دانش فنی و نیز ویژگیهای گوناگون امور نمایشگاهی موثرند بلکه از طرف دیگر فضای مناسب برای انتقال و تبادل اطلاعات و ابتکارات می باشند که در یک محدوده خاص زمانی و مکانی موجبات افزایش مستمر کارایی و اثر بخش امور بازرگانی و افزایش همکاریهای ملی و بین المللی و متعاقب آن نیرومند ساختن بنیه اقتصادی کشورها را فراهم می آورند . اثر بخشی نمایشگاهها در برنامه ریزیهای اقتصادی کشورها بخوبی نمایان است و آینه تمام نمایی برای اصلاح ، تقویت و بهبود روشها و تسهیل ارتباطات تجاری، دستیابی به بازارهای مختلف و رونق مبادلات بازرگانی می باشد. در حال حاضر در سایه توسعه فعالیتهای اقتصادی و تجاری ، صنعت نمایشگاهی نیز در یک تعامل دوسویه رشد و توسعه قابل توجهی در سطح جهان داشته و اهمیت فزاینده ای را در عرصه صنعت و تجارت دنیا بدست آورده است. لذا به منظور فعالیت هر چه بیشتر در جهت علمی شدن صنعت نمایشگاهی به نظر می رسد انجام مطالعات و پژوهش های علمی در حوزه فعالیتهای نمایشگاهی داخلی و فرامرزی می تواند گامی موثر در مسیر توسعه علمی این بخش مهم در کشور باشد.

صنعت نمایشگاهی نیاز مبرم به علمی شدن دارد و قرارگرفتن این صنعت در جایگاه واقعی خود جز با رویکرد علمی و نگاه تخصصی و بهره برداری از نیروی انسانی متخصص امکان پذیر نمی باشد و بدون توسعه علمی و انجام مطالعات و تحقیقات جامع و گسترده امکان موفقیت در این صنعت بسیار ضعیف یا غیر ممکن است و حائز اهمیت می باشد، که با بهره گیری مناسب ، موجب تحولی شگرف در ارتقای اثربخشی نمایشگاهها خواهد شد. لذا امید است این فرصت را ارج نهاده و با توسعه بروز مراکز نمایشگاهی در کشور و استفاده از همه ظرفیت ها چه در بعد منابع انسانی کارآمد و منابع مادی و استاندارد نمودن روشهای برگزاری

نمایشگاهها و همه گیر شدن آن در حوزه آکادمیک و عمومی بتوان رشد مناسب و آینده ای درخشان را برای صنعت نمایشگاهی کشور عزیزمان ایران، فراهم نماییم.

یکی از موارد مهم با توجه به گستردگی صنعت نمایشگاهی در دنیا ، منطقه و کشورمان و رقابت نفس گیر جهت موفقیت ، رعایت اصول علمی و اخلاق تجاری در فعالیت ها و عملکرد است که سبب ساز ، رشد معقول و موفقیت برای شرکت ها خواهد شد.

اخلاق و رفتار اخلاقی موضوع جدیدی نیست. بشر از ابتدای خلقت، در فطرت خود همواره به دنبال گمشده ای می گردد که پندارها و گفتارها و کردارها را با آن مقایسه کرده و نیک و بد آن را تشخیص دهد. در مقابل نیازهای مادی و معنوی و تضادی که این نیازها با طبیعت و شرایط روز در بر دارد همواره انسان را در انتخاب این نیک و بد ، سردرگم نموده است. برای درک موضوع شاید نیازی به رجوع به تاریخ نباشد بلکه در امور روزمره این سردرگمی قابل تشخیص است دنیای امروز آکنده از بی اخلاقی های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. نگاهی به کشتارها، جنگ ها، مهاجرت ها و آسیب های اجتماعی که گریبانگیر انسان مدرن و امروزی است تصویری جز درماندگی و واماندگی در برابر انحرافات اخلاقی به دست نمی دهد. سیاست و اقتصاد در جوامع امروزی هیچ نسبتی با اخلاق و معنویت ندارد. در حال حاضر از عمده ترین معضلات مدیریتی ، مسایل اخلاقی است که بیانگر تقابل بین عملکرد اقتصادی و عملکرد اجتماعی می باشد . چندین دهه است که دنیا به سمت اقتصاد بازار آزاد حرکت کرده است و در واقع یک نوع جنگ برای رسیدن به منافع بیشتر شروع شده است همانگونه که میدانیم از اصول قطعی و دائمی اخلاق تجاری ، حرص و طمع و تلاش بی وقفه برای افزودن سرمایه از طریق گسترش کار تجاری است و از سوی دیگر، در همه ی ادیان و مذاهب، با تاکید بر رعایت اخلاق ، بر پرهیز از حرص و طمع ، مطالب بسیار بیان گردیده است و قناعت را ، گنج حقیقی عنوان نموده اند.

بر این اساس، تعارضی میان اخلاق سنتی و اخلاق کار تجاری ایجاد می شود. اصل اخلاق کار تجاری، اصلی واقعی و توصیه ی اخلاق سنتی، توصیه ای ایده آل است. البته لازم بذکر است که در گذشته، علوم پایه و پزشکی نیز حتی مقید به ارزشها نبودند و فقط مهم پیشرفت علوم بود لیکن به تازگی بحث مسئولیت اخلاقی در این علوم نیز در سطح بالایی مطرح شده است. در واقع ما امروز با این سوال مهم درگیریم که در حوزه تولید علم، مسئولیت اخلاقی و چپستی اخلاق در رشته های مختلف علوم را بررسی کنیم و نظام اخلاقی آن را تدوین نماییم.

شاید یکی از راه حل ها این باشد که با به رسمیت شناختن اصل اخلاق کار تجاری، کوشش شود که از فجایی که ممکن است این اصل بیافریند جلوگیری شود. به بیان دیگر تلاش در اخلاق تجارت نه مخالفت از منظری ایده آل با اصل اخلاق کار تجاری باشد بلکه صرفا مخالفت با مواردی از اعمال آن اصل باشد که به سود جویی محض، بدون در نظر گرفتن مصالح اجتماع می انجامد. تاریخ

تجارت همواره شاهد اعتراضات و حملات گسترده به تجارت و رفتارهای تجاری بوده است. منافع کوتاه مدتی را برای شرکت‌ها، عدم رعایت اصول اخلاقی می‌تواند ایجاد کند اما با گذر زمان، این عدم رعایت، به منافع مالی و معنوی شرکت آسیب خواهد رساند و این موارد سبب گردید که طی دهه‌های اخیر، اقتصاد و مفاهیم اقتصادی گرایش قابل ملاحظه‌ای به سمت اخلاق پیدا کرده‌اند که ریشه‌های اصلی آن را باید در فطرت و نتایج آن را در بستر جامعه و نیازها و تعاملات نوین انسانی جست‌وجو کرد. تأثیر و اهمیت اخلاق فردی، ویژگیهای شخصی، صداقت و اعتماد به طور عام و اخلاق کسب و کار به طور خاص، بر افزایش کارایی اقتصادی و جلوگیری از فساد و رسوایی‌های اقتصادی، غیرقابل انکار است، اخلاق در جهان معاصر اهمیت زیادی پیدا کرده است و از دلایل مهم توجه جدی به آن، رشد تکنولوژی و جهانی شدن و تبادلات متاثر از آن می‌باشد. رقابت اخلاقی در تجارت جهانی سبب بقای شرکتهای دارای بهره‌وری و متخلق به اخلاق جهانی است تجارت در محیط جهانی با فراز و فرودی تاکنون ادامه دارد اما این امر در عصر جهانی شدن تحول بنیادی یافته است، به گونه‌ای که اطلاق تعبیر "تجارت در محیط جهانی" بر آنچه پیشینیان ما انجام می‌داده‌اند، تنها به طریق اشتراک لفظ است. تجارت جهانی امروز بر مبنای خاصی استوار است که سبب پیچیدگی آن شده است بدون توجه به آن مبانی تنظیم تعاملات تجاری در چنین محیطی به ویژه اخلاقی‌سازی، این تعامل محال می‌نماید. بنابراین شناخت مبانی و بسترهای جهانی شدن لازمه تبیین اخلاق در محیط جهانی کسب و کار است. بهمین دلیل اغلب مراکز دانشگاهی معتبر در دنیا آموزش جنبه‌های اخلاقی حوزه تجارت را در برنامه دارند و هم چنین دولت‌ها و مراکز مهم از جمله سازمان تجارت جهانی، سازمان توسعه تجارت ایران و شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران بخشی از وظایفشان تدوین ضوابط و دستورالعمل و ارایه رهنمودهای اخلاقی به تجار، مشارکت کنندگان در نمایشگاه‌ها و می‌باشد که توجه به مسایل اخلاقی در تجارت و رعایت موارد آن در توسعه بازرگانی و اقتصادی هر کشور تاثیر بسزایی خواهد داشت زیرا هدف نهایی اصول اخلاقی آن است که مجموعه‌ای از استانداردهای اخلاقی را پدید آورد که حفظ و بکارگیری آنها منطقی باشد.

امروزه رفتارها و تصمیم‌های مدیران و کارکنان در شرکتهای تجاری، تحت تأثیر ارزش‌های اخلاقی آنهاست و از آنجاکه منابع انسانی، چه به صورت فردی و چه به صورت گروهی و در تعامل با دیگران، هم چنان مهمترین عامل مزیت رقابتی به شمار می‌آیند، قضاوت افراد در مورد درستی یا نادرستی کارها بر کمیت و کیفیت عملکرد آنان و به تبع آن، عملکرد شرکت و در نتیجه موفقیت آن به شدت تأثیر دارد. از این رو توجه به اصول اخلاقی برای شرکت‌ها ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. بهره‌گیری از اصول اخلاقی در تنظیم بهتر روابط، کاهش اختلافات و تعارض و افزایش جو تفاهم و همکاری و کاهش هزینه‌های ناشی از کنترل، عملکرد را تحت تأثیر قرار دهد. رعایت اخلاقیات در برخورد با ذی‌نفعان داخلی و بیرونی، باعث افزایش مشروعیت فعالیت‌ها و

موجب بهبود سودآوری و مزیت رقابتی می شود و لازم مفید است مدیران در جهت ارتقای اخلاقی شرکت های خود گامهایی بردارند. توجه به میزان مشروعیت از نظر کارکنان ، رعایت عدالت در سیستم های گزینش و استخدام، حقوق و دستمزد، پاداش و ارتقا، تدوین منشور اخلاقی شرکت ، اقدامات متناسب و سازگار با خواست و حساسیت های جامعه، در باره مسائلی مانند: اجرای برنامه های آموزشی اصول اخلاقی در حوزه های تجاری و حرفه ای برای مدیران و کارکنان و به ویژه پایبندی مدیران به اصول اخلاقی، از جمله اقداماتی است که شرکت ها در این زمینه می توانند انجام دهند. و مدیران با رعایت اصولی **اخلاق مدیریتی** – احترام گذاشتن به دیگران – خدمتگذار بودن – عدالت در رفتار و عملکرد – صادق و اجتماعگرا بودن که با چنین منش و رویکردی علاوه بر پیشگیری از بروز فضای خود کامگی در شرکت ، افراد را با انگیزه و به هدفی مشترک متقاعد می نماید .

به طور کلی، اخلاق تجارت عبارت است از یک نظام اخلاقی عملی که اصول اخلاقی در فعالیتهای تجاری را در بر می گیرد؛ هر چند که در عمل، مباحث پیچیده ی دیگری نیز تحت این عنوان مطرح می شود، مباحثی همچون: اطاعت قانونی، بررسی عملی باورها و رفتارهای اخلاقی افراد درگیر در تجارت ، طرح ادعای بهترین راهکارها در راستای ایجاد شایستگی اخلاقی و یا کمک به موفقیت تجاری ، مباحثی در رد یا اثبات حضور اجباری کارگران در مدیریت، و تلاش برای اعمال شیوه های سنتی اخلاقی، اجرای عدالت و شیوه های مربوط به دولت در حوزه های تجاری و یا قسمت های اساسی و مهم تجارت. تمام این مباحث، در راستای کمک به بحث اخلاق تجارت طرح گردیده و در مجامع علمی دنبال شده است.

بطور خلاصه اخلاق تجاری، شاخه ای از اخلاق کاربردی است که اصول اخلاقی، معنوی یا مباحث و مسائل اخلاقی ناشی از آن را در محیط تجاری و کسب و کار در کشور در دو حوزه ذیل بررسی می کند

الف) حوزه و قلمرو «اخلاق تجاری» در اسلام :

- ❖ – **کم فروشی**
- ❖ – **ربا و ربا خواری**
- ❖ – **احتکار**
- ❖ – **انجام معامله با ابراز قسم و سوگند خوردن**
- ❖ – **سرگرم شدن به بازار و امور دنیایی**
- ❖ – **لغزش و دوری از خود**

ب) حوزه و قلمرو اخلاق تجاری در علوم جدید:

- انحصارگرایی
- رویه‌های تجاری غیرمنصفانه (دامپینگ ، تبلیغات همراه کننده و ...)
- تبلیغات همراه کننده
- مسئولیت‌های اجتماعی
- اخلاق زیست محیطی
- اخلاق در تولید (کالاهای نامرغوب و غیر اخلاقی - معیوب - اعتیاد آور و)
- مسایل اخلاقی مربوط به کارفرما و کارگر
- حقوق حیوانات (حیوانات در معرض انقراض) یا آزمایشات بر روی حیوانات
- بازاریابی اجتماعی (سوءاستفاده از انسان‌ها)
- اثرات جهانی شدن بر اخلاق حرفه‌ای
- بهره‌کشی فرا ملی از مزیت‌های نسبی جهان در حال توسعه
- مباحث و مسائل ناشی از نوآوری‌ها و فن‌آوری‌ها (غذاهای دستکاری شده ژنتیکی - گوشی و ...)
- رعایت عدالت در نظام مبادلات بین‌المللی (کودکان کارگر - مهاجران)
- رضایت مشتری (حق با مشتری است)
- خدمات پس از فروش
- حمایت از حقوق مصرف‌کننده در فضای مجازی

و اصول اخلاقی حاکم بر تجارت در موارد فوق الذکر عبارتند از:

- ۱- صداقت
- ۲- انصاف (روش برد - برد)
- ۳- مسئولیت‌پذیری (مکمل صداقت)
- ۴- رازداری (حفظ اسرار تجاری)
- ۵- پایبندی به تعهدات

و نکات کلی اخلاقی در امر تجارت که مورد وثوق بر اساس قوانین و اصول اخلاقی می باشد

- ❖ رعایت اصل مشتری مداری
- ❖ صراحت و صداقت در معرفی کالا و خدمات و اعلام شرایط معامله
- ❖ رعایت احترام در رفتار و مذاکرات
- ❖ پاسخگویی به درخواستها و شکایات
- ❖ مخفی تلقی کردن اطلاعات مشتریان و عدم استفاده برای هدفهای غیر تجاری
- ❖ حمل کالا در موعد مقرر

نمونه های از رعایت و عدم رعایت قانون و اخلاق



Photo: خبرگزاری ایسفا



نمونه از رهنمود های اخلاقی بعنوان منشور اخلاقی تدوین شده توسط شرکت ها و

منشور اخلاقی

کارکنان شرکت سهامی نمایشگاههای بین المللی جمهوری اسلامی ایران

با ایمان به اراده خداوند متعال و در جهت کسب رضای حق تعالی و حفظ منافع عمومی و خدمتگذاری به شهروندان ، خود را متعهد به رعایت اصول این منشور می دانم .

۱- پایبندی به شئون اسلامی و ارزشهای منبعث از انقلاب اسلامی ایران و انجام تکالیف دینی خصوصاً امر به معروف و

نهی از منکر

۲- رعایت نظم - آراستگی - وقت شناسی - مسئولیت پذیری - ادب و نزاکت، عدالت و انصاف

۳- اعتقاد به مشارکت پذیری ، کارجمعی ، انسجام سازمانی، رعایت وجدان کاری و عبادت تلقی کردن کار

۴- تکریم ارباب رجوع و حفظ شخصیت و احترام آنان و تلاش در جهت ارائه خدمت صادقانه و پاسخگویی شفاف و دقیق،

به موقع و بی منت به مراجعان

۵- شناخت قلمرو اختیارات و مسئولیت خود و همکاری که ارتباط مستقیم کاری با وی دارند و همچنین داشتن آگاهی و

اطلاع از قوانین و مقررات در جهت انجام امور به نحو مطلوب

۶- اندیشه ورزی ، تعامل و همکاری با دیگر کارکنان ، خلاقیت و ابتکار در امور و جستجو برای دستیابی و معرفی ارزشهای

نوین برای ارائه خدمات مناسب و ارتقاء سطح علم و دانش مرتبط با شرح وظیفه

۷- رعایت قوانین و مقررات و صیانت از بیت المال و پرهیز از اسراف و تبذیر

۸- بهره گیری از پیشنهادات و اتخاذ راهکارهای مناسب در جهت ارتقاء و بهبود امور

۹- توجه به الزامات خط مشی کیفیت بمنظور تحقق اهداف و برنامه های جامع کاربردی شرکت

۱۰- راهنمایی و ارائه اطلاعات لازم به همکاران در جهت انجام خدمات بهتر و تسریع در اجرای امور

منشور اخلاقی تعدادی از اتاقهای بازرگانی و صنایع و معادن

اعتقاد به مبانی عالی اسلام و اصول جمهوری اسلامی ایران

در همه حال و هر جا با پایبندی به مبانی اسلام و موازین شرعی متعهد به حفظ استقلال، آزادی، وحدت و تمامیت ارضی کشور هستیم و همواره به منافع کشوری اندیشیم.

عمل به قانون و احترام به خرد جمعی

در تمام مراحل و در اتخاذ همه تصمیمات و یا انجام اقدامات قانون را رعایت کرده، امور سازمان را به اتکاء رای و خواست اعضاء و با مشارکت آنان و توجه به نظرات جمعی اداره می کنیم.

رعایت اصول اخلاقی و عدم وابستگی

اصول اخلاقی ما بر اساس رعایت حقوق انسانی و ارزشهای اخلاقی و مبتنی بر راستی و درستی، اعتماد و تعهد سازمان و کارکنانش بنا شده است.

مسئولیت پذیری

به عنوان عضو اتاق و ارکان آن در قبال اقدامات و مواضع خود در مقابل محیط کلان(جامعه) و محیط خرد(اعضاء) مسئولیت پذیر هستیم.

جهت گیری

به عنوان مهم ترین وظیفه سعی می کنیم در کنار مشارکت در سیاستگزاری و برنامه ریزی های اقتصادی و همکاری و مشاوره با قوای سه گانه، مساعی و جهت گیری اصلی سازمان خود را معطوف به تقویت اقتصاد بخش خصوصی نموده، به عنوان یک ارزش سعی در بهبود شرایط کسب و کار داشته باشیم و صرفاً منعکس کننده نظرات اعضاء اتاق باشیم.

شفافیت در ارتباطات

شفافیت شرط لازم جهت ایجاد اعتماد و حفظ وفاداری اعضاء بوده و در این اتاق به این مهم بعنوان یک ارزش توجه شده به آن عمل می شود.

رعایت احترام

ضمن آنکه کشور ایران را متعلق به همه ایرانیان می دانیم، روابط داخلی و خارجی خود را نیز بر اساس احترام به افراد، رعایت حقوق متقابل و توسعه تعاملات و همکاری پایدار، بنا می گذاریم. و به اصل تکریم اعتقاد داریم.

اعتقاد به دانش روز

اتاق ریشه در دانش و تجربه افراد و استحکام در سازمان و تعهد بین کارکنان و اعضاء دارد. از هر تجربه و موقعیتی درس می گیریم و این دانش را بمنظور ارتقای تجارب فردی و گروهی و افزایش قابلیت هایمان، بین خود و اعضاء عرضه می داریم.

بهبود خدمات

تلاش می کنیم تا خدمات خویش را از نظر کمی و کیفی بهبود بخشیم، منافع بیشتری را برای اعضاء فراهم سازیم. اعتقاد داریم پیشرفت اصول فنی به پیشرفت ما در دانش و نوآوری در جهت ایجاد خدمات کار و ارائه بهتر آن و نیز "استراتژی تسریع در کار کمک می کند.

آینده نگری

به آینده می اندیشیم و تلاش می کنیم با ارتقاء روز افزون مهارت کارکنان و ارتقاء سازمان و با بهره گیری از همه فرصت ها و ظرفیتهای، بهترین باشیم و به این مهم ایمان داریم.

سید حسین میرظفرجویان

مدرس و کارشناس امور نمایشگاهی