

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

اخلاق کسب و کار (رویکردی کاربردی)

مؤلفین:

دکتر حسین خنیفر

استاد دانشگاه تهران

مهدی اشکانی

بابک هزاوه حصار مسکن



انتشارات نگاه دانش

سرشناسه	: خنیفر، حسین
عنوان و نام پدیدآور	: اخلاق کسب و کار (رویگردی کاربردی)/ مولفین حسین خنیفر، مهدی اشکانی، بابک هزاره حصار مسکن
مشخصات نشر	: تهران: نگاه دانش، ۱۳۹۷
مشخصات ظاهری	: ۴۴۰ ص
شابک	: ۹۷۸-۹۶۴-۱۵۷-۳۹۰-۶
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه: ص ۴۲۶-۴۲۹
موضوع	: اخلاق کسب و کار - جنبه‌های مذهبی - اسلام
موضوع	: Business ethics--Religious aspects--Islam
موضوع	: اخلاق کسب و کار
موضوع	: Business ethics
شناسه افزوده	: اشکانی، مهدی
شناسه افزوده	: هزاره حصار مسکن، بابک
رده‌بندی کنگر	: ۱۳۹۷ الف ۳ خ/۴۵/۲۵۴ HP
رده‌بندی دیوپی	: ۲۹۷/۶۵۵
شماره کتابت سی	: ۵۲۱۷۲۵۶

خرید الکترونیکی کتاب‌های نگاه دانش

www.negahedanesh.com



اخبار کتاب‌های نگاه دانش

[Telegram.me/negahedanesh](https://t.me/negahedanesh)



انتشارات نگاه دانش

◆ نام کتاب:	خلاصه کسب و کار (رویگردی کاربردی)
◆ مولفین:	دکتر حسین خنیفر مهدی اشکانی - بابک هزاره حصار مسکن
◆ ناشر:	نگاه دانش
◆ طراح جلد:	نگاه دانش
◆ نوبت چاپ:	اول-۱۳۹۷
◆ صفحه آرای:	جهلا مرادی
◆ تیراژ:	۵۰۰ جلد
◆ قیمت:	۳۰۰۰۰ تومان
◆ لیتوگرافی / چاپ و صحافی:	باختر - شاهین - صالحانی
◆ شابک:	۹۷۸-۹۶۴-۱۵۷-۳۹۰-۶

توجه: کلیه حقوق این اثر بر اثر نشر محفوظ است و هیچ کسر حقیر و حقوقی حق چاپ و برداشت تمام یا قسمتی از اثر را به صورت چاپ،

فوتوکپی، جزوه و متردست‌نویس ندارد و متغییر به موجب بند ۵ ماده ۲ قانون حمایت از ناشرین تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرد.

انتشارات نگاه دانش: انقلاب - ف ۱۲ فروز دین - ساختمان ناشران پلاک ۲۷۱ - طبقه ۲ - واحد ۴

تلفن: ۶۶۹۵۴۸۹۲

تلفکس: ۶۶۴۸۶۱۵۴

قال رسول الله صَلَّى الله عليه و آله: إِنَّمَا بَعَثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ^۱

پیامبر اکرم (ص) می‌فرمایند: به‌راستی که من مبعوث شدم تا شرافت‌های اخلاقی را کامل و تمام کنم.

پیشگفتار

کسی که بدون یاد گرفتن احکام تجارت، داد و ستد کند در ورطه‌ی ربا (نزول و سود پول) می‌افتد.
(بحار الانوار، ج ۱۰۰/ص ۱۰۰)

حوزه بحث اخلاق و اخلاق - برای کسب و کار از جمله مهم‌ترین عرصه‌های نقد و نظر و تعامل انسان‌ها در ارتباطات و امور دینی و فطری در گسسته‌های از رسته‌های رفتاری و بالأخص حوزه مدیریت و بازرگانی و امور کسب و کار است. در پایش آثار موجود در این عرصه در ادبیات موجود جهانی و بین‌المللی، بیشترین رویکرد به مقوله اخلاق کسب و کار، استانداردهای رفتاری صحیح، ناصحیح است. و لیکن پرداختن به این مقوله از منظر دینی و نظام ارزشی ابعاد وسیع‌تری را به روی ما می‌کشد. در شایسته تأمل و درنگ و امعان نظر ویژه است. به طور مثال از منظر مؤسسه اخلاق ژورنلسن، اخلاق و راه در این نکته است که چالش ما با موقعیتی که هزینه انجام یک کار درست بیش از میزان مورد انتظار است. چگونه خواهد بود؟ و قاطبه تعاریف در رویکردها به اخلاق کسب و کار در فرهنگ جهانی همین‌گونه است و بیشتر حول محور رفتار درست یا نادرست می‌باشد.

نگارندگان با تأمل و درنگ در میراث بجای مانده از فرهنگ دینی و اسلامی ما با گستره‌ای از مفاهیم، مبانی، محورها، اصول، قواعد، رویکردها، نقطه نظرات و دستورات غنی و مفصل مواجه شدند. به طور مثال در انجام کسب و کار حلال، تا بدانجا این امر مقدس و شریف است که اولاً تاجر و دارنده کسب و کار را پیامبر اکرم (ص) دوست خداوند می‌نامد «الكَاسِبُ حَبِيبُ اللَّهِ» (مواهب الرحمن، جلد ۳، صفحه ۱۷۰) و امر به کسب اخلاق‌مدار به حدی بلند مرتبه است که امام علی (ع) می‌فرمایند: يَا مَعْشَرَ التَّجَارِ، الْفَقْرُ ثُمَّ الْمُنْجَرُ الْفَقْرُ ثُمَّ الْفَقْرُ نَعْتَدُ ثُمَّ الْمُنْجَرُ (کافی جلد ۵ باب آداب التجاره حدیث ۱) «ای بازرگانان نخست فقر است (دین‌شناسی و دین‌گرایی) سپس تجارت» و این اصطلاح را امام علی (ع) سه بار تکرار می‌فرمایند.

لذا در نگارش این اثر با علم به کثرت آثار موجود در حوزه اخلاق کسب و کار و مراجعات متعدد و متکثر به آثار داخلی و خارجی و ترجمه‌ای وجود خلأ اثر ناظر بر دیدگاه اسلامی را کماکان احساس نموده و این بضاعت مزجات را تقدیم دانشجویان و دانش پژوهان و علاقمندان نمودیم. البته شایان ذکر است به آثار معتبر و شاخص بین‌المللی نیز در حوزه اخلاق کسب و کار مراجعه شده در بخشی جداگانه و در قالب هفت فصل به این ادبیات نیز پرداخته شده است.

لذا مطالعه این اثر را به کلیه دانشجویان رشته‌های مدیریت، اقتصاد، حسابداری، مالی، مهندسی صنایع، مدیریت کسب و کار و مدیران شاغل در کلیه مراکز و ادارات و سازمان‌ها و همچنین به محققین عرصه تجارت بین‌الملل و تجارت مبتنی بر نظام ارزش‌ها و کسب و کار دین‌مدار توصیه می‌نماییم.

ناگفته نماند که در تجارت جدید، خصوصاً در هزاره سوم غلظت نگاه سکولاریته بیشتر شده است و حتی به بسیاری از کشورهای اسلامی نیز سرایت نموده است و ضرورت تام دارد تا این کشورها رجعتی دوباره به اصول و مبانی دینی خود داشته باشند چرا که خود غربی‌ها هم بر خلاف تصور ما مبنی بر اینکه نظریات مدرن با اخلاق معارض است، اما در دنیای پست مدرن و حتی مدرن گاهگاهی شاهد بروز و ظهورهایی حاکی از نگاه دینی و شبه‌دینی در مسائل جدید اخلاق کسب و کار هستیم.

این نگره‌ها و افکات و مباحث اصلی اخلاق در چهار حوزه متفاوت اخلاق کاربردی، اخلاق هنجاری، اخلاق توصیفی و فرهنگی ما را بر آن داشت تا با رویکرد اسلامی و ناظر بر سازمان‌های امروزی این اثر را تهیه و تقدیم خوانندگان نماییم.

لذا این کتاب در دو بخش اصلی و بین‌المللی تقدیم خوانندگان محترم می‌گردد. در بخش اسلامی در قالب چهار فصل با عناوین کلیات اخلاق کسب و کار، اخلاق کسب و کار در اسلام، سیری در مفهوم اخلاق کسب و کار در قرآن کریم، سیری در مفهوم اخلاق کسب و کار در سیره پیامبران الهی و رسول اکرم (ص) و سیری در مفهوم اخلاق کسب و کار در سیره ائمه اطهار (ع)، اقدام به تدقیق در آثار غیر اسلامی نموده و تا حد توان قلم‌فرسایی کرده‌ایم. برای همه جانبه و جامع بودن کتاب بخشی را نیز به مباحث بین‌المللی مطرح شده در اخلاق کسب و کار با آوردن مثال‌های و مطالعات موردی فراوان از شرکت‌های بزرگ و معتبر دنیا آورده‌ایم. این بخش نیز شامل هفت بخش با عناوین اهمیت اخلاق حرفه‌ای کسب و کار، روابط ذی‌نفعان، مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکی، ظهور مشکلات اخلاقی در کسب و کار، نهادینه‌سازی اخلاق کسب و کار، نهادینه‌سازی اخلاق کسب و کار، تصمیم‌گیری اخلاقی، سوال فردی (فلسفه‌ها و ارزش‌های اخلاقی) و عوامل سازمانی (نقش فرهنگ اخلاقی و روابط) ارائه گردیده است.

امید است این اثر در ابتدا و در درجه اول مورد رضایت خداوند و در مرتبه بعدی برای خوانندگان و صاحب‌نظران محترم مفید واقع گردد. نظرات ارزنده شما گرامیان موجب کمال و امتداد نویسندگان خواهد بود و ما را در ویرایش بعدی این اثر یاری خواهد کرد. صاحب‌نظران و دانشجویان محترم می‌توانند نظرات خود را با پست الکترونیکی ashkanimahdi@ut.ac.ir در میان بگذارند.

حسین خنیفر

(استاد دانشگاه تهران)

مهدی اشکانی

بابک هزاوه حصار مسکن

مقدمه

طُوبَى لِمَنْ ذَلَّ فِي نَفْسِهِ، وَطَابَ كَسْبُهُ، وَصَلَحَتْ سِرِّيَّتُهُ، وَحَسُنَتْ خَلِيفَتُهُ

خوشا آنکه خود را خوار انگاشت و درآمدی (عملی) پاک و نهادی سالم و شایسته و اخلاقی نیکو یافت.

(مستدرک الوسائل / ج ۲ / ص ۳۷۷)

یکی از زیورهای نهادین و مهم، ایجاد دین در رسیدن انسان به سعادت این جهان و جهان فرازین، حفظ موازین اخلاقی و اخلاق‌مداری در معیشت، ارتباطات، تعاملات، کسب و کار و فعالیت‌های متعدد در طول عمر خود است. از طرفی یکی از عمده‌ترین مبررهای جهان هستی و محیط پیرامون انسانی، امکانات وسیع و فرصت‌های متعدد و متنوع کار و تلاش است که آدمی هر روز در قالب فعالیت، تولید و کسب و کار به شکلی آن را به تسخیر خود در می‌آورد. از طرفی خصوصاً در چند دهه اخیر و آغاز هزاره سوم شاهد تغییرات و تحولات ژرف و سریعی در عرصه‌های بازار و تبادلات بین‌المللی، ملی و محلی بوده و هستیم که بقول اخلاق و اخلاق‌مداری را در عرصه کسب و کار و تجارت بین‌الملل ارزشی دو چندان می‌دهد.

ادیان از آغاز تا کنون منادیان ترویج، حفظ و ارتقای اخلاق و بیان اخلاق در تمام ابعاد زندگی انسان بوده و هستند. در کنار ادیان، صاحب‌نظران مختلف و متعدد نیز نسبت به رعایت مسائل اخلاقی و اخلاق‌مداری در حوزه‌های اقتصاد، کسب و کار و بازرگانی و تجارت و ارتباطات انسانی دست به نظریه‌پردازی زده‌اند.

شاید یکی از مهم‌ترین نظریه‌های اخلاقی که بشر با توانایی عقلی خویش، بهره‌مند شده از شواهد دینی و شرعی بدان پرداخته و طرح نموده است، نظریه امانوئل کانت فیلسوف مشهور آلمانی است. کار او تلاش و خلاقیت کانت ستودنی است، کانت مفهومی به نام امر مطلق را مطرح نموده و اینگونه تعریف می‌کند:

"چنان عمل کن که گویی بناست آیین و رفتار تو به اراده تو، یکی از قوانین عام طبیعت و الگوی سالم انسانی گردد". (کانت، ۱۳۶۹، ترجمه حمید غیاث)

طبق این نظر همانگونه که امر مطلق هیچگونه قیدی ندارد، همه وظایف اخلاقی که از آن به دست می‌آید بر اساس امر مطلق است، از نظر کانت کار اختیاری دو شرط اخلاقی دارد.

الف) مطابق وظیفه اخلاقی و بر اساس امر مطلق.

ب) به نیت عمل به وظیفه اخلاقی باشد.

با اینکه نظریه اخلاقی کانت در نوع خود منحصر به فرد و عالی است اما کاملاً واضح است که این نظریه قابلیت اثبات ندارد و معیارهای آن مبهم است و مسلماً نمی‌توان با استفاده از این نظریه به توجیه اخلاق در کسب و کار پرداخت.

حال اینکه در ادیان الهی با توجه به جهان بینی و ایدئولوژی منسجم و ساخت یافته، نظام‌های اخلاقی توجیه پذیری ارائه شده است، مثلاً در کلام اسلامی، فرقه‌های مختلف کلامی در مبحث حسن و قبح اخلاقی، نظریه‌هایی عرضه نموده‌اند که بسیار فاخر است. متکلمان شیعی نیز با توجه به دستورات و اندیشه‌ها و قول و فعل امامان معصوم (علیهم السلام) حسن و قبح عقلی افعال (که مبحث کسب و کار بخش از آن است) را مطرح نموده‌اند و لذا سال‌ها و قرن‌ها پیش از متفکرین غربی، شرقی در حوزه فلسفه اخلاق، توانسته‌اند با روش‌های مستدل و اثبات‌پذیر و مصادیق عملی و واقع‌گرا، گزاره‌های اخلاقی را با کمک عقل و اعتماد به وحی توجیه و اثبات نمایند.

در جمع‌بندی، نرازیبندی مباحث مرتبط با مقوله کسب و کار از منظر اسلام به این نتیجه رسیدیم که در باب معیارهای اخلاقی، معیارهای اسلام را ارزشی بهترین معیار است که از شفافیت، استواری و وجهه کاربردی بودن برخوردار بوده و می‌تواند معیار مؤثر باشد. معیار ترسیم شده در دین مبین اسلام است که بهترین معیار برای ارزیابی نقش اخلاق کسب و کار بوده و دلیل آن اینست که این معیار هم با معیارهای عقلی سازگاری دارد و هم فراتر از عقل، یعنی آموزه‌های وحیانی منشأ می‌گیرد.

از طرفی رعایت اخلاق مدرن اسلامی در کسب و کار که تا عمق جزئیات تئوری‌پردازی کرده و دستورات لازم را داده است، سبب افزایش انگیزه‌های شروع کسب و کار هم را از آن در عمل سبب آرامش روحی و روانی است و اگر این اصول و مبانی رعایت شوند حتی برای جهان مدرن، روزی نقش کلید طلایی را ایفا خواهند کرد.

در این اثر و در بخش اسلامی آن و در قالب فصول مختلف، این مهم پرداخته شده و ضمن کاوش و بررسی سیره پیشوایان دین و مبانی بنیادین آن‌ها در قول و فعل و اندیشه و آمیختن این مباحث با مصادیق مستند، تلاش نموده‌ایم تا قسمتی از این حرارت اصیل را در زمهریر تجارت و کسب و کارهای آلوده بیفروزیم تا ان‌شاءالله شاهد رونق کسب و کارهای تجاری شفاف، پاک و کیفی و ارتقایی در سطح ملی، منطقه‌ای و جهانی باشیم. در ضمن در راستای جامع و همه جانبه بودن کتاب در بخشی جداگانه نیز به ادبیات جهانی در حوزه اخلاق کسب و کار نیز پرداخته شده است.

فهرست مطالب

بخش اول: اخلاق کسب کار از منظر اسلام

۱۷	فصل اول: کلیات اخلاق کسب و کار از منظر اسلام
۱-۱	مقدمه
۱۹	۱-۱-۱ جایگاه کسب و کار در نظام ارزشی
۲۱	۱-۱-۲ هدف کسب و کار در نظام ارزشی
۲۲	۱-۱-۳ اهمیت کسب و کار در نظام ارزشی
۲۴	۱-۱-۴ کسب و کار در روایت تاریخ ادیان
۲۶	۱-۲ رابطه کسب و کار و اخلاق
۲۶	۱-۲-۱ رابطه فقر و کسب و کار
۲۷	۱-۲-۲ اشکال متفاوت کسب و کار
۲۷	۱-۳ اسلام، انسان و کسب و کار
۲۸	۱-۳-۱ جرأت ایجاد کسب و کار در اسلام
۲۹	۱-۳-۲ کسب و کار و زهد در نظر اسلام
۲۹	۱-۳-۳ دو نوع زهد از نظر اسلام
۳۰	۱-۴ اسلام و کسب و کار
۳۲	۱-۴-۱ کار و کوشش از نظر اسلام
۳۴	۱-۴-۲ توسعه و رشد از نظرگاه اخلاق کسب و کار در اسلام
۳۶	۱-۵ کارآفرین در منطق دین
۳۹	۱-۵-۱ مربع کارآفرینی و نگاه ارزشی
۴۱	۱-۵-۲ فعالیت‌های اقتصادی در نظام ارزشی
۴۲	۱-۵-۳ کار مینای درآمد در نظام ارزشی
۴۴	۱-۶ عبادت و کار
۴۴	۱-۶-۱ فراغت و استراحت
۴۵	۱-۶-۲ انتخاب شغل
۴۶	۱-۷ ویژگی‌های اخلاقی یک فرد در کسب کار از دیدگاه اسلام
۴۶	۱-۷-۱ مرحله اول
۴۷	۱-۷-۲ مرحله دوم
۴۸	۱-۷-۳ مرحله سوم
۴۹	۱-۸ شرایط کسب و کار سالم و اخلاق مدار
۴۹	۱-۸-۱ رضایت دو طرف
۵۰	۱-۸-۲ خدا محوری
۵۰	۱-۸-۳ شناخت کافی از کسب و کار
۵۱	۱-۸-۴ پرهیز از سوگند
۵۱	۱-۸-۵ غش در معامله
۵۲	۱-۸-۶ احتکار گمراهی
۵۳	۱-۹ اخلاق کسب و کار مدیران از نظرگاه اسلام
۵۷	۱-۱۰ کسب و کار در کلام قدسی
۵۹	۱-۱۱ اخلاق کسب و کار در بعد خانواده و اجتماع
۵۹	۱-۱۲ اخلاق کسب و کار در بعد خانوادگی
۶۱	۱-۱۳ اخلاق کسب و کار در بعد جامعه و تأکید صریح پیامبر(ص)

فصل دوم: سیری در مفهوم اخلاق کسب و کار در قرآن کریم

۶۵	۲-۱- مقدمه
۶۵	۲-۲- کسب و کار در نگاه قرآنی
۶۹	۲-۳- اخلاق کسب و کار در قرآن
۷۱	۲-۳-۱- اخلاق کسب و کار در پرتو تزکیه
۷۳	۲-۳-۲- تجلی توحید در کسب و کار
۷۵	۲-۴- تدبیر امور اقتصادی و کسب و کار در قرآن کریم
۷۷	۲-۵- نگرش به ثروت در قرآن کریم
۷۷	۲-۵-۱- فطری بودن حب مال و ثروت
۷۸	۲-۵-۲- مذموم نبودن جمع‌آوری ثروت از طریق کسب و کار
۸۰	۲-۵-۳- معیار ارزش نبودن ثروت
۸۲	۲-۵-۴- سرزنش غنای همراه با اتراف
۸۲	۲-۵-۵- رابطه ثروت با عفت و سادگی
۸۴	۲-۶- نیکوکاری و کار نیک در قرآن کریم
۸۴	۲-۶-۱- کسب و کار اخلاقی مدار و متعادل منشأ حرکت به سوی هدف
۸۷	۲-۷- معیارهای زندگی و کسب و کار اخلاقی مدار در قرآن
۸۸	۲-۷-۱- عوامل و موانع اخلاقی در کار و زندگی و کسب و کار اثربخش
۸۹	۲-۸- برخی نکات در مورد کسب و کار در قرآن کریم
۸۹	۲-۸-۱- تأکید قرآن بر کسب و کار اخلاقی
۸۹	۲-۸-۲- زمان کسب و کار شایسته
۹۱	۲-۸-۳- عوامل زمینه ساز کسب و کار
۹۲	۲-۹- اصول اخلاق کسب و کار از نظر قرآن کریم
۹۳	۲-۹-۱- لزوم ذکر نام خداوند
۹۴	۲-۹-۲- ایمان و تقوا
۹۵	۲-۱۰- نقش قرآن در ایجاد کسب و کار نافع
۹۶	۲-۱۰-۱- صنعت کشتی سازی
۹۷	۲-۱۰-۲- ذوب فلزات، ریخته‌گری و صنعت زره‌سازی
۹۹	۲-۱۰-۳- مسکن و شهرسازی
۱۰۰	۲-۱۰-۴- ایجاد کسب و کار در حمل و نقل و ارتباطات
۱۰۳	۲-۱۰-۵- علم و حکمت

فصل سوم: سیری در مفهوم اخلاق کسب و کار در سیره پیامبران الهی و رسول اکرم (ص)

۱۰۷	۳-۱- مقدمه
۱۰۸	۳-۲- پیشوایان و کسب و کار
۱۱۰	۳-۳- کسب و کار در سیره پیامبران
۱۱۱	۳-۳-۱- داود پیامبر و کسب و کار
۱۱۲	۳-۳-۲- ادریس پیامبر و کسب و کار
۱۱۳	۳-۴- نظرگاه حضرت رسول اکرم (ص) در باب اخلاق کسب و کار
۱۱۴	۳-۴-۱- پیامبر اکرم (ص) و کسب و کار
۱۱۷	۳-۴-۲- برخی مصداق‌ها از کارهای تجاری پیامبر
۱۱۸	۳-۴-۳- پیامبر (ص) و کار در باغ
۱۱۸	۳-۴-۴- پیامبر (ص) و کار در منزل
۱۱۹	۳-۴-۵- ارزش کسب و کار در سنت حضرت رسول اکرم (ص)
۱۲۰	۳-۵- بیکاری بزرگ‌ترین ضد اخلاق در کسب و کار از نظر پیامبر (ص)
۱۲۳	۳-۵-۱- عواقب کم کاری و بیکاری از نگاه رسول اکرم (ص)
۱۲۳	۳-۵-۲- تأکید پیامبر بر کسب و کار و دوری از بیکاری

فصل چهارم: سیری در مفهوم اخلاق کسب و کار در سیره پیامبران الهی و رسول اکرم

۱۳۱	۴-۱. مقدمه
۱۳۲	۴-۲. اهمیت کسب و کار در روایات
۱۳۳	۴-۳. اخلاق کسب و کار کسب و کار در سیره ائمه اطهار (ع)
۱۳۴	۴-۳-۱. جنبه‌های اخلاق کسب و کار در سیره امام سجاده (ع)
۱۳۵	۴-۳-۲. جنبه‌های اخلاق کسب و کار در سیره امام محمد باقر (ع)
۱۳۶	۴-۳-۲. جنبه‌های اخلاق کسب و کار در سیره امام صادق (ع)
۱۳۷	۴-۳-۳. خودداری امام صادق (ع) از دریافت سود غیرعادلانه
۱۳۹	۴-۳-۴. ابعاد اخلاق کسب و کار در نظرگاه امام صادق (ع)
۱۴۰	۴-۳-۵. جنبه‌های اخلاق کسب و کار در سیره امام جواد (ع)
۱۴۱	۴-۴. امام علی (ع) الگوی تمام عیار در اخلاق کسب و کار
۱۴۳	۴-۴-۱. کسب و کار برتر و اخلاقی در نگاه امام علی (ع)
۱۴۵	۴-۴-۲. ویژگی‌های کارآفرین اخلاقی مدار با الهام از کلام امام علی (ع)
۱۵۲	۴-۴-۳. سیره اخلاقی رفتن امام علی (ع)
۱۵۳	۴-۴-۴. جنبه‌های اخلاق کسب و کار در سیره امام علی (ع)
۱۵۶	۴-۴-۵. امام علی (ع) فقرنا بیایی
۱۵۷	۴-۵. ابعاد اخلاق کسب و کار از نظر امام علی (ع)
۱۵۸	۴-۵-۱. هنجاری بودن کسب و کار در سیره امام علی (ع) تنبلی
۱۶۰	۴-۵-۲. ارزشی بودن کسب و کار
۱۶۳	۴-۶. مروری بر برخی فعالیت‌های کسب و کار امام علی (ع)
۱۶۳	۴-۶-۱. امیرمؤمنان (ع) و کشاورزی
۱۶۵	۴-۶-۲. امیرمؤمنان (ع) و حفرفنات
۱۶۷	۴-۷. شبهه عثمانیه در مورد گستردگی فعالیت‌های کسب و کار امام علی (ع) و پاسخ آن

بخش دوم: اخلاق کسب و کار از منظر بین‌المللی

۱۷۳	فصل اول: اهمیت اخلاق حرفه‌ای کسب و کار
۱۷۶	یک وضعیت اخلاقی دشوار
۱۷۹	۱-۱. مقدمه
۱۸۱	۱-۲. تعریف اخلاق حرفه‌ای کسب و کار
۱۸۱	۱-۳. چرا اخلاق در کسب و کار را مطالعه می‌شود؟
۱۸۲	۱-۳-۱. بحران در اخلاق حرفه‌ای کسب و کار
۱۸۴	۱-۳-۲. مسائل خاص
۱۸۷	۱-۳-۳. دلایل مطالعه اخلاق حرفه‌ای کسب و کار
۱۸۷	۱-۴. گسترش اخلاق حرفه‌ای در کسب و کار
۱۸۸	۱-۴-۱. قبل از سال ۱۹۶۰: اخلاق حرفه‌ای در کسب و کار
۱۸۹	۱-۴-۲. از سال ۱۹۶۰ تا ۱۹۷۰: ظهور مسائل اجتماعی در کسب و کار
۱۹۰	۱-۴-۳. از سال ۱۹۷۰ تا ۱۹۸۰: اخلاق حرفه‌ای کسب و کار به عنوان یک حوزه در حال ظهور
۱۹۲	۱-۴-۴. از ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۰: دوره تثبیت اخلاق حرفه‌ای کسب و کار
۱۹۳	۱-۴-۵. از ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۰: نهادینه شدن اخلاق حرفه‌ای کسب و کار
۱۹۷	۱-۴-۶. اخلاق حرفه‌ای در کسب و کار در قرن ۲۱
۱۹۸	۱-۵. توسعه یک فرهنگ اخلاقی سازمانی و جهانی
۱۹۹	۱-۶. منافع اخلاق حرفه‌ای کسب و کار
۲۰۱	۱-۶-۱. اخلاق منجر به تمهید کارکنان می‌شود
۲۰۲	۱-۶-۲. اخلاق منجر به وفاداری سرمایه‌گذار می‌شود
۲۰۲	۱-۶-۳. اخلاق منجر به رضایت مشتریان می‌شود

۲۰۴	۱-۶-۴. اخلاقی حرفه‌ای منجر به منافع می‌شود
۲۰۵	۱-۷. چارچوب برای مطالعه اخلاقی حرفه‌ای کسب و کار
۲۰۸	خلاصه فصل
۲۱۰	واژگان مهم برای مرور
۲۱۱	حل و فصل چالش‌های کسب و کار اخلاقی
۲۱۳	هوش اخلاقی خود را بسنجید

فصل دوم: روابط ذینفعان، مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرعی

۲۱۷	یک وضعیت اخلاقی دشوار
۲۱۹	۲-۱. مقدمه
۲۲۰	۲-۲. ذینفعان، مسائل اخلاقی را در کسب و کار تعریف می‌کنند
۲۲۲	۲-۲-۱. شناسایی ذینفعان
۲۲۳	۲-۲-۲. گرایش به ذینفع
۲۲۶	۲-۳. مسئولیت اجتماعی و اخلاقیات
۲۲۷	۲-۳. مسائل و چالش‌ها: موجود در مسئولیت اجتماعی
۲۲۹	۲-۴. مسئولیت اجتماعی و اهمیت گرایش به ذینفع
۲۳۰	۲-۵. حاکمیت شرکتی: رجب مسئولیت را به نسبت به ذینفعان می‌شود
۲۳۳	۲-۵-۱. دیدگاه‌ها در خصوص حاکمیت شرکتی
۲۳۴	۲-۵-۲. نقش هیئت‌مدیره
۲۳۵	۲-۵-۳. تقاضای بیشتر برای مسئولیت‌پذیری و شفافیت
۲۳۶	۲-۵-۴. حقوق مدیران
۲۳۸	۲-۶. اجرای یک دیدگاه ذینفع محور
۲۳۸	۲-۶-۱. گام اول: ارزیابی فرهنگ‌سازمانی
۲۳۹	۲-۶-۲. گام دوم: شناسایی گروه‌های ذینفع
۲۳۹	۲-۶-۳. گام سوم: شناسایی مشکلات ذینفعان
۲۳۹	۲-۶-۴. گام چهارم: ارزیابی تعهد سازمانی به مسئولیت اجتماعی
۲۳۹	۲-۶-۵. گام پنجم: شناسایی منابع
۲۴۰	۲-۶-۶. گام ششم: دریافت بازخورد ذینفعان
۲۴۰	۲-۷. مزایای دیدگاه ذینفع محور
۲۴۱	خلاصه فصل
۲۴۳	واژگان مهم برای مرور
۲۴۳	حل و فصل چالش‌های کسب و کار اخلاقی
۲۴۵	هوش اخلاقی خود را بسنجید

فصل سوم: ظهور مشکلات اخلاقی در کسب و کار

۲۴۹	یک وضعیت اخلاقی دشوار
۲۵۱	۳-۱. مقدمه
۲۵۲	۳-۲. شناسایی یک مسئله اخلاقی (آگاهی اخلاقی)
۲۵۳	۳-۳. ارزش‌های پایه‌ای برای شناسایی مسائل اخلاقی
۲۵۳	۳-۳-۱. وحدت
۲۵۴	۳-۳-۲. صداقت
۲۵۵	۳-۳-۳. انصاف
۲۵۶	۳-۴. مشکلات اخلاقی و چالش‌های مرتبط در کسب و کار
۲۵۶	۳-۴-۱. سوءاستفاده از زمان و منابع سازمان
۲۵۷	۳-۴-۲. رفتار توهین‌آمیز
۲۵۹	۳-۴-۳. دروغ‌گویی

۲۶۰	۴-۳. تضاد منافع
۲۶۱	۴-۳. رشوه
۲۶۲	۴-۳. هوش سازمانی
۲۶۴	۴-۳. تبعیض
۲۶۵	۴-۳. آزار جنسی
۲۶۵	۴-۳. کلاهبرداری
۲۶۶	۴-۳. حقوق مالکیت معنوی
۲۶۷	۴-۳. مشکلات جرم خصوصی
۲۶۸	۵-۳. چالش مشخص کردن یک مشکل اخلاقی در کسب و کار
۲۶۹	خلاصه فصل
۲۷۰	واژگان مهم برای مرور
۲۷۱	حل و فصل چالش‌های کسب و کار اخلاقی
۲۷۲	هوش اخلاقی خود را بسنجید
۲۷۵	فصل چهارم: نهادینه‌سازی حلاق کسب و کار
۲۷۷	یک وضعیت اخلاقی دشوار
۲۷۸	۴-۱. مقدمه
۲۸۱	۴-۲. مدیریت ریسک اخلاقی از طریق برنامه‌ریزی اجباری و داوطلبانه
۲۸۱	۴-۲. الزامات اجباری برای رعایت قانون
۲۸۳	۴-۳. ۱. قوانین تنظیم رقابت
۲۸۳	۴-۳. ۲. قوانین حمایت از مصرف‌کننده‌ها
۲۹۳	۴-۳. ۳. قوانین حمایت از برابری و ایمنی
۲۹۶	۴-۴. اهمیت نهادی شدن در اخلاق کسب و کار
۲۹۷	خلاصه فصل
۲۹۸	واژگان مهم برای مرور
۲۹۹	حل و فصل چالش‌های کسب و کار اخلاقی
۳۰۱	هوش اخلاقی خود را بسنجید
۳۰۵	فصل پنجم: تصمیم‌گیری اخلاقی
۳۰۷	یک وضعیت اخلاقی دشوار
۳۰۸	۵-۱. مقدمه
۳۰۸	۵-۲. چارچوبی برای تصمیم‌گیری اخلاقی در کسب و کار
۳۱۲	۵-۲-۱. شدت مسائل اخلاقی
۳۱۲	۵-۲-۲. عوامل فردی
۳۱۵	۵-۲-۳. عوامل سازمانی
۳۱۹	۵-۲-۴. فرصت
۳۲۳	۵-۲-۵. نیت، رفتارها و ارزیابی‌های اخلاق حرفه‌ای کسب و کار
۳۲۴	۵-۳. بهره‌گیری از مدل تصمیم‌گیری اخلاقی برای بهبود تصمیمات اخلاقی
۳۲۶	۵-۴. ملاحظات هنجاری در تصمیم‌گیری اخلاقی
۳۲۷	۵-۴-۱. نهادهای به عنوان پایه و اساسی برای ارزش‌های هنجاری
۳۳۲	۵-۴-۲. اجرای اصول و ارزش‌های اصلی در تصمیم‌گیری اخلاقی
۳۳۵	۵-۵. ادراک تصمیم‌گیری اخلاقی
۳۳۷	خلاصه فصل
۳۳۹	واژگان مهم برای مرور
۳۴۰	حل و فصل چالش‌های اخلاقی کسب و کار
۳۴۲	هوش اخلاقی خود را بسنجید

فصل ششم: عوامل فردی (فلسفه ها و ارزش های اخلاقی)

۳۴۵	یک وضعیت اخلاقی دشوار
۳۴۸	۶-۱ مقدمه
۳۴۸	۶-۲ تعریف فلسفه اخلاق
۳۵۱	۶-۳ فلسفه اخلاق
۳۵۳	۶-۳-۱ خوبی ابزاری و ذاتی
۳۵۵	۶-۳-۲ غایت شناسی
۳۶۰	۶-۳-۳ وظیفه گرایی
۳۶۳	۶-۳-۴ دیدگاه نسبی گرایی
۳۶۵	۶-۳-۵ فضیلت اخلاقی
۳۶۹	۶-۳-۶ عدالت
۳۷۱	۶-۴ به کارگیری فلسفه اخلاقی برای تصمیم گیری اخلاقی
۳۷۳	۶-۵ توسعه اخلاق ناشی از مشکلات آن
۳۷۸	۶-۶ جرائم یقه میدها (نامرشدان اداری)
۳۸۳	۶-۷ عوامل فردی در اخلاق حرفه ای کسب و کار
۳۸۴	خلاصه فصل
۳۸۷	واژگان مهم برای مرور
۳۸۸	حل چالش های اخلاقی کسب و کار
۳۹۰	هوش اخلاقی خود را بسنجید

فصل هفتم: عوامل سازمانی (نقش فرهنگ، اخلاق و وابستگی)

۳۹۳	یک وضعیت اخلاقی دشوار
۳۹۵	۷-۱ مقدمه
۳۹۶	۷-۲ تعریف فرهنگ سازمان
۳۹۹	۷-۳ نقش فرهنگ شرکتی در تصمیم گیری اخلاقی
۴۰۲	۷-۳-۱ چارچوب اخلاقی و ارزیابی فرهنگ شرکت
۴۰۴	۷-۳-۲ اخلاق به عنوان جزئی از فرهنگ شرکت
۴۰۶	۷-۳-۳ تسلیم در برابر فرهنگ های اخلاقی مبتنی بر ارزش ها
۴۰۷	۷-۳-۴ گزارش موضوع به خارج سازمان
۴۰۸	۷-۴ رهبران روی فرهنگ سازمانی اثر می گذارند
۴۰۸	۷-۴-۱ قدرت، فرهنگ سازمانی را شکل می دهد
۴۱۱	۷-۴-۲ انگیزه بخشی به رفتار اخلاقی
۴۱۱	۷-۵ آیا اعضای سازمان می توانند اعمال خود را در فرهنگ شرکت کنترل کنند؟
۴۱۳	خلاصه فصل
۴۱۴	واژگان مهم برای مرور
۴۱۴	حل و فصل چالش های کسب و کار اخلاقی
۴۱۷	هوش اخلاقی خود را بسنجید

پیوست

۴۲۱	پیوست ۱
۴۲۴	پیوست ۲
۴۳۲	پیوست ۳
۴۳۸	منابع و مأخذ