

اخلاق تجاری

بخش ضروری بنگاه داری

بعد از رسوایی های اقتصادی و در پی آن، قوانین الزام آور جدید در بخش های تجاری، شرکت ها و سازمان ها خود را مجبور به تدوین قوانین محکم اخلاقی برای هدایت رفتار اعضای هیئت مدیره، مدیران و کارمندان یافته اند. اگر چه نگرانی های مربوط به اخلاق، همیشه بخشی از تجارت بوده است، اما امروزه رهبران تجاری اخلاق را منسوری متشکل از اصول و راهنمایی های رفتاری می دانند تا مجموعه ای از قوانین سخت بدین معنا اخلاق تجاری تنها تلاشی در جهت استاندارد سازی نیست که کارمندان یک سازمان قادر باشند به وسیله آن، آنچه را که از آنها انتظار می رود، فقط بدانند. بلکه تلاشی است برای ترغیب کارمندان، مدیران و اعضای هیئت مدیره برای فکر کردن و تصمیم گیری بوسیله ی منشوری از مجموعه ارزش های مشترک.

بخش تجاری، دولت و سازمان های غیردولتی (NGOs) به عنوان سه ضلع یک مثلث تلاش می کنند تا راهی بیابند که در آن استانداردهای اخلاقی بالای ی که برای کاهش مخاطرات حیثیتی و جنبی شرکت ها طراحی می شوند، مانع گسترش بازارهای در حال رشد آن ها نشوند. بحث های آینده متمرکز بر نقش های نسبی این مثلث در ایجاد این استانداردها خواهد بود.

مقدمه

اخلاق تجاری و بنگاه داری به عواملی کلیدی بدل شده اند که از یک سو تصمیمات سرمایه گذاری را تحت تأثیر قرار می دهند و از سوی دیگر چگونگی جریان سرمایه را در سرتاسر جهان تعیین می کنند. این مسئله تا حدی نتیجه ی رسوایی های اخیر در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه است. در عین حال، به بیانی مثبت تر، نیاز روزافزون به روش های صحیح بنگاه داری، نشأت گرفته از درسهایی است که مؤسسات فعال در مورد چگونگی ایجاد رشد اقتصادی سریع آموخته اند. از این منظر، تأکید بومبارزه با فساد و روش صحیح بنگاه داری، هم بر استانداردهای اخلاقی و هم بر ملاحظات ع ملی مبتنی بر عملکرد بهتر در بازار استوار است.

در حالی که اخلاق و فرهنگ تجاری اخلاق – محور، هر دو در قلب ساختار مدیریت بنگاه ها قرار دارند، اما این دو به روشهای نسبتاً متفاوتی مورد بررسی قرار می گ یرند. بنگاه داری در واقع ایجاد سازوکار مناسب تصمیم گیری در سطح هیئت مدیره و پیاده سازی آن تصمیم هاست. از این رو روش های بنگاه داری را می توان به مثابه ی سکنداری و هدایت

سازمان در نظر گرفت. در حقیقت خود کلمه اداره کردن (governance) نیز از لغتی یونانی به معنای هدایت کردن مشتق می‌شود. علاوه بر این، روش‌های بنگاه‌داری با تحقق ارزشهای اساسی مثل شفافیت، مسئولیت‌پذیری، عدالت و پاسخگویی هم مربوطه است. چون این ارزشها دغدغه‌های کلیدی اخلاق تجاری نیز می‌باشند، می‌تواند مقوله بنگاه‌داری و اخلاق تجاری را به صورتی کاملاً مرتبط در نظر گرفت. روش‌های بنگاه‌داری به ایجاد ساختارهایی برای حصول به این ارزشها می‌پردازد و اخلاق به عنوان راهنمایی برای رفتار و همچنین مجموعه‌ای از اصول (یا قوانین رفتاری) شناخته می‌شود. در واقع یک سیستم اخلاقی خوب در یک بنگاه، نه تنها ارزش‌های اصلی مسئولیت‌پذیری، شفافیت، عدالت و پاسخگویی را در برمی‌گیرد، بلکه به بسیاری ابعاد دیگر نیز می‌پردازد.

این مقاله خلاصه‌ای است از مباحث کلی بنگاه‌داری با نگاهی اجمالی به فلسفه‌ی اخلاق. تا حدی به مبحث اخلاق تجاری می‌پردازد، شیوه‌ها و دستورالعمل‌های مختلفی برای ایجاد و گسترش یک نظام اخلاقی ارائه می‌دهد، برخی از عوامل خاص اخلاقی در دنیای تجارت و بانکداری را بررسی می‌کند و همچنین به تشریح مسئولیت و شیوه‌ای که یک شرکت یا بانک برای ایجاد و گسترش یک برنامه‌ی اخلاقی می‌تواند داشته باشد می‌پردازد. در پایان، در بخش نتیجه‌گیری برخی از فواید و چالش‌هایی را که در نظر گرفتن اخلاق تجاری در محیط بین‌المللی به همراه دارد مرور می‌نماید.

کادر 1. اصول بنگاه‌داری OECD (سازمان همکاری و توسعه‌ی اقتصادی)

1. تأمین زیربنایی مطمئن برای ساختار کارآمد بنگاه:

ساختار کارآمد برای اداره هر بنگاه بایستی موجبات ایجاد و گسترش بازارهای شفاف و پربازده را فراهم کند، با حاکمیت قانون سازگار باشد و مستلزم تقسیم مسئولیت میان مقامات نظارتی، قانون‌گذار و مجری قانون در هر شرکت باشد.

2. حقوق صاحبان سهام و کاربردهای کلیدی مالکیت:

ساختار هر بنگاه باید به گونه‌ای باشد که از حقوق سهام‌داران محافظت کند و برخورداری عملی از این حقوق را تسهیل نماید.

3. رفتار یکسان با صاحبان سهام:

ساختار درست بنگاه‌داری باید برخورد یکسان با تمام سهامداران از جمله سهام‌داران جزء و خارجی را تضمین کند. در صورت نقض حقوق، تمام سهام‌داران باید امکان رسیدگی مجدد را داشته باشند.

4. نقش طرف‌های ذینفع در اداره بنگاه‌ها:

در ساختار هر بنگاه، حقوق طرف‌های ذینفع که به موجب قانون یا توافق متقابل ایجاد شده است، باید به رسمیت شناخته شود و همکاری فعال بین شرکت‌ها و گروه‌های ذینفع برای ایجاد ثروت، فرصت‌های شغلی و تداوم کار شرکت‌های دارای سلامت مالی تشویق گردد.

5. اطلاع رسانی و شفافیت:

بنگاه داری درست باید این اطمینان را ایجاد کند که اطلاع رسانی به موقع و دقیق در مورد تمامی امور مربوط به شرکت شامل وضعیت مالی، عمل کرد، مالکیت و مدیریت جامع شرکت انجام می شود.

6. مسئولیت های هیئت مدیره

بنگاه داری صحیح باید بتواند هدایت راهبردی شرکت، نظارت مؤثر مدیریت توسط هیئت مدیره و پاسخگویی هیئت مدیره به صاحبان سهام را تضمین نماید. برای اطلاعات بیشتر به سایت www.oecd.org مراجعه نمایید.

مروری بر بنگاه داری

بنگاه داری در ابتدایی ترین شکل خود عبارت است از ایجاد یک مجموعه اصول و یک نظام تصمیم گیری برای اداره شرکت های امروزی. مفهوم بنگاه داری توسط پرل و مینز (Berle and Meanes) به عنوان مسئله محوری جدایی مالکیت از مدیریت ونحوه کنترل شرکت ها تعریف شد. با توسعه بازارهای سرمایه در انگلیس و آمریکا و تا حدود کمتری توسعه بازارهای سرمایه در قاره اروپا، افتراق و جدایی بین کسانی که مالک دارایی های شرکت بودند و کسانی که برای مدیریت شرکت استخدام می شدند بوجود آمد.

بنابر این چالش کلیدی این بود که چگونه مالکین و یا گروه های ذینفع، مدیریت استخدام شده را کنترل و ملزم به پاسخگویی نمایند. به عبارت دیگر ملاحظات برای حفاظت از حقوق صاحبان سهام از اهمیت ویژه ای برخوردار شد. به دنبال بحران مالی آسیا و سایر بحران های مالی، OECD (سازمان همکاری و توسعه اقتصادی) تصمیم به طراحی «اصول بنگاه داری OECD» گرفت که امروزه به عنوان استاندارد جهانی پذیرفته شده اند (کادر 1 را ملاحظه نمایید).

در عین حال پیاده سازی اصول بنگاه داری OECD احتیاج به مجموعه ای کامل از مؤسسات حمایتی و اجرایی فعال در بازار دارد. همانطور که در اصل اول مشاهده می کنیم، نقش مؤسسات فعال در بازار، چارچوب قانونی و مقررات، به صورت ویژه ای به رسمیت شناخته می شوند. جالب توجه اینکه این اصل در سال 2002 بر اساس بررسی واقعیت های موجود در کشورهای در حال توسعه اضافه شد. مجموعه اصولی که ابتدا طراحی شده بود بر این فرض استوار بود که این مؤسسات دارای وضعیت ثابتی هستند، اما به رسمیت شناخته شدن حقایق کشورهای در حال توسعه نشانگر گسترش روش های بنگاه داری به فضای بازارهای در حال ظهور می باشد. در این بازارها برای اطمینان از اینکه روش های بنگاه داری صرفاً بوری کاغذ باقی نمی ماند، بلکه پیاده شده و به طرز قابل قبولی اجرا می شود، باید به ساختار کلی مؤسسات توجه زیادی نمود.

نمودار شکل 1 بنگاه داری را از منظری دیگر نشان می دهد . با نگاه به هر دو طرف نمودار می توان عمق عوامل مختلف فعال و صاحب نقش در اداره یک بنگاه را دریافت . بنگاه داری درست از یک سو خواستار مشارکت بازیگران بخش خصوصی شامل بازرسان، حسابداران و آژانس های رتبه بندی اعتبار است و از سوی دیگر خواهان نقش آفرینی بخش دولتی ، ناظران سهام، مقامات بازار سرمایه و امثال اینهاست . در چارچوب نشان داده شده در شکل 1 به خوبی می بینیم که در کشورهای در حال توسعه برای اجرای درست روش های بنگاه داری با چه وضعیت بخرنچی روبرو هستیم. در این کشورها به جای پرداختن به نیازهای اصلی بازارهای در حال رشد، مسائل فرعی مثل سوءاستفاده از سهام داران جزء مورد توجه قرار می گیرد.

شکل 1: شرکت های امروزی متأثر از عوامل انضباطی داخلی و خارجی نظم می پذیرند.

خارجی		داخلی	
بازرسی و نظارت	خصوصی	صاحبان سهام	
استانداردها (بطور مثال، حسابداری، حسابرسی و نظارت) قوانین و مقررات	طرف های ذینفع	هیئت مدیره	
بخش مالی - وام ها و بدهی ها - ارزش سهام شرکت	عاملین امور حیثیتی*: - حسابداران - وکیلان	گزارش به انتصاب و نظارت	مدیران
بازارها - عوامل رقابتی و بازارهایی برای محصولات - سرمایه گذاری مستقیم خارجی - کنترل سازمانی	- رتبه بندی اعتبار - بانکداران سرمایه - رسانه های مالی - مشاورین سرمایه گذاری - تحقیق - تحلیل گوان روش های بنگاه داری	ایفا کردن نقشهای/کارکردهای کلیدی	
* مقصود از عاملین حیثیتی عاملین بخش خصوصی، گروههای خودتنظیم، رسانه ها، و جامعه ی مدنی است که همگی منجر به کاهش ناهمخوانی در اطلاعات می شوند و از این طریق فرآیند نظارت و بازرسی از کارخانجات و شرکتها را بهبود می بخشند و رفتارهای فرصت طلبانه را برملا می کنند.			
منبع: بانک جهانی			

کادر 2 مقررات سازمان بورس نیویورک در مورد مجموعه قوانین اخلاقی

یادداشت حقوقی: هیچ دستورالعملی در خصوص رفتار و اخلاق تجاری نمی تواند جایگزین رفتار خردمندانه ی مدیر، مسئول و کارمند با اخلاق شود. با این وجود، دستورالعمل اخلاقی می تواند بر رفتار هیئت مدیره و مدیریت بنگاه در زمینه ریسک های اخلاقی متمرکز باشد و راهنمایی هایی برای پرسنل فراهم آورد تا به آنها در شناخت و برخورد با مسائل اخلاقی کمک کند، مکانیزم هایی برای گزارش اعمال غیر اخلاقی فراهم آورد و به تقویت فرهنگ صداقت و پاسخگویی کمک کند.

دستورالعملی در خصوص رفتار و اخلاق تجاری باید به گونه ای تنظیم گردد که معافیت مدیران ارشد و رؤسا از آن، تنها توسط هیئت مدیره یا کمیته ای از هیئت مدیره قابل تأیید باشد و این معافیت فوراً به اطلاع سهام داران برسد. این الزام به اطلاع رسانی مانع از اعطای معافیت های معمول و شاید سؤال برانگیز خواهد شد و به تضمین این مسئله کمک می کند که در صورت اعطای معافیت، این معافیت با کنترل های مناسبی همراه خواهد بود که برای حمایت از شرکت فهرست شده در بازار بورس طراحی شده اند.

دستورالعملی در خصوص رفتار و اخلاق تجاری همچنین باید حاوی استانداردها و روندهای مناسب و همخوانی باشد که اجرای مؤثر آن دستورالعمل را تسهیل کنند. هر شرکتی مجاز به تعیین سیاست و خط مشی های خود است، اما تمام شرکت های موجود در فهرست بازار سهام باید به مهمترین موضوعات و سرفصل ها از جمله موارد زیر اشاره داشته باشند:

- تداخل منافع: «تداخل منافع» هنگامی رخ می دهد که منفعت شخصی یک فرد به هر شکلی یا حتی به ظاهر با منافع شرکت در کل تداخل پیدا کند. وضعیت تداخل می تواند هنگامی بوجود بیاید که یک کارمند، مسئول یا یک مدیر اقداماتی انجام بدهد یا منفعی داشته باشد که انجام هدفمند و مؤثر کارهای محوله به او در شرکت را دشوار سازد. شرایط تداخل همچنین هنگامی پیش می آید که یک کارمند، مسئول، مدیر یا عضوی از خانواده او به واسطه سمتی که او در شرکت دارد به ناحق مزایایی شخصی دریافت می کند. وام های دریافتی چنین اشخاصی و یا تعهدات تضمینی که این قبیل اشخاص ممکن است داده باشند از جمله موارد نگران کننده و پرخطر خاص هستند. شرکت های حاضر در بازار بورس سهام بای سیاستی اتخاذ کنند که توسط آن هم از چنین تداخل منفعی ممانعت کنند و هم وسیله ای برای کارمندان، مسئولان و مدیران فراهم آورند تا تداخلات بالقوه را با شرکتهای حاضر در بازار بورس در میان بگذارند.

- فرصت های سازمانی: کارمندان، مسئولان و مدیران باید از موارد زیر منع شوند:
الف) استفاده ی شخصی از فرصت هایی که از طریق استفاده از اموال، اطلاعات یا سمت سازمانی بدست آمده اند.

ب) استفاده از اموال، اطلاعات یا سمت های سازمانی برای منافع شخصی.

پ) رقابت بلشركت خود.

كارمندان، مسئولان و مديران در قبال شركت وظيفه دارند تا منافع تجارت قانونی آن را هنگامی كه فرصت آن فراهم می شود، پیش ببرند.

- **محرمانه بودن:** كارمندان، مسئولان و مديران باید اطلاعاتی كه توسط شركت های حاضر در بازار سهام یا مشتریان آنها در اختیارشان گذاشته شده است را به طور محرمانه حفظ نمایند، مگر آنكه اجازه ی اطلاع رسانی به آنها داده شود و یا توسط قانون به این امر ملزم باشند. اطلاعات محرمانه شامل تمام اطلاعات غیر عمومی است كه برای رقبا مفید و یا در صورت فاش شدن برای شركت یا مشتریان آن مضر است.

- **برخورد عادلانه:** هر كارمند، مسئول و یا مدير باید تلاش كند تا با مشتریان، تأمین كنندگان، رقبیان و كارمندان شركت منصفانه رفتار كند. هیچ كارمندی مجاز نیست از طریق دستکاری، مخفی کاری، سوءاستفاده از اطلاعات ویژه، شرح غیرواقعی حقایق مادی شركت یا هرگونه اقدام غیرمنصفانه دیگری، امتیازی ناعادلانه بر كس دیگر داشته باشد. شركت های حاضر در فهرست بازار سهام می توانند دستورالعمل های خود را به گونه ای بنویسند كه حقوق قانونی كارمندانشان را تضمین نمایند و نتوانند با آنها مانند مستخدمین قراردادی رفتار كنند.

- **محافظت و استفاده ی درست از دارایی های شركت:**

تمام كارمندان، مسئولان و مديران باید از دارایی های شركت محافظت و از استفاده بهینه آن اطمینان حاصل كنند. دزدی، بی دقتی و هدردهی تأثیر مستقیمی بر سوددهی شركت های حاضر در بازار سهام دارد. تمام دارایی های شركت باید برای اهداف قانونی استفاده شوند.

- **تبعیت از قوانین و مقررات (از جمله قانون منع دسترسی به اطلاعات درونی شركت ها)**
شركتهای حاضر در بورس باید به طور مؤثر همخوانی با قوانین و مقررات از جمله "قانون منع دسترسی به اطلاعات درونی شركت ها" را حمایت كنند. داد و ستد بر اساس اطلاعات درونی شركت ها، غیر اخلاقی و غیر قانونی است و باید با آن به صورت قاطع برخورد شود.

- **تشویق به گزارش هرگونه رفتار غیرقانونی و غیراخلاقی:**

شركتهای حاضر در بازار سهام باید به صورت مؤثر رفتارهای اخلاقی را مورد تشویق و حمایت قرار دهند. شركت باید كارمندان را ترغیب كند تا هنگامی كه در يك موقعیت خاص برای انتخاب بهترین راه و اقدام دچار تردید شدند، مورد را با سرپرستان، مديران یا سایر پرسنل مربوطه در میان بگذارند. به علاوه كارمندان باید تخلف از هرگونه قوانین و مقررات شركتی از جمله دستورالعمل رفتار مناسب تجاری را به مسئولین مربوطه گزارش دهند. برای ترغیب كارمندان به گزارش كردن چنین تخلفاتی، شركتهای حاضر در بازار بورس باید به كارمندان اطلاع دهند كه تنبیه كارمندان به دلیل گزارشات آنها غیرقانونی است.

منبع:

**

یکی دیگر از حیطه های نگران کننده اصلی در بازارهای جدید ارتباط بین منابع وام ده (اصولاً نظام بانکی) و روش های اداره هربنگاه است. به عنوان مثال در بحران مالی آسیا و همچنین بحران های مالی برزیل، روسیه و سایر کشورها، د ارایی هایی که بر اساس آنها بانک اقدام به وام دهی می کرد از نظر کیفیت و ارزش، غیرشفاف بود. این موارد برای سیستم بانکی شفاف نبود و در نتیجه بانک ها ریسک بیشتری را نسبت به شرایط معمول قبول می کردند. بنابراین برای بهبود کیفیت و ثبات نظام بانکی، داشتن استانداردهایی برای شفافیت و اطلاع رسانی بمتدر در سراسر دنیا، از اهمیتی ویژه برخوردار است.

نگرانی دیگر در بازارهای جدید، خصوصی سازی به معنی انتقال مالکیت دارایی ه ا از بخش دولتی به بخش خصوصی است. موردی که اغلب به ذهن می آید روسیه است، چراکه خصوصی سازی در آنجا مبهم و ناشفاف بود و دارایی های دولتی در خیلی از موارد به قیمتی به مراتب پایین تر از ارزش واقعی شان در بازار فروخته شدند.

مخاطراتی که از جانب حیطه هایی چون سوءاستفاده از سهام داران جزء، وام گوفتن از نظام بانکی و خصوصی سازی متوجه بنگاه داری است، نه تنها برای تک تک معام لات از اهمیت به سزائی برخوردارند، بلکه به طر زجدی تری، خطری منظم و مداوم برای بازارهای جدید به شمار می آیند.

از بنگاه داری تا اخلاق تجاری

امروزه رابطه بین قوانین اخلاقی و بنگاه داری بیش از پیش نمایان است. وقتی به نمودار بانک جهانی در شکل 1 نگاه می کنیم، اگرچه اخلاق به طور مستقیم ذکر نشده، اما فرضی ناگفته است که در بسیاری از قسمت های آن وجود دارد. سازمان بورس نیویورک (NYSE) در ایالات متحده اخیراً قوانین جدیدی برای بنگاه داری ارائه کرده که بخشی از آن به مقرراتی خاص برای امور اخلاقی اختصاص دارد. این مقررات، اصول اخلاقی را در قلب دستورالعمل های اداره شرکت ها قرار می دهد. به ویژه بخش 10 صریحاً اظهار می کند که «شرکتهای حاضر در بورس باید مجموعه ای از دستورالعمل های رفتار و اخلاق تجاری را برای م دیران، مسئولان و کارمندان وضع نمایند و آنرا اطلاع رسانی کن ند. هرگونه معافیت مدیران و م سئولان اجرایی ارشد از این دستورالعمل ها راهم فوراً اعلام نمایند.»

تدوین این مقررات در واکنش به افشاح شرکت انران (Enron) و سایر شرکت های بزرگ انجام گرفت. جایی که هیئت مدیره از پذیرش یک مجموعه مدون دستورالعمل های اخلاقی سر باز زد و باعث شد که در زمان بحران، شرکت انران (Enron) سقوط کرد و متلاشی شد. سرنوشت انران (Enron) نشان داد که تنها داشتن قانون کافی نیست، بلکه اجرای قانون در فعالیت های روزانه شرکت ها نیز به همان اندازه اهمیت دارد. مقررات سازمان بورس نیویورک (به کادر 2 رجوع شود) بر هر دو جنبه تعریف و اجرا متمرکز است.

مقررات سازمان بورس نیویورک توسط کمیسیون اوراق بهادار و بورس (SEC) و سایر ارگانهای نظارتی تصحیح شد و بیشتر توسعه یافت. مقررات سازمان بورس نیویورک باید به عنوان نقطه شروع راه دیده شود. ممکن است شرکت های خصوصی بخواهند رابطه استانداردهای اخلاقی خود را با روش های بنگاه داری مرور کنند و سپس آنها را با مقررات سازمان بورس نیویورک که در بالا آورده شد مقایسه کنند.

در محیط کار امروز، یکی از عناصر بلامنازعی که از این استانداردها منتج می شود، پذیرش یک سیاست خبرگیری است که هیئت مدیره را ملزم می کند تا برای کارمندان یک «مسیر امن» ایجاد کنند، به گونه ای که نقض دستورالعمل های اخلاقی، قانون یا سایر مقررات را به طور مستقیم و بدون عبور از مسیرهای مدیریتی به یک عضو کمیته ی بازرسی هیئت مدیره گزارش کنند. اینکه بهترین سیاست برای اجرای استانداردهای خبرگیری چیست می تواند بسیار بحث برانگیز باشد. با این حال مسیر وقایع به وضوح در جهت تحقق این سیاست قرار دارد. البته اینکه آیا بانکهای توسعه و سایر شرکتهای چند ملیتی مقررات سازمان بورس نیویورک را می پذیرند و یا راه دیگری برای تأمین نیاز روزافزون به اخلاق پیدا می کنند، مسلماً یک انتخاب شخصی است.