



A Comparative Study of Conflict of Interest in the Ethical Codes of Modern Companies and commercial Culture in Imami Jurisprudence

Seyed MohammadJavad Hoseini^{*1}, Seyed Mahdi Dadmarzi²

1. Ph.D. Student in Private Law, University of Qom, Qom,
Iran(Corresponding Author)

Email: mjavadhoseini94@gmail.com

2. Associate Professor, Department of Private Law, Faculty of Law,
University of Qom, Qom, Iran.

Email: M.dadmarzi@qom.ac.ir

Abstract

This study conducts a comparative analysis of conflict of interest in modern corporate codes of ethics and the commercial etiquette of Imami jurisprudence to elucidate their differences and convergences in addressing this challenge. The research questions focus on defining conflict of interest, its management in each system, and their points of convergence and divergence. Employing a descriptive-analytical method and drawing on authoritative jurisprudential sources and leading corporate codes, conflict of interest is defined as a clash between professional duties and personal interests. The modern system, rooted in profit-orientation and organizational efficiency, manages conflicts in financial, human resource, asset, and external interaction domains through tools like disclosure, oversight, and ethics committees, emphasizing transparency and risk mitigation. Conversely, Imami jurisprudence, grounded in a monotheistic worldview and the pursuit of divine satisfaction, addresses conflicts through makruh acts (e.g., harmful intermediation, non-prohibited hoarding) and mustahabbat (e.g., price equalization, accepting contract rescission), guided by principles like averting probable harm, prioritizing greater good, and eliminating corruption. Comparative analysis reveals that despite profound differences in theoretical and ultimate foundations, both systems converge on transparency, fairness, and prioritizing collective interests, providing a foundation for fostering a jurisprudence-based ethical commercial culture. The study highlights this convergence's potential to enrich ethical systems, proposing enhanced benevolence in modern corporations and the development of jurisprudence-based codes aligned with global trade.

Keywords: Conflict of interest, codes of ethics, commercial companies, commercial Culture, Imami jurisprudence.

Received: 2025/04/14

Revised: 2025/05/23

Accepted: 2025/05/30

Available Online: 2025/06/06

Article Type: Research Paper

Published by: Hazrat-e Masoumeh University

DOI: 10.22034/CJLS.2025.2057852.1036

بررسی تطبیقی تعارض منافع در کدهای اخلاقی شرکت‌های مدرن و فرهنگ تجارت در فقه امامیه

سید محمدجواد حسینی^{۱*}، سید مهدی دادمرزی^۲

۱. دانشجوی دکتری حقوق خصوصی، دانشکده حقوق، دانشگاه قم، قم، ایران (نویسنده مسئول)

رایانامه: mjavadhoseini94@gmail.com

۲. دانشیار گروه حقوق خصوصی، دانشکده حقوق، دانشگاه قم، قم، ایران.

رایانامه: M.dadmarzi@qom.ac.ir

چکیده

هدف این پژوهش، تحلیل تطبیقی تعارض منافع در کدهای اخلاقی شرکت‌های مدرن و فرهنگ تجارت فقه امامیه است تا تفاوت‌ها و اشتراکات این دو نظام در مدیریت این چالش روشن شود. سؤالات پژوهش بر چستی تعارض منافع، شیوه مدیریت آن در هر نظام و نقاط اشتراک و افتراق آن‌ها متمرکز است. در این پژوهش، با بهره‌گیری از روش توصیفی-تحلیلی و واکاوی منابع معتبر فقهی و کدهای اخلاقی شرکت‌های پیشرو، تعارض منافع به‌عنوان تضاد وظایف حرفه‌ای و منافع شخصی تبیین شد. نظام مدرن، ریشه در مبنای سودمحوری و کارایی سازمانی دارد و تعارض را در حوزه‌های مالی، منابع انسانی، دارایی‌ها و تعاملات خارجی با ابزارهایی چون افشای اطلاعات، نظارت و کمیته‌های اخلاق و با محوریت شفافیت و کاهش ریسک مدیریت می‌کند. در مقابل، فقه امامیه، مبتنی بر جهان‌بینی توحیدی و هدف کسب رضایت الهی، تعارض را در مکروهات، مانند واسطه‌گری زیان‌بار و احتکار غیر حرام و مستحبات، نظیر یکسان‌سازی قیمت و پذیرش اقاله با قواعد دفع ضرر محتمل، اهم و مهم و دفع مفسده هدایت می‌نماید. تحلیل تطبیقی نشان داد که با وجود اختلاف عمیق در مبانی نظری و غایی، هر دو نظام در شفافیت، انصاف و اولویت مصالح جمعی هم‌گرا هستند و این هم‌گرایی بستر برای فرهنگ‌سازی اخلاق تجاری فقه‌محور فراهم می‌کند. دستاورد پژوهش، تأکید بر ظرفیت این هم‌گرایی برای غنای نظام‌های اخلاقی و پیشنهاد تقویت خیرخواهی در شرکت‌های مدرن و تدوین کدهای فقه‌محور هماهنگ با تجارت جهانی است.

واژگان کلیدی: تعارض منافع، کدهای اخلاقی، شرکت‌های تجاری، فرهنگ تجارت، فقه امامیه.

تاریخ دریافت:	۱۴۰۴/۰۱/۲۵	نوع مقاله:	پژوهشی
تاریخ بازنگری:	۱۴۰۴/۰۳/۰۲	ناشر:	دانشگاه حضرت معصومه (سلام الله علیها)
تاریخ پذیرش:	۱۴۰۴/۰۳/۰۹	DOI:	10.22034/CJLS.2025.2057852.1036
تاریخ انتشار آنلاین:	۱۴۰۴/۰۳/۱۶		

در دهه‌های اخیر، اقتصاددانان از عنوان اخلاق تجاری برای اشاره به اقتضانات اخلاقی در کسب‌وکار بهره‌جسته‌اند. اخلاق تجاری، مجموعه اصول اخلاقی است که رعایت آن‌ها در فعالیت‌های تجاری ضروری بوده و عمدتاً در قالب کدهای اخلاقی در فضای کسب‌وکار شناخته می‌شود. (توکلی و کریمی، ۱۳۹۳، ص. ۹) یکی از چالش‌های کلیدی در این حوزه، تعارض منافع است که به موقعیت‌هایی اطلاق می‌شود که در آن منافع شخصی یا گروهی با وظایف حرفه‌ای، قانونی یا اخلاقی فرد در تضاد قرار می‌گیرد. این پدیده در کدهای اخلاقی شرکت‌های مدرن، با هدف حفظ شفافیت و کارایی سازمانی و در آداب تجارت فقه امامیه، با تأکید بر عدالت و رضایت الهی، مورد توجه قرار گرفته است. اهمیت بررسی تطبیقی این دو نظام از آن‌روست که تعارض منافع، به‌عنوان تهدیدی مشترک برای اعتماد و سلامت روابط تجاری، نیازمند راهکارهایی است که هم در چارچوب‌های مدرن و هم در نظام‌های دینی کارآمد باشند. با وجود مطالعات پراکنده در زمینه اخلاق تجاری، مانند بررسی اطلاعات نامتقارن و نکوهش آن در فقه اسلامی (صادقی سقذل و خازنده، ۱۳۹۵) تحلیل حق انتخاب مصرف‌کننده در فقه (سرکشیکیان و همکاران، ۱۴۰۰) یا ارزیابی شاخص‌های اخلاق تجارت اسلامی (توکلی و کریمی، ۱۳۹۸) پژوهشی که به‌صورت نظام‌مند تعارض منافع را در کدهای اخلاقی مدرن و آداب تجارت فقه امامیه مقایسه کند، کمتر دیده شده است. این خلأ پژوهشی، ضرورت مطالعه حاضر را برجسته می‌سازد، زیرا تبیین شباهت‌ها و تفاوت‌های این دو نظام می‌تواند به غنای دانش اخلاق تجاری و ارائه راهکارهای عملی بین‌فرهنگی کمک کند. این پژوهش با طرح سه سؤال اصلی پیش می‌رود: (۱) تعارض منافع در کدهای اخلاقی شرکت‌های مدرن و آداب تجارت فقه امامیه چگونه تعریف و تبیین می‌شود؟ (۲) هر یک از این نظام‌ها چگونه تعارض منافع را مدیریت می‌کنند و چه ابزارها و قواعدی به کار می‌برند؟ (۳) نقاط همگرایی و تمایز این دو نظام در مدیریت تعارض منافع چیست و چگونه می‌توان از آن‌ها برای غنای نظام‌های اخلاقی بهره برد؟ پاسخ به این سؤالات از طریق تحلیل تطبیقی منابع معتبر فقهی و کدهای اخلاقی شرکت‌های پیش‌رو پیگیری می‌شود. این مقاله ابتدا مفهوم، ارکان و مبانی تعارض منافع را تشریح می‌کند، سپس تعارض را در کدهای اخلاقی مدرن و آداب تجارت فقهی تحلیل کرده و در نهایت، با مقایسه تطبیقی، تفاوت‌های بنیادین و شباهت‌های عملی میان این دو نظام را بررسی می‌نماید.

۱. تعارض منافع: مفهوم، ارکان و مبانی

این بخش به تبیین مفهوم و انواع تعارض منافع پرداخته، سپس ارکان آن را برای شناسایی موقعیت‌ها مشخص می‌کند و در نهایت مبانی نظری مدیریت آن را در کدهای اخلاقی مدرن و فقه امامیه بررسی می‌نماید. هدف، ارائه چارچوبی منسجم برای پایه‌ریزی تحلیل تطبیقی این دو نظام است.

۱-۱. مفهوم و اقسام تعارض منافع

تعارض منافع عبارت از وضعیتی است که در آن یک شخص که مسئول حمایت از منافع دیگران (منفعت اولیه) است، قادر به اتخاذ تصمیماتی است که آثار این تصمیمات دامن‌گیر دیگران می‌گردد؛ لیکن به دلیل وجود منافع شخصی، بیم آن وجود دارد تصمیم‌گیرنده منافع شخصی خود (منفعت ثانویه) را بر منافع دیگران مقدم بدارد. (سیاه بیدی، ۱۴۰۰، ص ۲۵) تعارض منافع زمانی رخ می‌دهد که امور شخصی افراد، وظایف عمومی و رسمی آنان یا منافع مالی با یکدیگر در تعارض بوده (Demski, 2003, p. 51) و نتیجه منطقی این تلاقی رخداد تعارض باشد که در این هنگام باید فرد اقدام

به حفظ منافع عمومی یا تراضی بین منافع کند. (Prosecution Service, 2023, p. 5)

تعارض منافع و قواعد حاکم بر آن با توجه به تفاوت موقعیت‌ها و مشاغل با یکدیگر تفاوت دارند؛ با این وجود تعارض منافع را می‌توان از منظرهای گوناگون دسته‌بندی کرد. از حیث نوع منفعت، به دو گونه مالی (مانند دریافت هدیه یا تأثیر تصمیمات بر ارزش دارایی‌ها) و غیرمالی (نظیر تأثیر روابط خویشاوندی یا گرایش‌های سیاسی و مذهبی) تقسیم می‌شود. از منظر زمان، شامل مواردی است که تعارض رخ داده و به فساد منجر شده، یا تحقق یافته اما تصمیمی گرفته نشده و یا به صورت بالقوه در آینده محتمل است. همچنین، کشورها برای مقابله با آن رویکردهای متفاوتی از نرم (محدودیت کم) تا محدودکننده (قوانین سخت‌گیرانه) اتخاذ کرده‌اند که نشان‌دهنده تنوع در مدیریت این پدیده است. (آنامرادنژاد، ۱۴۰۰، صص ۱۶-۱۸) این تقسیم‌بندی‌ها، تحلیل تطبیقی تعارض منافع در کدهای اخلاقی شرکت‌های مدرن و آداب تجارت در فقه امامیه را تسهیل می‌کند.

۱-۲. ارکان تعارض منافع

برای شناسایی همه موقعیت‌های تعارض منافع، ارکان آن باید تمامی جنبه‌های این پدیده را پوشش دهند. تعارض منافع وقتی رخ می‌دهد که منافع شخصی یا گروهی فرد یا نهاد با وظایف حرفه‌ای، قانونی، یا اخلاقی‌اش در تضاد باشد. بر مبنای تحلیل نگارنده ارکان تعارض منافع به شرح زیر است:

الف) وظیفه یا مسئولیت اولیه

فرد یا نهاد وظیفه‌ای دارد که باید به نفع عمومی، سازمان، یا گروهی خاص (مثل سهامداران یا مشتریان) انجام شود. این وظیفه معمولاً از جایگاه حرفه‌ای یا قانونی ناشی می‌شود. مثلاً مدیر شرکت باید منافع سهامداران را اولویت دهد.

ب) منفعت ثانویه

فرد دارای منفعتی شخصی، مالی، یا غیرمالی است که ممکن است با وظیفه اولیه تعارض داشته باشد. این منفعت شامل سود مالی (مثل هدیه) روابط خویشاوندی، یا منافع غیر ملموس مثل شهرت است.

ج) تأثیر منفعت ثانویه بر تصمیم‌گیری

منفعت ثانویه باید بتواند بر قضاوت یا تصمیم‌گیری در وظیفه اولیه اثر بگذارد، چه واقعی (وقوع تعارض) یا ظاهری (احتمال درک تعارض) مثلاً مقام دولتی که در شرکتی سهام دارد، ممکن است تصمیمش تحت تأثیر قرار گیرد.

د) موقعیت تصمیم‌گیری یا اختیار

فرد باید اختیاری برای تصمیم‌گیری یا تأثیر بر نتیجه داشته باشد که منافع اولیه و ثانویه را متأثر کند. بدون این اختیار، تعارض شکل نمی‌گیرد.

ه) عدم شفافیت یا احتمال سوءاستفاده

تعارض وقتی مشکل‌ساز است که رابطه منافع پنهان بماند. فقدان شفافیت به سوءظن یا سوءاستفاده منجر می‌شود، حتی بدون وقوع تعارض.

۱-۳-۱. مبانی نظری مدیریت تعارض منافع

این بخش نشان می‌دهد که کدهای اخلاقی شرکت‌های مدرن و آداب تجارت فقه امامیه مبانی نظری مشخصی برای مدیریت تعارض منافع دارند. ابتدا اصول حاکم بر شرکت‌های مدرن بررسی شده، سپس قواعد فقهی مربوطه تحلیل می‌شود.

۱-۳-۱. مبانی نظری مدیریت تعارض منافع در شرکت‌های مدرن

مدیریت تعارض منافع در شرکت‌های مدرن بر سه جنبه کلیدی: عملیاتی (شفافیت) ارزشی (منافع جمعی) و استراتژیک (پیشگیری از ریسک) استوار است. این اصول که ریشه در نظریه‌های مدیریت سازمانی و استانداردهای جهانی دارند، چارچوبی برای تصمیم‌گیری مسئولانه و پایدار فراهم می‌کنند.

۱-۳-۱-۱. اصل شفافیت و پاسخگویی^۱

شفافیت، ستون حکمرانی شرکتی است و ایجاب می‌کند تصمیم‌گیری‌ها برای ذی‌نفعان (سهامداران، کارکنان و مشتریان) قابل‌رصد باشد. این اصل از پنهان‌کاری در تعارض منافع جلوگیری کرده و مسئولیت‌پذیری را تقویت می‌کند. سیاست‌های اخلاقی، شفافیت را افزایش داده و در نبود حمایت قانونی قوی، جایگزین نظارت خارجی می‌شوند. (Weber et al., 2024, p. 56) در تعارض منافع، شفافیت هشدار می‌دهد که تصمیم‌گیری شخصی بدون توجیه، اعتبار سازمان و فرد را به خطر می‌اندازد، لذا افشای تعارض یا اجتناب از تصمیم‌گیری لازم است.

۱-۳-۱-۲. اصل اولویت منافع جمعی بر منافع فردی^۲

این اصل، الهام‌گرفته از نظریه ذی‌نفعان، منافع جمعی را بر منافع شخصی مقدم می‌دارد و بار د سودمحوری صرف، ارزش مشترک خلق می‌کند. اولویت دادن به جمع، همکاری و اعتماد را تقویت کرده و پایداری سازمان را تضمین می‌کند. (Freeman et al., 2020, p. 9) در تعارض منافع، فرد باید منافع جمعی (مثل اعتبار شرکت) را بر منافع شخصی (مثل سود مالی یا ارتقای شغلی) ترجیح دهد یا تصمیم را به دیگری واگذار کند تا اعتماد ذی‌نفعان حفظ شود. (Jones & Felps, 2013, p. 356)

۱-۳-۱-۳. اصل پیشگیری از ریسک سازمانی^۳

این اصل بر پیشگیری از ریسک‌های مالی، قانونی و شهرتی تأکید دارد و دفع تهدیدات را بر سود کوتاه‌مدت مقدم می‌داند (ISO, 2018, p. 11) نادیده گرفتن ریسک‌های تعارض منافع به خسارات بلندمدت، مانند دعاوی حقوقی یا بی‌اعتمادی مشتریان، منجر می‌شود. (Balaji et al., 2024, p. 204) در تعارض منافع، تصمیم‌گیری شخصی که ریسک‌هایی مثل آسیب به برند دارد، باید اجتناب شود تا پایداری سازمان حفظ گردد.

۱-۳-۲. مبانی نظری مدیریت تعارض منافع در فقه امامیه

فقه امامیه با تکیه بر قواعد امانت‌داری، عدالت و پرهیز از ضرر، چارچوبی دقیق برای مدیریت تعارض منافع ارائه می‌دهد. این قواعد، ریشه در شرع و عقل دارند و رفتار فرد را در موقعیت‌های تعارض به سوی مصالح جمعی و حفظ اعتماد هدایت می‌کنند.

1. Transparency and Accountability
2. Primacy of Collective Interest
3. Risk Mitigation Priority

۱-۳-۲-۱. قاعده وجوب دفع ضرر محتمل

این قاعده بیان می‌دارد که هرگاه در انجام یا ترک عملی احتمال ضرر وجود داشته باشد، دفع آن ضرر واجب است، خواه این ضرر به صورت اخروی باشد یا دنیوی، مانند نقصان در مال، جسم یا آبرو. (انصاری، ۱۴۱۴ ق، ص ۱۵۵) فقها این قاعده را در موارد متعددی از جمله احتیاط در احکام شرعی، اجتناب از گناه و حتی امور روزمره مانند تیمم در صورت خوف ضرر جانی به کار برده‌اند. (لطفی، ۱۳۹۱، ص ۲۰۶) در ارتباط با تعارض منافع، این قاعده به‌طور خاص به شخص درگیر تعارض اشاره دارد؛ کسی که ممکن است با اتخاذ تصمیم در چنین موقعیتی، به آبروی خود لطمه زند یا در مظان اتهام سوءاستفاده قرار گیرد. (سیاه‌بیدی، ۱۴۰۲، ص ۱۵۳) از این‌رو، برای دفع این ضرر احتمالی، شایسته است که فرد از موقعیت تعارض منافع خارج شود یا از تصمیم‌گیری در آن خودداری کند.

۱-۳-۲-۲. قاعده اهم و مهم

این قاعده که ریشه در عقل و شرع دارد، در مواردی کاربرد دارد که دو مصلحت یا حق با یکدیگر تزاخم پیدا کنند و جمع آن‌ها ممکن نباشد. فقها این قاعده را در موقعیت‌هایی چون رخصت به‌خاطر وجود ضرر اهم و مقدم کردن مصالح اکثریت در صورت تزاخم میان مصالح اکثریت و اقلیت به کار برده‌اند. (حسینی شیرازی، ۱۴۱۳ ق، ص ۲۱۰) در موضوع تعارض منافع، این قاعده به شخص درگیر تعارض اشاره می‌کند که ممکن است با ترجیح منفعت شخصی بر مصلحت جمعی، به اعتماد عمومی یا امانت‌داری لطمه زند. (سیاه‌بیدی، ۱۴۰۲، ص ۱۵۵) در چنین مواردی، قاعده اهم و مهم ایجاب می‌کند که شخص مصلحت مهم‌تر، یعنی حفظ اعتماد و امانت را بر منفعت شخصی خود مقدم بدارد و از اقدامی که به خیانت یا تزاخم با مصالح بزرگ‌تر منجر شود، اجتناب کند.

۱-۳-۲-۳. قاعده اولویت دفع مفسده بر جلب منفعت

قاعده اولویت دفع مفسده بر جلب مصلحت، گرچه مورد نقد برخی اصولیون معاصر قرار گرفته است (خراسانی، ۱۴۰۹ ق، ص ۱۷۷) از مبانی مدیریت تعارض منافع در فقه است. منشأ اصلی نقد این است که قاعده به‌ظاهر دفع هر مفسده‌ای را بر هر مصلحتی مقدم می‌داند، حال آنکه ناظر به جنس و طبیعت مصلحت و مفسده است، نه همه موارد آن. ممکن است مصلحتی به دلیلی مقدم بر مفسده شود. لذا این قاعده پس از قاعده تقدیم اهم مطرح می‌شود، به این معنا که در تعارض

مصلحت و مفسده، آنچه اهم است مقدم می‌گردد و در صورت تساوی اهمیت، دفع مفسده اولویت دارد. (عابدی سرآسیا و حسینی، ۱۴۰۰، ص ۲۸) این قاعده تأکید دارد که اگر عملی منفعتی داشته باشد، اما مفسده‌ای برابر یا بزرگ‌تر از آن (مثل آسیب به مقاصد شریعت چون دین، نفس، عقل، نسل، یا مال) به همراه آورد، شخص باید از آن اجتناب کند. (حکیم، ۱۴۲۹ ق، ص ۱۳۹) در تعارض منافع، این قاعده به فرد هشدار می‌دهد که هرچند تصمیمش منفعتی (مثل کسب حق الزحمه یا پیشبرد اهداف شخصی) داشته باشد (سیاه‌بیدی، ۱۴۰۲، ص ۱۵۸) اما اگر او را در معرض اتهام خیانت یا بدگمانی قرار دهد، دفع این مفسده آبرویی بر جلب منفعت شخصی اولویت دارد.

۲. تحلیل تعارض منافع در کدهای اخلاقی شرکت‌های مدرن و آداب تجارت فقه امامیه

این بخش به تحلیل تعارض منافع در کدهای اخلاقی شرکت‌های مدرن و آداب تجارت فقه امامیه می‌پردازد. ابتدا ماهیت، جایگاه و مصادیق تعارض در کدهای مدرن بررسی شده، سپس این موارد در مکروهات و مستحبات فقهی تحلیل می‌گردد. هدف، شناسایی نحوه بروز و مدیریت تعارض در هر دو نظام برای تمهید مقایسه تطبیقی است.

۲-۱. تعارض منافع در کدهای اخلاقی شرکت‌های مدرن

این بخش تعارض منافع را در کدهای اخلاقی شرکت‌های مدرن بررسی می‌کند. ابتدا ماهیت و جایگاه حقوقی این کدها تبیین شده، سپس مصادیق تعارض در امور مالی، منابع انسانی، دارایی‌ها و تعاملات خارجی تحلیل می‌گردد. هدف، شناخت چگونگی مدیریت تعارض در نظام مدرن برای مقایسه با فقه امامیه است.

۲-۱-۱. ماهیت و جایگاه حقوقی کدهای اخلاقی شرکت‌های مدرن

کدهای اخلاقی در شرکت‌های مدرن ابزارهایی هستند که برای تنظیم رفتار سازمانی و تضمین پایبندی به اصول اخلاقی و قانونی طراحی شده‌اند. این کدها که از اواسط قرن بیستم به‌عنوان بخشی از نظام‌های حاکمیت شرکتی ظهور کردند، پس از رسوایی‌های مالی، با تأکید بر نقش هیئت‌مدیره در توسعه و اجرا، اهمیت بیشتری یافتند. (Rodriguez-Dominguez et al, 2009, p 191) از منظر حقوقی، این کدها جایگاه مشخصی در چارچوب‌های قانونی شرکت‌ها دارند و فراتر از

توصیه‌های اخلاقی عمل می‌کنند. سازمان همکاری و توسعه اقتصادی آن‌ها را مکملی برای قوانین رسمی می‌داند که با شفافیت و نظارت داخلی، از نقض قوانین و تعارض منافع جلوگیری می‌کنند (OECD, 2015, p 9)

کدهای اخلاقی در چارچوب حقوق نرم عمل می‌کنند. حقوق نرم، قواعد رفتاری غیرالزام‌آوری است که برخلاف حقوق سخت، فاقد اجبار قانونی ذاتی بوده و از طریق توصیه، فشار اجتماعی و نفوذ عملی اجرا می‌شود. این قواعد که آگاهانه غیراجباری وضع می‌شوند، با تکیه بر قدرت نرم - مانند اعتبار و هنجارهای اجتماعی - در روابط برون‌سازمانی اثر می‌گذارند، بدون آنکه تخطی از آن‌ها مجازات قانونی مستقیم داشته باشد. حقوق نرم با زبان مشخص و انعطاف‌پذیر تدوین شده و از ضوابط کلی متمایز است. (شیروی و وکیلی مقدم، ۱۳۹۴، ص ۲۵۶) کدهای اخلاقی نیز به‌عنوان ابزاری داوطلبانه، شرکت‌ها را به رعایت اصول اخلاقی ترغیب می‌کنند.

به این ترتیب، کدهای اخلاقی نه تنها ارزش‌های سازمانی را بیان می‌کنند، بلکه به‌عنوان بخشی از ساختار حقوقی، نقش پیشگیرانه و نظارتی در مدیریت تعارض منافع ایفا می‌نمایند. این ماهیت دوگانه، آن‌ها را از اصول غیررسمی متمایز کرده و به بخشی جدایی‌ناپذیر از نظام‌های شرکتی مدرن تبدیل می‌کند که با روزآمدسازی، با تعارضات جدید منطبق می‌شود.

۲-۱-۲. تحلیل تعارض منافع در کدهای اخلاقی شرکت‌های مدرن

تعارض منافع در کدهای اخلاقی شرکت‌های مدرن به‌عنوان تهدیدی اساسی برای کارایی، یکپارچگی و اعتبار سازمان‌ها شناسایی شده و در چهار حوزه اصلی دسته‌بندی می‌شود. دسته‌بندی زیر، بر اساس استقرای شخصی نویسنده ارائه می‌شود. این چارچوب به‌گونه‌ای طراحی شده که تمام جنبه‌های تعارض منافع مطرح در این کدها را در بر می‌گیرد و تضاد بین منافع شخصی و سازمانی را به‌طور جامع مدیریت می‌کند. در ادامه، با استناد به کدهای اخلاقی شرکت‌های برجسته، مثال‌هایی از این تعارضات نیز ارائه می‌شود.

۲-۱-۲-۱. تعارض در امور مالی و قراردادها

این حوزه به سوءاستفاده‌های مالی در تعاملات تجاری مربوط است، شامل پذیرش هدایا، رشوه، قرارداد با نهادهای مرتبط با کارکنان و کمیسیون غیرمجاز. این اقدامات، جریان مالی شرکت را منحرف کرده و اعتماد شرکا را به خطر می‌اندازد. کدهای اخلاقی با ضوابط سخت‌گیرانه، شفافیت را تضمین و سوءاستفاده را ممنوع می‌کنند. برای نمونه، «منشور رفتاری آلفابت» بیان می‌دارد:

«رشوه، پورسانت غیرقانونی یا هر چیزی که بتواند به طور نادرست بر تصمیمات تجاری اثر بگذارد، عرضه یا پذیرش نشود.» (Alphabet, 2024) هم‌چنین، «راهنمای صداقت جنرال الکترونیک» مقرر می‌دارد: «هدایا یا پرداخت‌هایی که بتواند بر قضاوت تجاری شما اثر بگذارد، پذیرفته نشود» (GE, 2023) به همین ترتیب، «منشور رفتاری تجاری آمازون» اعلام می‌کند: «ما هدایا یا امتیازاتی که بتواند تصمیم‌گیری ما را به خطر اندازد، نمی‌پذیریم» (Amazon, 2023)

۲-۱-۲-۲. تعارض در مدیریت منابع انسانی

این تعارضات از تصمیم‌گیری‌های مدیریتی ناشی می‌شود، شامل جانبداری در استخدام یا ترفیع بستگان و روابط عاطفی در محیط کار که قضاوت حرفه‌ای را مخدوش می‌کند. این موارد انسجام سازمانی را کاهش می‌دهند. کدهای اخلاقی با الزام به بی‌طرفی، از سوگیری جلوگیری می‌کنند. برای نمونه، «منشور رفتاری تأمین‌کنندگان اپل» بیان می‌دارد: «از استخدام یا نظارت بر خویشاوندان خودداری شود، مگر اینکه افشا و تأیید گردد.» (Apple, 2024) هم‌چنین، «استانداردهای رفتاری تجاری مایکروسافت» مقرر می‌دارد: «هرگونه روابط شخصی نزدیک که بتواند بر کار شما اثر بگذارد، افشاء شود» (Microsoft, 2024) به همین ترتیب، «منشور رفتاری تجاری جانسون اند جانسون» اعلام می‌کند: «هرگونه روابط خانوادگی که بتواند بر نقش شما اثر بگذارد، گزارش شود» (J&J, 2023)

۲-۱-۲-۳. تعارض در بهره‌برداری از دارایی‌ها

این حوزه، سوءاستفاده از دارایی‌های مادی و غیرمادی شرکت برای اهداف شخصی را در بر می‌گیرد، مثل استفاده غیرمجاز از تجهیزات، نرم‌افزار، یا داده‌ها. این اقدامات، مزیت رقابتی شرکت را تضعیف می‌کنند. کدهای اخلاقی با حفاظت از دارایی‌ها، بهره‌برداری شخصی را منع می‌نمایند. برای نمونه، «منشور رفتاری متا» بیان می‌دارد: «دارایی‌های شرکت برای استفاده تجاری است، نه برای منفعت شخصی.» (Meta, 2024) هم‌چنین، «منشور رفتاری اکسان موبیل» مقرر می‌دارد: «تجهیزات و داده‌های شرکت نباید برای فعالیت‌های شخصی استفاده شود» (ExxonMobil, 2023) به همین ترتیب، «منشور رفتاری جی‌پی مورگان چیس» اعلام می‌کند: «دارایی‌های شرکت نباید برای سود شخصی یا مقاصد غیرتجاری استفاده شود» (JPMorgan Chase, 2023)

۲-۱-۲-۴. تعارض در تعاملات خارجی و رقابتی

این تعارضات، جایگاه شرکت در تعاملات بیرونی را تهدید می‌کند، شامل اظهارات غیرمجاز، معاملات داخلی با اطلاعات محرمانه و افشای اطلاعات. این موارد، اعتماد ذی‌نفعان را خدشه‌دار

می‌کنند. کدهای اخلاقی با کنترل تعاملات، از آسیب به اعتبار محافظت می‌کنند. برای نمونه، «منشور رفتاری برکشایر هاتاوی» بیان می‌دارد: «اطلاعات حساس به افراد خارجی افشا نشود یا مورد سوء استفاده قرار نگیرد» (Berkshire Hathaway, 2023) هم‌چنین، «منشور رفتاری آلفابت» مقرر می‌دارد: «اطلاعات محرمانه فاش نشود یا بدون تأیید به صورت عمومی بیان نگردد.» (Alphabet, 2024) به همین ترتیب، «استانداردهای رفتاری تجاری مایکروسافت» اعلام می‌کند: «از اطلاعات داخلی برای معامله استفاده نشود یا به صورت خارجی به اشتراک گذاشته نشود» (Microsoft, 2024)

۲-۱-۳. راهکارهای مدیریت تعارض منافع در کدهای اخلاقی شرکت‌های مدرن

تعارض منافع، چالشی اساسی برای کارایی، یکپارچگی و اعتبار سازمان‌های مدرن است. مدیریت این تعارضات نیازمند ابزارهایی است که ریسک‌ها را کاهش داده، اعتماد ذی‌نفعان را تقویت کند و فرهنگ اخلاقی را نهادینه سازد. در ادامه، دسته‌بندی منسجمی از این ابزارها که حاصل اندیشه‌ورزی نویسنده بوده با مثال‌هایی از کدهای شرکت‌های برجسته بررسی می‌شوند.

۲-۱-۳-۱. افشاء اطلاعات

افشای اطلاعات، اعلام رسمی موقعیت‌ها یا روابطی است که احتمال تعارض منافع را دارند. این روش با ایجاد شفافیت، امکان اقداماتی مثل بازنگری وظایف یا تشدید نظارت را پیش از تعارض فراهم می‌کند. فرآیند افشا شامل گزارش به مدیران یا واحدهای نظارتی است و سازوکارهایی مشخص می‌خواهد. برای مثال، دستورالعمل‌های رفتار تجاری اپل، کارکنان را ملزم به اعلام سرمایه‌گذاری‌های شخصی مؤثر بر تصمیم‌گیری می‌کند. (Apple, 2024) اثربخشی این روش به وجود فرهنگی سازمانی وابسته است که گزارش‌دهی را ترویج دهد و از اطلاعات افشاء‌شده صیانت نماید.

۲-۱-۳-۲. سیاست‌های نظارتی

سیاست‌های نظارتی، قواعدی هستند که رفتار کارکنان را در موقعیت‌های حساس تنظیم می‌کنند. این سیاست‌ها ممکن است فعالیت‌هایی مثل اشتغال در شرکت‌های رقیب را ممنوع کرده یا تصمیماتی چون قراردادهای منوط به تأیید نمایند. به‌عنوان نمونه، منشور رفتاری آلفابت، فعالیت در شرکت‌های رقیب را غیرمجاز اعلام کرده است. (Alphabet, 2024) هدف این راهکار، کاهش مخاطرات تعارض از طریق ایجاد چارچوب‌هایی روشن و قابل‌سنجش است که با ابزارهایی چون

ردیابی داخلی و بازرسی‌های منظم اجرا می‌شود. با این حال، برقراری تعادل میان نظارت و حفظ انگیزه کارکنان، چالشی اساسی به‌شمار می‌رود.

۲-۱-۳-۳. کمیته‌های اخلاق

کمیته‌های اخلاق، نهادهایی مستقل هستند که وظیفه تدوین، اجرا و نظارت بر کدهای اخلاقی را بر عهده دارند. این کمیته‌ها با تحلیل گزارش‌های تعارض، راه‌حل‌هایی عملی مانند تغییر مسئولیت‌ها یا محدودسازی دسترسی به اطلاعات ارائه می‌دهند. برای نمونه، منشور رفتار تجاری جانسون اند جانسون، بررسی گزارش‌های دریافت هدایا را به این کمیته واگذار کرده است. (J&J, 2023) این نهادها هم‌چنین از طریق آموزش‌های منظم، خودنظارتی را در میان کارکنان تقویت می‌کنند. موفقیت این راهکار به استقلال و اقتدار کمیته وابسته است تا بتواند فارغ از فشارهای داخلی یا خارجی عمل نماید.

۲-۱-۳-۴. پاداش‌دهی اخلاقی

پاداش‌دهی اخلاقی با هدف تشویق رعایت اصول اخلاقی به‌صورت داوطلبانه، از انگیزه‌های مثبت بهره می‌گیرد. این روش می‌تواند شامل اعطای پاداش‌های مالی، تقدیر رسمی، یا فرصت‌های ارتقای شغلی باشد. به‌عنوان مثال، منشور رفتار تجاری و اخلاقی برکشایر هاتاوی، امتیازاتی تشویقی را برای اجتناب از تعارض منافع پیش‌بینی کرده است. (Berkshire Hathaway, 2023) اجرای این راهکار مستلزم تعریف معیارهای دقیق برای شناسایی رفتارهای اخلاقی و ایجاد سازوکاری شفاف برای توزیع پاداش‌هاست.

۲-۲. تعارض منافع در آداب تجارت فقه امامیه

این بخش به بررسی تعارض منافع در آداب تجارت فقه امامیه می‌پردازد. ابتدا ماهیت و جایگاه حقوقی این آداب تشریح شده، سپس مصادیق تعارض در مکروهات و مستحبات تجارت تحلیل می‌گردد. هدف از این بخش، شناسایی رویکرد فقهی به تعارض منافع برای مقایسه با کدهای اخلاقی مدرن است.

۲-۲-۱. ماهیت و جایگاه حقوقی آداب تجارت فقه امامیه

در فقه امامیه، فقها برای بررسی آداب تجارت از اصطلاحاتی نظیر آداب التکسب و آداب السوق استفاده نموده‌اند و این مباحث را عموماً در کتاب بیع مطرح کرده‌اند. برخی از ایشان، مانند محقق

حلی (۱۴۰۸ ق، ج ۲، ص ۱۴) این موضوع را در ابتدای مباحث خود گنجانده‌اند تا مبنایی برای فهم احکام معاملات و تقویت بنیان‌های اخلاقی تجارت فراهم آورند. برخی دیگر صاحب جواهر، مانند (نجفی، ۱۳۶۲ ش، ج ۲۱، ص ۴۴۹) با توجه به الزام کمتر این آداب در مقایسه با احکام واجب معاملات، آن را در انتهای مباحث خود قرار داده‌اند. شایان ذکر است که آداب تجارت در فقه امامیه، از آنجاکه مستقیماً به رفتار مکلف مربوط می‌شود، در زمره احکام تکلیفی قرار می‌گیرد. (صدر، ۱۴۲۹ ق، ج ۱، ص ۶۴) احکام تکلیفی در فقه امامیه به پنج دسته واجب، مستحب، حرام، مکروه و مباح تقسیم می‌شوند. مستحب عملی است که انجام آن پسندیده و دارای پاداش است و مکروه عملی است که ترک آن نیکو، ولی انجامش ممنوع نیست. رعایت آداب تجارت آثاری مادی و معنوی به همراه دارد، لیکن حتی در صورت فقدان این آثار، از اهمیت آن کاسته نمی‌شود. لازم به توضیح است که الزام با ضمانت اجرا متمایز است؛ ضمانت اجرا نتیجه الزام است، نه خود آن. باید افزود که فقه و اخلاق، با وجود شباهت‌های ظاهری، از جهاتی متفاوت‌اند. فقه با دامنه‌ای گسترده، احکام شرعی را برای تنظیم امور عبادی، اجتماعی، اقتصادی و حقوقی وضع می‌کند تا جامعه را سامان دهد، فرد را پرورش دهد و ثواب اخروی را محقق سازد. (موسوی بجنوردی، ۱۳۸۵، ص ۲۸) در مقابل، اخلاق صرفاً به ارزیابی رفتار از منظر ارزش‌های نیک و ناپسند می‌پردازد و هدف آن اصلاح معایب فرد و جامعه است، بدون توجه به پاداش یا عقوبت اخروی.

۲-۲-۲. تحلیل تعارض منافع در آداب تجارت

از آنجایی که آداب تجارت فقه امامیه منحصر به مکروهات و مستحبات است، تعارض منافع بدو در مکروهات و سپس در مستحبات تحلیل می‌شود.

۲-۲-۲-۱. تحلیل تعارض منافع در مکروهات تجارت

در فقه امامیه، مکروهات تجارت به اعمالی گفته می‌شود که بدون حرمت شرعی، به دلیل احتمال تعارض منافع یا نقض اخلاق، توصیه نمی‌شوند. این تعارضات در حوزه‌هایی چون نمایندگی، شفافیت معامله و قیمت‌گذاری بروز می‌یابند و هدفشان حفظ عدالت و مصالح عمومی در تجارت است. در ادامه، مصادیق تعارض منافع در مکروهات بررسی می‌شود.

الف) واسطه‌گری محلی برای بیگانه

واسطه‌گری محلی برای بیگانه، به فروش کالای شخص غیر محلی توسط مقیم شهر اشاره دارد. این عمل مکروه است (کلینی، ۱۴۰۷ ق، ج ۵، ص ۱۶۸) زیرا محلی ممکن است با سوءاستفاده

از ناآگاهی بیگانه از نرخ‌های بازار، منفعت او را نادیده گرفته و سود شخصی را اولویت دهد. (حسینی عاملی، ۱۴۱۹ق، ج ۱۲، ص ۴۵۹) این تعارض زمانی شدت می‌یابد که محلی معامله را بدون رضایت بیگانه پیش ببرد و توزیع رزق عادلانه را مختل کند. اگر بیگانه خود کالا را عرضه کند و محلی نقش ارشادی داشته باشد، کراهت برطرف می‌شود، مشروط بر نبود قصد نقض منفعت. (حسینی عاملی، ۱۴۱۹ق، ص ۴۶۰) این تأکید بر شفافیت، با اصول اخلاقی نمایندگی مدرن هم‌راستا است.

ب) استقبال از قافله‌ها

«تلقی رکبان و قوافل» استقبال محلی‌ها از قافله‌ها برای خرید کالاهایشان پیش از ورود به بازار است. این عمل مکروه است (نجفی، ۱۳۶۲ ش، ج ۲۲، ص ۴۷۱) زیرا محلی‌ها ممکن است با سوءاستفاده از ناآگاهی قافله‌ها، کالا را ارزان بخرند و منفعتشان را نادیده بگیرند. (نراقی، ۱۴۱۵ق، ج ۱۴، ص ۴۱) تعارض منافع وقتی رخ می‌دهد که محلی مانع دسترسی قافله به بازار شود. حد تلقی، فاصله کمتر از چهار فرسخ است و معامله پس از ورود به شهر کراهت ندارد. (نجفی، همان، ص ۴۷۲) این حمایت از قافله‌ها، با اصول مدرن علیه سوءاستفاده از ناآگاهی هم‌سوست.

ج) مداخله در معامله مؤمن

«مداخله در معامله مؤمن» ورود شخص ثالث به معامله‌ای است که مؤمنی در حال انجام آن است. این عمل مکروه است، زیرا مداخله‌گر ممکن است با پیشنهاد بهتر، منفعت مؤمن را نادیده گرفته و سود را تصاحب کند. (نجفی، همان، ص ۴۵۹) تعارض منافع وقتی رخ می‌دهد که مداخله‌گر پس از توافق اولیه، حقوق مادی یا آسایش معنوی مؤمن را مختل کند. (سبزواری، ۱۴۱۳ق، ج ۱۶، ص ۲۶) اگر توافق کامل نشده یا معامله در مزایده باشد، کراهت برطرف می‌شود، مشروط بر نبود قصد اضرار. (نجفی، همان، ص ۴۶۰) این صیانت از حقوق مؤمن، با اصول مدرن علیه مداخله زیان‌بار هم‌راستا است.

د) بیع در موضع استتار عیب

فروش کالا در محلی که عیوبش پنهان می‌ماند، به دلیل احتمال تدلیس مکروه است. (طوسی، ۱۴۰۰ق، ص ۳۷۲) این عمل وقتی رخ می‌دهد که فروشنده در مکان تاریک کالا را عرضه کند تا عیب آن مخفی بماند و منفعت بیشتری کسب نماید. تعارض منافع، اعتماد میان طرفین را خدشه‌دار می‌کند. اگر قصد عمدی باشد، احتمال حرمت دارد. (حسینی عاملی، همان، ص ۴۴۹) این اصل با موازین مدرن شفافیت در معاملات هم‌سوست.

ه) تزئین کالا

تزئین کالا، عرضه‌گریشی بخش مرغوب و اختفای بخش نامرغوب است که شفافیت را نقض می‌کند (حسینی عاملی، همان، ص ۴۴۸) این عمل با ایجاد شبهه تدلیس، اعتماد را مخدوش می‌سازد. اگر عیب با معاینه غیرقابل تشخیص باشد، حرام است؛ اما اگر مشهود باشد، بائع باید مرغوب و نامرغوب را توأمان عرضه کند. البته تزئین به انگیزه‌های مجاز عرفی، جایز است (همان) این قاعده با اصول مدرن شفافیت هم‌راستا است.

و) احتکار غیرحرام

احتکار غیرحرام، نگه‌داری طعام به انتظار گرانی بدون قصد اضرار است و مکروه شمرده می‌شود. (نجفی، همان، ص ۴۷۸) این عمل، اطلاعات نامتقارن ایجاد کرده و رزق عادلانه را مختل می‌کند. (صادقی سقدل و خانزاده، ۱۳۹۵، ص ۲۱۳) تعارض منافع وقتی است که بائع با ذخیره کالا در وفور، نفع عمومی را به خطر اندازد. اگر طعام فراوان باشد، کراهت دارد، اما در قحطی، بحث حرمت مطرح است. (نجفی، همان، ص ۴۸۰) این دیدگاه با اصول مدرن تعادل منفعت و مصلحت هم‌سوست.

۲-۲-۲. تحلیل تعارض منافع در مستحبات تجارت

در آداب تجارت فقه امامیه، مستحبات، اعمالی پسندیده‌اند که انصاف، خیرخواهی و اعتماد را در معاملات ترویج می‌کنند. این اعمال، از یکسان‌سازی قیمت‌ها تا پذیرش فسخ نادم و سخاوت در وزن، بائع را به نفع طرف مقابل از منفعت شخصی می‌گذرانند. در ادامه، این موارد تحلیل می‌شود.

الف) یکسان‌سازی قیمت برای خریداران

در فقه امامیه، یکسان‌سازی قیمت برای خریداران به‌عنوان عملی مستحب در تجارت شناخته می‌شود که بائع را ملزم می‌سازد کالا را با نرخی یکنواخت به همه عرضه کند، بدون تمایز میان خریدار چانه‌زن و دیگران. این مستحب هنگامی مصداق می‌یابد که فروشنده از کاهش ثمن برای یکی و افزایش آن برای دیگری اجتناب ورزد. (سبزواری، همان، ص ۱۷) تعارض منافع در این است که بائع می‌تواند با تغییر قیمت‌ها به نفع خود منفعت بیشتری کسب نماید، لیکن این عمل انصاف و اعتماد میان خریداران را مخدوش می‌سازد. این رویکرد با اصول اخلاقی امروزی که برابری در معاملات را ارجح می‌نهند، هم‌راستا است.

ب) پذیرش اقاله با شخص پشیمان

در فقه امامیه، پذیرش درخواست اقاله مطروحه از سوی نادم به‌عنوان عملی مستحب در آداب تجارت شمرده می‌شود، نه آنکه خود اقاله به‌صورت مطلق چنین حکمی داشته باشد. این امر

هنگامی مصداق می‌یابد که بایع یا مشتری، پس از انعقاد عقد، با ابراز پشیمانی یکی از طرفین مواجه گردد و به خواست او برای انحلال معامله تن در دهد. تعارض منافع در این است که بایع می‌تواند با پافشاری بر تداوم عقد، منافع مالی یا موقعیت خویش را حفظ نماید، لیکن پذیرش درخواست نادم، فضیلت خیرخواهی را به همراه دارد و انصاف در معامله را استوار می‌سازد. برخی از فقها استحباب این عمل را به وجود ندامت مقید کرده‌اند و بر این باورند که در صورت وجود خیار دیگر، اقاله فاقد فایده است (علامه حلی، ۱۴۱۰ ق، ج ۱، ص ۳۵۸) باین حال، دیدگاه جامع‌تر، استحباب را حتی در صورت وجود خیار نیز مورد تأیید قرار می‌دهد، زیرا هدف از آن کسب ثواب و تحقق نیکوکاری است، نه صرفاً رفع پشیمانی طرف مقابل. (حسینی عاملی، همان، ج ۱۲، ص ۴۳۳) این رویکرد با موازین اخلاقی معاصر که انعطاف در برابر نیازها و شرایط طرفین معامله را ارزشمند می‌دانند، هم‌سو است.

ج) گرفتن ناقص و دادن افزون

در فقه امامیه، گرفتن ناقص و دادن افزون به‌عنوان عملی مستحب در آداب تجارت شناخته می‌شود که بایع را به رعایت انصاف و سخاوت در معامله ترغیب می‌کند. این مستحب زمانی مصداق می‌یابد که فروشنده در هنگام وزن یا پیمایش، برای خود کم‌تر بر دارد و به مشتری بیش‌تر عرضه کند، مشروط بر آنکه این نقصان و رجحان به جهالت در معامله نینجامد. (حسینی عاملی، همان، ج ۱۲، ص ۴۳۵) تعارض منافع در این است که بایع با این کار ممکن است از سود مادی خود بکاهد، لیکن این عمل فضیلت نیکوکاری را به ارمغان می‌آورد و اعتماد میان طرفین را استحکام می‌بخشد. روایات و دلایل عقلی و نقلی بر استحباب هر دو بخش دلالت دارند، چنان‌که دادن افزون با آیاتی چون آیه ۳۵ سوره اسراء^۱ تأیید می‌شود و گرفتن ناقص نیز با نیت وفای به انصاف پسندیده شمرده شده است. در صورت اختلاف میان طرفین، برخی ترجیح بایع را در اعمال این مستحب محتمل دانسته‌اند (مقدس اردبیلی، بی‌تا، ج ۸، ص ۱۲۲) هرچند دیدگاه‌هایی نیز بر تساوی یا قرعه تأکید دارند. این قاعده با موازین اخلاقی معاصر که بر صداقت و سخاوت در معاملات ارزش می‌نهند، هم‌سو است.

۲-۲-۳. راهکارهای فقهی مدیریت تعارض منافع در آداب تجارت

تعارض منافع در آداب تجارت فقه امامیه که در مکروهات و مستحبات نمود می‌یابد، نیازمند راهکارهایی است که ریشه در احکام و اصول شرعی دارد. این راهکارها، به‌عنوان ابزارها و

۱. «وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ»

روش‌هایی برای پیشگیری و مدیریت تعارض، رفتار تاجر را با آموزه‌های شریعت منطبق نموده و در راستای عدالت و انصاف هدایت می‌کند. در ادامه، این راهکارها تشریح می‌گردد.

۲-۲-۳-۱. شفافیت در معامله

فقه، تاجر را به آشکارسازی ویژگی‌ها و عیوب کالا ملزم می‌کند. در بیع با استتار عیب، تاجر ممکن است نقص را پنهان کرده و سود خود را ترجیح دهد. فقه با وجوب عرضه قابل ارزیابی، این تعارض را رفع می‌کند. در تزیین کالا، نمایش بخش برتر و اختفای ناکارآمد، گمراهی ایجاد می‌کند. فقه با الزام به ارائه اطلاعات کامل، معامله را منطبق با موازین شرعی می‌نماید.

۲-۲-۳-۲. انصاف در قیمت‌گذاری

فقه، تاجر را به اعتدال در نرخ‌گذاری دعوت می‌کند. در احتکار غیر حرام، نگاه‌داری کالا برای گرانی، نظم بازار را مختل می‌کند. فقه با ترغیب به عرضه به موقع، این تعارض را مهار می‌نماید. در یکنواختی قیمت، نرخ‌های گوناگون سود تاجر را افزایش می‌دهد، اما فقه با توصیه به ثبات، حقوق خریداران را تأمین می‌کند.

۲-۲-۳-۳. خودداری از واسطه‌گری زیان‌بار

فقه، تاجر را از زیان به دیگران یا بازار نهی می‌کند. در واسطه‌گری برای بیگانه، سوءاستفاده از ناآگاهی او توازن را بر هم می‌زند. رهنمود فقهی با محدود کردن این عمل به نقش راهنمایی بدون زیان، تعارض را برطرف می‌سازد. در خرید پیش از ورود قافله‌ها، تاجر با تهیه ارزان کالا، مانع دسترسی مسافران به بازار می‌شود و سود خود را بر زیان آن‌ها بنا می‌کند. اسلام با این تفکر و اقدام، مخالفت کرد تا عرضه و تقاضا از دخالت‌های ساختگی و مصنوعی مصون بماند و واسطه‌گری‌های غیر مفید از اقتصاد جامعه حذف شود. (صادقی سقدل و خانزاده، ۱۳۹۵، ص ۲۱۶) در دخالت در معامله مؤمن نیز، ورود شخص سوم با پیشنهادی بهتر، منفعت مؤمن را تهدید می‌کند و فقه با منع این عمل، از حقوق او دفاع می‌نماید.

۲-۲-۳-۴. ترغیب به رفتار پسندیده

فقه، تاجر را به رفع تعارض به نفع دیگران تشویق می‌کند. در اقاله، اصرار بر معامله سود تاجر را حفظ می‌کند، اما فقه با توصیه به پذیرش، تعارض را پایان می‌دهد. در کم گرفتن و زیاد دادن، فقه با ترغیب به بخشش، تعارض را کاهش داده و عمل را به ثواب نزدیک می‌کند.

۳. تحلیل تطبیقی رویکرد دو نظام

از آنجایی که آداب تجارت در فقه امامیه و کدهای اخلاقی شرکت‌های مدرن بر مبنای متفاوتی استوارند، ابتدا تفاوت ذاتی این دو رویکرد بررسی می‌شود. سپس، تلاش می‌شود تا شباهت‌های موجود در نحوه مدیریت تعارض منافع شناسایی گردد.

۳-۱. تمایز بنیادین رویکرد فقه اسلامی و نظام‌های مبتنی بر اقتصاد آزاد

اصلی‌ترین وجه تمایز آموزه‌های فقه اسلامی با نظام‌های مبتنی بر اقتصاد آزاد، تفاوت در بنیان‌های نظری و اهداف آن‌ها است. نظام‌های مبتنی بر اقتصاد آزاد، همان‌گونه که گذشت اگرچه به ارزش‌هایی چون اعتماد، انصاف و صداقت توجه دارند، اما این اصول غالباً به‌عنوان ابزارهایی برای تحقق سود و رشد اقتصادی تعریف می‌شوند. در این نظام‌ها، اگر قواعد اخلاقی سودآوری را تسهیل نکنند، با اصول دیگری جایگزین خواهند شد.

در آموزه‌های اسلامی، اصول و قواعد تجاری بر مبنای یک جهان‌بینی توحیدی استوار بوده، لذا با گذشت زمان نیز تغییری نمی‌یابند. در این جهان‌بینی، هدف نهایی از تمامی معاملات و تعاملات، قرب الی الله و کسب رضایت الهی است؛ بنابراین، حتی اگر این اصول به ایجاد درآمد منجر شوند، این نتیجه ثانوی و تبعی محسوب می‌شود و به‌هیچ‌وجه هدف اصلی نیست. (اعتمادشفیع و دادمرزی، ۱۴۰۴، ص ۶) برای نمونه، در فقه اسلامی تجارت بدون کسب سود نیز مطلوب و حتی در برخی موارد توصیه شده است. فروشنده می‌تواند بدون هیچ‌گونه انتظار مادی، معامله‌ای را صرفاً با نیت احسان و جلب ثواب به دیگری انجام دهد. یکی از مصادیق برجسته این رویکرد، زمانی است که فروشنده با عباراتی نظیر «هلم أحسن إلیک» (بشتابید تا به شما نیکویی کنم) معامله می‌کند؛ در این حالت، مستحب است که سودی نگیرد و حتی گرفتن سود به شدت مکروه است. (ابن ادریس حلی، ۱۴۱۰ ق، ج ۲، ص ۲۳۲) در معاملات میان مؤمنین نیز مستحب است که فروشنده از دریافت سود اجتناب کند، مگر در شرایط اضطراری. علاوه بر این، اگر موضوع معامله موردنیاز جامعه اسلامی باشد، فروشنده موظف است آن را بدون دریافت سود تأمین کند. چراکه در این موارد، تأمین نیازهای اساسی مسلمانان به‌عنوان یک واجب کفایی شناخته شده است و اخذ اجرت برای انجام واجبات در فقه اسلامی ممنوع است. این تأکید بر آخرت‌نگری و رضایت الهی، نگاه توحیدی فقه اسلامی را بیش‌ازپیش نمایان می‌سازد.

در ادامه بحث، نکته قابل‌تأمل دیگر این است که در رویکرد فقه اسلامی، هرگاه تعارضی میان منافع شخصی تاجر و منافع طرف مقابل یا جامعه اسلامی پدید آید، تاجر مکلف است از منفعت

خود چشم‌پوشی کند و اولویت را به مصلحت جمع یا رضایت الهی دهد. این تکلیف ریشه در همان جهان‌بینی توحیدی دارد که هدف غایی را نه سود مادی، بلکه تعالی معنوی و خدمت به خلق قرار داده است؛ اما با بررسی و استقراء در کدهای اخلاقی شرکت‌های مدرن مستقر در نظام‌های مبتنی بر اقتصاد آزاد، مشاهده می‌شود که در این نظام‌ها، مدیران و مسئولین شرکت‌ها تنها در شرایط تعارض میان منافع شخصی خود و منافع شرکت موظف به فداکاری و چشم‌پوشی از سود خویش هستند، نه فراتر از آن. به عبارت دیگر، در این چارچوب، هیچ‌گونه تکلیفی برای رعایت مصلحت شرکت‌های طرف معامله، رقبا یا جامعه به‌طورکلی بر دوش مدیران نهاده نشده است. در این موارد، اگرچه مدیران از سوءاستفاده شخصی از منابع شرکت منع می‌شوند، اما هیچ الزامی برای در نظر گرفتن منافع رقبا یا حتی مشتریان در شرایط خاص وجود ندارد، مگر آنکه این توجه به‌طور غیرمستقیم به سودآوری بیشتر شرکت منجر شود. این امر نشان‌دهنده آن است که در نظام‌های اقتصاد آزاد، محوریت با منفعت سازمانی است و اصول اخلاقی تنها تا جایی ارزشمند تلقی می‌شوند که به این هدف خدمت کنند؛ حال آنکه در فقه اسلامی، منفعت مادی همواره در سایه ارزش‌های متعالی‌تر قرار می‌گیرد.

پس از بیان این تفاوت در اصل و اساس نگرش به قواعد اخلاقی حاکم بر تجارت، در ادامه به مقایسه بین این دو نظام جهت یافتن شباهت‌های موجود میان آن‌ها پرداخته می‌شود.

۳-۲. کشف شباهت‌های اصلی میان کدهای اخلاقی شرکت‌های مدرن و

آداب تجارت در فقه امامیه

پس از تبیین تفاوت‌های بنیادین میان رویکرد فقه اسلامی و نظام‌های مبتنی بر اقتصاد آزاد، اینک نوبت به بررسی شباهت‌های موجود میان این دو نظام می‌رسد. هرچند مبانی نظری و اهداف این دو رویکرد از یکدیگر متمایزند، اما در عمل، برخی اصول مشترک در مدیریت تعارض منافع و تنظیم روابط تجاری مشاهده می‌شود که نشان‌دهنده هم‌گرایی در راهکارهای عملی، علی‌رغم تفاوت در نیت و غایت است. این شباهت‌ها را می‌توان در چهار محور اصلی بررسی کرد که در ادامه به تفصیل مورد تحلیل قرار می‌گیرند.

۳-۲-۱. تأکید بر شفافیت در روابط تجاری

یکی از مهم‌ترین اشتراکات کدهای اخلاقی شرکت‌های مدرن و آداب تجارت فقه امامیه، تأکید بر شفافیت به‌عنوان پایه اعتماد و سلامت تجارت است. در کدهای مدرن، شفافیت ابزاری کلیدی

برای پیشگیری از تعارض منافع است. برای نمونه، منشور آلفابت کارکنان را ملزم می‌کند هرگونه تعارض منافع، مانند سرمایه‌گذاری شخصی یا روابط خانوادگی مؤثر بر تصمیم‌گیری را افشا کنند. (Alphabet, 2024) این اصل از سوءاستفاده جلوگیری کرده و اطمینان می‌دهد تصمیمات به نفع سازمان است.

در فقه امامیه نیز شفافیت رکن آداب تجارت است. فروش کالا در موضع استتار عیب یا تزئین گزینشی آن که عیوب را پنهان کند، مکروه است، زیرا اعتماد را مخدوش می‌کند. (طوسی، ۱۴۰۰، ص ۳۷۲) فقه با الزام به ارائه کامل و بی‌طرفانه کالا، از تدلیس و ترجیح منفعت شخصی بر مصلحت طرف مقابل جلوگیری می‌نماید. این شباهت نشان می‌دهد هر دو نظام شفافیت را برای سلامت معاملات و کاهش تعارض لازم می‌دانند، گرچه فقه آن را با نیت قرب الهی و کدهای مدرن با هدف کارایی سازمانی دنبال می‌کنند.

۳-۲-۲. رعایت انصاف در تعاملات

انصاف، ارزش مشترکی است که در هر دو نظام جایگاه ویژه‌ای دارد و روابط تجاری را عادلانه تنظیم می‌کند. در کدهای اخلاقی مدرن، انصاف در سیاست‌هایی نمود دارد که از سوءاستفاده از موقعیت یا ناآگاهی طرف مقابل جلوگیری می‌کنند. منشور آمازون پذیرش هدایا یا امتیازاتی که تصمیم‌گیری را به خطر اندازد، ممنوع کرده است. (Amazon, 2023) این رویکرد، تعاملات را بر مبنای برابری و بدون بهره‌کشی تضمین می‌کند. در آداب تجارت فقه امامیه، انصاف برجسته است. مستحباتی مثل یکسان‌سازی قیمت و گرفتن ناقص و دادن افزون، تاجر را به عدالت و سخاوت ترغیب می‌نماید. (حسینی عاملی، ۱۴۱۹ق، ج ۱۲، ص ۴۳۵) این اصول از سودجویی ناروا جلوگیری کرده و منفعت معامله را تأمین می‌کنند.

۳-۲-۳. اولویت مصالح جمعی بر منافع فردی

یکی از شباهت‌های مهم، توجه به برتری مصالح جمعی بر منافع شخصی در تعارض است. در کدهای اخلاقی مدرن، اصل اولویت منافع جمعی، ریشه در نظریه ذی‌نفعان دارد و مدیران را ملزم می‌کند در تعارض، منافع شرکت و ذی‌نفعان را بر سود شخصی مقدم بدانند. (Freeman et al, 2020, p.9) منشور مایکروسافت از کارکنان می‌خواهد روابط شخصی یا مالی مؤثر بر وظایف را افشا کنند تا منافع سازمانی حفظ شود. (Microsoft, 2024) در فقه امامیه، این اصل پررنگ‌تر است. قاعده اهم و مهم و دفع مفسده بر جلب منفعت، تاجر را مکلف می‌کند در تعارض، از منفعت شخصی به نفع مصلحت جمعی یا

رضایت الهی چشم‌پوشی کند. در احتکار غیرحرام، نگه‌داری کالا برای گرانی مکروه است، زیرا به نفع عمومی آسیب می‌رساند. (نجفی، ۱۳۶۲ ش، ج ۲۲، ص ۴۷۸) هر دو نظام مصالح بزرگ‌تر را بر منافع فردی ترجیح می‌دهند، اما فقه آن را به جامعه و آخرت تعمیم می‌دهد.

۳-۲-۴. پیشگیری از سوءاستفاده و ضرر

هر دو نظام بر پیشگیری از سوءاستفاده و کاهش ضرر برای مدیریت تعارض منافع تأکید دارند. در کدهای مدرن، اصل پیشگیری از ریسک، تصمیماتی که به دعای حقوقی یا آسیب به اعتبار منجر شود، نهی می‌کند. (ISO, 2018, p.11) منشور جنرال الکتریک از کارکنان می‌خواهد از پذیرش هدایایی که قضاوت را مخدوش کند، خودداری کنند تا ریسک‌ها کاهش یابد. (GE, 2023)

در فقه امامیه، قاعده دفع ضرر محتمل، تاجر را از موقعیت‌هایی با احتمال ضرر مادی یا معنوی (مثل لطمه به آبروی خود یا دیگران) باز می‌دارد. (انصاری، ۱۴۱۴ ق، ص ۱۵۵) واسطه‌گری برای بیگانه یا تلقی قافله‌ها مکروه است، زیرا ممکن است به سوءاستفاده و ضرر به طرف مقابل منجر شود. (کلینی، ۱۴۰۷ ق، ج ۵، ص ۱۶۸) این اشتراک در پیشگیری، توجه هر دو نظام به کاهش مخاطرات تعارض را نشان می‌دهد.

نتیجه‌گیری

بررسی تطبیقی تعارض منافع در کدهای اخلاقی شرکت‌های مدرن و آداب تجارت فقه امامیه نشان داد که هر دو نظام، با وجود تفاوت‌های بنیادین در مبانی نظری، رویکردهایی مشخص برای مدیریت این پدیده دارند. در کدهای مدرن، تعارض منافع در حوزه‌های مالی، منابع انسانی، دارایی‌ها و تعاملات خارجی با تأکید بر شفافیت، اولویت منافع جمعی و پیشگیری از ریسک مدیریت می‌شود. ابزارهایی چون افشای اطلاعات، نظارت، کمیته‌های اخلاق و پاداش‌دهی اخلاقی، این فرآیند را تسهیل می‌کنند. در فقه امامیه، تعارض منافع در مکروهات (مانند واسطه‌گری زیان‌بار و احتکار غیرحرام) و مستحبات (نظیر یکسان‌سازی قیمت و پذیرش اقاله) نمود یافته و با قواعدی چون دفع ضرر محتمل، اهم و مهم و اولویت دفع مفسده بر جلب منفعت هدایت می‌گردد. تحلیل تطبیقی آشکار ساخت که هر دو نظام، علی‌رغم تفاوت در اهداف (سودآوری در نظام مدرن و رضایت الهی در فقه) در اصولی چون شفافیت، انصاف، اولویت مصالح جمعی و پیشگیری از سوءاستفاده همگرایی دارند.

نتیجه اصلی این پژوهش، شناسایی شباهت‌های عملی در مدیریت تعارض منافع بین دو نظام

است، با وجود تمایز ذاتی در مبانی و غایات آن‌ها. نظام مدرن، با محوریت کارایی سازمانی، تعارض را در چارچوب منافع شرکت مدیریت می‌کند، درحالی‌که فقه امامیه، با نگاهی توحیدی، آن را در راستای مصالح جامعه و قرب الهی تنظیم می‌نماید. این همگرایی عملی نشان‌دهنده ظرفیت هر دو نظام برای پاسخگویی به چالش‌های مشترک در روابط تجاری است، اما تفاوت در نیت و گستره تکالیف (محدود به سازمان در نظام مدرن و فراگیر در فقه) بیانگر عمق تأثیر جهان‌بینی بر راهکارهای اجرایی است. تفسیر این یافته آن است که اصول اخلاقی، حتی در نظام‌های متضاد، می‌توانند به راه‌حل‌های مشابهی منجر شوند، مشروط بر آنکه ارزش‌هایی چون عدالت و اعتماد در کانون توجه قرار گیرند.

با توجه به یافته‌ها، پیشنهاد می‌شود شرکت‌های مدرن با الهام از آداب فقهی، مانند یکسان‌سازی قیمت و انعطاف در فسخ معاملات، فرهنگ خیرخواهی و انصاف را در تعاملات خود تقویت کنند تا اعتماد مشتریان و پایداری بلندمدت افزایش یابد. همچنین، نهادهای دینی می‌توانند با تدوین کدهای اخلاقی منسجم مبتنی بر فقه امامیه، اصول سنتی را با نیازهای تجارت جهانی هماهنگ سازند. درنهایت، گفت‌وگوی بین‌رشته‌ای میان فقه‌پژوهان و متخصصان مدیریت سازمانی می‌تواند به تبادل تجربیات و ارتقای نظام‌های اخلاقی در هر دو حوزه منجر شود.

محدودیت‌های پژوهش

این پژوهش با محدودیت‌هایی مواجه بوده است. نخست، تمرکز بر فقه امامیه، امکان بررسی تطبیقی با سایر مذاهب اسلامی یا نظام‌های دینی دیگر را محدود کرده است. دوم، دسترسی به کدهای اخلاقی برخی شرکت‌های مدرن به دلیل محرمانگی یا عدم انتشار عمومی چالش‌برانگیز بود که تحلیل را به شرکت‌های برجسته با کدهای در دسترس محدود نمود. سوم، فقدان داده‌های تجربی در مورد اجرای آداب تجارت فقهی در بازارهای معاصر، تحلیل را به منابع نظری و سنتی وابسته ساخت. پژوهش‌های آتی می‌تواند با بررسی تطبیقی سایر نظام‌های دینی یا تحلیل تجربی کدهای اخلاقی، این کاستی‌ها را جبران کنند.

منابع

- قرآن کریم

۱. آنامرادنژاد، داود (۱۴۰۰). مبانی و آثار تعارض منافع در حقوق ایران، رساله مقطع دکتری، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه مازندران، بابلسر.
۲. ابن ادریس حلی، محمد (۱۴۱۰ ق). السرائر الحاوی لتحریر الفتاوی (جلد ۲)، قم: مؤسسه النشر الإسلامی التابعة لجماعة المدرسين.
۳. انصاری، مرتضی بن محمد امین (۱۴۱۴ ق). رسائل فقهیة، قم: مجمع الفكر الإسلامی.
۴. اعتمادشفیع، مصطفی و دادمرزی، سید مهدی (۱۴۰۴). بررسی تطبیقی آداب التجاره در فقه اسلامی و اخلاق تجاری شرکت‌های موفق: راهکاری برای توسعه پایدار تجارت. پژوهش‌های حقوق اقتصادی و تجاری،
<https://doi.org/10.48308/eclr.2025.238405.1128>
۵. توکلی، محمدجواد و کریمی، سعید (۱۳۹۳). شاخص اخلاق تجارت از دیدگاه اسلام. اقتصاد اسلامی، دوره ۱۴، شماره ۵۳، صص ۵-۳۰.
۶. حسینی شیرازی، سید محمد (۱۴۱۳ ق). الفقه: القواعد الفقهیة، بیروت: مؤسسه امام رضا (علیه السلام).
۷. حسینی عاملی، محمدجواد بن محمد (۱۴۱۹ ق). مفتاح الكرامة فی شرح قواعد العلامة (جلد ۱۲)، قم: جماعة المدرسين فی الحوزة العلمية، مؤسسه النشر الإسلامی.
۸. حکیم، محمدتقی (۱۴۲۹ ق). القواعد العامه فی الفقه المقارن (چاپ اول)، قم: المجمع العالمی للتقريب بين المذاهب الإسلامیة.
۹. خراسانی. محمدکاظم بن حسین (۱۴۰۹ ق). کفایة الوصول. قم: مؤسسه آل البيت لإحياء التراث.
۱۰. سرکشیکیان، زهرا سادات و طباطبایی لطفی، عصمت السادات (۱۴۰۰). حق انتخاب مصرف‌کننده و تضمین آن در فقه. آموزه‌های اقتصاد اسلامی، دوره ۱، شماره ۱، صص ۱۶۷-۱۸۵. <https://doi.org/10.30513/ied.2021.1423>
۱۱. سیاه‌بیدی کرمانشاهی، سعید (۱۴۰۰). بررسی تعارض منافع مقامات قضایی. فصلنامه دانش حقوق عمومی، دوره ۱۰، شماره ۳۲، صص ۱۹-۴۶. <https://doi.org/10.22034/qjplk.2021.222>
۱۲. سیاه‌بیدی کرمانشاهی، سعید (۱۴۰۲). مبانی فقهی مدیریت تعارض منافع، فقه و اصول، دوره ۵۵، شماره ۳، صص ۱۴۷-۱۶۷. <https://doi.org/10.22067/jfiqh.2022.76668.1372>
۱۳. صادقی سقدل، حسین و خانزاده، یاور (۱۳۹۵). اطلاعات نامتقارن و جایگاه آن در اقتصاد

- اسلامی، مطالعات اقتصاد اسلامی، دوره ۸، شماره ۲، صص ۱۹۹-۲۲۶.
<https://doi.org/10.30497/ies.2016.1803>
۱۴. صدر، سیدمحمدباقر (۱۴۲۹ ق). دروس فی علم الاصول (جلد ۱)، قم: دارالصدر.
۱۵. شیروی، عبدالحسین و وکیلی مقدم، محمد حسین (۱۳۹۴). حقوق نرم، مطالعات حقوق تطبیقی، دوره ۶، شماره ۱، صص ۲۵۱-۲۷۶. <https://doi.org/10.22059/jcl.2015.54412>
۱۶. طوسی، محمد بن حسن (۱۴۰۰ ق). النهایة فی مجرد الفقه و الفتاوی (چاپ دوم)، بیروت: دار الکتب العربی.
۱۷. عابدی سرآسیا، علیرضا و حسینی، سیده رقیه (۱۴۰۰). نقد حجیت قاعده «اولویت دفع مفسده بر جلب مصلحت» جستارهای فقهی و اصولی، دوره ۷، شماره ۲، صص ۷-۴۰. <https://doi.org/10.22034/jrj.2020.53315.1627>
۱۸. علامه حلی، حسن بن یوسف (۱۴۱۰ ق). إرشاد الأذهان إلى أحكام الإیمان (چاپ اول، جلد ۱). قم: مؤسسة النشر الإسلامی.
۱۹. کلینی، محمد بن یعقوب (۱۴۰۷ ق). الکافی (جلد ۵)، تهران: دار الکتب الإسلامیة.
۲۰. لطفی، اسدالله (۱۳۹۱). قاعده وجوب دفع ضرر محتمل و کاربرد آن در قانون آیین دادرسی مدنی. فصلنامه دیدگاه‌های حقوق قضایی، دوره ۱۷، شماره ۵۹، ص ۲۰۶.
۲۱. مقدس اردبیلی، احمد بن محمد (بی تا). مجمع الفائدة و البرهان فی شرح إرشاد الأذهان (جلد ۸)، قم: مؤسسة النشر الإسلامی.
۲۲. محقق حلی، جعفر بن حسن (۱۴۰۸ ق). شرائع الإسلام فی مسائل الحلال و الحرام (جلد ۲)، قم: اسماعیلیان.
۲۳. موسوی بجنوردی، سید محمد (۱۳۸۵). بررسی نقش اخلاق در فقه و حقوق با رویکردی بر نظریات حضرت امام خمینی (رحمه الله). پژوهشنامه متین، دوره ۸، شماره های ۳۱ و ۳۲، صص ۲۳-۴۲.
۲۴. موسوی سبزواری، عبدالاعلی (۱۴۱۳ ق). مذهب الأحكام فی بیان الحلال و الحرام (چاپ چهارم، جلد ۱۶)، قم: مکتب السید عبدالاعلی السبزواری.
۲۵. نجفی، محمدحسن بن باقر (۱۳۶۲ ش). جواهر الکلام فی شرح شرائع الإسلام (چاپ هفتم، جلد ۲۲)، بیروت: دار إحياء التراث العربی.
۲۶. نراقی، احمد بن محمد مهدی (۱۴۱۵ ق). مستند الشیعة (جلد ۱۴)، قم: مؤسسة آل البيت (علیهم السلام). لإحياء التراث.

1. Balaji, S., Shreshta, L., & Sujatha, K. (2024) A study on risk management in corporate business. Involvement, *International Journal of Business*, 1(3) , 197-209.
2. <https://doi.org/10.62569/ijb.v1i3.26>
3. Demski, J. S. (2003) Corporate conflicts of interest. *Journal of Economic Perspectives*, 17(2) , 51. <https://doi.org/10.1257/089533003765888421>
4. Freeman, R., Phillips, R., & Sisodia, R. (2020) Tensions in stakeholder theory. *Business & Society*, 59(2) , 213-231. <https://doi.org/10.1177/0007650318773>
5. ISO. (2018) ISO 31000: 2018 Risk management – Guidelines. International Organization for Standardization.
6. Jones, T., & Felps, W. (2013) Stakeholder happiness enhancement: A neo-utilitarian objective for the modern corporation. *Business Ethics Quarterly*, 23(3) , 349-379. <https://doi.org/10.5840/beq201323325>
7. OECD. (2015) *OECD Guidelines on Corporate Governance of State-Owned Enterprises*. OECD Publishing. Paris.
8. Rodriguez-Dominguez, L., Gallego-Alvarez, I., & Garcia-Sanchez, I. M. (2009) Corporate governance and codes of ethics. *Journal of Business Ethics*, 90(2) , 187-202. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0035-y>
9. Weber, T., Moghaddam McAdam, K., Lewellyn, K., & Maleki, A. (2024) Corporate governance transparency: Do firm-level ethics policies and country-level investor protections substitute or complement? *Thunderbird International Business Review*, 66, 51-63. <https://doi.org/10.1002/tic.22362>

Internet Resources:

1. Alphabet Inc. (2024) Alphabet code of conduct. Alphabet Investor Relations. Retrieved July 10, 2024, from <https://abc.xyz/investor/other/code-of-conduct/>
2. Amazon. (2023) Amazon Business Conduct Code. Retrieved April 10, 2025, from <https://www.amazon.com/business-conduct-code>
3. Apple. (2024) Apple Supplier Code of Conduct. Retrieved April 10, 2025, from <https://www.apple.com/supplier-responsibility/>
4. Berkshire Hathaway Inc. (2023) Code of Business Conduct and Ethics. Retrieved July 10, 2025, from: <https://www.berkshirehathaway.com/govern/codecond.pdf>
5. ExxonMobil. (2023) Code of Conduct and Ethics. Retrieved July 10, 2025, from <https://corporate.exxonmobil.com/-/media/Global/Files/who-we-are/Code-of-Conduct/Code-of-Conduct-English.pdf>
6. General Electric. (2023) GE integrity guide. GE Vernova. Retrieved July 10, 2024, from https://www.governova.com/content/dam/gepower-nuclear/global/en_US/documents/suppliers/ge-integrity-guide.pdf
7. Johnson & Johnson. (2023) Our Credo. Retrieved July 10, 2025, from <https://www.jnj.com/credo/>
8. JPMorgan Chase & Co. (2023) Code of Conduct. Retrieved April 10, 2025, from <https://www.jpmorganchase.com/corporate/About-JPMC/code-of-conduct.htm>
9. Meta. (2024) Code of Conduct. Retrieved July 10, 2025, from <https://about.meta.com/ethics/code-of-conduct/>
10. Microsoft. (2024) Standards of business conduct. Microsoft Corporation. Retrieved July 10, 2025, from <https://www.microsoft.com/en-us/legal/compliance/sbc/default.aspx>

11. Prosecution Service. (2023) Standards of Conduct – Conflict of Interest & Protection of Confidential Information. Crown Counsel Policy Manual. Retrieved March 27, 2025, from <https://www2.gov.bc.ca/gov/content/justice/criminal-justice/bc-prosecution-service/crown-counsel-policy-manual>