

اخلاق تجاری به عنوان پارادایم پیشگیری از جرائم بانکی

رامین علیزاده، دکتر حسین غلامی*، دکتر محمدعلی جاهد
گروه حقوق کیفری و جرم‌شناسی، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران
(تاریخ دریافت: ۹۸/۳/۹، تاریخ پذیرش: ۹۸/۵/۱)

چکیده

زمینه: یکی از ویژگی‌های بارز اخلاق، جلوگیری از تعارض و تنش در جامعه و بین افراد می‌باشد و زمانی که اخلاق و اخلاق‌مداری در جامعه وجود داشته باشد، به تبع آن برخی ناهنجاری‌ها در جامعه از بین خواهند رفت. در روابط کسب و کار نیز اخلاق اهمیت خاصی داشته و باعث رونق کسب و کار و اعتماد و صداقت و حسن نیت خواهد بود و در این صورت مراودات و معاملات اقتصادی در بستری سالم و اطمینان‌بخش انعقاد خواهد یافت. پرسشی که در این تحقیق مطرح می‌شود عبارت است از اینکه: آیا اخلاق تجاری در پیشگیری از جرائم بانکی موثر می‌باشد؟ به منظور پاسخ‌گویی به این پرسش، کارکرد و نقش اخلاق تجاری بررسی گردیده است. در این مقاله روش تحقیق از نوع توصیفی-تحلیلی با ابزار فیش‌برداری می‌باشد که در آن الگوی نوین پیشگیری در علم حقوق تبیین گردیده است.

نتیجه‌گیری: اخلاق تجاری علمی هنجارساز محسوب می‌شود که باعث بهبود و ارتقاء مراودات تجاری می‌گردد و یکی از مراودات تجاری همان معاملات بانکی می‌باشد که بایستی در بستری عاری از تخلف و جرم صورت بگیرد و چون از اخلاق تجاری به عنوان پلیس روابط کسب و کار یا پلیس روابط تجاری یاد می‌گردد، لذا در صورت نهادینه کردن آن در بانک‌ها، می‌توان از بسیاری از جرائم بانکی پیشگیری نمود و شاهد سلامت اقتصادی در حوزه کسب و کار باشیم. در واقع اخلاق تجاری به عنوان الگویی نوین در حقوق بانکی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار می‌باشد که عینی‌ترین حضور اخلاق در دنیای تجارت، همان مجموعه قواعد رفتاری با کدهای اخلاقی است.

کلید واژگان: اخلاق، اخلاق تجاری، جرائم بانکی، پیشگیری.

سر آغاز

در واقع، اخلاق، ماهیت و ارزش غایی معیارهایی است که اعمال انسانی با آن‌ها مورد قضاوت^۱ قرار می‌گیرد (۵). می‌توان گفت که اخلاق مجموعه‌ای از معانی ویژگی‌های مستقر و ثابت در نهاد انسان است که در پرتو آن، رفتار در نظر انسان نیک و یا زشت نشان داده می‌شود و از این رو فرد به انجام آن اقدام می‌نماید و یا از انجام آن خودداری می‌ورزد (۶). هم‌چنین اخلاق مجموعه‌ای از استانداردها، قواعد و اصولی است که بر نحوه‌ی رفتار تمامی اعضاء یک کسب و کار به منظور ارتقاء مسئولیت‌پذیری آنان اعمال می‌شود (۷). شاید این پرسش به حق مطرح شود که در مناسبات تجاری و اقتصادی، اخلاق چه جایگاهی می‌تواند داشته باشد و هدف آن چیست؟ واقعیت آن است که اخلاق رفته رفته در روابط تجاری جای خود را باز کرده است و عینی‌ترین حضور اخلاق در دنیای کسب و کار، همان مجموعه قواعد رفتاری یا کدهای اخلاقی است که در حقوق کیفری تجاری دارای کارکرد بوده و نقش ایفا می‌کنند.

یکی از اصلی‌ترین دغدغه‌های مدیران کارآمد، چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای عوامل انسانی شاغل در بانک‌هاست تا آن‌ها با حسن مسئولیت و تعهد کامل به مسائل حرفه‌ی خود بپردازند و اصول اخلاقی حاکم بر شغل خود را رعایت کنند (۱). بنابراین توجه به اخلاق و اخلاقیات امروزه تبدیل به یکی از موضوعات پذیرفته شده در سازمان‌ها و جوامع و یکی از موضوعات جالب و قابل توجه است که تحت عناوین مختلفی مانند اخلاق تجاری، اخلاق کار و... به آن پرداخته می‌شود (۲). رعایت اصول و ارزش‌های اخلاقی^۱، در همه ابعاد زندگی بشر یکی از مهم‌ترین راه‌های حفظ و ارتقاء سلامت زندگی اجتماعی است. فعالیت‌های بشری تنها در پرتو رعایت ملاحظات اخلاقی در مسیر درست قرار خواهند گرفت (۳). اخلاق^۲، دانشی است که از اصول و ارزش‌هایی صحبت می‌کند؛ ارزش‌هایی که ناظر به رفتارها و صفات ارادی مردمان و تمایز آن‌ها از حیث خوبی و بدی، شایستگی و ناشایستگی، نیکویی و زشتی هستند (۴).

عملیات بانکی به مفهوم خاص خود قابل ارتکاب هستند که عملیات بانکی به سه دسته: (۱) تجهیز منابع یا قبول سپرده اشخاص، (۲) تخصیص منابع یا اعطای تسهیلات و (۳) ارائه خدمات بانکی نظیر گشایش اعتبارات اسنادی و صدور ضمانت نامه‌های بانکی تقسیم می‌گردند (۱۳). پس جرائم بانکی از جمله جرائم اقتصادی بوده که هدف آن بازار پول و سرمایه می‌باشد که از این منظر اقتصاد را دچار اختلال و بی‌نظمی می‌نماید (۱۴). یعنی در واقع، جرائم بانکی از جمله جرائم یقه سفیدان یا همان صاحبان قدرت و نفوذ تلقی می‌گردد (۱۵) که به نظر می‌رسد حقوق کیفری به تنهایی در راستای پیشگیری از جرائم مذکور موفق نبوده و در کنار برخورد کیفری، به سازوکاری با ماهیت غیر کیفری و اخلاقی نیاز خواهد بود.

شرکت‌های تجاری و اخلاق

امروزه بیش از پیش به پدیده اخلاقی‌گرایی در شرکت‌های بزرگ تجاری توجه می‌شود. در اصل، قانون مدونی برای الزام شرکت‌های بزرگ به رفتار اخلاقی وجود ندارد و این خود شرکت‌ها هستند که سعی می‌کنند برخی اقدامات و رفتارها را که به نظر آن‌ها جنبه اخلاقی دارد، در دستور کار خود قرار دهند. این مطلب، بیشتر به مشغول شدن ذمه شرکت تجاری بر مبنای مسئولیت مدنی یا اجتماعی درباره مسائلی خاص مربوط است. این مسائل خاص، اغلب به حوزه‌هایی مربوط است که دولت‌ها نیز در سیاست‌های کلان خود به آن می‌پردازند. از جمله مسائلی که برای شرکت تجاری دغدغه محسوب می‌شود، عبارتند از: ۱. محیط زیست و تعهدات شرکت مبنی بر توجه به آن ۲. حقوق کار و الزامات حقوق بشری ۳. پیشگیری از فساد در بدنه شرکت. شرکت‌های بزرگ تجاری تعهدات خود را درباره مسائل مذکور در دفترهایی به طور مفصل تشریح می‌کنند که آن‌ها را مجموعه مقررات کارکرد صحیح شرکت یا کد اخلاقی می‌نامند. این مجموعه مقررات، گذشته از این که برای افراد خارج از شرکت، جنبه‌ای تبلیغاتی و تا حدی اعتمادزایی دارد، کارمندان شرکت را نیز به حسن اجرای آن ملزم می‌کند. این گونه است که در مشاغل مانند بانکداری، وکالت، پزشکی و... که تخصصی و حساس هستند، با کد اخلاق یا مجموعه قوانین اخلاق رو به رو هستیم و در حقیقت، کد اخلاقی، به گونه‌ای سیاست‌های راهبردی شرکت تجاری را به ما نشان می‌دهد و دورنما و راهبرد آن شرکت را راجع به مسائل خاص که از دغدغه‌های نه تنها شرکت، بلکه دولتی که در آن ثبت شده را ارائه می‌کند. بدین طریق درمی‌یابیم که کدهای اخلاقی، پدیده‌ای انتزاعی نیستند و در عمل، در دنیای تجارت به پیشبرد امور می‌پردازند.

کارکرد اخلاق تجاری در حقوق کیفری کسب و کار

اخلاق، تنظیم بخش روابط تجاری است، چنان که از آن تحت عنوان «پلیس روابط تجاری» یاد می‌شود. در حقیقت، اخلاق تجاری با کارکرد پیشگیری در تخلف و بی‌نظمی‌ها، به تنظیم روابط تجاری می‌پردازد. اگر بپذیریم که اخلاق بازرگانی مجموعه قواعدی است برای هدایت

در این راستا، اخلاق تجاری^۴ به عنوان یکی از الگوهای پیشگیری از جرائم بانکی^۵ مورد توجه قرار می‌گیرد. در حقیقت، حقوق کیفری^۶ ناظر به جرائم بانکی که بخشی از جرائم و مجازات‌ها را به حمایت از نظم اقتصادی اختصاص داده، جنبه‌ی کیفری داشته، در حالی که اخلاق به مثابه یک الگو به دنبال پیشگیری بوده تا حقوق کیفری وارد عمل نشود (۸). به عبارت دیگر از اصل حداقل بودن حقوق جزا به عنوان آخرین وسیله^۷ یا اصل صرفه‌جویی کیفری^۸ استفاده می‌گردد (۹). در پاسخ به سوال مذکور، بایستی ابتدا به مفاهیم اخلاق تجاری و جرائم بانکی اشاره کرده و سپس کارکرد و نقش آن در بانک‌ها اشاره شود. این مقاله به بررسی و بیان نقش اخلاق تجاری به عنوان الگوی پیشگیری از جرائم بانکی می‌پردازد و به نظر می‌رسد که در نهایت اخلاق تجاری حقوق فرانسه، اخلاق را نه تنها «آنچه از حقوق موضوعه برمی‌آید»، معرفی می‌کند؛ بلکه «آنچه از ارزش‌ها سرچشمه می‌گیرد» نیز می‌شناسد. در حقیقت، حقوق، حافظ نظم اجتماعی است؛ در حالی که اخلاق، اقناع درونی انسان است. در امور کسب و کار، چنین اخلاقی با بُعد درونی، به عالم بیرون نیز درز می‌کند و انعکاس این اقناع درونی را می‌توان در بسیاری جهات مشاهده کرد. به طور کلی، اخلاق تجاری، مجموعه بایدها و نبایدها و قواعدی است که فراتر از روابط تجاری با دیدی انسانی شکل می‌گیرد. برای مثال، اگر هدف و غایت اصلی شرکت تجاری^۹، افزایش بهره‌وری سهام‌داران باشد؛ در همین چهارچوب، خلاف اخلاق است که شرکت، منافع و حقوق دیگر افراد خارج از چارچوب شرکت یا غیرسهام‌داران را در نظر نگیرد. در عمل، اخلاق تجاری شکلی از اخلاق کاربردی به شکل ملموس است که به مطالعه محورهای زیر می‌پردازد:

۱. قواعد و اصول اخلاقی که در مفهوم و دامنه‌های امور مرتبط با کسب و کار وجود دارد.
 ۲. مسائل گوناگون اخلاقی که در حوزه فعالیت‌های اقتصادی انسانی شکل می‌گیرد.
 ۳. مجموعه تکالیف و تعهدات اشخاصی که به تجارت می‌پردازند.
- با این اوصاف، امروزه ظهور گونه‌ای اخلاق در حیطه حقوق کسب و کار بدیهی شناخته می‌شود. حقوق اقتصادی بعضی مفاهیم مانند شفاف‌سازی^{۱۰} و بعضی تکنیک‌ها مانند ابراز ندامت را از اخلاق وام گرفته و آن را در حوزه خود طوری پرورش داده که امروزه، بی‌تردید، اخلاق در حقوق اقتصادی جایگاهی انکارناپذیر دارد (۱۰). پس می‌توان گفت که اخلاق تجاری وارد حقوق اقتصادی شده و در صورت اجرایی شدن کاربردی و عملی آن، تأثیر بسزایی در حقوق اقتصادی^{۱۱} خواهد داشت.

مفهوم جرائم بانکی

حقوق کیفری اقتصادی مجموعه قواعد و مقررات کیفری است که فعالیت‌های اقتصادی را مورد حمایت قرار می‌دهد (۱۱). جرائم بانکی نیز زیرمجموعه حقوق کیفری اقتصادی بوده که در معنی اخص، جرائمی هستند که در ارتباط مستقیم با بانک ارتکاب می‌یابند (۱۲). در بررسی تخصصی تر، جرائم بانکی به کلیه جرائمی اطلاق می‌گردد که در قلمرو

رفتارهای تجاری؛ مجموعه اصول و ارزش‌های اخلاقی که حول مفاهیم بنیادین حقوق تجارت، مانند «اصل حسن نیت»، «اصل صداقت تجاری»^{۱۴} و «اعتماد» شکل گرفته‌اند، در روابط بازرگانی برای تنظیم بخشی، غیرقابل اجتناب هستند. علاوه بر این اصول، منابع اخلاقی که در حوزه بازرگانی تحت عناوین مجموعه مقررات یا کد رفتاری، منشورهای اخلاقی-رفتاری، وظیفه‌شناسی و... وجود دارد، منابع خصوصی حقوق در جهت پیشگیری از تخلفات و بعضاً جرائم محسوب می‌شود. محتوا و مفاد این منابع اخلاقی، با توجه به محیط بازرگانی و افرادی که باید آن را اجرا کنند، متفاوت است و ویژگی متمایزی برای تنظیم بخشی دارد. همه آن‌ها به نوعی تنها همان حقوق و تعهدات خارجی است که به صورت ساده‌تر و خفیف‌تر ارائه می‌شود. این امر به منظور پیشگیری از جرم و تخلفات است، بدون آن که ضمانت اجرای متناسبی برای آن در نظر گرفته شده باشد. این امر، سازوکار «خود انتظام» نامیده می‌شود. چنین امری با ایجاد و تقویت سازوکارهای کنترلی-نظارتی درون شرکت یا بانک و یا در مراودات تجاری بیشتر و محسوس‌تر خواهد شد. نظام خود کنترلی یا خودتنظیم کنندگی، ضمانت اجرای قضایی-کیفری ندارد، بلکه ضمانت اجرای انضباطی دارد و تنها تعدادی قواعد رفتاری برای پیشگیری است. به همین علت است که برخلاف سایر قواعد حقوقی که به علت ضمانت اجراهای حقوقی-کیفری به «حقوق سخت»^{۱۵} یا حقوق قوام یافته شناخته می‌شوند، این قواعد را «حقوق نرم»^{۱۶} یا حقوق قوام نیافته می‌نامند. ضمانت اجرای قواعد اخلاقی که بعضاً برخی بر اساس فشار سازمان‌های غیردولتی^{۱۷} وارد شرکت‌های تجاری گردیده است، تنها با حسن نیت و اراده کنشگران این حوزه صورت خواهد پذیرفت (۱۶).

کارکرد خودتنظیم کنندگی نظام اقتصادی توسط اخلاق باعث می‌شود که هم‌زیستی میان نظام حقوقی و نظام اقتصادی به وجود آید، بدون آنکه این دو نظام با یکدیگر متعارض باشند و در کار هم ایجاد اختلال نمایند. چرا که در غیر این صورت، قواعد سخت و بی حد و مرز حقوقی می‌تواند دائم مانند ترمزی برای نظام بازرگانی-اقتصادی عمل کرده و از سرعت عمل آن کاهیده، رقابت را بشکند و از اعتماد جلوگیری نماید. همچنین نظام اقتصادی بی‌نظم، باعث بروز اشکالاتی در نظم عمومی، اقتصادی و اجتماعی خواهد شد و می‌تواند اصول و قواعد حقوقی را زیر پا نهد. نظام خود تنظیم کنندگی، سازنده حقوق نرم است که به استحکام نظام حقوقی که حول محور یک حقوق سخت گرد آمده است، با تنظیم بخشی پاسخ می‌دهد. لذا کارکرد اخلاق در حوزه اقتصادی سازو کار تنظیم کنندگی با ضمانت اجراهای ساده است. در همین راستا است که رعایت قواعد کلی حقوقی با توجه به قواعد رفتاری یعنی حقوق قوام و شکل نیافته، گونه-ای «قراردادی کردن حقوق کیفری» است. با توجه به این قراردادهای داخلی مانند منشورهای اخلاقی^{۱۸}، قواعد رفتاری^{۱۹} و... است که بازیگران عرصه تجارت و صاحبان حرف مشمول ضمانت اجراهای کیفری نمی-شوند (۱۷). اگرچه هدف اساسی منشورهای اخلاقی و نظام‌های قواعد رفتاری، پیشگیری از هرگونه بی‌نظمی و در نهایت ارتکاب بزه است و به عبارت دیگر، قواعد اخلاقی داخلی، وسیله‌ای برای اجتناب از ضمانت

اجراهای کیفری است، با این حال، حقوق کیفری با حضور اخلاق، کاملاً از صحنه بازرگانی و تجاری کنار گذاشته شده است و هنوز جایگاه خود را به عنوان تنظیم کننده خارجی روابط بازرگانی حفظ کرده است. به عبارتی، هر نظام تجاری که فاقد جو اخلاقی و معنوی مناسب باشد، بر سامانه نظارتی اثر مناسب نداشته و آن سازمان تجارتی به بیراهه و سمت ارتکاب تخلف و جرائم پیش خواهد رفت (۱۸). در واقع اخلاق تجاری باعث گردیده، حقوق کیفری کنار گذاشته شده و به عنوان آخرین وسیله مورد استفاده قرار گیرد. چرا که اخلاق تجاری موجبات قانونمندی و رعایت ضوابط و مقررات را فراهم آورده و لذا باعث عدم ارتکاب تخلف و جرم در حوزه اقتصادی خواهد گردید و همین موضوع، کارکرد اخلاق تجاری را در حقوق کیفری اقتصادی روشن‌تر و واضح‌تر نمایان می‌کند.

اخلاق تجاری به مثابه‌ی الگوی پیشگیری در بانک‌ها

اخلاق تجاری در روابط کسب و کار که اعم از روابط اقتصادی، تجاری، مالی و بانکی است، دو بُعد دارد: اخلاقی که هم ارزش و اصل است و اخلاقی که خود تکنیک به حساب می‌آید. اخلاق ارزشی است که در حقوق به صورت اصل درآمده است. اصولی همانند حسن نیت، امانت داری، صداقت، شفافیت، حفظ اسرار و... در واقع همه منشأ اخلاقی دارند. این اصول از جمله اصولی می‌باشند که در میان قوانین، چه در کشور ایران و چه در سایر کشورها موضوعیت یافته‌اند. برای نمونه می‌توان به ماده ۱۱۳۴ قانون مدنی فرانسه اشاره کرد که بیان می‌دارد: کلیه‌ی قراردادهای باید با حسن نیت منعقد شود. علاوه بر آن، اخلاق انعکاس تکنیکی نیز دارد: کدهای اخلاقی^{۲۰} یا منشورهای حرفه‌ای^{۲۱} همان اخلاق ساده شده در روابط کسب و کار است که احترام به اصول اخلاقی مانند حسن نیت، اعتماد و... را با ضمانت اجرا، هرچند ضعیف، پیش‌بینی می‌کنند. بدین ترتیب اخلاق تجاری به صورت منظم و خود به خود به محافظت از ارزش‌های خود می‌پردازد. در حقوق بانکی، تکنیک اخلاق در منشورهای حرفه‌ای بانک‌ها، که امروزه بیش از پیش در بانک‌ها خودنمایی می‌کند، وجود دارد. قواعد پیش‌بینی شده در منشور اخلاقی همان اصول اعتماد، حسن نیت، صداقت و... است که حسن اجرای آن مانع از اعمال مقررات سخت حقوقی یا همان قوانین کیفری می‌گردد که امروزه زمانی که به شعب مختلف بانک‌ها مراجعه می‌شود، مشاهده خواهد شد در اغلب موارد، تابلویی بزرگ در محل فعالیت شعبه نصب شده و در آن محتوای منشور اخلاقی مکتوب به صراحت تبیین شده است. این قبیل اقدامات و این چنین منشورهایی هرچند حقوقی صرف نیست، اما جنبه پیشگیرانه حقوقی دارد. دلیل ورود این منشورها در روابط کسب و کار و به تبع آن بانک، خاطر نشان کردن این مسئله به کارمندان شعبه بانکی است که چه اصولی باید رعایت گردد و چه ضمانت‌های اجرایی دارد. مشتریان نیز از حقوق خود در مواردی که مربوط به آنان است مانند حفظ اسرار بانکی و حرفه‌ای، آگاه می-شوند. حضور منشور حرفه‌ای تنها به این مورد ختم نمی‌شود. زیرا کارمندی که در هنگام انعقاد قرارداد، منشور حرفه‌ای بانک را امضاء

اجتماعی تر شدن آنان و در نتیجه کاهش تخلفات و بعضاً جرائم از سوی آنان خواهد بود.

نتیجه گیری

اخلاق تجاری پدیده‌ای است که در دنیای کسب و کار وجود داشته و کارکرد و کارایی آن نیز به خوبی حضور آن را در محیط اقتصادی موجه جلوه می‌نماید و اخلاق سعی دارد از ورود بی‌دلیل حقوق کیفری به حیطه‌ی کسب و کار جلوگیری نموده و با استفاده از کدهای رفتاری، نسبت به پیشگیری از تخلفات و جرائم اقدام نماید. با این حال، حقوق کیفری صحنه اقتصادی را به طور کامل ترک نکرده و آنجا که ضرورت داشته باشد، بر اساس اخلاق بیشتر از پیش، در دنیای تجارت ورود کرده و حضوری فعالانه خواهد داشت. اما اخلاق تجاری در کل دنبال این موضوع است که با اجرایی کردن قواعد پیش‌بینی شده در منشورها یا کدهای اخلاقی از جمله اصول اعتماد، حسن نیت، صداقت و... مانع از اعمال مقررات سخت حقوقی یا قوانین کیفری گردد و با این اصول اخلاقی در واقع جنبه پیشگیرانه حقوقی نیز داشته باشد و به عنوان تکنیک یا الگویی نوین وارد دنیای کسب و کار گردد و از رهگذر کدهای رفتاری، به پیشگیری از جرائم در بانک‌ها بپردازد و ورود چنین الگویی به دنیای تجارت به دلیل عدم اثربخشی کافی حقوق کیفری، بیش از پیش احساس می‌گردد. در واقع در حقوق نوین بانکی، الگوی اخلاق گرایی در منشورهای حرفه ای بانک‌ها بیش از پیش وجود داشته و خودنمایی می‌کند. اخلاقی که در روابط تجاری به پلیس روابط تجاری نامگذاری گردید و در واقع ناظم روابط کسب و کار محسوب می‌گردد. در حقیقت، اخلاق تجاری باعث گردیده حقوق کیفری در وهله اول کنار گذاشته شده و در صورت عدم حصول نتیجه از اخلاق گرایی، از حقوق کیفری و به تبع آن از مجازات به عنوان آخرین وسیله در جهت پیشگیری از جرائم بانکی استفاده می‌گردد.

ملاحظه‌های اخلاقی

در این پژوهش مروری با معرفی منابع مورد استفاده، اصل اخلاق امانت-داری علمی رعایت و حق معنوی مولفین آثار محترم شمرده شده است.

واژه نامه

1. Moral principles and values	اصول و ارزش‌های اخلاقی
2. Ethics	اخلاق
3. Judgment	قضات
4. Business ethics	اخلاق تجاری
5. Preventing Bank Offenses	پیشگیری از جرائم بانکی
6. Criminal law	حقوق کیفری
7. Criminal law as the last resort	حقوق جزا به عنوان آخرین وسیله
8. Principle of penal parsimony	اصل صرفه‌جویی کیفری
9. Normative	هنجارساز

می‌کند، در واقع متعهد به رعایت اصول و مواردی می‌شود که نقض آن می‌تواند برای وی ضمانت اجرای انضباطی، حقوقی و حتی کیفری را دربر داشته باشد. برای مثال، کارمند بانک متعهد می‌شود که حافظ اسرار بانک و مشتریان باشد. لذا اقدامی خلاف آن هرچند در قانون نیامده باشد، وی را متعهد و مسئول خواهد کرد. به این صورت، اخلاق همچون تکنیکی وارد دنیای کسب و کار می‌شود. به عبارت دیگر، سازوکار خودانتظامی از رهگذر کدهای رفتاری برای پیشگیری از تخلفات در بانک‌ها عملی می‌شود و ضمانت اجرای آن فراتر از ضمانت اجرای صرف انضباطی است. از این رو، از اخلاق در روابط تجاری به پلیس روابط تجاری تعبیر شده است. پلیسی که هرچند ناظم روابط است، اما قدرت زیادی ندارد. بر این اساس، نیاز به سازوکار قوی‌تری وجود دارد که در مرحله‌ی بعد تکنیک تنظیم است و از آن به مسئولیت اجتماعی شرکت^{۲۳} یاد می‌شود (۱۹). مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نیز عبارت است از تعهدات فراقانونی شرکت و مسئول بودن در برابر همه بخش‌های جامعه، سرمایه‌گذاری در زمینه‌های انسانی و ایجاد رابطه با سازمان‌ها و گروه‌های حامی حقوق بشر، که در عین حال، ساخت آینده جامعه با هدف توسعه پایدار را نیز شامل می‌شود (۲۰). به عقیده هاوارد بوون که طراح و آغازگر مفهوم مسئولیت اجتماعی می‌باشد، مسئولیت اجتماعی، تعهد تجار در راستای احترام به قواعد و هنجارهای موجود در جامعه، ارزش‌ها و سنت‌های مردم، پیروی از سیاست‌های عمومی در تصمیم‌ها و فعالیت‌های آنان است (۲۱). در واقع، مفهوم مسئولیت اجتماعی از تجار حقیقی آغاز شده و به مسئولیت‌های اجتماعی بانک‌ها که تجار حقوقی هستند، تسری یافته است. بر این اساس، سی‌اس‌آر یا مسئولیت اجتماعی را می‌توان به چهار بُعد اقتصادی، حقوقی، اخلاقی و ملی تقسیم نمود که بُعد اخلاقی آن متأثر از موازین و ضوابط اخلاقی حاکم بر کل جامعه است. از این رو، از شرکت‌ها انتظار می‌رود که همچون سایر اعضای جامعه به ارزش‌ها، هنجارها و اعتقادات و باورهای مردم احترام گذاشته و شئون اخلاقی را در کارها و فعالیت‌های خود مورد توجه قرار دهند (۲۲). پس مسئولیت اجتماعی شرکت دربرگیرنده کسب و کار اخلاقی بوده و از این نظر مطالعه آن دارای اهمیت می‌باشد (۲۳). بنابراین یک شرکت یا بانک مسئولیت‌پذیر، دائماً در تعامل با گروه‌های ذینفع قرار داشته و ابعاد رفتاری و اخلاقی خود را بازتعریف می‌کند (۲۴). در واقع، رعایت مسئولیت اجتماعی باعث کسب مشروعیت توسط جامعه می‌شود و سازمان‌هایی که مسئولیت بالایی دارند، دارای مزیت رقابتی

می‌باشند و این رقابت باعث تلاش در عدم ارتکاب جرم یا کاهش آن می‌گردد (۲۵). پس مسئولیت اجتماعی تلاش‌های داوطلبانه برای از بین بردن یا حداقل کردن اثرات منفی فعالیت‌های تجاری تعریف می‌گردد که توسط شرکت‌ها صورت می‌گیرد (۲۶). بدین ترتیب، شرکت‌ها یا بانک‌ها در راستای اجرایی کردن مسئولیت‌های اجتماعی شان، بایستی اخلاق در کسب و کار را مدنظر قرار داده تا بتوانند در جامعه از مقبولیت برخوردار باشند و همین منشورهای اخلاقی و رعایت آن، باعث

10. Jafari A. (2014). Criminal business law. 1st ed. Tehran: SDIL Publication. Pp.51-52. (In Persian).
 11. Zeraat A. (2016). Economic criminal law. 1st ed. Tehran: Jangle Publication. P.4. (In Persian).
 12. Rahmdel M. (2013). Banking crimes. Banking Law; 3(1): 30. (In Persian).
 13. Samiei H. (2016). Iranian penal policy in banking crimes. [Ph.D. Thesis]. Tehran: Tarbiat Modarres University. (In Persian).
 14. Najafi Abrandabadi AH. (2009). Criminological analysis of economic crimes. Culmination of law; 1(5):25. (In Persian).
 15. Ebrahimi S, Sadeghnejad M. (2014). Criminological analysis of economic crimes. Criminal Law Research; 2(5):148. (In Persian).
 16. Jafari A. (2010). Business ethics and economic criminal law. Criminal Law Research; 1(2):10-12. (In Persian).
 17. Wester V. (2000). Le droit penal face aux codes de bonne conduit. Reveue de Science Criminelle; 1(2): 351.
 18. Aghelinejad MA. (2015). Preventing bank crimes through exercising corporate governance principles. 1st ed. Tehran: Javdaneh Publication. P.59. (In Persian).
 19. Jafari A. (2016). Comparative criminal science in the light of international cooperations. 1st ed. Tehran: Mizan Publication. Pp. 291-292. (In Persian).
 20. Nory Yohanloey J, Johar S. (2014). The concept of corporate social responsibility in Germany, France, Britain and Iran with comparative approach. Comparative Law Review; 5(2): 607. (In Persian).
 21. Gond J, Mullenbach-Servayre A. (2004). Les fondements theoriques de la responsabilite societale de l'entreprise. La Revue des Sciences de Gestion; (205): 5-15.
 22. Alvani M, Ghasemi A. (2008). Management and social responsibility of the organization. Government Education Management Center; 1(1): 83. (In Persian).
 23. Safwat M. (2015). Corporate social responsibility: Rewriting the relationship between business and society. International Journal of Social Sciences; (1): 28. (In Persian).
 24. Khajepour B. (2016). Social responsibility of industrial and commercial enterprises in environmental protection. Social Responsibility Strategic Research; 3(21):63. (In Persian).
 25. Etemadi H, Sepasi S, Beshagh MR. (2017). Business ethics, social responsibility and corporate performance. Ethics in Science and Technology; 11(3): 107 (In Persian).
 26. Dianati Z, Manteghi K, Esfahani Y. (2017). The impact of bank type on social responsibility: Reporting of banks an ethical perspective. Ethics in Science and Technology; 11(4): 36 (In Persian).
 10. Commercial Commissions
 11. Business Company
 12. Clarification
 13. Economic law
 14. Principle of commercial integrity
 15. Hard law
 16. Soft law
 17. Non-governmental Organization
 18. Ethical charter
 19. Behavioral rules
 20. Code of Ethics
 21. Professional charter
 22. Corporate Social Responsibility (CSR)
- مراددهای تجاری
شرکت تجاری
شفاف سازی
حقوق اقتصادی
اصل صداقت تجاری
حقوق سخت یا قوام یافته
حقوق نرم یا قوام نیافته
سازمان های غیردولتی
منشورهای اخلاقی
قواعد رفتاری
کدهای اخلاقی
منشورهای حرفه ای
مسئولیت اجتماعی شرکت

References

1. Saki R. (2011). Ethics in educational research and its components. Ethics in Science and Technology; 6(2): 57. (In Persian).
2. Alizadeh S. (2019). The focal analysis of the relationship between the components of professional ethics and dimensions of social responsibility. Ethics in Science and Technology; 14(1): 117. (In Persian).
3. Khouyini G, Shafiei-Fini H, Saeidikia M. (2018). The role of regulating the formal document of transactions in the moral and social health of the community. Ethics in Science and Technology; 13(3): 16. (In Persian).
4. Kim WG, Brymer RA. (2011). The effects of ethical leadership on manager job satisfaction, commitment, behavioral outcomes, and firm performance. International Journal of Hospitality Management; 30(4):1020-1026.
5. Hayati H, Vasigh B, Madanizadeh SH. (2018). Manifestation of ethical components in the architecture of traditional Iranian warm and dry climate houses. Ethics in Science and Technology; 13(4):1. (In Persian).
6. Momeni N. (2015). Anthropological role analysis in professional ethics. Ethics in Science and Technology; 10(4). (In Persian).
7. Seghatoleslami A. (2018). Conceptual development of human subjects in internet research ethics. Ethics in Science and Technology; 13(3): 1. (In Persian).
8. Azadi-Matin A. (2017). Economic criminal sciences encyclopedia. 1st ed. Tehran: Mizan Publication. p. 265. (In Persian).
9. Gholami H. (2014). The principle of criminal law as last and least resort. 1st ed. Tehran: Mizan Publication. P.18. (In Persian).