



دانشگاه پیام نور

اخلاق و احکام کسب و کار

(کارشناسی ارشد مدیریت)

دکتر محمد مهدی پرهیزگار دکتر روح اله حسینی

امروزه کتاب‌خوانی و علم‌آموزی، نه تنها یک وظیفه‌ی ملی، که یک واجب دینی است.

مقام معظم رهبری

در عصر حاضر یکی از شاخصه‌های ارزیابی رشد، توسعه و پیشرفت فرهنگی هر کشوری میزان تولید کتاب، مطالعه و کتاب‌خوانی مردم آن مرز و بوم است. ایران اسلامی نیز از دیرباز تاکنون با داشتن تمدنی چندهزارساله و مراکز متعدد علمی، فرهنگی، کتابخانه‌های معتبر، علما و دانشمندان بزرگ با آثار ارزشمند تاریخی، سرآمد دولت‌ها و ملت‌های دیگر بوده و در عرصه‌ی فرهنگ و تمدن جهانی به‌سان خورشیدی تابناک همچنان می‌درخشد و با فرزندان نیک‌نهاد خویش هنرنمایی می‌کند. چه کسی است که در دنیا با دانشمندان فرزانه و نام‌آور ایرانی همچون ابوعلی سینا، ابوریحان بیرونی، فارابی، خوارزمی و ... همچنین شاعران برجسته‌ای نظیر فردوسی، سعدی، مولوی، حافظ و ... آشنا نباشد و در مقابل عظمت آنها سر تعظیم فرود نیاورد. تمامی این افتخارات ارزشمند، برگرفته از میزان عشق و علاقه فراوان ملت ما به فراگیری علم و دانش از طریق خواندن و مطالعه منابع و کتاب‌های گوناگون است. به شکرانه‌ی الهی، تاریخ و گذشته ما، همیشه درخشان و پر بار است. ولی اکنون در این زمینه در چه جایگاهی قرار داریم؟ آمار و ارقام ارائه‌شده از سوی مجامع و سازمان‌های فرهنگی در مورد سرانه‌ی مطالعه‌ی هر ایرانی، برایمان چندان امیدوارکننده نمی‌باشد و رهبر معظم انقلاب اسلامی نیز از این وضعیت بارها اظهار گله و ناخشنودی نموده‌اند.

کتاب، دروازه‌ای به سوی گستره‌ی دانش و معرفت است و کتاب خوب، یکی از بهترین ابزارهای کمال بشری است. همه‌ی دستاوردهای بشر در سراسر عمر جهان، تا آنجا که قابل کتابت بوده است، در میان دست‌نوشته‌هایی است که انسان‌ها پدید آورده و می‌آورند. در این مجموعه‌ی بی‌نظیر، تعالیم الهی، درس‌های پیامبران به بشر، و همچنین علوم مختلفی است که سعادت بشر بدون آگاهی از آنها امکان‌پذیر نیست. کسی که با دنیای زیبا و زندگی‌بخش کتاب ارتباط ندارد بی‌شک از مهم‌ترین دستاورد انسانی و نیز از بیشترین معارف الهی و بشری محروم است. با این دیدگاه، به‌روشنی می‌توان ارزش و مفهوم رمزی عمیق در این حقیقت تاریخی را دریافت که اولین خطاب خداوند متعال به پیامبر گرامی اسلام (ص) این است که «بخوان!» و در اولین

سوره‌ای که بر آن فرستاده‌ی عظیم‌الشان خداوند، فرود آمده، نام «قلم» به تجلیل یاد شده‌است: «اقْرَأْ وَ رَبُّكَ الْأَكْرَمُ. الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ» در اهمیت عنصر کتاب برای تکامل جامعه‌ی انسانی، همین بس که تمامی ادیان آسمانی و رجال بزرگ تاریخ بشری، از طریق کتاب جاودانه مانده‌اند.

دانشگاه پیام‌نور با گستره‌ی جغرافیایی ایران‌شمول خود با هدف آموزش برای همه، همه‌جا و همه‌وقت، به‌عنوان دانشگاهی کتاب‌محور در نظام آموزش عالی کشورمان، افتخار دارد جایگاه اندیشه‌سازی و خردورزی بخش عظیمی از جوانان جویای علم این مرز و بوم باشد. تلاش فراوانی در ایام طولانی فعالیت این دانشگاه انجام پذیرفته تا با بهره‌گیری از تجربه‌های گرانقدر استادان و صاحب‌نظران برجسته کشورمان، کتاب‌ها و منابع آموزشی درسی شاخص و خودآموز تولید شود. در آینده هم، این مهم با هدف ارتقای سطح علمی، روزآمدی و توجه بیشتر به نیازهای مخاطبان دانشگاه پیام‌نور با جدیت ادامه خواهد داشت. به‌طور قطع استفاده از نظرات استادان، صاحب‌نظران و دانشجویان محترم، ما را در انجام این وظیفه‌ی مهم و خطیر یاری‌رسان خواهد بود. پیشاپیش از تمامی عزیزانی که با نقد، تصحیح و پیشنهادهای خود ما را در انجام این وظیفه‌ی خطیر یاری می‌رسانند، سپاسگزاری می‌نماییم. لازم است از تمامی اندیشمندانی که تاکنون دانشگاه پیام‌نور را منزلگاه اندیشه‌سازی خود دانسته و ما را در تولید کتاب و محتوای آموزشی درسی یاری نموده‌اند، صمیمانه قدردانی گردد. موفقیت و بهروزی تمامی دانشجویان و دانش‌پژوهان عزیز آرزوی همیشگی ما است.

دانشگاه پیام‌نور

فهرست مطالب

پیشگفتار پانزده

فصل اول. کلیات و مفاهیم اخلاق در کسب و کار اسلامی ۱

هدف کلی ۱

هدف‌های یادگیری ۱

مقدمه ۱

۱-۱ مفهوم‌شناسی کسب و کار ۲

۲-۱ انواع کسب و کار ۳

۱-۲-۱ انواع کسب و کار برحسب نوع مالکیت ۳

۲-۲-۱ انواع کسب و کار برحسب نوع فعالیت ۳

۳-۲-۱ انواع کسب و کار برحسب اندازه ۳

۴-۲-۱ انواع کسب و کار برحسب نوع مدیریت ۴

۵-۲-۱ انواع کسب و کار برحسب هدف ۴

۳-۱ کسب و کار تجاری ۶

۴-۱ مفهوم اخلاق ۶

۵-۱ اخلاق اسلامی ۶

۶-۱ انسان و اخلاق از دیدگاه اسلام و مکاتب غربی ۷

۷-۱ اهمیت و جایگاه اخلاق در مدیریت کسب و کار ۸

۸-۱ دامنه اخلاق کسب و کار ۹

۹-۱ اهمیت و منزلت اخلاق کسب و کار در روایات اسلامی ۱۰

۱۰-۱ اصول اخلاقی و ارزشی در نهج البلاغه ۱۱

۱۱-۱ شاخص و معیارهای ارزش‌گذاری در اخلاق ۱۱

۱۲-۱ منابع اخلاقی کسب و کار از نظر اسلام ۱۲

۱۳.....	خلاصه فصل اول.....
۱۴.....	خودآزمایی‌های چهارگزینه‌ای فصل اول.....
۱۵.....	خودآزمایی‌های تشریحی فصل اول.....

۱۷.....	فصل دوم. مبانی اخلاق حرفه‌ای مدیریت در اداره کسب‌وکار (مدیریت اخلاق مدار).....
۱۷.....	هدف کلی.....
۱۷.....	هدف‌های یادگیری.....
۱۷.....	مقدمه.....
۱۸.....	۱-۲ اخلاق حرفه‌ای در کسب‌وکار.....
۱۸.....	۲-۲ ضرورت اخلاق حرفه‌ای در مدیریت کسب‌وکار.....
۱۹.....	۳-۲ مبانی اخلاق حرفه‌ای.....
۲۰.....	۳-۲-۱ مدیریت اخلاق مدار در کسب‌وکار و سازمان‌ها.....
۲۱.....	۴-۲ تعریف مدیریت از نکته نظر اخلاقی در کسب‌وکار اسلامی.....
۲۱.....	۵-۲ تعریف اخلاقی مدیریت در سازمان‌های کسب‌وکار از منظر امام علی(ع).....
۲۱.....	۶-۲ اهداف کسب‌وکار اخلاق مدار.....
۲۵.....	۷-۲ اخلاق کسب‌وکار.....
۲۶.....	۸-۲ وظایف و مسئولیت‌های مدیریت اخلاق مدار از دیدگاه اسلام در سازمان‌های کسب‌وکار.....
۲۷.....	۹-۲ تفاوت بین رویکرد اخلاق کسب‌وکار آمریکایی (کانادا) و قاره اروپا (آلمانی).....
۲۹.....	۱۰-۲ اصول اخلاق عملی مدیریت در اداره کسب‌وکار و کارگزاران حکومتی.....
۳۲.....	۱۱-۲ اثرات و فواید حاکمیت اخلاق و مدیریت اخلاق مدار مبتنی بر اسلام در سازمان.....
۳۳.....	خلاصه فصل دوم.....
۳۴.....	خودآزمایی‌های چهارگزینه‌ای فصل دوم.....
۳۵.....	خودآزمایی‌های تشریحی فصل دوم.....

۳۷.....	فصل سوم. سبک‌های مدیریت اخلاق مدار مبتنی بر اسلام در اداره کسب‌وکار.....
۳۷.....	هدف کلی.....
۳۷.....	هدف‌های یادگیری.....
۳۸.....	مقدمه.....
۳۸.....	۱-۳ سبک‌های مدیریت اخلاق مدار مبتنی بر اسلام در اداره کسب‌وکار.....
۳۸.....	۱-۱-۳ سبک مدیریت عدالت‌محور در اداره کسب‌وکار.....
۳۸.....	۱-۱-۳-۱ عدالت و اخلاق در اداره کسب‌وکار.....
۴۰.....	۱-۱-۳-۲ نگرش امام علی(ع) به کارکردهای عدالت.....
۴۲.....	۱-۳-۲ سبک مدیریت مشارکتی (تصمیم‌گیری مشارکتی) در اداره کسب‌وکار.....
۴۳.....	۱-۳-۳ سبک مدیریت معنوی (ارزشی - آخرت‌نگر) در اداره کسب‌وکار.....
۴۵.....	۱-۳-۳-۱ سبک مدیریت معنوی از دیدگاه امام خمینی(ره).....
۴۶.....	۱-۳-۴ سبک مدیریت عاطفه مدار (انسان‌مدار - اخلاق مدار) در اداره سازمان‌های کسب‌وکار.....

۳-۱-۴-۱	اصول پنج‌گانه مدیریت عاطفه مدار	۴۶
۳-۱-۴-۲	اخلاق مدیران کسب‌وکار در اسلام	۴۷
۳-۱-۴-۳	عواطف اجتماعی در قرآن	۴۸
۳-۱-۴-۴	ارزش‌های اخلاقی از منظر اسلام در مدیریت کسب‌وکار	۴۹
۳-۱-۴-۵	موانع رشد اخلاقی در مدیریت کسب‌وکار از دیدگاه اسلام	۵۲
۳-۱-۴-۶	آثار و پیامدهای بی‌توجهی به اصول اخلاقی در کسب‌وکار و سازمان‌ها	۵۳
۳-۱-۴-۷	اخلاق‌گرایی و شاخص‌های آن در مدیریت کسب‌وکار اسلامی	۵۳
۳-۱-۴-۸	عوامل مؤثر بر اخلاق کار در کسب‌وکار و سازمان‌ها	۵۴
۳-۱-۴-۹	الگوهای مفهومی رفتار اخلاقی در سازمان‌های کسب‌وکار	۵۵
۳-۱-۴-۱۰	عوامل مؤثر بر رفتار اخلاقی کارکنان در سازمان‌های کسب‌وکار	۵۵
۳-۱-۴-۱۱	راهبردهای ترویج اخلاق اسلامی در سازمان کسب‌وکار	۵۸
۳-۲	مسئولیت‌های سازمان کسب‌وکار	۵۹
۶۱	خلاصه فصل سوم	
۶۴	خودآزمایی‌های چهارگزینه‌ای فصل سوم	
۶۶	خودآزمایی‌های تشریحی فصل سوم	

فصل چهارم. الگوهای مدیریت اخلاق‌مدار در کسب‌وکار و نکات اخلاقی در مذاکرات و داوری

۶۷	اختلافات تجاری	
۶۷	هدف کلی	
۶۷	هدف‌های یادگیری	
۶۷	مقدمه	
۴-۱	الگوهای مدیریت اخلاق‌مدار در سازمان‌های کسب‌وکار در حکومت اسلامی	۶۸
۴-۲	الگوی جامع رهبری در اسلام	۶۹
۴-۲-۱	الگوی اخلاق حکومتی حضرت ابراهیم(ع)	۶۹
۴-۲-۲	الگوی رهبری امام علی(ع)	۶۹
۴-۲-۲-۱	فلسفه تشکیل حکومت اسلامی از دیدگاه امام علی(ع)	۶۹
۴-۲-۲-۲	وظایف حاکمان و کارگزاران اسلامی از دیدگاه امام علی(ع)	۶۹
۴-۲-۲-۳	آفات اخلاقی در کسب‌وکار و سازمان‌های دولتی از نگاه امام علی(ع)	۷۱
۴-۲-۲-۴	نکات اخلاقی در کسب‌وکار و سازمان‌های دولتی از نگاه امام علی(ع)	۷۱
۴-۲-۲-۵	نکات اخلاقی عامه از دیدگاه امام علی(ع)	۷۳
۴-۲-۳	الگوی رهبر اخلاقی کسب‌وکار از دیدگاه حضرت امام خمینی(ره)	۷۳
۴-۲-۳-۱	ویژگی‌های اخلاقی مدیران کسب کار و کارگزاران در حکومت اسلامی در اندیشه امام خمینی(ره)	۷۳
۴-۳	موضوعات اخلاق تجاری و کسب‌وکار	۷۶
۴-۴	اصول بنیادی اخلاقی در تجارت بین‌المللی اسلام	۷۶
۴-۵	مسائل اخلاقی در مذاکرات تجاری	۷۸

۶-۴	خصوصیات اخلاقی مذاکره‌کننده موفق.....	۷۸
۷-۴	مسائل اخلاقی در داوری اختلافات تجاری.....	۷۹
۸-۴	نظام حقوقی اسلام در بعد روابط تجاری داخلی و خارجی.....	۷۹
۹-۴	شرایط ایجاد روابط تجاری بین‌المللی.....	۸۰
۱۰-۴	مفاد قراردادهای خارجی.....	۸۱
۱۱-۴	اختلافات تجاری.....	۸۱
۱۲-۴	مسائل اخلاقی در داوری اختلافات تجاری داخلی.....	۸۱
۱۳-۴	داوری اختلافات تجاری بین‌المللی.....	۸۲
۱۴-۴	مراکز داوری‌های بین‌المللی.....	۸۲
۱۵-۴	اصول بنیادین داوری و حل و فصل اختلافات تجاری.....	۸۳
۱۶-۴	شرایط اخلاقی داوری تجاری صحیح.....	۸۳
۱۷-۴	استقلال و بی‌طرفی در داوری تجاری بین‌المللی.....	۸۵
۱۸-۴	مقررات داوری سازمان جهانی مالکیت فکری.....	۸۶
	خلاصه فصل چهارم.....	۸۷
	خودآزمایی‌های چهارگزینه‌ای فصل چهارم.....	۸۸
	خودآزمایی‌های تشریحی فصل چهارم.....	۹۰
	فصل پنجم. رویکرد اخلاقی در تبلیغات تجاری و رقابت کسب‌وکار.....	۹۱
	هدف کلی.....	۹۱
	هدف‌های یادگیری.....	۹۱
	مقدمه.....	۹۱
۱-۵	مدیریت اسلامی در اداره کسب‌وکار.....	۹۲
۲-۵	ضرورت و اهمیت مدیریت اسلامی در کسب‌وکار.....	۹۲
۳-۵	سبک‌های مدیریت اسلامی در کسب‌وکار.....	۹۳
۴-۵	سبک مدیریت اسلامی اثربخش از دیدگاه نهج‌البلاغه در کسب‌وکار.....	۹۴
۵-۵	مطالعه تطبیقی مدیریت اسلامی و مدیریت رایج در کسب‌وکار از دیدگاه ارزش‌های اخلاقی.....	۹۵
۶-۵	علل بروز بحران در نظام کسب‌وکار اسلامی.....	۹۷
۷-۵	تحقیقات انجام‌گرفته در حوزه مدیریت کسب‌وکار اسلامی.....	۹۷
۸-۵	مسائل اخلاقی در تبلیغات تجاری از دیدگاه اسلام.....	۹۸
۹-۵	روش‌های گوناگون غیراخلاقی برای تبلیغات و بازاریابی تجاری.....	۹۹
۱۰-۵	مسئولیت‌های اخلاقی تولیدکنندگان به‌منظور حفظ حقوق مصرف‌کنندگان.....	۱۰۱
۱۱-۵	رقابت.....	۱۰۱
۱-۱۱-۵	رقابت ناسالم در تجارت.....	۱۰۲
۲-۱۱-۵	رقابت سالم در تجارت.....	۱۰۲
۱۲-۵	مسائل اخلاقی در رقابت بین شرکت‌های کسب‌وکار از دیدگاه اسلام.....	۱۰۳
۱۳-۵	عوامل غیراخلاقی در رقابت.....	۱۰۳

۱۰۵	خلاصه فصل پنجم
۱۰۶	خودآزمایی‌های چهارگزینه‌ای فصل پنجم
۱۰۷	خودآزمایی‌های تشریحی فصل پنجم
۱۰۹	فصل ششم. اهمیت کسب‌وکار در اسلام
۱۰۹	هدف کلی
۱۰۹	هدف‌های یادگیری
۱۰۹	مقدمه
۱۱۰	۱-۶ اهمیت و ضرورت کسب‌وکار از منظر ادیان الهی
۱۱۰	۲-۶ کسب‌وکار در اسلام
۱۱۱	۳-۶ کاسب مسلمان
۱۱۲	۴-۶ اهمیت و ضرورت کسب‌وکار از منظر اسلام
۱۱۳	۵-۶ دامداری و تولیدات گوشتی
۱۱۳	۶-۶ تولید و فعالیت در صنعت
۱۱۴	۷-۶ تجارت و کسب‌وکار حلال
۱۱۵	۸-۶ ارزش و اهمیت کار در فرهنگ اسلامی
۱۱۸	۹-۶ کسب‌وکار در دین یهود
۱۱۹	خلاصه فصل ششم
۱۲۰	خودآزمایی‌های چهارگزینه‌ای فصل ششم
۱۲۲	خودآزمایی‌های تشریحی فصل ششم
۱۲۳	فصل هفتم. کسب‌وکار و گونه‌شناسی آن در اسلام
۱۲۳	هدف کلی
۱۲۳	هدف‌های یادگیری
۱۲۳	مقدمه
۱۲۴	۱-۷ اقسام احکام معامله و کسب‌وکار
۱۲۴	۱-۱-۷ مستحبات کسب‌وکار (معامله مستحب)
۱۲۴	۱-۱-۱-۷ مهم‌ترین نکات در معامله مستحب
۱۲۵	۲-۱-۷ مکروهات کسب‌وکار (معامله مکروه)
۱۲۵	۱-۲-۱-۷ مهم‌ترین نکات مکروه در معامله
۱۲۵	۳-۱-۷ کسب‌وکار حلال (معامله حلال)
۱۲۶	۱-۳-۱-۷ مهم‌ترین نکات در معامله حلال
۱۲۶	۲-۳-۱-۷ آثار معامله و کسب حلال
۱۲۶	۴-۱-۷ محرمات کسب‌وکار (معامله حرام)
۱۲۷	۱-۴-۱-۷ مهم‌ترین نکات در معامله حرام
۱۲۸	۲-۴-۱-۷ آثار معامله و کسب حرام

۱۲۹	۲-۷ رویکرد مالی در عبادات
۱۲۹	۱-۲-۷ پرداخت خمس
۱۲۹	۲-۲-۷ پرداخت زکات
۱۳۰	۳-۲-۷ صدقه دادن
۱۳۰	۴-۲-۷ پرداخت مالیات
۱۳۰	۵-۲-۷ ارزش افزوده
۱۳۱	خلاصه فصل هفتم
۱۳۱	خودآزمایی‌های چهارگزینه‌ای فصل هفتم
۱۳۲	خودآزمایی‌های تشریحی فصل هفتم
۱۳۳	فصل هشتم. شناخت کسب و کارها و افعال ناشایست از منظر اسلام
۱۳۳	هدف کلی
۱۳۳	هدف‌های یادگیری
۱۳۳	مقدمه
۱۳۴	۱-۸ مکاسب نامشروع
۱۳۵	۲-۸ کسب و کارهای ناشایست از منظر اسلام
۱۳۵	۱-۲-۸ دروغ‌گویی در معامله
۱۳۶	۲-۲-۸ کلاه‌برداری
۱۳۷	۳-۲-۸ کم‌فروشی
۱۳۷	۱-۳-۳-۸ کم‌فروشی و اثرات آن از نظر قرآن و روایات
۱۳۸	۴-۲-۸ مال شبه ناک
۱۳۹	۵-۲-۸ سوءاستفاده از بیت‌المال
۱۳۹	۱-۵-۲-۸ آثار خیانت در بیت‌المال
۱۴۰	۶-۲-۸ احتکار
۱۴۱	۷-۲-۸ سرقت و اختلاس
۱۴۱	۸-۲-۸ شراب‌فروشی
۱۴۲	۹-۲-۸ رشوه‌خواری
۱۴۳	۱۰-۲-۸ ربا
۱۴۳	۱۱-۲-۸ سودهای نامشروع
۱۴۴	خلاصه فصل هشتم
۱۴۶	خودآزمایی‌های چهارگزینه‌ای فصل هشتم
۱۴۷	خودآزمایی‌های تشریحی فصل هشتم
۱۴۹	فصل نهم. آداب کسب و کار از منظر اسلام
۱۴۹	هدف کلی
۱۴۹	هدف‌های یادگیری

.....	مقدمه	۱۵۰
.....	۹-۱ ضرورت آشنایی با آداب و احکام تجارت و فرهنگ کسب و کار در اسلام	۱۵۰
.....	۹-۲ اصول اخلاقی حاکم بر تجارت	۱۵۱
.....	۹-۳ آداب و فرهنگ کسب و کار در اسلام	۱۵۱
.....	۹-۴ شرایط معامله صحیح	۱۵۶
.....	۹-۵ شرایط طرفین دادوستد (شروط اهلیت معامله)	۱۵۶
.....	۹-۶ شرایط کالای معامله شده	۱۵۷
.....	۹-۷ مصادیق بداخلاقی در تجارت	۱۵۷
.....	۹-۸ اهداف راه اندازی کسب و کار از دیدگاه اسلام	۱۵۹
.....	۹-۹ زمان کسب و کار	۱۵۹
.....	۹-۱۰ نکات اخلاقی در کسب و کار	۱۶۰
.....	۹-۱۱ نکات غیر اخلاقی در کسب و کار	۱۶۱
.....	۹-۱۲ سیستم نظارت و کنترل اخلاقی در سازمان کسب و کار مبتنی بر نگرش اسلام	۱۶۱
.....	۹-۱۳ ضرورت سیستم نظارت و کنترل اخلاقی در سازمان کسب و کار	۱۶۲
.....	۹-۱۴ اصول اخلاقی در طراحی و اجرای سیستم نظارت و کنترل در سازمان کسب و کار از نظر اسلام	۱۶۲
.....	۹-۱۵ ویژگی های اخلاقی معیارهای نظارتی و کنترل در سازمان کسب و کار	۱۶۳
.....	۹-۱۶ راهبردهای نظارت و کنترل مبتنی بر اخلاق در سازمان کسب و کار	۱۶۳
.....	۹-۱۷ راهبردهای نظارت و کنترل بیرونی در سازمان کسب و کار	۱۶۴
.....	۹-۱۷-۱ نظارت مستقیم (آشکار)	۱۶۴
.....	۹-۱۷-۱-۱ نظارت شخصی مدیریت	۱۶۴
.....	۹-۱۷-۱-۲ تأسیس واحد کنترل و نظارت (بازرسی)	۱۶۴
.....	۹-۱۷-۲ نظارت غیرمستقیم (مخفی)	۱۶۵
.....	۹-۱۷-۲-۱ نظارت پنهان (مخفی)	۱۶۵
.....	۹-۱۷-۲-۲ نظارت فراگیر مردمی	۱۶۶
.....	۹-۱۷-۳ راهبردهای نظارت و کنترل درونی (خودکنترلی) در سازمان کسب و کار	۱۶۶
.....	۹-۱۷-۳ اصول اخلاقی در نظارت درونی در سازمان کسب و کار	۱۶۹
.....	خلاصه فصل نهم	۱۷۰
.....	خودآزمایی های چهارگزینه ای فصل نهم	۱۷۲
.....	خودآزمایی های تشریحی فصل نهم	۱۷۳
.....	فصل دهم. آشنایی با راهکارهای اسلامی برای بهبود کسب و کار	۱۷۵
.....	هدف کلی	۱۷۵
.....	هدف های یادگیری	۱۷۵
.....	مقدمه	۱۷۶
.....	۱۰-۱ راهبردهای عمومی و دولتی بهبود محیط کسب و کار در ایران	۱۷۷
.....	۱۰-۲ راهبردهای گسترش و توسعه کسب و کار و افزایش درآمد حلال	۱۷۸

- ۱۰-۲-۱ راهبردهای خصوصی گسترش کسب و کار و افزایش درآمد حلال ۱۷۸
- ۱۰-۲-۲ راهبردهای عمومی و اجتماعی گسترش کسب و کار و افزایش درآمد حلال ۱۷۸
- ۱۰-۳ عوامل کاهش درآمد حلال ۱۸۰
- ۱۰-۴ ارزش های اخلاقی در ارتباطات پایه و بستر توسعه کسب و کار ۱۸۰
- ۱۰-۵ اهمیت سیستم اطلاعات مدیریت کسب و کار ۱۸۳
- ۱۰-۶ سیستم اطلاعات مدیریت مبتنی بر اخلاق عامل توسعه کسب و کار ۱۸۳
- ۱۰-۷ انواع اطلاعات در سیستم اطلاعات مدیریت ۱۸۴
- ۱۰-۷-۱ اطلاعات کنترلی (حسابرسی) ۱۸۴
- ۱۰-۷-۲ اطلاعات تصادفی ۱۸۴
- ۱۰-۷-۳ اطلاعات بازخوردی ۱۸۵
- ۱۰-۸ اهمیت اخلاقی اطلاعات ۱۸۵
- ۱۰-۹ مستندسازی تجربیات ۱۸۵
- ۱۰-۱۰ انگیزه در سازمان کسب و کار عامل توسعه کسب و کار ۱۸۶
- ۱۰-۱۱ عوامل اخلاقی مدیریت کسب و کار در انگیزش کارکنان براساس دیدگاه اسلام ۱۸۶
- ۱۰-۱۲ عوامل اخلاقی مؤثر بر انگیزش در سازمان کسب و کار از دیدگاه امام علی (ع) ۱۸۸
- ۱۰-۱۳ عوامل مؤثر بر انگیزش از دیدگاه حضرت امام خمینی (ره) ۱۸۸
- ۱۰-۱۴ مهم ترین عوامل اخلاقی ایجاد انگیزش در مدیریت سازمان کسب و کار اسلامی ۱۸۸
- ۱۰-۱۵ ساده زیستی و انگیزش کارکنان ۱۸۹
- ۱۰-۱۶ انگیزش در سازمان کسب و کار از دیدگاه قرآن ۱۹۰
- ۱۰-۱۶-۱ تشویق ۱۹۰
- ۱۰-۱۶-۲ قدردانی کلامی و دعای خیر ۱۹۱
- ۱۰-۱۶-۳ پاداش ۱۹۱
- ۱۰-۱۶-۳-۱ پاداش معنوی ۱۹۱
- ۱۰-۱۶-۳-۲ مجازات ۱۹۱
- ۱۰-۱۶-۳-۳ کمک و امداد الهی ۱۹۱
- ۱۰-۱۶-۴ پاداش مادی ۱۹۲
- ۱۰-۱۷ نکات اخلاقی در تشویق ۱۹۲
- ۱۰-۱۸ انتخاب و استخدام در سازمان کسب و کار ۱۹۳
- ۱۰-۱۹ معیارهای اخلاقی در انتخاب کارمندان در سازمان کسب و کار ۱۹۴
- ۱۰-۲۰ شایستگی و صلاحیت ۱۹۷
- ۱۰-۲۱ سیستم اخلاقی پرداخت حقوق و دستمزد در سازمان کسب و کار از نظر اسلام ۱۹۸
- ۱۰-۲۲ معیارهای اخلاقی در پرداخت حقوق و دستمزد در سازمان کسب و کار از نظر اسلام ۱۹۸
- ۱۰-۲۳ فواید پرداخت حقوق و دستمزد مبتنی بر اصول اخلاقی در سازمان کسب و کار ۱۹۹
- ۱۰-۲۴ کیفیت زندگی کارمندان از دیدگاه امام علی (ع) در سازمان کسب و کار ۱۹۹
- ۱۰-۲۵ سیاست مالی امام علی (ع) در قبال مدیران و کارمندان حکومت ۲۰۰
- ۱۰-۲۶ سیستم ارزیابی عملکرد کارکنان مبتنی بر اخلاق در سازمان کسب و کار ۲۰۰

۲۷-۱۰	معیارهای اخلاقی در فرایند ارزیابی عملکرد کارکنان در سازمان کسب و کار از نظر اسلام....	۲۰۱
۲۸-۱۰	ویژگی های اخلاقی شاخص و معیارهای در ارزیابی عملکرد در سازمان کسب و کار.....	۲۰۱
۲۹-۱۰	تقسیم کار در سازمان کسب و کار.....	۲۰۲
۳۰-۱۰	ضرورت و اهمیت تقسیم کار در سازمان کسب و کار.....	۲۰۲
۳۱-۱۰	معیارهای اخلاقی در تقسیم کار در سازمان کسب و کار از نظر اسلام.....	۲۰۲
۳۲-۱۰	ویژگی های اخلاقی معیارهای تقسیم کار در سازمان کسب و کار.....	۲۰۳
۳۳-۱۰	تصمیم گیری اخلاقی بستر توسعه پایدار و مسئولیت پذیری اجتماعی.....	۲۰۳
۳۴-۱۰	معیارهای اخلاقی در فرایند تصمیم گیری کسب و کار از نظر اسلام.....	۲۰۴
۳۵-۱۰	نکات اخلاقی در تصمیم گیری کسب و کار از نظر اسلام.....	۲۰۴
۳۶-۱۰	اهمیت مشورت و مشارکت در تصمیم گیری کسب و کار از منظر اسلام.....	۲۰۴
۳۷-۱۰	امام علی (ع) برای مشاوران در امور کسب و کار شرایطی قائل است که در زیر به آنها اشاره می شود.....	۲۰۵
۳۸-۱۰	نکات اخلاقی در مشورت و مشاوره در امور کسب و کار.....	۲۰۵
۳۹-۱۰	فواید مشورت و مشاوره در امور کسب و کار از دیدگاه اسلام.....	۲۰۶
۴۰-۱۰	اهداف نظام مشارکت کارکنان در امور کسب و کار از دیدگاه اسلام.....	۲۰۷
۴۱-۱۰	اخلاق کارگزاران و مدیران در مدیریت بحران در امور کسب و کار.....	۲۰۷
۴۲-۱۰	اداره اخلاقی بحران در کسب و کار.....	۲۰۷
۴۳-۱۰	راهبرد مدیریتی حضرت یوسف (ع) در بحران.....	۲۰۸
۲۰۹	خلاصه فصل دهم.....	
۲۱۰	خودآزمایی های چهارگزینه ای فصل دهم.....	
۲۱۵	خودآزمایی های تشریحی فصل دهم.....	
۲۱۷	فصل یازدهم. آشنایی با قواعد فقهی حاکم بر کسب و کار.....	
۲۱۷	هدف کلی.....	
۲۱۷	هدف های یادگیری.....	
۲۱۷	مقدمه.....	
۱-۱۱	احکام خرید و فروش.....	۲۱۸
۱-۱-۱۱	احکام مربوط به مستحبات خرید و فروش.....	۲۱۸
۲-۱-۱۱	احکام مربوط به معاملات مکروه.....	۲۱۸
۳-۱-۱۱	احکام مربوط به معاملات حرام.....	۲۱۹
۲-۱۱	احکام مربوط به نقد و نسیه.....	۲۲۵
۳-۱۱	استفتائات جدید اجاره براساس رساله حضرت آیت الله العظمی امام خامنه ای.....	۲۲۶
۴-۱۱	احکام بانک ها.....	۲۲۸
۵-۱۱	استفتائات جدید بیمه براساس رساله حضرت آیت الله العظمی خامنه ای.....	۲۳۱
۶-۱۱	خسارت و پرداخت غرامت.....	۲۳۲
۷-۱۱	اهداف مجازات اسلامی.....	۲۳۳

۲۳۴	۸-۱۱ ضرر مادی
۲۳۴	۹-۱۱ ضرر معنوی
۲۳۴	۱۰-۱۱ اصل «یکصد و هفتاد و یکم» قانون اساسی جمهوری اسلامی:
۲۳۵	۱۱-۱۱ غرامت در قصاص
۲۳۵	۱۲-۱۱ استفتائات براساس رساله حضرت آیت الله العظمی امام خمینی (ره) و گلپایگانی (ره)
۲۳۷	خلاصه فصل یازدهم
۲۳۸	خودآزمایی های چهارگزینه ای فصل یازدهم
۲۳۹	خودآزمایی های تشریحی فصل یازدهم
۲۴۱	فصل دوازدهم. نهادها و مراکز رسمی مرتبط با سازمان کسب و کار اسلامی
۲۴۱	هدف های کلی
۲۴۱	هدف های یادگیری
۲۴۲	مقدمه
۲۴۲	۱-۱۲ نهادها و مراکز رسمی مرتبط با سازمان کسب و کار اسلامی و محصولات حلال
۲۴۳	۲-۱۲ استاندارد حلال براساس سازمان استاندارد ایران
۲۴۳	۳-۱۲ ضرورت تدوین استاندارد جهانی حلال:
۲۴۴	۴-۱۲ حوزه های محصولات حلال
۲۴۴	۵-۱۲ اقدامات سازمان ملی استاندارد ایران در زمینه «استاندارد حلال منطبق با مذهب فقه جعفری (ع)»
۲۴۴	۶-۱۲ استانداردهای تدوین شده ملی و بین المللی در زمینه غذای حلال تاکنون
۲۴۶	۷-۱۲ استانداردهای غذای حلال
۲۴۶	۸-۱۲ راهنمای عمومی غذای حلال، ۲۰۱۰، مصوب اجلاس کامسک
۲۴۷	۹-۱۲ راهنمای عمومی غذای حلال (۱۲۰۰)، ۱۳۸۸، سازمان ملی استاندارد ایران
۲۴۷	۱۰-۱۲ انواع استانداردهای حلال
۲۴۸	۱۱-۱۲ مراکز تحقیقات و اطلاع رسانی اسلامی و مؤسسات جهانی حلال
۲۴۸	۱-۱۱-۱۲ مرکز ملی تحقیقات حلال جمهوری اسلامی ایران
۲۴۹	۲-۱۱-۱۲ جوایز سالانه کسب و کار و مالیه اسلامی
۲۴۹	۱-۲-۱۱-۱۲ جایزه مصطفی (ص) بانک توسعه اسلامی
۲۴۹	۲-۲-۱۱-۱۲ جوایز بین المللی سیتی وان برای گردشگری حلال و گردشگری علایق ویژه
۲۵۱	خلاصه فصل دوازدهم
۲۵۲	خودآزمایی های چهارگزینه ای فصل دوازدهم
۲۵۴	خودآزمایی های تشریحی فصل دوازدهم
۲۵۵	فصل سیزدهم. توسعه اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها
۲۵۵	هدف های کلی
۲۵۵	هدف های یادگیری
۲۵۵	مقدمه

۱۳-۱	طراحی راهبرد اخلاقی در سازمان کسب‌وکار اسلامی	۲۵۶
۱۳-۲	چشم‌انداز اخلاقی مدیریت در سازمان کسب‌وکار اسلامی	۲۵۶
۱۳-۳	بیانیه اخلاقی رسالت در سازمان کسب‌وکار براساس دیدگاه اسلام	۲۵۶
۱۳-۴	هدف اصلی مدیران اخلاق محور در سازمان کسب‌وکار اسلامی	۲۵۷
۱۳-۵	مسئولیت	۲۵۷
۱۳-۵-۱	مسئولیت اجتماعی در سازمان کسب‌وکار	۲۵۸
۱۳-۵-۲	مسئولیت سازمان کسب‌وکار نسبت به سرنوشت جامعه مسلمین	۲۵۸
۱۳-۶	مشارکت اجتماعی	۲۵۹
۱۳-۷	فلسفه اخلاقی مدیریت در کسب‌وکار اسلامی	۲۵۹
۱۳-۸	تصور ذهنی	۲۵۹
۱۳-۹	توسعه پایدار	۲۵۹
۱۳-۹-۱	شاخصه‌های توسعه پایدار	۲۶۰
۱۳-۹-۲	اهداف توسعه پایدار	۲۶۰
۱۳-۹-۲	مؤلفه‌های توسعه پایدار	۲۶۰
۱۳-۹-۳	عوامل و موانع توسعه پایدار	۲۶۱
۱۳-۹-۴	آموزش و توسعه پایدار	۲۶۱
۱۳-۹-۴-۱	پیامد و مزایای آموزش	۲۶۲
۱۳-۹-۵	پیامدهای توسعه پایدار	۲۶۲
۱۳-۱۰	تصمیم‌گیری اخلاقی بستر توسعه پایدار و مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۲۶۲
	خلاصه فصل سیزدهم	۲۶۲
	خودآزمایی‌های چهارگزینه‌ای فصل سیزدهم	۲۶۳
	خودآزمایی‌های تشریحی فصل سیزدهم	۲۶۴
	پاسخنامه خودآزمایی‌های چهارگزینه‌ای	۲۶۵
	منابع	۲۶۷

پیشگفتار

اصول و ارزش‌های اخلاقی در متعالی‌ترین شکلش در سیره و مدیریت پیامبر اسلام (ص) و ائمه معصومین (ع) متجلی شده و به‌صورت عملیاتی مشهود است و مبنای شناخت حقیقت اخلاقی وجود انسان است که بارزترین آثار آن حکومت بر دل‌ها است. در کتاب اخلاق و احکام کسب و کار سعی شده است با استفاده از تحلیل آیات قرآن کریم و سیره نبی اکرم (ص) و ائمه (ع) و احادیث و روایات، صفات اخلاقی که یک مدیر کسب و کار و یا واحدهای کسب و کار باید داشته باشد تا بتواند نقش مهم و مفیدی در رشد و سعادت مادی و معنوی جامعه ایفا کند، تبیین می‌شود.

در کتاب حاضر اخلاق و اصول اخلاقی در اداره واحدهای کسب و کار و ابعاد فعالیت آن مورد بررسی و بازنگری قرار می‌گیرد؛ بنابراین تدوین کتاب حاضر جنبه آموزشی و اخلاقی دارد و دانشجویان مدیریت، مدیران سازمان‌ها را در عمل جهت آشنایی با واحدهای کسب و کار اخلاق مدار و چگونگی مدیریت آن یاری می‌دهد. کتاب حاضر، حاصل بررسی‌ها، تحقیق و پژوهش‌های صورت گرفته و همچنین مطالعات توسط نویسندگان است. همچنین تجربیات و اندوخته‌های نویسندگان در مدیریت بر غنای مطالب و اطلاعات افزوده است.

امید است دانشجویان با مطالعه کتاب، بخشی از علم و دانش مدیریت در حیطه اخلاقی را فراگرفته و نیاز دانش اخلاقی آن‌ها را برآورده سازد و موجب تقویت بنیه اخلاقی آن‌ها شود. کتاب حاضر یکی از معدود کتاب‌های تألیفی در حوزه مدیریت مبتنی بر اخلاق در واحدهای کسب و کار اسلامی است که توسط دو تن از نویسندگان

تألیف شده است. در این زمینه قبلاً کتاب‌هایی چاپ و منتشر شده‌است. در این کتاب، مدیریت واحدهای کسب‌وکار مبتنی بر اخلاق در اسلام و راهکارهای عملیاتی آن با نگاهی تازه مطرح شده‌است، علاوه بر بهره‌گیری از تجارب علمی و عملی خود، از مراجع و منابع معتبر داخلی و خارجی نیز سود جسته‌اند. با توجه به اینکه هر اثری ممکن است دارای نقص و کمبودهایی باشد از خوانندگان محترم انتظار داریم، موارد نقص و یا در صورت تمایل نظرات و پیشنهادهای خود را جهت بهبود و ارتقا کیفیت مطالب کتاب به آدرس r.hosseini59@gmail.com اطلاع فرمایند.

در خاتمه از همکاری‌های اداری و زحمات صادقانه سرکار خانم فریدنیا، مرضیه حسینی و معصومه یعقوبی صمیمانه قدردانی می‌نماییم.

دکتر محمد مهدی پرهیزگار - دکتر روح‌الله حسینی

اعضای هیئت علمی دانشگاه پیام نور

فصل اول

کلیات و مفاهیم اخلاق در کسب و کار اسلامی

هدف کلی

در این فصل هدف اصلی، آشنایی دانشجویان با مفهوم کسب و کار، اهداف و انواع آن و همچنین کلیات و مفاهیم اخلاق در کسب و کار اسلامی است.

هدف های یادگیری

- پس از مطالعه این فصل، انتظار می رود دانشجویان بتوانند:
۱. با مفهوم کسب و کار آشنا شوند.
 ۲. با انواع کسب و کار آشنا شوند.
 ۳. با اخلاق اسلامی در حوزه کسب و کار آشنا شوند.
 ۴. اهمیت و جایگاه اخلاق در مدیریت کسب و کار را شرح دهند.
 ۵. با منابع اخلاقی کارگزاران و مدیران کسب و کار از نظر اسلام آشنا شوند.

مقدمه

کسب و کار شامل تمامی فعالیت های بشر چه به صورت فردی و چه به صورت خانوادگی، گروهی، سازمانی و یا اجتماعی در همه سطح اقتصادی است. پس کسب و کار شامل تمامی فعالیت های انسان در سطح خدماتی، تجاری، تولیدی، کشاورزی است. در کسب و کار اسلامی توجه زیادی به اخلاق می شود. پایبندی به اصول و ارزش های اخلاقی عامل رشد و شکوفایی واقعی کسب و کار است. این بدین معنا است که پایه و اساس توسعه کسب و کار توجه به ارزش های اخلاقی است زیرا پیامد توجه به ارزش های

اخلاقی اعتماد است و وقتی اعتماد ایجاد شود روابط تجاری و کسب گسترش می‌یابد و در صورت نبود آن در تجارت نمی‌توان به گسترش و رونق تجارت امید داشت. توجه و رعایت ارزش‌های اخلاقی بسیاری از هزینه‌های سازمانی و تجاری در سازمان‌های کسب‌وکار را کاهش می‌دهد از جمله این هزینه‌ها کاهش بهره‌وری، هزینه نظارت و بازرسی، ضعف کیفیت، هزینه‌های ناشی از عدم انگیزش و

البته باید یادآور شد که در اسلام رعایت اخلاق نه به خاطر تحصیل منفعت و سود است بلکه به خاطر رضایت پروردگار است حتی اگر به دنبال اخلاق سود و منفعت بیشتر نیز حاصل شود. در برخی شرایط ممکن است توجه به اصول اخلاقی سودی در پی نداشته باشد اینجا کاسب مسلمان به اخلاق توجه می‌کند و این توجه به خاطر رضایت خداوند.

۱-۱ مفهوم‌شناسی کسب‌وکار

کسب‌وکار^۱ عبارت است از مجموعه‌ای از فعالیت‌های خاص به‌منظور تولید و تجارت کالا یا خدمات که در یک سازمان و یا توسط فردی خاص انجام می‌شود. کسب‌وکار شامل جنبه‌های فیزیکی، مالی، مکانی، منابع انسانی و فناوری است. برای مثال تولید صندلی و میز و مبلی یک کسب‌وکار است. در حقیقت شالوده اصلی کسب‌وکار و هدف اصلی آن درآمد است. هر نوع خرید و فروش کسب‌وکار است، هر نوع تبادل و تعامل تجاری تکرارشونده کسب‌وکار است. کاسبی و معامله مترادف مفهوم کسب‌وکار هستند. فضای کسب‌وکار معمولاً شامل عناصر متعددی است: محصولات تولیدی و یا خدمات، خرید، مشتریان، کانال‌های فروش و توزیع، قوانین و آیین‌نامه‌های دولتی، قراردادهای درآمد و هزینه است.

تجارت و کسب‌وکار، در دنیای امروز، تحت تأثیر شدید عوامل داخلی و بیرونی قرار می‌گیرد؛ و هر روز بیش‌ازپیش و به‌طور فزاینده‌ای متأثرتر می‌شود.

- عوامل داخلی کسب‌وکار شامل عوامل شخصی (ویژگی‌های شخصی، افکار، رفتار، اخلاق فردی، صداقت و اعتماد)، خانوادگی (مذهب)، صنعت یا فضای کسب‌وکار (مدیریت، رفتار سازمانی، اخلاق حرفه‌ای، فناوری) است.

- عوامل بیرونی کسب و کار شامل عوامل ملّی (ارتباطات مجازی و از راه دور، زیست محیطی، سیاست، قوانین، دولت، آموزش و پرورش، فرهنگ و...) و بین المللی (ارتباطات مجازی) است.

۲-۱ انواع کسب و کار

۱-۲-۱ انواع کسب و کار بر حسب نوع مالکیت

- **کسب و کار خصوصی.** به کسب و کارهایی گفته می شود که مالک آن ها بخش خصوصی است. کسب و کار خصوصی ممکن است متعلق به فرد خاصی یا چندین فرد به صورت شریک باشند.
- **کسب و کار دولتی.** به کسب و کارهایی گفته می شود که مالک آن ها دولت باشد.

۱-۲-۲ انواع کسب و کار بر حسب نوع فعالیت

- **کسب و کار خدماتی.** کسب و کار خدماتی به مجموعه فعالیت های انتقال کالاها و خدمات از مکان تولید به محل مصرف، مبادله، خرید و فروش و یا تبلیغات محصولات یا ارائه خدمات به صورت فیزیکی یا مجازی (اینترنتی) انجام می شود گفته می شود. کسب و کار تجاری، بانکداری، حمل و نقل، بیمه، انبارداری، بسته بندی، تبلیغات هنری، بهداشتی، بیمه ای، آموزشی و پژوهشی، ارتباطی و مخابراتی نمونه ای از کسب و کارهای خدماتی محسوب می شوند.
- **کسب و کار تولیدی.** کسب و کار تولیدی به مجموعه فعالیت های مورد نیاز برای ایجاد و خلق و یا تغییر کالاها برای تأمین نیازهای جامعه و یا صنعت به صورت فیزیکی انجام می شود گفته می شود. کارگاه ها و کارخانه های تولیدی و کشاورزی نمونه ای از این نوع کسب و کار است.

۱-۲-۳ انواع کسب و کار بر حسب اندازه

- **کسب و کار کوچک.** کسب و کار کوچک به کسب و کاری گفته می شود که تعداد کارکنان مشغول در آن و حجم فعالیت آن کم است. تقریباً کسب و کار با کمتر از ۵۰ پرسنل در این حیطه قرار می گیرد؛ مانند کسب و کار خانگی.

- **کسب و کار بزرگ.** کسب و کار بزرگ به کسب و کاری گفته می شود که تعداد کارکنان مشغول در آن و حجم فعالیت آن زیاد است. تقریباً کسب و کار با بیشتر از ۵۰ پرسنل در این حیطه قرار می گیرد؛ مانند شرکت های پتروشیمی.

۱-۲-۴ انواع کسب و کار بر حسب نوع مدیریت

- **فردی.** کسب و کار فردی به کسب و کاری گفته می شود که تمامی فعالیت های آن توسط یک فرد انجام می شود.
- **گروهی.** کسب و کار فردی به کسب و کاری گفته می شود که تمامی فعالیت های آن توسط بیش از یک نفر یعنی گروهی از افراد انجام می شود مانند سازمان ها و شرکت های سهامی عام

۱-۲-۵ انواع کسب و کار بر حسب هدف

- **کسب و کار مجاز.** به کسب و کارهایی گفته می شود که باانگیزه سود مشروع و معقول فعالیت می کنند. این نوع کسب و کارها و فعالیت آن ها برای جامعه مفید است. سلامتی و رفاه جامعه را تأمین و افزایش می دهند.
- **کسب و کار غیرمجاز.** به کسب و کارهایی گفته می شود که باانگیزه سود نامشروع فعالیت می کنند. این نوع کسب و کارها و فعالیت آن ها برای جامعه مضر است. سلامتی و رفاه جامعه را کاهش می دهند؛ مانند کسب و کارهایی که در زمینه تولید و فروش مشروبات الکلی و فروش مواد فاسد و مواد مضر و حرام فعالیت می کنند. در ادامه با توجه به اهمیت بعضی کسب و کارها در دنیای امروز به برخی از آن ها پرداخته می شود.

- **کسب و کار خانگی.** به هر نوع فعالیت اقتصادی، تجاری، تولیدی و یا خدماتی در محل سکونت شخصی و زندگی خانوادگی انجام می شود کسب و کارهای خانگی می گویند. کسب و کارهای خانگی در ایران سابقه طولانی دارند. امروزه در همه کشورهای جهان کسب و کارهای خانگی از بخش های مهم فعالیت های اقتصادی کشورهای جهان محسوب می شوند. همچنین، کسب و کارهای خانگی نقطه شروع مناسبی برای رشد و پیشرفت است؛ زیرا راه اندازی و انجام آن در مقایسه با دیگر انواع کسب و کار ساده و