

## تجلی حقوق شهروندی در مدیریت کسب و کارها

امین رستم زاده (دانشجوی دکتری حقوق خصوصی، عضو گروه پژوهشی مدیریت کسب و کار معاونت پژوهشی جهاد دانشگاهی آذربایجان غربی، ارومیه، ایران. [a.rostamzadeh@urmia.ac.ir](mailto:a.rostamzadeh@urmia.ac.ir))

ولی عاقلی (دانشجوی دکتری مدیریت صنعتی، عضو گروه پژوهشی مدیریت کسب و کار معاونت پژوهشی جهاد دانشگاهی آذربایجان غربی، ارومیه، ایران.)  
حبیب ولی زاده (دکتری مدیریت بازرگانی، عضو گروه پژوهشی مدیریت کسب و کار معاونت پژوهشی جهاد دانشگاهی آذربایجان غربی، ارومیه، ایران)

### چکیده:

حقوق شهروندی یکی از مباحث بسیار مهم در سنجش شخصیت توسعه جوامع قلمداد می‌شود حاکمان جامعه امروز در راهبردها و اسناد توسعه ابزارهای دست یازیدن به این مهم را طراحی و تدوین می‌کنند. شهروندان در حوزه‌های مختلف جامعه نیازهایی دارند که با آن درگیرند از سویی هر حوزه مختلف جامعه دارای محیط حقوقی منحصر به فردی است که در توسعه و رونق آن بسیار اثرگذار و پراهمیت است. سه وجه حقوق قانونی، حقوق سیاسی و حقوق اجتماعی شهروندان یکی از شق بندی‌های مهم حوزه‌های مطرح در مطالعات صورت گرفته حقوق شهروندی است. مباحث اقتصادی و رفاهی شهروندان مهم‌ترین نیاز افراد جامعه تلقی می‌شوند که با حوزه‌های مذکور هر کدام به نوعی و درجه‌ای در ارتباط است. یکی از مهم‌ترین بخش مباحث اقتصادی مباحث مدیریت کسب و کار و مدل‌های مدیریتی متنوع مطروحه و محیط حقوقی زیستی کسب و کارها است.

در این مقاله نخستین بار مؤلفه‌های مختلف حقوق شهروندی در مباحث مدیریت کسب و کار طرح، مطالعه و اینکه مفاهیم حقوق شهروندی در چه مؤلفه‌های محیط حقوقی حوزه مدیریت کسب و کار مطرح بوده و باید رعایت شود مورد بررسی گردیده است.

بر اساس نتایج به دست آمده از بین مدل‌های مختلف کسب و کار مدلی که بیشترین شاخص مؤلفه‌های حقوق شهروندی را در راهبرد مدیریت و توسعه‌اش، مدنظر داشته جزء مدل‌های موفق و مطرح و دارای محیط حقوقی مستعد برای رقابت و توسعه در بحث مدیریت کسب و کار بوده است و در مدیریت توسعه‌ای کسب و کارها با رویکرد اسلامی در مقایسه با مدل غیر اسلامی در محیط حقوقی مطروحه عدالت هدفی غایی‌تر در مقایسه با کسب سود به عنوان هدف مادی اصلی بوده است در حالی که در محیط حقوقی مدل مدیریت کسب و کار غیر اسلامی عدالت مطروحه از مرحله هدف به مرحله ابزار تنزل پیدا کرده و اگر عدالتی در تئوری‌های مدیریتی مطرح می‌شود برای رسیدن به هدف اصلی که همان کسب سود است می‌باشد لذا عدالت مطروحه در محیط حقوقی مدل مدیریت کسب و کار اسلامی اخلاقی‌تر، انسانی‌تر و جوهری‌تر است و در نتیجه آموزه‌های حقوق شهروندی در محیط حقوقی مدل کسب و کار اخیر متجلی‌تر است و بر اساس نتایج این تحقیق ضمن تأکید بر تفاوت نهاد «حقوق مشتری» با «حقوق شهروندی در کسب و کار» که نهاد اخیر بسیار اعم‌تر بوده به عنوان یک پیشنهاد قابل بحث علمی در تحقیقات آتی محققان حقوق، اقتصاد و مدیریت به صورت تخصصی‌تر که منبعت از مدل مدیریتی و راهبردی و محیط حقوقی کسب و کار اسلامی است؛ پیشنهاد می‌شود.

**واژگان کلیدی:** حقوق شهروندی، مدیریت کسب کار، عدالت، محیط حقوقی، مدل کسب و کار اسلامی، حقوق شهروندی در کسب و کار

### مقدمه:

در عصر کنونی حقوق شهروندی در ادبیات رایج مدیریت توسعه به مفهومی که بستر پیشرفت جوامع در آن شکل می‌گیرد مبدل گردیده است و مباحث علمی از مطالعه بر روی کلیات در خصوص تسری آن در حوزه‌های مختلف و بین‌رشته‌ای یک جامعه مورد پردازش علمی قرار می‌گیرد و سخن راندن در مورد مبانی، اهمیت و ضرورت آن محلی از اعراب ندارد. شهروندان یک جامعه بر اساس نیازهای مختلفی که دارند با حوزه‌های متفاوت درگیرند و تمامی حوزه‌ها دارای یک محیط حقوقی خاص و منحصر به فرد

هستند این محیط حقوقی در دو بخش بستر قوانین ملی و یا منطقه‌ای و دیگری آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌ها و هر چیزی که مدیریت یک مجموعه برای راهبردهای توسعه‌ای خاص شرکتش چه برای درون سازمان کسب‌وکارش و یا برون سازمانش وضع و اعمال می‌کند؛ است. هر حوزه بر اساس راهبردهای منحصربه‌فردش اقتضای محیط حقوقی خاصی خود را دارد. محیط‌های حقوقی به‌نوعی انتظام بخش و رونق دهنده و تعالی‌بخش حوزه مدنظر است. در کشورهای توسعه‌یافته مطالعه بر روی محیط و فضای حقوقی حاکم بر هر بخش از جامعه در حوزه‌های مختلف مدیریت، اقتصاد، سیاست، فرهنگ و... به‌صورت جاری و ساری برای کنترل و مدیریت مؤلفه‌های مدنظر یکی از ضرورت‌ها و شاخص‌های اساسی توسعه آن حوزه قلمداد می‌شود. به‌عنوان مثال در حوزه سرمایه‌گذاری خارجی که بسیار مهم برای رشد اقتصاد ملی و رونق کسب‌وکارها است دولت‌ها درصدد رقابت برای جذب سرمایه‌گذار خارجی با اتکا به رونق فضای حقوقی سرمایه‌گذاری خارجی کشور خود هستند و کلاً سرمایه‌گذار خارجی قبل از هر بررسی و انتخاب کشور برای سرمایه‌گذاری محیط حقوقی سرمایه‌گذاری کشور میزبان را ارزیابی می‌کنند تا بعضی از حقوق متصوره برای شهروندان که غیر تابعین یک کشور از آن محروم هستند با این ابزار حداقل در مباحث اقتصادی و مالکیت مربوطه خدشه جدی نبینند. (Hoseinzadeh, Rostamzadeh, ۲۰۱۶:۵۶)

یکی از نیازهای اساسی مردم حوزه اقتصادی است که شهروندان هرروز در محیط حقوقی آن برای رسیدن به اهداف و رفع نیازهای مدنظر تنفس حقوقی می‌نمایند یکی از بخش‌های مطروحه حوزه اقتصادی مباحث کسب‌وکار است که از ابعاد بسیار مختلف برای مردم پراهمیت و قابل‌طرح و بررسی است از سویی حقوق قانونی، حقوق سیاسی و حقوق اجتماعی شهروندان یکی از تقسیمات کلاسیک و مهم ارائه‌شده در حقوق شهروندی است؛ و به نظر می‌رسد حوزه کسب‌وکار به انحای مختلف با درجه اثرپذیری متفاوت از این انشعابات حقوق شهروندی متأثر است که بر اساس بررسی‌های به‌عمل‌آمده هیچ‌گونه مطالعه‌ای در کشور برای بررسی حتی کلی و ارتباط این دو حوزه مجزا از هم (مدیریت کسب‌وکار و حقوق شهروندی) صورت نگرفته است.

هر کسب‌وکار چه در حوزه مشاغل و کسب‌وکارهای دولتی و چه در حوزه کسب‌وکارهای خصوصی غیردولتی دارای یک سازمان با ویژگی‌های خاص خود است که این سازمان کسب‌وکار دارای ارکان و واجد محیط حقوقی و مدیریت منحصربه‌فرد خاص خود بر اساس ویژگی‌های عارضه بر آن است. در طراحی مدل هر سازمان و کسب‌وکارهای مختلف مخاطبین و جامعه هدف کسب‌وکار، افراد مراجعه‌کننده، ارباب‌رجوع، مشتری و حتی شهروندان غیر جامعه هدف کسب‌وکار مدنظر و کارآفرینان سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی نقش بی‌بدیل و والایی دارد لذا حقوق عارض شده بر این جامعه هدف بسیار مهم و اساسی است که باید بر اساس اقتضات فضای کسب‌وکار ضمن احصا و شناخت صحیح این حقوق راهبردها و مدل‌های حوزه مدیریتی کسب‌وکارها و محیط حقوقی حاکم بر آن تغییر یافته و در رقابت با سایر کسب‌وکارهای متجانس و رقیب بیشترین درصد تحقق حقوق جامعه هدف کسب‌وکارها و حتی سایر شهروندان را شاهد باشیم؛ مثلاً در بحث شرایط حقوقی سرمایه‌گذار خارجی برای بهره‌مندی از تسهیلات فوق‌العاده و معافیت‌های خاص این نوع سرمایه‌گذاری، طبق قانون یک تاجر ایرانی بر اساس ضوابط مقرر در قانون می‌تواند تاجر و سرمایه‌گذار خارجی قلمداد شود و بر اساس شخصیت حقیقی یا حقوقی یک کسب‌وکار خارجی از تسهیلات و معافیت‌های خاص پیش‌بینی‌شده در محیط حقوقی خاص سرمایه‌گذار خارجی بهره‌مند شود اما سرمایه‌گذار خارجی از بعضی از تسهیلات به‌عنوان شهروند غیر ایرانی محروم است لذا شرایط خاص این دو محیط حقوقی متفاوت در زمان تداخل اهمیت مطالعه محیط حقوقی و تأثیراتی که این محیط بر کسب‌وکارها دارد را دوچندان مشهودتر می‌نماید (رستم زاده، زارع: ۱۳۹۱). لذا شناخت و واکاوی این حقوق جهت ارتقاء در مرحله اول نیازمند تبیین هر چه بیشتر با تکنیک‌های علمی موضوع است و در این مقاله ضمن تشریح کلیات هر دو متغیر تحقیق به بحث در خصوص رابطه و چگونگی اثرگذاری و اثرپذیری آن‌ها پرداخته می‌شود.

## حقوق شهروندی:

در عصر حاضر که به فرا تجدد مشهور است، اندیشه‌های حقوقی و به‌ویژه تفکر حقوق بشری گفتمانی غالب را در منظومه فکری سیاسی، اجتماعی و اخلاقی شهروندان به وجود آورده که همگان ناچار به استنشاق در این فضا شده‌اند، به‌طوری‌که موافق و مخالف در آن به اعلام نظر و اتخاذ موضع پرداخته‌اند. شاید واضح‌ترین نشانگر تعهد عصر گذشته، یعنی مدرنیته به حقوق در یک روایت کلان، اعلامیه جهانی حقوق بشر باشد که در سال ۱۹۴۸ در سازمان ملل به تصویب رسید. این سند نشان‌دهنده شیوع تفکر حقوقی است که نهادی همچون سازمان ملل، علی‌رغم آنکه کشورهای عضو آن هریک حامی ایدئولوژی‌های متعارض و با فرهنگ‌های مختلف بودند، توانسته است از چنین اعلامیه‌ای رسماً حمایت کند. اعلامیه حقوق بشر در ۱۹۶۶ با دو میثاق دیگر همراه بود که با جزئیات بیشتری حقوق بشر را بیان می‌کرد، یکی از آن‌ها درباره حقوق مدنی و سیاسی و دیگری درباره حقوق فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی بود؛ همچنین سازمان ملل خود را متعهد به معاهدات حقوقی خاصی در مورد مسائلی نظیر مقابله با نسل‌کشی، برده‌داری، شکنجه، حقوق پناهندگان، تبعیض‌های جنسی و دینی و حقوق کودک کرده است؛ در عین حال، توجه بین‌المللی به حقوق بشر محدود به سازمان ملل نبوده است. مناطق مختلف جهان بیانیه‌های حقوق بشر خاص خود را ارائه و اتخاذ کرده‌اند. در ۱۹۵۰، بیست کشور اروپایی معاهده اروپایی حقوق بشر را امضا کرده و دادگاه اروپایی و کمیسیون اروپایی را برای اجرا و نظارت بر آن معاهده تشکیل دادند. اعلامیه آمریکایی حقوق و تکالیف انسان در ۱۹۴۸ منتشر شد و در ۱۹۶۹، چندین دولت امریکای لاتین تعهد خود در پایبندی به معاهده آمریکایی حقوق بشر را اعلام کرده و دادگاه و کمیسیونی برای به اجرا گذاشتن آن معاهده به وجود آوردند. در سال ۱۹۸۱، سازمان وحدت آفریقا منشور آفریقایی حقوق انسان و مردم را تصویب کرد. سپس اعلامیه اسلامی حقوق بشر شورای اسلامی، اعلامیه عربی و بالأخره در قاهره در سال ۱۹۹۰ و کشورهای اسلامی پس از اجلاس تهران در ۱۹۸۹، اعلامیه اسلامی حقوق بشر را نهایی کردند. کشورهای اروپایی هم پس از جرح و تعدیل‌های فراوان در ۱۹۹۹ دستور حقوق بنیادین اتحادیه اروپا را نگاشتند (جاوید، ۱۳۹۳: ۶۶ تا ۶۷).

در بحث حقوق شهروندی نظریات مختلفی در دنیا مطرح است و از ابعاد مختلف می‌توان به بررسی موضوع از این منظر نیز پرداخت مثلاً در یک قسم بندی لیبرال‌ها معتقدند که دولت باید نسبت به شیوه زندگی شهروندان حالت بی‌طرف داشته باشد یعنی اینکه دولت طرفدار شیوه خاصی از زندگی نباشد. (فیتزپتریک، ۱۳۰: ۱۳۸۱). اجتماع‌گرایان در نظریه‌هایشان بر مسئولیت‌های شهروندان تأکید داشته و آن را بنیادی‌تر می‌دانند (فالكس، ۱۳۸۱: ۱۰۸)؛ و سوسیال‌دموکرات‌ها در نظریه‌هایشان بر تعادل بین حقوق و مسئولیت‌های شهروندان تأکید دارند (فیتزپتریک، ۱۳۸۱: ۱۳۸).

از نظر پارسونز یک شهروندی کامل به‌دوراز هرگونه تبعیض اجتماعی به معنی برخورداری همه‌ی اقشار و گروه‌های اجتماعی از حقوق و تعهدات شهروندی و آگاهی آنان از حقوق خود است؛ بنابراین، آگاهی از حقوق شهروندی نیازمند تأمین انواع مختلف منابع و ایجاد فرصت‌های مناسب و بازتولید ارزش‌های عام از یک‌طرف و نگرش مناسب به این حقوق از سوی دیگر است. مهم‌ترین مسئله‌ی موردتوجه پارسونز گروه‌هایی است که از امتیازات شهروندی محروم‌اند (حسام، ۱۳۸۱: ۱۱).

ترنر حقوق شهروندی را مجموعه‌ای از حقوق قانونی و رسمی می‌داند که برای یک جامعه معین تعریف شده است و در آن شهروند مدعی برخورداری از منابع ملی می‌شود. شهروند دارای منابع مهم اقتصادی چون مسکن، درآمد، منابع سیاسی، آزادی بیان و منابع فرهنگی چون تعلیم و تربیت و آموزش است. ترنر به نقش شرایط اجتماع، اقتصادی و فرهنگی جامعه و افراد توجه دارد و معتقد است آگاهی از حقوق در میان اقوام مختلف متفاوت است (هزارجریبی و امانیان، ۱۳۹۰: ۹).

هابرماس معتقد است که شهروندی ناشی از تمایز حوزه اقتصادی - سیاسی و شکل‌گیری حوزه جدیدی به نام حوزه عمومی است. تنها در بافت حوزه عمومی و جامعه مدنی است که افراد به‌عنوان شهروندان دارای حقوق، عضو تمام‌عیار جامعه خود می‌گردند. در جامعه مدنی تصمیم‌گیری‌ها از طریق فرآیندهای جمعی و مشارکت فعالانه شهروندان در قالب نهادها، انجمن‌ها و گروه‌های مدنی صورت می‌گیرد. کار این نهادها و گروه‌ها این است که با ایجاد زمینه مشارکت، آگاهی افراد را افزایش دهند. بر

همین مبنا وی مشارکت را معرف اصلی شهروندی می‌داند و آن را به گونه‌های مختلف تحلیل کرده است. (Habermas, ۱۹۹۴: ۳۴۵). (۳۵۰)

از منظری دیگر باید اذعان نمود حقوق شهروندی، در ذات خود، نوعی ایثار و ازخودگذشتگی و کنار نهادن خواسته‌های حداکثری شخصی را به صورت داوطلبانه برای ایجاد جامعه‌ای مطلوب و اخلاقی دارد؛ بنابراین، مدیران کلان هر کشور، در کنار نهادینه کردن حقوق شهروندی و آشنا ساختن شهروندان با این حقوق، سعی می‌کنند، زمینه‌های ایجاد و تقویت عدالت اجتماعی را که منجر به گسترش اخلاق شهروندی خواهد شد را در جامعه توسعه دهند (رستم زاده، رمزی، ۱۳۹۵).

در ادبیات برنامه‌ریزی امروز، شاخص‌های متعدد و گوناگون برای تبیین میزان توسعه وجود دارد. شاخص‌های مزبور در ابتدای رواج مفهوم توسعه بیشتر جنبه اقتصادی داشتند اما با گذشت زمان به ترکیبی از عوامل مادی و غیرمادی تغییر یافته‌اند. از میان شاخص‌های سازنده ساختار اصلی توسعه، دانش عمومی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است (Sastry, ۱۹۹۷: ۱۴). و در چنین شرایطی سیاست‌ها، برنامه‌ها و ضوابط قانونی جامعه در خلأ آگاهی و اطلاعات عمومی و دانش عمومی به نتایج قابل توجهی نخواهد رسید و علاوه بر اختلال در مدیریت شهرها خود شهروندان را نیز با مشکلات عدیده‌ای روبرو خواهد کرد. به عبارت دیگر داشتن زندگی در کنار دیگران و بهره‌مندی از مزایای شهر بدون دانش و آگاهی از حقوق، وظایف و تکالیف مرتبط با آن تحقق نمی‌یابد (محمدی و تبریزی، ۱۳۹۰: ۱۷۶-۱۷۷).

در سطحی فراتر سه قالب کلی دانش، مهارت و نگرش جهانی اندیشیدن و عمل کردن دانش، مهارت و نگرش دموکراتیک توانایی در کاربرد فن‌آوری اطلاعات به‌عنوان سه خصوصیت اصلی شهروند آینده مطرح شده است که این سه مفهوم به‌شدت درهم‌تنیده شده و اثر متقابل و چندجانبه دارند (فائدی، ۱۳۸۵: ۲۰۷). ت.ا.ج. مارشال با الهام از اندیشه‌های ماکس وبر و تالکوت پارسونز، نظریه‌ای در رابطه با شهروندی در جوامع دموکراتیک مطرح می‌سازد. وی در مدل کلاسیک خود حقوق شهروندی را به سه وجه حقوق قانونی، حقوق سیاسی و حقوق اجتماعی تقسیم می‌نماید یکی از این گونه‌های اصلی حقوق شهروندی در خصوص حقوق شهروندان در جامعه حق رفاه و شهروندی اجتماعی است که بر مبنای برخورداری از تأمین اجتماعی، امنیت اجتماعی، بهداشت و آموزش همگانی است. در نظریه شهروندی مارشال، شهروند اجتماعی به مفهوم برخورداری اعضای جامعه از حق رفاه است. در اینجا مارشال به نقش دولت رفاه که تأمین‌کننده چنین حقوقی است، تأکید دارد. مارشال عنصر اجتماعی را این‌گونه تعریف می‌کند: «مراد من از عنصر اجتماعی عبارت است از طیف وسیعی از حقوق که حق برخورداری حداقلی از رفاه اقتصادی و امنیت تا حق برخورداری کامل از میراث اجتماعی و حق زندگی به‌عنوان یک موجود متمدن معیارهای حاکم به یک جامعه را در برمی‌گیرد» (نش، ۱۳۸۰: ۱۹۳). از نظر ترنر، مارشال از حقوق شهروندی بسیار مهمی غفلت کرده است. از نظر وی حقوق اقتصادی و فرهنگی اهمیت زیادی دارد و در واقع شهروندی اجتماعی، رفاهی و سیاسی متکی به شهروندی اقتصادی و فرهنگی است (باقری، ۱۳۹۳: ۱۰۸).

حقوق شهروندی در دین اسلام نیز که در بخش بعدی تخصصی‌تر مورد پرداخت علمی قرار می‌گیرد از جایگاه متعالی برخوردار است با توجه به آیات قرآن کریم و تعالیم بزرگان دین، درمی‌یابیم که نخستین حق انسان شناخت جایگاه حقیقی خویش است و با این شناخت به وظایف خود به‌عنوان بالاترین مخلوق پی می‌برد. از دیدگاه امام سجاد (ع) اولین حق انسان، حق نفس، سپس حق تک‌اعضا و پس از آن حقوق اموال و افراد اجتماع بیان گردیده است؛ بنابراین قوانین اسلامی هر دو بعد فردی و اجتماعی انسان را مورد توجه قرار داده و در هر دو بعد، هم به نیازهای مادی و هم به نیازهای معنوی پاسخ داده است. در سیستم قانون‌گذاری الهی که قوانین پیرو مصالح فردی و جمعی است بسیاری از احکام عبادی برای پرورش و سازندگی فرد و روحیات او قانون‌گذاری شده است، نیز بسیاری از احکام دیگر برای اصلاح جامعه و ایجاد عدالت اجتماعی و حفظ حقوق امت اسلامی است. همواره مصلحت‌های فردی و اجتماعی در احکام فقهی مراعات شده، هرگاه این دو مصلحت در یکجا باهم اصطکاک و برخورد پیدا کنند، مصالح عمومی بر مصالح فردی ترجیح پیدا کرده است (ابن تراب به نقل از فیض، ۱۳۸۵: ۱۱۸). در مبحث حق کرامت و احترام انسانی باید خاطر نشان

ساخت؛ نخستین حق هر شهروند و هر انسانی ایجاد زمینه‌های رشد اوست. پس‌از آن باید محیط اجتماع فرصت رشد، توسعه و کمال را به افراد بدهد؛ بنابراین برقراری عدالت و اقامه قسط در جامعه وظیفه هر حاکم و حق هر شهروند است ﴿لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ﴾ (حدید، ۲۴). قسط و عدل مطلوب هر انسان است و در جای‌جای تعالیم اسلامی به آن امر شده است (نحل، ۹۰؛ حجرات، ۹) رهبران بلاد اسلامی نیز بر اساس مکتب فکری اسلام حقوق انسان‌ها و ملت خود را به شکلی ویژه مورد حراست و صیانت قرار می‌دادند. حضرت امام خمینی (ره) به‌عنوان بنیان‌گذار حکومت اسلامی ایران، بر ارزش انسان و رعایت کرامت او تأکید می‌نمود. ایشان تأکید می‌کردند که مسئله مهم برای یک حکومت اسلامی این است که تمام شهروندان و اتباعش به یک اندازه از مزایا و عدالت حکومت بهره‌مند شوند. از این‌رو، امام (ره) بر رسیدگی و حمایت قانون و حکومت از کسانی که با بی‌مهری‌های رژیم‌های گذشته به حاشیه رانده شده بودند و عنوان شهروندان درجه چندم را پیدا کرده بودند، اصرار می‌نمودند. امام (ره) می‌فرماید: «همه مدیران و کارگزاران و رهبران و روحانیون نظام و حکومت عدل موظفاند که با فقرا و مستمندان و پابره‌نه‌ها بیشتر حشرونشر و جلسه و مراوده و معارفه و رفاقت داشته باشند». بیت‌الغزل اندیشه سیاسی امام خمینی (ره) تأسیس حکومتی اسلامی بود که در آن کرامت، حرمت، شرافت و حیثیت شهروندان پاس داشته شود. در این اندیشه، همه‌چیز به مردم ختم می‌شود. کسانی که با عنوان محروم و مستضعف سال‌ها طوق فرمان‌برداری توسط رژیم‌های گذشته ایران بر گردنشان گذاشته شده بود، در جایگاه واقعی‌شان به‌عنوان شهروند قرار گرفته‌اند. ایشان بارها به مسئولین عالی‌رتبه جمهوری اسلامی گوشزد نمودند: «شماها نوکر مردم هستید. دولت‌ها خدمتگزار مردم‌اند». منش روش و اندیشه‌های امام خمینی (ره) تبلور و تجلی صیانت از حقوق متعالی انسانی است بسیاری از اندیشه‌های ناب امام (ره) که در کتب علمی و گفتار و سخنرانی‌ها موجود است بهترین منبع برای واکاوی غنای مباحث حقوق شهروندی است فرمان ۸ ماده‌ای در بازه پنج‌ساله اول پیروزی انقلاب خود برگی زرینی در ترمینولوژی سیاسی مدیریتی انقلاب‌های دنیا در حوزه رعایت حقوق شهروندی است (رستم زاده و همکاران، ۱۳۹۴: ۴).

## مدیریت کسب‌وکارها:

واژه کسب‌وکار در دهه‌های اخیر به‌عنوان یکی از کلیدواژه‌های اقتصاد کلان مطرح است که مورد توجه اقتصاددانان و صاحب‌نظران است. از منظری محیط کسب‌وکار شامل کلیه عواملی است که بر عملکرد بنگاه مؤثر بوده اما مدیرمستقیما نمی‌تواند آن‌ها را تغییر دهد. به عبارتی عوامل مؤثر بر عملکرد واحدهای اقتصادی مانند کیفیت دستگاه‌های حاکمیت، ثبات قوانین و مقررات، کیفیت زیرساخت‌ها و... است که تغییر دادن آن‌ها فراتر از اختیارات و قدرت مستقیم مدیران بنگاه‌های اقتصادی است (میدری و قودجانی، ۱۳۸۷). به‌عنوان مثال امنیت محیط حقوقی کلی کشور که در شاخص‌های هر سه بخش اقتصادی، سیاسی و حقوقی به‌عنوان مؤلفه‌های اثرگذار در جذب سرمایه‌گذاری خارجی می‌گنجد و به‌نوعی با هر سه شاخص در ارتباط است خارج از حوزه مدیریت یک کسب‌وکار تلقی می‌شود اما بخش عمده‌ای نیز خارج از این مباحث ملی در محیط حقوقی با فضای حقوقی داخل و اطراف پیرامونی محیط حقوقی یک کسب و کار در ارتباط است و در واقع به هنر و مهارت‌های راهبردی مدیریتی یک کسب‌وکار با ابزار حقوقی برمی‌گردد (رستم زاده، نیکخواهی: ۱۳۹۱). مثلاً محیط حقوقی داخلی یک کسب‌وکار با ابزارهای آیین‌نامه‌ای و یا بخشنامه‌ای به‌نوعی مقرراتی را برای یک کسب‌وکار در رابطه با مدیران میانی، همکاران خود و یا مشتریان فرضی و یا موجود در ابعاد و حوزه‌های مختلف وضع می‌نماید که بستر رونق و مدیریت کیفی کسب‌وکار را با توجه به فلسفه ضمانت اجرایی محیط حقوقی فراهم می‌نماید. در مجموع یک مدیر کسب‌وکار ممکن است دارای سطح وسیعی از مسئولیت باشد که این بستگی به سازمان موردنظر دارد. با این‌وجود برخی عملکردهای کلی در همه کارهای مدیریتی چون برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، تعیین کارکنان، جهت‌دهی امور، کنترل و بودجه‌بندی موجود است که در مباحث مدیریت کسب‌وکار در کنار زمینه‌های اساسی دیگری مانند آمار، بازاریابی، منابع انسانی و اقتصاد و نیز تصمیم‌گیری، منطق حل مسئله و مهارت‌های شخصیتی به رونق و توسعه کسب‌وکار می‌انجامد. در مجموع، مدیریت عبارت است از: مدیریت فراگرد به‌کارگیری مؤثر و کارآمد منابع مادی و انسانی (بر مبنای نظام

حاکم ارزشی پذیرفته شده است) که با برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، بسیج منابع، هدایت و کنترل عملیات برای دستیابی به اهداف تعیین‌شده، محقق می‌شود (سعادت، ۱۳۸۴).

توسعه سازمان‌ها بیشتر زاینده دنیای کسب‌وکار و تجارت است، در حال حاضر این امر تبدیل به یک استراتژی مهم برای ظرفیت‌سازی در سازمان‌های مختلف تجاری و دولتی، شده است. برای فرنج و بل، توسعه‌سازمانی را یک استراتژی تغییر مطرح نموده‌اند که از اواخر ۱۹۵۰ و اوایل ۱۹۶۰ ظهور نموده است و آن مبتنی بر پویایی‌های گروهی، نظریه و عمل بوده و بر اساس تغییر برنامه‌ریزی شده حرکت می‌کند. تاریخ توسعه سازمان یک تکامل تدریجی بوده و بر طبق نظر وایزورد توسعه‌سازمانی ابتدا توسط ریچارد بک هارد و داگلاس مک‌گریگور در سال ۱۹۵۰ پدید آمده است. این امر دربرگیرنده تلاش‌های تغییر از پایین به بالا، نوآوری و مواردی جز آن بوده است که بعدها دربرگیرنده چارچوب نظری و ظرفیت‌سازی برای حل مشکلات بشری درآمد یعنی با توجه به نظر فرنج و بل توسعه سازمان دربرگیرنده تلاش‌های طولانی‌مدت بوده که به‌وسیله مدیران سازمان در جهت بهبود سازمان، توانمندسازی، یادگیری و حل مسائل از طریق مدیریت مشارکتی، رهبری و حمایت‌شده است (عباس زاده و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۱۹). همه این سلسله اقدامات در غایت باید به رضایت شهروندان منتج شود و این رضای درونی زمانی محقق می‌شود که حقوق شهروندان هم به‌عنوان مشتری و نیز شهروندی که از خدمات کسب‌وکار منتفع نمی‌شود اما به‌عنوان یک شهروند از حضور کسب‌وکار در شهر خود چه به‌صورت مستقیم و یا غیرمستقیم از ابعاد مختلف مادی، اجتماعی، روانی و... متضرر نمی‌شود؛ محقق شود. این اقدامات مدیریتی در کسب‌وکار باید انعطاف‌پذیر و به‌روز باشند و این مهم در محیط حقوقی کسب‌وکار زمانی به وقوع می‌پیوندد که محیط حقوقی جواز انعطاف کافی مدیریتی را به سیستم مدیریتی کسب‌وکار جهت تغییر در مجموعه را بدهد. تغییر در راهبرد مدیریتی سیستم کسب‌وکارها امری اجتناب‌ناپذیر است شناخت و درک بهتر یک کسب‌وکار با استفاده از مفهوم سیستم میسر است. به عبارت بهتر، کسب‌وکار یک سیستم است که به‌سادگی شامل درون داده‌ها، فرایندها و برونداده است. به لحاظ نظری و در کنار سایر تئوری‌های اجتماعی (مانند تئوری اقتصاد خرد و کلان و...)، ابزار شناخت این سیستم تئوری سازمان<sup>۱</sup> بوده که در ادبیات رایج علمی دنیا، مدت‌هاست که جایگاه ارزشمند خود را به‌خوبی تثبیت نموده است. در مدیریت کسب‌وکار، مدیریت (اداره کردن) می‌تواند به‌صورت فرآیند سازمان‌دهی مؤثر منابع جهت دستیابی به اهداف تعریف شود و به‌کارگیری این فرآیند در یک سازمان مشخص جهت دستیابی به اهداف تعیین‌شده مدیریت کسب‌وکار است. مدیریت کسب‌وکار<sup>۲</sup> معادل عبارتی است که در ادبیات رایج مدیریت و تئوری سازمان به مدیریت بازرگانی ترجمه شده است. به‌طور کلی، عرصه مفهوم‌پردازی در علم و هنر مدیریت به دو حوزه عمومی<sup>۳</sup> و خصوصی<sup>۴</sup> تقسیم شده است (داوری، ۱۳۹۵).

با تأسیس هر بنگاه تجاری، یک مدل کسب‌وکار خواه به‌صورت آشکارا (عینی، تشریحی) و خواه به‌صورت نهانی (ذهنی، تکوینی) جهت طراحی ساختار تعاملات آن به کار گرفته می‌شود. اگر مدل کسب‌وکار را منطق اصلی شرکت و انتخاب‌های راهبردی آن برای ایجاد و جذب (سهم خواهی از) ارزش درون یک شبکه ارزش در نظر بگیریم عدم تشخیص یک مدل کسب‌وکار مناسب، منجر به ناکامی سازمان‌ها در دستیابی به اهداف آن می‌شود. از زمان شکل‌گیری ادبیات مدل کسب‌وکار، شاهد آن هستیم که محققان متعددی به ارائه تعاریف مدل‌های کسب‌وکار و ابعاد و اجزای آن پرداخته‌اند. ولی تا به امروز یک تعریف استاندارد از مدل‌های کسب‌وکار شکل نگرفته است. شاید دلیل آن باشد که این محققان با رویکردها و اولویت‌های متفاوتی به ارائه تعریف مدل کسب‌وکار پرداخته‌اند (منطقی و همکاران، ۱۳۹۲). با مطالعات به‌عمل‌آمده در تعاریف پر ارجاع مدل کسب‌وکار می‌توان از منظری دیگر بر روی این واژه با تکیه بر رویکردهای آن تأملی بیشتر کرد که از جمله آن‌ها می‌توان به رویکردهای منبع محور، فعالیت محور، دانش محور،

<sup>۱</sup>. Organization Theory

<sup>۲</sup>. Business Management or Business Administration

<sup>۳</sup>. Public

<sup>۴</sup>. Private

اقتصادی، راهبرد محور و شبکه‌ای اشاره کرد. گروهی با تکیه بر دیدگاه منبع محور، فعالیت محور و اقتصادی تعریف خود از مدل کسب‌وکار را محدود به شرکت واحدی نموده‌اند (استروالد، پیگنیور، ۲۰۱۰). اما در ادامه به صورت مختصر به تشریح هرکدام پرداخته می‌شود:

### **رویکرد مبتنی بر منابع**

برخی بر این عقیده‌اند که مدل کسب‌وکار بر پایه عملیات درونی شرکت است و با یک رویکرد مبتنی بر منابع، بر قابلیت‌ها و شایستگی‌های درونی سازمان تأکید نموده‌اند. برای مثال، آفوا و تاچی مدل کسب‌وکار را «روشی که یک شرکت به ساخت و استفاده از منابع خود می‌پردازد تا از آن طریق بتواند ارزشی بهتر نسبت به رقبای خود را به مشتریانش ارائه دهد» در نظر می‌گیرند.

### **رویکرد فعالیت محور**

رویکرد فعالیت محور، دومین رویکرد قابل‌شناسایی در این بخش است. تعاریف در این بخش، متمرکز بر فرآیند (به صورت مجموعه‌ای از فعالیت‌ها) یا فعالیت بوده است. برای مثال پتروویک، کیتل و تکستن (۲۰۰۱) مدل کسب‌وکار را «شرح منطق یک سیستم کسب‌وکار برای ایجاد ارزش که تحت نفوذ فرآیندهای واقعی قرار دارد» در نظر گرفته‌اند.

### **رویکرد اقتصادی**

در یک رویکرد اقتصادی مدل کسب‌وکار را منطق خلق سود در شرکت می‌دانند. این دسته از تعاریف شامل مفاهیم سرمایه، سود و درآمد است. برای مثال، می‌توان به تعریف استوارت و ژاوو (۲۰۰۰) از مدل کسب‌وکار اشاره نمود که مدل کسب‌وکار را نحوه کسب پول و حفظ جریان سود در طول زمان تعریف نموده‌اند.

### **رویکرد شبکه‌ای**

از آنجاکه در دنیای کنونی فرآیند ایجاد ارزش فراتر از مرزهای شرکت و درون یک شبکه صورت می‌پذیرد، سازمان در کسب‌وکار خود، در تعامل با کنشگران متعددی است. از جمله کنشگران می‌توان به عواملی که در انجام وظیفه مرتبط با ایجاد، بازاریابی و ارائه ارزش دخیل هستند، شامل شرکایی نظیر تأمین‌کنندگان و عرضه‌کنندگان، اشاره نمود.

### **رویکرد راهبردی**

در یک رویکرد راهبردی، علاوه بر محیط داخلی شرکت، بر محیط رقابتی، راهبرد رقابتی و گزینه‌های راهبردی سازمان با توجه به فرصت‌های موجود در بازار و انواع راهکارها برای پویایی در چنین محیط رقابتی تأکید می‌شود. «یکپارچگی سازمان را در سه جهت اصلی تعامل مشتری، پیکربندی دارایی و قدرت نفوذ دانش» منعکس می‌کند.

### **رویکرد دانش محور**

ونکاتارامن و هندرسون (۱۹۹۸) در تعریف خود رویکرد دانش محور را دخیل نموده‌اند. لمبرت (۲۰۰۳) اذعان می‌دارد که تمام توصیفات مختلف محققان، مدل کسب‌وکار را «راهی که کسب‌وکار انجام می‌پذیرد» و توصیفی از این که چگونه شرکت منتظر ایجاد

سود است و چگونه با سایر نهادها در یک شبکه ارزش در ارتباط است در نظر گرفته‌اند (منطقی و همکاران، ۱۳۹۲). رونق مدیریت کارآفرینانه یک کسب‌وکار نیاز به رویکرد جدید با ابزارهای خلاقانه علمی و دانش محور دارد یعنی توسعه راهبردهای مدیریتی علمی و محدود نکردن پردازش آن به وضع موجود و داشتن افقی بلند برای چشم اندازهای آتی با اتکاء به مبانی دانش محور آن چراکه هر از گاهی خلاقیت بدون بینش علمی و دانش محور سبب می‌شود تا موفقیت صرفاً در محصولات و ایده های جدید آتی دیده شود و این باعث کم‌رنگ شدن داشته‌ها و سرمایه معنوی حاصل شده گذشته یک کسب و کار می‌شود در حالیکه مثلاً در حوزه بازاریابی توجه به مشتری قدیم و نگهداری آن از پیدا کردن مشتری جدید اهمیت زیادتری دارد چراکه هزینه فروش به مشتری قدیمی کمتر از هزینه بازاریابی برای یافتن مشتری جدید است (زبردست، رستم زاده، ۱۳۸۵). بعد از انتخاب مدل کسب‌وکار مناسب برای سازمان، بخش مهم دیگر این فرایند نحوه اجرای مدل کسب‌وکار است؛ به طوری که شرکت و یک کسب‌وکار بتواند برای بقای خویش ایجاد درآمد کند. این فرایند ارائه‌کننده این موضوع است که شرکت چگونه می‌تواند ارزشی ایجاد کند که مشتریان، برای دستیابی به آن، به پرداخت پول درازای محصولات و خدمات تمایل داشته باشند (توربان ۲۰۰۲ به نقل از صابر نعیمی، ۱۳۹۱:۳۸).

## بحث و بررسی

### حقوق شهروندی در مدیریت کسب‌وکارها

ضرورت رعایت مؤلفه‌های مختلف حقوق شهروندی در حوزه‌های مختلف جامعه امری بدیهی است. در مباحث حقوق بشر که اعم‌تر از حقوق شهروندی بوده و تئوریسین‌ها با استدلال‌ات مختلف از جمله مباحث جهانی‌شدن و... درصد جایگزینی مفهوم حقوق بشر بجای حقوق شهروندی هستند؛ مباحث اقتصادی و رفاهی بشر را در متون بین‌المللی نوین حقوقی از مباحث اصیل حقوق بشری قلمداد می‌کنند (Rostamzadeh, Hashempoor: ۲۰۱۴). حقوق شهروندی نیز در بحث‌های اقتصادی و رفاهی از جمله کسب‌وکار در حوزه دولتی و خصوصی با توجه به اینکه از ابعاد مختلف و متفاوت قابل‌بررسی است اهمیت ویژه‌ای داشته و از پیچیدگی خاصی برخوردار است. در این بین کسب‌وکارهای خصوصی در مباحث حقوق شهروندی ناگزیر به رعایت آن در راستای اهداف اقتصادی خود برخلاف کسب‌وکارهای دولتی هستند؛ هرچند این مهم از منظر دیدگاه‌های مکاتب و نظریات مختلف جای تأمل و قابل‌بحث است. هر کسب‌وکار خصوصی بر اساس رویکردها و راهبردها و نوع فعالیت امکان انتخاب مدل کسب‌وکاری را دارد و مدل کسب‌وکار را منطق اصلی شرکت و انتخاب‌های راهبردی آن برای ایجاد و جذب ارزش درون یک شبکه ارزش در نظر می‌گیرند و عدم تشخیص یک مدل کسب‌وکار مناسب، منجر به ناکامی سازمان کسب‌وکارها در دستیابی به اهداف آن می‌شود.

در بررسی مدل‌های مختلف کسب‌وکار در رویکرد مبتنی بر منابع در این رویکرد شایسته‌سالاری به‌عنوان یکی از آموزه‌های اصیل شهروندی که مبتنی بر عدالت و برابری و لحاظ شایستگی به‌عنوان وجه تمایز است تأکید گردیده است تا منجر به ارزش‌آفرینی بیشتر برای شهروندان شود که هم در بحث درون‌سازمانی و کارکنان خود کسب‌وکار بر رعایت مؤلفه‌های حقوق شهروندی و نیز کیفیت‌بخشی آنچه قرار است شهروندان به‌عنوان مشتری از آن بهره‌مند شوند تأکید می‌شود. در رویکرد فعالیت محور نیز ارتقاء محصول و خدمت ارائه‌شده به شهروندان در گرو غنای فعالیت‌های شرکت مورد تأکید است و در رویکرد شبکه‌ای نیز بر همه‌کنشگرانی که در ایجاد ارزش و بهره‌مندی کیفی شهروندان نقش دارند تأکید می‌شود. در رویکرد راهبردی تأکید بر محیط خارج از شرکت و مؤلفه‌های اثرگذار بر آن و تعامل با مشتریان و رعایت کیفی حقوق شهروندان تأکید ویژه شده است و اما در رویکرد دانش‌محور چگونگی انتظار شرکت برای ایجاد سود و ارتباط با سایر نهادها در یک شبکه ارزش با تکنیک‌های علمی جهت ایجاد بازار فعال که با رعایت حقوق شهروندان جامعه هدف و اعتماد شهروندان حاصل می‌شود مدنظر بوده و مورد تأکید است.



همانطور که بررسی گردید اغلب مدل‌های کسب‌وکار ناگزیر به توجه در جهت رعایت حقوق شهروندان البته با ابعاد مختلف در راهبردهای مدیریتی بوده‌اند و امروزه در مدل‌های نوین کسب‌وکار مدلی می‌تواند موفق باشد که ضمن توجه به عارضه‌های مختلف اثرگذار بر رونق مدیریت کسب‌وکارها مؤلفه مهم مشتری و شهروند جامعه هدف خود را مدنظر داشته و اساساً بر اساس رعایت حقوق شهروندی شکل بگیرد. با توجه به اینکه چنین مؤلفه‌های اثرگذار بر کسب‌وکارها مرتبط با حقوق شهروندی به صورت کامل و مفهومی تبیین نشده است لذا ضرورت اینکه این مؤلفه‌ها شناسایی شده و مورد واکاوی قرار گیرند از اهمیت زیادی برخوردار است.

در دنیای فناوریانه عصر حاضر اساس و فلسفه وجودی کسب‌وکارها و مدل‌های مختلف مدیریتی کسب‌وکارها و راهبردهای طراحی شده آن‌ها برای رسیدن به نفع و سود مدیران و سهامداران یک کسب‌وکار است و در ادوار گذشته مدل خریدوفروش در کسب‌وکار بر مبنای بردو باخت به نفع فروشنده در مقابل خریدار بود که بعد از تحولات بازرگانی و اقتصادی بسیار زیاد این مدل به حالت برد برد نزدیک‌تر شد و این رابطه در بستر ارزش‌های حاکم بر هر محیطی که کسب‌وکارها در آن زیست اقتصادی می‌نمایند در مدل مربوطه مدیریتی جاگذاری می‌شود.

در کشورهای اسلامی نیز اساساً باید مدل‌ها و رویکردهای مدیریتی کسب‌وکارها حداقل بر اساس مبانی فکری و ارزشی دین اسلام اساس گذاری شود در مدل رویکردهای مدیریتی کسب‌وکارهای اسلامی بیشتر سخن از اخلاق حرفه‌ای به صورت عام مورد مطالعه و اشاره بوده است.

اخلاق حرفه‌ای در سنت با محوریت انسان و انگیزه خدمت به دیگران در طول تاریخ متحول گردیده است، به گونه‌ای که امروزه انسان در خدمت حرفه و به ابزاری در جهت اهداف صرفاً مادی او تبدیل شده است. اخلاق حرفه‌ای نیازمند یک نظام اخلاقی است. نظام‌های اخلاقی مختلفی در جهان وجود دارد. برخی از نظام‌های اخلاقی، فارغ از دین و کاملاً سولاریستی و لائیک‌اند؛ برخی دیگر از نظام‌های اخلاقی مبتنی بر وحی و تعالیم دینی‌اند. فرهنگ وابسته بودن اخلاق حرفه‌ای اقتضا می‌کند که نظام اخلاقی در فرهنگ اسلامی، صبغه اسلامی داشته باشد. اسلام، دینی است که یکی از رسالت‌های مهم آن، اخلاق است. اخلاق حرفه‌ای اسلامی، به دلیل هویت اسلامی، ملاک نهایی اخلاق و اصول راهبردی خود را از قرآن و روایات کسب می‌کند و جدول فضایل و ردایل را نیز از آن‌ها استنباط می‌کند (فرامرزی قرا ملکی، ۱۳۸۸: ۲۰۶). در نظام‌های غربی سودانگاری، عدالت توزیعی، آزادی فردی و تکلیف‌گرایی اخلاق، زمینه رسیدن انسان به سعادت را فراهم می‌نماید، اما سعادت در هر یک از این نظام‌ها به معنای خاصی تفسیر گردیده که با نظام اخلاقی اسلامی تباین دارد. درحالی‌که در نظام اخلاق اسلامی ملاک نهایی و نهایت سعادت بشری، خدا است و انسان به عنوان خلیفه و جانشین الهی بر روی زمین، محور توجهات اخلاقی است، بدین معنا که خشنودی انسان و خدمت به او موجب رضایت و تقرب به خداوند می‌گردد، لذا در نظام اخلاق اسلامی با توجه به ملاک نهایی در سطح حرفه و زندگی اجتماعی و همچنین با در نظر گرفتن پیشرفت‌های مادی در جهت بهبود زندگی انسان‌ها، زمینه سعادت و کمال حقیقی بشر فراهم می‌آید (عاملی، ۱۳۸۱: ۲). به عنوان مثال، اصول اخلاقی مصرح در نهج البلاغه، در چند دسته جای می‌گیرند، از جمله: اصل احترام و تکریم، اصل آزادی، اصل انصاف، اصل وفای به عهد و پیمان، اصل امانت، اصل صداقت، اصل مسئولیت‌پذیری، اصل قانون‌مداری، اصل مدارا و سعه صدر، اصل نقادی و انتقادپذیری، اصل اعتدال، اصل فروتنی و مهربانی و اصل رازداری. در این بین، برخی از اصول، چون اصل احترام و امانت و وفای به عهد، از اصول نامشروط و برخی چون اصل رازداری و اصل مدارا و سعه صدر از اصول مشروط اند که یک فرد حرفه‌ای باید در روابط درون شخصی و برون شخصی خود، آن‌ها را باید مدنظر قرار دهد (محسن فرمهبینی فراهانی، فاطمه اشرفی، ۱۳۹۳: ۸۴). امانت‌ورزی در رفتار و بینش شخصی، برقراری عدالت در مورد انسان‌ها نیز از سایر مؤلفه‌های اخلاقی مصرح در اسلام می‌باشند؛ و یا در بررسی مصداقی و تصریح موضوع؛ باید اذعان نمود: قشر ضعیف و ناتوان جامعه که توان فعالیت در کسب‌وکار و یا از داشتن شغل محروم و توان کسب درآمد ندارند در اسلام برای همه آن‌ها از جمله فقرا و عجزه و ضعفا حقی در اموال دیگران منظور شده. در سوره اِسْرَاء می‌فرماید: ﴿وَأْتِ ذَٰلَ الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَ الْمَسْكِينِ وَ ابْنَ السَّبِيلِ﴾ (اِسْرَاء / ۲۶)

حق خویشاوندان و فقرا و بیچارگان را بده و در سوره معارج می‌فرماید: ﴿فِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ مَّعْلُومٌ. لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ﴾ (معارج / ۲۴ و ۲۵) از برای سؤال‌کنندگان و محرومان بهره‌ای معین در اموال مؤمنین هست.

ضعیفان و عاجزان و بینوایان که قادر به کار و کسب نیستند و یا کسب و کارشان وافی نیست، مکلف به کار و زحمت نیستند یا بیش از آن اندازه که کار می‌کنند و توانایی دارند مکلف نیستند، پس تکلیف از آن‌ها ساقط است. از طرف دیگر درست است که آن‌ها تولیدکننده نیستند و وظیفه کار و عمران را نمی‌توانند انجام دهند اما نمی‌توان آن‌ها را محروم کرد، زیرا به حکم اصل اولی و به حکم رابطه غایی که بین آن‌ها و مواد این عالم است این سفره که پهن شده برای آن‌ها هم پهن شده: ﴿وَالْأَرْضَ وَضَعَهَا لِلْأَنَامِ﴾ (الرحمن / ۱۰) یعنی خداوند این زمین را برای همه (نه برای بعضی) قرار داده. این‌ها اگر قادر بودند و وظیفه خود را انجام نمی‌دادند جریمه‌شان این بود که از این سفره محروم باشند، ولی حالا که قادر نیستند حق اولی آن‌ها سر جای خود باقی است. واقعاً ضعفا و فقرا و بینوایان در اموال اغنیا ذی‌حق‌اند. فرق بین فلسفه اجتماعی و مبانی حقوقی اسلامی که بر اصل علت غایی مبتنی است با مبانی حقوقی مادی، یکی در همین جاست. مطابق مبانی حقوقی الهی اسلامی واقعاً بینوایان ذی‌حق‌اند. اما طبق مبانی حقوقی غیر الهی، حقوق فقط و فقط با فعالیت و تولید و کار و صنعت ایجاد می‌شود؛ و یا از منظری دیگر حق در اسلام خیلی محترم است، حقوق مردم فوق‌العاده احترام دارد، عدالت فوق‌العاده مقدس است. خیانت در حقوق بالأخص حقوق عمومی از نظر اسلام بالاترین خیانت‌هاست. علی (ع) فرمود: ﴿إِنَّ أَعْظَمَ الْخِيَانَةِ خِيَانَةُ الْأُمَّةِ وَأَفْظَعُ الْغِيْشِ غِيْشُ الْأَيْمَةِ﴾ بزرگ‌ترین خیانت‌ها خیانت به امت است و بدترین دغل‌کاری‌ها دغل‌کاری با پیشوایان مسلمین است که آن‌هم باز خیانت به مسلمین است. (نهج‌البلاغه، نامه ۲۶) (مطهری، ۱۳۹۵: ۷۸ تا ۸۰). همانطور که مشاهده می‌شود مبانی فکر کسب‌وکار در تئوری اسلامی از تمامی ابعاد جوهری بسیار متفاوت از سایر تئوری‌های مطروحه است.

لذا تمامی پروسه مدیریت کسب‌وکار در کشورهای اسلامی باید با اخلاق حرفه‌ای با مبانی اسلامی برنامه‌ریزی و راهبردی شود.

مسئله عدالت از دیرباز جزو مهم‌ترین دغدغه‌های بشر و ادیان الهی بوده است؛ به گونه‌ای که می‌توان تحقق قسط و عدل را از بزرگ‌ترین اهداف بعثت پیامبران و تشریح ادیان الهی به شمار آورد (حدید، ۲۵). مسئله عدالت به قدری در سرنوشت ملت‌ها و دولت‌ها اهمیت دارد که حتی حکومت‌های جور نیز ریاکارانه خود را متصف به آن دانسته و برای جلب قلوب مردم، هدف خود را تحقق قسط و عدل اعلام می‌دارند. از منظر فقه نیز عدالت در عرصه‌های گوناگون زندگی انسان نقش اساسی دارد؛ به‌طور کلی در بسیاری از ابواب فقه، از جمله معاملات، موضوع عدالت نقش محوری دارد. از این‌رو فقهای امامیه به شناخت مفهوم عدالت و شفاف‌سازی تعریف آن همت گماشته و فراوان به نقض و ابرام پرداخته‌اند؛ ولی نتیجه واحدی به‌دست نیامده و آرای گوناگونی ارائه داده‌اند؛ برخی عدالت را از قبیل ملکه نفسانی دانسته‌اند برخی گفته‌اند عدالت از قبیل ملکه نیست، بلکه عبارت است از خود اعمال خارجیه، از انجام واجبات و ترک محرمات، بدون آنکه مستند به ملکه باشد برخی دیگر عدالت را صرف اسلام با عدم ظهور فسق دانسته‌اند؛ بدین معنا که اگر کسی مسلمان باشد و از او در خارج فسقی ظاهر نشود، حکم به عدالت او می‌شود جمعی نیز عدالت را صرف حسن ظاهر به شمار آورده‌اند علاوه‌براین، مشهور فقهای متأخر از علامه حلی، مروت را در مفهوم عدالت شرط دانسته‌اند. در مقابل، بعضی فقها نیز مروت را در مفهوم عدالت شرط نمی‌دانند (نجفی، ۱۴۱: ۱۳۹۱). شهید مطهری برای عدالت سه معنا ذکر کرده است: ۱. موزون بودن؛ مثلاً مجموعه‌ای که در آن اجزا و ابعاد مختلف به‌کاررفته است، باید در آن شرایط معینی از حیث مقدار لازم هر جزء و از لحاظ کیفیت ارتباط اجزا با یکدیگر مراعات شود؛ ۲. تساوی و نفی هرگونه تبعیض؛ ۳. رعایت استحقاق‌ها و عطا کردن به هر ذی‌حقی، آنچه استحقاق آن را دارد (مطهری، ۱۳۵۳: ۱۷-۱۳).

در بحث موضوعات زیر بخش عدالت، عدالت اجتماعی به معنای وسیع آن که شامل رعایت همه حقوق در تمام امور اعم از سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی است بسیار مهم در تعالی یک جامعه است چراکه در همه این موارد تحقق عدالت با رعایت استحقاق‌ها و اعطای حقوق افراد و اجتماع در ابعاد یادشده مرتبط است. در حوزه اقتصادی یک بازرگانی و تجارت منصفانه دربرگیرنده کسب‌وکار منصفانه، سیستم تجارت جهانی پایدار و فعالیت‌های اقتصادی شرافتمندانه بوده و ریشه در جنبش‌های

عدالت‌خواهانه دارد. در بررسی تئوری‌های مدیریتی غربی از منظر حقوقی تحقق سود با ابزار عدالت این مهم را فراهم می‌کند اما در مدل تجاری کسب‌وکارهای اسلامی و اقتصاد اسلامی موضوع متفاوت بوده و عدالت به‌عنوان هدف تلقی می‌شود چراکه بر مبنای این تئوری کسب‌وکار و سازمان‌ها هنگامی به اهداف خود دست می‌یازند که کانون توجه مدیریت به اجرای عدالت و قرب الهی و خدمت به شهروندان جامعه باشد با توجه به اینکه عدالت یکی از اهداف مهم حکومت اسلامی است، به‌عبارت‌دیگر عدالت اجتماعی در سطح جامعه و عدالت سازمانی از مباحث مهم مدیریت اسلامی است علاوه بر عدالت، تعهد، صداقت، شایستگی، امانت‌داری و سایر ویژگی‌های ارزشی نیز وجود دارد که در متون دینی و اسلامی به‌عنوان مؤلفه‌های اساسی مدیریت حکومت اسلامی تلقی می‌شود. مدیریتی که اسلام به آن تأکید دارد رعایت کمال انسان‌ها است. در نظام اسلامی مدیر به منزلت‌های انسانی توجه دارد و به شیوه‌ای مدیریت می‌کند که به حیثیت و شخصیت انسانی لطمه‌ای وارد نشود. مبانی مدیریت اسلامی بر خدامحوری، وحی‌گرایی، امامت، عدالت‌طلبی، آخرت‌گرایی، بصیرت، معنویت و صداقت و ... استوار است کسب سود در نظام ارزشی اسلام، هدف اول نخواهد بود، لذا به‌قدر کفایت و با رعایت اصل عدالت و (سود متقابل و متعادل) تحصیل می‌گردد. مقدار کفایت نیز متناسب با شرایط زمانی و مکانی و اقتضای وضعیت توسط کارشناسان تعیین می‌شود. روش تحصیل سود در مدیریت اسلامی مغایر با مصالح عمومی جامعه نبوده و رعایت سایر موازینی که مشروعیت دارند، نیز شرط است. بر همین اساس احتکار، ربا، انحصار مایحتاج عمومی حرام است. چراکه حقوق اولیه انسانی مخدوش می‌گردد و بازار اسلامی نباید واجد چنین خصیصه ضد حقوق شهروندی باشد. هدف و غایت اصلی در دیدگاه نظام ارزشی اسلام، کمال و رشد الهی انسان است و تمام تلاش‌ها به‌سوی تحقق این هدف جهت‌گیری می‌شود. سایر اقدامات جنبه وسیله‌ای و ابتدایی دارند. رقابت در نظام مدیریت غرب، آزاد است، اصولاً اساس تعادل اقتصادی را رقابت آزاد تعیین می‌کند. در این سیستم، رقابت، دروغ، تبلیغ بیجا، زیاده‌خواهی، درخواست نیازهای بیشتر، جلب مشتری به هر شکلی و هر وسیله‌ای و موفقیت در رقابت کسب‌وکارها یک هدف مهم و اساسی در صحنه بازرگانی و بین‌المللی است. درحالی‌که در مدیریت اسلامی با توجه به ارزش‌هایی مانند عدالت، نوع‌دوستی، رعایت انصاف و سایر ارزش‌ها مسئله رنگ و مفهومی دیگر پیدا می‌کند و رقابت در حد کفایت خواهد بود و رعایت حقوق مشتری و همکاران یک اصل انکارناپذیر است (فروزنده دهکردی، ۱۳۸۶). لذا نهاد عدالت در تئوری مدیریت کسب‌وکار اسلامی کاملاً با تئوری مدیریت کسب‌وکار غیر اسلامی متفاوت است در تئوری مدیریت اسلامی رسیدن کسب‌وکارها به سود کاملاً بر مبنای آموزه‌های حقوق شهروندی شکل می‌گیرد و می‌توان اذعان نمود قطعاً این مهم در تئوری مطلق طراحی شده است اما در مفهوم غربی و غیر اسلامی عدالت موجود در مدیریت کسب‌وکارها به‌عنوان ابزار تلقی شده و در این فرآیند نسبی است و آموزه‌های حقوق شهروندی در راهبردهای مدیریتی کسب‌وکارهای غربی به‌عنوان یک ابزار برای نیل به سود بیشتر کاملاً نسبی بوده و حتی در مباحث رقابتی کسب‌وکارها باهم دیگر در مواردی کاملاً این مهم به‌صورت غیرعادلانه و غیرمنطقی است و محلی از عدالت وجود نداشته و حقوق شهروندان در این رقابت تحت تأثیر و مخدوش می‌گردد. به‌عنوان مثال مصداقی امروزه در دنیای نوین شاهد ظهور نسل جدیدی در حوزه بازاریابی کسب‌وکارها هستیم چراکه در ۶۰ سال گذشته، بازاریابی از محصول محوری (نسل اول بازاریابی) به مشتری مداری (نسل دوم بازاریابی) تغییر پیدا کرده و امروزه شاهد آن هستیم که بار دیگر در پاسخ به تغییرات محیط در حال تحول است. ما شاهد گسترش تمرکز شرکت‌ها از محصول به مشتری و از مشتری به مسائل انسانی هستیم. نسل سوم بازاریابی، مرحله‌ای است که شرکت‌ها از مرحله مشتری مداری به انسان‌محوری رسیده‌اند، مرحله‌ای که در آن سودآوری و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به تعادل رسیده باشد؛ و امروزه بازاریابان برای نزدیک شدن به مصرف‌کنندگان بجای رفتار با ذهن، قلب و روح به آنان به‌عنوان یک انسان نزدیک می‌شوند و در عصر جاری به‌طور روزافزون مصرف‌کنندگان به دنبال راهکارهایی برای اشتیاق و دلواپسی‌های خود در خصوص تبدیل دنیا به مکانی بهتر برای زندگی می‌باشند. در دنیایی مملو از اغتشاش و بی‌نظمی، مصرف‌کنندگان در پی شرکت‌هایی هستند که به دنبال اصلی‌ترین نیازهای خود در مورد عدالت اجتماعی، اقتصادی و محیطی در رسالت، چشم‌انداز و ارزش‌های شرکت‌ها می‌باشند. آن‌ها نه تنها به دنبال برآورده شدن نیازهای عملکردی و هیجانی در کالاها و خدماتی که انتخاب می‌کنند می‌گردند، بلکه به دنبال ارضای «روح انسانی» خود هستند (ایرانی و همکاران: ۱۳۹۴). اما در فلسفه

وجودی مدل‌های مدیریتی کسب‌وکارهای غیر اسلامی نمی‌توان عدالت را به‌عنوان هدف اصلی و غایی انسانی پیش‌تر از سایر هدف‌های مادی شناسایی کرد.

در سایر مباحث کلی‌تر این تحقیق در خصوص اثرگذاری و ارتباط معنی‌دار مدیریت کسب‌وکارها با مؤلفه‌های حقوق شهروندی می‌توان به توزیع عادلانه و دسترسی مردم به کالا و خدمات کیفی‌تر به‌عنوان یکی دیگر از خروجی‌های مدیریت صحیح کسب‌وکارها اشاره کرد که می‌تواند زمینه تحقق حقوق شهروندی را فراهم نماید و قیمت‌گذاری نیز یکی دیگر از مباحث این حوزه است که وقتی کسب‌وکارها و شعبات آن در شهرهای مختلف راه‌اندازی می‌شود قیمت خدمات و محصولات تولیدی برای همه جغرافیای کشور یکسان می‌گردد لذا این مهم نیز یکی دیگر از اثرات مدیریت اصولی کسب‌وکارها در تحقق مؤلفه‌های مرتبط با حقوق شهروندی است.

در نگاهی کلی‌تر به سایر تأثیرات مدیریت کسب‌وکار بر تحقق زمینه‌ها و بسترهای حقوق شهروندی می‌توان اذعان نمود در صورت تحقق علمی و پایدار آن (مدیریت اصولی و علمی کسب‌وکارها) رونق اقتصادی در کشور محقق گردیده و گردش سرمایه را در جامعه در راستای چرخیدن چرخ‌های اقتصادی کشور و مردم روان‌تر می‌نماید و این مهم باعث ترغیب و ایجاد کسب‌وکارهای مکمل شده و زمینه خدمات تخصصی‌تر را برای شهروندان مهیا می‌نماید که یکی از زمینه‌های تحقق بستر حقوق شهروندی می‌تواند قلمداد شود.

با امعان نظر به موارد فوق از منظری دگر در خصوص تعریف مفاهیم در این حوزه به نظر می‌رسد باید بین "حقوق مشتری" و "حقوق شهروند در بحث کسب‌وکار" تمایز اساسی قائل شد چراکه حقوق شهروندی مدنظر در بحث کسب‌وکارهای مختلف یک جامعه بسیار اعم‌تر از حقوق مشتری بالقوه است در بحث حقوق شهروند در بحث کسب‌وکارها دایره شمول پوشش ضمن اینکه شامل مشتریان بالقوه است افرادی که اصلاً از خدمات و محصولات کسب‌وکار مدنظر بهره‌مند نخواهند شد را نیز در برمی‌گیرد به‌عنوان مثال طبقه ضعیف جامعه امکان ندارد از یک وسیله لوکس یا خدمات فوق تخصصی رفاهی یک کسب‌وکار خاص استفاده نمایند اما مدیر کسب‌وکار تولیدکننده با توجه به اجباری که در استفاده از مواد خام یا اولیه مضر به حال جامعه (چه در بحث محیط‌زیست و یا سایر حوزه‌ها...) دارد و یا از بعد تبلیغات عمومی اثری که بر خانواده فقیر جامعه از منظر روحی و روانشناسی می‌گذارد بر اساس مسئولیت اجتماعی و اخلاقی خود با امعان نظر همه محذورات با یک کار علمی جامع اقدام به تولید محصول یا ارائه خدمات و تبلیغ گسترده و یا خاص در مکان‌ها و موارد خاص می‌نماید لذا در تعیین راهبرد مدیریتی و طراحی مدل مدنظر صرفاً با رویکرد اقتصادی و مشتری بالقوه اقدام به طراحی نمی‌نماید بلکه کل جامعه مدنظر و حساسیت‌ها و معایب و حتی منافع شهروندان یک جامعه را مدنظر دارد؛ و یا از منظر گستردگی باید اذعان کرد حقوق شهروند در بحث کسب‌وکارها شامل کارکنان یک کسب‌وکار اعم از مدیران و رده‌های مختلف کاری یک کسب‌وکار می‌شوند و راهبرد مدیریتی یک کسب‌وکار حتی اگر نافع برای کل جامعه باشد اما در آن رعایت منافع انسانی و اخلاقی و بشری حتی چند نفر محدود از شهروندان کارمند و کارگر آن کسب‌وکار نشود لذا به‌عنوان یک راهبرد مدیریتی صحیح و اصولی کسب‌وکار تلقی نمی‌شود لذا به نظر محقق نهاد "حقوق شهروندی در کسب‌وکارها" باید به‌عنوان یک ایده متفاوت از "حقوق مشتری" مورد مطالعه و بازسازی علمی از بعد مبانی تعاریف و مفاهیم عملیاتی مورد واکاوی قرار گرفته و از سوی محققان نظام جمهوری اسلامی ایران متناسب با ادبیات علم مدیریت ارائه شود که در گروه مدیریت کسب‌وکار جهاد دانشگاهی آذربایجان غربی در کارگروه فضای حقوقی کسب‌وکارها این مهم مورد مطالعه است اما به لحاظ گستردگی و بین‌رشته‌ای بودن نیازمند مطالعات تخصصی‌تر در هر رشته و ارائه یک الگو و مدل مفهومی با مبنای غنی علمی اسلامی است چراکه در آن نهاد بی‌بدیل عدالت که از وجوه تمایز کسب‌وکارهای اسلامی با غربی با توجه به مبنا و اهداف مدیریتی هر دو نظام فوق در شیوه‌ها است به‌عنوان جوهری‌ترین هدف کسب‌وکار اسلامی قلمداد می‌شود

اما در تئوری مدیریت غربی رنگ عدالت اگر وجود دارد چپستی خود را برای هدف سود بیشتر و واقعی‌تر می‌گیرد درحالی‌که کسب‌وکار با مبنای حقوق اسلامی عدالت را به‌عنوان ابزار نمی‌بیند و بلکه هدفی متعالی برای خدمت به اجتماع و همه شهروندان

جامعه با نیت قرب الهی و سعادت در خود نهان دارد که این نکته شاه‌کلید وجه تمایز هر دو نظام کسب‌وکارها است و نشان از جایگاه و تفاوت "حقوق مشتری" با "حقوق شهروند" در بحث کسب‌وکار" است که قطعاً نهاد پیشنهادی اخیر ضمن اینکه بسیار اعم‌تر از بحث "حقوق مشتری" است قرابت بیشتری با عدالت واقعی و در نتیجه بر اساس آنچه اشاره شد راهبردهای مدیریت اسلامی در مدل‌های کسب و کار دارد (رستم‌زاده و همکاران: ۱۳۹۵).

## نتیجه‌گیری:

تمامی حوزه‌های جامعه دارای محیط حقوقی خاصی بوده و بسان ریلی روان‌کننده رشد و توسعه بخش مدنظر را شکل می‌دهند که باید دائماً مورد رصد و مطالعه علمی و بروز رسانی باشد؛ به‌عنوان مثال مباحث ملی کردن اموال در محیط حقوقی سرمایه‌گذاری خارجی که کشورها در رقابت برای جذب سرمایه‌گذار خارجی هستند یکی از اصلی‌ترین اولویت‌های بررسی وکلای سرمایه‌گذار برای بررسی محیط حقوقی آن حوزه است (Hoseinzadeh, Rostamzadeh: ۲۰۱۵). کسب‌وکارها برای رشد و توسعه تصاعدی‌تر نیازمند کارآفرینانی با خلاقیت بالاتر در همه سطوح مدیریتی و کاری هستند اما برای اینکه فرهنگ کارآفرینی در همه سطوح سازمان یک کسب‌وکار جاری و ساری باشد نیازمند مدیرانی هستند که قوانین خشک را با خلاقیت تفسیر و استدلال کند و از آنجایی که علم حقوق نیازمند استدلال و تفسیر اصولی غنی و ناب برای رسیدن به عدالت واقعی است در واقع یک مدیر کارآفرین در ابتدا حداقل باید یک حقوق‌فهم خلاق باشد تا بافهم روح قوانین و آیین‌نامه‌ها انعطاف لازم مدیریتی را هم خود و هم به زیرمجموعه تفویض نماید و در مقاطع زمانی مدیریتی موردنیاز به‌عنوان یک مدیر حقوق‌فهم خلاق اقدام به تنقیح و وضع مقررات و آیین‌نامه‌های خاص آن کسب‌وکار جهت تشویق تنبیه رونق و روان‌سازی راهبردها در یک بستر حقوقی نماید و این خلاقیت حقوقی سبب ایجاد محیط حقوقی ویژه‌ای برای تعالی همه ارکان یک کسب‌وکار خواهد شد (رستم‌زاده، رضازاده: ۱۳۹۱). از سویی حقوق شهروندی به‌عنوان متغییر دیگر این تحقیق در سه حوزه حقوق قانونی، حقوق سیاسی و حقوق اجتماعی برای شهروندان تعریف و طراحی می‌شود که هرکدام از سه وجوه فوق‌الذکر و زیر بخش‌های مختلف و متنوع آن می‌تواند به‌نوعی به نیازهای مختلف از منظر حقوق شهروندی پاسخ دهد حوزه اقتصادی و اجتماعی و رفاهی و اختصاصاً حوزه کسب‌وکار و محیط حقوقی آن یکی از بخش‌ها و حوزه‌های مغفول و مهم مباحث حقوق شهروندی در کشور است هرچند که اکثر مباحث حقوق شهروندی در حوزه‌های اصلی بدون پرداخت علمی قرار گرفته‌اند و این حوزه خاص جای خود دارد. هر کسب‌وکار براساس مدل راهبردی خاصی مدیریت می‌شود و مدل‌های مختلف رویکردهای متفاوتی دارند که بر اساس مباحث صورت گرفته در تمامی رویکردها تجلی مؤلفه‌های حقوق شهروندی با شدت و حدت و نوع متفاوت از هم وجود دارد. نهاد عدالت به‌عنوان یکی از مؤلفه‌ها و آموزه‌های اساسی و اصیل حقوق شهروندی قلمداد می‌شود که تحقق رویکرد عدالت محورانه بستر ایجاد سایر مؤلفه‌های حقوق شهروندی را فراهم می‌نماید. در مدل کسب‌وکار با رویکرد مدیریت اسلامی عدالت به‌عنوان هدف غایی و اصلی و اساسی متبلور است برخلاف مدیریت غیر اسلامی که فلسفه ایجاد و مدیریت کسب‌وکار و رویکرد مدل‌های مختلف آن از عدالت به‌عنوان ابزاری برای تحقق سود و منافع مادی بهره برده است و در ضمن با توجه به مطالب فوق‌الذکر و تمایز رویکرد کسب‌وکار اسلامی با سایر کسب‌کارها که بر واژه عدالت به‌عنوان هدف غایی در محیط حقوقی مدل مدیریتی راهبردی کسب‌وکارها تأکید دارد پیشنهاد می‌شود با تفسیر موسع عدالت در حوزه کسب‌وکار نهاد "حقوق مشتری" یکی از زیرشاخه‌های "حقوق شهروندی در کسب‌وکارها" (نهاد جدیدالتأسیس پیشنهادی محققان) می‌تواند مطرح باشد و این نوع نگاه در رویکرد حقوقی مدل مدیریتی کسب‌وکار اسلامی محدود و محصور به رعایت حقوق مشتری نبوده و با رویکردی اعم‌تر شهروندان غیر جامعه هدف (سایر شهروندان) و حتی کارکنان آن کسب‌وکار و خانواده آنان نیز از حقوقی به‌اندازه مشتریان اصلی در پروسه مختلف مدیریتی یک کسب‌وکار بهره‌مند می‌شوند که کسب‌وکارها ملزم و ناگزیر به رعایت آن حقوق می‌باشند و هرگونه خدشه بر آن قابل پیگرد حقوقی است؛ و در واقع تفسیر حقوقی جایگزین تفسیر اصولی می‌شود در حالی که در سایر مدل‌ها و رویکردهای غیر اسلامی صرف‌نظر از اینکه عدالت هدف غایی و اصلی در رابطه با

مشتریان یک کسب و کار نیست لذا این نوع رویکرد سبب تفسیر مضیق و محدود شدن عدالت در حوزه حقوق شهروندان صرفاً به مشتریان اصلی و بالقوه آن‌هم به شکل ثانوی به‌عنوان ابزاری برای نیل به سود و نفع اقتصادی و مادی به‌عنوان هدف اصلی و غایی می‌شود لذا پیشنهاد می‌شود بجای مباحث حقوق مشتری در تحقیقات حقوق شهروندی علی‌الخصوص در مطالعات بر روی محیط حقوقی کسب و کارهای خصوصی که البته مطالعه خاصی هم وجود ندارد از نهاد "حقوق شهروندی در کسب و کارها" ( نهاد جدیدالتأسیس پیشنهادی محققان) استفاده شده و تحقیقات بعدی محققان بر روی مبانی و کلیات و در فاز بعدی به‌صورت تخصصی و بین‌رشته‌ای تر مورد مطالعه قرار گیرد.

## منابع

- ابن تراب. مریم، ۱۳۸۵، حقوق شهروندی از دیدگاه حضرت علی (ع)، فقه و حقوق خانواده، شماره ۴۱ و ۴۲، صص ۱۱۰ تا ۱۴۶.
- باقری. لیلیا، ۱۳۹۳، بررسی اخلاق و حقوق شهروندی در جامعه و انتظار مردم از دولت مطالعه موردی: شهر تهران، فصلنامه اخلاق زیستی، سال چهارم، شماره یازدهم، صص ۹۵-۱۲۸.
- حسام. فرحناز، ۱۳۸۱، هویت شهروندی، اندیشه و پژوهش، شماره ۵۱، سال پنجم.
- داوری. محمود، ۱۳۹۵، مدیریت کسب‌وکارهای کوچک (SME) و اهمیت آن در اقتصاد، نشریه بین‌الملل اقتصاد آسیا، شماره ۵۳۰.
- رستم زاده. امین، زارع. اکبر، ۱۳۹۱، بررسی دیدگاه لایحه جدید قانون تجارت و قانون سرمایه‌گذاری خارجی نسبت تاجر و بازرگان داخلی و خارجی، همایش ملی نقد و بررسی لایحه جدید قانون تجارت، مراغه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مراغه.
- رستم زاده. امین، رضازاده. محمدامین، ۱۳۹۱، کارآفرینی در پرتومبانی علم حقوق، همایش ملی ایده‌های کارآفرینی و فرصت‌های جدید کسب‌وکار، ارومیه، دانشگاه‌های آذربایجان غربی
- رستم زاده. امین، رمزی. اکبر، ۱۳۹۵، رابطه اخلاق شهروندی و حقوق شهروندی (نقدی بر نظریه عدالت جان راولز)، اولین دوره همایش ملی تبیین حقوق شهروندی، ارومیه، دانشگاه‌های آذربایجان غربی.
- رستم زاده. امین، عاقلی. ولی، ۱۳۹۵، حقوق شهروندی در مدیریت کسب و کار، انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ اول.
- رستم زاده. امین، عاقلی. ولی، دوست. کاظم، ۱۳۹۴، تأملی بر حقوق شهروندی و توسعه آن، انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ اول.
- رستم زاده. امین، نیکخواهی. رضا، رضازاده. محمدامین، (۱۳۹۱). ارزیابی تأثیر قوانین و مشوق‌های قانونی برای جذب و توسعه سرمایه‌گذاری خارجی بامطالعه موردی سرمایه‌گذاران آذربایجان غربی، کنفرانس ملی اقتصاد، دانشگاه ارومیه.
- زبردست. علی، رستم زاده. امین، ۱۳۸۵، اتحاد جبری خلایق و نوآوری در کارآفرینی، رویش، شماره ۱۵.
- سعادت. اسفندیار، ۱۳۸۴، مدیریت منابع انسانی، چاپ نهم، سمت، تهران.
- صابرنعیمی. المیرا، ۱۳۹۱، مدل کسب‌وکار صنعت نشر و اقتصاد نشر، کتاب مهر (دانشگاه تهران) شماره ۷ صص ۳۴ تا ۵۱.
- عاملی. منیژه، ۱۳۸۱، بررسی مبانی نظری اخلاق حرفه‌ای در اسلام، پایان‌نامه دولتی کارشناسی ارشد، مؤسسه پژوهشی حکمت و فلسفه ایران، استاد راهنما: غلامرضا اعوانی، ص ۱۹۴.
- عباس‌زاده. محمد، مقتدایی. لیلیا، حسین‌پور. ابراهیم، هنرور. حسین، ۱۳۸۸، مطالعه جامعه‌شناختی عارضه‌یابی سازمانی و گرایش به تغییر، مجله مطالعات جامعه‌شناسی، دوره ۱، شماره ۴، صص ۱۱۷-۱۳۹.
- فالكس. کیت، ۱۳۸۱، شهروندی، محمد تقی دل‌فروز: مترجم. انتشارات کویر.
- فرامرزی قرا ملکی. احد، ۱۳۸۸، درآمدی بر اخلاق حرفه‌ای، چاپ دوم، تهران، انتشارات سرآمد.
- فرمپه‌نی فراهانی. محسن، اشرفی. فاطمه، ۱۳۹۳، اصول اخلاق حرفه‌ای در نهج‌البلاغه، پژوهشنامه علوی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، دوره ۵، شماره ۹، صص ۶۷-۸۶.
- فروزنده دهکردی. لطف‌الله، ۱۳۸۶، مدیریت اسلامی و الگوهای آن، چاپ اول، دانشگاه پیام نور، تهران.
- فیتزپتریک. تونی، ۱۳۸۱، نظریه رفاه، ترجمه: هرمز همایون پور، تهران، موسسه عالی پژوهش تأمین اجتماعی، چاپ اول.
- فیلیپ. کاتلر، هرماوان. کارتاچایا، ایوان. ستیاوان، ۱۳۹۴، نسل سوم بازاریابی، ترجمه حمیدرضا ایرانی و اصغر رحمتی، تهران، آریانا قلم، چاپ سوم.
- قاندی. یحیی، ۱۳۸۵، تربیت شهروند آینده، فصلنامه نوآوری‌های آموزشی، شماره ۱۷، سال پنجم. صص ۱۸۳ - ۲۱۰.
- الکساندر. استروالدر، ایو. پیگنیور، ۲۰۱۰، خلق مدل کسب‌وکار، ترجمه غلامرضا توکلی، بابک وطن دوست، حسام‌الدین ساروقی و بهامین توفیقی، ۱۳۹۵، تهران، آریانا قلم، چاپ پنجم.
- محمدجواد. جاوید، ۱۳۹۳، بازخوانی بنیان‌های فلسفی نظریه نسبیت در حقوق شهروندی، حقوق اسلامی، دوره ۱۱، شماره ۴۲، صص ۶۵-۹۵.
- محمدی. جمال، تبریزی. نازنین، ۱۳۹۰، سنجش میزان آگاهی‌های عمومی به حقوق شهروندی و قوانین شهری (مورد مطالعه: گروه سنی ۲۰ تا ۳۵ سال شهرهای ساری، بابل، آمل و قائم‌شهر)، مجله تخصصی جامعه‌شناسی مطالعات جوانان، سال اول، شماره اول، صص ۱۷۵ - ۱۹۰.
- مطهری. مرتضی، ۱۳۵۳، عدل الهی، چاپ سوم، تهران، انتشارات اسلامی.

مطهری. مرتضی، ۱۳۹۵، بیست گفتار، انتشارات صدرا، تهران، جلد: اول، چاپ چهل سوم.  
منطقی. منوچهر، ثاقبی سعیدی. فاطمه، ۱۳۹۲، مدل‌های کسب‌وکار؛ مبانی، ارزیابی، نوآوری، مجله رشد و فناوری، سال نهم، شماره ۳۵.  
میدری. احمد، قودجانی. اصلا، ۱۳۸۷، سنجش و بهبود محیط کسب‌وکار، جهاد دانشگاهی دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران، چاپ اول.  
نجفی. زین‌العابدین، ۱۳۹۱، مفهوم شناسی واژه عدالت در فقه امامیه، انسان پژوهی دینی، دوره ۹، شماره ۲۸، صص ۱۴۱-۱۷۰.  
نش، کیت، ۱۳۸۰، جامعه‌شناسی سیاسی معاصر، جهانی‌شدن، سیاسی، قدرت، ترجمه محمدتقی دل‌فروز، تهران، انتشارات کویر.  
هزارجریبی. جعفر، امانیان. ابوالفضل، ۱۳۹۰، آگاهی زنان از حقوق شهروندی و عوامل مؤثر بر آن، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای،  
سال نهم، تابستان ۱۳۹۰، صص ۱-۱۸.

Habermas, J (۱۹۹۲). Citizenship and National Identity: some Reflections on the Future of Europe, in B.S Turner and P.Hamilton, and, Citizenship Critical Consept, London: Routledge.  
Hoseinzadeh.Javad, Rostamzadeh. Amin (۲۰۱۶). Discussion Intervention of Internal and International Merchant from Foreign Investment Law and New Draft Trade Law of Iran, Review of European Studies; Published by Canadian Center of Science and Education, Vol. ۸, No. ۴, pp:۵۶۶۱.  
Hoseinzadeh. J, Rostamzadeh. A (۲۰۱۵). Studying the nationalization of foreign property investment in Iran and Iraq law. Scientific Journal of Pure and Applied Sciences, ۴(۱۱).pp:۲۳۷-۲۴۵  
Rostamzadeh, A. Hashempoor, A. (۲۰۱۴). Investigate the fundamental differences between human rights and humanitarian law. South Asian Academic Research Journals ACADEMICIA, ۴(۶).pp:۱۴-۲۴.  
Sastry, K.R. (۱۹۹۷). Participation, Connotation and Contact, Asia-Pacific Journal of Rural Development, Vol.۱, No.۱, pp. ۱۲-۱۹.