

عنوان مقاله:

سیاست های اخلاقی برای قراردادهای کسب و کار الکترونیک

محل انتشار:

نخستین همایش ملی تحقیقات کاربردی در اقتصاد پویا، مدیریت و حسابداری نوین (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

حسین علی احمدی جشقانی - استادیار گروه پیشرفت اجتماعی، دانشکده مهندسی پیشرفت، دانشگاه علم و صنعت ایران، تهران

زیبا حاجی زاده - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد کارآفرینی، دانشگاه علم و صنعت ایران، تهران

سروش احمدی - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت تکنولوژی، دانشگاه علم و صنعت ایران، تهران

خلاصه مقاله:

اخلاق در اسلام بر کسب و کار تأثیر دارد و این تأثیر در محیط فناوری اطلاعات با توجه به دقت های فقهی و شیوع قراردادهای کسب و کارهای الکترونیک بسیار اهمیت دارد. این پژوهش می خواهد با کمک اخلاق و فقه اسلام به بیان سیاست های اخلاقی برای مشروعیت بخشی به کسب و کارهای الکترونیک بپردازد و با استفاده از منابع کتابخانه ای، اینترنتی و برخی اسناد بالادستی تحلیل محتوای آنها همت گمارد و برخی از مباحث بحث برانگیز در مشروعیت اخلاقی معاملات الکترونیک را پاسخ دهد و بر لزوم تکیه بر اخلاق مداری در قراردادهای برخط پافشاری دارد. یافته های پژوهش نشان داد که مصادیق زیادی از قراردادهای کسب و کار الکترونیک و مباحث عمیق آن در اخلاق و فقه اسلامی دارای مشروعیت لازم می باشند. نتیجه اینکه قواعد مشترک معاملات سنتی با کسب و کار الکترونیک زیادند و این امر سبب توسعه روزافزون کسبوکار الکترونیک خواهد شد.

کلمات کلیدی:

فناوری اطلاعات، کسبوکار الکترونیک، کار، اخلاق اسلامی، عنصر مشروعیت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1135980>

