

عنوان مقاله:

اخلاق در تجارت

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد و سامانه های مالی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسنده:

امراالله قلندری - کارشناس ارشد حقوق عمومی

خلاصه مقاله:

در این تحقیق به جایگاه اخلاق در تجارت پرداخته شده، جایگاهی که نتیجه آن در تجارت حرفه ای نمود می یابد بیان مسائل اخلاقی که بکار بستن آنها در زندگی فردی باعث تعالی روح و منزلت اجتماعی شخص می گردد در ادیان مختلف نیز بدانها پرداخته شده و مورد توجه قرار گرفته اند. حال چنانچه مسائل اخلاقی در زندگی اجتماعی و مراودات تجاری نیز بکار گرفته شوند علاوه بر ایجاد فضای سالم رقابتی در تجارت باعث پویایی اقتصاد و منتفع شدن همگان از آن خواهد شد. همه می دانیم که تولید کننده و مشتری (مصرف کننده)، هریک دارای یک سری حقوق و تکالیف می باشند که توجه به این حقوق و رعایت آنها باعث تأمین منافع شان می گردد. چنانچه در تولید نکات اخلاقی رعایت گردد نه تنها خسارات کاهش می یابد بلکه اعتماد که بعنوان بزرگترین سرمایه و مهمترین برند برای تولید کننده به شمار می رود، می تواند موفقیت وی را در بازار رقابت تضمین کند. پرداختن به حقوق مالکیت معنوی، مسئولیت اجتماعی شرکتها همزمان با جهانی شدن اقتصاد، تجارت حرفه ای و عادلانه از دیگر مباحثی است که در این تحقیق بدانها پرداخته شده است

کلمات کلیدی:

اخلاق - تجارت - حقوق

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/390290>

