

عنوان مقاله:

اخلاق در کسب و کار

محل انتشار:

سومین کنفرانس علوم مدیریتی ایران (با رویکرد نوآوری های مدیریتی) (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

محمدحسین دانا - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی رسالت کرمان

مسلم محمدی - مدرس موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی رسالت کرمان

محسن کدخدا حسن آبادی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی رسالت کرمان

امیر ولی اختیارآبادی - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان

خلاصه مقاله:

اخلاق در کسب و کار از دهه آغازین 1990 میلادی نظر بسیاری از دانشمندان را به خود جلب کرده است . پس از انقلاب صنعتی، اکثر سازمان های تجاری و صنعتی با زیر پا گذاشتن اصول اخلاقی، به تدریج به کسب منافع بیشتر خود میاندیشیدند و با مشتریان، سهامداران، عرضهکنندگان مواد اولیه، اعتباردهندگان و نیز جوامع محلی و جهانی و محیط زیست سر ستیز داشتند، در صورتی که با شروع دهه 91 تجدید نظر در رفتارهای سازمانی و پرداختن به رعایت اصول اخلاقی، ولو در حرف و سخن، مورد توجه و عنایت مدیران سازمانهای بازرگانی و صنعتی قرار گرفت . در این مقاله سعی بر آن است با بررسی ادبیات موجود اخلاق کسب و کار و رویکردهای گوناگون آن در جهان نشان دهد، اخلاق کسب و کار با چالش های عملی و نظری متعددی روبه رو است و با پیشرفت جهانی شدن در آینده، این چالش ها پیچیدهتر خواهند شد . رویکردهای متفاوت به اخلاق کسب و کار، اغلب خودجوش بوده، فقط از یک دیگر میآموزند. اخلاق کسب و کار به صورت رشته علمی، نیازمند شبکه سازی و جهانی شدن است در این صورت بهتر میتواند رهنمودهای اخلاقی را برای انجام کار عملی تجاری تدارک ببیند . هدف نهایی این رشته آن است که کیفیت اخلاقی تصمیمگیریها و عملکردها را در همه سطوح کسب و کار بهبود بخشد .

کلمات کلیدی:

اخلاق کسب و کار، اخلاق کاربردی، اخلاق تجارت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/757647>

