



فلسفه اخلاق، کسب و کار

با رویکردی اسلامی

Business Ethics

نویسندگان:

رسول برون

احمد استاد محمدی

محمد مهدی کردونی

سرشناسه

برون، رسول، ۱۳۶۳ -

عنوان و نام پدیدآور

درآمدی بر فلسفه اخلاق کسب و کار با رویکردی اسلامی : Business Ethics / نویسندگان رسول برون، احمد استاد محمدی، محمد مهدی کردونی.

مشخصات نشر

اهواز : آیات، ۱۳۹۷.

مشخصات ظاهری

۱۶۸ ص.

شابک

۹۷۸-۹۶۴-۵۴۱-۰۹۲-۴

وضعیت فهرست نویسی

فپا

یادداشت

کتابنامه.

موضوع

اخلاق کسب و کار

موضوع

Business ethics

موضوع

اخلاق کسب و کار -- جنبه‌های مذهبی -- اسلام

موضوع

Business ethics-- Religious aspects -- Islam

شناسه افزوده

استاد محمدی، احمد، ۱۳۶۴ -

شناسه افزوده

محمد مهدی، ۱۳۶۵ -

رده بندی کنگره

HF ۱۳۰۱ / ۴ پ / ۷

رده بندی دیویی

۱۷۴/۴

شماره کتابشناسی ملی

۵۳۸۴۹۴۲



www.ayatpub.ir

نام کتاب: فلسفه اخلاق کسب و کار با رویکردی اسلامی

نویسندگان: رسول برون - احمد استاد محمدی - محمد مهدی کردونی

ناشر: انتشارات موسسه فرهنگی آیات

صفحه آرایی و تنظیم: انتشارات آیات - علی قطبی زاده

چاپ: اول - ۱۳۹۷

شابک: 978-964-541-092-4

قیمت: ۲۰۰۰۰ تومان

حق چاپ محفوظ است.

فهرست مطالب

۷	پیش گفتار
۹	مقدمه
۱۱	اخلاق
۱۲	مفهوم اخلاق حرفه‌ای
۱۵	اخلاق عمومی
۱۵	ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای
۱۸	عوامل پایه‌ای اخلاق حرفه‌ای
۱۹	عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای
۲۱	ارتباط بین اخلاق و اخلاق حرفه‌ای در کسب و کار
۲۶	پیوستار باور رفتار
۲۸	مفهوم اخلاق کسب و کار
۳۱	ویژگی‌های نظام اقتصادی
۳۲	چارچوب مفهومی برای اخلاق کسب و کار
۳۶	معیارهای اندازه‌گیری فضای کسب و کار
۳۹	عوامل موثر بر فضای کسب و کار
۴۱	دولت و فضای کسب و کار
۴۴	تعیین وضعیت موجود فرهنگ کسب و کار در ایران
۴۶	نقش سیاست‌گذاری دولت در توسعه آموزش کسب و کار

- ۴۷..... آسیب شناسی فضای کسب و کار در ایران
- ۵۰..... ماهیت مشاغل حرفه ای و ضرورت تعریف مدیریت کسب و کار
- ۵۵..... اخلاق سازمانی
- ۵۷..... ضرورت ترویج اخلاق حرفه‌ای در سازمان
- ۵۹..... وظایف مدیران در اخلاقی کردن سازمان
- ۶۰..... اخلاق کسب کار و فرهنگ سازمانی
- ۶۱..... اخلاق کار
- ۶۲..... فرهنگ سازمانی
- ۶۳..... اهمیت صداقت در موفقیت کسب و کار
- ۶۵..... مسئولیت اخلاقی در تجارت
- ۶۸..... رابطه تجارت، قانون و اخلاق
- ۷۰..... رفتارهای کلیدی برای داشتن اخلاق حرفه‌ای
- ۷۳..... بازاریابی اخلاقی
- ۷۵..... اخلاق حرفه ای در بازاریابی اخلاقی
- ۷۸..... اخلاق کسب و کار از دیدگاه اسلام
- ۸۱..... نگرشی دینی به اخلاق کسب و کار
- ۸۳..... جایگاه فرهنگ کار در اسلام
- ۸۵..... کار از منظر قرآن
- ۸۶..... اهمیت کار و ارزش کارگر در اسلام
- ۹۰..... حقوق کارگر از دیدگاه اسلام

- ۹۲..... اثرات و فواید کار در اسلام
- ۹۳..... اخلاق کسب و کار در قرآن
- ۹۸..... کار و عبادت
- ۹۹..... کار و تلاش از دیدگاه قرآن کریم
- ۱۰۵..... اخلاص در کار
- ۱۰۶..... آثار و فواید اخلاص در کار
- ۱۰۷..... همکاری در کار
- ۱۰۸..... کار و شخصیت در اسلام
- ۱۰۸..... ارزش و اهمیت کار در اسلام
- ۱۱۰..... ارزش کار در زندگی فردی انسان
- ۱۱۱..... ارزش اخلاقی کار
- ۱۱۱..... ارزش عبادی کار
- ۱۱۲..... ارزش کار در زندگی اجتماعی انسان
- ۱۱۳..... اهمیت کار در سیره پیامبران و اوصیای دین
- ۱۱۴..... تأثیر کار بر زندگی فردی و اجتماعی انسان
- ۱۱۴..... الف- آثار فردی
- ۱۱۵..... تأثیر کار بر سلامت جسم
- ۱۱۵..... افزایش احساس عزت و شخصیت
- ۱۱۶..... کسب آرامش و آسایش
- ۱۱۷..... تمرکز خیال

- ۱۱۹..... کار، سبب ایمان و مردانگی
- ۱۲۰..... رستگاری
- ۱۲۰..... پاداش فراوان
- ۱۲۱..... آثار اجتماعی کار
- ۱۲۳..... رشد و شکوفایی اقتصاد جامعه
- ۱۲۴..... فقر زبی
- ۱۲۶..... رویکردی اسلامی به فلسفه اخلاق تجارت
- ۱۲۶..... آسیب شناسی اخلاقی تجارت
- ۱۲۸..... یکپارچگی اخلاقی
- ۱۲۹..... فراکارکردگرایی
- ۱۳۱..... کارکرد فلسفه اخلاق اسلامی تجارت
- ۱۳۳..... مبنای اخلاق حرفه‌ای در نهج البلاغه
- ۱۳۷..... گذری بر کسب و کار در نهج البلاغه
- ۱۴۰..... مدیریت کسب و کار از منظر شیعه
- ۱۴۲..... پرسشنامه اخلاق کسب و کار
- ۱۴۵..... منابع

پیش گفتار

تجارت و اقتصاد، در جوامع امروز، چه در سطح ملی و چه در سطح بین المللی، دو قدرت عمده پیش برنده شده اند. این دو در ترکیب با فن آوری های نو به طور فزاینده ای افکار و رفتار مردم را شکل می دهند و هر روز بیش از پیش حوزه های گوناگون زندگی مانند تحقیق و توسعه، ارتباطات راه دور، بیوتکنولوژی، سیاست، آموزش و پرورش، فرهنگ، مذهب و خانواده را تحت تأثیر شدید قرار می دهند؛ بنابراین، نفوذ روزافزون تجارت و اقتصاد، برای این که آنها رها نشده، به سرنوشت نامعلومی دچار نشوند، لازم است هر چه بیش تر مطمئن شویم تجارت و اقتصاد در مسیر درست حرکت می کنند. هدایت تجارت و اقتصاد، باید هم از بیرون و هم از درون صورت گیرد. هدایت بیرونی از راه عواملی همچون فشار سیاسی، آیین نامه های قانونی، عادات اجتماعی - فرهنگی و آموزش، و هدایت درونی با بهره گیری از عواملی مانند روزهای حرفه ای، سازمان های تجاری و تاجران، خود قانونمندی صنایع، پیمان های تجاری و غیره صورت می گیرد. رویکرد بیرونی به تنهایی نمی تواند این هدایت را تحقق بخشد؛ زیرا از تعهد و التزام درونی تهی است. بسنده کردن به رویکرد درونی نیز به تنهایی کافی نیست؛ زیرا کسب و کار همانند هر بخش اجتماعی دیگر، فقط یک قسمت از پیکره جامعه است و به کنترل اضافی بیرونی نیاز دارد. در عین حال، رویکرد درونی اهمیت بیش تری دارد؛ زیرا عاملان اقتصادی که به آزادی بیش تر علاقه مند هستند، به این سبب، مسئولیت بیش تری را نیز تحمل خواهند کرد.

این که تجارت و اقتصاد باید در مسیر درست حرکت کند، دلیلی برای بیان بُعد اخلاقی، درون قلمرو تجارت و اقتصاد است. در این راه، نه تنها رفتار اخلاقی، بلکه تفکر و نظریه اخلاقی یا اخلاق اقتصادی و تجاری به صورت پژوهش علمی

با چالش های نامشخصی رو به رو است . هر چه جهانی شدن بیش تر به پیش می رود ، چالش های عملی و نظری [در این زمینه] بیش تر و پیچیده تر می شوند. در مقایسه با این هدف بزرگ ، تاکنون دستاورد های عملی و نظری اخلاق کسب و کار با کاستی های قابل ملاحظه ای مواجه بوده است. عواملی وجود دارند که پیشرفت را بسیار مشکل کرده اند.

رسول برون

دی ماه ۱۳۹۶

www.ketab.ir