

## عنوان مقاله:

طراحی مدل ارزیابی ملاحظه های اخلاق کسب و کار

## محل انتشار:

فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره 11، شماره 1 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسندگان:

عادل آذر

محمد رحیم رضانیان

هادی فرخی

کسری دولت خواهی

## خلاصه مقاله:

زمینه: امروزه توسعه تجارت جهانی، فرهنگ های مختلف و سیستم های اجتماعی و اقتصادی متنوع را در تعامل با یکدیگر قرار داده است. در چنین محیطی، اهمیت ملاحظات اخلاقی بیش از پیش نمایان می شود. هدف پژوهش حاضر شناسایی ابعاد و شاخص های مورد ارزیابی ملاحظات اخلاقی در کسب و کار و اولویت بندی این ابعاد و شاخص ها می باشد. روش: روش پژوهش حاضر توصیفی و از نوع پیمایشی است، جامعه آماری این تحقیق خبرگان بیمارستان های استان خراسان رضوی می باشند. ابزار جمع آوری اطلاعات در این تحقیق، پرسشنامه می باشد. و در گام بعد، با استفاده از یک متدولوژی تحلیل نوین تحت عنوان مدلسازی ساختاری تفسیری (ISM) روابط بین ابعاد و شاخص های اخلاق کسب و کار تعیین و به صورت یکپارچه مورد تحلیل قرار گرفته است. در ادامه تحقیق حاضر از تکنیک دیمتل (DEMATEL) جهت تعیین و بررسی نحوه اولویت بندی شاخص های اخلاق کسب و کار استفاده گردیده است. یافته ها: با مرور ادبیات تحقیق و مصاحبه با خبرگان ۲۷ عامل موثر شناسایی شده است. سپس این عوامل در ۶ بعد اصلی طبقه بندی گردید. در گام بعد روابط بین ابعاد و شاخص های اخلاق کسب و کار تعیین و به صورت یکپارچه مورد تحلیل قرار گرفته است. اولویت بندی ابعاد و شاخص های اخلاق کسب و کار در بیمارستان های استان خراسان رضوی حاصل شده که بر این اساس در میان ابعاد، رهبری اخلاق مدار با اهمیت ترین بعد و اصول اخلاقی به عنوان کم اهمیت ترین بعد می باشد؛ همچنین در میان شاخص ها، شاخص مسئولیت پذیری از بهترین وضعیت برخوردار بوده و داشتن فناوری و تجهیزات جدید و عدم فرسودگی آن ها ضعیف ترین عامل در این مرکز می باشد. نتیجه گیری: اولویت بندی ابعاد و شاخص های اخلاق کسب و کار در پژوهش حاضر با مشخص نمودن نقاط قوت و ضعف آنها میتواند به عنوان الگویی مناسب برای سیاستگذاری و تدوین استراتژی در سطح کلان و همچنین در سطح خرد استفاده گردد.

## کلمات کلیدی:

Ethics, Business, Business Ethics Assessment : اخلاق, کسب و کار, سنجش اخلاق کسب و کار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1725161>

