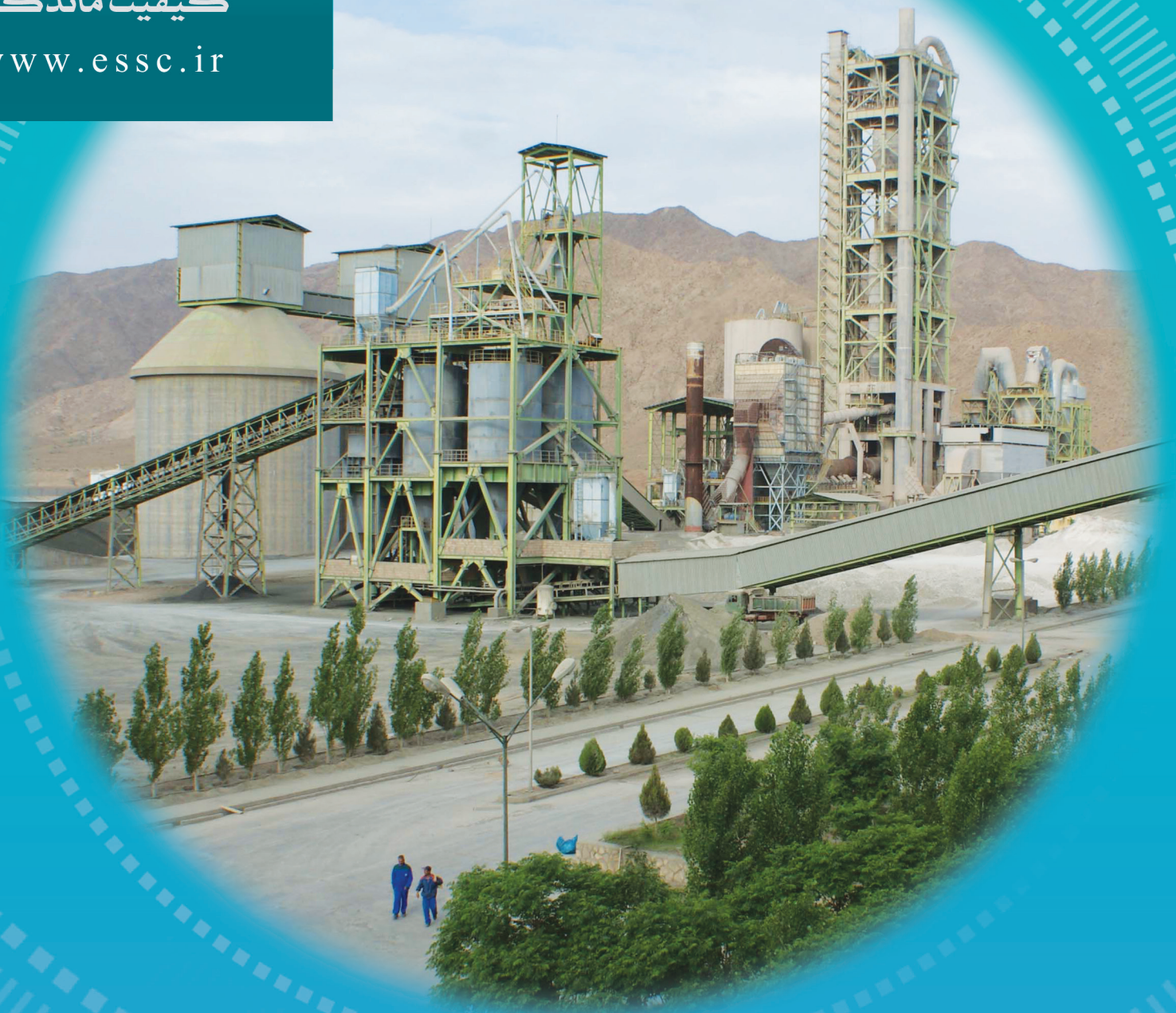


کیفیت ماندگار سیمان سبزوار



سیمان سبزوار
sabzevar cement
کیفیت ماندگار
www.essc.ir



سیمان، رکورد و راهکارهای علمی و کاهش عوارض آن

با آغاز دهه ۹۰ با توجه به افزایش میزان عرضه نسبت به تقاضا و همچنین رکود اقتصادی بوجود آمده، عملاً شرکت‌های سیمانی وارد عرصه زیان دهی گردیده اند. به منظور مقابله با رکود بوجود آمده و کاهش عوارض مرتبط با آن، مجموعه ای از فعالیتهای فنی و اجرایی در ۳ بخش: کنترل کیفی، کاهش مصارف ویژه و اجرا پروژه های بهبود شرایط، در دستور کار قرار گرفت که نتایج ارزشمند و تاثیر گذار آن در سال ۱۳۹۴ تحقق یافت. شروع فعالیتها با حمایت مدیریت محترم عامل جناب آقای دکتر باقری و تداوم آن با همکاری همه جانبه مدیران و کارکنان زحمتکش مجموعه میسر گردید. در نوشتار زیر خلاصه ای از اقدامات و نتایج کسب شده ارائه می گردد.

۳- اجرای پروژه های بهبود فرآیند

* به منظور صرفه جویی در هزینه ها و کاهش استهلاک تجهیزات و استفاده حداکثری از پتانسیلهای موجود تجهیزات، پروژه های زیر اجرایی گردید

* پروژه مطالعات تکمیلی معدن با هدف ترسیم نقشه ژئوشیمی با دیدگاه کاربری ۵ ساله

* پروژه استفاده از سرندها پس از طراحی، ساخت و نصب در سنگ شکن

* پروژه طراحی، ساخت و نصب ایپراسلاید سیستم نرمه با هدف حذف نرمه در آسیاب مواد

* پروژه طراحی، ساخت و نصب سیستم فرس ایر اضافی در دپارتمان غبارگیر با هدف امکان استفاده از کیسه های معمولی با کاهش دمای گاز به جای استفاده از کیسه های فایبر گلاس با هزینه بالا

* پروژه طراحی، ساخت و نصب فرس ایر (کاهش دهنده دما) به جهت ایجاد تهویه در سیستم پخت در زمان تعمیرات با توقف فن با توان ۷۰۰ کیلو وات و وارد مدار نمودن با توان ۲۵ کیلو وات

* پروژه بازیافت آجرهای نسوز قدیمی با قدمت ماندگاری ۷ ساله در انبار و استفاده از آن در تعمیرات

* پروژه طراحی و ساخت و نصب دو دستگاه هات گاز ژنراتور در آسیابهای سیمان

* پروژه طراحی و ساخت شوت دو راهه به جهت جایگزینی با نوار نقاله دو طرفه با هدف کاهش مصارف و استهلاک تجهیزات

* مجموعه اقداماتی که گفته شد، موجب شد تا با داشتن تولید متعادل و فروش مناسب، ضمن پرهیز از انباشت بی مورد کلینکر در محوطه، قیمت تمام شده محصول و صرفه جویی ربالی قابل توجهی انجام پذیرد.

در پایان از تلاشها و همراهی تمامی کارکنان مجموعه سیمان سبزوار تقدیر و تشکر می گردد و امید است با یاری خداوند روز به روز شاهد پیشرفتهای بیشتری باشیم.

۱- افزایش سطوح کیفی و تعاملات مرتبط با مشتری مداری با تدوین و اجرایی نمودن استاندارد رقابتی

اقداماتی که در این زمینه انجام گرفت عبارتند از:

* اجرای پروژه مطالعات تکمیلی در بخش معدن با شناسایی بهتر جبهه کاریها با افق برنامه ۵ ساله

* مدلسازی و فورمولاسیون جدید مواد خام به جهت تولید محصول با کیفیت بالا

* تغییرات زیر بنایی در نحوه استخراج مواد به جهت کاهش نوسانات کیفی محصول

* به خدمت گرفتن یکی از مشاورین مطرح بتنی بعنوان آزمایشگاه همکار به جهت رصد کیفیت محصول و پاسخگویی به مشتریان و مصرف کنندگان

۲: کاهش مصارف ویژه حرارتی و الکتریکی

مجموعه ای از اقدامات فنی از سنگ شکن تا آسیابهای سیمان شامل:

* طراحی، ساخت و نصب سرندها در سنگ شکن به جهت کاهش زمان استفاده از سنگ شکن

* کاهش توقفهای ناخواسته و به ظرفیت رساندن سنگ شکن

* اجرای مدیریت زمان در نحوه استفاده از تجهیزات سالن اختلاط و سیستم نرمه

* به ظرفیت رساندن و افزایش ظرفیت آسیاب مواد و امکان اجرا پیک سابی در زمانهای اوج مصارف برقی

* بهینه نمودن شرایط پخت، رفع نشتی ها، نصب تجهیزات ضروری سیستم و نهایتاً با ظرفیت اسمی و بالاتر

* وارد مدار نمودن سیستم در متغیر تجهیزات برقی سیستم پخت پس از طراحی و ساخت تجهیزات و رفع اشکال سیستم آی دی فن

* بالانس مصارف ویژه در سیستم پخت

* به ظرفیت رساندن آسیابهای سیمان با انجام تغییرات کمی و کیفی در کلینکر تولیدی

* استفاده از افزودنیهای مناسب، کاهش توقفات ناخواسته و اجرای پیک سابی در آسیابهای سیمان

سخن آغازین

با نگاهی به اوضاع اقتصادی و رکودی که گریبانگیر کشور شده است، باید امید داشت تا با برنامه های اقتصادی دولت از جمله تزریق پول و اعتبار و همچنین آورده های پسا برجام و برنامه های آن، این رکود هر چه زودتر از پیکره اقتصاد کشور رخت بپوشد.

شاید بیشتر از همه صاحبان صنایع و تولید کنندگان، مدتهاست در انتظار گشایش هستند و البته در این رهگذر صنعت سیمان بیشتر از همه منتظر این گره گشایی است، صنعتی که بیش از هشتاد سال از عمر آن در ایران می گذرد و در چند سال گذشته اوضاع مالی خوبی نداشته است.

پایین بودن نرخ فروش سیمان کمتر از قیمت مصوب که منجر به رقابت ناسالم در بازار شده بود و همچنین رکود ساخت و ساز باعث شده بود تا سالهای سختی رو پشت سر بگذارد.

انباشت کلینکر در کارخانه ها و از سویی پایین آمدن درخواست برای سیمان موجب گردیده بود تا نسبت عرضه ی سیمان در بازار بیشتر از تقاضا باشد، که پیرو آن انجمن صنفی صنعت سیمان همراه با چند کارخانه سیمان از جمله سیمان سبزوار برنامه ای برای جلوگیری از این پیش آمد، تنظیم و به اجرا در آورد و به این ترتیب تمامی کارخانه ها ملزم به کاهش تولید سیمان شدند و این برنامه تا حدودی توانست به کنترل بازار کمک نماید به طوری که عرضه سیمان در بازار را کمتر از تقاضا نماید، در چند سال گذشته بدون کنترل و برنامه ریزی عرضه محصول سیمان از تقاضای آن پیشی گرفته بود به این صورت که از سویی با حمایت دولت و ساخت مسکنهای مهر و از سویی بخش خصوصی با انبوه سازی، عرضه مسکن را افزایش داد و همچنین با پایین آمدن نرخ رشد جمعیت و پایین آمدن قدرت خرید مردم تقاضای مسکن کاهش یافته بود.

با توجه به مواردی که گفته شد می بایست با برنامه ریزی و کنترل و نظارت مستمر امید داشت تا در سال جاری و نیز در سالهای آینده اوضاع نابسامان فروش سیمان بهبود پیدا کند، البته این مهم همکاری تمامی کارخانه های سیمان را می طلبد تا بتوان بازار سیمان را در شرایطی قابل قبول نگه داشت و انتظار داشت تا به تدریج اوضاع بهبود پیدا کند.

سیمان سبزوار یکی از شرکت های برتر در همایش ملی کارفرمایان نمونه



مراسم تجلیل از کارفرمایان نمونه تأمین اجتماعی خراسان رضوی برگزار شد

با حضور دکتر اعتصامی معاون فرهنگی و اجتماعی سازمان، مدیران و رؤسای تشکلهای و نهادهای کارفرمایی و کارگری همایش تکریم و تجلیل از کارفرمایان نمونه تأمین اجتماعی خراسان رضوی در محل اداره کل استان برگزار گردید.

به گزارش روابط عمومی و امور فرهنگی اداره کل تأمین اجتماعی خراسان رضوی، قوامی مدیر کل استان در این مراسم ضمن اشاره به معیارهای انتخاب کارفرمایان نمونه و ضوابط مربوط به آن، همکاری و مساعدت کارفرمایان و تولید کنندگان به چرخه اقتصاد را در شرایط سخت امروزی نوعی مجاهدت دانست و گفت: یکی از ارکان مهم اقتصاد مقاومتی، زنده نگه داشتن و پویایی تولیدات داخلی است که با وجود مشکلات فراوان داخلی و خارجی به همت و تلاش کارفرمایان، شاهد آن هستیم که حوزه تولید کماکان پویا و فعال می باشد.

در انتهای این همایش لوح تقدیر، تندیس و هدایایی به کارفرمایان نمونه استان تقدیم گردید. که سیمان سبزوار نیز به عنوان شرکت برتر در پنجمین همایش ملی کارآفرینان انتخاب گردید.

نقش آموزش در ساختار منابع انسانی



نیاز نخواهند داشت و در عین حال می‌توانند آنها را برای احراز مشاغل بالاتر و پرمسئولیت آماده سازند، زیرا کارکنان در پرتو آموزش صحیح است که می‌توانند وظایف خود را به نحو مطلوب انجام دهند. با توجه به آنچه ذکر شد، می‌توان عواملی را که آموزش کارکنان را ضروری ساخته است، این چنین دسته بندی کرد:

- * شتاب فرایند علوم بشری در تمام زمینه‌ها
- * پیشرفت روز افزون تکنولوژی
- * پیچیدگی سازمان به دلیل ماشینی شدن
- * تغییر شغل یا جابجایی شغلی
- * روابط انسانی و مشکلات انسانی
- * ارتقاء و ترفیع کارکنان
- * اصلاح عملکرد شغلی
- * کارکنان جدید استخدام
- * بهره‌وری کاهش حوادث کاری
- * نیازهای تخصصی و حرفه‌ای نیروی انسانی

در پایان می‌توان نتیجه گرفت که یکی از راههای ایجاد هماهنگی و همدلی، استفاده از آموزشهای ضمن خدمت می‌باشد که از یکسو زمینه تماس متقابل کارکنان با یکدیگر در محیط آموزشی را فراهم می‌سازد و از سوی دیگر و از طریق افزایش دانش و اطلاعات شغلی، برداشتها و علائق حرفه‌ای تقریباً یکسانی را در آنها ایجاد می‌کند.

در حال حاضر آموزش ضمن خدمت کارکنان در سازمان‌های مختلف از جایگاه خاصی برخوردار است زیرا در چند دهه اخیر بیش از هر دوران دیگر در طول تاریخ بشری، علوم و تکنولوژی پیشرفت نموده است این تحول و دگرگونی بعدی است که عصر حاضر را عصر نیم عمر اطلاعات نامیده‌اند. یعنی دورانی که در هر ۵ سال، نیمی از اطلاعات بشری منسوخ گردیده و اطلاعات و دانش جدید جایگزین آن می‌گردد. حدود نیمی از مشاغلی که امروز در بسیاری از کشورها می‌بینیم در پنجاه سال پیش، وجود نداشته است. تغییر چندباره فعالیت حرفه‌ای در طول عمر کاری، برای مردم روزبه روز عادی تر می‌شود. این احتمال که فرد جوانی مهارتی را بیاموزد و آن را تا حدود سی سال کار خود بدون تغییر بنیادی ادامه دهد دیگر بسیار ضعیف، یا به کلی محال است. در جامعه‌ای که به سرعت در حال دگرگونی است آموزش کارکنان نه تنها مطلوب است بلکه فعالیتی است که هر سازمانی باید برایش منابعی را در نظر بگیرد تا همواره منابع انسانی کارآمد و مطلعی در اختیار داشته باشد.

برنامه‌های آموزش کارکنان در یک سازمان می‌تواند نیاز به نیروی انسانی متخصص در آینده را نیز رفع کند و تضمینی برای حل مشکلات کارکنان باشد. بنابراین چنانچه کارکنان یک سازمان خوب آموزش ببینند بهتر می‌توانند در ارتقاء سطح کارایی سازمان سهیم باشند و سرپرستان و مدیران به نظارت زیاد در مورد زیردستان خود

یکی از مهمترین و موثرترین منابع سازمان، نیروی انسانی می‌باشد که چنانچه به درستی تربیت شده باشد، می‌تواند سازمان را پویا و منابع متنوع و فراوانی را برای سازمان خود فراهم نماید. با نگرش به این فرضیه که افراد اطلاعات و مهارتهایی که در دوره تحصیلات رسمی خود آموخته اند لزوماً نمی‌توانند تا پایان دوره خدمت کارآمد و اثربخش باشند، بنابراین راهکار اصلی برای کارآمدی و اثربخشی، «آموزش منابع انسانی» است. آموزش همواره به عنوان وسیله‌ای مطمئن در جهت بهبود کیفیت عملکرد و حل مشکلات مدیریت مدنظر قرار می‌گیرد و فقدان آن نیز یکی از مسائل اساسی و حاد هر سازمان را تشکیل می‌دهد و باعث رکود سازمان می‌شود. آموزش یک وظیفه اساسی در سازمان‌ها و یک فرآیند مداوم و همیشگی است و موقت و تمام نشدنی نمی‌باشد. کارکنان در هر سطحی از سطح سازمان اعم از مشاغل ساده یا مشاغل پیچیده (مدیر یا زیردست) محتاج آموزش و یادگیری و کسب دانش و مهارتهای جدید هستند و باید همواره برای بهتر انجام دادن کار خود از هر نوع که باشد روش‌ها و اطلاعات جدیدی کسب نمایند.

شرکت سیمان سبزوار با توجه به پیشینه موفق خود تا حدودی پیشرفت خود را مدیون برگزاری دوره‌های موفق آموزشی بویژه تخصصی می‌داند این مجموعه با برخورداری از کاردی متخصص و متعهد به ایفای نقش آموزش کمک زیادی نموده است.

معرفی کتاب

تحقیقات بازاریابی با رویکرد کاربردی

کتاب به سه بخش تقسیم شده است: بخش اول، بر گام اول یعنی تعریف مساله تاکید دارد، که کاربر و محقق باید به طور مشترک مساله‌ای تصمیم را به مساله‌ای تحقیق تبدیل کنند. این فرایند نیازهای اطلاعاتی لازم برای فرایند تحقیق را شناسایی می‌کند. بخش دوم، راجع به روش شناسایی نیازهای اطلاعاتی استخراج شده در بخش اول بحث می‌کند (روش شناسایی).

این بخش با شناسایی طرح مناسب تحقیق آغاز می‌شود تا بتوان اطلاعات معتبر را گردآوری کرد. سپس درباره‌ی فرایند به کارگیری ابزار جمع‌آوری اطلاعات مناسب، شناسایی روش نمونه‌گیری مناسب، و روش تجزیه و تحلیل داده‌ی مناسب برای مطابقت با طرح تحقیق صحبت می‌شود.

بخش سوم، تعدادی از تحلیل‌های چندمتغیره‌ی به کار برده شده در مطالعات تحقیقات بازاریابی را توصیف می‌کند. منطق و ملاحظاتی را که باید در حین اجرای تحقیق در نظر گرفته شوند، برجسته می‌سازد. در هر تحلیل، تمرکز بر نیازهای متناسب هر یک برای جمع‌آوری داده‌ها، آماده‌سازی داده‌ها به منظور پردازش کامپیوتری و تفسیر خروجی تصمیمات بازاریابی است.

علاقه مندان برای تهیه این کتاب می‌توانند به فروشگاه اینترنتی انتشارات بازاریابی به نشانی www.marketingshop.ir مراجعه کنند.

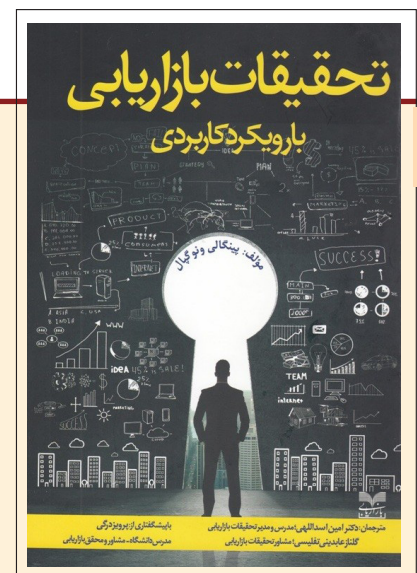
کتاب «تحقیقات بازاریابی با رویکرد کاربردی» تالیف بینگالی ونوگپال و ترجمه دکتر امین اسداللهی و گلناز عابدینی تفسیسی از سوی انتشارات بازاریابی منتشر شد.

مدیران برای اجرای تحقیقات نیازی به تخصص زیادی ندارند؛ البته همه‌ی مدیران باید از کیفیت یک تحقیق و یا تشخیص اینکه یافته‌های آن به اندازه‌ی کافی برای تصمیم‌گیری مفید هستند یا خیر، آگاهی داشته باشند. این کتاب بر همین اساس تالیف شده است.

هدف کتاب تنها درک اصول اولیه‌ی تحقیقات بازاریابی نبوده بلکه، توسعه‌ی مهارتهای کاربر برای بررسی جنبه‌های مرتبط با فرایند تحقیق، به منظور حصول اطمینان از نتایج معتبر برای تصمیم‌گیری نیز می‌باشد.

تمرکز اصلی کتاب تحقیقات بازاریابی با رویکرد کاربردی بر موارد زیر خواهد بود:

- * تفکیک کاربر و محقق طی فرایند تحقیق
- * آشنایی با اصول اولیه‌ی اجرای تحقیق
- * شناسایی عوامل احتمالی خطا
- * درک منطق تجزیه و تحلیل‌های ریاضی (نه ضرورتاً فرمول و محاسبات ریاضی)
- * تفسیر خروجی رایانه و به کارگیری آن در تصمیم‌گیری



مؤلف: بینگالی و نوگپال
 مترجمان: دکتر امین اسداللهی و گلناز عابدینی تفسیسی
 تعداد صفحات: ۳۲۸ صفحه
 نوبت چاپ: اول
 سال نشر: ۱۳۹۵
 قیمت: ۲۵۰۰۰ تومان

فراخوان مقاله

2016

19-20 OCTOBER

THE CONFERENCE AND EXHIBITION OF CEMENT INDUSTRY AND ONCOMING HORIZON

Energy and environment in cement industry
Energy and environment economics and Sustainable development in cement industry
Health, Safety and Environment (HSE) in cement industry
Optimization and promotion of production technologies
Optimization of Energy efficiency and Alternative fuels in cement industry
Economical managing and sales engineering and transportation in cement industry
New applications and functions in cement industry
Instrument repair and maintenance strategy in cement industry
Quality control and standards in cement industry



همایش و نمایشگاه جانبی صنعت سیمان وافق پیش رو

تهران / مرکز همایش های رازی
۲۹-۲۸ مهر ۱۳۹۵

محورهای اصلی همایش

انرژی و محیط زیست در صنعت سیمان
اقتصاد محیط زیست و انرژی و توسعه پایدار در صنعت سیمان
ایمنی، بهداشت و محیط زیست (HSE) در صنعت سیمان
بهینه سازی و ارتقا فناوری های تولید در صنعت سیمان
بهینه سازی مصرف انرژی و سوخت های جایگزین در صنعت سیمان
مدیریت اقتصادی و مهندسی فروش و حمل و نقل در صنعت سیمان
کاربردها و عملکردهای نوین در صنعت سیمان
استراتژی و راهبردهای تعمیر و نگهداری دستگاهها و تجهیزات در صنعت سیمان
کنترل کیفیت و استانداردها در صنعت سیمان

آخرین زمان ارسال چکیده مبسوط مقالات ۱۳۹۵/۶/۱۵

اعلام نتیجه داوری ۱۳۹۵/۶/۲۰

هماهنگی جهت ارسال مقاله: ۰۳-۸۸۵۳۴۰۰۳ و ۰۲۱-۸۸۵۳۹۸۸۱-۳

www.chf.hsu.ac.ir/cement

cement@hsu.ac.ir

تقویم نمایشگاهی سیمان و صنعت ساختمان

ردیف	عنوان	زمان	پایگاه اینترنتی
۱	شانزدهمین نمایشگاه بین المللی صنعت ساختمان	۲۲ الی ۲۵ مردادماه	www.iranconfair.ir
۲	شانزدهمین نمایشگاه بین المللی صنعت تهران	۱۴ الی ۱۷ مهرماه	www.idro-fairs.com
۳	همایش و نمایشگاه صنعت سیمان و افق پیش رو	۲۸ الی ۲۹ مهرماه	www.chf.hsu.ac.ir/cement
۴	نهمین نمایشگاه بین المللی سیمان، بتن، فناوری های ساخت و ماشین آلات وابسته	۲۵ الی ۲۸ دیماه	www.meshkatgroup.com

چند ایده بازاریابی برای افزایش فروش



کنید و ببینید کجای آن نیاز به اصلاح و تنظیم دارد.

در زمانهای خاص محصول ویژه با تخفیف ارائه نمایید.

بروشوری از محصولات و خدمات تان را چاپ کنید.

برای هر کدام از بخش های بازار هدف تان یک کارت ویزیت و بروشور خاص طراحی کنید، (مثلا یکی برای سازمان ها و نهادهای دولتی و یکی برای کاسب کارها و مصرف کنندگان)

در بروشورهای خود نظرات مثبت مشتریان درباره کالا و خدمات خود را به چاپ برسانید.

در سایتها و فروم ها و روزنامه های عادی یا اقتصادی و نشریات تخصصی مطلب بنویسید.

تماس های تلفنی مشتریان را بدون فوت وقت پاسخ دهید.

روی دستگاه پیامگیر تلفن، اطلاعات مهم مانند ساعات کار شرکت، مکان و فرد پاسخگو را ضبط کنید.

تشکرنامه های دستنویس خوش خط برای مشتریان بفرستید. می توانید برای جشن تولدشان یا سایر مناسبت های سال، کارت تبریک ارسال کنید.

در فصل های اوج فعالیت تجاری برای کسب و کارتان تبلیغ کنید.

یک ایمیل و شماره تلفن راحت و بیاد ماندنی بگیرید.

ساعات فعالیت خود را افزایش دهید.

حتی در ایام تعطیل گروهی را جهت ارائه خدمات به مشتریان اختصاص دهید.

از زمان پاسخگویی به سفارش ها بکاهید و روند سفارش مجدد را تسهیل کنید.

نوشته: جویس بوسک Joyce Bosc

هرچقدر استراتژی جامعی برای بازاریابی داشته باشید، باز از دانستن نکاتی جهت هدف گیری دقیق مشتریان محصولات و خدماتتان بی نیاز نخواهید بود. در چند نکته بازاریابی برای کلیه کسب و کارهای خرد و کلان ارائه می گردد.

نگذارید روزتان بدون پرداختن به حداقل یک فعالیت بازاریابی شب شود

درصدی از درآمد ناخالص خود را به عنوان بودجه سالیانه بازاریابی تعیین کنید.

هر سال اهداف خاص بازاریابی را تعیین و هر سه ماه یک بار آنها را ارزیابی و تنظیم نمایید.

یک پوشه برای نگهداری ایده های بازاریابی اختصاص دهید.

هر روز و هر ساعت کارت ویزیت را همراهتان داشته باشید.

نسبت به تحولاتی که شاید روی بازار هدف، محصول یا استراتژی بازاریابی شما تاثیر بگذارد، هوشیار باشید.

مطالعات تحقیق بازاریابی درباره حرفه، صنعت، محصول و گروه های بازار هدف خود را بخوانید.

آگهی های رقبا خود را گردآوری کنید و با مطالعه آنها، اطلاعاتی درباره استراتژی، ویژگی ها و مزایای محصولات آنها به دست آورید.

از مشتریان بپرسید چرا شما را انتخاب کردند و خواستار توصیه هایی برای بهبود کیفیت شوید.

از مشتریان سابق بپرسید چرا شما را رها کردند. برای کارکنان خود یک صندوق پیشنهادات بگذارید.

بگذارید.

در سمینارهای بازاریابی حضور یابید.

کتاب های بازاریابی را بخوانید.

هرماه یک جلسه بازاریابی با کارکنان یا مشتریان خود بگذارید تا درباره استراتژی و وضعیت بازار بحث کنید و ایده های تازه بگیرید.

یک مشاور بازاریابی جهت همفکری استخدام کنید.

ساختار قیمت گذاری تان را تجزیه و تحلیل

اخلاق کسب و کار

یکی از مشاغل که دین مبین اسلام اهمیت ویژه ای به آن داده، تجارت است و به همین دلیل برای تاجر شرایطی قرار داده است. اولین قدم در تجارت راستگویی است. بدون شک راستگویی یکی از شرایطی است که هر فرد به عنوان تاجر باید داشته باشد و لازمه تجارت صدق می باشد و مقام و جایگاه تاجر راستگو در قیامت در حد مقام شهدا می باشد و جایگاهش زیر سایه عرض الهی است.

حضرت علی (ع) فرمود:

راستگویی سرچشمه ایمان و زینت انسان است و در جایی دیگر فرمودند: راستگویی بهترین دلیل برای پیروزی است.

کسب و کار، مسئولیت پذیری در قبال ذی نفعان، مشتری، جامعه و مردم است. اصلاح و بهبود اخلاق کسب و کار در طی برنامه های بلندمدت شکل خواهد گرفت تا به این وسیله بر فرهنگ حاکم بر فعالان و تشکل ها تاثیر گذاشت.

در فقه اسلامی برای امری شرایطی را بیان نموده که در آن خیر و صلاح دنیا و آخرت فرد نهاده شده است و اثرات بسیار مثبتی هم برای جامعه دارد.

امام علی علیه السلام:
إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْتَرِفَ الْأَمِينِ

به راستی که خداوند پیشه‌ور امانت دار را دوست دارد
الکافی، ج ۵، ص ۱۱۳.

اخلاق کسب و کار نیز متأثر از مصادیق اخلاقی رایج در فرهنگ عمومی است. تمام تلاش فعالان اقتصادی باید این باشد که اخلاق را به بستر حیات در زندگی انسانی تبدیل کنند چرا که طبیعتاً در پیوند با اخلاق است که یک اخلاق موفق در کسب و کار و یک اخلاق حرفه ای قابل تبیین و تعریف می شود. اساس اخلاق