(مقالۀ پژوهشی)

نقش خادمیت در تعدیل تصمیم‌گیری‌های مالی و اخلاق مدیران

محمد غلامی*، دکتر علی دهقانی، دکتر رضا شیخ

گروه مدیریت، دانشکده صنایع و مدیریت، دانشگاه صنعتی شاهرود

(تاریخ دریافت: 94/8/3، تاریخ پذیرش:94/11/10)

چکیده

زمینه: شکست کسب و کارها در اقتصاد نوین، ریشه در عدم توجه به اصول اخلاقی و اجتماعی دارد، از سوی دیگر، توجه صِرف به اهداف بشردوستانه و بی‌توجهی به امور مالی، متضمن یک شکست بزرگ سازمانی است. از این رو پژوهش حاضر با هدف تعیین نقش خادمیت و نحوه تأثیر آن در تعدیل تصمیم‌گیری‌های اخلاقی و مالی مدیران می‌باشد.

روش: پژوهش حاضر از نوع کیفی بوده و از نظر هدف، بنیادی می‌باشد و در چارچوب پژوهش تاریخی ـ هرمنوتیکی اجرا شده است. اطلاعات و داده‌های این تحقیق با روش کتابخانه‌ای، از میان حدود 130 مقاله و پژوهش داخلی و خارجی معتبر بین سال‌های 1994 تا 2014 در حوزه‌های مرتبط، با استفاده از نمونه‌گیری غیر تصادفی و هدفمند (قضاوتی) استخراج گردیده و از ابزار تحلیل هرمنوتیکی به منظور بررسی متون و منابع، در جهت تبیین علمی نقش خادمیت در تعدیل تصمیم‌گیری‌های مالی و اخلاقی مدیران، استفاده شده است.

یافته‌ها: نتایج بررسی‌ها نشانگر آن است که خادمیت می‌تواند از سویی با تکیه بر معنویت و مسؤولیت‌های اجتماعی سازمان (در قبال نسل حاضر و نسل آتی)، و از سوی دیگر با در نظر گرفتن اهداف مالی سازمان، به تعدیل مدل‌های تصمیم‌گیری مالی منتهی شود و توسعه پایدار را برای سازمان، به ارمغان آورد. چنین خادمیتی، خادمیت اجتماعی ـ سازمانی نام‌گذاری شده است. همچنین با تلفیق مدل‌های تصمیم‌گیری رایج و مدل تصمیم‌گیری اخلاقی والانس، فرآیند تعدیل شده تصمیم‌گیری به منظور توجه توأم به اهداف مالی و اجتماعی، ارائه شده است.

نتیجه‌گیری: بدون توجه به ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی، سازمان‌ها گرفتار چرخه وفور غیر عقلانی شده و توسعه پایدار، برای آنها امری ناممکن خواهد بود. لذا توجه به این ارزش‌ها، در کنار اهداف مالی، برای رشد، بقا و توسعه پایدار سازمان ضروری به نظر می‌رسد.

کلید واژگان: *تصمیم‌گیری اخلاقی، تصمیم‌گیری مالی، خادمیت*

سرآغاز

از ابتدای قرن بیستم، توجه خاصی به موضوعات روح، معنویت[1] و معنوی بودن در جوامع غربی مبذول شده است، در سال‌های اخیر، این توجه به سمت محیط کاری تغییر جهت داده و به نقش معنویت در بهبود سازمان‌ها، بازارها و اقتصاد و در نهایت کل جامعه پرداخته شده است (1). نکته اساسی در این مباحث این است که افراد معنوی در محیط کسب و کار، اخلاق حرفه‌ای[2] را رعایت کرده و بدین ترتیب، منافع عمده‌ای را برای سازمان به ارمغان می‌آورند (2). به نظر می‌رسد نفوذ گسترده معنویت در مفاهیم مدیریتی، بتواند زمینه‌ساز پیوند مفاهیم اقتصادی و تجاری با محیط زیست شده[3] و سبب رهایی از بحران‌های زیست محیطی شود، چراکه مادی‌نگری و

* نویسنده مسؤول: نشانی الکترونیکی: mo.gholami14 @ gmail.com

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.4.5.9]

توسعه‌طلبی (مفاهیم متضاد معنویت) از عوامل اصلی بحران‌های زیست محیطی معاصر به شمار می‌رود (3). همچنین در دهۀ اخیر، به دلیل تداوم بحران‌های محیط زیست، دیدگاه جهانی نسبت به مسائل اخلاقی (و معنوی) تغییر کرده و به عنوان عاملی مؤثر در رفع بحران‌های زیست محیطی مورد توجه قرار گرفته است، بسیاری از طرفداران محیط زیست، اکنون بر این باورند که سیاست‌های زیست محیطی، محتاج حمایت‌های اخلاقی و دینی می‌باشند (4).

هرچند موضوعاتی چون «معنویت»، «مسؤولیت‌های اجتماعی سازمان»[4]، «اخلاق»، «محیط زیست» و «تصمیم‌گیری در مسائل مالی»، هر یک به تنهایی بخش قابل توجهی از مقالات علمی را به خود اختصاص داده‌اند، اما در زمینه خادمیت[5] و ارتباط آن با مسؤولیت‌های اجتماعی و تأثیر آنها در تصمیم‌گیری‌های اخلاقی[6] و مالی مدیران[7]، فعالیت تحقیقی و پژوهشی چندانی در منابع داخلی و خارجی به چشم نمی‌خورد، در تحقیقی به مقایسه نظریه خادمیت و عاملیت[8] پرداخته شده است (5). همچنین در مقاله‌ای به بررسی صحت و اعتبار نظریه خادمیت میان‌دوره‌ای در راستای توسعه پایدار[8] پرداخته شده (6). پایان‌نامه‌ای با موضوع «تاثیر ابعاد معنویت بر استفاده از شهود در تصمیم گیری مدیران و رابطه آن با عملکرد مالی بانک» در نهایت بیان می‌کند که معنویت هم با سبک تصمیم گیری شهودی مدیران و هم با سبک تصمیم گیری عقلایی آنها رابطه مستقیم و معناداری دارد (7). در تحقیقی با عنوان «اخلاقیات و تصمیم» به مقایسه دنیای طبیعی و انسانی و ماهیت تصمیم‌گیری پرداخته شده و سه قطب اثر گذار بر هر تصمیم، منطقی بودن، ذهنیت و اخلاقیات معرفی شده است (8). در پژوهش دیگر، با ارائه یک متدولوژی چند شاخصه، پژوهشگران و تصمیم‌گیرندگان را قادر می‌سازد تا مسائل اخلاقی را در مدل‌سازی و تصمیم‌گیری دخالت دهند (9). در مقاله‌ای با عنوان «مدل‌یابی ارتباط بین اخلاق حرفه‌ای و معنویت در کار با مسؤولیت اجتماعی در میان پرستاران بیمارستان های دولتی شهر کرمانشاه» بیان شده است که معنویت در کار در رابطه بین اخلاق و مسؤولیت اجتماعی نقش میانجی را دارد که با تأیید نقش میانجی معنویت، اخلاق حرفه ای دارای اثر غیرمستقیم، مثبت و معنی‌دار بر مسؤولیت اجتماعی پرستاران می‌باشد (2). ضمن آنکه برخی راه حل بحران‌های زیست محیطی را بازگشت به مبانی دینی و معنوی معرفی می‌نمایند (10). و تحقیق دیگری نیز تلفیق اخلاق محیط زیست[10] با رهیافت ارزیابی راهبردی محیط زیست را راه دستیابی به توسعه پایدار می‌داند (11). رشد مقالات حوزه حفاظت از محیط زیست، نشانگر آن است که هر روز بر این آگاهی افزوده می‌شود که نمی‌توان مانند گذشته به مصرف منابع جهان ادامه داد. بدون لحاظ رفتارهای اخلاقی (در زمینه توجه به محیط زیست و احترام به نسل‌های آینده) حد نهایی زندگی بشری بر روی زمین، حداکثر 250 سال تخمین زده می‌شود (12). حال در این شرایط، انسان باید به این پرسش سخت پاسخ دهد که هنگامی که اکثریت افراد خواهان به حداکثر رساندن سود خود هستند، چگونه می‌توان از بهره‌برداری بیش از حد و تخریب منابع طبیعی جلوگیری کرد؟ (10) نویسندگان این مقاله معتقدند که خادمیت می‌تواند نقش مهمی در در این زمینه ایفا کند. در این مقاله به بررسی تعامل خادمیت با معنویت و مسؤولیت‌های اجتماعی سازمان و نقش آن در تعدیل تصمیم‌گیری‌های اخلاقی و مالی مدیران پرداخته شده است.

فرهنگ لغت معنویت را این چنین تعریف می‌کند: «حساسیت یا وابستگی به ارزش‌های مذهبی و مسائل مرتبط با روح به جای علاقمندی‌های دنیوی و مادی» (13). واضح است که انسان‌ها مختارند که هر گونه می‌خواهند، تصمیم‌گیری نمایند، این تصمیمات می‌تواند استفاده دوستانه و خلاقانه از منابع طبیعی باشد یا استفاده ناصحیح و تخریب همان منابع. اما از آنجایی که معنویت تأکیدی بر مفاهیم مادی ندارد، به تنهایی نمی‌تواند موجب دقت در استفاده کاراً از منابع گردد. در سوی دیگر، اقتصاد، اغلب به عنوان مسئله‌ای مادی در نظر گرفته می‌شود که بر حداکثرسازی مطلوبیت[11] متمرکز است، منابع را می‌توان هم در راستای اهداف مطلوب اجتماعی مصرف نمود و هم به صورت خودخواهانه و اسرافکارانه، اما به یقین، هدر دادن منابع در حقیقت نه چیزی (مانند مطلوبیت) را به حداکثر می‌رساند و نه

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.4.5.9]

رفتار عاقلانه‌ای به شمار می‌آید(14). معنویت بر خلاف اقتصاد بر ایثار و فداکاری تأکید دارد.

مفهوم خادمیت معانی مختلفی در سرتاسر تاریخ و البته در رشته‌های گوناگون علمی (حسابداری، اقتصاد، مدیریت و...) دارد، این واژه در دستور زبان فارسی، مصدر جعلی بوده و به معنای عملی است که از فرد خادم سر می‌زند(5). صاحب‌نظران، خادمیت را چنین تبیین نموده‌اند: «محافظت و خویشتن‌داری در جهت مراقبت از منابع با به‌کارگیری مدیریت پرورشی و صرفه‌جویانه طی استفاده از آن منابع» (15). خادمیت موجب خلق وظیفه و مسؤولیت در جهت مراقبت و محافظت از دارایی‌ها می‌شود (16). نظریه عاملیت (که در مقابل خادمیت قرار دارد)، بر مدل انسان اقتصادی استوار بوده و بیان می‌کند که مدیران همواره می‌کوشند تا منافع خود را حداکثر نمایند و خادمیت بر آن است که نشان دهد چگونه بر خلاف نظریه عاملیت که فقط بر محرک‌های اقتصادی پافشاری می‌کرد، برخی مدیران خواهان آن هستند که خود را وقف سازمان و اهداف آن نموده و خادمان خوبی برای سازمان و سرمایه‌های آن باشند (5).

درباره ارتباط معنویت و خادمیت، باید گفت که از دیدگاهی معنوی، خادمیت عبارت است از حفظ و مراقبت از منابعی که خداوند به انسان اعطا نموده و ایجاد محدودیت‌هایی به منظور سلب آزادی انسان در اینکه بخواهد با انگیزه افزایش سود، هر طور که می‌خواهد از (منابع) دنیا بهره‌برداری کند (16). لذا خادمیت، از این منظر، چنین تعریف می‌شود: انجام کارهایی که: 1ـ به انسان و افرادی که اکنون اطراف او هستند نفع برساند 2ـ موجب نفع رساندن به نسل‌های آینده شود. چراکه در نظر گرفتن نسل‌های بعدی و فراهم ساختن شرایط برای آنها، نهایت اخلاقیات است که انسان‌ها قادر به انجام آن می‌باشند (15). در زمان‌های گذشته، «خادمیت» ابزاری به منظور حفاظت از قلمرو تلقی می‌شد تا زمینه را برای حکومت پادشاه کوچک (که هنوز به سن قانونی نرسیده) فراهم کند، اکنون پادشاهان کوچک، نسل آتی هستند و باید به گونه‌ای عمل نمود تا علاوه بر استفاده از منابع در عصر حاضر، زمینه برای نسل آینده، فراهم شود و آنها بتوانند قدرت تصمیم‌گیری داشته باشند (17). این نگاه، منطبق بر مسؤولیت‌های اجتماعی سازمان است. در سال 1971 کمیته توسعه اقتصادی، مسؤولیت‌های اجتماعی سازمان را این گونه تشریح نمود: «امروزه روشن است که مفهوم تعامل بین جامعه و تجارت و کسب و کار به طرق گوناگون در حال تغییر است. کسب و کار باید مسؤولیت‌های گسترده‌تری را در خصوص جامعه نسبت به قبل بپذیرد و محدوده گسترده‌تری از ارزش‌های انسانی را مورد نظر داشته باشد.» (18). برخی معتقدند که منابع موجود باید در جهت اهداف وسیع اجتماعی مورد استفاده قرار گیرند، نه فقط برای منافع افراد خاص و شرکتهای خصوصی (19). بنابراین مسؤولیت اجتماعی سازمان عبارت است از رفتاری اخلاقی در سطح سازمانی، که تلاش می‌نماید جامعه، اقتصاد و محیط زیست را از اینکه آنها را به‌طور کامل، در تمام تصمیمات و فعالیت‌های سازمانی‌اش در نظر می‌گیرد، مطمئن نماید (20). توجه به مسؤولیت‌های اجتماعی در کنار معنویت، می‌تواند مکمل مفهوم خادمیت باشد.

از سوی دیگر (در بُعد مادی) اطلاعات مالی برای اهداف خادمیتی و تصمیم‌گیری‌ها بسیار حیاتی هستند (21). یکی از بزرگترین موانع در رعایت اصول اخلاقی و اجتماعی به هنگام تصمیم‌گیری، این حقیقت است که مسائل مالی، تا حد زیادی ریشه در اقتصادی دارد که «خودپرستی عقلایی»[12] را در نظر می‌گیرد (22). این تصور عقلایی در تمامی افرادی که به اقتصاد و معاملات اقتصادی علاقه‌مند هستند، وجود دارد، لذا اکثر مردم در صدد اقداماتی هستند تا منافع شخصیشان را افزایش دهند. همچنانکه در کتب اقتصاد خرد و مدیریت مالی به چشم می خورد، انسانِ عاقل اقتصادی فقط از انگیزه نفع شخصی تأثیر می پذیرد و نفع شخصی برای مصرف کننده، حداکثر ساختن رضایت خاطرِ حاصل از مصرف کالاها و خدمات است. او می تواند کالاهای گوناگون را براساس میزان مطلوبیت آن‌ها دسته بندی کرده و با عقل حسابگر خود، بهترین راه دستیابی به حداکثر مطلوبیت را تشخیص دهد (23). متأسفانه دانشجویانی که قرار است تصمیم‌گیرندگان مسائل مالی در آینده باشند، همواره می‌آموزند که نفع شخصی را در نظر بگیرند. یافتن بهینه پارتو در اقتصاد رفاهی کشورهای توسعه یافته، یعنی جایی که

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.4.5.9]

همه افراد در شرایط اقتصادی و وضعیت مالی و رفاهی مناسب بوده و کمتر کسی را می‌توان یافت که در وضعیت اسف‌بار مالی و رفاهی به سر برد، امری دشوار و حتی غیر ممکن به نظر می‌رسد، لذا تلاش برای تخصیص کارآی[13] منابع کمتر صورت می‌گیرد. دو مدل تصمیم‌گیری در مسائل مالی، به منظور حل مشکل تخصیص کارا به وجود آمده‌اند:

1- مدل انگلیسی ـ آمریکایی که مبتنی بر اصول مدرسه کلاسیک اقتصاد بریتانیا بوده و بر جدایی اقتصاد از اخلاقیات تأکید دارد و به بیشتر نگاه علمی به اقتصاد دارد تا نگاه هنری (6).

2- مدل ژاپنی ـ اروپایی که بیشتر همسو با عقاید اقتصاددانان آلمانی و اتریشی بوده و بیان می‌کند که مسائل اقتصادی و اخلاقی به صورت تفکیک‌ناپذیری در یکدیگر تنیده شده‌اند (6).

در مدل انگلیسی ـ آمریکایی، تمرکز بر ثروت برای گروهی کوچک (سهامداران)[14] است. در حالی که طبق مدل ژاپنی ـ اروپایی، ثروت باید چنان توزیع شود که شامل حال تمام ذینفعان[15] (اجتماع حاضر) گردد. البته در مدل ژاپنی ـ اروپایی، نیز واژه «ذینفعان» ناظر به افراد نسل حاضر است. هدف مدیریت در مدل انگلیسی ـ آمریکایی به حداکثر رساندن ثروت سهامداران با در نظر گرفتن ملاحظات قانونی و همسو با بازار بورس، می‌باشد و در مدل اروپایی ـ ژاپنی، هدف مدیریت به حداکثر رساندن ثروت سازمان است که نتایج آن به تمام ذینفعان (که یک گروه آنها سهامداران هستند) باز می‌گردد (6 و 24). فرآیندهای تصمیم‌گیری نیز بیشتر به منظور بهینه‌سازی و حداکثرسازی بازده و در راستای منافع مالی و اقتصادی سازمان طراحی و تدوین شده‌اند تا جایی که رفتار سازمان، هنگامی که درصدد است که بازده کار را به حداکثر برساند، تصمیم‌گیری و تعیین الگوی بهینه‌سازی نامیده می‌شود (25). در این نگاه، تصمیم‌گیری صحیح، مستلزم طی نمودن مراحل زیر است:

1ـ اطمینان داشتن به ضرورت یک تصمیم‌گیری

2ـ شناسایی معیارهای تصمیم

3ـ تعیین ضریب هر معیار

4ـ ارائه راه‌ها یا حالت‌ها (راه حل‌ها)

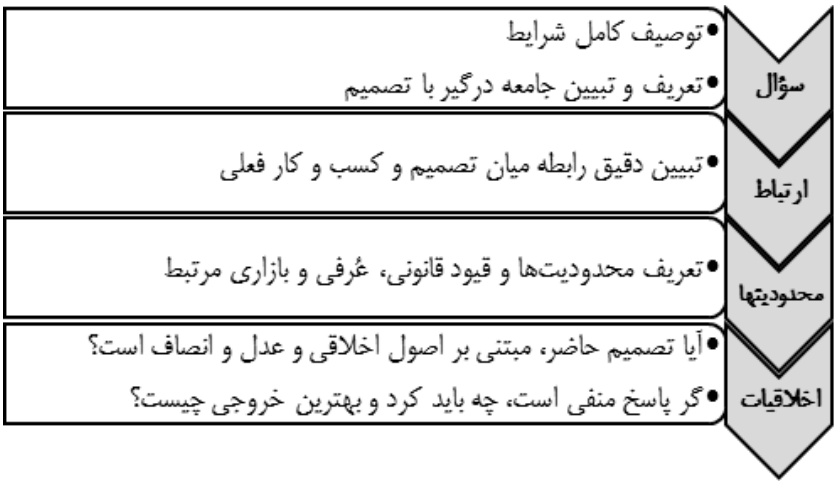
5ـ ارزیابی راه‌ها یا حالت‌ها (راه حل‌ها)

6ـ انتخاب بهترین راه حل (25).

اما در میان مدل‌های تصمیم‌گیری، مدل‌های معدودی وجود دارند که بر مسائل اخلاقی تأکید می‌کنند، مانند مدل تصمیمات اخلاقی والانس (EDM) که متشکل از چهار مرحله است (26):

در مجموع، برخی از مدل‌های تصمیم‌گیری، تنها بر افزایش بازده تأکید دارند و برخی دیگر نیز فقط بر مسائل اخلاقی پافشاری می‌نمایند.

طبق آنچه ذکر گردید، طبیعی است که فرض نماییم خادمیت با



نگاره 1: مدل تصمیم‌گیری‌های اخلاقی والانس

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.4.5.9]

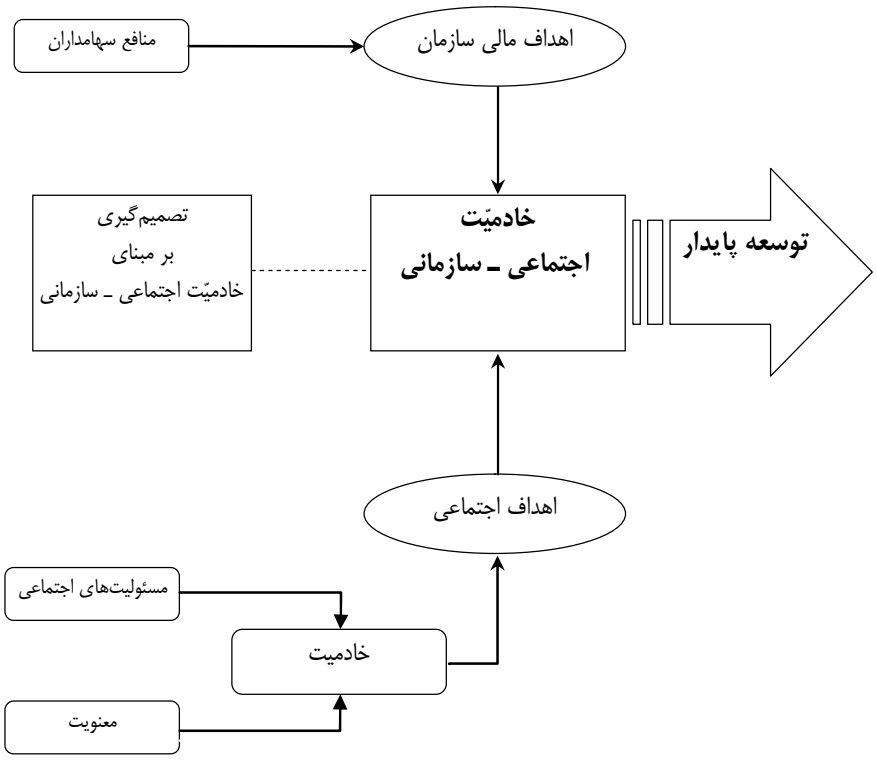
تکیه بر معنویت و مسؤولیت‌های اجتماعی سازمان، می‌تواند از سویی جنبه‌های اخلاقی و اجتماعی را وارد مدل‌های تصمیم‌گیری مالی نموده و از سوی دیگر با در نظر گرفتن منافع سازمان و خدمت به سهامداران، امور مالی و اقتصادی را در تصمیم‌گیری‌های اخلاقی داخل نماید و با تعدیل مدل‌های تصمیم‌گیری مالی و اخلاقی، میان آنها، موازنه‌ای برقرار کند، به گونه‌ای که تصمیمات مدیران، هم شامل صلاح مالی و اقتصادی سازمان و سهامداران باشد و هم اصول و موازین اخلاقی و اجتماعی را برای تمام ذی‌نفعان (نسل حاضر و آتی) در نظر بگیرد. بدین ترتیب که مدیران، از سویی خادم سازمان و منافع آن باشند و از سوی دیگر، به اجتماع خدمت نمایند، چراکه رعایت منافع اجتماعی، هیچ تضادی با منافع سازمانی ندارد. از این رو هدف پژوهش حاضر، تعیین نقش خادمیت و نحوه تأثیر آن در تعدیل تصمیم‌گیری‌های اخلاقی و مالی مدیران می‌باشد.

روش

پژوهش حاضر از نوع کیفی بوده و از نظر هدف، بنیادی (پایه‌ای) می‌باشد که در چارچوب تحلیل تاریخی ـ هرمنوتیکی، با استفاده از راهبرد کیفی «هرمنوتیک»[16] اجرا شده است. از تحلیل هرمنوتیک، بیشتر برای تحلیل مستندات استفاده می‌شود و در سابقه تاریخی، ابتدا از آن برای مطالعات متون تاریخی، به ویژه متون مقدس استفاده شده است. در این روش تحقیق، محقق با استفاده از داده‌هایی که جمع می‌کند، مفهوم سازی می‌نماید (27 و 28). در تحقیق حاضر، محققان از فرآیند هفت مرحله‌ای هرمنوتیک (28) تبعیت کرده‌اند، برای این منظور ابتدا محققین به روش کتابخانه‌ای، به جمع‌آوری و مرور کتاب‌ها، مقالات و تحقیقات صورت گرفته داخلی و خارجی، در سال‌های 1994 تا 2014 در حوزه‌های خادمیت، معنویّت، مسؤولیت‌های اجتماعی، تصمیم‌گیری‌های مالی و تصمیم‌گیری‌های اخلاقی پرداختند و حدود 130 پژوهش (اعم از مقالات ISI، پژوهشی، ترویجی، کنفرانسی و پایان‌نامه)، از پایگاه‌های داخلی سیویلیکا، پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی، بانک اطلاعات نشریات کشور (مگ‌ایران) و آرشیو مجلات مرتبط و پایگاه‌های خارجی ProQuest، Emerald و Elsevier و برخی پایگاه‌های دیگر تحت پوشش Google scholar جمع آوری گردید. پس از بررسی، تحقیقاتی که بر اساس نظر محققین به کار پژوهشی حاضر، مرتبطتر و در دسترس‌تر بود، گزینش شد، لذا نمونه‌گیری این پژوهش، غیر تصادفی و هدفمند (قضاوتی) می‌باشد. البته با توجه به جدید بودن موضوع، بخش مرور ادبیّات پژوهش‌های جمع‌آوری شده، بیشتر از یافته‌های آنها به کار محققین آمد. ضمن آنکه تعداد اندکی از مقالات پیش از سال 1994 نیز به دلیل وابستگی و همسویی کامل و غیر قابل اغماض با موضوع پژوهش، به کار گرفته شد. پس از مطالعه منابع و مقالات، فهرستی از کلیدواژه‌های مرتبط با موضوع تهیه شد و پس از مشورت با صاحب‌نظران، فهرست نهایی مفاهیم و کلیدواژه‌ها، معنویت، نظریه عاملیت، نظریه خادمیت، مسؤولیت‌های اجتماعی سازمان، مراقبت از محیط زیست، توسعه پایدار، نظریه‌های اصلی تصمیم‌گیری در مسائل مالی، اقتصادی و اخلاقی تشخیص داده شد. پس از تکمیل فهرست نهایی کلیدواژه‌ها، جمع‌آوری اطلاعات و مطالعات کتابخانه‌ای ادامه یافت و محققین پس از بررسی تحقیقات صورت گرفته، در صدد تبیین روابط مفاهیم با یکدیگر بر آمدند که حاصل آن، شناسایی برخی وجوه مشترک مفاهیم منتخب با یکدیگر و تهیه فهرستی از آنها بود که به دسته‌بندی داده‌های گردآوری شده، منتهی گردید، ضمن آنکه محققان در این مرحله از میان مدل‌های مالی استخراج شده، دو مدل تصمیم‌گیری مالی انگلیسی ـ آمریکایی و اروپایی ـ ژاپنی (آلمانی ـ ژاپنی) را مبنای تصمیم‌گیری‌های مالی، و مدل تصمیم‌گیری‌های اخلاقی والانس را مبنای تصمیم‌گیری‌های اخلاقی قرار دادند، سپس اطلاعات دسته‌بندی شده، با دیدگاه انتقادی، به صورت موردی با فرهنگ‌های لغت تخصصی و سایر منابع در دسترس تطبیق داده شد و اصلاحات لازم بر آنها صورت گرفت. ضمن آنکه به بررسی متغیر اصلی تحقیق (خادمیت) در منابع دینی نیز پرداخته شد و تعدادی از احادیث مرتبط جمع آوری و سپس موارد اصلی و مرتبط با موضوع از میان آنها گزینش شد. در مرحله بعد اعتبار منابع و مقالات مورد

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.4.5.9]



نگاره 2: خادمیت اجتماعی ـ سازمانی

استفاده، با دقت بیشتر، بررسی گردید. سپس از برخی خبرگان و محققان حوزه‌های مرتبط خواسته شد تا نظر خود را درباره نحوه دسته‌بندی و ارتباط داده‌ها و مفاهیم با یکدیگر بیان نمایند، حاصل کار این مرحله، اصلاحاتی جزئی در ساختار ارتباطات مفاهیم و متن‌سازی مجدد و استفاده از چند منبع تکمیلی دیگر بود. پس از آن، مفاهیم مرتبط و شیوه ارتباط آنها، گزینش شده و در نهایت، مجوع نتایج حاصل شده در قالب الگوی کدگذاری بصری به دست آمد.

یافته‌ها

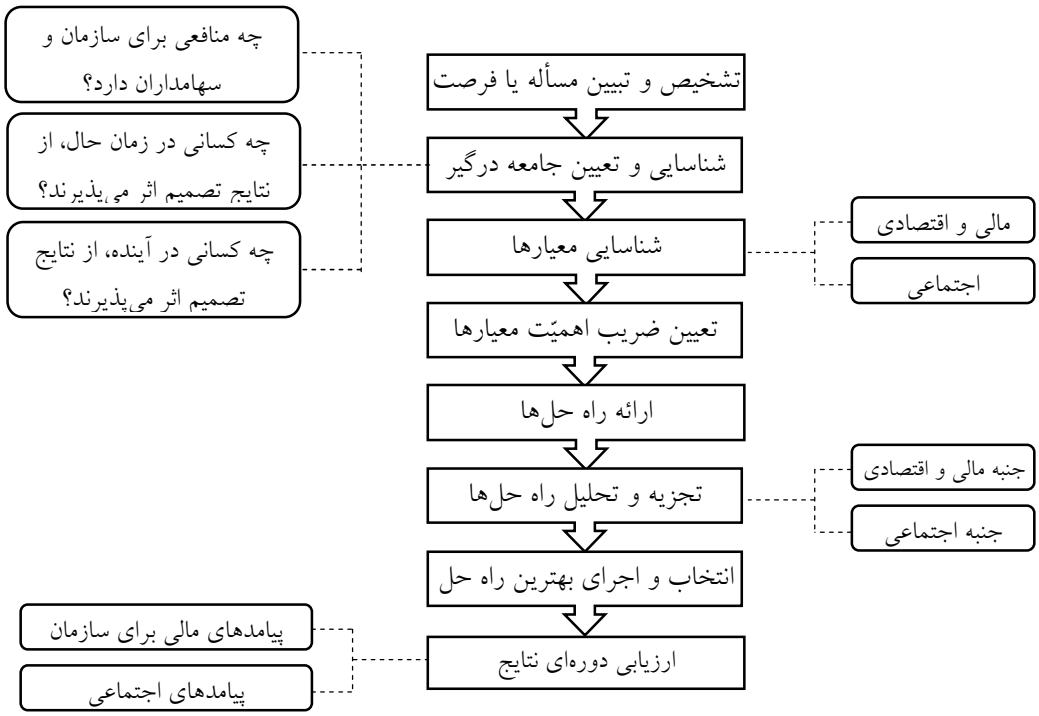
نتایج تحلیل هرمنوتیکی داده‌ها نشانگر ان است که معنویت و مسؤولیت‌های اجتماعی سازمان، بر خادمیت مدیران (نسبت به اجتماع) اثرگذار می‌باشند و توجه به این امر، می‌تواند تصمیم‌گیری‌های مدیران در مسائل مالی را تعدیل نماید، بر اساس یافته‌های تحقیق، تلفیق توجه مسؤولیت‌های اجتماعی و معنویت، موجب پدیدار شدن خادمیت اجتماعی در سازمان می‌شود، از سوی دیگر با در نظر گرفتن اهداف مالی سازمانی و وظایف رسمی مدیران در قبال سهامداران، مفهوم خادمیت اجتماعی ـ سازمانی، به منظور تعدیل مدل‌های تصمیم‌گیری مالی و اخلاقی به دست می‌آید. در این دیدگاه، مدیران تصمیم‌گیرنده، علاوه بر آنکه عامل، نماینده و خادم سازمان و سهامداران می‌باشند، سعی در خدمت‌رسانی به اجتماع معاصر و آینده را نیز دارند، بنابراین، ضمن آنکه در راستای منافع سهامداران (وظایف رسمی) تلاش می‌نمایند، خادمین اجتماع نیز می‌باشند (وظایف اخلاقی) و قصد دارند تا به تمام ذینفعان (حال و آینده) سود برسانند. برای این منظور لازم است که فرآیند تصمیم‌گیری بر مبنای خادمیت اجتماعی - سازمانی طی شود. این فرآیند تلفیق مدل‌های تصمیم‌گیری مالی و مدل اخلاقی والانس می‌باشد.

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.4.5.9]

محققان در این مقاله، از نمودار یا همان الگوی کدگذاری بصری به منظور ارائه یافته‌های خود استفاده نمودند، چرا که نمودار باعث معطوف نمودن توجه مخاطب به نتایج کلی و اصلی و ارتباط آنها با یکدیگر، بدون نیاز به پرداختن به جزئیات آنها می شود و به طور کلی روابط را شفاف و آشکار می نماید (29). یافته های این تحقیق در قالب الگوی کدگذاری بصری مطابق نگاره 2 و 3 می‌باشد:

همانطور که ذکر گردید، هیچ یک از دو مدل تصمیم‌گیری‌های مالی انگلیسی - آمریکایی و اروپایی - ژاپنی، تمام جنبه‌های اخلاقی (از جمله نیازهای نسل‌های آتی) را در بر نمی‌گیرند، لذا با وارد نمودن مدل تصمیم‌گیری اخلاقی والانس، سعی شده است تا فرآیند صحیحی به منظور تصمیم‌گیری با توجه به اهداف اخلاقی و مالی ارئه شود. در نهایت ثمره تصمیم‌گیری صحیح در مسائل مالی با رویکرد اخلاقی، توسعه پایدار می‌باشد. چراکه معضل رایج تصمیم‌گیری‌های فعلی آن است که بر مزایای نسل حاضر تأکید شده و نیاز نسل‌های آتی اغلب نادیده گرفته می‌شود، این معضل در حقیقت تمام بدنه توسعه پایدار را هدف قرار داده است و توسعه هنگامی می‌تواند پایدار گردد که در نسل‌های آینده نیز استمرار داشته باشد. لذا خادمیت زمینه‌های مشترک فراوانی با توسعه پایدار دارد. تعریف رایج توسعه پایدار، چنین است: توانایی برآورده ساختن نیازهای نسل حاضر بدون به خطر انداختن توانایی نسل‌های آینده در جهت برآورده ساختن نیازهایشان (30). توسعه پایدار نه تنها بیانگر دغدغه استفاده منابع اقتصادی و طبیعی است، بلکه دغدغه‌های برابری میان نسلی و محیط زیستی را نیز در بر می‌گیرد (31). کسب و کارهایی که به واقع در صدد توسعه پایدار هستند، دیدگاهی فرازمانی به ذینفعان دارند. چنین کسب و کارهایی تلاش می‌کنند تا منافع خود را برای نسل کنونی و آینده، حفظ کنند. در این رویکرد، هم به سهامداران و هم به سایر ذینفعان خدمت‌رسانی می‌شود. دو تن از پژوهشگران این حوزه، معتقدند



نگاره 3: فرآیند تصمیم‌گیری اخلاقی ـ مالی بر مبنای خادمیت اجتماعی ـ سازمانی

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.4.5.9]

که توسعه پایدار و موفقیت‌های مالی سازمان‌ها، به عنوان یک پدیده رقابتی مطرح شده است. لذا نفع سهامداران توأم با تعهد واقعی به توسعه پایدار خواهد بود. در سوی دیگر، این تعهد به سایر ذینفعان (حال و آتی) نیز منفعت می‌رساند (32 و 33). اما از آنجایی که توسعه پایدار بدون در نظر گرفتن مفاهیم اقتصادی و اصول کسب و کار غیرممکن است، غفلت از شرایط کنونی و تمرکز صِرف بر آینده ممکن است عواقب جبران‌ناپذیری در پی داشته باشد، لذا نمی‌توان کسب و کارها را از سودآوری منع نموده و آنها را فقط متوجه اهداف بشردوستانه کرد، حتی حرکت به چنین سمتی متضمن یک شکست بزرگ سازمانی است (34). از این رو تحقق توسعه پایدار، از تصمیمات صحیح مالی و اخلاقی می‌گذرد. عدم توجه به اصول اخلاقی در تصمیم‌گیری‌های سازمان، عواقب بلندمدت اسف‌باری به دنبال خواهد داشت. رابطه مسائل اخلاقی با توسعه پایدار، مانند مرگ و زندگیست (و بدون در نظر گرفتن مسائل اخلاقی، توسعه پایدار امری غیرممکن است)، اگر کسب و کار عمومی به اصول توسعه پایدار (رعایت مسائل اخلاقی) عمل نکنند، وضعیت زندگی کنونی نیز به زودی از دست خواهد رفت (34). برای این منظور، پس از بررسی فرآیندهای تصمیم‌گیری گوناگون، فرآیند تصمیم‌گیری اخلاقی ـ مالی بر مبنای خادمیت اجتماعی ـ سازمانی به منظور توجه همزمان به مسائل اخلاقی و مالی، ارائه شده است.

طبق فرآیند فوق، مدیران ابتدا باید مسأله یا فرصت پیش رو را تبیین نمایند و سپس جامعه درگیر با تصمیم را به خوبی شناسایی کنند، این جامعه سهامداران، اجتماع حاضر و اجتماع آتی را در بر می‌گیرد که باید تأثیرات تصمیم بر آنها تبیین شود. سپس تمامی معیارهای مالی و اجتماعی شناسایی می‌شود و برای هر یک ضریبی که نشان دهنده اهمیّت آن معیار می‌باشد، تعیین می‌گردد. در مرحله بعد راه حل‌های گوناگون ارائه می‌گردد و مدیران با توجه به معیارها و ضریب آنها، راه حل‌های گوناگون را از جنبه‌های مالی و اجتماعی تجزیه و تحلیل نموده و بهترین راه حل‌ها را انتخاب می‌کنند. راه حل منتخب پس از اجرا، باید در دوره‌های زمانی معین ارزیابی شود تا پیامدهای احتمالی آن برای سازمان و جامعه، بررسی شود و اصلاحات لازم، پیش از بروز مشکلات اجتماعی و مالی، بر روی آن اعمال شود.

بحث

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که می‌توان اهداف اجتماعی و اهداف مالی سازمان را تعدیل نمود، ایجاد روحیه خادمیت به سبب پرورش معنویت و افزایش توجه سازمان به مسؤولیت‌های اجتماعی، نقش مهمی در این زمینه ایفا می‌کند. سازمان‌ها باید برای موفقیت، از ترکیب توأم مدل تصمیم‌گیری‌های مالی (شامل دو مدل انگلیسی ـ آمریکایی و اروپایی ـ ژاپنی) و اخلاقی استفاده نمایند و نیازهای نسل حاضر و آتی را به طور کامل، در نظر بگیرند تا بتوانند توسعه پایدار را محقق نمایند. به منظور پیاده‌سازی خادمیت اجتماعی ـ سازمانی، در جوامعی که مدل انگلیسی ـ آمریکایی تصمیم‌گیری‌های مالی بر آن حاکم است، باید در ارزشگذاری سهام در بازار بورس (در کنار سایر عوامل مهم اقتصادی) به فاکتورهای خادمیتی نیز توجه شود و از استقبال عمومی از بازار بورس، به عنوان وسیله‌ای در جهت تخصیص کارآی منابع استفاده شود. هرچند که این مدل در نهایت بر حداکثرسازی ثروت سهامداران تأکید دارد. در مقاله‌ای با عنوان «تأثیر کسب و کار بر محیط زیست»، به بررسی چگونگی تأثیر سیاست‌های زیست محیطی سازمان به کاهش ریسک و ایجاد مزیت رقابتی پرداخته شده است، نویسنده معتقد بود که اگر اجرای چنین سیاست‌هایی به اطلاع عموم برسد (و از آنها بهره‌برداری تبلیغاتی شود)، به افزایش عملکرد اهرم مالی سازمان و در نتیجه افزایش ارزش برای سهامداران متنهی خواهد شد (35).

اما پیاده‌سازی خادمیت اجتماعی ـ سازمانی در جوامعی که تصمیماتشان، بیشتر بر مبنای مدل اروپایی ـ ژاپنی، اتخاذ می‌گردد، آسان‌تر است. چراکه این مدل به مفاهیم خادمیتی نزدیک‌تر می‌باشد. در این مدل از ورود مستقیم گروه‌ها (مانند سهامداران) و اعطای حق تقدم به آنها در تصمیم‌گیری و ارزیابی، به سبب رویه‌های حاکمیتی سازمان جلوگیری شده

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.4.5.9]

است، لذا تسلط بر سازمان‌ها برای سهامداران بسیار مشکل است. این مدل به مدیران اجازه می‌دهد تا تصمیماتی اتخاذ کنند که هرچند با منافع گروهی از ذینفعان در کوتاه مدت مغایر است، اما در بلند مدت، موجب افزایش ثروت کل سازمان می‌شود، این امر بستر تصمیم‌گیری‌های مفید برای نسل‌های بعدی را هموار می‌کند. البته در مدل اروپایی ـ ژاپنی، تنها منافع نسل حاضر در نظر گرفته شده و توجهی به نسل‌های آتی نمی‌شود که این امر نیز باید اصلاح شود. ضعف دیگر مدل اروپایی ـ ژاپنی آن است که این مدل با تکیه بیش از حد به منابع مالی بانکی، در تخصیص کارآی منابع عملکرد قابل قبولی ندارد. در حالی که مدل انگلیسی ـ آمریکایی در تخصیص منابع، عملکرد بهتری داشته و برای بهبود ارزش سهام خود، از اصول حسابداری متنوعی استفاده می‌نماید (24).

در مدل ترکیبی ارائه شده، پیشنهاد می‌شود که مدیران، اصول اخلاقی و اجتماعی را در تصمیم‌گیری‌هایشان، نه از روی اجبار و ترس از قوانین نظارتی، بلکه با میل و اختیار و از روی حس خدمت به اجتماع، لحاظ نمایند، خادمیتی که ریشه در معنویت و مسؤولیت‌های اجتماعی دارد. در حالی که به نظر می‌رسد تصمیمات خادمیتی اتخاذ شده در عصر حاضر، بیشتر جنبه فرار از اتهام، رهایی از تهدیدات و ساخت ابزار تبلیغاتی به خود گرفته است (35). برای ارائه صحیح خادمیت اجتماعی ـ سازمانی، باید تصمیمات مالی و اداری شرکت‌ها بر مبنای اخلاقیات و منافع عمومی و در کنار نفع شخصی باشد تا به مراقبت و در عین حال استفاده صحیح از منابع خدادادی منتهی شود.

اما شاهد مثال اینکه گفته می‌شود رعایت اصول اخلاقی و اجتماعی در تصمیم‌گیری‌های مالی، موجب نجات و شکوفایی کسب و کارها شده و حتی اثر مثبتی بر افراد سازمان می‌گذارد، شرکت کانادایی دوفاسکو (Dofasco Inc) می‌باشد. این شرکت که در سال 1912 تأسیس شد، همواره به عنوان یکی از پایدارترین شرکت‌های جهان از سوی شاخص پایداری جهانی داو جونز (DJSI)[20] معرفی می‌شود، نماینده و مدیر اجرایی دوفاسکو می‌گوید: «ما معتقدیم که تعهد ما به اصول پایداری، برای مشتریان ما، سهامداران ما، کارکنان ما و انجمن‌هایی که با ما در تماس هستند، ارزش‌آفرینی می‌کند. ما در راستای خطوط سه‌گانه مسؤولیت در برابر محیط زیست، تعهد به جامعه و بهبود عملکرد مالی در حرکت می‌باشیم.» (36).

نتایج این تحقیق در بیان رابطه توسعه پایدار با اصول اخلاقی و خادمیتی، با یافته‌های برخی محققین همسو می‌باشد (6 و 11) همچنین موافق نتایج برخی تحقیقات مبنی بر دخالت دادن اصول اخلاقی در تصمیم‌گیری‌ها، می‌باشد (8 و 9). ضمن آنکه در بررسی‌های محققین، وجود رابطه مثبت میان اصول اخلاقی، مسؤولیت‌های اجتماعی و معنویت نیز تأیید گردید (10). مهم‌تر از همه آنکه در تعالیم اسلامی، بر خدمتگزاری و رساندن منفعت به بندگان خدا، تأکید ویژه‌ای شده است، به همین دلیل آموزه‌های اخلاقی فراوانی مانند قناعت، ایثار، سخاوت، ورع، مساوات و... در جای‌جای دین اسلام به چشم می‌خورد (37). ضمن آنکه در حدیث نبوی(ص) در این باره می‌خوانیم: آقا و بزرگ قوم، خدمتگزار آنهاست (38). در روایت دیگر نیز اهمیت منفعت رساندن چنین ذکر شده است: محبوب‌ترین بندگان خداوند نزد او کسانی‌اند که بیشترین منفعت را به بندگانش می‌رسانند و بیشتر از همه حق او را بر پا می‌دارند، کسانی که معروف (منشأ نیکی‌ها) و کارکردهای آن (نظیر قناعت، ایثار و...) را دوست دارند (و به آنها پایبند می‌باشند) (39). اوج فضیلت خدمتگزاری، آنجایی است که رسول گرامی اسلام(ص) می فرمایند: خدمت کردن مؤمن به برادر مؤمنش، مقامی است که فضیلت و ثواب آن جز با همانند آن (خدمت) به دست نیاید (40).

درباره محدودیت‌های پژوهش حاضر، باید به این نکته اشاره نمود که مطرح شدن موضوعات شناور و میان‌رشته‌ای در حوزه‌های متنوعی چون مدیریت، اقتصاد، حسابداری، محیط زیست، اخلاق و... موجب گستردگی بیش از حد داده‌ها و در نتیجه عدم امکان دسترسی به همه منابع و تحقیقات می‌گردد، لذا بزرگترین محدودیت این پژوهش را می‌توان گستردگی بیش از حد منابع قلمداد نمود. مقاله حاضر به صورت کیفی و در سطحی کلان به بررسی ارتباط میان متغیرها پرداخته است و تحلیل تجربی ارتباط هر یک از موارد، تحقیق جداگانه‌ای

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.4.5.9]

می‌طلبد، لذا به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود به منظور تبیین بهتر موضوع و تلاش در راستای وظایف انسانی، به بررسی تجربی روابط مطرح شده در این مقاله بپردازند.

نتیجه‌گیری

به نظر می‌رسد ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی، حلقه مفقوده اقتصاد نوین به حساب می‌آیند. شکست کسب و کارها در اقتصاد نوین، شاید موجب بازگشت به چنین ارزش‌هایی شود. متأسفانه اکنون دیگر دغدغه‌ای درباره استفاده از منابع به چشم نمی‌خورد و واقعیت تلخ این است که میزان اتلاف و هدر دادن منابع، معیاری برای سنجش موفقیت به حساب می‌آید. «آهنگ احتراق»[17] یا «نرخ سوختن» بیانگر میزان سرعت خرج کردن منابع مالی سازمان‌هاست. اکنون هر چه نرخ سوختن بیشتر باشد، آینده سازمان امیدوارکننده‌تر در نظر گرفته می‌شود (41).

مدیران باید تصمیماتشان را نه فقط با توجه صِرف به امور مالی و اقتصادی، بلکه با توجه توأم به مسائل اخلاقی، اجتماعی و مالی اتخاذ نمایند. مدیران نباید از توجه به کوچک‌ترین ارزش‌های خادمیتی غافل شوند و همواره باید تصمیماتشان را بر مبانی خادمیتی (اخلاقی و اجتماعی) استوار کنند. بدون توجه به این مبانی، دوباره گرفتار چرخه «وفور غیر عقلانی»[18] خواهند شد (42 و 43). لذا ضروری می‌نماید که این ارزش‌ها، نه تنها تبدیل به مبنای تصمیم‌گیری‌های مالی گردند، بلکه در سرفصل‌های دروس مدیریت مالی و تصمیم‌گیری‌های مالی نیز گنجانده شوند. چراکه دانش و بینشی که افراد در مراکز علمی و پژوهشی کسب می‌کنند، به صورت قابلیت‌ها و توانایی‌های فنی و تخصصی و نگرش‌ها در آنان ظاهر می‌شود و در شکل‌گیری خوی و منش اجتماعی آنها، مؤثر خواهد بود (44). سازمانی که می‌خواهد نجات یافته و در بلند مدت پایدار باشد، باید در کنار توجه به مسائل مالی، اصول اخلاقی و اجتماعی را در تصمیم‌گیری‌های خود در نظر بگیرند. اگر سازمان‌ها می‌خواهند عضوی از جامعه در نظر گرفته شوند، باید به عنوان عضوی مسؤول، در خدمت جامعه بوده و به بشریت خدمت کنند. آنها می‌توانند با استفاده از خادمیت اجتماعی ـ سازمانی، به سمت آینده حرکت کرده و اهداف والاتری را دنبال نمایند.

ملاحظه‌های اخلاقی

در این پژوهش، با معرفی منابع مورد استفاده، موضوعات اخلاقی چون سرقت علمی و رعایت حقوق محققین و پژوهشگران، محترم شمرده شده و از انتشار چندگانه و مجدد آن نیز خودداری شده است.

واژه‌نامه

معنویت	1. Spirituality
اخلاق حرفه‌ای	2. Professional Ethics
محیط زیست	3. Natural Environment
مسؤولیت‌های اجتماعی سازمان	4. Corporate Social Responsibilities (CSR)
خادمیت	5. Stewardship
تصمیم‌گیری‌های اخلاقی	6. Ethical Decision-Making
تصمیم‌گیری‌های مالی	7. Financial Decision-Making
توسعه پایدار	8. Sustainable Development
نظریه عاملیت	9. Agency Theory
اخلاق محیط زیست	10. Environmental Ethics
مطلوبیت	11. Utility
خودپرستی عقلایی	12. Rational Self-Interest
تخصیص کارآ	13. Efficient Allocation
سهامداران	14. Shareholders
ذی‌نفعان (برخورداران)	15. Stakeholders
هرمنتوتیک	16. Hermeneutics
آهنگ احتراق، نرخ سوختن	17. Burn Rate
وفور غیر عقلانی	18. Irrational Exuberance

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.4.5.9]

منابع

1. Memarzadeh-Tehrani G, Sanei M. (2011). Designing the standard model of measurement spirituality in Iranian administrative system. Iranian Journal of Public Administration Mission; 2(1): 1-27. (In Persian).
2. Mohajeran B, Shohoodi M. (2014). Structural modeling of relationship between professional ethics and spirituality at work with social responsibility among nurses in the public hospitals in Kermanshah city. Nurses Managment; 3 (2): 20-29. (In Persian).
3. Nabavi A, Shahryari M. (2014). Religion, morality and environment. Human & Environment; 12 (2): 69-83. (In Persian).
4. Richardson T. (2005). Environmental assessment and planning theory: four short stories about power, multiple rationality, and ethics. Environmental Impact Assessment Review; 25: 341-365.
5. Alvani S. (2002). Stewardship and agency theories: do managers serve the organizations or do organizations serve them? Journal of Management and Development Process; 16 (1):6-11 (In Persian).
6. Pirie WL, McCuddy MK. (2007). A preliminary test of the validity of a proposed intertemporal stewardship theory. Managerial Finance; 33 (12): 970 – 979.
7. Omidian M. (2010). A survey of the impact of aspects of spirituality on usage of intuition in manager's decision making and its relationship with the financial function of Khuzestan banks. [MA Thesis]. Ahvaz: Shahid Chamran University of Ahvaz. (In Persian).
8. Brans JP. (2002). Ethics and decision. European Journal of Operational Research; 136: 340–352.
9. Azar A, Rabieh M, Gheytasi F. (2008). Ethics in management science. Ethics in Science and Technology; 3 (1, 2). (In Persian).
10. Abedi-Sarvestani A, Shahvali M, Mohaghegh-Damad SM. (2007). Essence and outlooks of environmental ethics with emphasis on Islamic perspective. Ethics in Science and Technology; 2 (1, 2); 59-72 (In Persian).
11. Mohammadi-Ashnaei A, Mohammadi-Ashnaei MH. (2008). A review of the environmental ethics. Tehran: 1st Conference on Environmental Systems Planning and Management Engineering. (In Persian).
12. Hitt MA, Collins JD. (2007). Business ethics, strategic decision making, and firm performance. Business Horizons; 50: 353–357.
13. Merriam Webster Dictionary. (1976). G & C. Springfield, MA: Merriam Co.
14. Wilson R. (1997). Economics, ethics and religion: Jewish, Christian and Muslim rconomic thought. New York: New York University Press. P. 1-141.
15. Chadwick RF. (2012) Stewardship in encyclopedia of applied ethics. 2nd ed. San Diego: Academic Press. P. 235-241
16. Newton LH. (1997). Stewardship. In: Werhane PH, Freeman RE. (eds). The Blackwell encyclopedic dictionary of business ethics. Oxford: Blackwell Business.
17. Block P. (1993). Stewardship: choosing service over self-interest. San Francisco: Berrett-Koehler. P. 20.
18. Committee for Economic Development. (1971). Social responsibility of business corporations. New York: CED Publisher.
19. Frederich W. (1994). From CSR1 to CSR2. Journal of Business and Society; 33: 150-166.
20. Knowles G. (2011). Quality management, bookboon. Available at: http://bookboon.com/en/quality-management-ebook . Accessed: February 26, 2015
21. Gjesdal F. (1981). Accounting for stewardship. Journal of Accounting Research; 19(1): 208-231.
22. Rittenberg L, Tregarthen T. (2009). Principles of microeconomics. 1st ed. Washington: Flat World Knowledge, Inc. P. 394-396.
23. Henderson JM, Quandt RE. (1980). Microeconomic theory: a mathematical approach. 3rd ed. New York: McGraw-Hill. P.36-50.
24. Popov V. (1999). The ffinancial system in Russia compared to other transition economies: the Anglo-American versus the German-Japanese model. Comparative Economic Studies; 41(1): 1-42

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.4.5.9]

25.Robbins SP. (1996). Organizational behavior: concepts, theories, and applications. Translated by: Parsaeian A, Arabi SM. (1998). Tehran: Cultural Research Bureau. P. 221. (In Persian).

26.Vallance E. (1995). Business ethics at work. Cambridge: Cambridge University Press. P.42-52.

27.Patton MQ. (1990). Qualitative evaluation and research methods, New York: Sage Publications. P.85-86

28.Danaeifard H, Alvani M, Azar A. (2004). Quantative research methodology: a comprehensive approach. 1st ed. Tehran: Safar Press. P. 21-92 (In Persian).

29.Strauss AL, Corbin JM. (1998). Basics of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory. 2nd ed. New York: Sage Publication. P. 153

30.Brundtland Commission. (1987). Report of the world commission on environment and development (United Nations). [300 pages]. Available at: http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf . Accessed: April 07, 2015.

31.Barton C. (2001). Aiming at the target: achieving the objects of sustainable development in agency decision-making. Georgetown International Environmental Law Review; 13(4): 837-98.

32.Boyd C. (2001). Sustainability is good business, organisation for economic cooperation and development. The OECD Observer; (228):35.

33.Preston L. (2001). Sustainability at Hewlett-Packard: from theory to practice. California Management Review; 43(3): 26-37.

34.Payne DM, Raiborn CA. (2001). Sustainable development: the ethics support the economics. Journal of Business Ethics; 33(4): 157-68.

35.Toms S. (2002). Eco-logical. USA: FMAC Articles of Merit . P. 63.

36.AMM. (2001). Dofasco no. 1 resource firm in 'sustainability' rankings, American Metal Market; 109 (195): 6.

37.Kulayni M. (1987). Kitab al-Kafi. 1st ed. Tehran: Daralkotob Publication. P. 21-22. (In Arabic).

38.Payandeh A. (2003). Nahj-al feāa. 1st ed. Tehran: Donyaye Danesh Publication. P. 526. (In Arabic).

39.Majlisi MB. (1983). Bihar al-Anwar. 1st ed. Beirut: Dar Ehia Al-Torath Al-Arabi. P. 152. (In Arabic).

40.Muhammadi RM. (1996). Mizan al-Hikmah. Translated by: Shaykhi H. Qom: Dar al-Hadith. (In Arabic and Persian).

41.Ehrenberg D. (2013). Is your company dangerously rushing to scale? Available at: http://www.forbes.com/fdc/welcome_mjx.shtml. Accessed: May 15, 2015.

42.David L. (2004). Booms, bubbles and busts in US stock markets. London: Routledge Publications. P. 4-10

43.Shiller R. (2012). Finance and the good society. New Jersey: Princeton University Press. P. 1-5

44.Abedi-Sarvestani A, Shahvali M. (2008). The necessity and features of research on environmental ethics. Ethics in Science and Technology; 3 (3, 4): 56-61. (In Persian).

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.4.5.9]