

موضوع تحقیق: مسئولیت پذیری و اخلاقیات

استاد محترم: خانم دکتر صدیقه طوطیان

دانشجویان:

لیلا ملکی افوسی

فاطمه جنگی

نام درس: تئوریهای مدیریت پیشرفته

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تاریخچه

■ سابقه بحث رواج اخلاقی کار به حداقل ۲۰۰۰ سال پیش بر می‌گردد زمانی که سیسرو فیلسوف رومی در کتاب «مشاغل» درباره این موضوع سخن گفت ولیکن در ارتباط با نگرش‌ها و نظریات مربوط به مسئولیت اجتماعی سازمان، سابقه چندانی وجود ندارد. در دهه آخر قرن نوزدهم، در زمانی که شرکت‌های بزرگ و عظیم در حال شکل‌گیری بودند. صنایع بزرگ روزبه‌روز قوی‌تر می‌شدند، توجه جامعه به مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها بیشتر معطوف گردید. در سال ۱۹۱۹ محققان رشته بازرگانی برای اولین بار هشدار دادند که اگر بنگاه‌های اقتصادی در خصوص انجام مسئولیت اجتماعی خود احمال‌کاری کنند، جامعه بایستی به هر نحو ممکن اختیارات آنها را در خصوص فعالیت‌های اقتصادی‌شان سلب کند و کنترل آنها را در دست گیرد، از اوایل دهه ۱۹۲۰ سایر محققان مدیریت در نوشته‌های خود به مسئولیت اجتماعی بنگاه‌های اقتصادی تأکید کرده‌اند.

■ سرمایه گذاران مذهبی از سال ۱۹۲۶ در ایالات متحده آمریکا و از سال ۱۹۴۸ در بریتانیا به ارائه چهارچوب های اخلاقی برای سرمایه گذاری و فعالیت در عرصه کسب و کار پرداخته اند. در اواخر دهه ۱۹۶۰ در بریتانیا، سرمایه گذاری اخلاقی وارد مرحله ای جدی شد و گردهمایی های زیادی به کنکاش در زمینه گسترش این امر به تکاپو افتادند، چنین پدیده ای در حدود سال ۱۹۷۰ در ایالات متحده آمریکا اتفاق افتاد و اولین سرمایه گذاری، سرمایه گذاری پاکس (PAX) بود، که در سال ۱۹۷۱ تأسیس شد. در سال ۱۹۸۸ در بریتانیا برای سرمایه گذاری در زمینه ابزارهای الکترونیکی قابل استفاده در جنگ ها مباحثی مطرح شد به طوری که نتیجه آن در سال های بعد و به ویژه در سال ۱۹۹۷ کمیته مرکزی سرمایه گذاری متعلق به کلیسا اصولی را برای سرمایه گذاری وضع کرد. بر اساس این اصول، تنها سرمایه گذاری در آن دسته از شرکت های سازنده وسائل دفاعی، اخلاقی محسوب می شود که نیازهای وزارت دفاع را تأمین کنند و از فروش آن به گروه ها و کشورهای متخاصم دوری جویندالبته اخیراً اخلاق کار بیشتر مورد توجه قرار گرفته است و دلیل آن هم جنبش مسئولیت اجتماعی است که در دهه ۱۹۶۰ آغاز شد. (سلطانی، ماهنامه تدبیر: ۱۳۲)

اخلاق و اخلاق کار

■ اخلاقیات ارتباط نزدیک و تنگاتنگی با ارزشها دارند و به عنوان ابزاری نگرینسته می‌شوند که ارزشها را به عمل تبدیل می‌کنند. اخلاق، یعنی رعایت اصول معنوی و ارزشهایی که بر رفتار شخص یا گروه حاکم است، مبنی بر اینکه درست چیست و نادرست کدام است؟ (دقت، ۶۳۸: ۱۳۷۴) اخلاق، مفاهیمی چون: اعتماد، صداقت، درستی، وفای به عهد نسبت به دیگران، عدالت و مساوات و فضائل شهروندی و خدمت به جامعه را در بر می‌گیرد. اخلاق در معنی، تشخیص درست از نادرست و خوب از بد، همیشه موضوع مورد بحث فلاسفه بوده، آنها به عنوان یکی از شاخه‌های فلسفه، در مورد آن سخن گفته‌اند. به علاوه برخی مانند هایک اخلاق را تمدن‌ساز به شمار می‌آورند. (غنی نژاد، ۱۲۹: ۱۳۸۱) بیشتر استانداردها و قواعد اخلاقی در یک فرهنگ نسبت به فرهنگهای دیگر و در زمانهای مختلف با یکدیگر تفاوت دارند. به عبارت دیگر، نسبیت‌گرایی اخلاقی باعث می‌شود آنچه که در یک جامعه، عملی درست نامیده می‌شود در فرهنگ یا جامعه ای دیگر نادرست تلقی شود و میزان ابهام و بعضاً تعارض در ارزشها افزایش یابد

اخلاق کار (Business Ethics) به معنی شناخت درست از نادرست در محیط کار و آنگاه انجام درست و ترک نادرست است.

■ اخلاق کار، به عنوان شاخه‌ای از دانش مدیریت، از زمان پدیدار شدن نهضت مسئولیت اجتماعی در دهه ۱۹۶۰ پدیدار شد. در این دهه جنبشهای آگاهی بخش اجتماعی، انتظارات مردم را از سازمانها بالا برده، آنها را به این نتیجه رسانده بود که سازمانها باید از امکانات وسیع مالی و نفوذ اجتماعی خود برای رفع مشکلات اجتماعی، مثل: فقر، خشونت، حفاظت از محیط زیست، تساوی حقوق، بهداشت عمومی و بهبود وضع تحصیلات استفاده کنند. مردم بر این باور بودند که چون شرکتها و مؤسسات با استفاده از منابع کشور به سود دست می‌یابند، به کشور بدهکار و مدیون هستند و بایستی برای بهبود اوضاع اجتماعی تلاش کنند. اگرچه انگیزه و توجه شرکت به رعایت مسائل اخلاقی به سال ۱۹۲۳ و به بنیانگذار شرکت مبلمان و اثاثیه هرمان میلر دی جی دوپر بر می‌گردد ولی توجه به اخلاقیات در نوشته‌های مدیریت، در کتاب: وظیفه‌های مدیران چستر بارنارد و آثار ماکس وبر به چشم می‌خورد. (اشنایدر و بارسو، ۴۱۳: ۱۳۷۹). بارنارد بر این باور بود که ((ناممکن است سازمانهای رسمی بتوانند بدون عنصر اخلاقی عمل کنند. رهبری که به اصول اخلاقی عمل نمی‌کند نفوذ خود را از دست می‌دهد و نمی‌تواند برای مدت طولانی دوام آورد)) طرفداران اخلاق کار در دو دسته قرار می‌گیرند.

■ فردی مانند چپل بر این باورند که رعایت اخلاق کار، باعث افزودن ارزش به سهامداران شده، ابزاری برای دستیابی به هدف پیشینه کردن سود است (دیدگاه اخلاقیات ابزاری). در مقابل، افرادی مانند بارنارد، کوئین و جونز و میلتنون – اسمیت، دیدگاه غیر ابزاری داشته و باور دارند که سازمان بایستی گذشته از ملاحظاتی مالی، اخلاق کار، به دلیل آنکه ماهیت این کار درست است، باید آن را رعایت کند. در نظریه‌های نوین مدیریت از قبیل کارگزاری (Agency Theory)، ذینفعان (Stakeholders)، حاکمیت شرکتی (Corporate Governance)، و نهادینگی (Institutional Lization) نیز اخلاقیات به گونه‌ای مورد توجه است. (رحمانی سرشت، ۱۳۷۷)

نظریه های اخلاق و مسئولیت

همان‌گونه که گفته شد، از مسئولیت اجتماعی به عنوان اخلاقیات فرا سازمانی یاد می‌شود که مفهوم مسئولیت اجتماعی را می‌توان از بیشتر نظریه‌های اخلاق استنباط و استخراج کرد. برای روشن شدن بهتر مطلب ابتدا به اختصار نظریه‌های اخلاق تشریح می‌شود. هسمر (۱۹۹۵) یکی از کامل‌ترین دسته بندی ها را از تئوریهای اخلاق این‌گونه ارائه می‌کند. (هسمر ۱۳۸۲)

۱) قانون جاویدان (Eternal Law): این دیدگاه که به قانون طلایی نیز مشهور است بدین گونه خلاصه می‌شود که ((با دیگران آن گونه رفتار کن که دوست داری دیگران با تو رفتار کنند.))

۲) منفعت گرایی یا تئوری فرجام گرایی (Utilitarianism): این دیدگاه منطبق با تعریفی از اخلاق است که توسط جرمی بنتم متفکر بریتانیایی ارائه شده و بر نتایج و فرضیات فردی متمرکز است. بر این اساس، اخلاقی بودن یک رفتار، بر اساس میزان مطلوبیت آن بیان می‌شود. یعنی وقتی منافع یک عمل برای جامعه بیشتر از ضررهای آن باشد، آن عمل اخلاقی است.

۳) وظیفه‌گرایی یا آغازگرایی (Deontological): آغازگرایی در برابر فرضیه فرجام گرایی است. بر اساس این دیدگاه که توسط ایمانوئل کانت ارائه شد، هر عمل به نتیجه آن بستگی نداشته، به نیت شخص تصمیم گیرنده بستگی دارد.

■ ۴) عدالت توزیعی: در این تئوری که توسط جان راولز پیشنهاد شده، یک عمل را در صورتی که منجر به افزایش همکاری بین اعضای جامعه شود، می‌توان درست و عادلانه و مناسب (و بنابراین اخلاقی) نامید و عملی را که در جهت مخالف این هدف عمل کند می‌توان نادرست، ناعادلانه و نامناسب (و بنابراین غیر اخلاقی) نامید. در این دیدگاه، همکاری اجتماعی، اساس منافع اجتماعی و اقتصادی را فراهم می‌آورد و تلاش فردی کم اهمیت و در مواردی نادیده گرفته می‌شود.

■ ۵) آزادی فردی: بر اساس این دیدگاه که توسط رابرت نوزیک پیشنهاد شد، آزادی، نخستین نیاز جامعه است. بنابراین هر عملی که آزادی فردی را نقض کند، غیر اخلاقی است؛ حتی اگر منافع و رفاه بیشتری برای دیگران ایجاد کند. (هس، ۱۳۸۲)

■ امروزه مسئولیت اجتماعی مفهومی وسیع تر از فعالیتهای گذشته دارد. مسئولیت اجتماعی به طور اعم، به مجموعه فعالیتهایی گفته می‌شود که صاحبان سرمایه و بنگاه های اقتصادی به صورت داوطلبانه، به عنوان یک عضو مؤثر و مفید در جامعه، انجام می دهند.

■ گرفتن و بارنی مسئولیت اجتماعی را چنین تعریف می کنند؛ ((مسئولیت اجتماعی، مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان بایستی در جهت حفظ و مراقبت و کمک به جامعه ای که در آن فعالیت می کند، انجام دهد)).

■ درک فرنچ و هینر ساورد (۱۹۹۸) در کتاب: فرهنگ مدیریت در مورد مسئولیت اجتماعی می نویسند، ((مسئولیت اجتماعی، وظیفه ای است بر عهده موسسات خصوصی، به این معنا که تأثیر سوئی بر زندگی اجتماعی که در آن کار می کنند، نگذارد. میزان این وظیفه عموماً مشتمل است بر وظایفی مانند: آلوده نکردن، تبعیض قائل نشدن در استخدام، نپرداختن به فعالیتهای غیراخلاقی و آگاه کردن مصرف کننده از کیفیت محصولات. همچنین وظیفه ای است مبتنی بر مشارکت مثبت در زندگی افراد جامعه)) (هانگر و ویلن، ۵۱: ۱۳۸۴).

■ سطوح رفتارهاي اخلاقي

■ براي تشخيص و ملاحظه مباحث اخلاقي در قالب تصميمات و رفتارهاي اخلاقي، مي توان چهار سطح در نظر گرفت:

■ (۱) سطح اجتماعي

■ بزرگ ترين بخش آنچه رفتار اخلاقي محسوب مي شود، برگرفته از اجتماع است. امروزه مديران و ديگر کارکنان در محيطي شفاف تر کار مي کنند و اعمال و رفتارهاي شان به صورت روشن و واضح در انظار عمومي جلوه گر مي شود. تصميمات و رفتارهاي سازماني به وسيله رسانه هاي جمعي و بسياري از گروه هاي ذي نفوذ، آشکار و افشا مي شوند. جوامع به علت داشتن ارزش ها، سنت ها، ايدئولوژي ها و گرايش هاي مختلف در اخلاقي دانستن و يا ندانستن رفتارها متفاوت هستند. در واقع، فرهنگ که از روابط اجتماعي در محيط هاي خاصي ايجاد مي شود، مي تواند نقش مهمي در تصميمات و رفتارهاي مورد پذيرش و اخلاقي به وجود آورد.

۲) سطح قانونی

بخش اعظمی از آنچه جامعه به عنوان رفتار اخلاقی و قانونی تفسیر می کند، برگرفته از قوانینی است که توسط مراجع ذی صلاح به تصویب رسیده است. قوانین، بسیار مشابه استانداردها و ارزش های جامعه هستند، زیرا آنچه قانون می شود، منطقاً باید برگرفته از ارزش ها و فرهنگ جامعه باشد. در هر حال اعتقاد به اینکه رفتار بر پایه قانون، همیشه رفتاری اخلاقی است صحیح نیست؛ چرا که بسیاری از رفتارها به وسیله مراجع قانونی، قانونی تفسیر می شوند، اما آحاد جامعه و مردم به آنها به چشم مواردی غیر اخلاقی می نگرند. (گیوریان، ۳۹: ۱۳۷۹).

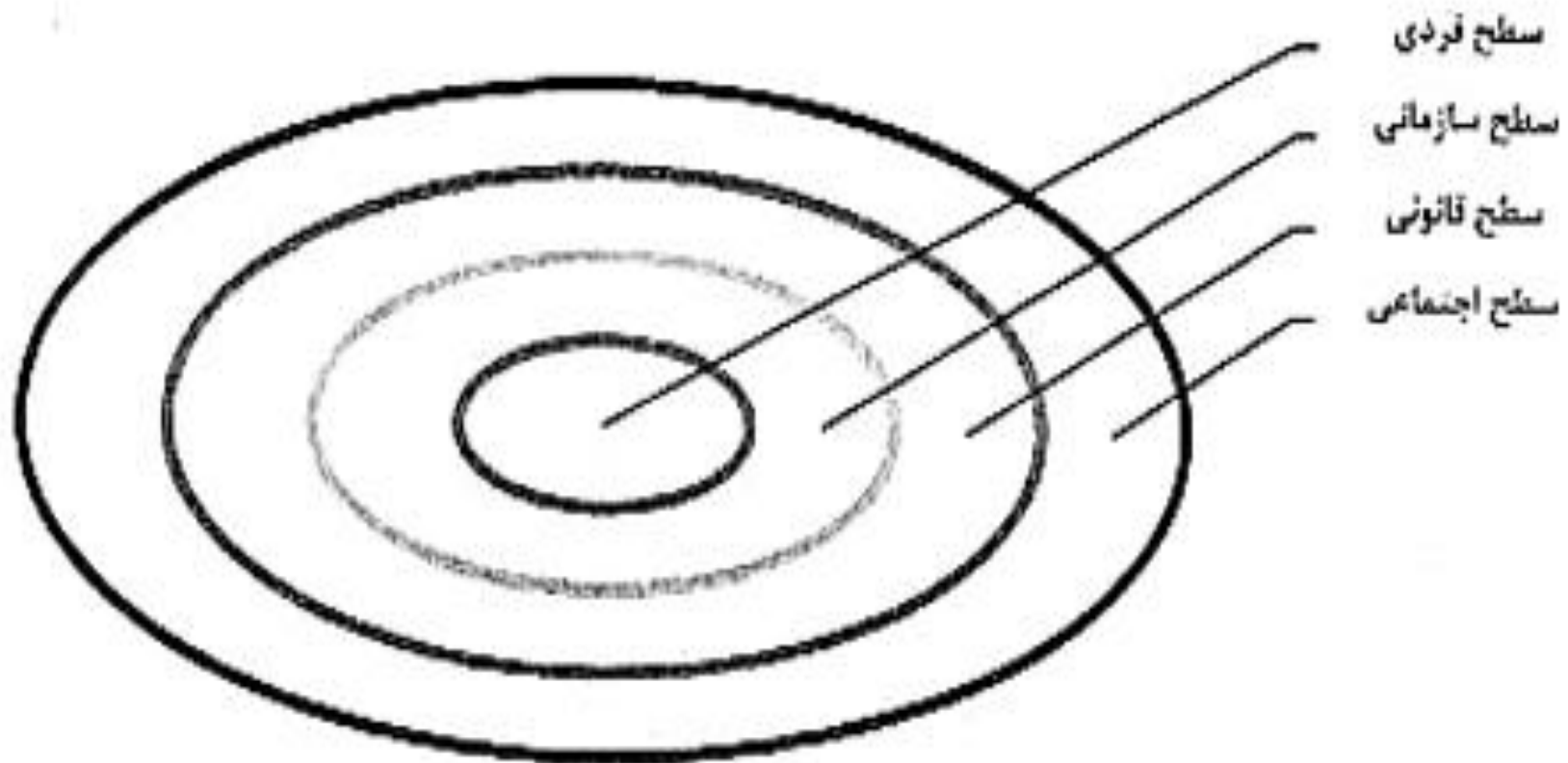
۳) سطح سازمانی

سازمان می تواند با اتکا به کارکنان و دستورالعمل های خود رفتار اخلاقی را از رفتار غیر اخلاقی متمایز و جدا نماید. سازمان ها برای استقرار اصول اخلاقیات از رویکردهای متفاوتی نظیر آموزش اخلاقیات، ایجاد کمیته های اخلاقی و تدوین ضوابط اخلاقی در سازمان ها استفاده می کنند. برجسته ترین عامل توسعه رفتار اخلاقی، تعهد و مشارکت واقعی مدیران است.

■ ۴) سطح فردی

■ با وجود تفسیرهای اجتماعی، قانونی و سازمانی در مورد آنچه اخلاقی است، اما بسیاری از افراد براساس ارزش‌های شخصی خود اقدام به تصمیم‌گیری و رفتار می‌کنند. عامل مؤثری که می‌تواند افراد را به سوی رفتار اخلاقی هدایت کند، وجود استانداردهای عالی اخلاق در افراد است که اشخاص را ملزم به رعایت ارزش‌هایی چون احترام به حقوق انسانی و شأن و منزلت او می‌کند. اگر افراد از نظر استانداردهای اخلاقی در سطحی پایین باشند، محدودیت‌های قانونی نیز کمتر می‌تواند در آنها رفتار اخلاقی را توسعه دهد.

شکل شماره (۱): سطوح رفتارهای اخلاقی



■ آثار مثبت رعایت مسئولیت اجتماعی بر عملکرد و موفقیت سازمان

■ گرچه حاکمیت اخلاق کار بر سازمان، منافع زیادی برای سازمان از بعد داخلی از جنبه‌های بهبود روابط، افزایش جو تفاهم و کاهش تعارضات، افزایش تعهد و مسئولیت‌پذیری بیشتر کارکنان، افزایش چندگانگی و کاهش هزینه‌های ناشی از کنترل هرد ولی از دیدگاه مسئولیت اجتماعی نیز از راه افزایش مشروعیت سازمان و اقدامات آن، التزام اخلاقی در توجه به اهمیت ذی‌نفعان، افزایش درآمد، سودآوری و بهبود مزیت رقابتی، و...، توفیق سازمانی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. در ادامه به تشریح این آثار مثبت و شواهد موید آن خواهیم پرداخت.

■ افزایش مشروعیت سازمان و اقدامات آن امروزه در شرایط جهانی شدن و شبکه‌های گسترده اطلاعاتی از سازمانها، انتظار می‌رود در برابر مسائل محیط زیست، رعایت منافع جامعه، حقوق اقلیتها و ... حساسیت داشته، واکنش نشان دهند. به علاوه این شبکه گسترده، تمام فعالیتهای سازمانها را زیر نظر دارد و به راحتی می‌تواند از راه انجمنها و مجامع مختلف، چهره سازمانها را در انظار عمومی خراب کند، بنابراین سازمانها ناچار به انجام اقدامات وسیع و گسترده برای جلب افکار عمومی هستند که وجه غالب آنها نشان دادن وجهه اخلاقی کارهای سازمان است.

گفتنی است که هر چه سازمانها بزرگتر باشند، باید حساسیت آنها هم نسبت به این مسائل بیشتر باشد رفتار غیراخلاقی، رفتار محیط کسب و کار را بر ضد خود تحریک کرده، موجب شکست سازمان می شود. (blucklyT۲۰۰۱:۲۶)

التزام اخلاقی در توجه به اهمیت ذی‌نفعان علاوه بر سهامداران، گروه‌های دیگری نیز وجود دارند که از اقدامات سازمان تأثیر می‌پذیرند و دارای منافع مشروعی از سازمان‌اند. از جمله این گروه‌ها می‌توان به مشتریان، تامین کنندگان مواد اولیه، دولت و جامعه اشاره کرد. لستر تارو و ایوان و فریمن بر این باورند که، پاسخ مثبت به ملزومات اخلاقی اجتماعی، با افزایش سود و ارزش افزوده در درازمدت، همراه است. (رحمانی سرشت، ۲۱: ۱۳۷۷)

کاهش هزینه های ناشی از کنترل

ترویج خودکنترلی در سازمان، به عنوان یکی از مکانیزم‌های اصلی کنترل، از مباحثی است که بنیان آن بر اعتماد، اخلاق و ارزشهای فردی قرار دارد. ترویج خودکنترلی باعث کاهش هزینه های ناشی از روشهای کنترل مستقیم شده و موجب بهبود سود می‌شود. این مستلزم تعهد کامل اعضا به تیم، مسئولیت پذیری همه اعضای تیم و داشتن احترام و اعتماد بین آنها و مدیریت است. (lau)

&ldrisT۲۰۰۳:۲۹۳

■ بهبود روابط، افزایش جو تفاهم و کاهش تعارضات

■ یکی از نتایج بهبود اخلاق کار در سازمان، تنظیم بهتر روابط در سازمان است که این به نوبه خود باعث افزایش جو تفاهم در سازمان و کاهش تعارضات بین افراد و گروهها شده، عملکرد تیمی را بهبود می بخشد. شاید بیشترین تأثیرات اصول اخلاقی مربوط به رفتار نیروی انسانی باشد. مطابق تحقیقات تروینو و یانگ بلاد تصمیم‌گیریه‌ای اخلاقی به طور عمده تحت تأثیر گزینش و استخدام افراد اخلاقی است و پاداش و تنبیه متداول تأثیر زیادی در رعایت اصول اخلاقی ندارد. (لاوسن، ۲۶۸: ۱۳۸۱)

■ افزایش تعهد و مسئولیت پذیری بیشتر کارکنان

■ چنانکه گفته شد اخلاق بر فعالیت انسانها تأثیر قابل توجهی دارد و لازمه عملکرد مناسب، تعهد و مسئولیت پذیری کارکنان است. دسلر باور دارد که: اگر کارکنان براین باور باشند که با آنان رفتاری عادلانه و منصفانه می‌شود، شاید تمایل بیشتری داشته باشند که بار (کاری) بیشتری را تحمل کنند. دونالدسون و دیویس باور دارند که مدیریت ارزشهای اخلاقی در محیط کار، موجب مشروعیت اقدامات مدیریتی شده، انسجام و تعادل فرهنگ

■ سازمانی را تقویت می کند، اعتماد در روابط بین افراد و گروهها را بهبود می بخشد و با پیروی بیشتر از استانداردها، موجب بهبود کیفیت محصولات و در نهایت افزایش سود سازمان می شود. با توجه به نقشی که انسانها در سازمانهای امروزی دارند، نوع قضاوت افراد در مورد سازمان و موضوع فعالیتشان تأثیر بسیار زیادی در کارایی و اثربخشی آنها و در نتیجه کارایی و اثربخشی سازمان دارد. انتظار بروز خلاقیت توسط کسانی که کار خود را از لحاظ اخلاقی ناپسند تلقی می کنند، واقعی و منطقی نیست.

(Donaldson & Davis 1990)

■ نتیجه گیری

■ هر چند هدف اصلی سازمانها، افزایش کارایی و کسب سود است، ولی در عصر اطلاعات و جهانی سازی برای دستیابی به موفقیت، باید به انتظارات اجتماعی و احکام اخلاقی، واکنش مناسب نشان دهند و به بهترین شکل این گونه انتظارات را با اهداف اقتصادی سازمان تلفیق کنند، تا دستیابی به اهداف بالاتر و والاتری را امکان پذیر سازند. رعایت اخلاق کسب و کار و مسئولیت اجتماعی از راه افزایش مشروعیت اقدامات سازمان، استفاده از مزایای ناشی از افزایش چندگانگی و افزایش درآمد، سودآوری و بهبود مزیت رقابتی موفقیت سازمان

■ را تحت تاثیر قرار می دهند. پابندی رهبران و مدیران سازمانها به اصول اخلاقی، توجه به میزان مشروعیت اقدامات سازمان از نظر کارکنان، توجه و تأکید بر اصول اخلاقی جهان شمول، تدوین منشور اخلاقی سازمان، اقدامات متناسب و سازگار با خواست و حساسیتهای جامعه، برنامه های آموزش اخلاقیات برای مدیران و کارکنان، از جمله اقداماتی است که مدیران می توانند در این زمینه انجام دهند.

منابع فارسی

۱. هس مر، ال تی، (۱۳۸۲): اخلاق در مدیریت، ترجمه سید محمد اعرابی و داوود ایزدی، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۲. قلی پور، آرش، (۱۳۸۸): جامعه‌شناسی سازمان‌ها، رویکرد جامعه‌شناختی به سازمان و مدیریت، تهران، سمت.
۳. هانگر جی دیوید و توماس ال ویلن (۱۳۸۴): مبانی مدیریت استراتژیک، ترجمه: سید محمد اعرابی و داوود ایزدی، تهران پژوهش‌های فرهنگی،
۴. دیوید فرد آر، (۱۳۹۱): مدیریت استراتژیک، ترجمه: علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۵. خلیلی عراقی، مریم و یقین لو، مهرانگیز، سایه روشن‌هایی از مسئولیت‌پذیری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، سال پانزدهم، شماره ۱۴۴، ۱۳۸۹.
۶. دیوید، فرد آر، مدیریت استراتژیک، ترجمه پارسائیان، اعرابی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۸۴.
۷. رابینز، استیفن، رفتار سازمانی، ترجمه اعرابی، پارسائیان، تهران: مرکز پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۸۹.

۸. رحمانی، جعفر، مدیریت و اخلاق حرفه‌ای، آیین‌ها، شماره ۸، ۱۳۹۲.
۹. مطهری نژاد، سید مجید، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران: واحد علوم و تحقیقات، ۱۳۸۷.
۱۰. نجف بیگی، رضا، سازمان و مدیریت، تهران: مرکز انتشارات علمی دانشگاه آزاد اسلامی، ۱۳۸۳.
۱۱. صالحی امیری، رضا؛ (۱۳۹۰)، مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها (۳) پژوهشنامه ۶۱، تهران: مجمع تشخیص مصلحت نظام، مرکز تحقیقات استراتژیک، چاپ دوم.
۱۲. لاوسن، آلن، (۱۳۸۱): مدیریت اخلاقی در خدمات دولتی، ترجمه: محمدرضا ربیعی مندجین و حسن کیوریان، تهران، نشر یکان.
۱۳. ماهنامه تدبیر-سال نوزدهم-شماره ۲۰۴.
۱۴. رحمان سرشت، حسین، (۱۳۷۷): تئوری‌های سازمان و مدیریت، جلد اول، تهران، مؤسسه انتشارات فرهنگی فن و هنر.
۱۵. گیوریان، حسن، «نقش اخلاقیات در توسعه سازمان»، مجله مدیریت دولتی، شماره ۴۷، بهار ۱۳۷۹.

- ١. Anderson J., Jr, Corporate social Responsibility, All Business, Mid- Atlantic Journal of Business, ٢٠٠٨.
- ٢. Ciulla, Joanne, Why Is Business Talking About Ethics, California Management Review, February, ٢٠١١.
- ٣. Jones, T. M. Ethical Decision making by Individuals in Organizations: An issue-contingent model. Academy of Management Review, ١٦(٢), ٣٦٦-٣٩٥, ٢٠١٠.
- ٤. Robbins, S. Coulter, M. Social Responsibility and Managerial Ethics, University of West Alabama, ٢٠٠٥.

• Lau h.c. & m. a. Idris, (2000), «Soft foundations of the critical success factors on TQM implementation in Malaysia», TQM Magazine, vol. 13, no. 4, pp. 1-52

■ 6. Donaldson, T. & K. Davis (1990), «Business Ethics». Management Decision, V. 28, N 6.

7. Buckley M. R., DesBeu, D. D. Frink (2001) «Ethical Issues in Human Resources Management Review», No. 11, 11-29.