الگوی تصمیم گیری اخلاقی حسابداری

امیر حسین‌زاده[۱]، دکتر رسول عبدی*[۲]، دکتر عسگر پاک‌مرام[۲]، دکترنادر رضائی[۲]
۱. دانشجوی دکتری گروه حسابداری، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران.
۲. گروه حسابداری، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران.

(تاریخ دریافت:۱۴۰۰/۱۰/۰۱، تاریخ پذیرش:۱۴۰۰/۱۲/۰۱)

چکیده

زمینه: رفتار اخلاقی در حسابداری اهمیت فراوانی دارد و از این روی کشورهای مختلف سعی کرده اند با تدوین آیین نامه های اخلاق حرفه‌ای، حسابداران را در مسیر صحیح قرار دهند. بنابراین در این پژوهش تلاش شده است تا الگوی تصمیم‌گیری‌اخلاقی حسابداری شرکت‌ها طراحی گردد.

روش: این پژوهش، از نوع کیفی و اکتشافی و با رویکرد داده بنیاد انجام شد. جامعه آماری این پژوهش افراد خبره در حوزه مبانی نظری تصمیم گیری، حوزه بازار سرمایه بود که از میان انها ۱۸ نفر به روش نمونه‌گیری گلوله برفی تا رسیدن به اشباع به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار تحقیق مصاحبه عمیق بود و در نهایت داده ها با روش کدگذاری سه گانه مورد تحلیل قرار گرفتند.

یافته ها: بر اساس نتایج به دست آمده ۶۲ کد باز شناسایی شد که در ۱۷ کد محوری طبقه‌بندی شدند. در نهایت نتایج به شکل انتخابی کد گذاری شده و مدل تحقیق تدوین شد.

نتیجه گیری: نتایج تحقیق نشان داد سیستمهای مدیریت و تصمیم‌گیری اخلاقی در حوزه حسابداری تحت تاثیر یکسری شرایط علی (شرایط اقتصادی و اجتماعی، تورش‌های ذهنی و شناختی، تحصیلات دانشگاهی، خصوصیات فردی‌و اجتماعی و فرهنگ سازمانی) قرار دارد و به واسطه راهبردهایی (ابزارهای نظارتی، اصلاح فرهنگی، تدوین آیین نامه های اخلاقی و برگزاری کارگاه های آموزش اخلاق حرفه‌ای) می‌تواند منجر به ایجاد افزایش اعتماد اجتماعی، رعایت اصول اخلاق‌حرفه ای در محیط کار و رشد و توسعه مالی شود. در این جریان برخی مولفه‌های زمینه‌ای (فرهنگ اخلاقی جامعه و محیط حسابداری) و برخی متغیرهای مداخله‌گر (ویژگی های جمعیت شناختی و نوع سازمان) نقش ایفا می‌کنند.

کلیدواژگان: اخلاق، تصمیم گیری اخلاقی، حسابداری، بازار سرمایه

سرآغاز

تصمیم گیری[۱] یکی از محوری ترین فرایندها در سازمان محسوب شده و به عنوان وظیفه اصلی مدیران تمامی سطوح مطرح می باشد به نحوی که برخی صاحبنظران معتقدند تمام مدیریت تصمیم گیری است. محققان بیان می کنند وجود طرح، برنامه، سیاست و خط مشی منوط به وجود تصمیم گیری است و مدیر معمولا وظیفه اصلی خود را تصمیم گیری می داند، زیرا همیشه باید به این فکر باشدکه چه راهی را برگزیند ،چه کاری انجام دهد، وظایف را چگونه بین افراد تقسیم کند و اینکه چه کاری را، چه کسی، در چه موقع، کجا و چگونه انجام دهد؟ (۱).

سبک تصمیم گیری[۲] افراد بیانگر الگوی عادتی است که آنها در هنگام تصمیم گیری مورد استفاده قرار می دهند.به عبارت دیگر سبک تصمیم گیری هر فرد متاثر از شخصیت، فرهنگ و تعالیم و آموزش هایی است که در طول زندگی دریافت کرده است.

در نتیجه علاوه بر عوامل سازمانی و محیطی اثرگذار بر سبک تصمیم گیری مدیران، ویژگیهای شخصیتی[۳]، رفتاری، فرهنگی و اجتماعی نیز باعث می شود که مدیران نسبت به موقعیت های تصمیم گیری به نحو متفاوت رفتار کنند و در نتیجه سبک تصمیم گیری آنها با یکدیگر متفاوت باشد(۲). بنابراین، اینکه یک مدیر تصمیم گیری اخلاقی[۴] اتخاذ می کنند یا به دور از توجهات و ملاحظات اخلاقی[۵] تصمیم گیری می کند نیز متاثر از همین عوامل است.

جایگاه اخلاق در هر حرفه، امری حیاتی برای پذیرش آن در جامعه است (۳). محققان معتقدند ، رفتار و رعایت معیارهای اخلاقی را میتوان به عنوان هستهٔ علت وجودی هر حرفه در نظر گرفت(۴). حرفه حسابداری نیز از این امر مستثنی نبوده و حسابداران دائما با مسائل اخلاقی مواجهند که میتوانند استانداردهای آنان را به چالش بکشند. (۵).

نویسندهٔ مسئول: نشانی الکترونیکی: Abdi_rasool@yahoo.com

مقاله پژوهشی
فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال هفدهم، شماره ۰۵، ۱۴۰۱

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

اصول اخلاقی[۶] به عنوان موضوع درس در برنامه های آموزشی حسابداری گنجانده شده و حتی قوانین و مقررات متعددی در زمینه رعایت اخلاق حرفه ای برای کارحسابداران و حسابرسان وضع شده اند. مراعات نکات اخلاق حرفه ای برای حسابداران چندان آسان نیست. عوامل مختلفی بر نحوه تصمیم گیری حسابداران تأثیر میگذارد. محققان به عوامل مختلفی در شیوه تصمیم گیری اخلاقی حسابداران رسمی اشاره می کنند. از جمله این عوامل می توان به باورهای مذهبی، ویژگیها ی شخصیتی حسابدار و جامعه، و نوع حرفه اشاره کرد (۶). شکاف بین استاندارد گذاری اخلاقی و رفتار واقعی اعضای حرفه، که طی چند دهه اخیر به شایستگی[۷] در قالب رسوایی های اخلاقی[۸] شرکت ها در پژوهش های اخلاقی[۹] بی شماری مستند شده است حاکی از این حقیقت است که نهادهای حرفه ای حسابداری هرگز قادر به تدوین قواعدی نخواهند بود که منجر به رفتار اخلاقی شود . این ضعف از این جا نشات می گیرد که نهادهای حرفه ای ، اخلاق حرفه ای حسابداری را منحصر به تدوین چند بند و تبصره در قالب آیین رفتار حرفه ای مفروض گرفته اند غافل از اینکه شیوه های تصمیم گیری فراتر از استاندارد ها و آیین رفتار حرفه ای است (۷). تصمیم گیری اخلاقی یک فرایند درونی بسیار پیچیده است که از بین سایر عوامل شناخته و ناشناخته ، تا حدی منبعث از باورهای اخلاقی تصمیم گیرنده است و همیشه خارج از کنترل قواعد برون سازمانی تجویزی قرار دارند . لذا بستر سازی اخلاقی بر پایه روبکرد وظیفه شناسی صرف نمی تواند مقتضیات ظهور و بروز رفتاراخلاقی را فراهم نماید. از این رو این پژوهش در پی ترسیم الگویی برای تصمیم گیری اخلاقی حسابداری بوده است(۸).

در راستای دستیابی به هدف اصلی پژوهش که به دنبال اثبات یا رد ادعای خاصی نبوده و صرفاً در پی طراحی الگو است، طرح فرضیه برای پژوهش حاضر ضرورتی ندارد و اهم تلاش، صرف پاسخگویی به پرسش های پژوهش می شود. بر اساس این، پرسش های پژوهش به شرح زیر طرح می شوند:

-چه عواملی بر تصمیم گیری اخلاقی حسابداری مؤثرند؟ این عوامل می‌تواند مربوط به محیط درون شرکت، محیط بیرون از شرکت باشد(شرایط علی، مداخله‌گر و زمینه‌ای).

-شرکت ها برای تصمیم گیری اخلاقی حسابداری چه اقداماتی را باید انجام دهند؟(راهبردها)

-تصمیم گیری اخلاقی حسابداری چه تأثیری در سطح شرکت دارد؟(پیامدها)

روش

این پژوهش، از نوع کیفی و از منظر بعد زمانی، مقطعی است؛ زیرا مصاحبه‌ها در سال ۱۴۰۰ انجام‌شده‌اند. از منظر هدف، به دلایل پیش رو از نوع اکتشافی است. از منظر منطق اجرا(یا نوع استدلال) از نوع استقرایی است. این پژوهش با رویکرد داده بنیاد انجام شد. در دهه ۱۹۶۰ کتابی تحت عنوان "کشف نظریه‌پردازی زمینه بنیان" منتشر شد که هدف آنان ارائه راهکاری برای کاهش سیطره کلی‌گرایی معمول آن زمان در حوزه مطالعات علوم اجتماعی بود. در یک توصیف ساده می‌توان گفت که نویسندگان به رویکرد اثبات‌گرایی و قیاسی رایج زمان خود به شکلی وارونه نگریستند. به‌بیان‌دیگر، آنان تحلیل کیفی را مقدم بر تحلیل کمی و تولید نظریه را مقدم بر آزمون آن دانستند. رویکرد کیفی این دو پژوهشگر فرصتی برای آنان فراهم آورد که به مطالعه پدیده‌های پیچیده‌ای که با روش‌های کمی قابل‌بررسی نبودند، بپردازند(۹). مهم‌ترین دلیل انتخاب روش نظریه داده بنیان آن است که:

اول: زمانی که درباره حوزه موردمطالعه تقریباً چیز شناخته‌شده کمی وجود داشته باشد.

دوم: زمانی که پژوهشگر به فهم ادراکات و تجارب مشارکت‌کنندگان در مورد خاصی را داشته باشند و سوم: زمانی که هدف پژوهشگر گسترش یک نظریه جدید باشد(۱۰). جامعه آماری این پژوهش افراد خبره در حوزه مبانی نظری تصمیم گیری، حوزه بازار سرمایه بود که ۴ گروه اصلی را شامل می شد :

-حسابداران و مدیران شرکت‌های فعال در بازار سرمایه

- مدیران نهادهای مالی فعال در بازار سرمایه

- مدیران نهادهای نظارتی

- اعضای هیئت‌علمی دانشگاه

که از میان انها ۱۸ نفر به روش نمونه‌گیری گلوله برفی تا رسیدن به اشباع به عنوان نمونه انتخاب شدند. ویژگی های جمعیت شناختی مصاحبه شوندگان در جدول ۱ ارایه شده است .

ابزار تحقیق مصاحبه عمیق و نیمه ساختار یافته بود . مصاحبه‌ها نیمه ساختاریافته و در اغلب موارد مصاحبه‌شونده برای پاسخ‌های باز و مستقل ترغیب می‌گردد. در مصاحبه نیمه ساختاریافته سؤال‌ها از قبل طراحی و هدف کسب اطلاعات عمیق از مصاحبه‌شونده هست بوده و در هر پاسخ ممکن است با سؤال‌های دیگر موردبررسی بیشتر قرار گیرد. میانگین مدت‌زمان مصاحبه برای طراحی الگو، حدوداً ۱۰ دقیقه بود. برای سنجش روایی و پایایی پژوهش، قبل از شروع مصاحبه‌ها، با ۵ نفر از خبرگان دانشگاه، حرفه و شرکت‌ها صحبت شد و نظرات آن‌ها اخذ گردید، رهنمود مصاحبه تهیه شد و مصاحبه‌ها حول رهنمود مصاحبه صورت گرفت. با افزایش تعداد مصاحبه‌ها، رهنمود مصاحبه‌ها نیز گسترش یافت.

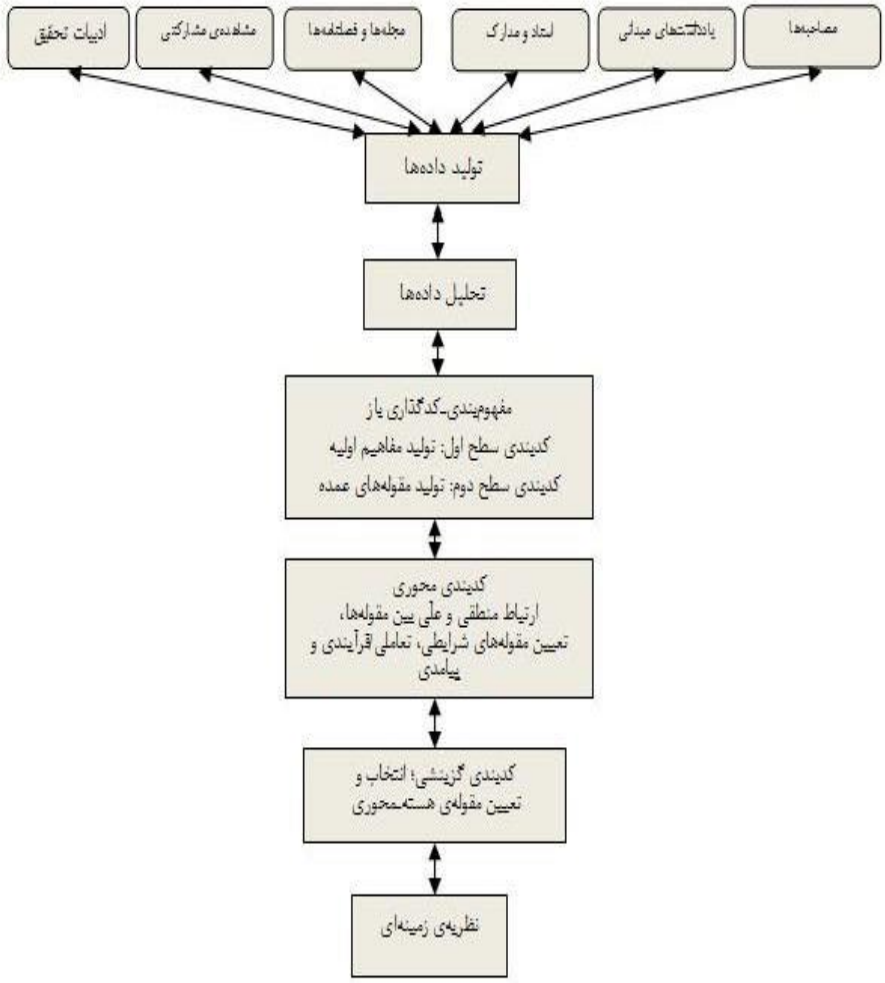
کل مصاحبه‌ها با اجازه مصاحبه‌شوندگان ضبط شدند و پژوهشگران هر مصاحبه را چندین بار بررسی کردند. به‌منظور اعتبار یافته‌ها، نتایج تحلیل و کدگذاری برخی از مصاحبه‌ها در اختیار ۵ نفر از مشارکت‌کنندگان در پژوهش و ۵ نفر خارج از مشارکت‌کنندگان قرار گرفت. خبرگان عموماً مدل استخراج‌شده را معتبر تلقی کردند

فرایند اجرای تحقیق در نگاره ۱ به تصویر کشیده شده است و در نهایت داده ها با روش کدگذاری سه گانه مورد تحلیل قرار گرفتند.

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

جدول ۱: اطلاعات جمعیت شناختی پاسخ‌دهندگان

معیار اصلی	جنسیت		رشته تحصیلی			مدرک تحصیلی			تجربه کاری			حوزه تخصص			
معیار فرعی	مرد	زن	حسابداری و حسابرسی	مدیریت و مالی	بازاریابی	کارشناسی	کارشناسی ارشد	دکتری	کمتر از ۵ سال	۵ سال تا ۱۰ سال	۱۰ تا ۱۵ سال	بالاتر از ۱۵ سال	حسابرسان و مدیران موسسات حسابرسی	متخصصات بازاریابی	مدیران نهادهای نظارتی و سازمان	اعضای هیئت علمی دانشگاه
تعداد	۱۷	۱	۱۲	۱	۵	۱	۱	۱۶	۱	۲	۴	۱۱	۱۰	۵	۱	۲



نگاره ۱: مراحل انجام تحقیق بر اساس نظریه زمینه بنیان

یافته‌ها

اجرای نظریه‌پردازی زمینه بنیان به‌طورکلی در دو گام اساسی بـه شـرح زیر انجام می‌شود:

گام اول- گردآوری داده‌ها: داده‌های اولیه این پژوهش از منبع مصـاحبه نیمه ساختاریافته با خبرگان و با رویکرد اکتشافی با اسـتفاده از ۳ سـؤال کلی و باز به شرح زیر جمع‌آوری‌شده است:

چه عواملی بر سبک های تصمیم گیری اخلاقی حسابداری مؤثرند؟ این عوامل می‌تواند مربوط به محیط درون شرکت، محیط بیـرون از شـرکت باشد(شرایط علی، مداخله‌گر و زمینه‌ای).

شرکتها برای تصمیم گیری اخلاقی حسابداری چه اقداماتی را باید انجام دهند؟(راهبردها)

تصـمیم گیـری اخلاقـی حسـابداری چـه تـأثیری در سـطح شـرکت دارد؟(پیامدها)

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

گام دوم- کدگذاری متن و نظریه‌پردازی: فرایند کدگذاری شامل سه سطح است: کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی که در ادامه توضیح داده می‌شود:

کدگذاری باز: طی کدگذاری باز، داده‌ها به بخش مجزا خرد می‌شوند و برای به دست آوردن مشابهت‌ها و تفاوت‌هایشان بررسی می‌شوند. سپس این مفاهیم بر اساس مشابهت‌هایشان طبقه‌بندی می‌شوند که به این کار مقوله پردازی گفته می‌شود که مقوله، مفهومی است و از سایر مفاهیم انتزاعی‌تر است و بنای نظریه از آن‌ها تشکیل می‌شود. به‌طور خلاصه، نتیجه کدگذاری باز مجموعه‌ای از مقوله‌های مفهومی ایجادشده از داده‌هاست.

کدگذاری محوری: در کدگذاری محوری بین مقوله‌های اساسی که در کدگذاری باز گسترش‌یافته‌اند، در سطح ویژگی‌ها و ابعاد، ارتباطات درونی برقرار می‌شود. در پایان این مرحله، مقوله‌ها برحسب شرایط به‌شرط علی، شرایط مداخله‌گر، شرایط زمینه‌ای، راهبردها و پیامدها تقسیم می‌شوند. مقوله اصلی در این پژوهش سبک های تصمیم گیری حسابداری مبتنی بر عوامل روانشناختی است.

کدگذاری انتخابی و خلق نظریه: در این پژوهش مدل ایجادشده با استفاده از نمودار و روایت ارائه می‌شود.

بر اساس نتایج به دست آمده ۶۲ کد باز شناسایی شد که در ۱۷ کد محوری طبقه بندی شدند(جدول ۲). در نهایت نتایج به شکل انتخابی کد گذاری شده و مدل تحقیق تدوین شد که در شکل ۲ به تصویر کشیده شده است

جدول ۲: نتایج کد گذاری های سه گانه

مقوله	کد محوری	کد باز
شرایط علی	شرایط اقتصادی	وضعیت اقتصادی جامعه بخشنامه ها، دستورالعمل ها، مقررات، قوانین واستانداردها
	تورش های ذهنی و شناختی	هر تورش شناختی به صورت الگویی از انحراف در قضاوت، قابل تبیین است که در حالتی خاص اتفاق می افتد. ناهماهنگی شناختی سوگیری گذشته نگر سوگیری باورگرایی سوگیری نماگری سوگیری ابهام گریزی سوگیری توان پنداری سوگیری خوداسنادی سوگیری دسترسی به اطلاعات سوگیری دسترس پذیری سوگیری قابلیت یادآوری سوگیری همانند گرایی سوگیری چارچوب گذاری سوگیری توهم کنترل سوگیری رفتارهای مکاشفه ای
	تحصیلات دانشگاهی	محیط و شرایط آموزشی ارتباطات درون دانشگاهی
	خصوصیات فردی	عقاید مذهبی وجدان کاری استقلال فردی نگرش به زندگی ارتباطات کاری
	فرهنگ سازمانی	ایجاد شرایط محیط اخلاقی در فضای کار ویژگی‌های حاکمیت شرکتی ویژگی‌های ساختاری شرکت ویژگی‌های رفتاری مدیران
مقوله محوری	سیستم های مدیریت و تصمیم گیری اخلاقی	ساختارهای کنترلی و الگوهای نظارتی رهبری اخلاقی سازمان

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

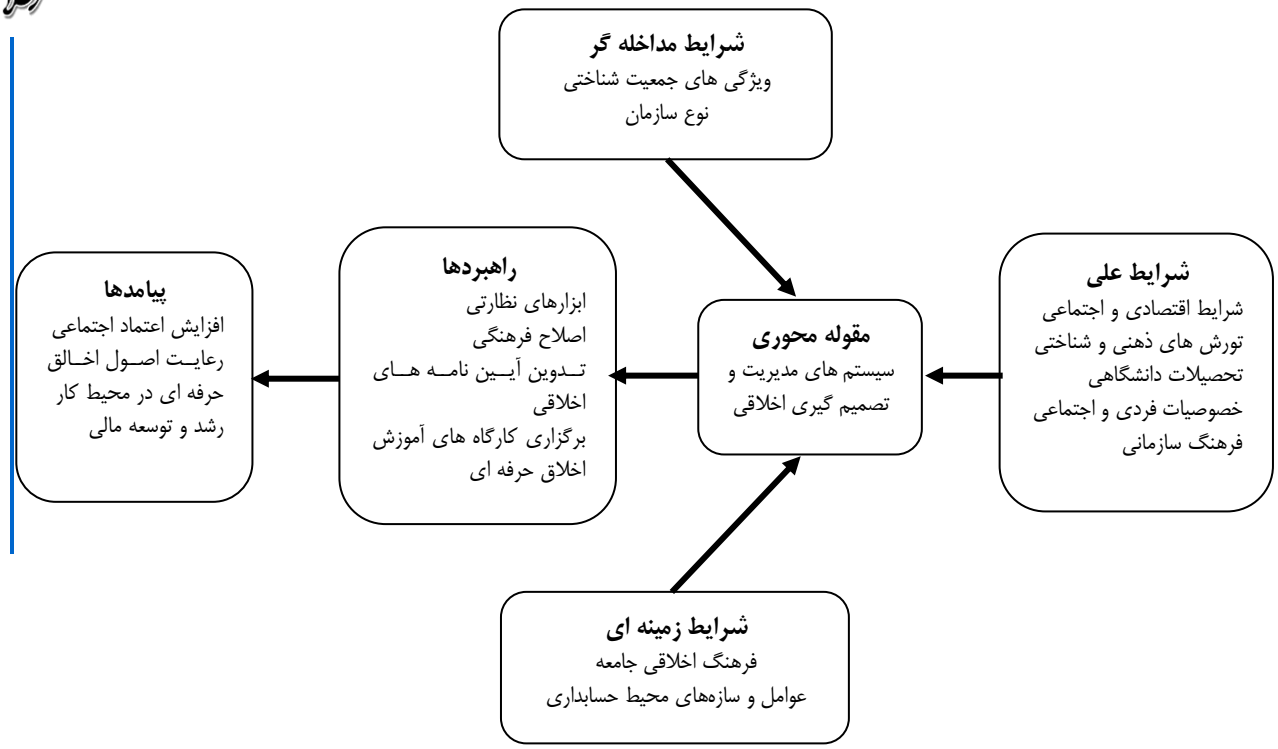
شرایط مداخله گر	ویژگی های جمعیت شناختی	جنسیت سن سابقه کار
	نوع سازمان	اندازه سازمان تعداد شعب نوع کسب و کار
شرایط زمینه ای	فرهنگ اخلاقی جامعه	شرایط جامعه فعالیت های اجتماعی[10] فرهنگ غالب جامعه الویت های فرهنگی [1]
	عوامل و سازه‌های محیط حسابداری	آگاهی اخلاق حسابداری فعالیت داوطلبانه حسابداری شفافیت طرز فکر حسابداری افشای سرمایه انسانی گزارشگری مسئولیت اجتماعی[12] دانش و تجربه ضمنی مدیران
راهبردها	ابزارهای نظارتی	تقویت نظارتهای سازمانی توام با حمایتهای مدیریتی بکارگیری روشهای نظارتی گروهی ترویج خودنظارتی
	اصلاح فرهنگی	ترویج فرهنگ اخلاقی[13] والایش فرهنگ سازمانی[14]
	تدوین آیین نامه های اخلاقی	اصلاح قوانین تقویت قوانین اخلاقی
	برگزاری کارگاه های آموزش اخلاق حرفه ای	ایجاد بستر یادگیری ضمن خدمات در محیط کاری بهرهمندی از متخصصان و افراد باتجربه در جلسات آموزشی دورهای درون موسسات ایجاد فرصت ارتقاء تحصیلی
پیامدها	افزایش اعتماد اجتماعی	
	رعایت اصول اخالق حرفه ای در محیط کار	بازتاب اخلاق حرفه ای[15] در محیط اداری تقویت شرایط محیطی
	رشد و توسعه مالی	رشد و توسعه بازار سرمایه تسهیل مبادله کالاها کاهش هزینه‌های معاملاتی بهبود تخصیص منابع رشد اقتصادی

بحث

هدف این پژوهش طراحی الگوی تصمیم گیری اخلاقی حسابداری بود. نتایج حاصل از پژوهش نشان دادند مهم‌ترین شرایط علی که موجب اتخاذ تصمیم گیری اخلاقی در حسابداری مالی می‌شوند، به ترتیب عبارت است از: شرایط اقتصادی و اجتماعی، تورش های ذهنی و شناختی، تحصیلات دانشگاهی ، خصوصیات فردی و اجتماعی و فرهنگ سازمانی. این نتیجه با برخی تحقیقات در این رابطه همسو است (۱۱ و ۱۲).

همچنین نتایج نشان داد فرایند تصمیم گیری اخلاقی حسابداری در بستر فرهنگ اخلاقی جامعه و عوامل و سازه‌های محیط حسابداری شکل می گیرد که متغیرهای جمعیت شناختی و نوع سازمان در آن مداخله دارند . این نتیجه با تحقیقاتی که بر نقش فرهنگ اخلاقی جامعه در شکل گیری تصمیم گیری اخلاقی تاکید دارند همسو است (۱۳ – ۱۶). درنهایت الگوی منسجم نشان داد تصمیم گیری اخلاقی حسابداری پیامدهایی از قبیل افزایش اعتماد اجتماعی و رشد و توسعه بازار سرمایه و رشد و توسعه مالی را در پی دارد.

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]



نگاره۲: الگوی تصمیم گیری اخلاقی حسابداری

پیشنهاد کلی درباره یافته‌های پژوهش این است که:

– شرکت ها باید قوانین و مقررات لازم درباره ایجاد کمیته اخلاق، آشنایی با مقوله تصمیم گیری اخلاقی، استقرار نظام کنترل داخلی را در دستور خود قرار دهند.

–یافته‌های پژوهش گویای آن است که تورش های شناختی، در تصمیم گیری اخلاقی حسابداری مالی موثر است. ازاین‌رو، به مدیران شرکت ها پیشنهاد می‌شود که توجه بیشتری به بحث عوامل روانشناختی داشته باشند و آن را در برنامه های خود لحاظ نمایند.

– با توجه به نتایج پژوهش حاضر، لازم است جهت اتخاذ تصمیم اخلاقی حسابداری، راهکارهایی چون برگزاری کارگاه های آموزشی در سازمان ، تدوین آیین نامه های اخلاقی و ایجاد ابزارهای نظارتی مورد توجه قرار گیردو

– برای برخورداری از تصمیم گیری اخلاقی می بایست جامعه اخلاقی باشد بنابراین اصلاح فرهنگی باید مورد توجه نهادهای کلان جامعه قرار گیرد.

با انجام هر پژوهش، راه به‌سوی مسیری جدیدی باز می‌شود و ادامه راه، مستلزم انجام پژوهش‌های دیگری است؛ بنابراین، در پژوهش های آتی پیشنهاد می شود نقش فرهنگ حاکمیت شرکتی بر سبک های تصمیم گیری اخلاقی در شرایط و صنایع متفاوت و همچنین تأثیر فرهنگ حاکمیت شرکتی بر تصمیم گیری اخلاقی انجام گردد.

نتیجه گیری

محققان معتقدند که یک مدل تصمیم گیری اخلاقی باید «مشروط به مسائلی» باشد که صراحتاً ویژگی های خود مسائل معنوی را در نظر می گیرد. فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی زمانی آغاز می‌شود که یک شخص با یک وضعیت بغرنج مواجه می‌شود. سپس شخص، قضاوت می‌کند (بسته به این که در کدام یک از مراحل توسعه اخلاقی شناختی قرار دارد) و نیات رفتاری خود را شکل می‌دهد (که این نیات رفتاری بر این فرض استوار است که پیش‌بینی کننده رفتار واقعی باشد). این فرایند متأثر از عوامل فردی، موقعیتی و مشروط به موضوع است. بنابراین در حوزه سسیتم های مدیریت و حسابداری نیز تصمیم گیری اخلاقی فرد تحت تاثیر یکسری شرایط علی (شرایط اقتصادی و اجتماعی، تورش های ذهنی و شناختی، تحصیلات دانشگاهی ، خصوصیات فردی و اجتماعی و فرهنگ سازمانی) قرار دارد و به واسطه راهبردهایی (ابزارهای نظارتی ، اصلاح فرهنگی ، تدوین آیین نامه های اخلاقی و برگزاری کارگاه های آموزش اخلاق حرفه ای) می تواند منجر به ایجاد افزایش اعتماد اجتماعی، رعایت اصول اخلاق حرفه ای در محیط کار و رشد و توسعه مالی شود. در این جریان برخی مولفه های زمینه ای (فرهنگ اخلاقی جامعه و محیط حسابداری) و برخی متغیرهای مداخله گر (ویژگی های جمعیت شناختی و نوع سازمان) نقش ایفا می کنند.

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

ملاحظه‌های اخلاقی

موضوعات اخلاقی همچـون؛ سـرقت ادبـی، رضـایت آگاهانـه؛ انتشـار چندگانه و ... در پژوهش حاضر موردتوجه قرارگرفته‌اند.

واژه نامه

1. Decision making	تصمیم گیری
2. Decision-making style	سبک تصمیم گیری
3. Personality trait	ویژگی شخصیتی
4. Ethical decision making	تصمیم گیری اخلاقی
5. Ethical considerations	ملاحظات اخلاقی
6. Ethics fundamental	اصول اخلاقی
7. Competence	شایستگی
8. Moral scandal	رسوایی اخلاقی
9. Ethical research	پژوهش های اخلاقی
10. Social activities	فعالیتهای اجتماعی
11. Cultural priorities	اولویت های فرهنگی
12. Social responsibility	مسولیت اجتماعی
13. Ethical culture	فرهنگ اخلاقی
14. Organizational Culture	فرهنگ سازمانی
15. Professional ethics	اخلاق حرفه ای

References

1. Rouhani O, Abimbola J, Olabode R. (2016). Relationship between decision making style, competitive strategies and organisational performance among construction organisations. Journal of Engineering, Design and Technology; 14(4): 1-25.
2. Bazrafshan AA, Amirianzadeh M, Alimohammadi S, Akbarpour M. (2020). The mediating role of psychosocial factors in the relationship between professional ethics & managers' decisions. Ethics in Science and Technology; 15 (3) :173-177. (In Persian).
3. Hajiha Z, Rashki Gazneh A. (2017). Relationship between accounting ethics with decision making ability & managers behavior. Ethics in Science and Technology; 12 (2) :155-160. (In Persian).
4. Eslampanah M, Shahbazi S, Baghli J. (2020). Relationship between ethical climate of organization and manager's decision making: mediating role of personal knowledge management. Ethics in Science and Technology; 15 (2) :86-92. (In persian).
5. Rahmaninia E, Yaghubnejad A. (2017). Factors affecting the ethical decision making of internal auditors. Management Accounting and Auditing Knowledge; 6(24). (In Persian).
6. Mehrabi S, Saghafi A, Musakhani M, Sepasi S. (2011). Factors affecting the ethical decision making of certified public accountants in Iran. Ethics in Science and Technology; 6(3). (In Persian).
7. Terziev V, Koleci R, Solovev D. (2020). Role of ethics in decision making in public and private organizations. SSRN Electronic Journal; 6: 106-110 .
8. Whittier N, Williams S, Dewett T. (2006). Evaluating ethical decision-making models: a review and application. Society and Business Review;1: 235-247 .
9. Yang SM, Fang SC, Fang SR, Chou CH. (2012). Knowledge exchange and knowledge protection in interorganizational learning: The ambidexterity perspective. Industrial Marketing Management; 43(2): 346-358.
10. Kowalczyk M. (2015). The effect of organizational learning on firm innovation capability: an investigation in the banking sector. Global Business and Management Research; 7(3): 17
11. Vakilbashi A, Emmanuel O, Mohd-Zamil N, Mokhber M. (2017). The impact of ethical decision making in the individual and organizational context. Advanced Science Letters; 23: 9337-9341 .
12. Selart M, Johansen S. (2011). Ethical decision making in organizations: the role of leadership stress. Journal of Business Ethics; 99: 129-143 .
13. Asuquo I.(2018). The effect of sustainability reporting on corporate performance of selected quoted brewery firms in Nigeria. J. Business & Law Research; 6(3):1-10.
14. Eisenfuhr O. (2011). A discussion of rational and psychological decision-making theories and models the search for a cultural- ethical decision-making model. Electronic Journal of Business Ethics and organization Studies; 12.(۶)
15. Scholl J, Mederer H, Scholl R. (2016). Leadership, ethics, and decision-making. Available at: http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-31816-5_2407-1. Accessed: 2 May 2019.
16. Marrewijk M. (2005). Multiple levels of decision making: ethical management in various business contexts. International Journal of Management and Decision Making - Int J Manag Decis Making. International Journal of Management and Decision Making; 6 (3/4).

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]