بنگاه‌های کوچک و متوسط، کارآفرینی و اجبار به رفتارهای غیرقانونی– غیراخلاقی

حبیب زارع احمدآبادی[۱]، پریسا جلیلی[۲]، محمد رضا زارع بنادکوکی[۳*]

۱.گروه مدیریت صنعتی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد

۲. گروه مدیریت کارآفرینی، دانشکده مدیریت، دانشگاه شهید بهشتی

۳. گروه مهندسی صنایع، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه یزد

چکیده

زمینه: دسترسی به منابع محیطی، پویایی، پیچیدگی، تنازع و عدم‌اطمینان محیطی، درمواردی بنگاه‌های کوچک و متوسط را وادار به رفتارهایی می‌کند که از منظر بیرونی غیرقانونی– اخلاقی برداشت می‌شود. هدف از این تحقیق بررسی موضوع اخلاق و قانون‌مداری در اقدامات کارآفرینانه شرکتی بنگاه‌های کوچک و متوسط می‌باشد.

روش کار: با شیوه نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده از ۱۸۵ مدیر– مالک بنگاه، پیمایش جامعی پیرامون مبادرت به رفتارهای غیرقانونی– اخلاقی در حین اقدامات کارآفرینانه‌شان صورت گرفت. ابتدا با انجام تحلیل عاملی، هشت شکل رفتار غیرقانونی– اخلاقی شناسایی گردید و سپس با استفاده از آزمون‌های آماری میانگین، تحلیل واریانس و تحلیل رگرسیون فرضیات مختلفی به آزمون گذارده شد. همچنین با استفاده از شیوه تحلیل نیازهای کانو، الزام بر مبادرت به رفتارهای غیرقانونی اخلاقی برای توفیق در اقدامات کارآفرینانه سنجیده شد.

یافته‌ها: با وجود مبادرت به تمامی شکل‌های بروز رفتارهای غیرقانونی– اخلاقی از سوی بنگاه‌ها در راستای دستیابی به اهداف کارآفرینانه‌شان، با بزرگ‌شدن اندازه بنگاه‌ها سطح مبادرت به این رفتارها توسعه می‌یابد. در این میان برخی از رفتارهای غیرقانونی– اخلاقی نظیر مهندسی توافق، پنهان‌کاری اطلاعاتی و تبانی با تصمیم‌گیرندگان تأثیر بیشتری بر اقدامات کارآفرینانه شرکتی بنگاه‌ها داشته و در دسته اجباری از الگوی کانو قرار گرفتند.

نتیجه‌گیری: لازم است تا در برابر هریک از رفتارهای غیرقانونی و اخلاقی بنگاه‌ها که با هدف توسعه اقدامات کارآفرینانه‌شان صورت می‌گیرد، با توجه به تأثیر معنی دار و قابل توجه آن بر موفقیت بنگاه‌ها، اولویت و سیاست‌های متفاوتی در پیش گرفت. سیاست‌هایی که در عین جلوگیری از بروز رفتارهای غیرقانونی–اخلاقی، تأثیر منفی بر توسعه کارآفرینی بنگاه‌ها نداشته باشد.

کلیدواژه‌ها: اخلاق، کارآفرینی شرکتی، الگو کانو

سرآغاز

هدف از این مقاله بررسی موضوع اخلاق در کارآفرینی[۱] در بین نهادهای کارآفرین است. مسائل اخلاقی که در محیط حرفه‌ای افراد یا سازمان‌های کارآفرین موضوعیت یافته و بر اقدامات کارآفرینانه آنها تأثیرگذار می‌باشد. محرک‌هایی چون رقابت در

* نویسنده مسؤول: نشانی الکترونیکی: mr.zare@gmail.com

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1391.7.1.8.8]

سطح جهانی، کوچک شدن اندازه سازمان‌ها، کاهش سطوح سازمانی، پیشرفت‌های سریع در حوزه فنّاوری و ... شرکت‌های تجاری را وادار به کارآفرینی بیشتر برای بقاء و توسعه کرده است (۱و۲). تلویحاً تلاش تمامی‌سازمان‌ها اعم از تازه تأسیس یافته، شرکت‌های بزرگ و مهم و حتی ادغام‌های سازمانی بین شرکت‌های فعال در سطح جهانی نیز، در راستای استخراج فرصت‌های محصول- بازار محور از طریق نوآوری و رفتار فعالانه می‌باشند. و در این میان کارآفرینی یک نگرش مدیریتی است که مفاهیمی‌چون نوآوری، انعطاف‌پذیری و پاسخ‌گویی را در سایه درک فرصت‌های محیطی معنی می‌بخشد (۳).

وابسته شدن بقای سازمان‌ها به پدیده کارآفرینی، بستر پیدایش رفتارهای نابهنجار و متعارض با ارزش‌های اخلاق حرفه‌ای را مهیا کرده و حتی بعضاً توجیه‌پذیر نموده است. با گسترش پدیده کارآفرینی در بین شرکت‌های کوچک و متوسط و جهت‌گیری تصمیم‌گیرندگان این دسته از سازمان‌ها به تقلید از شرکت‌های بزرگتر و رقابت با آنها (۷-۴)، امکان بروز رفتارهای غیراخلاقی و قانونی در بین شرکت‌ها افزایش می‌یابد.

اولین سؤالی که در این زمینه مطرح می‌شود این است که مصادیق مختلف رفتارهای غیراخلاقی و قانونی در اقدامات کارآفرینانه کدامند؟ پاسخ به این سؤال مستلزم بررسی کامل تحقیقات گذشته و ارائه تعریف جامع از اخلاق حرفه‌ای[۲] در اقدامات کارآفرینانه می‌باشد. همچنین امکان تقابل تمامی مزایای اقدامات کارآفرینانه که در ادبیات تحقیق کارآفرینی موارد بیشماری بر آن می‌یابیم با مصادیقی از قانون شکنی[۳] و اخلاق گریزی که در پاره‌ای از اقدامات مربوطه از سوی نهادهای متولی (فرد یا سازمان) آن مشاهده می‌شود، این سؤال را مطرح می‌سازد که آیا دست زدن به این‌گونه رفتارها بر تسهیل و یا تسریع اقدامات کارآفرینانه تأثیرگذار می‌باشد؟ و اینکه افراد یا سازمان‌های کارآفرین تا چه حد خود را ناگزیر به چنین واکنش‌هایی برای دستیابی به اهداف کارآفرینانه‌شان می‌دانند؟

پاسخ کامل‌تر به سؤال آخر مستلزم علت یابی بروز چنین رفتارهایی در بین افراد یا سازمان‌های کارآفرین می‌باشد. در یک دسته‌بندی ساده می‌توان این علل را درونی و بیرونی از حیث فرد یا سازمان کارآفرین دانست. اما تفکیک سهم انگیزه‌ها و سائقه‌های درونی افراد نظیر توفیق‌طلبی، ریسک‌پذیری، اعتماد به نفس و غیره از متغیرهای محیطی چون عدم دسترسی به منابع[۴] لازم برای مبادرت به اقدامات کارآفرینانه، رقابت‌ها و بعضا تنازعات[۵] شدید و هدایت نشده بین افراد و بنگاه‌ها، ضعف در طرح و اجرای قوانین و مقررات برنامه‌ریزی بر توسعه اقدامات کارآفرینانه و موارد دیگر، در شکل‌گیری رفتارهای غیراخلاقی با هدف کارآفرینی دشوار و حتی غیرممکن می‌باشد. هدف مقاله حاضر دست‌یابی به چنین مرزبندی دقیقی نیست ولی درعین‌حال تلاش دارد تا دسته‌بندی مناسبی به این مصادیق در چارچوب الگو نظری کانو (۸) بدهد. اینکه کدامیک از شکل‌های مختلف بروز رفتارهای غیراخلاقی در بستر تلاش‌های کارآفرینانه افراد یا سازمان‌ها اجباری، یک‌بعدی[۶] بی‌تفاوت[۷] و یا مهیج[۸] است روشن می‌سازد که تا چه حد نهادهای کارآفرین موضع کنشی ویا واکنشی نسبت به این موضوع اتخاذ می‌نمایند؟

آنچه در بخش بعدی از مقاله بدان پرداخته می‌شود، مختصری از پیشینه علمی پژوهش‌ها و مطالعاتی است که در طی دهه‌های اخیر در قلمرو اخلاق در کارآفرینی و بالاخص مصادیق آن صورت گرفته است.

کارآفرینی، قانون شکنی و اخلاق‌گریزی

به زعم بسیاری از محققین مهمترین موانع پیش‌روی کارآفرینان بیش از آنکه به افراد یا سازمان‌های کارآفرین برگردد به محیط و مقاومت آن در برابر تغییراتی بر می‌گردد که کارآفرینان درصدد اعمال آنها هستند (۹ و ۱۰). در برابر این مقاومت تلاش کارآفرینان برای اعمال تغییرات، ارائه اصلاحات و یا حتی برپاکردن انقلابی که منجر به رفتار کارآفرینانه‌ای گردد از جایگاه مطلق قانون‌مداری و حفظ ارزش‌های واقع شده در چارچوب اخلاق حرفه‌ای ممکن نیست (۱۱).

از اینرو نباید تردیدی داشت که افراد کارآفرین در هر شرایطی در برابر قوانین سر تعظیم فرود نخواهند آورد (۱۲). زندگی افراد کارآفرین پیچیده‌تر از آن است که در برابر درخواست رعایت قوانین و حدود اخلاقی در تصمیم‌گیری‌هایشان، پاسخ صریح و مطلقی به شکل بلی یا خیر از خود ارائه دهند. پیچیده شدن ماهیت تصمیمات کارآفرینان در

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1391.7.1.8.8]

برابر مرزبندی‌های قانونی و اخلاقی ناشی از وجود دو دسته عوامل می‌باشد. عوامل کششی که مشوق آنها بر پذیرش رفتارهای متعارض با قوانین و اخلاقیات بوده و عوامل فشاری که به شکل موانع و تهدیدات درصورت رعایت قوانین و حدود اخلاقی نمود می‌یابد. از زاویه دید کارآفرینان شرایط محیطی می‌تواند آنها وادار کند تا یک رفتار غیراخلاقی را قابل پذیرش و حتی مجاز بدانند و توجیهاتی بیابند که درصورت زیرپا نگذاشتن قوانین و اخلاقیات آسیب‌های جدی به رفتار کارآفرینانه آنها وارد می‌شد. توجیهات مورد اشاره با پذیرش اصل تقدس هدف از سوی کارآفرینان، ساده‌تر و تعمیم‌پذیرتر می‌گردد (۱۳).

در این میان برخی از محققین به متغیرهایی در قلمرو رقابتی کارآفرینان اشاره داشته‌اند که حدود قانونی و اخلاقی پذیرش رفتارها، هنجارها و تصمیمات اقتضایی آنها را از منظر خودشان روشن می‌سازد. به عبارتی چارچوب اخلاقی و قانونی رفتارهایشان را شکل می‌دهد. حاکمیت مفاهیمی چون اصالت نفع[۹]، مقابله به مثل[۱۰] (۱۴)، رقابت[۱۱]، بقاء[۱۲] (۱۵) و ... در برابر متغیرهایی چون امانت‌داری[۱۳]، عدالت[۱۴]، ایستادگی[۱۵]، شجاعت[۱۶] (۱۶)، وفاداری و احترام بر روابط و هنجارهای تجاری (۱۷)، تعیین کننده این حدود می‌باشد. در این میان برخی از محققین معتقد به تفکیک و مرزبندی دقیق بین تجارت و اخلاق و ماهیت متفاوت قلمرو و مسائل آنها می‌باشند (۱۸). در کنار این نگرش گروهی دیگر بر این اعتقاد هستند که تجارت و ویژگی‌های زمینه‌ای آن شکل‌دهنده حدود اخلاقیات در کسب‌وکار محسوب می‌شوند و بنابراین اخلاقیات برخاسته از تجارت متفاوت از زندگی غیرتجاری می‌باشد و لازم است تعاریف دیگری از آن ارائه نمود (۱۹و ۲۰). در مورد اقدامات کارآفرینانه نیز همین نگرش‌ها حاکم است. زمانی که رفتارهای کارآفرینانه از زاویه دیدی وسیع‌تر با لحاظ نمودن نیازها، انگیزه‌ها و محرک‌های رفتاری کارآفرینان مورد بررسی قرار گیرد، دلایلی بر پذیرش اخلاقی برخی از موارد قانون‌شکنی (که به‌صورت مستقل از قلمرو رخداد آنها غیراخلاقی تلقی می‌شود)، مشاهده خواهد شد. همان‌گونه که پیش از این نیز بیان شد ویژگی‌های محیطی مهم‌ترین دلیل بر تفاوت این نوع نگرش محسوب می‌شود. در محیطی که تأمین منافع شخصی مهمترین هدف می‌باشد، افراد خود بیشترین نگرانی در مورد صحت و مقبولیت رفتارهایشان از سوی دیگران را دارند. این درحالیست که هر فردی به خوبی از این مسئله آگاه است که دیگران نیز به دنبال رضایتمندی خود می‌باشند. بنابراین تا حد ممکن از انجام کارهایی که مایل نیستند دیگران در مورد خودشان به انجام رسانند، خودداری می‌کنند. اما شرایط رقابت آنها را وادار می‌کند تا حتی برای بیرون کردن دیگران از عرصه تجارت به دنبال فرصت‌ها باشند. این فرصت‌طلبی گاهی با قانون شکنی نیز همراه می‌شود. نکته مهم اینکه در محیط تجاری متفاوت از زندگی غیرتجاری، دیگران اگر از این رفتارهای همراه با قانون‌شکنی چشم‌پوشی نکنند، حداقل ادعای تلافی یا مجازاتی ندارند. برداشت افراد از چنین رفتارهای کارآفرینان جنبه شخصی پیدا نمی‌کند، یعنی آن را به ویژگی‌های شخصیتی آنها نسبت نمی‌دهند و به همین سبب از زاویه ذهنی دیگران، ماهیت غیراخلاقی پیدا نمی‌کند. بنابراین می‌توان اینگونه مطرح کرد که قلمرو رفتارهای مجاز در فعالیت‌های تجاری وسیع‌تر از سایر فعالیت‌هاست (۲۱).

شاید پذیرش موارد نقض قانون در محیط کارآفرینانه به ابهام و پیچیدگی برگردد که پیرامون مفهوم قانون‌مداری موضوعیت می‌یابد. درک روشنی از انگیزه‌های کارآفرینانه، نگرش آنها و دیگران نسبت به رفتارهای غیرقانونی افراد فعال در تجارت وجود ندارد. این ابهام حتی برای افرادی که در کنش و واکنش‌های تجاری از رفتارهای غیرقانونی کارآفرینان متضرر نیز شده‌اند، متصور است. در چنین شرایط مبهمی اگر قوانین با فشار توبیخ و تنبیهات به اجرا در نیاید و تخلفات کارآفرینان به فراموشی سپرده شود، به تدریج پذیرش رفتارهای افراد همراه با قانون‌شکنی وسعت می‌یابد. دیگران از این‌گونه رفتارها به شکل حقه‌بازی، زیرکی و حتی باهوش‌بودن در فعالیت‌های تجاری تعبیر می‌کنند (۲۲).

بیشترین موارد قانون‌شکنی افراد کارآفرین به مواقعی برمی‌گردد که آنها در حال مذاکره با سایر تجار یا نهادهای دولتی می‌باشند. مواردی مثل عدم ارائه اطلاعات شخصی صحیح یا کامل به نهادهای برنامه‌ریزی یا کنترلی به ویژه در مواقعی که لازم است برخی اقدامات برای اولین بار به اجرا درآید

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1391.7.1.8.8]

(مثلا در هنگام تأسیس شرکت جدید)، ارائه اطلاعات ناصحیح و اغراق‌آمیز به شرکت‌های تبلیغاتی یا حتی طرف تجاری برای ایجاد جلوه مناسبی از عملکرد گذشته یا زمینه‌یابی برای فعالیتهای آتی و تصحیح نکردن برداشت‌های نادرست طرف تجاری از عملکرد مالی گذشته شرکت نمونه‌هایی از رفتارهای غیراخلاقی در مذاکرات می‌باشند (۲۳).

اگر ویژگی‌های مشترک رفتارهای همراه با قانون‌شکنی افراد کارآفرین را مورد بررسی دقیق‌تر قرار دهیم درخواهیم یافت که ماهیت تصادفی یا اتفاقی ندارد. همچنین هدف آنها از قانون‌شکنی، رعایت نکردن تعمدی قوانین و حمله مستقیم به حریم اخلاقیات نبوده و به عنوان یک رخداد مستمر و یکنواخت هم نمی‌تواند شناخته شود. افراد کارآفرین در شرایط و موقعیت‌های خاص مبادرت به اینگونه رفتارها می کنند. قانون‌شکنی آنها شبیه به تخطی از عرف می‌باشد، به عبارتی قوانین اخلاقی که در تأسیس و توسعه سازمان‌ها به‌ویژه در معرفی محصولات و خدمات جدید به شکل عرف و رسم بین افراد و سازمان‌ها موضوعیت می‌یابد.

تصور جهانی که عاری از هرگونه قانون‌شکنی و گریز از اخلاقیات باشد دشوار است ولی در قلمرو فعالیت‌های تجاری، جهانی قابل پیش‌بینی و ثابت خواهد شد. جهانی که در آن هرکس از هرآنچه در مورد دیگران رخ می‌دهد مطلع است و چنین شرایطی برای کارآفرینان شرایط بسیار نامساعدی است. ریسک‌پذیری حاصل تحمل و بردباری ما در مقابل رفتارهای قانون و عرف شکنانه است. این مدارا در واکنش‌های دیگران است که به کارآفرینان اجازه می‌دهد تا علیرغم ترس از برشکستگی یا تبعات ناخوشایند بدهکاری، بازهم به دنبال تامین منابع مالی برای اجرایی کردن ایده‌هایشان باشند (۲۴).

یکی دیگر از زمینه‌های بروز رفتارهای کارآفرینانه همراه با قانون‌شکنی و اخلاق گریزی، حاصل شرایطی است که کارآفرینان در انتخاب بین دو وضعیت تبعیت از قانون یا بخشیده‌شدن از قانون‌گریزی قرار می‌گیرند. این حالت بیشتر در مورد کارآفرینان سازمانی مصداق می‌یابد. تصمیم‌گیرندگان سازمان‌ها در برابر ایده‌های پرسنل کارآفرین‌شان، گاهی مقاومت‌هایی از سر اختیاراتشان نشان می‌دهند. دلیل آن نیز به پیش‌بینی برمی‌گردد که این افراد از منافع حاصل از اجرای ایده‌های پیشنهادی دارند. کارآفرینان بر این عقیده هستند که استقرار ایده‌هایشان دستاوردهای زیادی خواهد داشت و این دستاوردها در مقابل معایب احتمالی سهم کمتری دارد و این درحالیست که مدیران یا مالکان سازمان نظر متفاوتی مطرح می‌سازند. در این شرایط تصمیم‌گیرندگان در جبهه مقابل کارآفرینان قرار می‌گیرند و افراد کارآفرین ممکن است تصمیم بر آن گیرند تا با زیرپا گذاشتن قوانین سازمانی یا به تعبیر مناسب‌تر دور زدن قوانین به هرشکل ممکن ایده خود را عملی سازند. آنها می‌پذیرند که از این طریق می‌توانند در آینده با ارائه دستاوردهای عینی از استقرار ایده‌هایشان از بخشودگی مدیران برخوردار شوند. مصادیق مشابهی از این نوع قانون‌گریزی در مورد کارآفرینی مستقل و شرکتی نیز می‌توان مطرح کرد، زمانی که فرد یا سازمان کارآفرین به عنوان عضو رسمی نهادهای خاصی، وظیفه تبعیت از قوانین آن نهادها را دارد. در هر صورت در این شرایط نهاد کارآفرین ریسک عملی ساختن ایده‌اش را با دور زدن قوانین پذیرفته و بخشودگی در انتهای کار را دست‌یافتنی تر از مجاز نمودن اقداماتش در ابتدای آن می‌داند. در این موارد کارآفرین در وهله نخست به دنبال اثبات ایده خود بوده و در مرتبه بعد امیدوار به بخشودگی از تخلف می‌باشد (۲۵).

موقعیت دیگری که افراد کارآفرین را به تخطی از قانون وا می‌دارد زمانی است که این افراد برای متقاعد ساختن دیگران (شرکا، سرمایه‌گذاران، کارکنان و مدیران یا نهادهای تصمیم‌گیرنده) به اغراق پیرامون ویژگی‌های ایده‌هایشان روی آورند. در این حالت برعکس حالت قبل تمامی تلاش کارآفرین در همان مرحله نخست طرح ایده متمرکز شده و به موضوعاتی چون طول دوره پیاده‌سازی و دستیابی به نتایج حاصل از آن، قابلیت‌های منتج از استقرار ایده، منابع موردنیاز برای عملی کردن آن و یا حتی دامنه اثرات استقرار ایده بر جامعه و ذی‌نفعان آن می‌باشد. برخی از محققین این نوع رفتار قانون شکنانه را به مهندسی توافق[17] یا مسئله ترویج‌دهنده[18] تعبیر کرده‌اند (۲۶). این مبالغه در توانمندی‌ها اهداف مثبتی از منظر کارآفرینان دارد، اهدافی چون جلب حمایت نهادهای متولی برنامه‌ریزی و نظارت، جذب سرمایه برای عملیاتی نمودن ایده، تشویق کارکنان برای

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1391.7.1.8.8]

کار بیشتر و سخت‌تر و یا عقد قراردادهای جدید و بزرگتر برای نفوذ بیشتر در بازار که در مورد تمامی شکل‌های اقدامات کارآفرینانه اعم از مستقل، سازمانی یا شرکتی امکان وقوع دارد. البته محرک‌های بروز این رفتار می تواند درونی یا بیرونی باشد. ویژگی آفریده‌پرستی[۱۹] در نزد افراد کارآفرین که به خلق ایده‌های جدید متمایز می‌گردند محرک درونی آنها برای روی آوردن به اغراق در مورد طرح هایشان است. گاهی نیز محدودیت‌های ناشی از رقابت از جمله تأثیرگذاری افراد تصمیم گیرنده خاص در اجرایی شدن ایده‌های آنها دلیل اینگونه رفتارها می‌باشد. در دنیای واقع، نپرداختن کارآفرین به این نوع رفتار مبالغه آمیز مانع از بهره‌برداری مناسب از فرصت‌های محیطی می‌گردد و آنها را از رقبای دیگر عقب خواهد انداخت.

اما آسیب اخلاقی دیگری که اقدامات کارآفرینان را به‌ویژه در هنگام تصمیم‌گیری در مورد مسائل مهم مربوط به ایده‌هایشان تهدید می‌کند، هنگامی نمود می‌یابد که سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان بیرونی حوزه‌های مرتبط به ایفای نقش و بعضا دخالت‌هایی در تصمیم‌گیری‌های کارآفرینان مبادرت کنند. در چنین شرایطی افراد کارآفرین به زعم برخی از محققین با زمینه‌سازی‌های غیراخلاقی مهیا شده از سوی این تصمیم‌گیرندگان مواجه می‌شوند (۲۷). تصمیم‌گیری برای افراد کارآفرین در این مواقع بسیار دشوار می‌گردد. از یکسو تحقق نتایج و دستاوردهای تلاش‌هایشان در مورد ایده کارآفرینانه و از سوی دیگر زیرپاگذاردن قانون و اخلاقیات حرفه‌ای قرار می‌گیرد. در هر دوحالت تصمیم‌گیری، فرد کارآفرین متضرر خواهد شد. درصورتی‌که مطابق خواست غیراخلاقی تصمیم‌گیرندگان بیرونی عمل کند مواجه با قانون شکنی‌خواهد شد و درغیراینصورت نمی‌تواند پیشبرد اهداف کارآفرینانه‌ای را که هویت آن با فرد کارآفرین عجین است، شاهد باشد و حداقل مواجه با کارشکنی‌هایی خواهد شد. این درحالی‌است که در دومین حالت، تصمیم‌گیرندگان بیرونی که از قدرت و تمول لازم برخوردارند، می‌توانند تمامی تقصیرهای مرتبط با عدم تحقق خواسته‌های کارآفرینان را بر عهده خود آنها بیندازند. درچنین شرایطی افراد کارآفرین لاجرم و برای حفظ موقعیت کارآفرینانه خود به سمت قانون و اخلاق گریزی روی می‌آورند. شکی نیست که ماهیت عمل آنها نیز غیراخلاقی شناخته می‌شود، لکن این شرایط است که آنها را وادار به این انتخاب می‌کند.

اما گاهی نیز گریز از اجرای قانون و ارزش‌های اخلاقی برای کارآفرینان جنبه مباهات و فخر فروشی یافته و این افراد از این‌گونه رفتارهای خود اظهار شادی و وجد نیز می‌کنند. در حالت پیشین قانون‌شکنی که تشریح گردید، فرد کارآفرین به خوبی از ماهیت افراد مقابل خود آگاه و از آنها نیز باهوش‌تر است. به‌طوری‌که پس از پذیرش تصمیم همراه با قانون‌شکنی خود، به هیچ وجه نمایشی بیرونی از این رفتار بروز نمی‌دهد. به عواقب رفتار خود آگاه است و به شیوه خود آن را به سمت فراموشی یا حداقل مخفی نگه‌داشتن پیش می‌برد. اما در حالت اخیر، تمایل فرد کارآفرین به سمت ویژگی‌هایی چون زیرکی و یا حتی حقه‌بازی جلب می‌شود، درست همانند یک بازی که مهارت در بردن طرف مقابل بدون تخلف از مقررات بازی هیچ جایگاهی ندارد. بیشترین محرک درونی که این افراد را به سمت رفتارهای شیادانه و همراه با حقه بازی در تجارت می‌کشاند، تمایل برای متفاوت بودن از دیگران است (۲۸). این‌گونه افراد نگرشی متفاوت به زندگی را در خود رشد داده‌اند، اینکه زندگی تجاری جولانگاه و محل تقابل بین قهرمانانی است که برخی تنها از ابزارهای ارزشی، اخلاقی و قانونی توسعه بهره برده و برخی دیگر در مقابل آنها به هیچ حدود ارزشی در تصمیمات و اقداماتشان پایبند نیستند و برای موفقیت در این شرایط باید شیادی و حیله‌گری را آموخت و در هر شرایطی به اجرا گذارد. این نوع نگرش که در بین گروه‌های طرفدار آن به زرنگی و مهارت در تجارت نیز تعبیر می‌گردد، پیش‌برنده آنها در مراودات و به زعم خودشان مسابقه‌های تجاری است. طرفداران اخلاق گرایی مطلق معتقدند که نباید این گونه رفتارها شیوع یافته و مورد پذیرش قرار گیرد ولی واقع‌گرایان به وجود اینگونه رفتارها صحه گذاشته و آن را جزئی از مسابقه کسب‌وکار می‌دانند که برنده‌های آن نیز همین دسته افراد می‌باشند.

با شناسایی زمینه‌ها و شکل‌های مختلف بروز رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی در اقدامات کارآفرینانه، اکنون می‌توان نوع و سطح وقوع چنین رفتارهایی را در بین بنگاه‌های فعال تجاری مورد بررسی قرار داد. بدین منظور فرضیاتی در این تحقیق

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1391.7.1.8.8]

طرح‌ریزی و به آزمون گذارده شده است. فرضیه نخست عبارت‌است از: بنگاه‌های کوچک و متوسط در فرایند استقرار فعالیت‌های کارآفرینانه خود، مبادرت به رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی می‌نمایند.

انتخاب بنگاه‌های کوچک و متوسط به عنوان قلمرو تحقیق به دو دلیل می‌باشد. نخست زمینه گسترده‌تر بروز فعالیت‌های کارآفرینانه در این دسته از بنگاه‌ها درمقایسه با بنگاه‌های بزرگ و دوم اهمیت دادن به توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط در برنامه‌ریزی‌های دولت. فرضیه فوق تنها با هدف بررسی موضوعیت یافتن رفتارهای غیرقانونی-اخلاقی در اقدامات کارآفرینانه بنگاه‌ها طرح‌ریزی شده است. درصورت صحت این ادعا می‌توان فرضیات دیگر را نیز مطرح نمود، از جمله: بین سطح و نوع مبادرت بنگاه‌های کوچک و متوسط به رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی و موفقیت در اقدامات کارآفرینانه آنها رابطه معنی‌دار مستقیمی وجود دارد.

منظور از نوع *رفتارهای غیرقانونی-اخلاقی*، دسته‌بندی است که در قسمت سرآغاز مقاله، مبتنی بر ادبیات تحقیق، مورد اشاره قرار گرفت. همچنین این سؤال نیز مطرح می باشد که از نظر جامعه تحقیق هریک از مصادیق رفتارهای غیرقانونی-اخلاقی در کدامیک از دسته‌های اجباری، مهیج، یک‌بعدی، بی‌تفاوت و یا معکوس (دسته‌بندی مطابق الگو کانو) قرار می گیرند؟ پاسخ به این سؤال می‌تواند تاحدی اولویت‌بندی این‌گونه رفتارها را از حیث تأثیر بر اقدامات کارآفرینانه بنگاه‌ها روشن سازد.

روش بررسی

شیوه تحقیق حاضر از نوع زمینه‌یابی[20] می‌باشد. بدین‌منظور از طریق پرسشنامه داده‌های لازم پیرامون رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی بنگاه‌ها و اقدامات کارآفرینانه شرکتی آنها گردآوری گردید. جامعه تحقیق حاضر شامل شرکت‌های تولیدی کوچک و متوسط فعال در استان یزد در ۵ شاخه صنعتی است. بنا به تعریف وزارت صنایع، تعداد کارکنان بنگاه کوچک کمتر از ۵۰ و بنگاه متوسط از ۵۰ تا ۱۵۰ نفر در نظر گرفته شد.

با رویکردی محافظه‌کارانه ۲۵۰ نمونه انتخاب گردیده و با شیوه تصادفی طبقه‌بندی شده (متغیرهای کنترل اندازه بنگاه و شاخه صنعتی) ترکیب نمونه تعیین گردید. پرسشنامه‌ها پس از توزیع با نرخ بازگشتی معادل ۰/۷۴ (تعداد ۱۸۵ پرسشنامه) بازگشت داده شد. پرسشنامه تحقیق از چهار بخش تشکیل می گردد. بخش نخست از ۴ سؤال با هدف گردآوری اطلاعات کلی بنگاه‌ها، بخش دوم از ۱۷ گویه سنجش اقدامات کارآفرینانه شرکتی بین بنگاه‌ها و در نهایت بخش سوم از ۱۹ گویه پیرامون رفتارهای غیرقانونی-اخلاقی آنها در اقدامات کارآفرینانه تشکیل شده است. بخش چهارم پرسشنامه نیز از ۱۹ سوال، برپایه شیوه تحلیل نیازهای کانو و در دو فضای پاسخ کارکردی- غیرکارکردی طراحی گردیده است. در بخش‌های دوم و سوم پرسشنامه براساس طیف نظرسنجی پنج گزینه‌ای لیکرت و در بخش چهارم در قالب طیف پنج‌گزینه‌ای گردآوری گردید (۲۹). به منظور کاهش ابهام در نظرات مشارکت‌کنندگان در تحقیق، گردآوری داده‌ها در فضای فازی (عدد مثلثی فازی در بخش‌های دوم و سوم پرسشنامه و طیف دوبعدی فازی چنگ قسمت پایانی پرسشنامه) صورت گرفت.

به منظور بررسی روایی ظاهری ابزار پیمایش، پرسشنامه با توضیحات کامل در اختیار ۱۵ خبره دانشگاهی و ۲۰ نفر از مدیران بنگاه‌های منتخب قرار گرفت. بدین منظور از شاخص کوهن-کاپا (نسبت داوری‌های مورد پذیرش به تعداد کل داوری‌ها) استفاده شده که مقدار ۰/۷۲ (بالاتر از ۰/۶۵) این شاخص موید روایی پرسشنامه می‌باشد (۳۰). البته پیشنهاداتی نیز از سوی خبرگان مطرح گردید که در پرسشنامه نهایی اعمال شد.

در تحلیل داده‌های تحقیق از شیوه‌های آماری پارامتریک فازی شامل آزمون میانگین(ها) و تحلیل رگرسیون استفاده شده و از شیوه تحلیل کانو فازی نیز به منظور دسته‌بندی مصادیق رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی بهره گرفته شده است. به منظور بررسی فرضیه نخست تحقیق، بزرگترشدن میانگین داده‌های گردآوری شده در مورد رفتارهای غیراخلاقی (بخش دوم پرسشنامه) از حد وسط طیف به آزمون گذارده شده است. درصورت معنی‌دار شدن این آزمون یک دنباله سمت راست، می‌توان ادعای مطرح شده مبنی بر مبادرت بنگاه‌های کوچک و متوسط به رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی در اقدامات

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1391.7.1.8.8]

کارآفرینانه‌شان را پذیرفت. همچنین با استفاده از آزمون تحلیل واریانس و اختلاف میانگین‌ها، تأثیر شاخه صنعتی (۵ شاخه مختلف صنعتی) و اندازه بنگاه (کوچک و متوسط) بر مبادرت به رفتارهای غیرقانونی-اخلاقی از سوی آنها به آزمون گذارده شد. برای بررسی فرضیه دیگر تحقیق نیز از تحلیل رگرسیون استفاده گردید. در این مرحله با ورود متغیرهای کنترل اندازه بنگاه و شاخه صنعتی، متغیر مستقل سطح وقوع رفتارهای غیرقانونی-اخلاقی و متغیر وابسته سطح اقدامات کارآفرینانه شرکتی به الگو رگرسیون سلسله مراتبی، معنی‌داری ضرایب رگرسیونی به آزمون گذارده شد. لازم به ذکر است که این آزمون در مورد هریک از انواع شیوه‌های بروز رفتارهای غیرقانونی-اخلاقی و هریک از شکل‌های ظهور اقدامات کارآفرینانه شرکتی نیز به تفکیک صورت گرفت. در تمامی تحلیل‌ها، ابتدا داده‌های فازی گردآوری شده و سپس آزمون‌های مورد اشاره به انجام رسید (۳۱).

در پایان به منظور دسته‌بندی مصادیق رفتارهای غیرقانونی-اخلاقی از شیوه کانوی فازی استفاده گردید.

اگر U و V مجموعه‌هایی از سوالات فازی منطبق بر پرسشنامه دوبعدی کانو و شامل سوالات کارکردی و غیرکارکردی بوده و مجموعه های $P=\{P_1,P_2,\ldots,P_p\}$ و $N=\{N_1,N_2,\ldots,N_n\}$ متغیرهای کلامی تعریف شده بر روی این دو مجموعه (U و V) باشند، با ضرب دو مجموعه { P*N } ماتریس دوبعدی کانو (ماتریسی که تقابل پاسخ‌های افراد مشارکت‌کننده در تحقیق به سؤالات کارکردی و غیرکارکردی را نمایش می‌دهد) شکل می‌گیرد. در این صورت مجموعه‌های $m(P)_{ki}$ و $m(N)_{kj}$ معرف درجات عضویت سؤالات کارکردی و غیرکارکردی تعریف می گردد که از ترکیب نرمالیز شده نظرات کلامی پاسخ‌دهندگان به این سؤالات حاصل می‌شود. شرط لازم برای معنی‌داری درجات عضویت مجموعه سؤالات کارکردی و غیرکارکردی، برابر یک شدن مجموع آنها روی گزینه‌های پاسخ (۵ گزینه طیف پاسخ‌دهی) می‌باشد. در این روابط اندیس‌های k، i و j به ترتیب بیانگر گزینه‌های طیف پاسخ‌دهی، سؤالات کارکردی و غیرکارکردی است.

با ضرب کردن بردارهای درجات عضویت سؤالات کارکردی و غیرکارکردی $m(P)\otimes m(N)$ ماتریسی مربع شامل k سطر و ستون به‌دست خواهد آمد که قابلیت انطباق بر ماتریس معیار کانو را دارد. ماتریس معیار کانو در جدول۱ نمایش داده شده است.

جدول۱: جدول ارزشیابی مبتنی بر الگوی کانو

	غیرکارکردی				
کارکردی	بسیار مفید است	لازم است	تفاوتی نمی‌کند	اثری ندارد	بسیار مخرب است
بسیار مفید است	Q	A	A	A	O
لازم است	R	I	I	I	M
تفاوتی نمی‌کند	R	I	I	I	M
اثری ندارد	R	I	I	I	M
بسیار مخرب است	R	R	R	R	Q

M نیاز اجباری، O نیاز یک‌بعدی، A نیاز مهیج، I نیاز بی‌تفاوت، Q نیاز سوال‌برانگیز، R نیاز معکوس

با کمک این ماتریس، مصادیق غیرقانونی- اخلاقی در اقدامات کارآفرینانه را می‌توان به شش دسته مهیج ((A، اجباری ((M، یک‌بعدی ((O، بی‌تفاوت ((I، معکوس ((R و سؤال برانگیز ((Q تفکیک کرد. در این مرحله کافی است تا ماتریس حاصل‌ضرب درجات عضویت با ماتریس معیار کانو انطباق یابد و مجموع درجات عضویت هریک از دسته‌های شش‌گانه محاسبه شود(۳۲). در این صورت هریک از مصادیق غیرقانونی-اخلاقی در اقدامات کارآفرینانه از شش درجه عضویت مطابق دسته‌بندی الگوی کانو برخوردار خواهد شد و دسته‌ای که بیشترین درجه عضویت را داشته باشد به‌عنوان دسته نهایی انتخاب می‌گردد. به عبارتی می‌توان تعیین کرد که هریک از مصادیق غیرقانونی- اخلاقی در کدام دسته از بین دسته‌های مهیج، اجباری، یک‌بعدی، بی‌تفاوت، معکوس و سؤال‌برانگیز واقع می‌شود. با توجه به توضیحات فوق، در مرحله بعد به ارائه نتایج آزمون فرضیات و پاسخ‌دهی به سؤالات تحقیق خواهیم پرداخت.

یافته‌ها

با انجام تحلیل عاملی بر داده‌های گردآوری شده، به ترتیب چهار و هشت عامل پنهان بر اقدامات کارآفرینانه شرکتی و رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی شناسایی گردید.

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1391.7.1.8.8]

جدول۲: ماتریس بارهای عاملی در استخراج عوامل شکل‌دهنده کارآفرینی شرکتی

گویه ها*	نوسازی سازمانی	اقدامات ریسک‌آمیز مشترک	نوآوری سازمانی	پیشگامی
CE2	-۰/۱۷۶	۰/۱۶۲	۰/۸۴۷	-۰/۰۷
CE3	-۰/۱۹۶	۰/۰۸۹	۰/۸۵۸	۰/۰۱۳
CE4	-۰/۱۸۳	۰/۱۳۲	۰/۸۹۱	۰/۰۰۳
CE7	۰/۸۹۹	۰/۰۴۱	-۰/۱۹۴	-۰/۰۴۷
CE8	۰/۸۵۶	۰/۰۸۲	-۰/۱۶۸	-۰/۰۰۱
CE9	۰/۸۹۶	۰/۱۰۷	-۰/۱۹۷	-۰/۰۷۱
CE10	۰/۶۸۷	۰/۱۳۹	-۰/۰۷۲	۰/۱۴۹
CE12	۰/۰۰۹	۰/۰۲۳	-۰/۰۳۴	۰/۹۹۹
CE13	-۰/۰۴۳	-۰/۰۴۳	-۰/۰۰۷	۰/۷۴۲
CE15	۰/۱۱	۰/۸۳۹	۰/۰۸۹	-۰/۰۲۱
CE16	۰/۰۶۲	۰/۸۳۸	۰/۱۷۶	-۰/۰۱۹
CE17	۰/۰۹۹	۰/۹۳۵	۰/۱۱۸	۰/۰۱۸
آلفای کرونباخ	۰/۷۲۹	۰/۶۸۱	۰/۸۱۱	۰/۸۳۱

* برخی از گویه‌ها به دلیل بارعاملی پایین و یا چندباره شدن در تکرارهای اولیه حذف گردیده‌اند.

جداول۲ و۳ به ترتیب معرف بارهای عامل‌های پنهان اقدامات کارآفرینانه شرکتی و رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی می‌باشد. مقادیر بالاتر از ۰/۵ بارهای عاملی، موید تبیین سؤالات پرسشنامه توسط عامل‌های شناسایی‌شده خواهد بود. با توجه به مفاهیم سؤالاتی که بر روی یک عامل بار مشترک یافته‌اند، عوامل *مهندسی توافق*، *پنهان‌کاری اطلاعاتی*، *پنهان‌کاری اجرایی*، *فشار بر تصمیم‌گیرندگان بیرونی*، *تبانی با تصمیم‌گیرندگان بیرونی*، *تخریب هدفمند رقبا*، *سوء استفاده از قدرت* و *مسدود کردن فعالیت‌های رقبا* به عنوان عوامل تبیین‌کننده رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی شناسایی شدند. همچنین عوامل *نوسازی سازمانی*، *اقدام ریسک‌آمیز تجاری*، *نوآوری سازمانی* و *پیشگامی* به عنوان عوامل شکل‌دهنده اقدامات کارآفرینانه شرکتی استخراج گردیدند. نتایج آزمون‌ها (آماره ۰/۷۹۱ و ۰/۶۶۷ به ترتیب برای رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی و کارآفرینی شرکتی) و (سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ در مورد هر دو متغیر تحقیق) نیز به ترتیب بیانگر کفایت اندازه نمونه و معنی‌داری عوامل شناسایی شده می‌باشد (آماره KMO

جدول۳: ماتریس بارهای عاملی در استخراج رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی

گویه‌ها	مهندسی توافق	پنهان‌کاری اطلاعاتی	پنهان‌کاری اجرایی	فشار بر تصمیم‌گیرندگان بیرونی	تبانی با تصمیم‌گیرندگان بیرونی	تخریب هدفمند رقبا	سوء استفاده از قدرت	مسدودکردن فعالیت‌های رقبا
E1	۰/۱۸	۰/۸۱۷	۰/۱۱۷	۰/۳۶	۰/۱۴	۰/۲۸۴	-۰/۲۲۶	۰/۰۷۲
E2	۰/۷۹۲	۰/۰۷۳	۰/۳۶۱	۰/۳۱۵	۰/۲۰۴	۰/۲۷۷	۰/۰۷۶	۰/۳۴۱
E3	۰/۳۷۱	۰/۳۹	۰/۱۰۳	۰/۰۴۶	۰/۶۱۴	۰/۲۵	۰/۱۰۳	۰/۰۸۷
E4	۰/۱۳۱	۰/۶۸۸	۰/۰۹۲	۰/۰۰۴	۰/۲۶	۰/۳۹۳	-۰/۱۹۳	-۰/۰۰۶
E5	۰/۲۸۳	۰/۱۳۹	۰/۰۶۴	۰/۰۳۳	۰/۸۵۶	۰/۱۴۵	۰/۱۴۴	۰/۰۶۷
E6	۰/۲۳۱	۰/۳۸۲	۰/۸۰۹	۰/۴۱	۰/۱۹۸	۰/۰۵۴	-۰/۱۷۵	۰/۰۸۵
E7	۰/۲۱۱	۰/۲۹۴	۰/۲۷	۰/۶۵۹	۰/۲۸۵	۰/۰۴۳	۰/۱۸۹	۰/۲۰۳
E8	۰/۳۱	۰/۰۹۵	۰/۲۷۶	۰/۸۲۸	۰/۲۱۱	۰/۲۰۹	-۰/۱۷۱	۰/۰۶۳
E9	۰/۰۳۵	۰/۲۸۸	۰/۶۱۸	۰/۳۰۷	۰/۱۹	۰/۳۰۵	-۰/۱۲۶	-۰/۰۳۳
E10	۰/۰۷۲	۰/۱۸۶	۰/۳۹۵	۰/۳۳۶	۰/۱۹۱	۰/۳۰۶	۰/۰۵۸	۰/۶۹
E11	۰/۰۰۹	۰/۳۴	۰/۱۱۷	۰/۸۲۷	۰/۱۲۴	۰/۲۷۸	-۰/۰۷۵	۰/۳۵۱
E12	۰/۱۸۷	۰/۰۲۱	۰/۰۸۴	۰/۰۹	۰/۲۰۷	۰/۱۹۳	۰/۰۴۸	۰/۵۷۴
E13	۰/۲۶۱	۰/۰۷۳	۰/۰۴۳	۰/۱۱۹	۰/۱۳۹	۰/۲۶	۰/۸۹۷	۰/۳۵۴
E14	۰/۱۰۱	۰/۲۶۴	۰/۴۳۲	۰/۳۵۷	۰/۰۶	۰/۳۰۵	۰/۸۱۳	۰/۳۵۷
E15	۰/۱۱	۰/۰۳۷	۰/۳۰۵	۰/۴۷۵	۰/۱۵۶	۰/۳۲۵	-۰/۰۲۴	۰/۹۸۹
E16	۰/۲۹۱	۰/۲۹۲	۰/۲۶۷	۰/۴۱۲	۰/۰۲۳	۰/۸۱	۰/۰۱۷	۰/۱۹۱
E17	۰/۰۶۸	۰/۲۵۹	۰/۳۲۵	۰/۴۳	۰/۰۹۸	۰/۶۱۷	۰/۱۲۴	۰/۲۴۵
E18	۰/۲۴۴	۰/۳۲۷	۰/۳۶	۰/۲۸۵	۰/۰۸	۰/۷۶۹	۰/۰۴۹	۰/۳۸۲
E19	۰/۸۵۲	۰/۳۹۷	۰/۴۲۷	۰/۲۶۹	۰/۱۱۲	۰/۱۲۵	۰/۰۷۷	۰/۳۵۸
آلفای کرونباخ	۰/۷۹۶	۰/۷۷۹	۰/۷۴۶	۰/۷۶	۰/۶۹۵	۰/۷۳۷	۰/۸۸۲	۰/۶۸

* میزان آماره KMO بالاتر از ۰/۵ و سطح معنی‌داری کمتر از ۵ درصد به ترتیب بیانگر کفایت نمونه و برازش معنی‌دار الگوی عاملی می‌باشد.

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1391.7.1.8.8]

بزرگتر از ۰/۵ و سطح معنی‌داری کمتر از سطح خطا موید آن می‌باشد) (۳۳).

با استخراج عوامل تبیین‌کننده رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی در اقدامات کارآفرینانه و تایید معنی‌داری آنها اکنون می‌توان به بررسی فرضیات تحقیق پرداخت. سطح معنی‌داری آزمون میانگین در مورد هریک از عوامل شکل‌دهنده رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی کمتر از ۰/۰۵(سطح خطا) می‌باشد. نتایج این آزمون موید پذیرش فرضیه ادعا (مقابل) یعنی مبادرت بنگاه‌های کوچک و متوسط به رفتارهای غیرقانونی-اخلاقی در فرایند استقرار فعالیت‌های کارآفرینانه خود می‌باشد. در مورد تمامی شکل‌های بروز رفتارهای غیرقانونی-اخلاقی فرضیه ادعا پذیرفته شده است.

با انجام آزمون تحلیل واریانس و اختلاف میانگین‌ها، تأثیر متغیرهای شاخه صنعتی و اندازه بنگاه‌ها بر مبادرت آنها به رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی بررسی گردید که نتایج آن در جدول۴ و۵ ارائه شده است. سطح معنی‌داری بیشتر از ۰/۰۵ (سطح خطا) نشان دهنده اختلاف بین شاخه‌های صنعتی مختلف در مبادرت به رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی می‌باشد. این درحالی‌است که در مورد بیشتر شکل‌های بروز رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی، بنگاه‌های فعال در شاخه معدنی و شاخه فلزی- برقی به ترتیب بیشترین و کمترین سطح مبادرت به این‌گونه رفتارها را داشته‌اند. لازم به ذکر است که شاخه‌های صنعتی شیمیایی- سلولزی، غذایی-دارویی، معدنی و فلزی- برقی گروه‌های مختلف این آزمون را شکل می‌دهند. همچنین سطح معنی‌داری صفر در آزمون دوم، بیانگر اختلاف بین بنگاه‌های کوچک و متوسط در سطح مبادرت به اینگونه رفتارهاست. بررسی میانگین‌های مربوطه، موید مبادرت بیشتر بنگاه‌های متوسط در مقایسه با کوچک به رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی می‌باشد.

جدول۴: آزمون برابری میانگین رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی در بین شاخه‌های صنعتی

رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی	سطح معنی‌داری	کمترین میانگین	بیشترین میانگین	رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی	سطح معنی‌داری	کمترین میانگین	بیشترین میانگین
مهندسی توافق	۰/۰۰۵	فلزی-برقی	شیمیایی-سلولزی	تبانی با تصمیم‌گیرندگان بیرونی	۰/۰۱۱	غذایی-دارویی	معدنی
پنهان‌کاری اطلاعاتی	۰/۰۰۱	فلزی-برقی	شیمیایی-سلولزی	تخریب هدفمند رقبا	۰/۰۰۰	فلزی-برقی	شیمیایی-سلولزی
پنهان‌کاری اجرایی	۰/۰۰۸	فلزی-برقی	معدنی	سوء استفاده از قدرت	۰/۰۰۹	فلزی-برقی	معدنی
فشار بر تصمیم‌گیرندگان بیرونی	۰/۰۰۲	فلزی-برقی	معدنی و غذایی-دارویی	مسدودکردن فعالیت‌های رقبا	۰/۰۱۲	فلزی-برقی	معدنی

جدول۵: آزمون برابری میانگین رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی در بین بنگاه‌های کوچک و متوسط

رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی	سطح معنی‌داری	بیشترین میانگین	رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی	سطح معنی‌داری	بیشترین میانگین
مهندسی توافق	۰/۰۱	متوسط	تبانی با تصمیم‌گیرندگان بیرونی	۰/۰۳۱	متوسط
پنهان‌کاری اطلاعاتی	۰/۰۱۱	کوچک	تخریب هدفمند رقبا	۰/۰۳۴	متوسط
پنهان‌کاری اجرایی	۰/۰۲۵	کوچک	سوء استفاده از قدرت	۰/۰۴۱	متوسط
فشار بر تصمیم‌گیرندگان بیرونی	۰/۰۰۵	متوسط	مسدودکردن فعالیت‌های رقبا	۰/۰۳۸	متوسط

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1391.7.1.8.8]

جدول۶: فراوانی رفتارهای غیرقانونی اخلاقی در دسته‌بندی مبتنی بر الگوی کانو (درجه عضویت بالاتر از ۰/۴)

رفتارهای غیرقانونی اخلاقی	اجباری	یک‌بعدی	مهیج	بی‌تفاوت	سوال‌برانگیز	معکوس
مهندسی توافق	۱۵۴	۲۱	۱۱	۱۴	۰	۰
پنهان‌کاری اطلاعاتی	۱۴۷	۱۷	۲۹	۱۶	۰	۰
پنهان‌کاری اجرایی	۲۳	۱۲۸	۳۳	۱۳	۰	۰
فشار بر تصمیم‌گیرندگان بیرونی	۳۵	۳۶	۹۷	۲۳	۰	۰
تبانی با تصمیم‌گیرندگان بیرونی	۱۴۱	۲۰	۱۶	۱۷	۰	۰
تخریب هدفمند رقبا	۲۳	۲۶	۱۵۱	۱۴	۰	۰
سوء استفاده از قدرت	۸	۳۳	۱۱	۱۳۹	۰	۰
مسدودکردن فعالیت‌های رقبا	۱۱	۱۲۴	۱۵	۴۴	۰	۰

جدول۷: رابطه بین رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی و اقدامات کارآفرینانه شرکتی

	اقدامات کارآفرینانه شرکتی				
رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی	نوسازی سازمانی	اقدامات ریسک‌آمیز مشترک	نوآوری سازمانی	پیشگامی	کارآفرینی شرکتی
مهندسی توافق	۰/۳۵۵*	۰/۴۱۲*	۰/۴۶۴*	۰/۳۸۲*	۰/۴۳۱*
پنهان‌کاری اطلاعاتی	۰/۲۲۸**	۰/۵۰۱*	۰/۴۴۴*	۰/۳۹۰*	۰/۳۹۸*
پنهان‌کاری اجرایی	۰/۱۹۹**	۰/۵۳۶*	۰/۲۳۶**	۰/۴۵۱*	۰/۳۱۲**
فشار بر تصمیم‌گیرندگان بیرونی	۰/۱۵۸	۰/۴۸۸*	۰/۴۴۹*	۰/۴۶۸*	۰/۳۷۶*
تبانی با تصمیم‌گیرندگان بیرونی	۰/۳۵۹*	۰/۴۶۷*	۰/۴۳۸**	۰/۴۴۷*	۰/۳۴۹*
تخریب هدفمند رقبا	۰/۱۰۷	۰/۳۶۳*	۰/۴۲۹*	۰/۵۱۱*	۰/۴۰۳*
سوء استفاده از قدرت	۰/۱۲۳	۰/۱۴۸	۰/۱۷۳	۰/۲۵۳**	۰/۱۵۳
مسدودکردن فعالیت‌های رقبا	۰/۲۶۸**	۰/۴۵۷*	۰/۲۹۰**	۰/۴۳۳*	۰/۳۲۰**

* $p<0.05$
** $p<0.01$

جدول۶ فراوانی رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی را در دسته‌های شش‌گانه منطبق بر الگوی کانو فازی نمایش می‌دهد. در این بین بیشتر رفتارهای مورد بررسی در دسته‌های اجباری و یک بعدی و مهیج قرار گرفته‌اند. لازم به ذکر است که نوع رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی مطابق دسته‌بندی کانو، معرف میزان الزام بنگاه‌های کوچک و متوسط برای مبادرت به رفتارهای مذکور با هدف توسعه اقدامات کارآفرینانه‌شان می‌باشد. به عنوان مثال قرار گرفتن یک رفتار در دسته اجباری، به معنای اجباری شناخته شدن مبادرت به این رفتار برای دستیابی به اهداف کارآفرینانه است.

با سنجش اقدامات کارآفرینانه شرکتی در بین بنگاه‌های مورد پیمایش، عملکرد کارآفرینانه آنها در نوسازی سازمانی،

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1391.7.1.8.8]

اقدامات ریسک‌آمیز تجاری، نوآوری سازمانی و پیشگامی پایش شد. با استفاده از تحلیل رگرسیون سلسله مراتبی ارتباط بین رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی بنگاه‌ها و اقدامات کارآفرینانه شرکتی آنها مورد ارزیابی قرار گرفت. جدول۷ نتایج بررسی روابط رگرسیونی بین هشت شکل بروز رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی و چهار شکل بروز رفتارهای کارآفرینانه شرکتی را نمایش می‌دهد. برخی از مصادیق رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی بر تمامی شکل‌های ظهور کارآفرینی شرکتی تأثیر معنی‌داری دارند. همچنین تأثیر کلی مبادرت به رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی از سوی کارآفرینان بر موفقیت آنها در اقدامات کارآفرینانه‌شان نیز به تأیید رسیده است.

بحث

نتایج تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی نشاندهنده وجود هشت شکل بروز رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی در اقدامات کارآفرینانه بنگاه‌ها می‌باشد. در مورد برخی از این رفتارها نظیر مهندسی توافق، تبانی با تصمیم‌گیرندگان بیرونی و یا مسدود نمودن فعالیت‌های کارآفرینانه رقبا می‌توان در تحقیقات گذشته موارد مشابهی را یافت(۱۵-۱۳). پنهان‌کاری اطلاعاتی و اجرایی از جمله عواملی است که با بارهای عاملی بالا (تمامی بارهای عاملی بالاتر از ۰/۸ می‌باشد) شناسایی و تایید شده‌اند. این امر موید تأکید مشارکت‌کنندگان در تحقیق بر پنهان‌کاری از سوی کارآفرینان برای پیشبرد اقدامات کارآفرینانه‌شان می‌باشد. در کنار این عوامل، رفتارهایی چون فشار بر تصمیم‌گیرندگان بیرونی بویژه وابسته به دولت برای اتخاذ تصمیمات جهت‌دار به نفع بنگاه‌های خاص از جمله مواردی بود که با درصد شایان توجهی تبیین گردید.

سؤال اولی که دراین‌باره مطرح می‌باشد این است که آیا بنگاه‌های مورد تحقیق اذعان به ارتکاب رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی در فرایند اقدامات کارآفرینانه خود دارند؟ نتایج بررسی فرضیه نخست موید پاسخ مثبت مشارکت‌کنندگان در تحقیق به این سؤال می‌باشد. این مهم در رابطه با تمامی هشت شکل بروز رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی به تایید رسیده است. اما سطح معنی‌داری کوچکتر عوامل مهندسی توافق، پنهان‌کاری اطلاعاتی، تبانی با تصمیم‌گیرندگان و مسدود کردن فعالیت‌های رقبا در مقایسه با سایر شکل‌های رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی نشاندهنده معنی‌داری بالاتر فرضیه مقابل در مورد این عوامل است.

در مورد این سؤال که آیا گروه‌های خاصی از بنگاه‌ها مبادرت بیشتر و یا کمتری به رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی در مقایسه با سایرین دارند؟ نتایج تحلیل‌های صورت گرفته موید آن است که اندازه و شاخه صنعتی فعالیت بنگاه بر سطح مبادرت به این‌گونه رفتارها تأثیر معنی‌داری دارد. اینکه در اکثر شکل‌های بروز رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی شاهد مبادرت بیشتر بنگاه‌های معدنی می‌باشیم، می‌تواند به علل مختلفی ازجمله فرایند پیچیده‌تر ثبت و توسعه، سرمایه‌بری بالاتر و رقابت پنهان و آشکار بیشتر در بین این دسته از بنگاه‌ها در مقایسه با سایرین برگردد. در مقابل فساد قانونی- اخلاقی کمتر در بین بنگاه‌های دسته فلزی- برقی می‌تواند به عواملی چون کنترل‌پذیری رقابت، فرایند ساده‌تر شکل‌گیری و توسعه اقدامات کارآفرینانه و ارتباط منسجم‌تر نهادهای متولی برنامه‌ریزی و نظارت وابسته باشد. کاهش انعطاف‌پذیری سالم در برابر محیط، گسترش و پیچیده‌تر شدن روابط درون سازمانی، لزوم دستیابی به منابع محیطی بیشتر برای بقا یا توسعه و رقابت وسیع‌تر از جمله دلایل احتمالی مبادرت بیشتر بنگاه‌های متوسط به رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی در مقایسه با بنگاه‌های کوچک‌تر می‌باشد. این درحالی‌است که در پنهان‌کاری‌های اطلاعاتی و یا اجرایی، بنگاه‌های کوچک فساد بیشتری داشته‌اند که می‌تواند به آسیب‌پذیری بیشتر آنها در مراحل اولیه چرخه حیاتشان برگردد. البته آسیب‌شناسی این نتایج خود مستلزم تحقیقات وسیع‌تر کیفی و درنظر گرفتن عوامل متعددی خواهد بود.

آنچه در بین نتایج تحقیق بیش از سایر موارد شایان توجه می‌باشد، تأکید مشارکت‌کنندگان بر ماهیت رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی به عنوان نیاز بر مسیر توفیق به اهداف کارآفرینانه‌شان است. برای این نیازسنجی از الگوی دسته‌بندی نیازهای کانو بهره گرفته شد. مطابق این الگو نیازهای متنوع مترتب بر هر هدفی دارای اولویت ارضاء می‌باشد. به‌طوری که برای حصول هدف باید به ترتیب به نیازهای اجباری، یک بعدی،

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1391.7.1.8.8]

مهیج و بی‌تفاوت رسیدگی شود. این رسیدگی در برنامه‌ریزی مسئولین مربوطه می‌تواند راهگشا باشد.

از آنجا که در این تحقیق هدف و نیاز مشارکت‌کنندگان به ترتیب تحقق اقدامات کارآفرینانه بنگاه‌ها و مبادرت به رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی می‌باشد، اولویت‌بندی نیازها مطابق الگوی کانو می‌تواند تعیین کند که از زاویه دید مدیران و مالکان بنگاه‌ها مبادرت به کدام نوع از رفتارهای مورد بررسی، اولویت بالاتری در دستیابی به اهداف کارآفرینانه بنگاه‌ها دارد؟ رفتارهایی چون مهندسی توافق، پنهان‌کاری اطلاعاتی و تبانی با تصمیم‌گیرندگان در دسته اجباری قرار گرفته و الزام‌آورترین اقدامات غیرقانونی برای توفیق به اهداف کارآفرینانه تلقی می‌گردد. دسته دیگر رفتارهای پنهان‌کاری اجرایی و مسدود کردن فعالیت‌های رقبا را شامل می‌شود که به زعم مشارکت‌کنندگان در تحقیق رابطه خطی بین مبادرت به این رفتارها و دستیابی به اهداف کارآفرینانه (مصداق رضایت از مبادرت به این رفتارها) برقرار می‌باشد. به عبارتی پرداختن و نپرداختن به چنین اقداماتی به یک اندازه بر توفیق یا عدم توفیق فعالیت‌های کارآفرینانه‌شان تأثیر دارد. اما دسته سوم دربرگیرنده رفتارهایی است که برای کارآفرینان از حیث تأثیر بر اقدامات کارآفرینانه‌شان مهیج تلقی می‌گردد، فشار بر تصمیم‌گیرندگان و تحریک هدفمند رقبا رفتارهایی هستند که مبادرت به آنها می‌تواند تأثیر زیادی بر حصول اهداف کارآفرینانه بنگاه‌ها داشته باشد و در مقابل نپرداختن به آنها اثر منفی چندانی بر موفقیت در کارآفرینانه بنگاه‌ها ندارد. در نهایت سوء استفاده از قدرت رفتاری است که از منظر بنگاه‌ها بر اقدامات کارآفرینانه آنها بی‌تأثیر می‌باشد. نکته شایان توجه اینکه دسته رفتارهای اجباری شامل رفتارهایی می‌گردد که در بررسی فرضیه نخست با توان آزمون بالاتری فرضیه مقابل در مورد آنها به تایید رسید. مهندسی توافق، پنهان‌کاری اطلاعاتی و تبانی با تصمیم‌گیرندگان رفتارهایی هستند که از سوی جامعه تحقیق، مبادرت به آنها با توان بالاتری پذیرفته شده بود.

گواه بر صحت استدلال‌های فوق، نتایجی است که از بررسی روابط بین رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی و شکل‌های ظهور اقدامات کارآفرینانه شرکتی با استفاده از تحلیل رگرسیون حاصل شد (جدول۷). تأثیر مثبت و معنی‌دار تمامی رفتارهای دسته اجباری (مطابق الگوی کانو) بر چهار شکل بروز اقدامات کارآفرینانه شرکتی به تایید رسیده است. این نتیجه در مورد رفتارهای دسته یک‌بعدی نیز مشاهده می گردد با این تفاوت که تأثیرات آنها بر اقدامات کارآفرینانه نوسازی و نوآوری سازمانی در سطح معنی‌داری ۰/۱۰ تأیید شده است. در مورد رفتارهای دسته مهیج شامل فشار بر تصمیم‌گیرندگان و تحریک هدفمند رقبا، تنها تأثیر بر اقدام کارآفرینانه نوسازی سازمانی به تأیید نرسیده است. همچنین رفتار غیرقانونی- اخلاقی سوء استفاده از قدرت بر تنها پیشگامی بنگاه‌ها تأثیر معنی‌دار مثبت داشته و بر سایر شکل‌های بروز اقدامات کارآفرینانه اثری ندارد. نتایج فوق هم‌راستا با مطالبی است که در قسمت پیشین از تحلیل‌های مبتنی بر الگوی کانو ارائه گردید.

پیشنهاد می‌شود تا در تحقیقات آتی در رابطه با علل و شرایط مبادرت بنگاه‌ها به رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی شناسایی شده در این تحقیق، بررسی‌های جامعی صورت گیرد. مسلماً برای روشن‌شدن سؤالات مربوط به آسیب‌شناسی این‌گونه رفتارها باید به تحقیقات کیفی توجه بیشتری گردد.

همچنین با طراحی و آزمون مدل‌های علی از طریق مدل‌یابی معادلات ساختاری می‌توان نتایج روشنی از علل مبادرت با این رفتارها یافت. بررسی نقش متغیرهای میانجی و مداخله‌گر در این الگوها از جمله قوانین و مقررات وضع‌شده در این زمینه، رقابت تجاری و شرایط حاکم بر محیط کسب‌وکار بنگاه‌ها اعم از دسترسی به منابع، پویایی، پیچیدگی و عدم اطمینان محیطی می‌تواند زوایای بیشتری از اخلاق در کارآفرینی را نمایان سازد.

مطالعه تفاوت بین بنگاه‌های کوچک، متوسط و بزرگ در مبادرت به رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی نیز مسئله دیگری است که می‌تواند اثرات اندازه بر این اقدامات را تحلیل نماید. همچنین مقایسه کیفی و کمی بنگاه‌های فعال در شاخه‌های صنعتی مختلف از حیث رفتارهای موردنظر، موضوع دیگری است که پرداختن به آن در تحقیقات آتی مفید خواهد بود.

توصیه می‌شود تا برای روشن شدن اثرات رفتارهای غیرقانونی- اخلاقی بر اقدامات کارآفرینانه، تحلیل‌های لازم تنها

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1391.7.1.8.8]

بر یک شکل بروز اقدامات کارآفرینانه معطوف گردد. بـه عنـوان مثال به این سؤال پرداخته شود که چه نوع رفتارهای غیرقـانونی و یا اخلاقی در اقدامات ریسک‌آمیز مشترک که مـستلزم تعامـل کارآفرینانه بین بنگاه‌ها می‌باشد، مشاهده مـی‌شـود؟ ایـن گونـه سؤالات اکتشافی و حتی انواع تبیینی و تفسیری آن را مـی‌تـوان در مورد کارآفرینی مستقل و یـا سـازمانی و حتـی محـیط‌هـای کسب‌وکار خاص مانند خوشه‌های صنعتی نیز مطرح کرد.

نتیجه‌گیری

در مقاله حاضر هشت شکل بروز رفتارهای غیرقانونی- اخلاقـی در حین اقدامات کارآفرینانه بنگاه‌هـا شناسـایی و تاییـد گردیـد. مبادرت به این‌گونه رفتارها از سوی بنگاه‌های کارآفرین پذیرفتـه شده و تأثیر آنها بر دستاوردهای اقدامات کارآفرینانه شرکتی آنها مورد تأیید قرار گرفته است. در این میان بنگاه‌ها بر ایـن عقیـده هستند که برای توفیق در عرصـه کـارآفرینی لازم اسـت تـا بـه مهندســی توافــق، پنهــان‌کــاری اطلاعــاتی و تبــانی بــا تصمیم‌گیرندگان بیرونی بپردازند. علاوه بر این رفتارها، فشار بـر تصمیم‌گیرندگان بیرونی و تخریب هدفمند رقبا تأثیر معنـی‌داری بر دستاوردهای اقدامات کارآفرینانه بنگاه‌هـا خواهـد داشـت. بـا بزرگ شدن انـدازه بنگـاه‌هـا، رفتارهـای غیرقـانونی و اخلاقـی بیشتری از آنها سـر زده و در میـان بنگـاه‌هـای فعـال در شـاخه معدنی و شیمیایی-سلولزی، سـطح بـالاتری از بـروز رفتارهـای غیرقانونی-اخلاقی مشاهده می‌گردد.

واژه‌نامه

1. Entrepreneurship	کارآفرینی
2. Professional Ethics	اخلاق حرفه‌ای
3. Rule Breaking:	قانون شکنی
4. Resources Munificence:	دسترسی منابع
5. Hostility:	تنازعات
6. One Dimensional:	یک بعدی
7. Indifferent:	بی تفاوت
8. Attractive:	مهیج
9. Self-Interest:	اصالت نفع
10. Reciprocity:	مقابله به مثل
11. Competition:	رقابت
12. Survival:	بقاء
13. Honesty:	امانت‌داری
14. Justice:	عدالت
15. Toughness:	ایستادگی
16. Courage:	شجاعت
17. Consent Engineering:	مهندسی توافق
18. Promoter Dilemma:	ترویج دهنده
19. Pygmalionism:	آفریده پرستی
20. Survey:	زمینه‌یابی

منابع

1- Bryant P (2009). Self-regulation and moral awareness among entrepreneurs. Journal of Business Venturing 24: 505–518.

2- Veiga J F, Golden TD, Dechant K (2004). Why managers bend company rules? Academy of Management Executive 18 (2): 84–90.

3- Zahra SA (2007). Contextualizing theory building in entrepreneurship research. Journal of Business Venturing 22:443–452.

4- Alvarez SA, Busenitz LW (2001). The entrepreneurship of resource-based theory. Journal of Management 27 (6):755–776.

5- Zahra SA, Korri JS (2005). Cognition and international entrepreneurship: implications for research on international opportunity recognition and exploitation. International Business Review14:129–146.

6- Forbes, DP (2005). Are some entrepreneurs more overconfident than others? Journal of Business Venturing 20 (3): 623–640.

7- Baum JR, Locke EA (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. Journal of Applied Psychology 89 (4):587–598.

8- Tan KC, Shen XX (2000). Integrating Kano's model in the planning matrix of quality function deployment. Total Quality Management 11 (8): 1141–1151.

9- Forbes DP (2005). The effects of strategic decision making on entrepreneurial self-efficacy.

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1391.7.1.8.8]

Entrepreneurship Theory and Practice 29 (5): 599–626.

10- Higgins ET (2002). How self-regulation creates distinct values: the case of promotion and prevention decision making. Journal of Consumer Psychology 12 (3):177–191.

11- Buchholz RA, Rosenthal SB (2005). The spirit of entrepreneurship and the qualities of moral decision making: toward a unifying framework. Journal of Business Ethics 60: 307–315.

12- Hannafey FT (2003). Entrepreneurship and ethics: a literature review. Journal of Business Ethics 46 (2): 99–110.

13- Brenkert GG (2009). Innovation, rule breaking and the ethics of entrepreneurship.Journal of Business Venturing 24 : 448–464.

14- Jaude K (18 Dec 2005). Innovation and change: breaking the rules. http://www.refresher.com

15- Hursthouse R(21 May 2003). Virtue ethics. Stanford Encyclopedia of Philosophy. . http://plato. stanford. edu/entries/ethics-virtue.

16- Bandura A (2006). Toward a psychology of human agency. Perspectives on Psychological Science 1 (2): 164–180.

17- Kark R, Van Dijk D (2007). Motivation to lead, motivation to follow: the role of the self-regulatory focus in leadership processes. Academy of Management Review 32 (2): 500–528.

18- Brenkert GG (2002). Entrepreneurship, ethics, and the good society. Ruffin Series in Business Ethics 3:5–44.

19- Winnett A (9 Oct 2005). Misrepresentation — through silence. http://marketing.mcdar.net

20- Aquino K, Reed A (2002). The self-importance of moral identity. Journal of Personality and Social Psychology 83 (6): 1423–1440.

21- Michael M (2006). Business ethics: the law of rules. Business Ethics Quarterly 16 (4): 475–504.

22- Brockner J, Higgins ET, Low MB (2004). Regulatory focus theory and the entrepreneurial process. Journal of Business Venturing 19 (2): 203–220.

23- Bryant P (2007). Self-regulation and decision heuristics in entrepreneurial opportunity evaluation and exploitation. Management Decision 45 (4): 732–748.

24- Shah JY, Brazy PC, Higgins ET (2004). Promoting us or preventing them: regulatory focus and manifestations of intergroup bias. Personality and Social Psychology Bulletin 30 (4):433–445.

25- Baron RA (2004). The cognitive perspective: a valuable tool for answering entrepreneurship's basic "Why" Questions. Journal of Business Venturing 19 (2):221–239.

26- Higgins ET (2005). Value from regulatory fit. Current Directions in Psychological Science 14 (4): 209–213.

27- Bandura A, Locke EA (2003). Negative self-efficacy and goal effects revisited. Journal of Applied Psychology 88 (1): 87–99.

28- Reynolds SJ (2006). Moral awareness and ethical predispositions: investigating the role of individual differences in the recognition of moral issues. Journal of Applied Psychology 91 (1): 233–243.

29- Lee YC, Huang SY (2009). A new fuzzy concept approach for Kano's model. Expert Systems with Applications 36: 4479–4484.

30- Li S, Subba-Rao S, Ragu-Nathan TS, Ragu-Nathan B (2005). Developing **a**nd Validating of a Measurement Instrument for Studying Supply Chain Management Practices. Journal of Operations Management 23: 618–643.

31- Chen LH, Ko WC (2008). A fuzzy nonlinear model for quality function deployment considering Kano's concept. Mathematical and Computer Modelling 48: 581–593.

32- Lee YC, Huang SY (2009). A new fuzzy concept approach for Kano's model. Expert Systems with Applications 36: 4479–4484.

33- O'Leary SW, Vokurka RJ (1998). The Empirical Assessment of Construct Validity. Journal of Operations Management16: 385–407.

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

[DOR: 20.1001.1.22517634.1391.7.1.8.8]