

ترجمه انگلیسی این مقاله نیز با عنوان:
Meta-Organizational Factors Affecting the Ethical Practices and Decision-Making of Engineering Consulting Firms
در همین شماره مجله به چاپ رسیده است.

عوامل فراسازمانی مؤثر بر تصمیم‌سازی و عملکرد اخلاقی شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره*

امیر ردایی^۱، محمدحسین صبحیه^{۲*}، سعید نظری توکلی^۳، مقصود فراستخواه^۴، داوود دانش جعفری^۵

۱. دانشجوی دکتری مدیریت پروژه و ساخت، دانشکده هنر، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

۲. دکتری مدیریت پروژه و ساخت، دانشکده هنر، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

۳. دکتری فلسفه اسلامی، دانشکده الهیات و معارف اسلامی، دانشگاه تهران، ایران

۴. دکتری برنامه‌ریزی توسعه آموزش عالی، مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی، تهران، ایران

۵. دکتری اقتصاد، دانشکده اقتصاد، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۹۷/۱۰/۳۰ تاریخ اصلاح: ۹۸/۰۲/۳۰ تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۳/۰۶ تاریخ انتشار: ۹۸/۱۱/۰۱

چکیده

بیان مسئله: داده‌های حاصل از مصاحبه با فعالان نظام فنی و اجرایی کشور حاکی از نوعی تعارض بین قضاوت و عملکرد اخلاقی شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره است. غالب شرکت‌ها اخلاقی بودن عملکرد را به‌عنوان یک هدف کلان در نظر دارند، اما بسیاری از تصمیمات و عملکردهای ایشان فارغ از تفاوت‌های فردی هیئت مدیره و تفاوت‌های سازمانی شرکت‌ها، آگاهانه، با ارزش‌های اخلاقی مانند صداقت و رعایت منافع همه ذی‌نفعان هم‌خوانی ندارد. در ادبیات، چنین مسائلی در حوزه تصمیم‌گیری اخلاقی مطالعه می‌شوند. با توجه به ادبیات موضوع به‌نظر می‌رسد، نظریات و مدل‌های تصمیم‌گیری اخلاقی موجود از تأثیرگذاری عوامل فراسازمانی بر تصمیمات و عملکرد اخلاقی سازمان‌ها غفلت کرده‌اند و فقدان یک چارچوب نظری روشن برای تبیین عملکرد اخلاقی سازمان‌ها، در سطح یک نظام که مستلزم توجه به عوامل فراسازمانی است، در ادبیات مشهود است.

اهداف پژوهش: در این پژوهش، با توجه به رخنه ادبیات در زمینه بررسی عوامل فراسازمانی مؤثر بر عملکرد اخلاقی سازمان‌ها، شناسایی عوامل فراسازمانی اثرگذار بر عملکرد اخلاقی شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره مد نظر قرار گرفته است.

روش پژوهش: با توجه به این که برای تحلیل مسئله فوق یک چارچوب نظری روشن در ادبیات وجود ندارد، در این پژوهش از روش پژوهش کیفی و از روش‌شناسی برپایه (GT) با رویکرد استراوس و کربین استفاده شده است. **نتیجه‌گیری:** با توجه به تحلیل یافته‌ها، «تحمیل فشار مضاعف بر مشاوران» موجب پیدایش پدیده «تسلیم اخلاقی» شده که عامل مهمی در پیدایش تعارض بین قضاوت‌ها و عملکردهای اخلاقی مشاوران است. از طرف دیگر، عوامل فراسازمانی مانند: «شرایط وخیم اقتصادی»، «تعریف نادرست از نقش مشاوران»، «بی‌توجهی به نقش مشاوران»، «دخالت دولت در امور صنفی»، «ناکارآمدی روش انتخاب» و «ناکارآمدی روش پرداخت» به مشاوران زمینه را برای اتخاذ راهبردهای غیراخلاقی در صنف مشاوران در نظام فنی و اجرایی ایران فراهم کرده است.

واژگان کلیدی: عوامل فراسازمانی، عملکرد اخلاقی، تصمیم‌سازی اخلاقی، شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره، نظام فنی و اجرایی.

نظری توکلی و مشاوره دکتر مقصود فراستخواه و دکتر داوود دانش جعفری در سال ۹۸ در دانشکده هنر دانشگاه تربیت مدرس تهران ارائه شده است. * نویسنده مسئول: ۰۹۱۲۱۰۱۰۸۴۰، sobhiyah@modares.ac.ir

* این مقاله برگرفته از رساله دکتری امیر ردایی با عنوان مدل نظری عوامل فراسازمانی اثرگذار بر عملکرد اخلاقی حاکمیت سازمان‌های نظام فنی و اجرایی کشور است که به راهنمایی دکتر محمدحسین صبحیه و دکتر سعید

آزمون یک مدل نظری مستخرج از ادبیات، که در رویکردهای اثبات‌گرایانه تحقیق رایج است، به کشف مفاهیم و ارائه مدل نظری مبتنی بر تحلیل نظام‌مند موقعیت‌های واقعی کسب و کار شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره اقدام شده است.

پیشینه تحقیق

نظریات اخلاقی را می‌توان به سه دسته پژوهشی (توصیفی)، مفهومی (فرااخلاقی) و هنگامی طبقه‌بندی کرد (Arnold, 1993, 15; Shaw, 2015, 6; Beauchamp & Bowie, 2014, 6). بحث در مورد عوامل مؤثر بر تصمیمات و عملکرد اخلاقی شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره از نوع مطالعات پژوهشی اخلاق است، اما ادبیات اخلاق کسب و کار خصوصاً در حوزه مهندسی و مدیریت پروژه دارای رخنه است، ادبیات در این حوزه بیشتر بر جنبه تجویزی مطالعات اخلاقی متمرکز بوده است و مطالعات پژوهشی اندک هستند (Heydari, 2013, 248; Ingason & Jonasson, 2018, 6; Khakee, 2007, 248). از طرف دیگر اندک مطالعاتی که در حوزه اخلاق پژوهشی انجام شده است، محدود به مباحث اخلاق حرفه‌ای و سازمانی است و از نقش عوامل فراسازمانی (محیط خارجی سازمان) بر تصمیم‌سازی و عملکرد اخلاقی غفلت شده است.

علی‌رغم اشاره به عوامل محیط خارجی سازمان در مدل‌های تصمیم‌سازی اخلاقی (Bommer, Gratto, Gravander & Tuttle, 1987, 266; Ferrell & Gresham, 1985, 89; HUNT & Vitell, 1986, 8; McDevitt, Giapponi & Tromley, 2007, 221; Trevino, 1986, 603; Verbeke, Ouwerkerk & Peelen, 1996, 1181; Vitell, Nwachukwu & Barnes, 1993, 755) مرور ادبیات دو دهه اخیر حاکی از غفلت پژوهشگران نسبت به کشف و مطالعه تأثیر عوامل فراسازمانی بر تصمیم‌سازی اخلاقی است. عمده تمرکز پژوهشگران معطوف به مطالعه تأثیر عوامل فردی و درون سازمانی بر تصمیم‌سازی اخلاقی شده است. برای مثال، در ادبیات مدیریت پروژه، به اثرگذاری عواملی چون ماهیت کارهای پروژه‌ای (مانند موقتی بودن)، تأثیر هم‌تایان، فرهنگ سازمانی، رقابت، پاداش، تجارب، انتظارات نقشی، ساختار سازمانی، ساختار قدرت و الگوی مدیریت اشاره شده است (Kliem, 2011, 6 & 101) و بر نقش ساختار حکمرانی سازمان تأکید (Müller, 2009, 2; Müller, Andersen, Kvalnes, Shao, Sankaran, Turner, Biesenthal, Walker & Gudergan, 2013, 26; Müller, 2014, 39; Turner, Andersen, Shao & Kvalnes, 2014, 39) و به سه پدیده درون‌سازمانی شامل: خطاهای کوچک مجاز، خط مصونیت و به‌هم‌ریختگی مکعب اخلاق اشاره شده است. (Lopez & Medina, 2015, 588-589; Lopez & Medina, 2016, 109).

مقدمه و بیان مسئله

بنابر داده‌های حاصل از مصاحبه با فعالان نظام فنی و اجرایی کشور، به نظر می‌رسد نوعی تعارض بین قضاوت اخلاقی و عملکرد اخلاقی شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره وجود دارد. شرکت‌ها، میل به اخلاقی‌بودن دارند، اما بسیاری از تصمیمات و عملکردهای ایشان فارغ از تفاوت‌های فردی و سازمانی، آگاهانه، با ارزش‌های اخلاقی هم‌خوانی ندارد.

با توجه به مرور ادبیات به نظر می‌رسد نظریات و مدل‌های تصمیم‌گیری اخلاقی موجود از تأثیرگذاری عوامل فراسازمانی بر تصمیمات و عملکرد اخلاقی سازمان‌ها غفلت کرده‌اند و فقدان یک چارچوب نظری روشن برای تبیین عملکرد اخلاقی سازمان‌ها، در سطح یک نظام که مستلزم توجه به عوامل فراسازمانی بوده، در ادبیات مشهود است.

لذا با توجه به رخنه‌های ادبیات موجود در تبیین مسئله پژوهش و براساس الگوی مدل پارادایمی روش‌شناسی برپایه بارویکرد استراوس و کربین (Creswell, 2011, 428)، سؤالات ذیل تدوین شده است:

- ۱- آیا عملکردهای غیراخلاقی شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره در نظام فنی و اجرایی از مسائل فردی چون فقدان دانش یا حساسیت اخلاقی هیئت مدیره و یا مسائل درون‌سازمانی مانند ضعف ساختارها و فرایندهای اخلاقی سازمان ناشی می‌شود؟
- ۲- مسئله/ پدیده مرکزی عملکرد و تصمیم‌گیری اخلاقی شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره در نظام فنی و اجرایی ایران چیست و چگونه به وجود آمده است؟
- ۳- عوامل فراسازمانی مؤثر بر عملکرد و تصمیم‌گیری اخلاقی شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره کدام‌اند؟
- ۴- پیامد اثرگذاری عوامل فراسازمانی بر عملکرد و تصمیم‌گیری اخلاقی شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره چیست؟

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

اقدامات این پژوهش، براساس نظریه برپایه^۱ انجام شده است که ریشه در سنت‌های کنش متقابل نمادین^۲ و عمل‌گرایی^۳ دارد (فراستخواه، ۱۳۹۵، ۸۳). بر مبنای کنش متقابل نمادین، در نظریه برپایه با واقعیت‌های اجتماعی، مانند واقعیت‌های عینی محض برخورد نمی‌شود، بلکه واقعیت‌های اجتماعی را به‌عنوان محصولات زبانی، تعاریف، نمادگذاری و معنا بخشی متقابل بازیگران اجتماعی، مورد بررسی قرار می‌دهند. (Strauss & Corbin, 1998, 50; فراستخواه، ۱۳۹۵، ۸۵). بر مبنای عمل‌گرایی، در نظریه برپایه عمل بر نظر تقدم یافته و پژوهشگران به‌جای استفاده از نظریات عمومی به متن واقعیت‌های اجتماعی می‌روند (فراستخواه، ۱۳۹۵، ۸۶). لذا این تحقیق فاقد فرضیه تحقیق است و مرور ادبیات صرفاً به منظور شناسایی رخنه‌های موجود و نیز ایجاد حساسیت نظری در جمع آوری و تحلیل داده‌ها انجام شده است و به‌جای

عوامل فراسازمانی بر عملکرد اخلاقی شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره و ارائه یک مدل نظری با متغیرهایی در سطح نظام فنی و اجرایی کشور برای کاهش این خلأ تلاش شود.

روش انجام پژوهش

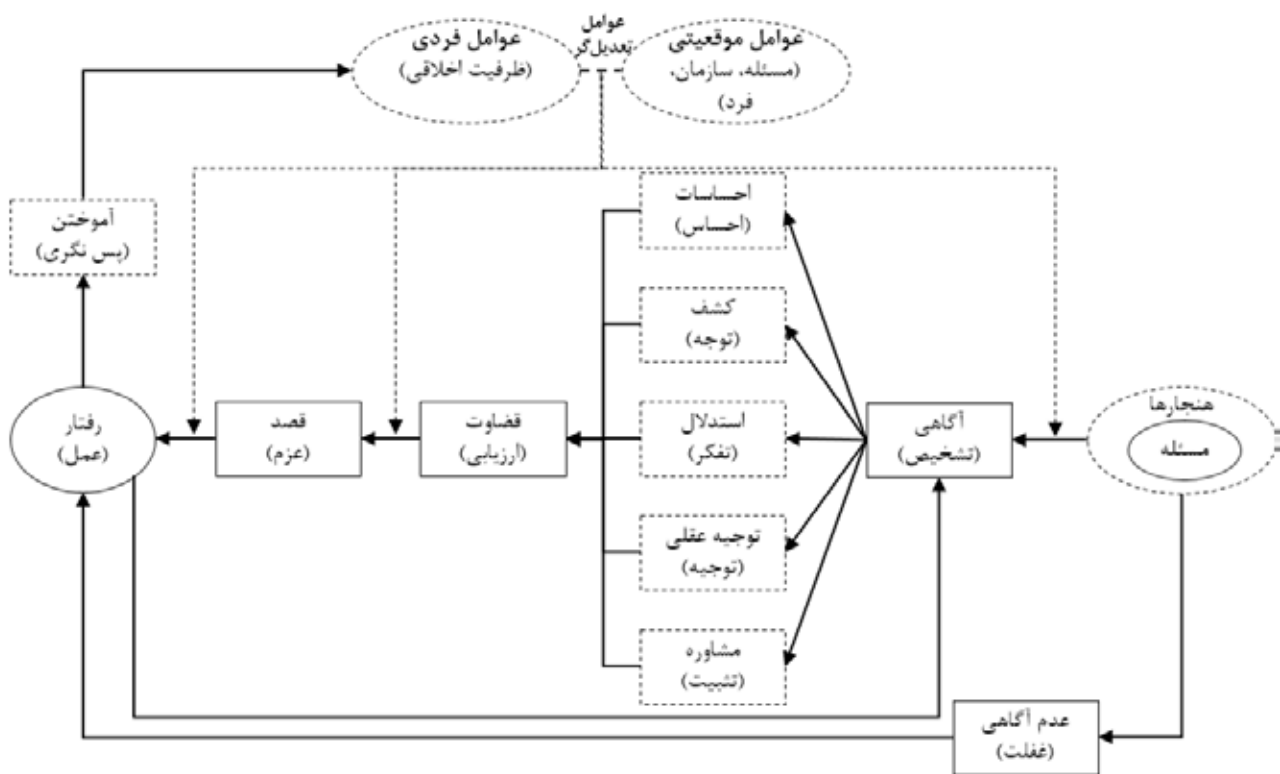
با توجه به این‌که برای پاسخ به سؤالات تحقیق یک چارچوب نظری روشن در ادبیات وجود نداشته است، در این تحقیق از روش تحقیق کیفی و از روش‌شناسی برپایه (GT) با رویکرد استراوس و کربین استفاده می‌شود.

منابع داده در این تحقیق، عبارت است از: ۱. مصاحبه با فعالان صنعت؛ ۲. ثبت تجارب میدانی؛ ۳. گزارش‌ها، مصاحبه‌ها و مطبوعات؛ ۴. اسناد مکتوب نظام فنی و اجرایی کشور. از روش گلوله برفی برای انتخاب و مراجعه به مصاحبه‌شوندگان بعدی استفاده شده و با ۳۱ نفر مصاحبه شد، که شامل ۶ مدیر ارشد دستگاه‌های اجرایی، ۱۰ عضو هیئت مدیره شرکت‌های پیمانکاری و ۷ عضو هیئت مدیره شرکت‌های مشاور، ۴ نماینده مجلس و ۴ نفر از سازمان برنامه و بودجه کشور، بودند. هر مصاحبه به‌طور میانگین ۱۰۰ دقیقه به‌طول انجامید.

در چهار مصاحبه اول سؤالات باز بودند، و در مصاحبه‌های بعدی به‌صورت نیمه‌ساختاریافته و در قالب پروتکل مصاحبه مخصوص برای هریک از گروه‌های مشاورین، پیمانکاران و دستگاه‌های

ادبیات رشته‌های مدیریت و کسب‌وکار نیز دارای رخنه است و در جدیدترین مدل‌های تصمیم‌سازی اخلاقی از عوامل فراسازمانی بر تصمیم‌گیری و عملکرد اخلاقی غفلت شده است. برای مثال، فرل و همکاران تنها به اثرگذاری شدت مسئله اخلاقی، عوامل شخصی، عوامل سازمانی و فرصت اشاره کرده‌اند (Ferrell, Fraedrich & Ferrell, 2015, 129) و در مدل تلفیقی تصمیم‌سازی اخلاقی شوارتز فقط به عوامل فردی و عوامل موقعیتی درون‌سازمانی اشاره شده است (تصویر ۱). بررسی مقالات مروری اخیر، نیز حاکی از غفلت پژوهشگران از شناسایی و مطالعه تأثیر عوامل فراسازمانی بر تصمیم‌گیری اخلاقی است (Craft, 2013, 225; Lehnert, Craft, Singh, 2015, 505-525; Lehnert, Park & Singh, 2015, 377; O'Fallon & Butterfield, 2005, 199). برای مثال، بنا بر مرور لینرت و همکاران، از میان ۳۳۷ مورد بررسی تأثیر متغیرهای مستقل بر تصمیم‌سازی اخلاقی، تنها ۲ مورد از متغیرهای مستقل مربوط به عوامل محیط خارجی سازمان بوده و بقیه به عوامل فردی و درون‌سازمانی پرداخته‌اند (Lehnert et al., 2014, 199).

به نظر می‌رسد که در ادبیات یک خلأ نظری برای تبیین تصمیم‌سازی و عملکرد اخلاقی سازمان در سطح نظام وجود دارد، لذا تلاش شده است تا از طریق کشف و مطالعه تأثیر



تصویر ۱. مدل عملکرد اخلاقی شوارتز. مأخذ: Schwartz, 2016, 761.

۱. اگر مشاور کوچک و نوپا باشد به کمک کارفرما از مناقصه تک مرحله‌ای برای ایجاد تله رقابتی رانتی-قیمتی استفاده می‌کند. در مناقصه تک مرحله‌ای با استفاده از این راهبرد مشاور تبنانی کننده به پشتوانه کوچک بودن و هزینه‌های پایین دفتری خود و با اطمینان از حمایت‌های آتی کارفرما، قیمت بسیار پایینی را برای انجام مطالعات پیشنهاد می‌دهد. با این روش توان رقابت از مشاوران قدیمی و بزرگ‌تر به دلیل برخورداری از هزینه‌های بالای دفتری گرفته می‌شود. هدف کارفرما اعطای کار به نزدیکان خود، کسب تخفیف بالای دستمزد، و یا منافع نامشروع مالی است. هدف مشاور از تبنانی کنارزدن مشاوران قدیمی و بزرگ، انجام کم‌هزینه و کم کیفیت مطالعات با اطمینان از تساهل کارفرما و افزایش دستمزد از طریق درخواست تغییرات و افزایش محدوده خدمات از سوی کارفرما است. پیامد استفاده از این راهبرد، کاهش کیفیت مطالعات، افزایش احتمال خطا در مطالعات است و اثرات منفی بر سایر ذی‌نفعان پروژه است.

۲. اگر مشاور، تبنانی کننده بزرگ و قدیمی باشد، کارفرما از مناقصه دومرحله‌ای برای ایجاد تله رقابتی رانتی-کیفی استفاده می‌کند. کارفرما در مرحله ارزیابی کیفی مشاوران شرایط نامتعارفی را در نظر می‌گیرد که مشاور تبنانی کننده دارای آن باشد. در این صورت سایر مشاوران از سوی کارفرما در مرحله ارزیابی کیفی حذف می‌شوند و احتمال برنده شدن مشاور تبنانی کننده در مرحله ارزیابی قیمت بالا می‌رود. هدف کارفرما از این راهبرد اعطای کار به مشاورین مدنظر خود بدون به انجام ترک تشریفات مناقصه و ریسک پاسخگویی به دستگاه‌های نظارتی است. هدف مشاور تبنانی کننده از این راهبرد کنارزدن رقبای هم‌سطح و گرفتن کار است. پیامد استفاده از این راهبرد غیررقابتی شدن دستمزد و خدمات انجام مطالعات است.

• تحلیل راهبرد تبنانی پورسانتی

راهبرد «تبنانی پورسانتی» هنگام رقابت برای انجام نظارت پروژه‌های عمرانی، استفاده می‌شود که معمولاً در مناقصات تک مرحله‌ای قابل استفاده است. توسط شرکت‌های کوچک به هدف سودجویی از شرایط استفاده می‌شود و به این دلیل با عنوان «تبنانی پورسانتی-سودجویانه» برچسب‌زنی شده است. چنانچه این راهبرد توسط شرکت‌های با سابقه انجام شود، معمولاً به هدف جبران شرایط بد مالی شرکت و معمولاً از روی اجبار انجام می‌شود، لذا با عنوان «تبنانی پورسانتی-تلافی‌جویانه» برچسب‌زنی شده است. معمولاً، مشاور تبنانی کننده قیمتی بسیار پایینی‌تر از هزینه‌های انجام نظارت پیشنهاد می‌دهد تا توان رقابت از سایر مشاوران گرفته شود و احتمال برنده شدن افزایش پیدا کند. هدف مشاور کنارزدن مشاوران، برنده شدن در رقابت، تبنانی با پیمانکار و دریافت پورسانت خود از تأیید کارهای اجرایی با مشخصات فنی پایین‌تر از قرارداد و تأیید

اجرایی، ... انجام شد. برای تحلیل داده‌ها، از اقدامات سه‌گانه کدگذاری باز، محوری و انتخابی به موازات هم بر طبق روش استراوس و کربین استفاده شده است (Corbin & Strauss, 2008, 253; Strauss & Corbin, 1998, 136).

اصطلاحات روایی^۴ و پایایی^۵ مربوط به پژوهش‌های کمی است و برای سنجش کیفیت پژوهش‌های کیفی از اصطلاح اعتبار^۶ استفاده می‌شود که به معنی قابل اعتماد و باور پذیری یافته‌های تحقیق و انعکاس تجارب مشارکت‌کنندگان، محققین و خوانندگان است. اما آن یافته، می‌تواند یکی از بی‌شمار تفاسیر محتمل از داده‌ها باشد (Corbin & Strauss, 2015, 346). لذا برای اطمینان از اعتبار پژوهش، نسبت به متنوع‌سازی داده‌های کیفی، بررسی یافته‌ها و فرایند تحلیل داده‌ها توسط پژوهش‌گران همتا، مشارکت فعالان صنعت، اظهار سوگیری پژوهشگران اقدام شده است.

بحث و نتیجه‌گیری

• تحلیل یافته‌ها (کدگذاری محوری)

در طول تحقیق نسبت به شناسایی راهبردهای عمل-عکس‌العمل مشاوران اقدام و سپس در یک فرایند رفت و برگشتی نسبت به جمع‌آوری داده‌های جدید و تحلیل راهبردها به منظور شناسایی شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر و پیامد اتخاذ راهبردهای اخلاقی مبادرت شده است. محصول کدگذاری محوری در ارتباط با مشاوران پیدایش ۷ مقوله اصلی و ۲۰ زیر مقوله به شرح جدول ۱ است.

• کشف راهبردهای عمل-عکس‌العمل

راهبرد عمل-عکس‌العمل، پاسخ عملی افراد یا گروه‌ها به رخدادها یا وضعیت‌های مسئله آفرین در زندگی ایشان است که با پرسش از معنایی که کنشگران (در قالب مسئله، هدف، ...) به شرایط یا مجموعه رخدادها می‌دهند و عمل-عکس‌العمل آن‌ها برای مدیریت مسئله یا دستیابی به هدف، انجام می‌شود (Ibid & 2015, 158). بر این اساس، پنج راهبرد غیراخلاقی مشاوره شامل: ۱. تبنانی رانتی-قیمتی؛ ۲. تبنانی رانتی-کیفی؛ ۳. تبنانی پورسانتی-سودجویانه و ۴. تبنانی پورسانتی-تلافی‌جویانه؛ ۵. تبنانی فروش امضا (جدول ۱)، شناسایی شد. پیش از اقدام به تحلیل مصاحبه بعدی، پرسیده شد که «چه کسی» از آن راهبرد استفاده می‌کند، «چه زمانی» از آن استفاده می‌شود، «چرا»، «چگونه»، و با «چه پیامدهایی» از آن راهبرد استفاده می‌شود (Corbin & Strauss, 2008, 254) تا شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر و پیامد اتخاذ راهبردها نیز شناسایی شود.

• تحلیل راهبرد تبنانی رانتی

راهبرد «تبنانی رانتی» هنگام رقابت برای انجام مطالعات پروژه‌های عمرانی، با تبنانی کارفرما، استفاده می‌شود. این راهبرد هم در مناقصات تک مرحله‌ای و هم دومرحله‌ای انجام می‌شود:

جدول ۱. مقولات اصلی عملکرد اخلاقی شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره-طبقه بندی براساس مدل پارادایمی. مأخذ: نگارندگان.

مقولات	مقولات اصلی	مؤلفه مدل پارادایمی
۱. کوتاه آمدن از اصول اخلاقی ۲. ترجیح شاخص درآمدزایی ۳. ضرورت اکل میته	تسلیم اخلاقی	پدیده
۱. افزایش مزیقه مالی مشاورین، به علت تعلل در پرداخت مطالبات، پرداخت اسناد خزانه، تعلل آزادسازی حسن انجام کار، ... توسط کارفرما ۲. فشار مضاعف مقررات بیمه و مالیاتی	تحمیل فشار مضاعف بر مشاوران	علی
۱. تشخیص صلاحیت ناکارآمد/کاغذی ۲. نسبت نازل مسئولیت به اختیارات مشاوران ۳. ناکارآمدی روش انتخاب مشاوران ۴. ناکارآمدی روش پرداخت به مشاوران	ناکارآمدی نظام فنی و اجرایی	بستر نزدیک
۱. غلبه ملاحظات سیاسی بر حرفه‌ای در دستگاه‌های اجرایی ۲. غفلت از تأثیر خطای مشاورین توسط مدیران فصلی	ناکارآمدی دستگاه‌های اجرایی	بستر دور
۱. انگیزه حفظ خوشنامی ۲. توان گرفتن کار بدون مناقصه	پشتوانه اخلاقی ماندن	مداخله‌گر
۱. تبانی رانتی-قیمتی ۲. تبانی رانتی-کیفی ۳. تبانی پورسانتی-سودجویانه ۴. تبانی پورسانتی-تلافی‌جویانه ۵. تبانی فروش امضاء	راهبردهای غیراخلاقی مشاوره	راهبردهای عمل و عکس‌العمل
۱. کیفیت پایین مطالعات ۲. کیفیت پایین نظارت	کیفیت پایین خدمات	پیامدها

این راهبرد پیدایش طرح‌های جدید فاقد توجیه از نظر محاسبات هزینه-فایده، افزایش تعداد پروژه‌های خارج از توان اجرایی دولت، طولانی شدن مدت اجرا، نیمه تمام ماندن و راکد شدن منابع محدود عمرانی کشور و ایجاد آثار تورمی به‌رغم سایر ذی‌نفعان پروژه است.

زمینه و پیامدهای راهبردهای منافی اخلاق مشاوره
محصول تحلیل‌های فوق، شناسایی شرایط زمینه‌ساز عملکردهای اخلاقی شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره بوده و پیامدهای منفی راهبردهای غیراخلاقی مشاوره مطابق جدول ۱ است.

• کدگذاری انتخابی

مطابق روش‌شناسی برپایه، از کدگذاری انتخابی برای تدوین نظریه‌ای در قالب یک روایت انتزاعی از همه مقولات مهم و ایجاد ارتباط بین آن مقولات استفاده شد (Bryant, 2007, 285). کدگذاری انتخابی، فرایند یکپارچه‌سازی و پالایش نظریه (Strauss & Corbin, 1998, 143) از طریق بافتن مقولات حول یک مقوله مرکزی (مضمون اصلی پژوهش از نظر پژوهشگر) است (Corbin & Strauss, 2015, 218).

آیتم‌های اجرایی کاذب است. پیامد استفاده از این راهبرد کاهش کیفیت و افزایش قیمت پروژه‌های عمرانی به‌رغم سایر ذی‌نفعان پروژه است.

• تحلیل راهبرد تبانی فروش امضا

راهبرد «تبانی فروش امضا» هنگام رقابت برای انجام مطالعات توجیهی پروژه‌های عمرانی با تبانی کارفرما و به خواست بالاترین سطح دستگاه اجرایی انجام می‌شود که معمولاً تحت فشار سیاسی نمایندگان مجلس و یا سایر بازیگران ذی‌نفوذ قرار دارد تا پروژه‌ها یا طرح‌های جدیدی را راه‌اندازی کند. این راهبرد معمولاً با ترک تشریفات مناقصه انجام می‌شود. مشاور با تبانی کارفرما مفروضات طرح را به‌گونه‌ای دست‌کاری می‌کنند که هزینه و یا مدت‌زمان اجرا طرح کمتر از واقعیت درآید و طرح توجیه‌پذیر جلوه کند. هدف نمایندگان مجلس وارد کردن پروژه به ردیف بودجه‌های عمرانی و انجام کار تبلیغاتی با سطح نگاه غیرملمی/منطقه‌ای است. هدف وزیر کاهش فشار افراد ذی‌نفوذ و جلوگیری از استیضاح است. هدف مشاور فرصت‌طلبی از شرایط کارفرما و پرکردن ظرفیت با فروش امضا یا حفظ پروژه‌های مشترک سودآور و رابطه خوب با کارفرماست. پیامد استفاده از

• انتخاب مقوله مرکزی

با توجه به قدرت تبیین و قابلیت تحلیلی مقوله «تسلیم اخلاقی»، در تشریح دلایل اتخاذ «راهبردهای غیراخلاقی مشاوره» توسط شرکت‌های مهندسی مشاور، این مقوله به‌عنوان پدیده محوری (مقوله مرکزی) انتخاب شد. روابط مقولات اصلی به‌صورت گزاره‌های حکمی در قالب خط داستان تشریح و مطابق **جدول ۱** در قالب عناصر مدل پارادایمی طبقه بندی شده و طبق **تصویر ۲** در ارتباط با مقوله مرکزی سازماندهی شدند.

• خط داستان و گزاره‌های حکمی

پدیده محوری در کسب و کار شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره «تسلیم اخلاقی» است که «کوتاه آمدن از اصول اخلاقی»، «ترجیح شاخص درآمدزایی» و «ضرورت اکل میته» جنبه‌های مهم این پدیده هستند.

شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره با پنج راهبرد غیراخلاقی ۱. تبنانی رانتی-قیمتی؛ ۲. تبنانی رانتی-کیفی؛ ۳. تبنانی پورسانتی-سودجویانه؛ ۴. تبنانی پورسانتی-تلافی جویانه و ۵. تبنانی فروش امضا به‌صورت آگاهانه به آن عکس‌العمل نشان می‌دهند.

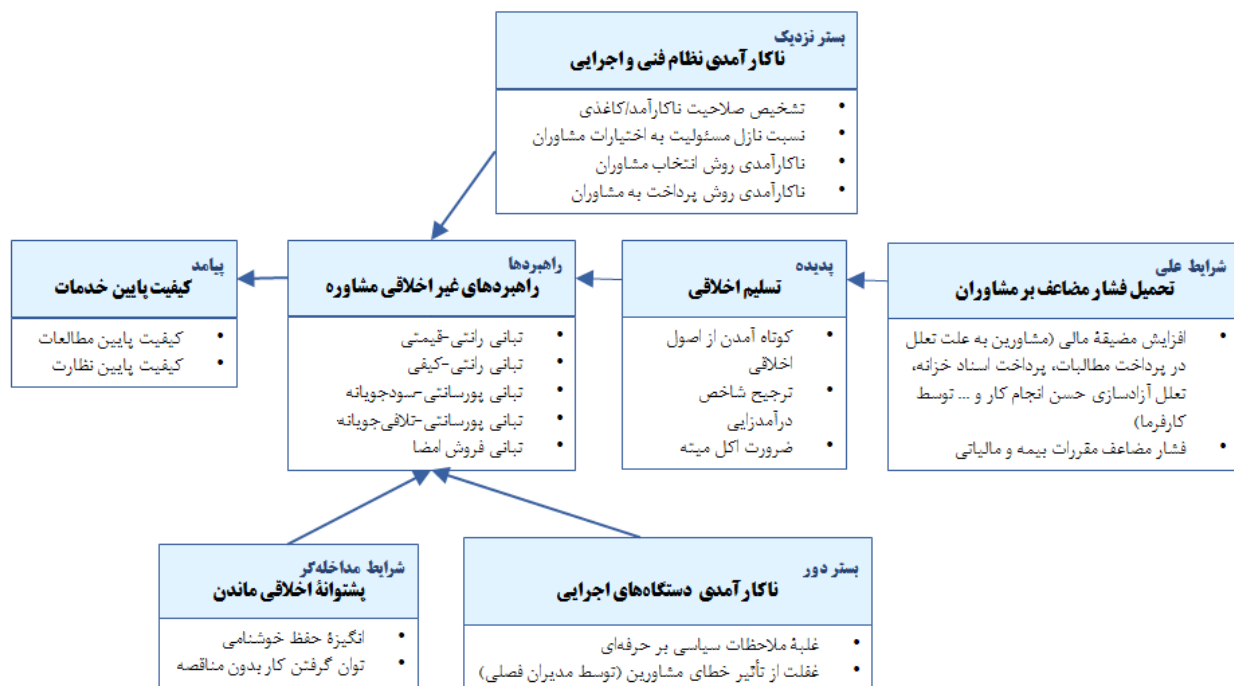
علت پیدایش پدیده فوق «تحمیل فشار مضاعف بر مشاوران» است که از طریق ۱. افزایش مضیقه مالی مشاوران به علت تعلل کارفرمایان دولتی در پرداخت مطالبات ایشان، پرداخت

اسناد خزانه به‌عنوان دستمزد^۷ و تعلل در آزادسازی سپرده حسن انجام کار و ۲. فشار مضاعف مقررات بیمه و مالیاتی^۸ صورت می‌پذیرد.

عوامل فراسازمانی مانند ناکارآمدی نظام فنی و اجرایی و ناکارآمدی دستگاه‌های اجرایی زمینه‌ساز اتخاذ راهبردهای غیراخلاقی در شرکت‌های خدمات مهندسی کشور است. ناکارآمدی نظام فنی و اجرایی خود را به‌صورت ۱. تشخیص صلاحیت ناکارآمد/ کاغذی مشاوران توسط دولت؛ ۲. عدم شفافیت و ناکارآمدی روش انتخاب مشاوران و ناکارآمدی روش پرداخت به مشاوران و ۳. نسبت نازل مسئولیت به اختیارات مشاوران در نظام فنی و اجرایی کشور نشان می‌دهد. از طرف دیگر غلبه ملاحظات سیاسی بر حرفه‌ای و غفلت از تأثیر خطای مشاورین در دستگاه‌های اجرایی کشور، به‌عنوان جنبه‌های مختلف ناکارآمدی دستگاه‌های اجرایی زمینه را برای اتخاذ راهبردهای غیراخلاقی مشاوره فراهم می‌کنند.

به‌نظر می‌رسد با ثابت در نظر گرفتن عوامل زمینه‌ساز راهبردهای غیراخلاقی مشاوره، وجود سطح بالاتر انگیزه حفظ خوشنامی و توان گرفتن کار بدون مناقصه امکان اتخاذ راهبردهای غیراخلاقی را توسط شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره کاهش می‌دهد.

پیامد اتخاذ این راهبردها توسط شرکت‌های خدمات مهندسی



تصویر ۲. مدل نظری عوامل مؤثر بر عملکرد اخلاقی شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره-تسلیم اخلاقی. مأخذ: نگارندگان.

شرکت خدمات مهندسی مشاور نیز به‌عنوان عضوی از نظام فنی و اجرایی کشور، دیگر به انتظارات اخلاقی پاسخ مورد انتظار را نمی‌دهد و با وجود قضاوت صحیح اخلاقی، غیراخلاقی تصمیم می‌گیرد و عمل می‌کند.

۳. کشف شرایط علی وقوع تسلیم اخلاقی و نیز شرایط زمینه‌ای عکس‌العمل شرکت‌ها به پدیده تسلیم اخلاقی که موجب کاهش کیفیت خدمات شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره شده است. و همان‌طوری که در بخش پیشنهادها کاربردی بیان شده برای بهبود تصمیمات و عملکرد اخلاقی شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره قابل استفاده است.

نتیجه‌گیری

پاسخ سؤال ۱: بنابر یافته‌های تحقیق، تمام شرکت‌های خدمات مهندسی، فاقد ساختارهای و فرایندهای حکمرانی اخلاقی بودند. اما توجه غالب شرکت‌ها به مسائل اخلاقی در فرایندهایی مانند: جذب و رهاسازی، ارزیابی عملکرد، جبران خدمات و پاداش مشهود بود. به‌نظر می‌رسد منشأ عملکردهای اخلاقی یا غیراخلاقی این شرکت‌ها، ضعف ساختارها یا فرایندهای حکمرانی درون‌سازمانی نیست. شرکت‌های خدمات مهندسی علی‌رغم این‌که از فرایندها و ساختارهای کارویژه حکمرانی اخلاقی استفاده نمی‌کنند، به دلیل میدان‌داری اجرایی و اشراف فنی به کار، اعضای هیئت مدیره از آگاهی و کنترل مطلوبی بر عملکرد اخلاقی شرکت و کارکنان برخوردارند.

پاسخ سؤال ۲: پدیده محوری در کسب و کار شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره تسلیم اخلاقی است، که کوتاه‌آمدن از اصول اخلاقی، ترجیح شاخص درآمدزایی و ضرورت اکل میته جنبه‌های مهم این پدیده هستند. تحمیل فشار مضاعف بر مشاوران موجب پیدایش این پدیده شده است که عامل مهمی در پیدایش تعارض بین قضاوت‌ها و عملکردهای اخلاقی مشاوران است.

پاسخ سؤال ۳: همان‌طور که در خط داستان اشاره شده است، عوامل فراسازمانی مانند ناکارآمدی نظام فنی و اجرایی و ناکارآمدی دستگاه‌های اجرایی زمینه‌ساز اتخاذ راهبردهای غیراخلاقی در شرکت‌های خدمات مهندسی کشور است.

پاسخ سؤال ۴: پیامد اتخاذ این راهبردها توسط شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره کیفیت پایین مطالعات و کیفیت پایین نظارت و درنهایت افزایش پروژه‌های فاقد توجیه و غیررقابتی شدن قیمت پروژه‌های عمرانی و آثار منفی بر سایر ذی‌نفعان پروژه‌ها و طرح‌های عمرانی است.

پیشنهاد‌های کاربردی

برای بهبود تصمیمات و عملکرد اخلاقی شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره، پیشنهاد می‌شود علاوه بر تقویت عوامل

مشاوره کیفیت پایین مطالعات و کیفیت پایین نظارت، و در نهایت افزایش پروژه‌های فاقد توجیه و غیررقابتی شدن قیمت پروژه‌های عمرانی و اثرات منفی بر سایر ذی‌نفعان پروژه‌ها و طرح‌های عمرانی است.

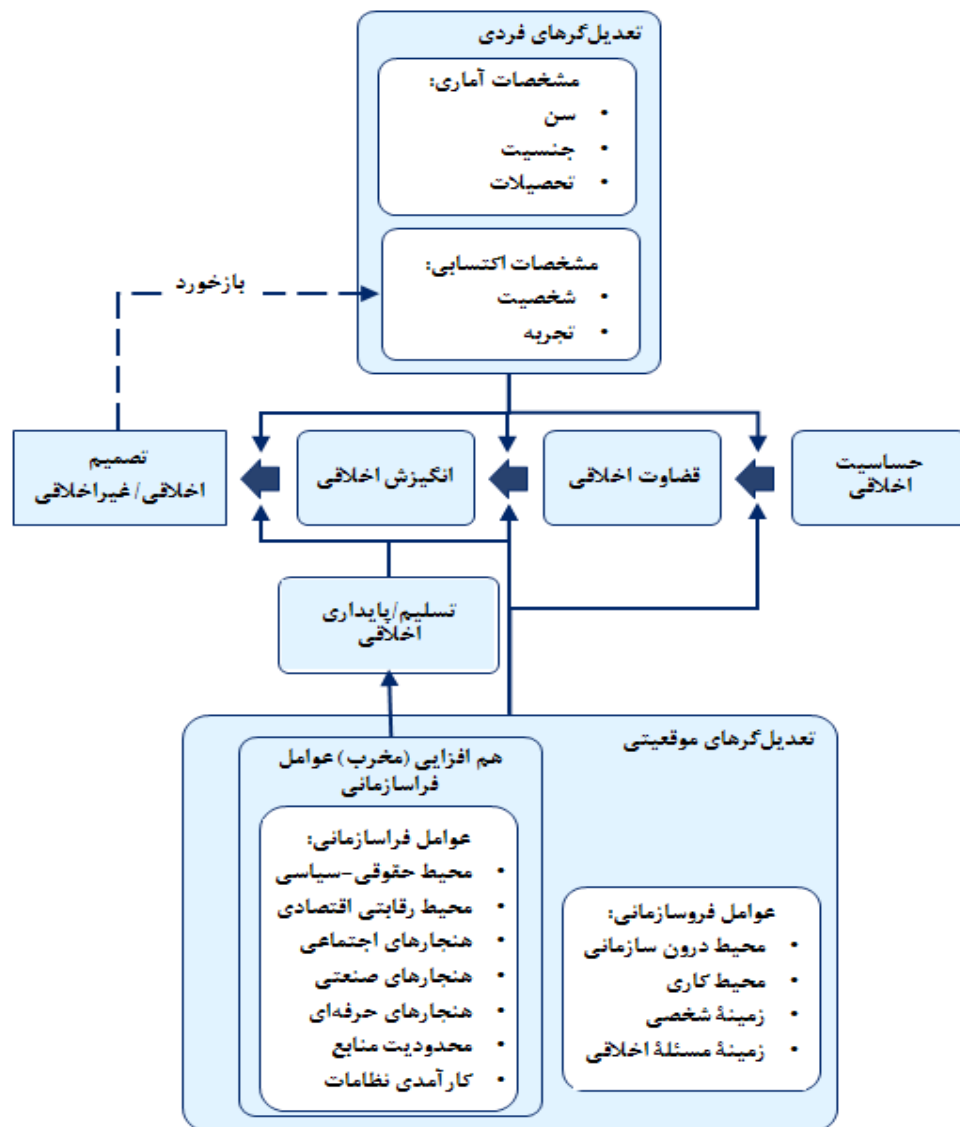
• مشارکت علمی و مقایسه با ادبیات - مقایسه با ادبیات

در این پژوهش نسبت به اصلاح و تکمیل مدل تلفیقی تصمیم‌گیری اخلاقی مستخرج از ادبیات (Bommer et al., 1987, 266; Chau & Siu, 2000, 372; Dubinsky & Loken, 1989, 86; Ferrell et al., 2015, 129; Ferrell & Gresham, 1985, 89; Ferrell, Gresham & Fraedrich, 1989, 60; HUNT & Vitell, 1986, 8; Jones, 1991; Jones & Ryan, 1997, 667; McDevitt et al., 2007, 221; Schwartz, 2016, 761; Trevino, 1986, 603; Verbeke et al., 1996, 1181; Vitell et al., 1993, 755) اقدام شده است (تصویر ۳). با توجه به مسئله تحقیق و نیز خلأ ادبیات در شناسایی و مطالعه تأثیر عوامل فراسازمانی بر تصمیم‌گیری اخلاقی، نسبت به تفکیک عوامل فراسازمانی از سایر عوامل موقعیتی در مدل تلفیقی مستخرج از ادبیات اقدام شده و در نهایت با توجه به نتایج تحقیق، مکانیزم اثرگذاری عوامل فراسازمانی بر فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی، به مدل اضافه شده است. با اصلاح و تکمیل مدل پیش‌گفته، امکان تبیین علت پیدایش تعارض بین قضاوت و تصمیم اخلاقی شرکت‌های خدمات مهندسی مشاور، علی‌رغم وجود تفاوت‌های فردی و سازمانی بین شرکت‌ها، فراهم شده که خلأ آن در پژوهش‌های پیشین مشهود است.

مشارکت علمی پژوهش

با انجام پژوهش حاضر، سه مشارکت علمی به شرح ذیل در ادبیات تصمیم‌سازی اخلاقی، مهندسی و مدیریت پروژه انجام شده است: ۱. در این پژوهش با توجه خلأ ادبیات نسبت به تکمیل و اصلاح طبقه‌بندی رایج ادبیات در مورد عوامل مؤثر بر تصمیم‌سازی اخلاقی، با افزودن طبقه‌ای تحت عنوان «عوامل فراسازمانی» به طبقه‌بندی رایج (عوامل فردی، سازمانی و مسئله اخلاقی)، و تکمیل مدل تلفیقی تصمیم‌سازی و عملکرد اخلاقی مستخرج از ادبیات (تصویر ۳) اقدام شده است.

۲. با توجه به تحلیل داده‌ها، نسبت کشف پدیده «تسلیم اخلاقی» با الهام از پدیده فیزیکی «تنش تسلیم» مواد، اقدام شده است که شباهت فراوان یک پدیده اجتماعی^{۱۰} را با پدیده‌های طبیعی نشان می‌دهد. همانند رسیدن یک عضو سازه‌ای فولادی به حد «تنش تسلیم» که موجب کاهش شدید مقاومت در مقابل تغییر طول می‌شود^{۱۱}، با رسیدن شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره به حد تنش تسلیم اخلاقی که در اثر هم‌افزایی مخرب عوامل فراسازمانی صورت می‌گیرد، یک



تصویر ۳. مدل تلفیقی عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری و رفتار اخلاقی از ادبیات با توجه به یافته‌های تحقیق. مأخذ: نگارندگان.

نسبت به اصلاح مقررات بیمه و مالیاتی در جهت تشویق کارآفرینی و همسویی سازمان تأمین اجتماعی با دستگاه‌های اجرایی اقدام شود.

برای رفع زمینه‌های عکس‌العمل غیر اخلاقی مشاوران پیشنهاد می‌شود:

۱. دولت از تصدی‌گری در امور صنفی مشاوران، همچون تعیین صلاحیت‌ها پرهیز کند و تعیین صلاحیت توسط تشکیلات صنفی مشاوران و بر مبنای سوابق اجرایی و عملکرد گذشته مشاوران انجام شود؛

۲. بین اختیارات و مسئولیت‌های شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره، توازن ایجاد شود و مکانیزم‌های لازم برای پاسخگویی شرکت‌ها در قبال اختیارات تقویت شود؛

۳. روش انتخاب مشاوران به‌نحوی اصلاح شود تا مانع از

فردی و عوامل درون‌سازمانی مؤثر بر تصمیم‌گیری اخلاقی شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره، شرایط نظام فنی و اجرایی با اصلاح عوامل فراسازمانی به‌گونه‌ای تغییر داده شود که از افزایش تنش‌های اخلاقی بر شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره و رسیدن به حد «تسلیم اخلاقی» جلوگیری شود.

در این راستا برای جلوگیری از تسلیم اخلاقی پیشنهاد می‌شود:

۱. برای کاهش مضیقۀ مالی شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره که در اثر بدهی و ناتوانی دولت در تخصیص بهینه منابع ایجاد شده است، نسبت به پیاده‌سازی اصول مدیریت سید در نظام فنی و اجرایی کشور و تخصیص استراتژیک و بهینه منابع ملی اقدام شود؛

۲. به‌منظور جلوگیری از فشار مضاعف مقررات بیمه و مالیاتی،

در این زمینه‌ها برخوردارند و علاوه بر آن در شرایطی که دولت از پرداخت مطالبات مشاوران باز مانده است و مشاوران با رکود اقتصادی مواجه هستند، فرایندهای دولتی طوری است که مشاوران باید هزینه‌های بیمه و مالیات پولی را که هنوز از کارفرمای دولتی خود نگرفته‌اند به دولت بپردازند. ۹. به‌جای توجه به عملکرد گذشته و سوابق اجرایی مشاوران، صرفاً با بررسی اسناد، صلاحیت مشاوران را می‌سنجند و این صلاحیت‌ها به‌قدری نامطمئن هستند که دستگاه‌های اجرایی به هنگام انتخاب مشاورین، به صحت‌سنجی آن اقدام می‌کنند و از طرفی شرکت‌ها به‌صورت کالا می‌توانند خرید و فروش شوند و همچنان صلاحیت‌های پیشین را با خود یدک بکشند. ۱۰. یعنی وجود تناقض بین قضاوت و عملکرد اخلاقی شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره. ۱۱. باعث می‌شود که عضو، برخلاف انتظاری که از عملکرد آن در کل سازه وجود دارد عمل کند.

فهرست منابع

- فراستخواه، مقصود. (۱۳۹۵). روش تحقیق کیفی در علوم اجتماعی با تأکید بر نظریه برپایه. تهران: آگاه.
- Arnold, D. G., Beauchamp, T. L. & Bowie, N. E. (2014). *Ethical Theory and Business* (9th ed.). Harlow: Pearson.
- Bommer, M., Gratto, C., Gravander, J. & Tuttle, M. (1987). A behavioral model of ethical and unethical decision making. *Business Ethics*, 6(4), 265-280.
- Bryant, A. & Charmaz, K. (2007). *The SAGE Handbook of Grounded Theory* (1st ed.). London: SAGE.
- Chau, L. L. & Siu, W. S. (2000). Ethical decision-making in corporate entrepreneurial organizations. *Business Ethics*, 23(4), 365-375.
- Corbin, J. & Strauss, A. (2008). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory* (3rd ed.). Los Angeles: SAGE.
- Corbin, J. & Strauss, A. (2015). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. London: SAGE.
- Craft, J. L. (2013). A review of the empirical ethical decision-making literature: 2004–2011. *Business Ethics*, 117(2), 221-259.
- Creswell, J. W. (2011). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research* (4th ed.). London: Addison Wesley.
- Dubinsky, A. J. & Loken, B. (1989). Analyzing ethical decision making in marketing. *Business Research.*, 19(2), 83–107.
- Ferrell, O., Fraedrich, J. & Ferrell, L. (2015). *Business Ethics: Ethical Decision-Making and Cases* (10th ed.). Stamford: Cengage Learning.
- Ferrell, O. & Gresham, L. G. (1985). A contingency framework for understanding ethical decision-making in marketing. *Marketing*, 49(3), 86-872.
- Ferrell, O., Gresham, L. G. & Fraedrich, J. (1989). A synthesis of ethical decision models for marketing. *Macromarketing*, 9(2), 55–64.
- Hunt, S. D. & Vitell, S. (1986). A general theory of marketing

رجحان شاخصه‌های هزینه‌ای بر شاخصه‌های کیفی در انتخاب مشاوران شود؛ ۴. روش پرداخت به مشاوران به‌منظور افزایش حساسیت و انگیزه مشاوران برای تحقق اهداف هزینه، زمان و کیفیت پروژه‌ها اصلاح شود؛ ۵. برای رفع زمینه‌های غلبه نگاه سیاسی بر کارشناسی در دستگاه‌های اجرایی کشور، نسبت به تبدیل فضای رقابتی-سیاسی و غیرشفاف حاکم بر نظام فنی و اجرایی کشور به یک فضای رقابتی-اقتصادی شفاف اقدام شود.

پیشنهاد‌های پژوهشی

در تحقیق حاضر به دلیل این که مطالعه تأثیر عوامل فرسازمانی خارج از محدوده تحقیق بوده است از مطالعه آن‌ها صرف نظر شده است، اما مطالعه دقیق‌تر وجود ساختارها و فرایندها حکمرانی اخلاقی در شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره و بررسی دلایل عدم اهتمام شرکت‌ها و نظام فنی و اجرایی کشور به پیاده‌سازی ساختارها و فرایندهای حکمرانی اخلاقی درون شرکت‌ها و نظام فنی و اجرایی کشور زمینه مهمی برای پژوهش‌های آتی است. علاوه بر شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره، شرکت‌های خدمات مهندسی پیمانکاری، دستگاه‌های اجرایی، سازمان برنامه و بودجه، مدیریت کلان دولتی (ریاست جمهوری و هیئت دولت)، دستگاه‌های نظارتی و مجلس شورای اسلامی دست‌اندرکاران دیگر نظام فنی و اجرایی کشور را تشکیل می‌دهند که بنابر تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه با فعالان نظام فنی و اجرایی کشور، شیوع عملکردهای آگاهانه غیراخلاقی توسط این دست‌اندرکاران بیانگر نوعی از فراگیری عملکردهای غیراخلاقی در تمام سطوح نظام فنی و اجرایی کشور است. هرکدام از این دست‌اندرکاران برای تصمیم‌سازی اخلاقی تحت تأثیر شرایط علی و زمینه‌ای خاص قرار دارند که هرکدام مسیر مهمی برای پژوهش‌های آتی خواهد بود. در این راستا پژوهشگران این تحقیق اقدام به تألیف یک رساله دکتری با عنوان عوامل فراسازمانی اثرگذار بر عملکرد اخلاقی سازمان‌های نظام فنی و اجرایی کشور نموده‌اند که یافته‌های آن متعاقباً منتشر خواهد شد.

پی‌نوشت‌ها

۱. grounded theory
۲. symbolic interactionism
۳. pragmatism
۴. validity
۵. reliability
۶. credibility
۷. به دلیل نیازهای روزمره، مشاوران مجبورند این اوراق را زیر قیمت بفروشند که موجب بر باد رفتن سود مورد انتظار شرکت از انجام کار می‌شود.
۸. چون فشار مقررات بیمه و مالیاتی معمولاً بر دوش بخش خصوصی است و شرکت‌های نیمه‌دولتی، شبه‌دولتی و دولتی از مصونیت‌های رسمی و غیررسمی

ethics. *Macromarketing*, 6(1), 5–16.

- Heydari, H. (2013). Project ethics. *Project Management*, 44(6), 13-21.
- Ingason, H. T. & Jonasson, H. I. (2018). Project Ethics: The Critical Path to Project Success - applying an ethical risk assessment tool to a large infrastructure project. In *IPMA: Projects, Management and Success: Do We Need a New understanding?* Retrieved from <https://doi.org/10.5130/pmrp.ipmarc2017.5639>
- Jones, T. M. (1991). Ethical decision making by individuals in organizations: An issue-contingent model. *Academy of Management Review*, 16(2), 366-395.
- Jones, T. M. & Ryan, L. V. (1997). The link between ethical judgment and action in organizations: A moral approbation approach. *Organization Science*, 8(6), 663-680.
- Khakee, A. (2007). From Olympic village to middle-class waterfront housing project: Ethics in Stockholm's development planning. *Planning Practice and Research*, 22(2), 235-251.
- Kliem, R. L. (2011). *Ethics and Project Management*. Boca Raton: CRC Press.
- Lehnert, K., Craft, J., Singh, N. & Park, Y. h. (2016). The human experience of ethics: a review of a decade of qualitative ethical decision-making research. *Business Ethics*, 25(4), 498-537.
- Lehnert, K., Park, Y. & Singh, N. (2014). Research note and review of the empirical ethical decision-making literature: Boundary conditions and extensions. *Business Ethics*, 129(1), 195-219.
- Lopez, E. V. & Medina, A. (2015). Influence of ethical behaviors in corporate governance. *International Journal of Managing Projects in Business*, 8(3), 586-611.
- Lopez, E. V. & Medina, A. (2016). *Ethics and Governance in Project Management: Small Sins Allowed and the Line of Impunity. Best Practices and Advances in Program Management*. Boca Raton: CRC Press.
- McDevitt, R., Giapponi, C. & Tromley, C. (2007). A model of ethical decision-making: The integration of process and content. *Business Ethics*, 73(2), 219-229
- Müller, R. (2009). *Project Governance, Fundamentals of Project Management*. England: Gower.
- Müller, R., Andersen, E. S., Kvalnes, Ø., Shao, J., Sankaran, S., Turner, R. J., Biesenthal, C., Walker, D., Gudergan, S. (2013). The interrelationship of governance, trust, and ethics in temporary organizations. *Project Management*, 44(4), 26-44.
- Müller, R., Turner, R., Andersen, E. S., Shao, J. & Kvalnes, Ø. (2014). Ethics, trust, and governance in temporary organizations. *Project Management*, 45(4), 39-54.
- O'Fallon, M. J. & Butterfield, K. D. (2005). A Review of The empirical ethical decision-making literature: 1996–2003. *Business Ethics*, 59(4), 375-413.
- Schwartz, M. S. (2016). Ethical decision-making theory: An integrated approach. *Business Ethics*, 139(4), 755-776.
- Shaw, R. M. (2015). *Ethics, Moral Life and the Body Sociological Perspectives*. New Zealand: Palgrave Macmillan.
- Strauss, A. & Corbin, J. (1998). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory* (2nd ed.) . London: SAGE.
- Trevino, L. K. (1986). Ethical decision-making in organizations: A person-situation interactionist model. *Academy of Management Review*, 11(3), 601-613.
- Verbeke, W., Ouwerkerk, C. & Peelen, E. (1996). Exploring the contextual and individual factors on ethical decision making of salespeople. *Business Ethics*, 15(11), 1175-1187.
- Vitell, S. J., Nwachukwu, S. L. & Barnes, J. H. (1993). The effects of culture on ethical decision-making: An application of Hofstede's typology. *Business Ethics*, 12(10), 753-760.

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to the Bagh-e Nazar Journal. This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



نحوه ارجاع به این مقاله:

ردایی، امیر؛ صبحیه، محمد حسین؛ نظری توکلی، سعید؛ فراستخواه، مقصود؛ دانش جعفری، داوود. (۱۳۹۸). عوامل فراسازمانی مؤثر بر تصمیم‌سازی و عملکرد اخلاقی شرکت‌های خدمات مهندسی مشاوره. *باغ نظر*, ۱۶(۸۰)، ۴۱-۵۰.

DOI: 10.22034/bagh.2020.168644.3965

URL: http://www.bagh-sj.com/article_101645.html

