

مرور متون سیستماتیک آموزش اخلاق کسب و کار

دکتر محسن حیدری^۱، دکتر زهرا آراستی*^۲، دکتر افسانه باقری^۳، دکتر قنبر محمدی الیاسی^۲
 ۱. دانش آموخته دکتری کارآفرینی، گرایش توسعه، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
 ۲. گروه توسعه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۰۱، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۷/۰۷)

چکیده

زمینه: یکی از زمینه های نوظهور مطالعات سالیان اخیر مربوط به آموزش اخلاق کسب و کار می باشد. پژوهش در این زمینه بسیار اندک بوده و نیازمند توجه و مطالعه بیشتر جهت شناسایی اهداف، ابعاد، مولفه ها و همچنین عوامل موثر بر آن می باشد. این مطالعه بررسی می نماید که در آموزش اخلاق کسب و کار چه ابعادی مد نظر قرار گرفته و محققان مختلف چه عناصری را بر آن موثر می دانند.

روش: مطالعه حاضر توصیفی و به لحاظ هدف، کاربردی بوده که به شیوه مرور سیستماتیک انجام شده است. جامعه آماری آن کلیه مطالعات حوزه آموزش اخلاق کسب و کار در پایگاه داده اسکوپوس از ابتدای انتشار تا سال ۲۰۲۰ و شامل ۸۳۳ تحقیق می باشد که در نهایت ۵۱ مقاله به عنوان نمونه انتخاب گردید. کدگذاری به کمک MAXQDA 10 انجام شده و نتایج با استفاده از چارچوب وتن بررسی شده است.

یافته ها: شکست انتقال آموزه های دوره های اخلاق کسب و کار به محیط واقعی و نبود نظریه و مدل در این زمینه از مهم ترین شکاف های تحقیقاتی می باشد که یکی از عوامل اصلی آن، عدم توجه به زمینه در آموزش اخلاق کسب و کار می باشد.

نتیجه گیری: مشارکت نظری این مطالعه شامل فهم بهتر اهداف، ابعاد و مولفه ها و همچنین عوامل موثر بر اخلاق کسب و کار به ویژه در حوزه آموزش می باشد. این امر به همراه شکاف مطالعاتی می تواند به عنوان مشارکت عملی در تدوین طرح درس و محتوا برای دروس اخلاق کسب و کار استفاده گردد.

کلیدواژگان: اخلاق، اخلاق کسب و کار، آموزش

سر آغاز

استفاده از این تعریف به ما کمک می کند که در تعریف اخلاق از نگاه افراد مختلف یک اشتراک نظر به وجود آید و از تناقض در تعریف اخلاق و برداشت های متفاوت از آن جلوگیری شود (۲).

جوامع بشری و حرفه های مختلف، بدون پابندی به اخلاق حرفه ای مسیری رو به انحطاط خواهند داشت (۳). درک مفهوم اخلاق به گونه کلی و در معنای خاص آن در کسب و کار، زیربنای ایجاد و حفظ یک نظام اخلاقی در جامعه و به تبع آن در سازمان ها است (۴). در همین راستا، اخلاق کسب و کار، عمل به قوانین و استانداردهای حرفه ای در فعالیت های روزمره کسب و کار شامل تولید و ارائه خدمات و رعایت اصول اخلاقی تعریف می گردد (۵). «اخلاق در کسب و کار» تاریخچه ای طولانی به قدمت شروع کسب و کار دارد. در سوی مقابل اما تاریخچه «اخلاق کسب و کار» بسیار خلاصه می باشد. اخلاق کسب و کار پدیده ای آنقدر معاصر است که بسیاری معتقدند برای داشتن تاریخچه بسیار جوان است.

اخلاق را مجموعه ای از صفات روحی و باطنی انسانی تعریف کرده اند که به صورت اعمال و رفتاری از خلیات درونی انسان ناشی می شود و بروز پیدا می کند (۱). در طول تاریخ اندیشمندان مختلفی تلاش کرده اند با ارائه نظریات گوناگون توضیح گویایی از معنای «اخلاقی زیستن» ارائه کنند. نظریات رقیب متعددی وجود دارند که هر کدام توضیح متفاوتی از معنای اخلاقی زیستن ارائه می دهند. در واقع فهم افراد مختلف از اخلاقی زیستن ظاهراً بسیار متنوع است و این مطلب ارائه تعریف را تقریباً با شکست مواجه می کند. بنابراین این موضوع موجب احتیاط در تعریف می شود. لذا «مفهوم حداقلی اخلاق» ارائه گردید. بدین معنا که اخلاق در حداقل مفهوم خود عبارت است از تلاش برای قرار دادن رفتار خود تحت هدایت دلیل (یعنی کاری را انجام دهیم که بهترین دلایل برای انجام آن وجود دارد) و در عین حال قائل شدن ارزش یکسان برای منافع کلیه افرادی که متاثر از رفتار ما خواهند بود.

نویسنده مسئول: نشانی الکترونیکی: arasti@ut.ac.ir

مطالعه حاضر، با هدف بررسی مطالعات مربوط به «آموزش اخلاق کسب و کار» انجام شده است و به تجزیه و تحلیل این پژوهش‌ها و طراحی مدل نهایی یافته‌های آنها می‌پردازد. ابتدا مبانی نظری پژوهش مطرح خواهد شد و نظریات گوناگون مربوط به حوزه پژوهش معرفی و تشریح می‌گردند. در پایان هر مبحث و پس از بررسی نظریات مختلف، نظریه و تعریفی که در این پژوهش مورد استفاده قرار خواهد گرفت، و دلیل انتخاب آن تشریح می‌گردد تا درک مشترکی از مفاهیم مربوط به آموزش اخلاق کسب و کار ایجاد گردد و مبنای ادامه فرایند پژوهش باشد.

همچنین پس از بررسی آموزش اخلاق کسب و کار، مطالعات مرتبط با این بخش، طی جدولی با جزئیات ارائه می‌گردد. در پایان نیز با استفاده از عناصر و متغیرهای به دست آمده، کدگذاری و ارائه مدل در زمینه آموزش اخلاق کسب و کار صورت خواهد گرفت.

روش

این مطالعه با هدف بررسی سیستماتیک مطالعات انجام شده در زمینه آموزش اخلاق کسب و کار انجام می‌شود. بنابراین مطالعه حاضر از نوع مطالعات توصیفی می‌باشد و به بررسی و توصیف وضعیت آموزش اخلاق کسب و کار می‌پردازد. به لحاظ هدف، پژوهش کاربردی بوده و بر اساس روش انجام آن مرور سیستماتیک عنوان می‌گردد.

روش مرور متون سیستماتیک به صورت شفاف^۵، واضح^۶، یکسان^۷، قابل دستیابی^۸، یکپارچه^۹ و متمرکز^{۱۰} مشخص می‌شود (۱۸). بعلاوه، یک شیوه موثر برای ترسیم شماتیک زمینه مورد مطالعه فراهم می‌آورد و این اجازه را می‌دهد که زمینه مذکور به طور کلی^{۱۱} مشاهده شود. همچنین محققان مختلفی را که قبلاً مطالعات آنها در کنار هم بررسی نشده‌اند، به هم مرتبط می‌سازد. بنابراین این روش کمک می‌کند از انتقاداتی که بر آسیب پذیر بودن روش مرور نقلی^{۱۲} وارد می‌شود مانند: انتخاب جهت دار مقالات، انتخاب‌های دلخواه و محدودیت حوزه و... اجتناب گردد (۱۹). لازم به ذکر است کدگذاری مرور سیستماتیک مطالعه حاضر با استفاده از نرم افزار *MAXQDA 10* انجام شده است و نتایج با استفاده از چارچوب وتن (۲۰) مورد بررسی قرار گرفته است. یکی از مزایای اصلی استفاده از چارچوب وتن این است که در مورد هر یک از ابعاد مورد بررسی، عناصر، متغیرها و پارامترهایی که بر آن بعد تأثیرگذار است مشخص می‌گردد. همچنین لایه‌های زیربنایی و پیش زمینه‌ای که در ارتباط با بعد مربوطه هستند نیز شناسایی می‌شوند. در کنار مرور متون سیستماتیک با استفاده از چارچوب وتن، مطالعه جامع تحقیقات نیز صورت می‌گیرد که ماحصل هر دو آن‌ها، ارائه یک سیر زمانی از مسائل تحقیق هر حوزه، ابعاد آن‌ها و عناصر مرتبط با آن می‌باشد. که در نهایت به شناسایی شکاف مطالعاتی کمک خواهند کرد.

جامعه آماری مطالعه شامل کلیه مطالعات حوزه آموزش اخلاق کسب و کار در پایگاه داده اسکوپوس در بازه زمانی از ابتدای انتشار تا سال ۲۰۲۰ و شامل ۸۳۲ تحقیق می‌باشد. استخراج نمونه جهت مرور متون

با این وجود، اخلاق کسب و کار در دهه ۱۹۷۰ به عنوان یک زمینه میان رشته‌ای ظهور کرد. در دهه‌های گذشته نیز، از دهه ۱۹۲۰ تا ۱۹۶۰، نوشته‌ها و دوره‌های آموزشی مجزایی مشاهده می‌شود؛ اما حرکتی منسجم و شناخته شده به عنوان یک زمینه و رشته تلقی نمی‌گردد. (۶).

بررسی‌ها نشان می‌دهد که پژوهش در زمینه اخلاق کسب و کار که راهنمای فهم بهتر این پدیده نوظهور به ویژه در فضاهای آموزشی باشد، بسیار اندک است. فلذا زمینه اخلاق کسب و کار نیازمند توجه و مطالعه هر چه بیشتر جهت شناسایی اهداف، ابعاد و مولفه‌ها و همچنین عوامل موثر بر آن می‌باشد (۷).

آموزش، زیربنای توسعه پایدار انسانی است و ابزار اصلی برای تحقق اهداف توسعه به شمار می‌رود. آموزش بایستی در جهت توسعه کامل شخصیت انسانی باشد و تحقق اهداف آموزشی نمی‌تواند بدون توجه به جنبه‌های اخلاقی صورت پذیرد، زیرا پیوند آموزش و اخلاق، پیوند استوار و ناگسستگی است (۸). پیرو این بحث و در زمینه آموزش‌های اخلاق کسب و کار، مطالعات نشان می‌دهد که این آموزش‌ها در پی دستیابی به سه هدف اساسی «آگاهی^۱»، «توسعه اخلاق^۲»، و «کنترل موضوعات پیچیده^۳» می‌باشند. (۹-۱۵). به همین منظور بسیاری از مطالعات در جهت بررسی ضرورت و نتایج آموزش‌های اخلاق کسب و کار در راستای هر یک از سه هدف بیان شده صورت گرفته‌اند (۱۵).

به طور خلاصه، بر اساس مطالعات نظری و عملی انجام شده به نظر می‌رسد که شواهدی قوی در تایید تحقق هر یک از اهداف آموزش اخلاق کسب و کار وجود دارد. به عبارتی شواهد حاکی از آن است که اخلاق کسب و کار قابل آموزش بوده و دوره‌های آموزشی آن می‌تواند سطح آگاهی، رفتار، و تصمیم‌گیری‌های اخلاقی افراد را ارتقاء بخشد (۸، ۱۰، ۱۵).

اما موضوعی که با مطالعه آموزش‌های اخلاق کسب و کار خود را نشان می‌دهد این است که هرچند مدارس کسب و کار در کشورهای غربی اهمیت بسیار زیادی به اخلاق کسب و کار می‌دهند، و بسیاری از آن‌ها این موضوع را به عنوان ضرورتی در طرح درس‌های خود قرار می‌دهند، اما با این وجود، شکست بسیاری از فارغ‌التحصیلان حرفه‌ای مدارس کسب و کار در بکارگیری اخلاق در محیط کسب و کار، اثربخشی دوره‌های آموزش اخلاق کسب و کار را زیر سوال می‌برد. به نظر می‌رسد یا اخلاق کسب و کاری که آموزش داده می‌شود مناسب شرایط فعلی افراد نیست، و بنابراین تأثیری بر یادگیری فراگیران ندارد، یا فارغ‌التحصیلان کسب و کار درس‌های اخلاق خود را فراموش کرده و بنابراین هیچوقت آن چیزی که باید را یاد نمی‌گیرند (۱۶).

یکی از شیوه‌های مناسب جهت بررسی مطالعات صورت گرفته و نیز شناسایی هر چه بهتر شکاف مطالعات، مرور متون سیستماتیک^۴ می‌باشد (۱۷). بنابراین در این مطالعه نیز جهت شناسایی شکاف مطالعاتی در زمینه آموزش اخلاق کسب و کار و عناصر و ابعاد مرتبط با آن از مرور متون سیستماتیک استفاده می‌گردد.



دکتر زهرا آراستی و همکاران: مرور متون سیستماتیک آموزش اخلاق کسب و کار

سیستماتیک طی ۶ مرحله انجام شده، که این مراحل در ذیل و تحت عنوان جدول شماره (۱) به اختصار شرح داده می شود.

جدول ۱: فرایند مرور متون سیستماتیک

مرحله	شرح
۱	ابتدا مجله های کلیدی در زمینه آموزش اخلاق کسب و کار شناسایی و کلید واژه های موضوع مطالعه یافته شد. سپس مقالات اولیه جهت توسعه کلید واژه ها مورد استفاده قرار گرفت. پس از آن حجم گسترده تری از مقالات مرتبط با موضوع مطالعه انتخاب شدند.
۲	شاخص میزان استناد ^{۱۳} مطالعات یافت شده بر اساس کلیدواژه های «اخلاق»، «آموزش»، «آموزش اخلاق»، «اخلاق کسب و کار»، و «آموزش اخلاق کسب و کار» مورد بررسی قرار گرفت.
۳	از پایگاه داده اسکوپوس جهت شناسایی کلیدواژه ها و مطالعات مرتبط استفاده شد. از کلیدواژه های پیدا شده، کلیدواژه های مرتبط با اخلاق، آموزش، و کارآفرینی اجتماعی انتخاب شدند.
۴	کلیدواژه های انتخاب شده در رشته جستجو ^{۱۴} ساختاردهی شده (مانند «و»، «یا»، «بدون»). در نتیجه مطالعات بیشتری یافت شد. در پایان این مرحله تعداد کل مطالعات به ۸۳۲ مطالعه شامل مقاله، کتاب، سخنرانی، پژوهش و... رسید.
۵	از میان مطالعات یافت شده، به دلیل حجم بالای مطالعات، فقط مطالعاتی که میزان استناد بالایی داشتند انتخاب شدند. بدین صورت که مطالعات بر اساس میزان استناد رتبه بندی شده و مطالعاتی که میزان استناد بالایی داشتند انتخاب شدند. در این مرحله حجم مطالعات به ۷۶ مطالعه رسید.
۶	۷۶ مطالعه باقیمانده بر اساس معیارهای موضوع مطالعه مورد بررسی قرار گرفت. به دلیل اینکه برخی از مطالعات به صورت کتاب یا پژوهش بوده و امکان دسترسی به متن کامل مطالعه مورد نظر وجود نداشت، فقط مقالاتی که امکان دسترسی و دانلود متن کامل آن ها وجود داشت انتخاب و مقالات مورد نظر دانلود شدند. در پایان این مرحله تعداد ۵۱ مقاله باقی ماند و تجزیه و تحلیل نهایی بر اساس این مقالات صورت گرفته است.

یافته ها

مقالات انتخاب شده به صورت موضوعی بر اساس فعالیت های اصلی مرتبط با آموزش اخلاق کسب و کار طبقه بندی شدند. لازم به ذکر است این ابعاد بر اساس مرور سیستماتیک انجام شده در حوزه آموزش اخلاق کسب و کار ارائه می گردند و به صورت ذیل می باشند.

ابعاد آموزش اخلاق کسب و کار (۲۱):

- (۱) آموزش، (۲) اثربخشی^{۱۵}، (۳) رشد، (۴) بهبود^{۱۶}، (۵) توانمندسازی^{۱۷}، (۶) خلق ارزش^{۱۸}.
- به طور کلی، خلاصه نتایج حاصل از کدگذاری مطالعات آموزش اخلاق کسب و کار بر اساس مدل وتن (۲۰) برای هر یک از ابعاد فوق را به صورت جدول شماره (۲) می توان بیان نمود:

جدول ۲: جدول کدگذاری مقالات آموزش اخلاق کسب و کار بر اساس مدل وتن

زمینه آموزش ^{۱۹}	چه	چگونه	چرا	شرایط زمینه ای ^{۲۰}
آموزش	اخلاق کسب و کار (۲۲؛ ۲۳؛ ۲۴) تدریس (۲۲) کدهای اخلاقی (۲۳) آموزش اخلاق (۲۵) توسعه (۲۴؛ ۲۵؛ ۲۶) تکنیک دیالوگ های سقراط (۲۷) کاربرد (۲۶؛ ۲۷؛ ۲۸؛ ۲۹) توسعه تفکر (۲۶) رویکرد هنجاری آموزش اخلاق (۲۶؛ ۲۷) رویکرد رفتاری آموزش اخلاق (۳۰)	آموزش اخلاق (۲۲؛ ۲۳) سیلابس های درسی (۲۲؛ ۲۳؛ ۲۴) رویکرد انتقادی (۲۶) تصمیمات کسب و کار (۲۷؛ ۲۸) یادگیری حمایتی (۲۸) ارزیابی استدلال ها ^{۲۱} (۲۹)	آموزش اخلاق در مدارس (۲۲؛ ۲۳) طرح های آموزش (۲۳) دغدغه های جامعه (۲۵) مشکلات اخلاقی (۲۴؛ ۲۶) اعتقادات (۲۷؛ ۳۰) رویکرد هنجاری آموزش اخلاق (۲۶؛ ۲۷) رویکرد رفتاری آموزش اخلاق (۲۶)	مدارس کسب و کار (۲۲؛ ۲۳؛ ۲۴) اخلاق کسب و کار (۲۲؛ ۲۳) مسائل اجتماعی (۲۴؛ ۲۸؛ ۲۹) محیط یادگیری حمایتی ^{۲۱} (۲۴)
اثربخشی	اخلاق کسب و کار (۳۱) توسعه دانش (۳۱) توسعه مهارت (۳۳؛ ۳۲) تاثیر آموزش (۳۳؛ ۳۲) تاثیر ارتباط با دیگران در یادگیری اخلاق (۳۴؛ ۳۵) ارزش های سازمانی (۳۵) اهداف آموزش (۳۲) تاثیر مثبت آموزش (۳۴؛ ۳۵)	پیشگیری بحران های اخلاقی (۳۲) اخلاقی سازمانی (۳۲؛ ۳۳) سنجش دوره آموزشی (۳۱) مدت پیش آزمون و پس آزمون (۲۷؛ ۳۱؛ ۳۹) مدت زوج های همتا ^{۲۲} (۳۴) رویکرد هنجاری آموزش اخلاق کسب و کار (۲۶؛ ۲۷)	بحران های اخلاقی (۳۱؛ ۳۲) نیاز جامعه به آموزش (۳۳) لزوم به کارگیری تعالیم در محیط کار (۳۳؛ ۳۵) معضلات اخلاقی (۳۵)	اهمیت جامعه در اشاعه رفتارهای اخلاقی (۳۴؛ ۳۵) تاثیر متقابل اخلاق و جامعه بر یکدیگر (۳۳؛ ۳۴؛ ۳۵) اهمیت بستر و زمینه در اثربخشی آموزش اخلاق (۳۱؛ ۳۲؛ ۳۵)

دکتر زهرا آراستی و همکاران: مرور متون سیستماتیک آموزش اخلاق کسب و کار

			رفتار اخلاقی (۳۷: ۳۰) اثربخشی (۳۱: ۳۲)	
به کارگیری فلسفه اخلاق در تصمیم گیری (۴۳: ۴۴) دوره های اخلاق کسب و کار (۴۲) فضای مجازی جامعه (۳۷: ۳۹)	سیلابس و اهداف شفاف (۳۷) متدهای ایفای نقش (۳۴) نیاز به یادگیری (۴۳: ۴۴)	رویکرد پداگوژی (۳۶) اصلاح سیلابس ها (۴۰) نیمه آزمایشی (۳۷: ۴۲) متدهای ایفای نقش (۴۳) تلفیق رویکردهای هنجاری و رفتاری (۴۴)	یکپارچه سازی آموزش (۳۶) بهبود ادراک (۳۷) مسئولیت اجتماعی (۳۵: ۳۷) توانایی تصمیم گیری (۳۸) فلسفه اخلاق (۳۷: ۳۸، ۳۹: ۴۰) یادگیری فعال (۴۱) حساسیت اخلاقی (۴۱) یادگیری فردی (۳۷: ۴۱) یادگیری جمعی و با همکاری (۴۲: ۴۳) انگیزش (۴۴)	بهبود
فضای مجازی جامعه (۵۰) جوامع نوین و رویکردهای نوین (۵۱) بستر برنامه های کسب و کار (۳۶) فرهنگ سازمانی (۴۸) فرهنگ اطلاعاتی (۳۷) رویکرد رفتاری اخلاق (۳۶: ۵۲)	تلفیق متدهای متنوع (۳۶: ۴۸) آموزش عملی (۵۰: ۵۲) تاثیرات روانشناسی فیلم بر یادگیری (۵۱) معضلات اخلاقی (۴۵) مسئولیت جمعی (۴۸: ۴۹) نگاه ماکیاولیسم به اهداف (۴۱) شکست های اخلاقی (۵۰)	کدهای اخلاقی (۳۶: ۴۵) آموزش عملی اخلاق (۴۶) فرهنگ سازمانی (۴۷: ۴۸) فرهنگ اطلاعاتی (۵۱) آموزش کسب و کار (۳۸: ۴۹: ۵۰) رویکرد رفتاری اخلاق (۴۶: ۵۲)	توسعه مهارت (۴۵) ارتقای یادگیری (۴۵: ۴۶) تصمیم گیری اخلاقی (۳۵: ۳۶: ۳۷) رهبری اخلاقی (۳۵: ۳۸: ۴۷) ارتقای مسئولیت اجتماعی کسب و کار (۴۸: ۴۹) حاکمیت شرکتی (۴۶: ۴۷: ۵۰) آموزش عملی اخلاق (۵۱) اطلاعات (۴۸: ۴۹: ۵۲) تربیت رهبران (۴۱) اهداف آموزش اخلاق کسب و کار (۴۷: ۵۲) مهارت و توانایی آموزش (۴۵)	توانمندسازی
شرایط ساختاری آموزش اخلاق (۵۸) مدارس کسب و کار (۵۵: ۵۸) سیاست گذاری آموزش (۵۱: ۵۴) سطح ملی و بین المللی (۵۳: ۵۶) فضا و جو اخلاقی (۵۸) فرهنگ ملی (۵۸)	متدهای نوین آموزش (۱۳: ۵۳) تعارض منافع (۵۴: ۵۷) رفتارهای غیر اخلاقی (۵۸) توجه به تفاوت فرهنگ ها (۵۳: ۵۶)	بنیان های فلسفی (۲۳: ۴۱) مطالعه موردی (۵۵) رویکرد پداگوژی (۵۵) کدهای اخلاقی (۵۶: ۵۷: ۵۸) توزیع ارزش (۵۷: ۵۸)	ارزش (۵۳) ارزش های اخلاقی (۵۳) ارزش های سازمانی (۵۴) توسعه برنامه های آموزش اخلاق (۵۴: ۵۵) اهداف آموزش (۵۲: ۵۳: ۵۴) توسعه (۳۸: ۳۹: ۵۵: ۵۶) اخلاق فضیلت گرا (۵۶) پیاده سازی تعالیم اخلاقی (۵۳: ۵۴) عدالت اجتماعی (۵۰: ۵۶: ۵۷) توسعه حرفه ای (۵۸) رفتار اخلاقی (۵۸)	خلق ارزش

در کدگذاری باز، از طریق جزء به جزء کردن اطلاعات به شکل بندی مقوله های اطلاعات درباره فرآیند استخراج فرصت پرداخته شد و بر اساس داده های گردآوری شده، مقوله ها احصاء گردیدند. در مرحله بعد، به تعیین مقوله اصلی و نیز دسته بندی سایر مقوله ها در پنج دسته دیگر شامل موجبات علی، راهبردها، شرایط زمینه ای و واسطه ای و پیامدها مطابق شکل شماره (۱) پرداخته شد. بدین طریق، مدل کلی اولیه نظریه برخاسته از داده ها آشکار شد که در آن مقوله «آموزش اخلاق کسب و کار در کارآفرینی» به عنوان مقوله اصلی مورد توجه قرار گرفت.

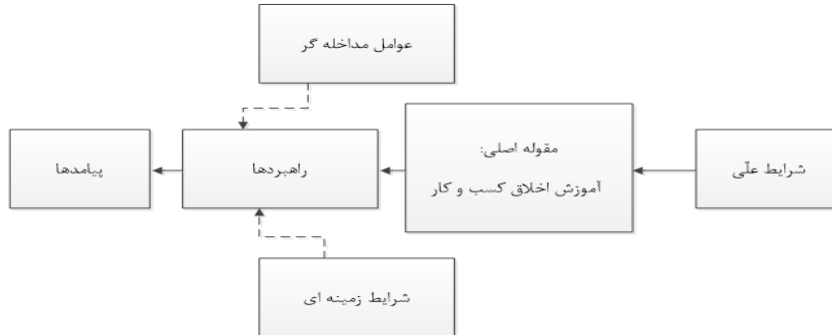
بررسی نتایج مرور متون سیستماتیک انجام شده با استفاده از روش مطالعه نظریه برخاسته از داده انجام گرفته است. به عبارتی عناصر و متغیرهایی که بر اساس چارچوب متن شناسایی شده اند را می توان به عنوان کدهای استخراج شده در جدول های نظریه برخاسته از داده قرار داد و به صورت کلی تری به آن ها نگریست. به طوری که تاثیر عناصر مختلف آن حوزه بر یکدیگر را مشاهده کرد و در نهایت پیامدهای آن را مشاهده نمود.

لازم به ذکر است که این روش بر استفاده از مراحل تحلیل داده ها از طریق کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی تأکید دارد.

دکتر زهرا آراستی و همکاران: مرور متون سیستماتیک آموزش اخلاق کسب و کار

با توجه به کدگذاری های انجام گرفته می توان مدل نظریه داده بنیاد تحقیق حاضر درباره «آموزش اخلاق کسب و کار» را به صورت ذیل و در قالب نگاره شماره (۲) بیان نمود:

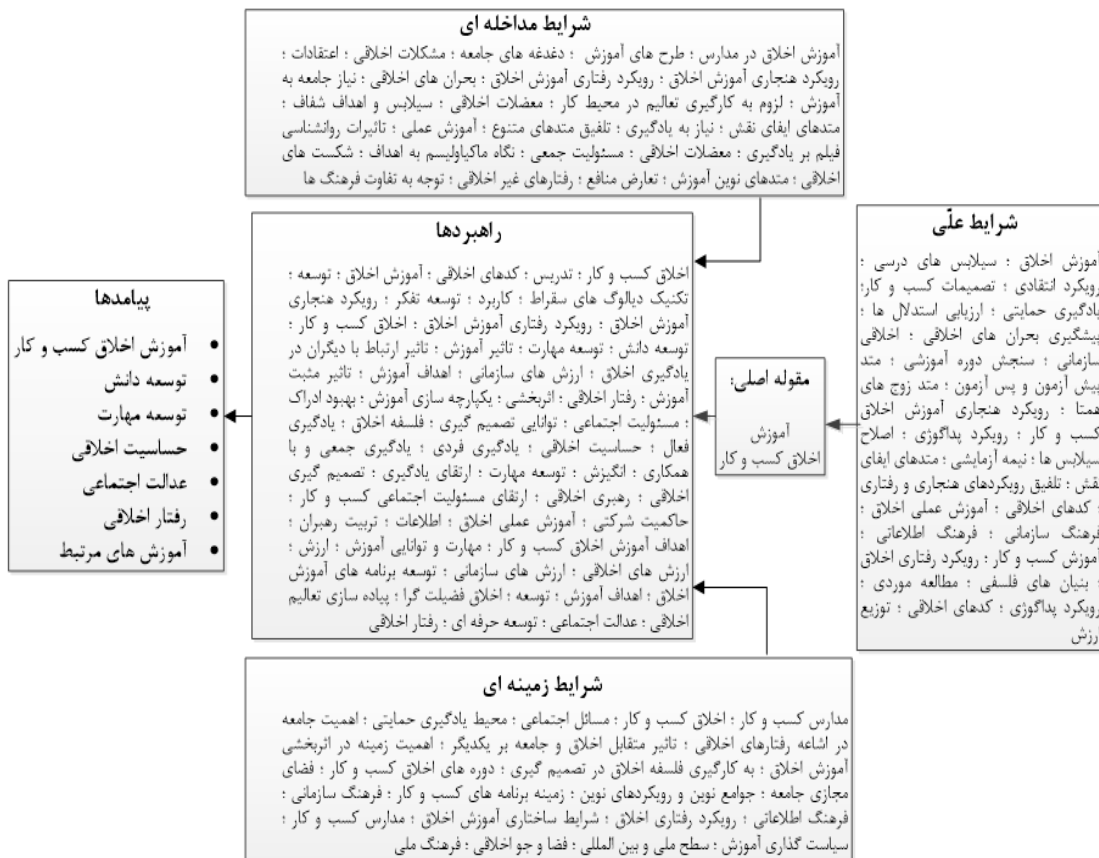
در نهایت گزاره های مفهومی و مقوله های آن در بخش آموزش اخلاق کسب و کار بدین صورت دست آمد که ۴۳ گزاره مفهومی اولیه در مرحله کد گذاری باز و ۱۵ گزاره مقوله ای در مرحله کد گذاری محوری حاصل آمد.



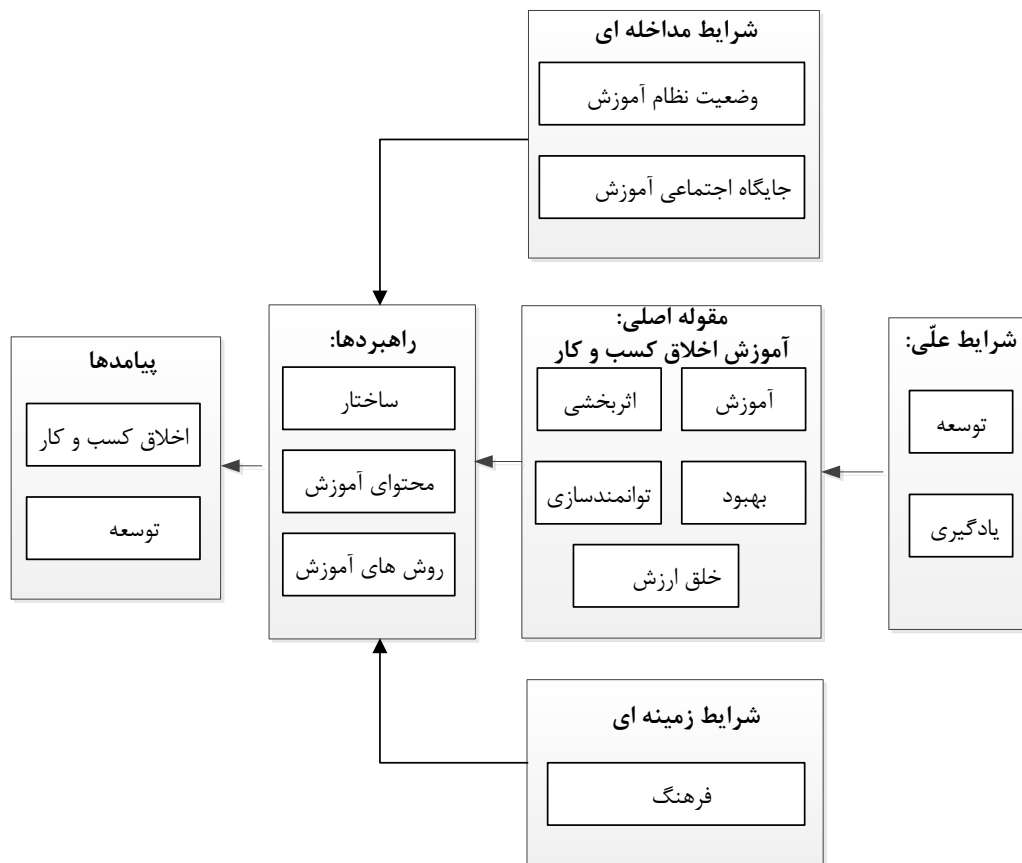
نگاره ۱: مدل نظریه تئوری داده بنیاد

عناصر آموزش اخلاق کسب و کار را در این مدل نشان می دهد. در ادامه شمای کلی مدل نظریه تئوری داده بنیاد درباره «آموزش اخلاق کسب و کار» و بر اساس کدهای شناسایی شده چارچوب و تن را می توان به صورت نگاره شماره (۳) ترسیم نمود.

حال کدهای شناسایی شده این ابعاد را در مدل نظریه تئوری داده بنیاد قرار می دهیم. بدین صورت که کدهای شناسایی شده که با استفاده از چارچوب و تن به دست آمده اند را به صورت جداگانه در مدل نظریه تئوری داده بنیاد قرار می دهیم. نگاره شماره (۲) جزئیات جایگذاری



نگاره ۲: مدل تشریحی عوامل موثر بر آموزش اخلاق کسب و کار



نگاره ۳: مدل کلی عوامل موثر بر آموزش اخلاق کسب و کار

رتبه دوم قرار داشت (۳۰ درصد). در مطالعات کمی نیز، بیشترین روشی که مورد استفاده قرار گرفته است، روش پرسشنامه بوده است (۵۰ درصد). لازم به ذکر است فقط در یکی از مطالعات بررسی شده از روش مطالعه آمیخته استفاده شده بود. فلذا در جدول مقایسه لحاظ نگردید. خلاصه نتایج مربوط به روش مطالعه در مطالعات بررسی شده را به صورت ذیل و در جدول شماره (۳) می توان نشان داد.

بررسی های این تحقیق نشان می دهد که بیشترین مطالعات انجام گرفته به ترتیب در سال های ۲۰۱۵ (۱۱۵ مطالعه) و ۲۰۱۱ (۲۰۰) و ۱۰۰ مطالعه) بوده است. از میان مطالعات بررسی شده در بخش آموزش اخلاق کسب و کار، ۵۵ درصد مطالعات به روش کیفی و ۴۵ درصد مطالعات به روش کمی انجام شده است. بیشترین روشی که در مطالعات کیفی استفاده شده، روش تاملات شخصی است (۶۰ درصد). روش مطالعه موردی نیز در

جدول ۳: خلاصه نتایج مربوط به روش مطالعه در مطالعات بررسی شده

زمینه	نوع مطالعه		بیشترین روش مورد استفاده	
	درصد	نوع مطالعه	درصد	روش مطالعه
آموزش اخلاق کسب و کار	۵۵	کیفی	۶۰	تاملات شخصی
			۳۰	مطالعه موردی
	۴۵	کمی	۵۰	پرسشنامه
			۱۰	نیمه آزمایشی
			۵	آزمایشی
		۵	مطالعه موردی	

بیشترین ژورنال هایی که در مطالعات خود استناد کرده اند عبارتند از: *Journal of Business Ethics* (۳۲ مطالعه)، *Journal of*

همچنین بیشترین نویسندگانی که استناد داشته اند، عبارتند از: اوکپارا (۱۱ مطالعه)، فیشر (۱۱ مطالعه)، وود (۱۰ مطالعه)، سیمز (۹ مطالعه)، موریس (۹ مطالعه)، تروینو (۹ مطالعه).



به نظر می رسد روند مطالعات و مسائل مورد بررسی آن ها را بتوان بدینگونه استخراج نمود که مقالات اولیه حوزه اخلاق کسب و کار در ابتدا در پی بررسی این موضوع بوده اند که آیا در کسب و کار اخلاق وجود دارد؟ (۶). در ادامه، برخی مقالات با پذیرش موضوع اخلاق کسب و کار در محیط های کاری، به بررسی اهمیت ارزش های اخلاقی پرداخته و ساختار اخلاقیات به طور کلی و اخلاق کسب و کار به طور خاص را بیان نموده اند (۱۲، ۳۷، ۳۸). سپس محققان به موضوعاتی حول محور ابعاد اخلاق کسب و کار پرداخته اند (۴۱، ۴۵).

اما جریان جدیدی که در مسئله مطالعه مقالات سال های اخیر مشاهده می شود، این است که چرا علیرغم توجهی که به مقوله اخلاق کسب و کار شده و آموزش هایی که در این زمینه صورت گرفته است، اما انتقال آموزه ها از محیط آکادمیک و آموزشی به محیط واقعی کسب و کار موفقیت آمیز نبوده است؟ (۴۲، ۵۰، ۵۳، ۵۴).

پس از آن نقش فرهنگ و زمان در مطالعات اخلاق کسب و کار اهمیت یافته و مسائل مطالعه بیشتر حول محور پیش زمینه در آموزش اخلاق کسب و کار قرار گرفته است (۲۹، ۵۴، ۵۸).

در این زمینه موضوع دیگری که به عنوان مسئله مطالعات اخلاق کسب و کار ظهور کرده است، مباحث مربوط به روش های آموزش اخلاق کسب و کار می باشد که متعاقب آن برخی محققان به بررسی اثربخشی روش های مختلف آموزش اخلاق و حتی استفاده از روش های آموزش اخلاق فیلسوفان یونان باستان مانند سقراط و ارسطو در امر آموزش اخلاق پرداخته اند (۴۲، ۴۸، ۴۹).

در زمینه آموزش اخلاق کسب و کار نیز مقالات اولیه ای که انجام شده است اغلب با طرح مسئله بررسی اهمیت اخلاق کسب و کار و امکان آموزش آن می باشد. در راستای این مسئله، محققان مختلفی به بررسی جزئیات تدریس اخلاق اعم از عنوان، طرح درس، اهداف، و... پرداخته اند (۹، ۲۲، ۲۸).

پس از آن موضوع دیگری که مطرح شد نبود کدهای اخلاقی مورد پذیرش کلی در آموزش اخلاق کسب و کار بود. به گونه ای که صاحب نظران مختلف در امر اخلاق و آموزش، کدهای مختلفی را در آموزش اخلاق کسب و کار دارای اولویت و اهمیت می دانستند (۲۳). این مسئله با ظهور مباحث فرهنگ، و پیش زمینه در آموزش اخلاق کسب و کار تا حدودی پاسخ داده شد. بدین صورت که اگرچه برخی دیدگاه های مشابه در زمینه اخلاق کسب و کار در کشورهای مختلف وجود دارد، اما تفاوت های قابل توجهی میان فرهنگ کشورهای مختلف در مورد اخلاق کسب و کار مشاهده می شود. همچنین یافته ها حاکی از آن بود که روش های آموزش اخلاق نیز مشابه با مفاهیم و کدهای اخلاق کسب و کار بر اساس پیش زمینه و زمان و مکان مختلف ممکن است متفاوت باشد (۳۸، ۵۴). لذا برخی نویسندگان به بررسی انواع روش های آموزش پرداخته و همچنین برخی نیز اثربخشی روش های مختلف آموزش را مورد مطالعه قرار دادند (۳۱-۳۳، ۳۵، ۴۴) که یافته های محققان حاکی از تایید فرضیات مربوط به بحث اهمیت فرهنگ و پیش زمینه در آموزش اخلاق کسب و کار بود. مطالعات نشان می دهد

Journal of Management Decision (۲۶ مطالعه)، *Management Research News* (۲۴ مطالعه).

بیشترین کلید واژه های مورد استفاده در مطالعات مذکور به صورت ذیل می باشند: اخلاق کسب و کار (۲۴ مورد)، علم اخلاق (۲۵ مورد)، اخلاق (۲۶ مورد)، کارآفرینی (۲۷ مورد)، مسئولیت پذیری اجتماعی (۲۸ مورد)، مسئولیت پذیری (۲۷ مورد)، تصمیم (۲۵ مورد)، پایداری (۲۴ مورد)، تدریس (۲۲ مورد).

همچنین دانشگاه هایی که بیشترین مطالعه را داشته اند عبارتند از: *Uppsala University* (۳۵ مطالعه)، *George Mason University* (۳۵ مطالعه)، *Copenhagen Business School* (۲۹ مطالعه)، *Indiana University* (۲۱ مطالعه)، *Aarhus University* (۱۹ مطالعه).

در مورد کشورهایی که بیشترین مطالعه را داشته اند، ۵ کشور اول عبارتند از: آمریکا (۳۱۹ مطالعه)، انگلستان (۱۴۷ مطالعه)، سوئد (۱۱۴ مطالعه)، استرالیا (۷۵ مطالعه) و آلمان (۷۵ مطالعه).

بحث

یافته ها حاکی از آن است که در زمینه اخلاق و به طور خاص اخلاق کسب و کار، مسائلی همچون اهمیت فرهنگ و توجه به فرهنگ های مختلف (۳۷، ۴۸، ۴۹، ۵۳) به عنوان شرایط زمینه ای مورد توجه قرار گرفته اند. برخی محققان نیز در امر اخلاق کسب و کار، لزوم رعایت نمودن جامعه شناسی و مردم شناسی را بیان نموده اند به عبارت دیگر محققان به صورت مستقیم و برخی غیرمستقیم بر اهمیت توجه به عنصر فرهنگ و جغرافیای زندگی افراد در مسائل اخلاق کسب و کار تاکید دارند (۳۹، ۴۵، ۵۸). نکته قابل توجه در این باره نتایج مطالعاتی است که حاکی از آن هستند در امر آموزش اخلاق کسب و کار می بایست عامل «زمان» نیز در نظر گرفته شود. چرا که در هر دوره ای و به فراخور سطح آگاهی و فرهنگ جامعه، برخی رفتارها و آموزه های اخلاقی مورد قبول بوده که ممکن است در دوره و یا جامعه دیگری مقبول نباشد (۳۷). با این حال توجه به این موضوع در مطالعاتی که در سال های ۲۰۱۰ به بعد صورت گرفته است بیشتر مشاهده می گردد (۲۷، ۴۱، ۵۰). همچنین عواملی مانند منافع شخصی (۵، ۵۳)، اعتقادات افراد (۵۳) و انگیزه (۵، ۳۷) به عنوان برخی عوامل تاثیرگذار بر اخلاق کسب و کار بیان شده اند.

در بحث آموزش اخلاق کسب و کار، عواملی مانند مسائل اجتماعی (۲۳)، محیط یادگیری (۲۴، ۳۴، ۳۶)، ساختار نظام آموزشی (۲۷، ۳۶)، فرهنگ ملی و نوع نگاه و میزان اهمیت جامعه به امر آموزش (۱۰، ۱۶، ۲۷، ۳۰، ۳۴، ۳۵) به عنوان عوامل زمینه ای حائز اهمیت هستند و در مباحث مرتبط با راهبردها و اهداف آموزش اخلاق کسب و کار می بایست مورد توجه قرار گیرد. همچنین طرح ها و سرفصل های آموزش اخلاق کسب و کار (۲۳، ۳۳)، تفاوت فرهنگ ها (۵۳) به عنوان برخی از عوامل مداخله گر آموزش های اخلاق کسب و کار بیان شده اند.

یکی از دلایل شکست آموزش های اخلاق کسب و کار در انتقال آموخته های دانشجویان به محیط های کاری، عدم توجه به بحث پیش زمینه و موضوع زمان و مکان در آموزش آن می باشد. بر اساس مرور متون سیستماتیک انجام شده و همچنین شناسایی روند تاریخی پژوهش های حوزه آموزش اخلاق کسب و کار مشخص می شود که اگرچه مطالعات مختلف اهمیت و لزوم آموزش اخلاق کسب و کار را توجیه می کنند، اما بعدها بررسی ها نشان داد که حتی دوره هایی که با نتایج پایان دوره مناسب برگزار شده و دانشجویان در پایان دوره نمرات قابل قبولی کسب کرده اند، با ورود همان دانشجویان به محیط واقعی کسب و کار تغییر محسوس در فرهنگ رفتارهای اخلاقی سازمان رخ نداده است. بنابراین شکاف نظری مشاهده شده، شکست انتقال آموزه های دوره های اخلاق کسب و کار به محیط واقعی کار و نبود نظریه ها و مدل های تبیین کننده این انتقال و چگونگی آموزش های مرتبط با آن می باشد. هر چند برخی نویسندگان عوامل مختلفی برای این شکست بیان نموده اند، اما یکی از اصلی ترین عوامل آن، عدم توجه به بحث فرهنگ، زمان، و به طور کلی پیش زمینه در آموزش اخلاق کسب و کار می باشد. فلذا، نبود نظریه/مدلی که با توجه به پیش زمینه و عوامل فرهنگی شکل گرفته باشد لزوم تحقیق در این زمینه را ایجاب می نماید (۳۱، ۳۳-۳۵، ۴۴، ۵۴، ۵۸).

نتیجه گیری

به نظر می رسد عدم توجه غالب محققان به عوامل زمان و فرهنگ در امر آموزش اخلاق کسب و کار، بزرگترین شکاف مطالعاتی مطالعه حاضر باشد. بنابراین در جریان های پژوهشی آینده لازم است که مطالعات بیشتری در مورد نقش زمان و فرهنگ صورت گیرد و ابعاد و عناصر آن ها در این زمینه هر چه بیشتر بررسی گردد. همچنین مطالعات در زمینه شیوه های آموزش اخلاق کسب و کار، بررسی اثربخشی آن ها، گروه های سنی مناسب و نیز شناسایی مناسب ترین شیوه های آموزش متناسب با رده سنی آموزش گیرندگان اخلاق کسب و کار موضوعاتی هستند که لزوم انجام آن ها در مطالعات آتی احساس می شود.

اهمیت مردم شناسی و جغرافیای زندگی افراد موضوعی است که به نظر می رسد تاثیر قابل توجهی بر آموزش اخلاق کسب و کار و اثربخشی آموزش های آن و نیز انتقال آموزه ها به محیط واقعی کسب و کار داشته باشد، فلذا انجام مطالعاتی در این حوزه نیز می تواند کمک شایانی به توسعه آن نماید.

برخی محققان عوامل زمینه ای^{۳۹} مانند مسائل اجتماعی، ساختار نظام آموزشی جامعه، نوع نگاه جامعه به امر آموزش اخلاق کسب و کار را حائز اهمیت می دانند. لیکن با توجه به جستجوهای انجام شده مشخص گردید متأسفانه مطالعاتی در این زمینه در کشور ایران انجام نشده است. بنابراین یکی از موضوعاتی که می بایست به آن توجه نمود بررسی عوامل زمینه ای در حوزه آموزش اخلاق کسب و کار است (۹، ۲۱، ۲۴، ۲۵، ۲۷، ۳۴، ۳۵، ۳۶).

برخی دیگر از جریان های پژوهشی آینده که بر اساس مرور متون سیستماتیک و همچنین روند تاریخی مسئله ها و پژوهش های حوزه آموزش اخلاق کسب و کار شناسایی می گردد را می توان به صورت ذیل بیان نمود:

لزوم ارائه تعاریف صریح اخلاق و اخلاق کسب و کار و انجام مطالعه بر پایه آن (۱۶)

تاثیر نهادها و ساختارهای نظام آموزشی بر آموزش اخلاق کسب و کار و اثربخشی آن (۲۷، ۳۶)

بررسی تفاوت فرهنگی افراد به عنوان یکی از عوامل مداخله گر در امر آموزش اخلاق کسب و کار (۳۰)

مطالعات تطبیقی جزئیات تدریس اخلاق کسب و کار در کشورهای مختلف (۲۳، ۳۰)

شناسایی کدهای اخلاقی در آموزش اخلاق کسب و کار (۲۳)

بررسی زمان مناسب شروع آموزش اخلاق کسب و کار بر اساس رده سنی و تحصیلی فراگیران (۴۴)

مطالعه خصوصیات فردی افراد مانند منافع شخصی، اعتقادات فردی، انگیزه و... و تاثیر آن بر فراگیری اخلاق کسب و کار (۱۱ و ۵۳).

ملاحظه های اخلاقی

در این پژوهش مروری با معرفی منابع مورد استفاده، اصل اخلاق امانت داری علمی رعایت و حق معنوی مولفین آثار محترم شمرده شده است.

واژه نامه

- | | |
|-------------------------------------|----------------------|
| 1. Awareness | آگاهی |
| 2. Moral Development | توسعه اخلاق |
| 3. Handling Complex Issues | کنترل موضوعات پیچیده |
| 4. Systematic Literature Review | مرور متون سیستماتیک |
| 5. Transparency | شفاف |
| 6. Clarity | واضح |
| 7. Equality | یکسان |
| 8. Accessibility | قابل دستیابی |
| 9. Unified | یکپارچه |
| 10. Focused | متمرکز |
| 11. Holistic | به طور کلی |
| 12. Narrative Literature | مرور نقلی |
| 13. Citation | شاخص میزان استناد |
| 14. Search Strings | رشته جستجو |
| 15. Effectiveness | اثربخشی |
| 16. Improvement | بهبود |
| 17. Empowerment | توانمندسازی |
| 18. Value Creation | خلق ارزش |
| 19. Education Context | زمینه آموزش |
| 20. Contextual Conditions | شرایط زمینه ای |
| 21. Supportive Learning Environment | محیط یادگیری حمایتی |



- flexibility, complexity and comprehension. *Journal of Business Ethics*; 17: 1179-1187.
14. Schumann PL. (2001). A moral principles framework for human resource management ethics. *Human Resource Management Review*; 11: 93-111.
 15. Williams DD, Yanchar SC, Jensen LC, Lewis C. (2003). Character education in a public high school: A multi-year inquiry into Unified Studies. *Journal of Moral Education*; 32(1): 3-33.
 16. Che-fai L. (2004). Understanding the ethical decisions and behaviors of Hong Kong business managers: an implication for business ethics education. *Management Research News*; 27 (10): 69 – 77.
 17. Thorpe R, Holt R, Macpherson A, Pittaway L. (2005). Using knowledge within small and medium-sized firms: A systematic review of the evidence. *International Journal of Management Reviews*; 7:257-281.
 18. Pittaway L, Cope J. (2007). Entrepreneurship education: a systematic review of the evidence. *International Small Business Journal*; 25 (5):479-510.
 19. Petticrew M, Roberts H. (2006). Systematic reviews in the social sciences: A practical guide. USA: Blackwell Publishing.
 20. Whetten D. (1989). What constitutes a theoretical contribution? *The Academy of Management Review*; 14 (4): 490-495.
 21. Sirelkhatim F, Gangi Y. (2015). Entrepreneurship education: A systematic literature review of curricula contents and teaching methods. *Cogent Business & Management*; 2. 1052034. 10.1080/23311975.2015.1052034.
 22. Hoffman W, Moore J. (1982). Results of a business ethics curriculum survey conducted by the center for business ethics. *Journal of Business Ethics*; 1 (2): 81-83.
 23. Richard CW. (1995). Practical reason in practice: reflections on a business ethics course. *Journal of Education and Training*; 37 (6):14 – 22.
 24. Morrell K. (2004). Socratic dialogue as a tool for teaching business ethics. *Journal of Business Ethics*; 53(4): 383-392.
 25. Farnsworth B, John R, Kleiner H. (2003). Trends in ethics education at US colleges and universities. *Management Research News*; 26 (2/3/4): 130 – 140.
 26. de los Reyes G, Kim TW, Weaver GR. (2017). Teaching ethics in business schools: A conversation on disciplinary differences, academic provincialism, and the case for integrated pedagogy. *Academy of Management Learning & Education*; 16(2): 314-336.
 27. Jonson EP, McGuire L, Cooper B. (2016). Does teaching ethics do any good? *Journal of Education and Training*; 58 (4): 439 – 454.
 28. Allan Cooke R, Ryan L. (1988). The relevance of ethics to management education. *Journal of Management Development*; 7 (2): 28-38.
 22. Evaluate Arguments
 23. Matched-Pairs Design
 24. Business Ethics
 25. Ethics
 26. Morality
 27. Entrepreneurship
 28. Social Responsibility
 29. Contextual Factors
- ارزیابی استدلال ها
متد زوج های همتا
اخلاق کسب و کار
علم اخلاق
اخلاق
کارآفرینی
مسئولیت پذیری اجتماعی
عوامل زمینه ای
- ## References
1. Khajefard N, Hallaj M. (2021). The role of ethics in tax acceptance decisions. *Journal of Ethics in Science and Technology*; 15 (4): 78-85. (In Persian).
 2. Rachels J. (1999). The elements of moral philosophy. 3rd ed. Boston: McGraw-Hill.
 3. Rahmani H, Rajab Dorri H, Rasooli A. (2018). The relationship between managers' professional ethics and the level of disclosure of social responsibility information. *Ethics in Science and Technology*; 13 (3): 101-107. (In Persian).
 4. Namazi M, Momtazian A, Rajab Dorri H (2021). The relationship between ethics and sociological structures with intellectual capital. *Ethics in Science and Technology*; 15 (4): 78-85. (In Persian).
 5. Moriarty J. (2016). Business ethics. The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Winter Edition).
 6. De George R. (1989). There is ethics in business ethics; but there's more as well. *Journal of Business Ethics*; 8(5): 337-339.
 7. Keiser J D. (2008). Business ethics and ethics education in american business programs. *Journal of Competition*; 7 (2): 195-200.
 8. Gholampour M, Pourshafei H, Ferasatkah M, Ayati M. (2021). Explain the components of student-teacher moral education based on upstream documents at Farhangian University. *Ethics in Science and Technology*; 15 (4): 86-95. (In Persian).
 9. Molinsky A, Margolis J. (2005). Necessary evils and interpersonal sensitivity in organizations. *Academy of Management Review*; 30(2): 245-268.
 10. Wright B, Barling J. (1998). The executioners' son: Listening to downsizers reflect on their experiences. *Canadian Journal of Administrative Sciences*; 15: 339-354.
 11. Armstrong MB, Ketz J, Owsen D. (2003). Ethics education in accounting: Moving toward ethical motivation and ethical behavior. *Journal of Accounting Education*; 21: 1-16.
 12. Thorne L. (1998). The role of virtue in auditor's ethical decision making: An integration of cognitive-developmental and virtue-ethics perspectives. *Research on Accounting Ethics*; 4: 291-308.
 13. Carlson PJ, Burke F. (1998). Lessons learned from ethics in the classroom: Exploring student growth in

- contemplative learning. *Journal of Management, Spirituality & Religion*; 13 (3): 266-268.
44. Lawter L, Rua T, Guo C. (2014). The interaction between learning styles, ethics education, and ethical climate. *Journal of Management Development*; 33 (6): 580 – 593.
 45. Robertson CJ, Athanassiou N. (2009). Exploring business ethics research in the context of international business. *Management Research News*; 32 (12): 1130 -1146.
 46. Anum N, Ghazali M. (2015). The influence of a business ethics courses on ethical judgments of Malaysian accountants. *Journal of Asia Business Studies*; 9 (2): 147 – 161.
 47. Ismaeel M, Blaim K. (2012). Toward applied Islamic business ethics: responsible halal business. *Journal of Management Development*; 31 (10): 1090-1100.
 48. Belak J, Rozman M. (2012). Business ethics from Aristotle, Kant and Mill's perspective. *Journal of Kybernetes*; 41 (10):1607 – 1624.
 49. Lämsä AM, Auvinen T, Heikkinen S, Sintonen T. (2018). Narratively and its application in business ethics research. *Baltic Journal of Management*; 13 (2): 279-296.
 50. Whyatt G, Wood G, Callaghan M. (2012). Commitment to business ethics in UK organizations. *European Business Review*; 24 (4): 331 – 350.
 51. Paulson SK. (2005). An integrated social science perspective on global business ethics. *International Journal of Commerce and Management*; 15 (3/4): 178 – 186.
 52. Petticrew M, Roberts H. (2006). *Systematic reviews in the social sciences: A practical guide*. Oxford: Blackwell Publishing.
 53. Fisher J. (2003). Surface and deep approaches to business ethics. *Leadership & Organization Development Journal*; 24 (2): 96-101.
 54. Sims RL. (2006). Comparing ethical attitudes across cultures. *Cross Cultural Management: An International Journal*; 13 (2): 101 – 113.
 55. Courrent JM, Chassé S, Omri W. (2018). Do entrepreneurial smes perform better because they are more responsible? *Journal of Business Ethics*; 153(2): 317-336.
 56. Potocan V, Mulej M. (2009). Toward a holistically perception of the content of business ethics. *Journal of Kybernetes*; 38 (3/4): 581 – 595.
 57. Abuznaid SA. (2009). Business ethics in Islam: the glaring gap in practice. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*; 2 (4): 278 – 288.
 58. Okpara JO. (2014). The effects of national culture on managers' attitudes toward business ethics Implications for organizational change. *Journal of Accounting & Organizational Change*; 10 (2): 174 – 189.
 29. Morris L, Wood G. (2011). A model of organizational ethics education. *European Business Review*; 23 (3): 274-286.
 30. Ermasova N, Wagner S, Nguyen L. (2017). The impact of education, diversity, professional development and age on personal business ethics of business students in Russia. *Journal of Management Development*; 36(3): 410-426.
 31. Taylor A. (2013). Ethics training for accountants: does it add up? *Meditari Accountancy Research*; 21 (2): 161 – 177.
 32. Burns DJ, Tackett Fran Wolf JA. (2015). The effectiveness of instruction in accounting ethics education. In *Research on Professional Responsibility and Ethics in Accounting*. Published online; 1: 149-180.
 33. Manolis C, Chinta R, Assudani RH, Burns DJ. (2011). The effect of pedagogy on students' perceptions of the importance of ethics and social responsibility in business firms. *Journal of Ethics and Behavior*; 21(2): 103–117.
 34. Zdravkova K. (2014). Learning computer ethics and social responsibility with tabletop role-playing games. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*; 12 (1): 60 – 75.
 35. Elliott TL, Neal C. (2014). Using films to teach business ethics students. In *the Contribution of Fiction to Organizational Ethics*; 1: 191-206.
 36. Sandrine F, Grant M, Noël-Lemaitre C. (2018). Learning from Greek philosophers: the foundations and structural conditions of ethical training in business schools. *Journal of Business Ethics*; 153(1): 231-243.
 37. Greg Wood GS. (2003). The dynamics of business ethics: a function of time and culture – cases and models. *Journal of Management Decision*; 41 (4): 350 – 361.
 38. Holme C. (2008). Business ethics – Part One: Does it matter? *Journal of Industrial and Commercial Training*; 40 (5): 248 – 252.
 39. Rizk RR. (2008). Back to basics: An Islamic perspective on business and work ethics. *Social Responsibility Journal*; 4(1/2): 246-254.
 40. Goldsby MG, Burton B, Grana P, Neck CP. (2006). Business ethics versus economics: the ideological foundations of the debate. *International Journal of Organizational Analysis*; 14 (1): 67 – 83.
 41. Sardy MJ, Munoz M, Jianmin J, Alon SI. (2010). Dimensionality of business ethics in China. *Competitiveness Review: An International Business Journal*; 20 (1): 6 – 30.
 42. Gröschl S, Gabaldon P. (2018). Business schools and the development of responsible leaders: a proposition of Edgar Morin's transdisciplinary. *Journal of Business Ethics*; 153(1): 185-195.
 43. Zsolnai L. (2016). Ethics education of business leaders. Emotional intelligence, virtues, and