

تبیین مفهوم تصمیم‌گیری اخلاقی مدیران در کسب و کار مبتنی بر دستگاه اخلاقی راس

دکتر سروش دباغ (عضو هیئت علمی مؤسسه پژوهشی حکمت و فلسفه ایران)

دکتر جواد جاسبی (عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد / واحد علوم و تحقیقات)

چکیده:

رشد مقوله اخلاق در کسب و کار و تأثیر آن بر نظام‌های تصمیم‌گیری در سازمان‌ها از اهمیت رو به تزایدی برخوردار است. شناخت الگوها و مکاتب اخلاقی و سپس عملیاتی نمودن آن در فضای عملیاتی کمک می‌نماید تا جامعه جهانی به سمت کسب و کار اخلاقی حرکت نماید. وارد نمودن مؤلفه اخلاق در مسأله تصمیم‌گیری با کاستی‌هایی همانند فقدان دستگاه مناسب به منظور قیاس میان تابع مطلوبیت گزاره‌های اخلاقی با سایر مطلوبیت‌های محسوس همانند سود و یا درآمد، فقدان راهکار مناسب در شرایط تعارض بین گزاره‌های اخلاقی با منافع و اهداف سازمان و همچنین عدم شفافیت جایگاه متغیرهای اخلاقی در نظام تصمیم‌گیری روبرو است. این کاستی‌ها باعث گردیده تا فضای مباحث اخلاقی در کسب و کار بیشتر سمت و سوی نظری و انتزاعی به خود گرفته و کمتر در فضای عملیاتی سازمان، امکان اجرایی کردن آن بوجود آید.

این مقاله ضمن معرفی دستگاه اخلاقی راس به عنوان یک مکتب سازوار در حوزه اخلاق تلاش می‌نماید تا در ابتدا امکان بهره‌مندی از گزاره‌های اخلاقی را در مدل‌های رایج تصمیم‌گیری چند معیاره فراهم ساخته و در نتیجه فضای بهره‌گیری از آنها را در تصمیم‌گیریهای سازمانی فراهم سازد. در ادامه تلاش گردیده تا با ارائه مفهوم مطلوبیت اخلاقی، مجموعه انگیزه‌های رفتار انسانی در حوزه تصمیم‌گیری در قالب مطلوبیت ناشی از اجرای وظایف ششگانه راس و مشتقات آن متجلی شود و سایر اهداف همانند افزایش سود، درآمد و یا کاهش ضرر در قالب یک وظیفه اخلاقی بازخوانی شود. در این صورت، علاوه بر پیش‌بینی و تبیین رفتار تصمیم‌گیران، امکان ارائه مدل‌های عملیاتی برای تصمیم‌گیری بر مبنای تابع مطلوبیت اخلاقی فراهم می‌شود.

واژه‌های کلیدی: مطلوبیت اخلاقی، دستگاه اخلاقی راس، تصمیم‌گیری چند معیاره

(1) مقدمه: Introduction

توجه به مقوله اخلاق در کسب و کار هر روز رشد بیشتری پیدا کرده و این مسئله در سازمانهای نوین تا اندازه‌ای توسعه پیدا نموده که سازمانهای بزرگ برای خود خطی مشی اخلاقی تدوین و در نظام برنامه‌ریزی خود قرار داده‌اند. پیش از این نیز مباحثی مثل ارزشها در نظامهای برنامه‌ریزی استراتژیک و یا توجه به مسئولیت اجتماعی، رضایت ذینفعان، رضایت مشتریان نیز به نوعی بستر اولیه برای چنین حرکتی را فراهم ساخته بود. در تشریح سودمندی توجه به این موضوعات در سازمانها عموماً این موضوع مد نظر قرار می‌گرفت که این مجموعه فعالیتها می‌تواند در نهایت منجر به نام نیک، اعتماد و منتهی به سود بیشتر شود. شاخصی که ارزیابی بنگاههای اقتصادی عموماً براساس آن انجام می‌گرفت.

در مقام عمل در حوزه انتخاب استراتژیها، سازمانها علیرغم تلاش برای بهره‌گیری از این گزاره‌های اخلاقی به لحاظ آنکه تاثیر این موضوع بر روی مطلوبیت و مطبوعیت شرکتها که تبلور آن در شاخصهای مالی یافت می‌شود قابل اندازه‌گیری نمی‌باشد، این ایده‌آلها یا به فراموشی سپرده می‌شود و یا به صورت قوانین غیر قابل تغییری مورد استفاده قرار می‌گیرند. در مقام عمل به لحاظ ماهیت متعارض آنها، گاه تناقضهای غیر قابل حلی بوجود می‌آید که باعث می‌گردد در دنیای واقعی مفهوم تصمیم‌گیری اخلاقی مدیران ملموس نبوده و دستگاه مشخصی برای تبیین این رفتار و توصیه به مدیران وجود نداشته باشد.

از سوی دیگر رشد و توسعه رشته فلسفه اخلاق این فرصت را در اختیار علوم دیگر همانند اقتصاد و مدیریت قراردادده است تا امکان مدل‌سازی مفاهیم اخلاقی را در کنار سایر اهداف سازمانی فراهم آورده و الگوی عملیاتی مناسبی را برای تجویز رفتارهای اخلاق‌گرا در تصمیم‌گیری‌های سازمانی ایجاد نماید. در بین نحله‌های مختلفی که در فلسفه اخلاق مدرن ظهور پیدا کرده‌اند بنظر می‌رسد دستگاه اخلاقی راس که ذیل مکتب وظیفه‌گرایی طبقه‌بندی می‌شود، شرایط مناسبی را برای دست یافتن به یک الگوی مناسب اخلاق کاربردی برای موقعیت‌های پیچیده فراهم سازد. در این مقاله تلاش می‌گردد تا با بهره‌گیری از این دستگاه اخلاقی، کلیه اهداف سازمانی به نوعی بر مبنای وظائف اخلاقی صورتبندی شده و در عین حال ماهیت و جایگاه گزاره‌های اخلاقی را در یک نظام تصمیم‌گیری سازمانی شناسایی نموده و نهایتاً مدل مناسبی برای انتخاب استراتژیها بر مبنای این شاخصها فراهم آید. این تحقیق در هر دو مقام

توصیف و تجویز وارد شده و ضمن ارائه شرحی از رفتار تصمیم‌گیران، خاصه در موقعیت‌های تعارض، چارچوبی برای توصیه استراتژیها و تصمیم‌گیری مبتنی بر شاخصهای اخلاقی ارائه می‌نماید.

در بخش دوم مقاله ابتدا مسئله اصلی تحقیق تبیین گردیده است. در بخش سوم مباحث نظری مربوط به دستگاه اخلاقی راس تشریح گردیده در بخش چهارم تلاش می‌شود تا با مدل‌سازی تصمیم‌گیری مدیران مبتنی بر رهیافت‌های شاخصهای اخلاقی، نمونه‌های عملی سازمانها در شرایط تصمیم‌گیری پیچیده ارائه شود و نهایتاً الگوی مناسب برای این امر معرفی شده است.

۲- تبیین مسئله

سازمانها امروزه گزاره‌ها و شاخصهای اخلاقی را در طول فرایند برنامه‌ریزی خود تعیین می‌نمایند. این موضوع عموماً یا در قالب خطی مشی‌های اخلاقی یا در ارزشهای سازمانی و یا در داخل مأموریت‌های سازمان آورده می‌شود، لیکن کلیه الگوهای موجود در مقام عمل از ضعفهای زیر رنج می‌برد.

(a) به لحاظ اینکه امکان مقایسه بین اخلاق، سود و مطلوبیت سازمان وجود ندارد، در عمل مشخص نیست که سازمانها و مدیران آنها در مقام تصمیم‌گیر چگونه می‌باید فرامین اخلاقی را در کنار شاخصهای ارزیابی سازمان قرار دهند تا نتایج حاصل از عملکرد اخلاقی قابل مشاهده و اندازه‌گیری باشد. هر چند با بهره‌گیری از منطق سیستمهای پویا تلاش گردیده تا تبیینی از این موضوع ارائه شده و نظام تاثیر و اثر و ارتباط دو سویه بین شاخصهای اخلاقی و شاخصهای بهره‌وری سازمان دیده شود؛ لیکن این الگوها، مبتنی بر دستگاه اخلاقی روشمندی نبوده و کماکان این مشکل را لاینحل نگاه می‌دارد.

(b) در بسیاری از مواقع سازمانها در شرایط تعارض بین وظائف اخلاقی قرار گرفته و یا بین سود سازمان از یکسو و این وظائف از سوی رفتار کاملاً متضادی دیده می‌شود. به بیان دیگر همواره یک تصمیم‌گیری اخلاقی مبتنی بر یک و فقط یک وظیفه اخلاقی نبوده و بعضاً ناچار هستیم در شرایطی قرار گیریم که هر اقدام ما ناقض یکی از این وظائف باشد. به بیان دیگر در فرایند تصمیم‌گیری هیچ گزینه‌ای یافت نمی‌شود که با انتخاب آن یکی از وظائف اخلاقی زیر پا گذاشته نشود. تا به حال الگوهای موجود در متون مدیریتی هیچ راهکار مناسبی برای چنین شرائطی ارائه نداده است. اساساً به نظر می‌رسد این الگوها بیشتر مبتنی بر مکتب وظیفه‌گرایی کانت بوده به آثار و در مورد پیامدها و نتایج تصمیم‌گیری شرایط تعارض سکوت اختیار کرده اند.

C) در مدلسازی مسائل تصمیم‌گیری عمدتاً ما با متغیرهایی برخورد می‌کنیم که یا در جایگاه هدف قرار دارند و یا بصورت متغیر قابل کنترل، غیر قابل کنترل و بعضاً به صورت محدودیت و یا پیامد در مدل یافت می‌شوند. برای مثال وقتی سازمانی اهدافی همانند سود و یا فروش را مشخص می‌نماید، این متغیرها در هدف قرار می‌گیرند و یا منابع سازمان یک محدودیت به شمار رفته و محیط سازمان مجموعه‌ای از متغیرهای غیر قابل کنترل را شامل می‌شوند. اما در این میان مشخص نیست جنس و وظائف اخلاقی، هدف، محدودیت، متغیر و یا کدام یک از دیگر ارکان تصمیم‌گیری است و در یک مدل تصمیم‌گیری کجا ظهور پیدا می‌کند؟ در ساده‌ترین حالت اگر یک الگوی تصمیم‌گیری را به شکل رابطه ذیل مدلسازی نمائیم:

$$E = f(x, y)$$

که در آن E پیامد حاصل از تصمیم، X متغیر قابل کنترل و Y متغیر غیر قابل کنترل باشد، الگوی موجود و مباحث مطروحه در حوزه بکارگیری اخلاق در کسب و کار نسبت به جایگاه و وظائف و آرمانهای اخلاق در این مدل سکوت کرده و در عمل الگوی کاربردی برای تصمیم‌گیری اخلاقی مدیران ارائه نداده‌اند.

با توجه به مباحث فوق‌الذکر می‌توان مساله اصلی مقاله حاضر را بدست دادن یک الگوی کاربردی برای لحاظ داشتن وظائف اخلاقی در تصمیم‌گیری‌های سازمانی دانست که ضمن امکان تبیین رفتار تصمیم‌گیران در شرایط مختلف، یک الگوی جامع برای لحاظ داشتن همزمان کلیه مؤلفه‌های تصمیم‌گیری در انتخاب گزینه‌ها ایجاد می‌نماید.

۳- دستگاه اخلاقی راس:

در قرن بیستم دیوید راس با دو کتاب مهم در فلسفه اخلاق پا به عرصه نهاد. اولین کتاب او با عنوان درستی و خوبی^۱ در سال ۱۹۲۰ و دومی با عنوان بنیادهای اخلاقی^۲ در سال ۱۹۳۰ منتشر شد. راس در این دو کتاب سعی کرد تا تئوری اخلاقی و وظیفه‌گرایانه کانت را دوباره احیا نماید یا، به تعبیری آن را توسعه دهد، به گونه‌ای که با شهودات اخلاقی عرفی^۳ افراد جامعه سازگار گردد. راس بر این باور بود که فیلسوف اخلاق باید به دیده عنایت در شهودهای اخلاقی عرفی جامعه نظر کند. از نگاه او نمی‌توان تنها به گونه‌ای «انتزاعی» درباره این که کاری روا یا نارواست، اندیشید یا

1. The Right And The Good

2. Foundations of Ethics

3. Common – sensical moral intuitions

سخن گفت. او با این که سعی می کرد اصل کلیت یا «تعمیم پذیری»^۴ را در فلسفه اخلاق خود حفظ نماید، اما در عین حال معتقد بود که «مطلق گرایی»^۵ کانت نیز در مواجهه با پاره‌ای از شهودهای اخلاقی عرفی جامعه ناموجه می نماید. به همین دلیل او دستگاه اخلاقی نوینی تحت عنوان «اخلاق فی بادی النظر»^۶ یا «اخلاق در نگاه نخستین» را ابداع نمود. در این دستگاه، انسانها یکسری وظایف اخلاقی دارند که فی بادی النظر و «عام» هستند، اما آنچه که انسان را در رسیدن به داوری اخلاقی هدایت می نماید، وظائف فی مقام العمل است.

پس راس در دستگاه اخلاقی خود، بین وظائف فی بادی النظر و وظائف فی مقام العمل تفکیک قائل شده است. او برای وظایف فی بادی النظر شأن وجودشناختی قائل است. از سوی دیگر، وفق رأی او، وظائف فی مقام العمل لزوماً عام نبوده، وابسته به سیاق‌اند، شأن معرفت شناختی دارند و در امر داوری اخلاقی از انسان دستگیری می کنند.

با بررسی و تحقیق بیشتر، می توان چند نکته اساسی را از دستگاه اخلاقی راس استخراج نمود. اولین نکته این که فهرست «وظایف اخلاقی فی بادی النظر»، نهایی و قطعی^۷ نیستند و می توانند مشمول زیادت و نقصان واقع شوند.

فهرست کنونی عبارت است از:

- ۱- وظیفه وفاداری^۸
- ۲- وظیفه سپاسگزاری^۹
- ۳- وظیفه جبران^{۱۰}
- ۴- وظیفه نیکوکاری^{۱۱}
- ۵- وظیفه اصلاح نفس^{۱۲}
- ۶- وظیفه عدالت^{۱۳}
- ۷- وظیفه ضرر نرساندن یا عدم اضرار به غیر^{۱۴}

4. Generality

5. Absoluteness

6. the ethics of prima facie duties

7- Open Ended

8 - Fidelity

9 - Gratitude

10 - Reparation

11 - Beneficence

12 - Self - Improvement

13 - Justice

14 - Non - Maleficence

این هفت وظیفه فی بادی النظر، به لحاظ وجودشناختی عام هستند. اما موضوع مهم این است که وظایف مذکور تعیین کننده داوری اخلاقی موجه نخواهند شد، چرا که امکان دارد در شرایط خاص با یکدیگر تعارض داشته باشند. در واقع، در زندگی روزمره در اکثر مواقع این وظائف فی بادی النظر در تعارض و تعارض با یکدیگر قرار می گیرند. به عنوان مثال، در یک موقعیت اخلاقی، وظیفه وفاداری اقتضا می کند عمل X انجام شود؛ در حالیکه از سوی دیگر، وظیفه سپاسگزاری اقتضا می کند عمل X انجام نشود، به تعبیر دیگر، موقعیت های اخلاقی ای که ما عموماً با آنها مواجهیم، حیثیات و اقتضائات مختلفی دارند. از این رو در اکثر موارد برای صدور و انجام داوری اخلاقی ما با تعارض مواجهیم. لذا راس معتقد است که برای رسیدن به داوری اخلاق موجه، باید از شهودهای اخلاقی عرفی استفاده نمود چرا که تنها یک اصل اخلاقی مشخص و قطعی وجود ندارد که ما را به سمت داوری اخلاقی صحیح رهنمون سازد. به تعبیر دیگر، چون اخلاق راسی، اخلاقی پلورالیستیک است ما به نحو پیشینی نمی توانیم بگوییم در موقعیت های اخلاقی صرفاً توسل جستن به یک اصل از کنشگر اخلاقی دستگیری می کند. حال که صرفاً یک اصل مشخص فرد را در این وادی یاری نمی کند، باید شهودهای اخلاقی را به رسمیت شناخت و از آنها مدد گرفت.

دومین نکته در دستگاه اخلاقی راس این است که بین این وظایف ترتیب و سلسله مراتبی¹⁵ وجود ندارد. به این معنا که امکان دارد نیکوکاری همواره مقدم به اصلاح نفس نباشد و یا وفاداری بر عدم اضرار به غیر برتری نداشته باشد. استدلال راس مبتنی بر شهودهای اخلاقی عرفی ماست. وفق رأی راس، شهودهای اخلاقی ما فتوا نمی دهد که همیشه وفاداری بر نیکوکاری یا عدم اضرار به غیر بر عدالت پیشی می گیرند و تفوق می یابند. بلکه، بسته به موقعیت اخلاقی که در آن قرار داریم، پاره ای از اوقات وفاداری بر نیکوکاری پیشی می گیرد و در پاره ای از اوقات نیکوکاری بر وفاداری. هنگامی که با متعارضات اخلاقی مواجه می شویم، به نحو پیشینی نمی توان از برتری یکی از وظائف فی بادی النظر بر دیگری سراغ گرفت. باید تمامی جوانب و اقتضائات موقعیت اخلاقی مورد نظر را به دقت کاوید و سپس رأی صادر کرد.

سومین نکته این است که راس بین وظایف «مشتق»¹⁶ و «غیر مشتق»¹⁷ تفکیک قائل شده است. او بر این رأی است که این اصول هفت گانه، پایه ای هستند و سایر اصول اخلاقی را می توان از آنها استخراج کرد. به عنوان مثال وظیفه

¹⁵ - Lexical Order

¹⁶ - Derived

¹⁷ - Undrived

اخلاقی راستگویی^{۱۸} را در نظر بگیرید. همانطور که دیدیم، این وظیفه جزء لیست وظائف فی‌بادی‌النظر قرار نگرفته است. چرا که بنا بر نظر راس، این وظیفه اخلاقی، یک وظیفه مشتق است. به تعبیر دیگر، از کنار هم گذاشتن دو وظیفه وفای به عهد و عدم اضرار به غیر، می‌توان به وظیفه اخلاقی راستگویی رسید. وقتی من با سایر فارسی‌زبانان وارد گفت‌وگو شوم و دادوستد معنایی می‌شوم، گویی از معاهده نانوشته‌ای پیروی می‌کنم که وفق آن، تعهد می‌نمایم واژگان را در همان معنایی به کار بندم و از آنها تعیین مراد کنم که سایر فارسی‌زبانان آنها را به کار می‌بندند و افاده معنا می‌کنند. به عنوان مثال، اگر من واژه سیب را به کار می‌بندم، همان معنایی را از آن مراد می‌کنم که سایر فارسی‌زبانان با شنیدن این واژه از آن درمی‌یابند. حال کسی که دروغ می‌گوید، در واقع این معاهده را نقض کرده و هنگام کار بستن واژه، معنایی را از آن مراد می‌کند که عموم فارسی‌زبانان آن را در نمی‌یابند. در عین حال سخن غیر مطابق با واقع گفتن، متضمن آزار و اذیت روانی فرد شنونده نیز می‌باشد، خصوصاً زمانی که فرد پی به دروغی ببرد که به او گفته شده است. البته بعدها شهودگرایی کلاسیک در دستان کسانی همچون آئودی^{۱۹} و دیگران تعدیل شد و به شهودگرایی تعدیل شده^{۲۰} تغییر شکل یافت.

آخرین نکته در باب شهودگرایی نزد راس و سایر شهودگرایان کلاسیک است. معنایی که ایشان از شهود اخلاقی مراد می‌کنند عبارت است از احراز صدق گزاره اخلاقی به نحوه بی‌واسطه و غیراستنتاجی. استدلال و استنتاج ذیل را در نظر بگیرید:

$$P \rightarrow q$$

$$q \rightarrow r$$

$$p \rightarrow r$$

اگر پرسیم درست است که از $p \rightarrow q$ منتقل می‌شویم به r ؛ اما حجیت معرفت‌شناختی صورت استنتاج از کجا آمده است؟ چرا از این نحوه استنتاج و عبور از مقدمات به نتیجه منتج است. به نظر می‌رسد نتوان استدلالی برای آن اقامه کرد. در اینجا گفته می‌شود ما به نحوه شهودی و غیراستنتاجی صدق عبور از مقدمات به نتیجه را تصدیق می‌کنیم. شهودگرایانی نظیر راس هم بر این باورند که فاعلان اخلاقی، صدق گزاره‌های اخلاقی را به نحو غیر استنتاجی و بی‌واسطه، نظیر مورد فوق، تصدیق می‌کنند. صدق گزاره "وفای به عهد وظیفه است"، وفق رأی راس، مبتنی بر مقدمات

¹⁸ . truth telling

¹⁹ - Audi

²⁰ - Moderated Intuitionism

دیگر نیست و به نحو استنتاجی به دست نیامده، بلکه بر اثر از سر گذراندن شهود اخلاقی و به نحوی واسطه بر مسند تصویب نشسته است.

۴- مدل سازی تصمیم گیری اخلاقی در کسب و کار

گزاره ها و یا به بیان بهتر شاخصهای اخلاقی را می توان دو گونه در مدل سازیهای تصمیم گیری وارد نمود. در مدل های تصمیم گیری چند شاخصه که به نوعی انتخاب گر محسوب شده و گزینه های مختلف را می توان بر مبنای آن رتبه بندی نمود، می توان شاخصه های اخلاقی را به عنوان صفات تصمیم گیری مدنظر قرار داد. جدول (۱) یک حالت عمومی از مدل تصمیم گیری چند شاخصه را نشان می دهد.

	A_1	A_2	A_j	A_m
S_1	a_{11}			
S_2				
\vdots				
S_i			a_{ij}	
\vdots				
S_n				a_{nm}

در این نوع تصمیم گیری برای انتخاب گزینه های مختلف S_1 تا S_m شناسه های مختلفی تحت عنوان A_j انتخاب شده و سپس با استفاده از الگوهای مختلف ریاضی موجود گزینه ها رتبه بندی شده و می توان گزینه برتر را شناسایی نمود. برای مثال شما چند گزینه سرمایه گذاری دارید که می توانید هر کدام را انتخاب نمایید. بدون تردید در تصمیم گیری برای انتخاب گزینه برتر شناسه هایی همانند سود، زمان بازگشت سرمایه و بسیاری دیگر از فاکتورهای مشابه مدنظر قرار گرفته خواهد شد. لیکن انتخاب هر گزینه می تواند تبعات و یا تأثیرات اخلاقی را نیز در پی داشته باشد. برای مثال ممکن است بعضی از گزینه ها به نحوی باشد که در بهبود اوضاع و احوال دیگر مردمان مفید باشد، همانند تأسیس کارخانه در یک منطقه، آنگاه می توان این گزینه را به لحاظ آنکه نسبت به وظیفه نیکوکاری که از وظایف اخلاقی

مطروحه در دستگاه رأس می باشد در تعامل می باشد در اولویت قرار دارد و یا ممکن است نوع سرمایه گذاری به گونه ای باشد که به منافع گروهی دیگر ضرر و زیان وارد سازد. در این صورت ما در مقابل وظیفه عدم اضرار به غیر با چالش مواجه می شویم. بدین منظور می توان در نظام تصمیم گیری های مدیریتی شش وظیفه مطرح شده توسط راس که به دو گروه وظایف فی بادی النظر و وظایف آینده نگر تقسیم گردیده است جزء شناسه های تصمیم گیری قرار گیرد.

در حالت دیگر می توان این شاخصهای اخلاقی را در مقام هدف قرار داده و به بیان دیگر آن را بخشی از تابع مطلوبیت کل قلمداد نمود. در حقیقت اگر ما دارای یک تابع مطلوبیت حاصل از پی آمد تصمیم باشیم و طبعاً قصد حداکثر ساختن آن را داشته باشیم می توانیم میزان دستیابی به شاخص های اخلاقی را در تابع مطلوبیت خود تعریف کنیم. برای مثال در یک مسئله چند هدفه می توان هدف اول را حداکثر کردن سود حاصل از تصمیم و انتخاب قرارداد، لیکن برای هدف دوم حداکثر کردن نیکوکاری، عدالت و ... و حداقل کردن اضرار به غیر را می توان جزء اهداف تصمیم قرار داد. مثال فوق را با علائم ریاضی می توان به شکل زیر نمایش داد:

expected value ev: بحث به سی نما رفتن با هم ی ا به سر بردن با مادر مریض وفق **ev** تنظی م شود (بجای v)

consideration concern پاورقی در باب ای نکه چرا می توان از نمایش اعداد و محاسبات عددی و کمی

(quantitative) برای امور کیفی **(qualitative)** بهره برد.

$$\text{سود} = O_1 \quad \max ev^1 = ev^1_{s1}x_{s1} + ev^1_{s2}x_{s2} + ev^1_{s3}x_{s3}$$

$$\text{نیکو کاری} = O_2 \quad \max ev^2 = ev^2_{s1}x_{s1} + ev^2_{s2}x_{s2} + ev^2_{s3}x_{s3}$$

$$\text{افراد به غیر} = O_3 \quad \max ev^3 = ev^3_{s1}x_{s1} + ev^3_{s2}x_{s2} + ev^3_{s3}x_{s3}$$

$$x_{si} \in (0,1)$$

مجموعه فوق الگوی ریاضی مسئله قبل است، برای مثال ما سه گزینه برای سرمایه گذاری داریم که مقادیر x_{si} نشان می دهد که کدام یک از گزینه ها انجام می شود. مقدار صفر برای هر کدام بیانگر عدم اجرای آن گزینه و مقدار (۱) نشان از انتخاب سناریوی فوق می دهد. طبعاً چون یکی از سه گزینه فوق تنها مدنظر می باشد، یقیناً شرط محدود کننده $\sum x_{si} = 1$ می بایست در مسئله ذکر شود. از سوی دیگر سه هدف می بایست بطور همزمان تأمین شده و در نهایت مقدار

بهینه مجموع آنها حاصل شود. در اهداف سه گانه ذکر شده U_{si}^{ls} بیانگر مقدار مطلوبیت حاصل از گزینه I ام برای هدف J ام می باشد. طبعاً حل مسئله فوق از هر یک از روشهای تصمیم گیری چند هدفه همانند تصمیم گیری آرمانی می تواند منجر به جواب گردد.

هر یک از الگوهای تصمیم گیری فوق الذکر که در قالب الگوهای تصمیم گیری چندمعیاره به مدلسازی مسئله پرداخته است در عمل تلاش می نماید تا در کنار سایر معیارهای تصمیم گیری سازمانی که به طور معمول برای تصمیم گیری مدیران بکار می رود، همانند سود و یا بازگشت سرمایه، معیارهای اخلاقی را نیز بصورت یک معیار در قالب یک شناسه تصمیم گیری و یا هدف بسته به نوع مدلسازی مسأله در مدل وارد نماید. بدون تردید می توان اهمیت و میزان تأثیر این معیار را در هر یک از الگوهای فوق با وزن دادن به شناسه یا هدف افزایش و یا کاهش داد. همچنین در صورتیکه یک خط محدود کننده برای هر یک از معیارهای اخلاقی مدنظر باشد، می توان آن را در محدودیت های مسئله نیز وارد نمود.

مدلسازی های فوق این امکان را به ما می دهد تا در تصمیم گیریهای خود معیارهای اخلاقی را نیز وارد نموده و انتخاب گزینه ها در حضور این معیارها انجام شود. گاهی ممکن است این معیارها همسو با سایر معیارها عمل نموده و گاهی نیز ممکن است که این معیار در تقابل و تضاد با یک یا چند معیار دیگر عمل نماید. تصمیم بهینه، فضای مناسبی از جواب است که مجموع معیارها را در حالت بهینه قرار داده و تابع مطلوبیت کل را در مجموع در بیشترین مقدار ممکن قرار دهد. هر چند گزینه انتخاب شده یقیناً نمی تواند در این شرایط کلیه معیارها را به صورت حداکثری بدست آورد لیکن مجموع مطلوبیت حاصل را حداکثر نموده و یک پاسخ مؤثر ایجاد خواهد نمود.

۵- مدلسازی تصمیم گیری یکپارچه براساس تابع مطلوبیت اخلاقی

در بخش قبل معیارهای اخلاقی در قالب هدف و یا شناسه در مدل های تصمیم گیری وارد شده و در عمل امکان تصمیم گیری اخلاقی را فراهم ساختند. در این بخش قصد بر این است تا فراتر رفته و به طور کلی تابع مطلوبیت را تنها مبتنی بر شاخص های اخلاقی تعیین نماییم. آنچه تا به حال بیشتر در نظام های تصمیم گیری مدیریتی مشهود بود تبدیل کلیه اهداف و معیارها به شاخص پول و بصورت درآمد یا هزینه بوده است. به بیان دیگر تابع مطلوبیت نهایی تصمیم گیری به لحاظ ماهیت کمی و قابل لمس بودن و همچنین فرصت تبدیل مفاهیم به منطبق درآمد و هزینه باعث می گردید تا همواره تلاش شود تا گزاره های تصمیم گیری مقدار مطلوبیت خود را در قالب معیارهایی بسنجند که در نهایت برای

یکسان سازی آن به واحد پول و طبعاً در تناظر با مفاهیمی همانند سود، زیان، درآمد و ... باشند. حتی رعایت یک گزاره اخلاقی بیش از اینکه منشاء فلسفی و وظیفه ای داشته باشد در قالب مفهوم اعتمادسازی و ظرفیت بالقوه ممکن برای درآمدزایی آینده قابل تفسیر بود. لیکن در این مقاله بر خلاف جریان رایج قصد بر آن است تا با ارائه مفهوم مطلوبیت اخلاقی با واحد ev^E کلیه اهداف دیگر بر مبنای این مطلوبیت شکل گیرد و رفتارهای تصمیم گیران در این قالب تفسیر و تبیین شود. برای ارائه موضوع و تبیین آن همراه با یک مثال پیش می‌رویم. فرض شود در یک تصمیم‌گیری ساده و با حضور دو گزینه تصمیم‌گیری، کارمند یک شرکت در موقعیتی قرار می‌گیرد که می‌بایست بین فروش یک محصول و طبعاً بدست آوردن منافع مادی آن برای شرکت و خود و راستگویی یکی را انتخاب نماید. به بیان دیگر فرد در شرایطی قرار گرفته است که تنها با گفتن دروغ می‌تواند این محصول را به فروش رساند. بدون تردید در نگاه کانت شرایط تصمیم‌گیری در این مورد معنی دار نبوده و تصمیم‌گیر می‌بایست با گفتن حقیقت، فرصت فروش و سود را از بین برد. از سوی دیگر در الگوهای تصمیم‌گیری پیشین مقایسه بین سود که یک امر محسوس می‌باشد با صدمات ناشی از راستگویی و دروغگویی که بر اساس دستگاه رأس مشتق از وظایف پایه ای می‌باشد را توصیه می‌نماید که به لحاظ ابعاد مختلف چندان امکان پذیر به نظر نمی‌رسد. حال اگر بتوان مفهوم سود را نه در قالب درآمد حاصل برای شرکت و بر مبنای پول بلکه بر مبنای یک وظیفه دیگر پایه ای بیان نمود شاید امکان مقایسه و تصمیم‌گیری فراهم شود. برای مثال شاید این فرد بعنوان انجام وظیفه وفاداری نسبت به سازمان خود که از وظایف اصلی و مبتنی بر اعمالی است که در گذشته انجام شده است می‌باید دست به چنین کاری زند، یا شاید با توجه به پی آمدهای حاصل از فروش که برای خود او وجود دارد بتوان وظیفه اصلاح نفس را به معنی آن که فرد باید بکوشد تا به لحاظ ذهنی و به لحاظ بدنی بهتر از آن بشود که در حال حاضر هست، برای او مقصود شد. پس می‌توان یک متغیر به نام ارزش مورد انتظار اخلاقی و با نماد ev^E نمایش داد و کلیه افعال انسانی را بر اساس آن مقصور بود. در حقیقت تلاش بر این است تا سایر مطلوبیت‌ها نیز با تغییر متغیر تبدیل به مطلوبیت اخلاقی شده و محور مدلسازی در تصمیم‌گیری مبتنی بر بهینه ساختن مجموع شش وظیفه پایه ای و یا وظایف مشتق شده از آن باشد. در این قسمت مثال ساده فوق را می‌توان به شکل زیر مدلسازی نمود:

$$\text{Max } w_1 x_1 ev_1^E - w_2 (1-x_1) ev_2^E$$

$$X_1 \in (0,1)$$

در معادله فوق X_1 بیانگر انجام یا عدم انجام کار توسط فرد است. یعنی دروغ بگوید یا نگوید و طبعاً امکان فروش را از دست بدهد. W_1 بیانگر وزن مطلوبیت حاصل از فروش و W_2 وزن مطلوبیت حاصل از دروغ است که طبعاً به لحاظ ماهیت بصورت منفی در معادله ظاهر می شود. هر دو مطلوبیت U_i^E مطلوبیت اخلاقی حاصل از انجام فعل یا عدم انجام آن است. لیکن ev_1^E مطلوبیت حاصل از وظیفه وفاداری است که فرد به سازمان دارد و یا وظیفه سپاسگزاری است که فرد به لحاظ موقعیت‌ها و امکانات و منابعی که از سازمان دریافت می کند می بایست انجام دهد و U_2^E مطلوبیت منفی است که ناشی از گفتن دروغ است و طبعاً می تواند خود به زیر مطلوبیتهایی مثل نقض وفاداری و یا اضرار به غیر تبدیل شود. چنانچه در مثال فوق مشخص گردید کلیه رفتارها و پیامدهای فرد حتی تقاضای فرد برای سود نیز قابل مدلسازی در فضای وظایف اخلاقی بود و در صورت اینکه مدلسازی تصمیم گیری براساس مطلوبیتهای وظایف اخلاقی قابل بسط و توسعه باشد می توان فرایند آن را یک فرایند تصمیم گیری اخلاقی دانست چه اهداف با ماهیت های متفاوت در تقابل و تعارض با یکدیگر قرار نمی گیرند بلکه کلیه متغیرها از یک جنس شده و در قالب شش وظیفه اصلی اخلاقی می توان تعارض آنها را شناخت و شرایط بهینه تصمیم را مشخص نمود.

حال برای تبیین رفتار فرد و امکان پیش بینی آن تنها عنصر مورد نیاز W_i می باشد که می توان در مدل و خاصه در مدل ساده مثال ذکر شده، در عمل رفتار فرد را هدایت نماید. بدون تردید افزایش و یا کاهش مقدار اهمیت هر یک از وظایف که در قالب W_1 و W_2 متبلور می شود می تواند تأثیر بسزایی در انتخاب فرد داشته باشد، اما ماهیت W_i از کجا سرچشمه می گیرد. W_i اولویت و اهمیتی است که فرد برای هر یک از وظایف اخلاقی دارد، پس می توان آن را وابسته به تصمیم و تصمیم گیر دانست. طبیعی است که تصمیم گیران متفاوت وزنه‌های مختلفی را به این موضوع نسبت می دهند و به همین دلیل است که در شرایط مشابه ممکن است دو نفر در خلاف جهت یکدیگر دست به انتخاب بزنند. مقدار وزن W_i را می توان منبعث از دو دیدگاه دانست. یکی جامعه و دیگری فرد تصمیم گیر. به بیان دیگر مقدار W_i می تواند یک ترکیب خطی همانند ضرب اهمیت و وزنی است که برای آن وظیفه اخلاقی در جامعه وجود دارد در مقدار اهمیت و وزن آن نزد تصمیم گیر به معنی نوع شخصیت و پیشینه تربیت و تجارب فرد که در هنگام عمل با وزن جامعه در هم آمیخته شده و در تصمیم تأثیر می گذارد. برای مثال فردی ممکن است در یک جامعه دست به یک عمل بزند در حالیکه همان عمل را در جامعه ای دیگر به لحاظ نوع اخلاق حاکم و قواعد اجتماعی موجود انجام ندهد. با استفاده از روشهای ریاضی همانند روشهای تصمیم گیری گروهی می توان وزن های هر جامعه و اهمیت هر یک از وظایف را بدست آورد و سپس با شناخت روحیات تصمیم گیر، رفتار او را پیش بینی نمود.

۶- نتیجه گیری

یکی از مسائل نوین که در ادبیات تصمیم گیری مدیران وارد گردیده است، تصمیم گیری در شرایطی است که مباحث اخلاقی و ابعاد آن در کار درگیر می شود. به طور روزمره مدیران با اینگونه تصمیم گیریها مواجه می شوند. اخراج کارگران، از بین بردن شرکت رقیب، فریب مشتریان و .. بسیاری دیگر از مثالها وجود دارد که این موضوع را نشان می دهد. در این مقاله ابتدا دستگاه اخلاقی رأس که متضمن تلاشی برای رفع کاستیهای مکاتب پیشین، معرفی گردیده است. سپس تلاش شده تا مفهوم گزاره های اخلاقی به عنوان یک معیار در کنار سایر معیارهای تصمیم گیری قرار گیرد. این معیارها می تواند هم در قالب اهداف و در مدل های MODM و یا در قالب شناسه و در مدل های MADM قرار گیرد. در بخش پایانی تلاش گردیده تا مطلوبیت اخلاقی به عنوان یک مطلوبیت یکپارچه معرفی شده و سایر مطلوبیتها بر مبنای آن تعریف شود. در اینجا مطلوبیت تنها به معنی پیامد حاصل نیست بلکه اجرای وظیفه خود به عنوان یک مطلوبیت دارای مفهوم است. این مدلسازی به ما امکان می دهد تا از گزاره های اخلاقی نه فقط به عنوان معیار در تصمیم گیری بلکه به عنوان یک نظام کلی که قادر است تابع مطلوبیت نهایی فرد را تولید نماید استفاده کنیم. در صورت بسط و توسعه این مدل می توان ادعا نمود که رفتار انسانها در فضای تصمیم گیری بر مبنای الگوی فوق قابل تحلیل بوده و با آزمون گزینه ها می توان گزینه مطلوب را که در مجموع وظایف اخلاقی را در قالب یک تابع مطلوبیت نهایی حداکثر می نماید استخراج نمود. این مدل که بر اساس دستگاه اخلاقی راس بنا شده است می تواند به مثابه گامی ابتدایی برای تولید دستگاه تجویزی و مدلسازی تصمیم گیری اخلاقی قلمداد گردد.