

## شناسایی عوامل مؤثر بر تمایل فروشندگان به فساد در واحد فروش

سمیه بیگلریان قوچان عتیق<sup>1</sup>، حسین معینی<sup>2\*</sup>، رسول عباسی<sup>3</sup>، ریحانه سادات موسوی<sup>4</sup>

1. کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی-بازاریابی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران.
2. دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران. (نویسنده مسئول)
3. دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران.
4. کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی-داخلی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران.

تاریخ دریافت: 1403/06/09 تاریخ انتشار: 1403/06/24

## Identifying factors Affecting The seller's Tendency To Corruption In The Sales Unit Somaye Biglarian Gouchan Atigh<sup>1</sup>, Hossein Moeini<sup>2</sup>, Rasoul Abbasi<sup>3</sup>, Reyhaneh Sadat Mousavi<sup>4</sup>

<sup>1</sup>MSc., Manegment group, Faculty of Humanities, Hazrat - e - Masoumeh University, Qom, Iran.

<sup>2</sup>Associate Prof, Department of Management, Faculty of Human Science, Hazrat-e Ma'soumeh University, Qom, Iran.

<sup>3</sup>Associate Prof, Department of Management, Faculty of Human Science, Hazrat-e Ma'soumeh University, Qom, Iran

<sup>4</sup>MSc., Manegment group, Faculty of Humanities, Hazrat - e - Masoumeh University, Qom, Iran.

Received:(30/08/2024) Accepted: (14/09/2024)

شناسه یکتا: 10.22034/asm.2024.715958

### چکیده:

### Abstract:

Corruption as an inevitable and abnormal phenomenon has existed from the past until today, and it seems that wherever there is a degree of discretion, the existence of corruption is considered inevitable. The purpose of this research is to identify the factors affecting the tendency of sellers to commit corruption in the sales unit. In terms of method, the current research is qualitative research, in terms of approach, exploratory, in terms of goal, applied, in terms of paradigm, interpretive and its method of analysis is theme analysis. The statistical population of this research is 15 experts and activists in the field of sales with more than seven years of research-related work experience. To select the participants, a judgmental purposeful sampling method and a snowball strategy were used, and 15 experts of the sales unit were interviewed by following the rule of theoretical saturation. The data collection tool is an in-depth interview. To analyze the interview data, the theme analysis method and the Brown and Clark strategy were used. To check the validity and reliability of the research, reliability method and participant feedback method have been used. The analysis of the interviews led to the identification of three overarching categories, which are: 1. Individual factors (including weak belief in morals and personality traits). 2. Communication factors (including inappropriate interpersonal factors and weak organizational communication) are included. 3. Organizational factors (including inappropriate job conditions, inappropriate work process, weak supervision and unfair payment system); A total of 3 overarching themes, 8 organizing themes and 32 sub-themes were identified in the process of data analysis

**Keywords:** corruption, seller, seller corruption in the sales unit.

فساد به عنوان پدیده اجتناب ناپذیر و نابهنجار، از گذشته تا به امروز وجود داشته است و به نظر می‌رسد در هر جایی که میزانی از اختیار نهفته است، وجود فساد، یک امر اجتناب ناپذیر تلقی می‌شود. هدف از انجام پژوهش حاضر، شناسایی عوامل مؤثر بر تمایل فروشندگان به فساد در واحد فروش می‌باشد. پژوهش حاضر از نظر روش، جز تحقیقات کیفی، از نظر رویکرد، اکتشافی، از نظر هدف، کاربردی، از نظر پارادایم، تفسیرگرایی و روش تجزیه و تحلیل آن، تحلیل تم می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش 15 نفر از خبرگان و فعالان حوزه فروش با بیش از هفت سال سابقه‌ی کاری مرتبط تحقیق هستند. برای انتخاب مشارکت‌کنندگان از شیوه نمونه‌گیری هدفمند قضاوتی و از راهبرد گلوله برفی استفاده شد و با پیروی از قاعده اشباع نظری با 15 خبرگان واحد فروش مصاحبه انجام گردید. ابزار گردآوری داده‌ها، مصاحبه عمیق می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های مصاحبه از روش تحلیل تم و از راهبرد براون و کلارک استفاده شده است. برای بررسی روایی و پایایی پژوهش، از روش قابلیت اطمینان و شیوه بازخورد مشارکت‌کننده استفاده شده است. تحلیل مصاحبه‌ها منجر به شناسایی سه مقوله فراگیر شد که عبارت است از: 1. عوامل فردی (شامل اعتقاد ضعیف به اخلاقیات و خصیصه‌های شخصیتی) می‌باشد. 2. عوامل ارتباطاتی (شامل عوامل بین فردی نامناسب و ارتباط سازمانی ضعیف) قرار می‌گیرد. 3. عوامل سازمانی (شامل شرایط نامناسب شغلی، فرآیندکاری نامناسب، نظارت ضعیف و نظام پرداخت غیرمنصفانه) قرار می‌گیرد؛ که در مجموع تعداد 3 مضمون فراگیر، 8 مضمون سازمان دهنده و 32 مضمون فرعی در فرایند تجزیه و تحلیل داده‌ها شناسایی گردید.

**واژه‌های کلیدی:** فروشندگان، فساد، فساد فروشندگان در واحد فروش.

ایمیل نویسنده مسئول: moeini61@yahoo.com

## مقدمه

فساد چالش بزرگ جهانی و بی‌امانی است که علت اصلی بسیاری از بیماری‌های اجتماعی و اقتصادی مطرح شده است (سارتور<sup>1</sup> و بیمش<sup>2</sup>، 2020). فساد به عنوان پدیده اجتناب‌ناپذیر و نابه‌نجار، از گذشته تا به امروز وجود داشته است و به نظر می‌رسد در هر جایی که میزانی از اختیار نهفته است، وجود فساد، یک امر اجتناب‌ناپذیر تلقی می‌شود (تسلیمی و اشرفی و مالیر، 1402). هیچ کشوری، هر چند دموکراتیک، از بلا و ظلم فساد رهایی نمی‌یابد (کاسترو و همکاران<sup>3</sup>، 2020). این کشورها عمدتاً در حال توسعه و دارای رشد کند، سازوکارهای ضعیف مالی و حکومتی، نهادهای حقوقی ضعیف، حقوق مالکیت ضعیف و محیط‌های اقتصادی ناپایدار هستند (الله<sup>4</sup>، 2020). بر اساس آمار داخلی و بین‌المللی، ایران یکی از فسادخیزترین کشورهای جهان می‌باشد؛ ایران از نظر شاخص‌های ادراک فساد در سال‌های مختلف حائز رتبه بالایی در میان کشورهای جهان شده است (پناهی‌نژاد و همکاران، 1402). فساد جنبه‌های مختلفی را در بر می‌گیرد؛ بنابراین ارائه یک تعریف دقیق و جامع دشوار است. با این حال، هسته اصلی اکثر تعاریف فساد این ایده است که یک عمل فاسد متضمن سوءاستفاده از قدرت و اگذار شده برای منافع شخصی است. نمونه‌های کلاسیک فساد عبارتند از: رشوه خواری، اختلاس و... (اورتیز او اسپینا<sup>5</sup> و روزر<sup>6</sup>، 2024). فساد می‌تواند بر فضای سرمایه‌گذاری، اثربخشی خدمات عمومی، کیفیت آموزش و شایستگی‌ها تأثیر بگذارد (کاسترو و همکاران<sup>7</sup>، 2020). فساد رفتار غیراخلاقی را افزایش می‌دهد (مدیولی<sup>8</sup> و همکاران، 2024). همچنین فساد، رشد و نوآوری در سازمان را کاهش می‌دهد و دموکراسی را در سازمان از بین می‌رود؛ نابرابری را در بین اعضا تشدید می‌کند و در نهایت باعث شکست حاکمیت می‌شود (واچس و همکاران<sup>9</sup>، 2021).

مطالعات بازرگانی با گذر از رویکرد کلان تلفیقی به رویکرد خرد، توجه فزاینده‌ای را به فساد به عنوان یک موضوع در سطح تجاری معطوف داشته است؛ در این دیدگاه، واحد فروش به عنوان واحد اساسی فساد در نظر گرفته می‌شود (تویزی<sup>10</sup> و آلفانو<sup>11</sup>، 2023). به دلیل آنکه فروش اساس کسب‌وکار می‌باشد و هر سازمان تجاری افزایش و بهره‌وری فروش را از اهداف اصلی و عنصر اساسی موفقیت در فعالیت‌های تجاری خود قلمداد می‌کند (زوناک، کوردس و ایوانجیا<sup>12</sup>، 2021). فعالیت‌های فروش عمدتاً از طریق فعالیت‌های نیروی فروش با تاکتیک‌های خاص و دستورالعمل‌های دقیق برای کارکنان فروش در مورد نحوه برخورد و معامله (فروش) و توسعه روابط بلندمدت با مشتریان انجام می‌شود (های<sup>13</sup>، 2023). زیرا ماهیت این تعاملات طولانی‌مدت، فرصت بیشتری را برای فساد فراهم می‌کند (فورکمن<sup>14</sup> و همکاران، 2022).

بررسی فساد در سطح خرد به ویژه به ویژه فساد فروشنده در واحد فروش یکی از موضوعات مورد توجه محققان است؛ می‌توان مسائلی از قبیل: ریز بودن مبالغ سفارشات و تعدد آن‌ها، ضعف در سیستم کنترل‌های داخلی، ضعف در حسابرسی، ضعف در مدیریت، ضعف مالی، عدم ایفاء کامل تعهدات در زمان‌های مقرر، یکسویه برخورد کردن با موضوع مطالبات و چک‌های برگشتی و سوخت شده و... را از دلایل مهم بروز فساد در واحد فروش می‌شمارند (صالحی، 1399). همچنین فروشنده می‌تواند با نفوذ سیاسی دولت، محیط قانونی و نظارتی را تغییر دهند؛ همچنین می‌توانند با سازمان‌دهی صنعت محلی، از مقررات در کشورهای دارای نهادهای ضعیف اجتناب کنند؛ این فروشندگان

<sup>1</sup> Sartor

<sup>2</sup> Beamish

<sup>3</sup> Castro et al

<sup>4</sup> Ullah

<sup>5</sup>Ospina - Ortiz

<sup>6</sup>Roser

<sup>7</sup> Castro et al

<sup>8</sup>Medioli

<sup>9</sup> Waches et al

<sup>10</sup>Troisi

<sup>11</sup>Alfano

<sup>12</sup> zunac Kordos & Ivandija

<sup>13</sup> Hai

<sup>14</sup> Forkmann

همچنین ممکن است برای افزایش بازده خود به رشوه دهی پردازد؛ بنابراین فعالیتهای فوق باعث فساد روز افزون در واحد فروش خواهد شد (جیکوب<sup>۱</sup> و استفان<sup>۲</sup>، 2021).

اکثریت قریب به اتفاق مطالعات تجربی فساد بر تفاوت‌های بین کشورها تمرکز دارند و به عوامل تعیین کننده فساد در سطح کلان، مانند سیاسی، نهادها و فرهنگ در یک کشور نگاه می‌کنند، چنین تحقیقاتی ممکن است توضیح دهد که چرا فساد در برخی کشورها نسبت به کشورهای دیگر رایج‌تر است (بریرلی<sup>۳</sup>، 2020). بیشتر تحقیقات در مورد فساد به سمت ساده‌تری رفته است و این به معنای استفاده از تحقیقات پیمایشی برای به تصویر کشیدن تصورات مردم درباره فساد در جامعه است. چنین مطالعاتی جای خود را دارد، اما نمی‌تواند تصویری از نحوه عملکرد فساد در سازمان‌ها یا بازیگران، نقش آن‌ها در فساد و غیره به ما ارائه دهند (وال و میشل برینک<sup>۴</sup>، 2022). برخی دیگر از پژوهش‌ها به دنبال به تصویر کشیدن بروز و علل فساد اداری در سازمان‌های دولتی بوده‌اند. هر چند در پژوهش‌های خارجی به رفتارهای خلاف اخلاق و فساد کارکنان فروش توجه کرده‌اند لیکن تا به امروز هیچ پژوهشی در داخل کشور این سؤال اساسی که چه چیزی باعث فساد فروشنده در واحد فروش می‌شود را بررسی نکرده است. هدف از این مطالعه اکتشافی، شناسایی عوامل مؤثر بر تمایل فروشندگان به فساد در واحد فروش می‌باشد.

## پیشینه نظری

### فساد

واژه فساد در لغت به معنای تباهی‌شد (پرتویی و مرادی و رفیعی، 1403). فساد از ریشه فعل لاتین، Rumper به معنای شکستن است؛ بنابراین در فساد چیزی میکشند یا نقض می‌شود؛ فساد یک واحد مجرد و مستقل نیست که بتوان آن را جدا تحلیل کرد؛ در واقع فساد مجموعه‌ای پیچیده‌ای مرتبط به رفتار انسان و بسیاری از متغیرهای دیگری می‌باشد؛ که شناسایی و اندازه‌گیری برخی از آنان دشوار است و مفهوم سازی فساد با دیدگاه‌های ایدئولوژیکی اخلاقی فرهنگی سیاسی بایکدیگر ترکیب شده‌اند (مالمیرو تقی‌دیزج و پناهی، ۱۴۰۲). در متداول‌ترین تعریف که توسط سازمان بین‌المللی شفافیت<sup>۵</sup> نیز منتشر شد، فساد به سوء استفاده از قدرت واگذار شده برای منافع شخصی تعریف شده است (پاپ<sup>۶</sup>، 2000). در تعریفی دیگر، فساد به سوء استفاده از قدرت همراه با نقض قوانین اخلاقی اشاره دارد (هی<sup>۷</sup>، 2003) از دیدگاه برخی صاحب نظران فساد به تمام اشکال انحراف یا اعمال قدرت شخصی و استفاده نامشروع از مقام و موقعیت شغلی اطلاق می‌شود (جعفری و طالبی و موسایی، 1401). فساد در بستر فرهنگ، به معنای پاداش غیرمشروع برای وادار کردن فرد به تخلف از وظیفه می‌باشد (شهنازی و گل‌آیین، 1401). فساد از دیدگاه اوگاندا<sup>۸</sup> شامل رفتارهای ناصادقانه از سوی مقامات بخش دولتی، اعم از سیاستمداران یا کارمندان دولتی است که در آن، آن‌ها به طور غیرقانونی خود یا نزدیکان خود را با سوء استفاده از قدرت عمومی که به آن‌ها سپرده شده، ثروتمند می‌کنند (باهو<sup>۹</sup> و همکاران، 2020). فساد معمولاً در مبادلات پنهانی رخ می‌دهد که بیرونی هستند تا داخلی و سایر سازمان‌ها را نیز درگیر می‌کنند و پیامدهای مهمی از نظر مخدوش کردن رقابت و تخصیص نادرست منابع دارد (تویزی<sup>۱۰</sup> و آلفانو<sup>۱۱</sup>، 2023). فساد در برخی از کشورها، تمام لایه‌های دولتی را در شامل می‌شود و در برخی دیگر از کشورها فقط بخش خصوصی تاثیر می‌گذارد. همچنین در برخی دیگر از کشورها همزمان بخش‌های دولتی و خصوصی را دربر می‌گیرد (جعفری، 1401). برخلاف فساد در بخش دولتی،

<sup>1</sup> Jacob

<sup>2</sup> Stephen

<sup>3</sup> Brierley

<sup>4</sup> Walle & Migchelbrink

<sup>5</sup> Transparency International (<https://www.transparency.org/en/what-is-corruption>)

<sup>6</sup> Pope

<sup>7</sup> He

<sup>8</sup> Uganda

<sup>9</sup> Bahoo et al

<sup>10</sup> Troisi

<sup>11</sup> Alfano

فساد در بخش خصوصی لزوماً شامل تسهیل توافق نامه‌های حقوقی بین شرکت‌ها نیست. فساد بخش خصوصی را می‌توان به عنوان یک یا چند عمل منحصرأ غیرقانونی در نظر گرفت که تنها هدف آن کسب سود از راه‌های غیرقانونی از طریق تغییر قوانین بازار است (تویزی<sup>1</sup> و آلفانو<sup>2</sup>، 2023). فساد به دوسطح کلان و خرد تقسیم می‌شود؛ سطح کلان، بیشتر به نخبگان سیاسی، مدیران عالی‌رتبه و مقامات ارشد دولت‌ها شامل می‌شود (به تعبیر دیگر این سطح فساد، به فساد یقه سفیدان اشاره دارد). سطح خرد فساد، معروف به فساد یقه آبی‌ها شهرت دارد که از: مبادلات، معاملات و بده‌بستان‌های فاسدی که در سطح کارمندان رده پایین و در ارتباط مستقیم با ارباب رجوع صورت می‌گیرد اشاره دارد (پرتویی و مرادی و رفیعی، 1403). عوامل متعددی می‌تواند بر میزان فساد مؤثر هستند که عبارتند از: افزایش درآمد سرانه، افزایش تورم، ساختار عملکردی دولت، اندازه دولت، تمامی موارد اقتصادی، ساختارهای نهادی و فرهنگی، هنجارهای اجتماعی و سرمایه اجتماعی و... می‌باشد (دلیری، 1401). فساد مانعی بزرگ و منحصر به فرد در برابر توسعه اقتصادی و می‌باشد لطمه‌های اقتصادی فراوانی به کشورها می‌رساند و تمام بنیان‌های اخلاقی جامعه را سست و پوسیده می‌کند و باعث بی‌اعتمادی مردم به نظام سیاسی و اقتصادی می‌شود و می‌توان گفت فساد مستقیماً در فقر مردم تاثیر گذار است (جعفری، 1401).

### اشکال فساد فروشنده در واحد فروش

فساد یک طاعون با پیامدهای جدی اقتصادی و اجتماعی است و تاثیر بسیار زیاد زیان‌آوری نسبت به آنچه مردم درک می‌کنند دارد و تاثیرات شدیدی بر کسب‌وکار دارد؛ اما اغلب کمتر تخمین زده می‌شوند (مدیولی<sup>3</sup> و همکاران، 2024). که با مشارکت نامناسب مسئولان و سیاستمداران سطح بالا سازمان اتفاق می‌افتد (محمود<sup>4</sup> و همکاران، 2022). فساد در بازاریابی پدیده شایعی است و از تنوع سرشاری برخوردار می‌باشد (فورکمن<sup>5</sup> و همکاران، 2022). شایع‌ترین فساد در بین پرسنل فروش مویرگی برداشت غیر قانونی وجه می‌باشد؛ که دلایل متعددی از قبیل: ضعف شخصیتی فرد، پرداخت نکردن بموقع حقوق و مزایا و .. دارد. برخی از عوامل اقدام به کلاه به کلاه کردن می‌کنند؛ بدین ترتیب که وجه مطالبات یک مشتری را برداشت و بعد از مدتی وجه مشتری دیگری را برداشته و مطالبات مشتری قبلی را با شرکت تسویه می‌نمایند و به همین ترتیب ادامه می‌دهند (صالحی، 1399). از جمله فساد دیگر در بحث فروش را می‌توان به جایگزین کردن چک شخصی خود به جای وجه نقدی که مشتری می‌پردازد. با توجه به اینکه شرکت‌های پخش مویرگی بمنظور ارتقاء فروش خود اقدام به ارائه تخفیفات دوره‌ای و یا جوایز می‌نمایند، برخی از عوامل از عدم اطلاع مشتری (بخصوص مشتریانی که نقداً تسویه می‌کنند) سوءاستفاده کرده و تخفیف مربوطه را برای وی محاسبه نکرده یا کمتر استفاده می‌کنند و یا جایزه ایشان را تحویل نمی‌دهند. در واقع از تخفیفی که شرکت برای مشتریان در نظر گرفته است سوءاستفاده می‌کنند. یکی از فسادهایی که در بخش فروش مویرگی اتفاق می‌افتد می‌توان به عدم مرجوع نمودن کالای مرجوع شده توسط مشتری که به دست شرکت نمی‌رسد. واقعیت اینست که مشتریان، عوامل شرکت‌های پخش را بخشی از شرکت دانسته و به ایشان اطمینان می‌کنند. گاهی این اطمینان زیاده از حد بوده و بدون اخذ رسید یا مدرک مشابه اقدام به تحویل کالای مرجوعی خود به ویزیتورها می‌کنند و متأسفانه ویزیتور مربوطه نیز این کالا را به شرکت برگشت نمی‌دهد (شکوهری فرد و همکاران، 1398). از دیگر فسادهایی که در واحد فروش اتفاق می‌افتد اخذ وجه دستی از مشتری با اعتبار شرکت است. که در واقع در بدو استخدام فرد اشتباهی را وارد چرخه‌ی فروش از سمت شرکت شده است. از دیگر فسادها در واحد فروش می‌توان به گران‌تر فروختن کالا به مشتری اشاره کرد؛ در واقع زمانی که قیمت‌ها گران می‌شود اما هنوز شرکت قیمت‌های جدید را بر روی محصولات لحاظ نکرده است؛ در این صورت فروشنده از این امر سوء استفاده می‌کند و به خریدار گران‌تر می‌فروشد. یکی دیگر از فسادهای فروش که اتفاق می‌افتد مربوط به جابجایی سفارشات در بین مشتریان است. البته باید توجه داشت که گاهی عوامل توزیع بمنظور کاهش مرجوعی خود اقدام به فروش کالاهای برگشت از سفارش می‌نمایند که این موضوع با نیت خیر بوده و در صورتی که با هماهنگی شرکت باشد اشکالی ندارد. اما در برخی موارد عوامل فروش و توزیع با تبانی با یکدیگر، بدلالی از جمله استفاده از اعتبار یک مشتری برای مشتری دیگر اقدام به صدور سفارش برای مشتری "الف" نموده ولی

<sup>1</sup>Troisi

<sup>2</sup>Alfano

<sup>3</sup>Medioli

<sup>4</sup>Mahmud

<sup>5</sup>Forkmann

از توزیع کننده می‌خواهند که کالا را به مشتری "ب" تحویل دهد؛ بدین دلیل که ممکن است مشتری "ب" بد حساب بوده یا چک برگشتی یا مطالبات دارد یا... توجه شود که این موضوع بدلیل تبعات مالیاتی که می‌تواند داشته باشد کاری خطرناک از جنبه مسائل حقوقی و قانونی می‌باشد (میرخلیلی و همکاران، 1399).

### پیشینه پژوهش

شیری و برادران و جوادی (1403) در پژوهشی با عنوان " بررسی جامعه‌شناختی ادراک فساد در ایران " نشان دادند شاخص ادراک فساد، بیانگر رواج زیاد فساد مالی و اداری در کشور است. یافته‌های تبیینی نشان می‌دهد که ادراک ایرانیان از فساد برحسب متغیرهای «تحصیلات»، «اندازه جمعیت»، «میزان پس انداز» و شاخص‌های «فقر معیشتی»، «عضویت در نهادهای مذهبی»، «دین‌باوری» و «گرایش رسانه‌ای» متفاوت می‌باشد. همچنین نتایج گویای این مسئله می‌باشد که پیامدهای ادراک فساد علاوه بر آسیب‌های اجتماعی مانند «نارضایتی اجتماعی» و «احساس ناامنی»، عمدتاً معطوف به پیامدهایی است که نظام سیاسی را هدف قرار می‌دهد. پرتویی و مرادی و رفیعی (1403) در پژوهشی با عنوان "اولویت‌بندی مولفه‌های ساختاری فساد اداری در ایران معاصر" نشان دادند علل فساد اداری به ترتیب عبارتند از: ساخت قدرت سیاسی، دولت رانتیر، دولتی بودن و غیررقابتی بودن اقتصاد، عدم حاکمیت قانون، فرهنگ سیاسی تابعیت، ضعف نهادهای مدنی، عدم شفافیت، نبود رسانه‌های آزاد، بی‌ثباتی سیاسی و مدیریتی، ضعف نهاد قضایی و سازمان‌های نظارتی، ناکارآمدی و ساختار سازمان، عدم پاسخگویی، وسعت بیش از اندازه دولت، وضعیت اخلاقی طبقه حاکم، ویژگی‌های ارزشی جامعه، وضعیت احزاب و رقابت‌های سیاسی می‌باشد. معصومی و حکمتی (1403) در پژوهشی با عنوان "شفاف سازی سازمانی بر پیشگیری از فساد اداری مالی (مورد مطالعه شهرداری همدان)" نشان دادند که اعتماد به میزان 27 درصد بر پیشگیری از فساد اداری - مالی و نیز شفاف‌سازی سازمانی به میزان 65 درصد بر پیشگیری از فساد اداری - مالی تأثیرگذار هستند. ابعاد اعتماد به ترتیب اعتماد به سازمان و اعتماد به مدیر بر پیشگیری از فساد اداری - مالی در شهرداری همدان تأثیر گذار هستند. ابعاد شفاف سازی سازمانی به ترتیب پاسخگویی، اعتماد، حسن نیت، صلاحیت و صداقت بر پیشگیری از فساد اداری مالی در شهرداری همدان تأثیرگذار هستند. مصطفوی‌نژاد و پروین ونیمی (1402) در پژوهشی با عنوان "فرآیندهای سازمانی مؤثر بر ایجاد فساد مالی" نشان دادند که اگر در فرآیندهای سازمانی به الزامات توجه نشود قاعدتاً ایجاد فساد مالی در سازمان های اجرایی تسهیل می‌شود؛ همچنین برای رفع رویه‌های سازمانی فسادزا باید توجه کرد به: اصل برابری فرصت‌ها و تجمیع قوانین استخدامی در یک قانون خاص با حداقل استثنائات، استفاده از ظرفیت‌های قانونی نظیر قانون ارتقای سلامت اداری و مقابله با فساد جهت پیشگیری از فساد مالی با رفع نقایص آن در زمینه حمایت از گزارشگران فساد، ارتقای فرهنگ سازمانی با عطف توجه به کدهای رفتاری و در نهایت برطرف ساختن ایرادات نهادهای نظارتی گزینش و تخلفات اداری در زمینه قائل شدن به نظارت گزینش نسبت به تمام کارکنان به صورت ادواری و بازطراحی نهاد تخلفات اداری و تعریف آن در ذیل معاونت حقوقی ریاست جمهوری جهت استقلال لازم. پاگانو<sup>1</sup> و همکاران (2024) در پژوهشی با عنوان " بررسی پیوند بین فساد، حاکمیت شرکتی و عملکرد شرکتی در کسب و کار خانگی: دستور کار تحقیقاتی آینده" اذعان دارند که فقدان ارزیابی خارجی بی‌طرفانه، بی‌اثر بودن حسابرسی‌های داخلی، اختلافات بین نسل‌های مختلف، تسلط اعضای خانواده، و دامنه محدود حاکمیت، همگی به تشدید تنش‌ها کمک می‌کنند که فساد را در داخل شرکت‌های خانوادگی ترویج می‌کنند. علاوه بر این، یافته‌ها نشان می‌دهند که دوگانگی مدیر عامل با وقوع فساد و فعالیت‌های متقلبانه، مانند دستکاری سود، ارتباط دارد. همچنین که بین کیفیت هیئت مدیره و موارد فساد و رشوه در شرکت‌های خانوادگی همبستگی وجود دارد. این عوامل همچنین احتمال تقلب در صورت‌های مالی را افزایش می‌دهد.

کوتنیر و توبال<sup>2</sup> (2017) با استفاده از مجموعه داده‌های دقیق در سطح شرکت نشان دادند شرکت‌های با تجربه‌تر چندملیتی کمتر از هزینه‌های مربوط به فساد متضرر می‌شوند و نیز نشان دادند که فساد به طور واضح، فروش شرکت‌های تازه وارد را کاهش می‌دهد، در حالی که هیچ تأثیری بر فروش شرکت‌های فعلی چندملیتی ندارد.

<sup>1</sup>Paganou

<sup>2</sup> Couttenier & Toubal

توسون<sup>1</sup> در پژوهشی با عنوان "شیوه های فروش غیراخلاقی در بانکداری خرده فروشی" به بررسی رفتار غیراخلاقی فروشندگان محور نسبت به مشتریان بانکداری خرده فروشی پرداخت. در این پژوهش، شکایات در مورد رفتار غیراخلاقی فروشندگان محور به سه دسته طبقه بندی شدند: بی احترامی، فریب در خصوص کارمزد و سایر فریبکاریها (توسون<sup>2</sup>، 2020). خان<sup>3</sup> و همکاران (2023) در مطالعه خود به بررسی رابطه بین رقابت پذیری محیط فروش و تمایل به شیوه های فروش غیراخلاقی در میان فروشندگان پرداختند. یافته ها نشان داد که افزایش در رقابت محیط فروش درک شده به دلیل کاهش خودکنترلی منجر به احتمال بالاتری از شیوه های فروش غیراخلاقی می شود. رهبری اخلاقی، نقش مهمی در محدود کردن تأثیر رقابت محیط فروش درک شده بر کاهش خودکنترلی ایفا می کند.

سوالاتی که در پژوهش بیکارت<sup>4</sup> و همکاران (2015) مطرح شد این بود که فروشندگان چقدر به صورت میهم به سوالات مشتریان پاسخ می دهند؟ و چه زمانی و چرا این ابهام می تواند به نفع یا ضرر فرآیند فروش باشد؟ نتایج نشان می دهد که بیشتر مصرف کنندگان گزارش می کنند که در بازار با ابهام مواجه شده اند و بر این باورند که این پدیده در حرفه هایی که انگیزه های مالی قوی برای ابهام وجود دارد، شایع تر است. علاوه بر این، مشخص شد هنگامی که انتظارات پیشین مصرف کنندگان از یک پاسخ نادرست به یک سوال افزایش می یابد، چه به دلیل این که مفهوم صداقت برای فرد مهم است و چه به دلیل وجود انگیزه مالی برای فروشندگان، ابهام باعث تضعیف نیت خرید در مقایسه با یک پاسخ ساده «نمی دانم» می شود.

فورکمن<sup>5</sup> (2022)، فساد مرزبانان سازمانی را به عنوان یک عارضه تاریک در روابط نزدیک بازاریابی بنگاه به بنگاه شناسایی کردند. چارچوب مفهومی پژوهش نشان داد که چگونه اعتماد در سطوح بین فردی، درون سازمانی و بین سازمانی، رفتارهای فاسد را با اجازه دادن به عوامل ایجاد انحراف ناشی از محیط کار یا از خود کارکنان مرزبان، در فساد کارکنان مرزی ممکن می سازد.

سیکالا و همکاران (2014) دریافتند که تصورات فروشندگان در مورد استفاده مدیریتی از اطلاعات رفتاری که از طریق ابزارهای فناورانه به دست می آیند، به طور تجربی تأثیر واسطه ای بر رابطه بین دسترسی مدیران به چنین اطلاعاتی و احتمال رفتار غیراخلاقی فروشندگان دارد. نتیجه گیری می شود که رفتار اخلاقی فروشندگان تحت تأثیر توانایی مدیریت برای به دست آوردن اطلاعات مربوط به رفتار نیست، بلکه بیشتر تحت تأثیر استفاده از این اطلاعات است.

مدیولی<sup>6</sup> و همکاران (2024) در پژوهشی با عنوان "تأثیر فساد و کیفیت حاکمیت دولتی بر استراتژی کسب و کارهای خانگی" اذعان داشتند که کیفیت بالای حکمرانی دولتی در سطح منطقه ای معاملات فرصت طلبانه کسب و کارهای خانگی را کاهش می دهد. مرداک<sup>7</sup> و همکاران (2023) در پژوهشی با عنوان "تأثیر فساد دولتی بر عملکرد و ریسک مؤسسات مالی" اذعان داشتند که در محیط فاسد با عملکرد پایین بانک بدون کاهش ریسک همراه است. بانک های بزرگ تمایل دارند افزایش ریسک اعتباری را دست کم بگیرند. بانک های کوچک و متوسط با کاهش نقدینگی به دنبال «بازیابی بازدهی در محیط فاسد هستند. رملی<sup>8</sup> و حمید<sup>9</sup> (2023) در پژوهشی با عنوان "بررسی ادراک فساد در سازمان های دولتی مالزی" اذعان داشتند که رابطه منفی معنادار بین سیاست افشاگری و ادراک فساد می باشد؛ در حالی که هیچ رابطه ای برای تعهد سازمانی و رهبری اخلاقی پیدا نکرده اند؛ همچنین اعتقاد داشتند که سیاست افشاگری عامل مهمی در جلوگیری از فساد در بخش دولتی مالزی است. باول<sup>10</sup> و لانگنل<sup>11</sup> (2023) در پژوهشی با عنوان "بازدارندگی های ناشی از فساد در تجارت: آنچه رهبران تجاری در غنا باید بگویند" نتیجه گرفتند که مدیران کسب و کار با آژانس های نظارتی متعدد با عملکردهای تکراری و همپوشانی، هزینه های متعدد برای خدمات تقریباً یکسان و تکراری، چندین سازمان مجری قانون نیز که وظایف نظارتی را در ورودی بنادر انجام می دهند، اطلاعات

<sup>1</sup> Tosun

<sup>2</sup> Tosun

<sup>3</sup> Khan

<sup>4</sup> Bickart

<sup>5</sup> Forkman

<sup>6</sup>Medioli

<sup>7</sup>Murdock

<sup>8</sup>Ramli

<sup>9</sup>Hamid

<sup>10</sup>Bawole

<sup>11</sup>Langnel

ناکافی در مورد فرآیندها و هزینه‌های خدمات، و کانال‌های ناکافی برای گزارش فعالیت‌های فاسد در غنا موثر هستند. محمود<sup>1</sup> و همکاران (2022) در پژوهشی با عنوان "جنبه عرضه فساد: بررسی سناریو، علل و اقدامات پیش‌گیری" اذعان داشتند که علل فساد در بخش خصوصی را می‌توان از چندین بعد اقتصادی، روانی - اجتماعی، قانونی و سیاسی توضیح داد و اقدامات پیشگیرانه شامل دو استراتژی (داخلی - خارجی) است. استراتژی‌های داخلی: که درون‌زا برای کسب و کاری باشند و استراتژی‌های خارجی مانند قوانین برون‌زا و محدودیت‌های اعمال شده توسط دولت یا سازمان‌های خارجی را شامل می‌شود. امین<sup>2</sup> و سوخ<sup>3</sup> (2021) در پژوهشی با عنوان "آیا بار نظارتی بیشتر منجر به فساد بیشتر می‌شود؟ شواهدی با استفاده از داده‌های پرسشنامه‌ای در سطح شرکت برای کشورهای در حال توسعه" بیان داشتند که هب‌داری از تنوع در بار نظارتی، هم در داخل کشور و هم در سطح صنعت، تأثیر مثبت زیادی بر فساد دارد؛ نرخ رشوه‌گیری به ازای یک درصد افزایش بار نظارتی، حدود 0.03 افزایش می‌یابد. سک<sup>4</sup> (2020) در پژوهشی با عنوان "پرداخت‌های ناهمگون رشوه و عملکرد شرکت‌ها در کشورهای در حال توسعه" اذعان کرد فساد چرخ‌های تجارت را برای شرکت‌های نوپا و در حال گسترش می‌چرخاند. زیرا با افزایش بهره‌وری، سرمایه‌گذاری، احتمال ورود به بازارهای صادراتی بالا می‌رود. با این حال، برای شرکت‌ها در فعالیت‌های منظم خود، فساد بیشتر مانند شن و ماسه در چرخ‌ها عمل می‌کند، زیرا به عملکرد آسیب می‌رساند؛ در نتیجه ماهیت ناهمگون پرداخت‌های غیرقانونی در طول چرخه حیات تجاری، خواستار سیاست‌های متفاوت و هدفمندی با هدف مهار فساد در کشورهای در حال توسعه است. آشیرو<sup>5</sup> (2020) در پژوهشی با عنوان "نقش ویژگی‌های مدیریتی در فساد در سطح شرکت: شواهدی از ویتنام" معتقد است که عشق به ریسک و نوآوری رابطه مثبتی با پرداخت رشوه دارند، در حالی که منبع کنترل داخلی مدیران رابطه منفی با پرداخت رشوه دارد. همچنین نشان می‌دهد، مدیرانی که دارای ویژگی‌های عشق به ریسک کردن هستند و به پرداخت رشوه مشغول‌اند، عملکرد شرکتی پایین‌تری دارند. آشیرو<sup>6</sup> و آکافو<sup>7</sup> (2020) در پژوهشی با عنوان "ابعاد فساد و عملکرد شرکت: یک تحلیل تجربی از پرسشنامه بیپس<sup>8</sup>" یافته‌ها حاکی از آن است که فساد سیاسی و تشریفات اداری رابطه مثبتی با بهره‌وری شرکت دارند؛ همچنین میزان درک شده از تجربه رشوه و فساد رابطه مثبتی با بهره‌وری شرکت دارد.

اکثریت تحقیقات در حوزه فساد بر جنبه‌های مختلفی مانند فساد اداری، فساد مالی، فساد دولتی، ادراک فساد و... متمرکز بوده‌اند. بسیاری از این تحقیقات نقش نظارت، شفافیت، حاکمیت، ویژگی‌های مدیریتی، پرداخت‌های ناهمگون، سیاست‌ها، قوانین و مقررات و... را بر روی فساد بررسی کرده‌اند. با وجود اینکه فساد در واحد فروش سیار شایع است و از تنوع بسیاری برخوردار می‌باشد. با این وجود، پژوهشی داخلی در خصوص ابعاد و علل تمایل فساد فروشنده در واحد فروش انجام نشده است؛ بنابراین در ادبیات پژوهش درک کاملی از فساد فروشنده در واحد فروش وجود ندارد و هیچ پژوهشی این سؤال اساسی که چه عاملی باعث فساد فروشنده در واحد فروش می‌شود را بررسی نکرده است و پژوهش‌های خارجی نیز به صورت موردی به این موضوع پرداخته‌اند و پژوهش جامع یافت نشد. در این پژوهش برای رفع نواقص پژوهش‌های گذشته، با رویکردی کیفی و با استفاده از روش تحلیل تم، به شناسایی عوامل موثر بر فساد فروشنده در واحد فروش پرداخته است تا بتواند کمکی شایسته به مدیران فروش و سرپرستان فروش در جهت مدیریت این پدیده کند.

## روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر روش، جز تحقیقات کیفی، از نظر رویکرد، اکتشافی، از نظر هدف، کاربردی، از نظر پارادایم، تفسیرگرایی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش، 15 نفر از فروشندگان و مدیران فروش صنعت مواد غذایی با بیش از هفت سال سابقه‌ی کاری مرتبط شکل

<sup>1</sup>Mahmud

<sup>2</sup>Amin

<sup>3</sup> Soh

<sup>4</sup> Seck

<sup>5</sup>Ashyrov

<sup>6</sup>Ashyrov

<sup>7</sup>Akuffo

<sup>8</sup>BEEPS

می‌دهند. برای انتخاب مشارکت‌کنندگان از شیوه نمونه‌گیری هدفمند قضاوتی و از راهبرد گلوله برفی استفاده شده است و با پیروی از قاعده اشباع نظری با 15 خبرگان واحد فروش مصاحبه انجام گرفت. و حجم نمونه 15 نفر انتخاب شد. گردآوری داده‌ها در این تحقیق از دو مرحله تشکیل شده است: ابتدا گردآوری داده‌ها از مطالعات کتابخانه‌ای شروع شده و پس از آن ابزار گردآوری داده‌ها در مرحله میدانی، مصاحبه عمیق می‌باشد. برای تجزیه تحلیل داده‌ها از روش تحلیل تم و از راهبرد براون و کلارک استفاده شده است برای سنجش روایی مصاحبه‌ها و برای حفظ اصول اخلاقی این پژوهش، ابتدا به مشارکت‌کنندگان توضیح کاملی در مورد اهمیت، فواید و اهداف کلی پژوهش و همچنین ماهیت داوطلبانه بودن شرکت در پژوهش توضیحات ارائه شد. سپس از مصاحبه‌شوندگان اجازه ضبط مکالمات آن‌ها گرفته شد و به آن‌ها اطمینان خاطر داده شد که در فرایند تحلیل، سوء برداشتی از گفته‌های آن‌ها نمی‌شود و همچنین اطلاعات شخصی آن‌ها کاملاً محرمانه باقی می‌ماند. سپس اطلاعات به دست آمده به صورت نوشتاری اجرا شد و از اطلاعات به دست آمده نکات کلیدی و کدگذاری‌ها استخراج گردید و در پایان مضامین و مفاهیم ایجاد شده برای سنجش روایی به مصاحبه‌شوندگان برگشت داده شد تا میزان تطابق نتایج با گفته‌های خود را بررسی کنند. همه مصاحبه‌شوندگان بیان نمودند که مضامین و طبقه‌بندی‌های صورت گرفته مطابق با گفته‌های آن‌هاست. برای سنجش پایایی این پژوهش از باز آزمون دو کدگذار استفاده شده است. بدین صورت که پژوهشگر به همراه همکار پژوهش، مصاحبه‌ها را کدگذاری کرده و درصد توافق درون موضوعی که به عنوان شاخص پایایی تحلیل بکار رفته محاسبه شد. در نتیجه پایایی بین کدگذاران با استفاده از فرمول برابر 93 درصد است. با توجه به اینکه پایایی بیشتر از 65 درصد است قابلیت اعتماد کدگذاری مورد تایید می‌باشد

$$\text{درصدتوافقات} = \frac{\text{تعدادتوافقات} \times 2}{\text{کدها کل تعداد}} \times 100$$

جدول 1. اطلاعات جمعیت شناختی نمونه

ردیف	جنسیت	تحصیلات	سن	سابقه	حوزه فعالیت
1	مرد	کارشناسی	38	10 سال	کارشناس فروش
2	زن	دانشجوی دکتری	33	7 سال	فروشنده
3	مرد	کارشناسی	34	7 سال	کارشناس فروش
4	مرد	کارشناسی	35	8 سال	مدیر فروش و اجرایی
5	مرد	کارشناسی ارشد	44	7 سال	سرپرست فروش
6	مرد	کارشناسی ارشد	33	7 سال	کارشناس فروش
7	زن	کارشناسی	43	18 سال	کارشناس فروش
8	مرد	دیپلم	44	17 سال	مدیر فروش
9	زن	کارشناسی ارشد	35	14 سال	مدیربازرگانی و فروش
10	زن	کارشناسی	28	8 سال	کارشناس فروش
11	مرد	کارشناسی ارشد	39	9 سال	سرپرست فروش
12	زن	دکتری	36	8 سال	مدیر فروش
13	زن	کارشناسی	37	9 سال	کارشناس فروش
14	مرد	دیپلم	34	11 سال	فروشنده
15	مرد	کارشناسی ارشد	30	7 سال	کارشناس فروش

## یافته‌های پژوهش

تحلیل مضمون از جمله راهبردهای پژوهش کیفی می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع آوری شده در پژوهش حاضر تحلیل مضمون استفاده شده است. در تحقیقات کیفی، تحلیل مضمون شامل شناسایی، تحلیل و تفسیر الگوهای معنا و بیان این یافته‌ها به عنوان

مضمون است (براون و کلارک<sup>1</sup>، 2006). برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از روش شش مرحله‌ای براون و کلارک<sup>2</sup> استفاده شده است که عبارتند از: 1. آشنایی با داده‌ها. 2. استخراج کدهای اولیه از محتوا مصاحبه‌ها. 3. جستجوی مضامین و الگوها از کدهای اولیه. 4. شکل‌گیری مضامین سازنده. 5. شکل‌گیری مضامین فراگیر. 6. تهیه گزارش پژوهش. بعد از آشنایی با داده‌ها، محقق به جدا سازی گزاره‌های معنادار می‌پردازد؛ به طوری که هر جمله معنا دار بیانگر کد مخصوص به خود باشد.

## جدول 2. نمونه کد گذاری

ردیف	گزاره‌های معنا دار	کد
1	فروشنده‌گان و مسئولان فروش رشوه را به عنوان یک امر روزمره قرار داده‌اند.	روتین شدن رشوه خواری
2	عدم ثبات و وجود نوسان در قیمت‌ها خود عاملی برای فساد است.	نوسان قیمت‌ها
3	نبود نظارت بر قیمت‌ها زمینه ساز بروز فساد در اقتصاد می‌شود.	عدم نظارت بر قیمت‌ها
4	فاکتورها به صورت دستی ثبت می‌شوند و سیستمی نیستند.	سیستماتیک نبودن فرآیند
5	فروشنده‌گان از اجرای قوانین دست وپاگیر خودداری می‌کنند.	قانون‌گریزی
6	انتخاب مهره‌های نا به‌جا و کارشناسی نشده بر سرکار می‌آیند باعث فساد نیروهای شایسته برای گرفتن حق خود می‌شوند.	نبود شایسته سالاری
7	عادی شدن رشوه از عدم برنامه‌ریزی صحیح و اصولی برای جلوگیری از آن در محیط‌های کاری امروز حکایت دارد.	نبود برنامه مدون برای جلوگیری از فساد

در مرحله چهارم (شکل‌گیری مضامین سازنده): ترکیب کدها در قالب‌های بالقوه، جمع‌آوری تمام داده‌های مربوط به هر موضوع بالقوه است. مرحله کدگذاری گزینشی شامل ترکیب کدها در قالب‌های بالقوه، جمع‌آوری تمام داده‌های مربوط به هر موضوع بالقوه است در واقع محقق تحلیل کدهای خود را شروع کرده و در نظر می‌گیرد که چگونه کدهای مختلف می‌توانند برای ایجاد یک تم کلی ترکیب شوند.

## جدول 3 نمونه گذاری مضامین سازنده

کد فرعی	مضامین سازنده
سیستماتیک نبودن فرآیندها	فرآیند کاری
عدم آگاهی کامل از روند کاری توسط مدیران	
نبود برنامه مدون برای جلوگیری از فساد	
نبود شایسته سالاری	

در مرحله پنجم (شکل‌گیری مضامین فراگیر): به معرفی و تبیین مضامین اصلی تحقیق پرداخته و مشخص می‌نماید که هر تم و مضمون اصلی و فراگیر کدام جنبه از داده‌ها را در خود دارد؛ بدین معنا که تمام تم‌ها و مضامین سازمان دهنده که همپوشانی دارند در یک گروه و طبقه قرار می‌گیرند و یک برجسب کلی تحت عنوان تم اصلی (مضامین فراگیر) برای نامگذاری آن‌ها انتخاب می‌شود. جدول 4. مضامین فراگیر را نشان می‌دهد. بر این اساس، عوامل فردی کنش‌های یادگیری به عنوان اولین مضمون فراگیر عوامل فردی شامل اصول اخلاقی و خصیصه شخصیتی می‌باشد. همچنین عوامل ارتباطاتی کانال‌های پیوند نیز به عنوان دومین مضمون فراگیر شامل 2 بعد عوامل بین فردی و ارتباط سازمانی شناخته شد. عوامل سازمانی شامل: بعد عوامل وظیفه‌ای، فرآیندکاری، سازوکار نظارتی و نظام پرداخت در نظر گرفته شده است.

## جدول 4. مضامین فراگیر

مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	مضامین فرعی
---------------	---------------------	-------------

<sup>1</sup> Braun & Clarke

<sup>2</sup> Braun & Clarke

رعایت نکردن اخلاق حرفه ای عدم پایبندی اعتقادی ضعف اعتقادات دینی	اعتقاد ضعیف به اخلاقیات	عوامل فردی
نداشتن اعتماد به نفس خود برتری بینی بلندپروازی طمع مسئولیت پذیر نبودن استقلال خواهی	خصیصه های شخصیتی	
وجود پرسنل و همکاران فاسد تبانی فروشنده و مشتری غلبه دوستی بر روابط کاری	عوامل بین فردی نامناسب	عوامل ارتباطاتی
عدم تعامل کافی بین رده های مختلف ضعف ارتباطات سازمانی ضعف در استفاده از تکنولوژی و فناوری اطلاعاتی و ارتباطی	ارتباط سازمانی ضعیف	
انعطاف پذیر نبودن شغل عدم اطمینان به آینده شغلی تبعیض در وظایف بین نیروهای مشابه فروش	شرایط نامناسب شغلی	عوامل سازمانی
سیستماتیک نبودن فرآیندها عدم آگاهی کامل از روند کاری توسط مدیران نبود برنامه مدون برای جلوگیری از فساد نبود شایسته سالاری در واحد فروش	فرآیند کاری نامناسب	
نبود سیستم تنبیه عدم سیستم نظارتی مناسب عدم وجود نهاد های بازرسی مفید نبودن کنترل دوره ای برخورد سلیقه ای در دستگاه های نظارتی	نظارت ضعیف	
محدودیت درآمد نبود سیستم پاداش مناسب ضعف نظام پرداخت عدم پرداخت به موقع حقوق تبعیض در پرداختها	نظام پرداخت غیر منصفانه	

## بحث و نتیجه گیری

این پژوهش کیفی باهدف، شناسایی عوامل موثر بر تمایل فروشندگان به فساد در واحد فروش با استفاده از روش تحلیل تم و از راهبرد براون و کلارک<sup>1</sup> انجام شده است. تحلیل مصاحبه ها منجر به شناسایی سه مقوله فراگیر شد که عبارت است از: 1. عوامل فردی (شامل اعتقاد ضعیف به اخلاقیات و خصیصه های شخصیتی) می باشد. 2. عوامل ارتباطاتی (شامل عوامل بین فردی نامناسب و ارتباط سازمانی

<sup>1</sup>Braun & Clarke

ضعیف) قرار می‌گیرد. 3. عوامل سازمانی (شامل شرایط نامناسب شغلی، فرآیندکاری نامناسب، نظارت ضعیف و نظام پرداخت غیرمنصفانه) قرار می‌گیرد.

### عوامل فردی:

اعتقاد ضعیف به اخلاقیات، در زمره عوامل فردی است که در تمایل فروشندگان به فساد واحد فروش موثر است. اخلاقیات سرفصل و عامل کلیدی در هر کسب‌وکار نظامی است و بدون وجود آن نمی‌توان نظام و جامعه سالم و بدون فساد را متصور شد و از جمله آن می‌توان به عواملی مانند: رعایت نکردن اخلاق حرفه‌ای، عدم پایبندی اعتقادی و ضعف اعتقادات دینی را برشمرد که به وفور مشاهده می‌شود. در نظام‌ها و جوامعی که اخلاق حرفه‌ای و عدم پایبندی به اعتقادات و ضعف اعتقادات دینی وجود دارد؛ فساد نیز بیشتر است.

عامل فردی دیگر را می‌توان خصیصه‌های شخصیتی فرد دانست که باعث متمایل شدن فرد فروشنده به سمت و سوی فساد می‌شود. از جمله خصیصه‌های شخصیتی می‌توان به عدم اعتماد به نفس، خودبرتربینی، بلندپروازی، طمع، مسئولیت پذیر نبودن و استقلال خواهی اشاره نمود. در وجود عوامل فوق در افراد باعث می‌شود، که در مسیر فساد گام بردارند. فقط به خاطر اینکه این ویژگی‌ها در وجود آن‌ها به حد زیادی وجود دارد و مشوقی برای حرکت به سمت و سوی فساد می‌شود.

### مقایسه با تحقیقات گذشته در مضمون عوامل فردی

شاتزباراس<sup>1</sup> و همکاران (2020) مذهب و دینداری پایین را از عوامل بروز فساد می‌دانند. همچنین تانگ و همکاران<sup>2</sup> (2018) معتقدند که عدم رعایت ارزش‌های اخلاقی باعث بروز فساد می‌شود. خدادادی (1400) ارزش‌های اخلاقی، احساس بی‌عدالتی، جامعه پذیری ضد فساد، نیاز مادی، پایبندی شرعی، فرصت فساد، اشاره می‌کند که با مضمون پژوهش با عنوان عوامل فردی و عدم پایبندی اخلاقی مشابهت دارد. بایرام پور و همکاران (1400) عنوان می‌کند شاخص‌های ضعف نظارتی، ضعیف بودن خطر کشف جرم، هم‌رنگ جماعت شدن و برتری منافع فردی به منافع عمومی، دوری از معنویت (مادی‌گرایی و تجمل‌گرایی افراطی) از جمله عواملی می‌دانند که در بروز فساد اداری نقش زیادی دارد. عابدی جعفری و همکاران (1398) در سطح فردی: «نیاز مادی»، «عدم پایبندی شرعی»، «عدم پایبندی به ارزش‌های اخلاقی»، «احساس بی‌عدالتی»، «جامعه پذیری نامناسب»، «میزان ارتباط با ارباب رجوع»، «ریسک پذیری» و «فرصت فساد» عدالتی»، «جامعه پذیری نامناسب»، «میزان ارتباط با ارباب رجوع»، «ریسک پذیری» و «فرصت فساد عوامل موثر در بروز فساد می‌دانند که با نتایج به دست آمده از حاضر با عنوان اصول اخلاقی و خصیصه شخصیتی و کدهای عدم پایبندی شرعی و رعایت نکردن اخلاق حرفه‌ای هم‌راستایی دارد. طالقانی و هنکاران (1393) نشان می‌دهند که بین پایبندی اعتقادی، ویژگی شخصیتی، سبک ارتباطی، سبک رهبری و کیفیت زندگی کاری به عنوان «عوامل فردی» و فساد اداری رابطه معنادار وجود دارد. در نتیجه پژوهش حاضر با پژوهش فوق هم‌راستا می‌باشد.

### عوامل ارتباطی

عوامل بین فردی نامناسب از جمله عوامل موثر در تمایل فروشنده به فساد در واحد فروش است. از جمله وجود پرسنل و همکاران فاسد باعث می‌شود که مسیر ایجاد فساد هموارتر شود؛ چون همه همکاران ناخودآگاه از هم تبعیت می‌کنند و جو فساد انگیزی در سازمان و فروشگاه حاکم می‌شود. دیگر عامل موثر بین فردی در فساد تبانی فروشنده و مشتری است به این نحو که فروشنده با مشتری تبانی می‌کند که به قیمت خاصی خرید و فروش صورت بگیرد و این امر فقط بین این دو نفر باقی بماند و قیمت متفاوتی به مشتریان دیگر که این چنین روابطی ندارند پیشنهاد بدهند و از این طریق سود کنند. همین طور غلبه دوستی بر روابط کاری نیز باعث فساد می‌شود؛ چون جو دوستانه رسمیت را از سازمان می‌برد و ضوابطی که پیش برنده اهداف سازمانی است. از سازمان محو می‌شود و دیگر بوروکراسی و قوانین و مقررات در سازمان معنی خود را از دست می‌دهد.

ارتباط سازمانی ضعیف از جمله عوامل موثر در تمایل فروشنده به فساد در واحد فروش است. وقتی تعامل کافی بین رده‌های مختلف وجود نداشته باشد و ارتباطات سازمانی ضعیفی در سازمان حاکم باشد، استفاده از تکنولوژی و فناوری اطلاعاتی و ارتباطی در سازمان پایین و با ضعف همراه باشد. همه بر سازمان و نیز تمایل فروشنده به فساد تاثیر می‌گذارد. مثلا وقتی فاکتورهای فروش فقط به صورت دستی

<sup>1</sup> Chantzias

<sup>2</sup> Tang

ثبت شود؛ امکان از بین رفتن آن وجود دارد و ممکن است گم شود؛ ولی در صورت استفاده از تکنولوژی و فناوری و ثبت آن به صورت مکانیزه و هوشمند این امکان به حداقل می رسد.

### مقایسه با تحقیقات گذشته در مضمون عوامل ارتباطی

کوبیس و همکاران<sup>۱</sup> (2015) نشان دادند که همکاران فاسد و عوامل بین فردی در بروز فساد موثر است. که با نتایج به دست آمده در پژوهش حاضر به عنوان عوامل بین فردی همراستایی دارد.

### عوامل سازمانی

شرایط نامناسب شغلی از جمله عوامل موثر در تمایل فروشندگان به فساد در واحد فروش می باشد. از جمله اینکه در سیستم فروش تقسیم مشاغل به نحوی انعطاف ناپذیر صورت گرفته و هیچ امید و اطمینانی برای آینده شغلی فرد تبیین نشده است؛ همچنین نیروهای فروش در یک رده فروش با وجود اینکه وظایف مشابهی را انجام می دهند؛ اما برخورد تبعیض آمیزی بین آن ها صورت می گیرد. فرآیند کاری نامناسب از جمله عوامل موثر در تمایل فروشندگان به فساد در واحد فروش می باشد. عواملی مانند: سیستماتیک نبودن فرآیندها و ثبت آن ها به صورت دستی است. همین طور عدم آگاهی کامل از روند کاری توسط مدیران، نبود برنامه مدون برای جلوگیری از فساد، نبود شایسته سالاری در سیستم، زمینه ساز جدی برای بروز فساد در سازمان ها می باشد.

نظارت ضعیف از جمله عوامل موثر در تمایل فروشندگان به فساد در واحد فروش می باشد. عوامل سازوکار نظارتی شامل: نداشتن سیستم تنبیه و تشویق، نبود سیستم نظارتی مناسب که کارآمد باشد و نداشتن نهادهای بازرسی در سازمان، انجام کنترل دوره ای به صورت نامناسب که کارایی ندارد و سلیقه ای برخورد کردن در دستگاه های نظارتی باعث فساد و از بین رفتن فضای سلامت سازمانی به لحاظ اخلاقی می شود.

نظام پرداخت غیرمنصفانه از جمله عوامل موثر در تمایل فروشندگان به فساد در واحد فروش می باشد. در زمینه نظام پرداخت هم محدودیت در درآمد، نبود سیستم پاداش مناسب و مفید، ضعیف بودن در نظام پرداخت، عدم پرداخت به موقع حقوق و تبعیض در پرداخت ها. همه از جمله عواملی هستند که بروز فساد را در سازمان و نهاد بیشتر می کنند.

### مقایسه با تحقیقات گذشته در مضمون عوامل سازمانی

کوهلر و دایمنسیسک<sup>۲</sup> (2020) نشان دادند که عدم وجود مکانیسم های پاسخگویی، شفافیت در روند خرید از عوامل موثر بر فساد می دانند؛ که با نتایج تحقیق حاضر سازگار است. محمدی بارزلی و صورآذر<sup>۱</sup> (1397) نشان دادند که یکی از عوامل بروز فساد را حقوق و دستمزد نامطلوب می باشد؛ که با نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر همراستایی دارد. نورعلی دخت<sup>۱</sup> (1396) معتقد است که عوامل بروز فساد را شخصیت و ادراک کارکنان از وضع کاری، سبک رهبری مدیران و عوامل سازمانی چون بی عدالتی در اجرای قوانین، ساختار نامناسب پاداش، فرهنگ ضعیف سازمانی، ابهام در مورد عملکرد شغلی وارزشیابی کارکنان، نبود ساختاریافتگی تصمیم گیری ها و نقش عوامل سازمانی برمی شمارند؛ که با تحقیقات حاضر همراستا می باشد. کریمی پور ومهدوی<sup>۱</sup> (1396) معتقد هستند که آثاری سیاسی و فرهنگی (تمرکز حزب، وجود سازمان های داوطلب و شرکت نکردن در انتخابات ملی، قانون گریزی مدیران، عدم پاسخگویی و نظارت ضعیف، ضعف سیستم ارزیابی عملکرد، بوروکراسی زائد بخش دولتی و ناکارآمدی سیستم نگهداری، افزایش تمایل به گزارش کمی به مافوق، آمار صوری، وجود جو قانون شکنی، افزایش تمایل مسئولان به کتمان تخلف اداری، بی توجهی به جابجایی به موقع کارمندان مالی، زمانبر بودن فرایند رسیدگی به جرم، فردگرا شدن جامعه، بالا بودن سطح توقعات خانواده، پایین بودن هزینه های اجتماعی فساد در جامعه، نبودن شفافیت، سیستم تنبیه و مجازات و عدم اطلاع رسانی به عموم اعلام کردند) که با نتایج به دست آمده در پژوهش حاضر همراستا می باشد. طالقانی<sup>۱</sup> (1393) بیان کرد بین نظام های کنترل و نظارت، نظام حقوق و دستمزد و فرآیندها و شیوه های کاری، به عنوان «عوامل سازمانی» و فساد اداری رابطه معناداری وجود دارد. که با نتایج پژوهش حاضر با عناوین عوامل ارتباطی و عوامل فردی همراستایی دارد. عظیمی و همکاران<sup>۱</sup> (1389) نشان دادند که عوامل موثر بر فساد اداری - مالی: نظام پرداخت، بستر کنترل و نظارت، ارتباطات، جرائم و قوانین فساد، گروه های غیررسمی، شفافیت،

<sup>1</sup> Köbis

<sup>2</sup> Kohler & Dimensions

اطلاع رسانی و پاسخ گویی، قوانین و مقررات اداری، عوامل روانی، ضعف مدیران در رهبری و هدایت، ضعف مدیران در نظارت و کنترل و ضعف مدیران در بسیج منابع و امکانات است. که با نتایج به دست آمده در پژوهش حاضر و در کدهای ضعف نظام پرداخت و عدم سیستم نظارتی مناسب در مضامین عوامل ارتباطی و سازوکار نظارتی همراستایی دارد.

## پیشنهادها

باتوجه به یافته‌های پژوهش در راستای عوامل موثر در فساد در واحد فروش پیشنهادهایی ارائه می‌گردد که در راستای جلوگیری از فساد ضروری است:

1. در بحث گزینش سعی شود کارمندهای اخلاق مدار انتخاب شود؛ حتما پرسشنامه تست شخصیت (NEO) و (MBTI) در فرآیند گزینش فروشندگان استفاده شود.
2. آموزش های لازم برای پیاده سازی اخلاق حرفه‌ای در واحدهای فروش داده شود که شامل: کارگاه‌های تخصصی اخلاق حرفه‌ای در کسب و کار، چاپ بنر آموزشی در سطح واحد فروش، برگزاری دوره آموزشی تقویت آموزه‌های اسلامی- ایرانی و... می‌باشد.
3. تقویت و بهبود استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی جهت شفافیت بین فروش و سایر واحدها و همچنین فروشنده و مشتری.
4. با پرسنل و همکاران فروش فاسد برخورد جدی و سریع شود. مثل: عزل همکاران فاسد یا توبیخ یا تنزل مقام آن‌ها.
5. سرپرست و مدیرفروش باید نظارت کامل در رفتار و عملکرد فروشنده داشته باشند؛ از این رو نباید تعداد افراد تحت سرپرستی یک سرپرست فروش بیش از حد توان او باشد که در کنترل فروشندگان شکست بخورد.
6. سازمان‌ها باید پیوسته فرآیندکاری خود را از حالت شخصی به حالت سیستمی و نرم افزاری تغییر دهند و گلوگاه‌های فرآیندکاری (گلوگاه های فسادزا) را شناسایی و اصلاح کنند.
7. شرکت‌ها باید حقوق فروشندگان خود را به موقع بدهند؛ در غیر این صورت باید انتظار داشته باشند که فروشندگان دست به تلافی یا فعالیت‌های فسادزا بزنند.
8. مدیرفروش نباید فروشندگان تبعیض قائل شود؛ زیرا فروشنده جهت رفع تبعیض دست به کارهایی می‌زند که فسادزا است.
9. باید به این نکته دقت کرد نظام پرداخت در شرکت باید رقابتی و با توجه به نظام پرداخت رقبا باشد اگر فروشنده احساس کند که حقوق عادلانه ای دریافت نمی‌کند حتما به سمت فساد کشیده می‌شود.

## منابع

- 1) بایرام‌پور، بهزاد؛ محمدیان‌ساروی، محسن و حقیقی، مسعود (1400). طراحی الگویی برای تعیین عوامل مؤثر در بروز فساد اداری و بررسی نقش نظارت و شفافیت سازمانی در پیشگیری از آن. *نظارت و بازرسی*، 15(55)، 71-100.
- 2) پرتوی، اصغر؛ مرادی، عباس و رفیعی، ابوالفضل (1403). اولویت‌بندی مؤلفه‌های ساختاری فساد اداری در ایران معاصر. *فصلنامه مطالعات راهبردی*، 27(1)، 87-108.
- 3) پناهی‌نژاد، نوید؛ بهشتی، سیدصمد؛ مرادی، رامین و رستگار، یاسر (1402). واکاوی زمینه‌های شکل‌گیری فساد دانشگاهی در دانشگاه‌های ایران (مورد مطالعه: دانشگاه‌های شیراز و یاسوج). *جامعه‌شناسی کاربردی*، 34(4)، 25-56.
- 4) تسلیمی، امیرحسین؛ اشرافی، محمود و مالیر، محمود (1402). پیشگیری اجتماعی از فساد اداری. *فقه جزای تطبیقی*، 3(3)، 1-11.
- 5) جعفری، مجتبی (1401). تحولات تاریخی مفهوم و قلمرو فساد در دوران باستان. *پژوهشنامه حقوق کیفری*، 13(2)، 33-55.
- 6) جعفری، وحیده؛ طالبی، عباسعلی و موسایی، راحله (1401). شفافیت سلامت اداری و فساد ستیزی. *اولین همایش ملی ارتقای شفافیت و نقش آن در سلامت اداری و مبارزه با فساد*، تهران.
- 7) خدادادی، رحیم (1400). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر فساد اداری در شهرداری ساری. *رهیافتی در مدیریت بازرگانی*، 2(1)، 1-114.

94

- 8) دلیری، حسن (1401). آیا سرمایه اجتماعی بر فساد اقتصادی مؤثر است؟. *مطالعات اقتصاد بخش عمومی*، 1(2)، 199-216.
- 9) شکوهی فرد، سیامک؛ آل عمران، رویا؛ مهرگان، نادر و رحیمزاده، فرزاد (1398). اثر فساد بر توسعه انسانی. *نشریه مدل‌سازی اقتصادسنجی*، 1(15)، 37-65.
- 10) شهنازی، روح الله؛ گل آیین، افضل (1401). بررسی ارتباط دینداری با فساد اقتصادی. *دوفصلنامه اسلام و علوم اجتماعی*، 14(27)، 218-199.
- 11) شبیری، حامد؛ برادران، مراد و جوادی، علی محمد (1403). بررسی جامعه‌شناختی ادراک فساد در ایران. *فصلنامه مسائل اجتماعی ایران*، 15(1)، 79-111.
- 12) صالحی، مصطفی (1399). عوامل بروز فساد اداری از دیدگاه اسلام. *نشریه قانون یار*، 4(14)، 111-131.
- 13) طالقانی، غلامرضا؛ طباطبائی، زهرا و غفاری، علی (1393). بررسی عوامل فردی و سازمانی مؤثر بر فساد اداری در شعب بانک سپه استان قم. *مدیریت فرهنگ سازمانی*، 12(2)، 235-253.
- 14) عابدی جعفری، حسن؛ طاهرپور کلانتری، حبیب‌اله؛ زرنیدی، سعید و آقازاده دهه، فتاح (1398). شناسایی عوامل فردی مؤثر بر تمایل به فساد اداری در شهرداری تهران. *مطالعات رفتار سازمانی*، 8(1)، 49-74.
- 15) عظیمی، حسین؛ عطا، علی و شائمی برزکی، علی (1389). بررسی عوامل مدیریتی و سازمانی مؤثر بر فساد اداری-مالی در سازمان‌های دولتی مراکز استان‌های اصفهان و زنجان. *مدیریت راهبردی اندیشه*، 4(2)، 129-147.
- 16) کریمی‌پور، عیسی؛ مهدوی، غلامحسین (1396). شناسایی عوامل مؤثر بر فساد مالی کارکنان دستگاه‌های دولتی از دیدگاه حسابرسان دیوان دیوان محاسبات استان‌های فارس و کرمان. *حسابداری دولتی*، 4(1)، 86-73.
- 17) مال‌میر، مهدی؛ عباسی‌تقی‌دیزج، رسول؛ امیرپناهی، محمد (1402). نابرابری و فساد؛ شناسایی مسیرهای برون‌رفت از دام نابرابری-فساد. *برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، 14(54)، 104-75.
- 18) محمدی بارزلی، خدیجه؛ صورآذر، توحید و صورآذر، پرویز (1397). بررسی عوامل مؤثر بر فساد اداری در سازمان‌های دولتی (مطالعه موردی اداره صنعت، معدن و تجارت شهر اردبیل). *نشریه علمی رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری*، 2(7)، 104-94.
- 19) معصومی، سیده فاطمه؛ حکمتی، محمد (1403). شفاف‌سازی سازمانی بر پیشگیری از فساد اداری - مالی (مورد مطالعه شهرداری همدان). *نشریه علمی رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری*، 8(92)، 2383-2397.
- 20) میرخلیلی، سیدمحمود؛ عسگری، مروت علی و بهرامی‌گرو، مجتبی (1399). نقش عدالت سازمانی در پیشگیری از فساد اداری. *نشریه پژوهش نامه حقوق کیفری*، 11(1)، 269-275.
- 21) مصطفوی‌نژاد، سیدشهاب‌الدین؛ پروین، خیرالله و نعیمی، عمران (1402). فرآیندهای سازمانی مؤثر بر ایجاد فساد مالی. *دستاورد‌های نوین در حقوق عمومی*، 6(2)، 38-22.
- 22) نورعلی‌دخت، حمید؛ ناظمی، مهدی (1396). شناسایی عوامل مدیریتی مؤثر بر فساد اداری-مالی (مورد مطالعه ناجا). *مجله نظارت و بازرسی*، 11(41)، 13-52.

## References

- 23) AbediJaafari, H., Tahirpurkalantari, H., Zarandi, S., & Aghazadeh DehDeh, F. (2019). Identifying individual factors affecting the tendency to corruption in Tehran municipality. *Studies in Organizational Behavior*, 8(1), 49-74. (in Persian)
- 24) Amin, M., & Soh, Y. C. (2021). Does greater regulatory burden lead to more corruption? Evidence using firm-level survey data for developing countries. *The World Bank Economic Review*, 35(3), 812-828.
- 25) Ashyrov, G. (2020). Role of managerial traits in firm-level corruption: evidence from Vietnam. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 27(1), 52-72.
- 26) Ashyrov, G., & Akuffo, I. N. (2020). Dimension of corruption and firm performance: an empirical analysis from BEEPS survey. *International Journal of social economics*, 47(3), 384-403.
- 27) Azimi, H., Atafar, A., & Shaimi Barzeki, A. (2010). Investigating managerial and organizational

- factors affecting administrative-financial corruption in government organizations in the centers of Isfahan and Zanjan provinces. *Andisheh Strategic Management*, 4(2), 129-147. (in Persian)
- 28) Bahoo, S., Alon, I., & Paltrinieri, A. (2020). Corruption in international business: A review and research agenda. *International Business Review*. 101660 ,(4)29
- 29) Bawole, J. N., & Langnel, Z. (2023). Corruption-induced inhibitions to business: what business leaders have to say in Ghana. *Journal of African Business*, 24(1), 59-76.
- 30) Bayrampur, B., Mohammadian Saravi, M., & Haghghi, M. (2021). Designing a model to determine the effective factors in the occurrence of administrative corruption and investigating the role of organizational supervision and transparency in preventing it. *Supervision and Inspection*, 15(55), 71-100. (in Persian)
- 31) Bickart, B., Morrin, M. and Ratneshwar, S. (2015). Does it pay to beat around the bush? The case of the obfuscating salesperson. *Journal of Consumer Psychology*, 25(4), 596-608.
- 32) Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.
- 33) Brierley, S. (2020). Unprincipled principals: Co-opted bureaucrats and corruption in Ghana. *American Journal of Political Science*, 64(2), 209-222.
- 34) Castro, A., Phillips, N., & Ansari, S. (2020). Corporate corruption: A review and an agenda for future research. *Academy of Management Annals*, 14(2), 935-968.
- 35) Chantziaras, A., Dedoulis, E., Grougiou, V., & Leventis, S. (2020). The impact of religiosity and corruption on CSR reporting: The case of US banks. *Journal of Business Research*, 109, 362-374.
- 36) Couttenier, M., & Toubal, F. (2017). Corruption for sales. *Journal of Comparative Economics*, 45(1), 56–66. <https://doi.org/10.1016/j.jce.2016.11.008>
- 37) Daliri, H. (2023). Dose Social Capital Effect on Economic Corruption? . *Public Sector Economics Studies*, 1(2), 199-216. (in Persian)
- 38) Doshi, S., & Ranganathan, M. (2019). Corruption. *Keywords in Radical Geography: Antipode* at 50, 68-73.
- 39) Forkmann, S., Webb, J., Henneberg, S. C., & Scheer, L. K. (2022). Boundary spanner corruption: a potential dark side of multi-level trust in marketing relationships. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50(5), 889-914.
- 40) Forkmann, S., Webb, J., Henneberg, S. C., & Scheer, L. K. (2022). Boundary spanner corruption: a potential dark side of multi-level trust in marketing relationships. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50(5), 889–914. <https://doi.org/10.1007/s11747-022-00844-z>
- 41) Hai, D. M. (2023). Sales Performance assessment: A theoretical overview. *International Journal of Advanced Multidisciplinary Research and Studies*, 3(6), 1274-1281.
- 42) He, Z. K. (2003). Research in the Issues of Corruption and Combating Corruption during Chinese Transition. *Comparative Economic & Social Systems*, 1, 19-29.
- 43) Jacob, O. N., & Stephen, S. A. (2021). Effects of Corruption on Basic Education Administration in Nigeria and the way forward. *International Journal on Integrated Education*, 4(10), 11-19.
- 44) Jafari, M. (2022). Historical Developments of the Concept and Realm of Corruption in Ancient Times. *Criminal Law Research*, 13(26), 33-55. (in Persian)
- 45) Jafari, V., Talebi, A., Musaei, R. (2022). Administrative health transparency and anti-corruption. *The first national conference on promoting transparency and its role in administrative health and fighting corruption*, Tehran. (in Persian)
- 46) Karimipour, I., Mahdavi, Gh. (2017). Identifying Factors Influencing the Employee's Corruption of Governmental Organizations Based on Court of Auditor's Viewpoint of Fars and Kerman Provinces. *Government accounting*, 4(1), 73-85. (in Persian)
- 47) Khan, S., Shah, S. J., Wang, C., & Ibrar, M. (2023). The impact of sales environment competitiveness on salespeople's inclination towards unethical sales practices: The mediating role of self-control depletion and the moderating role of ethical leadership. *Australian Journal of Management*. <https://doi.org/10.1177/03128962231197829>
- 48) Khodadadi, R. (2021). Identifying and prioritizing the factors affecting corruption in Sari Municipality. *Quarterly Journal of Approach to Business Management*, 2(1), 94-114. (in Persian)

- 49) Köbis, N. C., Van Prooijen, J. W., Righetti, F., & Van Lange, P. A. (2015). “Who doesn’t?”—The impact of descriptive norms on corruption. *PloS one*, 10(6), e0131830.
- 50) Mahmud, N. M., Mohamed, I. S., & Arshad, R. (2022). The supply-side of corruption: a review of scenario, causes and prevention measure. *Journal of Financial Crime*, 29(1), 34-44.
- 51) Malmir, M., Abasi Taghidizaj, R., Amirpanahi, M. (2023). Inequality and Corruption; Finding Ways Out of the Trap Of Inequality\_Corruption. *Quarterly Journal of Social Development and Welfare Planning*, 15(54), 75-104. (in Persian)
- 52) Masoumi, SM., Hekmati, M. (2024). Organizational clarification on the prevention of administrative financial corruption (case study of Hamedan Municipality). *Journal of New Research Approaches in Management and Accounting*, 8(92), 2383-2393. (in Persian)
- 53) Medioli, A., Marchini, P. L., & Mazza, T. (2024). The impact of corruption and public governance quality on family firm business strategy. *Business Strategy and the Environment*, 33(1), 55-69.
- 54) Mirkhalili, S M., Asgari, M., & Bahrami-Grou, M. (2020). The role of organizational justice in the prevention of administrative corruption. *Journal of Criminal Law Research*, 11(1), 275-269. (in Persian)
- 55) Mohammadi Barzili K., SurAzer T., & SurAzer, P. (2018). Investigating the factors affecting administrative corruption in government organizations (case study of Ardabil Industry, Mining and Trade Department). *Scientific Journal of New Research Approaches in Management and Accounting*, 2(7), 94 104. (in Persian)
- 56) Mostafavinejad, Sh., Parvin, Kh., & Naimi, E. (2023). Organizational processes effective in creating financial corruption. *Quarterly journal of new achievements in public law*, 6(2), 22-38. (in Persian)
- 57) Murdock, M., Ngo, T., & Richie, N. (2023). The effect of state-level corruption on performance and risk of financial institutions. *Journal of Financial Crime*, 30(6), 1784-1807.
- 58) NurAlidakht, H., Nazimi, M. (2017). Identifying management factors affecting financial-administrative corruption (Naja case study), *Monitoring and Inspection Journal*, 11(41), 13-52. (in Persian)
- 59) Ortiz-Ospina, E., & Roser, M. (2024). Corruption. *Our World in Data*.
- 60) Paganou, S., Antoniadis, I., Zournatzidou, G., & Sklavos, G. (2024). *Investigating the Link among Corruption, Corporate Governance and Corporate Performance in Family Businesses: A Future Research Agenda. Administrative Sciences*, 14(7), 139.
- 61) Panahi Nezhad, N., Beheshty, S. S., Moradi, R., & Rastegar, Y. (2024). Exploring academic corruption formation grounds in Iranian Universities (Case Study: Shiraz and Yasouj Universities). *Journal of Applied Sociology*, 34(4), 25-56. (in Persian)
- 62) Partovi, A., Moradi, A., & Rafiey, A. (2024). Prioritizing the Structural Elements of Administrative Corruption in Contemporary Iran. *Strategic Studies Quarterly*, 27(1), 87- 108. (in Persian)
- 63) Pope, J. (2000). *Confronting corruption: The elements of a national integrity system*. Transparency International.
- 64) Ramli, M. R., & Hamid, M. H. (2023). Examining the perception of corruption in the Malaysian public sector. *International Journal of Accounting, Finance and Business (IJAFB)*, 8(50), 194-210.
- 65) Salehi, M. (2020). The causes of administrative corruption from the perspective of Islam. *Ganon Yar Journal*, 4(14), 111-131. (in Persian)
- 66) Sartor, M. A., & Beamish, P. W. (2020). Private sector corruption, public sector corruption and the organizational structure of foreign subsidiaries. *Journal of Business Ethics*, 167, 725-744.
- 67) Seck, A. (2020). Heterogeneous bribe payments and firms’ performance in developing countries. *Journal of African Business*, 21(1), 42-61.
- 68) Shahnazi, R., Golaen, A. (2022). Investigating the Relationship between Piety and Corruption. *Journal of Islam and Social Sciences*, 14(27), 199-218.
- 69) Shiri H, Baradaran M, Javadi A. (2024). Sociological Study of the Perception of Corruption in Iran. *Social Problems of Iran*. 15(1), 79-111. (in Persian)
- 70) Shokohi Fard, S., Allmran, R., Mehrgan, N., & Rahimzadeh, F. (2019). The effect of corruption on human development. *Journal of Econometric Modeling*, 5(1), 37-65. (in Persian)
- 71) Taleghani, Gh., Tabatabai, Z., & Ghaffari, A. (2014). Investigating individual and organizational factors affecting administrative corruption in Sepeh Bank branches of Qom province. *Scientific Journal "Organizational Culture Management*, 12(2), 253-235. (in Persian)
- 72) Tang, T. L. P., Sutarso, T., Ansari, M. A., Lim, V. K., Teo, T. S., Arias-Galicia, F., ... & Adewuyi, M. F. (2018). Monetary Intelligence and Behavioral Economics: The Enron Effect—Love of

- money, corporate ethical values, Corruption Perceptions Index (CPI), and dishonesty across 31 geopolitical entities. *Journal of Business Ethics*, 148, 919-937.
- 73) Taslimi, AH; Ashrafy, M & Malmir, M (2023). Social Prevention of Corruption”. *Journal of Comparative Criminal Jurisprudence*, 3(3), 1-11. (in Persian)
- 74) Tosun, P. (2020), Unethical sales practices in retail banking. *International Journal of Bank Marketing*, 38(6), 1305-1327. <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2020-0074>
- 75) Troisi, R., & Alfano, G. (2023). Proximity and inter-firm corruption: A transaction cost approach. *Small Business Economics*, 60(3), 1105-1120.
- 76) Ullah, B. (2020). Financial constraints, corruption, and SME growth in transition economies. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 75, 120-132.
- 77) Van de Walle, S., & Migchelbrink, K. (2022). Institutional quality, corruption, and impartiality: The role of process and outcome for citizen trust in public administration in 173 European regions. *Journal of Economic Policy Reform*, 25(1), 9-27.
- 78) Wachs, J., Fazekas, M., & Kertész, J. (2021). *Corruption risk in contracting markets: a network science perspective*. *International Journal of Data Science and Analytics*, 12, 45-60.
- 79) Zunac, A. G., Kordos, V., & Ivandija, M. (2021). Personal characteristics of sellers as a factor of influence on sales productivity. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 209-217.

