فصلنامه علمی اقتصاد و بانکداری اسلامی، شماره سی و یکم، تابستان ۱۳۹۹- صفحات ۶۸-۴۹

بررسی شاخص ترکیبی عملکرد بازارهای اخلاقی ایران در بین کشورهای منتخب (رویکرد مدل تلفیقی AHP-TOPSIS)

محمد غفاری فرد[۱]
عادله رحمتی[۲]
داوود یوسفزی[۳]

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۶/۰۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۳/۳۱

چکیده

بازارهای اخلاقی محل عرضه و تقاضای کالا و خدماتی است که از نظر مسائل اجتماعی استاندارد بوده و مسائل زیست‌محیطی را مدنظر داشته باشند. وجود این بازارها برای توسعه پایدار امری ضروری و مهم است. هدف از مطالعه حاضر تعیین جایگاه ایران در بین کشورهای منتخب در بازارهای اخلاقی با استفاده از الگوهای تصمیم‌گیری چند معیاره بوده است. در این مطالعه با استفاده از نرم‌افزار expert choice برای وزن دهی شاخص‌ها از روش تحلیل سلسله مراتبی (AHP) و جهت رتبه‌بندی شاخص‌های ترکیبی از روش تاپسیس (Topsis) استفاده شده است. مطابق با مبانی نظری، جهت ایجاد شاخص ترکیبی از شاخص‌های کیفیت زندگی، سرمایه اجتماعی، حکمرانی خوب، عملکرد محیط زیست و توسعه انسانی برای سال‌های ۲۰۱۴، ۲۰۱۶ و ۲۰۱۸ استفاده شده است. مهم‌ترین یافته‌های تحقیق در سه سال ذکر شده نشان می‌دهد که چین در سال ۲۰۱۴ رتبه اول و ایران در این سال رتبه آخر را درمیان ۱۵ کشور منتخب دارا بوده است. در سال ۲۰۱۶ ژاپن رتبه نخست و ایران رتبه هشتم را به‌دست آورده است که حالت صعودی داشته است و در سال ۲۰۱۸ کشور سنگاپور رتبه اول و کشور ایران رتبه سیزدهم را درمیان کشورهای منتخب کسب کرده‌اند.

[۱] استادیار،گروه اقتصاد اسلامی، دانشکده علوم اجتماعی و رفتاری، دانشگاه بین‌المللی اهل‌بیت(ع)
(نویسنده مسئول) ghaffary2@yahoo.com
[۲] دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه اقتصاد اسلامی، دانشکده علوم اجتماعی و رفتاری، دانشگاه بین‌المللی اهل‌بیت(ع) adelarahamti1@gmail.com
[۳] دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه اقتصاد اسلامی، دانشکده علوم اجتماعی و رفتاری، دانشگاه بین‌المللی اهل‌بیت(ع) dawoodyousufi1@gmail.com

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-05]

واژگان کلیدی: بازارهای اخلاقی، شاخص‌های اخلاقی، کشورهای منتخب، تصمیم‌گیری چند معیاره

طبقه‌بندی JEL: C38، D40، Z1

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-05]

مقدمه

اخلاق مفهوم پیچیده‌ای است که در میان فرهنگ‌های مختلف، به تبادل نظرات و عقاید افراد در خصوص نظام‌های اعتقادی و ارزشی اطلاق می‌شود. اخلاق مفهومی نیست که جهان نوین وضع کرده باشد در طی قرون متمادی و اعصار زیادی درمیان فرهنگ‌های مختلفی، مورد توجه متفکرین بوده است.

با در نظر داشت اهمیت اخلاق در اقتصاد، نیکلاس اصطلاح بازارهای اخلاقی را این‌گونه تعریف می‌کند: بازارهای اخلاقی عرضه و تقاضای کالاها و خدماتی است که از نظر مسائل اجتماعی استاندارد بوده و منافع زیست محیطی داشته باشند. بازارهای اخلاقی فضاهای اقتصادی هستند که در آن مصرف‌کنندگان محصولاتی را می‌خرند که ارزش‌های اجتماعی و زیست‌محیطی داشته باشند (نیکلاس،۲۰۰۷)[1]. هانس کونگ، رئیس بنیاد اخلاق جهانی سازمان ملل متحد در سال ۲۰۰۹ با محوریت اخلاق کسب‌وکار با تکیه بر چشم‌اندازهای مشترک نسبت به فعالیت‌های اقتصادی عادلانه و قانونی بیانیه‌ای را ارائه کرده و گفت: «ما به زمینه اخلاقی مشترک، در بازارهای جهانی نیاز داریم» که این بیانیه یادآوری خوبی است برای تمام فعالان عرصه اقتصاد و تجارت جهانی تا مسئولیت فردی‌شان را در قسمت انسانی کردن کاربرد اخلاق جهان اقتصاد به وجه احسن ادا نمایند و اینکه چارچوب قانون‌های اقتصادی باید اخلاقی باشد. (طباطبایی یزدی و مافی, ۱۳۹۲).

نظر به اهمیت شایان اخلاق در تمامی عرصه‌های زندگی، کشورها برای حضور در اقتصاد جهانی نمی‌توانند نسبت به این امر مهم بی‌تفاوت باشند و ناگزیرند به این مهم بیندیشند. بی‌توجهی به اخلاق در اقتصاد کشورهای اسلامی را هم متأثر کرده است؛ طوری‌که در سال ۲۰۱۰ تحقیقی تحت عنوان اخلاق و اقتصاد بین ۲۰۸ کشور جهان با در نظر گرفتن ۱۲ شاخص اخلاقی انجام‌شده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که تا رده ۳۲ هیچ کشور اسلامی دیده نمی‌شود که این امر خود هشداری است برای همه‌ای مسلمانان جهان. کشور مالزی در رتبه ۳۳ و ایران در رتبه ۱۳۹ قرارگرفته است(رحمان و عسکری،۲۰۱۰)[2].

بدون پایه‌های اخلاقی مناسب، تلاش برای نظم بخشیدن به محیط‌زیست با به‌کارگیری از ابزارهای قانون و کارکرد نظام بازار ناقص و غیرمؤثر است. تا زمانی که این ابزارها تأمین‌کننده منافع شخصی باشد، دسترسی به پایداری ممکن نخواهد بود. از آنجایی‌که در روند توسعه مشکلات اجتماعی و محیط زیست افزایش میابد و این مشکلات به راحتی با مکانیسم‌های اداری از قبیل؛

[1] Nicholls
[2] Rehaman & Askari

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-05]

مقررات، مشوق‌های قیمت و طرح حقوق مالکیت رفع نمی‌شود، در نتیجه وجود اخلاق و بازارهای اخلاقی در حل این مشکل‌ها ضروری به نظر می‌رسد (جینکینس،۱۹۹۸).

در تحقیق پیش‌رو به‌دنبال تعیین جایگاه ایران در بین کشورهای منتخب در بازارهای اخلاقی هستیم که با استفاده از الگوهای تصمیم‌گیری چند معیاره به روش AHP- TOPSIS به کمک نرم‌افزار Expert choice به انجام این مطالعه می‌پردازیم.کشورهای منتخب شامل کشورهای: امارات، اندونزی، ایران، پاکستان، تایلند، ترکیه، چین، ژاپن، سنگاپور، عربستان، فیلیپین، کره جنوبی، مالزی، هند و هنگ‌کنگ است.این کشورها همه کشورهای آسیایی است. در تحقیق حاضر بعد از بیان مقدمه، مبانی نظری و پیشینه تحقیق بیان می‌شود سپس روش تحقیق ارائه می‌شود و با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی و تاپسیس شاخص‌های بازاهای اخلاقی در کشورهای منتخب رتبه‌بندی شده و درنهایت نتیجه‌گیری تحقیق بیان می‌شود.

مبانی نظری

تا سالیان متمادی اقتصاد زیر مجموعه اخلاق به حساب می‌آمد تا اینکه در اواخر قرن هیجدهم جدایی اقتصاد از اخلاق مطرح گردید، اقتصاد مدرن بازار آزاد را جایگزین اخلاق در بازار کرد، بعد این دولت‌ها رفتارهای اقتصادی خویش را در چارچوب این بازار تنظیم کردند بازاری که منافع شخصی در آن حرف اول را می‌زد و هرکسی که قدرت رقابت را دارد در آن باقی می‌ماند و ضعیفان خودبه‌خود از بازار حذف می‌شوند، که با ادامه یافتن این بازارها رفته‌رفته ارزش‌های اخلاقی نادیده گرفته می‌شد، قوی قوی‌تر می‌شد و ضعیف ضعیف‌تر. بلآخره در اواسط قرن نوزدهم آزادی‌های مطلق اقتصاد مشکل‌ساز شده و دست نامرئی بازار نتوانست جایگزین اخلاق شود. بنابراین مداخله دولت‌ها برای کنترل بازار و نظارت بر فعالیت اقتصادی اهمیت پیدا کرد.کینز که معتقد بود نفع شخصی باعث از بین رفتن اخلاق در اقتصاد شده است، توصیه کرد که با مدیریت خردمندانه دولتی باید آن را در خدمت اهداف والای اخلاق قرارداد (وصالی و امید، ۱۳۹۱).

در اقتصاد مدرن آمارتیاسن مهم‌ترین نظریه ارتباط اخلاق و اقتصاد را ارائه کرد. وی با بیان نظریه انتخاب جمعی[1] ادعا کرد که بین اقتصاد مدرن و اخلاق فاصله‌ای چشم‌گیری به‌وجود آمده، که این فاصله باعث تضعیف علم اقتصاد نیز شده است، و از سوی دیگر آن بخش اقتصاد که فقط به

[1] نظریه انتخاب عمومی یا (Public choice theory) بر محور این پرسش بنا نهاده شده است که آیا انتخاب فرد در گروه تابع منافع خود او است یا آنکه منافع جمع ملاک انتخاب و اقدام وی قرار می گیرد. این مسأله تحت عناوین متفاوتی چون انتخاب داوطلبانه، انتخاب اجباری، انتخاب جمعی، انتخاب منطقی، انتخاب اجتماعی و پارادوکس رأی‌دهنده مورد بحث واقع شده و در رشته‌های مختلف از آن تحلیل‌های به‌عمل آمده است.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-05]

اخلاق توجه کرده نیز به برداشت‌های ناصحیح دست‌یافته است مثلاً فرض رفتار عقلانی انسان اقتصادی را با رفتار واقعی او یکسان در نظر گرفته است (سن، ۱۳۷۷).

در دوران مدرن دنیای اخلاق بیش از هرچیز مبتنی بر عدالت و فضیلت و دنیای اقتصاد مبتنی بر کارایی و آزادی است که ادغام این دو دنیا با تفاوت‌هایشان باعث رونق هرچه بیشتر اقتصاد و تطبیق عدالت در جامعه می‌گردد. کشورهای که در آنها ملاحظات اخلاقی صورت می‌گیرد خوشحال‌اند هرچند کشورهای فقیری هستند مانند کشور بوتان، در مقابل کشورهای ثروتمندی که شاد نیستند زیرا رعایت شئونات اخلاقی به‌خوبی انجام نمی‌شود. در محاسبات اقتصادی بسیاری از هزینه‌های اجتماعی و محیطی و بسیاری از اثرات جانبی نادیده گرفته می‌شود بنابراین هزینه‌های زیادی در بنگاه‌ها از قلم جا مانده و اکنون بیشتر کشورها به بحران فقر، نابرابری، محرومیت اجتماعی، آلودگی محیط‌زیست و شکست بازار مواجه شده‌اند(اندرسون،۲۰۰۹)[1].

دین مبین اسلام در آیه‌های متعددی قرآن کریم تأثیر ارزش‌های اخلاقی بر اقتصاد را تأیید کرده و این دو را از هم تفکیک‌ناپذیر می‌داند (نحل: ۹۷/ توبه: ۱۰۳). بیان می‌دارد که اخلاق باید با اقتصاد هم‌نشین شود تا کارایی لازم را داشته باشد (طباطبایی، ۱۳۸۲،ج۹، و ج۱۲).

در حقیقت اقتصاد اسلامی همان اقتصاد علمی و تجربی به همراه اخلاق و عدالت است؛ بنابراین ارکان مهم اقتصاد اسلامی شامل عقلانی بودن، تجربی بودن، و وجود اخلاق و حقوق می‌باشند (نوربخش،۱۳۸۶).

در اسلام بازار تنها محل کسب سود نیست؛ بلکه جلوه‌گاه اخلاق، مهرورزی، باور و ارزش‌های اسلامی شمرده می‌شود. در حقیقت اخلاقیات حاکم در بازار باعث می‌شود که مبادلات آسان شده، قیمت کاهش‌یافته، رفاه مصرف‌کننده افزایش یافته، ارزش تولیدکننده نیز زیاد شده و در نتیجه کارایی در بازار افزایش میابد (سالاری و پور مقدم،۱۳۹۳). با در نظر داشت اهمیت ویژه محیط‌زیست در دین مبین اسلام، هر مسلمان با اخلاق در بازارهای اخلاقی هیچ‌گونه صدمه‌ای به محیط‌زیست نمی‌رساند و این باعث می‌شود که آن بازار ایدئال اخلاقی شکل گیرد.

نه‌تنها مسلمانان بلکه همه‌ای جوامع بشری درصدد رفع نواقص در بازارها و حفظ سلامت انسان و محیط‌زیست برآمدند و طرح‌های جدید اقتصادی اکثراً حفظ محیط‌زیست و عدالت اقتصادی را در صدر کارشان قرار داده‌اند.

بازارهای اخلاقی به سرمایه‌گذاری‌ها و بازارهای با محوریت مسائل زیست‌محیطی و مسئولیت اجتماعی توجه دارند به‌طوری‌که مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها در کنار مسائل کیفیت زندگی در جوامع مورد توجه قرار می‌گیرد. در بازارهای اخلاقی رضایت و شادی در جامعه از اهمیت خاصی

[1] Henderson

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-05]

برخوردار است از منظر نهادها و سیاست‌های اقتصادی اعتمادسازی به‌منزله یک رفتار اخلاقی تلقی می‌گردد که دولت‌ها در ایجاد اعتماد بین همه عوامل مؤثر در بازار نقش قابل‌توجهی دارند و این فرایند اعتمادسازی یک رفتار اخلاقی است که باعث ایجاد اطلاعات متقارن و شفاف در بازارها می‌شود.(نیکلاس، ۲۰۰۷)[1].

در بازار که محل حضور خریداران و فروشندگان است عوامل بازار می‌بایست حقوق نسل‌های آتی را رعایت کنند، همچنین نظارت درونی و برونی بر اجرای صحیح آن حقوق وجود داشته باشد، و فعالین بازار به اثرهای اجتماعی و زیست‌محیطی خود توجه داشته باشند و این ارزش‌ها به‌عنوان اخلاق حرفه‌ای در روابط عوامل بازار و ناظران آن تجلی پیدا کند (آرزتیا و دیگران،۲۰۱۴)[2] در بازارهای اخلاقی تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان جهت حدا اکثر کردن نفع شخصی و یا سود به هر راهکاری متوسل نمی‌شوند، درنتیجه منابع زیست‌محیطی حفظ‌شده و سرمایه اجتماعی افزایش پیدا می‌کند که در نهایت منجر به توسعه پایدار در جامعه می گردد. در بازارهای اخلاقی حداکثر کردن نفع شخصی به بهای ضرر دیگران نفی می‌شود و هرچقدر سرمایه اجتماعی در کشور بالا باشد نشان می‌دهد که در بازارهای آن صرفاً منافع شخصی حاکم نیست (جینکینز،۱۹۸۸)[3] مؤلفه‌های بازارهای اخلاقی را، رعایت اصول و هنجارهای اخلاقی در اقتصاد مثل صداقت، راست‌گویی، انصاف، اعتماد، مسئولیت اجتماعی می‌داند که همه شاخص ها در سرمایه اجتماعی آن کشور نشان داده می‌شود به‌طوری‌که در کل اقتصاد در کنار انگیزه‌های شخصی مسائل اجتماعی دیده شود که در آن مسئولیت‌های اجتماعی تعریف شده باشد. وی بیان می‌کند از مؤلفه‌های بازارهای اخلاقی وجود نظام که، حاکمیت قانون و دولت برای تأمین حقوق نسل‌های فعلی و آتی بدون محدود شدن مبادله‌های بازار وجود داشته باشد، بیان‌کننده وجود بازارهای اخلاقی در آن کشور است که این عناصر در شاخص حکمرانی هر کشور و شاخص عملکرد زیست‌محیطی نمایان می‌گردد. کشوری که در شاخص حکمرانی خوب در سطح بالایی قرار دارد نشان می‌دهد که حکومت، در تنظیم نهادها در جهت استفاده کارا از منابع طبیعی و حفاظت از محیط‌زیست خوب عمل می‌کند. حقوق افراد در جامعه به‌طور کامل رعایت می‌شود و با شفافیت و نظارت تقویت‌کننده سرمایه اجتماعی از طریق تشویق و تقویت تشکل‌های مدنی، آموزش، تأمین امنیت، واگذاری امور به مردم عمل می‌نماید. مجموعه فعالیت‌های اقتصادی که در بازار، مسائل اخلاقی را رعایت می‌کنند باعث افزایش رونق اقتصادی، رفاه، رضایت و شادی کلیه عوامل اقتصادی می‌گردد. این معیارها که بیان‌کننده سبک زندگی است در شاخص کیفیت زندگی بروز پیدا می‌کند.

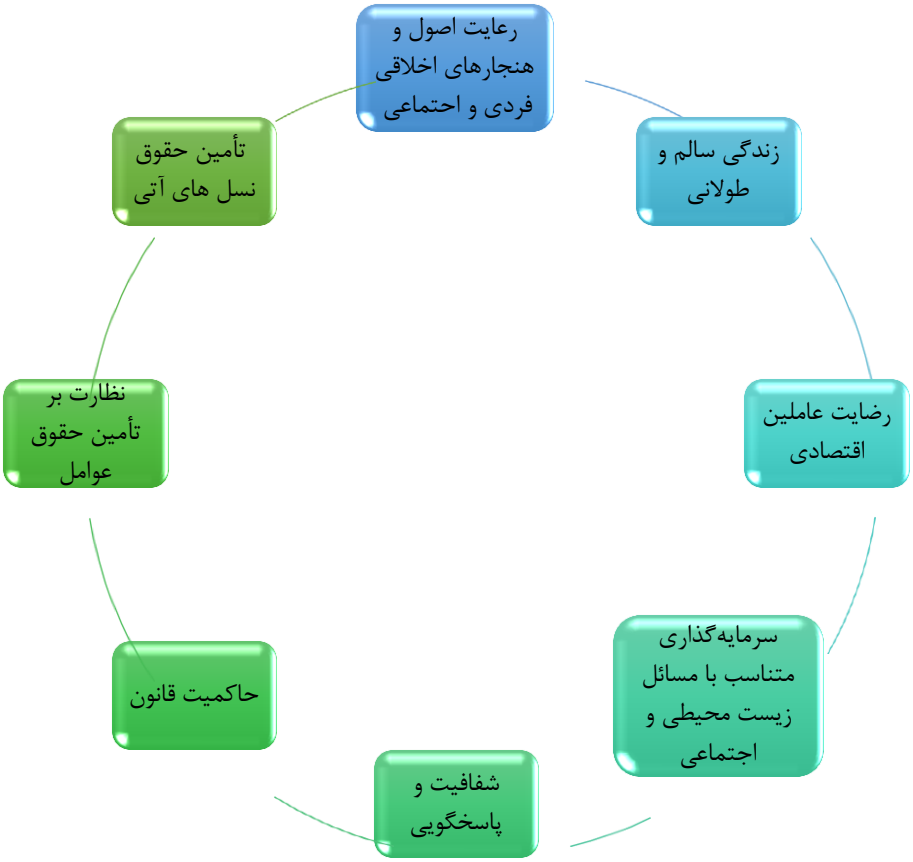
[1] Nichollas
[2] Ariztia&others
[3] Jenkins

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-05]

اقتصاد که در آن مجموع فعالیت‌های موجود در بازار سالم، کارا و اثربخش باشد و مسائل آموزشی و بهداشتی در سطح بالایی نشان می‌دهد که اصول اخلاقی در آن رعایت شده است و زندگی طولانی و سالم برای تمام افراد جامعه از طریق فعالیت‌های اخلاق‌مدار شکل گرفته است که در اقتصادهای با شاخص بالایی توسعه انسانی عملکرد فعالیت‌های سالم و کارا و اثربخش بروز می‌کند.

ایجاد بازار اخلاقی در واقع همان بازار اسلامی است که در آن دولت به درستی بر بازار حاکم بوده و اجازه نمی‌دهد حقوق هیچ کسی پایمال گردد، حقوق نسل فعلی و نسل‌های آتی حفظ شده و در این بازارها کالاهای با کیفیت تولید و صادقانه به بازار عرضه می‌گردد. در این نوع بازار همکاری و نوع دوستی نهادینه می‌شود و به‌منظور رسیدن به رشد و تولید هنگفت به محیط زیست صدمه وارد نمی‌گردد. سرمایه‌گذاری در این بازار صرفاً به‌منظور حد اکثرسازی سود نبوده بلکه حفاظت از محیط زیست، توجه و دقت در کیفیت کالا و قیمت گذاری عادلانه نیز از اهداف مهم سرمایه‌گذار می‌باشد. بنابراین بازار های اخلاقی نه تنها سازگار با تمام شئونات اخلاقی و انسانی بوده بلکه رعایت قوانین اسلامی نیز در آن انجام می شود. در نهایت می‌توان چنین پنداشت که ایجاد بازار اخلاقی کشور را به سمت توسعه پایدار سوق داده و مسیر پیشرفت کشور را مهیا می‌سازد. طبق مؤلفه‌های این بازار ها که درنمودار شماره ۱ بیان شده است: زندگی سالم و طولانی بیانگر شاخص کیفیت زندگی، رضایت عاملین اقتصادی نشان‌دهنده شاخص توسعه انسانی، سرمایه‌گذاری متناسب با مسائل زیست محیطی و اجتماعی بیانگر شاخص عملکرد محیط زیست، رعایت اصول و هنجارهای اخلاقی و فردی و اجتماعی نشان‌دهنده شاخص سرمایه اجتماعی و حاکمیت قانون و شفافیت و پاسخ‌گویی بیانگر شاخص حکمرانی خوب در این نمودار می‌باشد.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-05]



نمودار ۱. مؤلفه‌های بازارهای اخلاقی منبع: (تاساکی و دیگران، ۲۰۱۰)[1]

[1] Tasaki& others

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-05]

به‌منظور دستیابی به بازار اخلاقی که کالا و خدمات سالم را برای مردم عرضه می‌کند و سلامت انسان و محیط‌زیست را بهبود می‌بخشد، وجود شاخص‌های مرتبط با این موضوع از اهمیت زیادی برخوردار است.

که عبارت‌اند از: شاخص کیفیت زندگی، شاخص عملکرد محیط‌زیست، شاخص توسعه انسانی، شاخص سرمایه اجتماعی و شاخص حکمرانی خوب، که در ادامه به توضیح هریک از شاخص می‌پردازیم:

شاخص کیفیت زندگی[1]: کیفیت زندگی عبارت است از شرایط بهتر زندگی که در آن توازن، هماهنگی، مطلوبیت و برابری عادلانه نهادینه‌شده یا زمینه‌های لازم برای زندگی همراه با سلامت، امنیت،آسایش، خلاقیت و زیبایی پدید آمده باشد (پورطاهری و همکاران، ۱۳۹۰). متغیرهای تشکیل‌دهنده کیفیت زندگی عبارت‌اند از سلامت، امنیت، محیط طبیعی،توسعه اقتصادی و توسعه اجتماعی (شماعی، شهسوار، ۱۳۹۶).

شاخص عملکرد محیط‌زیست[2]:شاخص عملکرد محیط‌زیست،کارکرد اجرایی سیستم‌های سیاسی را در راستای کاهش استرس‌های زیست‌محیطی که برای سلامت انسان به بار می‌آورد را تخمین زده و ارتقای پویایی زیست‌محیطی و مدیریت بی‌خطر منابع طبیعی را برآورد می‌کند. این شاخص شامل اعداد از صفرتا ۱۰۰ می‌شود که ۱۰۰ مطابق هدف و صفر بدترین حالت است (اندرزی، متصدی، و صدیقه، ببران، ۱۳۸۷).

شاخص سرمایه اجتماعی[3]: خاستگاه نظریه سرمایه اجتماعی برمی‌گردد به عقاید پیریورو و جیمز کلمن که بر اهمیت روابط اجتماعی و هنجارهای مشترک رفاه اجتماعی و کارایی اقتصادی تأکید می‌کنند. رابرت پوتنام در کتاب «کارکرد دموکراسی» و «بولینگ یک‌نفره» مفهوم سرمایه اجتماعی را توسعه داده است. وی معتقد است که سرمایه اجتماعی از طریق، روابط بین افراد، شبکه‌های اجتماعی و هنجارهای متقابل و اعتماد اجتماعی حاصل می‌شود.این روابط، وظایف و مسئولیت‌های متقابل را همراه با هنجارهای عمومی به‌وجود آورده، به نحوی که اوضاع را در راستای همکاری، مشارکت و تعاون در جهت ایجاد منافع جمعی بهبود می‌بخشد (کارلس و دانیال، ۱۹۹۶)[4]. از مفهوم سرمایه اجتماعی به‌صورت رسمی در سال ۱۹۵۷ در قالب گزارش تحقیقی «مسکن و سرمایه اجتماعی» در کمیته شاهنشاهی اقتصادی مکزیک و کانادا استفاده گردید. در این تحقیق

[1] Quality of Life Index
[2] Environmental Performance Index
[3] Social Capital Index
[4] Carles &Daniel

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-05]

منظور از سرمایه اجتماعی زیرساخت‌های فیزیکی عمومی مانند دانشگاه‌ها، بیمارستان‌ها و جاده‌ها بوده است (داب، هاوس و مک کوئین، ۱۹۵۷).

اسلام اهمیت زیادی برای مسئله اجتماع قائل است و به همین دلیل مهم‌ترین احکام خود را از قبیل حج و جهاد و نماز و انفاق و همین‌طور تقوا و پرهیز گاری دینی را براساس اجتماع قرار داده است. اسلام مردم را به اجرای دستورات خداوند دعوت می‌کند تا از این طریق علاوه بر پاکی و تعالی معنوی افراد، سعادت زندگی اجتماعی آنها نیز تأمین شود. در قرآن کریم در برخی از آیات از انسان‌ها خواسته شده که با پیروی و تبعیت از شریعت اسلام باهم متحد باشند و به‌دور از تفرقه و اختلاف، زندگی اجتماعی خوبی داشته باشند. این آیات عبارت‌اند از: آیات ۱۵۳ و ۱۵۹ سوره انعام، آیات ۱۰۳ و ۱۰۵ سوه آل‌عمران، و آیه ۴۶ سوره انفال. در آیات دیگری از قرآن کریم مسلمانان را دعوت می‌کند به اتفاق و اتحاد تا براساس آن منافع و مزایای معنوی و مادی، اجتماعات خاصی شکل گیرد، مانند آیه ۱۰ سوره حجرات، آیه ۲ سوره مائده و آیه ۱۰۴ سوره آل‌عمران (افسری، ۱۳۹۲). در این شاخص منافع جمعی بر منافع فردی ترجیح داده شده است. روایات متعددی از پیامبر اکرم(ص) و امامان(ع) بیان می‌دارند که – مسلمان برادر مسلمان است و کسی به برادر ستم نمی کند.- و ستمی که خداوند متعال (ج) از آن چشم نمی‌پوشد حق و حقوق یکدیگر است. روایات دیگر نیز اهمیت نوع دوستی و اتحاد و صداقت را در جامعه اینگونه بیان می‌دارند «مبادا یکی از برادران مسلمان خود را به سختی و عسرت گرفتار کنید» و «کسی که مسلمانی را فریب دهد یا به وی زیان رساند یا با وی مکر ورزد، از ما (مسلمانان) نیست» (سالاری و پورمقدم، ۱۳۹۳، ص ۱۵۷، به نقل از طبرسی و ابن شعبه و کلینی).

شاخص توسعه انسانی[1]: توسعه انسانی مفهومی است که سعی می‌کند تا انسان را در بطن توسعه قرار دهد و به‌بیان‌دیگر، توسعه انسانی فرایندی است که گسترش گزینه‌های مردم را مورد توجه قرار می‌دهد. در رویکرد توسعه انسانی مصرف کالا و خدمات موجب فراهم‌سازی رفاه نمی‌گردد بلکه توسعه امکانات مورد نیاز مانند آموزش و بهداشت جهت استفاده از توانایی‌ها و استعدادها و همچنین پیشرفت توانایی‌ها، اجزای اصلی توسعه لحاظ می‌شوند. «گرچه توسعه انسانی در کنار پرورش ذهنی بر رشد ظرفیت‌های مادی تأکید می‌ورزد، اما از رشد اقتصادی به‌عنوان وسیله‌ای در خدمت زندگی بهتر انسان یاد می‌کند (اولین گزارش ملی توسعه انسانی،۱۳۸۷).

[1] Human Development Index

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-05]

شاخص حکمرانی خوب[1]: حکمرانی خوب تنظیم و اداره امور کشور و جامعه و تبیین رابطه دولت-شهروندان براساس دموکراسی (حق انتخاب)، وجود قوانین عادلانه، اثربخشی دستگاه قضایی است. (نقیبی مفرد، ۱۳۸۹).

پیشینه تحقیق

اصفهانی و همکاران (۱۳۹۱) رابطه بین اخلاق کسب‌وکار و بازاریابی اخلاقی: ضرورت اجتناب‌ناپذیر سازمان‌های تجاری را بررسی کرده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که رعایت اصول اخلاقی در کسب‌وکار باعث کاهش هزینه‌های کنترلی، ارتقا، تعهد سازمانی، بهبود کیفیت محصولات، بهبود اعتماد، تقویت سرمایه اجتماعی و هویت سازمانی کارکنان می‌گردد، همچنین در بلندمدت رابطه معنی‌داری بین افزایش سودآوری شرکت، وفاداری مشتریان و رعایت اخلاقیات توسط سازمان وگرانندگان آن خواهد داشت.پس بازاریابی اخلاقی امر ضروری است.

وصالی و امیدی (۱۳۹۱) رابطه اخلاق، اقتصاد و رفاه اجتماعی را تحقیق کردند، در این مقاله برای بیان رابطه اخلاق و اقتصاد، رفاه اجتماعی را به‌عنوان یک سازه با رویکرد چندعاملی وارد کردند.

طباطبایی یزدی و مافی (۱۳۹۲) رابطه بین اخلاق و توسعه را در چارچوب توسعه پایدار بررسی کرده‌اند. در این مطالعه توسعه پایدار شامل ۴ سرمایه باارزش مادی، طبیعی، انسانی و اجتماعی است که برای هریک از این سرمایه‌ها، شاخص‌های تأثیرگذار از جنبه اخلاقی انتخاب شده است. برای سرمایه طبیعی شاخص عملکرد محیط‌زیست، برای سرمایه اجتماعی شاخص سرمایه اجتماعی، برای سرمایه انسانی شاخص کیفیت زندگی و برای سرمایه مادی شاخص حکمرانی خوب، اقتصاد زیرزمینی و پول‌شویی مورد استفاده قرارگرفته است.

سالاری و پور مقدم (۱۳۹۳) تحقیقی تحت عنوان بررسی عملکرد ایران در بازارهای اخلاقی را برای سال ۲۰۱۲ با استفاده از روش مؤلفه‌های اصلی انجام داده‌اند. در این مطالعه شاخص‌های بازارهای اخلاقی برای ایران در مقایسه با نوزده کشور منتخب بررسی شده است. نتیجه این تحقیق بیان می‌دارد که شاخص عملکرد محیط زیست بیشترین تأثیر را بر شاخص کلی بازارهای اخلاقی داشته است و در رتبه بعدی شاخص حکمرانی خوب قرار دارد. در بین کشورهای منتخب کشور گرجستان در رتبه اول و ایران در رتبه‌های پایینی قرار دارند. صالح نیا و ابراهیمی سالاری (۱۳۹۴) رابطه اخلاق اسلامی و عدم تقارن اطلاعات در بازار کار را تحقیق کرده‌اند. یافته‌های این تحقیق بیانگر رابطه نزدیک و مثبت بین رعایت اصول و ارزش‌های اخلاقی توصیه‌شده در اسلام و کاهش

[1] Good Governance Index

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-05]

عدم تقارن اطلاعات در بازار است، درنتیجه می‌توان گفت شناسایی و تحقق عینی این عناصر، نه‌تنها که باعث افزایش کارایی در بازار می‌گردد بلکه زمینه‌ساز بهینه‌سازی فعالیت‌های تولیدی و رشد اقتصادی نیزمی گردد.

کریشنا[1] (۲۰۱۶) اخلاق بازاریابی را مورد مطالعه قرار داده و در قسمت یافته‌های تحقیق بیان می‌دارد که؛ فلسفه بازاریابی به‌دست آوردن اعتماد مشتری توسط تقویت ارزش‌های مثبت مارک‌های تجاری و ایجاد برندهای اصیل می‌باشد، که این امر تنها از طریق بازاریابی اخلاقی امکان‌پذیر است. گر چند اخلاق در زندگی رسمی امری جدیدی نبوده و عمر طولانی دارد. امروزه هرحرفه‌ای، اخلاق مختص به خودش رادار است، بازارها استثناء از این امر نیستند. باید به خاطر داشته باشیم که رفتن به هرجایی و انجام هر کاری نیازمند رعایت قواعد اخلاقی می‌باشد.

ماریا[2] و همکاران (۲۰۱۸) مطالعه‌ای را تحت عنوان؛ ثبات و اخلاق در فرایند تعیین قیمت در بازارهای مالی بررسی کرده‌اند. و بیان می‌کنند که سرمایه‌گذاران همه‌ای معاملات و دادوستدهای خویش را باید با نگاه اخلاقی انجام بدهند و در فرایند تعیین قیمت باید تأکید گردد که شئونات اخلاقی مدنظر قرار گیرد.

جیووانی و مورو[3] (۲۰۱۸) موضوعی را در رابطه با، به‌سوی اخلاقی‌ترین بازار؛ تأثیر رتبه‌بندی ESG[4] بر عملکرد مالی شرکت‌ها با استفاده از داده‌های پانل طی سال‌های ۲۰۱۵-۲۰۰۷ مورد پژوهش قرار دادند، محققین بررسی می‌کنند که چگونه صدور پارادایم زیست‌محیطی، اجتماعی و حکومت‌داری به‌منظور اندازه‌گیری عملکرد اجتماعی می‌تواند بر بازده غیرطبیعی شرکت‌های مندرج ایتالیایی در بورس مؤثر واقع شوند. که در این تحقیق به دو نکته اساسی اشاره می‌کنند: ۱. علاقه مبرم به مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها. ۲. استقامت و پایداری از سوی مدیران در دهه گذشته و همچنین بهبود کیفیت در ارزیابی‌های ESG به دلیل افشاء شرکت‌های قابل‌اعتماد.

باتوجه به مطالعات انجام شده فوق، نیاز است تا بازار اخلاقی ایران را در میان کشورهای منتخب آسیایی برای سال‌های مختلف به‌صورت مقایسه‌ای مورد پژوهش و واکاوی قرار گیرد، که مطالعه حاضر در پی دستیابی به این هدف مورد بحث و بررسی قرار می گیرد.

[1] P.S. Krishna
[2] Maria
[3] Giovani Landi & Mauro Sciarelli
[4] Environmental, social and governance

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-05]

روش تحقیق

برای انجام این پژوهش از روش تحلیل سلسله مراتبی و روش تاپسیس استفاده می‌شود طوری‌که طراحی پرسش‌نامه و رتبه‌بندی شاخص‌های بازارهای اخلاقی از طریق روش تحلیل سلسله مراتبی انجام می‌گردد و برای رتبه‌بندی کشورها در سال‌های مختلف با استفاده از داده‌های آماری با وزن‌های شاخص‌ها در هرسال به روش تاپسیس انجام می شود.

یافته‌های تحقیق

هدف از تحقیق پیش‌رو تعیین جایگاه جمهوری اسلامی ایران در بازارهای اخلاقی در بین کشورهای منتخب با استفاده از الگوهای تصمیم‌گیری چند معیاره است. ، که برای رسیدن به این مهم در ابتدا شاخص‌های مهم و مرتبط با این موضوع براساس مبانی نظری تحقیق شامل: شاخص کیفیت زندگی (LQI)، شاخص توسعه انسانی (HDI)، شاخص عملکرد محیطزیست (EPI)، شاخص حکمرانی خوب (GGI) و شاخص سرمایه اجتماعی (SCI) برای سال‌های ۲۰۱۴، ۲۰۱۶ و ۲۰۱۸ انتخاب گردیده و با تشکیل ماتریس‌های تصمیم‌گیری، ماتریس، وزن‌دهی شده و رتبه‌های هریک از کشورها برای هریک از سال‌های مذکور تعیین و تشخیص گردیده است. برای مقایسه زوجی بین این شاخص‌ها از روش سلسله مراتبی یا AHP با کمک نرم‌افزار Expert Choice نسخه ۱۱ مورد استفاده قرارگرفته است. برای رتبه بندی و اولویت‌دهی به این شاخص برای ایجاد بازارهای اخلاقی از ۱۸ نفر از اساتید دانشگاه‌های شهر تهران استفاده شده است که طیف سنی این اساتید بین ۴۰ الی ۶۴ سال بوده و طیف تجربه کاری‌شان هم ۱۰ الی ۳۰ سال بوده است که این اساتید به‌صورت تصادفی در دانشگاه‌ها انتخاب شده است.پس از جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها، با استفاده از نرم‌افزار Expert Choice اهمیت هر پنج شاخص محاسبه که در جدول زوجی شماره ۱ نشان داده شده است.

جدول شماره ۱. مقایسات زوجی

	environmental perfo	social capital	quality of life	human development	good governance
environmental performance		3.71154	2.86198	3.32074	4.58445
social capital			1.57715	1.08254	1.84805
quality of life				1.0692	1.32932
human development					1.26448
good governance	Incon: 0.01				

مآخذ: یافته‌های تحقیق

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-05]

نمودار شماره۲ نشان‌دهنده وزن‌های هریک از پنج شاخص انتخابی نسبت به سایر معیارهاست. نرخ ناسازگاری مقایسات زوجی ۰,۰۱ است که کوچک بودن این میزان از ۰,۱ نشان‌دهنده ناسازگار بودن مقایسات زوجی است.

نمودار شماره۲. وزن شاخص‌ها



مآخذ: یافته‌های تحقیق

تمام مراحل تاپسیس طی سال‌های ۲۰۱۴، ۲۰۱۶ و ۲۰۱۸ برای تعیین رتبه‌بندی شاخص‌های ترکیبی بازار اخلاقی باتوجه به شاخص‌های بازار اخلاقی در بین کشورهای منتخب شامل کشورهای: امارات، اندونزی، ایران، پاکستان، تایلند، ترکیه، چین، ژاپن، سنگاپور، عربستان، فیلیپین، کره جنوبی، مالزی، هند و هنگ‌کنگ انجام گرفت. شاخص ترکیبی در سال ۲۰۱۴ نشان می‌دهد که چین، ژاپن و امارات به ترتیب رتبه‌های اول، دوم و سوم را در بین کشورهای منتخب کسب کرده‌اند.ایران در این سال رتبه آخر را کسب کرده است. که سال پایانی دولت دهم می‌باشد.

در سال ۲۰۱۶ ژاپن، کره جنوبی و چین به ترتیب رتبه‌های اول، دوم و سوم را دارایند و پاکستان و هنگ‌کنگ رتبه‌های آخر را دارا هستند. کشور ایران در این سال نظر به سال ۲۰۱۴ رشدی خوبی داشته طوری‌که توانسته است از رتبه آخر (۲۰۱۴) صعود کرده و مقام هشتم را در میان کشورهای منتخب به‌دست آورد که این امر نشان‌دهنده کارایی و تلاش مستمر و ثمربخش دولت یازدهم (دولت اعتدال و امید) می‌باشد که مصادف با تصویب برنامه اقدام مشترک بین ایران و کشورهای ۵+۱ می‌باشد. در سال ۲۰۱۸ سنگاپور، ژاپن و کره جنوبی به ترتیب رتبه‌های نخست، دوم و سوم را در میان ۱۵ کشور آسیایی رقیب حاصل کرده‌اند. در این سال کشور ایران رتبه نزولی داشته و از رتبه هشتم (۲۰۱۶) به رتبه ۱۳ در این سال نزول کرده است. این شاخص‌ها به‌صورت کلی به حالت افزایشی بوده‌اند اما با توجه به پیشرفت چشم‌گیر بعضی از کشورها، ایران نتوانسته جایگاهش را حفظ نماید البته با روی کار آمدن حکومت ترامپ بعد از سال ۲۰۱۷، و وضع

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-05]

تحریم‌های سنگین روی ایران باعث بدتر شدن وضعیت بعضی از شاخص‌های ایران در بین این کشورها گردیده است.

جدول شماره۲. رتبه بندی کشور ها در بازار اخلاقی در سه سال

سال / رتبه	۲۰۱۴		۲۰۱۶		۲۰۱۸	
۱	چین	۰,۶۲۰۹۷۹	ژاپن	۰,۸۲۷۲۶۵	سنگاپور	۰,۸۷۰۸۶۳
۲	ژاپن	۰,۴۲۷۲۳۳۳	کره جنوبی	۰,۶۷۸۹۲۶	ژاپن	۰,۷۹۰۷۳۳
۳	امارات	۰,۴۰۸۷۸	چین	۰,۶۲۶۷۴۶	کره جنوبی	۰,۶۵۹۴۴۴
۴	عربستان	۰,۳۵۹۸۱۵	عربستان	۰,۵۲۰۴۴۴	هنک کنگ	۰,۶۳۰۲
۵	کره جنوبی	۰,۳۵۰۴۲	امارات	۰,۵۱۷۱۲	امارات	۰,۶۱۳۳۹۷
۶	سنگاپور	۰,۳۴۱۰۲۶	ترکیه	۰,۵۱۰۱۶۳	اندونزی	۰,۵۴۵۱
۷	مالزی	۰,۳۲۰۵۳۵	سنگاپور	۰,۴۹۹۴۷۴	مالزی	۰,۵۲۴۸۹۳
۸	هنگ کنگ	۰,۲۹۹۰۳۴	ایران	۰,۴۹۳۳۳	هند	۰,۴۸۶۵۵۹
۹	هند	۰,۲۶۴۴۰۳	هند	۰,۴۹۲۰۲۹	فیلیپین	۰,۴۲۴۳۵۴
۱۰	ترکیه	۰,۲۶۲۶۱۸	اندونزی	۰,۴۸۵۹۳۴	عربستان	0.415538
۱۱	تایلند	۰,۲۲۷۵۰۷	مالزی	۰,۴۸۳۹۱۴	ترکیه	۰,۳۱۷۳۸
۱۲	فیلیپین	۰,۱۹۴۴۹۶	فیلیپین	۰,۴۸۳۱۵۵	تایلند	۰,۳۱۴۲۱۶
۱۳	اندونزی	۰,۱۸۴۹۸	تایلند	۰,۴۸۲۱	ایران	۰,۲۳۶۱۹۳
۱۴	پاکستان	۰,۱۱۵۳۸۹	پاکستان	۰,۴۸۰۷۳۸	چین	۰,۱۸۴۳۹۱
۱۵	ایران	۰,۰۵۸۳۴۹	هنگ کنگ	۰,۳۲۶۴۲۳	پاکستان	۰,۱۴۹۸۰۷

نتیجه‌گیری

دست‌یابی به توسعه پایدار از جمله اهداف مشترک همه کشورها است، طوری‌که کلیه برنامه‌ریزی‌ها در جهت رسیدن به این هدف طراحی و اجرا می‌گردد. در دهه‌های گذشته دانشمندان اقتصاد اکثراً بازار آزاد که براساس نفع شخصی بناء شده است را از اصول مهم برای رونق و توسعه لحاظ

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-05]

می‌کردند، اما مطالعات نشان داد که آزادی در بازارها و نفع شخصی باعث ضایع شدن حق مستضعفین گردیده و بازار را به سمت انحصاری شدن سوق می‌دهد و باعث ایجاد کارتل‌های تجاری می‌گردد، به نحوی که به‌دست آوردن منافع بیشتر به هر طریقی اولویت کار همه را تشکیل می‌دهد. اصطلاح بازارهای اخلاقی در حقیقت رعایت اخلاق در همه‌ای امور زندگی به‌خصوص در تجارت و فعالیت‌های اقتصاد باعث حفظ سلامت محیط‌زیست و سلامت انسان‌ها می‌گردد. بازارهای اخلاقی بازارهای هست که مشتریان کالا و خدماتی را تقاضا می‌کنند که ازنظر مسائل زیست‌محیطی استاندارد بوده و به سلامت انسان آسیب نرسانند، ویا بازاری‌های است که در آن تولیدکنندگان کالا و خدماتی را تولید می‌کنند که باعث بروز مشکلات زیست‌محیطی نگردیده و سلامت انسان را تهدید نکند. ایجاد این بازارها مستلزم وجود مؤلفه‌های است که مطابق مبانی نظری تحقیق در قالب پنج شاخص (عملکرد محیط‌زیست، توسعه انسانی، سرمایه اجتماعی، حکمرانی خوب و کیفیت زندگی) معرفی گردیده است.

هدف از تحقیق کنونی تعیین جایگاه ایران در بین کشورهای منتخب آسیایی و رتبه‌بندی این کشورها در بازارهای اخلاقی با استفاده از الگوهای تصمیم‌گیری چندمعیاره بوده است. جهت رتبه‌بندی شاخص‌ها از روش تاپسیس و برای وزن‌دهی شاخص‌ها از روش سلسله مراتبی استفاده گردیده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که شاخص حکمرانی خوب رتبه اول و شاخص سرمایه اجتماعی رتبه دوم و شاخص توسعه انسانی رتبه سوم را برای ایجاد بازارهای اخلاقی در این کشورها دارا هستند. در قسمت رتبه‌بندی کشورها براساس شاخص ترکیبی در سال‌های منتخب، شاخص ترکیبی تاپسیس در سال ۲۰۱۴ نشان می‌دهد که چین، ژاپن و امارات به ترتیب رتبه‌های اول، دوم و سوم را در بین کشورهای منتخب کسب کرده‌اند. ایران در این سال رتبه آخر را دارا است. از در سال ۲۰۱۶ ژاپن، کره جنوبی و چین به ترتیب رتبه‌های اول، دوم و سوم را دارایند و پاکستان و هنگ‌کنگ رتبه‌های آخر را دارا هستند. کشور ایران در این سال نظر به سال ۲۰۱۴ رشدی خوبی داشته طوری‌که توانسته است از رتبه آخر (۲۰۱۴) صعود کرده و مقام هشتم را در میان کشورهای منتخب به‌دست آورد که این امر نشان‌دهنده کارایی و تلاش مستمر و ثمربخش دولت یازدهم (دولت اعتدال و امید) می‌باشد. در سال ۲۰۱۸ سنگاپور، ژاپن و کره جنوبی به ترتیب رتبه‌های نخست، دوم و سوم را در میان ۱۵ کشور آسیایی رقیب حاصل کرده‌اند. در این سال کشور ایران رتبه نزولی داشته و از رتبه هشتم (۲۰۱۶) به رتبه ۱۳ در این سال نزول کرده است. باتوجه به رتبه نخست شاخص حکمرانی خوب در بین شاخص‌های بازارهای اخلاقی، کشور هایی که در رتبه‌های پایین قرارگرفته‌اند بایستی در قسمت کارایی هرچه بهتر این، برنامه‌ریزی نمایند تا بتوانند از طریق ایجاد بازارهای اخلاقی به رونق اقتصادی همراه با عدالت دست یابند که خود زمینه فراهم شدن

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-05]

توسعه پایدار را آسان نموده و به روند توسعه سرعت می‌بخشد و برای بالا بردن سرمایه اجتماعی تعاون‌ها و حس همکاری و نوع‌دوستی را در جامعه افزایش دهند.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-05]

منابع

۱. ابراهیمی سالاری، تقی و اسماعیل‌پور مقدم، هادی(۱۳۹۳). بررسی عملکرد ایران در بازارهای اخلاقی. فصلنامه عملی- پژوهشی اقتصاد اسلامی،۱۴(۵۶)، ۱۴۹-۱۷۹..

۲. آیباغی اصفهانی، دکتر سعید؛ حسنی نژاد، آرش و نیک‌آیین، مجتبی (۱۳۹۱). اخلاق کسب و کار و بازاریابی اخلاقی: ضرورت اجتناب ناپذیر سازمان‌های تجاری. فصلنامه فرصت،۲(۲) ، ۲۱-۳۵.

۳. بخشی، محمدرضا؛ شاهی، رجب؛ ملایی، زینب؛ کاظمی، سیدحسین و داودی، محمد (۱۳۹۰). ارزیابی وضعیت نوآوری در منطقه جنوب غرب آسیا و تعیین جایگاه ایران کاربرد روش تصمیم‌گیری پرومته. فصلنامه علمی –پژوهشی سیاست علم و فن‌آوری، ۳(۱)، ۳۱-۱۹..

۴. پورکاهری، مهدی؛ افتخاری، رکن‌الدین؛ عبدالله و فتاحی، احد اله(۱۳۹۰). ارزیابی کیفیت زندگی در نواحی روستایی (مطالعه موردی: دهستان خاوه شمالی، استان لرستان). پژوهش‌های جغرافیایی استانی، ش۷۶، ۳۱-۱۳.

۵. زرندی متصدی، سعید و ببران، صدیقه(۱۳۸۷). راهبردهای بخش محیط‌زیست جهت نیل به اهداف سند چشم‌انداز بیست سه‌ساله کشور. فصلنامه راهبرد،۱۶(۴۸)، ۱۲۲-۱۰۱.

۶. سن، آمارتیا (۱۳۷۷). اخلاق و اقتصاد (ترجمه: حسن فشارکی) تهران: شیرازه.

۷. شماعی، دکتر علی و شهسوار، امین(۱۳۹۶). ارزیابی کیفیت زندگی شهری در شهرهای جدید (نمونه موردی: شهر جدید پرند). فصلنامه جغرافیایی سرزمین علمی- پژوهشی،۱۴(۵۴)، ۱۶-۱.

۸. صالح نیا، نفیسه و ابراهیمی سالاری، تقی (۱۳۹۴). رابطه اخلاق اسلامی و عدم تقارن اطلاعات در بازار کار. فصلنامه علمی- ترویجی اقتصاد و بانکداری اسلامی، ۲۰(۱۲)، ۹۲-۶۹.

۹. طباطبایی، سید محمدحسین(۱۳۷۴). تفسیر المیزان (ترجمه: محمدباقر موسوی) ج۹و ۱۲، قم: دفتر انتشارات اسلامی، ۱۳۷۴.

۱۰. غفاری، غلامرضا و امیدی، رضا(۱۳۸۸). کیفیت زندگی: شاخص توسعه اجتماعی. تهران، شیرازه

۱۱. کهف، منذر (۱۳۸۵). علم اقتصاد اسلامی، تعریف و روش (ترجمه: سید حسین میرمعزی) فصلنامه علمی- پژوهشی اقتصاد اسلامی، ۶(۲۳)، ۱۸۶-۱۵۷.

۱۲. نقیبی مفرد، حسام (۱۳۸۹). حکمرانی مطلوب در پرتو جهانی‌شدن حقوق بشر. مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های حقوقی، تهران: چاپ اول.

۱۳. نوربخش، یونس (۱۳۸۶). تحلیل جامعه‌شناختی از رابطه دین، فرهنگ با اقتصاد (با تأکید بر اسلام). فصلنامه علمی- پژوهشی اقتصاد اسلامی، ۷(۲۸)، ۱۹۲-۱۶۵.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-05]

۱۴.هی وود، اندرو (۱۳۸۳). درآمدی بر ایدئولوژی‌های سیاسی (ترجمه: محمد رفیعی مهر آبادی) تهران وزارت امورخارجه.

۱۵.وارث، سید حامد؛ پروندی، یحیی و قاسمی، روح‌اله (۱۳۹۱). ارتقای فضای کسب‌وکار جهت دستیابی به چشم‌انداز اقتصادی: کاربستی براساس فن‌های تاپسیس و آنتروپی. مدیریت بازرگانی، ۴ (۱۱): ۱۳۸-121

۱۶.وصالی، دکتر سعید و امیدی، رضا (۱۳۹۱). رابطه اخلاق ، اقتصاد و رفاه اجتماعی. برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، مقاله ۴، ۳(۱۲) ، ۱۰۴-۷۹.

17. Ariztia, T. , Kleine, D., Brightwell, M.D.G.S.L. , Agloni, N., Afonso, R. & Bartholo, R (2014). Ethical consumption in Brazil and Chile: institutional Contexts and development Trajectories. journal of cleaner production. vol. 63,84-92.
18. Boix, carles, Daniel N. posner(1996) . Making social Capital Work, A Review of Robert Putnam. Making Democracy work: Civil Tradition in Modern Italy. The weather center for international affairs Harvard University,4-96.
19. Gedmin, J., The Legatum prosperity index. Legatum Institute. 2017
20. Grace, D.& Cohen, S(1998). Business Ethics: Australian problem and Cases 2 and ed…). Oxford university press. Milbourn.
21. Henderson, hazel.(2009), www.Ethicalmarkets.com
22. Jenkins, T.N .(1998). Economic and the Environmental: A case of Ethical Neglect.Ecological Economic. 26(2), 151-164.
23. Landi, Giovani.& Sciarelli, Mauro(2018). Towards a More Ethical Market: The Impact of ESG rating on Corporate financial performance. emerald insight . social Responsibility Journal.
24. Teresa, M. B. B.,Montllor- serrats, j., Tarrazen- Rodon, M.A(2018).Sustainability and Ethics in the process of price Determination in financial market: A conceptual analysis. MDPI.sustainaiblity.2-24.
25. Nicholls, MBA.. A(2007). what is the future of social Enterprise in Ethical Markets?. UK: Cabinet Office.
26. Rajan, P.S. Krishna(2016). Marketing Ethics. International Journal of Management and Applied science. 2(11), 194-196.
27. Rehman, S. S. & Askari, H (2010). An Economic IslamiciyIndex. Global Economy Journal,10(3), 1-37.
28. Schwab,Klaus .The Global Competitiveness Report 2014-2015
29. Sen, Amartya (1979). Interpersonal comparison of welfare, in Michael J. Boskin (ed, economies and human welfare). New York. Academic press.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-05]

30. Tasaki, T.; Kameyama, Y. ,Hashimoto, S.,Moriguchi, Y.& Harasawa, H (2010).A survey of national sustainable development indicators. sustainable development.13(4), 337-361.
31. World bank Indicators Data
32. www.Internationalliving.com
33. Emerson, J.W, Levy A.,Hsu, A., Mara, V. and Jaiteh, M (2000-2017) EPI, Environmental Performance index Pilot Trend Environmental Performance Index(2010, 2014, 2017). Yale Center for Environmental Law and Policy ,Y.U. Center for International Earth science Information .C.U

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-05]