

Ethical Codes in Production Management

*H. Rahimi Kolour Ph.D.**, *V. Momayezi Ph.D.*

Department of Business Management, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran.

Abstract

Background: A production manager, due to the sensitive nature of their responsibilities within an organization, has numerous duties toward their subordinates, the organization, and the organizational environment. In fulfilling these responsibilities, they are obligated to adhere to professional ethics. The aim of this study is to identify the ethical propositions that a production manager must observe as part of their professional responsibilities, categorized as professional ethics.

Method: This research is a qualitative study with an inductive approach, using the grounded theory strategy and the analytical methods of Strauss and Corbin. The target population consists of active production managers across various manufacturing industries. A purposive sample of 12 production managers was selected. The research tool was semi-structured interviews, and MAXQDA software was used for coding the interviews. Statistical analysis was conducted using the Chi-square test and SPSS software.

Results: The findings of this study categorize the professional ethics of a production manager into three main areas: ethical obligations toward production staff, toward the organization, and toward the environment of the organization, which includes consumers of the organization's products. Among these, ethical propositions toward the organization had the highest frequency.

Conclusion: Given the increasing pressures on production managers, organizations should consider the unique conditions of production when drafting ethical codes. By balancing expectations and prioritizing long-term benefits and sustainable development over short-term gains, organizations can support production managers in adhering to professional ethics and contribute to building an ethical organization.

Keywords: *Professional Ethics, Organization, Production, Production Management*

***Corresponding Author:** H. Rahimi Kolour Ph.D., Department of Business Management, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran. Email: h_clever@uma.ac.ir

How to cite: Rahimi Kolour H, Momayezi V. Ethical Codes in Production Management. *Ethics in Science and Technology*. 2025,20(3): 141-149.



Copyright © 2025 Authors. Published by Iranian Association for Ethics in Science and Technology. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license. (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>). Non-commercial uses of the work are permitted, provided the original work is properly cited

گزاره‌های اخلاقی در مدیریت تولید

دکتر حسین رحیمی کلور*، وحید ممیزی

گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۱۸، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۰۶)

چکیده

زمینه: یک مدیر تولید به واسطه حساسیت مسئولیتش در سازمان، دارای وظایف بسیاری در قبال کارکنان زیر دست، سازمان و محیط سازمان است و در انجام مسئولیت‌هایش در قبال هر کدام ملزم به رعایت اخلاق حرفه‌ای است. هدف از انجام این پژوهش به دست آوردن گزاره‌های اخلاقی است که یک مدیر تولید در انجام مسئولیت‌های حرفه‌ایش به‌عنوان اخلاق حرفه‌ای می‌بایستی رعایت کند.

روش: پژوهش حاضر، پژوهشی کیفی با رویکرد استقرایی است و از راهبرد مدل داده بنیاد و از روش‌های تحلیلی اشتراوس و کوربین جهت انجام پژوهش استفاده گردیده است. جامعه هدف پژوهش، مدیران تولید فعال در حوزه‌های تولید صنایع مختلف می‌باشد و یک نمونه به تعداد ۱۲ نفر از مدیران تولید با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب گردیده است. ابزار پژوهش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و از نرم‌افزار MAXQDA جهت کدگذاری مصاحبه‌ها استفاده شده است. تحلیل آماری با آزمون کای‌اسکوئر و نرم افزار مورد استفاده SPSS می‌باشد.

یافته‌ها: یافته‌های این پژوهش اخلاق حرفه‌ای یک مدیر تولید را در سه بخش طبقه‌بندی می‌کند. این سه بخش عبارتند از ملزومات اخلاق حرفه‌ای در برابر کارکنان بخش تولید، در برابر سازمان و در برابر محیط سازمان به‌عنوان مصرف‌کننده کالاهای تولیدی سازمان. گزاره‌های اخلاقی در برابر سازمان بالاترین فراوانی را به خود اختصاص می‌دهد.

نتیجه‌گیری: با توجه به فشارهای مضاعف بر مدیران تولید، سازمان‌ها باید در تدوین آیین‌نامه‌های اخلاقی شرایط خاص تولید را در نظر بگیرند، و با متعادل‌سازی انتظارات و ترجیح دادن منافع بلندمدت و توسعه پایدار بر منافع کوتاه‌مدت، مدیران تولید را در رعایت اخلاق حرفه‌ای و ساخت سازمان اخلاقی یاری رسانند.

کلیدواژه‌گان: اخلاق حرفه‌ای، سازمان، تولید، مدیریت تولید.

سرآغاز

سازمان‌ها به‌عنوان محل اصلی فعالیت‌های کسب و کار در بحث اخلاق کسب و کار مورد توجه است که بیشتر به‌عنوان اخلاق حرفه‌ای از آن یاد می‌شود اخلاق حرفه‌ای^۴ یک فرایند تفکر عقلانی است که هدف آن محقق کردن این امر است که در سازمان چه ارزش‌هایی را چه موقع باید حفظ و اشاعه نمود و نسبت به آن پایبند بود (۵) هرچه پذیرش و رعایت اخلاق حرفه‌ای از سوی مدیران و کارکنان بیشتر مورد توجه قرار گیرد سازمان در نیل به اهداف توفیق بیشتری خواهد داشت (۶) اخلاق سازمانی^۵ را به‌عنوان زیرمجموعه‌ای از اخلاق حرفه‌ای می‌توان تلقی کرد اخلاق سازمانی بر پایه اعتماد آفرینی است ضعف در سیستم اخلاقیات منجر به کاهش ارتباطات و افزایش خسارت سازمان می‌گردد (۷) اخلاق سازمانی مجموعه اصول و ارزش‌هایی هستند که افراد با استفاده از آن، اعمال و تصمیم‌هایشان را مدیریت می‌کنند (۸) و در نهایت می‌توان به اخلاق در میان مدیران سازمان به‌عنوان رهبران و تصمیم‌گیران سازمانها اشاره کرد.

تعریف میک مارتین از اخلاق متعارف عبارت است از: "مجموعه معیارهایی (استانداردهایی) که افراد در زندگی شخصی و غیرحرفه‌ای خود به‌کار می‌بندند" (۱) از حوزه‌های مختلف اخلاق می‌توان به اخلاق کسب و کار^۱ اشاره نمود. اخلاق کسب و کار به معنای شناخت درست از نادرست در محیط تجاری و انجام درست و ترک نادرست است (۲) نزدیک به سه دهه است که در غرب، اقتصاددان‌ها و فیلسوفان اخلاق، گفتمان‌هایی را که به گفته هوسمن در دوران شکوفایی متدولوژی اثبات‌گرایی^۲ متوقف شده بود، احیا کردند حاصل این گفتمان و تعامل به رشته‌ای کاربردی از دانش اخلاق به نام "اخلاق کسب و کار" انجامید (۳) حوزه اخلاق کار به‌عنوان شاخه‌ای از دانش مدیریت از زمان پدیدار شدن نهضت مسئولیت‌های اجتماعی^۳ در دهه ۱۹۶۰ پدیدار شد (۴).

ای در محیط تولید نیز دچار دگرگونی‌هایی شده‌اند. در باب اخلاق حرفه‌ای و سازمانی در بخش تولید مطالعات بسیار اندکی صورت گرفته است و هدف از این پژوهش بدست آوردن گزاره‌های اخلاقی^۹ در حوزه تولید و مدیریت تولید به عنوان قلب تپنده سازمان می‌باشد.

روش

پژوهش حاضر پژوهشی کیفی با رویکرد استقرایی^{۱۰} است. با توجه به اهداف پژوهش و در جهت آشکارسازی دانش ضمنی خبرگان در این حوزه، از راهبرد مدل داده بنیاد^{۱۱} و از روش‌های تحلیلی اشتراوس و کوربین (اشتراس و کوربین، ۱۹۹۰) در سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی، جهت انجام پژوهش استفاده گردیده است. جامعه هدف پژوهش حاضر، مدیران فعال در حوزه‌های تولید صنایع مختلف می‌باشد که به‌طور مستقیم مدیریت فرآیند تولید و کارکنان خط تولید را برعهده دارند. یک نمونه به تعداد ۱۲ نفر از مدیران تولید از صنایع تولیدی معدنی، تولید فلزات، تولید تجهیزات الکترونیک، تولید تجهیزات ایمنی و تولید تجهیزات اندازه‌گیری جهت مصاحبه انتخاب شدند. مصاحبه‌شوندگان با روش نمونه‌گیری هدفمند از میان جامعه مدیران تولید انتخاب گردیدند و سعی گردید مدیران تولید با در نظر گرفتن جنبه‌های مختلف مانند اشتغال در بخش دولتی یا خصوصی، تولید حوزه پیوسته و ناپیوسته و تعداد متفاوت کارکنان زیردست انتخاب شوند. جدول ۱ ویژگی‌های جمعیتی و شغلی جامعه نمونه را به اختصار بیان می‌دارد.

از یک سو ایجاد و مدیریت اخلاق در سازمان‌ها بر عهده مدیران است و از سوی دیگر به دلایل وظیفه اصلی مدیران که تصمیم‌گیری است، بحث اخلاقی دیگری در حوزه تصمیم‌سازی و انطباق تصمیمات مدیران با اخلاق به میان می‌آید زیرا مهمترین نقش اخلاق هنگام تصمیم عملی^۶ است. نتایج برخی محققان نشان می‌دهد که مدیران گاهی اوقات تصمیماتی می‌گیرند که علی‌رغم مغایرت با موازین اخلاقی و مسئولیت اجتماعی‌شان قابلیت دفاع قانونی داشته باشند.^(۹) افزایش آموزش‌های اخلاقی نیز اثر چندانی بر تصمیمات اکثر مدیران و رهبران شرکتها ندارد، زیرا آنها تصمیماتشان را براساس قانون شرکتها و تجارت استاندارد می‌گیرند و نه اخلاق شخصی^(۹) با توجه به اینکه امروزه حوزه‌های مختلف سازمان‌ها به صورت تخصصی تقسیم شده‌اند لاجرم مدیریت‌ها نیز تخصصی شده‌اند و مدیریت هر بخش از سازمان دارای وظایف متفاوت از مدیران سایر بخش‌ها و نوع و سطح تصمیم‌گیری هر مدیر نیز متفاوت است بنابراین جنبه‌های متفاوتی از اخلاق برای هر بخش سازمان و مدیریت آن بخش می‌توان متصور بود. یکی از بخش‌های اصلی هر سازمان بخش تولید است که به فراخور فعالیت سازمان می‌تواند تولید کالا یا خدمات باشد و از آنجایی که تولید و مدیریت تولید^۷ قلب تپنده هر سازمانی است که ادامه بقای سازمان را ممکن می‌سازد بنابراین به حوزه اخلاقیات در بحث تولید و مدیریت تولید باید اهتمام ویژه‌ای نشان داد چرا که رفتارهای اخلاقی در سازمان تاثیر چشمگیری بر روی فعالیت‌ها و نتایج آن دارد و منجر به افزایش بهره‌وری، بهبود ارتباطات و کاهش میزان خطرپذیری در سازمان می‌گردد^(۱۱و۱۰) با توسعه فناوریهای تولید و تغییر پارادایم‌های^۸ حاکم بر تولید، اخلاق حرفه

جدول ۱: ویژگی‌های جمعیتی و شغلی جامعه نمونه مدیران تولید

سن	بین ۲۵ تا ۴۰ سال: ۲ نفر	بین ۴۰ تا ۵۰ سال: ۶ نفر	بین ۵۰ تا ۶۰ سال: ۴ نفر
جنسیت	مرد: ۱۱ نفر	زن: ۱ نفر	
مدرک تحصیلی	کارشناسی: ۳ نفر	کارشناسی ارشد: ۸ نفر	دکتر: ۱ نفر
سابقه کار مدیریتی	کمتر از ۱۰ سال: ۴ نفر	بین ۱۰ تا ۱۵ سال: ۶ نفر	بالاتر از ۱۵ سال: ۲ نفر
شاغل در بخش دولتی یا خصوصی	شاغل در بخش دولتی: ۸ نفر	شاغل در بخش خصوصی: ۴ نفر	
مدیر تولید پیوسته یا ناپیوسته	مدیر تولید پیوسته: ۸ نفر	مدیر تولید ناپیوسته: ۴ نفر	
تعداد کارکنان تحت امر مستقیم	بالاتر از ۱۰۰ نفر: ۵ نفر	بین ۳۰ تا ۵۰ نفر: ۴ نفر	کمتر از ۳۰ نفر: ۳ نفر

از روش آزمون کای اسکوئر استفاده گردید. نرم افزار مورد استفاده جهت تحلیل آماری فوق SPSS می‌باشد.

یافته‌ها

یافته‌های پژوهش، گزاره‌ها و ملزومات اخلاقی استخراج شده را در سه تم اصلی فردی، سازمانی و محیطی طبقه‌بندی می‌کند. کدهای باز، محوری و انتخابی استخراج شده از مصاحبه‌ها در جدول ۲ به اختصار لیست شده است. جهت بهبود روایی و پایایی یافته‌ها، با بهره‌گیری از روش بازبینی مشارکت‌کنندگان، برخی از کدهای استخراجی در بازبینی

ابزار اصلی جمع‌آوری داده‌ها به‌صورت برگزاری مصاحبه انفرادی به شیوه مصاحبه نیمه ساختار یافته بود. مصاحبه‌ها تا رسیدن به مرحله اشباع نظری ادامه یافت تا دیگر مقوله جدیدی از مصاحبه‌ها استخراج نگردد. سوالات مصاحبه در زمینه اخلاق حرفه‌ای تنظیم گردیدند. جهت روایی و پایایی از روش بازبینی مشارکت‌کنندگان با ارائه یافته‌ها به مصاحبه‌شوندگان جهت تایید، رد یا اصلاح آن‌ها استفاده گردید. از نرم‌افزار MAXQDA2020، برای کدگذاری مصاحبه‌ها و بدست آوردن کدهای باز، محوری و انتخابی استفاده گردیده است. جهت تحلیل این-که آیا تفاوت معناداری در توزیع کدها در سه تم اصلی وجود دارد یا خیر

رعایت اخلاق در برابر سازمان را ارجح می‌دانند. سپس به ترتیب برای آن‌ها، رعایت اخلاق در برابر کارکنان تولید و محیط سازمان در درجه اهمیت بعدی قرار دارند. شکل ۱ خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش در سه تم اصلی را ارائه می‌دهد.

مجدد با برخی مصاحبه‌شوندگان مورد اجماع نظر قرار نگرفتند یا غیراخلاقی تشخیص داده شدند که حذف شدند. در جدول ۳ برخی از کدهای حذف شده آورده شده است. جدول ۴ فراوانی کدهای محوری در بین سه تم اصلی آورده شده است. مطابق جدول ۴ مدیران تولید

جدول ۲: کدهای باز، محوری و انتخابی استخراج شده مصاحبه‌ها

کدهای باز (معانی فرموله شده)	کدهای محوری (خوشه‌ها)	کدهای انتخابی (تم‌های اصلی)
عدم تحمیل اضافه کاری اجباری به پرسنل در موارد اضطراری مانند تعمیرات دوره ای یا عقب افتادن از برنامه تولید	عدم تحمیل فشار کاری مضاعف به کارکنان تولید	فردی
عدم اجبار به انجام وظایف خارج از تخصص کارکنان تولید		
پذیرش عذر موجه کارکنان	مدارا با کارکنان تولید	
پذیرش مسئولیت در برابر خطاهای کارکنان		
تلاش در جهت استفاده از کارکنان دارای پتانسیل بالاتر در امور مهمتر تولید	شایسته سالاری	
تلاش در جهت استفاده از مجموع ظرفیت کارکنان در فرآیند تولید		
رعایت احترام بین تمام کارکنان	مدیریت اخلاقی در برابر کارکنان	
در دسترس بودن جهت حل مشکلات تولید و کارکنان		
رعایت اخلاق و انصاف در مواقع بروز اختلاف بین واحدهای مختلف تولید		
تلاش در جهت رشد فردی و سازمانی کارکنان	تلاش در جهت رشد کارکنان	
پیگیری برنامه‌های آموزشی کارکنان در جهت تربیت نیروی متخصص		
تلاش در جهت گسترش دانش تولید بطور یکنواخت و متناسب با تخصص کارکنان	رعایت عدالت بین کارکنان	
تلاش در جهت رعایت عدالت در انتصاب مناصب سازمانی در بخش تولید		
عدم ایجاد انحصار بخش یا بخشهایی از فرآیند تولید به فرد یا افرادی خاص		
تلاش برای رسیدن به میزان تولید در نظر گرفته شده در برنامه تولید سازمان	اولویت دادن اهداف و منافع سازمان	سازمانی
تلاش در جهت کاهش هزینه های تولید		
تلاش در جهت افزایش بهره وری سازمان		
کنترل مداوم فرایندهای تولید به منظور شناخت گلوگاههای تولید		
ارائه گزارشات دقیق و منطبق با واقعیت به سازمان	صداقت در برابر سازمان	
صادق بودن با سازمان در مورد مشکلات تولید		

انعکاس صادقانه وضعیت تولید به سازمان	تقدم مصالح سازمان بر موقعیت شخصی	
جلوگیری از آسیب به لوازم و ماشین آلات تولید با استفاده بیشتر از ظرفیت آنها		
جلوگیری از فرسودگی لوازم تولید با انجام تعمیرات و اصلاحات به موقع		
جلوگیری از فرسودگی کارکنان به دلیل فشارهای کاری تولید		
استفاده از حداکثر طول عمر لوازم، قطعات و ماشین آلات	کاهش هزینه‌های تولید	
جلوگیری از هدررفت مواد اولیه و منابع تولید		
برنامه‌ریزی دقیق در جهت کاهش تولیدات اسکرپ (تولیداتی که خارج از استاندارد بوده و به بازار عرضه نمی‌شوند)		
استفاده از نوآوری‌های جدید صنعت و تحقیقات دانشگاه در فرآیند تولید محصولات	استفاده از دانش روز در جهت تولید محصولات	
استفاده از واحد تحقیق و توسعه در جهت بروزرسانی محصولات با تکنولوژی‌های روز و نیازهای مصرف‌کننده		
حفظ کیفیت حداقلی محصولات مطابق با استانداردهای سازمان	حفظ و افزایش کیفیت محصولات	
تلاش در جهت افزایش مداوم کیفیت محصولات		
تلاش در جهت رعایت استانداردهای مصوب سازمان	الزام به خط مشی شرکت	
حفظ خوش‌نامی شرکت		
حرکت در جهت خط مشی شرکت		
برنامه‌ریزی در جهت اهداف تولید آینده شرکت		
تلاش در جهت کاهش آسیب‌های زیست محیطی در فرآیند تولید	تلاش در جهت توسعه پایدار سازمان	محیطی
رعایت الزامات و استانداردهای آلاینده‌ها		
تلاش در جهت توسعه پایدار سازمان و تولید		
استفاده از قطعات یا ماشین آلات ساخت داخل در امر تولید	استفاده از ظرفیتهای محیط سازمان	
همکاری با سازمانهایی که می‌توانند در امر تولید همکاری کنند		
اولویت دادن به تولیدات مورد نیاز مبرم در محیط سازمان	اولویت دادن به نیازهای محیط سازمان	
در نظر گرفتن نیازهای واقعی مشتریان سازمان		
تلاش در جهت تولید محصولات با کیفیت		
تلاش در جهت رعایت استانداردهای محصول		
حرکت در راستای مسئولیت‌های اجتماعی سازمان در حوزه تولید	رعایت مسئولیت‌های اجتماعی سازمان	

جدول ۳: برخی کدهای حذف شده به دلیل عدم اجماع نظر یا غیراخلاقی تشخیص داده شدن از نظر مصاحبه‌شوندگان

ارتقا کارکنان تولید برحسب سابقه کار
مدارا با کارکنان به‌هنگام آسیب‌های وارده به ماشین‌آلات تولید بر اثر خطای کارکنان
مدارا با کارکنان به‌هنگام عقب افتادن از برنامه تولیدی اعلامی از سوی سازمان
عدم اعلام مازاد تولید ماهانه به سازمان به‌منظور پوشش دادن عقب‌افتادگیها از برنامه تولید در ماه‌های آتی
عدم گزارش آسیب‌ها و اتفاقات قابل اغماض به سازمان به‌منظور حمایت از کارکنان بخش تولید
رعایت مساوات در پرداخت پاداش به کارکنان

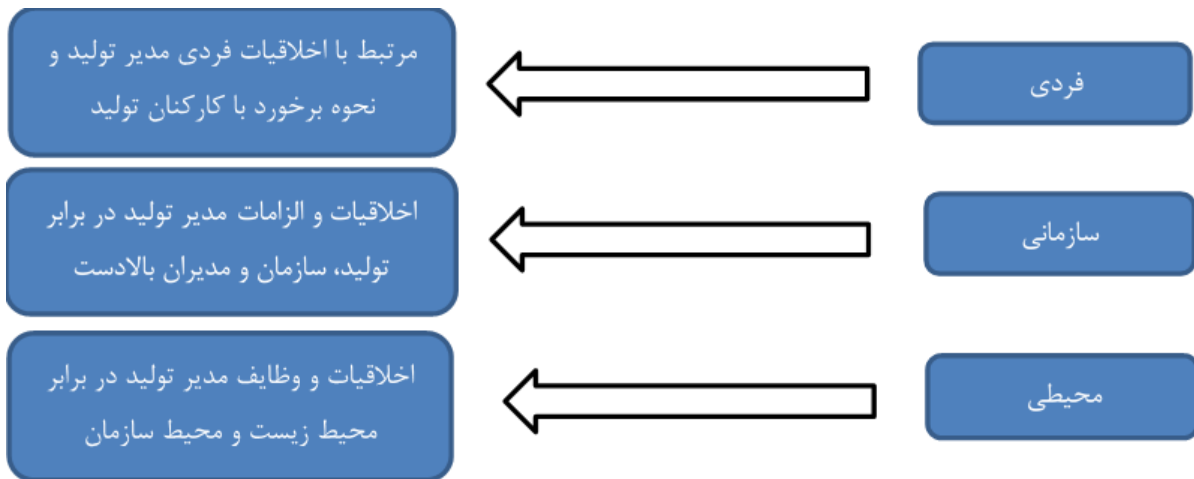
عدم ارائه جزئیات تولید به سازمان به منظور داشتن قدرت مانور بیشتر برای مدیر تولید

جدول ۴: فراوانی کدهای محوری در بین سه تم اصلی

تم اصلی	درصد کدهای محوری تم اصلی از کل کدهای محوری استخراجی
فردی	۳۵٪
سازمانی	۴۱,۵٪
محیطی	۲۳,۵٪

تفاوت معناداری ندارد ($\chi^2=4.963, df=2, p=0.084$) با این حال، از نظر توصیفی، تم سازمانی بیشترین سهم را در گزاره‌های اخلاقی مدیران تولید به خود اختصاص داده است.

جهت تحلیل این که آیا تفاوت معناداری در توزیع کدها در سه تم اصلی وجود دارد یا خیر از آزمون کای اسکوئر استفاده گردید. هدف از تحلیل فوق بررسی این نکته بود که آیا تفاوت معناداری در میزان اهمیت دادن مدیران به گزاره‌های اخلاقی در برابر افراد، سازمان یا محیط وجود دارد یا خیر. آزمون کای اسکوئر نشان داد که توزیع کدهای محوری بین سه تم فردی (۳۵٪)، سازمانی (۴۱,۵٪) و محیطی (۲۳,۵٪) از نظر آماری



نگاره ۱: خلاصه تم‌های اصلی یافته‌های پژوهش

حرفه ای و اخلاق مدار بودن مدیران آن سازمان است. عمده فشار و مسئولیت یک سازمان بر دوش مدیران تولید است که ناخودآگاه این فشار به کارکنان تولید منتقل می‌شود و در این بین مدیر تولید چنانچه فاقد اخلاقیات فردی و حرفه‌ای باشد می‌تواند در مواقع بحرانی فشار مضاعف و خارج از حدود اخلاقی را بر کارکنان اعمال کند به خصوص این که مطابق یافته‌های پژوهش بیشترین فراوانی گزاره‌ها در تم سازمانی می‌باشد و مدیران تولید رعایت گزاره‌های اخلاقی در برابر سازمان را بر افراد مقدم می‌دانند. بعنوان مثال وقتی به دلایلی واحد تولید از برنامه تولید اعلامی سازمان عقب می‌افتد مدیر تولید می‌تواند غیراخلاقی عمل کند و ساعات و فشار کاری مضاعفی بر پرسنل تولید تحمیل کند. رعایت عدالت در بین پرسنل و در عین حال رعایت شایسته‌سالاری^{۱۳} دارای مرز باریکی می‌باشند که به راحتی یک مدیر را می‌تواند به سمت بی‌اخلاقی هدایت کند زیرا از یک سو می‌بایست در بین پرسنل در انتصابات، پاداشها و... عدالت را رعایت کند و از طرفی به

بحث

نتیجه این پژوهش، یافته‌های پژوهشی در باب اخلاق حرفه‌ای مدیریت و عوامل موثر در اخلاق حرفه‌ای مدیریت، که اخلاق حرفه‌ای را در سه سطح فردی سازمانی و فرا سازمانی (محیطی) طبقه بندی کرده است (۶) را تایید می‌کند در پژوهشی دیگر محققان به طراحی مدل حرفه‌ای در سازمان پرداختند که یافته‌های حاصل پژوهش ایشان نیز الگوی سیستم را جهت پیاده سازی اخلاق حرفه‌ای در سه بعد فردی سازمانی و محیطی ارائه می‌دهد (۱۲). مطالعه دیگری اخلاق و مباحث اخلاقی را در سه حوزه مهم طبقه‌بندی می‌کند: احترام برای محیط اجتماعی، احترام برای محیط زیست، احترام به نسلهای آینده (۱۳). برخی صاحب‌نظران در بحث اخلاقیات فردی و در اهمیت اخلاق‌ورزی مدیران به ویژه مدیران عالی تا جای پیش می‌روند که معتقدند اگر مدیر فاقد اخلاق نیکو باشد یا درست کار نباشد روح و حیات سازمان را تباہ می‌کند (۱۴) بنابراین اولین بحث در ساخت یک سازمان اخلاقی^{۱۲}، داشتن اخلاق

وسيله درآمدها، هزینه‌ها و سودها اندازه‌گیری می‌شود و عملکرد اجتماعی که در قالب تعهدات آن سازمان در داخل و خارج نسبت به دیگران بیان می‌شود، می‌باشند (۱۵) به عبارتی باید بین عملکردهای اقتصادی و عملکردهای اجتماعی توازن و تعادل ایجاد گردد لیکن مباحث اخلاقی در این بین مشکل‌ساز است. تحقیقات نشان می‌دهند سازمان‌هایی که اخلاق مدارترند موفق به کسب وفاداری و رضایت مشتری و در نهایت کسب وضعیت رقابتی برای سازمان می‌شود. (۱۶ و ۱۷) باید توجه داشت که محیط رقابتی همواره به صورت بی‌رحمانه‌ای میان رقبا در یک حوزه کاری خاص انتخاب می‌کند و کسانی که نتوانند بهتر به نیازهای محیط پاسخ دهند و اعتماد محیط کاری خود را جلب کنند، ناگزیر از رقابت کنار می‌روند (۱۸) هرچند در عمل به دلیل تعارض ذاتی بین عملکرد اقتصادی و گزاره‌های اخلاقی سازمان در برابر محیط و به تبع آن عملکرد اجتماعی، در عمل سازمان‌ها عملکرد اقتصادی را بیشتر مورد توجه قرار می‌دهند دلیل عمده آن را می‌توان این مطلب دانست که، اخلاق و مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأثیراتی مثبت بر موفقیت سازمان در درازمدت دارد و سازمان‌هایی که پای‌بندی و تعهد بیشتری به اصول اخلاقی دارند، ارزش افزوده بیشتری در بازار داشته و عملکرد مطلوبتری را نشان می‌دهند (۱۹) ولی در کوتاه مدت آثار زیادی در عملکرد شرکت نشان نمی‌دهند به همین جهت اکثر سازمان‌ها منافع کوتاه‌مدت را ترجیح می‌دهند. در مطالعه‌ای درباره شرکت‌های مشاور نشان داده شد که شرکت‌های مشاور منافع کوتاه‌مدت حاصل از طرح‌ها را به منافع بلندمدت ترجیح می‌دهند. (۲۰)

با توجه به یافته‌ها و نتایج تحقیق پیشنهاد می‌گردد:

- نقش حیاتی واحدهای تولید در سازمان و حساسیت‌های فرآیند تولید، باعث وارد آمدن فشارهای مضاعف چه از سوی سازمان و چه از سوی محیط سازمان و چه کارکنان حاضر در این واحد بر مدیران این واحدها می‌شود که این فشارها می‌توانند سبب عدول آن‌ها از مرزهای اخلاق حرفه‌ای گردند از سوی دیگر و مطابق یافته‌های این پژوهش مدیران این واحدها، درگیر موضوعات متنوعی در حوزه اخلاق حرفه‌ای می‌باشند بنابراین سازمان‌ها در تدوین آیین‌نامه‌های اخلاقی^{۱۵} مرتبط با محیط تولید می‌بایستی مولفه‌ها و شرایط خاص حاکم بر محیط و فرآیند تولید را در نظر بگیرند.
- پیشنهاد می‌گردد سازمان‌ها و مدیران بالادست با متعادل کردن انتظارات و درک شرایط خاص حاکم بر فرآیند تولید و وظیفه سازمان در قبال محیط سازمان، سازوکاری را فراهم آورند تا مدیران تولید بدون واژه از دست دادن جایگاه خود در سازمان و بدون تحمل فشارهای سازمان مبنی بر عدم درک از فرآیند و مشکلات تولید، بتوانند صداقت و اخلاق را در چه در برابر کارکنان تولید و چه در برابر سازمان رعایت کرده در راه ساختن سازمان اخلاقی گام بردارند.
- پیشنهاد می‌گردد که سازمان‌ها، با ارجحیت دادن منافع بلندمدت بر منافع کوتاه‌مدت و به طبع آن با اولویت‌بخشی به محیط سازمان و

افراد شایسته بهای بیشتری بدهد که در تقابل با عدالت بین فردی می‌باشد. تم اصلی دیگر رعایت اخلاق در برابر سازمان است اصلی‌ترین خوشه این تم اولویت دادن اهداف سازمانی می‌باشد زیرا این درواقع پاسخ به اعتماد سازمان است مانند تلاش برای رسیدن به میزان تولید در نظر گرفته شده در برنامه تولید سازمان، تلاش در جهت کاهش هزینه‌های تولید، تلاش در جهت افزایش بهره‌وری سازمان، کنترل مداوم فرایندهای تولید به منظور شناخت گلوگاه‌های تولید^{۱۴} و... علاوه بر اینکه جز وظایف یک مدیر تولید است ولی در عین حال یک بحث اخلاقی برای یک مدیر تولید در برابر سازمان است که به دوام و بقای سازمان کمک می‌کند و موجب گسترش گزاره‌های اخلاقی در سازمان می‌گردد. فشارهای سازمانی و تمایل به حفظ موقعیت و جایگاه سازمانی باعث می‌شود تا مدیران تولید از ارائه گزارش‌های واقعی به سازمان و مدیران عالی سازمان خودداری کنند یا برخی موارد و مشکلات را منعکس نکنند زیرا مطمئن نیستند که واکنش سازمان و مدیران عالی به نفع آنها نباشد. آسیب به لوازم و ماشین آلات تولید با استفاده بیشتر از ظرفیت آنها جهت رسیدن به برنامه تولید سازمان یکی از مسائلی است که بحث اخلاق مدیریت در برابر سازمان را به چالش می‌کشد زیرا از یک سو در جهت تحقق اهداف سازمان است ولی از سویی دیگر باعث آسیب جدی به سازمان در درازمدت می‌شود که برخی مدیران تولید در ظاهر با توجیه تحقق اهداف سازمان ولی در باطن با عدم صداقت و تلاش در جهت حفظ موقعیت خود در سازمان، عدم رعایت اخلاق در برابر سازمان را موجه جلوه می‌دهند بنابراین در تدوین اخلاق حرفه‌ای سازمان و سیاست‌های استراتژیک سازمان باید عواملی چون عدم تحمیل فشارهای مضاعف از سوی مدیران و سیاست‌های سازمان بر مدیران تولید و مولفه‌ها و شرایط خاص حاکم بر محیط تولید را مدنظر قرار داد. این نتیجه با نتایج برخی تحقیقات انجام شده در این زمینه مطابقت دارد. (۱۲) تم دیگر محیطی یا فراسازمانی می‌باشد. از گزاره‌های اخلاقی مدیران در برابر محیط سازمان می‌توان به تلاش در جهت کاهش آسیب‌های زیست محیطی در فرآیند تولید، تلاش در جهت توسعه پایدار سازمان و تولید اشاره کرد بخصوص مدیران فرآیندهای تولید پیوسته و تولیدات معدنی در صورت ملزم نبودن به رعایت کدهای اخلاقی در برابر محیط می‌توانند آسیب‌های فراوانی به محیط سازمان وارد می‌کنند هرچند در مورد رعایت گزاره‌های اخلاقی در مورد محیط سازمان، بیش از مدیران تولید برعهده کلیت سازمان است و مدیران تولید معمولاً دنبال - کننده سیاست‌های اخلاقی سازمان در برابر محیط می‌باشند مانند الزام سازمان به مسئولیت‌های اجتماعی، تعهد به توسعه پایدار و عدم آسیب رساندن به محیط زیست در فرآیند تولید. چون رعایت ارزشهای اخلاقی در برابر محیط سازمان معمولاً دارای هزینه‌های بالایی است که مدیران تولید نقش چندانی در تدوین و اجرای این سیاست‌ها ندارند. چنانچه سازمان خود را ملزم به رعایت ارزشهای اخلاقی در برابر محیط سازمان بداند مدیران تولید نیز توانایی اجرای تعهدات اخلاقی خود در برابر محیط سازمان را خواهند داشت. بحث اخلاق در حقیقت عمده‌ترین چالش مدیریت است زیرا بیانگر تقابل بین عملکرد اقتصادی که به

اخلاقی و عبور از گزاره‌های اخلاقی را که به بابت فشارهای وارده امکان بروز دارند یا خود مرتکب شده‌اند را بازگو کنند که مطمئناً به دلیل برخی ملاحظات مصاحبه‌شوندگان، تمامی این موارد بازگو نشده و در مصاحبه‌ها منعکس نگردیده است.

سپاسگزاری

نویسندگان مقاله مراتب قدردانی و تشکر خود را از مصاحبه‌شوندگان اعلام می‌دارند که علی‌رغم عهده‌دار بودن مسئولیت‌های سنگین و به-طبع آن کمی وقت، حاضر به در اختیار قراردادن وقت ارزشمند خود در جهت تهیه این پژوهش شدند.

واژه نامه

1. Business Ethics	اخلاق کسب‌وکار
2. Positivist Methodology	متدولوژی اثبات‌گرایی
3. Social Responsibilities	مسئولیت‌های اجتماعی
4. Professional Ethics	اخلاق حرفه‌ای
5. Organizational Ethics	اخلاق سازمانی
6. Practical Decision	تصمیم عملی
7. Production Management	مدیریت تولید
8. Paradigm	پارادایم
9. Ethical Codes	گزاره‌های اخلاقی
10. Inductive Approach	رویکرد استقرایی
11. Grounded Model Theory	مدل داده بنیاد
12. Ethical Organization	سازمان اخلاقی
13. Meritocracy	شایسته سالاری
14. Production Bottlenecks	گلوگاه‌های تولید
15. Code of Ethics	آیین‌نامه اخلاقی

رویکرد توسعه پایدار در اتخاذ تصمیمات کلان، مدیران را در انجام وظایف اخلاقی خود در قبال محیط سازمان یاری برسانند چرا که رعایت این بخش از اخلاق حرفه‌ای مدیریت، بیش از مدیران تولید، به سازمان، ترجیحات و تصمیمات کلان سازمانی وابسته است.

از جمله محدودیت‌های این تحقیق می‌توان به مردانه بودن محیط‌هایی که این پژوهش در آن‌ها انجام یافته و در اقلیت بودن کارکنان زن در این محیط‌ها اشاره داشت. همچنین این مطالعه بر روی سازمان‌هایی که کالای فیزیکی تولید می‌کند و کارگرمحور هستند انجام یافته و نتایج تحقیق ممکن است با سازمان‌هایی که خدمات ارائه می‌دهند و کارمندمحور هستند متفاوت باشند که می‌توانند زمینه تحقیق بیشتر در آینده باشند.

نتیجه گیری

مطابق پژوهش انجام یافته گزاره‌های اخلاقی یک مدیر تولید در سه تم اصلی فردی (گزاره‌های اخلاقی مدیر تولید در برابر کارکنان تحت امر)، سازمانی (الزامات اخلاقی مدیر تولید در برابر سازمان) و محیطی (تعهدات اخلاقی در برابر محیط سازمان) طبقه بندی می‌شود که جهت مراعات این گزاره‌ها در محیط تولید و با توجه به فشارهای مضاعف بر مدیران تولید در جهت نیل به اهداف سازمان و اهداف تولید، سازمان‌ها باید در تدوین آیین‌نامه‌های اخلاقی شرایط خاص تولید را در نظر بگیرند، و با متعادل‌سازی انتظارات و ترجیح دادن منافع بلندمدت و توسعه پایدار بر منافع کوتاه‌مدت، مدیران تولید را در رعایت هر سه تم اخلاق حرفه‌ای و ساخت سازمان اخلاقی یاری رسانند.

ملاحظه های اخلاقی

در انجام مصاحبه‌ها با مدیران تولید سعی گردید تا با ایجاد فضایی دوستانه و اطمینان بخشی از بابت محرمانه بودن اسامی، مصاحبه‌شوندگان به صداقت در گفتار تشویق شوند تا تمامی جنبه‌های بی-

References

1. Peikani J. from folk morality to moral philosophy. *Meta Physics*. 2014; 49(16): 129-142. (In Persian). <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.20088086.1392.5.16.8.6>
2. Ebrahimi N, Mehrabian A, Didekhani H. Analysis of the Relationship between Entrepreneurial Supply Chain Management and Organizational Performance with Regard to the Role of Ethics. *Ethics in Science and Technology*. 2022; 17(2): 161-169. (In Persian). <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22517634.1401.17.2.21.3>
3. Rezaeian FS, Ghazinoory S. Modeling of the role of ethics in the success of knowledge management systems. *Science and Technology Policy*. 2011; 3(2): 65-80. (In Persian). <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.20080840.1389.3.2.6.8>
4. Shirazi A, Yazdi VS. Analyzing the relationship between business ethics and customer orientation of employees with customer sacrifice. *Ethics in Science and Technology*. 2014; 9(3): 124-133. (In Persian). <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22517634.1393.9.3.12.0>
5. Khazaei Z. Rationality of ethics. *Religious thoughts*. 2007; 21: 23-50. (In Persian). <https://doi.org/10.22099/jrt.2013.1319>
6. Rezaei M, Deljoo GH, Ghorbanizadeh V, Khashei V. Explain and evaluate the factors affecting the professional ethics of management. *Ethics in Science and Technology*. 2023; 18(2): 77-84. (In Persian). <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22517634.1402.18.2.11.0>
7. Haghigi MA et al. *Organization Behavior Management*. Tehran: Termeh Publication. 2004. (In Persian).

8. Karimi A, Farazyani F. Analyzing the relationship between ethical culture and organizational ethics and occupational involvement. *Ethics in Science and Technology*. 2021; 15(4): 155-162. (In Persian). <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22517634.1399.15.4.20.2>
9. Tayyebi Abolhasani A, Azizian kolkhoran Z. Strategic project management with emphasis on ethics and organizational values. 2nd International Conference on Modern Research in Management economics and Accounting. 2016. Available at: <https://civilica.com/doc/440027>
10. Radmard S. Investigating the impact of professional ethics of managers on the safeguarding of human rights. *Public Organizations Management*. 2017; 5(2): 129-142. (In Persian).
11. Detienne KB, Ellertson CF, Ingerson MC, Dudley WR. Moral development in business ethics: An examination and critique. *Journal of Business Ethics*. 2021; 170(3): 429-48. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04351-0>
12. Presjohn R. Strategic management and programming. Translated by: Khalil Shoorini SH. Tehran: Yadvareh Publication. 2005. (In Persian).
13. Azar A, Rabie M, Gheitasi F. Ethics in Management Science. *Ethics in Science and Technology*. 2008; 3(1): 61-75. (In Persian).
14. Etemadi H, Rahmani H. Examination on the ethics of earning management. *Ethics in Science and Technology*. 2010; 4(3): 79-89. (In Persian).
15. HesMer El T. Ethics in management. Translated by: Arabi SM, Izadi D. Tehran: Cultural research Publication. 2011. (In Persian).
16. Lahouti Ashkevari J, Zakeri M. Impact of professional ethics training of marketers on customer loyalty. *Ethics in Science and Technology*. 2020; 15(3): 159-163. (In Persian). <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22517634.1399.15.0.22.6>
17. Ansari M, Hoseini A, Rahmani H, Seifi S. Effect of professional ethics on the loyalty of bank Keshavarzi Bank: A case study of Rudan city. [M.A thesis]. Marvdasht: Islamic Azad University. 2012. (In Persian).
18. Singhapakdi A. Perceived importance of ethics and ethical decisions in marketing. *Journal of Business Research*. 1999;45(1):89-99. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(98\)00069-1](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(98)00069-1)
19. Yaghoubi M, Farrokh Seresht B, Agha Ahmadi GA, Taghi Pourian MJ. Job Commitment Model (as Part of Professional Ethics) in Employees of Public Organizations. *Int. J. Ethics & Soc*. 2022; 3(4): 33-43. <http://dx.doi.org/10.52547/ijethics.3.4.33>
20. Shirmohmadi M, Asgharizadeh EA. Professional ethics pathology in it consultant firms (enterprise architecture projects). 2010; 5(1): 74-83. (In Persian).