اخلاق حرفه‌ای در تعاونی‌های کشاورزی

دکتر محمد باقر آرایش[1*]، دکتر محسن موسایی[2]، ناهید احسانی[3] *

1. گروه ترویج کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام
2. گروه ترویج کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد گچساران
3. گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام

(تاریخ دریافت: 96/12/12، تاریخ پذیرش: 96/2/26)

مقاله مروری

چکیده

زمینه: تعاونی‌ها به‌عنوان اشکال متفاوتی از کسب‌وکار تلقی می‌شوند که بر همکاری جمعی اعضاء جهت دستیابی به اهداف سازمانی تأکید می‌کنند. اعتماد، قلب یک تعاونی کشاورزی بوده و پایه و اساس اعتماد، اخلاق است. این مطالعه، چرایی توجه به اخلاق را در تعاونی‌ها مورد بررسی قرار می‌دهد. تأکید بر رفتار اخلاقی کسب و کار، می‌تواند به افتراق و یا تقویت تعهد و وفاداری اعضاء تعاونی‌ها کمک نماید. در این مطالعه به چالش‌ها و چاره‌های اخلاق حرفه‌ای در تعاونی‌های کشاورزی توجه شده است.

نتیجه‌گیری: وجود فشارهای زیاد به مدیران تعاونی‌ها برای دستیابی به بالاترین پس انداز و سود، اداره تعاونی‌ها به‌مثابهٔ یک شرکت خصوصی از سوی تعدادی از مدیران، وجود تعداد زیاد رقبا و کمبود مشتری، افزایش پیچیدگی‌های بازار، الزام‌های تغییر ساختار بخش کشاورزی و کاهش سوددهی مزارع از مهم‌ترین محرک‌های بروز رفتارهای غیراخلاقی در حوزه مدیریت تعاونی‌های کشاورزی هستند. اکثریت تعاونی‌های کشاورزی با چالش‌هایی غیراخلاقی نظیر طفره رفتن از مسئولیت‌های شغلی، روابط و معاملات تجاری با خویشاوندان، دوستان و ...، پاداش‌های فروش، قیمت‌گذاری و تجربه تجارت غیرقانونی مواجه هستند. مدیریت اخلاقیات، شناسایی موضوع، توضیح ارزش‌ها، تصمیم‌گیری اثربخش، حمایت سازمانی و تعهد مهم‌ترین اقدامات سازمانی جهت بهبود فرایند اخلاقی در تعاونی‌های کشاورزی هستند.

کلید واژگان: *اخلاق حرفه‌ای، تعاونی‌های کشاورزی، تقویت اخلاق، چالش‌های اخلاقی*

سرآغاز

تعاونی‌ها به‌عنوان نهادهای برخاسته از متن جامعه، نقش انکارناپذیری در توسعه اقتصاد روستایی داشته و منبع مشارکت و تحرک بخشی نیروی انسانی در نیل به توسعه درون‌زا و پیشبرد فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی بوده‌اند. در گذشته انتظار از تعاونی‌ها در کشورهای در حال توسعه، معطوف به خواست دولتمردان بوده است. با توجه به ناکارآمدی نظام خرده دهقانی درایجاد تحرک و پویایی در بخش کشاورزی، تعاونی‌های تولید روستایی ابزار مناسبی برای بهبود وضعیت کشاورزی هستند. تعاونی‌های تولید در زمینه توزیع منافع حاصل از رشد بخش کشاورزی، ایجاد اشتغال پویا و مولد، توسعه مشارکت مردمی در بخش کشاورزی پایین آوردن ریسک سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی، کاهش هزینه‌های دولتی در تولید و ... نقش مؤثر و منحصربه‌فردی ایفا می‌نمایند(1).

تعاونی‌های کشاورزی در ایران، با مشکلات عدیده مانند آگاهی محدود اعضاء از اصول و فلسفه شکل‌گیری تعاونی‌های تولید، گرایش تعاونی‌ها به ارائه خدمات، ضعف آموزش اعضاء تعاونی، محدودیت سرمایه تعاونی‌ها، گرایش تعاونی‌ها به دولت، بحران عدم اعتماد به ارکان تعاونی‌ها، ضعف اطلاع‌رسانی در تعاونی، نامشخص بودن اولویت وظایف و اهداف تعاونی برای مردم و کاهش حس مشارکت‌پذیری اعضاء و بی‌تفاوت شدن آنها به مسائل تعاونی و نیز با چالش‌های مربوط به بحران اخلاق و اصول اخلاقی مواجه بوده‌اند.

این مطالعه، برخی از مسائل اخلاقی مشترک در کشاوری را با نگاهی ویژه به اخلاق حرفه‌ای در تعاونی‌های کشاورزی مورد بررسی قرار داده و پیشنهاداتی را در زمینه چگونگی بهبود استانداردهای اخلاقی ارائه می‌نماید.

حرفه و تمایز آن از کار:

واژه حرفه[1] کاربردهای فراوان داشته و مفهوم آن از تطور تاریخی فراوانی برخوردار بوده است. عام‌ترین کاربرد حرفه، پیشه، شغل، کار و کسب است. مفهوم اصطلاحی حرفه از دیرباز متفاوت با کار[2] و حتی شغل[3] به‌کار رفته است. اشتغال[4]، روزی به‌دست آوردن از طریق اشتغال[5] و اختیار در کار و اشتغال از مؤلفه‌های حرفه هستند. حرفه، یک کار اختیاری است. خدمت محوری[6]، مثمربه‌ثمر بودن، مفید بودن یا مطلوبیت اجتماعی حرفه[7]، برخورداری از دانش، مهارت و توانایی از مهم‌ترین مؤلفه‌های حرفه تلقی می‌گردند.

حرفه در واقع، مجموعه‌ای از فعالیت تولیدی و آبادگرایانه می‌باشد که

* نویسنده مسؤول؛ نشانی الکترونیکی: Arayesh @ ilam-iau.ac.ir

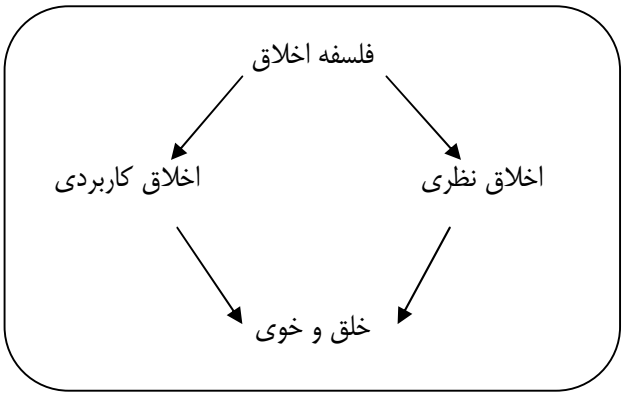
[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.4.3.1]

به‌ازاء مزد (نقدی یا جنسی) با میل و اراده صورت می‌گیرد. لذا فرد حرفه‌ای را به‌عنوان عضوی از یک گروه اجتماعی و بهره‌مند از خدمات مفید و ارزش محور و صاحب دانش، نسبت به حوزه کاری خویش تعریف نموده‌اند(2).

اخلاق: نظری وکاربردی

واژه اخلاق کاربردهای فراوان دارد. گاهی آن را وصف حالت یا رفتار می‌دانیم و گاهی مراد از آن، دانش نظام‌مند بوده است(3). دانش ناظر بر اخلاق، دارای دو سطح معرفتی علم اخلاق و فلسفه اخلاق می‌باشد.(نگاره1).



نگاره 1: سطوح علم اخلاق

علم اخلاق در هر دو گرایش نظری و عملی به بیان بایدها و نبایدها، مسئولیت‌ها و فضایل اخلاقی می‌پردازد. تحلیل مبادی تصوری و تصدیقی آن برعهده معرفت درجه دوم به نام فلسفه اخلاق یا فرا اخلاق[8] است. یک مسئله ارزشی یا اخلاقی شامل یک رشته فعالیت‌های مشخص یک فرد در یک محدوده زمانی هستند که ممکن است برای دیگران سودمند یا مضر باشند(4). مراد از کارکرد اخلاقی نیز اقدام متقابل به کارکرد صحیح اخلاقی مناسب، شایسته، منصفانه، قابل قبول و مطلوب بر پایه تئوری‌های فلسفه اخلاقی و رفتار صحیح و درست بوده است(5).

چنین تفسیری از کارکردهای اخلاقی، در تجزیه و تحلیل فعالیت‌های ویژه در تعاونی‌ها به‌دلیل ناتوانی در شناسایی حوادث کاربردی و کارکرد اخلاقی خیلی سودمند و مفید نبوده‌اند(4). در حقیقت، مردم به‌دلیل برخورداری از ارزش‌ها و معیارهای متفاوت، دارای استدلال متفاوت بوده و بر همان اساس نیز اقدام به تصمیم‌گیری می‌نمایند(6).

اخلاق حرفه‌ای[9]:

صاحبان حرفه، از دانش اخلاق، انتظار بیان نظام‌مند مسئولیت‌های اخلاقی در حرفه و تشخیص دقیق و حل اثربخش مسائل اخلاق در اخلاق حرفه‌ای را دارند(2). در رویکرد سنتی به اخلاق حرفه‌ای تمرکز اصلی متوجه مسئولیت اخلاقی افراد در مشاغل، حرف و رویکرد جدید (رویکرد مدیریت استراتژیک به اخلاق حرفه‌ای)، متوجه مسئولیت‌پذیری سازمان با نگرش سیستمی می‌باشد(7). در دنیای معاصر، اخلاق کسب وکار شرطی لازم برای موفقیت در تجارت قلمداد می‌شود(9 و 8 و5). ملاحظات اخلاقی در تعاونی‌ها و موقعیت‌های متفات متغیر می‌باشند. لذا، اخلاق حرفه‌ای یک فرایند پایان‌ناپذیر برای تعاونی‌ها نیست که بتوان آن را کشف نمود. به‌عبارت دیگر، اخلاق برای تعاونی‌ها یک فرایند دینامیک است که از طریق ایجاد تغییرات طبیعی مداوم در نگرش جوامع و انتظارات آنها به‌دست می‌آید. بنابراین، اخلاق حرفه‌ای یک فرایند مورد استفاده، جهت انتظارات مشترک همه تعاونی‌ها و شرکت‌های پیچیده رسمی یا غیررسمی انتخاب شده و جایگزین یک سری منظم و گسترده مسائل در حرفه‌هایی از قبیل ظرافت، صداقت و عدالت می‌باشد(9).

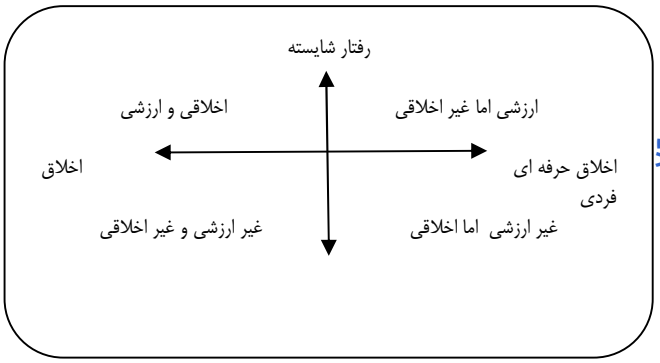
اخلاق حرفه‌ای در مقابل اخلاق فردی

اگرچه اخلاق حرفه‌ای و فردی به هم نزدیک و مرتبط هستند، اما هر دو به یک معنی نیستند. اخلاق فردی ناظر به وجدان، معنویت باورها، ارزش‌ها، اصول، نگرش‌ها و اعتقادات دربارهٔ درستی یا نادرستی یک پدیده بوده و تکمیل کننده رفتار فرد در جامعه و ارتباط اجتماعی او خارج از یک چارچوب حرفه‌ای می‌باشد (4). هر چند اخلاق حرفه‌ای نیز همین موارد را مورد بحث قرار می‌دهد و شامل انتظارات متقابل ما از دیگران و همچنین دیگران از ما می‌باشد. اخلاق حرفه‌ای، درواقع همان ارزش‌های فردی نمی‌باشد. اخلاق، انتظارات اجتماعی برای یک گروه و یا شخص خاص را بیان می‌کند(8 و 5).

ممکن است از نظر یک فرد، بروز یک رفتار، ارزش محسوب شود. درصورتی‌که همین رفتار از دیدگاه فرد دیگری، ضد ارزش تلقی می‌شود. بعضی از رفتارهای جمعی غیرقابل قبول از قبیل ممنوعیت دروغ‌گویی، قتل، دزدی و یا خیانت در درون جامعه وجود دارد. تفاوت‌های فردی در اصول اخلاقی، به‌صورت واقعی در دنیای حرفه‌ای مورد استفاده قرار گرفته‌اند(1). در نگاره (2) خلاصه‌ای ازاین نوع آلترناتیوهای اجتماعی و رفتار انفرادی مورد بررسی قرار گرفته است موقعیت‌های اجتماعی دو نوع از آلترناتیوهای رفتار فردی (شایسته و ناشایسته) و اخلاق (فردی و حرفه‌ای) را با هم ترکیب نموده است که در نتیجه آن چهار نوع مختلف از تئوری‌های اخلاقی- ارزشی حاصل شده است. (ربع اول) ارزش- اخلاق (ربع دوم) غیرارزش و غیراخلاقی (ربع سوم) غیرارزشی اما اخلاقی (ربع چهارم).

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.4.3.1]



نگاره2: رفتار زندگی شخصی (5)

شخصیت مبتنی بر اخلاق[10]

شخصیت مبتنی‌بر اخلاق، در برگیرنده اهداف، انگیزه‌ها و نیات افراد می‌باشند. این چنین نظام‌های اخلاقی، نه تنها از این نظر که باید کاری را درست انجام دهیم، دارای اهمیت هستند، بلکه از این نظر که ما چه می‌خواهیم انجام دهیم، نیز حائز اهمیت هستند. در این رهیافت، نیات، انگیزه‌ها، خصایص و امیال تصمیم‌گیرندگان تعیین کننده مسائل اخلاقی، حرفه هستند. انگیزه‌های درونی یا روانی یک فرد پرهیزگار، باعث می‌شود که او خوب باشد، زیرا که باعث می‌شود که فرد احساس خوبی درباره افراد و فعالیت‌هایشان داشته باشد.

اگر ما با این نظر موافق باشیم که در درون بشر، برای انجام روابط اجتماعی، نیرویی وجود دارد که او را به‌سمت علائق خود و تمایلات طبیعی خود هدایت می‌کند. بنابراین، ما می‌توانیم ببینیم که نیروهای ویژه‌ای باید وجود داشته باشند که او را به سمت جبران خواهش‌های طبیعی هدایت کنند. ازجمله این نیروها، تشویق و حمایت‌های خارجی است که توسط قوانین و فشارهای اجتماعی ایجاد می‌شود. اما یک نیروی عمیق‌تر و پایدارتر در مردم وجود دارد که قابل ستایش و اخلاقی است و آن، تمایلات آفرینش درونی آنهاست(10).

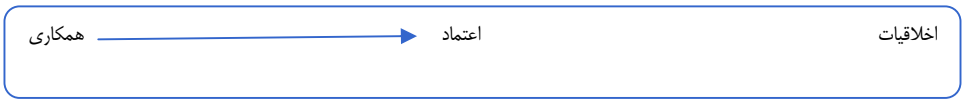
یکی از موضوعات نگران‌کننده برای تعاونی‌ها این است که دریابند که معیار اخلاقی و غیراخلاقی بودن علائق و رفتارهای آنان چیست؟ به‌عنوان مثال، برای عضو یک تعاونی، چه نوع اخلاقی می‌تواند نسبت به سایر حرفه‌ها بهترین رفتار به شمار آیند؟ هر چند رهبران تعاونی ممکن است به‌صورت غیرعمدی و یا از روی ناآگاهی درباره انگیزه‌های آنها و یا رفتارهای مناسب اعضاء تجویز نمایند(11) .

با کاربرد تئوری اخلاق، طبیعی است که برخی معضلات نیز، افزایش یابند. این اتفاق زمانی رخ خواهد داد که تصمیم گرفته شود که نیروهای تصمیم گیرنده، یک اصل را قربانی حقوق دیگران نمایند (15و 14و 13و 12و 10). بیشتر مردم از جمله رهبران تعاونی‌ها، ادعا می‌کنند که نیت پاک و برتری مطلوبی دارند، حتی اگر این نیات توسط دیگران، غیراخلاقی تلقی شود. توجیه این افراد، عدم تشخیص و ناهماهنگی بین نیت و رفتار واقعی خواهد بود(10). افرادی که به‌دلایل شخصی، پاکدامنی و حسن نیت را رها می‌کنند، حتی اگر این عمل، بر اثر فشار و یا اجبار باشد، از طرف دیگران یک عمل اخلاقی تلقی می‌شود. ممکن است فشارهای مالی باعث شود که رهبران تعاونی‌ها، مشتریان را مجبور کنند که اصول اخلاقی و پاکدامنی رفتارها را رها کنند. هر چند چنین رفتارهایی ممکن است مورد قضاوت شخصی قرار گرفته و ممکن است که این رفتارهای ما توسط دیگران غیراخلاقی تلقی شود.

مشکل چیست؟ رعایت اخلاق یا تقویت آن؟ چگونه؟

اعتماد، در قلب یک تعاونی قرار دارد. بدون اعتماد، مردم نمی‌توانند ارتباط داشته باشند. مردمی که باهم کار می‌کنند، باید آگاه بوده و به هم اعتماد داشته باشند. برای مردم خیلی مشکل است که به هر کسی اعتماد کنند بدون اینکه آنها به اصول اخلاقی پایبند باشند. یک جزء مهم در ایجاد اعتماد بین اعضاء و سازمان تعاونی، روش‌های اخلاق حرفه‌ای می‌باشد(13).

استانداردهای اخلاقی بالا در هر جایی وجود دارند. ایجاد اطمینان اساسی و پایه برای فعالیت‌های تعاونی ضروری است. وقتی یک کارکرد اخلاقی، هنجار می‌شود، به‌طور منظم با افزایش سطوح ارتباطی و افزایش درک و فهم، مردم بیشتر ددوست دارند که به هر کسی اعتماد کنند (6). ایجاد اطمینان ددر هر گروهی در درازمدت و صرف‌وقت زیاد رخ می‌دهد(16).



نگاره3. چرخه رعایت اخلاق به‌عنوان ویژگی منحصربه‌فرد تعاونی‌ها(6)

هرچند علاقه زیادی به موفقیت به سبک سیستم‌های مدیریت ژاپنی در کارخانجات وجود دارد و مواردی از قبیل چرخه‌های کیفیت و مدیریت جامع کیفیت و با تأکید بر ایجاد کارگروهی در میان کارگزاران به‌کار گرفته می‌شود و این‌ها بر ایجاد تیم‌هایی که اعتماد سازی نموده و در محل کار، وفاداری و صداقت به‌وجود آورند، تأکید دارند.

مسائل و چالش‌های اخلاقی مبتلا به تعاونی‌ها[11]

رهبران کشاورزی با مشکلات و معضلات متعدد اخلاقی، مواجه هستند. اعضاء تعاونی‌ها اغلب دربارهٔ تصمیم‌سازی و رفتار در سطوح محلی، منطقه‌ای، ملی، به اخلاقیات وابسته هستند، آنها احساس می‌کنند، هنوز پیشنهاد کافی برای حل مسائل وجود ندارد. معضلات

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.4.3.1]

اخلاقی، اغلب در سیاست‌های قیمت‌گذاری و ترفندهای حقوقی، آگهی‌های فروش، روش‌ها و مشوق‌های فروش، رفتار و برخورد حرفه‌ای با دوستان و وابستگان، کم‌توجهی رهبری و مسئولیت‌پذیری اعضاء نمایان می‌شود. تعداد زیادی از این تصمیمات دارای اهمیت بوده و الزام اخلاقی، برای ایجاد اعتماد و وفاداری اعضاء ایجاد می‌کند(16).

توجه به اخلاق حرفه‌ای، نقش بسیار مهمی در تعاونی‌های کشاورزی ایفا نموده و آنها را متفاوت می‌سازد. یک عضو وفادار و معتمد، برای تعاونی از اهمیت خاص برخوردار می‌باشد. افزایش هماهنگی از طریق تماس‌های رسمی یا هماهنگی عمومی در کشاورزی، کلید همبستگی می‌باشد که باید توسط تعاونی‌ها شناسایی شوند. به هر صورت، اکثریت تعاونی‌های کشاورزی با مشکلات و چالش‌های اخلاقی متنوعی مواجه هستند که می‌تواند به نوبه خود اثربخشی آنها را تحت تأثیر قرار دهد(17).

طفره رفتن از مسئولیت‌ها[12]

تعدادی از اعضاء هیئت مدیره تعاونی‌های کشاورزی بسیار سهل‌انگار شده‌اند. این طفره رفتن از مسئولیت‌ها اغلب به مدیران اجازه می‌دهد تعاونی را مانند تجارت خودش اداره نمایند. درحالی‌که واضح است که سرپرست‌ها نباید درگیر تصمیم‌گیری روزانه شوند. آنها باید اهداف کلی و سیاست‌ها را تعیین کنند و میزان پیشرفت حاصل شده در جهت رسیدن به هدف را بسنجند. شانه خالی کردن از مسئولیت‌ها زمانی اتفاق می‌افتد که سرپرست‌ها با مدیران نمی‌توانند اطلاعات یا مهارت‌های لازم برای انجام مسئولیت‌شان را به‌دست آورند(6).

روابط و معاملات تجاری با خویشان، دوستان یا مدیریت در کسب و کارهای خصوصی:

مدیران و سرپرست‌ها برای پست‌های شغلی، اولویت را به دوستان و خویشاوندان خود می‌دهند، حتی ممکن است فردی با شایستگی کم‌تر را استخدام کنند. سرپرست‌ها سودهای قیمت‌ها را به دوستان یا آشنایان خود اعطا می‌کنند. این‌درحالی است که دادن پرداخت‌های مساعده به دوستان یا آشنایان سرپرست‌ها، غیراخلاقی است(8و 6).

پاداش‌های فروش[13]

اکثر تعاونی‌ها با مشکلات اخلاقی در زمینهٔ پذیرفتن هدایا و بذل و بخشش‌ها روبرو هستند. این جوایز کذایی، مشکلات اخلاقی به‌وجود می‌آورند. نه تنها برای تصمیم‌گیری برای خرید بلکه در تصمیم‌گیری دربارهٔ اینکه چه کسی پاداش‌ها را دریافت کند(6).

قیمت‌گذاری[14]

یکی از اشکال غیراخلاقی در تعاونی‌های تولیدی، پیشنهاد مزایدهٔ محصول به کشاورزان انتخاب شده می‌باشد که با مزایده‌های پست شده، متفاوت است. کاملاً مشخص و واضح است که دروغ گفتن دربارهٔ مزایده‌های محصول، غیراخلاقی است. در برخی موارد، فروش‌ها، پایین‌تر از هزینه متغیر قیمت‌گذاری می‌شوند یا محصول در حدکم‌تر از هزینه‌های جابه‌جایی متغیر، خریداری می‌گردند(13و 8).

تجارت غیرقانونی[15]

همه اقدامات غیرقانونی مانند دزدی، تبانی، تقلب، عدم پرداخت بدهی در قراردادها و جعل محصول، غیراخلاقی تلقی می‌شوند(18).

چرایی رفتارهای غیراخلاقی در تعاونی‌ها:

- فشار زیادی روی مدیران وجود دارد که به بالاترین پس‌انداز با کمترین قیمت‌ها برسند (19).
- در برخی موارد، مدیران، تعاونی را مانند یک شرکت خصوصی اداره می‌کنند. آنان اخلاقیات را رها نموده و تسلیم فشارهای اعضاء و مشتریان و فروشنده‌ها می‌شوند(20).
- ممکن است تعداد زیادی تعاونی وجود داشته باشد. پذیرفتن از دست دادن یک مشتری، بسیار دشوار است. هرچه که تعداد مزارع کم‌تر شود، اندازه مزارع افزایش می‌یابد و ما به‌التفاوت ناخالص کاهش می‌یابد.
- با پیچیدگی و افزایش تعداد تعاونی‌ها و ازدیاد قوانین و مقررات، شغل مدیریت یک تعاونی هر روز پیچیده‌تر می‌شود و کسانی که لیاقت و صلاحیت بیشتری برای عضویت در هیأت مدیره دارند، اغلب تمایلی به‌این کار ندارند(19).
- ساختار در حال تغییر کشاورزی به‌این معنی است که تعداد کمی از کشاورزان قدرت اقتصادی بیشتری نسبت به مدیران تعاونی دارند. بعضی از اعضای تعاونی‌ها اعتقاد دارند انعقاد قرارداد با تولیدکننده‌ها منجر به رقابت بین تعاونی‌های کشاورزی و تولید کننده‌های انفرادی می‌شود(21).
- کاهش سوددهی مزرعه، در کنار خرابی‌های مربوط به آب و هوا (سیل و قحطی‌ها) بسیاری از کشاورزان را در موقعیت‌های مالی پرخطر قرار داده است، حتی برخی از آنها در آستانهٔ ورشکستگی قرار گرفته‌اند. این مسأله به کم رنگ شدن اخلاقیات کمک می‌کند (21).

ابراز بهبود رفتار اخلاقی در تعاونی‌ها

واقعیت آن است که «اخلاق خوب و پسندیده در تعاونی‌ها بلافاصله اتفاق نمی‌افتد، بلکه باید برنامه‌ریزی شود»(6). اکثر فلاسفه اعتقاد دارند که، مردم به‌ندرت برای رفتار غیراخلاقی برنامه‌ریزی می‌کنند. در عوض، اوضاع نامساعد اخلاقی ناشی از تعارض الزام‌های شخصی، سازمانی یا حرفه‌ای است. افراد، اغلب فاقد مهارت‌های کافی برای مذاکره و تبادل نظر دربارهٔ این اوضاع نامساعد و یا تصمیم‌گیری‌های اخلاقی هستند. برای تعاونی‌ها، فشارهای رقابتی، پیچیدگی سازمانی روز افزون و تناقض‌های نظم دهنده احتمال روبرو شدن مدیران،

مقاله مروری
فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال سیزدهم، شماره 3، 1397
[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.4.3.1]
[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

کارکنان، سرپرست‌ها و اعضاء با دو راهی‌های اخلاقی را افزایش می‌دهد (22).

اقداماتی که یک سازمان باید انجام دهد تا اخلاقیات اعضایش را بهبود دهد عبارتنداز: (23)

- مدیریت اخلاقیات[16]: سازمان باید اخلاق را بخش جدایی‌ناپذیر تصمیمات مدیریتی قرار دهد.
- شناسایی موضوع: سازمان باید موضوعاتی اخلاقی و معنوی فعالیت‌های روزانه‌ای سازمان را تشخیص دهد و تصمیم بگیرد که کدام موضوعات و فعالیت‌ها مقدم هستند.
- توضیح ارزش‌ها: ارزش‌های سازمانی باید مطابق فرهنگ بزرگ‌تر باشند.
- تصمیم‌گیری: در تصمیم‌گیری‌های پیچیده، معمولاً بیش از یک انتخاب اخلاقی وجود دارد که نباید موردی باشد. بلکه باید نشأت گرفته از اصول ذاتی باشند.
- حمایت سازمانی: حمایت‌های فرهنگی و سازمانی باید شناسایی شوند. قضاوت‌های اخلاقی نباید موردی باشد. بلکه باید نشأت گرفته از اصول ذاتی باشند.
- تعهد: تصمیمات نیازمند تعهد تمامی سهام داران سازمان می‌باشد.

راهنمایی برای تصمیم‌گیری در مورد اخلاقی بودن یک اقدام:(6)

- *قانون طلایی*: این قانون بیان می‌کند که بروز رفتار در نزد یک فرد تابعی از انتظار فرد از بروز رفتار دیگران است. و طبیعی می‌باشد که دیگران نیز همین انتظار را از رفتار شما داشته باشند.
- *اخلاق حرفه‌ای*: فرد فقط کارهایی را انجام می‌دهد که طبق چارچوب هدف همکاران حرفه‌ای، درست تلقی شود.
- *امر مطلق کانت*: امر مطلق از دید کانت این است که همواره باید طوری رفتار کرد که بتوان اراده کرد، قاعده عمل ما یک «قانون عام» و کلی برای همه انسان‌ها باشد.

علامت‌های خطر، اقدامات غیراخلاقی در تعاونی‌های کشاورزی:

چندین علامت خطر را درون سازمان‌های کاری می‌توان شناسایی نمود که بیانگر رفتار بالقوه غیراخلاقی است‌این علامت‌ها برای ارزیابی اولیهٔ اینکه یا تعاونی شما در معرض خطر است یا نه، می‌توانند مناسب باشند(24).

- یک تعاونی زمینه رفتار غیرقانونی را ایجاد می‌کند درصورتی‌که بر درآمدهای کوتاه بیش از درآمدهای بلند مدت تأکید نماید.
- هر تعاونی که مدام ارزش‌های اخلاقی داخلی یا حرفه‌ای را نادیده می‌گیرد یا خلاف آنها عمل می‌کند در معرض خطر است. این خطر درصورتی کاهش می‌یابد که تعاونی، استانداردهای حرفه‌ای را در فرهنگ سازمانی ادغام نماید.
- هر تعاونی که همواره دنبال راه حل‌های ساده برای مشکلات اخلاقی است، در معرض خطر اخلاقی است. اغلب موقعیت‌ها مبهم هستند پیچیدگی نیاز به تحلیل و بررسی با فکر دارد.
- یک تعاونی اگر تمایل نداشته باشد یک موضع اخلاقی اتخاذ کند، وقتی‌که تصمیم‌اش هزینهٔ مالی به همراه داشته باشد، تشویق به پیدا کردن راه حل میان بر می‌شود.
- یک تعاونی زمانی در خطر است که مشکلات اخلاقی را به بخش حقوقی می‌فرستد. اخلاقیات به معنی تسلیم شدن در برابر قوانین و مقررات موجود نیست.
- یک تعاونی در معرض خطر اخلاقی است، اگر به اخلاق صرفاً به‌عنوان یک ابزار ارتباط عمومی نگاه کند. ارتقای تصویر شهرت اخلاقی یک تعاونی، توسط مطالب مطبوعاتی تعیین نمی‌شود.
- هر تعاونی‌ای که با کارکنانش نسبت به مشتریان رفتار متفاوتی داشته باشد، در واقع مروج و تقویت‌کننده رفتار غیراخلاقی است.
- در هر تعاونی که عملکردش غیرمنصفانهٔ ا اختیاری باشد، استانداردهای ارزیابی در خطر هستند. نبود استانداردها، منجر به طرفداری و پارتی بازی می‌شود که به کالبد اجتماعی سازمان حمله می‌کند.
- یک تعاونی همواره در معرض ریسک می‌باشد، اگر فاقد رویه‌ها و خط مشی اساسی برای حل مشکلات و چالش‌های اخلاقی خویش باشد.

برای تعاونی‌ها، درک دلیل وجودشان، اهداف و مأموریت‌شان، چگونگی تصمیم‌گیری‌شان و اینکه چه کسی مسئول است می‌تواند به جلوگیری از رفتار غیراخلاقی کمک کند. مدیریت سازمانی که برای رفتار اخلاقی و رفتار معنوی ارزش قائل می‌شود می‌تواند فضایی ایجاد کند که اعضایش به روند تصمیم‌گیری اخلاقی سرعت می‌دهند. استقلال معنوی و فرهنگ اخلاقی سازمانی دو معیار اصلی برتری اخلاقی در درون سازمان هستند(25) ▪ تصمیم برای رفتار اخلاقی یا غیراخلاقی تحت تأثیر عوامل فردی و موقعیتی، پیش زمینه شخصیت، تاریخچه تصمیم، فلسفهٔ مدیریتی و وضع مجدد می‌باشد. مدیریت اخلاق17 مستلزم این است که همه سطوح سازمان درگیر تلاش متمرکز شامل حمایت از اخلاق، اخلاق‌مدارانه، رفتارکردن، گسترش مکانیزم‌های گزینش، ارائهٔ آموزش اخلاقی، ایجاد واحدهای اخلاق، تقویت رفتار اخلاقی شوند(26).

نتیجه‌گیری

در این مطالعه، چالش‌ها و راه‌حل‌های اخلاقی فرا روی تعاونی‌های کشاورزی با رویکرد بهبود وضعیت آنها مورد بررسی قرار گرفت. مهم‌ترین سوالاتی که مورد توجه بودند عبارت بودند از اینکه: اخلاق چیست؟ انگاره‌های اخلاقی در حرفه کشاورزی به‌طور عام و تعاونی‌های کشاورزی به‌طور خاص کدامند؟ چالش‌های اخلاقی مبتلا به تعاونی‌ها کدامند؟ چرا و با چه محرک‌هایی باید اقدام غیراخلاقی در

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.4.3.1]

سازمانی تولید محور به نام تعاونی‌های کشاورزی، رخ دهد؟ ابزار بهبود رفتارهای اخلاقی در تعاونی‌ها کدامند؟ اصولاً چگونه و با چه علائمی پی ببریم که در مسیر اقدام غیراخلاقی در تعاونی‌ها گام برمی‌داریم و اینکه چگونه می‌توان، به مدیریت مبانی اخلاق در تعاونی‌ها اهتمام ورزید؟

تمام این سوال‌ها در قالب یک مطالعه توصیفی مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج تحقیق حاضر نشان داد که:

- تصمیم برای رفتار اخلاقی یا غیراخلاقی تحت‌تأثیر عوامل فردی و موقعیتی، پیش‌زمینه شخصیت، تاریخچهٔ تصمیم، فلسفهٔ مدیریتی و وضع مجدد می‌باشد. مدیریت اخلاقیات، شناسایی موضوع، توضیح ارزش‌ها، تصمیم‌گیری اثربخش، حمایت سازمانی و تعهد مهم‌ترین اقدامات سازمانی جهت بهبود فرایند اخلاقی در تعاونی‌های کشاورزی هستند.
- در نظر داشتن قانون طلایی، اخلاق حرفه‌ای و امر مطلق کانت مهم‌ترین راهنما جهت تصمیم‌گیری در مورد اخلاقی بودن یک اقدام می‌باشند.
- تأکید بر درآمدهای کوتاه‌مدت به‌جای رویکرد درازمدت به درآمدهای تعاونی‌ها، نادیده گرفتن ارزش‌های اخلاقی داخلی و حرفه‌ای، تأکید بر راه‌حل‌های ساده و پیش پا افتاده برای حل مشکلات اخلاقی، ایجاد یک محیط درونی تقویت‌کننده رفتارهای غیراخلاقی، ارجاع مشکلات اخلاقی به بخش حقوقی تعاونی‌ها، نگاه ابزاری به اخلاق به‌مثابه ارتباط عمومی، تبعیض در رفتار بین کارکنان تعاونی‌ها و مشتریان آنها از سوی مدیریت، عملکرد غیرمنصفانه و یا اختیاری و فقدان رویه‌ها و خط‌مشی‌های اساسی برای حل چالش‌های اخلاقی مهم‌ترین علائم خطر برای اقدامات غیراخلاقی در تعاونی‌های کشاورزی هستند.
- اکثریت تعاونی‌های کشاورزی با چالش‌هایی غیراخلاقی نظیر طفره رفتن از مسئولیت‌های شغلی، روابط و معاملات تجاری با خویشاوندان، دوستان و ...، پاداش‌های فروش، قیمت‌گذاری و تجربه تجارت غیرقانونی مواجه هستند.
- وجود فشارهای زیاد به مدیران تعاونی‌ها برای دستیابی به بالاترین پس‌انداز و سود، اداره تعاونی‌ها به مثابهٔ یک شرکت خصوصی از سوی تعدادی از مدیران، وجود تعداد زیاد رقبا و کمبود مشتری، افزایش پیچیدگی‌های بازار و تعداد تعاونی‌ها، الزام‌های تغییر ساختار بخش کشاورزی و کاهش سوددهی مزارع از مهم‌ترین دلایل و محرک‌های بروز رفتارهای غیراخلاقی در حوزهٔ مدیریت تعاونی‌های کشاورزی هستند.

ملاحظه‌های اخلاقی

در این پژوهش مؤلفه‌های مربوط به اخلاق پژوهش مانند امانت‌داری و حقیقت‌جویی و استفاده از همه منابع ذکر شده، مورد توجه جدی بوده است.

واژه‌نامه

1. Profession	حرفه
2. Work	کار
3. Job	شغل
4. Occupation	اشتغال
5. Paid Occupation	روزی به‌دست آوردن از طریق اشتغال
6. Service- Oriented	خدمت محوری
7. A Value- based service ideal	مطلوبیت اجتماعی حرفه
8. Meta ethics	فرا اخلاق
9. Professional ethics	اخلاق حرفه‌ای
10. Character- based ethics	شخصیت مبتنی‌بر اخلاق
11. Ethical problems posted to cooperatives	چالش‌های اخلاقی مبتلا به تعاونی‌ها
12. Shirking responsibilities	طفره رفتن از مسئولیت‌ها
13. Sale incentives	پاداش‌های فروش
14. Pricing	قیمت‌ذاری
15. Illegal business	تجارت غیرقانونی
16. Ethical management	مدیریت اخلاق

References

1. Baseri B, Sadeghi B, Kakhsar K. (2011). An examination of cooperatives performance in the Iranian agriculture. Journal of Economic Research; 10(3): 1-24. (In Persian).
2. Faramarz- Ghara Maleki A. (2008). Professional ethics in Iranian and Islamic civilization. 1st Ed. Tehran: Research Institute of Social and Cultural Studies Press. (In Persian).
3. Faramarz- Ghara Maleki A. (2007). Professional Ethics. 3nd ed, Tehran: Majnoom Press. In (Persian).
4. Jones TM. (1989). Can business ethics be taught? Empirical evidence. Business and Professional Ethics Journal; 8(2): 73-96.
5. Nasiri- Valikbani F, Navidi P. (2016). The relationship between professional ethics and organizational agility: the mediating role of cognitive empowering. Ethics in Science & Technology; 11(2): 61-69. (In Persian).
6. Henderson V. (1992). What is ethical in business? New York: Mc Graw- Hill.
7. Bommer M, Gratto C, Gravender J, Tuttle M. (1987). A behavioral model of ethical and unethical decision making. Journal of Business Ethics; 6: 265-280.
8. Dean PJ. (1992). Making codes of ethics 'real'. Journal of Business Ethics; 11: 285-290.
9. Faramarz- Ghara Maleki A. (2007). Ethical organizations in business. 1nd ed, Tehran: Majnoom Press. (In Persian).

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.4.3.1]
فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال سیزدهم، شماره 3، 1397

10. Pojman LI.(1990). Ethics: Discovering right and wrong. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.
11. Faham E, Akbari M. (2016). Corporate social responsibility and business ethics in agriculture. Ethics in Science & Technology; 11(3): 1-8. (In Persian).
12. Royer JS. (1992). Cooperative principles and equity financing: A critical discussion. Journal of Agricultural Cooperation; 7: 79-98.
13. Cook ML. (1992). Cooperative principles and equity financing: a discussion of J. S. Royer's critical discussion. Journal of Agricultural Cooperation; 7: 99- 104.
14. Fritzsche DJ. (1991). A model of decision making incorporating ethical values. Journal of Business Ethics; 10: 841-852.
15. Ingalsbe G. (1984). Cooperative principles and practices redefined for 5-minute explanation. Farmer Cooperatives; 3: 12-13.
16. Cavanaugh GF, Moberg DJ, Velasquez M. (1981). The ethics of organizational politics. Academy of Management Review; 6(3): 363. 374.
17. Raiborn CA, Payne D. (1990). Corporate codes of conduct: A collective conscience and continuum. Journal of Business Ethics; 9: 879-889.
18. Zakeri EA. (2006). Officials Ethics. 3nd ed. Tehran: Orroje Press. (In Persian).
19. Desjardins JR, McCall JJ. (1985). Contemporary Issues in Business Ethics. Belmont, CA: Wadsworth.
20. Goram S, Wood G. (2003). The dynamics of business ethics: A function of time and culture-cases and models. Management Decision; 4: 350-361.
21. Amanda HA. (1998). Productivity and work ethic. Work Study; 47(3): 79-86.
22. Laczniak GR, Murphy PE. (1991). Fostering ethical marketing decisions. Journal of Business Ethics; 10: 259-271.
23. Smith JE. (1990). Do the right things: Ethical principles and managerial decision making. SAM Advanced Management Journal; 55(4): 4-7.
24. Cooke RA. (1991). Danger signs of unethical behavior: how to determine if your firm is at ethical risk. Journal of Business Ethics; 10: 249-253.
25. Hoffman WM. (1986). What is necessary for corporate moral excellence? Journal of Business Ethics; 5: 233-242.
26. Stead WE, Worrell D, Stead JG. (1990). An integrative model for understanding and managing ethical behavior in business organizations. Journal of Business Ethics; 9: 233-242.

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.4.3.1]