

أخلاقيات الأعمال ودورها الرائد في تعزيز المسؤولية الإجتماعية لمنظمات الأعمال

Business ethics and its leading role in promoting the social responsibility of business organizations

صليحة شامي*

جامعة البليدة 2، الجزائر

chamisaliha@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2023/06/07

تاريخ القبول للنشر: 2023/03/15

تاريخ الاستلام: 2022/11/25

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور أخلاقيات الأعمال في تعزيز المسؤولية الإجتماعية لمنظمات الأعمال، وتم ذلك من خلال طرح نظري ومراجعة أدبيات البحوث حول أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود ارتباط وتداخل وثيق بين أخلاقيات الأعمال وتنفيذها والعمل بها بالشكل المطلوب وبين تعزيز المسؤولية الإجتماعية لمنظمات الأعمال، كون أخلاقيات الأعمال تهدف لتحديد القواعد التي تحكم وتضبط سلوكيات الأفراد، فكل القرارات الأخلاقية أساسها قيم الفرد، وتعد هذه القيم كأساسيات لتحقيق المسؤولية الإجتماعية التي تعتبر من أبرز وبأهم المعايير التي من خلالها يمكن لمنظمات الأعمال تحقيق التميز والتفوق.

الكلمات المفتاحية: أخلاقيات الأعمال، المسؤولية الإجتماعية، أبعاد المسؤولية الإجتماعية، منظمات الأعمال.

تصنيفات JEL: M21، M14.

Abstract:

This study aimed to know the role of business ethics in promoting the social responsibility of business organizations. And this was done through a theoretical design and review of the research literature on business ethics and social responsibility, The study reached several results, the most important of which is the existence of a close link and overlap between business ethics, its implementation and working with it as required, and the promotion of social responsibility for business organizations.

As business ethics aims to define the rules that govern and control the behavior of individuals derived from the values of the individual, the latter being the basis for achieving social responsibility, which is one of the most important criteria for achieving excellence.

Keywords: business ethics; Social Responsibility; Social Responsibility Dimensions; business organizations; reinforcement

Jel Classification Codes: M14, M21.

* المؤلف المراسل.

أصبح موضوع أخلاقيات الأعمال من المواضيع التي تحظى باهتمام متزايد في السنوات الأخيرة نتيجة لأسباب عديدة يقع في مقدمتها تزايد الفضائح الأخلاقية و النقد الموجه للأعمال التي تعتمد على منظمات الأعمال بعيدا عن إطار أخلاقي واضح وشفاف وفي ظل تزايد الضغط القادم من مؤسسات المجتمع المدني و جماعات الضغط الأخرى.

إن جوانب السلوك الأخلاقي وضرورة العمل بأخلاقيات الأعمال لا ترتبط بمجتمعات محددة، بل إنها أصبحت موضوعا حيويا مهما تواجهه منظمات الأعمال في الدول المتقدمة و النامية، فارتبط مفهوم الأخلاقيات بالعديد من المواضيع و المهام المتعلقة بالمنظمة و الموارد و الطاقات البشرية كالإدارة و العاملين و العمل و القيادة و المدبرين فهو يرشد و يعزز السلوك الجيد و هذا المفهوم أصبح من الأمور المهمة لشغل الوظيفة في المنظمة، ولهذا يتم استقطاب الأفراد ذوي الأخلاقيات العالية للعمل في المنظمة على أساس أن هؤلاء الأفراد هم الذين يجلبون الأخلاقيات لها أو أن المنظمة تستمد أخلاقياتها من الأفراد العاملين فيها.

كما أسهمت التحديات العالمية المعاصرة و منها العولمة في زيادة اهتمام المنظمات بثقافتها التنظيمية و مواردها البشرية و أصبحت أكثر استجابة لأخلاقيات الأعمال في أدائها لمسؤولياتها الإجتماعية التي تتطلب منها إنجاز أعمال مسؤولة إجتماعيا تجاه الأفراد العاملين و الأطراف الأخرى في بيئتها الخارجية بهدف إنجاز توقعات الأداء الاجتماعي للمجتمع.

وقد بدأت منظمات الأعمال في السنوات الأخيرة بالعمل على تعزيز برامج المسؤولية الإجتماعية في مختلف المجالات لاسيما في الإنتاج و العمليات، و ذلك انطلاقا من الإلتزام بالواجبات الإجتماعية و الأخلاقية للمنظمات.

1.1. الإشكالية: بات من المتفق عليه أن منظمات الأعمال ليست بمنظمات خيرية وإنما هاجسها الأول تحقيق أعلى معدلات الربحية، من هنا تبلورت فكرة وجوب تدكير هذه المنظمات بمسؤولياتها الاجتماعية و الأخلاقية حتى يكون تحقيق الربح عائدا عن أمور مقبولة أخلاقيا و قانونيا، علاوة على ذلك فإن الدور الرئيس الذي تلعبه منظمات الأعمال كونها المصدر الرئيس للثروة و توليد فرص العمل، يحتم عليها القيام بواجباتها الاجتماعية و وفقا للمفاهيم الحديثة، لذا يحاول البحث الموالي الإجابة عن دور الممارسة الفعلية لأخلاقيات الأعمال داخل منظمات الأعمال في ظل فلسفة مقارنة و مرجعية تعزز المسؤولية الإجتماعية للأفراد و منظمات الأعمال في ظل نظام متكامل، و عليه نسعى من خلال هذه الدراسة الإجابة عن الإشكالية التالية:

مادور أخلاقيات الأعمال في ترسيخ و تعزيز المسؤولية الإجتماعية لمنظمات الأعمال ؟

2.1. الأسئلة الفرعية: أمام هذا التساؤل الرئيسي يمكننا طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية لتلخص فيما يلي:

❖ ما المقصود بأخلاقيات الأعمال و المسؤولية الإجتماعية، و ما هي أبعادهما؟

❖ ما طبيعة العلاقة بين أخلاقيات الأعمال و المسؤولية الإجتماعية؟

❖ كيف تساهم أخلاقيات الأعمال في تعزيز المسؤولية الإجتماعية لمنظمات الأعمال؟

3.1. الفرضيات: للإجابة على الإشكالية الرئيسية و كذا الأسئلة الفرعية السابقة، قمنا ببناء دراستنا حول الفرضيات الآتية:

- تتوقف المسؤولية الإجتماعية لمنظمات الأعمال على مدى التزامها بالبعد الأخلاقي فقط؛
- طبيعة العلاقة بين أخلاقيات الأعمال و المسؤولية الإجتماعية هي علاقة تكامل؛
- لأخلاقيات العمل دور بالغ الأهمية في ترسيخ مفهوم المسؤولية الإجتماعية على مستوى منظمات الأعمال بما تحمله في طبيعتها من مبادئ و قيم و معايير و سلوكيات تعمل على تجسيد البعد الأخلاقي للمسؤولية الإجتماعية.

4.1. أهداف الدراسة: يسعى هذا البحث إلى توضيح الإطار العام لأخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية والتعرف على جوانبهما المختلفة كذلك التعرف على أثر أخلاقيات الأعمال على المسؤولية الاجتماعية، وذلك من خلال تحقيق الأهداف التالية:

- تأصيل المفاهيم الأساسية لكل من المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال والتعرف على جوانبها المختلفة؛
- تسليط الضوء على أهمية المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال كمؤشر ضبط لسلوكيات الأفراد في المنظمات مما يسمح لهذه الأخيرة من التعايش مع بيئتها وتحقيق مزيد من التطور والإرتقاء؛
- التوصل لضبط وتحديد طبيعة العلاقة بين أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية؛
- التعرف على الدور الذي تلعبه أخلاقيات الأعمال في تعزيز وترسيخ المسؤولية الاجتماعية على مستوى منظمات الأعمال؛
- تقديم بعض الإقتراحات التي تساهم في تعزيز المسؤولية الاجتماعية على مستوى منظمات الأعمال.

5.1. أهمية الدراسة: تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تتناول أحد السلوكيات الأخلاقية والاجتماعية لمنظمات الأعمال التي تحظى باهتمام مشترك بين منظمات الأعمال والمجتمع والبيئة المحيطة بالمنظمات، وذلك من خلال التطرق إلى مفهومي المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال باعتبارهما من المظاهر التي أصبح لا يمكن لمنظمات الأعمال اليوم أن تستغني عنها بأي شكل من الأشكال حيث يمثل هذا البحث إسهاما متواضعا يربط بين كل من المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال من خلال التعرف على دور أخلاقيات الأعمال في الإرتقاء بالمسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال، مع توضيح طبيعة العلاقة التي تربط بينهما وعليه يمكن أن تساهم نتائج هذه الدراسة في توجيه أنظار متخذي القرار في منظمات الأعمال نحو تبني مفهوم أخلاقيات الأعمال في الإرتقاء بالمسؤولية الاجتماعية.

6.1. منهج الدراسة: تم الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في دراسة وتحليل هذا الموضوع، من خلال التعريف بمختلف المفاهيم المرتبطة بأخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، عن طريق جمع المعلومات من مختلف المراجع وتحليلها.

7.1. هيكل الدراسة: قصد الإجابة على إشكالية الدراسة والأسئلة الفرعية تم التطرق إلى مفهوم أخلاقيات الأعمال من خلال تعريف أخلاقيات الأعمال، دوافع الإهتمام بها، مبادئها، أهميتها بالنسبة لمنظمات الأعمال، مصادرها ووسائل ترسيخ أخلاقيات الأعمال في المنظمات، ثم تطرقنا إلى أساسيات المسؤولية الاجتماعية من تعريف، أهمية وأبعاد، بعدها تعرضنا إلى تحليل مضمون العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، وآليات تجسيد الإلتزام الأخلاقي لترسيخ المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال، لتختتم هذه الدراسة بملخص لبعض النتائج والمقترحات.

8.1. الدراسات السابقة: هناك العديد من الدراسات التي بحثت في موضوع المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال سواء من نفس الزاوية أو من زاوية أخرى، كما حظي الموضوع بدراسات تطبيقية بمختلف الميادين والفروع، اخترنا البعض من الدراسات النظرية:

- دراسة سالم يعقوب وقواسمية العلمي التي جاءت بعنوان: "المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل دراسة مفاهيمية" هي عبارة عن مقال مقدم في مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 9، العدد 03، أوت 2021، الجزائر، هدفت الدراسة إلى تأصيل المفاهيم الأساسية لكل من المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل والتعرف على جوانبهما المختلفة حيث تناول المقال ماهية المسؤولية الاجتماعية من حيث مفهومها، الجذور التاريخية لها، أهميتها، عناصرها أبعادها وأهم معايير قياس المسؤولية الاجتماعية وكذا الإختلال الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية، كما تطرق إلى أخلاقيات الأعمال

من خلال مفهومها، أهميتها، مصادرها، وأهم مداخل أخلاقيات الأعمال، توصلت الدراسة إلى إعطاء مفهومين شاملين لكل من المسؤولية الإجتماعية و أخلاقيات الأعمال.

نلاحظ أن هذه الدراسة تتشابه في دراستنا فيما يخص متغيرا الدراسة المسؤولية الإجتماعية وأخلاقيات الأعمال أما الإختلاف يتمثل في أن هذه الدراسة لم تبحث في تأثير أخلاقيات الأعمال على المسؤولية الإجتماعية لمنظمات الأعمال، عكس دراستنا.

• دراسة زايد مراد و ساولي تسعديت التي جاءت بعنوان: " دور المسؤولية الإجتماعية للمنظمات في دعم أخلاقيات العمل" هي عبارة عن مقال مقدم في مجلة التحليل والإستشراف الإقتصادي، المجلد 2، العدد 01، أوت 2021، الجزائر، هدفت الدراسة إلى إبراز دور المسؤولية الإجتماعية في دعم أخلاقيات العمل، توصلت الدراسة إلى أن المسؤولية الإجتماعية للمنظمات من أهم المقاييس التي تستخدم في الحكم على مدى تميز وتفوق المنظمات، كما توصلت الدراسة إلى وجود ترابط كبير بين المسؤولية الإجتماعية وأخلاقيات الأعمال، إذ هناك ضوابط ولوائح تحكم العاملين و العمل وتوضح سياسة المنظمة، ولتوضيح السياسة والرؤية التي تتبعها المنظمة دور كبير في تعزيز العمل بأخلاقيات العمل، كما تعد أخلاقيات الأعمال من أساسيات النجاح لأنها تعكس ثقة المنظمة بموظفيها وأجهزتها وكذا ثقة المجتمع الذي تعمل في خدمته فالإلتزام بالأخلاقيات سوف يقود إلى تطوير العاملين.

نلاحظ أن هذه الدراسة تتشابه إلى حد بعيد من دراستنا فيما يخص متغيرا الدراسة المسؤولية الإجتماعية وأخلاقيات الأعمال، أما الإختلاف يتمثل في أن هذه الدراسة قد بحثت في تأثير المسؤولية الإجتماعية على أخلاقيات العمل عكس دراستنا التي بحثت في تأثير أخلاقيات الأعمال على المسؤولية الإجتماعية.

• دراسة بلعابد نجاة وبلعيد حياة، التي جاءت بعنوان المسؤولية الإجتماعية وأخلاقيات الأعمال في إطار إدارة الإنتاج والعمليات، هي عبارة عن مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، (14 – 15 فيفيري 2012)، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة بشار، الجزائر. حاولت الورقة البحثية تسليط الضوء على مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في إطار إدارة الإنتاج والعمليات من خلال التطرق إلى المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في إطار أنشطة المنظمة والوظائف الإدارية، ثم تحليل واقع المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لوظيفة الإنتاج والعمليات، باعتبار إدارة الإنتاج من أهم وظائف المنظمة فهي المسؤولة عن إنتاج سلعة أو خدمة التي تقدم للمستهلك لترضي حاجاته ورغباته وتطلعاته، فمن خلال هذه السلعة أو الخدمة تستطيع المنظمة بناء جسور الثقة مع الزبائن ومع مختلف فئات المجتمع، وهذا يتم من خلال اتخاذ العديد من القرارات التي من شأنها يتم تجسيد ملامح المسؤولية الاجتماعية، لذلك ينبغي علي الحكومات استخدام ما يعرف بالاقتصاد الإجتماعي والذي يوازن أو يفاضل بين عملية علاج المشكلات الاجتماعية الناتجة عن التقدم الصناعي وبين عدم انتظار وقوع تلك المشاكل أي الوقاية منها أولا وللعلم فان الاقتصاد الاجتماعي يهتم بدراسة الصحة والبيئة وغيرها من التأثيرات الاجتماعية والتي تكلف الدولة ماليا واقتصاديا الكثير.

نلاحظ أن هذه الدراسة تتشابه إلى دراستنا فيما يخص متغيرا الدراسة المسؤولية الإجتماعية وأخلاقيات الأعمال، أما الإختلاف يتمثل في أن هذه الدراسة تخصصت في البحث حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في إطار أنشطة المنظمة والوظائف الإدارية وبالضبط في إطار إدارة الإنتاج والعمليات، بخلاف دراستنا التي بحثت في العلاقة بين أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية في منظمات الأعمال.

❖ دراسة شريفي مسعودة و حاجي كريمة، التي جاءت بعنوان المسؤولية الاجتماعية و الثقافة التنظيمية في منظمات الأعمال المعاصرة - رحلة ألف ميل تبدأ بخطوة -، هي عبارة عن مداخلة ضمن الملتقى الدولي الثالث : منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، (14 - 25 فيفيري، 2012)، جامعة بشار، الجزائر حاولت الورقة البحثية تسليط الضوء على مفهوم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، و تفسير الإختلاف في نجاح منظمات في تبنيها للمسؤولية الاجتماعية و فشل أخرى. توصلت الدراسة إلى أن نجاح المنظمة المعاصرة مرتبط بمدى نجاحها في خدمة مجتمعها إلى حد بعيد لذا وجب على المنظمات أن تتحلى بروح المسؤولية اتجاه مجتمعها. وتسهر على تقديم الأفضل دوما وليس أحيانا. وهذا لا يتحقق إلا عن قناعة تامة، فالمسؤولية الاجتماعية لا يمكن فرضها وإنما يجب أن تنبع من قيم المنظمة ومبادئها. ولأن ثقافة المنظمة، تجسد الروح أو الإطار المعنوي والثقافي للمنظمة، فلا بد أن يبدأ العمل على تبني المسؤولية الاجتماعية منها، فإذا كانت ثقافة المنظمة قوية وقيمها متماسكة سهل على القائمين في المنظمة تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية، وإن كانت ضعيفة مهتزة القيم وجب تغييرها وتقوية مواطن الضعف فيها وتضمين مبادئ وقيم المسؤولية الاجتماعية فيها، يمكن القول أنه إذا نجحت المنظمة في إرساء ثقافة تنظيمية قوية تؤمن بالمسؤولية الاجتماعية تكون قد قطعت شوطا كبيرا في رحلتها نحو خدمة المجتمع والنجاح في تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية.

نلاحظ أن هذه الدراسة قد تناولت متغير المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال، ولكنها لم تتطرق لمفهوم أخلاقيات الأعمال و العلاقة بينها وبين المسؤولية الاجتماعية.

نلاحظ من خلال الدراسات السابقة أنها تناولت مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال من جوانب مختلفة عن الدراسة الحالية، والتي تبحث في طبيعة العلاقة بين أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية.

2. الإطار المفاهيمي لأخلاقيات الأعمال:

شهد تعريف أخلاقيات الأعمال تغيرات جوهرية على مر الزمن ولا يزال يتطور مع تقدم قيم المجتمع إذ لا يوجد تعريف يحضى بقبول عالمي، كما لا يوجد توافق في الآراء بشأن قائمة نهائية للقضايا التي يشملها، وقبل التطرق لتعريف أخلاقيات الأعمال ينبغي تدرج الطرح، تطرقنا لتعريف الأخلاق، الأخلاقيات والتمييز بينهما.

1.2. تعريف الأخلاق والأخلاقيات: بداية يجب التمييز بين مفهوم الأخلاق والأخلاقيات، فتعريف كلمة الأخلاق يواجه مفهوم الأخلاقيات، والمصطلحان مشتقان من نفس المصدر خلق، هناك من يعتبر أن للمصطلحين نفس المدلول وهناك من اعتبر أن الأخلاقيات تشمل الأخلاق.

1.1.2. تعريف الأخلاق:

- تدور كلمة أخلاق في اللغة غالبا حول: "الطبع والسجية، المروءة والدين"، حيث جاء في القاموس "الخلق بالضم السجية والطبع والمروءة والدين، وورد في لسان العرب "الخلق و الخلق السجية، فهو بضم الخاء وسكونها الدين والطبع والسجية، ويقول أيضا " وحقيقته أن الخلق، أنه لصورة الإنسان الباطنة، وهي نفسه، ولأوصافها ومعانيها المختصة بها بمنزلة الخلق لصورته الظاهرة وأوصافها ومعانيها ولهما أوصاف حسنة وقيحة. (السكران، 2011، صفحة 23)
- الأخلاق هي مجموعة مبادئ مدونة أو غير مدونة تأمر أو تنهى عن سلوكيات معينة تحت ظروف معينة وهي انعكاس للقيم التي يتخذها الفرد كمعايير تحكم سلوكياته. (الطراونة و ملحم، 2015، صفحة 338)
- عرفت بأنها المبادئ الأدبية والقيم التي تحكم أفعال وقرارات الأفراد أو المجاميع أو المنظمات (البكري، 2011، صفحة

- يقصد بالأخلاق بأنها السلوك الجيد أو السيئ المتعلق بشخص، جماعة أو منظمة. (LeTourneau, 2000, p. 4)
- عرفا (Robbins & Decenzo) الأخلاق على أنها مجموعة القواعد و المبادئ التي تحدد ما هو السلوك الصحيح و السلوك الخاطئ. (نجم ع.، 2010، صفحة 310)

من خلال التعاريف السابقة ترى الباحثة أن الأخلاق هي مجموعة من المبادئ والقيم والقواعد والمعايير التي تحكم تصرفات وسلوكيات الأفراد أو المجموعات أو المنظمات، على نحو يمكنهم من التمييز بين ما هو صحيح وما هو خطأ في مواقف الأعمال المختلفة.

2.1.2. تعريف الأخلاقيات:

- يعود أصل مصطلح الأخلاقيات (L'éthique) باللغة الفرنسية و (Ethics) باللغة الإنجليزية إلى الإغريق القدامى حيث كان يعني مصطلح (Ethos) الأفعال الحميدة، الحسنة و المقبولة من قبل المجتمع و التي تتوافق مع عاداته و تقاليده. (Balle & de Bay, 2001, p. 28)

- الأخلاقيات هي مجموعة القيم و المعايير التي يعتمد عليها أفراد المجتمع في التمييز بين ما هو جيد أو ما هو سيئ، بين ما هو صواب و ما هو خطأ. (نجم ع.، 2000، صفحة 18)

- الأخلاقيات مجموعة من القواعد و الأسس التي يجب على المهني التمسك بها و العمل بمقتضاها ليكون ناجحا في تعامله مع الناس و ناجحا في مهنته مادام قادرا على اكتساب ثقة المتعاملين معه من زملاء و زبائن و العاملين. (بطرس، 2000 صفحة 16)

من خلال استعراض التعاريف السابقة يمكن تعريف الأخلاقيات بأنها تطبيق المبادئ التي تميز بين الجيد والرديئ و بين الصحيح والخطأ.

3.1.2. التمييز بين الأخلاق و الأخلاقيات: تشير الأخلاق إلى قواعد مقننة و محددة من قبل سلطة خارجية تفرض على الوعي و السلوك الفردي، و في مقابل ذلك الأخلاقيات ينظر إليها على أنها ديناميكية شخصية أي هي التزام شامل و مبتكر من طرف الفرد بإعطاء معنى لما يقوم به باختياراته و وفقا لقيمه و أولوياته، و توافق ذلك مع ممارساته و تصرفاته، و الشخص الذي يتصرف وفقا للأخلاقيات فهو يتصرف بما يتوافق مع الواجب، و ذكاؤه هو من يوجهه في ذلك، و يتم اللجوء إلى الأخلاقيات في حال غياب القاعدة القانونية التي تحكم الفعل أو العمل، و بالتالي الأخلاقيات تمنح هامش من الحرية للفرد في العمل و اتخاذ العمل تاركة الإلتزام و الواجب لمجال الأخلاق، و أخيرا الجدير بالذكر ذكر مساهمة (Rojot Jacques) الذي من خلالها بسط الأمور على افتراض أن المصطلحين مستمدين من بعضهما البعض، فالأخلاق هي علم الخير و الشر يسمح بإنشاء الأخلاقيات التي هي فن توجيه التصرف و السلوك. (غريسي و عزوز، 2017، الصفحات 121-122)

و هذا لا ينفي وجود العلاقة بينهما حيث أن الأخلاقيات تطبق على الأغلب جزءا من السلوك الذي لا يغطي من قبل القانون. (خدیر، 2015، صفحة 131)

و الجدول الموالي يوضح الإختلاف بين الأخلاق و الأخلاقيات.

جدول 1: الفرق بين الأخلاق والأخلاقيات.

الأخلاقيات (Ethique)	الأخلاق (Morale)
التصرف وفقا لما يعتبر خيرا	التصرف يعتبر إلزاميا وفقا لما تفرضه المتطلبات والسلطة الخارجية
إرجاع العمل للبحث عن حياة مثالية	إرجاع العمل إلى معايير محددة سلفا
قيم فردية للمعايير المرجعية	قيم شاملة للمعايير المرجعية
وضع معايير الأخلاقيات وفقا للأهداف المرسومة	معايير الأخلاق إجبارية وتنطبق على الجميع
الجيد هو كل ما يعتبر خيرا	الجيد هو كل ما يتوافق مع المعايير والقواعد
السعي لتحقيق السعادة	البحث عن الكمال والمثالية
تطوير الذات	تجاوز الذات

المصدر: (Jean Francois Claud , 1998, L'éthique au service du management , Edition Liaisons, France p. 52)

من خلال استعراض مفهوم كل من الأخلاق والأخلاقيات يمكننا التمييز بينهما فالأخلاق (Morale) تتعلق بالذات أما الأخلاقيات (éthique) تشير إلى معايير مكتسبة، الأخلاق تدل على الصواب والخطأ وتعتبر كقيم مطلقة وسامية، أما الأخلاقيات تميز بين الجيد والسيئ وتعتبر قيم نسبية متأصلة بكل من الفرد الجماعة أو المنظمة، الأخلاق مجموعة القيم والمبادئ أما الأخلاقيات فتتمثل في تطبيق هذه القيم والمبادئ، الأخلاق هي علم الخير والشر يسمح بإنشاء الأخلاقيات التي هي فن توجيه التصرف والسلوك.

2.2. تعريف أخلاقيات الأعمال: إن وضع تعريف واضح ومحدد لأخلاقيات الأعمال يعد أمرا في غاية الصعوبة، لأنه يركز على مبادئ ومعايير تحكم سلوك الأفراد في بيئات مختلفة، فليس هناك تعريف محدد ودقيق لها، فالكثير من المتخصصين والدارسين لهذا الموضوع حاولوا تقديم التعريفات التي تساعد على فهم هذا المصطلح ومدلوله الأساسي، ونذكر من بين التعاريف ما يلي:

- تعرف أخلاقيات الأعمال بأنها: تحديد، تعزيز شرح وتشجيع الأخلاقيات في الحياة العملية اعتمادا على أخلاقيات المواطنة، حيث يتوجب على الكل فرديا وجماعيا تحمل المسؤوليات ضمن مجموعة من القيم المشتركة. (de bry, 2010, p. 23)
- هي تحليل وسائل تطبيق المعايير الأخلاقية للأفراد في قراراتهم الملموسة المتخذة داخل المنظمة والتي تؤثر على قرارات الجهات الفاعلة أو على المنظمة عموما. (Andre, 2002, p. 4)
- تعرف أخلاقيات الأعمال بأنها تحديد ما هو الصحيح والخطأ، الجيد والسيئ، النافع والضار في كل ما يتعلق بالقرارات والأعمال في معاملات ونشاطات المنظمة. (Weiss, 2006, p. 7)
- هي قواعد القيم السلوكية التي توجه صناعة واتخاذ القرارات وتمكن المديرين من التفرقة بين ما هو صحيح وجيد وما هو خاطئ وسيئ، ويرى البعض أن أخلاقيات الأعمال ما هي إلا تطبيق للمعايير الأخلاقية الفردية في مواقف الأعمال المختلفة. (الغالي، 2009، صفحة 102)
- تعرف أخلاقيات الأعمال على أنها تطبيق المعايير الأخلاقية الفردية في مواقف الأعمال المختلفة. (Williams, 2002, p. 37)
- يعرفها كل من (weihrich & Koontz) بأنها كل ما يتعلق بالعدالة والمساواة في توقعات المجتمع والمنافسة النزهاء والإعلان والعلاقات العامة والمسؤولية الإجتماعية وحرية الزبائن والتصرفات السليمة في البيئة المحلية والدولية. (Heinz & Harold, 1993, p. 70)

من خلال التطرق للتعريف السابقة ترى الباحثة أنه يمكن تعريف أخلاقيات الأعمال بأنها:

سلوكيات بشرية مبنية على نظام مكون من مجموعة من القواعد والأسس والقيم المبادئ والمعتقدات المستمدة من الدين والبيئة الإجتماعية، تكون مطلوبة في سلوك الموظفين أثناء القيام بأنشطة المنظمة، تتعلق بالتمييز بين ما هو صحيح وما هو خطأ توجه الفرد نحو التصرفات الصحيحة لتفادي الوقوع في الخطأ وذلك في إطار عملي محدد يهدف تحقيق المصلحة العامة، وعادة ما يتم تدوينها ضمن مدونة سلوك خاصة بالمنظمة.

3.2. دوافع الإهتمام بأخلاقيات الأعمال: حظيت أخلاقيات الأعمال بالإهتمام على نحو واضح وملفت للنظر، ويعزى هذا الإهتمام إلى عدة عوامل نوجزها فيما يلي: (رقابية، 2017، الصفحات 543-544)

- التحول في مفاهيم الكفاءة وأهداف المنظمات: كان هدف المنظمات في الجانبين النظري والعملي يركز على تحقيق الربح وفقا لقواعد السوق، مع مراعاة تعظيم قيمة المساهمين، إلا أن تركيز اهتمام المدراء على زيادة أسعار أسهم المنظمة على حساب مؤشرات الأداء أدى إلى تبرير ارتكاب ممارسات غير قانونية وخلق مشكلات أكثر خطورة وتكلفة وشاركت في انهيار عدة منظمات كبرى أمثال إنرون (Enron) وورلدكوم (Worldcom)؛
- تعقد وتداخل المصالح في المنظمات الحديثة: إن نتائج قرارات وأنشطة المنظمة لا تقتصر على المساهمين فحسب بل تؤثر على العاملين والموردين والعملاء، على اعتبار أن استراتيجية العمل الصحيحة تقتضي أن يهتم المديرين بمصالح جميع الأطراف التي لها علاقة بالمنظمة، لأن عدة دراسات تبين أن المنظمات التي يوجد فيها توازن بين مختلف المصالح (المساهمين، الإدارة، العاملين، العملاء... إلخ) حققت معدلات نمو ومعدلات أداء أعلى؛
- أخلاقيات الأعمال وارتباطها بالممارسة السليمة للحوكمة: في ظل البحث عن أدوات لمعالجة المشكلات والأزمات التي أدت إلى انهيار عدد من المنظمات بسبب عدم التزام المسؤولين فيها بأخلاقيات العمل، فقد نتجت مجموعة من الأسس والممارسات التي تحكم سلوك المنظمة وهو ما عرف بالإدارة الرشيدة والحوكمة، بما تضمنته من أسس ومبادئ الإطار التنظيمي الذي يمكن المنظمة من تحقيق أهدافها، وتحدد القواعد المتعلقة بكيفية اتخاذ القرارات الرشيدة؛
- الإهتمام بالتعليم والتدريب: فالتطور الأوسع في مجال أخلاقيات الأعمال نجده في مجال التعليم والتدريب، من خلال إدخالها في المقررات الدراسية كمقياس للتدريس، إعداد الندوات العلمية، وممارسات التسويق الداخلي للعاملين، وتحفيزهم ومنحهم الحرية ومشاركتهم في اتخاذ القرار وغيرها؛
- الإلتزام بروح القانون وأهمية البعد الإجتماعي: تؤدي الرؤية الضيقة لأخلاقيات الأعمال التي تقصر دور مشروعات العمل على مجرد تحقيق الأرباح ضمن إطار قواعد السوق إلى تجاهل ممارسات العمل الضارة، بسبب الإلتزام الحرفي بنصوص القانون وتجاهل روح القانون، والإبتعاد عن المسؤولية الإجتماعية للمنظمة؛
- العولمة وأخلاقيات العمل: تعد العولمة دافعا للإهتمام بأخلاقيات العمل، حيث برزت مدونات ومنظمات غير حكومية عبر شبكة الإنترنت تعكف على رصد المخالفات التي ترتكبها المنظمات، كما أن العولمة قد أوضحت مشكلة اختلاف الثقافات بين مديري الأعمال في ظل انفتاح الأسواق وتغلغل بعض الشركات في أسواق مختلفة حول العالم. ترى الباحثة إضافة لما سبق أن المنظمات باعتبارها كيانات داخل المجتمع يجب أن تتصرف كمنظمات مواطنة تهدف إلى تحقيق رفاهية المجتمع من خلال البحث عن إنتاج ما هو مفيد للمجتمع، وتحسين نوعية وجوده الحياة.
- 4.2. مبادئ أخلاقيات الأعمال: إن السلوك الأخلاقي هو وسيلة فعالة لتحسين مناخ العمل لكي تكون هذه الوسيلة فعالة وملائمة يجب أن يرتكز السلوك على مبادئ رئيسية وأساسية، نذكرها فيما يلي: (الغالي، 2009، صفحة 102)

- الصدق: ويشمل ذلك جميع أفراد المنظمة في تعاملاتهم فيما بينهم وكذلك مع الزبائن، العملاء، الموردينو كافة أفراد المجتمع وهذا من شأنه أن يزيد الثقة فيما بينهم؛
- الإستقامة: سواء في التصرفات وكذلك المعاني والوعود والأقوال؛
- الإحترام: وهو ضروري جدا فالسلوك الأخلاقي يركز على الإحترام المتبادل بين الأطراف مما يخلق جوا من يسوده الإحترام المتبادل؛
- الإستفادة: أي ضرورة التصرف والحركة لفائدة الجميع؛
- العدالة: إن هذا المبدأ من المبادئ الرئيسية لأخلاقيات الأعمال إذ يجب أن يتوفر مبدأ الإحساس بالعدالة بين كافة أطراف المنظمة وذلك من خلال تقاسم المنافع وكذلك السلبيات الناتجة عن الممارسات المهنية؛
- الإستقلالية: وذلك من خلال إعطاء الفرد فرصة لأن يكون مستقلا ومسؤولا عن القرارات التي يتخذها دون ضغط؛
- الثقة/الأمانة: إن الإلتزام بالسلوك الأخلاقي لا يخلوا صاحبه من صفات الأمانة سواء كان ذلك فرديا أو على مستوى فريق العمل ما يؤدي إلى اكتسابه ثقة الآخرين؛
- 5.2. أهمية أخلاقيات الأعمال بالنسبة لمنظمات الأعمال:
- إن الإلتزام بالمبادئ والسلوك الأخلاقي سواء على الصعيد الفردي في الوظيفة أو على مستوى المنظمة ككل يعتبر ذو أهمية بالغة لمختلف المنظمات، لأنها تسمح بالآتي: (بلقايد، 2019، الصفحات 65-66)
- توجد علاقة إيجابية بين الإلتزام الأخلاقي والعوائد الإقتصادية والمالية التي تحققها المنظمات وهذا يحقق على المدى البعيد؛
- إن إهمال منظمات الأعمال لتطبيق المبادئ الأخلاقية والصفات الحميدة يضعها في مواجهة العديد من الشكاوي القضائية وبالتالي دفع تكاليف إضافية لأنها تركز فقط على تعظيم أرباحها مهما كانت السبل لتحقيق ذلك مما سينعكس سلبا على صورتها لدى مختلف أصحاب المصالح؛
- يعتبر الإلتزام بالسلوك الأخلاقي أداة فعالة لتعظيم العوائد المالية؛
- يعمل السلوك الأخلاقي على تطوير سمعة منظمات الأعمال بيئيا سواء كان ذلك محليا أم إقليميا أو دوليا مما يسهل عملية تصدير منتجاتها إلى أسواق أخرى؛
- تساعد المدونات الأخلاقية الأفراد على التعامل الصحيح في مختلف المواقف كما تساهم على نشر ثقافة تنظيمية تشجع على الإهتمام بأبعاد الأخلاقيات لمختلف الأفعال، القرارات والمواقف؛
- إن السلوك الأخلاقي يعتبر أحد الأدوات التي تساهم في الرفع من الأداء الإقتصادي؛
- إن الإلتزام الأخلاقي يمثل وسيلة إبداع وابتكار سلع وخدمات ذات جودة تلي حاجات الأفراد؛
- إن الإلتزام بالسلوك الأخلاقي لا يعني التخلي عن تحقيق الأرباح بل يسمح بتحقيق أهداف المنظمة مع اتخاذ قرارات إجتماعية وأخلاقية؛
- يسمح السلوك الأخلاقي بالحصول على شهادات عالمية وامتيازات عمل خاصة مثل (IZO9000) و (IZO14000) وهذا يعكس احترامها للمعايير المعترف بها دوليا سواء كانت من حيث الإنتاج، التوزيع، الإستخدام، وكذلك ظروف العمل وصحة العمال وإن تدل هذه الشهادات في مضمونها إقرارا أخلاقي واجتماعي مهم.

إضافة لما سبق فقد توصل أعضاء منظمة التعاون لتطوير الإقتصاد إلى خلاصة مفادها أن الإعتماد على أخلاقيات الأعمال كأحد مبادئ المنظمات هو وسيلة لتفادي أزمة عالمية أخرى.

من خلال ما سبق نلاحظ أن أخلاقيات العمل تساعد المنظمات على اتباع أساليب الإدارة الحديثة وذلك من خلال التعامل المتبادل بين المنظمة والموظفين أو تعامل الموظفين فيما بينهم، وكذلك من خلال تعامل المنظمة مع بيئتها الخارجية من موردين، عملاء، مستثمرين... بأسلوب أخلاقي واضح، تستطيع المنظمة من خلاله اكتساب سرعة في اتخاذ القرار ومرونة عالية، لأنها تستطيع الثقة في متعاملها وتكوين تحالفات استراتيجية وبالتالي لا تحتاج لأن يتم اعتماد القرار سلسلة طويلة من المديرين وهدر أكبر للموارد، الجهد والوقت.

6.2. مصادر أخلاقيات الأعمال: تستمد أخلاقيات الأعمال مصادرها من ثلاثة من ثلاثة أركان أساسية، وهي (Daft, 2003, p. 49)

- القوانين والتشريعات التي تتمثل في المعايير القانونية الموثقة إذ تتحدد سلوكيات الأفراد والمنظمات والقيم الأخلاقية بتطبيق هذه القوانين؛
- العمليات التربوية والإجتماعية والمعتقدات الدينية التي تستند على القيم المتبادلة والمشاركة بين الأفراد؛
- الإعتقادات الشخصية للفرد التي من خلالها تتحدد المعايير المرتبطة بسلوك الفرد وحرية في التصرف المناسب وفقا لذلك.

بالإضافة إلى ما سبق هناك العديد من العوامل التي تؤثر في السلوك الأخلاقي للفرد كما بينها جون وشيرهون، ومن هذه العوامل: (عريقات، المعاني، جرادات، والصالح، 2016، صفحة 366)

- العائلة (Family): حيث أن تأثير العائلة وما تحمله من قيم دينية، إضافة للمعايير الشخصية والحاجات الشخصية والمالية، تحدد السلوك الأخلاقي للفرد؛
- المنظمة (Organisation): تعد المنظمة بالإضافة للرئيس المباشر للفرد في العمل، وكذلك السياسات والقوانين المكتوبة وكل هذه الأبعاد ذات أهمية كبيرة في تكوين المناخ الأخلاقي للمنظمة والذي يدعم الثقافة التنظيمية ذات التأثير القوي في سلوك الأفراد.
- البيئة (Environment): فالمنظمات تعمل في بيئات متنوعة التأثير، تتكون غالبا من منافسين وقوانين حكومية وتشريعات وأبعاد إقتصادية وتأثيرات تكنولوجية ومعايير وقيم إجتماعية وثقافية، فالقوانين هي التي تترجم القيم الإجتماعية والثقافية لتحديد السلوك الملائم للمنظمة والعاملين فيها، كما تعمل التشريعات والقوانين على مساعدة المسؤولين في المنظمة لمراقبة السلوكات والحفاظ عليها ضمن المعايير المقبولة، وتحدد البيئة التنافسية معايير السلوك المقبول للمنافسين.

فأخلاقيات الأعمال تعني تحديد الصحيح والخطأ، الجيد والسيئ، النافع والضار، في كل ما يتعلق بالقرارات والأعمال في معاملات ونشاطات المنظمة، وتتأثر الممارسات الأخلاقية للمنظمات بما يمارسه الأفراد العاملون فيها، ومدى التزام أولئك الأفراد بالمعايير الأخلاقية السائدة، وفي هذا الإطار فإن سلوك الفرد الأخلاقي يتأثر بالعديد من العوامل فالعائلة التي ينتمي إليها تحدد ما هو الصحيح وما هو الخطأ في تعاملاته مع الآخرين باعتبار العائلة المؤثر الأقوى في امتلاك الفرد لطباع معينة ومن تلك العوامل أيضا المنظمة التي يعمل بها الفرد ورئيسه المباشر في العمل، وكذلك البيئة المحيطة به ومدى تأثيرها في سلوكه الأخلاقي.

7.2. وسائل ترسيخ أخلاقيات الأعمال في منظمات الأعمال: من أجل ترسيخ أخلاقيات الأعمال كان من الضروري تحديد ما هو أخلاقي وما هو غير أخلاقي في عرف المنظمة لكي يلتزم به الجميع، وفي غياب ذلك فإن كل موظف يكون له مقاييسه الشخصية والتي تختلف من شخص لآخر ومن الممكن أن يكون ذلك ليس في صالح المنظمة، وهناك العديد من الوسائل التي يمكن إتباعها لغرض ترسيخ أخلاقيات الأعمال في المنظمات، نذكر منها: (السكرانة، 2009، الصفحات 65-66)

- تنمية الرقابة الذاتية: فأخلاقيات الأعمال تبدأ بإدارة الذات فكلما كان الفرد الموظف متشبع أخلاقيا يكون العمل ناجح ونافع للغير، فالموظف الناجح هو الذي يراقب نفسه قبل أن يراقبه المسؤول، ويراعي المصلحة العامة قبل المصلحة الشخصية، فإذا تكون هذا المفهوم الكبير في نفس الموظف فستنتج المنظمة بلا شك، لأن الموظفين مخلصون لها، هذه الرقابة تمنع من الخيانة وتساعد الفرد على تبني مفهوم الأمانة، لذا فهي من المقومات المتفق عليها في العالم، وهناك عدة وسائل لتنمية الرقابة الذاتية كتقوية الإيمان بالله والتقوى وتعزيز الحس الوطني وتحمل المسؤولية والإقتناع بأهمية الوظيفة وأدائها بشكل صحيح.

- وضع الأنظمة الدقيقة التي تمنع الإجهادات الفردية الخاطئة: إن الممارسات الأخلاقية غير السوية تنتج أحيانا من ضعف النظام، أو عدم وضوحه، لذا يمكن للمنظمة أن تخصص مكتبا خاصا للإهتمام بأخلاقيات الأعمال، يقوم عليه مجموعة من الموظفين، ولهذا الجهاز رقم هاتف خاص ساخن للتبليغ عن أي خلل في الأخلاق، وسيكون مردود هذا المكتب على أداء العمل عاليا، ومن وسائل التوعية بهذه الأنظمة يجب على صاحب العمل والعامل معرفة أحكام نظام العمل بجميع محتوياته، ليكون كل منهما على بينة من أمره، وعالما بما له وما عليه ويجب فوق ذلك أن توضع في مكان ظاهر بكل منظمة تستخدم عشرين عاملا فأكثر، كما يجب أن توضع في مكان ظاهر بالمنظمة لائحة للجزاءات تشتمل على الأفعال والمخالفات وعدم تنفيذ الأوامر والإلتزامات المكلف بها العمال.

- القدوة الحسنة: فإذا نظر العاملون إلى المدير وهو لا يلتزم بأخلاق المهنة، فهم كذلك من باب أولى

- تصحيح الفهم الديني والوطني للوظيفة: فإذا اقتنع الموظف بأن العمل عبادة، وأن العمل وسيلة لتنمية الوطنية، وازدهار البلد وتحسين مستوى الدخل زاد لديه الإلتزام بأخلاق العمل.

- محاسبة المسؤولين والموظفين: من الضروري التعامل بحزم مع كل إخلال بأخلاقيات العمل، فلا بد من المحاسبة للتأكد من ترسيخ تطبيق النظام، وهو ما يعرف بالأجهزة الرقابية التي تشرف على تطبيق النظام، ومن جهة أخرى حتى لا يسلك الجميع نفس المسلك.

- التقييم المستمر للموظفين: التقييم يحفز الموظفين على تطوير أنفسهم إذا علموا أن من يطور نفسه يقيم تقييما صحيحا، وينال مكافأته على ذلك والتقييم يساعد المسؤولين على معرفة مستويات موظفيهم وكفاءتهم ومواطن إبداعهم.

إضافة لما سبق ترى الباحثة أن إتباع الأخلاق هو ما يجب أن يحرص عليه كل شخص، ولكن إدارة المنظمة لن تعتمد على مدى التزام العاملين بأخلاقيات العمل بناء على قناعاتهم الشخصية بل هي بحاجة لأن تلزمهم بذلك كجزء من متطلبات العمل، كما أن منظمات الأعمال إذا ما أرادت تعزيز وتقوية السلوك الأخلاقي والممارسات الأخلاقية فإن عليها أن تدعم ركائز السلوك الأخلاقي ويتم بناء وتقوية هذه الركائز المتمثلة بالأفراد، القيادة، وبنية المنظمة وأنظمتها المختلفة.

3. أساسيات المسؤولية الإجتماعية:

شهد مفهوم المسؤولية الإجتماعية تغيرات جوهرية على مر الزمن ولا يزال يتطور مع تقدم المجتمع، إذ أصبح يأخذ أبعادا أكبر فلم يعد الأمر يتعلق بالأنشطة التطوعية بل تعداه ليصبح برامج وخطط إستراتيجية.

1.3. تعريف المسؤولية الاجتماعية: مازال مفهوم المسؤولية الإجتماعية محور جدل بين الباحثين بشأن تحديد مفهوم له، بحيث لا يوجد تعريف واحد ومحدد ومتفق عليه بين الكتاب، إذ أوردت عدة تعاريف له تختلف باختلاف وجهات النظر إليه، نذكر من بينها:

- عرفت المسؤولية الإجتماعية بأنها التزام منظمات الأعمال باتباع السياسات واتخاذ القرارات وتنفيذ الأعمال التي تفيد المجتمع. (Williams, 2002, p. 90)
- عرف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسؤولية الإجتماعية بأنها الإلتزام المستمر من قبل منظمات الأعمال بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل. (Marc, 2011, p. 10)
- إستنادا إلى تعريف البنك الدولي فإن تعريف المسؤولية الإجتماعية هي التزام أصحاب النشاطات الاقتصادية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع المجتمع المحلي، بهدف تحسين مستوى معيشة السكان بأسلوب يخدم الاقتصاد ويخدم التنمية في آن واحد. (Capron, 2007, p. 23)
- عرفت الغرفة التجارية العالمية المسؤولية الإجتماعية على أنها جميع المحاولات التي تساهم في تطوع المنظمات لتحقيق التنمية بسبب اعتبارات أخلاقية واجتماعية، وبالتالي فإن المسؤولية الإجتماعية تعتمد على المبادرات الحسنة من رجال الأعمال دون وجود إجراءات ملزمة قانونيا، ولذلك فالمسؤولية الإجتماعية تتحقق من خلال الإقناع والتعليم. (السكرانة، 2009، صفحة 162)
- عرف الغالبي المسؤولية الإجتماعية بأنها: الإلتزام على منظمات الأعمال تجاه المجتمعات التي تمارس أنشطتها وأعمالها فيها عن طريق المساهمة بمجموعة من الفعاليات الإجتماعية مثل محاربة الفقر، تحسين خدمات الصحة، مكافحة التلوث إيجاد فرص عمل، المساهمة في حل مشاكل النقل والمواصلات، الإسكان، التعليم وغيرها (الغالبي، 2009، صفحة 83)
- عرف (Holmes) المسؤولية الإجتماعية على أنها إلتزاما أخلاقيا وإنسانيا وأديبا تحمله منظمة الأعمال تجاه المجتمع بغض النظر عن ارتباط هذا الإلتزام أو عدم ارتباطه بمردود مالي للمنظمة على المدى القصير. (الغالبي، العامري، والخفاجي 2008، صفحة 289)
- عرفت المسؤولية الإجتماعية على أنها قيام المنظمات بوضع البرامج والأنشطة التي تؤدي إلى تحقيق أهداف إجتماعية تتكامل مع الأهداف الاقتصادية. (شتوح، 2022، صفحة 570)
- يشير مفهوم المسؤولية الإجتماعية إلى تلك الدرجة التي تنصرف إليها نشاطات منظمات الأعمال في المحافظة والتطوير لجوانب المجتمع بما هو أكثر من ذلك الحد الذي تقتضيه مصلحة منظمة الأعمال إقتصاديا و فنيا، والتي تنطلق حقيقة من اشتراطات أساسية، أبرزها: (فهبي، 2009، صفحة 267)
- التصميم الطوعي للمساهمة في فعاليات المجتمع من خلال تمويلها بجزء من الأرباح؛
- الإلتزام بمستوى أخلاقي في عمليات المنظمة أعلى من الحد الأدنى الذي يطلبه أو يشرطه القانون والعرف:

- عدم فرض معايير المصلحة الذاتية لمنظمة الأعمال على الفعاليات التي تتوجه بها نحو المجتمع، وإنما قبول تقييم المجتمع ذاته لمثل تلك الفعاليات.

من خلال التعاريف السابقة يمكننا وضع التعريف التالي للمسؤولية الاجتماعية:

هي التزام إجتماعي مستمر تتحمل فيه المنظمة مسؤولية إقتصادية، قانونية، أخلاقية وخيرية تجاه العاملين بها والمتعاملين معها والمجتمع ككل والبيئة التي تعمل فيها بصفة طوعية غير إلزامية.

2.3. أهمية المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال: تمثل المسؤولية الاجتماعية صيغة عملية مهمة ومفيدة لمنظمات الأعمال في علاقتها مع مجتمعاتها، كما أن التزام هذه المنظمات بمسؤوليتها تجاه مجتمعها يضمن لها العديد من الفوائد ويمكن أن تكون هذه الفوائد على ثلاثة مستويات هي: (الخشابي، 2015، الصفحات 148-149)

● على مستوى المنظمة: ويأتي في مقدمة هذه الفوائد تحسين صورة المنظمة بالنسبة لمجتمعها، وترسيخ المظهر الإيجابي لدى العملاء والعاملين، وإشاعة روح التعاون والتماسك بين مختلف الأطراف التي تتعامل مع المنظمة، كما أنها تعمل على التجاوب الإيجابي مع التغييرات الحاصلة في حاجات المجتمع، بالإضافة إلى المردود المادي والأداء المتطور والقبول الإجتماعي للمنظمة.

● على مستوى الحكومة: الحكومة هي أحد المستفيدين من إدراك منظمات الأعمال لمسؤوليتها الاجتماعية، والالتزام بالمنظمات بالمسؤولية الاجتماعية يمكن أن يخفف من الأعباء التي يجب أن تتحملها الحكومة كما هو في الخدمات الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية وغيرها، بالإضافة إلى زيادة حصيلة الحكومة من الضرائب والرسوم والمساهمة في القضاء على البطالة والتطور التكنولوجي، والتي تجد الحكومات الحالية نفسها غير قادرة على تحملها دون مساعدة من أطراف أخرى.

● على مستوى المجتمع: إن اهتمام منظمات الأعمال بمسؤوليتها الاجتماعية يؤدي إلى الكثير من العوائد على مستوى المجتمع، حيث يزداد التكافل الإجتماعي بين مختلف الشرائح الاجتماعية مما يزيد من الشعور العالي بالإنتماء بالإضافة للشعور بالإستقرار الإجتماعي وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص، فضلا عن تحسين نوعية حياة المجتمع من خلال تحسين البنية التحتية، والإهتمام بالجوانب الثقافية، كما أن من فوائد التزام منظمات الأعمال بمسؤوليتها الاجتماعية يؤدي إلى تحسين التنمية السياسية من خلال زيادة الوعي الإجتماعي مما ينعكس على الإستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية.

من خلال ما سبق ذكره تبين لنا أهمية تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية من طرف منظمات الأعمال باعتبارها المنظمات الأكثر تواجدا في بيئة الأعمال، فالمسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعد مصدر العديد من المزايا فهي تحفظ حقوق المجتمع والأفراد وحقوق المنظمة بالإضافة إلى حماية البيئة واحترام أخلاقيات الأعمال.

3.3. أبعاد المسؤولية الاجتماعية: ميز الباحث كارول (Karool) أربعة أبعاد مكونة للمسؤولية الاجتماعية، هي: (طاهر، صالح والخفاجي، 2008، صفحة 289)

● البعد الإقتصادي: ضمن هذا البعد تمارس المؤسسة أنشطة إقتصادية في إطار الكفاءة والفاعلية، وبذلك فإن المؤسسة التي تستخدم الموارد بشكل رشيد لتنتج سلعا وخدمات بنوعية راقية وتوزع العوائد بشكل عادل على عوامل الإنتاج المختلفة قد تحملت مسؤولية إقتصادية أفضل من غيرها التي لا تراعي هذا الجانب.

● البعد القانوني: ينحصر ضمن إطار هذا البعد الإلتزام الواعي والطوعي بالقوانين والتشريعات الحاكمة لمختلف الجوانب في المجتمع سواء كان هذا في الإستثمار أو الأجور أو العمل أو البيئة أو المنافسة أو غيرها.

- البعد الخبيري: والذي يشتمل على مجمل التبرعات والهبات والإحسان للمنظمات التي تخدم المجتمع ولا تهدف للربح وفي إطار هذا البعد قد تتبنى منظمة الأعمال قضية أساسية من قضايا المجتمع وتعمل على دعمها باستمرار.
- البعد الأخلاقي: تراعي المنظمة من خلال هذا البعد الأخلاق واحترامها في مجمل قراراتها وبذلك فإنها تعمل ما هو صحيح وعادل وحق وتتجنب الأضرار بأي من فئات المجتمع المختلفة.

نميز أن أحد أبعاد المسؤولية الإجتماعية هو البعد الأخلاقي، فمفهوم المسؤولية الأخلاقية في العمل هو أحد مستويات المسؤولية الإجتماعية للمنظمة، والتي تؤكد على أنها ترجمة فعلية للممارسات الأخلاقية سواء من طرف العاملين والإدارة تجاه ذوي المصلحة والمجتمع ككل، فأخلاق الأعمال تكون مطبقة في جميع جوانب المنظمات مثل الزبائن وجودة المنتجات ومدى صحة المعلومات المقدمة لهم، وكذلك حقوق العاملين والعدالة بينهم والإهتمام بصحتهم وتقديم الرعاية الطبية لهم وكذلك احترام القوانين والتشريعات وعدم التجسس على المنافسين والعمل في إطار المنافسة الشريفة، إضافة إلى حماية البيئة والحفاظ على الطبيعة وعدم تلويث الهواء والتربة والجو.

4. أخلاقيات الأعمال سبيل لتعزيز المسؤولية الإجتماعية في منظمات الأعمال:

إن أغلب الأدبيات الإدارية تستخدم مفهوما المسؤولية الإجتماعية وأخلاقيات الأعمال كمفهومين مترادفين وذلك نظرا لقوة العلاقة بينهما، إلا أنه يمكن القول إن كلاهما يختلف في المضمون عن الآخر، غير أن ظروف البيئة الحالية جعلتهما يرتبطان ويتداخلان ليكملان بعضهما، فالمسؤولية الإجتماعية تحمل في طياتها بعدا أخلاقيا إلى جانب الأبعاد الأخرى.

1.4. تحليل مضمون العلاقة بين المسؤولية الإجتماعية وأخلاقيات الأعمال: إن الحديث عن المسؤولية الإجتماعية يقودنا إلى الحديث عن أخلاقيات الأعمال، نظرا للتداخل بين المفهومين فلا شك أن هناك علاقة قوية بينهما، كما أن الأدبيات الحديثة في الإدارة تشتمل على فصل نمطي يحمل عنوانا مشتركا هو المسؤولية الإجتماعية وأخلاقيات الإدارة والأعمال، فكيف يمكن أن نحدد العلاقة بينهما؟ أي علاقة تطابق أم هي علاقة تكامل أم غير ذلك؟

بداية لا بد من الإشارة إلى أن الممارسة الأخلاقية في المنظمات كانت أسبق لدى الأفراد من ممارسة المسؤولية الإجتماعية حيث اهتم الأفراد بتجنب الرشوة والغش والسرقة في معاملاتهم ونشاطاتهم في الماضي وظلت حتى وقتنا الحاضر، في حين أن الكثير من المفاهيم الخاصة بالمسؤولية الإجتماعية ارتبطت بالتطورات الحديثة في المجتمع، كما هو الحال في الدعوات المتمثلة في مسؤولية المنظمات تجاه متلقي الخدمة فهذه المفاهيم وغيرها أصبحت تمثل موقفا إجتماعيا ووعيا جديدا وعليه يمكن القول أن ظهور المسؤولية الإجتماعية وتطور مفهومها يرجع لمعرفة المنظمات بالزامية تطبيق وممارسة هذه المفاهيم.

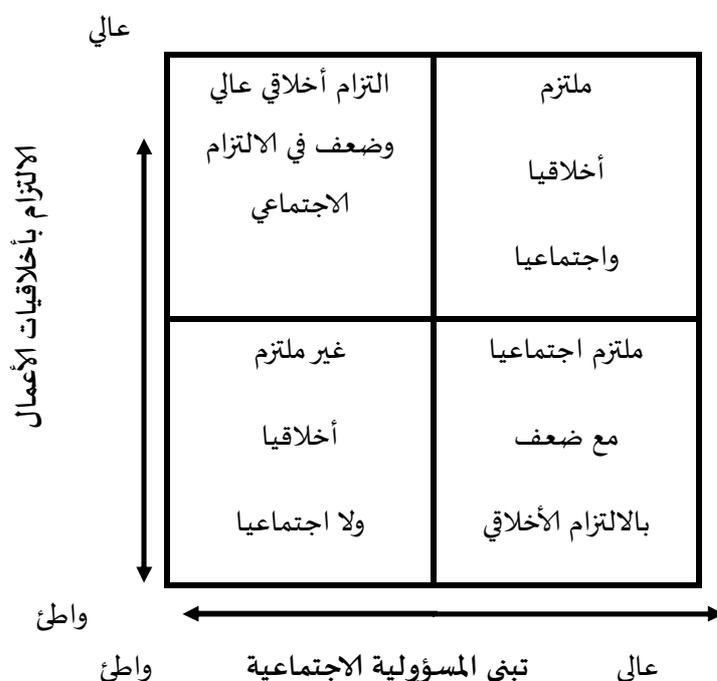
يرى الكثير أن مفهومي أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية على أنهما موضوع واحد، ولكن واقع الحال يمكننا من القول بأنهما مكملان لبعضهما فالأخلاق غالبا ما تكون في حدود التوجه الداخلي والسلوك المنضبط للمنظمة بينما المسؤولية الإجتماعية هي التعبير عن الوجه الخارجي لرؤى ووفلسفة المنظمة في تعاملها مع البيئة المحيطة بها، وهذا ما يقودنا إلى القول بأن المسؤولية الإجتماعية هي الوعاء الكبير لاحتواء المفاهيم المعاصرة في التسويق والتي من بينها الأخلاق التسويقية، لذلك فإن الكثير من القرارات التي تعتمدها المنظمة تعتمد البعد الأخلاقي لكي تؤثر في عملها وأدائها الوظيفي عن تحملها للمسؤولية الإجتماعية وانتمائها لحركة المجتمع بمجمل مفاصله الإقتصادية والإنسانية. (البكري، 2011 صفحة

إن الأخلاقيات في السلوك العام للأفراد في المنظمات تعمل على دعم المسؤولية الاجتماعية كما تمثل الأساس لتطور مفاهيم جديدة لأخلاقيات الإدارة التي تطورت بدورها فيما بعد، فالمسؤولية الاجتماعية التي تتمثل ببعدها رسي ضمن القانون من جانب يكون لها بعد آخر أخلاقي من جانب آخر يتمثل في الإلتزام بالمبادرات الاجتماعية الطوعية التي تعبر عن النزاعات الأخلاقية أكثر من الإمتثال لقانون مفروض. (النويقة، 2016، صفحة 121)

وتعتبر المسؤولية الاجتماعية أكثر انسجاما مع الأخلاقيات وأكثر تعبيراً عنها، ومن المؤكد أن الأخلاقيات في السلوك العام للأفراد في المجتمع تعمل على تحقيق المسؤولية الاجتماعية كما تمثل أساساً قويا للتطور نحو مفاهيم جديدة لأخلاقيات الإدارة التي تطورت فيما بعد، ومن جهة أخرى هناك علاقة متداخلة بين المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال. (مقدم 2014، صفحة 94)

إن الواقع العملي لبيئة الأعمال يكشف عن أربعة حالات عملية تتبعها المنظمات كاستراتيجيات أعمال لتبني الإلتزام الاجتماعي-الأخلاقي في ممارساتها، ويمكن توضيحها من خلال الشكل الموالي:

الشكل 1: العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال.



المصدر: (الغالي طاهر محسن منصور والعامري صالح مهدي محسن (2015)، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، الطبعة الرابعة، دار وائل، الأردن، صفحة 197)

يتضح لنا من خلال الشكل السابق أن هناك أربع حالات من درجة الإلتزام الاجتماعي والأخلاقي من طرف المنظمات بحيث نجد:

- منظمات ذات توجه اجتماعي والتزام أخلاقي عالي، فهذا النوع يمارس مسؤولية اجتماعية ذات بعد أخلاقي؛
- منظمات غير ملتزمة لا أخلاقيا ولا اجتماعيا تجاه مختلف الأطراف، فهي بعيدة كل البعد عن الوعي الاجتماعي-الأخلاقي الذي يفرضه التوجه العالمي الجديد؛
- منظمات ملتزمة أخلاقيا بشكل كبير إلا أنها تحجم عن المبادرات الاجتماعية لأسباب عديدة إلا ما يفرضه القانون؛

- منظمات تلتزم بالمسؤولية الإجتماعية بصفة كبيرة لكنها أقل التزاما بالجوانب الأخلاقية والسلوكيات المقبولة في قراراتها حتى قد يصل الأمر بالبعض منها إلى تمويل هذه الإلتزامات الإجتماعية بما تحصل عليه من عوائد ناتجة من سلوكيات غير أخلاقية.

من خلال ما سبق عرضه ترى الباحثة أن هناك علاقة متداخلة بين أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية فكون للمسؤولية الإجتماعية بعد أخلاقي فهناك ترابط كبير بين أخلاقيات الأعمال وتنفيذها والعمل بها بالشكل المطلوب وبين تعزيز المسؤولية الإجتماعية على جميع الأصعدة، بحيث تكون هناك ضوابط ولوائح تحكم العمل وتحكم العاملين في أي منظمة وتوضح سياسة ورؤية الإدارة العليا، ولتوضيح السياسة والرؤية التي تتبعها الإدارة العليا دور كبير في تعزيز العمل بأخلاقيات الأعمال وعدم التسبب والعمل بعكس أخلاقيات الأعمال، كما أنه لتوفير الإدارة العليا لجميع متطلبات العاملين في أي منظمة هو مفتاح النجاح للعمل وللوصول إلى الهدف المنشود في أي منظمة وهو تقديم الخدمة الأفضل لأفراد المجتمع وأيضا كسب ثقة المجتمع ككل بهذه المنظمة الذي من شأنه أن يعزز مكانة المنظمة داخل المجتمع.

2.4. آليات تجسيد الإلتزام الأخلاقي لترسيخ المسؤولية الإجتماعية:

إن نجاح ترسيخ المسؤولية الإجتماعية في منظمات الأعمال يتوقف بدرجة كبيرة على مدى استعداد أفرادها لتبني هذا التوجه، ويتم هذا الإستعداد من خلال الإلتزام بثلاث آليات أساسية لأخلاقيات الأعمال نوجزها في الآتي: (حامد وغضبان، 2012، الصفحات 6-10)

1.2.4 مكافحة الفساد: من بين طرق ووسائل مواجهة ومحاربة الفساد والتي ترتكز على أخلاقيات العمل نذكر:

- إيجاد إتفاق جماعي على معيار الإدارة: كأن يتفق الأفراد على وضع سمة الأمانة كإحدى الفضائل السامية الجديرة بالمحافظة عليها في المعاملات بينهم؛

- حث الإطارات على الشفافية والنزاهة في التسيير: خاصة وأنا نعلم مدى خطورة الفساد الذي يكون رؤوسه الإطارات العليا في المنظمات؛

- نشر التعليم وتوعية المواطنين: لأن جهل الأفراد بحقوقهم وواجباتهم يزيد من فرص انتشار الفساد؛

- محاسبة الأطراف المسؤولة على الفساد مهما كانت مناصبهم، من خلال مجالس الإدارة، الجمعيات العمومية أو النقابات؛

- تبسيط إجراءات العمل والتخلص من العراقيل الإدارية؛

- إعادة النظر في مستويات الأجور بين الفترة والأخرى، للتخفيف من حدة الطبقية بين أفراد المجتمع.

2.2.4 الإلتزام بمواطنة المنظمات: يعد مفهوم المنظمة المواطنة أحد المفاهيم الإدارية الحديثة التي انتهجها الفكر الإداري

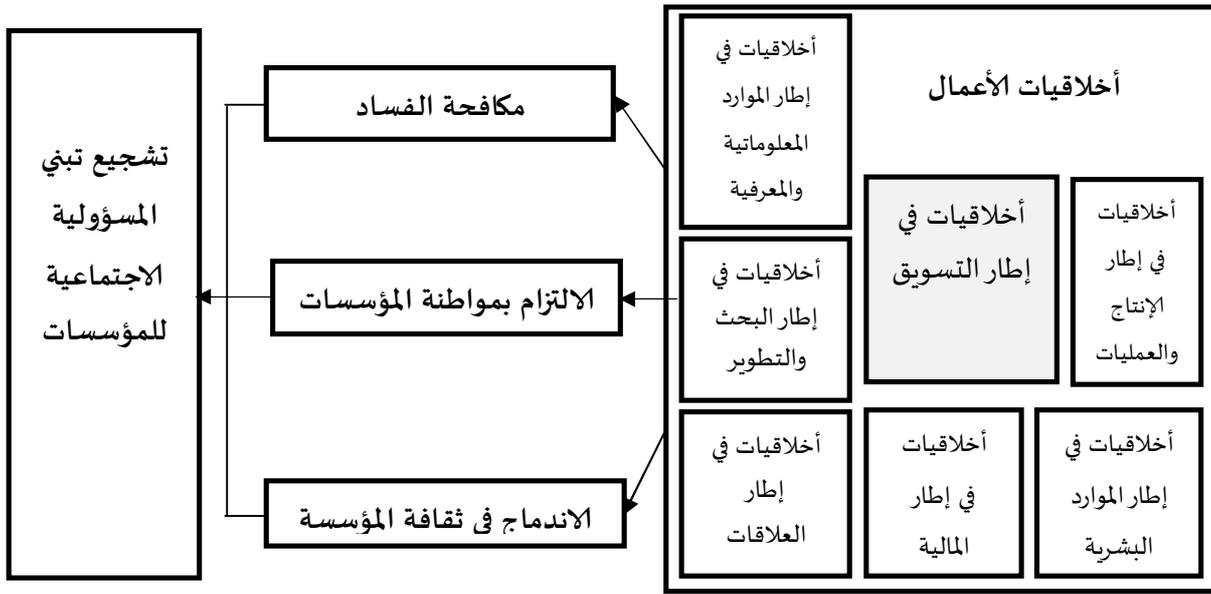
المعاصر، وقد استحوذ على اهتمام الكثير من الباحثين كونه أحد أهم السلوكيات التي ستطور المنظمات الحديثة.

يشير المفهوم إلى أنه "للمنظمة مسؤولية في المجتمع، وبأنها ككل مواطن خاضعة لقوانين المجتمع الذي تشارك فيه". (Beaudoin, 1995, p. 53)، يقوم مفهوم المواطنة على العقد الإجتماعي في المجتمع، إذ يقوم على الموازنة بين الحقوق والواجبات لكل مواطن، وإذا كان الفرد يتصرف وفق هذه الموازنة فإن المنظمات التي تأخذ كل مقومات وجودها من المجتمع لابد أن تتصرف على الأقل بطريقة مماثلة لتصرف المواطن من حيث الحقوق والواجبات.

3.2.4. الإندماج في ثقافة المنظمة: إن أحد أسباب ظهور السلوكيات غير المحبذة والمعيقة للأداء هو غياب الأطر الثقافية والمؤسسية كإطار مرجعي ممارس ومكتوب يتم انتهاجه من طرف المؤسسات الاقتصادية، بالإضافة إلى غياب مفاهيم أخلاقيات العمل، لا شك أن السلوكيات غير المحبذة إذا ما تفتت تصبح تقاليد راسخة وقيم لا يستغنى عنها الموظف في ظل عدم توفر أطر رادعة لمنع ظهور مثل هذه السلوكيات، إذ يؤكد (Thompson) على ضرورة تطبيق المبادئ الأخلاقية على سلوك الأفراد في المنظمات من خلال وضع ميثاق للعمل ومعايير السلوك بالنسبة للموظفين لإبراز الأنماط الإيجابية للعاملين في إطار الثقافة التنظيمية لهذه الأخيرة.

والشكل الموالي يوضح آليات الإلتزام الأخلاقي لترسيخ المسؤولية الإجتماعية بمنظمات الأعمال:

الشكل 2: آليات الإلتزام الأخلاقي لترسيخ المسؤولية الإجتماعية بمنظمات الأعمال.



المصدر: خطار وهيبية (2018)، أثر تبني أخلاقيات التسويق على تفعيل الإدارة بالمسؤولية الإجتماعية وتعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة - دراسة حالة مؤسسة روية للمشروبات في الجزائر- أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، الجزائر، صفحة 91

من خلال ما سبق ذكره يمكننا القول أنه يكمن دور أخلاقيات الأعمال في تعزيز المسؤولية الإجتماعية في مدى استعداد أفرادها لتبني هذا التوجه واقتناعهم به، لأن المسؤولية الإجتماعية هي إحدى جوانب منهج شامل من أخلاقيات الأعمال، حيث يرى أقطاب الإدارة أن أخلاقيات الأعمال هي الإطار الشامل الذي يحكم التصرفات والأفعال تجاه شيء ما وتوضح ما هو مقبول أو صحيح وما هو مرفوض أو خاطئ بشكل نسبي في ضوء المعايير السائدة في المجتمع بحكم العرف والقانون، الذي تلعب الثقافة والقيم وأنظمة المنظمة وأصحاب المصالح دورا أساسيا في تحديده.

فإذا ما تم أخذ أخلاقيات الأعمال بعين الإعتبار أثناء القيام بمختلف أنشطة المنظمة سيكون حتما للمنظمة دور إيجابي لصالح المجتمع وهو ما يهدف إليه مفهوم المسؤولية الإجتماعية.

إن ما يميز منظمات الأعمال اليوم هو المحيط غير المستقر، وهذا ما اضطر هذه المنظمات إلى البحث عن مقومات النجاح الإستراتيجي بما يعزز كفاءة وفعالية المنظمة لتبقى موجودة في ظل محيطها التنافسي واعتماد أنجع الطرق لترقية منظمات الأعمال، وإعادة تشكيل ثقافتها وفقا للقيم الأخلاقية في كافة أنشطتها وهذا يعمل على تعزيز برامج المسؤولية الإجتماعية في مختلف المجالات وذلك انطلاقا من الإلتزام بالواجبات الإجتماعية والأخلاقية للمنظمات، إذ لم يعد يقتصر دور المنظمات على المبادرات الخيرية فقط بل أصبح يشمل استدامة الأعمال بكل نزاهة وضبط جميع تصرفات المنظمة من خلال الموازنة بين الجوانب الإقتصادية المتمثلة بتحقيق الأرباح والجوانب الأخلاقية السائدة في المنظمة التي تعمل على ترسيخ مبادئ المسؤولية الإجتماعية التي أصبحت من أهم التحديات التي تواجهها المنظمات في العصر الحالي، حيث تتوقع المنظمات أن تكون أعمالها التجارية مثالا طيبا للمواطن حيث تعكس مدى استقامتها ضمن المقاييس الأخلاقية المقبولة في المجتمع، لضمان انسيابية أعمالها وتحسين سمعتها وصورتها وتحقيق رضا وولاء زبائنها وهذا ينعكس إيجابيا على منظمات الأعمال سواء من الناحية المادية أو المعنوية.

1.5. النتائج: بعد إتمام هذه الدراسة توصلنا إلى النتائج التالية:

- ✓ إن الإهتمام بأخلاقيات الأعمال من أهم أسباب التنمية والتطور لأي منظمة وأي مجتمع، كما أن عدم الإكتراث بهذه الأخلاقيات يعد من أهم عوائق النجاح والنهضة والإتقان والإنجاز، كما أن العناية بأخلاقيات الأعمال يجب أن يكون في أعلى قائمة الإهتمامات الإدارية تدريجا وتأهيلا وتوظيفا إذا كان هناك بحث التمييز والجودة في الأعمال؛
- ✓ إن المفهوم الشامل للمسؤولية الإجتماعية للمنظمات يشمل أربعة أبعاد حسب الباحث كارول هي البعد الإقتصادي البعد القانوني، البعد الخيري والبعد الأخلاقي وهو ما ينفي صحة الفرضية الأولى؛
- ✓ هناك ارتباط وتداخل وثيق بين أخلاقيات الأعمال وتنفيذها والعمل بها بالشكل المطلوب وبين المسؤولية الإجتماعية وترسيخها على مستوى المنظمة، فتطبيق أخلاقيات الأعمال يؤدي بالضرورة إلى تبني شؤون المجتمع أي تبني مفهوم المسؤولية الإجتماعية، وهو ما يثبت صحة الفرضية الثانية؛
- ✓ تلعب أخلاقيات الأعمال دور هام في ترسيخ المسؤولية الإجتماعية على مستوى المنظمات بما تحمله في طياتها من قيم ومعايير تضبط سلوكيات الأفراد لتحقيق مزيد من النمو والنجاح والتفوق وكذا تجسيد الأهداف والتصورات العامة للمنظمات من أجل ضمان الإستقرار والإستمرارية، وه ما يثبت صحة الفرضية الثالثة.

2.5. الإقتراحات:

- تنمية الوازع الديني والأخلاقي للموظفين بشكل دوري ومستمر وذلك عبر الندوات والإجتماعات والنشرات ليكون الدافع الأول لأي تصرف سيقوم به عامل نابع مصدره من تعاليم مبادئ ديننا الإسلامي الحنيف الذي يعد أهم وأقوى مصدر لأخلاقيات الأعمال لتحقيق مصلحة المجتمع والأفراد ومنظمات الأعمال؛
- ضرورة قيام منظمات الأعمال بوضع مدونات أخلاقية للعاملين والقادة لديها والعمل على إعلانها والتحسيس بأهميتها للعامل والمنظمة على حد سواء والإلتزام بها من طرف الجميع؛
- يتعين على إدارة منظمات الأعمال إعادة تشكيل ثقافتها وفقا للقيم الأخلاقية في كافة أنشطتها ما يعمل على تعزيز برامج المسؤولية الإجتماعية في مختلف المجالات وذلك انطلاقا من الإلتزام بالواجبات الإجتماعية والأخلاقية للمنظمات؛

- ضرورة تطبيق منظمات الأعمال لأخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية بشكل متوازي، والإهتمام بكافة مكونات أخلاقيات الأعمال ومختلف أبعاد المسؤولية الاجتماعية.
- تركيز إدارة منظمات الأعمال على تطوير برامج تدريب رسمية وغير رسمية لتعزيز أخلاقيات العمل والمسؤولية الاجتماعية.
- العمل على زيادة إدراك العاملين لأخلاقيات الأعمال وبيان أهميتها في تعزيز المسؤولية الاجتماعية باعتبارها مكون رئيسي من مكونات الثقافة التنظيمية.
- إنشاء قسم متخصص في إدارة الموارد البشرية يعنى بأخلاقيات الأعمال لتعزيز المسؤولية الاجتماعية، لما يمكن أن يؤثر ذلك على صورة وصحة المنظمة ويزيد من فرص التميز.

6. قائمة المراجع:

1. تركي بن عبد الله السكران. (2011). منهج الدعوة الإسلامية في تأصيل أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية (الإصدار 1). الأردن: مكتبة المجتمع العربي.
2. بسام حمد الطراونة، ومحمد باسم ملحم. (2015). قوانين وأخلاقيات الأعمال والإدارة (الإصدار 1). الأردن: دار المسيرة. ص: 338.
3. تامر البكري. (2011). الأخلاقيات وانعكاسها على بحوث التسويق في منظمات الأعمال (الإصدار 1). الأردن: مكتبة المجتمع العربي، ص: 199.
4. LeTourneau, P. (2000). L'éthique des affaires et du management au XXIème siècle. paris, france: Edition Daloz. p:4.
5. عبود نجم نجم. (2010). القيادة الإدارية في القرن الواحد والعشرين. الأردن: الصفاء، ص: 310.
6. Balle, J., & de Bay, F. (2001). L'entreprise et L'éthique. France: édition de seuil, P:28.
7. عبود نجم نجم. (2000). أخلاقيات الإدارة في عالم متغير (سلسلة بحوث ودراسات). القاهرة، مصر: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ص: 18.
8. سليم جلدة بطرس. (2000). أخلاقيات الإدارة في عالم متغير (الإصدار 1). الأردن: دار الإعلام للنشر والتوزيع. ص: 16.
9. العربي غريسي، وأمينة عزوز. (27-28 نوفمبر، 2017). تأثير المناخ الأخلاقي على أخلاقيات الإدارة العمومية. الملتقى الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية. ورقلة، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة قاصدي مرباح. ص ص: 121-122.
10. نسيم خدير. (2015). مساهمة أخلاقيات القيادة الإدارية في ريادة المنظمات الإقتصادية الجزائرية (دراسة حالة المؤسسات الإقتصادية الجزائرية الرائدة في صناعة المواد الغذائية الواسعة الإستهلاك) (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الإقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة بومرداس، ص: 131.
11. de bry, F. (2010). Ethique et responsabilité sociale. paris, france: éditions Management and société: éditions Management and société., p. 23.
12. Andre, B. (2002). l'impossible éthique des entreprises. france: éditions d'organisation. d'organisation , p. 4.
- 13 Weiss, J. W. (2006). Bussiness Ethics. USA: Thomson, p. 7.
14. طاهر محسن منصور الغالي. (2009). إدارة واستراتيجية منظمات الأعمال المتوسطة والصغيرة (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار وائل. ص: 102.
15. Williams, C. (2002). Management. South, USA: Western College Publishing. ,p. 37.
16. Heinz, w., & Harold, K. (1993). Management :Aglobal Perspective. New York, USA: International Edition , p. 70.
17. فاطمة الزهراء رقايقية. (27-28 نوفمبر، 2017). متطلبات تبني المصارف الوطنية لأخلاقيات الأعمال الإلكترونية. الملتقى الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية. كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، ورقلة: جامعة قاصدي مرباح، ص ص: 543-544.
18. طاهر محسن منصور الغالي. (2009). إدارة واستراتيجية منظمات الأعمال المتوسطة والصغيرة. مرجع سبق ذكره، ص: 102.
19. جواد محمد بلقايد. (2019). دور المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في الرفع من أداء الموارد البشرية -دراسة تطبيقية لعينة من مؤسسات الغرب الجزائري (أطروحة دكتوراه في إدارة الأعمال وحوكمة الشركات). كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تلمسان: جامعة محمد بلقايد، ص ص: 65-66.
20. Daft, R. L. (2003). Management. Canada : South-western&College Publishing Co. , p. 4.
21. أحمد عريقات، أحمد المعاني، ناصر جرادات، وأسماء الصالح. (2016). قضايا إدارية معاصرة (الإصدار 2). عمان، الأردن: دار وائل. ص: 366.
22. بلال خلف السكارنة. (2009). أخلاقيات العمل (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار المسيرة. ص ص: 65-66.

23. Williams, C., op cite, p. 99.
- 24 Marc, I. (2011). vers L'innovation Responsable pour une vraie Responsabilité Sociétale (éd. 1). Bruxelles, Belgique: Groupe De Bruxelles,p10.
25. Capron, M. (2007). la responsabilité d'entreprise. Paris, france: éditions la découverte. p. 23
26. بلال خلف السكارنة، مرجع سبق ذكره، ص: 162.
27. طاهر محسن منصور الغالي. (2009). إدارة واستراتيجية منظمات الأعمال المتوسطة والصغيرة، مرجع سبق ذكره، ص: 83.
28. طاهر محسن منصور الغالي، صالح مهدي محسن العامري، ونعمة عباس الخفاجي. (2008). قراءات في الفكر الإداري المعاصر-تباين الأهداف المتوخاة من تبني المسؤولية الإجتماعية في المنظمات الحكومية والخاصة-الأردن: دار اليازوري، ص: 289.
29. شتوح محمد. (2022, 5 10). دور المسؤولية الإجتماعية في تفعيل وتطوير جودة الخدمات: دراسة ميدانية مؤسسة موبيليس. مجلة المنهل الإقتصادي 5(1). الصفحات 567-582، ص: 570.
30. زيارة فريد فهيي. (2009). وظائف منظمات الأعمال (مدخل معاصر).الأردن: دار اليازوري، ص: 267.
31. شاكرا جارا الله الخشابي. (2015). موضوعات إدارية معاصرة (الإصدار 1).الأردن: دار الحامد، ص ص: 148-149.
32. طاهر محسن منصور الغالي، صالح مهدي محسن العامري، ونعمة عباس الخفاجي، مرجع سبق ذكره، ص: 289.
33. تامر البكري، مرجع سبق ذكره، ص: 201.
34. عطا الله بشير النويقة. (2016). أثر أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة. دراسات، العلوم الإدارية، 1 (43)، الصفحات 115-138، ص: 121.
35. وهيبية مقدم. (2014). تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الإجتماعية (دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري)، (أطروحة دكتوراه في علوم التسيير). كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، وهران: جامعة وهران. ص: 94.
36. نور الدين حامد، وحسام الدين غضبان. (14 - 15 فيفري، 2012). الإلتزام بأخلاقيات الأعمال من أجل ترسيخ المسؤولية الإجتماعية في المؤسسة الإقتصادية(الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية). (نور الدين حامد، وحسام الدين غضبان، المحررون) كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، بشار: جامعة بشار. ص ص: 6-10.
37. Beaudoin, J. p. (1995). Conduire l'image de l'entreprise. france, paris: édition liaisons ,p53.