



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماستر الأكاديمي

قسم علوم التسيير

تخصص إدارة أعمال

الموضوع

دور أخلاقيات الأعمال في تعزيز المسؤولية الاجتماعية -دراسة حالة شركة نפטال فرع برج بوعريريج-

تحت إشراف :

د مهديد فاطمة الزهراء

من إعداد الطالب:

قاستل منير

أعضاء لجنة المناقشة

| | | |
|--------|------------------------------|------------------------|
| رئيسا | جامعة محمد البشير الإبراهيمي | د. مقلاتي عاشور |
| مشرفا | جامعة محمد البشير الإبراهيمي | د. مهديد فاطمة الزهراء |
| ممتحنا | جامعة محمد البشير الإبراهيمي | د. بن قطاف أحمد |

السنة الجامعية: 2021-2022

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

"... یَرْفَعِ اللّٰهُ الَّذِیْنَ اٰمَنُوْا مِنْكُمْ

وَالَّذِیْنَ اٰتَوْا الْعِلْمَ دَرَجٰتٍ ۗ

وَاللّٰهُ بِمَا تَعْمَلُوْنَ خَبِیْرٌ."

سورة المجادلة « الآية 11 »

شكر و عرفان

لا يسعني و أنا أقدم هذا الجهد المتواضع إلا أن أشكر الله وحده على كل العزيمة والصبر و التوفيق طيلة المشوار ليتكلم بهذا العمل "فאלلهم لك الحمد والشكر و الثناء على نعمة الصبر و الطاعة و الولاء لك ،حمدا لا نمل من ذكره حتى نلقاك في ساعة الصفح و أنت راض عنا يا رب"، و لابد لي أن أقدم أسمى عبارات الشكر و الامتنان و التقدير و المحبة إلى الذين حملوا أقدس رسالة في الحياة "كن عالما فإن لم تستطع فكن متعلما فإن لم تستطع فأحب العلماء فإن لم تستطع فلا تبغضهم"

إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة... إلى جميع أساتذتي الأفاضل... و الشكر الجزيل و فائق التقدير والاحترام إلى الأستاذة : مهديد فاطمة الزهراء على تفضلها بالإشراف على هذا العمل و على نصحتها وتوجيهها. شكر خاص للصديقين:

مسعود بلخيري و حسين منصورى لمساعدتهما الكبيرة. و الشكر موصول إلى كل من ساعد على إتمام هذا العمل و كل من قدم يد العون .

الإهداء

إلى أبي الغالي و أمي العزیزة.

إلى زوجتي و بناتي .

إلى جميع أفراد أسرتي الإخوة و الأخوات الأعزاء.

إلى أصدقائي: علي، فيصل، مسعود، فاتح، مبروك، حسين و العيد .

إلى طلبة ماستر 2 إدارة أعمال و خاصة مجموعة الكايزن.

إلى كل هؤلاء ، أهدي هذا العمل المتواضع راجيا من الله أن يجعله

نبراسا لكل طالب علم.

فهرس المحتويات

| الصفحة | العنوان |
|--------|--|
| I | شكر وعرفان |
| II | إهداء |
| III | فهرس المحتويات |
| IV | قائمة الأشكال |
| V | قائمة الجداول |
| أ | مقدمة |
| 5 | الفصل الأول: الاطار النظري للدراسة |
| 6 | تمهيد |
| 7 | المبحث الأول: مفهوم أخلاقيات الأعمال |
| 7 | تمهيد |
| 7 | المطلب الأول: ماهية أخلاقيات الأعمال |
| 7 | الفرع الأول: تعريف أخلاقيات الأعمال |
| 11 | الفرع الثاني: مبادئ أخلاقيات الأعمال |
| 12 | الفرع الثالث: مصادر أخلاقيات الأعمال |
| 14 | المطلب الثاني: مجالات ترسيخ أخلاقيات الأعمال |
| 14 | الفرع الأول: المجال القانوني |
| 14 | الفرع الثاني: المجال الرقابي |
| 14 | الفرع الثالث: المجال التحفيزي |
| 14 | الفرع الرابع: المجال القيادي |
| 15 | المطلب الثالث: مستويات أخلاقيات الأعمال |
| 15 | الفرع الأول: المستوى الفردي |
| 15 | الفرع الثاني: المستوى التنظيمي |
| 15 | الفرع الثالث: المستوى الاقتصادي الاجتماعي |
| 16 | المطلب الرابع: مشكلات الأخلاقيات الأعمال |
| 16 | الفرع الأول: تضارب المصالح |
| 17 | الفرع الثاني: التفاوت بين الأخلاقيات والسلوك الإداري |
| 17 | الفرع الثالث: كبر حجم المنظمة |

| | |
|----|--|
| 17 | الفرع الرابع: إختلاط المفاهيم |
| 18 | المبحث الثاني : مفهوم المسؤولية الاجتماعية |
| 18 | تمهيد |
| 18 | المطلب الأول: تعريف المسؤولية الاجتماعية |
| 18 | الفرع الأول: الحقائق المستند عليها في تعريف المسؤولية الاجتماعية |
| 19 | الفرع الثاني: تعريفات علاقية للمسؤولية الاجتماعية |
| 20 | الفرع الثالث: تعريف المسؤولية الاجتماعية من طرف الأكاديميين |
| 21 | الفرع الرابع: تعريف المسؤولية الاجتماعية من طرف الهيئات الدولية |
| 22 | المطلب الثاني : أهمية المسؤولية الاجتماعية |
| 22 | الفرع الأول : بالنسبة للمنظمة |
| 22 | الفرع الثاني: بالنسبة للمجتمع |
| 23 | الفرع الثالث: بالنسبة للدولة |
| 23 | المطلب الثالث : مجالات المسؤولية الاجتماعية |
| 23 | الفرع الأول: المسؤولية الاجتماعية تجاه العمال والموظفين |
| 23 | الفرع الثاني: المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلك |
| 24 | الفرع الثالث: المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة |
| 24 | الفرع الرابع: المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع |
| 25 | المطلب الرابع: أبعاد المسؤولية الاجتماعية |
| 25 | الفرع الأول: البعد الاقتصادي |
| 25 | الفرع الثاني: البعد القانوني |
| 25 | الفرع الثالث: البعد الأخلاقي |
| 26 | الفرع الرابع: البعد الخيري |
| 28 | المبحث الثالث: الدراسات السابقة |
| 28 | المطلب الأول: دراسات سابقة حول أخلاقيات الأعمال |
| 29 | المطلب الثاني: دراسات سابقة حول المسؤولية الاجتماعية |
| 31 | المطلب الثالث : دراسات سابقة حول العلاقة بين أخلاقيات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية |
| 32 | المطلب الرابع : ما يميز الدراسة الحالية |
| 33 | خلاصة الفصل الأول |

| | |
|----|--|
| 34 | الفصل الثاني : الاطار التطبيقي للدراسة |
| 35 | تمهيد |
| 36 | المبحث الأول: التعريف بميدان الدراسة |
| 36 | المطلب الأول: التعريف بشركة نفضال |
| 37 | المطلب الثاني: تقديم فرع برج بوعرييج |
| 38 | المبحث الثاني : منهج الدراسة |
| 38 | المطلب الأول: عينة ومنهج الدراسة |
| 39 | المطلب الثاني: الأدوات المستخدمة |
| 42 | المبحث الثالث: عرض وتحليل بيانات الدراسة |
| 42 | المطلب الأول: عرض وتحليل المعلومات الشخصية لأفراد العينة |
| 44 | المطلب الثاني: اختبار الفرضيات |
| 52 | خلاصة الفصل |
| 53 | خاتمة |
| 56 | المراجع |
| 59 | الملاحق |
| 62 | الملخص |

فهرس الأشكال

فهرس الأشكال:

| الصفحة | العنوان | رقم الشكل |
|--------|---|-----------|
| ج | مخطط يوضح العلاقة بين أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية | 01 |
| 13 | مصادر أخلاقيات العمل | 02 |
| 16 | تأثير المستويات الثلاث على السلوك الأخلاقي في الإدارة و الأعمال | 03 |
| 26 | هرم كارول Carroll للمسؤولية الاجتماعية | 04 |
| 37 | الهيكمل التنظيمي للفرع التجاري برج بوعريريج | 05 |

فهرس الجداول

فهرس الجداول:

| الصفحة | العنوان | رقم الجدول |
|--------|---|------------|
| 10 | جدول مقارنة بين أخلاقيات العمل وأخلاقيات الأعمال | 01 |
| 27 | أبعاد المسؤولية الاجتماعية و عناصرها الرئيسية و الفرعية | 02 |
| 38 | عدد الإطارات، الاداريين، التقنيين و العمال في شركة نפטال فرع برج بو عريريج | 03 |
| 39 | عدد استمارات الدراسة | 04 |
| 40 | معاملات ثبات متغيرات الدراسة | 05 |
| 42 | توزيع أفراد العينة حسب المعلومات الشخصية | 06 |
| 44 | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات الخاصة بأخلاقيات الأعمال | 07 |
| 45 | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات الخاصة بالمسؤولية نحو العمال | 08 |
| 46 | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات الخاصة بالمسؤولية نحو المستهلكين | 09 |
| 46 | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات الخاصة بالمسؤولية نحو البيئة | 10 |
| 47 | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات الخاصة بالمسؤولية نحو المجتمع | 11 |
| 48 | نتائج تحليل الانحدار البسيط لعلاقة أثر أخلاقيات الأعمال على المسؤولية نحو العمال | 12 |
| 49 | نتائج تحليل الانحدار البسيط لعلاقة أثر أخلاقيات الأعمال على المسؤولية نحو العملاء | 13 |
| 50 | نتائج تحليل الانحدار البسيط لعلاقة أثر أخلاقيات الأعمال على المسؤولية نحو البيئة | 14 |
| 51 | نتائج تحليل الانحدار البسيط لعلاقة أثر أخلاقيات الأعمال على المسؤولية نحو المجتمع | 15 |

مقدمة

مقدمة:

إن ما يميز العصر الحالي هو التطور والتغير المتسارعين، ولعل من نواتج ذلك تنامي ظاهرة الأعمال متمثلة في الشركات والمؤسسات والمنظمات التي تنشط وتتنافس فيما بينها من أجل توفير الخدمات و المنتجات و الحصول على أكبر الحصة السوقية التي تعظم إيراداتها و تزيد ربحيتها.

من ناحية أخرى و بالموازاة مع سعي المنظمات إلى تحقيق أكبر العوائد ، فقد رافق نشاط الكثير منها ارتكاب العديد من الخروقات و المخالفات و الفضائح بسبب إهمال الاهتمام بالأسس و المعايير الأخلاقية .وقد نتج عن ذلك آثار سلبية في شكل عقوبات و أحكام قضائية و حتى أدى في أحيان أخرى إلى زوال بعض المنظمات .

استدعى هذا الأمر إلى إعادة النظر في الاكتفاء فقط بفلسفة الكفاءة و الربح كمسؤولية وحيدة للمؤسسات و التوجه نحو التركيز أيضا على أخلاقيات الأعمال كهدف لا يقل أهمية عن الربح والكفاءة .

إن وضع معايير و مبادئ أخلاقية تلتزم بها المنظمات و تنعكس على سلوكها أصبح حتمية تجنب الشركات الكثير من المطبات و دليلا على نجاحها في المجال الاقتصادي في المجتمع الذي أصبح يطلب نصيبه من تلك المنظمات التي تمارس نشاطها به ، والاستجابة إلى تطلعاته في الرفاه الاجتماعي و خدمة مصالحه.

خلال ذلك برز مفهوم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال للايفاء بهذا الالتزام نحو المجتمع في صور الموظفين و العمال، المستهلكين، البيئة و المجتمع.

المؤسسات الجزائرية كغيرها من المؤسسات الاقتصادية لاشك أنها مطالبة بانتهاج أخلاقيات الأعمال كأساس يميز مختلف نشاطاتها و إبراز مسؤوليتها الاجتماعية.

اشكالية الدراسة :

تزداد أهمية أخلاقيات الأعمال إذا تم ربطها بالمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال حيث أن المبادئ و المعايير الأخلاقية تعتبر ميزان قياس الأداء الاجتماعي لمنظمات الأعمال.

انطلاقا مما سبق تشكلت لدينا الاشكالية الخاصة ببحثنا و التي تمت صياغتها في السؤال التالي:

ما مدى الالتزام بأخلاقيات الأعمال ودورها في تعزيز المسؤولية الاجتماعية لشركة نפטال - فرع برج بوعريريج؟

ومن خلال السؤال الرئيسي يمكننا طرح التساؤلات التالية :

- 1- ما علاقة أخلاقيات الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية في شركة نפטال برج بو عريريج؟
- 2- ما هو مستوى المسؤولية الاجتماعية لشركة نפטال برج بو عريريج؟
- 3- إلى أي مدى تتوفر أخلاقيات الأعمال بشركة نפטال برج بو عريريج؟

فرضيات الدراسة :

للإجابة على الإشكالية الرئيسية نقترح الفرضية التالية :

الالتزام بأخلاقيات الأعمال يساهم في تواجد أكثر للمسؤولية الاجتماعية لشركة نפטال برج بو عريريج

أما الفرضيات الفرعية فهي كالتالي :

- توجد علاقة بين أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية لشركة نפטال برج بو عريريج.
- تؤثر أخلاقيات الأعمال على المسؤولية نحو العمال والموظفين في شركة نפטال برج بو عريريج.
- تؤثر أخلاقيات الأعمال على المسؤولية نحو العملاء و مستهلكي شركة نפטال برج بو عريريج.
- تؤثر أخلاقيات الأعمال على مسؤولية شركة نפטال برج بو عريريج نحو البيئة.
- تؤثر أخلاقيات الأعمال على مسؤولية شركة نפטال برج بو عريريج نحو المجتمع.

أسباب اختيار الموضوع :

- التوجه نحو موضوع الأخلاقيات و المسؤولية الاجتماعية خاصة في الآونة الأخيرة .
- يعتبر الموضوع من اهتمامات الباحث و ميولاته.
- إثراء مكتبة الجامعة بهذا النوع من البحوث خاصة مع قلة تناول هذا الموضوع في كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير.

أهمية و أهداف الدراسة:

- تساهم الدراسة في التركيز على موضوع مهم لم يأخذ حقه الكافي من قبل الباحثين فهو يوضح العلاقة بين أخلاقيات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية.
- محاولة هذه الدراسة إثراء المعلومات في التعرف على مدى التزام المنظمات بأخلاقيات الأعمال و أثرها على المسؤولية الاجتماعية.

- تضيف هذه الدراسة معلومات جديدة من الممكن أن تفيد الباحثين و الرجوع إليها فيما يخص تأثير الأخلاقيات على مجالات المسؤولية اجتماعيا.

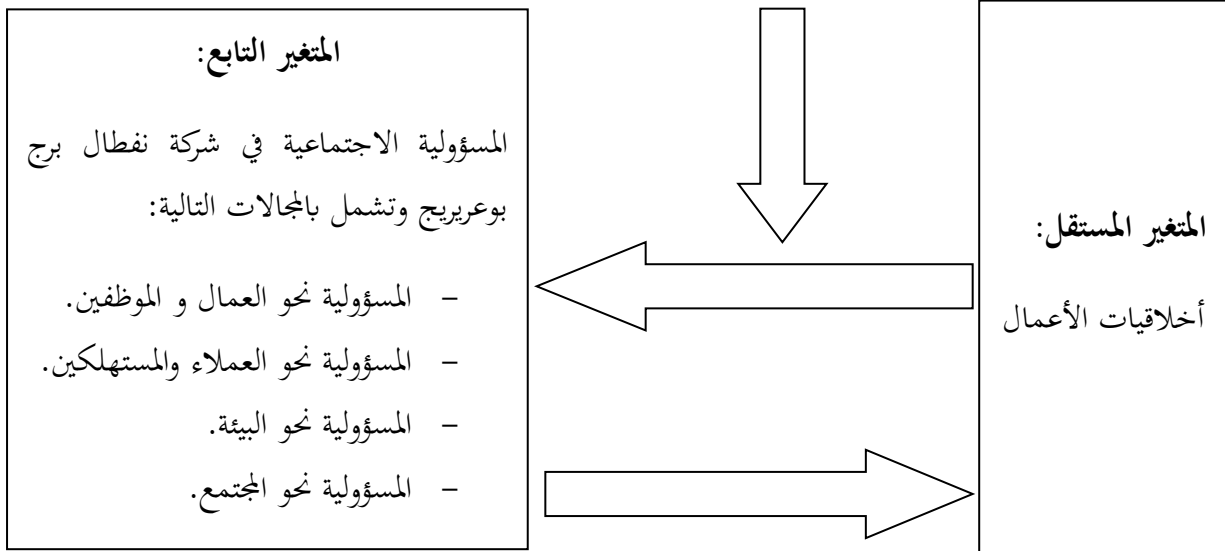
منهج الدراسة و الأدوات المستخدمة :

يهدف الإحاطة بمختلف جوانب الموضوع و تحليل أبعاده و مجالاته و للإجابة على تساؤلات البحث و من ثم الإشكالية المطروحة سنركز في البحث على المنهج الوصفي الموافق للدراسة النظرية من جهة، و من جهة أخرى سيتم الاعتماد على منهج دراسة حالة شركة نפטال فرع برج بو عريريج من خلال الاعتماد على جملة من البيانات المتعلقة بهذه المنظمة و بالاعتماد على أداة الاستبيان و توزيعه على موظفيها بمختلف فئاتهم .

نموذج الدراسة :

شكل (01): مخطط يوضح العلاقة بين أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية

المتغيرات الديمغرافية: النوع الاجتماعي، الفئة العمرية، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الفئة الوظيفية



المصدر: من اعداد الطالب

صعوبات الدراسة:

من أكثر الصعوبات التي واجهتنا في إعداد هذا البحث نذكر:

- صعوبة في توزيع الاستبيان بسبب توزع فروع ومراكز شركة نפטال برج بو عريريج على كل أنحاء الولاية حيث اضطررنا إلى التنقل إلى كل من المديرية ومركز التوزيع وثمان(08) محطات خدمات و شرح الاستبيان للعمال خاصة البسطاء وانتظار تداول كل فرق العمل التي تعمل بنظام 8/3.

- واجهنا أيضا بعض الإهمال واللامبالاة والامتناع عن الإجابة على الاستبيان من طرف بعض موظفي وعمال الشركة .

هيكل الدراسة:

من أجل الإجابة على تساؤلات الدراسة واختبار فرضياته تم تقسيم البحث إلى فصلين، فصل نظري وآخر تطبيقي احتوى الفصل النظري على ثلاث مباحث، تطرق المبحث الأول إلى أخلاقيات الأعمال وتم تقسيمه إلى أربع مطالب، الأول تناول ماهية أخلاقيات الأعمال، الثاني مجالات ترسيخ أخلاقيات الأعمال، الثالث مستويات أخلاقيات الأعمال، والرابع مشكلات أخلاقيات الأعمال، وفي المبحث الثاني تم التطرق إلى المسؤولية الاجتماعية و قد قسم إلى أربع مطالب أيضا، المطلب الأول لتعريف المسؤولية الاجتماعية ، الثاني لأهميتها، الثالث لمجالاتها و المطلب الأخير أبعادها، والمبحث الثالث خصصناه للدراسات السابقة، وقد احتوى على ثلاث مطالب، المطلب الأول للدراسات السابقة المتعلقة بأخلاقيات الأعمال، المطلب الثاني للدراسات السابقة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية، أما المطلب الثالث فكان لبعض الدراسات السابقة المتعلقة بالعلاقة بينهما .

الفصل الثاني تمثل في الجانب التطبيقي من الدراسة وهو عبارة عن دراسة ميدانية تم تقسيمها إلى ثلاث مباحث، المبحث الأول جاء فيه التعريف بميدان الدراسة، جاء المطلب الأول للتعريف بشركة نفضال ككل والمطلب الثاني فيه تقديم لفرع الشركة في ولاية برج بو عرييج. أما المبحث الثاني فتطرق إلى منهج الدراسة، والمبحث الثالث تم فيه عرض وتحليل بيانات ونتائج الدراسة.

الفصل الأول: الجانب النظري

تمهيد :

لعمد قريفة كان يقتصر اهتمام الأعمال بالربح والكفاءة ولم يكن هناك حيز للأخلاقيات، ولكن مع تزايد الفضايح الأخلاقية التي ترتكبها المنظمات استلزم الأمر وجود رؤية تراعي الأخلاقيات، وأصبحت مسؤولية الأعمال بالإضافة إلى تحقيق الربحية، تشمل أيضا مصالح الأطراف الأخرى من ذوي العلاقة سواء المباشرين أو غير المباشرين، تعتمد المنظمات الحديثة معايير ومبادئاً تهيمن على سلوك إدارتها و المتعلقة بما هو صحيح أو خاطئ. تعتبر المسؤولية الاجتماعية بعدا هاما لتجلى أخلاقيات الأعمال، سواء داخليا كالعمال أو خارجيا ومجالات الأداء الاجتماعي كالبيئة، المجتمع والمستهلك، لذلك سندرس في هذا الفصل النظري ما هو مفهوم أخلاقيات الأعمال كمبحث أول ثم نتطرق في مبحث ثاني للمسؤولية الاجتماعية لدى منظمات الأعمال وفي مبحث ثالث سنعرض بعض الدراسات السابقة للمفهومين السابقين مع محاولة ذكر ما يميز الدراسة الحالية.

المبحث الأول: مفهوم أخلاقيات الأعمال

يسير الاتجاه الحديث لمنظمات الأعمال إلى اعتماد رؤية توازن بين الربحية والكفاءة وبين الالتزام بأداء الأعمال ضمن إطار أخلاقي، وتبني أخلاقيات الأعمال أصبح أمراً أساسياً في أداء مهامها، فيما يلي سنتطرق إلى ماهية أخلاقيات الأعمال، مجالات ترسيخها، مستوياتها ومشكلاتها.

المطلب الأول: ماهية أخلاقيات الأعمال

في هذا المطلب سنعرض تعريفات لأخلاقيات الأعمال والمصطلحات المرتبطة بها وسنحاول إثراء المطلب كذلك بذكر مبادئ أخلاقيات الأعمال ومصادرها.

الفرع الأول: تعريف أخلاقيات الأعمال

يجدر بنا قبل تقديم تعريف لأخلاقيات الأعمال تقديم معاني المصطلحات المكونة لمفهوم أخلاقيات الأعمال وهي: الأخلاق، العمل، الأعمال، أخلاقيات العمل.

أولاً: تعريف الأخلاق

يعرف الخلق في اللغة العربية بأنه الطبع و السجية و الدين والمروءة حسب الفيروز أبادي
 لغة: كلمة الأخلاق morality مشتقة من الكلمة اللاتينية mdroe وتعني أساليب وعادات و طرائق شعبية
 Ethics¹ مشتقة من المعنى اليوناني و التي تعني التمسك بالعرف و التقاليد².
 اصطلاحاً :

تعريف هاردفيلد 1994 hardfield : يرى أن هناك معنيان عريضان لمصطلح الأخلاق أحدهما الامتثال
 conformity لمعايير المجتمع و عاداته و المعنى الآخر هو إتباع الغايات والأهداف الصحيحة³.
 تعريف روبينز و ديسونزو Dicenzo&Robbins : الأخلاق هي مجموع القواعد و المبادئ التي تحدد
 ماهو السلوك الصحيح و ماهو السلوك الخاطئ⁴.

¹ طارق عبد الرؤوف عامر و إيمان عيسى المصري، أخلاقيات العمل و المهنة - طبعة أولى، مؤسسة طيبة للتوزيع و النشر، القاهرة، 2015، ص15

² محمد فلاح، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال ، دار البازوري للنشر و التوزيع، عمان الأردن، 2015، ص13.

³ المرجع نفسه، ص 16.

⁴ نجم عبود نجم، اخلاقيات الادارة و مسؤوليات الأعمال في شركات الأعمال ،مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ص17.

تعريف دوي **J.Dewey** : الأخلاق تمثل المنطلقات في التمييز بين ما هو جيد (فضيلة) وسيء¹ (رذيلة)

مما سبق يمكن أن نعرف الأخلاق: هي مجموع القواعد و المبادئ المعتمدة من طرف المجتمع و نتمثل إليها في سلوكياتنا و تحدد لنا ما هو صحيح أو خاطئ و تميز بين الفضيلة والرذيلة.

ثانيا : تعريف العمل

لغة : فعل بقصد وفكر، الفعل الذي ينجزه الفرد أو العامل عن قصد لتحقيق هدف أو غاية ن أي ممارسة نشاط و بذل جهد للحصول على منفعة ما نتيجة ما .

اصطلاحا :

تعريف ميرسون **Meyrson** : هو نشاط يخضع لمنهج معين و منظم مشترك بين أفراد .

تعريف فريدمان **Freidmann** : مجموعة نشاطات ذات هدف جزائي يقوم بها الإنسان بواسطة عقله و يديه و الأدوات والآلات، وينفذها على المادة.

مما سبق يمكن تعريف العمل على أنه نشاط و جهد عقلي أو بدني يكون منظما و يستعين بوسائل و لديه غاية و قد يكون فرديا أو جماعيا .

● ثالثا : تعريف الأعمال

يشير مصطلح الأعمال إلى منظمة أو كيان مغامر يعمل في أنشطة تجارية أو صناعية أو مهنية، يمكن أن تكون الأعمال ذات طابع ربحي كما يمكنها أن تكون غير ربحية تعمل على تحقيق مهام خيرية أو تعزيز قضية اجتماعية. و تتراوح الأعمال التجارية من حيث الحجم من الملكية الفردية إلى الشركات الدولية و من حيث الحجم من صغيرة إلى كبيرة².

يمكن أيضا استخدام مصطلح الأعمال لتحديد جهود و أنشطة الأفراد لإنتاج وبيع السلع والخدمات من أجل الربح³.

¹بودراع أمينة، دور أخلاقيات الأعمال في تحسين أداء العاملين مذكرة تخرج ماجستير في ادارة المنظمات كلية العلوم الاقتصادية، جامعة المسيلة، 2012، ص 13.

²www.investopedia.com

³Merriamwebster »business , www.merriam.webster.com/dictionary/business/

• رابعا : أخلاقيات العمل

تعرف أخلاقيات العمل بأنها القيم السائدة التي تنظم العلاقات بين الأفراد في المجتمع الواحد ثم تشمل الفرد عند دخوله مؤسسات الأعمال و تؤثر في سلوك العاملين و مستوى أخلاقهم سواء كان ذلك بطريقة ايجابية أو سلبية. وهناك من يعد أخلاقيات العمل بأنها تقييمات أدبية للقرارات والأفعال التي تصدر من الفرد العامل على كونها صحيحة أو خاطئة استنادا لمبادئ السلوك المقبول عموما¹.

هي المبادئ و المعايير التي تعتبر أساسا لسلوك أفراد المهنة المستحب و التي يتعهد زملاء المهنة بالتزامها².

خامسا : أخلاقيات الأعمال

حاول العديد من المختصين و الدارسين لعلم الإدارة تقديم تعريفات تساعد على فهم مصطلح أخلاقيات الأعمال و مدلوله، سنذكر منها :

- **روبنز و بيسنزو Robbins & Becenzo** : مجموعة المعايير و المبادئ التي تهيمن على السلوك الإداري و المتعلقة بماهو صحيح أو خطأ.

- **فان فالوك Van Valock** : هي خطوط توجيهية للمديرين في صنع القرار و إن أهميتها بالتناسب مع آثار و نتائج القرار.

- **بيتر دراكر Peter F Drucker**: هي العلم الذي يعالج الاختيارات العقلانية على أساس القيم بين الوسائل المؤدية إلى الأهداف³.

- هي مبادئ تفحص الممارسات و المشاكل المتعلقة بالأعمال المنظمة على مختلف المستويات و تقييم النظم و السياسات و الإجراءات وكذلك سلوك الأفراد و الجماعات، و مسؤولية المنظمة و ضمان و إدارة ذلك في جميع أنحاء المنظمة⁴.

¹ طاهر محسن، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال و المجتمع، طبعة 3، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2010، ص18.

² المرجع نفسه، ص 168.

³ نجم عبود نجم، مرجع سابق، ص18.

⁴Samuel O Idoun René, Shumdter , Dictionary of corporatescialresponsability, 2015, p53.

من خلال التعريفات السابقة يمكن أن نستنبط تعريفا لأخلاقيات الأعمال وهو : مجموع المبادئ و المعايير المرافقة للسلوك الإداري من اجل توجيهه لصنع القرار الصحيح و اختيار أسلم للوسائل للوصول لأهداف المنظمة .

سادسا : الفرق بين أخلاقيات العمل و أخلاقيات الأعمال

رغم التداخل الموجود بين المصطلحين بسبب وجود عدة نقاط تشابه، إلا أن هناك بعض الفروقات بينهما، ارتأينا أن نوضحها في الجدول التالي :

الجدول(1): جدول مقارنة بين أخلاقيات العمل وأخلاقيات الأعمال

| وجه المقارنة | أخلاقيات العمل | أخلاقيات الأعمال |
|----------------------------------|---|--|
| 1-الدور | توجيه سلوك الفرد في العمل | توجيه سلوك المنظمة ككل بما فيها الأفراد |
| 2-النطاق | يخص الوظيفة، المهنة، العلاقة مع الأفراد | أشمل بكثير، كل نواحي المنظمة و أنشطتها |
| 3-الحجم | أقل في حدود المهنة أو الوظيفة | حجم كبير (المنظمة مع أصحاب المصالح) |
| 4-المصادر | القوانين والتشريعات، الدين | قوانين، تشريعات حكومية، اتفاقيات جمعيات البيئة و حماية المستهلك، ثقافة المجتمع، الوظيفة الأولى |
| 5-النواتج(الالتزام بالأخلاقيات) | سلوك فردي و مهني صحيح | منظمة أخلاقية، القرار الصحيح، السمعة ، أعمال إدارية سليمة، السلوك الفردي و الوظيفي الصحيح |
| 6- الأنشطة | نشاط واحد | تشرف و تدير عدة أنشطة |
| 7-مستوى الاشراف | مستوى واحد | عدة مستويات |
| 8-المسؤولية | الفرد | المنظمة ككل (الإدارة و الأفراد) |
| 9- المسؤولية الاجتماعية | الفرد مع الفرد | كل أصحاب المصالح (مجتمع، أفراد، عملاء، موردون، مساهمون، بيئة..) |
| 10-الشكل | مبادئ، معايير، قيم، مبادئ | مبادئ، معايير، قيم، مبادئ |

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على: (أخلاقيات العمل فاطمة عبد الرقيب فاضل مُجَد - أخلاقيات الادارة و مسؤولية الأعمال في منظمات الأعمال نجم عبود نجم - Business Ethics : The essential compenant of (corporategovernanceJhonSolivane and Alexander Chekolnikov).

الفرع الثاني : مبادئ أخلاقيات الأعمال

هناك العديد من مبادئ أخلاقيات الأعمال التي تساعد في تكريسها في المنظمة نذكر منها :

1-الشفافية: تعني وضوح التشريعات وسهولة فهمها و انسجامها مع بعضها ووضوح لغتها و تطورها وفقا للمتغيرات كافة و بما يتناسب مع روح العصر، أما بيئة الأعمال فهي تعني تبسيط الإجراءات و نشر المعلومات وسهولة الوصول إليها و تطبيق مبدأ المساءلة في حدود القوانين¹، وهذا يجرنا إلى المبدأ الثاني.

2- المساءلة: تضم معظم الأنظمة المتبعة في منظمات الأعمال أجهزة وآليات للمساءلة و المحاسبة حيث يتم محاسبة الموظف على أدائه و على انتظام عمله و نشاطه، وتقيده بالأنظمة و القوانين المعمول بها في هذه المنظمة.

3-العدالة: تستند العدالة على العلاقة بين الحقوق والواجبات، فمن العدالة توزيع أعباء العمل على الجميع، ومن العدالة تعايش أصحاب الصناعة الواحدة و تنافسهم وفق قواعد و قوانين تطبق على الجميع، وان من يخالف هذه القواعد سوف يتعرض للعقاب، والعدالة تقوم على مبدأ التعاون وتوحيد الصفوف بتكامل الأدوار و إنصاف جميع الأطراف، إضافة إلى توزيع عادل للمزايا والأعباء الناجمة عن التعاون بين جميع الأطراف بشكل يحقق انسجاما بين الأعمال التي يقومون بها و بشكل لا يتضرر أحد.

4- الأمانة: وهي من الأخلاق الاجتماعية الدالة على سمو المجتمع و بنيته و رغم أن العديد يحصرون الأمانة في أضيق معانيها إلا أن المعنى الواسع للأمانة يعني التزام الواجبات و أدائها خير أداء. فحق المنظمة على الموظف أو العامل هو أمانة، كذلك حقوق أصحاب المصالح من عملاء، مساهمين، موردين، مجتمع ، بيئة و جب الالتزام بأدائها على أكمل وجه.

5-الثقة: تدعم أدبيات الإدارة فكرة أن الثقة تمثل عنصرا حيويا للمنظمات الفاعلة فالثقة هي ذلك الشعور الذي يكون مطلوبا ضمن بيئة العمل، وقد وصفها البعض بأنها الصمغ الذي يلصق الأنواع المختلفة للهيكل التنظيمية كما أنها عنصر أساسي في بناء العلاقات الإنسانية، إضافة إلى أنها تعطي الموظفين و العاملين الشعور بالأمان و كذلك (العملاء، المجتمع، المساهمين).

¹ معتصم موسى مطلق العودات، دراسة تطبيقية لنيل الماجستير إدارة الموارد البشرية، جامعة عمان، 2019 ، أثر اخلاقيات الأعمال في تعزيز الارتباط الوظيفي.

6- **الحيادية والموضوعية:** يعتبر عنصرا هاما لتعزيز ثقة المجتمع بأعمال المنظمة و الالتزام بالحياد والنزاهة و تطبيق القوانين و التشريعات لتحقيق الموضوعية.¹

7- **العلاقات الداخلية:** هذا البعد الداخلي المرتبط بالموظفين و علاقتهم بالاحترام و التوقير و الطاعة، و المحافظة على أسرار المؤسسة و التعاون و التكفل بقضايا الموظفين.

8- **العلاقات الخارجية:** من مبادئ أخلاقيات الأعمال الاهتمام بالبعد الخارجي لها والمتمثل في عناصر البيئة الخارجية سواء الرئيسية أو الثانوية.²

الفرع الثالث : مصادر أخلاقيات الأعمال

تستند أخلاقيات الأعمال في استقاء مصادرها إلى رافدين أساسيين هما نظام القيم الاجتماعي و الأخلاقي و الأعراف و التقاليد السائدة في المجتمع و نظام القيم الذاتي المرتبط بالشخصية و المعتقدات و الخبرة و في المجمل يمكن تحديد مصادر أخلاقيات الأعمال بالآتي³:

1- **العائلة و التربية البيئية :** العائلة هي نواة المجتمع و هي المسؤولة على بناء الفرد أخلاقيا، كذلك و في حقيقة الأمر فأن الفرد في بيئة العمل يعكس الوضع الأخلاقي للعائلة التي نشأ فيها.

2- **ثقافة المجتمع و قيمه و عاداته :** يتأثر الفرد بمؤثرات خارجية أهمها ثقافة المجتمع و قيمه و عاداته و ينعكس ذلك على انتمائه، كانتمائه لثقافة منفتحة تتقبل الآخر دون تعصب لفكر معين أو دين أو مذهب.

3- **التأثر بالجماعات المرجعية:** إن المرجعيات الدينية، السياسية، الأدبية أو العشائرية أو غيرها تشكل مصدرا مهما للسلوك الأخلاقي، وقد تقع المنظمة تحت تأثير عدة جماعات مرجعية تحمل تناقضا و عليها التوفيق بينها و استخراج القرار الأخلاقي الذي يحضى بالقبول و موقف القبول في المجتمع.

4- **المدرسة و نظام التعليم في المجتمع :** يلعب النظام التعليمي دورا مهما في المجتمع و في تكوين القيم الأخلاقية

¹ سامية بن رمضان قراءة سوسولوجية في مصادر أخلاقيات العمل الوظيفي داخل المنظمات مقال مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية جامعة خنشلة 2018، العدد 10، ص 12.

² نجم عبود نجم ، مرجع سابق، ص 19 بتصرف.

³ طاهر محسن غالي (ص139-144) بتصرف.

5- إعلام الدولة و الصحافة و مؤسسات الرأي: تعتبر الصحافة مرآة المجتمع و من المهم أن تكون حرة و واعية ذات التزام أخلاقي في نقل الحقيقة و تؤثر إيجابيا في سلوك الفرد.

6- مجتمع العمل الأول: تؤثر الوظيفة الأولى للفرد على سلوكه الأخلاقي ولعل الانتقال إلى العمل الثاني في بيئة منظمة جديدة سيحلب معها الفرد قيمه الأولى و يحاول التكيف مع الموجودة.

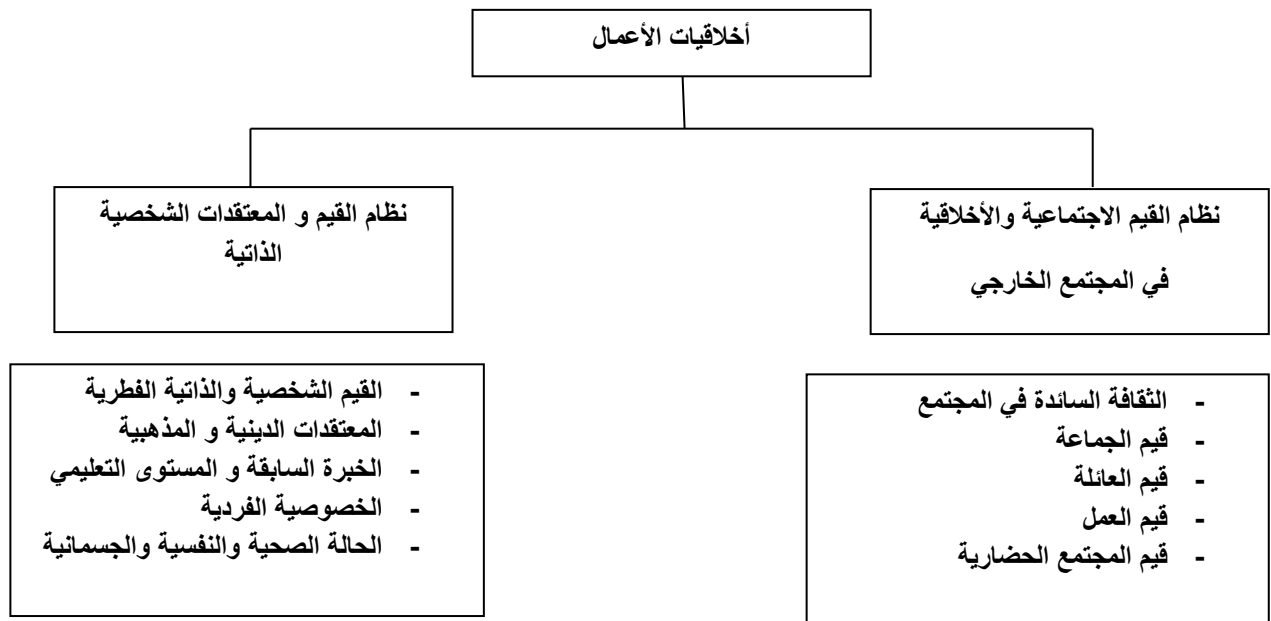
7- سلطة القديم و القيم الشخصية المتأصلة لدى العاملين: هنا نتكلم عن الموروث الحضاري و الثقافي و مدى تأثيره على سلوكياتنا الأخلاقية بالإيجاب والسلب، فقبوله و اعتماده دون فحص أو مناقشة في وقتنا الحالي قد يوقعنا في قبول أخلاقيات غثة، ظنا منا أننا محافظون على التراث.

8- القوانين و اللوائح الحكومية و التشريعات: القانون يحدد و يضع المعايير المقبولة في مجال الأعمال و يرسم الإطار الذي تسير فيه المنظمات بسلوك و قواعد أخلاقية، و بدورها تشكل قوة رادعة للسلوكيات المنحرفة.

9- جماعات الضغط في المجتمع المدني: من أشكائها جمعيات حماية المستهلك و الدفاع عن البيئة و تعتبر شريكا هاما في صقل و سن قواعد أخلاقيات الأعمال.

- من المصادر أيضا نذكر: قوانين الصناعة و المهن - الخبرة المتراكمة (الخبراء)، كما سنوضح في الشكل التالي
الركنيتين الأساسيين اللذين تستند إليهما أخلاقيات الأعمال في تكوين قواعد و مبادئها :

شكل (2) مصادر أخلاقيات العمل



المصدر: محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، دار اليازوري للنشر و التوزيع، ص 138

المطلب الثاني : مجالات ترسيخ أخلاقيات الأعمال

هناك عدة مجالات تستطيع أنظمة الأعمال استثمارها من أجل ترسيخ أخلاقيات الأعمال في كل جوانبها منها :

الفرع الأول: المجال القانوني

بوضع تشريعات وقوانين ومواثيق أخلاقية تحفظ الممارسات الإدارية للأعمال و تعمل على تحقيق العدالة و فرض نظم داخلية تركز ذلك¹.

الفرع الثاني: المجال الرقابي

__عن طريق الرقابة الذاتية لأفراد المنظمة تنبع من شعورهم بالمسؤولية و العمل على تنمية هذا الجانب في الموظفين.

__محاسبة المسؤولين و الموظفين للتأكد من مشروعية ما يفعلون.

__التقييم المستمر للأنشطة و للموظفين.

الفرع الثالث : المجال التحفيزي

- وضع أنظمة تمنع الاجتهادات الخاطئة.
- تدريب الموظفين و تعريفهم بالأحكام و الأنظمة لتفادي المخالفات .
- وضع اللوائح و التعليمات في أماكن واضحة داخل الإدارات.
- وضع نظام تحفيزي يشجع على الممارسة الأخلاقية و يكافئها.
- حماية كل من يساهم في الكشف عن السلوك غير الأخلاقي.

الفرع الرابع : المجال القيادي

-القدوة الحسنة تعتبر عاملا هاما لترسيخ أخلاقيات الأعمال داخل المنظمة فذلك القائد أو المدير الملتزم و المنفذ للأخلاقيات سيكون له أثر لالتزام باقي العمال و الموظفين بذلك.

-دعم الادارة العليا للسلوك الأخلاقي.

-تقديم رؤية و رسالة للمنظمة تؤكد على تبني النهج الأخلاقي.

-تبني استراتيجيات تأخذ بعين الاعتبار القيم و الأخلاق في كل القرارات.

¹سامية بن رمضان، مرجع سابق، ص 10 .

المطلب الثالث : مستويات أخلاقيات الأعمال

بما أن أخلاقيات الأعمال هي جزء لا يتجزأ من بيئة المنظمة، وتأثيرها يكون على الفرد والمنظمة ذاتها و المجتمع لذلك نذكر هذه المستويات الثلاثة بشيء من التفصيل :

- الفرع الأول : المستوى الفردي

يتركز موضوع الأخلاقيات على أنشطة الأفراد في المستوى الوظيفي إذا كانت مزوجة بالقيم الأخلاقية و الكيفية التي يؤدون بها أعمالهم و تصرفاتهم اتجاه مدرائهم و زملائهم فضلا عن زبائن المنظمة¹.

- الفرع الثاني : المستوى التنظيمي

يؤخذ في الاعتبار ما تقوم به المنظمات من الأنشطة المختلفة، إذ تكون المنظمات مسؤولة عما تقوم به من أعمال سواء اتجاه المنظمات الأخرى أو اتجاه أفرادها و عليها أن تتحمل العواقب المترتبة عن تلك الأعمال، فإلى جانب الكيان القانوني الذي تتمتع به المنظمة فإن لها كيان معنوي أو أخلاقي يجعلها مسؤولة عما تقوم به من أعمال بشكل قانوني و أخلاقي معا.

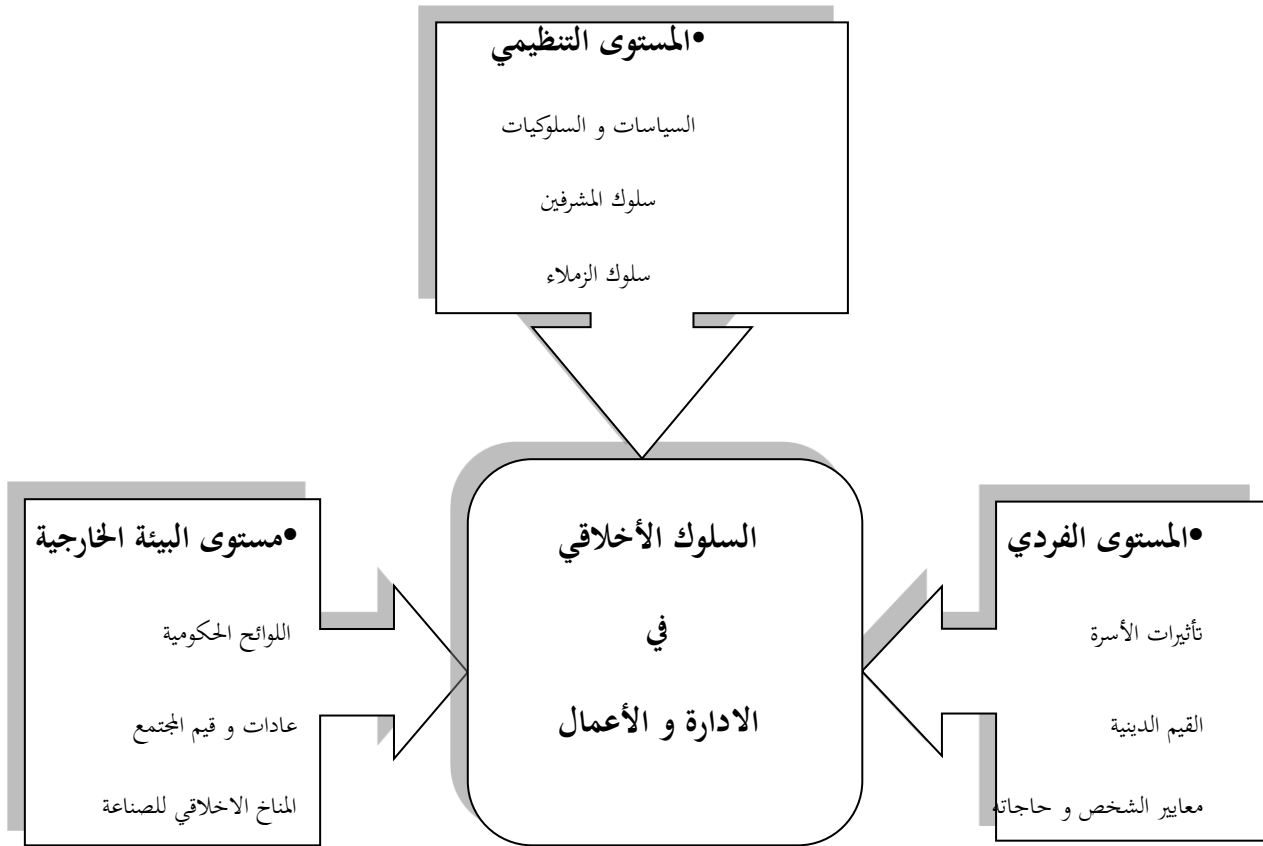
- الفرع الثالث :المستوى الاقتصادي الاجتماعي

فيهذا المستوى تظهر أخلاقيات الأعمال لتشمل ما تقوم به المنظمات من أعمال تؤثر في الظروف الاقتصادية و في المجتمع المحيط، وفيما إذا كانت الأخلاقيات مندمجة في أعمال المنظمات.

• و كما للأخلاقيات تأثيرا على هاته المستويات، هناك بالمقابل تأثير من هاته المستويات على السلوك الأخلاقي نبينه في هذا الشكل:

¹ دووم أحمد، سعيد علي النعاس، حول عبد القادر، أخلاقيات الأعمال و دورها في تبنى المؤسسات الاقتصادية لمفاهيم الحوكمة، مجلة المنتدى للبحوث و الدراسات الاقتصادية، المجلد 03 العدد 02، 2019، ص69، جامعة الجلفة.

الشكل 3: تأثير المستويات الثلاث على السلوك الأخلاقي في الإدارة و الأعمال



المصدر : John Schermerhorn Jr. Management, 5th edition, NY : John Welly and Sons, 1996, P110

المطلب الرابع : مشكلات أخلاقيات الأعمال في المنظمة

إن وضع الشركات و المنظمات لمواثيق أخلاقية داخل أسوارها، لا يعني بأنها أصبحت أخلاقية مطلقا بدليل استمرار الوقوع في انتهاكات أخلاقية و الأمثلة من الواقع كثيرة، و يرجع ذلك إلى الصعوبات و المشكلات التي لاتزال تواجه أخلاقيات الأعمال و التي سنعددتها:

الفرع الأول : تضارب المصالح

يعتبر تضارب المصالح للأطراف المساهمة في المنظمة من أكبر المعضلات التي تقف في وجه أخلاقيات الأعمال، فالمساهمون مثلا يضغطون على الإدارة لتعظيم أرباحهم على حساب إسهامها في المجتمع و حقوق العمال وتحسين ظروف العمل و الذين يعتبرون النشاطات الأخلاقية مصاريف و تكاليف تحد من أرباحهم.

من الممكن أن تتضارب المواقف للأفراد داخل المنظمة مع مبادئ أخلاقيات الأعمال، كقبول الهدايا والرشى نظير قرار لصالح طرف معين فهو بهذا السلوك يفض المصلحة الخاصة له على المصلحة العامة للمنظمة.

صعوبة علاقة أخلاقيات الأعمال بالكفاءة، التي تبدو مقيدا لها فالكفاءة هي مؤشر الربح تتأثر بتكاليف تبني الأخلاقيات وهنا تقع على الإدارة مهمة إدارة الصراع للحفاظ على المشروعية الإدارية. وهنا يرى العالم "بيتر دراكر" : "أن على الشركات الامتثال للقانون و تحقيق الحد الأدنى من الأخلاقيات للحفاظ على إنتاجية العمل ومشروعية الإدارة معا.

الفرع الثاني : التفاوت بين أخلاقيات الإدارة و السلوك الإداري

من الناحية العملية هناك اختلاف واضح بين أخلاقيات الأعمال و بين السلوك الحقيقي للعاملين و المديرين فالمثاليات المعتمدة لا تنطبق على ما هو ممارس فعلا و هناك ما هو أكثر تأثيرا على المدراء من المدونات الأخلاقية، فتواصل اكتشاف الفساد ظاهرة تكاد تصبح دائمة، بسبب الدوافع الشخصية و محاولة جلب أكبر منفعة و عائد للفرد و للمنظمة.

الفرع الثالث : كبر حجم المنظمة

وهذا الأمر أكثر ما يحدث في منظمات القطاع العام ، حيث يصعب مراقبة كل الهيكل الذي يتميز بالتشعب أفقيا و عموديا، و هنا تتسع رقعة الفساد سواء من ممارسات الموظفين المتدمرين أو من طرف أصحاب القرار والمدراء الفرعيين.

الفرع الرابع : اختلاط المفاهيم

-صعوبة تحديد الصواب و الخاطئ من الناحية الأخلاقية وهذا ما جعل سن المبادئ والمعايير الأخلاقية أمرا بالغ التعقيد¹.

-تصاعد الاتهامات التي توجه إلى الممارسات الأخلاقية بأنها رياء وسمعة ولا تمثل جوهر وجود المنظمات ألا وهو تحقيق الأرباح.

-التعارضات ما بين الثقافات : تواجه الشركات التي تعمل في مجتمعات متعددة هذا الإشكال و هنا تبرز نسبة السلوك الأخلاقي والشركات في هذه الحالة مطالبة باحترام المبادئ الثلاثة :

- احترام القيم الإنسانية الجوهرية
- احترام التقاليد المحلية
- الاعتقاد بالسياقات التي تحدد ما هو صواب و ما هو خاطئ.

¹نجم عبود نجم ، مرجع سابق، ص 19 بتصرف

المبحث الثاني : مفهوم المسؤولية الاجتماعية

كانت هناك ادعاءات أن الشركات و المنظمات لا تعمل بشكل أفضل إلا إذا ركزت على تعظيم الأرباح أي العمل على مصلحتها الخاصة و هو آليا ينعكس على مصلحة المجتمع أو ما يعرف بمفهوم مواطنة الشركة. بالمقابل هناك من ينادي بأن ينادي بأن ذلك غير كافي لرفاه المجتمع، بل الموارد الموجودة فيه لا بد أن تستخدم لمصلحته. وعلى المنظمات أن تقدم المزيد لصالح المجتمع المتواجدة فيه. و أي إخفاق في الاستجابة لاحتياجات بيئة المنظمة و مصالح الأطراف الأخرى سيوقعها في مشاكل إضافية، لذلك تنامي وتطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية .

في هذا البحث سيتم التطرق إلى مدخل و تعريف المسؤولية الاجتماعية، أهميتها، مجالاتها و أبعادها.

المطلب الأول : تعريف المسؤولية الاجتماعية

في هذا المطلب سنحاول تقديم تعريفات متعددة للمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال و سنبداً في الفرع الأول بالتكلم عن الحقائق التي يستند عليها مفهوم المسؤولية الاجتماعية ثم نقدم فرع ثاني تعريفات علاقية المسؤولية الاجتماعية و في فرع ثالث نسردها تعريفات لعلماء الإدارة و ننتهي في فرع رابع بتعريفات لمنظمات وهيئات دولية.

الفرع الأول : الحقائق المستند عليها في تعريف المسؤولية الاجتماعية

قبل ذلك لا بد أن نعرض على تعريف مصطلح المسؤولية :

لغة: المسؤولية صيغت من السؤال و الحساب و هي مصدر صناعي من اسم المفعول (مسؤول) المشتق من سأل، و لهذا فهي تفيد كون الشخص مسؤولاً، و هو مسؤول هنا عن فعل قام به في الماضي و خلف وراءه آثاراً معينة فالمسؤولية إذن مرتبطة بالفعل.

إصطلاحاً: المسؤولية إقرار الشخص بما يصدر عنه من أفعال أو ما يمتنع عن القيام به من واجبات، أو ما يؤتمن عليه من أموال و أسرار و غيرها و تحمل نتائج كل ذلك¹.

استند مفهوم المسؤولية الاجتماعية في صياغته و بلورته إلى ثلاث حقائق² :

أولاً : الحقيقة المعنوية

¹ إبراهيم بدر الصبيحات، أخلاقيات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية، دار الجنان للنشر و التوزيع، الأردن، 2017، ص 27، 28 بتصرف

² محمد فلاق ، مرجع سابق، ص(41-48) بتصرف.

تتم بالقيمة الاجتماعية التي تؤثر في النشاطات الداخلية للمنظمة، وبالتالي فإن مفهوم المسؤولية الاجتماعية يركز على العلاقة بين منظمة الأعمال و قيم المجتمع الذي تتعامل معه المنظمة .

ثانيا : الحقيقة العقلانية أو الشرعية

تتم بالشرعية التي يمنحها المجتمع للمنظمة، من خلال قواعد المجتمع التي تؤثر في الأهداف الإستراتيجية للمنظمة و جهودها في الالتزام بالتوقعات الاجتماعية، ومن هذه التوقعات (قوانين المخرجات الاجتماعية، الغرامات، المقاطعة، العقاب الاجتماعي)

ثالثا : الحقيقة الاقتصادية

توصف المسؤولية الاجتماعية بأنها تحقق المنفعة الذاتية للأعمال، لأنها تسهم في إكساب القيمة المضافة من خلال مساعدة المنظمة على استيعاب حاجات و إسهامات الجماعات المختلفة من أصحاب المصالح داخل و خارج المنظمة، و بما يترتب عليها من الاحتفاظ بالشرعية الاجتماعية و تعظيم النواتج المالية على المدى البعيد .

الفرع الثاني : تعريفات علاقة للمسؤولية الاجتماعية

في هذا الفرع يمكن أن نوضح ماذا تعني المسؤولية الاجتماعية حسب علاقتها أو الزاوية التي نراها منها¹ :

1-العلاقة مع دعاة النظرية الاقتصادية: التي ترى أن لشركات الأعمال مسؤولية واحدة هي تعظيم

الأرباح و أن المسؤولية الاجتماعية هي قيام شركات الأعمال بالبرامج و الأنشطة التي تؤدي إلى تحقيق اجتماعية تتكامل مع الأهداف الاقتصادية منها.

2-بالعلاقة مع المصلحة الذاتية لرجال و شركات الأعمال فإن المسؤولية الاجتماعية هي التزام رجال

شركات الأعمال بالمصلحة الذاتية المتنورة التي تهتم بمصالح الأطراف الأخرى من غير حملة الأسهم كمصالح العاملين، الموردين، المنافسين، الزبائن... الخ

3-بالعلاقة مع سلوك شركات الأعمال فإن المسؤولية الاجتماعية هي مجموعة الالتزامات الطوعية

(الاستجابة الاجتماعية) أو غير الطوعية (المفروضة بالقانون) التي تنسجم مع قواعد و متطلبات البيئة و الأطراف المؤثرة فيها.

¹نجم عبود نجم، مرجع سابق، ص201.

4- بالعلاقة مع أخلاقيات الإدارة و الأعمال فإن المسؤولية الاجتماعية هي الحد الأدنى الأخلاقي المطلوب الالتزام به لضمان امتثال شركات الأعمال للقانون (القيم الرسمية) و للمعايير و القيم الاجتماعية .

الفرع الثالث : تعريف المسؤولية الاجتماعية لدى علماء الإدارة

منذ نشأة مفهوم المسؤولية الاجتماعية قدم الأكاديميون و علماء الإدارة عدة تعاريف لها نذكر منها :

تعريف Milton Freedman: يرى أن المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال سداد الأجور للعاملين مقابل عملهم و تقديم السلع والخدمات للمستهلكين مقابل ما يدفعون من أموال و سداد الضرائب الحكومية التي توفر الخدمات العامة للموظفين واحترام سيادة القانون عن طريق احترام العقود المبرمة¹.

تعريف (Peter F Drucker 1977) : عرف عالم الإدارة الشهير المسؤولية الاجتماعية بأنها التزام منظمات الأعمال اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه².

تعريف (strier 1979) : هي استجابة لتوقعات المجتمع من المنظمة ، والتي يفترض أنها تبادر للقيام بها لتتحمل المسؤولية اتجاه المجتمع و بصورة تفوق مستوى خضوعها للقانون ، مع مراعاة عدم الإضرار بمصالح المنظمة و تحقيق عائد مناسب على الاستثمارات³.

تعريف (Robbins 1999): من وجهة نظره فإن المسؤولية الاجتماعية تستند إلى اعتبارات أخلاقية مركزة على الأهداف و التزامات بعيدة الأمد آخذة بعين الاعتبار مبادرات منظمة الأعمال الحقيقية للوفاء بهذه الالتزامات و بما يعزز صورتها في المجتمع⁴.

تعريف (Daft 2002): هي واجب تلتزم إدارة المنظمة المعاصرة عند اتخاذها القرارات المهمة ، و عند قيامها بالعمال بما يحقق مصالح المجتمع و تدعم رفاهيته في ظل التغيرات الأخيرة في بيئة منظمات الأعمال⁵.

¹Steiner,F&Miner,J .1977 Management Policy and strategy, Macmillan, New York, P19

²Drucker F Peter,1977,An Introduction View of Management,HappensCollege presse USA, P 584

³Strier,Franklin 1979, The Business Manager'sDilemmaDefinining Social Responsibility, Journal of Engineering, Vol 2, P 89

⁴طاهر محسن منصور العالي، مرجع سابق، ص49.

⁵DaftL.Richard, 2003,Management,6th.Edition,Thompson South Western PublishingCo,P

من خلال ما سبق نستطيع أن نقدم محاولة لتعريف المسؤولية الاجتماعية هي المبادرة التي تبرز الالتزام بخدمة مصالح المجتمع و الاستجابة لتطلعاته وجعل ذلك هدفا استراتيجيا في سبيل بناء علاقة وثيقة و مستدامة بين المنظمة والمجتمع.

الفرع الرابع : تعريف المسؤولية الاجتماعية من طرف الهيئات الدولية

سنتطرق لأهم التعاريف التي قدمتها الهيئات والمنظمات الدولية :

1- منظمة الأمم المتحدة ONU: المسؤولية الاجتماعية هي تحلي المنظمات بروح المواطنة العالمية التي تغطي كلا من حقوق ومسؤوليات المنظمات غير الوطنية في السياق الدولي، و اعتناق و استصدار عدد من القيم و المبادئ المتفق عليها عالميا في ممارسات المنظمات و في دعم السياسات العامة الملائمة على السواء في مجالات حقوق الإنسان و في ظروف العمل و حماية البيئة¹.

2- البنك الدولي : يقصد بالمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال الالتزام بالمساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة، و ذلك من خلال التعاون مع العاملين و أسرهم و المجتمع المحلي و المجتمع ككل لتحسين مستوى معيشتهم على نحو مفيد لنشاط المنظمات و التنمية الاقتصادية².

3-الاتحاد الأوروبي: عرف المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال أنها تتضمن بعدا داخليا خاص بإدارة الموارد البشرية اجتماعيا كالتكوين، الأمن، الصحة، ظروف العمل، الترفيه..... الخ و بعدا خارجيا ذو اعتبارات مجتمعية و بيئية في أعمالها و في تفاعلها مع أصحاب المصالح على نحو تطوعي، أي أنها لا تستلزم سن قوانين أو وضع قواعد محددة تلتزم بها المنظمات للقيام بمسؤوليتها اتجاه المجتمع³.

4-الغرفة التجارية العالمية : جميع المحاولات التي تساهم في تطوع المنظمات لتحقيق تنمية ذات اعتبارات أخلاقية و اجتماعية. و بالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تعتمد على المبادرات الحسنة دون إلزام قانوني بل بالإقناع و التعليم⁴.

*من التعريفات نلاحظ أن الهيئات الدولية شبه متفقة على أن المسؤولية الاجتماعية :

¹Frank Hond, Bakker Frank G.A and Neergraard Peter ,2007,Managing corporate social responsibility in action talking, Corporate social responsibilityseries,AshgatePublishingCompany, USA, P 10

²Op .Cit, P 38

³ Commission des communautés européennes, Livre vert sur la responsabilité sociale des entreprises,2001

⁴الأسرج، حسين عبد المطلب، 2011، تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية في مصر، معهد التخطيط القومي الكويت.

- عمل تطوعي مبني على المبادرة .

- لم تؤطرها في سياق قانوني ملزم للمنظمات .

المطلب الثاني : أهمية المسؤولية الاجتماعية

في هذا المطلب سنعدد أهمية المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للجهات الثلاث الرئيسية و نعني هنا :

المجتمع، المنظمة، الدولة :

الفرع الأول : بالنسبة للمنظمة

تتمثل أهميتها في :

- دعم علاقة المنظمة بمجتمعها فالمسؤولية الاجتماعية تعمل على تحسين تلك العلاقة و تمتينها.
- تحسين صورة المنظمة بالمجتمع و ترسيخ المظهر الايجابي لدى العاملين و أفراد المجتمع و بناء سمعة طيبة .
- الإيفاء بالالتزامات اتجاه جميع أصحاب المصالح stakeholders فالمسؤولية الاجتماعية تشكل ذلك الإطار الذي يدفع بالمنظمة نحو التعامل المثالي مع كل ذوي العلاقة بها.
- توجيه المنظمة للالتزام بالقانون و ضمان الحد الأدنى من خدمة المجتمع .
- الاستجابة الفعالة لتغيرات المجتمع و التطور الحاصل في حاجاته.
- المردود المادي فالصورة الحسنة للمنظمة جراء تحملها المسؤولية الاجتماعية تساهم في تحسن تسويق منتجاتها و خدماتها.

الفرع الثاني : بالنسبة للمجتمع

تتمثل أهميتها في :

- زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع مع خلق شعور عالي بالانتماء من قبل الأفراد ذوي الاحتياجات الخاصة و الأقليات و المرأة و الشباب و غيرهم .
- الاستقرار الاجتماعي نتيجة توفر نوع من العدالة الاجتماعية و سيادة مبدأ تكافؤ الفرص الذي هو جوهر المسؤولية الاجتماعية .
- تحسين نوعية الحياة في المجتمع سواء من ناحية البنية التحتية أو الناحية الثقافية .
- ازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين منظمات المجتمع و مختلف الفئات ذات المصلحة .
- الزيادة من الترابط الاجتماعي و ازدهار المجتمع على مختلف المستويات .

الفرع الثالث: بالنسبة للدولة

تتمثل أهميتها في:

- تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهامها و خدماتها الصحية و التعليمية و الثقافية و الاجتماعية.
- دعم عوائد الدولة عن طريق الضرائب والرسوم.
- المساهمة في القضاء على البطالة.
- المساهمة في التطور التكنولوجي و غيرها من المجالات التي تجدد الدولة الحديثة نفسها غير قادرة على القيام بأعمالها جميعا.

المطلب الثالث: مجالات المسؤولية الاجتماعية

تحتوي بيئة العمل على عدد كبير من الجماعات ذات المصلحة الخاصة في نشاطات منظمات الأعمال ، وعلى المنظمة أن تعي ذلك و تولي كل جماعة سواءا رئيسيين أو ثانويين اهتماما خاصا و هم (الموظفون، الزبائن، المنافسون، المساهمون، جماعات الضغط، الحكومة و دوائرها، النقابات، المساهمون، المجتمع المحلي... الخ). سنتكلم في هذا المطلب عن أربع متغيرات أو مجالات رئيسية للمسؤولية الاجتماعية تنطوي تحتها كل عناصر أصحاب المصلحة. Stackholders و هم الموظفون، المستهلكون، البيئة و المجتمع.

الفرع الأول : المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموظفين(العاملين)

يتجسد هذا المجال من خلال :

- توفير فرص عمل بصورة متكافئة و عادلة .
- إعداد برامج تدريب لتأهيل العمال و زيادة مهاراتهم .
- إتباع سياسة ترقية مرضية.
- إتباع سياسة أجور و حوافر مناسبة .
- تحسين ظروف العمل (السلامة، الوقاية، الأمان)
- تحسين الأوضاع الاجتماعية للعمال و الموظفين بتوفير خيارات متعددة من رعاية صحية -طب عمل- خدمات اجتماعية، برمج ترفيهية... الخ.

الفرع الثاني : المسؤولية الاجتماعية اتجاه المستهلكين و العملاء

- نظرا لأهمية هذه الفئة سنبرز أهم الأنشطة الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء و المستهلكين :
- البحث عن احتياجات المستهلكين و محاولة تلبيتها.

- مراعاة جانب الأمان في تصنيع المنتجات.
- وضع كل البيانات اللازمة على عبوة المنتج كالتعريف بالمكونات، مخاطر الاستخدام - تاريخ و مدة الصلاحية - كيفية الاستخدام.
- تقديم إعلانات صادقة خالية من الخداع.
- التعامل مع المستهلك بكل صدق و تفادي الكذب و التزييف و حجب المعلومات¹.
- تقديم ضمانات للمنتوج و خدمات ما بعد البيع.

الفرع الثالث : المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة.

قدم Norman Bowie² رؤية حول التزام منظمات الأعمال بحماية البيئة وفق القانون و حول الالتزام الأخلاقي لتفادي التدخل في الميدان السياسي لإضعاف التشريعات البيئية .

تعتبر البيئة موضوعاً مهماً للمسؤولية الاجتماعية بدليل وضع المنظمة الدولية للتقييس شهادة ISO14000 لنظام إدارة البيئة تسعى كل المنظمات للحصول عليها لدعم موقف نشاطها نحو البيئة وحمايتها و تتخذ عدة خطوات لذلك :

- وضع سياسة بيئية واضحة مستدامة و متواجدة في رسالة المنظمة.
- تخصيص قسم خاص أو وحدة خاصة بالبيئة.
- العمل على الإيفاء بمتطلبات نظام ISO 14000
- التقليل من التلوث البيئي (هواء، ماء، تربة ، ضوضاء)
- أنشطة إعادة التدوير للحفاظ على الموارد الطبيعية .
- العدالة باختيار مواقع الوحدات الإنتاجية للمنظمة في المدينة.
- الالتزام بإعداد تقارير بيئية سنوية، وفحص القضايا الواردة من الخارج.

الفرع الرابع : المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع

يعتبر الالتزام بتجسيد الرفاه الاجتماعي هدف من أهداف المسؤولية الاجتماعية و يتمثل في :

- تدعيم المؤسسات التعليمية و الثقافية.
- المساهمة في دعم البنى التحتية للمجتمع مثل شق الطرقات، منتزهات... الخ

¹ وليام هـ شاو، أخلاقيات منظمات الأعمال - ترجمة عبد الحكم أحمد الغزالي دار البحر للنشر الطبعة الأولى القاهرة 2005 ص 17

² Norman Bowie ,morality money and motor cars business ethics and the envirenment the public edited by Hoffman Robert Frederick and edward (New york :books)1990, P 91

- توفير وسائل النقل للعاملين.
- دعم تنظيمات المجتمع المدني و الجمعيات الخيرية .
- رعاية البرامج التي تحد من الأوبئة و الأمراض.
- المساهمة في الأنشطة الرياضية بشتى أنواعها .

المطلب الرابع : أبعاد المسؤولية الاجتماعية

إن ممارسة المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال تنحصر ضمن أطر و أبعاد نذكرها كما يلي¹ :

الفرع الأول: البعد الاقتصادي

و يقتضي استخدام الموارد بشكل رشيد لنتج منظمات الأعمال سلعا و خدمات بجودة عالية ن كما يقتضي هذا البعد المنافسة العادلة عن طريق احترام قواعد المنافسة و عدم إلحاق الأذى بالمنافسين، إضافة على منع الاحتكار و الإضرار بالمستهلكين، كما يعتمد هذا البعد على الاستفادة من التقدم التكنولوجي و استخدامه في معالجة الأضرار التي تلحق بالبيئة .

الفرع الثاني : البعد القانوني

يقتضي هذا البعد الالتزام الواعي و الطوعي بالقوانين و التشريعات المنظمة لمختلف المجالات في المجتمع، كاحترام القانون الخاص بحماية المستهلك، حماية الأطفال صحيا و ثقافيا، حماية البيئة .

كما يقتضي البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية تحقيق العدالة و السلامة و منع عمل المسنين و الأطفال و تحديد ظروف العمل المناسبة و إعطاء الفرصة لذوي الاحتياجات الخاصة في العمل و منع التمييز و احترام حقوق الإنسان.

الفرع الثالث : البعد الأخلاقي

يستند هذا البعد على إستوعاب الجوانب القيمية و الأخلاقية و السلوكية و المعتقدات في المجتمع الذي تعمل فيه، و في حقيقة الأمر فإن هذه الجوانب لم تأطر بعد بقوانين ملزمة لكن احترامها يعتبر أمرا ضروريا لزيادة سمعة المنظمة في المجتمع و قبولها، فعلى المنظمة أن تلتزم بعمل ما هو صحيح، عادل و نزيه.

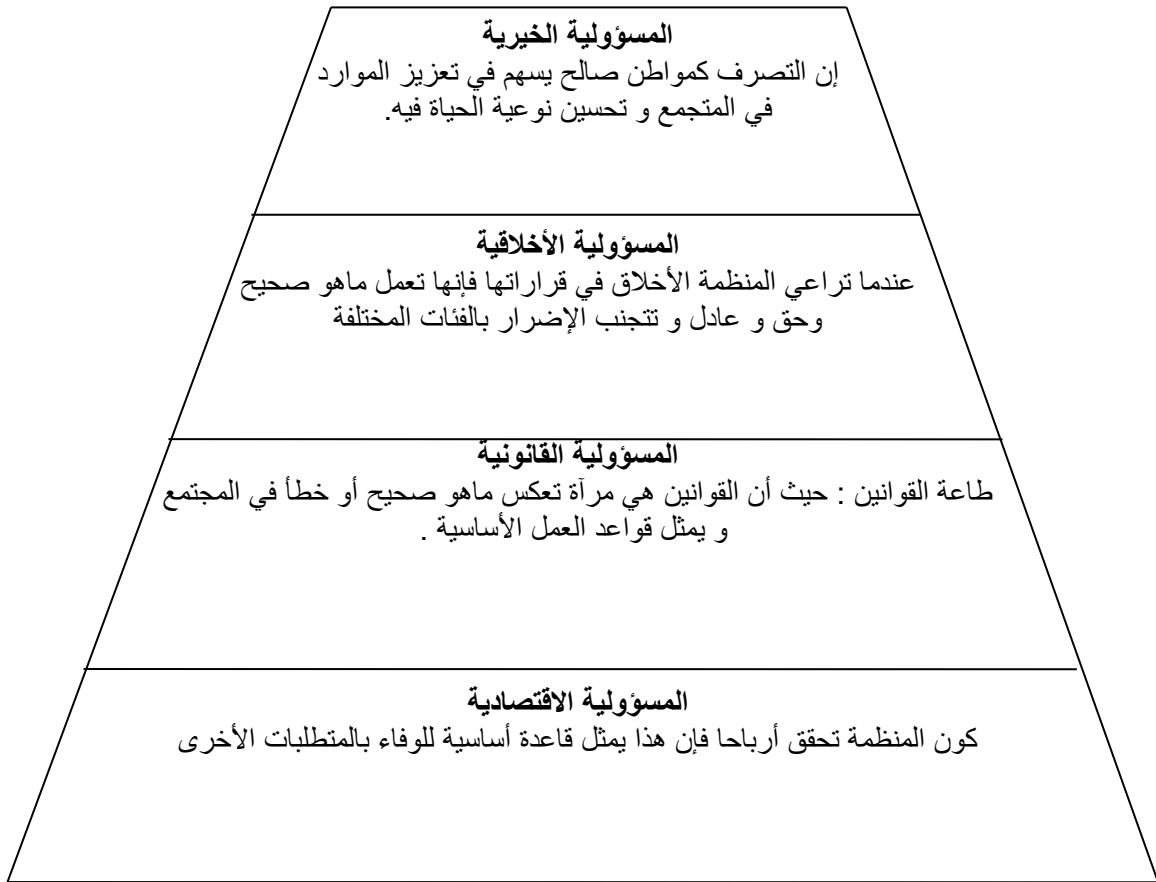
¹ Corrol,A.B1991 The Pyramid or corporate ,social Responsibility :Toward the moral management of organizational stackholders business horizon vol 34 P 405

الفرع الرابع : البعد الخيري

يرتبط هذا البعد بمبدأ تطوير نوعية الحياة بشكل عام، و ما يتفرع عن ذلك من عناصر ترتبط بالذوق العام و نوعية ما يتمتع به الفرد من غذاء و ملابس و نقل. كما يمثل هذا البعد المزايا و المنافع التي يرغب المجتمع أن يحصل عليها من المنظمة بشكل مباشر، مثل الدعم المقدم لمشروعات المجتمع المحلي بكافة أشكالها.

و في الشكل التالي نوضح هرم المسؤولية الاجتماعية لـ (Carroll)

شكل 4: هرم كارول للمسؤولية الاجتماعية



المصدر: (محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، 2015، ص 55)

كما يوضح الجدول التالي خلاصة للممارسات الأكثر شيوعاً في دول العالم و تشكل الأبعاد الأربعة للمسؤولية الاجتماعية:

جدول (2) : أبعاد المسؤولية الاجتماعية و عناصرها الرئيسية و الفرعية

| العناصر الفرعية | العناصر الرئيسية | البعد |
|---|----------------------------|-----------|
| <ul style="list-style-type: none"> ● منع الاحتكار وعدم الإضرار بالمستهلكين ● احترام قواعد المنافسة و عدم إلحاق الأذى بالمنافسين | المنافسة العادلة | الاقتصادي |
| <ul style="list-style-type: none"> ● استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي و الخدمات التي يمكن أن يوفرها. ● استخدام التكنولوجيا في معالجة الأضرار التي تلحق بالمجتمع و البيئة | التكنولوجيا | |
| <ul style="list-style-type: none"> ● عدم الاتجار بالمواد الضارة على اختلاف أنواعها ● حماية الأطفال صحيا و ثقافيا ● حماية المستهلك من المواد المزورة و المزيفة | قوانين حماية المستهلك | القانوني |
| <ul style="list-style-type: none"> ● منع تلوث المياه و الهواء و التربة ● التخلص من المنتجات بعد استهلاكها ● منع الاستخدام التعسفي للموارد ● صيانة الموارد و تمنييتها | حماية البيئة | |
| <ul style="list-style-type: none"> ● منع التمييز على أساس العرق أو الجنس أو الدين ● ظرف العمل و منع عمل الأحداث و صغار السن ● إصابات العمل ● التقاعد و خطط الضمان الاجتماعي ● عمل المرأة و ظروفها الخاصة ● المهاجرين و تشغيل غير القانونيين ● عمل المعوقين | السلامة و العدالة | |
| <ul style="list-style-type: none"> ● مراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك ● مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف ● مراعاة حقوق الإنسان | المعايير الأخلاقية | الأخلاقي |
| <ul style="list-style-type: none"> ● احترام العادات و التقاليد ● مكافحة المخدرات و الممارسات اللاأخلاقية | الأعراف و القيم الاجتماعية | |
| <ul style="list-style-type: none"> ● نوع التغذية ● الملابس ● الضمان ● النقل العام ● الذوق العام | نوعية الحياة | الخير |

المصدر: (طاهر محسن منصور الغالي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال الأعمال و المجتمع، 2010، ص 82)

المبحث الثالث : الدراسات السابقة

نستعرض في هذا المبحث الدراسات السابقة المتعلقة بالمتغيرين أخلاقيات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية و كذلك الدراسات التي عالجت و بحثت في العلاقة بينهما و في مطلب رابع سنحاول إبراز ما يميز دراستنا الحالية.

المطلب الأول : دراسات سابقة حول أخلاقيات الأعمال

في هذا المطلب نعرض بعض الدراسات التي تطرقت إلى موضوع أخلاقيات الأعمال كمتغير مستقل كالتالي :

1- دراسة (مهديد فاطمة الزهراء 2017) مقال بعنوان : "ترسيخ أخلاقيات الأعمال كآلية لتفعيل عملية صنع

القرار بالمؤسسات الاقتصادية، دراسة ميدانية لمجموعة مؤسسات بن حمادي -برج بوعريبيج". هدفت الدراسة إلى التعرف على تصورات الأفراد العاملين في مؤسسات ميدان الدراسة نحو مدى تأثير أخلاقيات الأعمال على فعالية صنع القرار، و لتحقيق أهداف الدراسة أجرت الباحثة مسحاً ميدانياً على عينة من المؤسسات الاقتصادية بولاية برج بوعريبيج من خلال تصميم استمارة حيث تكون مجتمع الدراسة من جميع العمال الإداريين المتواجدين في مختلف مديريات ودوائر المؤسسات و البالغ عددهم 193، وقد تم اختيار العينة البالغ عددها 49 مفردة و في ضوء ذلك جرى جمع و تحليل البيانات و اختبار الفرضيات باستخدام SPSS و توصلت الدراسة إلى عدة نتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأخلاقيات الأعمال على أبعاد فعالية صنع القرار (جودة القرار، قبول القرار، وقت اتخاذ القرار، وسهولة تنفيذ القرار)، ووجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين المتغير المستقل أخلاقيات الأعمال و المتغير التابع فعالية صنع القرار بأبعاده.

2- دراسة لزروقي يحي 2014 بعنوان : " أخلاقيات الأعمال والفساد الإداري للموظف العام -دراسة حالة

مديرية الضرائب لولاية تلمسان. رسالة دكتوراه " و التي تهدف إلى تحليل المداخل الأساسية لهذين المفهومين أي أخلاقيات الأعمال و الفساد الإداري و تمثلت عينتها في 90 موظفاً من مديرية الضرائب لولاية تلمسان و استخدمت أداة الدراسة : الاستبيان لجمع البيانات و التحليل الإحصائي الوصفي، وفق المنهج الوصفي للجانب النظري و التحليلي للجانب العملي و كان من أبرز نتائجها: وجود علاقة ايجابية بين هذه الأخلاقيات و السلوك الوظيفي في هذه المنظمة الحكومية.

3- دراسة (نجم عبود و الميضيي باسم 2010)، حملت عنوان " أخلاقيات الإدارة، مجلة دراسات العلوم

الإدارية.مقال"، هدفت هذه الدراسة إلى تقديم رؤية حول أخلاقيات الإدارة و مداخلها التي تفسر علاقة الأعمال بالأخلاقيات ، وكذلك إعداد نموذج للمداخل الأساسية للأخلاقيات و يسهم في تفسير و تقييم

نمط العلاقة بين الأخلاقيات و الأعمال، واستخدم الباحثان عينة قصدية ملائمة و تم توزيع 100 استبانة على 25 منظمة حكومية و خاصة مستخدمين أداة الاستبيان و التحليل و اعتمدت الدراسة على المنهجية التحليلية في مراجعة الأدبيات المتعلقة بالأخلاقيات و اختبار الفرضيات باستخدام معامل سبيرمان للمتغيرات غير الكمية عند مستوى دلالة إحصائي (0.01،0.050) و توصل الباحثان إلى أن الاهتمام كان ضعيفا بالجوانب الأخلاقية في هذه المنظمات و أن على الادارة توضيح رؤيتها عن الأخلاقيات.

4- دراسة (Maguad and Krone ماجواد و كرون 2009) "الأخلاق والقيادة الأخلاقية في

المنظمة ethic and moral leadership total quality management"

تطرت هذه الدراسة إلى الأخلاق و القيادة الأخلاقية في المنظمة و التي هدفت إلى استكشاف العلاقة بين الأخلاق و القيادة الأخلاقية و التحسن الناجح للجودة النوعية في المنظمة و اعتمدت على منهج التحليل النقدي للدراسات السابقة و الأدب النظري و التي توصلت إلى أن القيادة الخلاقية هي أكثر وأهم متغير لنجاح الأعمال على المدى الطويل، وكذلك دعم السلوك الأخلاقي كهدف للعمل المهم في زيادة الأرباح و تحسن رضا الزبائن و تقليل معدلات دوران العمل و الرضا الوظيفي.

المطلب الثاني : دراسات سابقة حول المسؤولية الاجتماعية

تطرت عدة دراسات لموضوع المسؤولية الاجتماعية و سنحاول عرض بعضها :

1- دراسة (كوثر مُجَّد أحمد مُجَّد خوجلي و الطاهر احمد مُجَّد علي 2015) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية و أثرها على الصورة الذهنية للشركات". دراسة ميدانية-مجلة إدارة الجودة الشاملة 2016 (2) vol 17 - جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا كلية الدراسات التجارية، هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر المسؤولية الاجتماعية على تحسين الصورة الذهنية للشركات و كذلك التعرف على مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات السودانية للاتصالات. تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي و كانت العينة ميسرة حجمها 125 وزعت على شركات الاتصالات السودانية خلال استمارة استبيان موزعة على موظفي الشركة (زين-سوداني و MTN)، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ايجابية بين المسؤولية الاجتماعية و الصورة الذهنية، وتوصي الدراسة متخذي القرار إلى تطبيق المسؤولية الاجتماعية داخل المنظمات و خارجها لتحسين الصورة الذهنية للشركة.

2- دراسة (مُجَّد نصار الديب 1999) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية و الأخلاقية للإدارة الإستراتيجية في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة. رسالة ماجستير" هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى فهم المديرين لمفاهيم فلسفة المسؤولية الاجتماعية و الأخلاقية في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة و

مستوى ممارستها و أهم المعوقات التي تواجه هاته الشركات في ممارسة المسؤولية الاجتماعية و شملت الدراسة 198 مديرا في الإدارة العليا للشركات الصناعية الأردنية وتم اختيارهم بشكل عشوائي مستخدمة الاستبانة كأداة للدراسة وجمع البيانات و اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي بإتباع أسلوبين رئيسيين هما أسلوب الدراسة النظرية و الذي استند على مصادر مكتبية عديدة و أسلوب الدراسة الميدانية بالاعتماد على الاستبانة وقد خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها :

- تم التوصل إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لاتجاهات أفراد العينة نحو مفاهيم و فلسفة المسؤولية يعزى لمستوى الدخل، التعليم، المستوى الإداري.
- وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لاتجاهات أفراد العينة نحو مفاهيم و فلسفة المسؤولية الاجتماعية و الأخلاقية تعزى إلى العمر و مدة الخبرة.
- وجود علاقة ارتباط سلبية بين مستوى ممارسة المسؤولية الاجتماعية و الأخلاقية في تلك الشركات و بين المعوقات المالية و الالتزام القانوني و المعوقات الإدارية و تم التوصل إلى وجود علاقة ارتباط موجبة بين ممارسة المسؤولية الاجتماعية و الأخلاقية في مجال البيئة الداخلية و العاملين و بين الالتزام القانوني.

3- دراسة (خواجة فؤاد لطيف، أندريا بيريز، عمر فاروق صاحب زادة) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية للشركات و ولاء العملاء في صناعة الفنادق": دراسة عابرة للبلدان- المجلة الدولية لإدارة الضيافة، 2020 .

تبحث الدراسة في دور تصورات العملاء للمسؤولية الاجتماعية للشركات في تحسين ولاء العملاء من خلال استكشاف آثارها المباشرة و الوسيطة من خلال جودة الخدمة و رضا العملاء و صورة الشركات و سمعتها في بيئة عابرة لعدة بلدان، تم جمع البيانات من باكستان، الصين و إيطاليا من خلال استطلاع للرأي لاستكشاف تجارب العملاء الفندقية .

تم اختبار الفرضيات باستخدام Smart Pls-3 . كشفت نتائج العينة الإجمالية أن المسؤولية الاجتماعية للشركات أثرت بشكل إيجابي كبير على ولاء العملاء و مع ذلك كانت هذه العلاقة ضعيفة في العينات المأخوذة من باكستان و إيطاليا بينما وجد أنها ذات أهمية جزئية فقط في الصين.

كما كشفت النتائج عن تأثير مباشر و إيجابي و هام للمسؤولية الاجتماعية للشركات على جودة الخدمة و رضا العملاء و صورة و سمعة الشركة. كانت العلاقات المباشرة بين جميع هذه المتغيرات مهمة أيضا عبر العينات تم تحديد رضا العملاء و صورة الشركة كوسطاء مهمين لرابط ولاء المسؤولية الاجتماعية للشركات و لكن وجد أيضا أن جودة الخدمة و سمعة الشركة غير كبير.

المطلب الثالث: دراسات حول أخلاقيات العمل و المسؤولية الاجتماعية

سنتناول في هذا المطلب دراسات سابقة عاجلت العلاقة بين المتغيرين الأساسيين لبحثنا وهما اخلاقيات العمل والمسؤولية الاجتماعية:

1-دراسة(بن حمي فاطمة و قومي صفية 2021) بعنوان" دور أخلاقيات الأعمال في تحقيق المسؤولية الاجتماعية دراسة ميدانية بشركات التأمين بأدرار" مذكرة تخرج ماستر جامعة أحمد دراية- أدرار.

هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي تلعبه أخلاقيات الأعمال في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركات التأمين بأدرار، و قد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، و لتحقيق أهداف الدراسة تم إعداد و توزيع استبانة هدفت لاختبار الفرضيات، و تكون مجتمع الدراسة من الأفراد العاملين بشركات التأمين بأدرار، حيث تم توزيع (32) استبانة على عينة الدراسة، و تم استرداد (32) استبانة. وفي نهاية الدراسة تم تقديم مجموعة من النتائج و التوصيات التي ترى الباحثان أنها ضرورية لتحقيق مستوى أعلى من الالتزام بأخلاقيات الأعمال و ممارستها و المسؤولية الاجتماعية كذلك في شركات التأمين بأدرار ومن أهمها : أخلاقيات الأعمال تمارس من طرف العاملين بشركة التأمين ، يوجد الاحساس و التحمل للمسؤولية، توجد علاقة ارتباطية بين ممارسة أخلاقيات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية في شركات التأمين.

2-دراسة(حوشين كمال و رحيل أسية 2019) بعنوان" دور أخلاقيات العمل في تعزيز المسؤولية الاجتماعية" المجلة العلمية المستقبل الاقتصادي جامعة أمجد بوقرة بومرداس الجزائر.

هدفت الدراسة للإجابة عن إشكالية دور أخلاقيات العمل في تعزيز المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، بالتطرق إلى المفاهيم النظرية للمسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات العمل و تقديم إسهام للربط بين المفهومين بإبراز الدور الذي تلعبه أخلاقيات العمل في ترسيخ المسؤولية الاجتماعية للمنظمات و كذلك ضبط و تحديد طبيعة العلاقة بينهما، و قد خلصت هذه الدراسة إلى نتيجة أن هناك إرتباط و تداخل وثيق بين أخلاقيات العمل و تنفيذها و العمل بها و بين المسؤولية الاجتماعية و ترسيخها على مستوى المنظمة.

3-دراسة(كباشي أمجد حامد نورالدين و ضياء الحق الماهل عمر الحادو 2018) بعنوان "أثر أخلاقيات الأعمال على المسؤولية الاجتماعية المدركة" مجلة العلوم الاقتصادية و الإدارية جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا.

هدفت الدراسة لاختبار أثر أخلاقيات العمل على المسؤولية الاجتماعية المدركة، كما استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، و تمثل مجتمع الدراسة في عينة من الشركات العاملة في مجال البترول، حيث تم استهداف مديري الإدارة الوسطى والدنيا بشركات : النيل الكبرى للبترول و شركة بترودار للبترول و شركة بترو انرجي للبترول البالغ عددهم 714 فردا و تم اختيار عينة غير احتمالية ميسرة من الموظفين بلغت 250 موظفا وزعت عليهم

الاستبيانات استخدم في تحليل البيانات أسلوب الإحصاء الوصفي التحليلي و توصلت الدراسة لعدد من النتائج منها : وجود علاقة إيجابية بين أخلاقيات العمل و المسؤولية الاجتماعية المدركة، و أوصت الدراسة بعدد من التوصيات منها : على شركات ضرورة تبني مفهوم أخلاقيات العمل ومفهوم المسؤولية الاجتماعية المدركة للاستفادة القصوى من ذلك في تحقيق أهدافها.

4-دراسة (تاراسيا كاميلي كافلافت كوزادو، نون فورتين ،و وليام كاردوزو فيقيردوكافلافت-مارس 2022) بعنوان تأثير المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال على الوفاء للعلامة : أهمية حب العلامة التجارية و موقف العلامة التجارية. دراسة منشورة في موقع MDPI السويسري للمجلات العلمية www.mdpi.com/.

الهدف من هذه الدراسة هو التحقيق في تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات و أخلاقيات العمل على الإخلاص للعلامة التجارية، وأجريت دراسة تجريبية من عينة من 559 مستجيبا من أمريكا الشمالية من خلال المعالجة الإحصائية للبيانات باستخدام PLS-SEM، تم إثبات أن أخلاقيات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية تمارسان تأثيرا إيجابيا غير مباشر على الإخلاص للعلامة التجارية، تساعد هذه الدراسة أيضا على تبيان الأهمية الإستراتيجية للتركيز على أخلاقيات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية كحلفاء في دعم العلامة التجارية .

المطلب الرابع: ما يميز الدراسة الحالية

رغم أن هناك الكثير من الدراسات تناولت مفاهيم أخلاقيات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية للمنظمات سواء على حدى أو مع بعضهما إلا أن هناك ما يميز دراستنا المتواضعة الحالية و نذكر ذلك في مايلي :

- محاولة إبراز دور أخلاقيات الأعمال في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة اقتصادية عمومية متمثلة في مؤسسة نפטال.

- استعراض التجربة الجزائرية في مجال الأخلاقيات والمسؤولية الاجتماعية .

- الوقوف على مدى مسؤولية شركة نפטال اجتماعيا اتجاه البيئة و المجتمع.

- محاولة معرفة واقع أخلاقيات الأعمال في المؤسسات الاقتصادية العمومية .

- محاولة تصميم نموذج أخلاقي جزائري يؤسس لشركات مسؤولة اجتماعيا.

- الوقوف على تأثير أخلاقيات الأعمال في ممارسة المسؤولية الاجتماعية في مجالات الموظفين - العملاء - البيئة و المجتمع .

خلاصة الفصل:

في هذا الفصل تحدثنا في المبحث الأول عن موضوع أخلاقيات الأعمال، و هو المتغير المستقل في هذه الدراسة، و قد كان التركيز في هذا المبحث عن ماهية أخلاقيات الأعمال بنوع من التفصيل، فمررنا على مفهوم كل من الأخلاق، العمل، الأعمال، أخلاقيات العمل، ثم أخلاقيات الأعمال مع مقارنة بين أخلاقيات العمل و أخلاقيات الأعمال التي هي أشمل و هي مجموع المبادئ و المعايير المرافقة للسلوك الإداري من أجل توجيهه للقرار الصحيح و اختيار أسلم الوسائل من أجل الوصول إلى الأهداف. ثم أكملنا و تكلمنا عن مبادئ أخلاقيات الأعمال و أهمها الأمانة، العدالة، الشفافية، المسائلة و الثقة، كذلك تطرقنا إلى مصادر أخلاقيات الأعمال، كما ذكرنا في هذا المبحث مجالات ترسيخ الأخلاقيات القانوني، الرقابي، التحفيزي و القيادي، و في مطلب آخر مستويات الأخلاقيات في الأعمال، و المطلب الأخير تكلمنا عن بعض مشكلات الأخلاقيات في الأعمال.

في المبحث الثاني ركزنا على المسؤولية الاجتماعية كمتغير تابع و تعريفاتها المتعددة، و أهميتها بالنسبة للمنظمة، المجتمع و الدولة، تحدثنا أيضا عن المجالات البارزة للمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال كالمسؤولية نحو الموظفين، المسؤولية نحو المستهلكين، المسؤولية نحو البيئة و المسؤولية نحو المجتمع.

جاء المبحث الثالث و الأخير في هذا الفصل لعرض فيه دراسات سابقة عربية و أجنبية لأخلاقيات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية كذلك ذكرنا في مبحث ما يميز دراستنا الحالية عن سابقتها من الدراسات.

الفصل الثاني:

الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد:

عرضنا في الجانب النظري مفاهيم كل من أخلاقيات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية وبناءا على ما سبق سنحاول في هذا الفصل اسقاط الجانب النظري على شركة نפטال NAFTAL فرع برج بوعرييج، وذلك للتأكد من وجود علاقة تأثير بين المتغيرين، وقد استخدمنا الاستبيان كأداة رئيسية في جمع البيانات وصولا للنتائج وتحليلها ومن أجل ذلك قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث:

المبحث الأول: التعريف بميدان الدراسة

المبحث الثاني: الاطار المنهجي للدراسة

المبحث الثالث: عرض وتحليل بيانات الدراسة

المبحث الأول: التعريف بميدان الدراسة

في هذا المبحث سنتعرض إلى التعريف بميدان الدراسة ومجتمع الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة التي تتماشى وطبيعة الدراسة، كما يتم تحليل المعلومات الشخصية لأفراد العينة.

المطلب الأول: التعريف بشركة نפטال

لقد أجريت الدراسة الميدانية بشركة نפטال NAFTAL فرع برج بوعرييج، وفي هذا المطلب سنتطرق إلى التعريف بالشركة ككل و مهامها الرئيسية، ثم نخصص تعريفا لفرع ولاية برج بوعرييج من حيث الموقع الجغرافي، الهيكل والمهام التي تقوم بها والمجال الذي تشرف عليه.

أولا: تقديم الشركة

"الشركة الوطنية لتسويق وتوزيع المنتجات البترولية"، تحت اختصار "NAFTAL" هي شركة مساهمة (spa) برأس مال قدره 15,650,000,000 دج. تأسست في عام 1982 وهي شركة تابعة بنسبة 100% لمجموعة سوناطراك، وهي مرتبطة بنشاط التسويق و تتواجد في كل ربوع الوطن. وتوفر نפטال ما يقرب من 13.3 مليون طن من المنتجات النفطية سنويا، بفضل ما تمتلكه من بنية تحتية تشغيلية معتبرة و المكونة من:

- 47 مستودعا برياً للوقود • 42 مركزا لغاز البترول المسال GPL و 09 مراكز سائبة غاز البترول المسال
- 47 مستودع تتابع • 30 مستودعا للطيران • 06 مراكز بحرية • 15 مركزا للبيتومين
- 24 مركز لزيوت التشحيم والبنوماتيك • شبكة من خطوط الأنابيب بطول 700 كم
- أسطول بري مكون من 3300 وحدة
- شبكة من محطات الخدمة تضم 674 محطة بما في ذلك 338 محطة خدمة تحت الإدارة المباشرة

ثانيا: مهام الشركة

تتمثل مهمتها الرئيسية في توزيع وتسويق المنتجات البترولية ومشتقاتها في السوق الوطنية الجزائرية. وتشارك أيضا في مجال: • تمشيط غاز البترول المسال GPL • صياغة البيتومين • نقل المنتجات البترولية. • توزيع وتخزين وتسويق الوقود ومواد التشحيم والبيتومين والإطارات وغاز البترول المسال GPL الوقود والمنتجات الخاصة.

المطلب الثاني: تقديم فرع برج بو عريريج

أولاً: التقديم

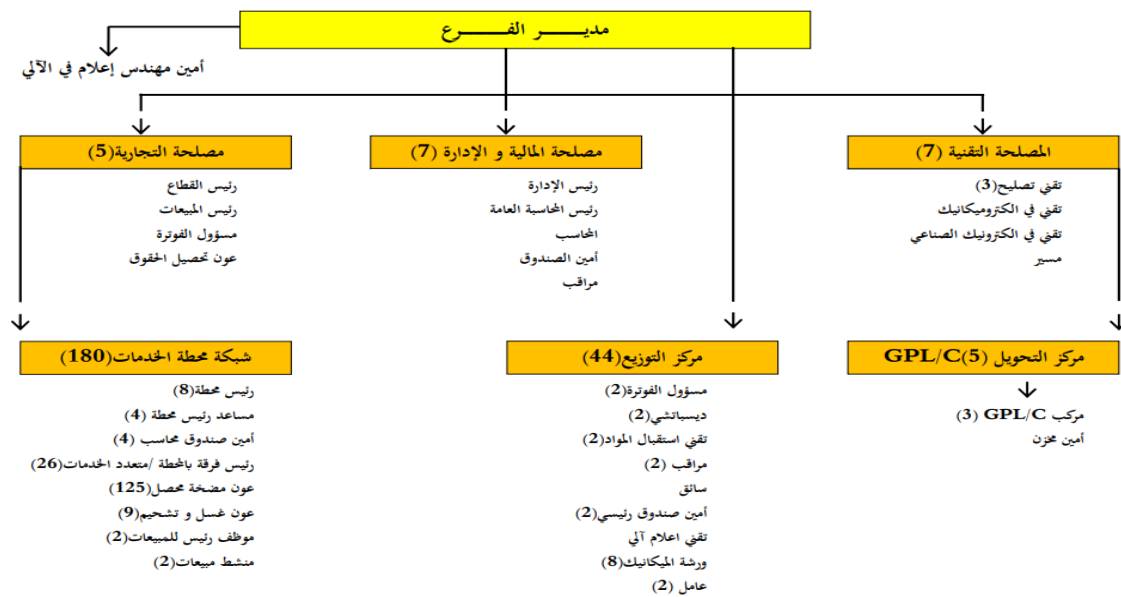
بعد إعادة التنظيم الجديدة للشركة في عام 2001 ، تقرر إنشاء في جميع الولايات التي لا تحتوي على فروع.

و عليه أنشئ الفرع التجاري لبرج بو عريريج بموجب المرسوم التنفيذي رقم 2001/247، وهو مسؤول عن:

- ضمان تسويق المنتجات البترولية وغيرها من المنتجات وتوفير الخدمات عبر شبكة الولايات.
 - إدارة ومراقبة العلاقات مع عملاء الوقود الأرضي (كبار المستهلكين ونقاط البيع الشبكية) في الولاية.
 - ضمان المحاسبة الصارمة للتدفقات المادية والمالية ورصد المستحقات واستردادها و القيام بالتفتيش بصفة منتظمة.
 - تحسين جودة الخدمة واستقبال العملاء والتأكد من الحفاظ على صورة العلامة التجارية وجودة نقاط البيع .
- يقع مقر الفرع التجاري نفضال برج بو عريريج في شارع ريغي السعيد وسط المدينة، و يتواجد مركز التوزيع و التسليم على طريق المسيلة جنوب المدينة، كما تنتشر 04 محطات للخدمات في أهم دوائر الولاية و 04 محطات على الطريق السيار شرق غرب العابر على إقليم الولاية (محطتي البيبان غربا و محطتي عين زادة شرقا).

ثانيا: الهيكل التنظيمي

الشكل(5): الهيكل التنظيمي للفرع التجاري برج بو عريريج



المصدر: من إعداد الطالب بناء على المعطيات المقدمة من فرع شركة نفضال في برج بو عريريج

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة

سوف نتطرق في هذا المطلب إلى التعرف على المنهج المستخدم في الدراسة وكذلك أدوات الدراسة من مصادر جمع البيانات وأداة الدراسة (الاستبانة) وما تتكون، الأساليب التي تم العمل بها.

المطلب الأول: منهج الدراسة

من اجل تحقيق أهداف هذه الدراسة ومعالجة الإشكالية وكذا الإجابة على التساؤلات المطروحة واختبار صحة الفرضيات تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي وهذا لصحة نتائجه وسهولة تفسيرها من اجل الوصول إلى أفضل النتائج.

أولاً: مصادر جمع البيانات

جمعت البيانات لهذه الدراسة من خلال مصادر أولية والتي تمثلت في أفراد العينة وإجاباتهم على أسئلة الاستبيان، بالإضافة إلى مصادر ثانوية متمثلة في الكتب والدوريات والبحوث العلمية والتقارير وشبكة الانترنت والوثائق ذات الصلة بالموضوع.

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة

1. مجتمع الدراسة: تم إجراء الدراسة على الإطارات، الإداريين، التقنيين و العمال في شركة نفضال فرع برج بو عريريج والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول(3): عدد الإطارات، الإداريين، التقنيين و العمال في شركة نفضال فرع بو عريريج

| الأفراد | العدد | العدد الإجمالي |
|----------------|-------|----------------|
| الإطارات | 21 | 21 |
| الإداريين | 27 | 48 |
| التقنيين | 28 | 76 |
| العمال | 184 | 260 |
| العدد الإجمالي | 260 | 260 |

المصدر: من إعداد الطالب بالاستعانة بالمعلومات المقدمة من طرف مصالح الشركة.

من بيانات الجدول نلاحظ وجود تباين بين عدد الأساتذة في كل قسم وكذلك وجود عدد كافي من الإداريين مما يدل على تنوع أفراد مجتمع الدراسة، وهذا ما يساعد على نجاح الدراسة وإعطاء نتائج جيدة.

2. العينة: تعتبر العينة من أكثر الأدوات استعمالاً في مثل هذه البحوث نظراً لصعوبة الاتصال بجميع الموظفين وهي تحقق نتائج سابقة وملموسة، وقد تم اختيار عينة عشوائية تتكون من إطارات وإداريين وتقنيين وعمال بالشركة، وقد بلغ عدد أفراد العينة 80 فرداً، وهو ما يمثل حوالي نسبة 30% من مجتمع الدراسة والبالغ عدده 260 مفردة، والجدول الموالي يوضح عدد الاستثمارات الموزعة:

الجدول(4): عدد استثمارات الدراسة

| الاستثمارات | الموزعة | المفقودة | المسترجعة | النهائية |
|-------------|---------|----------|-----------|----------|
| المجموع | 80 | 18 | 62 | 61 |
| النسبة% | 100 | 22,5 | 77,5 | 76,25 |

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيانات الموزعة.

من خلال الجدول يتبين أنه تم توزيع 80 استثماراً بما يعادل نسبة 100% وفقدت 18 استثماراً أي ما يعادل نسبة 22,5% كما أننا استرجعنا 62 استثماراً قبلنا منها 61 وهي العدد النهائي أي ما يعادل نسبة 76,25% من النسبة الكلية للاستثمارات.

المطلب الثاني: أداة الدراسة

استخدمنا الاستثمار كأداة للدراسة وجمع البيانات اللازمة لها باعتبارها من أنسب أدوات البحث العلمي التي تحقق أهداف الدراسة الميدانية في الحصول على المعلومات، وبالتالي الاستثمار هي نموذج يضم مجموعة من الأسئلة توجه إلى الأفراد حول موضوع أو مشكلة الدراسة، من هنا قمنا بصياغة استمارتنا التي تحوي على عبارات وأبعاد متعلقة بالدراسة وقد تم تقسيمها إلى:

- القسم الأول: البيانات الشخصية

اشتمل هذا المحور على بيانات الجنس، السن، المستوى التعليمي، المركز الوظيفي، وسنوات الخبرة.

- القسم الثاني: محاور الدراسة

وقد اشتمل على (30) عبارة موزعة على محورين وحيث يحتوي المحور الثاني على أربعة مجالات سوف نذكرها بالتفصيل أثناء التحليل.

أ_ المحور الأول: أخلاقيات الأعمال

وهو المتغير المستقل في الدراسة والذي يضم في مجمله (11) عبارة.

ب_ المحور الثاني: المسؤولية الاجتماعية

وهو المتغير التابع في الدراسة، والذي يحتوي على أربعة أبعاد أو مجالات (المسؤولية نحو العمال، المستهلكين، البيئة، المجتمع) و يضم في مجمله (19) عبارة.

(1) صدق وثبات أداة الدراسة:

تم تحكيم الاستمارة من طرف الأستاذة المشرفة مما دفعنا أن نغير بعض العبارات وان نحذف أخرى، وكذلك تم اختبار مدى الثبات في الاستمارة باستخدام معامل الثبات ألفا كرونباخ حيث يقصد بثبات أداة الدراسة مدى دقتها واتساقها فيما تقيسه من معلومات عن سلوك واتجاهات المبحوثين، معامل الثبات هذا اقترحه كرونباخ وسماه باسمه وهو معادلة تعتمد على متوسط معاملات الارتباط بين مفرداته، أطلق عليه معامل التجانس والاتساق الداخلي حيث أن هذا المعامل إذا كان أكبر من 0.6 دل على وجود الثبات الداخلي للأداة المستخدمة.

الجدول(5): معاملات ثبات متغيرات الدراسة

| متغيرات الدراسة | عدد العبارات | معامل الثبات |
|--------------------------|--------------|--------------|
| أخلاقيات الأعمال | 11 | 0,632 |
| المسؤولية نحو الموظفين | 04 | 0,762 |
| المسؤولية نحو المستهلكين | 05 | 0,578 |
| المسؤولية نحو البيئة | 05 | 0,619 |
| المسؤولية نحو المجتمع | 05 | 0,630 |
| المسؤولية الاجتماعية | 19 | 0,774 |
| الثبات العام للاستبيان | 30 | 0,789 |

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات (spss. V28)

يبين الجدول ما يلي:

- بلغ ألفا كرونباخ للنموذج الكلي "أي جميع عبارات الاستمارة المقدره بـ 30 عبارة، قيمة (78.9%) وهي نسبة جيدة ومقبولة إحصائيا كونها أعلى من النسبة المتفق عليها في مجال العلوم الاقتصادية (60%).
- بلغ ألفا كرونباخ للمتغير المستقل المتمثل في أخلاقيات الأعمال بـ 11 عبارات قيمة (0,632) وهي قيمة جيدة ومقبولة إحصائيا.

- بلغ ألفا كرونباخ للمتغير التابع المتمثل في المسؤولية الاجتماعية بـ 19 عبارة قيمة (0,774) وهي نسبة جيدة ومقبولة إحصائياً كونها أعلى من النسبة المتفق عليها في مجال العلوم الاقتصادية، ومنه يمكننا الاطمئنان إلى نتائج الدراسة وتعميمها.

(2) الأساليب الإحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات المجمع تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية والذي يرمز له باختصار (SPSS)، وهو برنامج يحتوي على مجموعة كبيرة من الاختبارات الإحصائية التي تندرج ضمن الإحصاء الوصفي مثل التكرارات، المتوسطات والانحرافات المعيارية... الخ. وفيما يلي مجموعة من الأساليب الإحصائية التي تم استخدامها في هذه الدراسة:

- **المدى:** حيث بعد إدخال البيانات إلى الحاسب الآلي ولتحديد طول الخلايا في مقياس ريكرت الخماسي المستخدم في الاستبيان تم حساب المدى ليبين أكبر واصغر قيمة لدرجات مقياس ريكرت (5-1=4)، تم تقسيمه إلى عدد درجات المقياس للحصول في الأخير على طول الخلية الصحيح أي (0.8=5/4)، ثم إضافة هذه القيمة إلى اقل قيمة في مقياس ريكرت وهي (1، أي الحد الأدنى للفئة الأولى) وذلك لتحديد الحد الأعلى للفئة (1.8=1+0.8) وهكذا أصبح طول الفئات كما يلي:

- من 1 إلى 1.8 يمثل الرأي غير موافق بشدة.
- من 1.8 إلى 2.6 يمثل الرأي غير موافق.
- من 2.6 إلى 3.4 يمثل الرأي محايد.
- من 3.4 إلى 4.2 يمثل الرأي موافق.
- من 4.2 إلى 5 يمثل الرأي موافق بشدة.
- **التكرار والنسب المئوية:** تمت الاستعانة بالتكرار والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة، وكذا لتحديد استجابات أفرادها اتجاه عبارات محاور الاستبيان.
- **ألفا كرونباخ:** معامل الثبات للنموذج ككل و للمتغيرين المستقل و التابع.
- **المتوسط الحسابي:** يتم استعمال هذا المتوسط لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابة أفراد عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة.

- الانحراف المعياري: استخدم هذا المقياس لمعرفة مدى انحراف استجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة ولكل محور من محاورها عن متوسطها الحسابي، فكلما اقتربت قيمته من الصفر كلما دل ذلك على تركيز وانخفاض تشتت استجابات أفراد عينة الدراسة، وكلما كان الانحراف اقل من الواحد كلما قل التشتت من استجابات أفراد عينة الدراسة والعكس صحيح في حالة إذا كانت قيمة الانحراف تساوي الواحد أو تفوقه.
- الانحدار البسيط: لدراسة أثر المتغير المستقل على المتغير التابع.

المبحث الثالث: عرض وتحليل بيانات الدراسة

سنتعرف في هذا المبحث على إجابات أفراد العينة حول محاور الاستمارة وتحليلها وربط هذه النتائج مع تساؤلات الدراسة وأهدافها باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة.

المطلب الأول: عرض وتحليل المعلومات الشخصية

بالاعتماد على الإجابات المقدمة في قسم المعلومات الشخصية تم تحديد خصائص العينة، حيث يتوزع أفراد العينة حسب المعلومات الشخصية (النوع الاجتماعي، الفئة العمرية، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الفئة الوظيفية) كالآتي:

الجدول(6): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المعلومات الشخصية

| البيانات | الإجابات | التكرار | النسبة % |
|-----------------|------------------------------|---------|----------|
| النوع الاجتماعي | ذكر | 59 | 96.7 |
| | أنثى | 02 | 3.3 |
| الفئة العمرية | أقل من 30 سنة | 02 | 3.3 |
| | من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة | 25 | 40.9 |
| | أكثر من 40 سنة أقل من 50 سنة | 29 | 47.5 |
| | من 50 سنة فأكثر | 05 | 8.3 |
| المؤهل العلمي | ثانوي فما أدنى | 33 | 54.1 |
| | ليسانس فما أدنى | 20 | 32.8 |
| | ماجستير | 08 | 13.1 |
| | دكتوراه | 00 | 00.0 |

| | | | |
|------|----|-----------------------------|-------------------|
| 05.0 | 03 | أقل من 5 سنوات | سنوات الخبرة |
| 42.6 | 26 | من 5 سنوات إلى 10 سنوات | |
| 26.2 | 16 | أكثر من 10 سنوات إلى 15 سنة | |
| 26.2 | 16 | أكثر من 15 سنة | |
| 31.1 | 19 | إطار | الفئة الوظيفية |
| 16.4 | 10 | إداري | |
| 18.0 | 11 | تقني | |
| 34.5 | 21 | عامل | |

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستمارة الموزعة ومخرجات spss

وسوف يتم تفسير نتائجها على النحو الآتي:

أولاً- النوع الاجتماعي: يتضح من خلال الجدول أعلاه أن الغالبية الساحقة في عينة الدراسة هم ذكور، حيث بلغت نسبتهم (96,7%) مقارنة بنسبة الإناث البالغة (3,3%) وعليه نستنتج ان فئة الذكور هي الفئة الغالبة في عينة الدراسة وهذا راجع لخصوصية العمل بالشركة التي تستدعي الجهد العضلي والدوام الليلي.

ثانياً- الفئة العمرية: يشير الجدول إلى تقسيمات الفئات العمرية إلى أربعة فئات، حيث أن أكبر فئة عمرية محصورة بين [40-50] سنة بلغت نسبتهم (47,5%)، و تليها فئة ما بين [30-40] سنة (40,9%) ثم تليها فئة الأكثر من 50 سنة (8,3%)، في حين كانت الفئة العمرية أقل من 30 سنة هي الأصغر بنسبة (3,3%) وعليه نستنتج أن غالبية المبحوثين من فئة الكهول و الشباب.

ثالثاً- المؤهل العلمي: بالنسبة لفئة المستوى الدراسي للمبحوثين يتضح من الجدول أن نسبة (54,1%) مستواهم ثانوي فما أدنى و (32,8%) لديهم ليسانس إلى أعلى من الثانوي والباقي والمقدر بـ(13,1%) حاصلين على ماجستير . إذن هذه النسب تعكس المستوى التعليمي لمعظم أفراد العينة المكونين من العمال المهنيين، وهذا راجع للعدد الكبير لهؤلاء العمال في شركة نفضال التي تحتاجهم في نشاطها، و الذين لا يحتاجون لمستوى علمي عالي.

رابعاً- سنوات الخبرة: يبين الجدول توزيع العينة تبعاً لمتغير الخبرة في مجال العمل، حيث كانت نسبة (42,6%) من فئة 5 إلى 10 سنوات ، تليهم فئة أصحاب الخبرة الطويلة و نصف الطويلة بنفس النسبة (26,2%)، وأخيراً نسبة (5%) لفئة أقل من 5 سنوات. تدل النتائج على تنوع الخبرات لدى الأفراد، مما يجعلهم قادرين على تقديم أداء فعال في مناصبهم، وقدرتهم على المساهمة في اتخاذ القرارات الفعالة.

خامسا- الفئة الوظيفية: نلاحظ أن نسبة (34,5%) من المبحوثين تمثل العمال المهنيين، تليها نسبة الإطارات ب(31,1%) ثم التقنيين بنسبة قدرت بـ (18%) وأخيرا الإداريين بنسبة (16,4%). و هذا راجع إلى كما ذكرنا سابقا إلى العدد الكبير للعمال بسبب طبيعة نشاط الشركة الذي يعتمد على العمال الميدانيين، و كذلك تواجد عدة فروع و محطات خدمات تابعة لشركة نفضال استوجب تعيين اطارات مسؤولة عليها .

المطلب الثاني: اختبار الفرضيات

سوف نتطرق في هذا المطلب إلى اختبار الفرضيات التي سبق طرحها وذلك باستخدام الأساليب الإحصائية المتوفرة في برنامج spss .

أولا: اختبار الفرضية الأولى

تلتزم المؤسسة محل الدراسة بأخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، لإثبات هذه الفرضية نعلم على حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأخلاقيات الأعمال وهو المتغير المستقل، وكذلك المسؤولية الاجتماعية ومجالاتها وهي المتغير التابع.

1. إثبات وجود أخلاقيات الأعمال:

في هذا الجزء سيتم التعرف على واقع أخلاقيات الأعمال في الشركة محل الدراسة من وجهة نظر العاملين، حيث تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والجدول التالي يوضح واقع أخلاقيات الأعمال في الشركة:

الجدول(7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات الخاصة بأخلاقيات الأعمال

| مستوى القبول | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العبارات الخاصة بأخلاقيات الأعمال |
|--------------|-------------------|-----------------|---|
| متوسط | 1.05918 | 2.2459 | 1. الشركة تحتوي لوائح ومواثيق للأخلاقيات والموظفون مطلعون عليها. |
| متوسط | 1.01438 | 1.9344 | 2. الشركة ملتزمة بالقوانين والتشريعات الحكومية و تحترمها. |
| مرتفع | 0.80572 | 1.8689 | 3. اخلاقيات الأعمال مهمة بالنسبة للمنظمات. |
| متوسط | 0.64824 | 1.5246 | 4. الشركة تمتلك سمعة جيدة و صورة حسنة في المجتمع. |
| متوسط | 1.02456 | 1.9836 | 5.قرارات الشركة نموذجية تراعي البعد الاقتصادي الربحي والبعد الأخلاقي معا. |
| مرتفع | 1.20314 | 2.9508 | 6. هناك شفافية في إدارة الشركة بمعنى وضوح الإجراءات و نشر المعلومات و سهولة الوصول إليها. |

| | | | | |
|-------|---------|--------|--|----|
| متوسط | 1.10464 | 2.4754 | 7. الثقة موجودة في بيئة العمل و متبادلة بين العاملين و الإدارة، بين العملاء و المنظمة ،بين المساهمين والشركة... | 7 |
| مرتفع | 1.04829 | 3.0328 | 8. العدالة سائدة داخل الشركة و هناك توازن بين الحقوق والواجبات و التوزيع العادل لأعباء العمل على الجميع و القانون مطبق على الجميع. | 8 |
| متوسط | 0.76143 | 1.7705 | 9. الشركة تحترم ثقافة المجتمع الجزائري و قيمه وعاداته و تتأثر بها في سلوكها. | 9 |
| متوسط | 0.96099 | 2.0984 | 10. النظام الرقابي مطبق بشكل جيد رغم كبر حجم الشركة. | 10 |
| متوسط | 0.78092 | 1.9180 | 11. العمال والموظفون ملتزمون بالسلوك الأخلاقي خلال مزاوله عملهم. | 11 |
| متوسط | 0.6328 | 2.1639 | المتوسط الإجمالي لأخلاقيات الأعمال | |

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات «SPSS 28».

من خلال الجدول نلاحظ أن عبارات أخلاقيات الأعمال كانت متوسطة إذ بلغ المتوسط العام لإجابات أفراد العينة (2.1639) كما أن المتوسط العام لكل عبارة يقع ضمن مجال (متوسط، مرتفع) بمتوسطات حسابية متقاربة، كما أن قيمة الانحراف المعياري كانت (0.632)، مما يعكس التجانس في إجابات أفراد العينة حول المعرفة. وهذا ما يثبت توفر أخلاقيات الأعمال بمحل الدراسة.

2. إثبات وجود المسؤولية الاجتماعية

في هذا الجزء سيتم التعرف على واقع المسؤولية الاجتماعية في الشركة محل الدراسة من وجهة نظر العاملين، حيث تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المسؤولية الاجتماعية و مجالاتها الأربعة كما يلي:

الجدول (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات الخاصة بالمسؤولية نحو العمال و الموظفين

| مستوى القبول | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العبارات الخاصة بالمسؤولية نحو العمال و الموظفين |
|--------------|-------------------|-----------------|--|
| مرتفع | 1.2294 | 2.7049 | 12. العمال راضون على مستوى الأجور والمكافآت. |
| منخفض | 1.1162 | 2.5920 | 13. الشركة توفر فرص عمل بصورة متكافئة(الأسوياء، ذوي الاحتياجات الخاصة، المرأة، الأقليات) |
| متوسط | 0.9215 | 1.8689 | 14. الشركة توفر ظروف عمل حسنة (السلامة ، الوقاية ، الأمان) |
| متوسط | 0.9978 | 1.9344 | 15. الشركة تطبق برامج تدريب وتكوين للعمال والموظفين لتطوير مهاراتهم. |
| متوسط | 0.7619 | 2.2749 | المتوسط الإجمالي لمتغير المسؤولية نحو العمال و الموظفين |

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss .28

من خلال الجدول نلاحظ أن مجموع عبارات المسؤولية نحو العمال و الموظفين تقع ضمن المجال المتوسط بمتوسط حسابي عام (2.2749) كما أن المتوسط العام لكل عبارة يقع ضمن مجال (منخفض. متوسط إلى مرتفع) بمتوسطات حسابية متقاربة مما يعكس درجة الموافقة عليها من قبل المبحوثين، كما أن قيمة الانحراف المعياري كانت (0.7619) ، مما يعكس التجانس في إجابات العينة حول مسارات المسؤولية نحو العمال و الموظفين.

الجدول(9): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات الخاصة بالمسؤولية نحو العملاء و المستهلكين

| مستوى القبول | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العبارات الخاصة بالمسؤولية نحو العملاء و المستهلكين |
|--------------|-------------------|-----------------|---|
| متوسط | 0.7710 | 1.8525 | 16 مستهلكون راضون عن منتجات الشركة من ناحية الجودة، السعر و الجاهزية. |
| متوسط | 0.7847 | 1.8689 | 17 الشركة تتعامل مع المستهلكين بنزاهة و توفر خدمات ما بعد البيع. |
| متوسط | 0.9781 | 2.0984 | 18 المستهلك مزود بكل المعلومات و البيانات حول منتجات الشركة. |
| مرتفع | 0.8030 | 1.7049 | 19 الشركة تحترم قوانين حماية المستهلك. |
| متوسط | 0.5872 | 1.7049 | 20 إعلانات الشركة صادقة وخالية من الكذب والتزييف. |
| متوسط | 0.5778 | 1.8459 | المتوسط الإجمالي لمتغير المسؤولية نحو العملاء و المستهلكين |

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss.28

نلاحظ من الجدول أن مجموع عبارات مجال المسؤولية نحو العملاء و المستهلكين تقع ضمن المجال (مرتفع. متوسط) بمتوسط حسابي عام (1.8459)، كما أن قيمة الانحراف المعياري كانت (0.5778)، مما يعكس التجانس في إجابات العينة حول مجال المسؤولية نحو العملاء و المستهلكين.

الجدول(10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات الخاصة بالمسؤولية نحو البيئة

| مستوى القبول | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العبارات الخاصة بالمسؤولية نحو البيئة |
|--------------|-------------------|-----------------|--|
| متوسط | 0.7767 | 1.8852 | 21. الشركة تهتم بعلاقتها مع محيط عملها المكون من الموردين و العملاء، المساهمين، المنافسون... |
| متوسط | 1.0630 | 2.2623 | 22. الشركة حاصلة على شهادة إيزو ISO14000 للإدارة البيئية. |
| متوسط | 0.8889 | 2.0984 | 23. تمتلك الشركة سياسة بيئية واضحة ومستدامة. |
| مرتفع | 0.9859 | 2.3770 | 24. هناك في الشركة قسم خاص مهتم بالبيئة و إدارة النفايات و مخلفات النشاط. |
| متوسط | 0.8287 | 2.5246 | 25. تصدر الشركة تقاريراً بيئية بشكل دوري. |
| متوسط | 0.6195 | 2.2295 | المتوسط الإجمالي لمتغير المسؤولية نحو البيئة |

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss.28

نلاحظ من الجدول أن مجموع عبارات مجال المسؤولية نحو البيئة تقع ضمن المجال (مرتفع. متوسط) بمتوسط حسابي عام (2.2295)، كما أن قيمة الانحراف المعياري كانت (0.6195)، مما يعكس التجانس في إجابات العينة حول مجال المسؤولية نحو البيئة.

الجدول(11): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات الخاصة بالمسؤولية نحو المجتمع

| مستوى القبول | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العبارات الخاصة بالمسؤولية نحو المجتمع |
|--------------|-------------------|-----------------|---|
| متوسط | 0.6787 | 1.8033 | 16 مستهلكون راضون عن منتجات الشركة من ناحية الجودة، السعر و الجاهزية. |
| | 0.7505 | 2.7377 | 17 الشركة تتعامل مع المستلكنين بنزاهة و توفر خدمات ما بعد البيع. |
| متوسط | 0.9029 | 2.5738 | 18 المستهلك مزود بكل المعلومات و البيانات حول منتجات الشركة. |
| مرتفع | 1.1551 | 2.6393 | 19 الشركة تحترم قوانين حماية المستهلك. |
| متوسط | 1.0954 | 3.0000 | 20 إعلانات الشركة صادقة وخالية من الكذب والتزييف. |
| متوسط | 0.6230 | 2.5508 | المتوسط الإجمالي للمسؤولية نحو المجتمع |
| متوسط | 0.7740 | 2.2252 | المتوسط الإجمالي لمتغير المسؤولية الاجتماعية |

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss.28

نلاحظ من الجدول أن مجموع عبارات مجال المسؤولية نحو المجتمع تقع ضمن المجال (مرتفع. متوسط) بمتوسط حسابي عام (2.5508)، كما أن قيمة الانحراف المعياري كانت (0.6230)، مما يعكس التجانس في إجابات العينة حول مجال المسؤولية نحو العملاء و المستهلكين.

كما نلاحظ أن قيمة المتوسط الحسابي لمتغير المسؤولية الاجتماعية بلغ (2.2252) بانحراف معياري (0.7740) وهو يقع ضمن المجال المتوسط.

ومما سبق يمكن إثبات أن الشركة محل الدراسة تتوفر على مجالات المسؤولية الاجتماعية ولكن بنسبة متوسطة وهذا حسب رأي الباحثين.

من خلال هذه النتائج يمكن القول أن الفرضية الأولى صحيحة أي أن الشركة محل الدراسة ملتزمة بأخلاقيات الأعمال و هذا ساهم في وجود أكثر للمسؤولية الاجتماعية و لكن بدرجة متوسطة.

ثانيا: اختبار الفرضية الثانية

من خلال هذا العنصر يتم اختبار الفرضية الثانية: تؤثر أخلاقيات الأعمال على المسؤولية نحو العمال والموظفين بالشركة محل الدراسة، ولاختبار صحة الفرضية نعلم على الانحدار البسيط بعد إثبات وجود علاقة بين المتغيرين. حيث يتمثل المتغير المستقل في أخلاقيات الأعمال أما المتغير التابع فهو المسؤولية نحو العمال والموظفين. في بادئ الأمر نقوم باختبار القدرة التفسيرية لنموذج ومن ثمة معالجة الانحدار الخطي البسيط، وكانت النتائج كما يوضح الجدول التالي:

الجدول رقم 12: نتائج تحليل الانحدار البسيط لعلاقة أثر أخلاقيات الأعمال على المسؤولية نحو العمال

| البيان | قيمة R | قيمة R ² | معامل الانحدار | الثابت | مستوى الدلالة sig |
|----------------------|--------|---------------------|----------------|--------|-------------------|
| المسؤولية نحو العمال | 0,7619 | 0,5804 | 0,412 | 0,602 | 0.00 |

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات «SPSS 28».

من خلال بيانات الجدول يظهر أن قيمة معامل الارتباط (R) التي تقيس قوة العلاقة بين بعد المتغير التابع والمتغير المستقل هي 76,19% أي درجة ارتباط قوية وطرديّة، كما أن قيمة معامل التحديد (R²) هي 58,04% أي أن المتغير المستقل مسؤول عن 58,04% من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع والنسبة المتبقية يفسرها عوامل أخرى، عند مستوى الدلالة (sig= 0.00) وهذه القيمة أقل من 0.05 مما يبين وجود أثر دال إحصائياً لأخلاقيات الأعمال على المسؤولية نحو العمال بالشركة محل الدراسة.

ولمعرفة تأثير العلاقة بين المتغير المستقل على المتغير التابع بصورة انفرادية نستخدم اختبار (T) لتحليل الانحدار البسيط، ومن الجدول أعلاه يتضح أن قيمة معامل المتغير المستقل 0,412 وهي قيمة معامل الانحدار، عند مستوى معنوية 0.00 وهي أقل من المستوى (0.05)، ومنه تقبل الفرضية التي تنص بوجود علاقة أثر ذات دلالة إحصائية بين أخلاقيات الأعمال و المسؤولية نحو العمال بالشركة محل الدراسة. ومنه ويمكن استخراج النموذج المقدر لهذه العلاقة كمايلي:

$$Y1 = 0.412 x + 0.602$$

حيث Y1 : المتغير التابع (المسؤولية نحو العمال)

X: المتغير المستقل (أخلاقيات الأعمال)

ثالثا: إختبار الفرضية الثالثة

من خلال هذا العنصر يتم اختبار الفرضية الثالثة وهي تؤثر أخلاقيات الأعمال على المسؤولية نحو العملاء و مستهلكي شركة نפטال برج بو عريريج عند دلالة معنوية أقل أو تساوي 0,05، ولاختبار صحة الفرضية نعتمد على الانحدار البسيط بعد إثبات وجود علاقة بين المتغيرين. حيث يتمثل المتغير المستقل في أخلاقيات الأعمال أما لمتغير التابع فهو مجال المسؤولية نحو العملاء و المستهلكين ، في بادئ الأمر نقوم باختبار القدرة التفسيرية لنموذج ومن ثمة معالجة الانحدار الخطي البسيط، وكانت النتائج كما يوضح الجدول التالي:

الجدول رقم 13: نتائج تحليل الانحدار البسيط لعلاقة أثر أخلاقيات الأعمال على المسؤولية نحو العملاء

| البيان | قيمة R | قيمة R ² | الثابت b | معامل الانحدار | مستوى الدلالة sig |
|-----------------------|--------|---------------------|----------|----------------|-------------------|
| المسؤولية نحو العملاء | 0,5778 | 0,3338 | 0,761 | 0,302 | 0,00 |

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات «SPSS 28».

من خلال بيانات الجدول يظهر أن قيمة معامل الارتباط (R) التي تقيس قوة العلاقة بين بعد المتغير التابع والمتغير المستقل هي 57,78% أي درجة ارتباط قوية وطرديّة، كما أن قيمة (R²) هي 33,38% أي أن المتغير المستقل مسؤول عن 33,38% من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع والنسبة المتبقية يفسرها عوامل أخرى، عند مستوى الدلالة (sig= 0.00) وهذه القيمة أقل من 0.05 مما يبين وجود أثر دال إحصائيا لأخلاقيات الأعمال على المسؤولية نحو العملاء و المستهلكين للشركة محل الدراسة.

ولمعرفة تأثير العلاقة بين المتغير المستقل على المتغير التابع بصورة انفرادية نستخدم اختبار (T) لتحليل الانحدار البسيط، ومن الجدول أعلاه يتضح أن قيمة معامل الانحدار للمتغير المستقل 0,302 ، عند مستوى معنوية 0.00 وهي أقل من المستوى (0.05)، ومنه تقبل الفرضية التي تنص بوجود علاقة أثر ذات دلالة إحصائية بين أخلاقيات الأعمال و المسؤولية نحو العملاء و المستهلكين بالشركة محل الدراسة.

ومنه ويمكن استخراج النموذج المقدر لهذه العلاقة كما يلي:

$$Y2 = 0.302 x + 0.761$$

حيث Y2 : المتغير التابع (المسؤولية نحو العملاء و المستهلكين)
X: المتغير المستقل (أخلاقيات الأعمال)

رابعاً: اختبار الفرضية الرابعة

من خلال هذا العنصر يتم اختبار الفرضية الرابعة: تؤثر أخلاقيات الأعمال على مسؤولية شركة نפטال برج بو عريريج نحو البيئة، واختبار صحة الفرضية نتمد على الانحدار البسيط بعد إثبات وجود علاقة بين المتغيرين. حيث يتمثل المتغير المستقل في أخلاقيات الأعمال أما المتغير التابع فهو المسؤولية نحو البيئة في بادئ الأمر نقوم باختبار القدرة التفسيرية لنموذج ومن ثمة معالجة الانحدار الخطي البسيط، وكانت النتائج كما يوضح الجدول التالي:

الجدول رقم 14: نتائج تحليل الانحدار البسيط لعلاقة أثر أخلاقيات الأعمال على المسؤولية نحو البيئة

| البيان | قيمة R | قيمة R ² | الثابت b | معامل الانحدار | مستوى الدلالة sig |
|----------------------|--------|---------------------|----------|----------------|-------------------|
| المسؤولية نحو البيئة | 0,6195 | 0,3837 | 1,221 | 0,227 | 0.00 |

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات «SPSS 28».

من خلال بيانات الجدول يظهر أن قيمة معامل الارتباط (R) التي تقيس قوة العلاقة بين بعد المتغير التابع والمتغير المستقل هي 61,95% أي درجة ارتباط قوية وطردية، كما أن قيمة (R²) هي 38,37% أي أن المتغير المستقل مسؤول عن 38,37% من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع، والنسبة المتبقية يفسرها عوامل أخرى، عند مستوى الدلالة (sig= 0.00)، وهذه القيمة أقل من 0.05 مما يبين وجود أثر دال إحصائياً لأخلاقيات الأعمال على المسؤولية نحو البيئة بالشركة محل الدراسة.

ولمعرفة تأثير العلاقة بين المتغير المستقل على المتغير التابع بصورة انفرادية نستخدم اختبار (T) لتحليل الانحدار البسيط، ومن الجدول أعلاه يتضح أن قيمة معامل الانحدار للمتغير المستقل 0.227 ، عند مستوى معنوية 0.00 وهي أقل من المستوى (0.05)، ومنه تقبل الفرضية التي تنص بوجود علاقة أثر ذات دلالة إحصائية بين أخلاقيات الأعمال و المسؤولية نحو البيئة بالشركة محل الدراسة. ومنه ويمكن استخراج النموذج المقدر لهذه العلاقة كما يلي:

$$Y3 = 0.227 x + 1.221$$

حيث Y3 : المتغير التابع (المسؤولية نحو البيئة)

X: المتغير المستقل (أخلاقيات الأعمال)

خامسا: اختبار الفرضية الخامسة

من خلال هذا العنصر يتم اختبار الفرضية الرابعة: تؤثر أخلاقيات الأعمال على مسؤولية شركة نפטال البرج نحو المجتمع، ولاختبار صحة الفرضية نعتد على الانحدار البسيط بعد إثبات وجود علاقة بين المتغيرين. حيث يتمثل المتغير المستقل في أخلاقيات الأعمال أما لمتغير التابع فهو المسؤولية نحو المجتمع في بادئ الأمر نقوم باختبار القدرة التفسيرية لنموذج ومن ثمة معالجة الانحدار الخطي البسيط، وكانت النتائج كما يوضح الجدول التالي:

الجدول رقم 15: نتائج تحليل الانحدار البسيط لعلاقة أثر أخلاقيات الأعمال على المسؤولية نحو المجتمع

| البيان | قيمة R | قيمة R ² | الثابت b | معامل الانحدار | مستوى الدلالة sig |
|-----------------------|--------|---------------------|----------|----------------|-------------------|
| المسؤولية نحو المجتمع | 0,6230 | 0,3881 | 1,915 | 0,087 | 0,021 |

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات «SPSS 28».

من خلال بيانات الجدول يظهر أن قيمة معامل الارتباط (R) التي تقيس قوة العلاقة بين بعد المتغير التابع والمتغير المستقل هي 62,30% أي درجة ارتباط قوية وطرديّة، كما أن قيمة (R²) هي 38,81% أي أن المتغير المستقل مسؤول عن 38,81% من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع، والنسبة المتبقية يفسرها عوامل أخرى، عند مستوى الدلالة (sig= 0.021)، وهذه القيمة أقل من 0.05 مما يبين وجود أثر دال إحصائياً لأخلاقيات الأعمال على المسؤولية نحو المجتمع بالشركة محل الدراسة.

ولمعرفة تأثير العلاقة بين المتغير المستقل على المتغير التابع بصورة انفرادية نستخدم اختبار (T) لتحليل الانحدار البسيط، ومن الجدول أعلاه يتضح أن قيمة معامل الانحدار للمتغير المستقل 0.087 ، عند مستوى معنوية 0.021 وهي أقل من المستوى (0.05)، ومنه تقبل الفرضية التي تنص بوجود علاقة أثر ذات دلالة إحصائية بين أخلاقيات الأعمال و المسؤولية نحو المجتمع بالشركة محل الدراسة. ومنه ويمكن استخراج النموذج المقدر لهذه العلاقة كما يلي:

$$Y4 = 0.087 x + 1.915$$

حيث Y4 : المتغير التابع (المسؤولية نحو المجتمع)

X: المتغير المستقل (أخلاقيات الأعمال)

من خلال ما سبق وبعد اثبات صحة الفرضيات السابقة نستنتج صحة الفرضية الرئيسية: الالتزام بأخلاقيات الأعمال يساهم في تواجد أكثر للمسؤولية الاجتماعية لشركة نפטال برج بو عريريج عند دلالة معنوية أقل أو تساوي 0,05.

خلاصة الفصل:

حاولنا في هذا الفصل الإجابة عن إشكالية الدراسة و المتمثلة في مدى الالتزام بأخلاقيات الأعمال ودورها في تعزيز المسؤولية الاجتماعية لشركة نפטال - فرع برج بو عريريج؟ و من خلال الدراسة الميدانية تناولنا هذا الفصل في ثلاث مباحث. المبحث الأول تطرقنا فيه إلى التعريف بشركة نפטال عامة و فرع ولاية برج بو عريريج على الخصوص. في المبحث الثاني ذكرنا المنهج المتبع في الدراسة، العينة و الأدوات المستخدمة. و في آخر مبحث، المبحث الثالث قمنل يعرض و تحليل بيانات و نتائج الدراسة عن طريق عرض و تحليل المعلومات الشخصية لأفراد العينة، ثم إختبار الفرضيات.

خاتمة

خاتمة:

في دراستنا هذه تناولنا موضوع أخلاقيات الأعمال و دورها في تعزيز المسؤولية الاجتماعية لشركة نפטال فرع برج بو عريريج. سنعرض أهم النتائج التي توصلنا إليها بعد عملية تحليل البيانات، و أهم التوصيات المقترحة بناءا على تلك النتائج، من أجل الوصول إلى الإجابة على الإشكالية الرئيسية : ما مدى الالتزام بأخلاقيات الأعمال و دورها في تعزيز المسؤولية الاجتماعية لشركة نפטال فرع برج بو عريريج؟

أولا: النتائج

أ- النتائج النظرية:

- 1- تزداد أهمية مفهوم أخلاقيات الأعمال في منظمات الأعمال يوما بعد يوم، و أصبح يشكل القالب الذي تتخذ المنظمة في إطاره قراراتها، و يهيمن على سلوكها، و يحدد مدى مشروعيتها.
- 2- المجتمعات في تطور مستمر، و مطالبها تتزايد و تتطلع أكثر لتحقيق الرفاهية و على المنظمات أن تعي ذلك و تواكب هذه الحركة المتصاعدة و تتحمل مسؤوليتها الاجتماعية و تلي ما تطمح إليه تلك المجتمعات التي تمارس بداخلها نشاطها.
- 3- أصبح من الأهداف الأساسية لمنظمات الأعمال تحقيق المسؤولية الاجتماعية.
- 4- رغم تداخل مفهومي أخلاقيات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية، إلا أن الأول أشمل و يمثل المعايير، المبادئ، القيم، القواعد القانونية و الموثيق، و المفهوم الثاني يمثل الثقافة، الممارسة و التطبيق في الميدان.
- 5- تمكن المسؤولية الاجتماعية أخلاقيات الأعمال من التجسيد في الواقع.
- 6- تنظر أخلاقيات الأعمال و تهيكّل لما يجب أن تكون عليه المسؤولية الاجتماعية.
- 7- للمسؤولية الاجتماعية عدة أوجه و مجالات لتتجسد فيها.

ب-النتائج التطبيقية:

- 1- شركة نפטال فرع برج بو عريريج ملتزمة بأخلاقيات الأعمال مما ساهم في زيادة تواجد مسؤوليتها الاجتماعية.
- 2- توجد علاقة بين أخلاقيات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية بمجالاتها الأربعة في شركة نפטال فرع برج بو عريريج.
- 3- تؤثر أخلاقيات الأعمال على المسؤولية نحو العمال و الموظفين في شركة نפטال فرع برج بو عريريج.
- 4- تؤثر أخلاقيات الأعمال على المسؤولية نحو عملاء شركة نפטال فرع برج بو عريريج.

- 5- تؤثر أخلاقيات الأعمال على المسؤولية نحو البيئة في شركة نפטال برج بو عريريج.
- 6- تؤثر أخلاقيات الأعمال على المسؤولية نحو المجتمع في شركة نפטال برج بو عريريج.

ثانيا: التوصيات:

- 1- ضرورة نشر اللوائح و المواثيق الخاصة بالأخلاقيات في كل فروع و مراكز شركة نפטال لكي يطلع عليها العمال و الموظفين بكل فئاتهم.
- 2- ضرورة نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية داخل الشركة.
- 3- تعزيز الشفافية أكثر في إدارة الشركة فيما يخص وضوح الاجراءات و نشر المعلومات.
- 4- مراجعة سلم الأجور خاصة للعمال أصحاب الفئات الدنيا.
- 5- إنشاء قسم خاص مهتم بالبيئة و إدارة مخلفات النشاط.
- 6- إصدار التقارير البيئية بشكل دوري للرأي العام.
- 7- ضرورة الاهتمام أكثر بخدمة المجتمع و المساهمة في رفاهيته، خاصة في القطاعات الثقافية، الرياضية، الجمعيات الخيرية و البنى التحتية.
- 8- وضع رؤية واضحة خاصة بأخلاقيات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية و إدراجها ضمن الأهداف الاستراتيجية.

ثالثا: آفاق الدراسة:

رغم إسهامات هذه الدراسة إلا أنها لا تخلو من المحدودية، بسبب حجم العينة و توزيعها الجغرافي يجعلها غير ممثلة لكل شركة نפטال، بالإضافة إلى أن الأدوات الإحصائية المستخدمة لا تسمح بالجزم حول طبيعة العلاقة الرابطة بين متغيري الدراسة، لذلك نقترح إجراء دراسات مستقبلية أخرى بالإعتماد على نماذج قياسية مناسبة، قد يقود إلى نتائج ذات دلالة أدق و أكبر.

المراجع

أولاً- المراجع باللغة العربية:

الكتب:

- 1_ إبراهيم بدر الصبيحات، أخلاقيات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية، دار الجنان للنشر و التوزيع، الأردن، 2017.
- 2_ وليام ه شاو، أخلاقيات منظمات الأعمال -ترجمة عبد الحكم أحمد الغزالي، دار البحر للنشر الطبعة الأولى، القاهرة، 2005.
- 3_ طارق عبد الرؤوف عامر و إيمان عيسى المصري، أخلاقيات العمل و المهنة -طبعة أولى، مؤسسة طيبة للتوزيع و النشر، القاهرة، 2015.
- 4_ طاهر محسن، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال و المجتمع ، طبعة 3، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان الأردن، 2010.
- 5_ مُجَدِّ فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، دار اليازوري للنشر و التوزيع، عمان الأردن، 2015.
- 6_ نجم عبود نجم، اخلاقيات الادارة و مسؤوليات الأعمال في شركات الأعمال، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان الأردن.

المذكرات:

- 7_ بودراع أمينة، دور أخلاقيات الأعمال في تحسين أداء العاملين مذكرة تخرج ماجستير في ادارة المنظمات كلية العلوم الاقتصادية، جامعة المسيلة ، 2012.
- 8_ معتصم موسى مطلق العودات دراسة تطبيقية لنيل الماجستير إدارة الموارد البشرية جامعة عمان 2019، أثر اخلاقيات الأعمال في تعزيز الارتباط الوظيفي.

المجلات:

- 9_ سامية بن رمضان، قراءة سوسيولوجية في مصادر أخلاقيات العمل الوظيفي داخل المنظمات، مقال مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية جامعة خنشلة 2018 1121-2170-issn-10.
- 10_ دووم أحمد، سعيد علي النعاس ، حول عبد القادر، أخلاقيات الأعمال و دورها في تبني المؤسسات الاقتصادية لمفاهيم الحوكمة، مجلة المنتدى للبحوث و الدراسات الاقتصادية، المجلد 03 العدد 02، 2019، جامعة الجلفة.

11_ الأسرج، حسين عبد المطلب، 2011، تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية في مصر، معهد التخطيط القومي الكويت.

ثانيا- المراجع باللغة الأجنبية:

Books :

12_ Commission des communautés européennes, Livre vert sur la responsabilité sociale des entreprises,2001.

13_ Corrol,A.B1991 The Pyramid or corporate ,social Responsibility :Toward the moral management of organizationalstackholders business horizon vol 34.

14_DaftL.Richard, 2003,Management,6th.Edition,Thompson South Western Publishing Co.

15_Drucker F Peter,1977,An Introduction View of Management, Happens College presse , USA.

16_Frank Hond, Bakker Frank G.A and Neergraard Peter ,2007,Managing corporate social responsibility in action talking, Corporate social responsibilityseries, Ashgate Publishing Company, USA.

17_ Norman Bowie ,morality money and motor cars business ethics and the envirenment the public edited by Hoffman Robert Frederick and edward (New york :books)1990.

18_Samuel O Idoun René, Shumdter, Dictionnaire of corporate social responsability, 2015.

19_Steiner,F&Miner,J .1977 Management Policy and strategy, Macmillan, New York.

20_Strier,Franklin 1979, The Business Manager'sDilemmaDefinng Social Responsibility, Journal of Engineering, Vol 2, P 89

Website :

21_www.investopedia.com

22_Merriamwebster »business ,www.merriam.webster.com/dictionary/business .

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير
قسم علوم التسيير

إستبيان حول:

دور أخلاقيات الأعمال في تعزيز المسؤولية الاجتماعية
-دراسة حالة شركة نفضال فرع برج بوعريريج-

تحت إشراف:

من إعداد الطالب:

الأستاذة مهديد فاطمة الزهراء

قاستل منير

الموظف، العامل المحترم:

تعتبر أخلاقيات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية من المواضيع التي تجلب اهتمام الشركات حديثا
بين أيديكم استمارة تحوي عبارات في هذا المعنى، نرجوا من سيادتكم الاجابة على كل فقراته حسب وجهة
نظركم و بدقة ، مع العلم أن الاجابات سوف تستغل لغايات علمية فقط و بكل سرية.

أولا : بيانات عامة:

النوع الاجتماعي: ذكر () أنثى ()

الفئة العمرية : أقل من 30 سنة () من 30 إلى 40 سنة () أكثر من 40 إلى 50 سنة () أكثر من 50 سنة ()

المؤهل العلمي: ثانوي فما أدنى () ليسانس فما أدنى () ماجستير () دكتوراه ()

سنوات الخبرة : أقل من 5 سنوات () من 5 سنوات إلى 10 سنوات () أكثر من 10 سنوات إلى 15 سنة () أكثر من 15 سنة ()

فئة الوظيفة: إطار () إداري () تقني () عامل ()

ثانيا: متغيرات الدراسة

| درجة الموافقة | | | | | متغيرات الدراسة |
|----------------|-----------|-------|-------|------------|--|
| غير موافق بشدة | غير موافق | محايد | موافق | موافق بشدة | المحور الأول: أخلاقيات الأعمال |
| | | | | | 1. الشركة تحتوي لوائح ومواثيق للأخلاقيات والموظفون مطلعون عليها. |
| | | | | | 2. الشركة ملتزمة بالقوانين والتشريعات الحكومية و تحترمها. |
| | | | | | 3. اخلاقيات الأعمال مهمة بالنسبة للمنظمات. |
| | | | | | 4. الشركة تمتلك سمعة جيدة و صورة حسنة في المجتمع. |
| | | | | | 5. قرارات الشركة نموذجية تراعي البعد الاقتصادي الربحي والبعد الأخلاقي معا. |
| | | | | | 6. هناك شفافية في إدارة الشركة معنى وضوح الإجراءات و نشر المعلومات و سهولة الوصول إليها. |
| | | | | | 7. الثقة موجودة في بيئة العمل و متبادلة بين العاملين و الإدارة، بين العملاء و المنظمة، بين المساهمين والشركة... |
| | | | | | 8. العدالة سائدة داخل الشركة و هناك توازن بين الحقوق والواجبات و التوزيع العادل لأعباء العمل على الجميع و القانون مطبق على الجميع. |
| | | | | | 9. الشركة تحترم ثقافة المجتمع الجزائري و قيمه وعاداته و تتأثر بها في سلوكها. |
| | | | | | 10. النظام الرقابي مطبق بشكل جيد رغم كبر حجم الشركة. |
| | | | | | 11. العمال والموظفون ملتزمون بالسلوك الأخلاقي خلال مزاولة عملهم. |
| | | | | | المحور الثاني : المسؤولية الاجتماعية |
| | | | | | - المجال الأول: المسؤولية نحو العمال و الموظفين |
| | | | | | 12. العمال راضون على مستوى الأجور و المكافآت. |
| | | | | | 13. الشركة توفر فرص عمل بصورة متكافئة(الأسوياء، ذوي الاحتياجات الخاصة، المرأة، الأقليات) |
| | | | | | 14. الشركة توفر ظروف عمل حسنة (السلامة ، الوقاية ، الأمان) |
| | | | | | 15. الشركة تطبق برامج تدريب و تكوين للعمال والموظفين لتطوير مهاراتهم. |
| | | | | | - المجال الثاني: المسؤولية نحو العملاء و المستهلكين |
| | | | | | 16. المستهلكون راضون عن منتجات الشركة من ناحية الجودة ، السعر و الجاهزية. |
| | | | | | 17. الشركة تتعامل مع المستهلكين بنزاهة و توفر خدمات ما بعد البيع. |
| | | | | | 18. المستهلك مزود بكل المعلومات و البيانات حول منتجات الشركة. |
| | | | | | 19. الشركة تحترم قوانين حماية المستهلك. |
| | | | | | 20. إعلانات الشركة صادقة و خالية من الكذب و التزييف. |
| | | | | | - المجال الثالث: المسؤولية نحو البيئة |
| | | | | | 21. الشركة تحتم بعلاقتها مع محيط عملها المكون من الموردين و العملاء، المساهمين ، المنافسون... |
| | | | | | 22. الشركة حاصلة على شهادة إيزو 14000 ISO للإدارة البيئية. |
| | | | | | 23. تمتلك الشركة سياسة بيئية واضحة و مستدامة. |
| | | | | | 24. هناك في الشركة قسم خاص مهتم بالبيئة و إدارة النفايات و مخلفات النشاط. |
| | | | | | 25. تصدر الشركة تقارير بيئية بشكل دوري. |
| | | | | | - المجال الرابع: المسؤولية نحو المجتمع |
| | | | | | 26. من أهداف المنظمة خدمة المجتمع. |
| | | | | | 27. الشركة تقدم الدعم و الإعانة للجمعيات الخيرية. |
| | | | | | 28. الشركة تدعم المؤسسات التعليمية و النشاطات الثقافية . |
| | | | | | 29. الشركة ترعى النشاطات الرياضية. |
| | | | | | 30. الشركة تساهم في البنى التحتية التي تخدم المجتمع مثل الطرقات ، المتنزهات... |

المُلخَص

ملخص: هدفت الدراسة إلى معرفة اتجاهات عمال و موظفي شركة نפטال فرع برج بوعريريج ، حول مساهمة أخلاقيات الأعمال في تعزيز المسؤولية الاجتماعية بمجالاتها (المسؤولية نحو العمال، المسؤولية نحو المستهلكين، المسؤولية نحو البيئة، المسؤولية نحو المجتمع)، و لتحقيق هذا الهدف تم توزيع استمارة تضمنت 30 عبارة على 80 عاملا و موظفا بالشركة محل الدراسة. وبعد تحليل البيانات باستخدام النسخة 28 للبرنامج الإحصائي SPSS توصل الباحث إلى جملة من الاستنتاجات من أبرزها ارتفاع مستوى إدراك متغيرات الدراسة، إذ سجلنا تحققهم بمستوى مرتفع، وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأخلاقيات الأعمال في تعزيز المسؤولية الاجتماعية لشركة نפטال فرع بوعريريج، وبناء على ما تم التوصل إليه من نتائج تم التقدم بالعديد من التوصيات التي من شأنها أن تساهم في توجيه أنظار مسؤولي شركة نפטال للدور الذي تمثله أخلاقيات الأعمال في تعزيز مسؤوليتها الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: أخلاقيات الأعمال، المسؤولية الاجتماعية، المسؤولية نحو العمال، المسؤولية نحو المستهلكين، المسؤولية نحو البيئة، المسؤولية نحو المجتمع.

Abstract : the study aimed to know the attitudes of workers and employees of NAFTAL company branch of Bordj Bou Arreridj, on the contribution of business ethics to promote social responsibility in its fields (responsibility towards workers, responsibility towards consumers, responsibility towards the environment, responsibility towards society). and to achieve this goal a form was distributed that included 30 phrases on 80 workers and employees in the company under study. After analyzing the data using the version 28 of the statistical program SPSS, the researcher reached a number of conclusions, the most prominent of which is the high level of awareness of the study variables, as we recorded their verification at a high level ; and there is a statistically significant effect of business ethics on promoting the social responsibility of NAFTAL company branch BBA. And based on what has been reached from the results, several recommendations have been made, which would contribute to directing the attention of managers of NAFTAL company on the role of business ethics to promote the presence of its social responsibility.

Key words : Business ethics, social responsibility, responsibility towards workers, responsibility towards consumers, responsibility towards the environment, responsibility towards society.