

ملتقى دولي حول "المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال كدعماء لتعزيز الأداء الاجتماعي لمنظمات الأعمال والتنمية المستدامة"، بجامعة الشهيد لخضر حمة بالوادي يومي 26 و 27 سبتمبر 2021

ورقة بحثية بعنوان: تبني أخلاقيات الأعمال كمدخل نحو الاستجابة للمسؤولية الاجتماعية وترسيخها في المؤسسات الاقتصادية-مؤسسات مختارة من التجربة الأمريكية-

الاسم واللقب	ابتسام منزري
الرتبة	أستاذ محاضر ب
الجامعة	الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية
البريد الإلكتروني	menzri.ibtissem@gmail.com

الاسم واللقب	أسماء فرادي
الرتبة	أستاذ محاضر ب
الجامعة	الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية
البريد الإلكتروني	asmaa.fradi@gmail.com

الاسم واللقب	سلمى سعادة
الرتبة	طالبة دكتوراه
الجامعة	جامعة سطيف1
البريد الإلكتروني	gone-23@hotmail.com

الملتقى الدولي الأول حول المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال كدعامة لتعزيز الأداء الاجتماعي لمنظمات الأعمال والتنمية
المستدامة، يومي 26 و 27 ديسمبر 2021، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي

ورقة بحثية بعنوان:

تبني أخلاقيات الأعمال كمدخل نحو الاستجابة للمسؤولية الاجتماعية وترسيخها في المؤسسات الاقتصادية

-مؤسسات مختارة من التجربة الأمريكية-

أ. سعادة سلمي

طالبة دكتوراه

جامعة سطيف 1

gone-23@hotmail.com

د. فرادي أسماء

أستاذ محاضر قسم ب

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

asmaa.fradi@gmail.com

د.منزري ابنتسام

أستاذ محاضر قسم ب

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

menzri.ibtissem@gmail.com

الملخص:

حاولت هذه الدراسة إظهار الحاجة لتبني فلسفة أعمال أخلاقية في المؤسسات الاقتصادية بسبب الانتهاكات والفضائح المالية والاقتصادية؛ وتأثيراتها السلبية على المؤسسة في حد ذاتها وعلى الأفراد والمجتمعات، ذلك نتيجة تفشي وانتشار المشاكل الأخلاقية فيها، وقد تم عرض ما يمكن لهذه المؤسسات عمله لتكون مسؤولة اجتماعياً بأبعادها الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والخيرية التطوعية، كخطوة أولى نحو اعتماد أخلاقيات الأعمال كمنهج عمل لما له من إيجابيات على المؤسسة والمجتمع على حد سواء، وقد سلطت هذه الورقة البحثية الضوء على التجربة الأمريكية وتمت الاستعانة ببعض المحاولات لمؤسسات أمريكية في تبني أخلاقيات الأعمال وترسيخ مسؤوليتها الاجتماعية، ورغم أنها تبقى محاولات مثيرة للجدل إلا أننا تمكنا من خلالها من التعرف على الخصائص والميزات التي يمكن أن تتصف بها، والإجراءات التي تتخذها أي مؤسسة تحاول تبني فلسفة أعمال أخلاقية في مختلف أنشطتها وممارساتها لنهج طريق المسؤولية الاجتماعية وترسيخها.

الكلمات المفتاحية: أخلاقيات الأعمال، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية، الشركات الأمريكية.

Abstract:

This study attempted to show the need to adopt an ethical business philosophy in economic institutions due to financial and economic violations and scandals, and their negative effects on the institution, individuals and societies. Moreover, the research presented the approaches to be embraced by the institutions in order to be socially responsible with its economic, legal, ethical and voluntary charitable dimensions, as a first step towards adopting business ethics as a work method. This paper shed light on the American experience by the demonstration of some American institutions' attempts to adopt business ethics and consolidate their social responsibility. Even though those attempts are controversial, however, through them, we were able to identify the features and advantages that can be characterized by the institutions, and the actions taken by any organization trying to adopt an ethical business philosophy in its various activities and practices to approach and consolidate the path of social responsibility.

Key words: Business Ethics, Corporate Social Responsibility, American Companies.

من المتعارف عليه الآن أن المؤسسات الاقتصادية اليوم تنشط في بيئة أعمال البارز فيها هو حالة عدم التأكد، والمبدأ الثابت لها هو التغيير، والشرط الوحيد للتقدم والتطور هو المنافسة، فالأسواق تتغير، والتكنولوجيا تتطور، والمنتجات تتقدم، والعمليات تتسارع، وفي ظل كل هذا الصخب تجد المؤسسات نفسها مجبرة على بذل الكثير من الجهود تحت تأثير عوامل عديدة كالمنافسة الشرسة التي تعد في قطاع الأعمال اليوم أكبر حرب دون سلاح، والاتجاه المتسارع نحو العولمة والذي سمح بتجاوز الحدود الجغرافية، السياسية، الاجتماعية والثقافية.. فلم تعد هذه الجهود وحدها كافية، بل أصبح الحديث عن أن تكون المؤسسة مسؤولة اجتماعياً تجاه بيئتها الداخلية والخارجية من أهم حلقات النقاش وأوراق البحث، وأضحت أخلاقيات الأعمال أمراً ضرورياً وحتمياً، فصار من الحكمة أن تقابل رؤية الأعمال القائمة على الربح والكفاءة المادية في النموذج الاقتصادي برؤية أخرى قائمة على أخلاقيات الإدارة والأعمال، في محاولة لوضع أو سن مبادئ أخلاقية تحكم ممارسات وأنشطة المؤسسات الاقتصادية، وهذا ما أدى إلى تزايد الاهتمام بتبني الأخلاقيات وما يرتبط بها من سياسات وبرامج لتطبيقها والتدريب عليها، وإصدار مدونات أخلاقية في محاولة للارتقاء بهذا الجانب وتعزيز اهتمام المؤسسات بمسؤوليتها الاجتماعية والتزاماتها الأخلاقية.

وتجدر الإشارة إلى أنه غالباً ما ينظر إلى المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال بنفس المنظور، كما قد ينظر إلى المسؤولية الاجتماعية بأنها جانب واحد من جوانب الانضباط العام لأخلاقيات الأعمال، وهناك من قد ينظر لهذه الأخيرة بأنها أحد أبعاد المسؤولية الاجتماعية، لكن بعد التمعن في المفهومين نجد أن أخلاقيات العمل هو مجال واسع جداً للدراسة فهو لا يقتصر على التزامات الشركة نحو المجتمع والبيئة كما يمكن اعتباره منهج حياة للأفراد المعنويين كما الطبيعيين.

وعلى ضوء كل ما سبق وفي خضم هذا الجدل الدائر غير المحسوم في اتجاه معين تقوم دراستنا على تساؤل رئيسي مفاده:

إلى أي مدى يمكن للمؤسسات الاقتصادية تبني التوجه الأخلاقي للوصول إلى تحقيق ودعم مسؤوليتها الاجتماعية؟

بغرض الإجابة على هذا التساؤل وجب أولاً التعرف على متغيرات الدراسة متمثلة في كل من أخلاقيات الأعمال، والمسؤولية الاجتماعية، ليتم بعدها توضيح كيف قامت المؤسسات الأمريكية محل الدراسة بالربط بينهما. ويتم ذلك من خلال المحاور التالية:

أولاً: مفاهيم أساسية حول أخلاقيات الأعمال في المؤسسات الاقتصادية

ثانياً: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية وأخلاقيات الأعمال

ثالثاً: تجربة الولايات المتحدة الأمريكية في تبني أخلاقيات الأعمال للوصول إلى المسؤولية الاجتماعية (مؤسسات اقتصادية

مختارة)

أولاً: مفاهيم أساسية حول أخلاقيات الأعمال في المؤسسات الاقتصادية

تعالى الأصوات المنادية من قبل المنظمات والهيئات الدولية و الجمعيات الحقوقية والناشطين ومن خلال أوراق بحث الأكاديميين بتبني أخلاقيات الأعمال في المؤسسات المختلفة، وذلك نظراً لتزايد غياب القيم الأخلاقية في بيئة الأعمال التجارية والمالية في كثير من الأحيان وانهار المنظومة الخلقية يوماً بعد يوم في ظل التطورات الحاصلة في البيئة السياسية و الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية لمؤسسات الأعمال، حيث أضى الربح والمصلحة الخاصة هي البعد الأول لكثير منها، وعليه تشعبت المصطلحات المستخدمة في هذا الجانب بين أخلاقيات الإدارة، أخلاقيات المهنة، أخلاقيات التسويق، أخلاقيات الأعمال...، وقد تم اختيارنا لهذا الأخير لشموليته من وجهة نظرنا.

1- مفهوم أخلاقيات الأعمال:

إنّ تحديد مفهوم أخلاقيات الأعمال يتطلب تحديد معنى الأخلاق والأخلاقيات، هذه الأخيرة التي احتلت حيز كبير من الاهتمام لدى الفلاسفة والكتاب والمنظرين في مختلف المجالات، منذ العصور القديمة إلى يومنا هذا.

1-1 تعريف الأخلاق والأخلاقيات:

يمكن تعريف الأخلاق لغة واصطلاحاً كما يلي:

أ- لغة: الخليفة الطبيعة يُخَلَقُ بها الإنسان، وقال أبو زيد إنه لكريم الطبيعة والخليفة والسليقة بمعنى واحد، و الجمع خلائق، والخُلُقُ بالضم و الضميتين السجية، هو ما خُلِقَ عليه من الطبع ومنه حديث عائشة ؓ "كان خلقه القرآن" أي كان متمسكاً به، وبأدابه وأوامره ونواهيها، وما يشتمل عليه من المكارم والمحاسن والألطف، وقال ابن الأعرابي: الخُلُقُ المروءة، الخُلُقُ الدين، وفي التنزيل ﴿وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ﴾ سورة القلم الآية 4، و الجمع أخلاق، و في الحديث " ليس شيء في الميزان أثقل من حسن الخُلُقِ " وحقيقته أنه لصورة الإنسان الباطنة¹.

ب- اصطلاحاً: يمكن أن نميز بين مصطلحين أساسيين هما الأخلاق والأخلاقيات، إذ أحياناً نجد أنهما يحملان نفس الدلالة عند بعض الكتاب، والبعض الآخر منهم يعتبرهما مصطلحين مختلفين في الدلالة ويضع كل مصطلح في موضعه:

☞ الأخلاق: يشير مصطلح الأخلاق "Moral" حسب معجم أكسفورد إلى "مجموع المبادئ التي تحكم وتؤثر في سلوك الأفراد في مهنتهم وأعمالهم المختلفة لوضع مدونة لأخلاقياتهم"². يعرفها الإمام الغزالي "الأخلاق هيئة في النفس راسخة عنها تصدر الأفعال بسهولة ويسر من غير حاجة إلى فكر ورؤية، فإن كانت الهيئة بحيث تصدر عنها الجميلة المحمودة عقلاً وشرعاً سميت تلك الهيئة خُلُقاً حسناً، وإن كان الصادر عنها الأفعال القبيحة سميت الهيئة التي هي المصدر خُلُقاً سيئاً"³. كما تطرق إليها (إيمانويل كانت) في كتابه (أسس ميتافيزيقيا الأخلاق): "واعتبر كل عمل يعمل بغير وحي الضمير، وقوة الإرادة الحرة، وصوت الأمر المطلق المجرد من الغايات هو عمل ليس من الخير في شيء"⁴. يعرفها فولكويه (Foulquier): "الأخلاق هي مجموع قواعد السلوك التي بمراعاتها يمكن الإنسان بلوغ غايته"⁵. فيما يراها (Hellriegel & Slocum) بأنها: "مجموعة من القواعد الأخلاقية والقيم المبدئية التي تحكم سلوك الفرد والجماعة بشأن الصحيح والخاطئ من التصرفات، كما أنها تسهم في تحديد المعايير اللازمة لما هو جيد وسيء من التصرفات والأفعال التي يقوم بها الأفراد"⁶. كما عرفها (Griffin) بأنها المعتقدات الشخصية الفردية والتي تتعلق بالتصرفات الصحيحة والخاطئة"⁷.

☞ الأخلاقيات: أما مفهوم الأخلاقيات "ethics" فهو صعب التحديد بدقة حيث تعرّف الأخلاقيات حسب دائرة المعارف البريطانية: "هي ذلك النظام الذي يتم وضعه لترشيح القواعد المتعلقة بممارسة مهنة معينة بما يحقق صالح المجتمع، ويحقق الممارسة السليمة لهذه المهنة، ويساعد في تحقيق أهدافها الرشيدة، ويشمل ذلك النظام موثيق الشرف التي تحكم الممارسة وحدودها بين الصواب والخطأ"⁸. كما يعرفها (King 1992) "الأخلاقيات هو نظام من المبادئ الأخلاقية التي تحدد السلوك الصواب والسلوك الخطأ، وذلك بالنسبة لمجتمع أو أمة أو جماعة معينة"⁹. يعرف (فرانكيننا):

"الأخلاقيات قائمة من القواعد الموضوعية لضمان حياة جيدة في المجتمع والتي تدور حول محورين أساسيين هما: القيام بالأعمال الخيرة الهادفة، والعدل في القيام بهذه الأعمال"¹⁰.

ج- الفرق بين الأخلاق والأخلاقيات:

جاء في القاموس الفرنسي "Ethique" بمعنى أخلاقي هو علم الآداب والعادات والأعراف، وأيضاً تنحدر كلمة أخلاق "Moral" من اللاتينية "mōs" التي تعني الآداب والعادات والأعراف والتقاليد، أما الأخلاقيات "Ethics" فهي من الكلمة اللاتينية "ἠθικός" والتي هي "Ethos" والتي تعني الآداب والعادات¹¹، ونجد الكلمة اليونانية "Ethology" والتي تعني علم الأخلاق¹²، كما نجد مصطلح أخلاقيات المهنة "deontology" فإن أول من وضعه هو الفيلسوف الفرنسي (Jeremy Bentham) عام 1793 في مؤلفه المنشور بعد وفاته عام 1834 والمعنون بـ "الأخلاقيات وقواعد السلوك" مبيناً فيه أنه هذا المصطلح هو نتاج إتحاد كلمتين يونانيتين الأصل "Déontos" أي اللياقة و "Logos" بمعنى الضمير أي مجتمعة "لياقة الضمير"¹³، كما تم تناولت المعاجم المصطلح اليوناني "Déontos" بمعنى واجب الفعل و "Logos" بمعنى "علم" وبتحادهما معناها "علم الواجب"¹⁴. إذاً فكلمتي الأخلاق والأخلاقيات هما كلمتان تحملان في الأصل معاني متقاربة يصعب التفريق بينهما، فالأخلاق كمصطلح نجده موجوداً ومتداولاً في اللغة العربية؛ أما الأخلاقيات هي من الألفاظ الحديثة الوافدة على اللغة العربية والكثير منهم لا يفرقون بين الأخلاقيات والأخلاق ويعتبرونها شيئاً واحداً، في حين نجد على سبيل المثال "المنظمة العالمية لعمداء كليات الطب الناطقة بالفرنسية" تحرص في ترجمة نص ميثاق الأخلاقيات الخاص بكليات الطب على التمييز بينهما، فتترجم عبارة "évaluation éthique" بـ "التقييم الأخلاقياتي" وعبارة "portée" "éthique" بـ "البعد الأخلاقياتي"، أي البعد القائم على الأخلاقيات¹⁵. وتشير الأدبيات الفرنسية إلى عدد من الفروق بين الأخلاق والأخلاقيات، لعل من أبرزها النقاط التالية¹⁶:

- ❖ إن الأخلاق لها دلالة دينية، أما الأخلاقيات فهي تحمل طابعاً غير ديني.
- ❖ إن للأخلاق مصدراً سماوياً، أما الأخلاقيات فلها مصدر إنساني.
- ❖ إن للأخلاق بعداً مطلقاً، أما الأخلاقيات فلها بعد نسبي.
- ❖ إن الأخلاق ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالاعتقاد والإيمان، أما الأخلاقيات فهي تخاطب الضمير وتحاور العقل.
- ❖ إن الأخلاق تستلزم معايير مطلقة غير قابلة للنقد والتغيير، أما الأخلاقيات فهي تستلزم سلوكاً نسبياً قابلاً للتعديل والتكييف وفقاً لمقتضيات البيئة والمعطيات المتوفرة.
- ❖ إن الأخلاق تتعلق بتعارض الخير والشر بين ما تتعلق الأخلاقيات بالتمييز بين الحسن والسيء.
- ❖ إن وراء الأخلاق أمراً وإلزاماً فاصلاً، في حين هناك وراء الأخلاقيات إلزام افتراضي ينحصر فيما ينبغي فعله لتحقيق هدف معين، وهو بالتالي إلزام يخص الوسائل التي تحقق هذا الهدف المحدد.

2-1 أخلاقيات الأعمال:

أعطيت الكثير من التعاريف لأخلاقيات الأعمال، وقد تم استئثار عرض منها مايلي:
يعرّف (P.W.Valock 1967) أخلاقيات الأعمال بأنها: "الدراسة المنهجية للخيار الأخلاقي الذي يتم من خلالها اختيار ما هو جيد"¹⁷.

تعرف أخلاقيات الأعمال على أنها: "تحديد ما هو الصحيح والخطأ، والجيد والسيء، والنافع والضار، في كل ما يتعلق بالقرارات والأعمال في معاملات ونشاطات المنظمة"¹⁸.

تعرف أخلاقيات الأعمال على أنها: "استخدام الأخلاقيات كإستراتيجية عمل لتحسين سمعة وأداء الشركة"¹⁹.

كما عرفت أخلاقيات الأعمال بأنها: "كل ما يتعلق بالعدالة والمساواة في توقعات المجتمع والمنافسة الزهية والإعلان والعلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية وحرية الزبائن والتصرفات السليمة في البيئة المحلية و الدولية"²⁰.

ترتكز أخلاقيات الأعمال على نوعين من الأخلاقيات وهما:

- أخلاقيات المهنة "deontology": فهي مجموعة من القواعد والواجبات المتعارف عليها بين أرباب مهنة معينة، وتجدر الملاحظة أن أدبيات أخلاقيات الأعمال "ethics business"، تركز على أخلاقيات المهنة من خلال الفضائل الفردية والسلوكيات الخلقية وتغض الطرف عن المسؤولية الخلقية للشركات "ethics corporate" والنظام الاقتصادي برمته²¹.
- أخلاقيات التسويق: حيث عرّفت "بأنها المعايير التي تحكم تصرفات المسوقين وعلى ضوء ما يحملونه من قيم خلقية"، كما عرّفت بأنّها "المعايير التي يجب إتباعها في عملية التسويق من أجل أن يكون الأداء مقبولاً في الجماعة المحيطة بالمنظمة"²².

وعليه كحوصلة عن الأخلاق وأخلاقيات الأعمال: تتمثل الأخلاق في المبادئ التي تحكم سلوكيات ونشاطات وقرارات الأفراد والجماعات ويعتبرونها قيماً وقواعداً تطبق للحكم بين الخاطئ والصحيح، الجيد والسيء، الضار والنافع، وعليه فإن أخلاقيات الأعمال هي تلك المبادئ والمعايير الأخلاقية الجيدة والصحيحة والزهية والعادلة التي يجب إتباعها من قبل المؤسسات عند القيام بأنشطتها وتحقيق أهدافها المختلفة من أجل أن يكون أداؤها مقبولاً ومستحسنًا من الجماعات المحيطة بها.

2- مصادر أخلاقيات العمل:

تنبثق أخلاقيات العمل لكل فرد أثناء تأدية وظيفته ولكل منظمة عند القيام بأعمالها من المصادر التالية²³:

- **العقائد والدين:** مما لا شك فيه أن جميع الأديان تمتلك مقداراً مشتركاً من الأخلاقيات مع اختلافها في بعض الأخلاقيات واختصاصها بها، وهذا يستمد كل فرد قيمه الأخلاقية الواجب إتباعها والسلوكيات التي يجب تجنبها والابتعاد عنها باعتبارها ضارة للأفراد والمجتمع من الدين أو العقيدة التي يؤمن بها.
- **الأخلاق والقيم الشخصية:** تبنى شخصية الفرد حسب ثقافته واطلاعاته الفكرية وتحليلاته العقلية وعواطفه وموروثاته ومعتقداته وعاداته وتقاليده وبيئته وتأثره بشخصيات معينة و اتخاذها كقدوة و أيضاً ما يسمى بالجماعات المرجعية، فتكون لهذا الفرد جملة من المعتقدات والمبادئ والقيم الشخصية والأفكار والميولات والتوجهات والسلوكيات ينقلها إلى المؤسسة التي يعمل بها أو للمجتمع حيث تترجم هذه القيم والمعتقدات إلى سلوكيات أخلاقية في المواقف المطلوب منه الإدلاء بها وتطبيقها فتخضع بهذا إلى نظرتة الشخصية وتقديره الذاتي.
- **البيئة الثقافية والاجتماعية:** المتمثلة في مجموع العادات والتقاليد والأعراف التي تحكم في مجتمع ما وتكونت عبر التاريخ، وتستمد في غالب الأحيان من الدين الذي يدين به أو المعتقد الذي يؤمن به، وكذا الأسرة التي نشأ فيها هذا الإنسان وتعليمه والمحيط الذي يعيش فيه وتفاعله مع مجتمعه خاصة مع زيادة أنواع وسائل الإعلام وسهولة الوصول إليها، فكما يقال الإنسان وليد بيئته، فتتشكل لديه مجموع من القيم الخلقية التي تؤثر في سلوكياته المختلفة.
- **التشريعات والقوانين واللوائح الحكومية:** فدستور الدولة هو الأساس الذي تنبثق عنه القوانين لتنظيم عمل المواطنين وتوضيح حقوقهم وواجباتهم سواء كان ذلك في المؤسسات العامة أو الخاصة. ، فالقوانين والأحكام يتم سنها من قبل الحكومات ويتم تطوير هذه القوانين سنة تلو الأخرى حسب الظروف والحالات والقضايا التي تطرأ في الدولة، حيث يعتبر القانون هو الجهة السائدة والمطبقة على كل المواطنين وبشكل حاسم وهو الذي يحكم تصرفاتهم وتعاملاتهم الاجتماعية والتجارية والاقتصادية وفي كل شؤون حياتهم المعاصرة. حيث تحدد القوانين والتشريعات والقواعد والشروط التي يجب على الموظف أو العامل التقيد والالتزام بها أثناء أدائه لأعماله المطلوبة وفي حال التخلي عنها أو التحايل عليها أو الجهل بها يعرضه ذلك إلى المساءلة. فالقانون هو الذي يحدد ويضع المعايير المقبولة في مجال الأعمال والتي تؤدي بدورها إلى توجيه العمال والمدراء، ووجود مثل هذه القوانين تمثل حاجزاً بالنسبة للسلوكيات غير المقبولة، أما اللوائح الحكومية فهي مجموعة المعايير والمقاييس المحددة من السلطات للممارسات المقبولة وغير المقبولة.
- **الأخلاقيات المهنية أو الوظيفية:** تؤخذ الضوابط المهنية من مجموعة من المصادر والتي تتمثل في الأشكال التالية:

✓ القدوة أو الجماعات المرجعية الإدارية: يعتنق أحياناً الفرد بعض السلوكيات الأخلاقية في حياته بتأثره بشخص معين يجد أنه على مستوى عال من الحكمة والدراية فيقتدي به عن إيمان وقناعة، وحتى في حياته المهنية أو الوظيفية يمكن أن يتخذ قائد إداري معين بالنسبة له يعتبره بمثابة قدوة صالحة أمامه وجب إتباعها أو السير في خطاها، لما يعتقد من حكمة وخبرة هذا القائد في إدارة مهام منصبه.

✓ التنظيم الإداري: فمن خلال كل من نظم استقطاب الأفراد وتدريبهم والهيكلة التنظيمية الرسمي و... القوانين المنظمة لعمل الأفراد... الخ، كل ذلك يساهم في تشكيل أخلاقيات معينة لدى العاملين وجب التقيد بها.

✓ قوانين السلوك الأخلاقي (المدونات الأخلاقية): على الرغم من أن أخلاقيات الفرد الذي يحملها إلى المؤسسة التي يعمل فيها والتي يمكن أن تكون خاصة به، ويمكن أن يشترك فيها مع غيره من الموظفين، إلا أن كل عمل يحتوي على أخلاقيات تخصه يفرضه نوع العمل والاختصاص الذي تقوم به مؤسسته، وبالتالي تضع هذه الأخيرة مدونة أخلاقيات خاصة بها وهي عبارة عن بناء وثيقة عمل أخلاقية معلنة ومعلومة وصریحة ومفهومة تتضمن جملة من الأدلة الإرشادية لعمل المديرين والعاملين، تمكنهم من الالتزام بها وعدم الحياد عنها وإلا في حال مخالفتها بأي شكل من الأشكال يتم التعرض إلى المساءلة، إذ تهدف هذه المدونة إلى توجيه وإرشاد المديرين في المجالات غير الواضحة للسلوك المهني، وتذكير العاملين والمديرين بالمتطلبات القانونية والأخلاقية، بالإضافة إلى الإعلان عن المرتكزات الأخلاقية للمؤسسة وتقوية الانضباط الذاتي لدى أفرادها بقواعد السلوك الأخلاقي.

✓ ثقافة المنظمة: ثقافة المؤسسة هي مجموعة القيم والأعراف والتقاليد والمعتقدات والمشاعر والمعايير والتطلعات التي تمثل إطار عمل يحدد سلوكيات العاملين على مختلف الأصعدة والمستويات وتعتبر كلغة مشتركة لجميع أعضائها، فالمؤسسات العريقة في ثقافتها هي التي لديها قيم راسخة في العمل، ويكون تأثير هذه الثقافة واضحاً على سلوكيات العاملين ومنعكساً في القرارات التي يتخذونها وفي أدائهم للأعمال المطلوبة منهم، ويبلغ الاعتزاز بالثقافة في المؤسسة المتميزة إلى درجة أنها تجعلها مرجعاً مهماً لها.

✓ جماعات العمل غير الرسمية: وتمثل هذه الجماعات مجموعة من الأعضاء الذين يعملون في مكان واحد أو في عمل متشابه، ويشكلون مع مرور الوقت قوة ضاغطة على السياسة الإدارية للمؤسسة إذ يمكنهم تحديد مقدار العمل والإنتاجية، فهذه الجماعات تضع لنفسها أشبه ما يكون ميثاقاً أخلاقياً مهنياً؛ غالباً تكون بنوده غير مكتوبة يلتزم به الأعضاء كافة، وقد تكون توجهاتها لصالح الأعضاء دون الالتفات للصالح العام أو قد تحث على الالتزام والتأزر والإخلاص في أداء العمل بالشكل المطلوب ويتوقف ذلك على العلاقة القائمة بين الإدارة والجماعة وكيفية التعامل معهم، فالعضو الذي يتصرف خلافاً لذلك يعتبرونه عضو انتهازي أو مخرب لا يحظى باحترام المجموعة.

3- بروز الحاجة إلى التوجه نحو أخلاقيات الأعمال في المؤسسات الاقتصادية:

إن مفهوم أخلاقيات الأعمال عند المؤسسات الاقتصادية والتوجه إليه لقي جدلاً واسعاً بين معارض ومؤيد، فهناك من يعتبر أن نشاط الأعمال لعبة وفيها لا يجب أن تؤخذ القواعد العامة للمجتمع بعين الاعتبار، وهناك من يرى أن المؤسسات لا يمكنها أن تحي في محيطها إلا إذا كانت ذات توجه أخلاقي، حيث يذهب البعض إلى أن المؤسسات الجيدة ماهي إلا نتاج للأخلاق الجيدة. وقد ظهرت حاجة الشركات للاهتمام بالأخلاق وتزايدت كنتيجة ل²⁴:

☞ الإحساس المتزايد بأن المؤسسات (الخاصة والعامة) أصبحت أقل أخلاقية في تصرفاتها وصفقاتها، مما يكشف عن الحاجة الحقيقية لأخلاقيات الأعمال في الشركات الحديثة لضبط علاقاتها بالعاملين، العملاء، والمؤسسات الأخرى. خاصة أن هذه المؤسسات ترى الآن أن سوء التصرف الأخلاقي من قبل الإدارة يمكن أن يكون ذا تكلفة عالية جداً على المؤسسة والمجتمع بأكمله.

وجود مراجعة جدية للمفاهيم السائدة التي ترى أن مؤسسات أو منظمات الأعمال تهدف من أجل بقائها واستمرارها لتحقيق الربح دون أن يتبع ذلك اهتمام واضح بالاعتبارات الأخلاقية والمعنوية.

تعقد وتداخل مصالح المؤسسات الحديثة، جعل الإدارة فيها أمام حالات معقدة من الصعب جداً الحكم فيها على ما هو صواب أو ما هو خطأ من الناحية الأخلاقية، وهذا ما أدى إلى أن تصبح المشكلات الأخلاقية في غاية التعقيد على نطاق واسع من القضايا والمواقف، فالقرارات الجيدة أو السيئة قد تكون لها نفس العوائد أو التكاليف من الناحية المادية، إلا أنها ذات قيمة أخلاقية متباينة. ولهذا أصبحت هذه المسألة أكثر إثارة للاهتمام والجدل في الوقت الحاضر على صعيد البيئة الخارجية والداخلية للمؤسسة.

اتساع نطاق المؤسسات العامة وتنوعها والزيادة الكبيرة في أعداد الموظفين والمديرين بها، على الرغم من أنها تعتبر أكثر امثالاً للقوانين والأنظمة واهتماماً بالاعتبارات الأخلاقية والاجتماعية، إلا أنها هي الأخرى معرضة لانتهاكات وممارسات لا أخلاقية مخلة بالمصلحة العامة.

تزايد الآثار السلبية الناتجة عن الفضائح الأخلاقية والتي تعود على المؤسسات بكل شيء ما يعرضها مثلاً إلى غرامات أو تراجع في حجم مبيعاتها وأرباحها أو الاكتتاب في أسهمها أو منحها قروضاً وتأثر اسمها التجاري، وكذا الآثار الإيجابية الناجمة عن السمعة الأخلاقية الجيدة والتي تعود بالإيجاب على المؤسسة عن طريق إيجاد العميل ذي الولاء مما يوسع في قاعدة زبائنهم وتوسع حصصها السوقية وزيادة شركائهم والمتعاملين الآخرين معها²⁵.

4- أبرز المشكلات الأخلاقية في المؤسسات الاقتصادية:

بالرغم من الاهتمام بالتوجه نحو تبني أخلاقيات الأعمال في المؤسسات الاقتصادية؛ إلا أنّ هذه الأخيرة لا تزال تعاني من العديد من المشاكل والعقبات الأخلاقية، فيمكن إجمال الصعوبات والإشارة إلى أبرز المشكلات التي تواجه مجال الأعمال على جميع الأصعدة الدافعة إلى ممارسة أخلاقيات الأعمال، كما يلي²⁶:

تعارض المصالح: ويقصد بها غالباً تضارب المصالح العامة مع المصالح الشخصية، ويحدث ذلك عندما يغلب بعض الأفراد العاملين في المؤسسة مصالحهم الخاصة على المصلحة العامة للمؤسسة، وهذا ما يسمى بـ "الدوامة الأخلاقية"، وهي المسألة الأكثر تعقيداً في مجال أخلاقيات الأعمال.

غياب العدالة والنزاهة: حيث تشير العدالة إلى الإنصاف وعدم التحيز، بينما تعني النزاهة المصدقية والاستقامة والأهلية للثقة، أين يجب على أصحاب الأعمال والمسؤولين احترام القوانين والتشريعات كمظهر أولي للعدالة والنزاهة، وأن لا يلحقوا الضرر عن قصد بالزبائن والعاملين والمنافسين من خلال الخداع والغش، التضليل، ممارسة القسر والإجبار، وسلوك طرق مشبوهة لتغطية أعمالها غير الأخلاقية كالرشوة مثلاً.

المعلومات المضللة الكاذبة: حيث تسلك الكثير من المؤسسات سلوكاً لا أخلاقياً في عمليات اتصالها، من خلال نشر إعلانات مخادعة لا تعرض حقيقة منتجات، إعلانات موجهة للأطفال، أو عموماً تلك الإعلانات المشجعة للمادبة وشراء أشياء لا يحتاج إليها الأفراد.

الأنشطة غير القانونية و/أو غير الأخلاقية: والتي تتمثل في تلويث البيئة، الإبقاء على ظروف العمل غير الآمنة، نقل المنتجات أو التكنولوجيا حيث تكون حماية براءات الاختراع، العلامات التجارية، حقوق النشر غير مفروضة²⁷.

التعارض ما بين الثقافات: حيث تثار الكثير من المشكلات الأخلاقية في المؤسسات التي تعمل في مجتمعات متعارضة ثقافياً مع المجتمع الأصل، حيث أن بعض معايير السلوك الأخلاقي قد تختلف من ثقافة لأخرى.

ثانياً: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية وأخلاقيات الأعمال

إنّ وجود مشكلات أخلاقية في عمل المؤسسات الاقتصادية، استدعى إعادة النظر في ممارستها وأساسيات عملها، ولعل من أنجع مخرج المؤسسة في هذا الصدد تبني مبادئ ما يسمى بالمسؤولية الاجتماعية بأبعادها المختلفة.

1- مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية:

يمكن تعريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية كما يلي:

- تم تعريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية من قبل العديد من الهيئات والمنظمات الدولية، كما يلي:
- ☞ الأمم المتحدة: "قامت الجمعية العامة للأمم المتحدة بمناقشة في دورتها الاستثنائية التي عقدت في جنيف عام 2001 مشروع (المبادرات الاجتماعية للشركات) من أجل مواجهة الفقر عام 2001 في دورتها الاستثنائية المعقودة بجنيف، حيث أطلق الأمين العام السابق للأمم المتحدة (كوفي عنان) مبادرة خاصة بتفعيل الدور الاجتماعي للشركات والصادر في شكل تقرير سمي "بالاتفاق العالمي" والمتضمن المبادئ التوجيهية لدعم المسؤولية الاجتماعية للشركات، والعمل على تحقيق معايير دولية لسلوك الشركات في الاقتصاد العالمي، وقد تم التركيز فيها على: مبادئ وحقوق العمل الأساسية، حقوق الإنسان، حماية البيئة"²⁸.
 - ☞ تعريف البنك الدولي: "المسؤولية الاجتماعية هي التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة، من خلال العمل مع موظفيها وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل، لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد"²⁹.
 - ☞ تعريف الغرفة التجارية العالمية: "المسؤولية الاجتماعية هي جميع المحاولات التي تساهم في تطوع الشركات لتحقيق تنمية ذات اعتبارات أخلاقية واجتماعية"³⁰.
 - ☞ تعريف الاتحاد الأوروبي (2002): "المسؤولية الاجتماعية هي الفكرة التي من خلالها تدمج الشركات الاعتبارات الاجتماعية والبيئية مع العمليات الاقتصادية والتفاعل مع أصحاب المصالح على أساس تطوعي"³¹.
 - ☞ تعريف المنتدى الدولي لقادة الأعمال: "المسؤولية الاجتماعية هي ممارسات الأعمال التجارية المتسمة بالانفتاح والشفافية القائمة على المبادئ الأخلاقية واحترام الموظفين والمجتمع والبيئة، وصممت تلك المسؤولية لإتاحة قيمة مستدامة للمجتمع عامة، إضافة إلى المساهمين"³².
 - ☞ تعريف المجلس الدولي للتنمية المستدامة (2007): "المسؤولية الاجتماعية هي التزام منظمات الأعمال للمساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة، بما يتضمن التعامل مع العاملين والمجتمع المحلي، من أجل تحسين جودة الحياة لهم، وقد أضيف إلى ذلك قضايا حقوق الإنسان وحقوق العمل، والأعمال الخيرية، وحوكمة المؤسسات، وحماية البيئة"³³.
 - ☞ تعريف المجلس الدولي للتطوير: "المسؤولية الاجتماعية هي مجموعة التصرفات الأخلاقية الواجب على الشركة القيام بها تجاه المجتمع الذي تنشط فيه لتحسين جودة الحياة للعاملين وعائلاتهم والمجتمع ككل"³⁴.
 - ☞ تعريف المنظمة العالمية للمعايرة (إيزو): "المسؤولية الاجتماعية هي ممارسات تقوم بها المنظمة لتحمل المسؤولية الناجمة عن أثر النشاطات التي تقوم بها على المجتمع والمحيط، لتصبح نشاطاتها منسجمة مع منافع المجتمع والتنمية المستدامة، ترتكز المسؤولية الاجتماعية على السلوك الأخلاقي، احترام القوانين والأدوات الحكومية وتدمج مع النشاطات اليومية للمنظمة"³⁵.
 - ☞ تعريف منظمة الأعمال من أجل المسؤولية الاجتماعية: "المسؤولية الاجتماعية هي إدارة منظمة الأعمال على نحو يفي بتوقعات المجتمع الأخلاقية والقانونية والتجارية والتوقعات العامة من تلك المنظمة، أو يتجاوز تلك التوقعات لما هو أفضل"³⁶.
- كما تم تعريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية من قبل الكتاب والباحثين كل حسب مجاله فنجد من عرّفها من زاوية اقتصادية ومنهم من عرّفها من وجهة نظر إدارية وأخرى تسويقية، والتي نورد بعضاً منها وذلك كما يلي:
- ☞ عرّفها ميلتون فريدمان: "المسؤولية الاجتماعية هي سداد الأجور للعاملين مقابل العمل الذي يقومون به، وتقديم السلع والخدمات للمستهلكين مقابل ما يدفعونه من أموال، وسداد الضرائب للحكومات التي تقوم بتوفير الخدمات للموظفين، واحترام سيادة القانون عن طرق احترام العقود المبرمة"³⁷.

عرّف عبد الحميد عبد الفتاح المغربي المسؤولية الاجتماعية حسب الفكر الإسلامي: "التزام المنظمة بالمشاركة في عمل الصالحات عند ممارسة أنشطتها تجاه مختلف الأطراف التي لها علاقة بها، نتيجة التكليف الذي ارتضته في ضوء مبادئ الشريعة الإسلامية، بهدف النهوض بالمجتمع الإسلامي، بمراعاة عناصر المرونة والاستطاعة والشمول والعدالة"³⁸.

عرّفها بيتر در اكر: "المسؤولية الاجتماعية هي التزام المنظمة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه"³⁹.

عرّف فيليب كوتلر وآخرون: المسؤولية الاجتماعية في إطار نظرية التسويق الأخلاقي-الاجتماعي: "تحديد الشركة حاجات ومتطلبات ومصالح الأسواق المستخدمة، ومن ثم ضمان قيمة استهلاكية بطرق أكثر فعالية مقارنة مع المنافسين، والتي تدعم أو تحسن رفاهية ورخاء الزبون والمجتمع عموماً"⁴⁰.

من الملاحظ في التعاريف السابقة أن المسؤولية الاجتماعية لم تحظ بتعريف واحد وإنما تعددت واختلفت وتشعبت المفاهيم الممنوحة لها حيث لا نكاد نجد رأياً موحداً واتفاقاً شاملاً وجامعاً على مفهومها، ولربما مردُّ ذلك إلى الزاوية المنظور بها من كل طرف، واختلاف معرفتها على حسب تخصصهم وأرائهم ووجهات نظرهم، ولكن على الرغم من ذلك إلا أنه توحدتهم نفس الأبعاد ونفس المبادئ، لانطلاقها من الفطرة الإنسانية المجبولة على حب كل فعل جيد وفيه خير؛ فمثلاً إذا كان فعل السرقة يسبب شعوراً سيئاً للمسروق فحتى السارق إذا سُرِق سيحس بهذا الشعور السيء وسيعتبره تصرفاً غير جيد وصحيح. وعليه يمكن أن نعرف المسؤولية الاجتماعية في مؤسسات الأعمال أو المؤسسات الاقتصادية على أنها: هي التزام المؤسسة بسلوك نهج أخلاقي في تأدية أنشطتها وممارسة أعمالها، بما يحقق تفاعلاً واندماجاً بين عملياتها الاقتصادية والبيئة الاجتماعية المحيطة بها، بما يخدم أهدافها وصالحها وأهداف العاملين بها وزبائنها والمتعاملين معها وأهداف المجتمع ويساهم في تنمية مستدامة.

2- مجالات وعناصر و أبعاد ومبادئ المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية:

تتمثل مجالات وعناصر وأبعاد ومبادئ المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية فيما يلي:

1-2 تطور مجالات واتجاهات المسؤولية الاجتماعية:

تختلف مجالات المسؤولية الاجتماعية ولعل ذلك راجع إلى تطور مفهومها عبر مراحل وتبلوره ليشمل مجموعة من الاتجاهات، وذلك كما يلي⁴¹:

➤ المسؤولية اتجاه تحقيق الأرباح: وتشير إلى أن مسؤولية المؤسسة كانت تتمثلة فقط في تحقيق الأرباح للمالكين ولحملة الأسهم.

➤ المسؤولية اتجاه أصحاب المصالح: نتيجة للانتقادات الموجهة لأهداف الربحية كمسؤولية وحيدة تركز عليها المؤسسة، ظهر هذا الاتجاه، والذي ركز على ضرورة الاهتمام بتلبية أهداف أصحاب المصالح من مستهلكين، عاملين، مجهزين، موزعين... وغيرهم.

➤ المسؤولية اتجاه المجتمع: وقد انتشر هذا المفهوم في السنوات الأخيرة، ويشير إلى ضرورة التزام المؤسسة بالمسؤولية اتجاه البيئة والمجتمع بشكل عام.

أي نجد أن النظرة التقليدية حصرت المسؤولية الاجتماعية في استخدام الموارد بكفاءة في عمليات من شأنها تحقيق الربح والمنافع الاقتصادية لمن يملكها، وبناء على ذلك يستوجب على المؤسسة الاهتمام بكيفية مواجهة المنافسة وتجاوز الصعوبات لأجل البقاء، بالإضافة إلى خدمة المساهمين أكثر من اهتمامها بخدمة المجتمع⁴². أما النظرة المعاصرة فقد أضافت إلى عائق المؤسسة مسؤولية العاملين فيها وعملاءها والأطراف المتعاملة معها والمجتمع والبيئة، وبالتالي أضيف لها عدة أبعاد علاوة على البعد الاقتصادي لعل أهمها البعد الأخلاقي.

2-2 عناصر المسؤولية الاجتماعية:

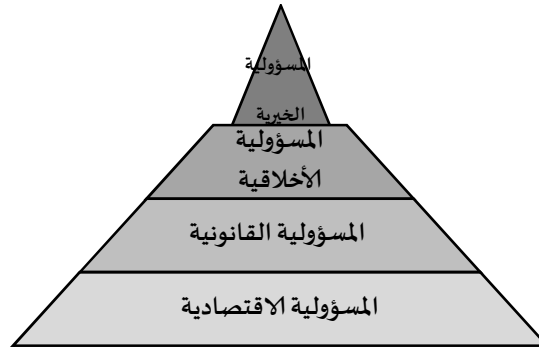
حسب السيد أحمد عثمان تتكون المسؤولية الاجتماعية من ثلاثة عناصر⁴³:

- أ- الاهتمام: وهو الارتباط العاطفي للفرد بالجماعة التي ينتمي إليها، والحرص على استمرار تقدمها والخوف عليها من ضعفها وتفككها.
 - ب- الفهم: أي فهم الفرد للجماعة والمغزى الاجتماعي لأفعاله.
 - ت- المشاركة: وهو اشتراك الفرد مع الآخرين في أعمال تساعد وتساهم في إشباع حاجات الجماعة وتحل مشكلاتها.
- ويرى بيرمان أن عناصر المسؤولية الاجتماعية ستة: وعي اجتماعي وسياسي، إحساس بالترابط الوثيق، التصرف على أساس أخلاقي، سلوك اجتماعي هادف، تكامل الفعل، مشاركة فعّالة، ويرى حامد عبد السلام زهران بأن المسؤولية الاجتماعية تقوم على: الرعاية والهداية والإتقان⁴⁴.

3-2 أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

قسم كارول (Caroll) الأبعاد الحديثة للمسؤولية الاجتماعية إلى أربعة أقسام أساسية كما هو موضح في الشكل الموالي:

الشكل رقم (01): هرم المسؤولية الاجتماعية لـ Carroll



Source: Archie B Carroll, The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business- Horizons, July. Augustnd, p 405.

تجدر الإشارة إلى أنّ الهرم في نسخته الأصلية قدم شرح مفصل لكل بعد من هذه الأبعاد كما يلي⁴⁵:

- ☞ المسؤولية الاقتصادية: كون المؤسسة تحقق ربحاً، فإنّ هذا يمثل قاعدة أساسية للوفاء بكل المتطلبات الأخرى.
 - ☞ المسؤولية القانونية: من خلال الامتثال للقوانين، لأنّ القوانين هي مرآة تعكس ما هو صحيح أو خطأ في المجتمع وتمثل قواعد العمل الأساسية.
 - ☞ المسؤولية الأخلاقية: عندما تراعي المؤسسة الأخلاق في قراراتها؛ فإنها تعمل ما هو صحيح وحق وعادل وتتجنب الإضرار بالفئات المختلفة.
 - ☞ المسؤولية الخيرية التطوعية: إنّ التصرف كمواطن صالح يساهم في تعزيز الموارد في المجتمع وتحسين نوعية الحياة فيه.
- فحسب "Caroll" لا يمكن تصنيف المؤسسة كونها مسؤولة اجتماعياً إلا إذا تبنت كل الأبعاد الأربعة سابقة الذكر، أي يجب على هذه المؤسسة أن تكون مسؤولة اقتصادياً وقانونياً وأخلاقياً، وأن تقدم أعمالاً خيرية تطوعية تفيد بها المجتمع وتساهم في تحسين جودة الحياة فيه.

4-2 مبادئ المسؤولية الاجتماعية الواجب تبنيها

أما عن المبادئ التي ترتكز عليها المسؤولية الاجتماعية، فقد اختصرتها منظمة الأمم المتحدة في⁴⁶:

- ☞ الالتزام بتنفيذ إصدارات شهادات الجودة المختلفة.

- ✍ إصدار التصريحات الخاصة بقيم المؤسسة والمدونات الأخلاقية والالتزام بتنفيذها.
- ✍ الالتزام باتخاذ قرارات تأخذ بالاعتبار المسؤولية الاجتماعية.
- ✍ تصميم أنشطة المنظمات بما يتفق مع الحالة الاقتصادية والوضع الثقافي للمجتمع.
- ✍ تبني المبادرات الخيرية التطوعية.
- ✍ القيام بالأعمال التي تحقق الربح للمجتمع والمؤسسة معاً.

3- المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية بين القانون والأخلاقيات:

إنَّ المسؤولية الاجتماعية تستمد أخلاقياتها من قيمها والمبادئ والمعتقدات التي تؤمن بها، ولكن الواقع يقول أنَّ أخلاقياتها التطبيقية تستمد من القانون، و الأصل أن القانون هو يستمد مثلاً الصفات الحميدة من الأخلاق لأنَّه من وضع البشر، فمثلاً قيم العدل و عدم الغش والضرر وعدم المس بخصومية الآخرين وحق المستهلك في الإعلام بعيوب السلعة وعدم الإضرار بالبيئة مثلاً، وهذا ما يتفق عليه القانون والأخلاق، في حين نجد أن الأخلاق هي أوسع وأشمل من القانون ولو لم يتطرق إليها القانون، وعلى الرغم من تقاطع الأخلاقيات مع القانون، والقانون والأخلاقيات يمكن أن يختلفا كلاهما في كثير من الأحيان من منطقة إلى أخرى على حسب عادات وتقاليد وثقافات وديانات الشعوب، فنجد مثلاً أن تجارة الخمر يضع لها القانون قواعداً وأسساً وهي تعتبر تتماشى مع القانون إذا احترمت الشركات معايير الجودة والسلامة الموضوعية وغيرها، إلا أن أخلاقياتالديانة الإسلامية تحرم هذا النوع من التجارة ولكنه في كثير من المجتمعات الإسلامية هو قانوني ولكنه غير أخلاقي.

من الناحية النظرية يمكن التمييز بين القضايا القانونية و القضايا الأخلاقية، فإذا قام شخص بخرق القانون أي قام بفعل غير قانوني فسوف يتم التعامل معه ومعاقبته حسب القانون والنظام العام للعقوبات، و في المقابل فالمسائل الأخلاقية هي جزء من فلسفة تتعامل مع ما يسمى بالخطأ والصواب فما يعتبر مسألة أخلاقية ليس بالضرورة مسألة قانونية قد يعاقب عليها القانون، فالأخلاقيات هي ما تعارف عليه الناس في مجتمعاتهم بما هو صحيح أو خطأ ولكنها ليست خاضعة للقانون و العقوبات المترتبة على فعلها أو عدم فعلها، فأحياناً نجد أنَّ هناك أمور تعتبر أخلاقية ولكن يمنعها القانون لإجفافه وتغافله عنها⁴⁷.

الشكل رقم (02): العلاقة الاخلاقية والقانونية



المصدر: نظام موسى سويدان، شفيق إبراهيم حداد، التسويق مفاهيم معاصرة، دار حامد، عمان، 2003، ص96.

ومن هذا المنطلق يمكن التمييز بين القانون والأخلاق حسب ما هو مبين في الجدول رقم(1) الموالي:

جدول رقم (01): أوجه التباعد بين القانون والأخلاق

الأخلاق	القانون	
معنوي (تأنيب الضمير، استنكار المجتمع لتصرفات الفرد...)	مادي (كالجس، الغرامات...)	الجزاء
المثالية (الكمال)	حفظ النظام	الغاية
البواعث الداخلية هي الأساس	لا يعترف بالنوايا والبواعث الداخلية	النوايا
أحاسيس داخلية لا يمكن تحديدها ويصعب قياسها.	واضحة ومحددة بدقة بقواعد مكتوبة معلنة ووجب احترامها، مقاسة.	التحديد والوضوح

المصدر: من إعداد الباحثين

إن المؤسسة التي تلتزم بدورها الاجتماعي من خلال سلوك أخلاقي يتجاوز ما حددته في مدونتها الأخلاقية سيتجسد ذلك في أنشطتها الاجتماعية والتسويقية والإنتاجية والبشرية⁴⁸. فالمسؤولية التي تحملها المؤسسات تجاه أصحاب المصلحة حملة الأسهم، الموظفين، الموردين، العملاء، الجماعات والتنظيمات المحلية، الحكومة... الخ، عليها الاهتمام بجانبين هما: المعايير والمبادئ والقيم الأخلاقية من جهة وكيفية غرسها والمحافظة عليها لمدة طويلة من جهة أخرى، وهذا المنطلق هي أمام إستراتيجيتين⁴⁹:

☞ إستراتيجية الامتثال: والتي تركز فيها على القوانين ومؤشرات الرقابة والمعايير المحددة للسلوك في المؤسسة.

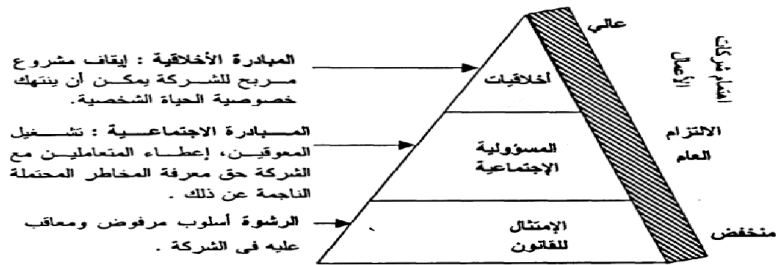
☞ إستراتيجية الاستقامة: والمعتمدة على الحاكمية الذاتية أو الضمير على حسب المعايير المختارة، مركزة على الهوية والاستقامة التنظيمية القائمة على المثل والأخلاقيات والمسؤوليات.

وهذا يضع المؤسسة أمام المسؤولية الأخلاقية الناشئة عن إلزامية القانون الأخلاقي وعن كون فاعلها أو الملتزم بها ذو إرادة حرة أي تصدر عنه الأفعال أو التصرفات الأخلاقية بمحض إرادته وبحرية تامة وموكله إلى ضميره، فالذي يسير بإرادة غيره كالإلزامية بالقانون مثلاً لا يعد مسؤولاً من الناحية الأخلاقية⁵⁰، ويحدد مفهوم المسؤولية الاجتماعية تبعاً لوجهة النظر الأخلاقية، حيث يتم تقسيم دعاة الأخلاق إلى قسمين: دعاة الأخلاق الدينية لإيمانهم الراسخ بمبادئ الدين الذي يؤمنون به وهو الذي يضمن لهم سلامة التفكير والسلوك، و دعاة الأخلاق الوضعيون فهم يلتزمون بالمسؤولية في حدود ما يلائم سلوكهم أو تقاليد الجماعة أو معايير الحضارة من منظورهم، إذ نجد أنّ المجتمع الرأسمالي لديه قدر معين من الفضائل لا تكتسب قيمتها إلا أنها تفيده وتحقق مصالحه كأن يكون موظفه أميناً ومنضبطاً ومتقناً أما الفلسفة الأخلاقية النظرية في المؤسسات التي تعمل وفق أحكام الدين الإسلامي كالبنوك الإسلامية ومؤسسات التأمين التكافلي ومؤسسات التمويل الإسلامية وغيرها، فتحضر على هذه القيم وتعتبرها أحد أهم مرتكزاتها لأنها تعتبرها تحقيق لرضا الله في المقام الأول وما فيه صلاح للفرد والمجتمع⁵¹.

وبالتالي فالقانون يمثل الحد الأدنى من الالتزام ويشكل قاعدة هرم الالتزام العام، وتأتي بعده في التدرج المسؤولية الاجتماعية لتمثل المستوى المتوسط من حيث الالتزام، لتأتي أخلاقيات الأعمال في قمة الهرم في الالتزام⁵².

فالمسؤولية الاجتماعية ذات بعد رسمي مفروض بالقانون وذات بعد أخلاقي في الالتزام بمبادرات اجتماعية طوعية، أما أخلاقيات الأعمال فبالرغم مما تحمله من بعد رسمي قانوني في الامتثال والالتزام بالقوانين المشرعة وتعليمات الشركة في مدونتها الأخلاقية إلا أنها تعبر عن القيم الرسمية التي يتبناها المجتمع؛ فهي ذات بعد اجتماعي عند التزامها بما هو صحيح وجيد يضمن مصالح الأطراف المختلفة ومصلحة المجتمع ككل⁵³. والشكل الموالي يبين التداخل بين القانون والمسؤولية الاجتماعية والأخلاقيات:

الشكل رقم (03): التداخل بين القانون والمسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال



المصدر: نجم عيود نجم، أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال، ط1، دار الوراق، عمان، 2006، ص 228.

4- توجه المؤسسات الاقتصادية إلى المسؤولية الاجتماعية من خلال أخلاقيات الأعمال:

في عام 1986 كتب ناشط وعالم بيئي يُدعى "جاي ويسترفيلد" Westerveld Jay مقالاً وصاغ فيه عبارة "Greenwashing" أي "الغسيل الأخضر"، وذلك انطلاقاً مما رأى من مفارقة في حركة "حفظ المنشفة في أحد الفنادق"، حيث التقط بطاقة في غرفة فندق في جنوب المحيط الهادئ وقرأ ما يلي: "أنقذ كوكبنا: كل يوم، يتم توفير ملايين الجالونات من المياه تستخدم لغسل المناشف التي تم استخدامها مرة واحدة فقط، يمكنك الاختيار: منشفة على الرف تعني سأستخدم مرة أخرى، منشفة على الأرض تعني من فضلك استبدل، نشكرك على مساعدتنا في الحفاظ على الموارد الحيوية للأرض، وقد تم تزيين البطاقة بثلاثة أسهم خضراء تشكل رمز إعادة التدوير"، حيث رأى في الحقيقة أنّ الفنادق تهدر الموارد وتحمل تكاليفاً بعدة طرق مختلفة، وعدم غسل الكثير من المناشف يوفر أموالاً للشركة ويزيد في أرباحها، وقد حاولت إلى التقليل من هذه التكاليف عن طريق هذه العملية الملتوية⁵⁴. في عام 1990 وفي "يوم الأرض 20"، شارك فيه 200 مليون شخص في 141 دولة، وتم الإعلان عن أنّ ربع إجمالي المنتجات المنزلية قابلة لإعادة التدوير وللتحلل البيولوجي أو استخدامها كسماد وصديقة لطبقة الأوزون، وفي استطلاعات الرأي للناس آنذاك قالوا إن سمعة الشركات الصديقة للبيئة تؤثر على عاداتهم الشرائية⁵⁵.

هناك أربعة آراء مختلفة حالياً توجه السلوك الأخلاقي للمؤسسات لتبني المسؤولية الاجتماعية، وتتمثل في⁵⁶:

➤ **الرأي المنفعي:** والذي تطرق إليه "جون ستيوارت ميل" في القرن 19، إذ يعتبر أنّ السلوك الأخلاقي هو تقديم الأفضل لأكثر عدد من الناس. أي أنّ خطة أو فعل المؤسسة يجب أن يحكم عليه من خلال المنفعة المقدمة للمجتمع بأقل نتائج الضرر أو الكلفة. وبالتالي يؤمن هذا الرأي بأن الجوانب الأخلاقية تقيم بحاجات الأغلبية ترجح على حاجات الأقلية.

➤ **الرأي الفردي:** والذي يبني على تقديم المنافع الشخصية طويلة الأمد، فالفرد الذي يقوم بسلوك غير أخلاقي على المدى القصير لن ينجح على المدى البعيد، فهو يؤكد على الشرف والنزاهة على المدى القصير لتحقيق مصالح فردية على المدى البعيد.

➤ **رأي حقوق الأخلاق:** وهذا الرأي يعتقد باحترام وحماية الحقوق الأساسية للناس في جميع القرارات المتخذة، فهو يميل إلى حماية حقوق الإنسان المتعلقة بالحياة والحرية والمعاملة العادلة من قبل القانون، إلا أنه قد يشجع هذا المدخل السلوك الأناني عندما يعرف الشخص أن حاجاته ورغباته حق.

➤ **رأي العدالة:** ويبني على الإيمان بأنّ القرارات الأخلاقية تتمثل في معاملة الناس بعدالة وإنصاف، وغير متحيزة في توزيع الكلف والمنافع على الأفراد والجماعات، وهذا الرأي يأخذ بمبدأ التوزيع العادل والمتساوي في الأعمال والمعاملة بين الأفراد وعدم التمييز بينهم بعرق أو جنس أو لون.

وبالتالي تظهر لنا المسؤولية الاجتماعية ضمن مستويات أخلاقيات الأعمال كما يلي⁵⁷:

➤ **المستوى العام:** وهو المستوى الذي تحدد فيه المنظمة موقفها الأخلاقي تجاه الاقتصاد ككل، أي دور الأعمال في تنظيم المجتمع على الصعيد المحلي والدولي، والنتائج التي سيتم التوصل إليها من خلال مشروعها الاقتصادي.

➤ **مستوى المسؤولية الاجتماعية:** هذا المستوى تتخذه المنظمة عند صياغة وتطبيق إستراتيجيتها، والنتائج والقضايا التي ستواجهها كيانات المنظمة في ذلك، وهو يتعلق بمدى الالتزامات الممكنة تقيد المنظمة بها وتأثير ذلك على استمالة الطلب لأصحاب المصالح المختلفين.

➤ **المستوى الفردي:** وهذا المستوى متعلق بسلوك وأفعال الأفراد ضمن المؤسسة.

حسب الباحث "Patrich Murphy"، تم وضع سبع خصائص أو قواعد أساسية يجب أن تتوفر في المؤسسات المتبناة للمسؤولية الاجتماعية بغرض التوجه نحو الأخلاق⁵⁸:

➤ القاعدة الأولى: المؤسسات التي لديها توجه أخلاقي تضع الأفراد أولاً.

➤ القاعدة الثانية: يجب على المسيرين وضع نموذج سلوكي موحد لزيادة عن القانون.

- ☞ القاعدة الثالثة: المسيرين مسؤولون عن كل ما يقومون به انطلاقاً من الأساليب إلى نتائج التصرفات والقرارات المتخذة.
- ☞ القاعدة الرابعة: ينبغي على المؤسسات غرس تصور أخلاقي (كأولوية عليا) لدى المسيرين والموظفين.
- ☞ القاعدة الخامسة: ينبغي على المسيرين تبني مجموعة جوهرية من المبادئ الأخلاقية.
- ☞ القاعدة السادسة: تبني التوجه نحو أصحاب المصلحة ضروري لعملية صنع القرارات الأخلاقية.
- ☞ القاعدة السابعة: مؤسسات الأعمال ملزمة بوضع صيغة أولية لنموذج صنع قرارات أخلاقية.

مما سبق نجد أنّ أي مؤسسة اقتصادية كانت لا يمكنها تحقيق كل أبعاد مسؤوليتها الاجتماعية دون تبني أخلاقيات أعمال حقيقية، فالمسؤولية الاجتماعية التي تنبثق من القانون فقط لن تكون مكتملة، بل وستحاول العديد من المؤسسات التلاعب على القانون وتجاوزه، وستعتبر المسؤولية الاجتماعية مجرد حيلة تسويقية مبتكرة عن طريق استغلال الفكرة الجيدة الرائجة بين أفراد المجتمع لجذبهم بها و توسيع قاعدة زبائنهم وزيادة أرباحها وتعظيم مصالحها، وبهذا فإظهار نية تبني المسؤولية الاجتماعية سيكون مجرد تحسين لصورته وسمعتها، فتقوم بما يسمى بـ "غسيل للأخلاق". وبالتالي تحقق أبعاد المسؤولية الاجتماعية من خلال تبني أخلاقيات الأعمال حسب الشكل رقم 4 التالي:

الشكل رقم (04): تحقيق أبعاد المسؤولية الاجتماعية من خلال تبني أخلاقيات الأعمال



المصدر: من إعداد الباحثين

ثالثاً: تجربة الولايات المتحدة الأمريكية في تبني أخلاقيات الأعمال للوصول إلى المسؤولية الاجتماعية (مؤسسات اقتصادية مختارة)

تعد الولايات المتحدة الأمريكية من أكبر الدول التي تحتوي على الشركات العملاقة في العالم، وتنتهج الرأسمالية التي تقوم على الملكية الفردية والمنافسة وحرية الأسواق، مما أهلها أن تكون إحدى أهم الاقتصاديات المسيطرة، ولكن الأزمات الاقتصادية المتوالية التي عصفت بها وبكثير من الدول وما نتج عنها من انتهاكات مالية وأخلاقية، جعل المنظرين والكتاب يعيدون النظر في السلوك غير المسؤول في كثير من المؤسسات في جميع أنحاء العالم بشكل عام والمؤسسات الأمريكية بشكل خاص. ولهذا ارتأينا أن نأخذ تجربة الولايات المتحدة الأمريكية في تبني أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية عن طريق أمثلة لمؤسسات أمريكية مختارة.

1- تطور اهتمام المشرع الأمريكي المنظرين بأخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الأمريكية:

تبنى الولايات المتحدة الأمريكية النظام الرأسمالي في اقتصادها، كما وتعتبر مهدياً للمدارس الإدارية التي نظمت عمل مؤسسات الأعمال بدءاً من المدرسة الكلاسيكية (علمية، الصناعية أو التقسيم الإداري، البيروقراطية)، المدرسة السلوكية، المدرسة الكمية، مدرسة النظم، وتطبيق حلقات الجودة وإدارة الجودة الشاملة، هذا التطور في المدارس كان نتيجة دخول أبعاد

أخرى رأى المنظرون بضرورة توفرها، إذ أخذت في الحسبان مصالح المؤسسة وبعدها جانب العلاقات الإنسانية والكفاءة والمجتمع ككل الذي تعمل فيه باعتبار المؤسسة نظام مفتوح يؤثر ويتأثر بها. وعند دراسة نظريات هذه المدارس نجدها تتناول بعداً أو عدة أبعاد من المسؤولية الاجتماعية، وتنادي في بعض النظريات إلى أخلاقيات معينة.

يعد قانون التعويضات عن الأضرار للأجانب الذي شُرع عام 1789 جزءاً من قوانين الولايات المتحدة؛ والذي كان يهدف إلى طمأنة الحكومات الأجنبية بأن الولايات المتحدة ستعمل على منع انتهاكات القانون الدولي العرفي وتوفير سبل الانتصاف، وخاصة تلك الانتهاكات المتعلقة بعمل المؤسسات، و الانتصاف القانوني للمواطنين الأجانب في الولايات المتحدة أو خارجها في حال كَوّن مسبب الضرر هو أحد رعاياها أو هنالك رابطة قانونية تسمح بموجهها المطالبة بالتعويض.

وتعتبر المؤسسات الأمريكية أول من اهتم بموضوع الأخلاقيات حيث ظهرت أول مدونة للأخلاقيات عام 1913 على مستوى مؤسسة "PENNEY"، وقام بعض المسيحيين بفتح مركز للبحث الأخلاقي لعمال البنوك والمسيرين الكاثوليكين، كما خصصت جامعة هارفرد مقياس لأخلاقيات التجارة، وابتداء من عام 1950 اهتم الكثير من الكتاب والاقتصاديين الأمريكيين بأخلاقيات الأعمال أمثال: Bowen 1953، Drucher 1954 و Davis 1960⁵⁹. ووصل عام 1993 ما لا يقل عن 16 مركزاً بحثياً لأخلاقيات العمل.

وعلى الرغم من كل ما يقدمه قانون عام 1789 سالف الذكر من أفاق للتقاضي والتعويض إلا أن تنصوبه بقيت غير مفعلة قرابة الـ 200 عام بعد تشريعه (فيما يخص المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات)، حتى قضية (filartigavspena-Irala) عام 1980، والتي تعد أول استخدام ناجح لقانون دعاوى الأضرار الأجنبية والذي مكّن ضحايا انتهاكات المؤسسات الأجنبية لحقوق الإنسان من رفع دعاوى أمام المحاكم الأمريكية، بعد نجاح هذه السابقة كان هنالك ارتفاع ملحوظ في عدد الدعاوى المقدمة أمام المحاكم الأمريكية من قبل الأجانب للتقاضي تحت مظلة قانون تعويضات الأجانب عمّا لحقهم من أضرار⁶⁰.

ومثالاً في عام 1994 أعلن بنك الاستثمار الأمريكي (KidderPeabody) عن تلاعب أحد موظفيه المسؤول عن المتاجرة بالسندات بمبلغ قدر بـ 350 مليون دولار من أرباح المتاجرة نظراً لأن مكافأة نهاية العام الخاصة به تعتمد على حجم الأرباح، كما أدين عدد من الشركات الخاصة بتهمة الفساد الإداري، كما غرمت المحكمة الأمريكية عام 1995 بناء على نصوص مكافحة الرشوة الأجنبية شركة "لوكهد" بغرامة مقدارها 24.8 مليون دولار، بسبب منحها رشوة إلى أحد موظفي شركة طيران عربية لترتيب شراء ثلاث طائرات عام 1989⁶¹.

لقد حفزت الفضائح المالية المتوالية في الولايات المتحدة الأمريكية على إجراء فحص دقيق وإصلاح شامل للقوانين المتعلقة بمؤسسات الأعمال، وذلك من خلال قانون "ساربينز وأوكسلي" "Sarbanes Oxley" لعام 2002 والذي يهدف إلى إحداث إصلاحات هامة ويضع أدوات تمكّن من مقاضاة المخالفين للقوانين في المؤسسات الكبيرة، صنف ضمن ثلاث فئات تهدف: أولها إلى تحسين أداء مهنة المحاسبة وإعادة الثقة بها، ثانياً يوفر القانون أدوات جديدة لفرض تطبيق قوانين الأوراق المالية، وثالثها وجود مفوضية تنظيم التعامل بالأوراق المالية تستخدم تلك الأدوات لتوسيع مجال برنامجها في تطبيق القوانين، إذ تقدمت الوكالة بشكوى قضائية ضد أكثر من 1300 حالة منها أكثر من 370 عملية احتيال في التقارير المالية والحسابات، وقد تم تغريمها واسترجاع أرباح غير شريفة قدرت بخمسة مليارات دولار وتم فصل أزيد من 330 مدير تنفيذ، كما تم في ذات العام إنشاء فريق لمكافحة الاحتيال في المؤسسات، ويضمّ فريق مكافحة الفساد الذي يرأسه نائب وزير العدل، أعضاء من الوزارة مكلفين بتعزيز نشاطات تطبيق القوانين المتعلقة بالجرائم داخل الوزارة، ومجموعة من موظفين في دوائر حكومية مختلفة⁶².

ويوجد في الولايات المتحدة الأمريكية حالياً أكثر من 500 مقرر تدريسي من مقررات أخلاقيات الأعمال تدرس في الجامعات بدوام كامل وأن 90% منها تقدم نوعاً من التدريب في هذا المجال⁶³. كما حصلت الولايات المتحدة الأمريكية على نقطة 67 من 100 في مؤشر مدركات الفساد لعام 2020 والذي يقيس مدى استغلال السلطة من أجل المصلحة الشخصية وجاءت في المرتبة الثالثة الأقل فساداً بعد كندا وأوروغواي. وحسب معهد (Ethisphere) في تقريره حول أكثر المؤسسات أخلاقية في العالم لعام 2021 والمعتمد على معايير الممارسات الأخلاقية والبيئية والاجتماعية والثقافة والامتثال والحوكمة والتنوع والمبادرات، فقد تم

الاعتراف بـ 135 شركة لالتزامها بنزاهة وأخلاقيات الأعمال من 22 دولة و47 صناعة، وقد احتلت الشركات الأمريكية غالبية المراتب⁶⁴. وعلى الرغم من ذلك فقد سجلت مؤسسات أمريكية تجاوزات أخلاقية في أعمالها وعدم التزامها مجتمعياً، وأدى بها إلى تغريمها من قبل المحاكم، ومن الأمثلة التي يمكن أخذها في هذا الموضوع، أكبر الشركات العالمية "GAFA" (غوغل، أمازون، فيسبوك، أبل). إذ قضت هيئة مراقبة مكافحة الاحتكار الفرنسية بتغريم شركة "غوغل" نحو 593 مليون دولار لإخفاقها في الالتزام على نحو كامل بأوامر مؤقتة موجهة لها في نزاع مع ناشري الأخبار في فرنسا، حيث يتعين على شركة التكنولوجيا الأمريكية العملاقة طرح اقتراحات بشأن كيفية تعويض وكالات الأنباء وغيرها من الناشرين عن استخدامها لأخبارهم، وإذا لم تلتزم بذلك فسوف تكون عرضة لغرامات إضافية تصل إلى 900 ألف يورو يومياً⁶⁵. كما فرضت المفوضية الأوروبية غرامة قياسية على نفس الشركة بلغت 2.7 مليار دولار، وذلك بعد أن رأت المفوضية أن غوغل انتهكت قواعد المنافسة عبر الترويج لخدمتها للتسوق بإظهارها في مقدمة نتائج البحث على الإنترنت، وتعد تلك الغرامة هي الأكبر، التي تفرضها المفوضية الأوروبية على شركة متهمه بالتلاعب في السوق⁶⁶. كما قضت إحدى المحاكم الأمريكية على شركة "أبل" بدفع غرامة قيمتها 300 مليون دولار، بسبب التكنولوجيا التي استخدمتها في أجهزتها تنتهك فيها براءات اختراع مؤسسات أخرى⁶⁷، كما أقرت هيئة مكافحة الاحتكار الروسية بأن "أبل" كانت تسيء استخدام موقعها المهيمن في سوق توزيع التطبيقات، وفرضت عليها غرامة بأكثر من 12 مليون دولار⁶⁸. كما تلقت "أبل" غرامتين إضافيتين، الأولى بقيمة 5 ملايين يورو بسبب تضرر بعض هواتف "آيفون 6" بعد التحديث إلى نظام التشغيل "أي أو إس 10"، وبعد توفير "أبل" لإصلاح للمشكلة لم تخبر المستخدمين أنه سيمثل عبئاً كبيراً على معالجات وبطاريات الهواتف القديمة، والغرامة الثانية بقيمة 5 ملايين يورو، بسبب عدم توفير معلومات تفصيلية حول بطاريات أجهزتها، مثل العمر الافتراضي للبطارية وإجراءات حمايتها وكيفية استبدالها⁶⁹. وانتهاك خصوصية بيانات من قبل شركة "فيسبوك" حول جمع معلومات التعريف الشخصية لـ "ما يصل إلى 87 مليون شخص" بواسطة شركة الاستشارات السياسية والاتصالات الاستراتيجية "Cambridge Analytica" وتمكنت تلك الشركة وغيرها من الوصول إلى البيانات الشخصية لمستخدمي فيسبوك بسبب التقاء مجموعة متنوعة من العوامل، بما في ذلك على نطاق واسع الضمانات غير الكافية ضد الشركات التي تشارك في جمع البيانات، ونقص الرقابة على المطورين، بالإضافة إلى الموافقة على الشروط والأحكام العامة بشكل مفرط⁷⁰، وقد تم تغريم فيسبوك مبلغ 5 مليارات دولار من قبل لجنة التجارة الفيدرالية، وإلزام المنصة بحماية خصوصية المستخدمين بشكل أفضل⁷¹. كما واجهت شركة "أمازون" أكبر غرامة على الإطلاق تتعلق بالخصوصية في الاتحاد الأوروبي، بعد أن فرضت عليها الجهة الرقابية غرامة قدرها 888 مليون دولار، وهو أكثر من ضعف مبلغ كل غرامة أخرى في إجمالي الناتج المحلي مجتمعة⁷²، وذلك كنتيجة لانتهاكها قواعد حماية البيانات الصارمة التي يفرضها الاتحاد من خلال الحصول على موافقة الأشخاص قبل استخدام بياناتهم الشخصية⁷³.

2- أسس ومعايير المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في المؤسسات الأمريكية:

تقوم النيوليبرالية الاقتصادية في الولايات المتحدة الأمريكية على أسس فلسفية تروج للفردانية والأنانية وخلق التعامل الاقتصادي من القيم على مستوى الأفراد، أما على المستوى المجتمعي فتستند النيوليبرالية إلى الداروينية الاجتماعية التي ترى أن "البقاء للأفضل" في ظل التعامل الفردي بين الناس، أي أنها ترى أن التعامل الاقتصادي بين جميع الأطراف يقوم على الصراع لتحقيق المصالح الفردية، وسينتهي الصراع بحتمية "البقاء للأقوى"، فلا تكون القوة هنا "أخلاقية"، بل هي القوة المستندة إلى "العقلانية" في اتخاذ القرارات التي تفضي إلى تحقيق شيء واحد فقط ألا وهو الربح، حيث يدرس النموذج الأمريكي قوالب تجميلية مثل "العقلانية" و"الربحية" و"التنافسية" بعيداً عن الأخلاق والقيم والمبادئ المجتمعية، فحسب دراسة لمركز المواطنة المسؤولة والاستدامة في جامعة ميردوخ في الغرب الأسترالي بقيادة البروفيسورة "Silke Bustamante" من جامعة برلين، واستناداً إلى بيانات تم جمعها من طلبة جامعات في مختلف دول العالم حول تفضيلات أولئك الطلبة لأرباب العمل الذين يودون العمل معهم مستقبلاً، وقد وجدت الدراسة أن الطلبة الأمريكيين الدارسون في الاقتصاد والأعمال هم أقل الطلبة تفضيلاً للأمور

الأخلاقية، والبيئية والمسؤولية الاجتماعية للشركات التي يتطلعون للعمل بها، وأن تفضيلات طلبية الاقتصاد والأعمال في الدول الأنجلوأمريكية، بشكل عام لا تميل نحو تلك الأمور الأخلاقية⁷⁴.

فإذا كانت التجربة الأمريكية في أخلاقيات الأعمال تعد الأكثر إثارة للجدل، فإلى جانب أنها الأكثر ثراءً وتنوعاً وإسهاماً بكل ما هو جديد في التحليل والاستنتاج وكذلك في الممارسة والتطبيق، تعد الأكثر حديثاً عن الانتهاكات الأخلاقية التي ترتكبها شركات الأعمال⁷⁵، وفي تحليله للتجربة الأمريكية يرى "دنجم عبود نجم" أن أخلاقيات الأعمال لم تحتل منذ البدء أهمية كبيرة في الشركات الأمريكية، فتحت تأثير تقديس الكفاءة فقدت الأخلاقيات أي قدسية في مجال الأعمال، وحتى عندما ازداد الاهتمام بالإنسان وحاجاته كان ذلك داخل هالة الكفاءة وتقديسها وليس تجاوزاً لها، وقد عرض أيضاً في تحليله مجموعة أبعاد تحدد موقع الشركات الأمريكية في مجال أخلاقيات الأعمال وتمثلت في⁷⁶:

البراجماتية: حيث أن من أبرز رواد البراجماتية هو "وليم جيمس" والذي يعتبر الأخلاق بطولية وكفاح ودور الإنسان وأدائه في الحياة والذي لا يمكن أن يكون كمشاهد سلبي إذ لا بد أن يثبت وجوده، فهذا المذهب من مبادئه أن الأداء والأعمال لا تقاس بمبادئها بل بالنتائج المترتبة عليها⁷⁷. وهي الفلسفة الأكثر تأثيراً في المسيرين الأمريكيين، والتي تدعو إلى إتباع المسلك الأكثر عقلانية، وفي ظل هذه النظرية تعتبر الأخلاق مجالاً خاضعاً للحسابات الاقتصادية بمرود ودون تحيز، فإذا كان الخيار ناجحاً اقتصادياً فإنه جيد وصحيح أخلاقياً، والعكس صحيح، وقد قدمت هذه الفلسفة تبريرات لرجال الأعمال ليروا الأخلاق حتى في أكثر قراراتهم الاقتصادية ذاتية.

إدارة الكفاءة: ظلت إدارة الكفاءة بأبعادها المادية الصلبة قلب الإدارة الأمريكية، فتحت وطأة الإعجاب الشديد بالآلة وهيكلية الحاسبات تم تحويل الإنسان إلى وحدة موضوعية قياسية موحدة في إطار البرمجة والذكاء الصناعي والاجتماعي.

الفردية المفرطة: تمجد الثقافة الأمريكية الفرد أكثر من الجماعة، وتهتم بحقوق الفرد أكثر من المصلحة المشتركة، وبالنجاح الشخصي أكثر من الجماعي، حيث يشير "إدوارد ليتواك" إلى ما يسميه بالفردية المجنونة التي تميز مجال الأعمال الأمريكي قائلاً: "إن الثقافة الأمريكية بقوانينها ومعاييرها انقلبت بصورة جذرية نحو فردية منفلة وأضححت دون مكابح".

التركيز: تركز المؤسسات الأمريكية على الإنجازات المادية ومنها الابتكارات أكثر من تركيزها على الإدراك لهذه الإنجازات ودلالاتها، وتركز على مواردها المادية وعوائد استثماراتها أكثر من تركيزها على فلسفتها وأهدافها الأساسية وأخلاقياتها.

المصالح إزاء الأخلاقيات: لا يتفق المسيرون الأمريكيون على أن السلوك الأخلاقي دائماً هو المصلحة الأفضل للمؤسسة، حيث ذهب "Hoffman" في دراسته إلى أن التصرف الأخلاقي يمكن أن يكلف غالباً، وأن الأخلاق والمصالح يمكن أن تؤدي إلى الصراع. ولكي تكون الأخلاق مقبولة في عالم الأعمال يجب أن تعود هي الأخرى بعائد مادي.

بعد عرضنا لكل هذه الخصائص والتحليلات لبيئة الأعمال التي تنشط فيها الشركات الأمريكية، تجدر الإشارة إلى أن هناك وعياً ومحاولات جادة لتبني توجه أخلاقي والتقليل من الانتهاكات التي سادت الاقتصاد الأمريكي، حيث تحاول الكثير من المؤسسات الأمريكية الانخراط في أعمال أخلاقية يوماً بعد يوم، وقد تم تأريخ العديد من الأمثلة في مقال نشر سنة 2006 (Klein et al) وكتاب آخر نشر في نفس السنة (Conley and Friedenwald-Fishman)، وقد أكد هذا الكتاب على أهمية القيم التي تقود أنشطة المؤسسة، وأهم أمثلة المؤسسات الأخلاقية التي برزت في ذلك الكتاب كانت "ShoreBank" بشيكاغو، والمتخصصة في إعادة إحياء وتنشيط المجتمعات المنحطة، "SeventhGeneration" لمنتجات التنظيف الصديقة للبيئة، New SeasonsMarket والتي تباع منتجات غذائية صحية بالدرجة الأولى عن طريق توفير الصحة، التغذية، وإرسال رسائل مسؤولة بيئياً واجتماعياً⁷⁸.

3- تجربة مؤسسات أمريكية مختارة في المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال:

إنّ الأمثلة الأربعة للشركات الأمريكية التي سنذكرها فيما بعد تم اختيارها للأسباب التالية:

هي من المؤسسات الواسعة والتي لديها نفوذ وتأثير كبير في السوق التي تقوم بعملياتها فيها.

قامت بإتباع نهج مستقيم متمائل لم يتغير على مدى فترة من الزمن.

تمثل صنفاً واسعاً من الصناعات: التجهيزات الثقيلة، الغذاء، الأدوية، منتجات مكتبية...

وما تجدر الإشارة إليه هنا أنه لا واحدة من هذه الشركات مثالية، ولا تملك سجلاً لا تشوبه شائبة من الانتهاكات الأخلاقية، ومع ذلك فإن ممارساتها وجهودها لتبني توجه أخلاقي يميزها عن أغلب الشركات الأخرى⁷⁹.

1-3 Caterpillar :

مقرها الرئيسي في Peoia، Illinois، وهي تعتبر جهة تصنيع رائدة عالمياً لمعدات التشييد والتعدين، ومحركات الديزل والغاز الطبيعي، والتوربينات الصناعية، وقاطرات الديزل الكهربائية، كما أنها تعد موفراً رائداً للخدمات التمويلية من خلال "Caterpillar Financial services". توظف أكثر من 90000 موظفاً في خمسين بلداً، وتبيع منتجاتها من خلال ما يقارب 200 موزع متواجدين في جميع أنحاء العالم. وقد كانت الشركة منذ فترة طويلة رائدة في سن وتحسين مدونتها الأخلاقية، حيث وصفها أحد المديرين التنفيذيين في مقابلة له مع أحد الباحثين: "إنه كتابنا المقدس"، وتتوقع الشركة من موظفيها وموزعيها إتباع مبادئ قانون "Caterpillar" العالمي للسلوك. وتعد النسخة الأخيرة من مدونتها مقارنةً بتجديدها مبتكرة، حيث تمزج بين التوجه نحو تبني الأخلاق في تعاملاتها وكذا تطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية، وتتمحور هذه المدونة حول أربعة قيم كما يلي⁸⁰:

النزاهة: ممثلة في قوة الأمانة والصدق والاستقامة، وهي حسب المدونة الأساس الثابت لكل ما تقوم به الشركة، وعلى هذا يمكن لكل الذين تعمل معهم هذه المؤسسة، وتعيش معهم، وتخدمهم الاعتماد عليها.

التميز: من خلال قوة الجودة، وبوضع وتحقيق أهداف طموحة تعكس قوة إرث Caterpillar.

فريق العمل وقوة العمل الجماعي: بحيث يساعد كل موظف في الشركة الآخر للنجاح كفريق، كما يتم تشارك المواهب الفريدة لمساعدة الكل، داخل وخارج المؤسسة.

الالتزام وقوة المسؤولية: بالصناعة الفردية ولجماعية لالتزامات ذات مغزى أولاً تجاه البيئة الداخلية والخارجية للشركة.

الاستدامة وقوة الصبر: من خلال الالتزام ببناء عالم أفضل، باعتبار الاستدامة جزء من المؤسسة، ومما تفعله وتقدمه كل يوم.

ما يميز هذه المؤسسة عن غيرها ليس فقط في امتلاك وإعادة النظر وتنقيح مدونتها دورياً، لكن أيضاً كونها قامت بتدوين وتقنين القيم الجوهرية للغرب الأوسط، ووضعها للعالم كي يراها، ووفقاً لرئيسها التنفيذي سنة 2007 « James Owens » فإن هذه القيم تقوم مقام القاعدة الهرم الاستراتيجية للمؤسسة. ومن وجهة نظر أخلاقية فإن الشركة كسبت سمعة عالمية للممارسة وتنفيذ هذه القيم الأخلاقية بشكل يومي.

2-3 General Mills :

كانت تعرف في السابق بـ "Capitol"، يقع مقرها الرئيسي في "Golden Valley" بولاية مينيسوتا بالولايات المتحدة الأمريكية، وهي شركة منتجة للمواد الغذائية الاستهلاكية، بأكثر من 39000 موظفاً، تتضمن محفظة علامتها أكثر من 100 علامة تجارية رائدة، سنة 2001 قامت الشركة بشراء شركة "Pillsbury" من "Grand Metropolitan"، وبالتالي تم دمج أكبر شركتي غذاء في المنطقة. على الرغم من أن الشركة لديها مدونة أخلاق واسعة في مكان واضح وواسع على الصفحة الرئيسية لموقعها الإلكتروني، فإن ما يميزها قواعدها الجوهرية: (فعل ما هو صواب كل يوم، معاملة الموظفين بشكل جيد، حماية الأفراد، المحافظة على ثقة المستهلكين، إدارة الشؤون المالية والأصول بعناية، التواصل بشكل مناسب، المجتمع هو عالم الشركة، العمل لتحقيق مصلحة أفضل لـ "General Mills"، التنافس بنزاهة وعدل، بناء علاقات ناجحة، القيام بالأعمال حول العالم، التمسك بالمعايير العالمية، المحافظة على نزاهة المؤسسة⁸¹. بالنسبة لعامل التميز في مقارنتها الأخلاقية يتمثل في تطويرها للإعلان المسؤول، والخطابات التسويقية المسؤولة، فالمؤسسة واحدة من القلائل الذين يعترفون بوضوح بدور كونهم مؤسسات مسؤولة، حيث تم التصريح من قبل القائمين عليها، فيما يتعلق بالإعلان المسؤول، بأنه يمكنها أن تلعب دوراً إيجابياً في توفير أسعار حرارية أقل،

منتجات ذات مستوى غذائي عال، وهذا ما يحقق لها الريادة في قضايا الصحة والغذاء. فيتحدث إيهار "General Mills" على أنها تركز على التوازن، الاعتدال والتمرن، وقد روج للإعلان بكونه إعلاناً "صديقاً للعائلة". أما بالنسبة لما يخص إدارتها المسؤولة، تركز المؤسسة على مسؤوليتها تجاه الأطفال، حيث تقول "General Mills" أنها لن تعلن عن برامج تستهدف الأطفال أقل من سن الدراسة، وأنها ستروج فقط للإصدارات منخفضة السعرات الحرارية من المنتجات الموجهة للأطفال، وتجدر الإشارة إلى أن هذا السلوك يمثل بالنسبة للمؤسسة خروجاً وتحولاً عن سياستها طويلة العهد للإعلان عن الحبوب المسكرة مثل: Trix و Lucky. كما أن الشركة استحدثت أيضاً مجلس مراجعة التسويق للأطفال.

3-3 Johnson & Johnson :

تعتبر مجموعة "J&J" أكبر شركة أجهزة طبية في العالم، تأسست سنة 1886 ويقع مقرها الرئيسي في ولاية نيو جيرسي بالولايات المتحدة الأمريكية، وهي رابع أكبر شركة في مجال التكنولوجيا الحيوية، والثامنة في مجال المنتجات الدوائية على مستوى العالم، وهي توظف أكثر من 126400 موظفاً عبر العالم في شركاتها 257 والتي تمارس نشاطها في أكثر من 57 دولة. من وجهة نظر أخلاقية، فالكثير يعرف الشركة بعد أزمة كبسولات Tylenol سنة 1980، والتي تستخدم لعلاج آلام التهابات، عندما تم الإبلاغ عن وفاة سبعة أشخاص في شيكاغو بعد أخذ كبسولات تايلينول. حيث أفيد أن مشتبهاً به/ مجهولاً وضع 65 مليوناً من السيانييد القاتل في كبسولات التايلينول. وتبعاً لإحدى مبادئها التوجيهية آنذاك لحماية الناس أولاً والممتلكات ثانياً، قامت شركة تابعة لشركة J&J بإجراء سحب فوري للمنتجات من البلد بأكمله، وبلغت قرابة 31 مليون زجاجة وفقدان أكثر من 100 مليون دولار، بالإضافة إلى ذلك أوقفوا الإعلان عن المنتج⁸². فالتصرف السريع والشفاف الذي تعهدت به الشركة خلال فترة الأزمة، جعلت من تلك القرارات "المعيار الذهبي" الذي يحكم من خلاله الآخرون في عالم الأعمال. فما قاد الشركة آنذاك والآن هو عقيدة J&J المشهورة⁸³، مستند الفقرات الأربع، خلاصة مسؤوليات الشركة تجاه المستهلكين، المستخدمين، الموظفين والمجتمعات وأصحاب المصالح. حيث أشار المديرون التنفيذيون للشركة أن ترتيب أصحاب المصالح بهذا الشكل يهدف إلى أن إرضاء الثلاثة الأوائل سيؤدي بالضرورة إلى عائد عادل للمساهمين. ويمكن القول أن المقاربة الأخلاقية لهذه الشركة هنا تظهر من خلال حقيقة أن عقيدة الشركة تمت ترجمتها إلى أكثر من أربعين لغة، ثم إن الشركة تستخدمها كدليل لعملية اتخاذ قراراتها اليومية. كما أن الميزة الأخرى التي توضح التزام الشركة بعقيدها وتقييم قراراتها، تتمثل في البحوث الدورية التي تجريها الشركة، حيث يجري مسح نصف سنوي يسأل فيه جميع الموظفين عن كيفية تطبيق عقيدة الشركة بأغلب تفاصيلها خطأً بخط في مناصبهم وإداراتهم، ثم تستخدم نتائج ذلك المسح لتقييم سلوكيات الإدارة ومخرجاتها.

3-4 Xerox :

هي شركة عالمية متخصصة في مجال إدارة المستندات، يقع المقر الرئيسي لها في "Norwalk" (تم نقل المقر من ستامفورد، كونيكيتيك في أكتوبر 2007)، ومع ذلك فإن أكبر تجمع للموظفين موجود في وحول "Rochester" بنيويورك، المنطقة التي أنشئت فيها الشركة. حيث يبلغ إجمالي عمالها ما يقارب 37600 موظفاً، وهي شركة مصنعة ومسوقة لمنتجات التصوير والطباعة الرقمية، حيث تصنع وتبيع عدداً من طابعات الألوان والأبيض-أسود، والأنظمة متعددة الوظائف، وآلات التصوير الضوئي، بالإضافة إلى خدمات استشارية ذات علاقة. في بداية سنة 2000 واجهت الشركة مخالفات محاسبية كبيرة، لكنها استعادت نشاطها وعافيتها من الأزمة، ويعود الفضل للرئيسة التنفيذية للشركة آنذاك "Ann Mulchay" التي أظهرت القيادة المطلوبة بعد أن سقطت الشركة من حالة الرخاء، وقد برزت في الآونة الأخيرة كواحدة من أكبر القادة الأخلاقيين الأكثر احتراماً في الشركات الأمريكية (2007)، وبما أن لديها خبرة سابقة فهي تتبع القول المأثور: "سأذهب إلى أي مكان، في أي وقت للحفاظ على عملاء Xerox". ويظهر التزام الشركة بالجانب الأخلاقي من خلال الاهتمام الواسع والكبير الذي يحظى به الزبائن والموظفون في مدونتها لقواعد السلوك الموضحة في تقرير المسؤولية الاجتماعية لسنة 2019⁸⁴، حيث كانت أهم موضوعاتها: الهدايا والترفيه، حماية حقوق وخصوصية الزبائن، المبادئ التوجيهية للموظفين، المنافسة والتسعير العادلين، وتتوقع الشركة من قوى بيعها الالتزام بهذه المبادئ والسياسات وتطبيقها وممارستها، أو دفع عواقب وخيمة جادة قد تصل حد الفصل من الشركة. كما لوحظ أن

الشركة من بين القلائل التي توفر توضيحات إرشادية للموظفين حول القضايا التي تتعلق بشركتهم وصناعتهم. وقد باشرت الشركة أيضاً سابقاً تحت قيادة "Mulchay" مبادرة مواطنة واسعة لا تتضمن جهود الأخلاق والسلامة فقط، بل تضمنت أيضاً جهوداً بيئية، التنوع وأنشطة مجتمعية أيضاً.

خاتمة:

تعتبر أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية من القضايا المعاصرة الهامة والملحة، إذ تعد الأخلاقيات من ضمن المواد الأساسية في بناء المؤسسات، وأساس تقدمها ورمز ثقافتها وحضارتها، فهي السياج الحصين لتنمية الجانب المادي في الإنسان، واللازم لتعامله مع البيئة من حوله. فالعالم بات يبحث عن القيم والأخلاقيات في مجال الأعمال بكافة أشكالها في ظل الأزمات العاصفة التي أطاحت ببعض الشركات العملاقة نتيجة عدم الالتزام بأخلاقيات الأعمال في ممارساتها، حيث حدث تحول في مفاهيم المؤسسة نحو أهدافها، فأصبح الهدف الأخلاقي جنباً إلى جنب مع هدف تعظيم الربح حيث يلتقي الجانب المادي مع الجانب الروحي المشكّل لطبيعة الإنسان. إن دعم وترسيخ المسؤولية الاجتماعية من قبل منظمات الأعمال بأبعادها الأربعة الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والخيرية التطوعية، يتطلب تبني أخلاقيات الأعمال كمنهج عمل وضرورة على الرغم من عدم إلغاء دور القانون في إرسائها والمحافظة على احترامها، وهو الأمر الذي يعود بالإيجاب على كل الأطراف.

ومن خلال هذه الدراسة حاولنا توضيح ما يمكن للمؤسسات عمله لتكون مسؤولة اجتماعياً، وذلك بالتطرق إلى تجربة الولايات المتحدة الأمريكية التي عرفت انتهاكات أخلاقية من قبل العديد من مؤسساتها على الرغم من نهجها طريق أخلاقيات الأعمال في مدونتها الأخلاقية وامتلاكها لتقارير سنوية لمسؤوليتها الاجتماعية، وذلك نتيجة قيامها على مبادئ تتمثل في: البراجماتية، إدارة الكفاءة، الفردية المفرطة، التركيز، المصالح إزاء الأخلاقيات. فقد حاولت قوانينها والعديد من الباحثين والكتاب فيها على الحرص على إرساء أخلاقيات الأعمال لترسيخ مسؤولية اجتماعية للمؤسسات ترضي وتخدم جميع الأطراف. وما يمكن استنتاجه من كل الأمثلة المذكورة والمتمثلة في الشركات الأمريكية الأربعة المختارة: أنّ هناك عدة عناصر مشتركة حاضرة في الشركات ذات التوجه الأخلاقي من خلال تبني المسؤولية الاجتماعية وهي⁸⁵:

- سياسات الأخلاق: أهم خاصية يمكن ملاحظتها في تلك المؤسسات الأمريكية أنها صرحت بالتزاماتها حول التصرف بنزاهة واستقامة كتابياً، وغالباً مثل هذه التصريحات لمبادئ المؤسسات تأخذ شكل "بيان القيم"، أو "مدونات السلوك"، فالعديد من المؤسسات المذكورة لديها الصنفان معاً، ولدى كل من Xerox و General Mills تصريحات أو بيانات مفصلة خصيصاً لمسؤوليات محددة.
- التوجه نحو أصحاب المصلحة: يتضمن أصحاب المصلحة كل الأطراف التي يمكن أن تتأثر بنشاط المؤسسة، ونماذج المؤسسة الأخلاقية التي عرضت سابقاً تلتزم بالتوجه نحو أصحاب المصلحة، لأنها تعترف بحقوق، مطالب، الافتراضات التي تتوقعها الأطراف الأخرى من المؤسسة.
- القيادة: ترتبط الأخلاق ارتباطاً عميقاً بالقيادة، وفي هذا الشأن فإن الالتزام بأخلاقيات الأعمال غالباً ما يصدر عن قمة المؤسسة (عادة ما يكون الرئيس التنفيذي)، كما أنها تتضمن امتلاك رؤية تتجاوز مجرد تعظيم الربح على المدى القصير.
- الثقة بالموظفين: الوعود الأخلاقية للمؤسسة يجب أن تؤدي غالباً من طرف الموظفين، حيث يجسد هؤلاء مبادئ المؤسسة في تسليمهم للمنتجات والخدمات وتنفيذهم لسياسات المؤسسة، فالمؤسسات التي تمثل نماذج أخلاقية تسعى لخلق علاقات شراكة استثنائية مع موظفيها، فإرضاء الموظفين ينجم عنه إرضاء الزبائن.
- إدراك والوعي بالواجبات والمسؤوليات الاجتماعية: تعتمد القدرة على أداء الواجبات الأخلاقية جزئياً، على تنمية القدرة والميل والاستعداد الطبيعي لرؤية "مسؤولية أكبر" من رؤية الحد الأدنى الذي يقتضيه القانون. جميع المؤسسات التي تم التحدث عنها لديها برامج قوية للمسؤولية الاجتماعية، والتي تتوافق بشدة مع موقفهم الأخلاقي. وتلتزم المؤسسات بنشر تقاريرها السنوية للمسؤولية الاجتماعية عبر مواقعها الإلكترونية، تبين فيها مدى التزامها نحو:

- ✓ **المجتمع:** من خلال الجمعيات والحملات الخيرية التابعة لها، تطوير مكان العمل، الاهتمام بالصحة والعافية والسلامة، منح الموظفين حقوقهم، وضع العملاء في المقدمة وإيلائهم الأولوية، تقوية العلاقة مع الموردين.
- ✓ **البيئة:** عن طريق ابتكار المنتجات والخدمات المستدامة، الاهتمام بإعادة الرسكلة والتدوير، مزاولة عمليات مسؤولية، الحفاظ على نظافة الهواء والماء، حسن إدارة وتسيير النفايات والتقليل منها قدر المستطاع.
- ✓ **الحوكمة:** القيادة، وسياسات ومعايير الشركة، وحفظ حقوق أصحاب المصلحة، القيام بعمل جيد.

¹ محمد مرتضى بن محمد الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، المجلد 13، باب القاف، دار الكتب العلمية، ط1، بيروت، 2007، ص146.

² Oxford Advanced Learner's Dictionary, Oxford University Press, New York, 2010, p 518-

³ أبي حامد محمد بن محمد الغزالي، إحياء علوم الدين، ج3، دار الكتب العلمية، بيروت، 2016، ص 67.

⁴ أغادير سالم العيدروس، أخلاقيات المهنة والسلوك الوظيفي (نظرة إسلامية)، ط1، مركز الخبرات المهنية للإدارة (بميك)، مصر، 2015، ص 21.

⁵ عبد الرحمن بدوي، الأخلاق النظرية، دار القلم، الكويت، 1975، ص 10.

⁶ معن وعد الله المعاضيدي، أخلاقيات منظمات الأعمال والمزايا التنافسية الأخلاقية (نموذج مقترح للمنظمات العربية)، ص3، اطلع عليه بتاريخ: 2017/05/03، عل موقع: <https://ketabpedia.com/>

⁷ نجم العزاوي وآخرون، مبادئ ومدخل الإدارة ووظائفها في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري، عمان، 2020، ص 286.

⁸ وليد خلف الله محمد دياب، أخلاقيات ممارسات العلاقات العامة، دار اليازوري، عمان، 2019، ص 13.

⁹ أحمد أنور بدر، الأخلاقيات المهنية في المكتبات وأجهزة المعلومات المعاصرة، ورقة بحث مقدمة إلى المؤتمر القومي الثاني لأخصائيي المعلومات والمكتبات في مصر، المكتبة الأكاديمية، كتاب الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، العدد 10، القاهرة، 28-30 جوان 1998، ص 14.

¹⁰ فتحي حسين عامر، إعلام بدون أخلاق (قواعد وأخلاقيات العمل الصحفي)، دار العربي، القاهرة، 2019، ص 24.

¹¹ عبد الرزاق بلعباس، التمويل الإسلامي بين الأخلاق والأخلاقيات، مجلة دراسات اقتصادية إسلامية، المجلد 18، العدد 2، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، البنك الإسلامي للتنمية، السعودية، 2012، ص 76.

¹² رشيد عطية، معجم عطية في العامي والدخيل، ضبط وتصحيح خالد عبد الله الكرمي، دار الكتب العلمية، بيروت، 2003، ص 305.

¹³ ياسين مزوزي، أخلاقيات مهنة القضاة، ط1، دار الألفية، قسنطينة، 2015، ص 7.

¹⁴ رشيد عطية، مرجع سابق، ص 279.

¹⁵ عبد الرزاق بلعباس، مرجع سابق، ص 76.

¹⁶ عدنان مريزق، مساحات التقارب بين أخلاقيات المالية ونموذج التمويل الإسلامي، بحث مقدّم إلى الملتقى الدولي الثاني للصناعة المالية الإسلامية آليات ترشيد الصناعة المالية الإسلامية، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر، يومي 8-9 ديسمبر 2013، ص 3.

¹⁷ مهدي صالح السامرائي، أخلاقيات العمل، ط1، دار اليازوري، عمان، 2021، ص 30.

¹⁸ ناصر جرادات، عزام أبو الحمام، المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية للمنظمات، دار الإثراء، عمان، 2019، ص 89.

¹⁹ عاطف جابر طه، قضايا عالمية معاصرة في الموارد البشرية، الدار الأكاديمية للعلوم، القاهرة، 2013، ص 126.

²⁰ نفس المرجع، ص 3.

²¹ عبد الرزاق بلعباس، مرجع سابق، ص 80.

²² ثامر البكري، الاتصالات التسويقية والترويج، دار حامد، عمان، 2009، ص 146.

²³ أنظر كل من: - مهدي صالح السامرائي، مرجع سابق، ص 37-39. - محمد فرعون، زروقي نسرين، أخلاقيات الأعمال الافتراضية "الرقمية" وانتهاكات هذا الوافد الجديد، بحث مقدّم إلى الملتقى العلمي الدولي الخامس للاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 13-14 مارس 2012، ص 10. - خضر مصباح الطيطي، التجارة الالكترونية والأعمال الالكترونية (من منظور تقني وتجاري وإداري)، دار الحامد، عمان، 2008، ص 331.

²⁴ نجم عبود نجم، أخلاقيات الإدارة في عالم متغير، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية، القاهرة، مصر، 2014، ص 16-14.

²⁵ وليد خلف الله محمد دياب، مرجع سابق، ص 1.

²⁶ أمنية بودراع، دور أخلاقيات الأعمال في تحسين أداء العاملين -دراسة عينة من البنوك التجارية-، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، المسيلة، الجزائر، 2013، ص 40-41.

²⁷ Bang Neguyen, Chris Rowbey, Ethical and social marketing in asia: incorporating fairness management, Elsevier, us, 2015, p 37.

²⁸ رسلان خضور، المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال، ورقة بحث مقدمة إلى ندوة الثلاثاء الاقتصادية الرابعة والعشرون حول التنمية الاقتصادية والاجتماعية في سورية، جمعية العلوم الاقتصادية السورية، دمشق، 26/04/2011، ص ص 5-6.

²⁹ المعهد العربي للتخطيط بالكويت، المسؤولية الاجتماعية للشركات، سلسلة دورية لقضايا التنمية في الدول العربية - سلسلة جسر التنمية-، العدد 90، الكويت، فيفري 2010، ص 3.

³⁰ نفس المرجع، ص 3.

³¹ عايد عبد الله العصبي، المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة، دار اليازوري، عمان، 2016، ص 2.

³² محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، دار اليازوري، عمان، 2019، ص 47.

³³ عايد عبد الله العصبي، مرجع سابق، ص 2.

³⁴ نظام جبار طالب، طيبة حبيب ظاهر، المسؤولية الاجتماعية للشركات الأجنبية تحت مظلة الاتفاقات الإطارية الدولية: دراسة تحليلية، مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية، العدد 59، العراق، 2017-2018، ص 173.

³⁵ ياسمين يسري خليل، الخدمة الاجتماعية في المجتمعات الصناعية، دار المعتر، عمان، 2016، ص 356.

³⁶ مدحت محمد أبو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات (المواصفة القياسية ISO 26000)، المجموعة العربية للنشر، القاهرة، 2015، ص 33.

³⁷ محمد فلاق، مرجع سابق، ص 43.

³⁸ عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية، دراسات في الاقتصاد الإسلامي، العدد 28، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، فرجينيا، 1996، ص 21.

³⁹ مدحت محمد أبو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات (المواصفة القياسية ISO 26000)، المجموعة العربية للنشر، القاهرة، 2015، ص 31.

⁴⁰ فيليب كوتلر وآخرون، التسويق (تطوره، مسؤوليته الأخلاقية، إستراتيجيته)، ج 1، ترجمة مازن نفاع، دار علاء الدين، دمشق، 2017، ص 55.

⁴¹ خيرة داود، قراءة في أدبيات المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، مجلة البحوث والدراسات العليا، المجلد 13، العدد 1، ص 5.

⁴² سليمان بلعور، دور منظومة القيم في دعم أخلاقيات الإدارة والمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 3، العدد 1، ص 252.

⁴³ مدحت محمد أبو النصر، مرجع سابق، ص 36.

⁴⁴ نفس المرجع، ص ص 36-37.

⁴⁵ Archie B Carroll, The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business- Horizons, July. August, p 405.

⁴⁶ محمد علواني، هرم Carroll للمسؤولية الاجتماعية.. المبادئ والأبعاد، 2019/09/01، 2020/10/10، <https://www.rowadalaamal.com>

⁴⁷ خضر مصباح الطيطي، مرجع سابق، ص 331.

⁴⁸ ناصر جرادات، عزام أبو الحمام، مرجع سابق، ص 98.

⁴⁹ نفس المرجع، ص 95.

⁵⁰ محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، ط 1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص 41.

⁵¹ نفس المرجع، ص ص 42-43.

⁵² نجم عبود نجم، أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال، ط 1، دار الوراق، عمان، 2006، ص ص 226-227.

⁵³ نفس المرجع، ص 227.

⁵⁴ Jim Motavalli, A History of Greenwashing: How Dirty Towels Impacted the Green Movement, Feb 12th 2011, <https://web.archive.org/web/20151224112440/http://www.dailyfinance.com/2011/02/12/the-history-of-greenwashing-how-dirty-towels-impacted-the-green/>

⁵⁵ Jim Motavalli, A History of Greenwashing: How Dirty Towels Impacted the Green Movement, Feb 12th 2011, <https://web.archive.org/web/20151224112440/http://www.dailyfinance.com/2011/02/12/the-history-of-greenwashing-how-dirty-towels-impacted-the-green/>

⁵⁶ أنظر كل من: - زكريا الدوري وآخرون، مبادئ ومدائل الإدارة ووظائفها في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري، عمان، 2011، ص 218-219. مطلق الدوري، أحمد علي صالح، إدارة التمكين واقتصاديات الثقة في منظمات أعمال الألفية الثالثة، دار اليازوري، عمان، 2016، ص 195-196.

⁵⁷ زكريا مطلق الدوري، أحمد علي صالح، مرجع سابق، ص 202-203.

⁵⁸ Patrick E Murphy, Ethical marketing in American and European Companies, 8th International Conference Marketing trends, Paris, 15th-17th January 2009, p 4-5.

⁵⁹ يعي زروقي، أخلاقيات الأعمال والفساد الإداري للموظف العام (دراسة حالة مديرية الضرائب لولاية تلمسان)، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير-جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2016/2017، ص 24، 38.

⁶⁰ نظام جبار طالب، طيبة حبيب ظاهر، المسؤولية الاجتماعية للشركات الأجنبية تحت مظلة الاتفاقيات الإطارية الدولية: دراسة تحليلية، مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية، العدد 59، العراق، 2017-2018، ص 174.

⁶¹ فؤاد عبد الله العمر، أخلاق العمل وسلوك العاملين في الخدمة العامة والرقابة عليها من منظور إسلامي، ط1، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، بحث رقم 52، البنك الإسلامي للتنمية، جدة، 1999، ص 14-15.

⁶² عاطف جابر طه، مرجع سابق، ص 129-132.

⁶³ دور القيم وأخلاقيات الأعمال في التجارب العالمية في ظل مفاهيم الإدارة الرشيدة (الحوكمة) (نماذج وتطبيقات)، على الموقع المطلاع عليه بتاريخ <https://iefpedia.com/arab/?p=5460:2021/08/12>

⁶⁴ للاطلاع أكثر على الشركات الأكثر أخلاقية في العالم عام 2021 حسب المعهد أنظر الموقع: [/https://worldsmoethicalcompanies.com/honorees](https://worldsmoethicalcompanies.com/honorees)

⁶⁵ الموقع الرسمي للجزيرة، القضاء الفرنسي ينصف وكالات النشر.. تغريم غوغل نصف مليار يورو لتقاعسها عن الاجتماع معهم، (2021/07/13)، [/https://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/2021/7/13](https://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/2021/7/13)، (2021/08/30)

BBC News عربي، تغريم غوغل 2.7 مليار دولار بسبب "انتهاك قواعد المنافسة"، (2017/07/27)، (2021/08/30)، <https://www.bbc.com/arabic/business-40418496>

⁶⁷ الموقع الرسمي لأخبار النجاح، إجبار شركة "أبل" على دفع غرامة قيمتها 300 مليون دولار، (2021/08/16)، (2021/08/30)، [/https://nn.najah.edu/news/hy-tik/2021/08/16/380720](https://nn.najah.edu/news/hy-tik/2021/08/16/380720)

⁶⁸ الموقع الرسمي للجزائر دايلي، هيئة مكافحة الاحتكار الروسية تفرض غرامة ضخمة على "أبل"، (2021/04/29)، (2021/08/30)، <https://edd-dz.net/67647.html>

⁶⁹ الموقع الرسمي لإذاعة نجوم، بسبب إبطاء الأجهزة القديمة.. غرامات على أبل وسامسونج بملايين الدولارات، (د.ت.)، (2021/08/30)، <https://www.nogoumfm.net/news/2018/>

⁷⁰ Facebook data privacy scandal: A cheat sheet, July 30, 2020, <https://www.techrepublic.com/article/facebook-data-privacy-scandal-a-cheat-sheet/>

⁷¹ الشعب العامة للاقتصاد الرقمي والتكنولوجيا، بعد غرامة 5 مليارات دولار.. فيسبوك تشدد حماية الخصوصية، (د.ت.)، (2021/08/30)، <http://www.itfedcoc.org/c3604/>

⁷² الاقتصاد، أمازون تواجه غرامة قياسية قدرها 746 مليون يورو لانتهاكها قانون الخصوصية بالاتحاد الأوروبي، (2021/07/31)، (2021/08/30)، [/https://www.eliktisad.com/news/show/473670](https://www.eliktisad.com/news/show/473670)

⁷³ الاتحاد الأوروبي يكبد "أمازون" غرامة قياسية لانتهاكات متعلقة بالبيانات، [/https://www.alarabiya.net/aswaq/companies/2021/07/30](https://www.alarabiya.net/aswaq/companies/2021/07/30)

⁷⁴ ناصر الزيادات، إفلاس أخلاقي.. لماذا يخشى ترمب من تعطيل النشاط الاقتصادي؟، 2020/04/1، المطلاع عليه بتاريخ 2021/08/20 على موقع: <https://www.aljazeera.net/blogs/2020/4/1/>

⁷⁵ idem, p 7-12.

⁷⁶ نجم عبود نجم، أخلاقيات الإدارة في عالم متغير، مرجع سابق، ص 163-167.

⁷⁷ أغادير سالم العيدير، مرجع سابق، ص 20.

⁷⁸ Patrick E Murphy, Ethical marketing in American and European Companies, 8th International Conference Marketing trends, Paris, 15th-17th January 2009, p8.

⁷⁹ idem, p8.

⁸⁰ الموقع الرسمي لشركة Caterpillar، (د.ت.)، (2019/03/22)، http://www.cat.com/ar_SA/company.html

⁸¹ Official web site of General mills, Ethics-and-integrity, (s.d.), (30/07/2021), <https://www.generalmills.com/en/Responsibility/ethics-and-integrity/code-of-conduct>

⁸² Official web site of The University of Florida , (s.d.), (30/07/2021), <http://iml.jou.ufl.edu/projects/fall02/susi/tylenol.htm>

⁸³ Official web site of Johnson & Johnson, code of business conduct, (s.d.), (30/07/2021), <https://www.jnj.com/code-of-business-conduct>

⁸⁴ Official web site of Xerox, corporate citizenship, (s. d.), (22/03/2019), <https://www.xerox.com/en-us/about/corporate-citizenship>

⁸⁵ Patrick E Murphy, Ethical marketing in American and European Companies, op.cit, p 18-