مجلة تنمية الرافدين

اسم المقال: مدى ادراك مدراء الشراء للمعايير الاخلاقية والمهنية لوظيفة الشراء دراسة استطلاعية في عدد من الشركات الصناعية في محافظة نينوى
اسم الكاتب: أ.م.د. محفوظ حمدون الصواف
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/3199
تاريخ الاسترداد: 2026/11/02 18:14 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة تنمية الرافدين كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة الموصل ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

كلية الإدارة والاقتصاد -جامعة الموصل تنمية الرافدين العدد ٩٢ مجلد ٣٠ لسنة ٢٠٠٨
ص ص[١١١ -١٢٩]

مدى ادراك مدراء الشراء للمعايير الاخلاقية والمهنية لوظيفة الشراء
دراسة استطلاعية في عدد من الشركات الصناعية في محافظة نينوى

الدكتورمحفوظ حمدون الصواف
استاذ مساعد -قسم الادارة الصناعية
كلية الادارة والاقتصاد - جامعة الموصل
Prof_mm@yahoo.com

المستخلص

تعد أخلاقيات الشراء أحدى المعايير الأساسية التي يجب أن تعتمدها المنظمة في أداء وظيفة الشراء، فضلاً عن دورها في تعزيز موقفها الأخلاقي تجاه عملائها ويقلل الاعباء المترتبة على تشويه صورتها أمام المجتمع الذي تعمل فيه .

إن هذا البحث يستعرض مفهوم أخلاقيات العمل وأهميتها أولاً، ثم يركز على أخلاقيات الشراء وأهميتها بالنسبة للمنظمة والجهات التي تتعامل معها ثانياً، كما يوضح البحث المعايير الأخلاقية والمهنية التي تحكم تصرفات وسلوك العاملين فيها، فضلاً عن الاعتبارات الأخلاقية في العلاقة بين المشترين والمجهزين. وتوصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها وجود اختلاف في ادراك العاملين في الشراء في الشركات الصناعية نحو الممارسات الأخلاقية، كذلك وجود ضعف في إدراك المسؤولين عن الشراء نحو المسؤولية الاجتماعية تجاه المجهزين .

تأريخ استلام البحث ٢٠٠٧/٦/٧ تأريخ قبول النشر ٢٠٠٧/٩/٣٠

The Range of Purchasing Managers' Recognition to the Ethical and Professional Standards to Purchasing Job: A Pilot Study of Some Industrial Companies at Ninavah Province

Mahfoodh H. Al – Sawwaf (PhD)
Assistant Professor
Department of Industrial Management
University of Mosul

Abstract

Purchase ethics are regarded as one of the basic standards that must be adopted by the organization in fulfilling purchase function as well as their role in promoting the ethical position toward clients and lesser the burdens of deformed image in the working society. This research shows first the concept of job morals their importance, and then focused on purchase ethics, and the importance for the organization and the aspects which it deals with them. Second, the research explains the moral and functional morals that decide and control the attitudes and behaviors whom they work in it, as well as to the moral considerations in the relations with purchasers and suppliers. The research concludes a set of results, the most important among them that there are differences in purchasing workers recognition in the industrial firms toward moral practices, and there is a weakness the recognition of the purchase responsible toward the social responsibility of suppliers

المقدمة

تعد الأخلاق خطوط الإرشاد أو قواعد السلوك التي تستهدفها المنظمات والتي يتم الحكم عليها من خلال أفعالها وافعال موظفيها.

لقد استخدمت كلمة الأخلاق مع العديد من المسميات والمبادئ المعرفية، إذ نجدها قد استخدمت مع العمل بشكلٍ عام والأنشطة بشكلٍ خاص مثل التسويق، العمليات، المالية، الأفراد، المشتريات.

يعد موضوع أخلاقيات الشراء من الموضوعات التي يثار حولها الكثير من الجدل ولاسيما فيما يتعلق بالأخلاق ومدى مشروعية بعض التصرفات التي يقوم بها الممارسون لمهنة الشراء، وكذلك ما يجب أن تكون عليه العلاقة بين المسؤولين عن الشراء والمجهزين والمرتبطة بأخلاقيات الشراء.

إن الكشف عن مدى التزام الإدارة العليا بشكلٍ عام والعاملين في الشراء بشكل خاص بالمعايير الأخلاقية والمهنية مهم جداً في عالم اليوم، إذ إن الإخلال بها سوف يخلف آثاراً قانونية وأخلاقية ومالية نتيجة الكلف الإضافية الناشئة عن الغرامات المترتبة عليها وفقدان زبائنها وسوء العلاقة مع المجهزين.

يناقش البحث عدداً من النقاط الأساسية المهمة المتعلقة بأخلاقيات العاملين(*) في مجال الشراء في الشركات الصناعية المبحوثة، ويتعرض بشكل أساس لمدى إدراك المسؤولين عن الشراء لأخلاقيات المهنة، وكذلك مدى إدراكهم للمسؤولية

(*) مصطلح العاملين يشمل الموظفين والمدراء المسؤولين عن ادارة الشراء.

الاجتماعية تجاه المجهزين بوصفها أحد الجوانب المهمة في ممارسات العاملين في الشراء والتي لم تحظ بالاهتمام الكافي من جانب الباحثين الذين تناولوا موضوع أخلاقيات الشراء.

منهجية البحث

١. دراسات سابقة

أشارت العديد من الدراسات إلى وجود جدل حول مشروعية قبول المسؤولين عن الشراء الهدايا والمجاملات بأنواعها المختلفة
McCracken & Callahan, 1996; Plank & Plank, 1994; Trawick & Raymond, 1989; Pitt & Nel, 1998.

وهناك انقسام في وجهات نظر المسؤولين عن الشراء حول مشروعية الهدايا المقدمة من مجهزي المنظمة لموظفي الشراء، إذ يرى البعض ضرورة رفض قبول أي هدايا من المجهزين مهما كان نوعها أو قيمتها أو مناسبتها، أما الفريق الآخر فيرى أنه لا مانع من أن يقبل موظف الشراء بعض الهدايا ذات الطبيعة الإعلانية عن المجهز مثل اجندات السنة الجديدة.

في حين يرى آخرون أن على موظف الشراء أن يفرق بنفسه بين الهدايا الرمزية التي تساعد على تحسين العلاقة بين المشتري والمجهز والهدايا الأخرى ذات القيمة العالية التي تحمل معنى الرشوة.

وفي دراسة ميدانية قام بها (Turner and Gregory, 1994) حول سياسات الأخلاق التي تتبناها الشركات وأثرها على قبول موظفي الشراء للمنح والهدايا التي يقدمها لهم البائعون، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود سياسات رسمية مكتوبة توجه العمل بالشركة في جميع الأنشطة ومن بينها نشاط الشراء، لما له من تأثير جوهري على تخفيض الميل لدى العاملين نحو قبول المنح والهدايا، كذلك أوصت الدراسة بأن تبذل الإدارة جهدها لوضع السياسات الفعّالة وتهيئة المناخ التنظيمي لكي تسير المسؤولية الأخلاقية جنباً إلى جنب مع المسؤولية المهنية على كل المستويات ولاسيما مستويات الإدارة العليا.

وفي دراسة تطبيقية أخرى أجراها (Badenhorts, 1994) على بعض الشركات الصناعية بجنوب أفريقيا للتعرف على الأسباب التي تدفع العاملين في الشراء لارتكاب بعض الممارسات اللاأخلاقية وسبل علاجها، أشارت الدراسة إلى أن أهم تلك الأسباب هي أن إدارة الشركة تشجع المسؤولين عن التسويق بها على منح الهدايا لعملائها من المشترين، وأن سبب السلوك اللاأخلاقي ليس فقط النقص في المعايير الأخلاقية لدى الفرد، بل إن تصرفات المدراء والمناخ الأخلاقي وغياب سياسة واضحة للشركة في هذا الخصوص، كلها عوامل تسهم في ارتكاب موظفي الشراء لبعض السلوكيات اللاأخلاقية، ومن ثم فإن هناك حاجة ضرورية لبناء معايير للسلوك ووضع سياسات وإجراءات أخرى لتحسين أحوال المسؤولين عن الشراء بالشركات.

وفي دراسة ميدانية قام بها (لحلح، ٢٠٠٦) على بعض الشركات الصناعية في جمهورية مصر العربية للتعرف على مدى إدراك المسؤولين عن الشراء الصناعي لأخلاقيات المهنة وتحديد ما إذا كان هناك علاقة بين حجم المشروع وبعض الخصائص الديموغرافية مثل العمر، التعليم، الخبرة، الدخل والمعتقدات الأخلاقية للمسؤولين عن الشراء، وقد أشارت الدراسة إلى أن هناك اختلافات في إدراك المسؤولين عن الشراء نحو الممارسات اللاأخلاقية، وأن هناك علاقة قوية بين متغيرات التعليم، الخبرة، العمر وإدراك المسؤولين عن الشراء للممارسات اللاأخلاقية.

يتضح مما سبق أنه لازال هناك عدم في وضوح الرؤية حول مدى مشروعية قبول المسؤولين عن الشراء للهدايا والدعوات، ومن هنا يقع على إدارة المنظمة مسؤولية وضع سياسات أخلاقية فعالة تتضمن مجموعة من المبادئ والمعايير الواضحة التي توجه العاملين في الشراء عند ممارسة مهامهم.

أما على مستوى السياسات المتعلقة بأخلاقيات الشراء فقد قام (Trevision,1986) بدراسة حالة لتقييم السياسات المتعلقة بأخلاقيات الشراء لشركة اكيورطلس الأمريكية التي تقوم بإنتاج منتجات عالية التقنية للقطاعين الحكومي والصناعي. لقد وجد الباحث أن معايير السلوك التي وضعتها الجمعية الوطنية لإدارة المشتريات تعد الأساس الذي تعتمد عليهِ الشركة عند وضع سياساتها التي تتعلق بالعلاقة مع المجهزين. ومن خلال مراجعة الباحث للمعايير الأخلاقية التي طبقتها الشركة في ممارستها لوظيفة الشراء خلص إلى أن العاملين بوظيفة الشراء بالشركة يلتزمون بالمبادئ الأخلاقية التي تضمنتها سياسة الشركة، وأنه لم تحدث مخالفات في هذا المجال.

وفي دراسة أخرى قام بها (Pitt & Nel,1998) للتعرف على اتجاهات المجهزين والمشترين فيما يتعلق بالفساد في منشآت الأعمال أشار إلى أنه على الرغم من أن الفساد أصبح أحد التحديات التي تواجه المنشآت، وأن الجميع يدينه ويشجبه، إلاّ أنه لا يمكن استئصاله كلية ويعد نشاط الشراء والتسويق من أكثر الأنشطة عرضة للممارسات اللاأخلاقية. ويتفق (Plank, *et. al*, 1994) مع هذا الرأي إذ أظهرت نتائج الدراسة التي قاموا بها أن هناك استجابات مختلفة للقيم الأخلاقية بالنسبة لحالات الشراء موضع الشك، ويمثل ذلك تحدياً لمسؤول الشراء أثناء ممارستهِ لعملهِ.

ومن الدراسات التي تناولت الاعتبارات الأخلاقية في العلاقة بين المشترين والمجهزين على المستوى الدولي تلك الدراسة التي أجراها (Carter, 1998) على عينة من المشترين والمجهزين في الولايات المتحدة الأمريكية وعدد من البلدان الأخرى، إذ استهدفت تحديد العوامل المؤثرة في الأنشطة الأخلاقية، فضلاً عن تحديد ما إذا كان هناك فروق جوهرية في إدراكات مدراء الشراء والبيع حول الممارسات اللاأخلاقية على مستوى الشراء والبيع الدوليين، وانتهت الدراسة إلى وجود العديد من العوامل المؤثرة على مستوى الأنشطة اللاأخلاقية، منها أن السلوك اللاأخلاقي في العلاقة بين المشترين والمجهزين الدوليين يؤثر سلباً على درجة رضاء كل منهما

عن تلك العلاقة، فضلاً عن تأثير هذا السلوك على إدراك المشتري لمدى فعالية أداء المجهز.

من جانب آخر تناول (Haynes, *et.al*, 1991) في دراستهما الإطار الأخلاقي في قرارات الشراء وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية للمنظمة، إذ أشارا إلى أن المسؤولية الاجتماعية للمنظمات لاقت اهتماماً كبيراً في الجدل الدائر حول أخلاقيات الأعمال، وأن حلقة مهمة من حلقات تأكيد المسؤولية الاجتماعية تقع ضمن وظيفة الشراء التي أخذت أهميتها في الازدياد في الوقت الحالي، لأنها تتحكم فيما يزيد عن ٧٠% من إجمالي نفقات الشركات الصناعية، وتدرك الشركات الناجحة أهمية السلوك الأخلاقي لوظيفة الشراء في الحفاظ على العلاقات مع المجهزين الذين تعتمد عليهم ومن ثم إرضاء الزبائن، ويقترح الباحثان إذا تم استخدام ((Just In Time (JIT) في الرقابة على المخزون، يمكن للمنظمات أن تدعم السلوك الأخلاقي في العلاقة بين المسؤولين عن الشراء والمجهزين، إذ إن الأسس التي يقوم عليها (JIT) هي الوصول إلى المخزون الصفري، والاعتماد على مجهزين مشهود لهم بالكفاءة والحفاظ على علاقات طيبة مع هؤلاء المجهزين من الممكن أن يقلل من المشكلات الأخلاقية، وبتطبيق أسلوب (JIT) يمكن أن تتغير العلاقة بين المشترين والمجهزين من علاقة صراع المصالح إلى علاقة شراكة وتحالفات.

مما سبق يتضح أن حلقة مهمة من حلقات المسؤولية الاجتماعية للمنظمة تقع ضمن وظيفة الشراء، وتشارك إدارة المشتريات في هذه المسؤولية من خلال التزامها بأخلاقيات الشراء في جميع تعاملاتها مع المجهزين.

٢. مشكلة البحث

لا يعتمد تقدم المنظمات وتطورها على إمكاناتها المادية والفنية فقط وإنما على إمكاناتها البشرية القادرة على التمسك بالمعايير الأخلاقية والمهنية عند أداء المهام الموكلة إليها، من هنا فإن معرفة المعايير الأخلاقية والمهنية والوعي بدورها يعزز موقف المنظمة الأخلاقي تجاه عملائها، ويقلل من الأعباء المترتبة عن تشويه صورتها أمام المجتمع الذي تعمل فيه.

إن المشكلة التي يتصدى لها البحث يمكن تأشيرها من خلال الإجابة عن التساؤلات الآتية:

- هل يمتلك المسؤولون عن الشراء في الشركات الصناعية المبحوثة تصوراً واضحاً عن أخلاقيات الشراء ومعاييرها.
- ما مدى إدراك المسؤولين عن الشراء في الشركات الصناعية المبحوثة عن المسؤولية الاجتماعية تجاه المجهزين.
- ما الأسباب التي تدفع المسؤولين عن الشراء في الشركات الصناعية المبحوثة إلى الوقوع في الممارسات غير الأخلاقية.

٣. أهمية البحث

تنبثق أهمية البحث من واقع ارتباطه بدعوة الباحثين والمنظمات المهنية في مجال الشراء إلى الأخذ بنظر الاعتبار دور المعايير الاخلاقية والمهنية لوظيفة الشراء في تعزيز موقف المنظمة الأخلاقي تجاه عملائها، وتقليل الأعباء المترتبة عن تشويه صورتها أمام المجتمع ،فضلاً عن مدى إدراك العاملين في مجال الشراء لهذه المعايير.

٤. أهداف البحث

انطلاقاً من أهمية المعايير الأخلاقية والمهنية في تنفيذ المهام الإدارية بشكل عام وفي تنفيذ أداء ومهام وظيفة الشراء بشكل خاص ومالها من تأثير إيجابي على موقف المنظمة الأخلاقي تجاه عملائها، وتقليل الأعباء المترتبة عن تشويه صورتها أمام المجتمع الذي تعمل فيه، يهدف البحث إلى:

١. التركيز على معرفة المعايير الأخلاقية والمهنية لوظيفة الشراء ومؤشرات قياسها.
٢. التحقق من مدى إدراك العاملين في إدارة الشراء لدى الشركات المبحوثة عن المعايير الأخلاقية والمهنية لوظيفة الشراء.
٣. مدى إدراك العاملين في إدارة الشراء لدى الشركات الصناعية المبحوثة عن المسؤولية الاجتماعية تجاه المجهزين.
٤. تشخيص الأسباب التي تدفع المسؤولين عن الشراء في الشركات الصناعية المبحوثة إلى الوقوع في الممارسات اللاأخلاقية.

٥. فرضيات البحث

إعتمد الباحث في تحديد فرضياتهِ على مصادر متنوعة في مقدمتها الدراسات السابقة وبعض المقابلات الشخصية مع مدراء بعض الشركات والمصانع المبحوثة في محافظة نينوى وتتمثل فرضيات البحث في الآتي:

١. يتباين إدراك العاملين في وظيفة الشراء للمعايير الأخلاقية والمهنية الخاصة بالشراء.
٢. تتباين توجهات المنظمات المبحوثة نحو مسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجهزين.

٦. وصف عينة البحث ومبررات اختيارها

نظراً لاهتمام أن البحث الحاضر بأخلاقيات الشراء ومدى إدراك القائمين بأعمال الشراء لأخلاقيات المهنة فإن مجتمع البحث ضمّ جميع العاملين في نشاط الشراء وفي الشركات المبحوثة كافة، وقد تم اختيار الشركات الصناعية للأسباب الآتية:

أ. التنوع في حجم النشاط للشركات المبحوثة وطبيعته.
ب. اعتبارات خاصة بقيود الكلفة والوقت في إجراء البحث.
ت. خدمة المجتمع المحلي الذي تقع فيه الجامعة التي ينتمي اليها الباحث.

ونظراً لصغر أعداد الممارسين لوظيفة الشراء في الشركات المبحوثة فقد استخدم الباحث أسلوب الحصر الشامل لجميع العاملين في الشراء.

والجدول ١ يوضح عدد الشركات الصناعية المبحوثة وعدد العاملين في مجال الشراء بتلك الشركات.

الجدول ١

توزيع استمارات الاستبانة على الأفراد المبحوثين في الشركات الصناعية المبحوثة

اسم الشركة	عدد الاستمارات الموزعة	عدد الاستمارات المستلمة	نسبة الاستجابة
الشركة العامة للألبسة الجاهزة / مصنع الغزل والنسيج	10	8	%80
الشركة العامة للألبسة الجاهزة / معمل ولدي	15	13	%86.6
الشركة العامة للسمنت الشمالية	10	9	%90.0
الشركة العامة لانتاج الطاقة الكهربائية	10	8	%80.0
الشركة العامة للأدوية والمستلزمات الطبية	5	5	%100.0
الشركة العامة للألبان / مصنع الموصل	5	5	%100.0
المجموع	55	48	%87.27

الجدول ٢ يوضح خصائص الأفراد المبحوثين في الشركات الصناعية المبحوثة من حيث، التحصيل الدراسي، مدة الخدمة في الشركة، مدة الخبرة في مجال المشتريات، الفئات العمرية، الجنس.

الجدول ٢

خصائص وسمات الأفراد عينة البحث

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب التحصيل الدراسي													
متوسطة		إعدادية		دبلوم فني		بكالوريوس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	نسبة
2	4.2	10	20.8	8	16.6	28	58.4	---	---	---	---	48	100
توزيع أفراد عينة البحث حسب مدة الخدمة													
1-5		6-10		11-15		16-20		21-25		26فاكثر		المجموع	
عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%
10	20.8	9	18.8	6	12.5	8	16.6	8	16.6	7	14.7	48	100
توزيع أفراد عينة البحث حسب مدة الخبرة في مجال المشتريات													
1-5		6-10		11-15		16-20		21-25		26فاكثر		المجموع	
عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%
27	56.2	12	25.0	5	10.4	2	4.2	2	4.2	---	---	48	100
توزيع أفراد عينة البحث حسب الفئات العمرية													
20-29		30-39		40-49		50-59		60 فاكثر		المجموع			
عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%		

		100	48	2.1	1	20.8	10	39.6	19	25.0	12	12.5	6
توزيع أفراد عينة البحث حسب الجنس													
المجموع				إناث				ذكور					
%		عدد		%			عدد	%			عدد		
100		48		20.9			10	79.1			38		

(*) الجدول من إعداد الباحث

٧. تصميم استمارة الاستبانة وجمع البيانات وتحليلها

اعتمدت الدراسة الحالية على المصادر الثانوية والأولية لتوفير البيانات اللازمة للبحث إلى جانب الإحصاءات المنشورة والمراجع والمقالات وسيلة لتوفير البيانات الثانوية، وتم استخدام استمارة الاستبانة وسيلة رئيسة لجمع البيانات الأولية التي تتطلبها طبيعة المشكلة وقد ضمت ١٤ عبارة استهدفت تعريف المجيبين بطبيعة وأهداف البحث، وقد تم صياغة هذه العبارات بطريقه تبين أن عدم موافقة المستجيب منهم تعني أن هذا السلوك غير أخلاقي.

تم الاستفادة من المقياس الوارد في دراسة (Lawrance & Gregory, 1996)، (لحلح)، وكذلك الاعتماد على المعايير التي حددتها الجمعية الأمريكية للمشتريات والتي أوردها الكاتب (Doblar, 1996). وتم اعتماد المستوى الخماسي لقياس مدى إدراك المجيبين لأخلاقيات الشراء، ويمتد بين لا أتفق تماماً إلى اتفق تماماً، وقد تم توزيع الاستبانة على عدد محدود من الممارسين لوظيفة الشراء ٥ ومن المستويات الوظيفية كافة، إذ ترتب على ذلك إعادة صياغة بعض العبارات وحذف بعضها قبل تصميم الاستمارة بشكلها النهائي.

تم توزيعها في المدة من ٢٠٠٧/١/٢ – ٢٠٠٧/١/١٥ وقد استغرقت عملية جمع البيانات مايقارب شهرين وكانت نسبة الاستجابة (87.27%). تم اعتماد النسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري لتحليل وتفسير البيانات التي تم جمعها.

٨. محتويات البحث

بهدف تغطية مضامين البحث نظريا وتطبيقيا تأطرت مكوناته من جانبين هما:

الجانب النظري ويشتمل على المحاور الآتية:

أولاً – مفهوم أخلاقيات العمل

ثانياً – مفهوم أخلاقيات الشراء

ثالثاً – المعايير الأخلاقية والمهنية لوظيفة الشراء ومرتكزاتها

رابعاً – الأسباب التي تدفع العاملين بمهنة الشراء إلى عدم الالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية

الجانب الميداني ويشتمل على المحاور الآتية:

أولاً: تحليل النتائج واختبار الفرضيات.

ثانياً: الاستنتاجات والتوصيات.

الجانب النظري

أولاً- مفهوم أخلاقيات العمل

إن كلمة الاخلاق Ethics هي كلمة مشتقة من الكلمة الاغريقية (Ethos) التي تعني (Character)، وكذلك مشتقة من الكلمة اللاتينية (Mores) والتي تعني العادات (Customs)، وأن هاتين الكلمتين قد اندمجتا لتعريف الطريقة التي يختارها الافراد للتعامل والتفاعل مع بعضهم البعض (المعاضيدي، ٢٠٠٥، ٣-٤)، ويرى (Griffin,1999,154) أن الأخلاق هي معتقدات الفرد الشخصية فيما يتعلق بما هو صحيح أو خطأ أو جيد أو سيء، أما (Daft,2002,138) فقد أشار إلى صعوبة تعريف الاخلاق بصورة دقيقة، وعرفها على أنها تعبير عن المبادئ وعن القيم التي تحكم السلوك للشخص المعني أو سلوكيات المجموعة حول ما هو صحيح وما هو خطأ، ويضيف بأن الأخلاق هي التي تضع المعايير حول ما هو جيد وما هو رديء فيما يتعلق بالانجاز وعملية صنع القرار.

تعد أخلاقيات العمل الإطار الشامل الذي يحكم التصرفات والأفعال تجاه شيء ما وتحدد بشكل نسبي ما هو صحيح ومقبول وما هو خاطئ أو مرفوض، وفي ضوء المعايير السائدة في المجتمع يشير (Daft,2002,138) إلى أن الأخلاقيات عادة ما تتعلق بالقيم الداخلية التي تعد جزءاً من البيئة الثقافية للمنظمة والتي تتعلق بأشكال القرارات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالبيئة الخارجية، ويضيف بأن القضية الأخلاقية هي قضية فاعلة في الوضع الذي تؤثر فيه تصرفات الفرد أو الجماعة أو المنظمة بشكل سلبي أو إيجابي على الآخرين، أما (Salierno, 2004,1) فيشير إلى أن السبب الرئيس وراء نجاح المدراء هو التمسك بأخلاقيات العمل، من جانب آخر تعبر أخلاقيات العمل عن اتجاه الإدارة وتصرفها تجاه موظفيها وزبائنها والمساهمين والمجتمع عامة وكذلك قوانين الدولة ذات العلاقة بتنظيم عمل المنظمات، وفي هذا السياق أشار (Madsen & Shafritz,1990,194) بأن أخلاقيات العمل هي تطبيق الأخلاقيات على مجتمع المنظمة وتحديد المسؤولية في علاقات العمل مع تشخيص وتعريف القضايا الاجتماعية، فضلاً عن نقد لأعمال المنظمة، من جانب آخر يرى (Weihich & Koontz, 1993, 70) الى أن أخلاقيات العمل تحكمها الشفافية تجاه توقعات المجتمع والمنافسة النزيهة والإعلان والعلاقات العامة.

إن الحاجة إلى أخلاقيات العمل تظهر بشكل واضح في الأوقات الصعبة التي تمر بها المنظمة كالتغيرات الجوهرية، الأمر الذي يتطلب إعادة النظر في القيم المعمول بها، وبناءً على ذلك فإنه لا يوجد إطار أخلاقي يحيط بسلوك وتصرفات العاملين في حالات التغيير الجوهرية ليوضح ما هو صحيح وما هو خاطئ.

في هذا السياق حدد (Madsen & Shafritz, 1990, 197) في كتابهما "أساسيات أخلاق العمل" المجال الذي تغطيه أخلاقيات العمل، إذ ركز على منطقتين: الأولى "الازعاجات الإدارية" مثل التصرفات اللاقانونية واللاأخلاقية والتطبيقات المشكوك بها للافراد والمنظمات وكيفية التخلص منها، أما المنطقة الثانية فتشمل الإرباك

الأخلاقي للإدارة والمرتبطة بالمواجهة اليومية المباشرة للأفراد العاملين مثل الصراعات حول المصالح الذاتية، تسخير الموارد الداخلية في المنظمة للأغراض الشخصية.

بشكل عام يمكن تلخيص مفهوم أخلاقيات العمل على أنها معرفة الخطأ والصواب في موقع العمل واتخاذ ما هو صواب في المنتج أو الخدمة المقدمة للأطراف ذوي العلاقة او تجاه أصحاب المصالح.

ثانياً- مفهوم أخلاقيات الشراء

لقد استخدمت كلمة الأخلاق مع العديد من المسميات والميادين المعرفية، إذ نجدها قد استخدمت مع العمل بشكلٍ عام ومع الأنشطة بشكلٍ خاص مثل المشتريات، المبيعات، الإنتاج، الأموال. ويمكن تعريف أخلاقيات الشراء على أنها المعايير التي يجب أن تعتمدها المنظمة في أداء وظيفة ومهام الشراء، بما يعزز موقف المنظمة الأخلاقي تجاه عملائها، ويقلل من الأعباء المترتبة عن تشويه صورتها أمام المجتمع الذي تعمل فيه.

ويضيف (Dobler,1996,730) إلى أن أحد المسائل المثيرة للجدل التي تواجه الإدارة في وضع استراتيجياتها وفي جميع مستوياتها هي مسألة التركيز على الزمن، إذ يعد العامل الحاسم في توجهات الإدارة في اعتماد السياسات التي تكفل للمنظمة البقاء والنمو، ويعد اهتمام المنظمات بالمعايير الأخلاقية والمهنية في أعمالها دليلاً على تمتع المنظمة بالصحة على المدى الطويل. في هذا السياق يتم التركيز على نشاطات وسلوكيات الأفراد العاملين في أقسام التجهيز والشراء، إذ يقع على عاتق موظفي الشراء والتجهيز مسؤولية كبرى. ويشير الواقع العملي لهذه الوظيفة إلى أن موظفي الشراء عادة ما يكونون في دائرة الضوء وكأنهم يعيشون في بيوت زجاجية والسبيل الوحيد لحمايتهم هو اعتماد العامل الأخلاقي في ممارسة مهنة الشراء ونظافة العاملين فيه.

هناك تساؤل يطرح نفسه وهو كيف يمكن لمدراء الشراء والتجهيز تحقيق هذا السلوك المثالي بين العاملين في أقسامهم؟ استناداً إلى الأدبيات المنشورة في هذا المجال يوجد عاملان رئيسان مؤثران، الأول وضع وتعزيز سلسلة من السياسات المتعلقة بالسلوك، والثاني تطوير الخبرات الثقافية والتدريبية، وهنا يجب أن يتم التأكيد على وجود سياسات مكتوبة تتعلق بالمسائل الأخلاقية في الشراء لتمارس تأثيراً قوياً وإيجابياً على سلوك القائمين بعملية الشراء والتي سيتم التطرق إليها في الفقرة اللاحقة (Dobler,1996,730).

ثالثاً- المعايير الأخلاقية والمهنية لوظيفة الشراء ومرتكزاتها

إن مدونة الأخلاقيات (Codo of Ethics) هي وثيقة تصدرها المنظمة وتتضمن مجموعة القيم التي تتبناها المنظمة في توجيه وممارسة أعمالها والتي تساعد العاملين في مواجهة القضايا والمشكلات التي تعترضهم في أثناء أدائهم الأعمال الموكلة إليهم.

كما أن هناك مدونات قواعد وآداب المهنة (Morality) التي تصدرها الجمعيات المهنية التي تعبر عن المبادئ والمعايير التي يجب الالتزام بها من قبل أعضاء المهنة، وتكمن أهمية المدونة الأخلاقية من خلال الوظائف الإيجابية التي تضطلع بها في خدمة المنظمة من خلال الآتي (عبود، ٢٠٠٥، ٤٨٧):

١. إن المدونة الأخلاقية في مجال إدارة الشراء تنمي الاهتمام بالجوانب والمشكلات الأخلاقية لتحقيق الموازنة في الجوانب المادية والجوانب الأخلاقية.
٢. إن المدونة الأخلاقية التي يسترشد بها جميع العاملين في هذا المجال تؤدي إلى التجانس والوحدة والتوافق الأخلاقي لجميع العاملين.
٣. إن المدونة الأخلاقية تسهم في تطوير مهنة العاملين في إدارة الشراء، إذ إن القواعد والمبادئ الأخلاقية هي بمثابة القسم الأخلاقي الذي يؤديه المهنيون والأكاديميون.
٤. إن المدونة الأخلاقية تحمي العاملين في هذا المجال من ضغوط الجهات الأعلى لارتكاب ما يخالف قيم ومبادئ المدونة.

إن إدارة الشراء بدأت تستحوذ على اهتمام المنظمات بوصفها المصدر الأكثر مساهمة في إضافة القيمة وتحقيق الميزة التنافسية، كما أن العمل الشرائي يتطلب تحديد مسؤولياته الأخلاقية في مواجهة متطلبات البيئة الداخلية والخارجية سواء على مستوى العلاقة مع الزبائن الخارجيين أو الالتزام بأخلاقيات المهنة في بيئة عملهم الداخلية للاحتفاظ بهم كأفراد لهم الولاء للمنظمة التي يعملون فيها.

لقد كان لاهتمام الجمعيات والتنظيمات المهنية الأثر الكبير في تأطير المعايير الأخلاقية والمهنية لكثير من المهن والوظائف، ولم تكن وظيفة الشراء بعيدة عن هذا الاهتمام، إذ منذ أكثر من قرن نشرت الجمعية الوطنية لإدارة المشتريات في الولايات المتحدة الأمريكية معايير السلوك المهني لوظيفة الشراء التي ترتكز على الولاء للمنظمة والمساواة مع الذين تتعامل معهم وكذلك الإيمان بالمهنة.

وفي عام ١٩٩٢ حددت الجمعية المعايير الآتية (Doblar,1996,723):

١. تجنب الممارسات غير المقبولة في علاقاتك وأفعالك واتصالاتك.
٢. اتباع التعليمات القانونية والالتزام بالصلاحيات الممنوحة من قبل رب العمل وإظهار الولاء له.
٣. الامتناع عن القيام باي عمل يحقق منفعة شخصية لموظفي الشراء.
٤. الامتناع صراحة أو ضمناً عن قبول النقود والقروض ومبالغ الخصم أو قبول الهدايا أو الخدمات المقدمة من المجهزين.
٥. تشجيع العلاقات الإيجابية مع المجهزين من خلال الشفافية وعدم التمييز في جميع مراحل الشراء.
٦. معاملة المعلومات السرية العائدة إلى المجهزين والمستخدمين بعناية عالية.
٧. الامتناع عن الاتفاقيات التبادلية التي تقيد المنافسة.
٨. المعرفة والالتزام بالقوانين التي تحكم الشراء.
٩. عدم تشجيع المشتريات ذات الطابع الشخصي.
١٠. تشجيع جميع أفراد المجتمع على المشاركة بتقديم الدعم للمؤسسات الصغيرة.

١١. تعزيز الحرفية ونظام مهنة الشراء عن طريق اكتساب المعرفة الفنية والمعايير العالمية للسلوك الأخلاقي.
١٢. الأخذ بنظر الاعتبار الفروقات بين قوانين الدول عندما يتم التعامل مع الأطراف الدولية.

بعد أن تم استعراض الإطار العام لمعايير السلوك المهني لوظيفة الشراء سيتم التطرق إلى الدليل الذي يمكن أن يسترشد به من قبل العاملين في وظيفة الشراء في المنظمة (Dobler,1996,730-734).

١. تجنب الممارسات التي تضلل المجهز مثل:

أ. الشراء بكميات كبيرة أو الحصول على عطاءات من مجهزين غير مؤهلين وبأسعار رخيصة من أجل استخدامها في الضغط على المجهزين الآخرين أو ترك أوراق مهمة أو عطاءات معينة لكي يطلع عليها المجهز.
ب. عدم وضوح شروط العقد بما يؤثر على أحد الطرفين.
ت. عدم استغلال المشتري للمجهز الذي يفقد السيولة النقدية.
ث. المحافظة على سرية المعلومات التي بحوزة المشتري وعدم البوح بها للمجهزين الآخرين من أجل التقدم بأسعار أقل.
ج. عدم إعطاء أية أفضلية لأي من المجهزين والابتعاد عن تشكيل تحالفات مع مشترين معينين لإجراء كارتل ضد مجموعة معينة من الأفراد أو الشركات.
ح. الشفافية في عرض المواضيع وعدم تضخيم المشكلة والابتعاد عن تضليل مندوبي المبيعات.

النقاط الواردة آنفاً يمكن أن تحل محلها الفلسفة القائمة على الثقة المتبادلة والنزاهة في التعامل لأنهما الأساس في خلق علاقة الثقة بين الطرفين وتحقق العائد الإيجابي المشترك على المدى البعيد.

٢. العطاءات التنافسية

على موظفي المشتريات المحافظة على نزاهة العطاءات التنافسية التي يتقدم بها المجهزون عن طريق:

أ. دعوة الشركات التي يرغبون بمنحها العقد فقط لكي تتقدم بعطاءاتها.
ب. الإفصاح عن سياسة المنظمة بمنح العطاء لمن يقدم أقل الأسعار والالتزام بما يأتي:
١. الإبقاء على سرية الأسعار التي تقدم بها المجهزون.
٢. إعلام المجهزين الذين لم ينجحوا في الحصول على العطاء فوراً.
٣. معاملة المجهزين كافة على السواء وتوضيح كافة المعلومات المطلوبة منهم.
٤. عدم قبول أي عطاء بعد انتهاء المدة المخصصة للتقديم.
٥. عدم محاولة استغلال الأخطاء التي يقع بها المجهز في مفردات عطائه.

٦. عدم القيام بإجراء مزايدات بين المناقصين للحصول على أوطأ العطاءات مع الأخذ بنظر الاعتبار مراقبة المجهز بالحفاظ على مستوى الجودة للمواد التي يقوم بتجهيزها.

من جهة أخرى على المشترين ومن الناحية الأخلاقية العمل مع المجهز المتقدم بأقل الأسعار لتحديد المجالات الممكنة التي تحقق وفورات تمكن المجهز المحتمل من خفض تكاليفه ومن ثم سعره.

٣. التفاوض

على موظفي المشتريات المحافظة على معايير أخلاقية عالية أثناء مراحل التفاوض من خلال:

أ. إعلام المتنافسين بالعناصر المطلوبة عند اختيار مصدر التجهيز.

ب. منح جميع المجهزين المحتملين فرصاً متساوية بالحصول على المعلومات المطلوبة ومعاملتهم على قدم المساواة.

ج. على موظفي المشتريات عدم استغلال الأخطاء التي يقع فيها المجهز وإعطاء الفرصة بشكل متساوٍ للأطراف المتقدمة كافة.

٤. العينات

يحاول الكثير من المجهزين المحتملين الإطراء بالعينات المقدمة والحث على تجربتها وأنها ستؤدي الهدف المطلوب بكفاءة. هنا يتطلب الأمر إخضاع العينة للفحوصات الخاصة قبل قبولها وإعلام المجهز المحتمل بنتائج الفحص ومدى ملاءمة المادة للمشتري.

٥. **الشفافية والاحترام** في التعامل مع مندوبي المبيعات واعتماد سياسة واضحة في المقابلات وعدم ترك المندوبين في حالة انتظار.

٦. **على المشتري إعلام المجهز** في حالة عدم مطابقة المواد المطلوبة مع المواصفات القياسية المطلوبة وإجراء مفاوضات عن إجراء التعديلات المطلوبة لكي تتلاءم مع المواصفات القياسية.

٧. الهدايا والهبات

لا شيء يمكن أن يعرض مهنة الشراء للخطر أكثر من التصرفات غير اللائقة التي يقوم بها موظفو المشتريات فيما يختص بقبولهم للهدايا والهبات، لأنها تتعارض مع المعايير الأخلاقية، إلاّ أن قسماً منها وهم الأغلبية يعتقدون أنها من وسائل المبيعات التقليدية، وهم لا يعتقدون إطلاقاً أن هذه الهبات إنما تقدم بهدف الحصول على مقابل ما، مع الأخذ بنظر الاعتبار الثقافات المختلفة للشركات الأجنبية المجهزة ولاسيما لدى الشركات التي تتوقع الحصول على هدايا مماثلة لدى تقديمها هدايا للمشترين وفي هذه الحالة يتطلب من موظفي الشراء استحصال موافقة شركاتهم لرصد ميزانية لهذا الغرض.

اتساقاً مع ما جاء في الفقرة السابقة هناك طريقتان شائعتان تستخدمان لغرض السيطرة على قبول هذا النوع من الهدايا. الطريقة الأولى هي وضع حد لمبلغ الهدية التي تقبل ومن خلال سياسة واضحة يضعها قسم الشراء، أما الطريقة الثانية فهي عدم قبول أية هدية أو هبة لا تكون الشركة المشترية في موقف يمكنها من تقديم

المقابل لها. عليه إذا قبل موظف الشراء في شركة ما قبول هدايا لترويج المبيعات مثل أقلام الحبر أو تقويم سنوي فإنه يتوجب عليهم تقديم ما يقابلها بالمقابل لمندوبي المبيعات.

رابعاً- الأسباب التي تدفع العاملين بمهنة الشراء إلى عدم الالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية

تطرقت كثير من الدراسات الى الأسباب التي تدفع العاملين بمهنة الشراء إلى ارتكاب مخالفات أخلاقية منها الدراستان اللتان قام بهما (Badenhorst,1994 – Turner,1999) وكان من أهم الأسباب ما يأتي:

١. الضغوط التي يمارسها المجهزون تجاه العاملين في الشراء من خلال تقديم الهدايا لهم بتسهيل مهامهم البيعية.
٢. توجيه قسم من أعضاء الإدارة العليا لمدراء وموظفي الشراء لتمييز أو تفضيل أحد المجهزين دون مبرر.
٣. تشجيع إدارات الشركات لمسؤولي التسويق بالشركة لمنح هدايا لزبائنها وفي الوقت نفسه لا تسمح لمسؤولي الشراء بالشركة بقبول الهدايا من المجهزين، وهذا يعد نوعاً من ازدواجية المعايير الذي من شأنه أن يحدث خللاً في تصرفات وسلوك العاملين في الشراء.
٤. عدم وجود سياسة مكتوبة وواضحة تحدد المبادئ والمعايير الأخلاقية والمهنية التي يجب أن يلتزم بها العاملون في الشراء.
٥. ضعف المعايير الأخلاقية لدى الأفراد العاملين في الشراء.

الجانب الميداني

أولاً- تحليل النتائج واختبار الفرضيات

١. مدى إدراك العاملين في الشراء لدى الشركات المبحوثة لأخلاقيات الشراء

توضح النتائج الواردة في الجدول ٣ الخاصة بالتوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات متغيرات أنماط السلوك التي يتبعها العاملون في الشراء لدى الشركات الصناعية المبحوثة (X_1–X_{14})، وقد تم صياغة هذه العبارات بطريقة تبين أن عدم موافقة المستجيب منهم تعني أن هذا السلوك غير أخلاقي.

وتشير النتائج التي ظهرت من خلال استجابة المبحوثين الى أن المواقف السلوكية الأكثر خطورة في أعمال الشراء تلك التي وردت في قائمة الاستبيان في العبارات (14, 12 , 5, 6, 4) مرتبة حسب درجة خطورتها وهي:

- قبول الهدايا من المجهز على اعتبار أنها لا ترتبط بصفقات يتم عقدها معهم.
- إعطاء بعض المجهزين معلومات عن المجهزين المنافسين.
- قبول دعوة غداء عمل أو ضيافة يقدمها المجهزون في اللقاءات العامة.
- الحصول على مكاسب للشركة نتيجة خطأ المجهز.
- معاملة المجهزين الكبار معاملة تفضيلية.

في حين ينظر المستجيبون منهم إلى المواقف السلوكية الأخرى الواردة في الجدول ٣ والتي تمثلت في العبارات (13, 11, 10, 9, 8, 7, 3, 2, 1) على أنها لا تمثل ممارسات لاأخلاقية، فضلاً عن أنها تعكس وجود فوارق في إدراك العاملين في وظيفة الشراء لدى الشركات المبحوثة نحو تلك المواقف السلوكية كما يتضح من النسب المئوية للموافقة والمتوسطات والانحرافات المعيارية لاستجابات المبحوثين.

وهذا يثبت صحة الفرضية الأولى التي تنص على وجود فروق ذات دلالة معنوية في إدراك العاملين لوظيفة الشراء في الشركات الصناعية المبحوثة لأخلاقيات الشراء.

٢. مدى إدراك العاملين في الشراء في الشركات الصناعية المبحوثة للمسؤولية الاجتماعية تجاه المجهزين

تشير النتائج التي ظهرت في الجدول ٣ والمتعلقة بمدى إدراك العاملين في الشراء للمسؤولية الاجتماعية نحو المجهزين عن وجود اختلاف في إدراك المستجيبين منهم للمسؤولية الاجتماعية تجاه المجهزين، فعلى الرغم من ان نسبة كبيرة من المستجيبين منهم يرون ان إعطاء بعض المجهزين معلومات عن المجهزين المنافسين، ومعاملة المجهزين الكبار معاملة تفضيلية، وقبول الهدايا من المجهز، وقبول دعوة غداء عمل أو ضيافة، واستثمار الأخطاء التي يرتكبها المجهز للاستفادة منها كلها تعد من الممارسات اللاأخلاقية، ونجد على الطرف الآخر أن نسبة قليلة من المستجيبين منهم يرون أن الممارسات الآتية لا تمثل ممارسات أو سلوكيات لا أخلاقية وبنسب متفاوتة وهي:

- الأخذ بنظر الاعتبار توجهات الإدارة العليا للاستفادة منها في إعطاء أفضلية للتعامل مع المجهزين.
- استغلال الظروف الصعبة للمجهزين للحصول على أكبر تنزيلات في الأسعار لصالح المشترين.
- المبالغة في نقاط الخلاف مع المجهز للحصول على تخفيض أكبر في السعر والحصول على مزايا إضافية للشركة.
- العمل على تحقيق أكبر فائدة للشركة بغض النظر عن مصلحة المجهز.
- تفضيل أحد المجهزين في المعاملة بوصفهِ من الزبائن الجيدين للشركة.
- استخدام القدرة الشرائية للشركة المشترية في الضغط على المجهزين.

يتضح مما سبق وجود ضعف في إدراك العاملين في الشراء في الشركات المبحوثة نحو المسؤولية الاجتماعية تجاه المجهز، ويظهر ذلك في انخفاض النسبة المئوية للموافقة على اعتبار تلك الممارسات لاأخلاقية ومن ارتفاع متوسطات استجاباتهم لتلك الممارسات، وهذا يثبت صحة الفرضية الثانية التي تنص على وجود فروق ذات دلالة معنوية في إدراك العاملين في وظيفة الشراء في الشركات الصناعية المبحوثة للمسؤولية الاجتماعية تجاه المجهزين.

الجدول ٣

إدراك العاملين في الشراء للسلوكيات الأخلاقية

ت	المواقف السلوكية	نسبة الذين يعتقدون انه عمل غير أخلاقي	المتوسط	الانحراف المعياري
١.	لا مانع من قبول الهدايا المجانية ذات الطبيعية الدعائية من المجهز مثل اجندات العام الجديد وأقلام الحبر	37.4	3.46	1.27
٢.	ليس هناك مانع من ممارسة موظف المشتريات لأنشطة تمثل نشاط الشركة التي يعمل بها	52.1	3.29	1.41
٣.	يجب الاخذ بنظر الاعتبار توجيهات الإدارة العليا بشأن إعطاء أفضلية للتعامل مع بعض المجهزين	50.5	3.19	1.44
٤.	يمكن قبول الهدايا طالما أنها لا ترتبط بصفقات يتم عقدها معه	79.2	2.38	1.20
٥.	قبول الدعوة لغداء عمل أو ضيافة يقدمها المجهز لموظفي الشراء بالشركات في لقاءات عامة من الأمور المشروعة في مجال الأعمال	77.1	2.17	1.06
٦.	إعطاء بعض المجهزين معلومات عن المجهزين المنافسين من الممارسات المشروعة في مجال الأعمال	77.2	2.10	1.29
٧.	المبالغة في نقاط الخلاف مع المجهز للحصول على تخفيض أكبر في السعر ومزايا إضافية للشركة يعد عملاً أخلاقياً لأنه يصب في مصلحة الشركة	33.3	3.60	1.41
٨.	لا بأس من تفضيل أحد المجهزين في المعاملة بوصفهِ من الزبائن الجيدين للشركة	25.0	4.00	0.99
٩.	ليس هناك ما يمنع من انتهاز الفرصة واستغلال الظروف الصعبة للمجهزين للحصول على أكبر تنزيلات في الأسعار لصالح المشترين	50.0	3.98	1.35
١٠.	الحصول على معلومات عن المنافسين لنا من المجهزين الذين نتعامل معهم يعد أمراً عادياً	41.7	3.54	1.18
١١.	استخدام القدرة الشرائية للشركة المشترية في الضغط على المجهزين للحصول على تخفيضات في الأسعار وامتيازات لصالح الشركة من الممارسات الناجحة في أعمال الشركة	22.9	3.64	1.17
١٢.	خطأ المجهز الذي يحقق مكاسب للشركة (كالخطأ في تسعير الأصناف أو تسليم أصناف أعلى قيمة من الأصناف المتعاقد عليها) يجب أن تستفيد منه الشركة طالما أنه ليس من خطأها	68.4	2.63	1.27
١٣.	يجب أن يعمل المسؤول عن الشراء على تحقيق أكبر فائدة للشركة بصرف النظر عن مصلحة المجهز	31.4	3.81	1.48
١٤.	يجب معاملة المجهزين الكبار معاملة تفضيلية	60.3	3.23	1.21

ثانياً- الاستنتاجات والتوصيات

استكمالاً لما جاء في الجانب النظري والتطبيقي نعرض أهم الاستنتاجات التي توصل إليها البحث وكذلك التوصيات المقترحة.

الاستنتاجات

١. هناك اهتمامات واسعة من قبل الباحثين بدراسة أخلاقيات العمل بشكلٍ عام وأخلاقيات الشراء بشكلٍ خاص، فضلاً عن اتفاق أكثر الباحثين على أهمية المعايير الأخلاقية والمهنية لوظيفة الشراء ودورها الحيوي في تعزيز موقف المنظمة الأخلاقي تجاه عملائها.
٢. عدم وضوح معالم السياسات الأخلاقية التي تعتمدها هذه الشركات في مجال وظيفة الشراء.
٣. وجود تباين في إدراك العاملين في الشراء لدى الشركات الصناعية المبحوثة نحو الممارسات اللاأخلاقية، إذ ينظر البعض إلى بعض المواقف السلوكية على أنها لا تمثل مشاكل أخلاقية، أما البعض الآخر فينظر إليها على أنها سلوكيات لاأخلاقية.
٤. وجود ضعف في إدراك العاملين في الشركات الصناعية نحو المسؤولية الاجتماعية تجاه المجهزين، إذ أشارت النتائج إلى وجود انخفاض في نسبة الذين يدركون الممارسات اللاأخلاقية تجاه المجهزين.

التوصيات

١. قيام الإدارة العليا بوضع المعايير الأخلاقية والمهنية القابلة للتطبيق من قبل العاملين في مجال الشراء من مدراء الشراء وموظفيهم والجهات الساندة لهم كافة.
٢. وضع سياسات مكتوبة تتعلق بالجوانب الأخلاقية والمهنية لوظيفة الشراء.
٣. تدريب موظفي الشراء بشكل دوري على الأنشطة الأساسية لوظيفة الشراء مثل التخطيط للمتطلبات واختيار المصدر والتسعير وتحليل التكلفة والتفاوض والعلاقة مع المجهزين على وفق المعايير الأخلاقية والمهنية.
٤. خلق ظروف عمل تقلل من الجوانب اللاأخلاقية كنظام الحوافز في مجال الشراء الذي يسمح بمكافأة العاملين عن الجهود التي يبذلونها بصورة مُرضية.
٥. توعية العاملين في مجال الشراء بأبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه المجهزين وعدم استغلالهم والإضرار بمصالحهم لحساب الشركة التي يعملون فيها.

المراجع

أولاً-المراجع باللغة العربية

١. لحلح، أحمد أحمد عبدالله، ٢٠٠٦، إدراكات مدراء الشراء في الشركات الصناعية لأخلاقيات الشراء، جامعة المنوفية، جمهورية مصر العربية.
٢. المعاضيدي، محمدعصام أحمد، ٢٠٠٥، أثر اخلاقيات العمل في تعزيز إدارة المعرفة، دراسة لآراء عينة من تدريسيي جامعة الموصل، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.

٣. نجم، نجم عبود، إدارة المعرفة، ٢٠٠٥، المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات، عمان، دار الوراق للنشر والتوزيع.

ثانياً- المراجع باللغة الاجنبية

1. Badenhorst, J.A. , 1994, "Unethical Behaviour in Procurement: A Perspective on Causes and Soluation", Journal of Business Ethics Material, Vol 13, No.9.
2. Carter, Craig R., 1998 "Ethical Issues in Globel Buyer- Supplier Relationships", Ph.D., University of Marland. June.
3. Daft, Richard., L. .2002, "Organization Theory And Design" 7th ed., South- Western Collge, United State.
4. Doblar, Donlad W.Iburt, David N. 1996, Purchasing And Supply Management, 6th ed, Tata McMcraw-Hill, New Delhi,.
5. Griffin , R. W. 1999, Management , Houghton Mifflin co. U.S.A.
6. Hayness, J., and Helms, Marilyn M., 1991, "An Ethical Framework For Purchasing Decisions" Management Decision, Vol. 29, No.1.
7. Lawrance, B.,and Gregory,B, 1996, "Perceptions of Ethicals Situations By Purchasing Managers, Aprelminary Explanation of Differences" Journal of Purchasing & Materials Management.
8. Madeson, P., and Shafritz, J.M., 1990, "Essential of Business Ethics" New York Penguin Books.
9. McCraken, Grailk ., and Callahan, Thomas, J., 1996, "Is There such a Thing as a Free Lunck" International Journal of Purchasing & Materials Management, vol.32,N0.1,.
10. Pitt, Leyland F. and Nel, Deon, 1988 "The Wears Merit-A Comparison of The Attitudes of Suppliers and Buyers to Corruption in Business" Industrials Marketing & Purchasing (IMP), Vol.3, No.1,.
11. Plank, Richard E., Plank. L F, 1994 "Values Driving Decisions in Questionable Purchasing Situations" International Journal of Purchasing & Materials Management, Vol.30,No.4.
12. Sailerno, D., 2004, "Ethics Survey offers Mixed Messages" Internal Auditor, United State.
13. Trawick, I., and Raymond,E Industrial Buyer the Evaluation Ethics of Salesperson, 1989, Gift Giving., Value of the Gift and Customer V\S. Prospect Status" Journal of Personal Selling & Sales Management (JPM), Vol.9, No.2.
14. Trevison, Richard E., 1986, "Developing A Statement of Ethics: A Case Study" Journal of Purchasing & Materials Management, Vol.22, No.3.
15. Turner L., Gregory B., 1994, "Ethics Policies and Gratuity Acceptance by Purchasers", International Journal of Purchasing & Materials Management, Vol.30, No.3.
16. Weihrich, H., And Koontz, H., 1993, "Management: A Global Perspective", New York. McMGraw-Hill.