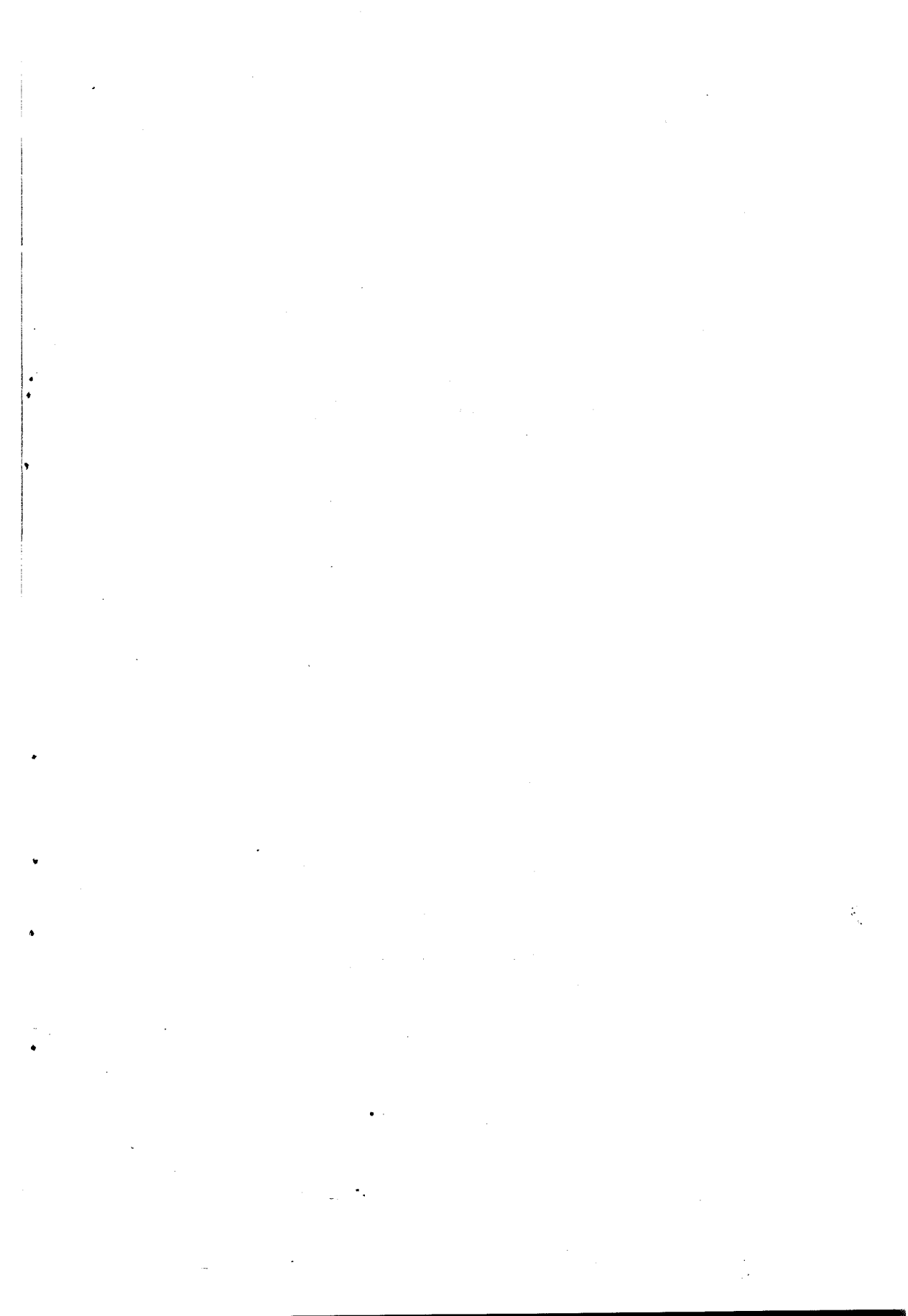


**العوامل المؤثرة على القرار الأخلاقي
في مجال التمويل**

دكتور
يسرى حسين خليفة



المقدمة:

على الرغم من الاهتمام الكبير بدراسة الأخلاقيات في العديد من العلوم الاجتماعية، إلا أن الاهتمام بها في مجال علم إدارة الأعمال قد جاء متأخراً، حيث بدأ الاهتمام بدراسة أخلاقيات الأعمال مع بدايات النصف الثاني من القرن الماضي، ولعل ذلك يعود بالدرجة الأولى إلى حداثة علم الإدارة من ناحية- وذلك مقارنة بالعلوم الاجتماعية الأخرى- بالإضافة إلى حداثة الاتجاه الذي يركز على الجوانب السلوكية غير الكمية في مجال اتخاذ القرارات من ناحية أخرى.

إن اهتمام الباحثين بدراسة الأخلاق بصفة عامة وأخلاقيات الأعمال بصفة خاصة يأتي من اعتبار أن القيم الأخلاقية عنصراً أساسياً من عناصر وجود المجتمع وبقائه، ومقوماً جوهرياً من مقومات كيانه وشخصيته، فلا يستطيع أي مجتمع أن يبقى ويستمر دون أن تحكمه مجموعة من القوانين والقواعد والضوابط التي تنظم علاقات الأفراد بعضهم ببعض، وتكون لهم بمثابة المعايير المعتمدة في توجيه سلوكهم وتقويم انحرافاتهم.

وتشير أخلاقيات الأعمال إلى تلك القواعد التي تتعلق بالسلوك التنظيمي الصحيح أو غير الصحيح وذلك في إطار بيئة المنظمة، بحيث تساعد هذه القواعد المدير على تحديد أي من المبادئ الأخلاقية التي يجب أن يتبناها في الظروف التي تواجهه والتي تحتم عليه اتخاذ قرار ما، ومن ثم يمكن القول أن الأخلاق بصفة عامة تعبر عن مجموعة من القواعد التي تحكم السلوك الصحيح والسلوك غير الصحيح، وبالتالي يمكن النظر إلى أخلاقيات الأعمال باعتبارها حكم أخلاقي فردي في سياق قرار الأعمال.

(*) استاذ مساعد بقسم إدارة الأعمال - كلية التجارة جامعة القاهرة.

وفي هذا الصدد يوضح Robin & Reidenbach, 1987 أن هناك أختلاف أساسي في المعنى بين المسؤولية الاجتماعية والأخلاقيات، حيث أن الأولى ذات ارتباط بالعقد الاجتماعي بين أنشطة الأعمال والمجتمع الذي تعمل فيه، بينما الاخلاقيات - على العكس- تتطلب من الشركة أو النظام أو الأفراد أن يهتموا بالقواعد الخاصة بالفلسفة الأخلاقية، وقد يؤدي كل من المفهومين إلى نفس المحتوى وفي مواقف عدة. والقرار الأخلاقي له مجموعة من الملامح وهي: عدم الضرر بمصالح الآخرين، الحكم الأخلاقي، وعدم تغليب الاعتبارات المالية على الاعتبارات الإنسانية. [٢]

إن اتخاذ القرار بناءً على معايير وقواعد أخلاقية - وهو ما يعرف بالقرار الأخلاقي- يعد أحد الموضوعات التي احتلت قدراً كبيراً من الأهمية في مراجع أخلاقيات إدارة الأعمال خلال العقود الأخيرة. ولقد قدم عدداً من الباحثين نماذج نظرية متنوعة وذلك بقصد التفسير والتنبؤ بالمراحل التي يقوم من خلالها المدير بعملية صنع القرار الأخلاقي، وتتراوح هذه النماذج من نموذج تفاعل الفرد - الموقف Situational-Individual Interaction Model والذي قدمه Trevino, 1986 إلى الإطار الشرطي Contingency Fram Work الذي قدمه Ferrell & Giresham, 1985 [١٢].

ولقد توالى سلسلة من فضائح الأخلاقيات المرتبطة بالمجال المالي خلال الفترة الأخيرة - خاصة بالنسبة لشركات ذات سمعة كبيرة مثل Worldcom, Arthur Anderson, Enron - لكي تؤكد على أن موضوع أخلاقيات الأعمال في مجال التمويل أصبح محل اهتمام ليس فقط من جانب صانعي السياسة العامة بل أيضاً من جانب الإداريين والباحثين والمنظمات على حد سواء. ومن هنا جاءت هذه الدراسة لكي تتعرف على سلوك متخذ القرار الأخلاقي في مجال التمويل مع معرفة أهم العوامل المؤثرة على هذا السلوك، وبناءً على ذلك فقد تم تنظيم عرض محتويات الأجزاء التالية من هذه الدراسة على النحو التالي:

- مشكلة الدراسة.

- أهمية الدراسة.

- أهداف الدراسة.

- الإطار النظري للدراسة.
- العوامل المؤثرة على القرار الأخلاقي.
- فروض الدراسة.
- منهج الدراسة.
- عرض وتحليل نتائج الدراسة.
- الاستنتاجات والتوصيات.

مشكلة الدراسة:

يواجه المدير في عالم اليوم العديد من التغيرات والتحويلات في كافة المجالات، ولا شك أن هذه التغيرات تلقي بظلال من الصعوبة على عملية الاختيار ما بين الصواب والخطأ، الأمر الذي يترتب عليه اتساع المنطقة الرمادية أمام المدير، خاصة وأن الكثير من المشكلات التي تواجه المدير هي مشكلات ذات طبيعة أخلاقية أو لها بعداً أخلاقياً.

إن المدير يتعامل يومياً مع العديد من المشكلات التي تتطلب منه اتخاذ قرارات بشأنها، وبعض هذه القرارات تتطلب من المدير أن يتحلّى بالأمانة واحترام النظام، ومع هذا الوضوح فإنه يلاحظ أن بعض المديرين لا يتصرفون كما ينبغي وذلك لأسباب مختلفة منها عدم ارتياحهم من وضع ما أو عدم شعورهم بأهميته أو ضعف إرادتهم، وهناك طائفة من المديرين يرون أن قضية الأخلاق لا يجب التوقف عندها أو الحديث عنها إما باعتبار أنها تكتسب خلال مرحلة الطفولة ومراحل الحياة اللاحقة لها ولذلك فلا داعي لاستحضارها، وإما بسبب حساسية الموضوع والاتجاه نحو عدم مناقشته.

تشير التحقيقات عقب انتهاء الكساد العظيم في نهاية العشرينات من القرن الماضي إلى وجود ممارسات غير أخلاقية قد وقعت من الأطراف المتعاملة وكان لها أثراً كبيراً في حدوث الأزمة، وعلى الرغم من صدور العديد من القوانين والتشريعات التي تحكم العلاقات بين الأطراف المختلفة بقصد تضييق الفرصة أمام ظهور المزيد من الممارسات غير الأخلاقية، إلا أنها ظلت موجودة بل وبشكل أكبر وعلى نطاق أوسع.

مما سبق يتأكد لنا أهمية دور الأخلاقيات وضرورة وجود مبادئ أخلاقية واسعة القبول بين الممارسين في مجال التمويل يمكن الاستناد عليها من أجل اتخاذ قرار سليم ومقبول بدلاً من الاعتماد على التفضيلات الشخصية لمتخذ القرار، ومن هذا المنطلق يمكن صياغة مشكلة الدراسة في الأسئلة التالية:

١- ما هو السلوك المتوقع من جانب المدير المالي تجاه المشكلات ذات الطابع الأخلاقي؟

٢- ما هي درجة الصعوبة التي يمكن أن تواجه المدير المالي عند اتخاذ قرار بشأن المشكلات ذات الطابع الأخلاقي؟

٣- هل هناك اختلافات في القرار الأخلاقي يمكن إرجاعها إلى خصائص المدير المالي؟

٤- هل هناك اختلافات في القرار الأخلاقي يمكن إرجاعها إلى خصائص الموقف المحيط بالمدير المالي؟

٥- هل هناك اختلاف بين المديرين الماليين بشأن الوسائل التي تساعد على اكتساب السلوك الأخلاقي؟

وسوف تتم الإجابة على تساؤلات هذه الدراسة من خلال ثلاث محاور؛ يتطرق المحور الأول إلى المراجعة النظرية لمفاهيم الدراسة، ويرتبط المحور الثاني بأسلوب ومنهجية الدراسة، أما المحور الثالث فإنه يتناول تحليل نتائج الدراسة ومناقشتها.

أهمية الدراسة:

إن الاهتمام بالقضايا الأخلاقية في المجتمع المالي قد أخذ في التزايد خلال الفترة الأخيرة خاصة عقب الفضائح المالية والمحاسبية في العديد من الشركات حيث تزايدت الصيحات بشأن ضرورة وجود مناهج وبرامج متعلقة بالأخلاقيات خاصة على مستوى الكليات والجامعات والتي كثيراً ما تتعرض لضغوط من جانب قطاع الأعمال والصناعة، مهنة المحاسبة، مؤسسات الاعتراف Accreditation Agencies بأن تتضمن مناهجها الدراسية موضوع الأخلاق. وعلى مستوى الممارسين فقد أصدرت جمعية إدارة الاستثمار

والبحوث (AIMR) The Association for Investment Management and Research ميثاق الأخلاق ومعايير الممارسة وذلك بإحدى عشرة لغة.

وعلى الرغم من وجود عدد من الدراسات في المكتبة العربية حول موضوع السلوك الأخلاقي في مجالات العلوم المختلفة مثل علم الاجتماع وعلم النفس والتربية، إلا أن هذا الموضوع لم ينل حقه الكافي في مجال إدارة الأعمال، إذ كان التركيز - في ظل هذا القليل - على السلوك الأخلاقي في مجال الوظيفة العامة الحكومية أو في مجال التسويق والإعلان دون أن يكون هناك اهتمام بدراسة السلوك الأخلاقي والعوامل المحددة له في مجال التمويل. لذلك تأتي هذه الدراسة لتساهم بشكل متواضع في إغناء هذا المجال من البحوث والدراسات المتعلقة بالقرار الأخلاقي في مجال التمويل.

أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف الدراسة فيما يلي:

- 1- إلقاء الضوء على أهمية السلوك الأخلاقي لدى المدير المالي، ودرجة الصعوبة التي يمكن أن تواجه المدير المالي عند التعامل مع المشكلات ذات الطابع الأخلاقي.
- 2- التعرف على محددات القرار الأخلاقي لدى المدير المالي، سواء كانت هذه المحددات تتعلق بخصائص المدير المالي أو بخصائص الموقف المحيط به.
- 3- تحديد أكثر الأساليب التي يمكن أن تساهم في اكتساب السلوك الأخلاقي من وجهة نظر المدير المالي.

الإطار النظري للدراسة:

يشير البعض إلى الأخلاق باعتبارها أداة للتمييز بين ما هو صواب وما هو خطأ فيما يتعلق بتصرفات الأفراد بغض النظر عن المصلحة الذاتية أو النتائج الفورية التي يمكن أن تنتج عن تلك التصرفات. وهناك من يرى أن كلمة القيم هي مرادفة لكلمة الأخلاق، ونتيجة للتشابه بين المعنيين فإن القيم غالباً ما تقترن بالأخلاق فيما يعرف بالقيم

الأخلاقية Ethical Values؛ وهي التي ترسم معايير الخير والشر وتبين متى يكون الفعل أو الشيء خيراً ومتى يكون شراً. أما مفهوم الأخلاق المهنية Professional Ethics فإنه يشير إلى المبادئ والمعايير التي تعتبر أساساً لسلوك أفراد مهنية معينة والتي يتعهد أفراد المهنة بالالتزامات. ومما سبق يمكن القول أنه لا يوجد تعريف موحد متفق عليه بشأن الأخلاق وذلك لارتباطها بالأفراد وما يتميزون به من اختلافات في الشخصية والقيم والاهتمامات، وأنه لا يمكن أن نتجاهل أهمية الأخلاق لمن يشغل عملاً إدارياً بشكل عام وللمدير المالي على وجه الخصوص.

وعلى قدر تنوع الأنشطة والأدوار المالية في الواقع العملي تتعدد الحاجة إلى الأخلاقيات في مجال التمويل، وهنا يشير Boatright، 1999 إلى ثلاث مجالات توضح أهمية الحاجة إلى الأخلاقيات في مجال التمويل والتي تتمثل فيما يلي [8]:

١- الحاجة إلى الأخلاقيات في مجال الأسواق المالية، حيث أن المعاملات في تلك الأسواق يجب أن تتم بشكل نموذجي وفي ظل افتراض مسبق بشأن وجود قواعد أخلاقية معينة تحرم عمليات الخداع والتلاعب في الأسعار وتقوم على العدالة. ونظراً لأن التعامل مع الأسواق المالية يقوم من خلال عقود مالية يتم تنفيذها من خلال وسطاء، فإن الأسواق المالية عرضة لوجود الممارسات غير الأخلاقية بسبب انتهازية بعض هؤلاء الوسطاء.

٢- الحاجة إلى الأخلاقيات في مجال الخدمات المالية، وذلك نظراً لأن القائمين على الخدمات المالية مطالبون بتقديم وتطوير منتجات مالية تشبع احتياجات العملاء، ويتم تسويقها بطريقة مسؤولة وبعيدة عن أساليب البيع الخادعة والقسرية. إن مؤسسات الخدمات المالية مطالبة بتكوين سمعة جيدة بشأن السلوك الأخلاقي وذلك لاكتساب ثقة العملاء خاصة إذا نظرنا إلى بعض الوسطاء مثل سمسار الأسهم أو وكيل التأمين باعتبارهم ليسوا مجرد منفذي طلبات أو بائعين متجولين في بيئة تضم بائع ومشتري، ولكن يجب النظر إليهم على أنهم أطراف تقدم مهارات ومعلومات معينة تعود بالنفع على الآخرين. إن بعض مقدمي الخدمات المالية يمكن وصفهم بأنهم مهنيين عليهم واجبات مهنية محددة مثل غيرهم من

المهنيين مثل الأطباء والمحامين، وأن آداب المهنة تفرض عليهم الالتزام والمحافظة على أداء الواجبات، مع تجنب التعارض في المصالح ودعم أهداف المهنة.

٣- الحاجة إلى الأخلاقيات من جانب مسئولي التمويل بالمنظمات، حيث توجد العديد من الممارسات غير الأخلاقية من جانب هؤلاء المسؤولين منها على سبيل المثال إقدام المدير المالي في إحدى الشركات على المبالغة في تقدير عائد أحد المشروعات بقصد تحقيق مكاسب من وراء قبوله، أو قيام أحد بنوك الاستثمار بتقديم رشوة لموظفي المحليات للحصول على فرصة تقديم ضمان الاكتتاب بشأن عرض سندات المحليات. أن المنظمات في هذه الحالة مضطرة إلى التعامل مع هذه الممارسات وذلك بتقديم وتطوير اجراءات وسياسات لمواجهة مثل هذه الممارسات.

ويشير هندي، ١٩٩٣ إلى وجود العديد من الممارسات غير الأخلاقية في الأسواق المالية والتي تسببت في حدوث انهيارات عديدة في تلك الأسواق، ومن بين تلك الممارسات البيع الصوري، الاحتكار، استغلال ثقة العملاء، واتفاقيات التلاعب. ولمواجهة تلك المثالب صدرت العديد من التشريعات تستهدف وضع حد لتلك الممارسات كما تستهدف وضع قواعد تحكم العلاقات بين الأطراف المختلفة بشكل يضيق الفرصة أمام ظهور المزيد من أشكال الممارسات غير الأخلاقية [٣]. وهنا تثار عدة تساؤلات: هل هناك شيء ما في مجال التمويل يشجع على الممارسات غير الأخلاقية؟ هل أصبحت المهنة بشكل عام لها سمعة سيئة بسبب بعض الحالات الفردية؟ إن الإجابة على هذه التساؤلات يجعلنا نفكر في أن الأمر أكبر من مجرد سن القوانين والتشريعات، وما أكثرها في المجال المالي. وهنا يطرح Boatright, 1999 السؤال التالي: لماذا تعتبر القوانين غير كافية في المجال المالي؟ إن الإجابة على هذا السؤال تتركز فيما يلي [٨]:

١- إن القانون يعتبر بمثابة مادة خام وبالتالي فهو لم يعد لكي يلائم تنظيم كافة مظاهر الأنشطة المالية خاصة تلك التي لا يمكن إخضاعها لقواعد دقيقة.

٢- أن القانون غالباً ما يتم تطويره كرد فعل للأنشطة والممارسات التي يمكن اعتبارها غير أخلاقية، وبالتالي من غير المتوقع دائماً أن يسبق التشريع مثل هذه الممارسات.

٣- إن وجود القانون فقط ليس كافياً فحسب بل هناك ضرورة لوجود قوة دافعة ذاتية من جانب الأفراد والمنظمات والأسواق تضمن وجود السلوك الأخلاقي في التعامل.

إن دراسة القرار الأخلاقي في مجال التمويل - وغيره من مجال الأعمال - يتطلب ضرورة التعرف على تأثير الفلسفات الأخلاقية Moral Philosophies على متخذ القرار، وفي هذا الصدد يشير Ferrel & Gresham, 1985 إلى الفلسفات الأخلاقية هي بمثابة جزء من البناء الأساسي لعملية صنع القرار الأخلاقي، إذ أنها تقدم معايير للحكم على التصرف ومفاهيم القائم بالتصرف وكذلك نتائج التصرف [١٨].

ويرى Schlenker & Forsyth, 1977 أن الاختلافات الفردية باعتبارها مؤشر على الحكم الأخلاقي يمكن وصفها من خلال بعدين أساسيين للفلسفات الأخلاقية الشخصية وهما الأخلاق المطلقة Idealism والأخلاق النسبية Relativism [١٨]. ويشير Forsyth, 1992 إلى أن هذين البعدين المختلفين للفلسفات الأخلاقية الشخصية هما أساس هام في عملية اتخاذ القرارات الأخلاقية في مجتمع الأعمال [١٨].

يشير البعد الأول - الأخلاق المطلقة - إلى الدرجة التي يلتزم عندها الفرد بالثوابت الأخلاقية عند القيام بالأحكام الأخلاقية، بمعنى أن الأفراد الذين ينتمون إلى الأخلاق المطلقة يعتقدون أنه من الممكن دائماً أخذ المسار الأعلى. وكما أوضح Forsyth, 1992 أن الأفراد ذوي الأخلاق المطلقة يرون أن الآخرين ذوي الضرر يجب تجنبهم دائماً. أما البعد الثاني - الأخلاق النسبية - فإنه يشير إلى الدرجة التي يرفض من خلالها الفرد قواعد الأخلاق العامة عندما يقوم باتخاذ قرارات أخلاقية، وبناءً على رأي Forsyth, 1992 فإن الأفراد ذوي الأخلاق النسبية العالية يميلون إلى تقييم التصرفات الأخلاقية بعد

الأخذ في الاعتبار طبيعة الموقف والأفراد في هذا الموقف، وبعبارة أخرى فإن الأفراد الذي ينتمون إلى الأخلاق النسبية يعتقدون أن المواقف أكثر أهمية من قواعد الأخلاق وذلك عند القيام بالحكم الأخلاقي [١٨].

ويؤيد الدليل التجريبي في مجال التسويق من خلال دراسة Vitell et.al., 1993 أن الأفراد ذوي الأخلاق المطلقة يميلون إلى إظهار أمانة واستقامة أعلا [١٨]. كما يؤكد Vitell & Singhapakdi, 1993 على أن هؤلاء الأفراد هم ذوي مستوى أعلى من المعايير الأخلاقية والقواعد والأدلة الإرشادية المسبقة للسلوك وأيضاً ذوي أحكام أخلاقية أعلا. أما الأفراد ذوي الأخلاق النسبية فإنهم يميلون إلى إظهار أمانة واستقامة أقل من نظائرهم. ويمكن تفسير هذا الاختلاف في السلوك بأن الاعتقاد في الثوابت الأخلاقية يقلل من احتمال الانتهاكات الأخلاقية، وأن الأفراد ذوي الأخلاق النسبية يعتبرون القضايا الأخلاقية بشكل عام أقل أهمية مقارنة بالأفراد ذوي الأخلاق المطلقة [١٨].

وقد قام Forsyth, 1992 باستخدام بعدي الأخلاق المطلقة والأخلاق النسبية في إعداد تصنيف يمثل أربعة أيدولوجيات أخلاقية للفرد هي [١٤]:

- ١- الأيدولوجية الموقفية Situations (أخلاق مطلقة أعلا - أخلاق نسبية أعلا).
- ٢- الأيدولوجية المطلقة Absolutist (أخلاق مطلقة أعلا - أخلاق نسبية أقل).
- ٣- الأيدولوجية الشخصية Subjectivist (أخلاق مطلقة أقل - أخلاق نسبية أعلا).
- ٤- أيدولوجية الاستثناء Exceptionist (أخلاق مطلقة أقل - أخلاق نسبية أقل).

وقد أشار الدليل التجريبي في مجال التمويل - وهو قليل في هذا المجال - من خلال دراسة Chen, 2005 إلى أن ممارسي التمويل هم من ذوي أيدولوجية أخلاقية مطلقة حيث من المتوقع أن يتصرفوا بشكل أكثر صرامة في مجالات العمل وذلك مقارنة بأصحاب الأيدولوجيات الأخرى [١٥].

وإذا كان الدليل التجريبي يشير إلى وجود اختلافات في القرار الأخلاقي على مستوى الأفراد فإن الوضع مختلف على مستوى المنظمات، وهذا ما أكدته دراسة Gray et.al., 2005 والتي تناولت دراسة ستين من صناديق الاستثمار الأوروبية من أربعة أقطار وذلك باستخدام مقياس أداء مختلفة. وقد تمت المقارنة بين أداء ثلاثين من الصناديق الأخلاقية - وهي تلك الصناديق التي لا تمتلك أسهم في الشركات التي تعمل في مجال صناعة الكحوليات، الفن الإباحي، التبغ، والشركات ذات تاريخ بيئي ضعيف، وما عدا ذلك تعتبر صناديق غير أخلاقية - مع ثلاثين من الصناديق غير الأخلاقية. وعلى الرغم من أن أداء جميع الصناديق كان أقل من محافظ مستهدفة Benchmarks تم قياسها بناءً على مقياس Jensen، إلا أن أدائهم كان مشابه لمحافظ سوق مستهدفة عندما تم تطبيق مقياس أداء معدلة بالخطر. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أنه لا يوجد فرق معنوي بين أداء الصناديق الأخلاقية وغير الأخلاقية بناءً على مقياس الأداء المطبقة، ولم يظهر أي نوع من الصناديق أي قدرة على التوقيت السوقي. وأخيراً أشارت نتائج الدراسة إلى أن أتعاب الإدارة هي متغير تفسيري معنوي بناءً على مقياس Jensen [١٥].

وبالإضافة إلى وجود اختلافات في القرار الأخلاقي على مستوى الفرد والمنظمة فإن دراسة O'Higgins & Kelleher, 2005 تشير إلى وجود اختلاف على مستوى الوظيفة حيث بينت النتائج أن مديري الموارد البشرية أكثر رفضاً للممارسات غير الأخلاقية وذلك مقارنة بكل من مديري التمويل والتسويق، وأن مديري التمويل أكثر رفضاً لهذه الممارسات من مديري التسويق. وقد أرجعت الدراسة هذه النتائج إلى أن طبيعة وظيفة الموارد البشرية تقتضي التركيز على التعامل مع الأفراد ومفاهيم العلاقات بين الأفراد داخل العمل الأمر الذي يجعل القائمين عليها على وعي بالقضايا الأخلاقية المعقدة داخل العمل، بينما يهتم القائمون على وظيفة التمويل بالتطبيق الروتيني للقواعد والقوانين، أما مديري وظيفة التسويق فهم يعملون تحت ضغط تحقيق نتائج إيرادية الأمر الذي قد يدفع البعض منهم إلى الوقوع في الممارسات غير الأخلاقية، يضاف إلى ما سبق وجود اختلافات في الخبرة، الأهداف، إدراك المشاكل الأخلاقية، وطبيعة الطلب على الوظائف المختلفة [١٧].

إن تناول القرار الأخلاقي على مستوى وظيفة التمويل يقتضي التعامل مع مجموعة من القضايا الهامة في مجال التمويل، ويأتي في مقدمة هذه القضايا ضرورة التعرف على البعد الأخلاقي بشأن هدف تعظيم ثروة الملاك، مشكلة التعامل بناءً على معلومات داخلية Insider Information، ومشكلة الوكالة.

يشير Dufrene & Wong, 1995 إلى وجود انتقاد من جانب المهتمين بأخلاقيات الأعمال إلى نظرية التمويل والتي غالباً ما تدافع عن هدف تعظيم ثروة الملاك والذي يحمل في طياته تحقيق مصلحة الملاك على حساب أطراف أخرى من أصحاب المصلحة [11]. إن الرد على هذا الاتهام يتطلب ضرورة النظر بعناية إلى موقف الملاك الذين يمثلون مصدر رأس المال بالنسبة للمنشأة ويتحملون العديد من المخاطر والتي من أبرزها الحصول على الدخل والنصيب المنتقي، بالإضافة إلى أنه في حالات الفشل المالي فإن أكثر طرف يعاني هم الملاك وذلك فيما يتعلق برد الفعل المعاكس على سعر السهم وكذلك التخفيض أو المنع المحتمل بشأن توزيعات الأرباح، وبالتالي يمكن النظر إلى هدف تعظيم ثروة الملاك على أنه آلية للمساعدة في تقليل مخاطر الملاك وحماية لكل من الملاك والأطراف الأخرى على السواء وليس وسيلة لاستغلال هذه الأطراف.

إن هدف تعظيم ثروة الملاك لا يعني بالضرورة أن تتحقق هذه الثروة على حساب الأطراف الأخرى، وفي هذا الصدد يشير هندي، ٢٠٠٤ إلى أن المنشأة يمكنها أن تتخلى عن هدف التعظيم Maximizing في الأجل القصير وتكتفي بتحقيق زيادة مرضية Satisfactory الأمر الذي يتيح الفرصة لمشاركة الأطراف الأخرى في هذه الثروة مما يفجر طاقاتها وإبداعاتها بالشكل الذي يحقق هدف تعظيم ثروة الملاك في الأجل الطويل ويحقق للأطراف الأخرى نصيباً في هذه الثروة [٤]. وبناءً على ما سبق يمكن القول أنه لا يوجد تعارض بين هدف تعظيم ثروة الملاك باعتباره هدف شرعي للمنشأة والاعتبارات الأخلاقية في مجال التمويل.

بالنسبة إلى قضية التعامل بناءً على معلومات داخلية فإن هناك اتفاق بشأن أن استخدام هذه المعلومات يمثل صورة غير قانونية وغير أخلاقية. وفي هذا الصدد قام Abdolmhamadi & Sultan, 2002 باستخدام أسلوب محاكاة لسوق الأسهم وذلك بقصد دراسة التفكير والسلوك الأخلاقي لعينة من طلاب المحاسبة والتمويل وذلك عندما توجد هناك معلومات داخلية، وفي إطار هذه الدراسة تم تقديم معلومات داخلية إلى المجموعة التجريبية في منتصف المحاكاة وتم إبلاغ أعضائها بأن استخدام المعلومات الداخلية هو عمل غير قانوني وربما يكون غير أخلاقي، وفي نفس الوقت لم تتسلم المجموعة الضابطة مثل هذه المعلومات. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى عدم وجود اختلاف بين المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة بشأن التفكير والسلوك الأخلاقي، ومع ذلك فإن المجموعة الجزئية من المجموعة التجريبية والتي استخدمت المعلومات الداخلية في تداول الأسهم كانت ذات تفكير وسلوك أخلاقي أقل وبشكل معنوي وذلك مقارنة بباقي أعضاء المجموعة التجريبية والذين لم يستخدموا المعلومات الداخلية في تداول الأسهم، وبالتالي خلصت الدراسة إلى أن الأفراد ذوي المستويات الأعلى من التفكير والسلوك الأخلاقي هم أقل احتمالاً بشأن استخدام المعلومات الداخلية في تداول الأسهم، وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بالتدقيق في اختيار المتقدمين للعمل في مجال الوساطة المالية خاصة فيما يتعلق بالتفكير والسلوك الأخلاقي [٧].

تشير علاقة الوكالة إلى وجود عقد يقوم بموجبه واحد أو أكثر من الأفراد (الأصيل) بتعيين واحد أو أكثر (الوكيل) لكي ينجز بعض الأعمال والخدمات بالنيابة عنه، ويتطلب ذلك قيام الأصيل بتفويض الوكيل باتخاذ بعض القرارات. وتتسأ مشكلة الوكالة من تعرض الأصيل لخسارة نتيجة أخلاق وتصرفات الوكيل وعدم بذله العناية الكافية لتعظيم عائد الأصيل، وما يزيد من فرص حدوث هذا الأمر هو أن الأصيل ليس لديه وسائل الرقابة المباشرة لقياس مجهودات الوكيل، كما أن الأخير هو الذي يقدم إليه المعلومات. وقد تميز عقد التسعينيات من القرن الماضي بوجود تحول في آليات تعويض وحوافز الوكيل حيث تحولت من كونها تعويضاً نقدياً إلى تعويض من خلال الأسهم، وهنا يرى البعض أن التفجر المفاجئ لفضائح الشركات وما يتصل بها من مخالفات مالية مع

بدايات القرن الحالي يعود بالدرجة الأولى إلى صورة الحوافز والتعويضات الإدارية أكثر منها تدهور في الأخلاق [٥].

إن ظهور قضايا الفساد والأزمات المالية الكبرى قد مهد لزيادة الاهتمام بمفهوم حوكمة الشركات Corporate Governance والذي يقوم بشكل أساسي على الاعتبارات الأخلاقية، وهنا يرى حماد، ٢٠٠٥ أن حوكمة الشركات تقوم على ثلاث ركائز أساسية هي [١]:

- ١- السلوك الأخلاقي: أي ضمان الالتزام السلوكي من خلال:
 - الالتزام بالأخلاقيات الحميدة.
 - الالتزام بقواعد السلوك المهني الرشيد.
 - التوازن في تحقيق مصالح الأطراف المرتبطة بالمنشأة.
 - الشفافية عند تقديم المعلومات.
 - القيام بالمسئولية الاجتماعية والحفاظ على بيئة نظيفة.
- ٢- الرقابة والمساءلة: تفعيل أدوار أصحاب المصلحة في نجاح المنشأة والتي تشمل:
 - أطراف رقابية عامة مثل هيئة سوق المال، البورصة، البنك المركزي في حالة البنوك.
 - أطراف رقابية مباشرة مثل المساهمون، مجلس الإدارة، المراجعون الداخليون والخارجيون.
 - أطراف أخرى مثل الموردون، العملاء، المستهلكون، المودعون، المقرضون.
- ٣- إدارة المخاطر: وتتضمن:
 - وضع نظام لإدارة المخاطر.
 - الإفصاح وتوصيل المخاطر إلى المستخدمين وأصحاب المصلحة.

نخلص مما سبق إلى أن هناك حاجة ملحة إلى دراسة السلوك الأخلاقي لدى المدير المالي، وأن تعدد القوانين في المجال المالي لا يعد ضماناً كافياً لتأكيد وجود الممارسات

الأخلاقية في مجال التمويل، وأنه لا يوجد هناك تعارض بين أبعاد الوظيفة المالية والأخلاق.

العوامل المؤثرة على القرار الأخلاقي:

تشير الدراسات التطبيقية التي تمت في هذا المجال إلى أن نماذج صنع القرار الأخلاقي تصنف العوامل المتوقع أن تؤثر على سلوك متخذ القرار إلى مجموعتين؛ المجموعة الأولى تشمل مجموعة العوامل المرتبطة بالفرد متخذ القرار، أما المجموعة الثانية فإنها تضم مجموعة العوامل المتعلقة بالبيئة أو الموقف الذي يقوم فيه الفرد باتخاذ القرار. وفيما يلي استعراض لأهم هذه العوامل:

أ - مجموعة العوامل المرتبطة بالفرد متخذ القرار:

تضم هذه المجموعة كافة العوامل المرتبطة بشكل واضح بالفرد متخذ القرار، وبالتالي فإن هذه العوامل تشمل تلك المتغيرات المتعلقة بالميلاد (مثال: السن - النوع - الجنسية - ...) وكذلك أيضاً العوامل الناتجة عن التطور الإنساني والتفاعل الاجتماعي (مثال: الشخصية - الاتجاهات - القيم - الدين - الوظيفة - ...)، وبالتالي فإن هذه العوامل تمثل المحصلة النهائية لظروف الميلاد وخبرات الحياة التي تصاحب الفرد في عملية صنع القرار. وسوف يتم استعراض العوامل الأكثر تكراراً في الدراسات التطبيقية التي تمت في هذا المجال.

١ - السن:

يمثل السن أحد العوامل الهامة التي تؤثر على الأيدولوجية الأخلاقية والسلوك الأخلاقي الواقعي، وفي هذا الصدد يرى كل من Dawson, 1997; Serwinek, 1992 أن مرور العمر يجعل الفرد أكثر تحفظاً في اتجاهاته ومعتقداته، يضاف إلى ذلك أن الأفراد الأكبر سناً غالباً ما يكونوا في مراكز وظيفية آمنة ومرموقة ولا توجد لديهم رغبة في أن يعرضوا أنفسهم للخطر وذلك بارتكاب تصرفات غير أخلاقية تكون خسارتهم فيها عالية. كذلك يشير Singhapakdi, et. al., 1999 إلى أن الأفراد الأكبر سناً هم أكثر مثالية من صغار السن إذ أن اهتماماتهم تنصب ناحية إسعاد الآخرين [١٤].

ويمكن الاستفادة أيضاً من نظرية التطور الذهني المعنوي Cognitive moral development التي قدمها Kolberg, 1979 في تفسير دور المراحل العمرية على السلوك الأخلاقي، إذ أن هذه النظرية تشير إلى أن أحكام ومعتقدات الفرد تتغير تجاه ما هو أخلاقي وغير أخلاقي مع التقدم في العمر، ومع المرور خلال مراحل الحياة المختلفة وما فيها من تجارب وخبرات وزيادة في المعرفة [١٦].

ومن خلال المراجعة التي قام بها Ford & Richardson, 1994 تبين أن هناك نتائج مختلفة بشأن تأثير العمر على السلوك الأخلاقي حيث أشارت نتائج دراسة Browning & Zabriskie, 1983 إلى أن مديري المشتريات الأصغر سناً لديهم وجهة نظر أخلاقية أكثر مقارنة بالمديرين الأكبر سناً، على الجانب الآخر فقد وجد Ruegger & King, 1992 أن الطلاب الأكبر سناً هم أكثر أخلاقيات مقارنة بالطلاب الأصغر سناً [١٢].

٢ - النوع:

يمثل عامل النوع أحد العوامل الديموجرافية الهامة والذي ورد دراسته في العديد من الأبحاث التطبيقية المتعلقة بالسلوك الأخلاقي حيث يشير العديد من الباحثين إلى أن النساء أكثر حساسية للقضايا الأخلاقية من الرجال، وفي مجال العلاقة بين الأيدولوجية الأخلاقية والنوع يشير Bass et. al., 1998 إلى أن النساء أكثر أخلاقيات مطلقة وأقل نسبية مقارنة بالرجال [١٤].

وفي دراسة شملت ستة عشر جامعة في الولايات المتحدة وجد Peterson et. al., 1991 أن الطالبات أكثر اهتماماً نسبياً بقضايا أخلاقيات الأعمال مقارنة بالطلبة، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة Ruegger & King, 1992 بشأن أن الطالبات في كليات إدارة الأعمال أكثر أخلاقاً من نظائرهن الطلاب وذلك عند تقييم مواقف أعمال افتراضية مختلفة. وقد وجد أيضاً Gaedeke et. al., 1992 أن هناك اختلاف معنوي بسبب النوع فيما يتعلق بإدراك مجموعة من العناصر المرتبطة بالأخلاقيات في مجال التسويق، وعلى سبيل المثال فقد تبين أن الطالبات يوافقن بشكل أكثر قوة على أن تكون هناك مساءلة

لمديري الأعمال بشأن السلوك الأخلاقي، وأن الاعتبارات الأخلاقية يجب أن تكون جزء
مكمل لعملية التخطيط الاستراتيجي في مجال التسويق [١٨].

كذلك كشفت دراسة Whipple & Wolf, 1991 لعينة من طلاب التسويق عن أن
الرجال أقل إدانة من النساء بالنسبة لممارسة الأعمال المشكوك فيها، أيضاً قرر
Singhapakdi & Vitell, 1994 في دراسة تمت على أعضاء جمعية التسويق الأمريكية
(AMA) أن الرجال أقل من حيث الأخلاقيات المطلقة والنسبية مقارنة بالنساء، وقد تم
تفسير ذلك بأن هناك اعتقاد لدى الرجال بأنه إذا كان من غير الممكن تجنب الخداع فإنه
من الممكن أخذ الاحتياطات. وفي دراسة مسحية شملت ٤٠٣ من طلاب مرحلة
البكالوريوس بشأن مشاكل أخلاقية مفترضة وجد Malinowski & Berger, 1996 أن إجابات
الطالبات أكثر أخلاقاً من الطلبة، وأيدت ذلك نتائج دراسة Loe & Weeks, 2000 حيث
كشفت عن أن الطالبات يفكرن عند مستويات أخلاقية أعلى مقارنة بالطلبة [١٨].

أيضاً جاءت دراسة Fritzsche, 1988 لكي تؤكد على أن النوع يمثل عامل معنوي
بشأن التأثير على السلوك الأخلاقي، وأن الرجال أقل احتمالاً أن يدفعوا رشوة مقارنة
بالنساء، بينما هم أيضاً - أي الرجال - أكثر احتمالاً من أن يطلبوا رشوة مقارنة بالنساء،
وبناءً على دراسة لمديري التسويق وجد Chonko & Hunt, 1985 أن النساء أكثر إدراكاً
للمشاكل الأخلاقية في أنشطتهن مقارنة بالرجال، ويتفق ذلك مع ما وجدته Kelley et. al.,
1995 من أن النساء يملن إلى إعطاء ترتيب لسلوكهن باعتباره أكثر أخلاقاً مقارنة بالرجال
[١٨]. كذلك توصل Franke et. al., 1997 إلى أن النساء أكثر إدراكاً من الرجال بشأن
ممارسات الأعمال غير الأخلاقية [١٨].

وعلى الرغم من أن نتائج العديد من الدراسات التي تمت في هذا المجال تشير إلى
أن النساء بصفة عامة أكثر حساسية من الناحية الأخلاقية وأكثر حسماً في إدراكهن
لممارسات الأعمال من الرجال إلا أن هناك بعض دراسات لم تجد أية اختلافات معنوية
في السلوك الأخلاقي وكذلك المعتقدات الأخلاقية بين الرجال والنساء [١٢، ١٤].

٣ - الجنسية:

هناك أيضاً نتائج مختلطة بشأن مدى تأثير جنسية متخذ القرار على السلوك الأخلاقي، حيث أظهرت نتائج دراسات White & Hegarty & Sims, 1978; 1979 و Rhoadback, 1992 وجود ارتباط معنوي بين السلوك غير الأخلاقي ومتخذ القرار غير الأمريكي، كذلك تناولت دراسة Becker & Fritzsche, 1987 إلى أي مدى يختلف المديرون من فرنسا وألمانيا والولايات المتحدة في اعتقادهم تجاه قواعد السلوك التي تؤثر بفعالية على السلوك الإداري حيث تبين أن الفرنسيين لديهم إيمان أكبر بهذه القواعد الأخلاقية [١٢]. وعلى الجانب الآخر وجد Abratt et al., 1992 عدم وجود اختلاف بشأن السلوك الأخلاقي لدى المديرين من جنوب أفريقيا وأستراليا [١٢].

٤ - درجة التدبير:

على الرغم من أهمية دور هذا العامل بالنسبة إلى السلوك الأخلاقي فإن الدراسات التي تمت في هذا المجال محدودة حيث توجد مجموعة من الأبحاث التطبيقية التي تناولت بالدراسة مجموعة من العوامل التي لها علاقة بدرجة التدبير مثل قوة المعتقد الديني، والطائفة الدينية، وتكرار الحضور في الكنيسة، وقد تبين من هذه الأبحاث أن قوة المعتقد الديني هي المتغير الوحيد المرتبط معنوياً وإيجابياً بالسلوك الأخلاقي [١٢].

٥ - نوع وعدد سنوات التعليم:

تناولت دراسة Hawkins & Cocanougher, 1972 مقارنة بين طلاب إدارة الأعمال وطلاب التخصصات الأخرى، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن طلاب إدارة الأعمال أكثر تحملاً للسلوك غير الأخلاقي مقارنة بطلاب التخصصات الأخرى [١٢]، كذلك وجد Beltramini et al., 1984 أن الطلاب من تخصصات إدارة الأعمال أكثر اهتماماً بالقضايا الأخلاقية من غيرهم [١٢]. وبينما استخدمت هاتين الدراستين أسئلة مختلفة وطبقت مناهج مختلفة فإن النتائج متفكة وليست متضاربة بمعنى أنها تشير إلى أن الطلاب من تخصصات إدارة الأعمال هم أكثر اهتماماً بالقضايا الأخلاقية من غيرهم وذلك على الرغم من أنهم أكثر تحملاً للسلوك غير الأخلاقي.

وفي مدخل مختلف لنوع التعليم وجد Chonko & Hunt, 1985 أن المديرين ذوي خلفيات فنية Technical أكثر أخلاقاً من المديرين ذوي خلفيات غير فنية [١٢]، بينما أشار Laczniak & Inderrieden, 1987 إلى عدم وجود اختلاف في المعتقدات الأخلاقية لدى طلاب الماجستير MBA ذوي الخلفية الفنية والآخرين ذوي الخلفية التعليمية غير الفنية [١٢]. من ناحية أخرى فقد وجد Stevens et. al., 1989 اختلافات طفيفة بين المعتقدات الأخلاقية لدى المديرين وطلاب إدارة الأعمال من ناحية والمحامين وطلاب القانون من ناحية أخرى [١٢].

على الجانب الآخر فإن هناك مجموعة من الدراسات [١٢ ، ١٦] أشارت نتائجها إلى عدم وجود علاقة معنوية بين نوع التعليم والأخلاق، بينما وجد كل من Ponemon & Gabhart, 1993 ، Cohen et. al., 1998 وجود اختلافات بين الأفراد من تخصصات المحاسبة والأعمال الأخرى والأفراد من تخصصات اللغات والفلسفة، وأن الأفراد من تخصص المحاسبة أقل أخلاقاً مقارنة بالأفراد من التخصصات الأخرى [١٦].

أما بالنسبة إلى عدد سنوات التعليم فقد وجد Browning & Zabriskie, 1983 أن مديري المشتريات ذوي سنوات التعليم الأعلى ينظرون إلى المنح والهدايا باعتبارها غير أخلاقية مقارنة بمديري المشتريات الأقل تعليماً [١٢]. وقد تم تأكيد هذه النتيجة من جانب كل من Lane et. al., 1988 ، Jones & Gautshi, 1988 وعلى الجانب الآخر كانت هناك مجموعة من الدراسات [١٢] قد أشارت نتائجها إلى عدم وجود علاقة معنوية بين عدد سنوات التعليم والسلوك الأخلاقي.

٦ - نوعية الوظيفة وعدد سنوات الخبرة:

اعتمدت بعض الدراسات على إجراء مقارنة بين الطلاب والمديرين فيما يتعلق بالسلوك الأخلاقي، وقد أشارت النتائج إلى أن المديرين أكثر أخلاقاً من الطلاب [١٢]. وقد توصلت دراسة Stevens et. al., 1989 إلى نتائج مشابهة فيما يتعلق بالمعتقدات الأخلاقية لدى المديرين وطلاب إدارة الأعمال والمحامين وطلاب القانون حيث أشارت

النتائج إلى أن المعتقدات الأخلاقية لدى المهنيين كانت أعلا بصفة عامة من الطلاب [١٢].

وعلى مستوى المجموعات الوظيفية المختلفة قامت دراسة Dubinsky & Giwin, 1981 بإجراء مقارنة بين مديري المشتريات ومديري البيع، وأظهرت نتائج الدراسة وجود اختلافات معنوية بين كلا النوعين من المديرين [١٢]. وعندما قام Carroll, 1975 بإجراء مقارنة بين المديرين في مجال الإدارة العامة والمديرين في مجال إدارة الأعمال تبين أن هناك فروق معنوية بين كلا النوعين من المديرين [١٢]. وعلى مستوى الوظيفة الواحدة وجد كل من Akaah & Riordan, 1989، Akahb, 1996 أن الأفراد في مجال التسويق يبدون سلوكاً أخلاقياً أكثر صرامة في المواقف البحثية وذلك مقارنة بالمواقف التنفيذية [١٤].

وفيما يتعلق بالعلاقة بين نوعية الوظيفة والأيدلوجية الأخلاقية فقد وجد Ziegenfuss, 1994 et. al. أن المحاسبين من ذوى الأيدلوجية المطلقة (أخلاق مطلقة أعلا، أخلاق نسبية أقل) هم النوعية الأكثر إنتشاراً بينما المراجعين الداخليين هم من نوعية الأيدلوجية الشخصية (أخلاق مطلقة أقل، أخلاق نسبية أعلا)، ويمكن تفسير ذلك بأن المراجعين الداخليين يتعاملون مع قطاع عريض من الأفراد وكذلك مواقف متنوعة الأمر الذي يجعلهم لا يتقيدوا بقواعد أخلاقية صارمة [١٤]. ومن ناحية أخرى فقد أشارت نتائج دراسة Kidwell, 1987 إلى وجود علاقة معنوية بين عدد سنوات الخبرة والمعتقدات الأخلاقية [١٢].

ب - مجموعة العوامل الموقفية:

تضم هذه المجموعة عدداً من العوامل المرتبطة بالبيئة أو الموقف الذي يقوم فيه الفرد باتخاذ القرار الأخلاقي، وبالتالي يمكن القول بأنها تمثل نوعاً من الضغوط التي تحمل متخذ القرار نحو السعي أو عدم السعي تجاه صنع قراراً أخلاقياً. ومن خلال مراجعة مجموعة من الدراسات السابقة فإن هذه المجموعة من المتوقع أن تضم المجموعات المرجعية مثل تأثير زملاء العمل والإدارة العليا، بالإضافة إلى المناخ

التنظيمي، المستوى التنظيمي، حجم المنظمة، نوع الصناعة، ومستوى المناقشة. وسوف يتم هنا أيضاً استعراض العوامل الأكثر تكراراً في الدراسات التطبيقية التي تمت في هذا المجال.

١ - زملاء العمل:

يشير Zey-Ferrell et. al., 1979 إلى أن إدراك متخذ القرار لمعتقدات زملائه هي أفضل مؤشر للسلوك الأخلاقي من جانب متخذ القرار [١٢]، وفي دراسة لاحقة قام بها Zey-Ferrell & Ferrell, 1982 تبين أن هذه العلاقة التنبؤية غير موجودة لدى المديرين الذين يتصلون بزملائهم بشكل أقل كثافة أو أقل تكرار [١٢]، وبالتالي يمكن القول أن تأثير زملاء العمل على متخذ القرار الأخلاقي يعتمد بشكل كبير على كثافة وتكرار الاتصال مع الزملاء. وقد قدمت نتائج دراسة Izraeli, 1988 تأييداً إضافياً على أهمية مجموعة الزملاء في تحديد السلوك الأخلاقي من جانب متخذ القرار [١٢].

وإذا كان هناك تأثير من جانب زملاء العمل تتحدد قوته بناءً على كثافة وتكرار الاتصال بهؤلاء الزملاء، فإن هناك العديد من الدراسات التي تشير إلى أن متخذ القرار يعتبر نفسه أكثر أخلاقاً من الأقران، زملاء العمل، والمشرفين وذلك فيما يتعلق بالمعتقدات الأخلاقية أو عملية صنع القرار الأخلاقي [١٢].

٢ - الإدارة العليا:

يمثل تأثير الإدارة العليا نوعاً آخر من تأثير الجماعات المرجعية على متخذ القرار الأخلاقي، ويلاحظ أن سلوك الإدارة العليا يمكن أن يؤثر على متخذ القرار الأخلاقي من خلال عدة طرق:

أولاً: أن تصرفات الإدارة العليا يمكن النظر إليها باعتبارها نموذجاً أو مرجعاً للسلوك المستهدف خاصة إذا كانت هناك قواعد للتعامل Codes of Conduct بشأن سياسات الشركة وتتعلق بالسلوك الأخلاقي.

ثانياً: استخدام الإدارة العليا للحوافز في حالة الالتزام بالقواعد الأخلاقية، وتطبيق العقوبات في حالة مخالفة هذه القواعد سوف يزيد من الالتزام بالسلوك الأخلاقي،

وبالتالي يمكن القول أن تأثير الإدارة العليا على القرار الأخلاقي للفرد يفوق تأثير الزملاء وذلك نظراً لدور الإدارة العليا ومنحها مكافآت أو فرضها لعقوبات.

وفي دراستين لمجموعة من المديرين بشأن مدى تأثير الجماعات المرجعية على السلوك الأخلاقي أشار Brenner & Molander, 1977; Baumhart, 1961 إلى أن سلوك الإدارة العليا قد احتل أهمية كبيرة، ثم جاءت بعد ذلك عوامل أخرى مثل السياسة الرسمية للشركة، المناخ الأخلاقي للصناعة، وسلوك الزملاء في العمل [١٢]، وهذه الأهمية في الترتيب بشأن تأثير سلوك الإدارة العليا قد جاء تأكيدها في دراسات أخرى تالية [١٢]، كذلك أشار Akaah & Riordan, 1989 إلى أن غياب ردود أفعال الإدارة العليا بشأن السلوك غير الأخلاقي يعد موافقة قوية من جانب الإدارة العليا على الممارسات المشكوك فيها داخل المنظمة [١٢].

وعلى الجانب الآخر فقد وجد Murphy et. al., 1992 أن هناك تأثير محدود للإدارة العليا على السلوك الأخلاقي [١٢]، من ناحية أخرى فإن دراسة كل من Zey-Ferrell et. al., 1979; Zey-Ferrell, 1982 لم تقدم نتائج معنوية بشأن تأثير الإدارة العليا على السلوك الأخلاقي [١٢].

٣- المناخ التنظيمي:

لاحظ Delaney & Sockell, 1992 أن برامج تدريب أخلاقيات المنشأة لها أثر إيجابي على السلوك الأخلاقي وذلك من واقع استقصاء لخريجي Columbia Business School [١٢]. وفي هذا الصدد أكد طويح، ٢٠٠٥ على أن وسائل الإعلام، زيادة الوعي العام، وتعليم أو تدريب الأخلاقيات للمديرين قد احتلت مرتبة عالية من حيث إكساب الأخلاقيات الحميدة للمديرين وإيجاد مناخ أخلاقي قوي [٢]. وقد توصل Akaah & Riordan, 1989 إلى أن وجود مناخ أخلاقي قوي - والذي تم تعريفه بمدى وجود مشكلة أخلاقية داخل المنظمة- سوف يحسن من الفرص التي تجعل ممارسي التسويق يتخذون قرارات أخلاقية [١٢]. وقد وجد Victor & Cullen, 1987 أن هناك تمايز ومناخ أخلاقي مختلف وذلك عند

دراسة العاملين في منظمات عسكرية، أكاديمية، ومنظمات أعمال [١٢]. وقد درس Akaah, 1992 التضامن الاجتماعي باعتباره رابط أخلاقي وذلك باستخدام متغيرين هما: الدفاء / الترابط التنظيمي Organizational Warmth والهوية التنظيمية Organizational Identity، وقد وجد أن ممارسي التسويق ذوى الهوية التنظيمية الأعلى لديهم سلوك أخلاقي أعلا، بينما الممارسين في المنظمات الدافئة Warm Organization كانوا أقل أخلاقاً [١٢].

وفي دراسة هامة عن باحثي السوق في ثلاثة أنواع مختلفة من المنظمات (منظمة جمع بيانات - شركات بحوث تسويق - أقسام بحوث الشركة) وجد Ferrell & Skinner, 1988 أن هناك عدد من العوامل التنظيمية مرتبطة بالسلوك الأخلاقي، وقد درس الباحثان كل من الرسمية Formalization، المركزية، الرقابة، وقبول السلطة، وقد توصلوا إلى أن المستويات الأعلى من الرسمية تكون مرتبطة بسلوك أخلاقي أعلا في الأنواع الثلاث من المنظمات، وأن المركزية مرتبطة بسلوك أخلاقي أعلا في منظمات البحوث، وأخيراً فإن مقاييس الرقابة وقبول السلطة لا ترتبط بالسلوك الأخلاقي [١٢].

وفيما يتعلق بتأثير المستوى التنظيمي على السلوك الأخلاقي وجد Chonko & Hunt, 1985 أن المديرين في المستويات التنظيمية الأعلى إدراكاً للمشكلات الأخلاقية [١٢]، وعلى جانب آخر أشارت دراسات Posner & Schmidt, 1987، Delaney & Sockell, 1992 إلى أن المديرين في المستويات التنظيمية الأقل هم أكثر تشاؤماً بشأن الحالة الأخلاقية للمنظمة [١٢]. ومن ناحية أخرى فقد وجد Mitchell et. al., 1992 أن العاملين في المستويات التنظيمية الأعلى في البنوك أكثر اهتماماً بالمشاكل الأخلاقية من نظائرهم في المستويات الأقل [١٢]. أخيراً أشار كل من Akaah & Riordon, 1989، Izraeli, 1988 إلى عدم وجود علاقة بين المستوى التنظيمي والسلوك الأخلاقي [١٢].

٤- حجم المنظمة:

تشير الدراسات التطبيقية إلى حجم المنشأة يؤثر على الإدراك الأخلاقي والحكم الأخلاقي، وعلى سبيل المثال فقد وجد Browning & Zabriskie, 1983 أن العاملين في

المنظمات كبيرة الحجم هم أكثر قبولاً للهدايا خاصة من جانب الموردين الخارجيين [١٢]، وقد أشارت دراسة Murphy et. al., 1992 إلى أن العاملين في الشركات الصغيرة يميلون إلى تجنب السلوك غير الأخلاقي في مجالات التسويق، بينما يميل العاملون في الشركات الكبيرة إلى تجنب الموضوعات غير الأخلاقية في مجال العمليات [١٢]، كذلك أوضح Vitell & Festerrand, 1987 أن هناك اعتقاد من جانب العاملين في المنظمات الصغيرة بأنهم يعملون تحت ضغوط أكبر لممارسة سلوك غير أخلاقي وذلك من أجل المحافظة على المنافسة مع المنظمات الكبيرة [١٢].

وفيما يتعلق بالعلاقة بين حجم المنظمة والتفكير الأخلاقي وجد Weber, 1990 أن هناك علاقة محدودة ولكنها متسقة حيث أن العاملين في المنظمات البيروقراطية الكبيرة يرون أنفسهم تروساً في آلة وبالتالي فإنهم يميلون إلى تطبيق مستوى أقل من التفكير الأخلاقي في صنع قراراتهم، من ناحية أخرى فإن العاملين في المنظمات الصغيرة ربما يواجهون قواعد أقل ولديهم شعور أكبر بأهمية المنشأة الأمر الذي يؤدي إلى مستوى أعلا من التفكير الأخلاقي [١٢].

٥- نوع الصناعة:

يرى Ford & Richardson, 1994 أن هذا المتغير لم يزل حقه الكافي من الدراسة والتحليل وذلك فيما يتعلق بمدى تأثيره على القرار الأخلاقي، ومع ذلك فقد تناولت دراسة Dornoff & Tankersley, 1975 ثلاثة أنواع من متاجر التجزئة [١٢]، كذلك اعتمدت دراسة Lacznik & Inderrieden, 1987 على تقسيم المنظمات إلى عامة وخاصة [١٢]، ولكن يلاحظ أن هذه الدراسات لم تصل إلى وجود تأثير معنوي لنوع الصناعة على القرار الأخلاقي.

٦- مستوى المنافسة:

من المتوقع أن تسبب المنافسة السوقية المتزايدة ضغوطاً على صانع القرار الأخلاقي خاصة عندما يكون الهدف هو بقاء المنظمة واستمرار عمل صانع القرار، وقد

توصلت دراسة Hegarty & Sims, 1978 إلى أن زيادة حدة المنافسة تؤثر بالسلب على القرار الأخلاقي [١٢]، وعلى الجانب الآخر فإن دراسة Dubinsky & Ingram, 1984 لم تجد مثل هذه العلاقة [١٢].

ومن واقع عرض الدراسات السابقة المتعلقة بالعوامل المؤثرة على القرار الأخلاقي نخلص إلى ما يلي:

١- يمكن تصنيف هذه العوامل إلى مجموعتين؛ تشمل المجموعة الأولى تلك العوامل المرتبطة بالفرد متخذ القرار، بينما تضم المجموعة الثانية تلك العوامل المتعلقة بالموقف الذي يتم فيه اتخاذ القرار.

٢- تمثلت العوامل المرتبطة بالفرد متخذ القرار في كل من السن، النوع، الجنس، درجة التدخين، نوع وعدد سنوات التعليم، ونوعية الوظيفة وعدد سنوات الخبرة.

٣- بالنسبة إلى العوامل المرتبطة بالموقف الذي يتم فيه اتخاذ القرار كان من أهمها زملاء العمل، الإدارة العليا، المناخ التنظيمي، حجم المنظمة، نوع الصناعة، ومستوى المنافسة.

٤- جاءت نتائج الدراسات السابقة مختلطة فيما يتعلق بأثر هذه العوامل على القرار الأخلاقي، بمعنى أن بعض هذه العوامل كان تأثيرها بالإيجاب والسلب الآخر تأثيرها بالسلب، بينما أشارت نتائج دراسات أخرى إلى وجود مجموعة من الأساليب التي يمكن أن تساهم في إكساب الأخلاقيات للمديرين وإيجاد مناخ أخلاقي قوي، وقد تمثلت أهم هذه الأساليب في وسائل الإعلام، زيادة الوعي العام، وتعليم أو تدريب الأخلاقيات للمديرين.

فروض الدراسة:

من خلال مراجعة الدراسات السابقة وعلى ضوء نتائجها، وبالإضافة إلى مشكلة وأهداف الدراسة السابق تحديدها، يمكن صياغة الفروض التالية:

١- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المديرين الماليين بشأن مدى وجود المشكلات ذات الطابع الأخلاقي.

- ٢- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المديرين الماليين بشأن مدى الصعوبة في اتخاذ قرار بشأن المشكلات ذات الطابع الأخلاقي.
- ٣- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بشأن اتخاذ القرار الأخلاقي يمكن إرجاعها إلى خصائص المدير المالي.
- ٤- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بشأن اتخاذ القرار الأخلاقي يمكن إرجاعها إلى خصائص الموقف المحيط بالمدير المالي.
- ٥- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المديرين الماليين بشأن الأساليب التي تساعد على اكتساب السلوك الأخلاقي.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على الأسلوبين النظري والتطبيقي، حيث قام الباحث بمراجعة مجموعة من المراجع المتخصصة في مجال التمويل وكذلك أخلاقيات إدارة الأعمال وذلك من أجل إعداد الإطار النظري للدراسة وصياغة المشكلة، وكذلك أهداف وفروض الدراسة. وقد ساعدت هذه المراجعة أيضاً على التعرف على أهم العوامل التي يجب أخذها في الاعتبار عند القيام بمثل هذه الدراسات، وكذلك أهم الأساليب التي يمكن تطبيقها عند التحليل. أما بالنسبة إلى الجزء التطبيقي في هذه الدراسة فقد اعتمد الباحث على صياغة خمسة مواقف يحتوي كل موقف منها على قرارات بديلة يتم الاختيار فيها بينها بشكل يساعد في التعرف على السلوك الأخلاقي من جانب المدير المالي، ويتضمن منهج الدراسة ما يلي:

أ - مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الشركات المساهمة السعودية التي تتداول أسهمها في سوق الأسهم السعودي وعددها (٨٦) شركة يمكن توزيعها على خمسة قطاعات هي: قطاع البنوك، قطاع الصناعة، قطاع الأسمنت، قطاع الخدمات، وقطاع الزراعة. وقد تم اختيار عينة حجمها (٥٠) شركة بطريقة عشوائية، وهي تمثل حوالي ٥٨% من مجتمع الدراسة، وقد روعي عند اختيار هذه العينة أن تكون ممثلة للقطاعات النوعية المختلفة الموجودة في مجتمع الدراسة. ويوجد بملحق الدراسة جدول باسم الشركات التي تمثل

عينة الدراسة. ويوضح الجدول التالي رقم (١) مجتمع الدراسة والعينة المختارة من هذا المجتمع موزعة حسب القطاعات الاقتصادية المختلفة.

جدول رقم (١)

مجتمع وعينة الدراسة

بيان القطاعات	عدد الشركات	حجم العينة	نسبة العينة إلى مجتمع الدراسة
قطاع البنوك	١٠	٥	%٥٠
قطاع الصناعة	٣٤	٢٠	%٥٩
قطاع الأسمنت	٨	٥	%٦٢
قطاع الخدمات	٢٦	١٥	%٥٨
قطاع الزراعة	٨	٥	%٦٢
مجموع	٨٦	٥٠	%٥٨

المصدر: إعداد الباحث

ب - أساليب جمع البيانات ومصادرهما:

تم الاعتماد على قائمة تحتوي على خمسة مواقف من أجل دراسة السلوك الأخلاقي لدى المدير المالي، وقد تم الاستفادة من دراسات سابقة (١٤) في إعداد بعضاً من هذه المواقف حيث تم صياغتها بشكل يتفق مع طبيعة مجتمع وعينة الدراسة، ويحتوي كل موقف من هذه المواقف على تحديد مدى وجود هذا الموقف في الواقع العملي وذلك من خلال مقياس ذو خمس درجات، ثم عملية اختيار بين بديلين أحدهما أخلاقي والآخر غير أخلاقي، ثم تحديد مدى صعوبة الاختيار بين البديلين من خلال مقياس ذو خمس درجات. وقد شملت القائمة أيضاً مجموعة من الأساليب التي يمكن أن تساعد على إكساب السلوك الأخلاقي من وجهة نظر المدير المالي بالإضافة إلى بعض البيانات الشخصية.

وقد تمت عملية جمع البيانات من خلال أسلوب المقابلة الشخصية مع المدير المالي في شركات العينة باعتباره وحدة المعاينة، وقد تم توزيع واستلام (٥٠) قائمة وبالتالي تكون نسبة الاستجابة ١٠٠%. وقد تم جمع البيانات خلال الربع الأول من عام ٢٠٠٧م.

ج - تبويب وتحليل البيانات:

تمت عملية تبويب وتحليل البيانات، واستخراج النتائج من خلال تطبيق الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة البيانات، نوع العينة، وأهداف الدراسة وذلك باستخدام مجموعة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS وقد استخدم الباحث الأساليب التالية:

- ١- التكرارات والمتوسط المرجح.
- ٢- الانحراف المعياري، الخطأ المعياري، ومعامل الاختلاف.
- ٣- اختبار عينة واحدة t-test.
- ٤- اختبار Chi-Square Test of a Contingency Table.
- ٥- معامل توافق كاندال Kendall Co-efficient of Concordance.
- ٦- اختبار تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA.

عرض وتحليل نتائج الدراسة:

فيما يلي عرض وتحليل لنتائج الدراسة والتي تتعلق باختبار مدى صحة الفروض:

أ - نتائج اختبار الفرض الأول:

ينص الفرض الأول من فروض الدراسة على ما يلي:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المديرين الماليين بشأن مدى وجود المشكلات ذات الطابع الأخلاقي"

لاختبار صحة هذا الفرض تم صياغة خمسة مواقف ذات طابع أخلاقي، يحتوي الموقف الأول على حالة من التهرب الضريبي، يشتمل الموقف الثاني على مخالفة بشأن قرار الاستثمار، يتضمن الموقف الثالث حالة استغلال شخصي لموارد الشركة، يتعلق الموقف الرابع بمحاولة المدير المالي إقناع زملائه لترك العمل، أما الموقف الخامس والأخير فإنه خاص بإفشاء معلومات خاصة عن الشركة.

وقد تم توجيه الأسئلة الأول، الرابع، السابع، العاشر، والثالث عشر والتي تتضمن مدى وجود هذه المواقف في بيئة العمل، ويقوم المستقصي منه بتحديد ذلك من خلال

مقياس ليكرت المترج من خمس نقاط حيث يشير الرقم خمسة إلى غير موجود إطلاقاً، بينما يشير الرقم واحد إلى موجود دائماً. وللتعرف على مدى فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المستقصى منهم تم تطبيق اختبار (ت) لعينة واحدة. ويوضح الجدول رقم (٢) نتائج التحليل الإحصائي التي تم التوصل إليها في هذا الصدد.

جدول رقم (٢)

درجة وجود المشكلات ذات الطابع الأخلاقي

لدى المديرين الماليين

بيان	المتوسط	معامل الاختلاف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة	الفرق
الموقف الأول	٤,٤٨	%١٨	٤٠,١٧	صفر	معنوي
الموقف الثاني	٣,٨٨	%٣٢	٢١,٨٥	صفر	معنوي
الموقف الثالث	٣,٨٤	%٣٠	٢٢,٢٧	صفر	معنوي
الموقف الرابع	٣,٣٠	%٣٧	١٩,١٨	صفر	معنوي
الموقف الخامس	٣,٧٨	%٣٣	٢١,٣٨	صفر	معنوي

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

١- تشير مقاييس الإحصاء الوصفي الواردة بالجدول رقم (٢) إلى أن جميع المواقف غير موجودة في الواقع العملي، وقد اختار الباحث القيمة ثلاثة باعتبارها نقطة فصل لتحديد مدى وجود الموقف، وبناءً على ذلك فإن الموقف الذي يحصل على متوسط درجة ثلاثة فما فوق يعتبر غير موجود في الواقع العملي، في حين أن الموقف الذي يحصل على متوسط درجة أقل من ثلاثة يعتبر موجود في الواقع العملي، وقد تراوح المتوسط بين ٣,٣٠ إلى ٤,٤٨، وفي نفس الوقت تراوح معامل الاختلاف بشأن وجود هذه المواقف ما بين ١٨% إلى ٣٧% مما يشير إلى تفاوت القيم المتعلقة بهذه المواقف حول المتوسط.

٢- تم تطبيق اختبار (ت) لعينة واحدة بقصد التعرف على مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المديرين الماليين بشأن مدى وجود هذه المواقف، وقد أشارت نتائج هذا الاختبار إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بشأن وجود هذه

المشكلات وذلك عند مستوى معنوية ٥% (مستوى الدلالة = صفر بالنسبة لكل موقف)، وبالتالي فإنه يمكن القول أنه في ٩٥% من الحالات يوافق المديرون الماليون على عدم وجود هذه المشكلات في الواقع العملي، وبناءً على ذلك يتم رفض الفرض الأول والذي ينص على:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المديرين الماليين بشأن مدى وجود المشكلات ذات الطابع الأخلاقي".

ب - نتائج اختبار الفرض الثاني:

ينص الفرض الثاني من فروض الدراسة ما يلي:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المديرين الماليين بشأن مدى الصعوبة في اتخاذ قرار بشأن المشكلات ذات الطابع الأخلاقي".

لاختبار صحة هذا الفرض تم أولاً توجيه الأسئلة الثاني، الخامس، الثامن، الحادي عشر، والرابع عشر والتي تحتوي كل سؤال منها على المفاضلة بين بديل أخلاقي وآخر غير أخلاقي وذلك عند التعامل مع المواقف الخمسة، وقد تم تطبيق اختبار كا^٢ للتعرف على مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المديرين الماليين بشأن الاختيار بين هذين البديلين بالنسبة لكل موقف. ويوضح الجدول التالي نتائج هذا الاختبار.

جدول رقم (٣)

بدائل التعامل مع المواقف ذات الطابع الأخلاقي

من جانب المديرين الماليين

بيان	البديل الأول	البديل الثاني	قيمة كا	مستوى الدلالة
الموقف الأول	٧٤%	٢٦%	١١,٥٢٠	٠,٠٠١
الموقف الثاني	٧٤%	٢٦%	١١,٥٢٠	٠,٠٠١
الموقف الثالث	٩٦%	٤%	٤٢,٣٢٠	صفر
الموقف الرابع	٨٨%	١٢%	٢٨,٨٨٠	صفر
الموقف الخامس	٦٤%	٣٦%	٣,٩٢٠	٠,٠٤٨

يتضح من الجدول السابق أن نسبة المديرين الماليين الذين اختاروا البديل الأخلاقي قد تراوحت ما بين ٦٤% إلى ٩٦%، وباستخدام اختبار كا^٢ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المديرين الماليين الذين اختاروا البديل الأول ذو الطابع الأخلاقي وأولئك الذين اختاروا البديل الثاني ذو الطابع غير الأخلاقي وذلك عند مستوى معنوية ٥% (تراوح مستوى الدلالة بين صفر إلى ٠,٠٤٨) وبناءً على ذلك يمكن القول أنه في ٩٥% من الحالات يختار المدير المالي البديل ذو الطابع الأخلاقي.

وقد تم ثانياً توجيه الأسئلة الثالث، السادس، التاسع، الثاني عشر، والخامس عشر للتعرف على مدى الصعوبة التي تواجه المدير المالي عند المفاضلة بين بديل ذو طابع أخلاقي وآخر ذو طابع غير أخلاقي، ويوضح الجدول رقم (٤) نتائج التحليل الإحصائي التي تم التوصل إليها في هذا المجال.

جدول رقم (٤)

درجة الصعوبة في التعامل مع المواقف ذات الطابع الأخلاقي

من جانب المديرين الماليين

بيان	المتوسط	معامل الاختلاف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة	الفرق
الموقف الأول	٣,٤٨	٣٥%	٢٠,٢٣	صفر	معنوي
الموقف الثاني	٣,٣٦	٣٤%	٢٠,٨٧	صفر	معنوي
الموقف الثالث	٤,٠٨	٣٢%	٢٢,٣٥	صفر	معنوي
الموقف الرابع	٣,٧٠	٣٣%	٢١,٢٢	صفر	معنوي
الموقف الخامس	٣,٧٨	٣٦%	١٩,٦٦	صفر	معنوي

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

١- تشير مقاييس الإحصاء الوصفي الواردة بالجدول رقم (٤) إلى عدم وجود صعوبة بشأن الاختيار بين بديل أخلاقي وآخر غير أخلاقي وذلك بالنسبة لجميع المواقف، وقد اختار الباحث هنا أيضاً القيمة ثلاثة باعتبارها نقطة فصل لتحديد مدى الصعوبة في الاختيار بين البديلين، وبناءً على ذلك فإن الموقف الذي يحصل على

متوسط درجة ثلاثة فما فوق يعتبر غير صعب في عملية الاختيار، في حين أن الموقف الذي يحصل على متوسط درجة أقل من ثلاثة فإنه يشير إلى وجود صعوبة في عملية الاختيار، وقد تراوح المتوسط بين ٣,٣٦ إلى ٤,٠٨، وفي نفس الوقت تراوح معامل الاختلاف بشأن مدى وجود الصعوبة ما بين ٣٣% إلى ٣٦% مما يشير إلى تفاوت القيم حول المتوسط.

٢- تم تطبيق اختبار (ت) لعينة واحدة بقصد التعرف على مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المديرين الماليين بشأن مدى وجود صعوبة في الاختيار بين البدلين، وقد أشارت نتائج هذا الاختبار إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بشأن عدم وجود صعوبة عند القيام بعملية الاختيار وذلك عند مستوى معنوية ٥% (مستوى الدلالة = صفر بالنسبة لكل موقف)، وبالتالي فإنه يمكن القول أنه في ٩٥% من الحالات يوافق المديرين الماليين على عدم وجود صعوبة عند الاختيار بين بديل أخلاقي وآخر غير أخلاقي، وبناءً على ذلك يتم رفض الفرض الثاني والذي ينص على:

" لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المديرين الماليين بشأن مدى الصعوبة في اتخاذ قرار بشأن المشكلات ذات الطابع الأخلاقي".

ج - نتائج اختبار الفرض الثالث:

ينص الفرض الثالث من فروض الدراسة على ما يلي:

" لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بشأن اتخاذ القرار الأخلاقي يمكن إرجاعها إلى خصائص المدير المالي"

ولاختبار مدى صحة هذا الفرض تم توجيه السؤال السابع عشر والأخير في قائمة الاستقصاء والذي يتضمن مجموعة من الخصائص المتعلقة بالمدير المالي، وتتمثل هذه الخصائص في السن، منطقة الميلاد، نوع التعليم، المؤهل العلمي، الحالة الاجتماعية، سنوات الخبرة، ومتوسط الدخل الشهري. ولتحديد ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بشأن اتخاذ القرار الأخلاقي (المتغير التابع) والتي يمكن إرجاعها إلى خصائص

المدير المالي (المتغيرات المستقلة) فقد تم تطبيق تحليل التباين الأحادي. ويوضح الجدول رقم (٥) نتائج التحليل الإحصائي التي تم التوصل إليها في هذا المجال.

جدول رقم (٥)

تحليل التباين الأحادي للفروق بشأن بدائل القرار الأخلاقي

وفقاً لخصائص المدير المالي

الفرق	مستوى الدلالة	قيمة ف	خصائص المدير المالي
غير معنوي	٠,٤٠٦	٠,٩٩١	السن
غير معنوي	٠,٧٠٠	٠,٣٠٦	منطقة الميلاد
غير معنوي	٠,٦٥٧	٠,٢٠٠	نوع التعليم
غير معنوي	٠,٦٩٥	٠,٣٦٧	المؤهل العلمي
غير معنوي	٠,٦٨٩	٠,٣٧٥	الحالة الاجتماعية
غير معنوي	٠,٢٠٨	١,٥٧٤	سنوات الخبرة
غير معنوي	٠,٥٠٥	٠,٧٩٢	متوسط الدخل الشهري

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بشأن الاختيار بين بديل أخلاقي وآخر غير أخلاقي والتي يمكن إرجاعها إلى خصائص المدير المالي وذلك عند مستوى معنوية ٥%، وتشير هذه النتيجة إلى وجود اتفاق بين المديرين الماليين بشأن اختيار البديل الأخلاقي، وأن هذا الاختيار لا يتأثر بخصائص المدير المالي الواردة بالجدول رقم (٥)، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسات أخرى سابقة تمت في هذا المجال [١٢ ، ١٦]. وبناءً على ما سبق فإنه يتم قبول الفرض الثالث والذي ينص على:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بشأن اتخاذ القرار الأخلاقي يمكن إرجاعها إلى خصائص المدير المالي".

د - نتائج اختبار الفرض الرابع:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بشأن اتخاذ القرار الأخلاقي يمكن إرجاعها إلى خصائص الموقف المحيط بالمدير المالي".

لاختبار صحة هذا الفرض تم اختيار متغيرين من المتغيرات التي تعبر عن خصائص الموقف المحيط بالمدير المالي، وقد وقع الاختيار على هذين المتغيرين بناءً

على واقع البيئة التي تتم فيها الدراسة، ويتمثل هذين المتغيرين في نوع الصناعة وحجم المنشأة، وقد تم تصنيف الشركات إلى صغيرة وكبيرة حسب المتوسط العام لعدد العاملين في الشركات السعودية، وقد تم الحصول على هذا البيان من واقع إصدارات الزغبيسي والقباني للاستشارات المالية. ولتحديد ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بشأن اتخاذ القرار الأخلاقي (المتغير التابع) والتي يمكن إرجاعها إلى خصائص الموقف المحيط بالمدير المالي (المتغيرات المستقلة) فقد تم تطبيق تحليل التباين الأحادي. ويوضح الجدول رقم (٦) نتائج التحليل الإحصائي التي تم التوصل إليها في هذا المجال.

جدول رقم (٦)

تحليل التباين الأحادي للفروق بشأن بدائل القرار الأخلاقي

وفقاً لخصائص الموقف المحيط بالمدير المالي

الفرق	مستوى الدلالة	قيمة ف	خصائص الموقف
غير معنوي	٠,٣٩٣	١,٠٤٨	نوع الصناعة
غير معنوي	٠,٢٧٠	١,٢٤٦	حجم المنشأة

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بشأن الاختيار بين بديل أخلاقي وآخر غير أخلاقي والتي يمكن إرجاعها إلى خصائص الموقف المحيط بالمدير المالي وذلك عند مستوى معنوية ٥%، وتشير هذه النتيجة إلى وجود اتفاق بين المديرين الماليين بشأن اختيار البديل الأخلاقي، وأن هذا الاختيار لا يتأثر بخصائص الموقف المحيط بالمدير المالي والواردة بالجدول رقم (٦)، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسات أخرى سابقة تمت في هذا المجال [١٢]. وبناءً على ما سبق فإنه يتم قبول الفرض الرابع والذي ينص على:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بشأن اتخاذ القرار الأخلاقي يمكن إرجاعها إلى خصائص الموقف المحيط بالمدير المالي".

هـ - نتائج اختبار الفرض الخامس:

ينص الفرض الخامس من فروض الدراسة على ما يلي:
 "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المديرين الماليين بشأن الأساليب التي تساعد على اكتساب السلوك الأخلاقي".

ولاختبار مدى صحة هذا الفرض تم توجيه السؤال السادس عشر من قائمة الاستقصاء والذي يتضمن مجموعة من الأساليب التي يمكن أن تساعد على اكتساب السلوك الأخلاقي في مجال التمويل، وللتعرف على مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المستقصى منهم تم تطبيق اختبار (ت) لعينة واحدة، ولتحديد مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بشأن ترتيب المستقصى منهم لهذه الأساليب تم استخدام اختبار كاندال. ويوضح الجدول رقم (٧) نتائج التحليل الإحصائي التي تم التوصل إليها في هذا الصدد.

جدول رقم (٧)

الأساليب المساعدة على اكتساب السلوك الأخلاقي

م	الأساليب	المتوسط	معامل الاختلاف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة	الفرق
١	دعم الإدارة العليا	٤,٦٠	%١٢	٥٦,٩٢	صفر	معنوي
٢	القواعد والقوانين الحكومية	٤,٥٠	%١٦	٤٣,٢٧	صفر	معنوي
٣	ثقافة الشركة	٤,٣٢	%١٧	٤١,٢٧	صفر	معنوي
٤	الاهتمام بالأوضاع المالية	٤,٢٥	%١٩	٣٧,٧٧	صفر	معنوي
٥	وجود مقرر دراسي	٤,٢٢	%٢٠	٣٤,٥٤	صفر	معنوي
٦	عقد لقاءات دورية	٤,٢٠	%١٩	٣٦,٩٣	صفر	معنوي
٧	وسائل الإعلام	٤,١٨	%١٩	٣٨,١٧	صفر	معنوي
٨	البرامج التدريبية	٤,١٦	%١٦	٤٣,٢٠	صفر	معنوي
٩	إعداد ميثاق شرف أخلاقي	٣,٩٦	%٢٣	٣١,٠٢	صفر	معنوي
١٠	تشكيل لجنة دائمة	٣,٧٦	%٢٥	٢٨,٣٤	صفر	معنوي

معامل توافق كاندال (W) = ٠,١١٤
 درجات الحرية = ٩
 مستوى الدلالة = صفر

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

١- تشير مقاييس الإحصاء الوصفي الواردة بالجدول رقم (٧) إلى أن جميع الأساليب تحظى بدرجة من الأهمية حيث أنها حققت متوسطاً أكبر من ثلاث درجات، وفي نفس الوقت فقد تراوح معامل الاختلاف بشأن درجة أهمية هذه الأساليب ما بين

١٢% إلى ٢٥% مما يشير إلى تفاوت القيم المتعلقة بهذه الأساليب حول المتوسط.

٢- تم تطبيق اختبار (ت) لعينة واحدة بقصد التعرف على مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المديرين الماليين بشأن درجة أهمية الأساليب المساعدة على اكتساب السلوك الأخلاقي، وقد أشارت نتائج هذا الاختبار إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بشأن درجة أهمية هذه الأساليب وذلك عند مستوى معنوية ٥% (مستوى الدلالة = صفر بالنسبة لكل أسلوب). وبالتالي فإنه يمكن القول أنه في ٩٥% من الحالات يوافق المديرين الماليون على أهمية هذه الأساليب ودورها في اكتساب السلوك الأخلاقي.

٣- تم تطبيق اختبار كاندال بقصد التعرف على درجة موافقة المديرين الماليين بشأن ترتيب هذه الأساليب حسب درجة أهميتها، وقد أشارت نتائج الاختبار إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بشأن ترتيب هذه الأساليب وذلك عند مستوى معنوية ٥%، وبالتالي يمكن القول أنه في ٩٥% من الحالات يوافق المديرين الماليون على ترتيب هذه الأساليب من حيث درجة الأهمية.

ومن واقع النتائج السابقة يتم رفض الفرض الخامس والذي ينص على:
" لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المديرين الماليين بشأن الأساليب التي تساعد على اكتساب السلوك الأخلاقي".

الاستنتاجات والتوصيات:

توصل الباحث من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن تلخيصها فيما يلي:
١- وجود اتفاق بين المديرين الماليين بشأن عدم وجود مجموعة من المواقف ذات الطابع غير الأخلاقي في الواقع العملي، وقد تمثلت هذه المواقف في التهرب الضريبي، مخالفة بشأن قرار الاستثمار، استغلال شخصي لموارد الشركة، إقناع الآخرين بترك العمل، وإفشاء معلومات خاصة عن الشركة.

- ٢- وجود اتفاق بين المديرين الماليين بشأن اختيار البديل ذو الطابع الأخلاقي وذلك عند المفاضلة بين بديلين أحدهما أخلاقي والآخر غير أخلاقي، كذلك أشارت نتائج الدراسة إلى عدم وجود صعوبة من جانب المدير المالي عند القيام بهذه المفاضلة.
- ٣- أشارت نتائج الدراسة إلى أن الاتفاق بين المديرين الماليين بشأن اختيار البديل الأخلاقي لا يتأثر بخصائص المدير المالي (السن - منطقة الميلاد - نوع التعليم - المؤهل العلمي - الحالة الاجتماعية - سنوات الخبرة - متوسط الدخل الشهري)؛ وكذلك خصائص الموقف المحيط بالمدير المالي (نوع الصناعة - حجم المنشأة).
- ٤- أن هناك مجموعة من الأساليب المساعدة على اكتساب السلوك الأخلاقي، وقد اختلفت هذه الأساليب من حيث درجة أهميتها، وقد جاء في مقدمتها دعم الإدارة العليا، القواعد والقوانين الحكومية، ثقافة الشركة، والاهتمام بالأوضاع المالية.

وفي إطار هذه الدراسة يقدم الباحث مجموعة التوصيات الآتية:

- ١- إجراء دراسات مماثلة على مستوى المديرين الماليين في عدة دول مختلفة.
- ٢- إجراء دراسات مقارنة بشأن السلوك الأخلاقي لدى المدير المالي مع السلوك الأخلاقي لدى طلاب تخصص الإدارة المالية.
- ٣- الاستفادة من نتائج هذه الدراسة في إدخال مقرر عن أخلاقيات مهنة التمويل والوساطة المالية سواء في مرحلة البكالوريوس أو مرحلة الدراسات العليا.

المراجع

أولاً المراجع العربية:

- ١- حماد، طارق عبدالعال، *حوكمة الشركات: المفاهيم - المبادئ - التجارب*، (القاهرة: الدار الجامعية، ٢٠٠٥).
- ٢- طريح، عادل محمود، "الالتزام بأخلاقيات التسويق وأثره في الوضع التنافسي للشركة- وجهة نظر مدير التسويق الوطني - دراسة تطبيقية على الشركات الصناعية الخاصة بجمهورية مصر العربية"، *المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل- العلوم الإنسانية والإدارية*، (المجلد السادس، العدد الأول، ١٤٢٦هـ- ٢٠٠٥م).
- ٣- هندي، منير إبراهيم، *الأوراق المالية وأسواق المال*، (الإسكندرية: منشأة المعارف، ١٩٩٣).
- ٤- _____، *الإدارة المالية: مدخل تحليلي معاصر*، (الإسكندرية: المكتب العربي الحديث، ٢٠٠٤).
- ٥- هندي، نصر الدين محمد علي، "التعديلات الأخيرة في النظام المحاسبي الموحد ومفهوم حوكمة الشركات- دراسة تحليلية"، *مجلة البحوث المعاصرة، كلية التجارة، جامعة جنوب الوادي*، (المجلد الثاني عشر، العدد الثاني، ديسمبر ٢٠٠٤).
- ٦- الزغبني والقباني للاستشارات المالية، *دليل المساهم*، الربع الثالث ٢٠٠٦.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 7- Abdolmohammadi, Mohammad and Jahangir Sultan, 2002, " Ethical Reasoning and the Use of Insider Information in Stock Trading", *Journal of Business Ethics* 37, 165-173.
- 8- Boatright, John R., 1999, *Ethics in Finance*, (Oxford: Blackwell Publishers Ltd).
- 9- Cagle, Julie A. B. and Melissa S. Baucus, 2006, "Case Studies of Ethics Scandals. Effects on Ethical Perceptions of Finance Students", *Journal of Business Ethics* 64, 213-231.
- 10- Dobson, John, 1993. "The Role of Ethics in Finance", 1993, *Financial Analysts Journal*, 57-61.

- 11- Dufrene, Uric and Alan Wong, 1996, "Stakeholders Versus Stockholders and Financial Ethics: Ethics to Whom?" *Managerial Finance* 22, 1-10.
- 12- Ford Robert C. and Woodrow D. Richardson, 1994, "Ethical Decision Making: A Review of the Empirical Literature, *Journal of Business Ethics*, 13, 205-221.
- 13- Grant, Gerry H., 2003, "The Evaluation of Corporate Governance and its Impact on Modern Corporate America", *Management Decision*, 41, 923-935.
- 14- Hartikainen, Outi and Sami Torstila, 2004, "Job-Related Ethical Judgment in the Finance Profession", *Journal of Applied Finance* 14, 62-76.
- 15- Kreander N., R. H. Gray, D.M. Power and C.D. Sinclair, 2005. "Evaluation the Performance of Ethical and Non-ethical Funds: A Matched Pair Analysis", *Journal of Business Finance and Accounting*, 32, 1465-1493.
- 16- Malone, Fannie L., 2006, "The Ethical Attitudes of Accounting Students", *Journal of American Academy of Business* 8, 142-146.
- 17- O' Higgins, Eleanor and Bairbre Kelleher, 2005, "Comparative Perspectives on the Ethical Orientations of Human Resources, Marketing and Finance Functional Managers", *Journal of Business Ethics* 56, 275-296.
- 18- Singhapakdi, Anusorn, 2004, "Important Factors Under-Lying Underlying Ethical Intentions of Students: Implication for Marketing Education", *Journal of Marketing Education* 26, 261-271.
- 19- Uric, Dufrene and Wong Alan, 1995, "Finance Education and the Ethics Debate", *Journal of Education for Business* 70, 179-181.
- 20- Venezia, Chiulien Chuang, 2005, "The Ethical Reasoning Abilities of Accounting Students", *Journal of American Academy of Business* 6, 200-209.

ملاحق الدراسة

ملحق رقم (١)

أسماء الشركات مفردات عينة الدراسة

م	اسم الشركة
١	بنك الرياض
٢	البنك السعودي الهولندي
٣	البنك السعودي الفرنسي
٤	البنك السعودي البريطاني
٥	مصرف الراجحي
٦	الشركة السعودية للصناعات الأساسية (سابك)
٧	شركة الخزف السعودي
٨	مجموعة صافولا
٩	شركة التصنيع الوطنية
١٠	الشركة السعودية للصناعات الدوائية (الدوائية)
١١	شركة الغاز والتصنيع الأهلية (غازكو)
١٢	شركة الجبس الأهلية
١٣	الشركة السعودية للتنمية الصناعية (صدق)
١٤	شركة أميانتيت العربية السعودية
١٥	شركة تصنيع مواد التعبئة والتغليف (فبيكو)
١٦	الشركة السعودية للخدمات الصناعية (سيسكو)
١٧	الشركة العربية للأنابيب
١٨	الشركة الوطنية لتصنيع وسبك المعادن (معادن)
١٩	الشركة السعودية الكيماوية
٢٠	شركة الزامل للاستثمار الصناعي
٢١	شركة الصحراء للبتروكيماويات
٢٢	الشركة السعودية لمنتجات الألبان والأغذية (سدافكو)
٢٣	شركة المراعي
٢٤	شركة نيساب
٢٥	شركة سبكيم العالمية
٢٦	شركة الأسمنت العربية
٢٧	شركة أسمنت اليمامة
٢٨	شركة أسمنت السعودية

شركة أسمنت ينبع	٢٩
شركة أسمنت الشرقية	٣٠
الشركة العقارية السعودية	٣١
الشركة الوطنية السعودية للنقل البحري	٣٢
الشركة السعودية للنقل الجماعي (سابتكو)	٣٣
شركة عسير للتجارة والسياحة والصناعة	٣٤
شركة طيبة للاستثمار والتنمية العقارية	٣٥
الشركة السعودية للنقل البري (مبرد)	٣٦
شركة الرياض للتعمير	٣٧
الشركة الوطنية للتسويق الزراعي (ثمار)	٣٨
شركة جرير للتسويق	٣٩
شركة الأبحاث والتسويق	٤٠
شركة الحكير	٤١
الشركة السعودية للكهرباء	٤٢
شركة الاتصالات السعودية	٤٣
شركة اتحاد الاتصالات	٤٤
شركة التعاونية للتأمين (ميتاق)	٤٥
الشركة الوطنية للتنمية الزراعية (نادك)	٤٦
شركة حائل للتنمية الزراعية (هادكو)	٤٧
شركة تبوك للتنمية الزراعية (تادكو)	٤٨
الشركة السعودية للأسمك	٤٩
شركة الجوف للتنمية الزراعية (جادكو)	٥٠

ملحق رقم (٢)
قائمة استبيان

سعادة المدير المالي / الإداري ...
السلام عليكم ورحمة الله وبركاته، وبعد،

نوجه إلى سعادتك عدداً من المواقف التي قد توجد في الواقع العملي في بعض الشركات. أمل من سعادتك التكرم بالإجابة الموضوعية على هذه المواقف، مع التأكيد على أن هذه البيانات سوف تعامل بسرية تامة وتستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

ولكم منا جزيل الشكر والتقدير،،
مع تحياتي،،،

د. يسري حسين خليفة
أستاذ الإدارة المالية المشارك

الموقف الأول:

طلب الرئيس المباشر في إحدى الشركات من المدير المالي إجراء بعض التعديلات في القوائم المالية بالشكل الذي يساعد الشركة على تجنب دفع الزكاة/ الضريبة.
س ١: ما هو مدى وجود هذه الحالة في بيئة عملك (ضع علامة ✓ أمام إجابة واحدة فقط)؟

- () غير موجودة إطلاقاً
() نادرة الوجود
() موجودة أحياناً
() موجودة غالباً
() موجودة دائماً

س ٢: اختر البديل الذي تراه مناسباً من وجهة نظركم للتعامل مع هذه الحالة:

- ١- على المدير المالي عدم إطاعة الرئيس المباشر ()
٢- على المدير المالي إطاعة تعليمات الرئيس المباشر ()

س ٣: ما هو مدى صعوبة الاختيار بين البديلين من وجهة نظركم؟

- () غير صعب إطلاقاً
() غير صعب
() صعب إلى حد ما
() صعب
() صعب جداً

الموقف الثاني:

طلب الرئيس المباشر من المدير المالي الموافقة على الاستثمار في أسهم إحدى الشركات على الرغم من أن المؤشرات المالية الأساسية وتوقعات المستقبل تشير إلى أن مستوى أداء هذه الشركة ضعيف تماماً.

س ٤ : ما هو مدى وجود هذه الحالة في بيئة عملك؟

- () غير موجودة إطلاقاً
- () نادرة الوجود
- () موجودة أحياناً
- () موجودة غالباً
- () موجودة دائماً

س ٥: اختر البديل الذي تراه مناسباً من وجهة نظركم للتعامل مع هذه الحالة:

- () ١- على المدير المالي عدم إطاعة الرئيس المباشر
- () ٢- على المدير المالي إطاعة تعليمات الرئيس المباشر

س ٣: ما هو مدى صعوبة الاختيار بين البديلين من وجهة نظركم؟

- () غير صعب إطلاقاً
- () غير صعب
- () صعب إلى حد ما
- () صعب
- () صعب جداً

الموقف الثالث:

يسمع المدير المالي في إحدى الشركات - عن طريق الصدفة - أن أحد زملائه من المديرين يستغل بعض موارد الشركة لحسابه الخاص.
س٧: ما هو مدى وجود هذه الحالة في بيئة عملك؟

- () غير موجودة إطلاقاً
() نادرة الوجود
() موجودة أحياناً
() موجودة غالباً
() موجودة دائماً

س٨: اختر البديل الذي تراه مناسباً من وجهة نظركم للتعامل مع هذه الحالة:

- ١- على المدير المالي نصح الزميل و عدم إبلاغ الرئيس المباشر بهذا الأمر ()
٢- على المدير المالي إبلاغ الرئيس المباشر بهذا الأمر ()

س٩: ما هو مدى صعوبة الاختيار بين البديلين من وجهة نظركم؟

- () غير صعب إطلاقاً
() غير صعب
() صعب إلى حد ما
() صعب
() صعب جداً

الموقف الرابع:

المدير المالي في إحدى الشركات غير راض عن الراتب الذي يتقاضاه، وقد قرر الانتقال إلى شركة أخرى براتب أفضل وهنا يحاول إقناع الزملاء المتميزين في الإدارة المالية بضرورة الانتقال معه.

س ١٠ : ما هو مدى وجود هذه الحالة في بيئة عملك؟

- () غير موجودة إطلاقاً
- () نادرة الوجود
- () موجودة أحياناً
- () موجودة غالباً
- () موجودة دائماً

س ١١ : اختر البديل الذي تراه مناسباً من وجهة نظركم للتعامل مع هذه الحالة:

- () ١- على المدير المالي الانتقال إلى الشركة الجديدة دون إقناع الآخرين
- () ٢- على المدير المالي الانتقال إلى الشركة الجديدة مع إقناع الآخرين

س ١٢ : ما هو مدى صعوبة الاختيار بين البديلين من وجهة نظركم؟

- () غير صعب إطلاقاً
- () غير صعب
- () صعب إلى حد ما
- () صعب
- () صعب جداً

الموقف الخامس:

يتلقى المدير المالي دعوة احتفالية من مدير أحد الصناديق الاستثمارية، وهناك احتمال كبير أن يطلب مدير الصندوق من المدير المالي معلومات هامة جداً عن الشركة.

س١٣ : ما هو مدى وجود هذه الحالة في بيئة عملك؟

- () غير موجودة إطلاقاً
() نادرة الوجود
() موجودة أحياناً
() موجودة غالباً
() موجودة دائماً

س١٤ : اختر البديل الذي تراه مناسباً من وجهة نظركم للتعامل مع هذه الحالة:

- ١- على المدير المالي رفض دعوة مدير الصندوق ()
٢- على المدير المالي قبول دعوة مدير الصندوق ()

س١٥ : ما هو مدى صعوبة الاختيار بين البديلين من وجهة نظركم؟

- () غير صعب إطلاقاً
() غير صعب
() صعب إلى حد ما
() صعب
() صعب جداً

س ١٦: فيما يلي مجموعة من الوسائل التي يمكن أن تساعد على إكساب السلوك الأخلاقي في مجال التمويل. الرجاء وضع دائرة حول الرقم الذي يعبر عن أهمية كل وسيلة من وجهة نظركم:

الوسائل	هاماً جداً	هاماً	متوسطة الأهمية	غير هاماً	غير هاماً على الإطلاق
وجود مقرر دراسي عن أخلاقيات التمويل في كليات إدارة الأعمال	٥	٤	٣	٢	١
توفير القواعد والقوانين الحكومية التي تلزم بالسلوك الأخلاقي	٥	٤	٣	٢	١
الاستفادة من وسائل الإعلام واسعة الانتشار في تنمية الوعي العام بأهمية الأخلاقيات في مجال التمويل	٥	٤	٣	٢	١
المساهمة في إعداد ميثاق شرف أخلاقي يتعلق بمهنة التمويل على مستوى المجتمع/ القطاع الذي تنتمي إليه شركتي	٥	٤	٣	٢	١
دعم الإدارة العليا للسلوك الأخلاقي في مجال التمويل	٥	٤	٣	٢	١
إعداد برامج تدريبية على مستوى الشركة عن الأخلاقيات في مجال التمويل	٥	٤	٣	٢	١
تشكيل لجنة دائمة على مستوى الشركة لمتابعة الأخلاقيات السائدة	٥	٤	٣	٢	١
العمل على جعل الأخلاقيات ضمن ثقافة الشركة	٥	٤	٣	٢	١
الاهتمام بالأوضاع المالية للعاملين في الإدارة المالية	٥	٤	٣	٢	١
عقد لقاءات دورية بالشركة للتعرف على مشاكل العاملين الخاصة والعامة	٥	٤	٣	٢	١

بيانات عامة:

ضع علامة (✓) أمام الإجابة المناسبة:

١- المسن:

- () أقل من ٣٠ سنة
() ٣٠- أقل من ٤٠ سنة
() ٤٠- أقل من ٥٠ سنة
() ٥٠ سنة فأكثر

٢- منطقة الميلاد:

- () العاصمة
() مدينة غير العاصمة
() قرية

٣- نوع التعليم:

- () خريج إحدى كليات إدارة الأعمال
() خريج إحدى الكليات الأخرى

٤- المؤهل العلمي:

- () بكالوريوس
() ماجستير
() دكتوراه
() أخرى

٥- الحالة الاجتماعية:

- () أعزب
() متزوج وليس لديه أطفال
() متزوج ولديه أطفال
() أخرى

٦ - عدد سنوات الخبرة:

- () أقل من ٥ سنوات
() ٥- أقل من ١٠ سنوات
() ١٠- أقل من ١٥ سنة
() ١٥ سنة فأكثر

٧- متوسط الدخل الشهري:

- () أقل من ٢٠٠٠٠ ريال
() ٢٠٠٠٠- أقل من ٣٠٠٠٠ ريال
() ٣٠٠٠٠- أقل من ٤٠٠٠٠ ريال
() ٤٠٠٠٠- أقل من ٥٠٠٠٠ ريال
() ٥٠٠٠٠ ريال فأكثر

