

**ВАРНЕНСКИ СВОБОДЕН УНИВЕРСИТЕТ
„ЧЕРНОРИЗЕЦ ХРАБЪР“
ФАКУЛТЕТ „МЕЖДУНАРОДНА ИКОНОМИКА И
АДМИНИСТРАЦИЯ”
КАТЕДРА „АДМИНИСТРАЦИЯ, УПРАВЛЕНИЕ И
ПОЛИТИЧЕСКИ НАУКИ”**

САМИ ДЖОРДЖ ЕЛ НАДАФ

**КОРПОРАТИВНА КУЛТУРА И
СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ НА БИЗНЕСА
В ХРАНИТЕЛНАТА ИНДУСТРИЯ НА ЛИВАН**

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертационен труд
за присъждане на образователна и научна степен „доктор”
професионално направление 3.7. “Администрация и управление”,
докторска програма “Икономика и управление”(индустрия)”.

Научен ръководител:
проф. д-р Снежанка Овчарова

**Варна
2022**

**ВАРНЕНСКИ СВОБОДЕН УНИВЕРСИТЕТ
„ЧЕРНОРИЗЕЦ ХРАБЪР“
ФАКУЛТЕТ „МЕЖДУНАРОДНА ИКОНОМИКА И
АДМИНИСТРАЦИЯ”
КАТЕДРА „АДМИНИСТРАЦИЯ, УПРАВЛЕНИЕ И
ПОЛИТИЧЕСКИ НАУКИ”**

САМИ ДЖОРДЖ ЕЛ НАДАФ

**КОРПОРАТИВНА КУЛТУРА И
СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ НА БИЗНЕСА
В ХРАНИТЕЛНАТА ИНДУСТРИЯ НА ЛИВАН**

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертационен труд
за присъждане на образователна и научна степен „доктор”
професионално направление 3.7. “Администрация и управление”,
докторска програма “Икономика и управление”(индустрия”).

Научен ръководител:
проф. д-р Снежанка Овчарова

Рецензенти:
проф. д-р Лидия Велкова
доц. д-р Кремена Андонова

**Варна
2022**

Дисертацията е обсъдена и насочена за защита пред научното жури на катедрен съвет на катедра „Администрация, управление и политически науки“ към Факултета по Международна икономика и администрация на Варненски свободен университет “Черноризец Храбър”, Варна.

Дисертационният труд е с обем от 226 страници, състои се от увод, изложение в три глави, заключение, списък с използвана литература и едно приложение (33 стр.). Съдържанието на всяка от главите е разпределено в отделни параграфи, като в края на всяка глава са направени конкретни изводи. Основният текст включва 4 таблици и 16 фигури. Списъкът с използвана литература се състои от 499 заглавия на английски език.

Авторът на дисертацията е старши преподавател в Ливански университет и се обучава на самостоятелна подготовка в катедра „Администрация, управление и политически науки“, към Факултета по Международна икономика и администрация на Варненски свободен университет “Черноризец Храбър”, Варна.

Защитата на дисертацията пред научното жури ще се проведе на 01.09.2022 г. в 11.00 ч. в заседателната зала на Варненски свободен университет „Черноризец Храбър“. Материалите за защитата са на разположение на желаещите при секретаря на катедра „Администрация, мениджмънт и политически науки“, Факултет „Международна икономика и администрация“ на Варненски свободен университет „Черноризец Храбър“, стая Г-8.

I. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Увод

Предизвикателствата, пред които са изправени днешните фирми, поради наличието на неетични практики в хранителната индустрия през последните години, изискват нови подходи и действия за намаляване и преодоляване на този критичен проблем. Практиките в тази индустрия са изключително подходящ обект за изследване на бизнес етиката в този труд. Съществуването на неетично поведение в бизнеса – от Coca-Cola, най-големият доставчик на газирани напитки в света, до Lopez във Volkswagen, до ADM в частната индустрия – изглежда е постоянна тема, в широк спектър от медийно отразяване. Това е причината, поради която може да се очаква, че неетичните практики във веригата за доставка на храни ще бъдат още по-негативни в условията на развиващите се страни.

Фокусът на дисертационното изследване върху критични аспекти на неетичните практики в ливанската хранителна индустрия е свързан пряко с необходимостта от осигуряване на нова система в оперативните дейности и проектиране на специфична за контекста теоретична рамка във веригата за доставка на храни, в отговор на новите нарастващи изисквания за качествени продукти, за осигуряване на безопасността на хората, особено в страна, включваща стотици частни и публични корпорации. От друга страна са местните и регионалните геополитически ползи от намаляването на корупцията и увеличаването на правителствения авторитет, заедно с така необходимата промяна на законодателството.

2. Актуалност и значимост на изследването

Актуалността на темата на дисертацията се определя от необходимостта от извеждане на радикални насоки за подобряване на корпоративната социална отговорност в Ливан и предоставяне на конкретна теоретична рамка. Това е особено важно, тъй като досега нито едно задълбочено проучване не прави опит да представи концептуална рамка, изясняваща конкретно движещите

сили за изпълнението на етичните практики в Ливанската веригата за доставка на храни.

Ливан е страна с население от 6 825 милиона души, с индустриален сектор, обхващащ стотици частни и нечастни корпорации. Икономиката все още търпи бруталните последици от гражданската война, което е видимо от засиленото разделение на сектите, намаляване на местните и регионални геополитически ползи и правителствения авторитет, корупцията и така необходимото изменение на законодателството.

Корпоративните скандали от миналото показваха значението за бизнеса да работи морално и да приеме моралните принципи (Boda & Zsolnai, 2016). Организацията, които не възприемат морални практики, са изложени на по-високи рискове, като съдебно преследване, бойкот на техните продукти от потребителите, глоби и наказания и т.н. Nelson и др. (2008) описва как разходите на организацията могат да нарастнат поради липса на морално ръководство вътре в сдружението, включвайки разходи за функциониране, казуси, публикации и развитие. Като се има предвид, че етичният начин на поведение на заемащите ръководни позиции играе много важна роля, се изисква допълнително изследване на връзката между етичното управленско поведение на висшето ръководство, етичната култура на организацията и резултатите (Riivari, et al., 2012). Според Ardichvili & Jondle (2009) изследователите трябва да проучат допълнително сдруженията и връзките между структурата на етичните аспекти, която съществува вътре в корпоративната култура на всяка организация, с няколко взаимодействащи фактори и влияещи променливи. През последните години бяха проведени няколко проучвания, свързани с корпоративната култура и социалната отговорност, заедно с ролята на доверието, оказващо влияние върху отношенията купувачи-доставчици между тях: Cetindamar & Husoy (2007) и Jamali & Keshishian (2009). Те изследват сътрудничеството между бизнеса и заинтересованите страни във връзка с КСО в Близкия изток. Също така, Yasin (2013) подчертава важноста на организационната култура в управленските дейности като КСО; Assiouras и др. (2013) отбелязват, че КСО влияе значително върху връзката между КСО и приписването на вина, оценката на марката и намеренията за покупка в хранително-вкусовата индустрия.

Kang и Hustvedt (2014) подчертават факта, че купувачите са забелязали отсъствие, липса на прозрачност по отношение на действителната цел на КСО; Chadegani and Jari (2016) предлагат система за етична култура; Trobez (2017) споменава, че културата може да повлияе на бизнес етиката; Isac и Remes (2017) подчертават факта, че областта на етичното поведение в организацията все още не е напълно изяснена; Kwon (2017) установи, че етичното поведение има значително положително въздействие върху доверието на потребителите чрез ангажимента на компанията за КСО. Освен това Šmelikova (2017) акцентира върху важността на формирането и поддържането на силна култура, която дава възможност на хората да формулират етични оценки в рамките на една организация; Vu и др. (2017) и Kaur (2019) изтъкват значението на КСО като проблем, който предизвиква интереса на академичните изследователи; Sarfraz (2018) подчерта също и възприемането на КСО от ливанските организации; Jamali и Mirshak потвърдиха силата на организационната култура като предшественик на КСО; Liu и Lin (2020) работиха и върху идеята, че прилагането на практиките за КСО може да бъде повлияно от организационната култура. Chen и др. (2020) показаха, че колкото повече клиенти признават етиката на бизнес продажбите, толкова повече признават корпоративното социално задължение и се доверяват на бизнеса; Holubi (2021) установи, че лидерските характеристики на мениджърите оказват голямо влияние върху корпоративната култура. В тази връзка и въз основа на горните цитати може да се обобщи че много учени и изследователи са работили върху корпоративната култура и социалната отговорност, но никой от тях не комбинира и не се занимава с тази специфична тема за културата и социалната отговорност във веригата за доставки на храни в ливански контекст, и от тук идват важността и значението за провеждане на това изследване. Следователно, необходими са допълнителни проучвания, за да се разбере по-изчерпателно влиянието на корпоративната култура върху бизнес морала, особено в една възникваща нация като Ливан.

3. Обект и предмет на изследването

Обект на дисертацията е състоянието на социалната отговорност на ливанския бизнес и ролята на корпоративната култура и доверие за преодоляване на неетичните практики. В тази връзка са избрани четири ливански компании от веригата за доставка на храни, за извършване на качествени изследвания.

Предмет на дисертацията са възможностите за подобряване на етиката в отношенията купувачи-доставчици чрез идентифициране на критичните двигатели на етичните практики в управлението на веригата за доставки в страни като Ливан.

4. Изследователски проблем

Ливанските доставчици и купувачи от време на време са залавяни да предоставят некачествени, остарели продукти на клиентите. В Ливан въпросите за корпоративната култура и социалната отговорност все още се считат за нови теми на изследване. Изучаването на КСО в ливанската хранителна индустрия е интересно, особено поради това, че този сектор е изправен пред много критични ограничения, наложени от нестабилната ситуация в Ливан, заедно със слабо установената правна рамка, обезценената икономика и слабото политическо планиране. Това лошо състояние доведе до увеличаване на корупцията и невъзможност на страната да постига положителни резултати, особено в частния сектор.

Проучванията в тази област показват влиянието на моралното поведение на организацията и управленските аспекти върху производителността на фирмата (Jin, et al., 2013). Мениджърите разбират, че чрез въвеждането на етика в организациите могат да постигнат предимство и да подкрепят практическото подобряване на бизнеса (Mihai и Alina, 2013).

Съществуват различия в практиките на КСО в местните компании, работещи в Близкия изток (БИ). Има няколко проучвания (Cetindamar and Husoy, 2007; Jamali и Keshishian, 2009), които изследват сътрудничеството между бизнеса и заинтересованите страни във връзка с КСО в БИ, но не са провеждани проучвания в ливанския хранителен сектор. Следователно, изследването как ливанските хранителни компании възприемат и прилагат КСО, заедно с поведението им спрямо тяхната общност, е основна тема, която трябва да бъде проучена.

5. Авторова теза

Културата и доверието играят специфична роля в прилагането на етичните практики във веригата за доставка на храни. Те се считат за най-важните фактори, влияещи върху доставчиците и купувачите и досега са били разглеждани в литературата, но главно в случаи от западните страни.

Възможностите за решаване на проблема с неетичните практики се основават на обстоятелствата, че мениджърите трябва да анализират рисковете, включвайки междинното ръководство на компанията при прилагането им, да използват най-новото оборудване за подобряване на етичните практики в хранителната индустрия; да наблюдават различни фактори в организациите, като характеристиките на наетите служители, акцентирайки повече върху посрещане на клиентските изисквания за обслужване; овластяване на служителите свободно да вземат решения, за да удовлетворят клиентите; фокус повече върху прилагането и създаването на ценности, които трябва да бъдат внушени в служителите с достойнство и насърчаване на култура на взаимно уважение чрез примера, даден от техните ръководители, чрез обучение и чрез периодични напомняния; да събират информация от потребителите (чрез използване на маркетингови проучвания за много видове информация), особено преди въвеждането на продукти на пазара; да обръщат голямо внимание на доверието, което помага за изграждането на силни отношения между купувачи и доставчици; да включват етиката в техните договори за продажба, при което магазините трябва да спазват етичните стандарти, да подреждат продуктите по рафтовете и да премахват всички остарели продукти от хладилниците.

Ливанските мениджъри се опитват да поддържат тези основни връзки, като работят върху качеството и изграждат мрежи със своите заинтересовани страни. За да се гарантира устойчивостта на тези взаимоотношения, трябва да се комуникират ясни и силни етични бизнес ценности.

В това изследване са избрани четири различни ливански компании от хранителната индустрия, чрез качествено проучване, което води до съставяне на серия от предложения, идентифициращи девет основни двигатели за прилагането на етичните практики във веригата за доставка на храни в Ливан.

6. Цел и задачи на дисертационния труд

Целта на това изследване е да проучи корпоративната култура и социалната отговорност на бизнеса в ливанската хранителна индустрия и да разработи нов концептуален модел с критични двигатели за подобряване на етичните практики във веригата за доставка на храни в Ливан. Тази цел се постига чрез следните задачи:

1) Преглед на литературата относно връзката на етиката с корпоративната култура и корпоративната социална отговорност във веригата на доставки;

2) Да се разкрие ролята на културата и доверието в разбирането на етиката при управлението на веригата за доставки в Ливан;

3) Да се разработи методология на изследване, подходяща за ливанския контекст;

4) Да се осъществят изследвания в четири ливански компании от хранителния сектор;

5) Да се анализират резултатите от изследването и да се идентифицират етичните двигатели в ливанските компании във веригата за доставка на храни;

6) Да се подчертае ролята и приноса на корпоративната култура за по-етично управление на веригата за доставка на храни в Ливан;

7) Да се изгради концептуална рамка, идентифицираща движещите сили, които помагат за прилагането на етиката във веригата за доставка на храни в Ливан.

8) Въз основа на систематизиране и аргументация да се изведе връзката между приноса за новите инструменти, въведени срещу хранителните скандали и изследователската задача;

9) Да се изведат насоки за подобряване на корпоративната социална отговорност в Ливан.

7. Методология на изследването

Методологията в тази дисертация включва качествено изследване. Използвани са: пилотно проучване, полуструктурирано интервю и задълбочено интервю, за да се формира накрая рамката на интервютото, включващо 60 въпроса. В допълнение е извършен

анализ на данните и кодиране на драйверите. Освен това, в методологията на изследването, авторът използва систематичния подход чрез проектиране на експерименталното изследване, включващо научния метод за стриктно изследване на конкретния изследователски въпрос, а именно за ролята на корпоративната култура и социалната отговорност за подпомагане на прилагането на етичните практики в ливанската хранителна индустрия. Дизайнът и конкретните стъпки в методологията на изследването са представени систематично, като се започва с първата стъпка от събирането на данните и завършва с интерпретация на резултатите. Интерпретацията на данните беше анализирана задълбочено, като бяха прочетени няколко пъти всички отговори, предоставени от четиримата мениджъри. Изследователят проучи, подготви и събра всички бележки и документи, след това ги анализира преди създаването на първоначалните кодове, за да ги представи по кохезионен начин. Освен това, се имат предвид и експертните мнения на мениджърите - г-н Геден и г-н Мина, които наблягат много на важността на етичните практики и тяхното прилагане в ливанската хранителна индустрия, защото Ливан е изправен пред критична ситуация в икономиката и политиката; вземат се предвид и хранителните скандали, които ставаха от време на време, без подкрепа от страна на ливанското правителство, да съдейства на частния сектор и по-специално на хранителната индустрия.

8. Ограничения по отношение на проблематичния обхват на дисертационния труд

Ограниченията в тази дисертация са следните: ограниченият период от време за събиране на данните, липсата на надлъжни изследвания, заедно с тестване и сравняване на продуктите, разпространявани извън Ливан, за да се провери дали компаниите наистина използват етични практики, без значение на кого се продават и разпространяват продуктите, като се вземат етикетите на продуктите и се изпращат до лабораториите, за да се установи дали съставките са същите, както са изписани на етикетите.

Друго ограничение е свързано със служителите на четирите компании, които отказаха да участват в каквито и да било дискусии, свързани с изследването, и това се дължи на страха от споменаване на каквато и да е вредна информация, свързана с

работното им място, както и страха от техните мениджъри, от там и вероятността да загубят работата си в случай, че служителите разкрият някаква поверителна информация.

Последното ограничение е свързано с разликата в миналото на четиримата мениджъри в Ливан по отношение на културата, с ливанските или чуждестранните клиенти, които получават ливански продукти, с необходимостта да се знае повече за тяхното поведение и реакции към всеки продукт, предлаган от ливанците фирми.

II. ОБЕМ И СТРУКТУРА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Дисертацията е структурирана във въведение, три глави, заключение и е общо 226 страници. Основният текст съдържа 6 таблици и 18 фигури. Списъкът с литература се състои от 499 източника – книги, статии на английски и интернет източници. Освен това има едно приложение (5 страници).

СЪДЪРЖАНИЕ

УВОД

ПЪРВА ГЛАВА Преглед на литературата – Свързване на етиката с корпоративната култура и корпоративната социална отговорност във веригата за доставки

- 1.1 Етични и неетични практики в управлението на веригата за доставки
- 1.2 Корпоративна социална отговорност в управлението на веригата за доставки
- 1.3 Ролята на културата и доверието в разбирането на етиката в управлението на веригата за доставки
- 1.4 Културата на различни равнища за анализ: национално и организационно
Изводи към глава I

ВТОРА ГЛАВА Методология на изследването

- 2.1 Проектиране на изследването и събиране на данни
- 2.2 Извадка от изследванията в четири ливански компании от хранителния сектор

2.3 Инструменти за събиране на данни и подход за анализ
Изводи към глава 2

ТРЕТА ГЛАВА Резултати от изследванията и препоръки за мениджмънта

- 3.1 Индуктивно идентифициране на девет двигатели на етично бизнес поведение
- 3.2 Теоретични приноси на изследването
- 3.3 Модериращата роля на доверието и културата за деветте двигатели
- 3.4 Препоръки за подобряване на корпоративната социална отговорност в Ливан.
Изводи към глава 3

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Използвана литература

Приложение

Декларация за оригиналност

КРАТКО ИЗЛОЖЕНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Въведението обосновава актуалността на проблема: неетичните практики са установяват по целия свят, независимо дали в Европа, САЩ, Китай, скандали с храни се виждат и чуват по новините, което води до повдигане на жизненоважния въпрос за корпоративната култура и социалната отговорност на хранителните компании към техните общества.

Въведението обосновава избора на темата поради нейната значимост и разпространение в ливански контекст: различни неетични случаи в Ливан, увреждащи и засягащи обществото и особено хората. Много специалисти, независимо дали от министерството на индустрията или от търговската камара, споменават, че плащането на чуждестранни компании или дистрибутори да купуват продукти с изтекъл срок на годност е обичайна практика сред доставчиците на храни в Ливан. Хранителните проблеми и неетичните практики, които съществуват в ливанското общество, обуславят важноста да се навлезе дълбоко в тази тема и да се изследват основните фактори,

които водят до по-добри резултати и практики за хранителната индустрия.

Във въведението са формулирани изследователския проблем и тезата на автора: тези случаи на неетични практики във веригата за доставка на храни в Ливан са добра илюстрация на въпроса за относителното прилагане на етичните стандарти в отношенията купувач/доставчик в развиващите се страни. Този въпрос има огромно значение за икономиката на тези страни и благосъстоянието на тяхното население, той обаче до голяма степен е пренебрегван от академичната литература досега.

Във въведението се дефинира целта на изследването и се уточняват изследователските задачи за решаване. Целта на това изследване е да проучи корпоративната култура и социалната отговорност на бизнеса в ливанската хранителна индустрия и да разработи нов концептуален модел с критични двигатели за подобряване на етичните практики във веригата за доставка на храни в Ливан. Тази цел се постига чрез следните задачи: преглед на литературата за свързване на етиката с корпоративната култура и корпоративната социална отговорност във веригата на доставки; да се разкрие ролята на културата и доверието в разбирането на етиката при управлението на веригата за доставки в Ливан; да се разработи методология на изследване, подходяща за контекста на Ливан; да се осъществят проучвания в четири ливански компании в хранителния сектор; да се анализират резултатите от изследването и да се идентифицират етичните двигатели в ливанските компании от веригата за доставки на храни; да се подчертае ролята на корпоративната култура за по-етично управление във веригата за доставка на храни в Ливан; да се изгради концептуална рамка, идентифицираща движещите сили, които помагат за прилагането на етиката във веригата за доставка на храни в Ливан; въз основа на систематизиране и аргументация да се изведе връзката между приноса за новите инструменти, въведени срещу хранителните скандали и изследователската задача и да се изведат насоки за подобряване на корпоративната социална отговорност в Ливан.

В увода са определени обекта и предмета на дисертационното изследване: Обект на дисертацията е състоянието на социалната отговорност на ливанския бизнес и ролята на корпоративната

култура и доверие за преодоляване на неетичните практики. В тази връзка са избрани четири ливански компании във веригата за доставка на храни за извършване на качествени изследвания. Предмет на дисертацията са възможностите за подобряване на етиката в отношенията купувачи-доставчици чрез идентифициране на критичните двигатели на етичните практики в управлението на веригата за доставки в страни като Ливан.

Въведението представя ограниченията на изследваните проблеми, използваните изследователски инструменти и публичното представяне на основните резултати от дисертацията. Ключовите ограничения на това изследване са: препятствията, с които се сблъсква по време на извършената работа, отсъствието на надлъжни изследвания, заедно с тестването и сравняването на продуктите, разпространявани извън Ливан, вземане на етикетите на продуктите и изпращането им до лабораториите, за да се установи дали съставките са същите, както са изписани на етикетите. Някои служители на четирите компании отказаха да участват в каквито и да било дискусии, свързани с изследването. Ограничения, свързани с различията в миналото на четиримата мениджъри в Ливан по отношение на културата. Необходимостта да се познават поведението и реакциите на ливанските или чуждестранни клиенти към всеки продукт, предлаган от ливанските компании. Що се отнася до използваните инструменти, те включват събиране на данни и качествен въпросник, заедно с пилотно проучване, полуструктурирано интервю и задълбочено интервю; основните резултати от това проучване ще формират различни препоръки, както за научни изследвания, така и за приложение в управленската сфера. Академично, изследването предоставя специфичен подход за проектиране на теоретична рамка, съобразена с контекста, която изяснява движещите сили за изпълнение на етичните практики в управлението на веригата за доставки в ливанската хранителна индустрия.

Първа глава „ПРЕГЛЕД НА ЛИТЕРАТУРАТА – СВЪРЗВАНЕ НА ЕТИКАТА С КОРПОРАТИВНАТА КУЛТУРА И КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ ВЪВ ВЕРИГАТА НА ДОСТАВКИ“ анализира основната литература относно бизнес етиката, корпоративната

социална отговорност в управлението на веригата за доставки, заедно с ролята на доверието, влияещо върху отношенията купувачи-доставчици във веригата на доставки. Разгледана е културата на национално и организационно равнище.

Параграф 1.1 Етични и неетични практики в управлението на веригата за доставки е посветен на теоретичния анализ на корпоративната култура, бизнес етиката и ролята на доверието, заедно с методологичните аспекти за прилагането на етичните практики във веригата за доставка на храни в Ливан, в четири ливански компании, като основен обект на изследването.

Извършен е цялостен анализ на проблемната ситуация: установяване на неетични практики в рамките на ливанския пазар, което предизвика и повдигна въпроса, да се изследва все повече ролята на корпоративната култура и социалната отговорност в ливанската хранителна индустрия.

Представени са съществените фактори на средата, в която се появява управленският проблем с неетичните практики в Ливанската верига за доставка на храни. Показани са добри примери за относителното прилагане на етичните стандарти в отношенията купувач/доставчик в нововъзникващите страни като Ливан, заедно с конкретни примери за хранителни отравяния, срокове на годност на продуктите.

Еволюцията на управлението на веригата за доставки все още продължава и формата и структурата ѝ ще бъдат формирани в бъдещето. Обобщение на трите фази и новата, която е управление на зелената верига за доставки, е показано в таблица 1.1

Таблица 1.1: Трите фази в концепцията за управление на веригата за доставки

Фаза	Управление на физическата дистрибуция
Години	1960
Фокус	Дистрибуция на краен продукт
Съдържание	Инвентаризация и обработка на поръчки
Фаза	Логистичен мениджмънт
Години	1970-1980

Фокус	Оптимизиране на вътрешните операции
Съдържание	Производство, входящ транспорт

Фаза	Управление на веригата на доставките
Години	1980-1990
Фокус	Интеграция през организационните граници
Съдържание	Външна логистика, управление на взаимоотношенията с клиенти

Фаза	Управление на зелената веригата за доставки
Години	1990-сега
Фокус	Прилагане на зелени практики
Съдържание	Екологични разходи, бизнес отпадъци

Източник: Al Am, A. and EL Naddaf, S., "Evolution of Supply Chain Management towards Green Supply Chain Management: Drivers and their Impact"- European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences, September 2015.

В този параграф са очертани и анализирани положителни и отрицателни правителствени фактори, и заинтересовани страни в бизнес компаниите, които акцентират върху кодекса на бизнес принципите и морала; корумпирани лица, които нямат ценностна система, оценяваща правилно или неправилно; липсата на кодекси за поведение, които да се прилагат стриктно по време на доставката и другите материални функции; обучение и подкрепа, комуникация и ангажиране, наблюдение на производствения процес, влияещи върху разрешаването на проблема с неетичните действия и практики във веригата за доставка на храни в Ливан.

Параграф 1.2 Корпоративна социална отговорност в управлението на веригата за доставки е посветен на корпоративната социална отговорност (КСО) в управлението на веригата за доставки. Ясно е, че КСО се съсредоточава върху идеята, че една корпорация може да бъде държана социално и етично отговорна от широк кръг заинтересовани страни като клиенти, служители, правителства, общности, НПО, инвеститори, членове на веригата за доставки, синдикални регулатори и медии.

Много глобални цели, могат да бъдат свързани пряко с корпоративната социална отговорност, например до 2030г. да

намалява значително броя на смъртните случаи и заболяванията от опасни химикали и замърсяване на въздуха, водата и почвата. Освен това, гарантирането на устойчиви системи за производство на храни и прилагането на устойчиви селскостопански практики водят до повишаване на производителността и производството, поддържане на екосистемите и укрепване на капацитета за адаптиране към изменението на климата, екстремните метеорологични условия, суша, наводнения и други бедствия, което постепенно подобрява качеството на земята и почвата.

Необходимостта от изследване на корпоративната култура и социалната отговорност в ливанската хранителна индустрия е жизненоважно, като придобива все по-голямо значение и внимание не само в Ливан, но и по целия свят, едновременно с подчертаването на важността на доверието между купувачите и доставчиците, засягащо техните взаимоотношения и тяхното представяне. От друга страна това оказва влияние върху човешкото поведение, заедно с етичните норми и стандарти в света на бизнеса, и в управлението на покупките, въпроси, по които гледните точки се различават при прилагането на етични практики в хранителните фирми.

Въз основа на няколко неотдавнашни публикации, КСО изглежда придобива голямо значение във веригата на доставките на храни, не само поради естеството на продукта като консуматив на животинска / растителна основа, който е необходим за съществуването, но и поради сложния, трудоемък характер на веригите за доставка на храни. Корпоративните скандали в миналото показаха важността на бизнеса да работи етично и да приема етичните насоки (Boda & Zsolnai, 2016). Nelson и др (2008) описват разходите, които организациите могат да направят поради липсата на морално поведение в общността; етичната култура на организацията и резултатите изискват допълнително изследване, както е предложено от Riivari и др. (2012). Според Ardichvili & Jondle (2009) изследователите трябва да проучат допълнително сдруженията и връзките между структурата на етичната култура.

Ролята на веригата за доставки при определяне на способността на фирмите да постигнат целите си за корпоративна социална отговорност (КСО) се е увеличила драстично през последното десетилетие. Функцията на веригата за доставки е очевидна за

влиянието върху инициативите за КСО и етика, защото веригата за доставки засяга почти всички дейности, които обикновено биха повлияли на социално отговорното поведение.

Неотдавна етичното поведение в управлението на веригата за доставки се разширява и включва корпоративното поведение, което насърчава устойчивостта и социалната отговорност. Това разпространение, отчасти е финансово направлявано така, че потребителите предпочитат етично произведени стоки и услуги. Всъщност изследванията показват, че потребителите са готови да платят значително повече за стоки и услуги, които са били произведени етично и ще изискват отстъпки от корпорации, чиито стоки се произвеждат неетично. Освен това, неетичното поведение предизвиква значително по-силен отрицателен ефект върху готовността на потребителите да плащат или да извършват бизнес, отколкото етичното поведение поражда положителен ефект. С нарастващата роля на глобалните дейности на много бизнес фирми в бъдеще, се увеличават и етичните дилеми, пред които са изправени управляващите в областта на веригите за закупуване и доставки.

Компаниите са взаимнозависими и изцяло отговорни заедно за моралното поведение в предприятията, както на пазара, така и сред общностите. Етиката е основно лична и следователно е свързана с поведението на индивидите.

Параграф 1.3 Ролята на културата и доверието в разбирането на етиката в управлението на веригата за доставки е посветена на обсъждането на предпоставките за познаване и получаване на ясна картина за критичните проблеми, причинени от неетичните практики в хранителната индустрия: корупция, подкупи и обстоятелства, възникнали между купувачи и доставчици, различни конфликти, в които много компании по целия свят са изправени. Анализирани са най-важните концепции за управление на веригата за доставки, корпоративната социална отговорност на организациите и бизнес етиката, с влиянието на доверието върху възприеманото представяне. Обоснована е възможността за получаване на по-добри резултати при проучване на двигателите за прилагане на етични практики.

Формулирани са работни дефиниции на термините управление на веригата за доставки, корпоративна социална отговорност, доверие, бизнес етика, взаимоотношения между купувачи и доставчици, култура, а съпътстващата терминология беше коригирана според спецификата на избраната индустрия, която в този случай е хранителната индустрия. Представени са глобалните предизвикателства пред хранителната индустрия по отношение на етичното поведение.

Установена е необходимостта от изучаване и прилагане на корпоративната култура и социалната отговорност в ливанската хранителна индустрия, за да се получат по-добри резултати.

Подчертано е, че въпреки критичните предизвикателства, пред много компании по отношение на етичното поведение и безопасността на храните за хората, съществува възможно решение за намаляване на негативното въздействие на лошото поведение и увеличаване на приложението на етични практики в ливанската хранителна индустрия.

Разкрити са основните предизвикателства и проблеми пред хранителната индустрия, купувачите и доставчиците, и най-вече крайните потребители. Въз основа на направения анализ, са обогатени и усъвършенствани в теоретичен аспект научните дефиниции за бизнес етика, корпоративна култура, доверие и управление на веригата за доставки.

Подчертаването на ролята на доверието и корпоративната култура между купувачите и доставчиците в ливанската хранителна индустрия е разгледано като една от възможностите за преодоляване на неетичните практики, установени в индустриалната верига за доставки на храни.

Въз основа на анализ е показано че, доверието и корпоративната култура, които имат преки връзки помежду си, играят значителна роля в разбирането на етиката в отношенията между купувачи и доставчици във веригата за доставка на храни в Ливан. Характеристиките на доверието, корпоративната култура, бизнес етиката, управлението на веригата за доставки и връзката помежду им са обобщени посредством аналитичен обзор.

Въз основа на сравнителен анализ между индивидуалистичната и колективистичната култура в различни страни по света, чрез изучаване на влиянието на доверието и

културата върху разбирането на етиката и представянето, са изтъкнати основните празнини, открити в прегледа на литературата.

Акцентът в изследването е поставен върху практическите двигатели, които водят компанията да прилага етични практики в управлението на своята верига за доставки. За пълнота при обосноваване на възможностите за внедряване на етиката в ливанската хранителна индустрия, е извършен задълбочен анализ на литературата за корпоративната култура, доверието, бизнес етиката, заедно с изследване на движещите сили за прилагането на етичните практики в ливанските хранителни компании.

Съществуващите модели, концепции и теоретична дискусия, свързани с решаването на проблема и доказването на аргументите, са представени в глава първа, а именно и конкретно на фиг.1.1, фиг.1.2 и фиг.1.3.



Фиг.1.1: Концептуална рамка на корпоративната и бизнес етика на организациите

Източник: adapted by WOOD, J.G., ROGINA, B., LAVU, S., HOWITZ, K., HELFAND, S.L., TATAR, M., and SINCLAIR, D., (2004), Sirtuin activators mimic caloric restriction and delay ageing in metazoans, Nature, 430 (7000), pp. 686-689.



Фигура 1.2: Концептуален модел на ефектите на доверието върху възприеманото представяне

Източник: adapted by- 160. JOHNSTON, D.A., MCCUTCHESON, D.M., STUART, F.L., and KERWOOD, F., (2004), Effects of Supplier Trust on Performance of Cooperative Supplier Relationships, Journal of Operations Management, 22 (1), pp. 23-38.



Фигура 1.3: Концептуален модел на факторите, влияещи върху дългосрочната ориентация на фирмата купувач

Източник: adapted by - Cannon, J. P., Doney, P. M., Mullen, M. R., & Petersen, K. J. (2010). Building long-term orientation in buyer–supplier relationships: the moderating role of culture. *Journal of OperationsManagement*,28(6),506521.doi:10.1016/j.jom.2010.02.002

Параграф 1.4 “Културата на различни равнища на анализ: национално и организационно” разглежда влиянието на националната култура и нейната връзка с организационната култура. Прегледът на литературата подчертава необходимостта от

изучаването на същността на корпоративната култура, за да се разбере нивото на ангажираност в една организация. Показано е, че организационната култура има положително въздействие върху ангажираността и представянето. В променящата се среда организациите срещат предизвикателства със сблъскващи се ценности и интереси, и се нуждаят от стандарти и принципи за управление, за да отговарят ефективно на тези обстоятелства.

След това се обсъждат културните аспекти на отношенията купувачи-доставчици, и връзката с доверието. Изследователите твърдят също, че културните характеристики на всяко лице, работещо в проект, могат да имат значително влияние върху успеха на проекта. Освен това културните различия действат на две нива: макрониво и микро ниво, и тези различия също влияят върху успеха на проекта. Показано е също, че културните различия влияят на всяко взаимоотношение в различни измерения: честота и интензивност на контактите, социална дистанция, готовност за адаптиране и инвестиране във взаимоотношенията, ниво на доверие, както и комуникация между партньорите.

От предишни проучвания, направени в Съединените щати и англоговоряща Канада, става ясно, че дългосрочното отношение на купувача към доставчика определено е повлияно от нивото на доверие на купувача в доставчика и в допълнение - от стабилното изпълнение на доставчика. Тази констатация потвърди, че доверието и изпълнението се разглеждат като решаващи променливи при изграждането и поддържането на добре работещи взаимоотношения купувач и доставчик в условията на независими общества. След това, на база на модела на Canon et.al., (2010), се обосновава разликата между индивидуалистичната и колективистичната култура. При купуване от фирми с индивидуалистични култури, трябва да се обърне специално внимание, да не ограничават служителите по обществени поръчки с политики, подходящи за индивидуалистичните култури, но несъвместими с колективистичните ценности.

Изводи към глава 1:

Направен е преглед на литературата за отношенията между доверието и етиката в управлението на веригата за доставки, след което е установена връзка между културата и етиката. Представен

е задълбочен анализ на публикациите за взаимоотношенията между трите концепции в управлението на веригата за доставки.

Корпоративната социална отговорност привлича силно внимание, особено във веригата за доставки на храни, където компании от цял свят влагат много усилия, увеличават заплатите на работниците, подобряват условията, при които работят, опазват околната среда, отнасят се безопасно към животните, и превръщат на земното кълбо в здравословно място за живеене.

Освен това, във всяко общество етиката е жизненоважна за човека в различни аспекти. Те засягат не само личния живот на хората, но и техния социален живот. Етиката се счита за морален стандарт, по който хората преценяват поведението. Отнася се до добре обосновани стандарти за правилно и неправилно, които предписват какво обикновено трябва да правят хората, по отношение на права, задължения, ползи за обществото, справедливост или специфични добродетели.

Освен това, устойчивото развитие, което е в обществения дневен ред, се превърна във важен въпрос, широко обсъждан в много страни и много организации като Организацията по Храни и Земеделие, и мултинационалните компании за търговия на дребно, които имат собствен отдел за устойчиво развитие. Може да се спекулира за ролята на етиката, която трябва да играе в дискусиата за устойчивост и до каква степен етиката има реална добавена стойност. Въпреки това, етиката ясно участва в тези дебати, тъй като сложните оценки включват редица допускания за стойността и използване на понятия като риск, безопасност, здраве и благосъстояние, всички изискващи повече от обикновена техническа компетентност.

От прегледа на литературата по-горе може да се направи извод, че съществуват преки връзки между доверието, културата и дългосрочната ориентация на отношенията купувач-доставчик. Но има още много за изследване, когато става въпрос за етичните практики в това уравнение. Накратко, въпреки че областта на етиката и потребителската етика са доминирани от рационални модели, те не могат напълно да обяснят делинквентното поведение на клиентите. Изследователите признават това ограничение на рационалния модел и се опитват да комбинират и съчетават

различни рационални модели, за да се преодолее това ограничение или да се разбере напълно причината за необичайното поведение.

Ливанското законодателство не предвижда никакви специфични фискални стимули или разпоредби за КСО. Направена е разработка за корпоративната култура, отнасяща се до ценностите и вярванията на хората, които се проявяват във всяка организация. Стана ясно, че етичното поведение има значително положително въздействие върху доверието на потребителите заради ангажимента на компанията към КСО. Изяснена е ролята, която корпоративната култура и корпоративната социална отговорност играят в компаниите и по-специално във веригата за доставка на храни. Освен това, от горните раздели става ясно, че компаниите в днешно време отделят много внимание на етичните практики и корпоративната социална отговорност, заради положителното въздействие върху успеха на компаниите, особено когато работят на местни и международни пазари, поради факта, че има нарастващо търсене на прозрачност и контрол от различни ключови участници. Връзката между КСО и хранителната сфера е критичен въпрос, който предизвиква интереса на академичните изследователи, тъй като много хранителни компании са пренебрегнали въпроса за КСО, което го прави значим и важен фактор за разглеждане.

В заключение на тази глава, е очевидно, че съществува връзка между бизнес етиката, доверието, културата и прилагането на етиката в управлението на веригата за доставки на храни, както се вижда от прегледа на литературата по-горе. Въпреки това, много малко се знае за ролята на доверието, корпоративната култура и корпоративната социална отговорност при прилагане на етичните практики конкретно във веригата на доставки в Ливан. Ето защо в тази дисертация са изследвани практическите двигатели, които водят една компания към приложение на етични практики в управлението на своята верига за доставки. Преди да бъдат представени резултатите от проучването на четири компании в ливанската хранителна индустрия, следващата глава ще представи методологията на изследването, заедно с подробно описание на процеса на събиране и анализ на данни.

Във втора глава „МЕТОДОЛОГИЯ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО“ авторът развива методология за изследване и предприема конкретни стъпки за получаване на точни доказателства, водещи до приноси в теоретичен и управленски аспект.

Параграф 2.1 Проектиране на изследването и събиране на данни разглежда и оценява следващите опции за решаване на проблема с неетичното поведение в ливанската хранителна индустрия. Дискутирани са задълбочено качествено изследване и мотивите за събиране на качествени данни. Разработена е също теорията за емпирични наблюдения с добре подбрана извадка, използвайки индуктивни съждения, при което се изследват четири казуси от ливански хранителни компании, за да се идентифицират индуктивно двигателите за прилагане на етични практики в тяхната верига за доставки и ролята, която играе културата и доверието в това изпълнение.

В качествено изследване първоначалния интерес за това дойде от реалните доклади по въпроса за отсъствието/наличието на социална отговорност в ливанската хранителна индустрия, произтичащ от прекия интерес на автора към начина, по който ливанските компании осъществяват своите практики.

Изследването върви от конкретното към общото, от специфичните детерминанти на етичните практики в ливанската хранителна индустрия до обобщение и изводи към интерпретиране или теория. Освен това изследването тръгва от специфичната роля на доверието и културата при прилагането на етичните практики между купувачи и доставчици и по-късно до обобщение за тяхната роля в други индустрии. След всяко интервю с ливанските мениджъри се появиха индуктивно кодовете. Вместо окончателен, за предпочитане беше да се избере работен дизайн за това изследване, тъй като теоретичната връзка, която се изграждаше за настоящото изследване, беше експериментална. Следователно, първата и критичната стъпка в това проучване беше да се разкрият няколко реалности: прилагането на етичен кодекс в хранително-вкусовата индустрия; ролята, която играят доверието и културата в отношенията между клиент и доставчик; и дълбоко вкоренените вярвания и възприятия, които подкрепят предложените допускания. Проучването помогна за получаването на

допълнителни и ценни прозрения, и така стана възможно да се продължи напред и да се потвърдят констатациите с помощта на окончателния дизайн. Провеدهа се различни интервюта и накрая изследването, базирано на събраните данни, доведе до идентифициране или разкриване на важни факти при прилагането на етичните практики в управлението на веригата за доставки, а също така и до генериране на различни предложения за по-нататъшни изследвания.

Параграф 2.2 Извадка от изследвания в четири ливански компании в хранителния сектор разглежда алтернативните варианти, предложени за решаване на проблема, като подчертаване характеристиките на ливанските мениджъри на четирите компании, избрани за проучването, последвано от изясняване на събирането на данни и анализ по качествен въпросник, заедно с пилотно проучване, полуструктурирано интервю и задълбочено интервю. Четирите избрани компании се считат за най-големите в Ливан поради обема на производството, разпространението на техните продукти, броя на служителите и т.н.

Очертани са възможните пътища за решаване на проблема, а именно избиране на най-добрите ливански компании посредством интервюта с мениджърите и изграждане на концептуална рамка, включваща девет движещи сили за прилагане на етичните практики във веригата за доставки на ливанската хранителна индустрия. Разгледани са възможностите за намаляване на неетичното поведение.

Установено е, че независимо от представянето на различни рамки, свързани с методологията на изследване и провеждането на проучванията, все още има неяснота относно ефективността на прилаганите стъпки, водещи до изграждане на концептуалната рамка, заедно с някои от двигателите, които не могат да бъдат установени във всички ливански фирми.

Показани са алтернативни подходи към нормативната уредба на института по бизнес етика, култура, и методология на изследване. Разгледана е възможността за ефективно управление на методологията и дизайна на изследването по време на провеждането на интервюта.

Параграф 2.3 Инструменти за събиране и анализ на данни е посветен на систематично обобщение на различните стъпки, които са били приложени за събиране на данните чрез качествен въпросник, пилотно проучване, задълбочени интервюта, полуструктурирани интервюта, за да се създаде накрая рамката за интервюто.

Целта е да се осъществи контакт с основната хранителна индустрия чрез мениджърите или супервайзорите, които ще приемат да се явят на интервю. Предмет на методологията на изследването е да се използва качествен подход чрез провеждане на няколко интервюта с различни мениджъри, за да се съберат някои данни и да се изгради концептуална рамка, която ще помогне по-късно за препоръки в хранителната индустрия.

По отношение на инструментите за интервюта, при всички интервюта лице в лице бяха използвани мобилен и писмен запис. В тези случаи мобилното записване улеснява анализа на данните и го прави по-ефективен. Освен това, по време на интервютата лице в лице бяха записани ключовите думи и фрази, свързани с авторското изследване, и особено темите или движещите сили. Това помогна за проследяване на дискусиите и процеса на получаване на необходимата информация. За да се обобщи същността на изследователския дизайн или плана на настоящото изследване, по-долу е дадена логическата верига, която се следва в дисертацията: изследователски проблем, след това индуктивно разсъждение, последвано от дизайн на проучването и накрая качествено изследване.

В тази дисертация изследователският проблем е да се изследва ролята на корпоративната култура и социалната отговорност при прилагането на етичните практики в ливанската хранителна индустрия; индуктивното разсъждение означава, че авторът ще разработи теория (т.е. сложни предположения и теоретична рамка) от емпирични наблюдения с добре подбрана извадка. В този случай авторът изследва четири казуса за ливански компании за хранителни продукти, за да идентифицира индуктивно двигателите за прилагането на етични практики в тяхната верига за доставки и ролята, която културата и доверието играят в това прилагане.

В това качествено изследване първоначалното любопитство дойде от реалностите, свързани с докладването на въпроса за отсъствието/наличието на социална отговорност в ливанската хранителна индустрия, произтичащ от прекия интерес на автора към начина, по който ливанските хранителни компании провеждат своите практики. Използван е същия модел в проучването на процеса на проектиране на въпросника, което подкрепи холистичния характер на цялото изследване, проектирано от Malhotra. Синтезиран е основен списък с предварителни, взаимосвързани бариери и ключови фактори за събиране и анализиране на данните.

Предложена е класификация на възможните цели за прилагане на качествени изследвания. Потенциалните негативни последици в сравнение с възможните ползи от позицията на интерпретиране бяха подложени на задълбочен анализ и оценка.

Резултатите от анализите на литературата по Йейтс (2004) (методите за събиране на качествени данни не поставят толкова много ограничения върху външния вид и съдържанието на данните от изследването и позволяват използването на по-широк набор от база данни за получаване на смислена информация) бяха потвърдени като са сравнени с резултатите, получени от собственото проучване чрез интервюта, проведени с четиримата ливански мениджъри, относно важността на етичните практики в ливанската хранителна индустрия. Заедно с това, качествената работа помогна на автора да проучи предположенията на изследването и как отделните участници (четиримата мениджъри) във взаимоотношенията осмисляха и предаваха тяхното разбиране за себе си, другите и техния свят.

Синтезирани са конкретни предложения за решаване на проблема с неетичните практики и поведения чрез обосноваване на аргумента, че при наличието на доверие и корпоративното прилагане на етичните практики в ливанската хранителна индустрия, може да се достигне чрез изграждане на концептуална рамка.

В резултат на систематизиране и анализ на целите, рамката на интервюто беше изградена и считана за основен принос в изследването на личното и субективно мислене на мениджърите

по отношение на етичните и неетичните практики в ливанската хранителна индустрия.

Бяха формулирани показатели и беше направена емпирична оценка на политиката и практиката на изследователския дизайн и методология, включително и рамката за интервю с четиримата ливански мениджъри.

Обоснована е необходимостта от промени в събирането на данните чрез качествен въпросник, пилотно проучване, задълбочени интервюта, полуструктурирани интервюта, за да се изгради в крайна сметка рамката на интервюто.

Бяха оценени политиката и практиката на инструментите за събиране на данни и подхода за анализ от позицията на интерпретативност и индуктивните съждения, които изследователят има предвид, едновременно с преценката за качеството на дизайна на проучването (конструктивна валидност, вътрешна и външна валидност и надеждност) и прилагането му.

Разработена е схема за експертен анализ и оценка на дизайна на проучването и изследователската методология, с цел адаптиране на проучването в ливански контекст, заедно с изграждането на рамката на интервюто.

Изводи към глава 2

В тази глава е представена методологията на изследването. Приложени са различни стъпки за събиране на данните чрез качествен въпросник, пилотно проучване, задълбочени интервюта, полуструктурирани интервюта, за да се изгради накрая рамката на интервюто. Те се считат за основен принос в проучването за мисленето на мениджърите по отношение на етичните и неетичните практики в ливанската хранителна индустрия. Рамката на интервюто включва повече от 60 въпроса, адресирани по начин, който да отговори на основния изследователски въпрос в тази дисертация.

Може да се направи извод, че: четирите ливански компании Massabki Dairy Company, Kallassi Group, Machaalany и Junet са идентифицирани с характеристиките на изследваните участници, като се обосновани причините за избора им сред други компании на ливанския пазар.

Massabki Dairy Company се счита за най-старата млечна компания в долината Бекаа, която произвежда висококачествено кисело мляко, сирене и техните производни, за да удовлетвори и отговори на предпочитанията на клиентите.

Втората компания е Kallassi Group включва 7 компании, които са: Kallassi Trading Corporation, Arla, Servika, Burger King, Applebee's, Danika и Sheerka.

Третата компания е Machaalany, която е лидер в снабдяването на ливанския пазар с висококачествени продукти, включително мариновани зеленчуци, конфитюри, сиропи, зехтин, арак, вино, халва, готови ястия и други продукти за специални поводи.

Четвъртата компания е Junet, лидер в производството на всички видове сокове, доставяни на ливанските и международните пазари.

Прави впечатление, че всички избрани компании, които са най-големите компании в Ливан поради обема на продуктите, които произвеждат всяка година и разпространяват по целия свят, работят постоянно за постигане на челна позиция на ливанските и чуждестранните пазари, като предоставят на клиентите най-високо качество, чрез използването на най-добрите и най-качествени суровини, и чрез прилагане на етични практики за доставка здравословни продукти и поддържане на доволни клиенти през повечето време. По-конкретно, четиримата мениджъри подчертаха значението на етичната работа, дори ако не съществува подкрепа или натиск от името на ливанското правителство, за да направят клиентите напълно уверени и доверяващи се, когато получават продуктите на четирите компании. Също така, в тази глава са представени парадигмите за качествено изследване, изследователските етапи, заедно със следваната логиката, т.е. проблемът на изследването, индуктивното разсъждение, проучвателният дизайн, завършващи с качествено изследване. Качественото изследване дава възможност на изследвателя да осмисли реалността, да опише и обясни социалния свят и да развие обяснителни модели и теории. Това е основното средство, чрез което теоретичните основи на социалните науки могат да бъдат изградени или преразгледани.

Последната част на втора глава включва инструментите за събиране на данни от автора и подхода за анализ; по време на

интервютата са водени бележки, за да се подчертае и припомня по-късно информацията от интервюираните, която по-късно доведе до отговор на изследователските въпроси и изграждане на авторска теоретична рамка. По време на интервютата се поддържа спокойна и приятелска атмосфера с четиримата мениджъри, за да се чувстват комфортно и да желаят да предоставят всички необходими подробности, факти и цифри, за да се подсили авторския анализ и се стигне накрая до стабилни заключения.

Трета глава „РЕЗУЛТАТИ ОТ ИЗСЛЕДВАНЕТО И ПРЕПОРЪКИ ЗА МЕНИДЖМЪНТА” предоставя резултати от качественото изследване и дизайна на проучването чрез изследване на движещите сили, които могат да бъдат установени в ливанската хранителна индустрия, заедно с тяхното влияние върху прилагането на етиката в корпоративната култура, и за ролята на доверието за подобряване на етичните практики в различни компании.

Параграф 3.1 Идентифициране на девет фактора за етично бизнес поведение определя критичните двигатели, влияещи върху внедряването и прилагането на етичните практики: обучение и контролинг, контрол чрез нови бизнес технологии, ориентирана към хората организационна култура, индивидуални ценности, политики и награди, споделяне на информация, директен контакт, дългосрочни отношения и договорни връзки между купувачи и доставчици.

Четирите ливански компании са получили предимства от прилагането на инструменти за контрол на качеството на храните по различни начини и за поддържане на високо ниво на доверие във възприетията на потребителите. Четирите компании уверяват, че произвеждат висококачествена храна, която е безопасна, и осигуряват честна информация за своите потребители въз основа на непрекъснатото развитие и устойчивост на техните организации. Четиримата ливански мениджъри вярват, че контролът посредством прилагането на различни технологични инструменти е съществена стъпка, водеща към подобряване и контрол на етичните практики вътре и извън компанията.

Що се отнася до културата, четирите компании възприемат широко много ценности, които се считат за особено важни за цялостната им мисия, визия или успех, сред които: умереност, мъдрост, търпение, смирение, усърдие и доброта.

Четирите компании извличат много ползи от прилагането на определени политики, като определят с кои от тях да бъде запознат всеки служител и след това актуализират политиките с течение на времето, заедно с награди, които подобряват репутацията на четирите компании и също така помагат на служителите да се гордеят със своята работа, като ги подтикват все повече да прилагат етични практики, и вдъхват доверие на клиентите по отношение на качеството и професионализма на организацията.

Що се отнася до споделянето на информация, то се оказва жизненоважен двигател в отношенията между тези ливански компании и техните доставчици. Директният контакт се счита за жизненоважен двигател, който улеснява прилагането на етични практики в организациите.

Четирите компании подчертаха въздействието на дългосрочните взаимоотношения с доставчиците като вид взаимовръзка, която води до положителни резултати и по-добро представяне.

По отношение на договорите, четирите компании спазват и работят стриктно със своите чуждестранни доставчици, тъй като всяко нарушаване на ангажимента между страните ще доведе до проблеми и ще завърши в съда. Като се има предвид, че всички договори между ливанските компании и местните доставчици няма да бъдат третирани по същия начин като тези, направени с чуждестранни доставчици, защото в ливанската култура хората не спазват никакви срокове или ангажименти, дори ако това е свързано с плащане.

Параграф 3.2 Теоретични приноси на проучването е посветен на предложение на двигатели за етично поведение и наличността им в ливанската хранителна индустрия, което представлява теоретичен принос в управлението на веригата за доставка на храни. Инструментите за контрол на качеството на производството на храни стимулират прилагането на етични

практики, тъй като улавят, насочват, анализират, коригират и предотвратяват проблеми в цялата система между организациите и техните доставчици. Контролът чрез нови бизнес технологии подпомага прилагането на етичните практики, тъй като улеснява групирането и съхранението на данни, подобрява качеството на продуктите по отношение на опаковане и етикетирание, и повишава производителността на компаниите.

Наличието на ориентирана към хората организационна култура ръководи прилагането на етичните практики, защото подтиква и възнагражда мениджърите и служителите да действат честно, достойно и почтено, и подпомага вземането на решения от компаниите.

Организационните и индивидуалните ценности вътре в компаниите гарантират прилагането на етичните практики, тъй като повишават оперативната ефективност, както на мениджърите, така и на работниците и служат като основа за формирането на поведението на всички служители, за разбиране и прилагане на етиката в рамките на и извън работното място. Политиките очертават необходимите граници при прилагане на етичните практики, тъй като определят правилата и регулациите за справяне със законовите задължения, следят за спазването на регулаторните изисквания за здраве и безопасност.

Наградите са катализаторите в прилагането на етичните практики, защото мотивират както мениджърите, така и служителите да подобрят своето изпълнение, производителност и да се държат в съответствие с нормите и политиките, които вдъхват повече доверие във възприятията на клиентите за качество и професионализъм на организациите.

Споделянето на информация стимулира прилагането на етични практики, тъй като помага за поддържането на продуктите актуални с най-новата информация и за адаптирането към новите пазари; също така подобрява комуникационните канали между компаниите и техните доставчици, и между компаниите и техните клиенти.

Директният контакт улеснява прилагането на етичните практики, като се има предвид, че осигурява ясно и точно разбиране на възприятията и нуждите на клиентите за предлаганите от компаниите продукти, а също така подобрява

комуникацията между компаниите и техните доставчици, без да има трета страна или какъвто и да е посредник.

Дългосрочните взаимоотношения осигуряват реализирането на етични практики, тъй като укрепват каналите между клиентите и компаниите, както и между компаниите и техните доставчици, като помагат за постигане на конкурентно предимство за фирмите.

Използването на договори стимулира прилагането на етични практики, тъй като обвързва както компаниите, така и техните доставчици да поддържат постоянен надзор върху качеството на продуктите, материалите и оборудването, и повишава съзнателността и ангажимента за спазване на срокове и всякакви писмени споразумения.

Параграф 3.3 Модериращата роля на доверието и културата върху деветте двигатели дава решение на ливанската индустрия чрез предлагане на рационализирана, контекстуализирана и концептуална рамка за управление на веригата за доставка на храни в Ливан.

Резултатите са потвърдени чрез интервюта, извършени с четирима ливански мениджъри от хранителната индустрия. От тези интервюта се извеждат девет предложения, от които последващият концептуализиран модел осигурява необходимия крайъгълен камък на етичната практика в управлението на ливанската верига за доставки.

Очертани са възможностите за практическо приложение на резултатите от методологията за качествено изследване, която води до девет предложения и девет двигатели.

Анализът на резултатите от интервюто позволява да се открият някои характеристики на политиката и практиките на концептуалната рамка, включваща деветте движещи сили. Създаден е модел за модериращите доверие и корпоративна култура, за да се подчертае по-силно въздействието върху прилагането на етичните практики в Ливанския хранителен сектор и по-конкретно в четири ливански фирми от различни категории.

Анализът показва, че прилагането на цялостен и систематичен подход за създаване на модел за ливанската хранителна индустрия е важно за разбирането на значимостта от прилагането на етичните

практики чрез идентифициране на девет движещи сили във ливанската веригата за доставка на храни.

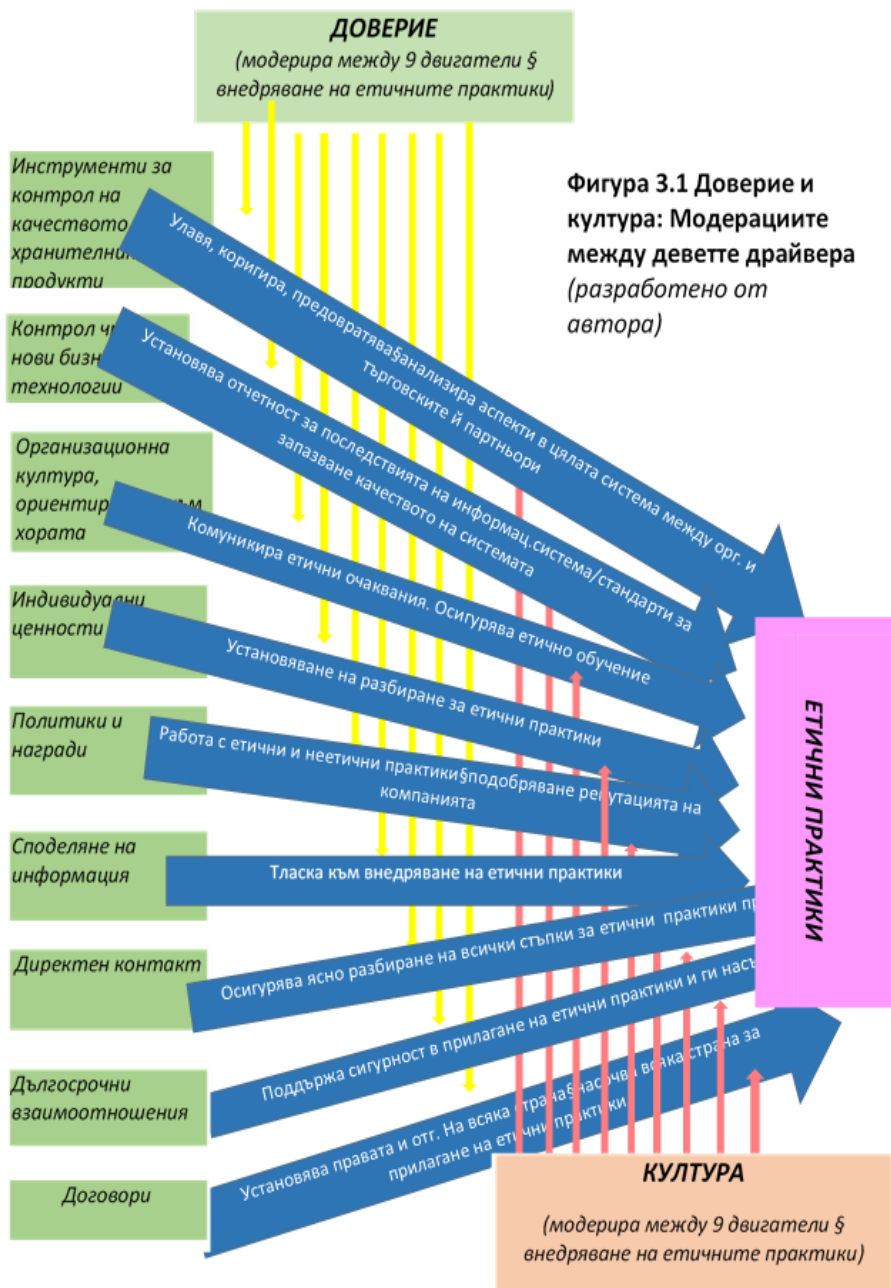
Обобщаването показва, че степента на корелация на обсъжданите фактори за прилагане на етични практики е почти нова за ливанския контекст, но влиянието им зависи от осведомеността и желанието на ливанските мениджъри и служители, заедно с подкрепата от страна на потребителите, което изисква наличие на доверие и убеденост между двете страни (купувачи и доставчици).

Дефинирани са няколко условия за успешно прилагане на етичните практики в ливанската хранителна индустрия чрез девет критични двигатели.

Методологическата и концептуална рамка за прилагане на етични практики, разработена от автора, е показана на фиг.3.1

Степента на практическа пригодност и осъществимост на предложения методологичен модел е потвърдена от тестването му в четирите ливански компании от хранителния сектор.

Направен е изводът, че методологичният референтен модел може да бъде адаптиран към друг географски и индустриален контекст като болници, хотели, след необходимото тестване на политиките и регулациите.



Фигура 3.1 Доверие и култура: Модерациите между деветте драйвера (разработено от автора)

Параграф 3.4 Препоръки за подобряване на корпоративната социална отговорност в Ливан в този раздел се представят нови познания за видовете практически следствия, които могат да повлияят на четиримата мениджъри от четири различни компании въз основа на интервютата и деветте движещи сили, които бяха идентифицирани и обсъдени в предишните параграфи. Четирите компании трябва да анализират ситуацията, защото предоставят отличен инструмент за включване на междинното ръководство на компанията в неговото прилагане. Четиримата мениджъри трябва да анализират всички операции, които се извършват в компаниите, за да се борят с всички възможни опасности, които могат да възникнат. Използването на най-новото оборудване подобрява етичните практики за мениджърите в производството на храни, защото храната или сока не се докосват с ръце, което доведе до повишаване на доверието на клиентите.

Също така, ливанските компании трябва да наблюдават и други фактори във фабриките, като характеристиките на наетите служители, да акцентират повече върху спазването на изискванията за обслужване на клиенти, давайки на служителите правомощия за вземане на решения, за да удовлетворят клиентите.

Ливанските компании трябва да наблегнат повече на създаването и прилагането на ценности, които трябва да бъдат внушени на служителите чрез примера, даден от техните ръководители, чрез обучение и чрез периодично напомняне, комуникирано с тях. Освен това четирите компании трябва да се отнасят с достойнство към своите служители и да насърчават култура на взаимно уважение, както и да напомнят на служителите да се отнасят и към своите колеги с уважение и възхищение.

Четирите компании трябва да съберат определена информация (от потребителите, като използват маркетингови проучвания за събиране на много видове информация), особено преди да представят продуктите и да получат по-голямата част от данните за клиентите след представянето на продуктите на пазара. Очевидно е, че без доверие нито една връзка между две страни не може да оцелее. Затова, дългосрочните взаимоотношения между мениджърите и техните доставчици повишават нивото на доверие с течение на времето, което дава и на мениджърите усещане за

сигурност, ангажираност, координация, сътрудничество и стабилност. На края четирите компании трябва да включат етиката в своите договори за продажба, където магазините трябва да спазват етичните стандарти, да подреждат продуктите по рафтовете и да премахват всички остарели продукти от хладилниците.

Изводи към глава 3

В тази глава е завършено идентифицирането на деветте двигатели и обобщаване на техните дефиниции, влиянието им при прилагането на етичните практики, връзките им с културата и доверието, и присъствието им в четирите ливански компании. Всеки двигател е анализиран задълбочено, за да се разбере как влияе, върху която и да е от ливанските компании, коя компания пропуска някои стъпки в прилагането на драйвера, като помага при прилагането на етичните практики, и как може да бъде адаптиран, за да отговаря на организацията и да извлече максимална полза от него.

Освен това изследователските резултати са структурирани по начин, който демонстрира в теоретичен аспект как средата на всеки двигател в Ливан се различава от тази в Европа или западния свят.

Идентифицираните девет драйвера са: инструменти за контрол на качеството на хранителните продукти, които улавят, коригират, предотвратяват и анализират проблемите в цялата система между организацията и нейните търговски партньори; контролът чрез нови бизнес технологии, които установяват отчетност за последствията от информационните системи/стандартите за гарантиране на качеството в системата; ориентираната към хората организационна култура, която комуникира етичните очаквания и осигурява етично обучение; индивидуалните ценности, които са в основата на разбирането на етичните практики; политиките и наградите, които се занимават с етичните и неетичните практики и повишават репутацията на компанията; споделянето на информация, която стимулира прилагането на етичните практики; директният контакт, който осигурява ясно разбиране на всички стъпки, свързани с етичните практики, дългосрочните взаимоотношения, която осигурява прилагането на етичните

практики и го насърчава; и договорите, които посочват правата и отговорностите на всяка страна и ги кара да прилагат етични практики.

Поставя се акцент върху основния принос към теорията в изследваната област - предлагане на девет движещи сили. След задълбочен анализ и преглед е създадена концептуална рамка или модел, който е разработен, изтъквайки девет движещи сили, заедно с ролята на доверието и културата, която те играят като модератори между купувачи и доставчици в хранителната индустрия, последвано от различни препоръки за придобиване на нови познания, свързани с видовете последствия за практиката.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Последователните войни, които се водиха в Ливан, се отразиха негативно върху състоянието на етиката, ценностите и поведението във всички сектори: индустриален, образователен и селскостопански.

Всеки човек винаги има мечта за промяна, ние винаги имаме мечтата да изградим отново силен Ливан чрез прилагане на етични практики във всички индустрии и особено в хранителната, като основен фактор в туристическата индустрия, от която зависи Ливан. Много е лесно да превърнем тази мечта в реалност само ако всеки от нас започне в своята област, като я изучава, разработва проблемите ѝ и се опитва да намери подходящи решения за предотвратяване на неетичните практики.

Постановките за корпоративна социална отговорност се разпространяват по целия свят и особено в Ливан. Много фирми се занимават с КСО, за да осигурят различни ползи за обществото. Социалната осведоменост в обществото също показва голямо влияние върху опазването на околната среда, финансовите резултати, особено за човешкото здраве. Освен това, КСО подобри имиджа и репутацията на ливанските компании, и дори създаде конкурентно предимство пред техните конкуренти.

Основният въпрос в това изследване беше да се разкрият двигателите, които могат да бъдат установени в ливанската хранителна индустрия, и тяхното влияние върху прилагането на етиката в корпоративната култура, и да се проучи ролята на доверието при прилагането на етични практики в различни

компании. Бяха избрани четири ливански компании от хранителния сектор и бяха събрани анализирани данни от тях.

Изследванията идентифицират девет критични двигатели, влияещи върху внедряването и прилагането на етичните ценности в управлението на веригата за доставки в Ливан:

- ✓ Инструменти за контрол на качеството на производството на храни, които намаляват риска от получаване на несертифицирани продукти.
- ✓ Използването на бизнес технологии подобрява съхранението и прозрачността на данните, заедно с качеството на опаковането и етикетирването на изделията на всяка компания.
- ✓ Наличието на ориентирана към хората организационна култура мотивира мениджърите и служителите да действат честно, с достойнство и почтеност, като подпомага също и вземането на решения.
- ✓ Организационните и индивидуалните ценности могат да послужат като основа за формирането на поведението на всички работници чрез подобряване на тяхното разбиране за етиката на и извън работното място.
- ✓ Политиките гарантират, че правилата и разпоредбите работят, така че прилагането на етичните практики да се осъществи гладко, в съответствие с изискванията за здраве и безопасност;
- ✓ Когато във всяка компания съществуват награди, служителите подобряват своята производителност и представяне, като се държат в съответствие с нормите и политиките, и вдъхват повече доверие и увереност във възприятията на клиентите за фирмата.
- ✓ Споделянето на информация помага за наличието на ясен канал за комуникация между компаниите и техните доставчици, както и между компаниите и техните клиенти.
- ✓ Директният контакт намалява всякакви недоразумения в комуникацията и елиминира присъствието на какъвто и да е посредник или трета страна между компаниите и техните доставчици.

- ✓ Дългосрочните взаимоотношения укрепват връзката между фирмите, доставчиците и клиентите и също така повишават нивото на доверие между трите страни.
- ✓ Договорите между всяка фирма и нейните доставчици скрепяват отношенията между двете страни, като се ангажират със срокове и всякакви писмени споразумения чрез поддържане на постоянен надзор върху качеството на продуктите, материалите и оборудването.

Изведени са препоръки за ливанските мениджъри за подобряване на социалната отговорност и етика, заедно с методологичен принос, посредством създадена рамка за събиране на данни с цел изследване на етичните аспекти в управлението на веригата за доставки в Ливан.

Извършен е анализ на перспективите чрез намиране на подходящи решения за предотвратяване на неетични практики. Предложен е процедурен модел, позволяващ идентифицирането на девет критични двигатели, влияещи върху внедряването и прилагането на етичните ценности в управлението на веригата за доставки в Ливан.

Идентифицирани са девет драйвера, и е разработен концептуален модел, описващ модериранието на доверието и културата между тези двигатели.

За първи път са поставени и разрешени проблеми, свързани с хранителните скандали в ливанската хранителна индустрия, представляващи иновация за теорията и практиката на бизнес етиката.

Достигнато е решение, позволяващо изграждането на концептуален модел, който е от практическа и научна полза за ливанската хранителна индустрия.

Това проучване ще послужи в интерес на ливанските организации при предлагането на рационализирана, контекстуализирана и концептуална рамка за управление на веригата за доставка на храни в Ливан. Изведени са предложения, а концептуалният модел може да осигури така необходимия крайъгълен камък на етичната практика в управлението на ливанската верига за доставки.

Освен това, като подчертава етичните практики в управлението на веригата за доставки, анализът от това изследване информира също така, както ливанската хранителна индустрия, така и различни институции, като Търговската камара, Ливанската асоциация за прозрачност и министерствата на Земеделието и на Здравеопазването, относно възможните подходи, които могат да доведат до ефективна Ливанска рамка и да засилят корпоративната социална отговорност.

Нещо повече, това проучване води до различни теоретични приноси, от които ливанският хранителен сектор може да се възползва. Проведеното изследване и събраните резултати могат да се приложат за други сектори като туристическата индустрия, фармацевтичната индустрия, производството на лекарства, здравеопазването, селското стопанство и др.

И накрая, въпреки че компаниите се стремят усилено да прилагат етиката в своите индустрии, все още съществуват различни фактори, които играят голяма роля за ограничаване и възпрепятстване на прилагането на етиката, сред които са подкупи, икономически натиск, висока конкуренция на ливанския пазар, и по целия свят.

Бъдещите посоки на изследване могат да се разширят, за да се подкрепя и подобрява корпоративната социална отговорност в ливанската хранителна индустрия. По-нататъшно проучване може да се извърши в хранителните компании, относно прилагане на зелени практики, с което ще се повиши нивото на доверие и увереност потребителските възприятия при закупуване на техните продукти.

За да се увеличи ефективността на етичните практики в хранителната индустрия, могат да се проведат повече изследвания и на други фактори, като заплащането на служителите, да бъдат представени и взети под внимание нови прозрения. Както е известно, в Ливан заплатите на работната сила са твърде ниски в сравнение със заплатите в Европейския съюз и в САЩ.

Освен това, информираността за компаниите чрез етикетите на храните, рекламата и социалните медии трябва да се използва и разпространява широко, за да се подчертае значението на социалната отговорност на бизнеса в хранителната индустрия и да

се запази високата им репутация на ливанския пазар и по целия свят.

Също така, училищата и университетите в Ливан, заедно с осведомеността на семействата, биха могли да играят роля за въздействие върху наличието и използването на етиката чрез провеждане от време на време на различни семинари, така че изучаването на етиката да бъде включено в учебната програма на курсовете по социални науки, независимо дали са за начални, средни и висши класове на училища и университети.

Изследването представи множество препоръки за мениджмънта; следователно би могло да се инициира ново проучване, което да разгледа ролята и въздействието на ливанските клиенти чрез тяхното признание и възприемане на етичните практики в ливанската хранителна индустрия.

Би могло да се проведе и друго проучване, за да се разбере повече за влиянието на наличието на отдел за изследвания и развитие във всяка компания. Въз основа на наблюдението на автора, посещавайки компаниите, липсва отдел, изцяло посветен на изследванията и развитието, който да се занимава с какъвто и да е процес на набиране и подбор на служители и мениджъри, както и по отношение на персонал, специализиран в сектора на хранителната индустрия.

И накрая, други индустрии като хотелите, болниците, казината, биха могли да извлекат поуки и да се проучи повече за внедряването на етичните практики и ролята, която играят доверието и културата върху прилагането на етиката в индустрията.

III. ПРИНОСИ НА ДИСЕРТАЦИЯТА

1) Това изследване допринася за запълване на теоретичната празнина, свързана с ролята на доверието и корпоративната култура, които влияят на прилагането на етичните практики в ливанския хранителен сектор.

2) Предложена е концептуална рамка за подобряване на етичните практики в ливанската хранителна индустрия, базирана на авторски подход чрез идентифициране на девет критични двигатели, влияещи върху изпълнението и приложението на етичните ценности в управлението на ливанската верига за доставки.

3) Въз основа на собствено емпирично проучване, включващо качествено изследване посредством интервюта с ливански мениджъри, изправени пред предизвикателства с етичното поведение, свързано с хранителни скандали, е идентифициран и предложен методологически принос.

4) Структуриран е концептуален модел, описващ модерациите между деветте движещи сили по отношение на ролята на доверието и културата.

5) Степента на практическа приложимост и осъществимост на предложената методология и концептуален модел бяха тествани в четирите ливански хранителни компании.

6) Аргументирана е възможността за адаптиране на разработената методология към друг географски и индустриален контекст, като: фармацевтика, здравеопазване, туризъм, селско стопанство и др., след разглеждане на специфичните политики и регулации в тях.

7) Научните резултати от дисертацията са систематизирани и адаптирани към процеса на изучаване на критичните двигатели, които помагат при прилагането на етичното поведение и отговорност във веригата за доставка на храни.

IV. ПУБЛИКАЦИИ, СВЪРЗАНИ С ДИСЕРТАЦИЯТА

1. Al Am, A. and **EL Naddaf, S.**, “Evolution of Supply Chain Management towards Green Supply Chain Management: Drivers and their Impact”- European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences, September 2015, ISSN 1450-2275, SCOPUS.

2. Al Am, A. and **EL Naddaf, S.**, “Trust and Culture and Their Effects on Buyer-Supplier Relationships” –European Journal of Social Sciences, July, 2015, pp.49 -62. ISSN 1450-2275, SCOPUS.

3. Al Am, A. and **EL Naddaf, S.**, “The Role of Technology in Sustainable Food Industry: The Case of Lebanon”-July 2018-Atiner-Athens- Greece- <http://www.atiner.gr/papers/MGT2018-2581.pdf>. ISSN: 2241-2891.

4. **EL Naddaf, S.**, “Adoption of International Standards as Base of Sustainable Development of Supply Chain Management in Lebanon”- April 2021- International Journal Sustainable development. ISSN 1314-4138 (print),ISSN 2367-5454 (online).

ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА ОРИГИНАЛНОСТ

От САМИ ЕЛ НАДДАФ

Във връзка с процедурата за придобиване на доктор във ВСУ „Черноризец Храбър”, декларирам, ЧЕ:

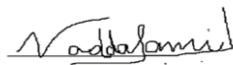
1. Резултатите и приносите в научната продукция, които представям в процедурата, са оригинални и не са заимствани от изследвания и публикации, в които не участвам.

2. Представената от мен информация под формата на копия на документи и публикации, лично съставени доклади и т.н. отговаря на обективната истина.

3. В представената за оценка дисертация и публикации няма плагиатство.

Дата 18/3/2022

Декларатор:



Сами ЕЛ Наддаф