

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الخاصة والعمومية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة

بن عودة مصطفى
أستاذ مؤقت بكلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية
جامعة الجلفة / الجزائر

غويني سمير
أستاذ مؤقت بكلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية
جامعة الجلفة / الجزائر



ملخص:

إن التطور العلمي الهائل والتغيرات الجذرية في البيئة العالمية ولدت الكثير من التحديات وكذلك الفرص أمام المؤسسات الخاصة والحكومية لمواجهة ضغوطات اجتماعية و بيئية من طرف المجتمع المدني، و هذا ما يجعل المؤسسات اليوم مطالبة بأن تلعب دور اجتماعي و بيئي حتى تحافظ من على مكانتها في السوق، لذلك تهدف هذه الورقة البحثية إلى إبراز الروابط التصورية بين مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات كمنهج إداري يأخذ بعين الاعتبار دور المؤسسة في المجتمع والآثار الإيجابية أو السلبية المترتبة من أنشطتها على أصحاب المصالح و بين مفهوم المسؤولية الاجتماعية كمشروع تنموي يبحث عن إيجاد موازنة معقولة تساهم من جانب بأداء مالي و اقتصادي كفؤ و فاعل و من جانب آخر بأداء اجتماعي متزايد لفئات عديدة و خاصة الفئات الفقيرة و المحرومة.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، أصحاب المصالح ، تنمية مستدامة، المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

Résumé:

Le progrès scientifique colossal et les changements radicaux de l'environnement mondial ont suscité beaucoup de défis et aussi des opportunités pour les entreprises privées et gouvernementales afin de faire face aux pressions de la vie sociale et environnementale de la société civile .Ceci rend les organisations aujourd'hui à jouer le rôle de l'ordre social et environnemental pour entretenir sa position dans marché. A cet effet ,le but de cet article est de mettre en évidence le lien entre d'une part le concept de responsabilité sociale des entreprises comme un moyen de gestion qui prend en compte le rôle de l'organisation dans la communauté et les conséquences positives ou négatives de leurs activités sur les parties prenantes et d'autre part le concept de responsabilité sociale comme un projet de développement recherchant un équilibre raisonnable contribuant à la performance économique , financière efficace et efficace ainsi que la performance sociale orientées en particulier vers les catégories des pauvres et des défavorisés.

Mots clés: responsabilité sociale, les parties prenantes, le développement durable, les entreprises petites et moyennes.

مقدمة:

إن مناقشة الدور الاجتماعي للمنظمة وطبيعة البيئة التي تعمل فيها من المواضيع التي أثارت جدلاً كبيراً في الأوساط العلمية والأكاديمية، خاصة وأن الدور الاجتماعي للمؤسسات أصبح يكتسي دوراً بالغ الأهمية بعد تخلي الحكومات عن كثير من أدوارها الاقتصادية والخدمية، وذلك نتيجة التطبيق العملي لتجارب الخصخصة التي أظهرت أن الدور الاجتماعي والالتزام الأخلاقي للشركات هو أيضاً استثمار يعود عليها بزيادة الربح والإنتاج وتقليل النزاعات والاختلافات بين الإدارة وبين العاملين فيها من جهة والمجتمعات التي تتعامل معها من جهة أخرى كما يزيد أيضاً من انتماء العاملين والمستفيدين إلى هذه المؤسسات.

أضف إلى ذلك أن هناك جملة من المتغيرات والمستجدات متسارعة الإيقاع التي شهدتها بيئة الأعمال والتي بدورها أدت إلى تبلور وتطور الدور الاجتماعي والالتزام الأخلاقي للمؤسسات نتيجة التطور المتسارع للمجتمعات وتنوع وتزايد حاجياتها ومن ثمة صعوبة تلبية هذه الحاجات لكي ترقى إلى مستوى توقعات وتطلعات الجمهور بشكل عام وإلى مختلف الفئات والشرائح الأكثر تهميشاً بشكل خاص. كما أنه لم يعد تقييم مؤسسات القطاع الخاص والعام يعتمد على ربحيتها فحسب، ولم تعد تلك المؤسسات تعتمد في بناء سمعتها على مراكزها المالية فقط، فقد ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية عبر أنحاء العالم، وكان من أبرز هذه المفاهيم مفهوم "المسؤولية الاجتماعية للشركات".

فقد فرضت المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات نفسها قوة مؤخراً في محيط العلاقات الاقتصادية سواء الوطنية منها أو الدولية. فمن ناحية أثارت ردود أفعال مناهضي العولمة منذ منتصف تسعينات القرن الماضي وخاصة بعد ما أثارتها منظمة التجارة الدولية حول الدور الذي ينبغي أن تلعبه الشركات متعددة الجنسيات في مواجهة تنامي ظاهرة الفقر والإفقار في العالم هذا من جهة ومن جهة أخرى أثارت منظمات دولية غير حكومية لأصحاب المصالح مثل المنظمة الدولية لأصحاب الأعمال التي تضم 137 إتحاداً فيدرالي وطنياً لأصحاب الأعمال من 133 دولة تقييم أنشطتها والتدقيق في موثيق إنشائها لتذكير أعضائها بمسؤولياتهم الأساسية كممثلين للقطاع الخاص وكرموز لاقتصاديات السوق في عصر العولمة(1).

ومما أضفى على مناقشة هذه المسألة مزيداً من الأهمية والإلحاح أن فلسفة هذه المسؤولية مستمدة من طابعها الاختياري المرن والشامل بما يسمح ويشجع كل مؤسسة أيا كان حجمها ونطاق أعمالها بانتهاج مآثره مناسباً وملائماً من الإجراءات والممارسات وفقاً لإمكاناتها وقدراتها المادية وبما يتجاوب مع حقائق السوق ومقتضياته.

وعلاوة على ماتقدم فإن المؤسسات الاقتصادية سواء الخاصة والحكومية ليست بمؤسسات خيرة وإنما هاجسها الأول هو تحقيق أكبر عائد من الربح على أصحابها، ومن هنا تبلورت فكرة وجود تذكيرها بمسؤولياتها الاجتماعية حتى لا يكون تحقيق الربح عائداً على تشغيل الأطفال والإخلال بالمساواة في الأجور وظروف وشروط العمل.

ولذلك قمنا بصياغة إشكالية مقالنا على النحو التالي:

كيف يمكن تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الخاصة والعامّة في تحقيق التنمية المستدامة؟ و

للإجابة على هذه الإشكالية قمنا بتقسيم هذه الورقة البحثية إلى قسمين رئيسيين، القسم الأول تناولنا فيه الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية، أما القسم الثاني فتطرقتنا فيه للدور التنموي الذي تلعبه المؤسسات الخاصة والعامّة من خلال تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

أولاً: الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية:

لم يكن مفهوم المسؤولية الاجتماعية في النصف الأول من القرن العشرين معروفاً بشكل واضح، حيث تحاول المنشآت جاهدة تعظيم أرباحها وبشتى الوسائل، ولكن مع النقد المستمر الحاصل لمفهوم تعظيم الأرباح فقد ظهرت بوادر لأن تبني المنشآت دوراً أكبر تجاه البيئة التي تعمل فيها. ومع بداية النصف الثاني من القرن العشرين ركز العديد من الباحثين على ضرورة ابتعاد منظمات الأعمال الخاصة عن الاهتمام بالأرباح كهدف وحيد تحاول تعظيمه في شتى الظروف والأحوال.

1-1 . مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

وفي هذا الإطار فقد عرف "Drucker" المسؤولية الاجتماعية بأنها "التزام منظمة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه و أن هذا الالتزام يتسع باتساع شريحة أصحاب المصالح في هذا المجتمع و تباين توجهاتهم" (2).

فقد أشار Strier إلى كون المسؤولية الاجتماعية "مثلة لتوقعات المجتمع لمبادرات منظمات الأعمال في إطار مجالات عديدة تقع تحت أبعاد مختلفة للمسؤولية الاجتماعية التي تتحملها منظمات الأعمال تجاه المجتمع على أن يتجاوز الحد الأدنى من الالتزامات الاجتماعية المفروضة بحكم القانون بحيث لا تؤدي هذه الالتزامات إلى الإضرار بمنظمة الأعمال للقيام بوظائفها الأساسية و الحصول على عوائد مناسبة من استثماراتها" (3).

وفي وجهة نظر أخرى يطرح Holmes وجهة نظر ترى في المسؤولية الاجتماعية بأنها: "التزام على المؤسسة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة في مجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر و تحسين الخدمات الصحية و مكافحة التلوث و إتاحة فرص للعمل" (4).

كما عرفها البنك الدولي على أنها: "التزام المؤسسة بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيها و المجتمع المحلي لتحسين مستوى معيشة الأفراد بأسلوب يخدم التجارة و التنمية في أن واحد"(5).

كما عرفها مجلس الأعمال الدولي للتنمية المستدامة على أنها: " ذلك الإلتزام المستمر للشركات بالتصرف على نحو أخلاقي وبالمساهمة في التنمية الاقتصادية وتحسين نوعية الحياة للعاملين وأسرههم و المجتمع المحلي و المجتمع ككل"(6).

كما عرف الإتحاد الأوروبي المسؤولية الاجتماعية لرأس المال على أنها " مفهوم تقوم الشركات بمقتضاه بتضمين اعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالها وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح على نحو تطوعي ويركز الإتحاد الأوروبي على فكرة أن المسؤولية الاجتماعية مفهوم تطوعي لا يستلزم سن القوانين أو وضع قواعد محددة تلتزم بها الشركات للقيام بمسئوليتها تجاه المجتمع"(7).

وتأسيسا على ما تقدم، فإننا يمكن أن نستخلص تعريفا للمسؤولية الاجتماعية يتمحور حول كونها التزام في شكل عقد أخلاقي طوعي تتحقق فيه المنفعة المتبادلة بين المؤسسة و المجتمع الذي تعمل فيه والذي يأخذ في الاعتبار توقعات المجتمع من المؤسسة في صورة اهتمام بالعاملين و بالبيئة و بغض النظر عن ارتباط هذا الإلتزام أو عدم ارتباطه بأي عائد مالي للمؤسسة.

1-2 . تطور المسؤولية الاجتماعية:

وبالنظر تاريخياً من خلال تتبع موضوع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، نجد أن هذا الموضوع قد طُرح منذ القرن الثامن عشر من خلال بعض الشركات الفردية التي شاركت في عدد من المبادرات التي تعزز مصالح العمال و المجتمع و تحافظ على البيئة. فعلى سبيل المثال، استجابت شركة شرق الهند في عام 1790 م لمقاطعة المستهلكين البريطانيين لمنتج السكر الذي يزرع بواسطة العمال الرقيق في حوض الكاربي، و عوضا عن ذلك قامت الشركة بشراء السكر من منتجين في البنغال. وفي عام 1800 م قامت شركة اوكر ليد ببناء مدن في إنجلترا للعاملين تضم مدارس و مكتبات و مضخات لإعادة معالجة المياه الناشئة عن الاستعمال الصناعي. وفي الهند انخرطت شركة حديد تاتا في عدد من الأنشطة الاجتماعية منذ تأسيسها في عام 1909 م(8). ثم توالى أبحاث أخرى فقد أوصى المؤتمر المنعقد في جامعة كاليفورنيا عام 1972 م تحت شعار "المسؤولية الاجتماعية و البيئية للمؤسسات" بضرورة إلزام كافة المؤسسات برعاية الجوانب الاجتماعية للبيئة و المساهمة في التنمية الاجتماعية و التخلي عن فلسفة تعظيم الربح كهدف وحيد.

و مع استجابة المؤسسات لهذا الطرح الجديد وضع المشرع القانوني قواعد تضيضي على هذه الأفكار سمة الإلتزام للتأكيد على أن الإلتزام بالمسؤولية الاجتماعية و البيئية لم يعد اختياراً أمام المؤسسات إنما هو أمر ملزم إذا رغبت هذه المؤسسة في الاستمرار و عليه فقد طالب مجمع المحاسبين القانونيين بالإنجلترا و ويلز المؤسسات بضرورة تضمين التقارير المالية

نتائج الأداء الاجتماعي و البيئي، أما في فرنسا فقد نادى الجمعيات المحاسبية المهنية بضرورة إلزام المنظمات المهنية بالإفصاح عن أدائها الاجتماعي لمعرفة درجة الالتزام الاجتماعي عندها(9).

و في سنة 1999 تم الاقتراح الأولي للميثاق العالمي للمسؤولية الاجتماعية و البيئية من قبل الأمين العام للأمم المتحدة آنذاك السيد كوفي عنان، في خطابه أمام المنتدى الاقتصادي العالمي، في حين انبثق الميثاق النهائي في مقر الأمم المتحدة بنيويورك سنة 2000، و هو عبارة عن مبادرة مواطنة طوعية متعلقة بالمؤسسات يعرض تسهيلا و تعهدا من خلال عدة آليات (سياسات الحوار، المعرفة، شبكات محلية ومشاريع الشراكة) و يعتمد هذا الميثاق على المسؤولية الاجتماعية و البيئية العامة بما في ذلك شفافية المؤسسات و القوى العاملة، و المجتمع المدني للبدء و المشاركة في الأداء الجوهري المتعلق بمتابعة المبادئ المستند عليها في الميثاق و تتعلق هذه المبادئ ب: حقوق الإنسان، ظروف العمل، البيئة و محاربة الفساد(10).

وفي عام 2005 م كانت مسائل الفقر والدين والتغير المناخي والعمولة المتوازنة أهم المواضيع التي تصدّى لها "المنتدى الاقتصادي العالمي" عند حديثه عن المسؤولية الاجتماعية للشركات. ومن أهم الأسباب التي أدت إلى تزايد الحديث عن برامج المسؤولية الاجتماعية لرأس المال، زيادة الاهتمام بالقضايا المتعلقة بالفقر، وانخفاض مستوى معيشة بعض الفئات، والبطالة، وهي أمور ظلت لفترة طويلة من الزمن من مسؤوليات الحكومات. ولكن مع تنامي الاهتمام بالتنمية الاجتماعية والتأكيد على أهمية إقامة شراكات بين الحكومة والقطاع العام والقطاع الخاص والمجتمع المدني.

3-1 . أنماط المسؤولية الاجتماعية:

لقد جاءت النقلة النوعية في إغناء و توسيع المفهوم في إطار البحوث الرائدة ل Carroll التي ميز فيها بين أربعة أبعاد رئيسية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية ، يتعلق الأول منها **بالجانب الاقتصادي** و هنا فان المنظمة تمارس أنشطة اقتصادية في إطار الكفاءة و الفاعلية و بذلك فان المنظمة التي تستخدم الموارد بشكل رشيد لتنتج سلعا و خدمات بنوعية راقية و توزع العوائد بشكل عادل على عوامل الإنتاج المختلفة قد تحملت مسؤولية اقتصادية أفضل من غيرها التي لا تراعي هذا الجانب. أما البعد الثاني فهو **المسؤولية القانونية** حيث يندرج ضمن إطار هذا البعد الالتزام الواعي و الطوعي بالقوانين و التشريعات المنظمة لمختلف الجوانب في المجتمع سواء كان هذا في الاستثمار أو الأجور أو العمل أو البيئة أو المنافسة أو غيرها. و البعد الثالث هو ما يسمى **بالمسؤولية الخيرية Corporate Philantrophy** و الذي يشتمل على مجمل التبرعات و الهبات و الإحسان للمنظمات التي تخدم المجتمع و لا تهدف للربح و في إطار هذا البعد قد تتبنى منظمة الأعمال قضية أساسية من قضايا المجتمع و تعمل على دعمها باستمرار. وأخيرا فان البعد الرابع هو **المسؤولية الأخلاقية** التي تراعي من خلاله منظمة الأعمال الأخلاق و احترامها في مجمل قراراتها و بذلك فإنها تعمل ما هو صحيح و عادل و حق و تتجنب الإضرار بأي من فئات المجتمع المختلفة(12).

1-4 . عناصر المسؤولية الاجتماعية:

إن متابعة ما كتب حول المسؤولية الاجتماعية يشير إلى أن الباحثين قد حددوا عدد كبير من العناصر التي تشكل محتوى المسؤولية الاجتماعية ولكنهم يتباينون في ترتيب أولويات هذه العناصر حيث ظهرت اختلافات في ذلك حسب بيئة الدراسة وحسب زمنها وطبيعة الصناعة المبحوثة . ورغم ذلك فإن البعض من هذه العناصر تأتي في أولوية متقدمة مثل الزبائن. وإجمالاً يمكن اعتماد العناصر التالية مؤشرات لمحتوى المسؤولية الاجتماعية وبالتالي فإن لكل منها توقعاتها الخاصة لما يجب أن تؤديه إدارة المنظمة تجاهها.

العنصر	بعض ما يجب أن تدرأه الإدارة من دور اجتماعي اتجاهه
1- المالكون	<ul style="list-style-type: none"> * تحقيق أرباح ربح ممكن. * تعظيم قيمة السهم والمنشأة آكل. * رسم صورة محترمة للمنشأة في بيئتها. * حماية أصول المنشأة. * زيادة حجم المبيعات.
2- العاملون	<ul style="list-style-type: none"> * رواتب وأجور مجزية. * فرص تقدم وترقية. * تدريب وتطوير مستمر. * عدالة وظيفية. * ظروف عمل مناسبة. * رعاية صحية. * إجازات مدفوعة. * إسكان للعاملين ونقلهم.
3- الزبائن	<ul style="list-style-type: none"> * منتجات بنوعية جيدة. * أسعار مناسبة. * إتاحة عالية وميسورية الحصول عليها. * الإعلان الصادق. * منتجات آمنة عند الاستعمال. * إرشادات بشأن استخدام المنتج ثم التخلص منه أو من بقاياها بعد الاستعمال.
4- المنافسون	<ul style="list-style-type: none"> * منافسة عادلة ونزيهة. * معلومات صادقة وآمنة. * عدم سحب العاملين من الآخر بوسائل غير نزيهة.
5- المجهزون	<ul style="list-style-type: none"> * الاستمرارية في التجهيز.

	<ul style="list-style-type: none"> * أسعار عادلة ومقبولة. * تطوير استخدامات المواد المجهزة. * تسديد الالتزامات المالية والصدق في التعامل.
6- المجتمع	<ul style="list-style-type: none"> * المساهمة في دعم البنى التحتية. * توظيف المعوقين. * خلق فرص عمل جديدة. * دعم الأنشطة الاجتماعية. * المساهمة في حالة الطوارئ والكوارث. * الصدق في التعامل وتزويده بالمعلومات الصحيحة. * احترام العادات والتقاليد السائدة.
7- البيئة	<ul style="list-style-type: none"> * الحد من تلوث الماء والهواء والتربة. * الاستخدام الأمثل والعدل للموارد وخصوصا غير المتجددة منها. * تطوير الموارد وصيانتها. * التشجير وزيادة المساحات الخضراء. المنتجات غير الضارة.
8- الحكومة	<ul style="list-style-type: none"> * الالتزام بالتشريعات والقوانين والتوجهات الصادرة من الحكومة. * احترام تكافؤ الفرص بالتوظيف. * تسديد الالتزامات الضريبية والرسوم الأخرى وعدم التهرب منها. * المساهمة في الصرف على البحث والتطوير. * المساهمة في حل المشكلات الاجتماعية مثل القضاء على البطالة.
9 جماعات الضغط الاجتماعي	<ul style="list-style-type: none"> * التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك. * احترام أنشطة جماعات حماية البيئة. * احترام دور النقابات العالية والتعامل الجيد معها. * التعامل الصادق مع الصحافة.

المصدر: طاهر محسن منصور الغالي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات : دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية الأردنية، ص 6.

وفي تصورنا فإن ما يعقد دور إدارة المنظمات في تبني منظورا اجتماعيا مقبولا منسجما مع بيئاتها ينطلق من فكرة عدم التوازن بين هذا الدور كما تراه إدارة المؤسسة وكما يتوقعه أصحاب المصالح المختلفين . وهنا يتطلب الأمر أن تجري إدارة المؤسسة دراسات مستقبلية أو أن تكون لديها وحدة دراسة أو استشراف المستقبل تعمل على تأشير الافتراق بين أهداف وغايات المنظمة الأساسية وبين أهداف مختلف أصحاب المصالح أعلاه، أخذين بنظر الاعتبار أن بعض أصحاب المصالح لهم تأثير أكبر ومباشر على المؤسسة(14).

5-1 . مبادئ المسؤولية الاجتماعية:

تستند المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على المبادئ الأساسية التالية(15):

- مبدأ الإذعان القانوني: أن تلتزم المؤسسة بجميع القوانين واللوائح السارية المحلية والدولية المكتوبة والمعلنة والمنفذة طبقاً لإجراءات راسخة ومحددة والإمام بها.
- مبدأ احترام الأعراف الدولية: أن تحترم المؤسسة الاتفاقيات الدولية والحكومية واللوائح التنفيذية والإعلانات والمواثيق والقرارات والخطوط الإرشادية عند قيامها بتطوير سياساتها وممارستها للمسؤولية المجتمعية.
- مبدأ احترام مصالح الأطراف المعنية: أن تقرر المؤسسة وتتقبل أن هناك تنوعاً بالمصالح للأطراف المعنية وتنوعاً في أنشطة ومنتجات المؤسسة الرئيسية والثانوية وغيرها من العناصر التي قد تؤثر على تلك الأطراف المعنية .
- مبدأ القابلية للمساءلة: أن تكشف المؤسسة وبشكل منتظم للجهات المتحكمة والسلطات القانونية والأطراف المعنية بطريقة واضحة وحيادية وأمانة والى حد ملائم السياسات والقرارات والإجراءات ومن ضمنها الإجراءات التصحيحية التي تتحمل مسؤوليتها بشكل مباشر وأيضاً الآثار المتوقعة لما سبق على الرفاهية المجتمعية وعلى التنمية المستدامة.
- مبدأ الشفافية: أن تفصح المؤسسة على نحو واضح ودقيق وتام عن سياساتها وقراراتها وأنشطتها بما في ذلك التأثيرات المعروفة والمحتملة على البيئة والمجتمع، وأن تكون هذه المعلومات متاحة للأشخاص المتأثرين أو المحتمل تأثرهم بشكل جوهري من قبل المؤسسة.
- مبدأ احترام الحقوق الأساسية للإنسان: أن تنفذ المؤسسة السياسات والممارسات التي من شأنها احترام الحقوق الموجودة في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان.

1-6 . فوائد المسؤولية الاجتماعية(16):

للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات مجموعة من الفوائد يمكن تلخيصها في النقاط التالية(16):

- تحسين الأداء المالي : البحوث التي أجريت في هذا المجال من مجالات المسؤولية الاجتماعية للشركات قد بيّنت وجود صلة حقيقية بين الممارسات المسؤولية اجتماعياً للشركات والأداء المالي الإيجابي.
- تخفيض تكاليف التشغيل : هنالك مبادرات كثيرة تستهدف تحسين الأداء البيئي وتؤدي إلى خفض التكاليف مثل تقليل انبعاثات الغازات التي تسبب تغير المناخ العالمي أو تقليل استخدام المواد الكيميائية الزراعية . كما يمكن تقليل تكاليف التخلص من النفايات من خلال مبادرات إعادة تدويرها . والجهود المبذولة في إطار المسؤولية الاجتماعية للشركات في مجال الموارد البشرية مثل جداول العمل المرنة، والتناوب على الوظائف وغير ذلك من البرامج

المتصلة بمكان العمل تؤدي إلى خفض نسبة غياب العاملين، وزيادة الاحتفاظ بعدد كبير من الموظفين شديدي الحماس للعمل، والفعالية والكفاءة الإنتاجية، وخفض تكاليف التوظيف والتدريب.

- تعزيز صورة وسمعة العلامة التجارية : الشركات المسؤولة اجتماعياً تستفيد من تعزيز سمعتها لدى الجمهور وفي إطار مجتمع الأعمال التجارية، فتعزز بالتالي قدرتها على جذب رأس المال والشركاء التجاريين، وتجد مجالاً واسعاً في سوق المنافسة العالمية.

- تعزيز المبيعات وولاء العملاء : إن العودة بصورة ملحوظة إلى تامين النقاء البيئي والمنتجات الطبيعية قد دفع المستهلكين إلى الاهتمام الخاص بعمليات الإنتاج وتأثير هذه العمليات والمنتجات على البيئة . وعلى الرغم من أن مؤسسات الأعمال التجارية يجب عليها أن تفي في المقام الأول بالمعايير الشرائية للمستهلكين مثل الأسعار، وجودة السلع، وتوفرها، وسلامتها وملائمتها، فإن الدراسات تظهر تزايد الرغبة في الشراء أو عدم الشراء بسبب بعض المعايير الأخرى المستندة إلى قيم مثل قلة التأثير على البيئة، وعدم استخدام مواد أو مكونات معدلة وراثياً.

- زيادة الإنتاجية والجودة : إن الجهود التي تبذلها الشركات في سبيل الاضطلاع بالمسؤولية الاجتماعية من خلال القوة العاملة والعمليات التي تقوم بها تؤدي في الغالب إلى زيادة الإنتاجية وتخفيض معدل وقوع الأخطاء وتعزيز الفعالية والكفاءة عن طريق تحسين ظروف العمل وزيادة مشاركة الموظفين في صنع القرار.

- زيادة القدرة على جذب الموظفين والاحتفاظ بهم : الشركات المسؤولة اجتماعياً يسهل عليها تعيين موظفين ذوي كفاءة عالية والحفاظ عليهم، ويؤدي ذلك إلى خفض تكاليف التوظيف والتدريب . ويتم في الغالب تعيين الموظفين من المجتمع الذي تعمل فيه الشركة : ولهذا السبب، ستصب ح القيم المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات متسقة مع قيم الموظفين، الشيء الذي يستبعد أي تعارض من حيث القيم ويعزز بيئة العمل.

- تخفيض الرقابة التنظيمية : الشركات التي تفي بمتطلبات الامتثال للأنظمة بوضوح أو تذهب إلى أبعد من ذلك تعطى قدرًا أكبر من حرية التصرف من جانب كيانات الحكومة الوطنية أو المحلية. ومثل هذه الشركات قد تخضع لقدر أقل من عمليات التفتيش والمراسلات الخطية، وقد تُمنح الأفضلية أو معاملة سريعة عندما تقدم طلبات للحصول على تراخيص عمل، أو تغيير مناطق العمل أو غير ذلك من التصاريح الحكومية.

ثانياً: المسؤولية الاجتماعية والدور التنموي للمؤسسات الخاصة والعامة

1-2. مفهوم التنمية المستدامة:

تزايد الأمل والترقب لدى المستهلكين ولدى الموظفين والمديرين العاملين بالشركات، ولاسيما الكبيرة منها والمتعددة الجنسيات، في أن تتجاوز هذه الشركات دورها التقليدي المتمثل في الابتكار، والإنتاج والتعبئة والبيع من أجل تحقيق الربح. ويرى الجمهور أن مجرد خلق الوظائف وسداد الضرائب، لم يعد كافياً كإسهام وحيد يقدمه القطاع الخاص

للمجتمع، وفقا لتعاريف المسؤولية الاجتماعية المشار إليه سابقا، يمكن أن نجمل عناصر التنمية المستدامة للمجتمع في النقاط التالية(17):

- التأكيد على بعد تمكين المجتمع المحلي كطرف محوري وأساسي في المشاركة في مشروعات التنمية الحضرية والاقتصادية والإنسانية بمستوياتها المختلفة، وذلك من خلال التركيز على رفع درجة الوعي العام بهذه المشاركة.
- توسيع دور الأطراف الثانوية في عملية المشاركة كوسيلة لدعم دور الأطراف ذات القوة النسبية المحدودة ومن هذه الأطراف الجامعات ومراكز البحوث التي يمكن أن تسهم في التنمية المستدامة.
- الدفع المستمر في اتجاه التحول من المركزية إلى اللامركزية وتفويض الصلاحيات من المستوى المركزي إلى المستوى المحلي حتى في ظل الأطراف القانونية القائمة.
- التركيز على تنمية ثقافة الحوار كأهم الآليات لتحقيق المشاركة المجتمعية ودعمها كعنصر أساسي في كل برامج بناء القدرات المحلية.

2-2. اتجاهات نشر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

يمكن نشر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من خلال ثلاثة اتجاهات كما يلي(18):

- **المساهمة المجتمعية التطوعية:** يلقي هذا المجال معظم الاهتمام في الدول التي يكون فيها الحوار حول المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات حديث نسبيا. ومن الممكن أن يضمن ذلك الهبات الخيرية وبرامج التطوع والاستثمارات المجتمعية طويلة الأجل في الصحة أو التعليم أو المبادرات الأخرى ذات المردود المجتمعي.
- **العمليات الجوهرية للأعمال وسلسلة القيمة:** غالبا ما تكون رؤية وقيادة الأفراد والمنظمات الوسيطة ضرورية لإدخال المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات. وتستطيع أي شركة من خلال التفاعل النشط مع موظفيها، تحسين الظروف والأوضاع وتعظيم فرص التنمية المهنية، ومن ذلك تطبيق إجراءات للتقليل استهلاك الطاقة والمخلفات. وتستطيع المؤسسات أن تكفل صدق وسهولة الاتصالات مع عملائها. ومن ناحية تأثيراتها غير المباشرة عبر سلسلة القيم وموثيق الشرف في تدبير الاحتياجات وبرامج بناء القدرات، كما تستطيع المؤسسات الاقتصادية مساعدة مورديها وموزعيها على تحسين أداء قوة العمل والحد من الضرر البيئي.
- **حشد التأييد المؤسسي وحوار السياسات والبناء المؤسسي:** على الصعيد الداخلي تقوم قيادات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات بوضع الرؤية وتهيئة المناخ العام الذي يتمكن العاملين من خلاله تحقيق

التوازن المسؤول بين المتطلبات المتعارضة لزيادة الأرباح. أما على الصعيد الخارجي فإن كثيراً من رؤساء الإدارات وكبار المديرين يقومون بقيادة الأعمال للمشاركة في قضايا التنمية بمفهومها الأوسع.

3-2 . أهداف المؤسسات الخاصة و الحكومية :

إن دراسة أهداف المؤسسة ليس بالموضوع البسيط بل انه تبسيط لواقع شائك و يكتنفه غموض كبير فقد عبر هدف تعظيم الأرباح عن رؤية أحادية للإعمال و من ثم إضافة أهداف أخرى مع ازدياد أصحاب المصالح لتشكّل أهداف الربحية و النمو و الاستمرارية قاعدة أساسية لمنظمات الأعمال الخاصة. و في الخمسينات من القرن الماضي طرح العديد من الباحثين و منهم Peter Drucker مفهوم الأهداف الاقتصادية و الأهداف الاجتماعية لمنظمات الأعمال. لقد فسرت العلاقة بين هذين البعدين للأهداف (الاقتصادية و الاجتماعية) بطرق و أساليب مختلفة فيرى البعض أن صيغة الموازنة يقررها أمران : الأول هو المدى الزمني الذي ينظر لهذه الأهداف في إطاره ، ففي الزمن البعيد لا يمكن أن تستمر المؤسسة و تلعب دورا اجتماعيا فاعلا دون وجود أداء اقتصاديا متميزا لكن هذا الأمر لا يعني عدم إعطاء الأداء الاجتماعي في ظروف و حالات معينة الأولوية. أما الأمر الثاني فهو منظور الإدارة العليا و طبيعة الضغوط التي تتعرض لها من قبل فئات أصحاب المصالح فقد تكتفي إدارة معينة بأرباح معقولة حفاظا على دور اجتماعي أكبر أو العكس.

كما تتباين الأهداف التي تتوخاها إدارة المؤسسات من تبنيتها لدور اجتماعي يتزايد باستمرار بسبب تعدد فئات أصحاب المصالح و امتلاك هذه الفئات لأساليب ضغط و تأثير مختلفة على الإدارة. و سنحاول هنا استعراض الأهداف الحقيقية و التي قد يكون بعضها خفيا من تبني هذا الدور و بين ما تعلنه الإدارة كأهداف تحاور فيها فئات أصحاب المصالح في المؤسسات الخاصة و الحكومية.

- في المؤسسات الخاصة: مهما اجتهدت إدارة هذه المؤسسات و أعلنت بأنها تتبنى مسؤولية اجتماعية أكبر فإن ما يشار إليه هنا هو أن الدور الاجتماعي محكوم بمحمل انعكاساته الايجابية على الأداء الاقتصادي و المردود المالي لهذه المؤسسات. و في المجتمعات النامية مثلا عادة ما تُغلف بعض المؤسسات تطلعاتها الاقتصادية و الربحية بدور اجتماعي باهت و بسيط يقابله إلحاح على هدف اقتصادي أبعد، إن إزالة التعارض في تحقيق الأهداف بجانبها الاقتصادي و الاجتماعي يعتمد على صدق اعتراف المؤسسة بالهدف الضمني و الحقيقي من هذا الإنفاق فإذا ما كان مرتبطا بتحسين صورة المؤسسة نعلن عنه و ما كان منفقا على جوانب البر و الإحسان نعلن عنه أيضا. كذلك يجب أن تكون هناك موازنة بين هذين الأمرين من ناحية المبالغ المخصصة للإنفاق على كلا الجانبين و بما يتناسب و قدرة المؤسسة على توليد الأرباح ، فضلا عن شموله لكافة الفئات المستحقة دون تمييز و أن يأخذ طابع الاستمرارية و التنوع(19).

- في المنظمات الحكومية : إن الدور الاجتماعي للمؤسسات الحكومية يصور بكونه أبعد من مجرد ارتباط بالجوانب الاقتصادية و المالية لمنظمة الأعمال أو انه يعرض باعتباره دورا اجتماعيا و إنسانيا خالصا بعيدا عن أي مدلول اقتصادي أو مالي يعود للمؤسسة. و في زمن ندرة الموارد و عدم قدرة الحكومة على تغطية اتفاق اجتماعي متزايد فان العديد من منظمات الدولة تجد نفسها مجبرة على الاهتمام بالمردود الاقتصادي و المنافسة الكفوءة و العادلة و خاصة المنظمات الصناعية الحكومية. و هكذا يظهر النموذج الواقعي لعمل كلا النوعين من المنظمات الحكومية و الخاصة بتربط الجانبين الاقتصادي و المالي و ضرورة إيجاد موازنة معقولة تساهم من جانب بأداء مالي و اقتصادي كفؤ و فاعل و من جانب آخر بأداء اجتماعي متزايد لفئات عديدة و خاصة الفئات الفقيرة و المحرومة.

و يمكن أن نوضح هذا الأمر بالاستعانة بمثال يتعلق بالمستشفيات الحكومية و الخاصة. ففي الوقت الذي لا يستطيع المستشفى الحكومي رفض طلب الزبائن الفقراء بإجراء عمليات جراحية إلا إذا كانت مستلزمات إنجازها غير متوفرة ، فان المستشفى الخاص لا يجري أي عملية إلا إذا توفر لدى الزبون إمكانية دفع تكاليفها. إن هذا الافتراض السائد لا يعني انه موجود بالمطلق و ليس عليه أي استثناء فقد يقبل مستشفى خاص لدواعي معينة إجراء مثل هذه العملية و تحمل تكاليفها ثم مطالبة جهات خيرية أخرى بتحمل بعض هذه التكاليف و لكن غالبا ما يكون هذا الأمر مشفوعا بخبر في جريدة أو مجلة لغرض الدعاية و الترويج للمستشفى الخاص.

2-4 . المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات بين المشروعات الصغيرة والمتوسطة :

رغم أن مجال المسؤولية الاجتماعية لأغلب المؤسسات وكذا الشركات لا يزال في مرحلة الإنشاء وأن 90% من المديرين التنفيذيين يعلمون بأنها تؤثر على سمعة شركاتهم، إلا أن 50% من الأفراد يعتقدون أن بأن العمل الجماعي هو مسؤولية الحكومات، لذلك فإنه يتوجب تضافر الجهود ودمجها بين الشركات وبين القطاع الحكومي. وقد أوضحت الإحصائيات الدولية أن المؤسسات التي تعتنق مفهوم المسؤولية الاجتماعية يزيد معدل الربحية فيها 18% عن تلك ليست لها برامج في المسؤولية، وأن 86% من المستهلكين يفضلون من الشركات التي لديها دور في خدمة المجتمع، وأن 70% يرون أن المسؤولية الاجتماعية لها دور مهم جداً، كما أن 64% يشجعون فكرة أن تكون المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من معايير تقييم المؤسسات(20).

فالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هي منهج إداري يأخذ بعين الاعتبار دور المؤسسة في المجتمع والآثار سواء الإيجابية أو السلبية المترتبة من أنشطتها على أصحاب المصالح، وتستدعي المسؤولية الاجتماعية كمشروع تنموي البحث عن تقاطع المصالح بين قطاع المشروعات الصغيرة وتدعيم المجتمع من كافة جوانبه، والبحث عن نقاط الالتقاء المشتركة. كما تلعب المشروعات الصغيرة والمتوسطة دورا مهم في تحقيق الأهداف التنموية للألفية الثالثة، حيث تساعد تلك المشروعات في التنمية الصناعية وتساعد في تحقيق نمو اقتصادي عادل ومتوازن. وتمتلك تلك المشروعات قدراً كبيراً من الانتشار من الشركات الكبيرة والمتعددة الجنسيات، والتي غالباً ما تكون سلاسل تزويدها بالمدخلات محدودة وشبكات توزيعها موجهة نحو المراكز الحضرية، وغالبا ما تركز هذه

المشروعات على الأمد القصير، وذلك نظرا لصغر حجمها وافتقارها إلى الموارد والخبرات ولقلة تأثيرها، لذلك فهي بأمس الحاجة لتطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية ولهذا فإن مد يد العون لهذه المشروعات في مرحلة مبكرة سيكون له مردود كبير، مثل إدارة وتدوير المخلفات وحماية البيئة.

ويحتاج هذا الوضع من المؤسسات والشركات إلى بذل المزيد من الجهد لخلق البيئة المواتية لخلق المسؤولية الاجتماعية في قطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة وإزالة المدركات الخاطئة حول التكلفة المالية لهذه المسؤولية في أوساط المؤسسات الأصغر حجما. ولعل فهم وإدراك المشروعات الصغيرة والمتوسطة لاحتياجات المجتمع يساعدها في تطوير منتجات وخدمات ملائمة، وفي نفس الوقت يساعدها في تحقيق المزيد من الدخل وكذلك خلق فرص عمل جديدة وتوجيه أعمالها الخيرية نحو الشرائح الأقل حظا في المجتمع، وتسهيل وصولها إلى التقنيات الجديدة والمهارات وكذا لطرق التمويل مما يمكن من تقاسم العائد الاقتصادي بين الشركات المتعددة الجنسيات والمؤسسات الكبيرة وبين المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

كما أن الاقتصاد التنافسي لا يقوم على وجود الشركات العملاقة والكبيرة وحدها فقط، بل بوجود شبكة واسعة ومتنوعة من المشروعات الصغيرة والمتوسطة الكفؤة والقادرة على تلبية احتياجات الشركات الكبيرة وغيرها من الأنشطة التكميلية في أي من القطاعات التكميلية.

ويمكن أن تساهم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة من خلال عدة محاور نوجزها في مايلي(21):

- **المحور التعليمي :** من خلال هذا المحور تقوم المؤسسات والشركات بتبني مجموعة من المشروعات الصغيرة والمتوسطة أو حتى الشباب الراغب في عمل مثل هذه المشروعات وإدراجهم في برامج تدريبية كل حسب مستواه التعليمي وإتجاهاته المهنية أو الحرفية، على أن يتم تدريبهم وتطويرهم مهاراتهم مما يحسن من فرصهم في إيجاد وظائف مناسبة وذات دخل معقول. وهنا تأتي مساهمة تدرج تحت مظلة المسؤولية الاجتماعية، فمن جهة توفر فرص وظيفية لعدد من الشباب في مختلف المجالات أو مساعدتهم في إنشاء مشاريع صغيرة تعود بالفائدة على مجتمعهم ومن جهة أخرى تعمل على ترقية المشروعات الموجودة ورفع كفاءتها.

- **المحور التعاقد من الباطن :** يمكن أيضا أن تقوم هذه المؤسسات بتشجيع التعاقد من الباطن مع عدد من المشروعات الصغيرة والمتوسطة وذلك لتنفيذ عمليات معينة وكذا استغلال الطاقات المتاحة بها .

- **محور المسؤولية الاجتماعية الخاص بالمتقاعدين:** وذلك لأولئك الذين مازالت لديهم قدرة على العطاء من هذه الفئة واستغلال خبراتهم من خلال ابتكار مشاريع تتناسب مع أعمارهم واهتماماتهم مما يعود بالفائدة لكلى الطرفين.

خاتمة:

يحتل موضوع المسؤولية الاجتماعية والجوانب الأخلاقية أهمية كبيرة في الوقت الحاضر بسبب اتساع تأثير المؤسسات وزيادة النقد الموجه لها في جوانب ترتبط بمشروعية عملها وألياته مثل حالات الفساد والقرارات غير الأخلاقية المؤثرة على المجتمع ومع تزايد دور منظمات الأعمال في المجتمع المدني وجماعات الضغط بسبب انتشار المعرفة وسرعة الاتصالات لذلك أصبحت المؤسسات الحكومية والخاصة اليوم ملزمة بتعزيز أدائها الاجتماعي وذلك من خلال تنظيم وإدارة الأعمال وفق مبادئ وقواعد أخلاقية، والمشاركة مع الفقراء والطبقات الوسطى وحماية البيئة وتطويرها، وحماية الموارد الأساسية كالمياه والغابات والحياة البرية والتربة وتطويرها، ومكافحة الفساد وتجنبه، والتزام حقوق الإنسان والعمل والعمال، ومساعدتهم في تحقيق مكاسب اقتصادية واجتماعية مثل الادخار والتأمين والرعاية لهم ولعائلاتهم، ومشاركتهم في الأرباح.

الهوامش:

- 1 - حسين الأسرج، المسؤولية الاجتماعية للشركات، المعهد العربي للتخطيط بالكويت، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الدول العربية، العدد التسعون، فبراير / شباط 2010 ص: 02.
- 2 - Drucker , Peter F, **An Introductory View of management**, Harper's college Press , U.S.A , 1977, P: 584.
- 3 - Strier , Franklin , **The Business Manager's Dilemma Defining Social Responsibility**, Journal of Engineering Management, Vol. 2, No. 1, 1979, P: 9.
- 4 - طاهر محسن منصور الغالي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال، ط3، عمان: دار وائل للنشر، 2010، ص: 49.
- 5 - صالح السحيباني، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية، المؤتمر الدولي حول القطاع الخاص: تقييم و استشراف، بيروت، 23-25 مارس 2009، ص: 6.
- 6 - حسين الأسرج، مرجع سابق ص: 03.
- 7 - مولاي لخضر عبد الرزاق وبوزيد سايج، دور الاقتصاد الإسلامي في تعزيز مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات، مداخلة ضمن المنتدى العلمي الدولي حول الاقتصاد الإسلامي الواقع ورهانات المستقبل، معهد العلوم الاقتصادية، التجارية، وعلوم التسيير، المركز الجامعي بغرداية، ص: 03.
- 8 - Holmes , Sundra , **Corporate Social performance and Present Areas of Commitment**, Academy of Management Journal ,Vol. 20 , 1985, P: 435 .
- 9 - بومدين بروال، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق متطلبات المسؤولية الاجتماعية و البيئية للمؤسسات، مداخلة ضمن المنتدى العلمي الدولي حول الإبداع و التغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة البليدة، يومي: 18 و 19 ماي 2011 ص: 3.
- 10 - بومدين بروال، مداخلة سابقة ص: 4.
- 11 - صالح السحيباني، مداخلة سابقة ص: 6.
- 12 - Carroll , Archie B . and Buchaholtz , **Business and Society**, Thomson , 2002 .

13 - Abouzeid, K.M. and Weaver, C.N., **Social Responsibility in the Corporate Goal Hierarchy**, Business Horizons, Vol.21, No. 3, 1998, PP. 29-38.

14 - طاهر محسن منصور الغالي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات، مرجع سبق ذكره ص: 7.

15 - مولاي لخضر عبد الرزاق وبوزيد سايح، مرجع سابق، ص: 07.

16 - الأمم المتحدة، مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع والاتجاهات والقضايا الراهنة، منشورات الأمم المتحدة 2004، ص: 75.

17 - صالح السحيباني، مرجع سابق، ص: 6.

18 - صالح السحيباني، مرجع سابق، ص: 7.

19 - Greenburg , Jerald , **Organizational Justice : Yesterday , Today and Tomorrow** , Journal of Management, Vol . 16 , 1990, PP. 399-432.

20 - حسين الأسرج، مرجع سابق ص: 09.

21 - حسين الأسرج، مرجع سابق ص: 11.

