

نماذج دولية ناجحة في الاستثمار المسؤول اجتماعياً (عرض تجارب شركات دولية)
د. بن عبد العزيز سفيان
أ. يوسفوي سعاد
جامعة بشار

Abstract: This study aimed to identify the extent of attention corporate governance for consideration of economic, legal, and contractual that governing the decision of the distribution dividends to stockholder. To achieve the objectives of the study questionnaire was develop and distributed to (24) companies, where the (144) questionnaires distributed randomly to Administrations of the Jordanian industrial companies (Chairman of the Board, and members of the board of directors, managers, Financial Managers). The total number of response questionnaires from that fit the study was (110). Descriptive statistics and T-Test had been used to analyze the data and test for the hypotheses of this study. The study found that the governing body in industrial companies gave a high level of importance for Consideration for Economic, Legal, and contractual that governing the decision of the distribution Dividends to Stockholder. Based on these findings, relevant recommendations are put forth.

الملخص:

تعمل المؤسسة في بيئة اجتماعية واقتصادية معقدة، تتعرض فيها لضغوط من أجل تحقيق الكفاية الاقتصادية من جانب أصحاب هذه الشركات من جهة، ولضغوط أخرى لغرض تحمل مسؤولياتها سواء كانت تلك الضغوط من جانب الحكومة أو المجتمع المدني أو المستهلكين في إطار ما يعرف بالمسؤولية الاجتماعية للشركات من جهة أخرى، ورغم أن الجدل الدائر بشأن المسؤولية الاجتماعية للشركات أمر ليس بجديد، فقد حظي باهتمام أبر في السنوات الأخيرة، نتيجة للتطورات في الظروف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، حيث شهدت العقود الأخيرة من القرن العشرين تطوراً في النظرة إلى أهداف هذه الشركات ومدى التزامها بمعايير المسؤولية الاجتماعية، وكان للفكر الاقتصادي بصفة خاصة أثراً واضحاً في تحديد طبيعة تلك الأهداف خاصة ما ارتبط منها بالتنمية الاقتصادية.

مقدمة:

إن التحرير الاقتصادي المتسارع والذي يبدو أنه لا رجعة فيه لأسواق السلع والخدمات، ورؤوس الأموال والتقنيات والذي شهد نقلة نوعية مع تزايد المنافسة بين الشركات العالمية جعل الإطار الذي تتم فيه العلاقات الاقتصادية والبادلات الدولية هو الأفق أو البعد الكوني. وأدى أيضاً إلى تغيير في مفاهيم التنمية، والثروة والموارد الإنتاجية والندرة والتشغيل ودور الدولة وإلى تغيير مفاهيم عديدة أخرى أفرزتها العولمة.

فإذا تكلمنا عن المؤسسات والشركات بشئ أنواعها فبعدما كانت مهمتها الأساسية تقتصر على تلبية حاجات ورغبات زبائنهم من سلع وخدمات في وقت مضى، فقد أصبحت حالياً بمثابة مواطن يعيش ضمن منظومة متكاملة قوامها جميع أفراد ومكونات المجتمع، فهي تعمل في بيئة اجتماعية واقتصادية معقدة، تتعرض فيها لضغوط من أجل تحقيق الكفاية الاقتصادية من جانب أصحاب هذه الشركات من جهة، ولضغوط أخرى لغرض تحمل مسؤولياتها سواء كانت تلك الضغوط من جانب الحكومة أو المجتمع المدني أو المستهلكين في إطار ما يعرف بالمسؤولية الاجتماعية للشركات من جهة أخرى.

ورغم أن الجدل الدائر بشأن المسؤولية الاجتماعية للشركات أمر ليس بجديد، فقد حظي باهتمام أكبر في السنوات الأخيرة، نتيجة للتطورات في الظروف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، حيث شهدت العقود الأخيرة من القرن العشرين تطوراً في النظرة إلى أهداف هذه الشركات ومدى التزامها بمعايير المسؤولية الاجتماعية، وكان للفكر الاقتصادي بصفة خاصة أثراً واضحاً في تحديد طبيعة تلك الأهداف خاصة ما ارتبط منها بالتنمية الاقتصادية.

إشكالية الدراسة:

بناءً على ما سبق تسعى هذه الورقة البحثية إلى الإجابة على الإشكالات التالية:

"ما مدى مساهمة تبني معايير المسؤولية المجتمعية للشركات في صناعة الاستثمار المسؤول اجتماعياً؟"
أهمية وأهداف الدراسة:

بالإضافة إلى محاولة فك لغز الإشكالات أعلاه، تسعى هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على ذلك الدور الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية من خلال معاييرها في توجيه وضبط نشاط الشركات وتفعيلها نحو الأداء الجيد، كما تهدف إلى:

♦ تغطية الأطر والأبعاد النظرية لموضوع المسؤولية الاجتماعية القائم على منطق اقتصادي واجتماعي ومدى ضرورة تبني مفهومها في الشركات ؛

♦ معرفة الأسباب والدوافع الداعية لتزايد الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية وفرص إقامتها كرافد للتنمية ؛

♦ استعراض تجارب دولية لشركات عالمية رائدة في إطار تبني أخلاقيات ومعايير المسؤولية الاجتماعية ؛

♦ كما تستمد هذه الدراسة أهميتها في كونها ستمثل حلقة من الحلقات التي سنتناول إحدى الموضوعات شديدة الأهمية في هذا الملحق الذي يعد موضوعه حديث المنظمات والندوات والملتقيات على المستوى العالمي

خاصة في بيئة اقتصادية عالمية يسودها التغير المستمر.

منهج الدراسة:

من أجل الإحاطة بجوانب موضوع هذه الورقة سنستخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في قالب نسعى من خلاله إلى الإجابة على أهم تساؤلات الإشكالية وهذا بالاستعانة ببعض الأدوات والتحليلات العلمية.

خطة الدراسة:

سيتم تغطية هذه الدراسة من خلال المحاور التالية:

المحور الأول: التأصيل النظري والمرتكزات الأساسية لماهية المسؤولية الاجتماعية.

المحور الثاني: الاستثمار بين المفهوم التقليدي والمفهوم المسئول اجتماعياً.

المحور الثالث: عرض تجارب استثمارية لشركات ذات ريادة في المسؤولية الاجتماعية.

1. المحور الأول: التأصيل النظري والمرتكزات الأساسية لماهية المسؤولية الاجتماعية.

أولاً: تعريف المسؤولية الاجتماعية

إن تحديد معنى دقيق للمسؤولية الاجتماعية للشركة يعد أمراً في غاية الصعوبة والتعقيد، ذلك أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية بحد ذاته ينطوي على العديد من المعاني والمفردات، والتي تكون معظمها خاضعة للتعديل والتغير المستمر. ويختلف هذا المفهوم باختلاف الدولة والمجتمع والحكومة، حيث لكل دوره وتأثيراته المباشرة وغير المباشرة، كذلك فإن لهذا المفهوم مضامين مختلفة تبعاً للجهات المختلفة التي تعامل وتضطلع في استخدامها بحسب تشريعاتها ومعاييرها.¹ ففي ظل الفكر الاقتصادي التقليدي، كان ينظر للشركات على أن هدفها الوحيد هو تعظيم الربح من خلال تحقيق أكبر عائد ممكن للمستثمرين، وأن تحقيق الربح سوف يتبعه تحقيق أهداف المجتمع بصورة تلقائية. ويمثل العالم الاقتصادي (Milton Friedman) وجهة النظر الكلاسيكية حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية، إذ يرى أن تبني المنظمة لفلسفة المسؤولية الاجتماعية لا اجتماعياً من شأنه أن يقلل أرباح المنظمة ويزيد تكاليف العمل، كما من شأنه إعطاء قوة اجتماعياً للأعمال بشكل أكثر من اللازم.²

أما وجهة النظر الأخرى، والتي يعد من أبرز أنصارها ومؤيديه رجل الاقتصاد المعروف (Paul Samuelson) والذي يرى أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية يمثل البعد الاجتماعي والاقتصادي معاً كما يشير إلى أن المنظمات في عالم اليوم، يجب ألا تكتفي بالارتباط بالمسؤولية الاجتماعية، بل يجب أن تغوص في أعماقها، وأن تسعى نحو الإبداع في تبنيها. إذ أن إبداعها في هذا المجال من شأنه أن يحقق للمنظمة أرباحاً على المدى الطويل، ويعزز مركزها لدى أصحاب المصالح، كما يساعد على تجنب الضغوط الحكومية بشكل كبير.³

وبين هذه الوجهة وتلك، اقترح العديد من الكتاب وعلماء الاقتصاد وبعض الهيئات الدولية تعاريف عديدة ومتنوعة للمسؤولية الاجتماعية نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر مايلي:

- يعرف Drucker المسؤولية الاجتماعية بأنها "التزام المنشأة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه" أي أنها ما يجب على المؤسسة القيام به من أجل حل ومعالجة المشاكل الاجتماعية،
- كما يقصد بالمسؤولية الاجتماعية: "الشعور بالالتزام من جانب الشركات نحو وضع معايير اجتماعية محددة أثناء عملية صنع القرار الاستراتيجي، وعند قيامها بتقييم القرارات من الوجهة الأخلاقية، فإنه يتعين التسليم باتخاذ ما هو في صالح رفاهية المجتمع ككل".⁵
- هي إستراتيجية استثمار حقيقية لأن السلوك الاجتماعي للشركة يؤثر على أسعار أسهمها، فكثير من الشركات والجهات الاستثمارية ينظرون باهتمام للسلوك الاجتماعي للشركة، وبالنسبة لهم فالمشاريع غير المسؤولة اجتماعياً هي مشروعات استثمارية ذات مخاطرة.⁶
- عرفها البنك الدولي على أنها: "التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المدني والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأللوب يخدم التجارة والتنمية في آن واحد". كما عرفها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة بأنها: "الالتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل".⁷

أم من ناحية مفهوم المسؤولية الاجتماعية فيندرج ضمن ثلاثة مفاهيم أساسية لمسؤوليات المنظمة تتمثل في:⁸

أ. المسؤولية اتجاه تحقيق الأرباح: Profit Responsibility

وتشير إلى أن مسؤولية المنظمة كانت متمثلة في تحقيق الأرباح للمالكين ولحملات الأسهم، وهذا المسؤولية القاصرة تؤيد ما جاء به الاقتصادي Friedman.

ب. المسؤولية اتجاه أصحاب المصالح: Stakeholder Responsibility

نتيجة الانتقادات الموجهة لأهداف الربحية كمسؤولية وحيدة تركز عليها المنظمة ظهر ما يسمى بالمسؤولية تجاه أصحاب المصالح والتي تركز على ضرورة الاهتمام بتلبية أهداف أصحاب المصالح من مستهلكين، عاملين، مجازين، موزعين، وغيرهم.

ج. المسؤولية اتجاه المجتمع: Societal Responsibility

وقد انتشر هذا المفهوم في الأعوام الأخيرة، ويشير إلى ضرورة التزام المنظمة بالمسؤولية تجاه البيئة والمجتمع بشكل عام. وذلك من خلال الاهتمام بتطرحه الجماعات ذات العلاقة مثل جماعة السلام الأخضر "Green Peace" والتي تنادي بتعزيز السلوكيات الإيجابية تجاه البيئة مثل التسويق الأخضر "Green Marketing". وفي محاولة لوضع تعريف محدد للمسؤولية الاجتماعية، والتي ترد عاد في الأدبيات الأجنبية بمصطلحات مختلفة مثل:

المسؤولية الاجتماعية للمنظمة (CSR) Corporate Social Responsibility

المسؤولية الاجتماعية للأعمال (BSR) Business Social Responsibility

مسؤولية المنظمة (CR) Corporate Responsibility

المسؤولية الاجتماعية (SR) Social Responsibility

فقد أورد العديد من الكتاب والباحثين تعريفات عديدة للمسؤولية الاجتماعية للمنظمة، كما هو موضح أدناه:

جدول (01): تعريفات مختلفة للمسؤولية الاجتماعية

المصدر	التعريف
Murray & Montanari, 1986, 817.	تعد المسؤولية الاجتماعية كمنتوج يقدم إلى جمهور Product المنظمة الداخلي والخارجي.
Goolsby & Hunt, 1992	عقد اجتماعي بين المنظمة والمجتمع الذي تعمل به
Konkolewsky, 1996	تعد محاولة للرفي وتطبيق الأفكار حول المسائل الاقتصادية وكذا المتعلقة بالمسائل الطوعية تجاه المجتمع والبيئة، وتجاه سلامة العاملين وصحتهم.
Pride & Ferrell, 1997, 65	التزام المنظمة لتعزيز التأثيرات الإيجابية والتقليل من التأثيرات السلبية في المجتمع.
WWW.wbscd.com, 2000	التزام المنظمات المستمر للسلوك أخلاقيا والمساهمة في التطوير الاقتصادي من خلال تحسين نوعية حياة العاملين وعوائلهم وكذا الالتزام تجاه المجتمع بشكل عام.
Fulop & others, 2000, 15	تعني إدارة عادلة وفاعلة تسهم في تطوير الاقتصاديات
Schermerhorn, 2001, 126	التزام المنظمة للعمل بطرق تخدم مصالحها وتخدم أصحاب المصالح المتأثرين بسلوكها بشكل عام.
Maguire, 2001 WWW.ethicsinaction.com	تشمل المسؤولية الاجتماعية للمنظمة تحقيق المتطلبات المحلية وتحقيق التزامات المنظمة تجاه العاملين في تقديم التغذية الضرورية والحماية الصحية اللازمة. وتعد المنظمات المسؤولة اجتماعيا منظمات شجاعة.
Cragg, 2001, 3 WWW.Focal.Ca.	تعبر المسؤولية الاجتماعية للمنظمة عن العلاقة بين المنظمة وأصحاب المصالح بما فيهم المستهلكين، العاملين، المجتمعات المحلية، المستثمرين/المالكين، الحكومة، المجهزين، المنافسين.
O'brien & Robinson, 2002, 3	القيام بالأشياء الصحيحة
WWW.bsr.com.Bsr website.htm 2002	احترام القيم الأخلاقية والأفراد والمجتمعات والبيئة، بما يكفل تحقيق النجاح للمنظمات.
WWW.csreurope.org/2002	إنها ببساطة تعني أفضل الأعمال

المصدر: فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضى المستهلك،

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الاقتصاد، تخصص: إدارة أعمال، الجامعة المستنصرية، بغداد، 124 - 103، ص 0.

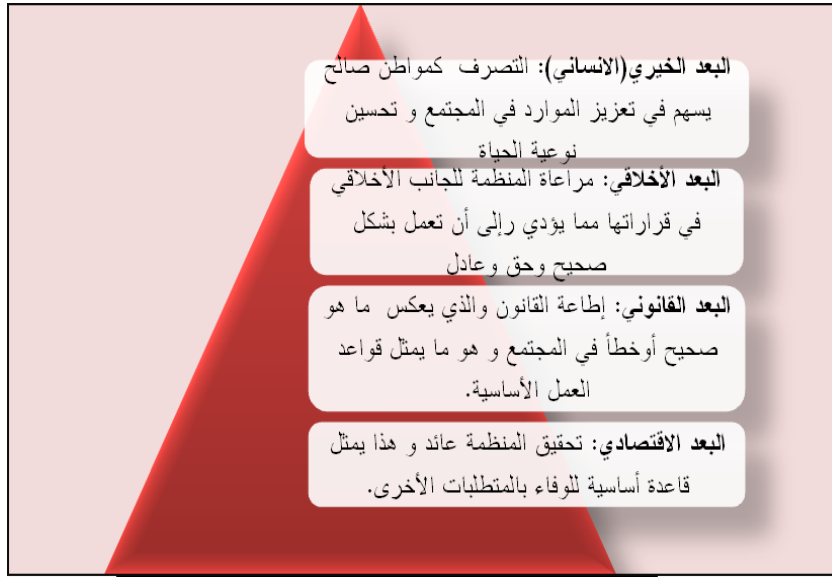
وعليه ومما تقدم، يمكن أن نعرف المسؤولية الاجتماعية للمنظمة بأنها التزام أخلاقي بين المنظمة والمجتمع تسعى من خلاله المنظمة إلى تقوية الروابط بينها وبين المجتمع بما من شأنه تعزيز مكانته في أذهان المستهلكين والمجتمع بشكل عام والذي ينعكس بدوره على نجاحه وتحسين أدائه المستقبلي.

ثانياً: أبعاد المسؤولية الاجتماعية وأهمية تبني مفهومها

سعى العديد من الكتاب والباحثون إلى محاولة تحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية من وجهات نظر مختلفة، ووضعوا لها مسميات متباينة؛ نذكر منهم على سبيل المثال كل من (Pride & Ferrell) الذين أشاروا إلى أربعة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية تمثلت في ما يلي⁹.

1. المسؤولية الإنسانية: أي أن تكون المنظمة صالحاً وتعمل على الإسهام في تنمية وتطوير المجتمع وتحسين نوعية الحياة؛
 2. المسؤولية الأخلاقية: بمعنى أن تكون المنظمة مبنية على أسس أخلاقية، وأن تلتزم بالأعمال الصحيحة. وأن تمتنع عن إيذاء الآخرين؛
 3. المسؤولية القانونية: أي التزام المنظمة بإطاعة القوانين، واكتساب ثقتهم الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية وعدم القيام بالأعمال المخلة بالقانون؛
 4. المسؤولية الاقتصادية: بأن تكون المنظمة ناعمة ومجدية اقتصادياً، وأن تحاول جاهدة توفير الأمان للآخرين.
- وتجسيدا لما سبق نستعرض هرم المسؤولية الاجتماعية للاقتصادي Carroll:

الشكل (01): هرم المسؤولية الاجتماعية لـ Carroll



Source: Carroll Archie, **The Pyramid of Corporate Social Responsibility Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders**, Business- Horizons, July. August, 1991, p 405.

أم بخصوص أهمية تبني مفهومها في الشركات و نظمات الأعمال فقد قسمت المؤسسة الكندية للأمريكيين (Focal) على موقعها (8: www.focal.ca) الفوائد التي تحققها المسؤولين الاجتماعية للمنظمة إلى قسمين:¹⁰

أ. الفوائد بالنسبة للمنظمات وتتمثل في:

- إنتاجية عالية للعاملين رضى عالي للمستهلكين تحسين سمعة المنظمة وبالتالي زياده مبيعاتها ولاء أكبر لعاملين انخفاض عدد الدعاوى القضائية ارتفاع قيمة أسهم المنظمة.

ب. الفوائد بالنسبة للمجتمعات وتتمثل في:

- تعزيز الحقوق الأساسية الصحة، التعليم، حقوق العاملين، وغيرها. المساهم في التطوير والتنمية تحسين البيئة.

كما حدد Schiebel فوائد إضافية يمكن للمنظمات تحقيقها، من خلال تبنيها لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وتتمثل تلك الفوائد في:¹¹

تحسين علاقات أصحاب المصالح.

تحسين الوضع بين المستثمرين.

خفيض تكاليف التشغيل الداخلية.

تحقيق تنسيق أفضل في العمليات.

تحديد التأثيرات غير المالية.

تحديد أفضل للأساليب.

التكيف المستمر.

تحديد الإمكانيات الكامنة.

ثالثاً: مداخل المسؤولية الاجتماعية:¹²

✓ الشراكة:

تعد المشاركة مفهوما ديمقراطيا يقوم على ضرورة مشاركة أفراد المجتمع المحلي في تحقيق التنمية الاجتماعية وهي أعلى درجات مداخل المسؤولية الاجتماعية وتكون المشاركة مشاركة بالرأي والمقترحات والجهد والعمل أو المشاركة مادية عن طريق المشروعات والتبرعات أو المشاركة في عملية التخطيط والتنفيذ والتنسيق والمتابعة أو التقويم بهدف إلى مستوى تنمية أفضل.

✓ التعاون :

هو أحد المظاهر الاجتماعية التي تهدف إلى التعاون في عمل أو مسؤولية مع جهة أخرى ما لتحقيق هدف مشترك قد يكون مباشراً أو غير مباشراً، والتعاون إما أن يكون اختياري كتعاون الأفراد في مساعدة المحتاجين أو أثناء الزلازل والكوارث الطبيعية أو إجبارياً حيث تكون صفة الإلزام نتيجة العمل والظروف المحيطة به، أما التعاون التعاقدية فيتمثل

في التنظيمات الاجتماعية والاقتصادية التي تتم على أسس تعاقدية مثل الجمعيات التعاونية والخيرية التي تحكمها دوافع التعاطف أو وجود أهداف مشتركة بين أفرادها.

✓ الاهتمام:

الاهتمام هو أساس العلاقات الاجتماعية والدوافع للتغيير للأفضل والعمل اي ابيا وهو أساس المسؤولية الاجتماعية الأخرى كالمشاركة والتعاون.

وتأسيساً على ما سبق، يمكن القول أن المنظمات إذا ما تبنت فلسفة المسؤولية الاجتماعية فإن ذلك سيعزز من سمعتها وعلامتها التجارية، كم أن ذلك سينمي درجاً الرضا لدى أصحاب المصالح مر خلال الاستماع لآراء ووجهات نظر الجمهور وجماعات الضغط، وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية للمنظمة مم يعزز ريادتها في السوق.

وهذا م سعت إلى تحقيقه العديد من المنظمات والشركات العالمية من خلال تبنيها لفلسفة المسؤولية الاجتماعية كاستراتيجية عمل تسترشد بها في ممارسة نشاطها. وقبل استراض نماذج مختلفة لهذه الشركات تشير الدراسة في الجزئية أدناه المفهوم الحديث للتنمية الاقتصادية القائمة على احترام أبعاد المسؤولية الاجتماعية بعد أن كان مفهومها تقليدي في الماضي.

المحور الثاني: الاستثمار بين المفهوم التقليدي والمفهوم المسنول اجتماعياً.

لقد أصبح موضوع الاستثمار من الموضوعات التي تحتل مكانة مهمة وأساسية في أولويات الدراسات الاقتصادية والمالية والمصرفية والإدارية وغيرها من التخصصات التي تهتم بالتطورات الهيكلية التي شهدتها المجتمعات المتقدمة. هذه التطورات صاحبها تطور مماثل في دراسة الاستثمار ومجالاته المختلفة. لذا تظهر أهمية دراسة هذا الموضوع خصوصاً للبلدان النامية التي عليها الاهتمام أكثر علمياً وعملياً بموضوعات مجالات وأدوات الاستثمار الأكثر موائمة ونفعاً لهذه المجتمعات من خلال التحسين من كفاءة هذه الاستثمارات يقصد تعظيم العوائد المحققة باتباع طرق تضمن زيادة الادخار لدى المواطنين ومن ثم توجيه المدخرات نحو مجالات الاستثمارات المختلفة واختيار الأدوات التي تساهم في خلق قيمة مضافة حقيقية للاقتصاد الوطني.

أولاً: المفاهيم التقليدية للاستثمار:

1. ماهية الاستثمار:

يقصد بالاستثمار عموماً اكتساب الموجودات مادية والمالية.

ويمكن التمييز بين مصطلحين، الاستثمار بالمعنى المالي وبالمعنى الاقتصادي.¹³

أ. مفهوم الاستثمار بالمعنى الاقتصادي: في الاقتصاد غالباً ما يقصد بالاستثمار اكتساب موجودات الموجودات المادية. على أن التوظيف للأموال يعتبر مساهمة في الإنتاج، أي إضافة منفعة أو خلق قيمة تكون على شكل سلع وخدمات.

ب. مفهوم الاستثمار في الإدارة المالية: من هذا الجانب ينظر إلى الاستثمار على أنه اكتساب الموجودات مالية أي توظيف الأموال في الأوراق والأدوات المالية.

وكتعريف شامل للاستثمار: على أنه التعامل بالأموال للحصول على الأرباح وذلك بالتخلي عنها في لحظة زمنية معينة ولفترة زمنية معينة بقصد الحصول على تدفقات مالية مستقبلية تعوض عن القيمة الحالية للأموال المستثمرة وتعوض عن كامل المخاطرة الموافقة للمقبل.

2. التبوب النوعي لمجالات الاستثمار:

تبوب الاستثمارات من زاوية نوع الأصل محل الاستثمار إلى.¹⁴

1 - استثمارات حقيقية أو اقتصادية :

ي تير الاستثمار حقيقياً إذا تم توظيف الأموال في حيازة أصول حقيقية، ويعرف الأصل الحقيقي بأنه كل أصل له قيمة اقتصادية، ويترتب على استخدامه منفعة اقتصادية إضافية تظهر على شكل خدمة تزيد من ثروة المستثمر ومن ثروة المجتمع، وذلك بما تخلفه من قيمة مضافة. والاستثمارات الحقيقية تشمل جميع أنواع الاستثمارات ما عدا الاستثمار في الأوراق المالية ومن أمثلة ذلك، المشاريع الاقتصادية، العقارات، الذهب، السلع والخدمات. . . الخ، حيث أن الاستثمار في هذا المجال يؤدي إلى زيادة الدخل القومي مباشرة ويسهم في تكوين رأس المال في الدولة، لك يطلق على الاستثمارات الحقيقية مصطلح استثمارات الأعمال أو المشروعات.

2 - الاستثمارات المالية :

وهي تشمل الاستثمار في سوق الأوراق المالية ويتمثل في حيازة المستثمر لأصل مالي غير حقيقي، يتخذ شكل حصة في رأس مال شركة "سهم أو سند" ويتمثل هذا الأصل المالي حقاً، مالياً يكون لصاحبه الحق في المطالبة بالأرباح أو الفوائد بشكل قانوني. هذا الحق يتمثل في الحصول على جزء من عائد الأصول الحقيقية للشركة المصدرة للورقة المالية.

أما عملية تداول الأوراق المالية في السوق الثانوي عموماً لا تنشأ عنها أية منفعة اقتصادية إضافية للذبح القومي، رغم التغيير الحادث في أسعار هذه الأوراق، إلا إذا كان إصدار هذه الأسهم يهدف لتمويل عملية توسع لصالح مؤسسة معينة أو خلق مشروع جديد محتمل.

ثانياً: المفهوم الحديث للاستثمار (المسنول اجتماعياً)

الاستثمار الأخلاقي أو الاستثمارات المسنولة اجتماعياً. وهو " صطلح عاه للاستثمارات واستراتيجيات الاستثمارات التي تأخذ بعين الاعتبار المحاولة لخلق التغيير الاجتماعي الإيجابي، وتقليل الضرر البيئي ودمج الاعتقادات الدينية والأخلاقية

في القرارات الاستثمارية، حيث من الصعب اتخاذ قرار استثماري بدون امتلاك بعض التأثيرات على البيئة والتنمية الاجتماعية، مما يدعو إلى تحقيق الموازنة بين عائدات مالية إيجابية ومستويات منخفضة من الأضرار البيئية والاجتماعية.¹⁵ وحسب منتدى الاستثمار الاجتماعي، فإن الاستثمار المسؤول اجتماعي هو " عملية استثمار التي تعتبر النتائج الاجتماعية والبيئية للاستثمارات، إيجابياً كانت أم سلبية ضمن التحليل المالي الصادر والدقيق.

ثالثاً: دور الدولة في تجسيد ركائز الاستثمار اجتماعياً:

إن تحقيق الاستثمار بمفهومه الحديث من خلال إدراج عنصر المسؤولية الاجتماعية قد لا يحصل بشكل تلقائي وعفوي لذلك يجب أن يكون هناك شكل من أشكال التحفيز والتنظيم والإلزام أشكال إلزام قانونية محلية ودولية تلزم قطاع الأعمال على القيام بمسؤولياته الاجتماعية وبالتالي يجب أن يكون هناك قوانين وتشريعات تضبط هذه المسؤولية. وللدولة دور مهم في تحفيز قطاع الأعمال على القيام بمسؤولياته الاجتماعية في حماية حقوق العاملين و مارسة حماية البيئة وعدد الدخول في نشاطات الفساد وتطبيق الحوكمة، وذلك من خلال المساهمة في وضع الضوابط والقواعد المحفزة. للدولة دور في الجوانب القانونية والتشريعية وفي العقوبات وفي تحفيز الشركات على الالتزام بمسؤوليتها الاجتماعية من خلال حوافز ضريبية، تهديدات حكومية، حوافز معنوية، تحفيز التنافس بين الشركات في مجال المسؤولية الاجتماعية. قوانين حماية البيئة، قوانين حماية العاملين والمستهلكين، ترويج المسؤولية الاجتماعية وتشجيع إنشاء صناديق الدعم الاجتماعي.

وكألية عملياتية لممارسة المسؤولية الاجتماعية يمكن أن تسهم الدولة في تأسيس صناديق للمسؤولية الاجتماعية للشركات صناديق للتدريب، للبحث، لحماية البيئة،... ولعل من المفيد أن يكون أحد معايير تقييم الشركات هو مستوى أدائها للمسؤولية الاجتماعية وأن يكون هناك تفريق وتمييز بين الشركات بناء على التزامها بمسؤوليتها الاجتماعية من عدمه، ومكافأة تلك الشركات ذات الالتزام الاجتماعي وتمييزها من خلال الضرائب ومن خلال العقود الحكومية. ويمكن تحفيز الشركات على القيام بمسؤوليتها الاجتماعية من خلال:

- استبعاد التبرعات والمساهمات الاجتماعية للشركات المقدمة لمؤسسات البحث العلمي والصناديق والجمعيات الخيرية المشهورة، من الوعاء الخاضع للضريبة بشرط أن لا تزيد عن نسبة محددة، من الأرباح الصافية، 10% مثلاً (تقديم جوائز معنوية للشركات التي تتبنى المسؤولية الاجتماعية)
- إطلاق جائزة وطنية للمسؤولية الاجتماعية.
- إطلاق مؤشر المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- المشتريات والتعاقدات الحكومية.

ويمكن أن يكون للضغوط والتحفيز من قبل الحكومات والأحزاب ولم تمنع المدني دوراً مهماً في جعل التميز لقطاع الأعمال ليس فقط من حيث حجم الأرباح والقدرة التنافسية ونمو السوق وإنما أيضاً من حيث المسؤولية الاجتماعية. وقد يكون من الأهمية تأسيس مركز لرصد المسؤولية الاجتماعية للشركات، ومن خلال هذا المركز يتم إطلاق المؤشر وطني للمسؤولية الاجتماعية للشركات بحيث يتضمن هذا المؤشر مجموعة قواعد أساسية:

- مدى احترام حقوق العاملين وحقوق العمل.
- مدى الالتزام بالمعايير البيئية وحقوق البيئة.
- مدى الابتعاد عن نشاطات الفساد.
- مدى المساهمة في التنمية المجتمعية والأعمال الإنسانية.

يحدد هذا المؤشر مدى التزام الشركات بمسؤوليتها الاجتماعية ويصنفها بناءً على ذلك. وقد أطلقت مؤشرات من هذا النوع في بعض الدول (الهند، مصر، الولايات المتحدة الأمريكية).

هذا، وسعى منها لتبني هذا المفهوم وحتى تضمن لها ميزة تنافسية في ذلك المجتمع الذي تنشط فيه سائر العديد من المنظمات والشركات العالمية إلى الأخذ بأبعاد ومعايير هذه المسؤولية الاجتماعية لغرض تحقيق هذا النموذج التنموي الجديد وهو ما تستعرضه الدراسة في الجزئية الموالية منها.

3. المحور الثالث: عرض تجارب لدول وشركات ذات ريادية في المسؤولية الاجتماعية

3.1. بعض التجارب العالمية في مجال المسؤولية الاجتماعية:

هناك العديد من التجارب العالمية التي يمكن الاستفادة منها في مجال المسؤولية الاجتماعية.¹⁷ أحدثت بريطانيا وزار خاصة للمسؤولية الاجتماعية.

تملك الدانمارك تجربة ناجحة في هذا المجال. حيث أطلقت منذ العام 1994 حملة لترويج المسؤولية الاجتماعية، وأحدثت مؤشراً اجتماعياً لقياس مساهمة الشركات العامة والخاصة في المسؤولية الاجتماعية (صفر للشركات التي لا تساهم في المسؤولية الاجتماعية و 100 نقطة للشركات النشيطة جداً).

تجربة "مؤسسة الإمارات للاتصالات" التي قدمت دعماً مالياً كبيراً لمشاريع التكافل الاجتماعي، مثل مشروع زايد للإسكان وصندوق الزواج الخيري.

الكثير من دول العالم تملك تجارب في مجال المسؤولية الاجتماعية تتفاوت في نجاحها، مثل، التشيلي، المكسيك، الهند، تايلاند، الفلبين، سنغافورة.

2.3. تجارب شركات عالمية في مجال المسؤولية الاجتماعية:

تسعى كبرى الشركات العالمية إلى وضع خطط إستراتيجية لمحافظة على البيئة ومرتكزات المجتمع في إطار تمسكها بأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية. وتهدف هذه المشاريع التي يتم القيام بها كجزء من برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى الحد من استخدام الموارد الملوثة للمحيط والمؤثرة على استنزاف المواد الأولية المستخرجة وعلى أفراد المجتمع.

وقد قامت مجلة المسؤولية الاجتماعية للشركات بإطلاق ترتيب أفضل 100 شركة لعام 2011 تقوم بمسؤوليتها اتجاه المجتمع من خلال الأنشطة المختلفة، وقد اعتمد الترتيب على تقييم ممارسات الشركات من حيث 7 مجالات أساسية: التأثير على البيئة، التغيرات المناخية، حقوق الإنسان، الأعمال الخيرية، علاقات العاملين، الأداء المالي للشركة والحوكمة.¹⁸

الجدول رقم 01: أفضل 20 شركة تقوم بأنشطة تتعلق بالمسؤولية الاجتماعية لعام 2011¹⁹

الترتيب	الشركة	الترتيب	الشركة
01	Johnson Controls Inc	11	Gap, inc
02	Campbell soup co	12	General mills inc
03	International business machines corp	13	Intel corp
04	Bristol-myers squibb co	14	Coca-cola co
05	Mattel, inc	15	Pinnacle west capital corp
06	3m co	16	Avon products, inc
07	Accenture plc	17	Consolidated edison, inc
08	Kimberly -clark corp	18	Spectra energy
09	Hewlett-packard co	19	E.I.DuPont De Nemours & Co
10	Nike, inc	20	Johnson & Johnson

Source : CR Magazine; The 100 Best Corporate Citizens.

وفيما يلي سوف نستعرض بعض الشركات العالمية التي، ازت على الكثير من جوائز المسؤولية الاجتماعية من خلال التطرق لماهيتها ولطبيعة نشاطاتها الاجتماعية وكذا إبراز الدور الذي تلعبه في تنمية مجتمعاتها.

أ. شركة تويوتا (Toyota) العالمية:

تعتبر شركة Toyota المؤسسة الأولى (القائد) في سوق السيارات باليابان و آسيا، و أيضا العلامة الأكثر مبيعات في الولايات المتحدة الأمريكية، والعلامة اليابانية رقم - - في أوروبا، ومجموعة Toyota توجد ضمن أحسن عشرة مؤسسات من (30) مؤسسة حسب مجلة - rtune - فهي تعتبر منتج السيارات الأكثر دهشة وروعة في العالم، تقوم Toyota بإنتاج و بيع أصناف مؤثرة تتجاوز 5.8 مليون سيارة في خمس قارات. و بغض النظر عن مصانع Toyota داخل اليابان فهي تملك (5) مصنعا في (6) دولة، وتنتج علامات: Toyota - exus - aihatsu .

هذا التوقع الواضح لشركة تويوتا في الأسواق العالمية فرض عليها مراعاة اتجاه المستهلك العالمي والهيئات الدولية نحو الأخضر، لذلك كانت السباق في تبني المنتجات الخضراء وجل القضايا البيئية العالمية من خلال مجموعة من الخطط ترمي إلى تطوير تقنية توليد الطاقة، والذي يعد الأساس لتحسين الأداء البيئي للمركبات، ويجري تطوير هذه التقنية على ثلاثة أسس وهي :

- تحسين كفاءة الوقود من أجل الحد من انبعاث غاز ثاني أكسيد الكربون.
- جعل انبعاث الغاز أنظف للمساعدة في التقليل من تلوث الغلاف الجوي.
- السعي لتنويع مصادر الطاقة.

وكان نتاج ذلك أن صنعت سيارة TOYOTA PRIUS، هي سيارة هجين تُكثى بالسيارة الخضراء وتسمى الصديقة للبيئة أيضا، متوسطة الحجم بدأت الشركة في إنتاجها عام 1997م باليابان لتكون بذلك أول سيارة إنتاج هجين. تتميز السيارة الخضراء عن غيرها بأنها تتوفر فيها تقنيات تحد من انبعاثات الغازات السامة وغاز ثاني أكسيد الكربون CO₂ كما أنها اقتصاديا في استهلاك الوقود ولا تصدر أصدا مزعجة.²⁰

ب. شركة كولجيت-بالموليف:

هي شركة عالمية رائدة في مجال إنتاج منتجات العناية بالفم والعناية الشخصية، والعناية بالمنزل وغيرها، وقد احتلت الشركة المرتبة 40 ضمن قائمة أفضل 100 شركة حول العالم تقوم بمسؤوليتها الاجتماعية لعام 2011 الصادر عن مجلة المسؤولية الاجتماعية للشركات، وتقوم الشركة ببيع منتجاتها في أكثر من 200 دولة على مستوى العالم، وتقوم الشركة بمجموعة من الأنشطة المجتمعية ومن مثلتها¹:

- قدمت الشركة تبرعات نقدية بلغت حوالي 17.8 مليون دولار عام 2010، وتشمل هذه القيمة التبرعات التي تم توجيهها لبرنامج " ابتسامة مشرقة، مستقبل مشرق"، الذي استفاد منه حوالي 650 مليون طفل وأسره في 80

دولة على مستوى العالم، ويهدف إلى تعزيز الوعي حول صحة الفم، كما يقوم البرنامج بتعليم الأطفال العادات الصحية السليمة للحفاظ على صحة الفم.

- قدمت الشركة تبرعات عينية ومنتجات الشركة للمؤسسات الخيرية بلغت حوالي 21.9 مليون دولار عام 2010.

ج. شركة سامسونج :

تعتبر شركة سامسونج من أكبر الشركات في مجال الأجهزة الرقمية والالكترونية حول العالم، وتهتم الشركة بأداء دورها المجتمعي كما يلي²:

- الرعاية الاجتماعي: تدعم القيادة التعليم العلمي والتفكير الإبداعي الذي يشجع على القيادة ومساعدة أطفال الأسر محدودة الدخل من خلال دعم البنية التحتية للتعليم. كما تقوم أيضاً بتنفيذ برامج في هذه المجالات بجميع المراكز التطوعية الثمانية التابعة للشركة.

- الخدمات التطوعية: في عام 1995 أطلقت شركة سامسونج مجموعة مساهمات اجتماعية تهدف إلى تشجيع العاملين على المشاركة في خدمة المجتمع. وتوسعت هذه المبادرة لتؤدي إلى إنشاء ثمانية مراكز تطوعية عبر كوريا يعمل بها خبراء الرعاية الاجتماعية الذين يدعمون تطوير برامج الموظفين التطوعيين.

- الثقافة والفنون: تقدم الدعم للكر من الأنشطة الثقافية والفنية المتنوعة حول العالم، حيث قدمت مساهمات واسعة للعديد من المتاحف والمعارض في كوريا والعديد من الدول الأخرى التي من بينها الولايات المتحدة وفرنسا. يجمع متحف سامسونج للفنون الحديثة ويعرض الأعمال الفنية الحديثة من كوريا وخارجها في حين أن متحف سامسونج للأطفال وهو الأول من نوعه في كوريا يدعو الأطفال للاستمتاع باكتشاف العالم الذي يعيشون فيه. كما تستضيف سامسونج مختلف الأحداث الثقافية والبرامج التي من شأنه تشجيع مواهبهم الفنية وتدعيمهم.

- المجال الأكاديمي والتعليم: تمثل سامسونج إحدى الجهات الداعمة الرئيسية لأولمبياد العلوم للشباب في كوريا وهي من أرقى المنافسات العلمية في المدارس الابتدائية والإعدادية والثانوية، والأولمبياد الوطنية لإبداع الطلاب التي تهدف إلى تشجيع الابتكار بين الطلاب بدءاً من طلاب المرحلة الابتدائية حتى المرحلة الثانوية. ومنذ عام 2001، تعاونت سامسونج مع جمعية حركة الأسرة صديقة البيئة لتنفيذ نماذج " المدرسة صديقة البيئة " التي تدعم الإدراك البيئي لدى الأطفال وتمكنهم من اتخاذ خطوات عملية لحماية الأنظمة البيئية.

1. شركة مايكروسوفت:

شركة مايكروسوفت³ هي من كبرى شركات البرمجيات في العالم، وقد احتلت الشركة المرتبة 22 في قائمة أفضل 100 شركة تمارس أنشطة المسؤولية الاجتماعية في العالم الصادرة عن مجلة المسؤولية الاجتماعية للشركات لعام 2011.

- تقوم شركة مايكروسوفت بالعديد من الأنشطة والبرامج في خدمة المجتمع، وفي إطار ذلك فإنها تعمل على تشجيع الموظفين لديها على العمل التطوعي في خدمة المجتمع، من خلال منح الموظفين الذين يرغبون في الاشتراك بالعمل التطوعي وقت مدفوع الأجر، إتاحة فرص للموظفين للاشتراك في فريق العمل التطوعي في الشركة، استخدام موارد وأدوات الشركة في العمل التطوعي، وفي الولايات المتحدة يسمح بإعطاء منح للمنظمات التطوعية التي يشترك فيها الموظفون المتطوعون.

- في عام 2009/2010 بلغ عدد ساعات العمل التطوعي للموظفين 363.4 ألف ساعة في ولايات المتحدة فقط، وبلغ عدد الموظفين المتطوعين بوقتهم 1200 موظف.

- منذ اشتراك شركة مايكروسوفت في برامج العمل التطوعي حتى عام 2010 بلغ حجم التبرعات المقدمة للمنظمات غير الهادفة للربح 750 مليون دولار، وفي الولايات المتحدة فقط بلغت قيمة تبرعات المنظمات 408 مليون دولار، مقابل 34.7 مليون دولار من الشركة ليصل المبلغ الإجمالي إلى 84.5 مليون دولار عام 2009/2010.

- تهتم شركة مايكروسوفت " بالاستدامة البيئية " والحفاظ عليها من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات، في تحسين كفاءة الطاقة المستخدمة وذلك عن طريق تطوير وتصنيع منتجات الشركة من البرمجيات وبرامج تكنولوجيا التي تستخدم الطاقة بشكل أكثر كفاءة وتوفير.

• وضعت شركة مايكروسوفت هدف للحد من انبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون الصادر من الشركة 1.3 مليون طن متري مكافئ عام 2009، ولقد حددت الشركة أربعة مجالات رئيسية للعمليات للحد من الانبعاثات فيها وهي مراكز البيانات، الانتقالات والسفر، المباني، ومعامل الكمبيوتر.

- مراكز البيانات الجديدة بالشركة تستهلك 50 % أقل من الطاقة من مراكز البيانات التي تم بنائها منذ 3 سنوات.

- الانتقالات والسفر: تعمل شركة مايكروسوفت باستمرار على خفض تكاليف الانتقالات والسفر في الشركة عن طريق استخدام وسائل بديلة للسفر تتضمن تكنولوجيا الاتصال عن بعد، وقد ساهمت هذه السياسة في تخفيض حوالي 35 % من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون الناتج عن السفر.

- المباني : حوالي 25 % من إجمالي الطاقة المستخدمة في مباني الشركة ؛ تي من مصادر طاقة متجددة ، وأكثر من 50 % من الطاقة المستخدمة في المقرات الرئيسية هي طاقة كهرومائية .

- معامل الكمبيوتر : في عام 2009/2010 تم الانتهاء من بناء مركز لأبحاث وتطوير الدعم الفني لتعزيز الدعم الفني لمعامل الكمبيوتر وخوادم الحاسب الآلي، ولخفض انبعاث غاز ثاني أكسيد الكربون بمقدار 12 ألف طن متري سنوياً.²⁴

شركة أنتل:

عندما نتكلم عن شركة أنتل فنحن نصف إحدى أكبر الشركات العالمية في صناعة رقاقات ومعالجات الكمبيوتر، وقد احتلت المركز 12 في قائمة أفضل 100 شركة تقوم بمسؤوليتها الاجتماعية لعام 2011 الصادر عن مجلة المسؤولية الاجتماعية للشركات، وقد حصلت الشركة على أكثر من 80 جائزة دولياً عن تلك الأنشطة ومن أبرزها²⁵:

- في مجال الاهتمام بالتنمية البشرية : تبرع حوالي نصف العاملين في الشركة بأكثر من مليون ساعة كخدمة في المدارس والمؤسسات غير الهادفة للربح وذلك عام 2010.
- في مجال الاهتمام بالبيئة : تهتم الشركة بإصدار منتجات أقل استخداماً للطاقة الكهربائية، على سبيل المثال خلال الفترة 2008/2010 تعتبر الشركة أكبر متبرع لاستهلاك الطاقة النظيفة في الولايات المتحدة الأمريكية .
- في مجال الاهتمام بالأجيال المستقبلية : قامت الشركة باستثمار أكثر من مليار دولار خلال الفترة 2000/2010 لتحسين العملية التعليمية في العالم بالتعاون مع حكومات الدول . بالإضافة إلى إطلاق مبادرة " التعليم من أجل الابتكار عام 2010 بالتعاون مع الرئيس الأمريكي بإجمالي تكلفة تبلغ 200 مليون دولار لتحسين مقررات الرياضيات والعلوم في النظام التعليمي في الولايات المتحدة الأمريكية .

و. شركة وول مارت:

احتلت شركة وول مارت المرتبة 35 ضمن أفضل 100 شركة على مستوى العالم تمارس أنشطة المسؤولية الاجتماعية وفقاً لمجلة المسؤولية الاجتماعية للشركات لعام 2011 ، وهي تتبع مجموعة وول مارت للمراكز التجارية العالمية التي تشتهر بأنشطتها التجارية العالمية، وقد قامت بمجموعة من الأنشطة الاجتماعية ومن أمثلتها²⁶:

- إعلان الشركة في أبريل 2010 عن قيامها بالتبرع بمبلغ 3.4 مليون دولار في شكل منح للمنظمات غير الهادفة للربح لمساعدة الأمريكيين على العودة إلى العمل من خلال دعم البرامج التدريبية لخلق قوى عاملة ماهرة .
- تبنت الشركة في عام 2010 برنامج لمكافحة الجوع في أمريكا fighting hunger together بمبلغ 2 مليار دولار في شكل نقدي وعيني بهدف القضاء على الجوع خلال الفترة 2010/2015.
- إعلان الشركة في أغسطس 2011 عن مضاعفة دعمها للعسكريين ليصل إلى 20 مليون دولار بحلول عام 2015.
- إعلان الشركة في أغسطس 2011 عن مساهمتها في خلق فرص عمل للاقتصاد الأمريكي من خلال توظيف أكثر من 15 ألف موظف بنحو 100 فرع جديد للمؤسسة وذلك بنهاية العام المالي .
- قامت الشركة في عام 2010 بتمويل برامج تعليمية وصحية للطلاب بقيمة 89 مليون دولار ، كما تبنت برنامج مكافآت المعلمين teacher rewards program والذي من خلاله تم توزيع أكثر من 45 ألف بطاقة هدايا على المعلمين بقيمة 4.5 مليون دولار لشراء مستلزمات للفصول التعليمية في السنة الدراسية 2009/2010.
- إطلاق مبادرة تهدف إلى توفير فرص العمل والتدريب، حيث قامت في عام 2011 بمنح أكثر من 6.5 ملايين دولار في شكل منح لبرامج مصممة لمساعدة العاطلين وتدريبهم وإعدادهم للمرحلة المقبلة في حياتهم المهنية .
- أعلنت الشركة في عام 2009 عن تقديم منحة لـ AARP foundation بحوالي 1.5 مليون دولار لمساعدة 450 سيدة يزيد عمره عن 40 سنة للحصول على برامج تدريبية مختلفة لمساعدتهن على إعالة أنفسهن وأسرهن .

و. شركة شل (Shell) :

تركز الشركة على تقديم منتجات آمنة بالنسبة للناس والبيئة وفي بنغلاديش. تكرر شركة شل نفسها أيضاً للمبادئ الأساسية المتصلة بالصحة والسلامة والبيئة والتي صدرت تحقيق مبدعها إلحاق الأذى بالناس مع توفير حماية البيئة . كما تعمل شركة شل مع الاتحاد الدولي لحفظ الطبيعة والموارد الطبيعية على تشجيع ومساعدة لمتمعات للمحافظة على سلامة البيئة وتنوعها وضمان استغلال الموارد الطبيعية بطريقة عادلة ومستدامة إيكولوجياً .

وشرك شل هي أول شركة عاملاً في مجال الطاقة تقو، بوضع معيار للتنوع البيولوجي.²⁷

خاتمة:

لقد أصبحت المسؤولية الاجتماعية في الفترة الحالية تحتل مكانة بارزة على مستوى على جميع الأصعدة والمجالات المحلية والعالمية وتحظى باهتمام رفيع المستوى من قبل منظمات الأعمال لكونها تعمل على التحسين من مستوى معيشة الأفراد والارتقاء برفاهية المجتمع، فيمكن لأي منظمة أن تحاول تعزيز فرص نجاحها في المجتمع من خلال زيادة الاهتمام بعرض الدور الاجتماعي وتبني مبادرات مطلوبة بالحاح كبير من قبل فئات المجتمع ذات التأثير وبشكل مستمر ، ما يمكن عرض هذا الدور الاجتماعي للحوار والمناقشة وإبداء الرأي من قبل الأطراف المستفيدة في المجتمع

وليس ضرورياً أن تكون المبالغ المخصصة لهذا الدور الاجتماعي كبيرة جداً وتتجاوز قدرات منظمة الأعمال بل المهم المشاركة والتوعية والمبادرة في جعل هذا الدور مقبولا وممثلاً بجهود تتسم بطابع الاستمرارية وهو ما أبرزته هذه الدراسة من خلال استعراضها لنماذج شركات مسؤولة اجتماعياً أخذت بالمفهوم الجديد للتنمية القائم على الاستدامة برفقة العمل الخيري.

وعلى ضوء ما سبق يمكن تقديم الاقتراحات والتوصيات التالية:

- ضرورة إيمان الشركات بقضية المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع، وأن تكون هناك قناعة وبقين تامين بها ومن طرف جميع أعضاء الشركة.
- ضرورة تبني المواصفات والقياسات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية من طرف الشركات.
- لا بد أن تقوم الشركات بتحديد رؤية واضحة نحو الدور الاجتماعي الذي تريد أن تتبناه والقضية الرئيسية التي ستهتم بالعمل من أجلها اتجاه المجتمع.
- السعي نحو تركيز إسهامات المسؤولية الاجتماعية فيما من شأنه خدمة التنمية المستدامة ودعم مبادرات ومشاريع الشركات .
- لا بد من استحداث شهادة على شاكلة شهادة الأيزو تمنح للشركات التي تسهم مساهمة فاعلة في تنفيذ برامج ومشاريع المسؤولية الاجتماعية.
- وأن يصبح تقديم هذه الشهادة واحداً من متطلبات الحصول على القروض والرخص والتقدم للمناقصات.
- العمل على تبني مفهوم التسويق الأخضر بما يحقق لمنظمات الأعمال فوائد ومكاسب كبيرة ، ويمكن إن يضع المنظمة على قمة الهرم التنافسي كتجربة شركة تويوتا العالمية والشركات الأخرى.

المراجع والهوامش:

¹سرمد كوكب الجميل، الاتجاهات الحديثة في مالية الأعمال الدولية، الطبعة الأولى، الجبيلة - الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2001، ص 257.

² التميمي، هاشم حسن حسين، "الرقابة الاجتماعية ودورها في تقويم أداء الوحدات الاقتصادية" دراسة ميدانية في ديوان الرقابة المالية، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، 2002، ص 22.

³Schermerhorn, R. John, "Management", 6th Edition, John wily & Sons, Inc. 2001, PP 126 – 127.

⁴الأردنية، مجلة العلوم الإنسانية، التجارية المصارف لعينة من تطبيقية العامري، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات دراسة محسن مهدي صالح الغالي، منصور محسن طاهر عمان، العدد 13، 2002.

⁵شارلز وجاريت جونز، ترجمة رفاعي محمد رفاعي ومحمد سيد أحمد عبد المتعال، الإدارة الإستراتيجية الجزء الأول "مدخل متكامل"، دار المريخ، المملكة العربية السعودية، 2001، ص 118.

⁶المرجع السابق، ص 119.

⁷حسين عبد المطلب الأسرج، المسؤولية الاجتماعية للشركات: التحديات والافاق من أجل التنمية في الدول العربية، MRPA، جوان 2011، ص 5.

⁸Bakowitz, Mark, "Corporate Strategies For Environmental And Social Responsibility", Environmental Management Vanderbilt Center for Environmental Management Studies (VCEMS), 2002. PP 110-111.

⁹Pride, M., William and Ferrell, C.O, Marketing concepts and strategies, Ninth Edition, Houghton, Mifflin company, Boston, 1997, P 65.

¹⁰فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضى المستهلك، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الاقتصاد، تخصص: إدارة أعمال، الجامعة المستنصرية، بغداد، 1424-2003، ص 43-44.

¹¹Schiebel, Walter, "Corporate Ethics As A factor For Success" (Boku) Vienna, October, 2000. PP 05-06.

¹²هبة نصار، "المسؤولية الاجتماعية للقطاع الأعمال الخاص، دراسة استطلاعية" مركز البحوث والدراسات الاقتصادية والمالية بجامعة القاهرة، أوراق اقتصادية، العدد 14، مارس 2000، ص 20.

¹³طاهر حيدر حردان : مبادئ الاستثمار، دار المستقبل للنشر، الأردن 1997، ص 22.

¹⁴عبد المعطي رضا أرضيد، حسين علي خربوش : الاستثمار والتمويل بين النظرية والتطبيق، دار الزهران للنشر، الأردن 1999، ص 34.

¹⁵محمد براق ومصطفى قمان، أهمية الاستثمار المسؤول اجتماعياً والصناديق الاستثمارية في تفعيل وتنشيط الاسواق المالية للبلدان النامية، ملتقى نمو المؤسسات والاقتصاديات بين تحقيق الاداء المالي وتحديات الاداء البيئي، جامعة ورقة، نوفمبر 2011، ص 168.

¹⁶رسلان خضور، المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال، ورقة مقدمة للندوات الاقتصادية حول "التنمية الاقتصادية والاجتماعية بسوريا"، دمشق، 2011، ص 15.

¹⁷ المرجع السابق، ص 21.

¹⁸ عرابية رايح وبن داودية وهيبية، المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في التنمية – عرض تجارب بعض الشركات العالمية-ورقة مقدمة للملتقى الدولي الثالث حول " منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، 14 و15 فيفيري 2012.

¹⁹ للمزيد حول ترتيب هذه الشركات انظر الموقع الالكتروني:

http://thecro.com/files/100Best2011_List_revised.pdf

²⁰ نوري منير ولجلط إبراهيم، واقع وأفاق توجه شركة تويوتا TOYOTA نحو إنتاج المنتجات الصديقة للبيئة، ورقة مقدمة للملتقى الدولي الثالث حول " منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، 14 و15 فيفيري 2012.

²¹ Colgate, Key Performance Indicators,

<http://www.colgate.com/app/Colgate/US/Corp/LivingOurValues/Sustainability/KeyPerformanceIndicators.cvsp>

²² <http://www.samsung.com/eg/aboutsamsung/citizenship/ourcitizenshipfocus.html>

²³ <http://www.microsoft.com/about/corporatecitizenship/en-us/reporting/>

²⁴ عرابية رايح وبن داودية وهيبية، مرجع سبق ذكره.

²⁵ Intel, 2010 Corporate Responsibility Report Overview, <http://www.intel.com/content/www/us/en/corporate-responsibility/2010-corporate-responsibility-report-overview.html>

²⁶ Walmart (2011), Global Responsibility Report, Building the Next Generation Walmart... Responsibility, <http://walmartstores.com/CommunityGiving/223.aspx>

²⁷ قادري محمد، المسؤولية الاجتماعية للشركات المتعددة الجنسيات في البلدان النامية بين الواقع والتحديات، ورقة مقدمة للملتقى الدولي الثالث حول " منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، 14 و15 فيفيري 2012.