

AR	تنافس المنظمات في الأسواق الدولية من خلال تبني المسؤولية الاجتماعية
FR	<i>Concurrence entre entreprises sur les marchés internationaux par l'adoption de la responsabilité sociale</i>
ENG	<i>Competition between companies in international markets through the adoption of social responsibility</i>

أ. كامليا يزغش
Kamilia YEZGHECH
جامعة محمد خيضر بسكرة - الجزائر
dmocratique@yahoo.fr

د. مراد محبوب
Mourad MAHBOUB
جامعة محمد خيضر بسكرة - الجزائر
rayanmourad@yahoo.fr

تاريخ الاستلام: 2018-01-25 تاريخ المراجعة: 2018-02-03 تاريخ القبول: 2018-04-09

الملخص: تعرض هذه الدراسة إلى مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات ومختلف المقاربات الاجتماعية التي تناولتها، وتحاول ربط ذلك بالجانب الاقتصادي من خلال توضيح تأثيرها على طريقة المنافسة في الأسواق الدولية، وذلك في ظل اتجاه العديد من الهيئات العالمية نحو إلزام المنظمات بتحمل نتائج عملياتها الانتاجية والخدمية، وقد بينت الدراسة مختلف الفوائد التي يمكن أن تحصل عليها المنظمات جراء تبنيها للمسؤولية الاجتماعية في أنشطتها الاقتصادية وفي طريقة تعاملها مع مختلف الأطراف ذات المصلحة مثل العملاء، الموظفين، الحكومة جمعيات حماية البيئة وحقوق المستهلك.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية للمنظمات، التنافسية، التوجهات الاقتصادية الدولية.

Abstract: This study is exposed to the concept of Corporate Social Responsibility, and various social approaches that dealt with, and to try to connect with the economic aspect by clarifying its impact on the mode of concurrency in international markets, and considering the leadership of many international agencies to compel organizations to assume the results of their production and services, the study has shown various benefits that can be achieved by organizations through the adoption of social responsibility in their economic activities and in their how to deal with various stakeholders such as customers, employees, government, environmental protection associations and consumer rights.

In order to answer the problem of studying the determination of the impact of the adoption of social responsibility on the competitiveness of organizations in international markets, the descriptive approach was used to clarify the theoretical aspects of the subject. The analytical approach was based on the determination of the relationship between social responsibility and the competitiveness of organizations.

The problem of the study was approached according to four axes:
First: the concept of social responsibility and its dimensions.
Secondly: the international motivations behind the adoption of social responsibility in organizations.
Third: some efforts in the area of social responsibility.
Fourth: The importance of adopting social responsibility in strengthening the competitiveness of organizations.

In this context, the study revealed that the adoption of social responsibility helps the organization to maintain itself and to make it more acceptable by the elements of its external environment, be it the clients or the associations concerned, The study also pointed out that

the application of social responsibility in organizations remains subject to financial returns, not moral returns that could benefit the community only.

Terms of study:

Corporate Social Responsibility (CSR): is the achievement of profit objectives in accordance with the constraints imposed by society, as well as the continuous commitment of companies to act ethically, to contribute to economic development and to improve living conditions of workers, their families and society.

Competitiveness: The ability of the organization to formulate and implement strategies that make it better for other organizations working in the same activity, respecting the rules and in a level playing field.

International economic trends: economic globalization, total quality, protection of the environment, respect of the ethical principles in force, sustainable development, etc.

Keywords: Corporate Social Responsibility, competitiveness, international economic trends.

مقدمة:

تعتبر المسؤولية الاجتماعية للمنظمات من المواضيع المهمة التي أثارت ولا تزال تثير جدلا واسعا في الأوساط العلمية والأكاديمية من خلال وجهات نظر عكست طبيعة العلاقة بين التطور الاقتصادي والإجتماعي، وقد درست المسؤولية الاجتماعية كمفهوم له علاقة مع العديد من المفاهيم الإدارية كالإداء والشفافية والتنافسية، وأصبحت بذلك جزءا من إهتمام جهات دولية وعالمية تطالب المنظمات بالتمسك بها، وتدعوها إلى إدراجها ضمن ممارساتها من أجل وقف التحديات الأخلاقية والمجتمعية التي تفرزها المنظمات نتيجة مزاولتها لأنشطتها الربحية متناسية الأضرار التي يمكن أن تسببها لمختلف الأطراف المتفاعلة معها في نفس المحيط، خاصة مع تنامي الأزمات الاقتصادية والمالية والكوارث الأخلاقية والبيئية للشركات الكبرى، مما أظهر أن الحرية المطلقة لاقتصاد السوق تؤدي إلى خروقات ومفاسد متعددة وفي مختلف المجالات، وبالتالي كان من الضروري معالجة هذه الهوة بين العوائد المالية للمنظمات وواجبتها إتجاه المجتمع الذي تعمل فيه، ولن يكون ذلك بالأمر السهل ما لم تقتنع المنظمات بأهمية تلك المسؤولية في تحسين تنافسيتها ورفع رقم أعمالها، وهذا ما سيكون محور إهتمامنا في هذه الدراسة.

إشكالية البحث: تتمحور إشكالية هذا البحث حول الدور الذي يمكن أن تلعبه المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في مجال المنافسة ومدى الحاجة إليها في ظل الدعوة المتزايدة إلى اعتمادها من طرف العديد من الجهات والمنظمات الدولية، وذلك من خلال طرح السؤال الرئيسي التالي: إلى أي مدى يمكن أن يؤدي تبني المسؤولية الاجتماعية في المنظمات إلى تحسين تنافسيتها في الأسواق الدولية ؟

فرضيات البحث: قصد تسهيل الإجابة على الإشكالية المطروحة تمت صياغة الفرضيات التالية:

1- تساعد المسؤولية الاجتماعية على تحسين تنافسية المنظمات من خلال تحقيق احتياجات ورغبات مختلف الاطراف ذات العلاقة بنشاط المنظمة.

2- يعتبر تبني المسؤولية الاجتماعية ضمن أنشطة المنظمة مطلباً للعديد من الجهات الدولية وهدفاً تسعى العديد من الدول إلى تحقيقه في ظل ما يشهده العالم من تحولات اقتصادية واجتماعية وأخرى تتعلق بحماية البيئة.

منهج البحث والأدوات المستخدمة: من أجل الإحاطة بجوانب موضوع الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، حيث استخدم المنهج الوصفي في توضيح الجوانب النظرية للموضوع، أما المنهج التحليلي فقد تم الإعتماد عليه في تحديد علاقة المسؤولية الاجتماعية بتنافسية المنظمات وذلك في ضوء الجهود التي تبذلها الهيئات والمنظمات الدولية لإبراز أهمية المسؤولية الاجتماعية في التكيف مع متطلبات المنافسة العالمية.

وفي هذا السياق سوف يتم تناول الموضوع من خلال أربعة محاور، تأتي كما يلي:

أولاً: مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأبعادها.

ثانياً: البواعث الدولية وراء تبني المسؤولية الاجتماعية في المنظمات.

ثالثاً: بعض الجهود المبذولة في مجال المسؤولية الاجتماعية.

رابعاً: أهمية تبني المسؤولية الاجتماعية في تعزيز تنافسية المنظمات.

أولاً: مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأبعادها

يعود مفهوم المسؤولية الاجتماعية إلى نظرية رأس المال الاجتماعي التي تركز على الواجب عمله بدل الواجب تملكه وهي إلى حد ما تعبر عن نقائص النظام الرأسمالي الذي يستهدف تعظيم الربح بغض النظر عن الكيفية المتبعة في ذلك ويلخص لنا فوكوياما هذا المعنى بقوله "رأس المال الاجتماعي هو القدرات الناتجة عن الثقة لدى المجتمع أو لدى جزء منه والثقة تنتج داخل مجموعة تشترك في قيم الحق والشرف والشاركة" (1) فحسب فوكوياما تحتل الثقة مكانة خاصة بين القيم الجماعية المولدة لرأس المال الاجتماعي. وأشار إلى أن نسبة الثقة بين أفراد المجتمع تعد عاملاً أساسياً في تحديد مستوى رخائه ومقدرته على منافسة المجتمعات الأخرى ولعل هذا ما جعل الغرب يعود ليربط نظرية رأس المال الاجتماعي بقيم الحداثة وما بعد الحداثة أي إدراج العلاقات الاجتماعية ضمن العلاقة الاقتصادية وتحتل قيم المساواة والعدالة والسلوك مكانة هامة في نظرية رأس المال الاجتماعي وهي كما نرى قيم غير اقتصادية لكن من شأنها تحفيز السوق.

وحسب الدكتور أحمد زايد في كتابه "رأس المال الاجتماعي لدى الشرائح المهنية من الطبقة الوسطى" رأس المال الاجتماعي هو "موارد كامنة في البناء الاجتماعي يمكن الوصول إليها واستخدامها في أفعال مقصودة" وتتخلص هذه الموارد في علاقات وشبكات يقيمها الأفراد اختياريًا لتحقيق أهداف معينة، مثل: النقابات والأحزاب والجمعيات، وغير ذلك من العلاقات والشبكات التي تؤسس لحياة مدنية، بالإضافة إلى منظومة قيمية تأتي على رأسها قيم الثقة، والشفافية، واحترام الآخر، والرغبة في التعاون معه، والعقلانية، وغير ذلك (2).

انطلاقاً من هذه المفاهيم تبلورت الفكرة حول تحمل الشركات لمسؤولياتها عن المخرجات التي تصدرها للمجتمع من أجل تكوين رأس مال اجتماعي يدين لها بالولاء ومن بين تعريفات المسؤولية الاجتماعية نذكر:

1- المسؤولية الاجتماعية للشركات هي القرارات التي تستخدمها المنظمة لتحقيق منافعها الاقتصادية وفي نفس الوقت المنافع الأخرى المتعلقة بالمجتمع⁽³⁾

2- المسؤولية الاجتماعية للشركات هي الالتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية، والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، والمجتمع ككل⁽⁴⁾

3- المسؤولية الاجتماعية للشركات هي تحقيق أهداف الربحية في إطار القيود التي يفرضها المجتمع⁽⁵⁾

إذن وفي ضوء ما سبق يمكن استنتاج بعدين أساسيين لمسؤولية المنظمات في المجتمع هما:

أ- بعد متعلق بأصحاب المصلحة: ويتمثل هؤلاء في:

- 1- المستهلكون: وهم سبب وجود المؤسسة يمثلون مجموعة الأفراد الذين يقومون بشراء منتجاتها.
- 2- الجماعات الوظيفية: وتتمثل في مجموعة الموظفين الموردين والمساهمين والموزعين.
- 3- حماة البيئة: يتمثلون في مجموعة الوكالات والمنظمات الدولية والحكومية المهمة بحماية البيئة.
- 4- الحكومة: وتتمثل الجهة التي تضع القوانين التي بموجبها تنفذ المؤسسة أنشطتها.
- 5- جماعات ذوي المصالح الخاصة: وهم مجموعات تركز اهتمامها على حماية مصالح الأقليات، وإلغاء التمييز في الوظائف والمهن والتصدي لاستغلال الأطفال في العمل.

ب- بعد متعلق بالجانب السلوكي: يتمثل السلوك الإنساني في مجموعة الأفعال وردود الأفعال التي تصدر من الفرد في محاولته لتحقيق رغباته وإشباع حاجاته، هذه الأفعال قد تكون بناءة للقيم وبالتالي مصدر لكل عمل منتج محقق للغايات، وقد تكون مدمرة للقيم وبالتالي معرقة لمسيرة التقدم والرخاء في المجتمع، ونفس الشيء يمكن إسقاطه على المنظمات في بحثها عن تحقيق أهدافها في المجتمع ومن بين أهم القيم التي يمكن أن تنتشرها المنظمة وتلزم الموظفين بها نجد⁽⁶⁾:

- 1- الأمانة: وتلزم صاحبها بأن يكون صادقاً، صريحاً، نزيهاً، لا يسرق، لا يغش لا يكذب لا يراوغ.
- 2- الاستقامة: وتعني أن يكون الفرد ثابت على نهج واحد، لا يتبع مبدأ الغاية تبرر الوسيلة، وإنما يعمل بما يقتضيه به.
- 3- العدالة: وهي القدرة على الاعتراف بالخطأ والالتزام بمعاملة الناس على نحو متكافئ.
- 4- احترام الآخرين: من خلال احترام خصوصياتهم واختياراتهم وعدم التورط في متاعب تضرهم.
- 5- المساءلة: وتعني التزام الفرد بتحمل مسؤولياته إزاء النتائج المحققة الجيدة منها والردئية واتخاذ الإجراءات لتصحيح ومنع تكرار السلوكات الغير مناسبة.
- 6- حفظ الوعد: يتعين على الفرد أن يكون محل ثقة يحفظ العهد، ينفذ الإلتزامات، ويحترم الاتفاقيات.

- 7- الاهتمام بالآخرين: ويتجلى في كرم الفرد وعطفه ورغبته في العطاء ومساعدة من هم بحاجة إليه.
- 8- الولاء والإخلاص: يجب على الشخص أن يسعى إلى تحقيق أهدافه في ظل أهداف الوسط الذي ينتمي إليه، ولا يفشي معلومات تمثل أسراراً.
- 9- المثابرة والسعي للتفوق: وتعني اجتهد الفرد في تحمل مسؤولياته والعمل بأقصى ما يستطيع من جهد وكفاءة.

ثانياً: البواعث الدولية وراء تبني المسؤولية الاجتماعية في المنظمات

من بين الأسباب الداعية إلى الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية ما تزدحم به البحوث الاقتصادية والواقع المعاش من توجهات حالية تدفع المنظمات إلى انتهاج هذا السبيل كخطوة إستباقية من أجل المنافسة في الأسواق المحلية والاندماج في الأسواق العالمية ومن بين هذه التوجهات نذكر:

أ- العولمة: بالرغم أن العولمة جلبت الرخاء للعديد من الأشخاص إلا أنها كانت عملية انتقائية للغاية لاستبعادها للبلايين من الأفراد من أخذ نصيبهم من الثروة ونتيجة لذلك وسعت العولمة من التفاوت بين البلدان النامية والبلدان المتقدمة في النمو، وبين الأغنياء والفقراء داخل البلدان ذاتها وقد أشار المدير العام لمنظمة العمل الدولية إلى المخاطر التي ينطوي عليها هذا الاتجاه بقوله: "لقد جلبت العولمة على حد سواء الرخاء وأوجه التفاوت التي تختبر حدود المسؤولية الاجتماعية وإذا كان لنا أن نتجنب خطر عكسي ضد عملية العولمة فإنه يلزم القيام بعمل متضافر"

ب- حماية البيئة: لقد ساهمت المنظمات بشكل كبير في تحقيق الرفاه للإنسان من خلال تلبية احتياجاته ورغباته وتوفير التكنولوجيا المتطورة لتسهيل أنشطته المختلفة، ولكن في نفس الوقت جلبت له الشقاء والتعاسة نتيجة تلويثها للبيئة ومساهمتها في انتشار الكثير من الأمراض النفسية والاجتماعية، ويمكن أن نلمس هذه التأثيرات من خلال:

1- تلوث الماء: يشكل الماء ثلثي جسم الإنسان و90% من دمه ومصدراً مهماً لغذائه وعاملاً رئيسياً في تلطيف درجة الحرارة ومن بين التعديات التي تمارسها منظمات الأعمال على هذا المورد نجد:

✓ ما تلقىه بعض المنظمات الصناعية من نفايات سامة في البحر.

✓ النفايات يتم دفنها داخل الأرض حيث يؤدي هطول الأمطار وارتفاع منسوب المياه إلى تسرب بعض هذه المواد إلى المياه العذبة.

✓ كما أن حالات التخلص من النفايات الكيميائية بإلقائها داخل المسطحات المائية يؤدي إلى تلويث المياه الجوفية (7) ومن نتائج هذه التصرفات على حياة الإنسان انتشار الأمراض المعدية كالإسهال والتيفوئيد وانتشار الطفيليات الناقلة لعدوى أمراض أخرى كالمالاريا والبهاارسيا (8)

2- تلوث الهواء: لقد أدت الثورة الصناعية إلى تصعيد مشكلة الهواء خاصة في أوروبا وبالتحديد في إنجلترا التي تعتبر قائد الثورة الصناعية.

ويعود تلوث الهواء إلى:

✓ الصناعات الكيميائية التي ينتج عنها سنويا آلاف الأطنان من الأحماض الأزوتية والفسفورية والكلور والكبريتات وذلك لإنتاج الأسمدة الكيميائية.

✓ صناعة تكرير البترول حيث تلوث هذه الصناعة الجو بالهيدروكربونات ومركبات الكبريت.

✓ الصناعات الغذائية وما تخلفه من فضلات تساهم في انبعاث الروائح الكريهة وفساد خصائص الهواء.

ومن بين الأمراض التي تتجر عن تلوث الهواء بالنسبة للإنسان الإصابات الرئوية المزمنة كالربو وتمدد الشعب الهوائية.

3- التلوث الكيميائي للغذاء: يعد موضوع تلوث الغذاء من أهم الموضوعات المتداولة في عصرنا وذلك بسبب حدوث أنواع شتى من السلطان نتيجة تناول الإنسان لمواد غذائية ملوثة بالكيمياء والمعادن الثقيلة والزئبق والرصاص، وتساهم في ذلك بعض المنظمات من خلال استخدام مكسبات الرائحة والألوان والنكهات للمنتجات الغذائية حيث أشارت الدراسات إلى أن هذه المواد تتسبب في الإصابة بالسلطان وقد يكون تلوث هذه المنتجات بسبب تعرضها إلى إشعاعات سامة أو لعدم توفر الظروف الملائمة لتخزينها⁽⁹⁾، كما تقوم بعض المنظمات المختصة في إنتاج أغذية الحيوانات بإضافة مضادات حيوية للأغذية لمعالجة أمراض الحيوانات وتسمينها بمعدل أسرع من معدلها الطبيعي حيث تبقى هذه المضادات بصفة دائمة في لحوم الحيوانات وتسبب أمراضا لجسم الإنسان عند استهلاكها⁽¹⁰⁾.

4- التلوث الدوائي: من الملاحظ أن هناك العديد من شركات تصنيع الأدوية في الوقت الحاضر تشجع على استهلاك الأدوية وذلك من خلال إستراتيجية تسويقية تهدف إلى زيادة الأرباح دون النظر إلى المخاطر التي تسببها هذه الأدوية للإنسان مثل المنومات والمنبهات والمسكنات⁽¹¹⁾ وهذا ما جعل الكثير من دعاة حماية البيئة يهتمون بعض مدراء التسويق بخلق رغبات غير ضرورية عن طريق استغلال شعور الناس بعدم الأمان والضعف⁽¹²⁾.

5- التلوث التكنولوجي: المقصود بالتلوث التكنولوجي هو ما يصاحب التكنولوجيا الحديثة من آثار سلبية على بيئة الإنسان وتمتعه بحياة أفضل، وينبغي على المنظمات المنتجة للتكنولوجيا أن تتحمل المسؤولية إزاءها وتأخذها بعين الاعتبار في ترويج منتجاتها، فهناك الكثير من الصناعات التي تطلق موجات كهرومغناطيسية بشكل مستمر على سطح الكرة الأرضية مثل أجهزة التلفزيون والهاتف المحمول والحاسبات الالكترونية وأجهزة المسح الذري ومولدات الكهرباء وغيرها حيث ينفرد التلوث المغناطيسي بقدرته الفائقة على اختراق جميع المواد تقريبا بما فيها جسم الإنسان ولهذا الاختراق أثر كبير على أنسجة المخ وجزيئات الجسم فهناك عدة تقارير حديثة أشارت إلى حدوث صداع من جراء استخدام الهواتف الخلوية بسبب حزم الميكروويف فيها وأنها حسب دراسة أخرى أجريت على الفئران تؤدي إلى الإصابة بالسلطان⁽¹³⁾

ج- المدونات الأخلاقية: في السنوات الأخيرة زاد الاهتمام الشعبي بالجوانب السلوكية والأخلاقية ومتابعة حالات المخالفات على مستوى منظمات الأعمال الخاصة والعامة كما زاد الاهتمام بموضوع مكافحة الفساد الإداري والمالي وموضوع الشفافية وسلامة الإجراءات وتكوين مدونات أخلاقية يرجع إليها في لتحديد الانحرافات السلوكية والأخلاقية في العمل⁽¹⁴⁾ ومن بين التوجهات العالمية في مجال القيم والأخلاق نجد⁽¹⁵⁾:

1- ميثاق السلوك المهني الأمريكي.

يعتقد الإتحاد الدولي للمحاسبين أنه بسبب الاختلافات الدولية في الثقافة واللغة والنظم القانونية والاجتماعية، فإن مهمته إعداد تفصيلية للسلوك المهني أمر مهم بالدرجة التي يتعين معها أن يقوم الأعضاء المهنيين في كل بلد بيزاول مهنة المحاسبة والمراجعة القانونية بتطبيق وتنفيذ تلك المتطلبات بشكل إلزامي، الأمر الذي يتطلب دليل للسلوك الدولي International Code Of Ethics، للمحاسبين المهنيين يكون أساسا لتحديد متطلبات وآداب السلوك في كل بلد من أجل تحقيق المبادئ التالية:

- ✓ **الأمانة والنزاهة:** يجب أن يكون المحاسب المهني مستقيما وأميناً عند أداء الخدمات المهنية.
- ✓ **الموضوعية:** يجب أن يكون المحاسب عادلاً، ويجب أن لا يسمح للتحيز أو التعارض في المصالح، أو لتأثير الآخرين على التغلب على موضوعيته.
- ✓ **التأهيل المهني:** يجب أن يقوم المحاسب المهني بأداء الخدمات المهنية بعناية وكفاءة واجتهاد.
- ✓ **السرية:** يجب أن يحترم المحاسب المهني سرية المعلومات التي يحصل عليها أثناء أداء خدماته المهنية، وأن لا يفصح عليها إلا بإذن ما لم يكون هناك حق قانوني أو مهني أو واجب يقضي بذلك الإفصاح.

2- منظمة الروتاري الدولية- وشعارها الدائم: الإيثار لا الأثرة.

ومن أهم أهدافها الالتزام بمستوى أخلاقي رفيع في ممارسة كافة الأعمال والمهن، والاعتراف بقيمة العمل وكل وظيفة نافعة، والاحترام المتبادل بين الأعضاء وبين أفراد الشعب والعمل دائماً لخدمة المجتمع مع الارتقاء بالتفاهم والتعاون الدولي والرغبة في السلم وتدعيم الزمالة بين رجال الأعمال والمهنيين.

3- جمعية التسلح الخلفي MRA: مقرها سويسرا وتتادي بضرورة تدعيم القيم الأخلاقية السامية وتدعو إلى العودة إلى الله جل جلاله والتعايش السلمي بين الشعوب وبين أفراد الأسرة والمجتمع بعامة من خلال الحب والتفاهم وبعيدا عن الأنانية وروح الطمع والجشع والحق والتسابق نحو العنف والقتال والحروب.

4- الإتحاد الدولي للجامعات: IAM: وهو إحدى المؤسسات التي بادرت بإنشائها اليونسكو عام 1950، عقد مؤتمره الحادي عشر في أغسطس 2000 بمدينة دربان بجنوب إفريقيا تحت عنوان universities gateway to future وكان أهم محاوره الثلاثة الأساسية القيم الأخلاقية في التعليم العالي what values حيث أكد المؤتمر على ضرورة احترام ومراعاة القيم الاجتماعية العامة والأخلاق المرتبطة بالنشاط الجامعي والتنمية البشرية خاصة.

ثالثاً: بعض الجهود المبذولة في مجال المسؤولية الاجتماعية.

من بين الجهود المبذولة في هذا المجال:

أ- **منظمة الشفافية الدولية:** وضعت منظمة الشفافية الدولية حداً أدنى من المواصفات للعقود العامة والتي يجب على السلطات المسؤولة أخذها بعين الاعتبار عند إبرام العقود والصفقات والتي من بينها⁽¹⁶⁾:

1- السماح فقط لتلك الشركات التي وضعت سياسات ومواثيق سلوك تحد من الفساد عليها وعلى موظفيها للتنافس والفوز بالمشاريع المطروحة .

2- الاحتفاظ باللائحة السوداء للشركات التي ثبت تورطها في قضايا الفساد ومنعها من التنافس للفوز بالمشاريع المطروحة لفترة زمنية معينة.

3- التأكد من أن جميع العقود المبرمة بين الجهة الرسمية والشركات المقاوله وجميع الموردين ومقدمي الخدمات تتضمن شروطاً بأن يقوم جميع الأطراف باتخاذ سياسات صارمة ضد الفساد وأفضل وسيلة من أجل ذلك هي التوقيع على ميثاق الشرف الذي يلزم الجهة الرسمية والشركات المتنافسة بنبذ الفساد.

4- تسهيل حصول الشركات المتنافسة وحتى الجمهور على المعلومات المتعلقة بمراحل العقد ومعايير الاختيار وعملية التقييم وشروط العقد وأي تعديلات عليه.

ب- **الحاكمية⁽¹⁷⁾:** إن ظهور مفهوم الحاكمية بشكل واسع وكبير في أدبيات إدارة الأعمال جاء ليلبي متطلبات بيئة تنافسية تفرض الشفافية وتطلب المساءلة في عمل الشركات والحكومات خوفاً من حالات الفساد الإداري والغش والتلاعب الذي يؤدي انهيار محتمل لبعض الشركات مما يؤثر على الوضع الاقتصادي والسياسي والاجتماعي على الصعيد المحلي أو العالمي ومن بين أهم مبادئ الحاكمية التي أصدرتها منظمة التعاون والتنمية في عام 1999 تحت عنوان مبادئ حوكمة الشركات ما يلي:

1- حماية حقوق المساهمين.

2- المعاملة المتكافئة للمستهلكين.

3- الإفصاح والشفافية.

4- مسؤولية مجلس الإدارة.

ج- **جمعية التشريعيين الدوليين لبيئة متوازنة (جلوب)⁽¹⁸⁾:** ومقرها واشنطن تأسست سنة 1989 مفتوحة لاشتراك النواب المنتخبين في الدول الديمقراطية ، تتكون من أكثر من 1200 عضو في أكثر من 100 دولة ، تهدف إلى توعية رجال البرلمان بمشاكل البيئة.

د- **الاتفاق العالمي والمبادئ العشرة للمسؤولية الاجتماعية⁽¹⁹⁾:**

يعتبر الاتفاق العالمي للمسؤولية الاجتماعية بمثابة شبكة تضم أربع هيئات للأمم المتحدة هي: المفوضية السامية لحقوق الإنسان، برنامج الأمم المتحدة للبيئة، منظمة العمل الدولية، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، بالإضافة إلى جميع الأطراف ذات العلاقة ومنها: الحكومات التي حددت المبادئ التي تستند

إليها المبادرة، الشركات التي تهدف إجراءاتها إلى إحداث التأثير المطلوب، منظمات المجتمع المدني التي تمثل أصحاب المصالح، والأمم بوصفها الجهة المسؤولة والداعية إلى المبادرة. وخلال قمته الأخيرة بتاريخ 26/حزيران/2004 أعلن الإتفاق العالمي عن مبادئه العشرة المتعلقة بحقوق الإنسان، معايير العمل، حماية البيئة.

رابعا: دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز تنافسية المنظمات.

يمكن أن نلمس دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز تنافسية المنظمات كالتالي:

أ- **على مستوى أصحاب المصالح** : أشار كل من " أوبرين " و " روبنسون " إلى ما سموه بالمقدرة المترسخة اجتماعيا والتي تعمل على خلق ميزة تنافسية للمنظمات من خلال (20) :

1- مسؤوليتها على العملاء: والتي تظهر من خلال إحترامها لمختلف القوانين والتشريعات الخاصة بمواصفات المنتج ومستويات الأمان، كذلك احترامها للعلاقة ما بين السعر والجودة، والاستجابة لشكاوي العملاء وتنفيذ برامج إعلامية تتسم بالمصداقية وعدم المبالغة فيما يتعلق بأداء المنتج واتخاذ مبادرات إيجابية لتطوير وتحسين المنتج، بما يساعد على إشباع حاجات ورغبات العملاء وتحقيق رضاهم، مثل ما فعلته شركة (carrier) استجابة لاهتمامات عملائها بالبيئة من خلال تصنيع ثلاجات تتميز بعدم الإضرار بالبيئة .

2- مسؤوليتها على العاملين: والمتمثلة في تحسين ظروف العمل المادية مثل الأمن والصحة، مستويات الأجور، وساعات العمل ونوعية الحوافز وتوظيف نسبة من ذوي الاحتياجات الخاصة، وعدم التمييز في الممارسات استنادا إلى النوع أو الدين أو اللون وغيرها من النواحي التي تنظم حقوق والتزامات طرفي عقد العمل مما ينعكس إيجابا على أداء المنظمة بخلق بيئة مشجعة على العمل والإنتاجية ومنمية للولاء لدى العاملين وبالتالي المحافظة على المهارات المتميزة.

3- مسؤوليتها اتجاه حملة الأسهم: من خلال الكشف عن كيفية استخدام موارد المنظمة والنتائج المترتبة عن استغلال تلك الموارد، فالحق الأصيل لحملة الأسهم لا يكمن بالدرجة الأولى في ضمان الحصول على الأرباح ولكن ضمان الحصول على المعلومات التي تعكس أسلوب الإدارة وكفاءتها وقدرتها على اتخاذ القرار بما يعظم القيمة السوقية للمنظمة وأي تصرف يتجاوز حدود المسؤولية القانونية لغرض تحقيق النفع لأي مجموعة خلاف حملة الأسهم يعتبر انتهاكا لمسؤولية الإدارة أمام المالكين.

4- مسؤوليتها أمام حماية البيئة: إن تميز المنظمة بكفاءة بيئية يجعلها تتمتع بميزة تنافسية تستمدّها من العوامل التالية (21):

✓ **تفادي الضرائب البيئية:** وهي عبارة عن رسوم تفرض على المدخلات أو المخرجات التي يكون لها نتائج سلبية على البيئة والهدف الأساسي من فرض هذه الضرائب هو تحقيق تغييرات في أنماط استخدامات الموارد المختلفة بطريقة تخفض من تأثيراتها، وهذه التغييرات تظهر في شكل إجراءات ترشيدية في استهلاك المواد الضارة إما بتقليلها أو إحلالها بمواد أخرى أقل ضررا منها.

✓ **الاستفادة من منح تطوير المنتج البيئي:** عادة ما تقدم هذه المنح لتشجيع البحث العلمي في التصدي للمشاكل التي تعترض لها البيئة وتتسبب في تدهورها أو تلوثها وإيجاد الحلول الناجعة لحل هذه المشاكل أو إيجاد تقنيات سليمة بيئياً لتحل محل التقنية المضرّة للبيئة حيث توجه هذه المنح للمنظمات لحثها على إنتاج منتجات صديقة للبيئة أو استبدال تقنياتها بأخرى جديدة تكون أكثر ملائمة للبيئة وفي كلتا الحالتين سواء كان الدعم موجه للمنظمة بشكل مباشر أو لجهات متخصصة تبحث في تطوير المنتج البيئي فإن ذلك يصب في مصلحة المنظمة ذات التوجه البيئي.

✓ **الحصول على قروض ميسرة:** وهي قروض تتميز بأنها أكثر يسراً من حيث شروطها كإخفاض سعر الفائدة عليها أو طول فترة استرجاعها وهي توجه خصيصاً لإصلاح البيئة والمحافظة عليها وحمايتها وبالتالي تصب هذه القروض في مصلحة المنظمة المتميزة بيئياً.

✓ **التمتع بحوافز ضريبية:** وهي نوعان منها ما يتعلق بتخصيص الحكومة لمبالغ معينة في شكل كوبونات تخصم عند استحقاق الضريبة على المنظمات وذلك نتيجة لقيامها بأنشطة اقتصادية للحفاظ على البيئة أو نتيجة لتقليلها من إنتاج بعض المنتجات ذات الآثار الضارة بالبيئة أو تغييرها بأخرى صديقة للبيئة أما النوع الثاني فيظهر في شكل تخفيضات جمركية على المعدات والأجهزة والمواد المستخدمة في إنتاج المنتج البيئي أو تلك المتعلقة بمكافحة التلوث في المنظمات.

✓ **الاستفادة من شهادات التميز البيئي:** تقدم بعض الدول جوائز سنوية للمتميزين بيئياً وترفعها بشهادات تكريمية ومبالغ مالية حيث يساهم هذا الدعم في تعزيز ولاء الزبائن للمنظمة انطلاقاً من مباركة الدولة وتأمينها لجهود هذا النوع من المنظمات، وعلى سبيل المثال خصصت الجزائر الجائزة الوطنية للبيئة لسنة 2008 والتي تعنى بالمؤسسات الوطنية العامة أو الخاصة التي بذلت مجهودات معتبرة في ميدان إزالة التلوث الصناعي وتطوير الإنتاج الأنظف.

ب- على مستوى الصالح العام: وتظهر مسؤولية المنظمات هنا من خلال مساهمتها بشكل فعال في تنمية وتطوير الأوضاع التعليمية والثقافية وبذلك تستطيع أن تقدم نفسها للجماهير بأنها منظمة نزيهة وأصيلة وأهل للثقة ويمكن الاعتماد عليها ولأن هذه القيم هي قيم يعتز بها كثير من الناس فإن صورة تستند إلى هذه الأسس لها تأثير كبير على سمعة المنظمة وعلامتها التجارية،⁽²²⁾ وفي عصر التكنولوجيا والمعلوماتية يمكن استخدام هذه المسؤولية في استغلال الطاقات الكامنة في الشبكات الاجتماعية المرتبطة بالإنترنت من خلال ما يسمى "العطاء الاجتماعي الرقمي"، المتمثل في تشجيع الأفراد على التبرع بالمعرفة والخبرات المتراكمة لديهم لصالح المنظمة.

خاتمة:

من خلال ما تم تناوله في هذه الدراسة يمكن القول أن الدراسات الحديثة اعتبرت المسؤولية الاجتماعية أحد موارد التنظيم الاجتماعي ومصدراً كامناً للقيمة، حيث يمكن العمل على تقويته وتدعيمه وتحويله إلى أهداف إستراتيجية مثمرة، وفي هذا السياق توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي مكنتنا من الإجابة على الفرضيات المطروحة وذلك كما يلي:

أ- نتائج الدراسة: من جملة النتائج المتوصل إليها نذكر:

- ✓ المسؤولية الاجتماعية عبارة منهج عمل يساعد على تقوية الثقة في عمليات ومؤسسات التبادل الاقتصادي والاجتماعي.
- ✓ المسؤولية الاجتماعية هي التزام من المنظمات بعدم ممارسة أنشطة مخالفة للقانون، أو أنشطة مضرّة بالبيئة أو بحقوق العملاء أو الموظفين.
- ✓ المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تمثل أداة لدخول أسواق جديدة نتيجة لقدرتها على تخطي الحواجز الاجتماعية والاخلاقية والبيئية التي تضعها كثير من الدول على المنتجات والسلوكيات بهدف حماية شعوبها.
- ✓ تساعد المسؤولية الاجتماعية المنظمات فتح قنوات مؤسسية مع الدولة والمجتمع لمناقشة الأهداف والسياسات التنموية المسطرة.

ب- اختبار الفرضيات: أثبتت الدراسة صحة الفرضيات المدرجة في المقدمة كما يلي:

- ✓ صحة الفرضية الأولى حيث تساعد المسؤولية الاجتماعية على تحسين تنافسية المنظمات من خلال تحقيق احتياجات ورغبات مختلف الأطراف ذات العلاقة بنشاط المنظمة، وذلك نتيجة احترامها لمختلف القوانين والتشريعات الخاصة بمواصفات المنتج ومستويات الأمان، وتحسين ظروف العمل بالنسبة للموظفين مثل الأمن والصحة، وساعات العمل ونوعية الحوافز، واستخدام موارد تحافظ على حماية البيئة من التلوث عن طريق ترشيد استهلاك المواد الضارة إما بتقليلها أو إحلالها بمواد أخرى أقل ضرراً، ولعل ما نشير له في هذا السياق ما أكدّه الأمين العام لهيئة التقييس بمجلس التعاون لدول الخليج حول أهمية مشروع المواصفة الدولية إيزو 26000 المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية مبيّنا التأثير الكبير لهذه المواصفة على النواحي الاجتماعية والدينية والسياسية والاقتصادية وأهميتها ومدى مردودها الإيجابي على المنشآت، حيث أنها تنظم علاقة المنشآت بالحكومة والمجتمع والمؤسسات الأخرى.
- ✓ صحة الفرضية الثانية والمتعلقة بأن تبني المسؤولية الاجتماعية ضمن أنشطة المنظمة يعد مطلباً للعديد من الجهات الدولية وهدفا تسعى العديد من الدول إلى تحقيقه في ظل ما يشهده العالم من تحولات اقتصادية واجتماعية وأخرى تتعلق بحماية البيئة، ومن أمثلة هذه المنظمات: منظمة الشفافية الدولية، جمعيات حماية البيئة، جمعيات حماية المستهلك، المؤسسات الراعية للقيم الاجتماعية والأخلاقية، بالإضافة إلى منظمة الإيزو والتي دعت الدول الأعضاء في المنظمة إلى تشكيل لجان تشارك بفاعلية في إعداد مشروع المواصفة الدولية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية، وتتضمن المواصفة دليلاً إرشادياً لمبادئ المسؤولية والشراكة الاجتماعية داخل المنظمات بمختلف أنواعها، سواء كانت خاصة أو عامة، وذلك من منطلق الشراكة الاجتماعية بين المؤسسة والمجتمع ومد خطوط الاتصال بينها على مختلف الأصعدة.

الاحالات والمراجع:

- (1) بشير مصطفى، الزكاة من منظور اسلامي مركز دراسات الوحدة العربية، دار الكتاب اللبناني، 1996، ص6.
- (2) عبد الله السلطان، رأس المال الاجتماعي والتنمية، على الموقع: www.htt.omsar/ty/s، أطلع عليه يوم: 2016/05/10.
- (3) نزار عبد المجيد، استراتيجيات التسويق، دار وائل للنشر، 2004، ص51.
- (4) المسؤولية الاجتماعية للشركات، على الموقع: www.un.org/globalcompact، أطلع عليه يوم: 2016/05/10.
- (5) ثابت عبد الرحمان إدريس، إدارة الأعمال، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص172.
- (6) علي السلمي، تحليل النظم السلوكية، دار غريب للنشر والطباعة، القاهرة، بدون سنة، ص175.
- (7) وائل إبراهيم، البيئة حمايتها وصيانتها، دار المناهج للنشر والتوزيع، الاردن، 2009، ص76.
- (8) سيد محمددين، مرجع سابق، ص465.
- (9) المرجع السابق، ص161.
- (10) المرجع السابق، ص162.
- (11) المرجع السابق، ص162.
- (12) كلود فوسلر، إدارة البيئة من أجل جودة الحياة، مركز الخبرات المهنية للإدارة، القاهرة، 2000، ص36.
- (13) وائل إبراهيم، مرجع سابق، ص188.
- (14) طاهر محسن منصور، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل، 2008، ص167.
- (15) سعيد يس عامر، الإدارة وتحديات التغيير، ص367-381.
- (16) تقرير منظمة الشفافية الدولية، لعام 2005، على الموقع: www.imd.ch، أطلع عليه يوم: 2016/05/10.
- (17) طاهر محسن منصور، مرجع سابق، ص447.
- (18) سامية بلال، الإدارة البيئية المتكاملة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2005، ص332.
- (19) حث الأعمال التجارية على تحمل مسؤوليات جديدة في الإقتصاد العالمي، على الموقع: www.org.in/araic/ga/s، أطلع عليه يوم: 2016/05/11.
- (20) ثابت عبد الرحمان إدريس، إدارة الأعمال، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2005، ص182، ص183.
- (21) سيد محمددين، حقوق الانسان واستراتيجيات حماية البيئة، الكالة العربية للصحافة والنشر، القاهرة، 2006، ص260، ص261.
- (22) غرام داولينغ، تكوين سمعة المؤسسة، دار العبيكان، الرياض، 2003، ص127.