

تفكيك إشكالية مفهوم "مواطنة الشركات" وفوضى المعاني

Corporate Citizenship: Deconstructing a Conceptual Muddle

تاريخ الاستقبال: 10 جويلية 2018 تاريخ القبول: 08 أكتوبر 2018 تاريخ النشر: 20 جانفي 2019

د.نادية ابراهيم ابو زاهر* - استاذة بجامعة الاستقلال - اريحا- فلسطين

ملخص:

تهدف الدراسة إلى تفكيك الإشكالية التي تحيط بمفهوم "مواطنة الشركات"، فوضى معانيه الناجمة عند استخدامه وتطبيقه. ولتحقيق هذا الهدف؛ تبيننا المنهج التحليلي المتعارف عليه في الفلسفة التحليلية و"تفكيك الإشكالية المفاهيمية". توصلت الدراسة إلى أن الإشكالية الرئيسية تكمن في أن بعض الأدبيات ناقشت مواطنة الشركات من منظور المواطنة المتعلق بالالتزامات، فيما ناقشتها أدبيات أخرى من زاوية الحقوق. وبينما كانت المواطنة الفردية محددة في إطار العلاقة بين الفرد وحكومته، لم تكن مواطنة الشركات محددة، كما توصلت الدراسة أيضا لوجود إشكاليات أخرى لمواطنة الشركات منها: إشكالية مفاهيمية متعلقة بتعدد المفاهيم المستخدمة إما بشكل مرادف لمفهوم مواطنة الشركات أو مختلف عنه، وإشكالية فوائد استخدامه ومضاره وقياسه، وإشكالية عند بروز المواطنة العالمية للشركات، الشركات ينبغي إلزامها بمسؤولياتها عبر وسائل قانونية أو بمبادرات طوعية.

كلمات مفتاحية: المواطنة، مواطنة الشركات، مواطنة الشركات العالمية، تفكيك، المسؤولية المجتمعية، سلوكيات المواطنة التنظيمية.

Abstract:

This study aims at deconstructing a conceptual muddle surrounding the concept of "corporate citizenship" that results when the concept is used. To achieve this aim, the study adopted the analytical approach commonly used in analytical philosophy, and "deconstruction of conceptual muddle". The study concludes that the main problem of corporate citizenship is that in some literature, it is discussed from the perspective of citizenship related to obligations, while it was discussed in other literature from the perspective of rights. While individual citizenship was defined within the relationship between the individual and his government, corporate citizenship was not specific. The study also finds that there are other problems of corporate citizenship, including conceptual muddle related to the multiplicity of concepts used, either as similar to the concept of corporate citizenship or completely different. The concept of corporate citizenship is problematic in relation to its advantages, disadvantages, and how it can be measured. It is also problematic in relation to the concept global corporate citizenship, and whether corporations should be made to uphold their responsibilities through legal means or voluntary initiatives.

Keywords: Citizenship, Corporate Citizenship (CC), Global Corporate Citizenship (GCC), Deconstruction, Corporate Responsibility, Organizational Citizenship Behaviors (OCB).

* Nadiaas1@googlemail.com

مقدمة

برز مفهوم "مواطنة الشركات" (CC) corporate citizenship بشكل لافت -مؤخرا- في أدبيات الإدارة، فقد استعار الباحثون والمهتمون بعلم الإدارة مفهوم "مواطنة الشركات" أساسا من مفهوم "المواطنة"، وهو إحدى المفاهيم المستخدمة في علم السياسة ويوجد -أساسا- بعض الغموض الذي يحيط به. سرعان ما جذب مفهوم "مواطنة الشركات" اهتمام العديد من التخصصات؛ فلم يعد حكرا على المهتمين بعلم الإدارة، وإنما بات يلحظ اهتماما واضحا به من تخصصات مختلفة، مما أدى إلى زيادة الجدل حول ما يعنيه المفهوم وأصبح هناك فوضى في استخدامه، وهو الإشكالية التي تبحث بها هذه الدراسة.

رغم أن المفهوم استند لدى معالجته إلى أدبيات واسعة متعددة التخصصات، إلا أنه بقي هناك تركيز على العلوم السياسية والفلسفة السياسية، والتركيز على العلوم السياسية بحسب ما يعتقده البعض يجعل المفهوم "غير مألوف" لأنه يشير إلى المفاهيم الفلسفية السياسية والاجتماعية التقليدية ويدعو إلى تسييس الشركات. الأمر الذي يجعل المفهوم غامضا بحسب اعتقاد البعض، خاصة عند استخدامه وتطبيقه.

وصف مفهوم مواطنة الشركات "بالغموض" لوجود خلاف حوله، حيث لا يوجد اتفاق على ما يعنيه المفهوم، وتشعبت المفاهيم المستخدمة بشكل مرادف له، واتسع الجدل حول فوائده ومضاره وكيفية استخدامه وتطبيقه... كل ذلك خلق إشكالية مفاهيمية. وعليه **تهدف** هذه الدراسة إلى تفكيك هذه الإشكالية التي تحيط بمفهوم "مواطنة الشركات" والفوضى الناجمة عن استخدامه وتطبيقه. ولتحقيق هذا الهدف ستعتمد الدراسة بشكل أساسي على **المنهج التحليلي** المتعارف عليه في عدد من الحقول بما في ذلك الفلسفة التحليلية و"تفكيك الإشكالية المفاهيمية" Deconstructing a Conceptual Muddle، التي تعتمد على التحليل الدقيق للنصوص. "فالتفكيك" (Deconstruction)، يستكشف الإشكالية المفاهيمية من خلال معالجة النصوص غير المترابطة في الأدبيات المختلفة. تتبع أهمية هذه الدراسة لكونها جاءت محاولة لتفكيك إشكالية مفهوم مواطنة الشركات وفوضى تطبيقه واستخدامه، فعلى الرغم من وجود دراسات عاجلت مفهوم مواطنة الشركات من زوايا مختلفة، إلا أن الغالبية العظمى منها تحمل أطروحات محددة أو رؤية معينة حول ما ينبغي أن يعنيه، لإثبات وجهة نظرها المتعلقة بالمفهوم، أو بما تفترض بأنه ينبغي أن يكون عليه. ويندر وجود دراسات تحاول أن تفهم الإشكالية التي تحيط بالمفهوم والفوضى حول استخداماته. ويمكن تشبيه الجدل حول مفهوم مواطنة الشركات بكرة الثلج التي تكبر كلما تدرجت، وكذا الجدل حوله يزداد مع ازدياد استخداماته، لذلك هناك حاجة لاستجلائه. لكن قبل أن نبدأ بالجدل حول مفهوم مواطنة الشركات؛ لا بد من المرور على جوهر ما يعنيه مفهوم "المواطنة" إحدى مفاهيم علم السياسة لأن مفهوم "مواطنة الشركات" مشتق من مفهوم المواطنة.

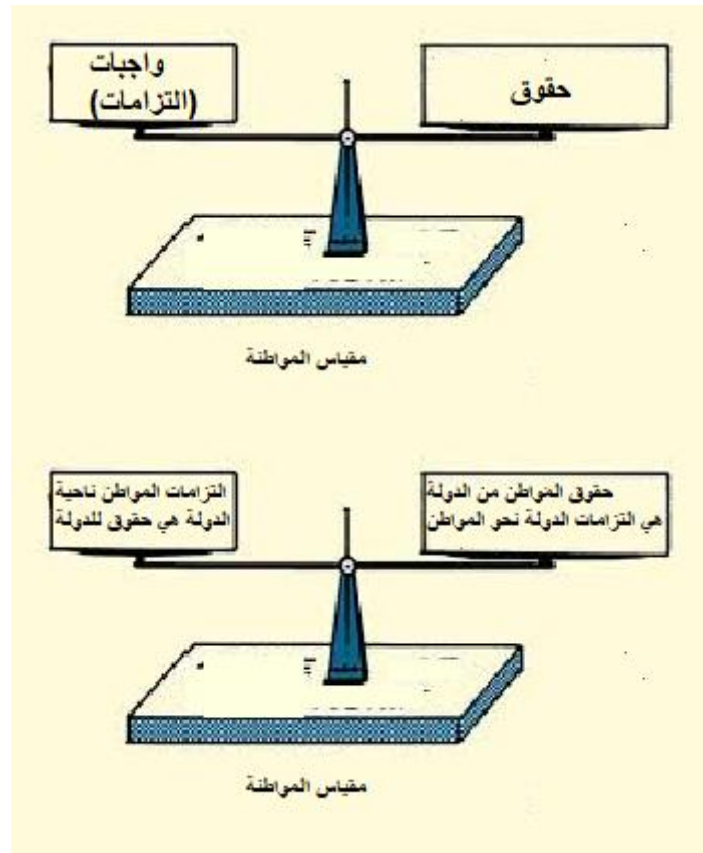
1. جوهر ما يعنيه مفهوم "المواطنة" Citizenship:

لا يمكن فهم إشكالية مفهوم "مواطنة الشركات" Corporate citizenship دون المرور على جوهر ما يعنيه مفهوم "المواطنة" citizenship، فمفهوم مواطنة الشركات يستند إلى جوهر الفكرة القائمة عليها مفهوم المواطنة، لكن وجود عدم وضوح تام ووجود "تعريفات كثيرة لمفهوم المواطنة"، زاد من إشكالية مفهوم مواطنة الشركات.

جوهر فكرة مفهوم المواطنة تقوم على وجود حقوق للمواطن، وعليه التزامات أو واجبات تجاه الدولة والمجتمع الذي ينتمي إليه. وحيث أن هذه العلاقة في الحقوق والواجبات اعتُبرت مربكة؛ لذلك فإن هذه العلاقة تتحدد بموجب القوانين وبشكل متساو لجميع مواطني الدولة (من يحمل جنسيتها) دون تمييز، بناء على اللون أو العرق أو الدين أو الجنس أو المعتقد، بمعنى أن المواطنة يمكن تحديدها بوجود علاقة بين شقين: **الشق الأول** يُعنى بالتزامات وواجبات المواطن تجاه الدولة والمجتمع **والشق الثاني** يتعلق بحقوق المواطن، فالمواطنة ترتبط بواجبات والتزامات تتوقع الدولة والمجتمع من المواطن الجيد القيام، بما وحقوق يتوقع المواطن من الدولة أن توفرها له، أي أنه تم تحديد المواطنة الفردية بأنها علاقة بين الدولة والمواطن.

يمكن فهم المواطنة الفردية جيدا إذا ما فهمنا أولا: أنها قائمة على علاقة بين فرد ودولة، وثانيا: تتحدد وفق شقين: **حقوق وواجبات (التزامات)**. الحقوق يمكن رؤيتها كواجبات (التزامات)، والواجبات أو الالتزامات يمكن رؤيتها كحقوق، لكن تحديد ذلك يعتمد على منظور كل من المواطن والدولة، ما يعتبره المواطن حقوقا له، وواجبا أو التزاما على الدولة الإيفاء به، تعتبره الدولة حقوقا لها، وواجبا والتزاما على المواطن الإيفاء تجاه الدولة، أي أن حقوق الدولة هي التزامات المواطن وواجباته تجاهها، وحقوق المواطن هي واجبات الدولة والتزاماتها تجاهه، والشكل (1-1) التالي يوضح هذه العلاقة.

الشكل (1-1)



2 إشكالية استخدام مفهوم مواطنة الشركات بالاقتصار على إحدى شقي مفهوم المواطنة فقط:

أول ما يلفت النظر عند مطالعة الأدبيات المختلفة التي عالجت مفهوم "مواطنة الشركات" وجود قصور لدى بعض الباحثين في فهمهم لمفهوم مواطنة الشركات، هذا القصور نابع بالاكتماء بإحدى شقي مفهوم المواطنة، وليس كليهما. فالمواطنة، كما سبقت الإشارة إليه، متعلقة بشقين معا الحقوق والالتزامات، فمعالجة إحدى الشقين دون الآخر عند استخدام مفهوم مواطنة الشركات يخلق إشكالية مفاهيمية حوله. بعض الدراسات ركزت على مفهوم المواطنة الشق المتعلق منها بالحقوق، وبعضها الآخر ركزت على الشق المتعلق بالالتزامات.

أشارت دراسة (بانجولي وواتس، 2003) (Bagnoli and Watts, 2003) على سبيل المثال أن النظريات الحديثة "المواطنة الشركات" تؤكد أن الشركات التي تتمتع بمواطنة جيدة تقوم بتأسيس أعمال لتعظيم الأرباح. يتضح مما أشارت إليه هذه الدراسة، بأنه تم التركيز على الشق المتعلق بالحقوق، والحقوق المقصودة بها هنا هي حقوق المساهمين في الشركات، ويفهم من ذلك بأنه كي تتمتع الشركة بمواطنة جيدة ينبغي أن تراعي حقوق المساهمين فيها وتعظم أرباحهم وأن تراعي حقوق موظفيها. أي أن العلاقة هنا تم تحديدها بعلاقة الشركة وبين المساهمين فيها وموظفيها. وتم التركيز على الحقوق التي ينبغي أن تراعيها الشركة ناحيتهم. وفق هذا المنظور كي تكون مواطنة الشركة جيدة عليها أن تراعي حقوق المساهمين فيها بتعظيم أرباحهم وكذلك تراعي حقوق موظفيها.

فالشركة هي أداة لخلق الثروات وأن هذه هي مسؤوليتها الاجتماعية الوحيدة. فيتم النظر فقط للجانب الاقتصادي للتفاعلات بين الأعمال التجارية والمجتمع. لذلك، يتم قبول أي نشاط اجتماعي مفترض بشرط أن يتماشى مع جني الثروة. هذه المجموعة من النظريات يمكن أن تكون نظرية مفيدة لأنهم يفهمون المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها مجرد وسيلة للوصول للحد الأقصى من الأرباح. لكن دراسات أخرى أشارت كي تكون المنظمة مواطنا صالحا عليها تقوم بالتزاماتها الاجتماعية والبيئية، وأن لا يكون حرصها فقط المصلحة المالية لأصحاب المصالح فيها.

دراسات أخرى ركزت على شق المواطنة المتعلق بالالتزامات تجاه المجتمع، فعلى سبيل المثال أشارت دراسة (لو وباتشاريا، 2006) (Luo and Bhattacharya, 2006) أن مواطنة الشركات تمثل أنشطة الشركة ووضعها المرتبط بالتزاماتها المجتمعية. يتضح مما أشير إليه هنا أنه يتم معالجة مواطنة الشركات بتحديد العلاقة ما بين الشركة والمجتمع، وشق المواطنة الذي انطلقت منه هو التزاماتها تجاه المجتمع.

تركيز بعض الدراسات في معالجتها لمفهوم مواطنة الشركات انطلاقا من العلاقة بين الشركة والمجتمع وتركيزها على الشق المواطنة المتعلقة بالتزامات الشركة ناحية المجتمع، انعكس ذلك على تعريفها لمفهوم مواطنة الشركات وذلك بتركيزها على الشق المتعلق من المواطنة بمسؤوليات الشركة ناحية المجتمع. فعلى سبيل المثال تعرف دراسة سيغل وفيتالينو (2007) (Siegel and Vitaliano 2007) مفهوم مواطنة الشركات بأنه: "مشاركة الشركة في النشاط الذي يبدو أنه يؤدي إلى تطوير أجندة اجتماعية تتجاوز ما يتطلبه القانون". لكن المتصفح لدراستهما سيجد أنهما لم يغفلا الشق الثاني من تعريف المواطنة حيث ركزا على الحقوق أيضا، حيث تشدد دراستهما على كيفية دمج نشاط مواطنة الشركات في استراتيجيات الشركة لتحقيق أرباح المبيعات. أي أنهما يريا أن يتم الاستفادة من التزامات الشركة الاجتماعية ناحية المجتمع، من أجل أن تستفيد الشركة نفسها وتحقق أرباح وبذلك تحافظ على الجزء المتعلق بالحقوق سواء للمساهمين أو الموظفين.

إشكالية تعدد المفاهيم المستخدمة بشكل مرادف لمفهوم مواطنة الشركات:

يمكن استكشاف إشكالية مفهوم مواطنة الشركات، من خلال اعتباره مرادفا لبعض المفاهيم، وهو ما خلق فوضى مفاهيمية بالنسبة للمفهوم. فعلى سبيل المثال يُلاحظ أن كثير من الدراسات التي عاجلت مفهوم مواطنة الشركات ربطت بينه وبين مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) (Corporate Social Responsibility)، واعتبرت مفهوم مواطنة الشركات مرادف لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات.

بينما اعتبرت غالبية الدراسات أن هذين المفهومين مترادفين، وجدت دراسات أخرى أنهما ليسا كذلك، أما بالنسبة لدراسة (وود، 1991) (Wood, 1991) فهي من الدراسات التي اقترحت أن يتم استبدال مفهوم المسؤولية الاجتماعية بمفهوم مواطنة الشركات لأنه أوسع من مفهوم المسؤولية المجتمعية. وقد اعتبرت الدراسة أن الشركات ليست مسؤولة عن حل جميع المشاكل الاجتماعية. غير أنهم مسؤولون عن حل المشاكل التي تسببوا فيها، وهم مسؤولون عن المساعدة في حل المشاكل والقضايا الاجتماعية المتعلقة بعملياتهم التجارية ومصالحهم.

دراسة (وايت هاوس، 2003) (Whitehouse, 2003) التي حاولت أن تميز بين المفهومين من خلال تحديد نموذجين لمفهوم المسؤولية المجتمعية وذلك لإصلاح نشاط الشركات. الأول، ممثلاً بنموذج المواطنة، ويسعى هذا النموذج لتشجيع الشركات للتصرف كمواطنين جيدين. ويمكنها فعل ذلك بحسب الدراسة، من خلال خطط طوعية للتصرف كمواطنين جيدين. أما النموذج الثاني، نموذج الامتثال، يسعى إلى إلزام الشركات، من خلال الوسائل القانونية، بمعالجة أو منع الضرر الاجتماعي. واقترحت الدراسة متابعة خطط المواطنة الفعالة للشركات، لكن يجب أن يقترن ذلك بتنشيط نموذج الامتثال؛ فعندها فقط يمكن تحقيق المسؤولية الاجتماعية للشركات من الناحية العملية..

من ذلك تبرز إشكالية لمواطنة الشركات، هل يكون ذلك من خلال إلزام الشركات بالضرر الذي تسببت به الشركة ناحية المجتمع، من خلال إلزامها عن طريق القانون أو يترك ذلك للشركة دون إلزام وإنما من خلال خططها الطوعية التي تأتي من خلال إحساسها أن تتصرف كمواطن جيد فينبغي لها أن تراعي مسؤوليتها ناحية المجتمع.

يوجد جدل نظري حول المسؤولية المجتمعية للشركات Corporate Social Responsibility ((CSR ويمكن حصر هذا الجدل النظري في أربع مجموعات: المجموعة الأولى نظريات ذرائعية (instrumental theories)، التي تنظر إلى الشركة على أنها مجرد أداة أو ذريعة لجني الثروة، والمجموعة الثانية من النظريات، النظريات السياسية التي تهتم بقوة الشركات في المجتمع، والاستخدام المسؤول لهذه القوة في الساحة السياسية. النظريات السياسية التي تهتم نفسها بقوة الشركات في المجتمع والاستخدام المسؤول لهذه القوة في الساحة السياسية. المجموعة الثالثة هي النظريات التكاملية (integrative theories)، وتركز فيها المؤسسة على تلبية المطالب الاجتماعية؛ المجموعة الرابعة من النظريات هي النظريات الأخلاقية، التي تركز إلى المسؤوليات الأخلاقية للشركات في المجتمع. وبالتالي تقدم كل نظريات المسؤولية الاجتماعية للشركات أربعة أبعاد تتعلق بالأرباح والأداء السياسي والمطالب الاجتماعية والقيم الأخلاقية.

وتتضح إشكالية الربط بين هذين المفهومين مباشرة، لأن المسؤولية الاجتماعية للشركات، تتعلق بالشق الأول من المواطنة وهو التزامات الشركة ومسؤوليتها، لكن لا يتم الاختلاف إن كانت هذه الالتزامات ناحية المجتمع، أم ناحية

البيئة. أما بالنسبة للجزء الثاني من المواطنة فيتعلق بحقوق موظفيها وحقوق أصحاب الأسهم فيها التي قد تتأثر سلباً أو إيجاباً لدى قيام الشركة بمسؤولياتها ونشاطاتها المختلفة ناحية المجتمع.

تزداد إشكالية مفهوم مواطنة الشركات إذ توجد دراسات تستخدم مفهوم "سلوكيات مواطنة الشركات" أو سلوكيات المواطنة التنظيمية (Organizational Citizenship Behaviors) (OCB) بشكل مرادف لمفهوم مواطنة الشركات (Corporate Citizenship)، ودراسات تميز بينهما. فعلى سبيل المثال ميزت دراسة (بنج لن وآخرون، 2010) (Peng Lin et al. 2010) بين المفهومين واعتبرت أن مفهوم سلوكيات المواطنة التنظيمية، يهتم بالمواطنة الفردية للمنظمة، أي هو مفهوم يختص بسلوك العاملين في المنظمة تشمل واجباتهم نحو الآخرين، وقدت الدراسة أمثلة على سلوكيات المواطنة التنظيمية OCBs من قبل الموظفين كالتعاون مع الآخرين، وتوجيه الموظفين الجدد، والتطوع للعمل الإضافي، ومساعدة الآخرين في عملهم.

سلوكيات المواطنة التنظيمية فمن يعتبرها مرادفة لمواطنة الشركات ينظر للمفهومين انطلاقات من سلوكيات الشركة نفسها وبالتالي لا يجدها مختلفة عن مواطنة الشركات، ومن يجدها مختلفين ينظر إلى مفهوم سلوكيات المواطنة التنظيمية يختص بسلوك العاملين في المنظمة وواجباتهم نحو الآخرين.

إذن، يتبين أن هناك إشكالية في المفاهيم التي أحياناً تستخدم بشكل مرادف لمفهوم مواطنة الشركات، مثل مفهوم المسؤولية المجتمعية ومفهوم سلوكيات المواطنة التنظيمية، وأحياناً تستخدم بشكل مختلف ويتم تمييزها عن مفهوم مواطنة الشركات. فتطرح عدة أسباب إما بشكل مؤيد لاستخدام مفهوم من المفاهيم بشكل مرادف لمواطنة الشركات، أو تطرح أسباب لعدم اعتبار تلك المفاهيم مختلفة عن مفهوم مواطنة الشركات، فتعم فوضى مفاهيمية بالنسبة لمواطنة الشركات، ويخلق جدل متشعب، حول المفهوم ويزيد من غموضه.

إشكالية تجاوز استخدام مفهوم مواطنة الشركات من المفهوم الوطني إلى العالمي

إن كانت استخدامات المفهوم في السابق تتم في أغلبها داخل محيط المجتمع الواحد (أي استخداماً "وطنيًا" أو "محلياً" يتم داخل حدود الدولة الواحدة)، فإننا بتنا نشهد في الوقت الراهن خروج استخداماته عن المجتمع الواحد، أو ما يمكن أن نسميه بالإطار الوطني أو المحلي إلى الاستخدام العالمي.

ظهر هذا الاستخدام الجديد للمفهوم بعد أن ظهر مفهوم "مواطنة الشركات العالمية". ويعود ظهوره إلى حيز الوجود بعد أن وقعت 34 شركة من أكبر الشركات متعددة الجنسيات في العالم خلال المنتدى الاقتصادي العالمي في يناير 2002 بنيويورك البيان المشترك "المواطنة العالمية للشركات - تحدي القيادة للرؤساء التنفيذيين والمجالس". وجاء هذا البيان خاصة عقب الاحتجاجات الشديدة ضد العولمة، منذ نهاية التسعينات.

بروز هذا المفهوم يدعو إلى البدء بالتفكير بالتمييز بين مفهوم "مواطنة الشركات الوطنية" (National Corporate Citizenship)، الذي يكون المقصود منه الحديث عن مواطنة الشركات لمجتمع ما داخل حدود دولة معينة، وذلك لتمييزه عن مفهوم "مواطنة الشركات العالمية" (Global Corporate Citizenship) الذي لا يكون المقصود منه الحديث عن مفهوم مواطنة الشركات الموجودة داخل حدود دولة وطنية لمجتمع ما، وإنما يتخطاها إلى تأثير مواطنة الشركات على مستوى العالم. ظهور مفهوم "مواطنة الشركات العالمية" هو استخدام جديد لمفهوم مواطنة الشركات، وسيعني ظهوره ضرورة استخدام مفهوم "مواطنة الشركات الوطنية".

على ما يبدو فإن استخدام مفهوم مواطنة الشركات العالمي ليس واسعاً، لكن في حال انتشار استخدام هذا المفهوم فمن المرجح أن تزيد من الإشكالية لمواطنة الشركات التي سيخلقها مفهوم "المواطنة العالمية". خاصة في ظل الجدل التي أثارها مفهوم "المواطنة العالمية" عندما ظهر إلى حيز الوجود.

يتلخص هذا الجدل بين من يؤيد إمكانية الحديث عن وجود "مواطنة عالمية"، وبين من يعارض ذلك. ومن المبررات التي يقدمها الموقف المؤيد لإمكانية وجود "مواطنة عالمية"، ظهور حكم عالمي جديد يقلل من أهمية الدولة وتناقص سيادتها وتأثيرها لا سيما في ظل انتشار قوة الشركات الضخمة متعددة الجنسيات، يدعم إمكانية وجود مواطنة عالمية. ويسود اعتقاد لدى المشككين بسيادة الدولة القومية بأنها تتعرض لعمل اقتصادي واجتماعي وسياسي خارج عن سيطرتها الخاصة بسبب تأثيرات العولمة. أما الموقف المعارض لإمكانية وجود "مواطنة عالمية" فيشكك بهذا الحكم العالمي، فعلى سبيل المثال تناقش دراسة (Piper & Uhlin, 2004) "إذا كانت المواطنة ينظر إليها على أنها حقوقاً وتأهيلاً في علاقتها مع الدولة، فإن عدم وجود حكومة عالمية يجعل من مفهوم المواطنة العالمية مستحيلة".

إذا ما انتقلنا إلى إشكالية استخدام مفهوم مواطنة الشركات العالمي، فيتضح أنه لا يتم الانطلاق من مفهوم المواطنة من خلال الشق الثاني من المواطنة المتعلق بالحقوق، ولا بعلاقتها مع الدولة، وإنما من خلال دورها الاجتماعي المسؤول لتخفيف الأضرار التي قد تتسبب بها الشركات العالمية متعددة الجنسيات على مستوى العالم منها تأثيراتها السلبية على البيئة. وهو ما ذهبت إليه عدد من الدراسات في فهمها لمواطنة الشركات التي اعتبرت بأنه كي تتصرف الشركات كمواطن الصالح يكون للشركات الوطنية مساهمة للتخفيف من الأضرار التي لحقتها.

أي تظهر إشكالية مفهوم "مواطنة الشركات العالمية" مرة أخرى من خلال التركيز على شق المواطنة المتعلق بالالتزامات. ويتضح ذلك من خلال ما ذهبت إليه دراسة (وادوك وسميث، 2002) (Waddock & Smith, 2002) "لقد حان الوقت لتوسيع الطريقة التي نرى بها أدوار الشركة كمواطنة عالمية". إذن يتضح أن المواطنة العالمية تُفهم فقط من خلال شق المواطنة المتعلق بالالتزامات وليس شق الحقوق، وهو ما جعل البعض يشير إلى أنه: "إذا تم فهم المواطنة بأنها المشاركة، من خلال العمل المسؤول، يمكن حينها فقط تخيل مواطنة عالمية".

إشكالية الآثار المترتبة على استخدام مواطنة الشركات:

ترتب على الاختلاف حول مفهوم مواطنة الشركات وتعريفه وكيفية استخدامه، جدل حول الآثار المترتبة على استخدام مفهوم مواطنة الشركات، يتراوح الجدل بين من يعتبر أن مواطنة الشركات لها فوائد إيجابية على كل من الشركة من أصحاب أسهم وموظفيها، كذلك لها فوائد إيجابية على المجتمع، وبين من اعتبر أن مواطنة الشركات لها مضار على الشركة وموظفيها حتى لو حققت بعض الفوائد على المجتمع.

يصعب حصر جميع الفوائد لمواطنة الشركات ومضارها وفق الأدبيات المختلفة. ويمكن ذكر أمثلة على ذلك. ففي دراسة كل من (أرتشي كارول وأن بوتشلتز) (Archie B. Carroll, Ann K. Buchholtz) التي ساهمت في نشأة المفهوم واتساعه ونشرت عام 1989، وأعيد نشرها عدة مرات، دافعت هذه الدراسة عن وجود فوائد إيجابية لمواطنة الشركات لكل من المجتمع، وفوائد على الشركة نفسها وأصحاب الأسهم فيها وموظفيها. فمن فوائد مواطنة الشركات الإيجابية على موظفي الشركات، تتلخص بتطوير دافعتهم للعمل، وتطوير أداءهم. وأضافت الدراسة فوائد إيجابية لمواطنة الشركات تعود على الشركة نفسها منها تعزيز جهود الشركة التسويقية، وتحسين سمعة الشركة من

الفوائد الأخرى لمواطنة الشركات أنها تمكن الشركة فرض سعر أعلى لمنتجاتها، وجذب الاستثمارات. ومن الفوائد الأخرى لمواطنة الشركات بأن تساهم الشركات بتزويد الأفراد بالحقوق التي يحق لهم الحصول عليها كمواطنين، يتم وصف هذا الدور المؤسسي الموسع بأنه ملء الفراغ المؤسسي الناتج عن انسحاب الدولة، حيث تدخل الشركات إلى ساحة المواطنة عند نقطة فشل الحكومة في حماية المواطنة.

عدا عن فوائد مواطنة الشركات وفق العديد من الدراسات، وجدت دراسات أخرى مضار ناجمة عن مواطنة الشركات من أهم الأضرار التي يتم تداولها في الأدبيات المختلفة، أن الشركات كي تكون مواطنًا صالحًا عليها القيام بنشاطات مجتمعية وبيئية مختلفة، وهذه النشاطات تكون مكلفة للشركة وغالبًا ما تكون على حساب حجم أرباح المساهمين، أو على حساب مشروعات المنظمة التوسعية. وفي دراسة (وود ولجسدون، 2001) (Wood and Logsdon, 2001) أشارت أن الشركة تتحمل مسؤوليتها والتزاماتها عن الأضرار التي ألحقتها بغض النظر عن التكلفة التي تتحملها الشركة.

وحاولت دراسة (وادود، 2007) (Waddock, 2007) حصر جوانب سلبية أخرى لمواطنة الشركات، وأطلقت على هذه الجوانب السلبية بالجانب المظلم (Dark Side) من مواطنة الشركات، كتركيز الشركة الضيق وبشكل مفرط على مواطنة الشركات في حين تتجاهل الآثار الأخرى لسلوك الشركة، إضافة لفشلها في التعامل مع مخاطر وتأثيرات وممارسات الشركات الناجمة عن أعمالها.

ومن التأثيرات السلبية الأخرى لمواطنة الشركات التي أشارت إليها دراسة (وادوك، 2008) (Waddock, 2008) أن الشركة تحاول تطبيق مواطنة الشركات من أجل الحصول على سمعة جيدة وكسب ثقة الموظفين والمساهمين والمستهلكين، لكن كثير من المبادرات التي تعلن عنها تكون كاذبة وبالتالي يكون هناك فجوة بين النظرية والتطبيق.

يمكن استجلاء الإشكالية المتعلقة بالآثار المترتبة على مفهوم مواطنة الشركات من خلال عدم تحديد ما هي الجهة التي تتأثر بمفهوم مواطنة الشركات، وعدم تحديد إن كان هذا التأثير نتيجة الشق الأول من مفهوم المواطنة المتعلق بالتزامات الشركة، أو تأثر الشق الثاني من المواطنة أي تأثر الحقوق لأصحاب المصالح في الشركات والموظفين نتيجة التزامات الشركة ونشاطاتها تجاه المجتمع والبيئة.

أيضا تتضح إشكالية الآثار المترتبة على مفهوم مواطنة الشركات واستخدامه، إذا ما عرفنا أن كثير من الجدل القائم حول الآثار المترتبة على مفهوم مواطنة الشركات وكيفية تطبيقه واستخدامه تنبع من عدم تحديد تأثير مواطنة الشركات على أي جهة تحديداً، أي إن كانت تؤثر على المجتمع، أم على البيئة، أم على موظفي الشركة، أم تؤثر على المساهمين فيها.

إشكالية قياس مواطنة الشركات:

أظهرت بعض الدراسات وجود حاجة لقياس مواطنة الشركات بهدف تطويرها. فقد اعتبرت دراسة (موريسون، 2003) (Morrison, 2003) أنه يمكن تطوير مواطنة الشركات من خلال تطوير دورها في المجتمع، ويكون ذلك عن طريق القياس. إلا أن قياس مواطنة الشركات تحيط بها إشكالية كبيرة، فاختلاف الكتاب حول تعدد المفاهيم المستخدمة المرادفة لمفهوم مواطنة الشركات، وبالتالي اختلافهم حول تعريفاته، وكذلك اختلافهم حول كيفية استخدامه،

وتجاوز الاستخدام المحلي للمفهوم إلى الاستخدام العالمي، أدى إلى جدل حول كيفية قياسه، والمقصود بقياس المفهوم، تحويل المفهوم من مجرد مفهوم نظري يحيطه الكثير من الجدل النظري، إلى مفهوم ملموس قابل للقياس كمياً.

الإشكالية التي يمكن ملاحظتها عند قياس مواطنة الشركات، اعتبار الشركات عند قياس "مواطنة الشركات" من خلال تشبيهها بالمواطنة الفردية. فعند محاولات قياس مواطنة الشركات انطلاقاً من تشبيهها بالمواطنة الفردية، فيتم اعتبار الشركات ككيانات مشابهة للمواطنين الأفراد، منطلقين في هذا التشبيه استناداً إلى نظرية العقد الاجتماعي التي تتمحور حول وجود عقد اجتماعي بين المواطن وحكومته، وبالتالي تتحد علاقة المواطنة الفردية وفق هذه النظرية بين أعضاء المجتمع (المواطنين) والحكومة فقط بالتالي فإن قياس المواطنة الفردية استناداً لتلك العلاقة المحددة بين المواطن والحكومة أسهل من قياس مواطنة الشركات. وتكمن مشكلة قياس مواطنة الشركات في اعتبار الشركات كأفراد إذ أن الشركة الكبيرة القوية اقتصادياً تتمتع بموقع يشبه الحكومة، وبالتالي لا يمكن عند قياس مواطنة الشركات تشبيه الشركات بالأفراد. فبعض الشركات متعددة الجنسيات كما أشارت بعض الدراسات قد تتجاوز قوتها الاقتصادية والاجتماعية قوة بعض الدول والحكومات.

إشكالية قياس مواطنة الشركات كذلك ستختلف عن قياس المواطنة الفردية، إذ أن المواطنة الفردية يمكن أن تتحدد بعلاقة بين الفرد والحكومة وفق نظرية العقد الاجتماعي، لكن مواطنة الشركات فلا يمكن أن تتحدد علاقتها باتجاه واحد فقط وهي الحكومة، فوفق النظرية الاجتماعية إذا ما طبقنا مواطنة الشركات وفقاً لنظرية العقد الاجتماعي سنجد عقوداً اجتماعية متعددة للشركات، عقداً بين بين الشركة والمجتمع؛ وآخر بين الشركة والحكومة؛ وثالث بين الشركة ومجموعات أصحاب المصلحة في الشركة، ورابع بين الشركة والموظفين، وخامس بين الشركة والبيئة.

ويختلف الباحثون حول كيفية قياس مواطنة الشركات إن كان ينبغي أن يتم قياس اتجاهات واستجابات ناحية الالتزامات الاجتماعية للشركة، سواء أكانوا موظفين أو مساهمين، من خلال قياس سلوكيات الشركة المسؤولة والتزاماتها ناحية المجتمع أو ناحية البيئة. لذلك حاولت بعض الدراسات قياس مفهوم المواطنة بهدف أن تقدم محاولة لكيفية تطويره كدراسة (ميجنان وفيريل، 2000) (Maignan and Ferrell، 2000)، لكن نجد في دراستهما أنهما ركزا على الشق المتعلق بالتزامات الشركة، فتارة ناقشا إمكانية تطوير مواطنة الشركات بتطوير التزاماتها ناحية موظفيها، أو ناحية المجتمع، أو ناحية البيئة. حيث يرى أن مواطنة الشركات يمكن أن تتطور بسرعة عبر مجموعة متنوعة من المبادرات الشعبية، مثل تمويل تعليم الموظفين، وتشجيع برامج تدريب الأخلاقيات لهم، واعتماد سياسات صديقة للبيئة، ورعاية الأحداث الاجتماعية.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى أن فهم إشكالية مفهوم "مواطنة الشركات" تنطلق أساساً من إشكالية مفهوم المواطنة الفردية، فمواطنة الشركات يستند إلى جوهر الفكرة القائمة عليها مفهوم المواطنة مفهوم "مواطنة الشركات". وجوهر فكرة مفهوم المواطنة قائمة على علاقة بين فرد وحكومته، وثانياً تتحدد وفق شقين حقوق وواجبات (التزامات) تتحدد من خلال وسائل قانونية. والإشكالية المفاهيمية التي تحيط بمفهوم مواطنة الشركات تكمن في قصور معالجة مفهوم مواطنة الشركات انطلاقاً من مفهوم المواطنة الفردية، إذ أن:

1. بعض الدراسات في معالجتها لمواطنة الشركات تنطلق من منظور المواطنة المتعلقة بالالتزامات، فيما تنطلق دراسات أخرى من منظور المواطنة المتعلق بالحقوق. فالدراسات التي عالجت مواطنة الشركات انطلقت أساساً من شق المواطنة المتعلق بالحقوق باعتبار أن الشركة هي أداة لخلق الثروات وهو من حق لها، أما ما فيما يتعلق بمواطنة الشركات الشق المتعلق بالتزامات الشركة فتوصلت تلك الدراسات إلى أن أي التزامات الشركة ينبغي أن تتماشى مع جني الثروة. أما الدراسات التي انطلقت في معالجة مواطنة الشركات انطلاقاً من شق المواطنة المتعلق بالالتزامات فوجدت أن مواطنة الشركات تعني بالنسبة لها أن تفي الشركة بالتزاماتها بغض النظر عن حقوقها بجني الثروة.

2. الإشكالية الرئيسية الأخرى لمواطنة الشركات أن يتم معالجتها دون تحديد علاقة الشركة مع أي جهة تحديداً عند الحديث عن مواطنة الشركات. فإذا تم تطبيق نظرية العقد الاجتماعي لمواطنة الشركات سنجد عقوداً اجتماعية متعددة للشركات، عقداً بين الشركة والمجتمع؛ وآخر بين الشركة والحكومة؛ وثالث بين الشركة ومجموعات أصحاب المصلحة في الشركة، ورابع بين الشركة والموظفين، وخامس بين الشركة والبيئة، وهو ما يخلق إشكالية كبيرة بالنسبة لمواطنة الشركات. فيما تستند المواطنة الفردية عن معالجتها إلى علاقة محددة بين الفرد والحكومة. توصلت الدراسة أيضاً إلى أنه نجم عن الإشكاليتين الرئيسيتين في معالجة مواطنة الشركات إشكاليات أخرى متعلقة بمواطنة الشركات وهي:

1. وجود إشكالية مفاهيمية لتعدد المفاهيم التي تُستخدم أحياناً بشكل مرادف لمفهوم مواطنة الشركات، مثل مفهوم المسؤولية الاجتماعية ومفهوم سلوكيات المواطنة التنظيمية، وأحياناً تُستخدم بشكل مختلف ويتم تمييزها عن مفهوم مواطنة الشركات. ويمكن ملاحظة الإشكالية بالنسبة لمفهوم سلوكيات المواطنة التنظيمية فمن يعتبره مرادفاً لمواطنة الشركات ينظر للمفهومين انطلاقات من سلوكيات الشركة نفسها وبالتالي لا يجدها مختلفة عن مواطنة الشركات، ومن يجدها مختلفين ينظر إلى مفهوم سلوكيات المواطنة التنظيمية يختص بسلوك العاملين في المنظمة وواجباتهم. أي أن دراسة علاقة الشركات غير محددة في علاج حقوق أو التزامات مواطنة الشركة. إن كان يتم الحديث عن علاقة الشركة مع موظفيها، أو علاقتها مع المجتمع أو إن كان يتم الحديث عن العلاقة المحددة بين موظفي الشركات تجاه زملائهم أو تجاه الشركة أو تجاه أفراد المجتمع. وبالنسبة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، فاعتبرت دراسات أن مفهوم مواطنة الشركات مرادف لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، وجدت دراسات أخرى أنهما ليسا كذلك لأن مفهوم المواطنة أوسع (يشمل حقوق وواجبات) فالشركة لها حقوق وعليها واجبات وليس من واجباتها حل كل مشاكل المجتمع وإنما فقط التي تسببت بها. كذلك الإشكالية نجمت حوله لأن علاقة الشركة لم تتحدد وفق نظرية العقد الاجتماعي للمواطنة إن كانت تجاه المجتمع أو المساهمين أو الموظفين الخ.

2. ظهور إشكالية مواطنة الشركات متعلقة بكيفية إلزام الشركات بواجباتها ومسؤولياتها الاجتماعية، حيث تراوح الحدل بالنسبة لإلزام الشركات بواجباتها ومسؤولياتها الاجتماعية بين من يعتقد أنه ينبغي إلزامها عن طريق الوسائل القانونية، وبين من يعتقد أن التزامها بواجباتها ومسؤولياتها الاجتماعية ذلك من خلال خطط تطوعية من الشركة نفسها دون إلزام بوسائل قانونية. لكن إشكالية المواطنة الفردين في علاقتها بين المواطن والحكومة، فتم حلها من خلال الوسائل القانونية.

3. بروز إشكالية جديدة نتيجة استخدامات جديدة لمفهوم مواطنة الشركات متعلقة بظهور مفهوم مواطنة الشركات العالمية، فهناك أساساً من يؤيد إمكانية وجود "مواطنة عالمية"، وبين من يعارض ذلك. وتتضح هذه الإشكالية أكثر أنه لا يتم الانطلاق من مفهوم المواطنة من خلال الشق الثاني من المواطنة المتعلق بالحقوق، ولا بعلاقتها مع الدولة، وإنما من خلال دورها الاجتماعي المسؤول لتخفيف الأضرار التي قد تتسبب بها الشركات العالمية متعددة الجنسيات على مستوى العالم منها تأثيراتها السلبية على البيئة.

4. إشكالية الآثار المترتبة على استخدام مواطنة الشركات، التي تتلخص بالإشكالية بين من يعتبر أن مواطنة الشركات لها فوائد إيجابية على الشركة نفسها بتحقيق أرباح له، وعلى المجتمع وعلى المواطنين على كل من الشركة من أصحاب أسهم وموظفيها، كذلك لها فوائد إيجابية على المجتمع، وبين من اعتبر أن مواطنة الشركات لها مضار على الشركة وموظفيها حتى لو حققت بعض الفوائد على المجتمع. وبين من يعتقد بوجود جانب مظلم لمواطنة الشبكات، فقيام الشركات بواجباتها من خلال برامج ونشاطات مجتمعية مختلفة تكون مكلفة للشركة وغالباً ما تكون على حساب حجم أرباح المساهمين، أو على حساب مشروعات المنظمة التوسعية. كذلك هناك من يعتقد أن الشركات فشلت في التعامل مع مخاطر وتأثيرات وممارسات الشركات الناجمة عن أعمالها. وتتضح إشكالية الآثار المترتبة على استخدام مواطنة الشركات تتضح إشكالية الآثار المترتبة على مفهوم مواطنة الشركات واستخدامه، إذا ما عرفنا أن كثير من الجدل القائم حول الآثار المترتبة على مفهوم مواطنة الشركات وكيفية تطبيقه واستخدامه تنبع من عدم تحديد تأثير مواطنة الشركات على أي جهة تحديداً، أي إن كانت تؤثر على المجتمع، أم على البيئة، أم على موظفي الشركة، أم تؤثر على المساهمين فيها.

5. إشكالية قياس مواطنة الشركات، وتتضح هذه الإشكالية باختلاف الباحثين حول كيفية قياس مواطنة الشركات إن كان ينبغي أن يتم قياس اتجاهات واستجابات ناحية الالتزامات الاجتماعية للشركة، سواء أكانوا موظفين أو مساهمين، من خلال قياس سلوكيات الشركة المسؤولة والتزاماتها ناحية المجتمع أو ناحية البيئة. فعند محاولات قياس مواطنة الشركات انطلاقاً من تشبيهها بالمواطنة الفردية، فيتم اعتبار الشركات ككيانات مشابهة للمواطنين الأفراد، في حين رفضت دراسات أخرى اعتبار الشركات كأفراد إذ أن الشركة الكبيرة القوية اقتصادياً تتمتع بموقع يشبه الحكومة، أو أقوى وبالتالي لا يمكن عند قياس مواطنة الشركات تشبيه الشركات بالأفراد.

مراجع الدراسة

1. Andrew, Dobson, Angel Valencia Saiz (eds.) (2006) **Citizenship, Environment, Economy**, New York: Routledge, 23-38.
2. Andriof, Jorg, Malcom McIntosh (eds.) (2001) **Perspectives on Corporate Citizenship**, Sheffield: Greenleaf Publishing, 83-108.
3. Bagnoli, Mark, Susan G. Watts, (2003) 'Selling to socially responsible consumers: competition and the private provision of public goods', *Journal of Economic Management and Strategy*, 12 (3), 419-445.
4. Banerjee, Subhabrata Bobby (2007) **Corporate Social Responsibility: The Good, the Bad and the Ugly**, Cheltenham: Edward Elgar.
5. Carroll, Archie B., Ann K. Buchholtz, (2015) **Business & Society: Ethics, Sustainability, and stakeholder Management**, 9, USA: Cengage Learning.

6. Corporate Social Responsibility: concepts, Methodologies and Applications (ed.) (2018) Corporate Social Responsibility: concepts, Methodologies and Applications, USA: IGI Global, 833-860.
7. Flynn, Gbriel (ed.) (2008) Leadership and Business Ethics, New York: Springer, 251-268.
8. Garriga, Elisabet, Domènec Melé (2004) 'Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory', Journal of Business Ethics, 53 (1-2), 51-71.
9. Idowa, Samuel O., Celine Louche (eds.) (2011) Theory and Practice of Corporate Social Responsibility, New York: Springer, 55-72.
10. Idowu, Samuel O. et al. (eds.) (2017) Corporate Social Responsibility in Times of Crisis: Practices and Cases from Africa and the World, Switzerland: Springer, 129-146.
11. Isin, Engin F., Peter Nyers (eds.) (2014) Routledge Handbook of Global Citizenship Studies, Oxon: Routledge 75-85.
12. Janoski, Thomas, (1998) Citizenship and civil society: A frame work of rights and obligations in liberal, traditional, and social democratic regimes, Cambridge: Cambridge University Press.
13. Lin, Chieh-Peng et al. (2010) 'Modeling Corporate Citizenship and Its Relationship with Organizational Citizenship Behaviors', Journal of Business Ethics, 95 (3), 357-372.
14. Luo, Xueming, C. B. Bhattacharya (2006) 'Corporate Social Responsibility, Customer Satisfaction, and Market Value', Journal of Marketing, 70 (4), 1-18.
15. Maignan, Isabelle, O. C. Ferrell: (2000) 'Measuring Corporate Citizenship in Two Countries: The Case of the United States and France', Journal of Business Ethics, 23(3), 283-297.
16. Matten, Dirk, Andrew Crane (2005) Corporate Citizenship: Towards an extended theoretical conceptualization, Academy of Management Review ,30 (1), 166–179.
17. May, Steve et al. (eds.) (2007) The Debate over Corporate Social Responsibility, New York: Oxford University Press, 74-86.
18. Morrison, Janet (2003) 'Corporate Citizenship: More than a Metaphor?', The Journal of Corporate Citizenship, 10, 89-102.
19. Mullerat, Ramon, (2010) International Corporate Social Responsibility: The Role of Corporations in the Economic Order of the 21st Century, The Netherlands: Kluwer Law International.
20. Norris, Christopher, (2010) The Deconstructive Turn: Essays in the rhetoric of Philosophy, New York: Routledge.
21. Pies, Ingo, Peter Koslowski (eds.) (2011) Corporate Citizenship and New Governance: The Political Role of Corporations, New York: Springer. 19- 39.
22. Piper, Nicola, Anders Uhlin (eds) (2004) Transnational Activism in Asia: Problems of Power and Democracy, London: Routledge. 1-26.
23. Podsakoff, Philip M et al. (eds.) (2018) The Oxford Handbook of Organizational Citizenship Behavior, New York: Oxford University Press, 255-284.
24. Rubenstein, Doris, (2004) The Good Corporate Citizen: A Practical Guide, New Jersey: Wiley.
25. Scherer, Andreas G., Guido Palazzo (eds.), (2008) Handbook of research on Global Corporate Citizenship, Cheltenham: Edward Elgar, 25-50.
26. Siegel, Donald S., Donald F. Vitaliano (2007) 'An Empirical Analysis of the Strategic Use of Corporate Social Responsibility', Journal of Economics & Management Strategy, 16 (3), 773-792.
27. Sylvestre, John et al (eds.) (2017) Housing, Citizenship, and Communities for People with Serious Mental Illness: Theory, Research, Practice, and Policy Perspectives, New York: Oxford university Press, 212-231.
28. von Lieres, Bettina, Laurence Piper (eds.) (2014) Mediated Citizenship: The Informal Politics of Speaking for Citizens in the Global South, London: Palgrave Macmillan. 1-22.
29. Waddock, Sandra, Neil Smith (2002) 'Relationships: The Real Challenge of Corporate Global Citizenship', Business and Society Review, 105 (1), 47-62.
30. Whitehouse, Lisa, (2003) 'Corporate Social Responsibility as Citizenship and Compliance: Initiatives on the Domestic, European and Global Level', The Journal of Corporate Citizenship, 11, 85-98.
31. Wood, Donna J. (1991) 'Corporate Social Performance Revisited', Academy of Management Review, 16 (4): 691-718.