

[المجلد: الخامس / العدد: الثاني / (أكتوبر 2021) / الصفحات: 115-128]



المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال «بين الواجب الأخلاقي والبحث عن الاستدامة»



بوقلع وداد⁽¹⁾.

⁽¹⁾ باحث دكتوراه، مخبر دراسات اقتصادية حول

✉ w.boukalaa@centre-univ-mila.dz

المناطق الصناعية في ظل الدور الجديد للجامعة،

المركز الجامعي ميله [الجزائر]

تاريخ النشر: 2021/10/30

تاريخ القبول: 2021/10/18

تاريخ الإرسال: 2021/05/14

الملخص: تهدف هذه الورقة البحثية إلى تسليط الضوء على أهمية ضرورة تطبيق منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية كواجب أخلاقي ودورها في بقاء واستمرارية منظمات الأعمال، وقد توصلت الدراسة إلى أن منظمات الأعمال وباعتبارها جزءا لا يتجزأ من المجتمع ملزمة بالقيام بواجباتها الأخلاقية اتجاه المجتمع والبيئة وذلك من خلال تطبيقها لبرامج المسؤولية الاجتماعية الخاصة بها، وهذا الالتزام ينعكس إيجابا في تحقيق أهداف المجتمع وأهداف المنظمة التي تسعى إلى تعزيز مركزها التنافسي وضمان استمراريته واستدامتها.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، منظمات الأعمال، الاستدامة، الواجب الأخلاقي.

تصنيف «جال»: L29، Q56، M14.



* البريد الإلكتروني للمُرسل: w.boukalaa@centre-univ-mila.dz

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

جامعة زيان عاشور «الجلفة»



[Vol. 05\N°: 02\ (October 2021)\Pages: 115- 128]

Social Responsibility In Business Organizations
«Between Moral Duty
And The Search For Sustainability»



Boukalaa Widad^{*(1)}.

⁽¹⁾ University Center of Mila [Algeria]  w.boukalaa@centre-univ-mila.dz

Received: 14/05/2021

Accepted: 18/10/2021

Published: 30/04/2021

Abstract: This research paper aims to highlight the importance and necessity of business organizations applying social responsibility as an ethical duty and its role in the viability and continuity of business organizations, The study found that business organizations, as an integral part of society, are obliged to carry out their ethical duties towards society and the environment by applying their social responsibility programs, This commitment is reflected positively in the achievement of community objectives and goals of the organization seeking to strengthen their competitive position and to ensure its continuity and sustainability.

Keywords: Social responsibility; Business organizations; Sustainability; Moral duty.

«JEL» Classification: M14, Q56, L29.

* Corresponding author: nebboumajid@univ-adrar.edu.dz



مقدمة: يشهد العالم اليوم جملة من التطورات والتغيرات المتسارعة كنتيجة لعدة ظواهر، على رأسها العولمة وما رافقها من تحرير للأسواق والتطور التكنولوجي الكبير، انعكس في زيادة حدة المنافسة في الأسواق واتجاه منظمات الأعمال نحوى بحث استراتيجيات تضمن لها البقاء ضمن المنافسة دون الإضرار بمصالح المجتمع والبيئة حفاظاً على سمعتها وصورتها المجتمعية، خاصة في ظل الوعي المنتشر وبروز العديد من المنظمات والأصوات المطالبة بعدم الإضرار بالبيئة والتحلي بمبادئ المسؤولية والشفافية والعدالة والسعي نحو تحقيق التنمية المستدامة.

وهنا برز مفهوم المسؤولية الاجتماعية كتوجه استراتيجي معاصر لمنظمات الأعمال، يضمن لها الموازنة بين أهدافها والقيام بواجبها الأخلاقي اتجاه المجتمع، خاصة وأن تبني منظمات الأعمال لممارسات المسؤولية الاجتماعية يحسن من صورة المنظمة ويكسبها سمعة طيبة لدى مختلف الأطراف داخل أو خارج المنظمة، وبالتالي فهي تدعم بذلك فرص استمراريتها واستدامتها، ومن هذا المنطلق سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية تسليط الضوء أهمية وضرورة تطبيق منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية كواجب أخلاقي ودورها في بقاء واستمرارية منظمات الأعمال، وعليه فإن إشكالية بحثنا تتمحور حول:

ما هي المبررات التي تجعل من ممارسة المسؤولية الاجتماعية واجب أخلاقي لمنظمات الأعمال وليس

مجرد البحث على الاستمرارية والاستدامة؟

وتتفرع من هذا التساؤل الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

__ ما المقصود بالمسؤولية الاجتماعية؟

__ ما هي مختلف أبعادها وفيما تتمثل أهمية ممارساتها لمنظمات الأعمال؟

- ما هي الدوافع وراء اتجاه منظمات الأعمال نحو تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية؟

__ ما هي المجالات التي تركز عليها منظمات الأعمال في ممارسة المسؤولية الاجتماعية؟

أهمية الدراسة: تبرز أهمية الدراسة من أهمية المسؤولية الاجتماعية بأبعادها المختلفة كتوجه حديث يربط المؤسسة بالمجتمع الذي تنتمي إليه وتتأثر به وتؤثر فيه، وبموجب هذا العقد تلتزم منظمة الأعمال بالوفاء بواجبها الأخلاقي اتجاه المجتمع والبيئة وبالمقابل تحسن سمعتها وتضمن استمرارها واستدامة أعمالها.

هدف الدراسة: إن الهدف من هذه الدراسة هو تسليط الضوء على موضوع المسؤولية الاجتماعية وضرورة تبنيها، وتحمل منظمات الأعمال لمسؤوليتها الاجتماعية كواجب أخلاقي اتجاه المجتمع والبيئة، وملاحظة الانعكاسات الإيجابية لهذه الممارسة على المجتمع والمنظمة.

منهج الدراسة: من حيث المنهج تم الاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي لمعالجة إشكالية الدراسة والأسئلة المرتبطة بها.

تقسيمات الدراسة: وقد تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة محاور رئيسية:

المحور الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية؛

المحور الثاني: المسؤولية الاجتماعية واجب أخلاقي واستدامة لمنظمات الأعمال؛

المحور الثالث: تجارب ممارسة المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال.

المحور الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية

إن التغيرات والتطورات التي تشهدها بيئة الأعمال وما تفرضه من تحديات على منظمات الأعمال، جعل هذه الأخيرة تلجأ إلى تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية كتوجه استراتيجي تضمن من خلالها الموائمة بين أهدافها وأهداف المجتمع الذي هي جزء منه، وتعتبر المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال في الوقت الراهن من المقاييس التي يتم من خلالها الحكم على درجة تميز منظمات الأعمال.

أولاً. مفهوم المسؤولية الاجتماعية: ليس هناك تعريف موحد للمسؤولية الاجتماعية يحظى بإجماع مختلف الباحثين، لذلك سوف نتطرق إلى مجموعة من التعريفات كما يلي:

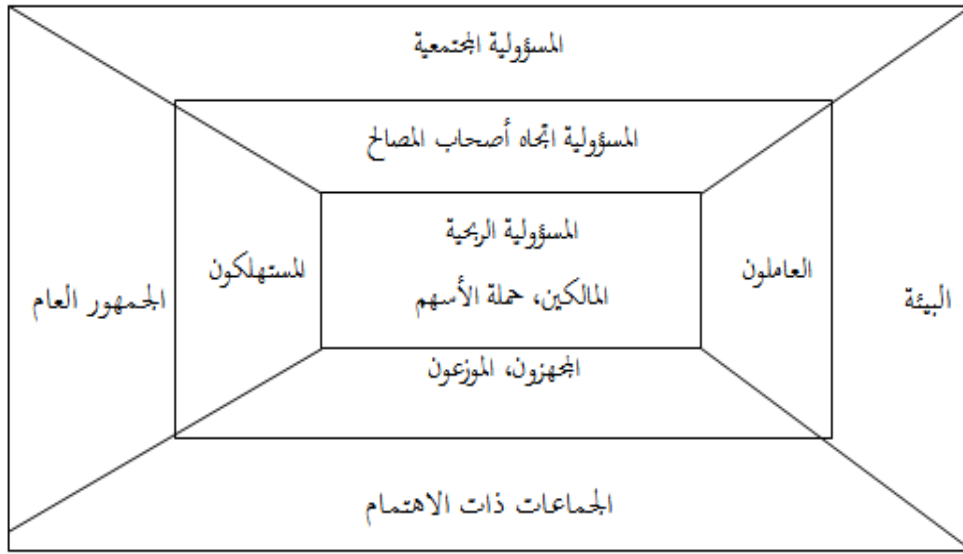
عرفها هولمز (Holmes) بأنها "التزام المؤسسات اتجاه المجتمعات التي تمارس فيها أنشطتها، عن طريق المساهمة بمجموعة من الفعاليات الاجتماعية مثل محاربة الفقر، تحسين خدمات الصحة ومكافحة التلوث، إيجاد فرص عمل، والمساهمة في حل مشاكل النقل والمواصلات والإسكان والتعليم وغيرها." ¹ من الملاحظ أن هذا التعريف قد ركز على جانب المساهمات التي تقدمها المؤسسات للمجتمع الذي تنشط فيه، بينما يعرف "Milton Friedman" المسؤولية الاجتماعية حسب وجهة نظره أن الوظيفة الأساسية للمؤسسة تنحصر بالدرجة الأولى في تعظيم الربح، وأن ممارساتها للأنشطة ذات الطبيعة الاجتماعية سيقود إلى زيادة حقيقية في التكاليف، وسينعكس هذا سلباً على عوائدها الاستثمارية وأرباحها النهائية ². هذا التعريف يركز على الجانب الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية وتوجيه الجهود نحو تحقيق الربح، في حين حدد Berkowitz (1997) المسؤولية الاجتماعية في ثلاثة مفاهيم أساسية تمثلت في ³:

1. المسؤولية اتجاه تحقيق الأرباح: ويشير إلى أن مسؤولية المنظمة كانت تتمثل في تحقيق الأرباح للمالكين وحملة الأسهم؛

2. المسؤولية اتجاه أصحاب المصالح: تركز على ضرورة الاهتمام بتلبية أهداف أصحاب المصالح من مستهلكين، عاملين، مجهزين وموزعين؛

3. المسؤولية اتجاه المجتمع: تشير إلى ضرورة الاهتمام بالبيئة والمجتمع ككل، وذلك من خلال الاهتمام بما تطرحه الجماعات ذات العلاقة مثل جماعة السلام الأخضر، والتي تنادي بتعزيز السلوكيات الإيجابية اتجاه البيئة مثل التسويق الأخضر. هذه المسؤوليات الثلاثة يجسدها الشكل التالي:

الشكل رقم (01): المفاهيم الثلاثة لمسؤوليات منظمات الأعمال



المصدر: عبد القادر بريش وزهير غراية، دور القطاع الخاص في الجزائر في تعميق مبادئ وممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات، مداخلة في إطار المنتدى الدولي الثالث حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، أيام 14_15 فيفري 2012، ص03.

يتضح من خلال التعريف والشكل أن المسؤولية الاجتماعية تمس حقوق جميع الأطراف داخل وخارج المنظمة، من عمال ومساهمين وملاك... الخ داخل المنظمة، المستهلكين والبيئة... الخ على المستوى الخارجي.

ثانيا. المسؤولية الاجتماعية من منظور المنظمات الدولية

حظي موضوع المسؤولية الاجتماعية باهتمام كبير من قبل المنظمات الدولية على غرار البنك الدولي ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، كما تباينت وجهات نظر هذه المنظمات حول ماهية المسؤولية الاجتماعية، يلخص لنا الجدول أدناه المسؤولية الاجتماعية من منظور المنظمات الدولية.

الجدول رقم (01): المسؤولية الاجتماعية والمنظمات الدولية

المنظمة	التعريف
البنك الدولي	التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل على تحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة والتنمية في آن واحد.
غرفة التجارة العالمية	كافة المحاولات التي تساهم في تطوع الشركات لتحقيق التنمية بسبب اعتبارات أخلاقية واجتماعية.
منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية	التزام المنظمة بالمساهمة في التنمية الاقتصادية مع الحفاظ على البيئة والعمل مع العمال وعائلاتهم والمجتمع بشكل عام بهدف تحسين جودة الحياة لجميع هذه الأطراف.
المنظمة الدولية للتقييس iso26000	هي مسؤولية المنظمات عن قراراتها وأنشطتها التي تؤثر على المجتمع والبيئة من خلال التزامها بالشفافية والسلوك الأخلاقي.
معهد الأمم المتحدة لبحوث التنمية الاجتماعية	السلوك الأخلاقي لمنظمة ما اتجاه المجتمع وتشمل سلوك الإدارة المسؤولة في تعاملها مع الأطراف المعنية التي لها مصلحة شرعية في منظمة الأعمال وليس مجرد حاملي الأسهم.
المجلس العالمي للأعمال من أجل التنمية المستدامة	تعهد من قطاع الأعمال بالمشاركة في التنمية الاقتصادية المستدامة من خلال العمل مع العاملين وعائلاتهم والمجتمع المحلي والإقليمي بغرض تحسين جودة حياتهم.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

-مليفة علالي، دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين تنافسية المؤسسات الاقتصادية، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، الجزائر، عدد 22، ديسمبر 2017، ص ص 277_278.

-حسين بومنجل وداود معمر، مرجع سبق ذكره، ص 135.

-محمد شقراني، المسؤولية الاجتماعية وأثرها على الموارد البشرية في منظمات الأعمال، مجلة المعيار، الجزائر، عدد 16، ديسمبر 2016، ص ص 252_253.

انطلاقاً مما سبق نستنتج أن المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال سلوك أو عقد أخلاقي ينظم تعاملاتها المجتمعية داخل المنظمة وخارجها، والتزام المنظمة بالسلوك الأخلاقي يساهم في تعزيز مركزها التنافسي من خلال الصورة الذهنية التي تخلقها المنظمة لنفسها لدى مختلف المستهلكين والمجتمع ككل مما ينعكس إيجاباً على أدائها، كما تساهم في تحسين جودة حياة المجتمع وبالتالي المساهمة في التنمية المستدامة.

ثالثاً. أهمية المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال

تنعكس أهمية المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في المزايا التي تحققها كل من منظمة الأعمال، المجتمع والدولة، ويمكن تلخيصها كما يلي:⁴

1. بالنسبة لمنظمة الأعمال: تعمل المسؤولية الاجتماعية على تحسين صورة المنظمة في المجتمع وخاصة لدى العملاء والعمال، كما تؤدي إلى تحسين مناخ العمل ببعث روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف، وهي تمثل أيضا تجاوبا فعالا مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع كما أن هناك فوائد أخرى تتمثل في المردود المادي والأداء المتطور من جراء تبني هذه المسؤولية؛

2. بالنسبة للمجتمع: تعتبر المسؤولية الاجتماعية وسيلة للاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص وهو جوهر المسؤولية الاجتماعية للشركات، وكذلك تعمل على تحسين نوعية الخدمات المفيدة للمجتمع، وزيادة الوعي بأهمية الاندماج التام بين المؤسسات ومختلف الأطراف ذات المصالح؛

3. بالنسبة للدولة: يؤدي الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية إلى تخفيض الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهامها وخدماتها الصحية والتعليمية، الثقافية والاجتماعية الأخرى، وتؤدي أيضا إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية والمساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة.

رابعا. أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

تشكل المسؤولية الاجتماعية من أربعة أبعاد أساسية، وهي:⁵

1. البعد الاقتصادي: تتمثل بسعي المنظمة لأن تكون أعمالها مجدية اقتصاديا ونافعة وتزيد من قيمة المنظمة ماديا ومعنويا، ومناسبة لحماية العاملين من الأخطار والأضرار التي قد يتعرضون لها أثناء عملهم مع توفير العدالة الوظيفية وإتاحة الفرص لتقدم العاملين في وظائفهم؛

2. البعد القانوني: تلتزم المنظمة بموجبها بإطاعة القوانين والتشريعات وعدم الإخلال بها وذلك من خلال رفضها الأعمال الغير قانونية والغير مشروعة وبهذا تكسب ثقة المستهلك، وعادة مسؤوليتها في هذا البعد ما تحددها الحكومات بقوانين وأنظمة وتعليمات محددة يجب أن لا تخترقها المنظمات، وكذلك يشمل البعد المساءلة الاجتماعية وهي حق الأفراد ومنظمات المجتمع المدني في طلب من المسؤولين تقديم توضيحات وتبريرات اللازمة لأصحاب المصلحة حسب كيفية استخدام صلاحياتهم وكيف يتم تنفيذ واجباتهم؛

3. البعد الأخلاقي: اعتماد هذا البعد على أنشطة المنظمة لمراعاة القيم الأخلاقية والالتزام بالأعمال الصحيحة والابتعاد عن إلحاق الضرر بالآخرين، والقرارات التي تتخذها المنظمة يجب أن تكون عادلة ونزيهة وصادقة وتتمتع بقدر كبير من الشفافية؛

4. البعد الإنساني (الاجتماعي): تعمل المنظمة في الاهتمام بتوزيع موارد المجتمع وتحسين نوعية الحياة مع مراعاة الجانب الخيري في أدائها والاهتمام بالعدالة والمساواة في التوزيع. ويمكن توضيح هذه الأبعاد في الجدول التالي:

الجدول رقم (02): أبعاد المسؤولية الاجتماعية

العناصر الأساسية	العناصر الفرعية	البعد
الاقتصادي	المنافسة العادلة	الاقتصادي
	التكنولوجيا	
القانوني	قوانين حماية المستهلك	القانوني
	حماية البيئة	
	السلامة والعدالة	
الأخلاقي	المعايير الأخلاقية	الأخلاقي
	الأعراف والقيم الاجتماعية	
الاجتماعي	نوع التغذية، الملابس، الخدمات، النقل العام، الذوق العام.	الاجتماعي

المصدر: سميرة لغويل، مرجع سبق ذكره، ص 305.

إذن ومن خلال الجدول نلاحظ أن المسؤولية الاجتماعية الكلية تتشكل بالجمع بين مختلف أبعادها المتمثلة في البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الأخلاقي والبعد الاجتماعي.

المحور الثاني: المسؤولية الاجتماعية واجب أخلاقي واستدامة لمنظمات الأعمال

لطالما أثار موضوع المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال بطابعه الإلزامي جدلا واسعا بين جمهور الباحثين، بين من يراه واجبا ومن يراه خيارا، نحاول في هذا الجزء من الدراسة تسليط الضوء حجية تطبيق المسؤولية الاجتماعية من جهة نظر بعض الباحثين، والمزايا التي تحققها منظمات الأعمال من تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية.

أولا. الترابط بين المسؤولية الاجتماعية والسلوك الأخلاقي والاستدامة:

تفترض النظريات الأخلاقية أن الأفراد وكلاء أخلاقيون (Moral Agents)*، وبطبيعة الحال ورغم اختلاف منظمات الأعمال عن الأشخاص الطبيعيين إلا أنه من المنطقي أن تعامل كوكلاء أخلاقيين من منطلق أنها تمتلك هياكل صنع القرار الخاص بها وخياراتها، ولا تتطلب وجهة النظر الأخلاقية أن تراعي منظمات الأعمال مصالح الآخرين فحسب، بل تتطلب أن تربط مصالحها وأهدافها بمصالح وأهداف الآخرين. على عكس مفكري السوق الحرة الليبراليين الجدد الذين يدعون أن منظمات الأعمال ملزمة بتعظيم الأرباح وتعظيم قيمة المساهمين فقط، والواقع أن فريدمان المؤيد الشهير لهذه الفلسفة الاقتصادية التحررية ورغم دفاعه عن هذا الموقف إلا أنه دعا إلى تعظيم الأرباح مع مراعاة الامتثال للقواعد الأساسية للمجتمع، سواء تلك المنصوص عليها في القانون أو المجسدة في العرف الأخلاقي، وبالتالي يمكن فهمه على أنه يدعم الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية ولكن بشكل محدود.⁶

أما من وجهة نظر الكيان الحقيقي "The Real Entity" والتي ناقشها آفي يون، يرى أن منظمة الأعمال تشبه الفرد في حقوقه والتزاماته الأخلاقية، أي أن نظرنا إلى أنشطة المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال التي لا علاقة لها بالمنظمة ولكنها مفيدة للمجتمع ككل، يجب أن تكون هي نفس نظرنا لمثل هذا السلوك إذا قام به الأفراد، ويؤكد في نفس الوقت على أنه لا ينبغي إلزام الأفراد والمنظمات قانونا بمساعدة أعضاء المجتمع الآخرين ولكن يتم الإشادة بهم إذا فعلوا ذلك، وبالتالي قد لا يكون مطلوبا من منظمات الأعمال أن تشارك في المسؤولية الاجتماعية لكن ينبغي تشجيعها إذا قامت بذلك.⁷

وهذا الرأي مشابه لفكرة آدم سميث الذي يرى أن هناك ترابط بين النشاط الاقتصادي والسلوك الأخلاقي، إذ يقول في كتابه "نظرية الوجدان الأخلاقي": «ينبغي على المرء أن ينظر إلى نفسه على أنه مواطن في هذا العالم، وعضو في جمهورية الطبيعة وليس فردا مستقلا منفصلا عن العالم، ومن أجل مصلحة هذا العالم الكبير ينبغي عليه أن يضحي بمصلحته الشخصية الصغيرة في كل الأوقات». وعلى الرغم من أن آدم سميث نظر للفرد على أنه الوحدة المكونة للمجتمع، فإن المبدأ المذكور ينطبق تماما على منظمات الأعمال وإدارتها، ومن ثم يحملها الالتزام الأخلاقي نفسه أثناء أداء أنشطتها الاقتصادية كونها أحد مكونات المجتمع، إذ ينبغي أن تنظر لنفسها كجزء من المجتمع الذي تعمل فيه وليس كيانا مستقلا منفصلا عن المجتمع وعليها أن تضحي بمصلحتها الذاتية في أي وقت تتعارض فيه مع مصلحة المجتمع، وهنا نرى أسس المسؤولية الاجتماعية.⁸

وعليه تحقق المسؤولية الاجتماعية المنفعة المتبادلة بين المجتمع ومنظمة الأعمال، ذلك أنها تمثل عقدا بين المنظمة والمجتمع تلتزم بموجبه المنظمة بإرضاء المجتمع وتحقيق مصالحه، من خلال قيامها بالكثير من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر ومكافحة التلوث وخلق فرص العمل وحل الكثير من المشاكل، ومن جهة أخرى فإنه من المهم الاستثمار في المجالات المختلفة للمسؤولية الاجتماعية مثل الأعمال الخيرية، بحيث أصبحت تعد استراتيجية كونها تجلب منافع كبيرة للمنظمة كزيادة المبيعات أو تعزيز الصورة الذهنية⁹، أي أن قيام منظمات الأعمال بدورها اتجاه المسؤولية الاجتماعية يضمن إلى حد ما دعم جميع أفراد المجتمع لأهدافها ورسالتها التنموية والاعتراف بوجودها والمساهمة في إنجاح أهدافها وفقا لما خطط له مسبقا¹⁰، وخاصة فيما يتعلق بهدف استمرارية واستدامة منظمة الأعمال ضمن بيئة أعمال تتصف بكونها شديدة التعقيد والتطور.

ثانيا. مزايا تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال:

منظمات الأعمال وجراء تبنيها لبرامج المسؤولية الاجتماعية تحقق العديد من المكاسب خاصة على المدى البعيد، نذكر أهمها في النقاط التالية¹¹:

- تحسين وتطوير صورة المنظمة أمام المجتمع؛
- تمثل المسؤولية الاجتماعية الحالة الأفضل للمستثمرين وذلك عن طريق رفع قيمة الأسهم في الأمد البعيد، لما تحظى به منظمة الأعمال من ثقة لدى المجتمع، وما تقوم به للحد من المخاطر التي يمكن أن تتعرض لها مستقبلا؛
- القوانين والتشريعات لا يمكنها أن تستوعب كل التفاصيل المرتبطة في المجتمع ولكن بوجود المسؤولية الاجتماعية في الأعمال فإنها ستمثل قانونا اجتماعيا؛
- إن لم تقم منظمات الأعمال بمهامها في تحقيق المسؤولية الاجتماعية ومساعدة المجتمع في معالجة وحل المشكلات التي يعاني منها فإنها يمكن أن تفقد الكثير من قوتها التأثيرية في المجتمع؛
- الوقاية من المشكلة أفضل من علاجها لذلك من المناسب ترك المنظمات لتعمل في المجتمع لتجنب المشكلات قبل أن تتعاظم ويصعب علاجها.

المحور الثالث: تجارب ممارسة المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال

أظهرت الدراسات أن قيام منظمات الأعمال بتطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية يؤثر بدرجة كبيرة على سمعة وصورة المنظمة في المجتمع مما ينعكس إيجابا على أداء المنظمات، لذلك نجد أغلب منظمات الأعمال الكبرى والرائدة عالميا تطبق برامج المسؤولية الاجتماعية وتخصص لها حيزا كبيرا من الاهتمام، سنحاول في هذا الجزء تسليط الضوء على ممارسات المسؤولية الاجتماعية في بعض منظمات الأعمال العالمية، وعلى وجه التحديد: شركة قوقل (Google)، شركة ابل (Apple)، وشركة إنتل (Intel).

أولا. شركة قوقل (Google):

تعتبر من أكبر الشركات المتخصصة في مجال الإعلان المرتبط بالبحث عن طريق الانترنت وإرسال رسائل البريد الإلكتروني كما تقدم العديد من المنتجات والخدمات لعملائها عبر العالم. تصدرت قوقل سنة 2015 المؤشر العالمي للمسؤولية الاجتماعية، والذي تصدره مؤسسة التقييم الرائدة "reputation institute" تصنف المائة (100) شركة الأفضل في تطبيق المسؤولية الاجتماعية، وتعتمد في التقييم على سبعة معايير: المنتجات/الخدمات من حيث الجودة، حوكمة الشركات (الشفافية وأمانة الشركة)، الابتكار (التجديد)، الأداء (حجم العائدات المالية)، بيئة العمل (جذب الموظفين والمعاملة)، المواطنة (حماية البيئة ودعم الأهداف المجتمعية)، إضافة إلى أربعة معايير نفسية: حجم التقدير والإعجاب، الثقة ونوعية المشاعر التي تحظى بها الشركة¹²، ومن الممارسات التي تقوم بها الشركة في إطار مسؤوليتها الاجتماعية نذكر¹³:

1. **البرامج الخيرية:** تشترك في عدة برامج من بينها برنامج تمويل اللاجئين، حيث دعت الشركة الجميع للتبرع لصالح اللاجئين على أن تساهم بدولار عن كل دولار يتم التبرع به، ونجحت في جمع 09 ملايين دولار لصالح أربع منظمات: أطباء بلا حدود، أنقذوا الأطفال، اللجنة الدولية للإنقاذ والمفوضية العليا للاجئين التابعة للأمم المتحدة؛

2. **الاهتمام بالبيئة:** حصلت على درجات عالية في إطار ممارساتها البيئية، وتستثمر في برامج الحد من استهلاك الطاقة، وتمويل مشاريع الطاقة المتجددة بقيمة ملياري دولار؛

3. **الاهتمام بالموارد البشرية:** تعمل على توفير أفضل بيئة عمل للموظفين، وتترفع على قوائم الشركات المفضلة للخريجين، وتعهدت الشركة بزيادة تعيين الأقليات من النساء والأجناس العرقية المختلفة؛

4. **ثانيا. شركة ابل (Apple):**

من أكبر الشركات الرائدة في تصميم وتطوير الإلكترونيات الاستهلاكية والبرمجيات وخدمات الانترنت، احتلت المركز السابع في تقرير مؤشر المسؤولية الاجتماعية لسنة 2015، وصنفت ضمن أفضل 20 شركة عالمية من حيث السمعة، تمارس الشركة مسؤوليتها الاجتماعية على النحو التالي¹⁴:

1. **الاهتمام بالأعمال الخيرية:** خصصت الشركة 325 مليون دولار للمشروعات التعليمية والصحية ومكافحة الفقر، سنة 2012 تبرعت بـ 50 مليون دولار لمباني جديدة لمستشفى جامعة ستانفورد، وسنة 2014 تبرعت بـ 500 ألف دولار لمكافحة الفقر في ولاية سان فرانسيسكو، كما أسست برنامجا يربط بين مساهمات الموظفين المالية بالأعمال الخيرية فاقت قيمته 25 مليون دولار، إضافة إلى برنامج العمل التطوعي في الشركة حيث تدفع عن كل ساعة يقضيها العامل في الشركة مقابل مالي للمنظمات الخيرية؛

2. **الاهتمام بالتعليم:** تبرعت الشركة سنة 2015 بأكثر من 40 مليون دولار لصندوق كلية ثرجود مارشال الذي يدعم كليات وجامعات أصحاب البشرة السمراء من أجل خلق فرص للمتشحين من الأقليات لشغل أولى

وظائفهم في شركة ابل (الابتكار لا يأتي بدون التعدد)، كما خصصت على مدى أربع سنوات 10 مليون دولار للنساء وتكنولوجيا المعلومات لمضاعفة المنح الدراسية والتدريب العلمي، إضافة إلى التبرع بـ 100 مليون دولار في صورة منتجات من الشركة لتعزيز استخدام الطلاب الفقراء للتكنولوجيا في المدارس لمدة غير محددة.

3. جانب الاهتمام بالبيئة:¹⁵ سعيًا منها لتقليل الآثار البيئية للشركة فقد تمكنت ابل من جلاء استثمارها في الطاقة المتجددة من جعل منشآتها تعمل بنسبة 100% بالطاقة المتجددة سنة 2018 (الكهرباء المستخدمة تأتي من مصادر الطاقة المتجددة) وذلك نتيجة لسعي الشركة الدائم للابتكار وتطوير الأبحاث في هذا المجال، كما خفضت الشركة نسبة الانبعاث الكربوني إلى 01% من إجمالي التأثير الكربوني للشركة، وتعمل الشركة على دعم مورديها للانتقال إلى استخدام الطاقات المتجددة.

ثالثًا. شركة إنتل (Intel)¹⁶:

تصنف من أكبر الشركات المتخصصة في رقاقات ومعالجة الكمبيوتر، وقد احتلت المركز السابع في قائمة أفضل مائة (100) شركة تقوم بمسؤوليتها الاجتماعية لعام 2015 الصادرة عن مجلة المسؤولية الاجتماعية للشركات، وقد تحصلت الشركة على أكثر من 80 جائزة دولية عن تلك الأنشطة من أبرزها:

1. في مجال الاهتمام بالتنمية البشرية: في عام 2010، تبرع نصف موظفي الشركة بأكثر من مليون ساعة من الخدمة للمدارس والمنظمات غير الربحية

2. في مجال الاهتمام بالبيئة: تهم الشركة بإصدار منتجات أقل استخدامًا للطاقة الكهربائية، على سبيل المثال: خلال الفترة (2008_2010) تعتبر الشركة أكبر متبرع لاستهلاك الطاقة النفطية في الولايات المتحدة الأمريكية؛

3. في مجال الاهتمام بالأجيال المستقبلية: قامت الشركة باستثمار أكثر من مليار دولار خلال الفترة (2000_2010) لتنمية العملية التعليمية في العالم بالتعاون مع الرئيس الأمريكي بإجمالي تكلفة بلغت 200 مليون دولار، ولتحسين مقررات الرياضيات والعلوم في النظام التعليمي في الولايات المتحدة الأمريكية.

الخاتمة:

حاولنا من خلال هذه الدراسة معالجة إشكالية المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال بين الواجب الأخلاقي والبحث عن الاستدامة، وقد توصلنا إلى جملة من النتائج نلخصها في النقاط التالية:

- أن منظمات الأعمال جزء لا يتجزأ من المجتمع، يرتبط وجودها واستمراريتها واستدامتها وحتى مركزها التنافسي بالمجتمع، إذ يعتبر هذا الأخير مصدر عوامل الإنتاج المختلفة، اليد العاملة والزبائن والمودين ومختلف الموارد مصدرها واحد ألا وهو المجتمع إضافة إلى أن ما تنتجه من سلع وخدمات يوجه إلى المجتمع الذي يحكم على منظمة الأعمال وما تنتجه استنادًا إلى سمعتها والصورة الذهنية عن المنظمة لدى المستهلكين والمجتمع بصفة عامة.

- المسؤولية الاجتماعية سلوك أو عقد أخلاقي ينظم تعاملات منظمات الأعمال المجتمعية داخليا وخارجيا؛
- بالنسبة لأهمية المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال يمكن التمييز بين أهمية معنوية وأهمية مادية، تعكس الأهمية المعنوية سعي منظمة الأعمال نحو تحسين صورتها في المجتمع وخاصة لدى العمال والمستهلكين وتحسين مناخ العمل، أما الأهمية المادية فتتمثل في تحسين المردود المالي والأداء المتطور.
- للمسؤولية الاجتماعية أربع أبعاد رئيسية، البعد الأول اقتصادي يدرس تأثير المسؤولية الاجتماعية على قيمة المنظمة ماديا ومعنويا، والبعد الثاني قانوني يدرس مدى التزام المنظمة بالقوانين والتشريعات وعدم الإخلال بها، إضافة إلى حق أصحاب المصالح في المساءلة الاجتماعية للمنظمة، والبعد الثالث أخلاقي يدرس مدى مراعاة المنظمة والتزامها بالقيم الأخلاقية في تعاملاتها، أما البعد الرابع فهو إنساني يدرس الجانب الخيري للمنظمة.
- من خلال استعراض المسؤولية الاجتماعية لبعض الشركات العالمية لاحظنا أن غالبية منظمات الأعمال تركز في ممارسة مسؤوليتها الاجتماعية في المجالات المرتبطة بالأبعاد الاقتصادية والاجتماعية أو الإنسانية للمسؤولية الاجتماعية وبالأخص الأعمال الخيرية ودعم التعليم والمحافظة على البيئة لأن هذه المجالات مركز اهتمام المجتمع.

بناءً على نتائج الدراسة نقترح التوصيات التالية:

- بما أن منظمات الأعمال تعمل في بيئة شديدة التعقيد والتطور يصعب فيها البقاء والمحافظة على مركزها التنافسي ينبغي على هذه المنظمات مضاعفة جهودها في سبيل بناء علاقات وثيقة مع المجتمع الذي تعمل فيه وتأثر وتتأثر به.
- ينبغي على منظمات الأعمال الاستفادة من تجارب الشركات الكبرى من خلال تركيز هذه الشركات على الأعمال الخيرية في إطار ممارسة مسؤوليتها الاجتماعية بالتركيز على الصحة والتعليم وكل البرامج التي تساهم في تطوير المجتمع وتحسين جودة الحياة.
- وفي الأخير يمكننا القول أن تبني منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية يجب أن يكون واجب أخلاقي تلتزم به قبل أن يكون توجه أو استراتيجية أعمال.

الهوامش والإحالات:

¹ حسين بومنجل وداود معمر، دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين ظروف العمل بالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مجلة التواصل في العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، عدد 05، جوان 2017، ص 135.

² سميرة لغويل، المسؤولية الاجتماعية: المفهوم، الأبعاد، المعايير، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، عدد 27، ديسمبر 2016، ص 302.

³ عبد القادر بريش وزهير غراية، دور القطاع الخاص في الجزائر في تعميق مبادئ وممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات، مداخل في إطار الملتقى الدولي الثالث حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، أيام 14_15 فيفري 2012، ص 03.

⁴ محمد عبد القادر حساني ومحمد الأمين شرقي، المسؤولية الاجتماعية للشركات النفطية في قطاع المحروقات الجزائري، مجلة الباحث، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، مجلد 18، عدد 01، 2018، ص311.

⁵ ميسون عبدا لله أحمد الشملة وسجى نذير حميد الصراف، المسؤولية الاجتماعية مدخل لتحقيق التميز التنظيمي، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، جامعة تكريت، مجلد 1، عدد 41، جزء 01، 2018، ص89.

*الكلاء الأخلاقيون: مصطلح يطلق على كل فرد يستطيع التحكم في تصرفاته، يميز بين الخطأ والصواب، ويتحمل مسؤولية تصرفاته.

⁶ Gribnau Hans JLM & Ave-Geidi Jallai, **Good tax governance: A matter of moral responsibility and transparency**. Nordic Tax Journal, no.01, 2017, pp73_75.

⁷ Avi-yonah & Reuven s, **corporate taxation and corporate social responsibility**, New York university journal of law & business, vol 11, no.01, 2014, p21.

⁸ رواد الأعمال، المسؤولية الاجتماعية للشركات، مقال منشور على الموقع الإلكتروني: www.rowadalaamal.com أطلع عليه بتاريخ 2021/02/10.

⁹ وهبية مقدم، تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة وهران، الجزائر، 2013_2014، ص99.

¹⁰ السعيد قاسمي وآخرون، المسؤولية الاجتماعية كخيار فعال لاستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، المركز الجامعي ميلة، 2017، ص76.

¹¹ نفس المرجع، ص ص 76_77.

¹² قوقل تتصدر المؤشر العالمي للمسؤولية الاجتماعية، للعام الثاني 2015، مقال منشور على الموقع الإلكتروني: <http://golf.argaam.com>، تاريخ الاطلاع: 2021/02/05.

¹³ نفس المرجع.

¹⁴ حنان سليمان، المسؤولية الاجتماعية للشركات، ابل تتحول لمؤسسة خيرية بعد جوبز، 2016، موقع رواد الأعمال: <https://enterepreneuralarabiya.com>، اطلع عليه بتاريخ: 2021/02/04.

¹⁵ الموقع الإلكتروني لشركة أبل: www.apple.com، أطلع عليه بتاريخ 2021/02/04.

¹⁶ أحمد محيي خلف صقر، المسؤولية المجتمعية للشركات في العالم العربي والعالمي دراسة تحليلية: مقارنة بين الفكرين الإسلامي والوطني مع عرض تجارب عالمية لبعض الدول والشركات، دار التعليم الجامعي، مصر، 2019، ص157.