



Germany: Berlin 10315

Gensinger – Str: 112

<https://democraticac.de/?cat=29271>

مجموعة من المؤلفين

المركز العربي الديمقراطي



المركز الديمقراطي العربي
للمدارس الاستراتيجية، الاقتصادية والسياسية

Democratic Arab Center
for Strategic, Political & Economic Studies



كتاب جماعي محكم

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات
بين المقاربات النظرية والممارسات التطبيقية



إشراف وتنسيق:
د. منير بن دريدي

المركز الديمقراطي العربي
ألمانيا - برلين

رقم التسجيل: VR.33679.B

الطبعة الأولى: 2019





المركز الديمقراطي العربي
للدراسات الاستراتيجية، الاقتصادية والسياسية
Democratic Arabie Center
for Strategic, Political & Economic Studies

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات بين المقاربات النظرية والممارسات التطبيقية

Corporate Social Responsibility

Between theoretical approaches and applied practices

الطبعة الأولى 2019

رقم التسجيل VR.33679.B

إشراف وتنسيق

د. بن دريدي منير

تأليف

مجموعة من الباحثين

الناشر

المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية

برلين-المانيا

:Germany

Berlin 10315 Gensinger- Str: 112 Tel: 0049-Code Germany

54884375 -030

91499898 -030

86450098 -030

mobiltelefon : 00491742783717



لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو أي جزء منه أو تخزينه في نطاق استعادة المعلومات أو نقله
بأي شكل من الأشكال دون إذن مسبق من الناشر

المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية

رئيس المركز الديمقراطي العربي

أ. عمار شرعان

إشراف وتنسيق

د. بن دريدي منير جامعة سوق اهراس، الجزائر

رئيس اللجنة العلمية

د. طرابلسي عبد الحق جامعة سوق أهراس، الجزائر

اللجنة العلمية

أ.د. بن دريدي فوزي، جامعة سوق أهراس، الجزائر.

أ.د. فريحة محمد كريم، جامعة عنابة، الجزائر.

أ.د. عادل ريان محمد ريان، جامعة أسيوط، مصر.

أ.د. حاجي دوران، جامعة جلشيم، تركيا.

د. رضا سلاطنية، جامعة سوق أهراس، الجزائر.

د. بن دريدي منير، جامعة سوق اهراس، الجزائر.

د. نادرة ناصيف، باحثة في التعليم الدولي، الولايات المتحدة الامريكية.

د. منصور عبد القادر منصور، جامعة الأقصى بغزة، فلسطين.

د. محمد جبالة، جامعة معسكر، الجزائر.

د. معتز سوبجاكي، جامعة الجنان، لبنان.

التصميم الفني والإخراج:

أ. ياسين بروك، جامعة سوق اهراس، الجزائر.

الفهرس

الصفحة	العنوان
05	تقديم
	الفصل الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات
07	1. المسؤولية الاجتماعية؛ إشكالية المفهوم والخلفية المعرفية د. جبالة محمد، د. مقدم مختارية
30	2. التطورات العلمية والأطر النظرية للمسؤولية الاجتماعية رضا فولى عثمان ثابت حسن
64	3. المسؤولية الاجتماعية للشركات: المفهوم والأبعاد، دوافع الانخراط وتحديات التنفيذ أ. أسماء يوسف
94	4. الأصول النظرية والتطور التاريخي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية د. حسناء مشري، د. مسالنة سفيان
	الفصل الثاني: المسؤولية الاجتماعية والمواطنة
114	1. المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية وهوية المجتمع د. بن دريدي منير، د. طرابلسي عبد الحق
	الفصل الثالث: مجالات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات
127	1. المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في تحقيق التنمية المستدامة د. منصور عبد القادر منصور، د. زعرور نعيمة، د. السبتي وسيلة
145	2. ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المشروعات الصغيرة د. ماجد قاسم عبده السياني
	الفصل الرابع: اتجاهات وفوائد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات
174	1. الاتصال المسئول كدعامة لترسيخ الصورة الذهنية للمؤسسات في ظل المسؤولية الاجتماعية أ. عائشة قره، أ. كنزة حامدي
191	2. الإتصال المؤسّساتي والجمهور الداخلي للمؤسسة في ضوء مبادئ المسؤولية الاجتماعية أ. ياسين بزوك، أ. د. أمال نؤاري
	الفصل الخامس: أبعاد المسؤولية الاجتماعية: الاجتماعية، الاقتصادية، الأخلاقية، القانونية، البيئية، الخيرية... الخ.
208	1. سياق البعد الاجتماعي للمسؤولية الاجتماعية أ. خالد غربي، أ. محمد مسعي احمد
226	2. أبعاد المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال بين الفكرين الإسلامي والوطني د. بن عياد محمد سمير، أ. منصورى هواري، د. بسبع عبد القادر

3. تفعيل مقومات بناء المنظمة الأخلاقية لتعزيز المسؤولية الاجتماعية الملزمة وغير الملزمة
للمؤسسة الجامعية

240 د. إلهام منصوري

4. المسؤولية الاجتماعية وتطبيق البعد البيئي بمؤسسات الاسمنت في الدول العربية

263 دراس يامنة

الفصل السادس: الممارسات الإدارية والتحلي بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات

1. الجامعة البيئة الداعمة لممارسة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في ضوء مواصفات "الإيزو
26000"

275 د. ذهبية الجوزي

2. دور محددات الحوكمة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية

297 د. تفرات يزيد، د. ملاح ونام، د. عمارة ياسمين

3. التدقيق الاجتماعي كآلية لتفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة

318 د. بن يمينة خيرة، أ. بن يمينة فاطيمة الزهراء

الفصل السابع: إستراتيجية المؤسسات والشركات في تبني المسؤولية الاجتماعية

1. أثر برنامج حوار مجتمعي حول المسؤولية المجتمعية للمؤسسات في التشريع لتنظيم مبادراتها
وتمويل أنشطتها بالأردن

335 د. فواز رطوط، ختام سالم الشنيكات

2. خصوصية المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية: دراسة حالة بنك الكويت الوطني
(ب.ك.و.)

364 د. أبوبكر خوالد، أ. خير الدين بوزرب

3. المسؤولية الاجتماعية للشركات كحتمية إستراتيجية لممارسة الأعمال: الخيارات الاستراتيجية
والتوجهات العامة

385 د. روابحية عيسى

الفصل الثامن: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات اتجاه العمل وتحديات بيئة الأعمال

1. واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية

404 د. بومنجل حسين

تقديم:

لم يعد الهدف الاساسي للمؤسسات والشركات في عصرنا الحالي البحث عن تحقيق أكبر قدر ممكن من الربح فقط، بل تعداه الى البحث عن تحقيق أرباح أخرى في المجالات غير الاقتصادية، ما جعلها تتجه للبحث عن الحلول للمشاكل الداخلية والخارجية التي كانت المتسبب الأول فيها نتيجة ممارستها لأعمالها وانشطتها، هذا ما ادى بها الى محاولة تبني استراتيجية جديدة تحفظ لها مكانتها في المجتمع من خلال تبني عديد المفاهيم منها المسؤولية الاجتماعية.

حيث تعتبر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات نشاطا طوعيا تقوم به للعمل بطريقة اجتماعية واقتصادية في ان واحد، حيث يهدف تبني المسؤولية عن أعمال المؤسسات الى تشجيع إحداث تأثير إيجابي من خلال أنشطتها على الموظفين، العملاء، البيئة والمجتمع.

من هذا المنطلق يأتي هذا الكتاب من أجل تسليط الضوء على هذا التوجه الجديد والحديث التي تعتمد المؤسسات والشركات لمحاولة تلميع صورتها سواء اتجاه مجتمعها الداخلي او اتجاه المجتمع الخارجي الذي يمارس عليها العديد من الضغوطات.

د. بن دريدي منير

الفصل الأول

"المسؤولية الاجتماعية؛ إشكالية المفهوم والخلفية المعرفية"

د. مقدم مختارية

جامعة معسكر

د. جبالة محمد

جامعة معسكر

الملخص:

تناول هذا المقال "إشكالية المسؤولية الاجتماعية"، حيث سعى إلى تحليل مختلف الآراء والأطروحات التي ارتبطت بها من حيث المفهوم (حدوده وأبعاده)، المجالات (القانونية، الاقتصادية، الاجتماعية، الأخلاقية... الخ)، وممارسة؛ بمعنى كيفية تمثلها واقعا من خلال مختلف عرض مختلف الأطروحات والاتجاهات النظرية المرتبطة بمختلف علماء العلوم الاجتماعية والإنسانية، والذين حاولوا أن يقدموا تفسيرات حولها نابعة من أيديولوجيتهم والمدارس المعرفية التي ينتمون إليها. الكلمات المفتاحية؛ المسؤولية، المسؤولية الاجتماعية، الخلفية المعرفية، العلوم الاجتماعية والإنسانية.

Abstract:

This article discusses the "social responsibility problem", as it seeks to analyze the various opinions and theses that have been associated with it in terms of concept (its limits and dimensions), areas (legal, economic, social, ethical, etc.) ; as a practice ; In the sense of how it is realistically represented by various presentations of various theses and theoretical trends associated with the various social and human sciences scientists, who tried to provide explanations about them stemming from their ideology and the knowledge schools to which they belong.

keywords; Responsibility, social responsibility, cognitive background, social and human sciences.

تمهيد:

تعتبر المسؤولية الاجتماعية من بين المفاهيم التي يمكن أن تثار حولها جملة من التساؤلات والتي يمكن أن ترقى لمستوى إشكاليات؛ نقول هذا من منطلق أن الإشكالية تعني في أبسط معانيها أنها قضية يكتنفها الغموض وتتضارب حولها الرؤى؛ وبالعودة إلى مفهومنا السالف الذكر وإسقاط هذا الطرح عليه نجد انه كذلك "إشكالية".

إن أول ما يتبادر إلى الذهن عند سماع مصطلح "المسؤولية" هو البعد القانوني (المدني والجزائي) للمفهوم لكن عند التعمق في دراسته، خاصة من وجهة نظر متعددة التخصصات، نجد أنه متشعب وواسع جدا؛ فهو يرتبط بالفلسفة (إشكالية الحرية والحمية)، علم النفس (إشكالية الأمان وقوة الشخصية)، الاقتصاد (إشكالية الربح ومدى اندماج المنظمات اجتماعيا)، علم الاجتماع (إشكالية النظام والتكيف الاجتماعي لوحدة المجتمع)، وعلوم الإعلام والاتصال (إشكالية المهنية ومراعاة الخصوصية الاجتماعية للمجتمع).

كما انه توجد قضية أخرى تتمثل في أن مفهوم المسؤولية يتضمن العديد من الأبعاد على غرار: المسؤولية القانونية، الأخلاقية، الاقتصادية، الاجتماعية، السيكلوجية، الإعلامية... الخ. فضلا عن أن أنها (المسؤولية بشتى أبعادها) ترتبط بمستويات: شخصية- فردية، جماعية، مؤسسية، بنائية (نسبة للبناء الاجتماعي)، مجتمعية، وحتى حضارية.

وبناءً على هذه التشعبات والامتدادات لمفهوم "المسؤولية" عامة ومفهوم "المسؤولية الاجتماعية" خاصة ظهرت الكثير من الأعمال العلمية التي حاولت أن تحصر حدود وأبعاد هذه الظاهرة، حيث بحثت: إشكالية المفهوم، أبعاده، مستوياته، وتمثلاته وكيفية معالجته واقعيا؛ وقد كان كنتيجة لهذه الجهود العلمية كثيرا من البحوث والاتجاهات النظرية في شتى مجالات العلوم الاجتماعية والإنسانية. وتحاول هذه المقالة أن تبين الأسس المعرفية التي تناولت ظاهرة المسؤولية الاجتماعية ضمن أهم الحقول العلمية التي يندرج هذا الموضوع ضمن اهتماماته. وفيما يأتي تفصيل لذلك:

1. في معنى مفهوم المسؤولية الاجتماعية: إن محاولة تحديد معنى المسؤولية الاجتماعية يتطلب التدقيق فيما يتعلق بحدوده وأبعاده، جوانبه ومجالاته؛ وهو ما يحتم علينا أن نتغلغل في مختلف التعريفات التي تدخل بصفة عامة ضمن مجالات العلوم الاجتماعية والإنسانية. وللقيام بهذا العمل المنهجي فانه يتوجب تحديد المعنى اللغوي أولاً، ثم المعنى الاصطلاحي لمفهوم المسؤولية ثانياً، ونختتم هذا العنصر بتوضيح معنى المسؤولية الاجتماعية.

1.1 - المسؤولية (Responsibility)؛ لغة:

يُعرف "المنجد في اللغة" المسؤولية بأنها: "ما يكون به الإنسان مسؤولاً ومطالباً عن أمور أو أفعال أتاها" (معلوف، دون سنة: 316). أما في اللغة الفرنسية فيعرف مصطلح (Responsabilité)، حسب القاموس الفرنسي المشهور (le Robert) بأنها تشير إلى العديد من المفاهيم عبر مستويات ثلاث؛ حيث تعني في

الأول: الواجب والالتزام؛ أما في الثاني، فهي المنصب، التكليف، والمهمة. وأخيرا فمعناها الخطأ وتبعاته (le fur, 2005 :1017). أما في اللغة الانجليزية فقد جاء في القاموس الانجليزي (Oxford) أنها ترتبط بواجب التعامل مع شيء ما أو رعاية جسم ما من هذا النوع، وما ينجر عنه من لوم إذا سارت الأمور بشكل خاطئ" (wehmeier, 2006 :1245).

إذن، وبناءً على المعنى اللغوي الذي تشير إليه مختلف القواميس باللغات الثلاث، فالمسؤولية تعني، مبدئياً، الواجب والالتزام المرتبط بشغل: مركز، مكانة، منصب، مهنة، وظيفة، مهمة... الخ وكل ما ينجر عنه من نتائج سواء كانت ايجابية أو سلبية؛ لكن ماذا عن المعنى الاصطلاحي؟

2.1- المسؤولية؛ اصطلاحاً: قبل تحديد المعنى الاصطلاحي للمسؤولية يجب الإشارة إلى أن هذا المفهوم واسع جداً ومتعدد ومتشعب لدرجة انه يشكل نقطة التقاء لكل العلوم الإنسانية والاجتماعية، وكل تخصص ينظر له من زاويته العلمية التي تميزه عن العلوم الأخرى؛ وسنحاول ضمن هذا العنصر أن نقدم تعريفات عديدة يقع مجالها ضمن أكثر من علم بهدف الاقتراب من معاني هذا المفهوم؛ وفيما يأتي تفصيل لذلك:

- يعرفها "لالاند" (Lalande) بقوله: "مكانة أو سمة ذلك الذي يمكن أن يدعى "للرد" على واقعة" (لالاند، مجلد02، 2008:1215). ويفصل "لالاند" أكثر عندما يصنفها إلى: "مسؤولية مدنية"؛ "واجب إصلاح الأذى اللاحق بالغير، في حدود صورة يحددها القانون" (لالاند، مجلد02، 2008:1216). و"مسؤولية جزائية"؛ "مكانة وسمة ذلك الذي يمكن أن يلاحق قضائياً، بصفة جزائية لجرم أو لجنحة" (لالاند، مجلد02، 2008:1216). و"مسؤولية أخلاقية"؛ "واجب أدبي، معنوي منصوص أو غير منصوص عليه في القانون، لإصلاح الأذى الذي الحق بالغير" (لالاند، مجلد02، 2008:1217). أما النوع الأخير، حسب، فهو "المسؤولية المعنوية"؛ وضع فاعل واع للأفعال التي أرادها حقاً. تكمن في ما يمكن حينئذ، أمام كل كائن عاقل، أن يكون من أسبابها، وان يتعين على المرء، بحسب قيمة الأسباب وطبيعتها، أن يتحمل ما يتعلق بها من لوم أو تقريط" (لالاند، مجلد02، 2008:1217).

- ويعرفها "جميل صليباً" بقوله: "المسؤولية، التبعية؛ تقول أنا بريء من مسؤولية هذا العمل. والمسؤول من الرجال هو المنوط به عمل تقع عليه تبعة. ويشترط في المسؤولية الحقيقية أن يكون قانون يأمر بالفعل، أو بالترك، ولن تكون مخالفة المرء لما يأمر به القانون صادرة عن إرادته. وتنقسم المسؤولية إلى مدنية، ومسؤولية جنائية، ومسؤولية أخلاقية" (صليباً، الجزء02: 369). وبذلك هو يضيف نوع جديد، عن سابقه (لالاند)، من المسؤولية هي "الجنائية"؛ وهي "التي تقع على شخص ارتكب مخالفة، أو جناحاً، أو جريمة" (صليباً، الجزء02: 369). كما انه أضاف أن "اصطلاح الشعور بالمسؤولية" يطلق على إدراك الفاعل لقيمة عمله وعزمه على الاضطلاع به" (صليباً، الجزء02: 370). وهو بذلك يتقارب ويتقاطع مع رأي "لالاند" لهذا المفهوم (الشعور بالمسؤولية) الذي أطلقه على المسؤولية الأخلاقية والمعنوية فقط (لالاند، مجلد02، 2008:1227).

- أما "عبد المنعم الحفني" فيعرفها بقوله: "هي الإقرار بما يصدر من أفعال وأقوال تترتب عليها نتائج قد تكون معنوية (الاحترام والتحقير)، أو اقتصادية (التعويض المالي عما يلحق الآخرين من أضرار)، أو قانونية (الثواب والعقاب)، أو دينية (الثواب والعقاب عند الله)، أو أخلاقية (المدح أو الذم)" (الحفني، دون سنة، 1308). أما عن أنواع المسؤولية فهو يرى أن "البعض يميز بين "المسؤولية الكاملة"، و"المسؤولية الجزئية"، و"المسؤولية المخففة" (الحفني، دون سنة، 1308). أما عن الإضافة التي قدمها "الحفني" في موسوعته هذه، فهي تتمثل في مناقشته للأساس الذي تقوم عليه المسؤولية؛ وهو يقول في ذلك: "وتقوم فكرة المسؤولية على الحرية، ومع أن القهر يحد من الحرية، ومن ثم يقلص المسؤولية. إلا أن المسؤولية تظل قائمة مادام الإنسان يفعل وتترتب على أفعاله مسؤوليات. ولو ظل الإنسان يتهرب من المسؤولية بعذر عجزه عن مواجهة الطغيان، لشارك بموقفه في دعم التسلط، وفي تمكين القيم الشريفة أن تسود فيعم ضررها الناس جميعا ومنهم الهارب من المسؤولية" (الحفني، دون سنة، 1308).

- وإذا انتقلنا إلى مجال علم القانون نجد أن المسؤولية تُعرف بأنها: "وسيلة قانونية تتكون أساسا من تدخل إداري ينقل بمقتضاه عبء الضرر الذي يدفع على شخص مباشرة، بفعل قوانين الطبيعة أو البيولوجيا، أو السيكلوجيا، أو القوانين الاجتماعية إلى شخص آخر ينظر إليه على أنه الشخص الذي يجب أن يتحمل هذا العبء" (عوايدي، 1998: 12).

- وتعرفها الموسوعة الاقتصادية والاجتماعية تعريفا سيكلوجيا تحت عنوان المسؤولية الموضوعية، حيث ورد فيها أنها: "مرحلة للحكم الأخلاقي على الأشياء وتظهر لدى الطفل في سن السابعة، ويحكم الأطفال خلالها على خطورة الفعل على أساس الأضرار المادية أو النتائج العيانية لهم" (اسماعيل عبد الفتاح، دون سنة: 459-460).

- أما "مادلين قرافيتز" (Madeleine Grawitz) فتعرفها بقولها: "هي عملية يتم بموجبها الإجابة (الرد) على شيء ما أو على شخص ما. وهو مفهوم بمفهوم آخر هو الحرية" (Grawitz: 2004, 355).

- ويعرفها "احمد زكي بدوي" بقوله: "التزام المرء نحو الغير وهي على أنواع، فمنها المسؤولية المدنية كالأب الذي يسأل عن فعل ابنه القاصر والمسؤولية التعاقدية، وتنشأ عن عدم تنفيذ التزام أو عن التقصير في تنفيذه، والمسؤولية الجنائية وتقضي بتوقيع العقوبة على مقترف جريمة أو جنحة طبقا لأحكام القانون" (بدوي، 1977: 357).

- أما "مصلح الصالح" فيحاول حصر معناها في النقاط الآتية:

- ✓ "إسناد فعل إلى شخص ما.
- ✓ حساب عن أعمال معينة.
- ✓ التزام المرء نحو الغير.
- ✓ استعداد الشخص للالتزام بعمل قام به والاعتراف بأنه صاحبه وتحمل النتائج المترتبة عليه.
- ✓ المسؤولية عدة أنواع فمنها المدنية والتعاقدية والجنائية" (مصلح، 1999: 458).

إن التدقيق فيما يتعلق بالتعريفات السابقة يمكننا من تسجيل ملاحظات مهمة: أولها، أنها تقع ضمن تخصص العلوم الاجتماعية والإنسانية (الفلسفة، علم النفس، القانون، علم الاجتماع) وهذا دليل على تشعب هذا المفهوم وتعدد جوانبه؛ أما الثانية فهي تشترك في حصر المسؤولية في قول أو فعل ما، بغض النظر عن مستواه (فردية، جماعية، مؤسسية، أو مجتمعية) و مجاله (سيكولوجي، اجتماعي، اقتصادي، بيئي... الخ) وما يترتب عليه من نتائج (سلبية أو ايجابية) يتحملها صاحبها أو الذي تقع ضمن دائرة واجباته ووظائفه ومهامه... الخ. كما أن للمسؤولية أبعاد (أنواع): مدنية، جزائية، أخلاقية، معنوية، كاملة، جزئية، مخفية، موضوعية؛ وأخيراً فهي تقوم على مبدأ الحرية (حتى وإن كانت هذه الأخيرة نسبية). هذا فيما يتعلق بالمسؤولية عامة، لكن ماذا يعني مفهوم المسؤولية الاجتماعية؟

3.1 - المسؤولية الاجتماعية (Social Responsibility):

بداية، وقبل تحديد معنى المسؤولية الاجتماعية، تجدر الإشارة إلى أن هذا المفهوم لا يرتبط فقط بتخصص واحد، حيث نجده منتشر في أغلب مجالات العلوم الاجتماعية؛ انه يعتبر من مباحث علم القانون، كما يرتبط بمجال علوم التسيير (المسؤولية الاجتماعية للشركات)، فضلاً عن انه يُعد من بين أهم المواضيع الأساسية التي يهتم بها علم الاجتماع عامة (وعلم اجتماع المؤسسات خاصة)؛ وضمن هذا السياق نجد "رافاييل. ج. كولومبو" (R. G. Colombo) يؤكد أن المسؤولية الاجتماعية تتمظهر وفق الكثير من المفاهيم حيث نجد البعض يتحدث عن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات أو المؤسسات (responsabilité sociale de l'entreprise ou entreprises)، المسؤولية الاجتماعية والبيئية للمؤسسة (responsabilité sociale et environnement de l'entreprise)، أو المسؤولية المجتمعية للمنظمات (responsabilité sociétale des organisations). وضمن مجالات أخرى يُستعمل مفهوم "مواطنة الشركات" (citoyenneté corporative) أو "الأداء المجتمعي للمؤسسة" (performance sociétale de l'entreprise) (Gagné, 2013: 05).

وبناءً على ذلك فإننا سنقوم، في المستوى الأول، بسرد مجموعة من التعريفات، ثم نحاول تحديد نقاط الالتقاء والتشابه والاختلاف؛ وفيما يأتي عرض لذلك:

- يعرفها "سيد عثمان" بقوله: "المسؤولية الفردية عن الجماعة، وهي مسؤولية الفرد أمام ذاته عن الجماعة التي ينتمي إليها" (العنزي، 2015: 201).

- كما عرفت تعريفاً قانونياً مفاده أنها: "الالتزام بإصلاح ضرر أحدثناه عن طريق الخطأ... أو في بعض الحالات حددها القانون في المخاطر التي تصدر عن نشاط معين مثل: حوادث العمل، والمسؤولية في حالات الشغب... الخ" (عوايدي، 1998، 13).

- وتُعرف أيضاً بأنها: "مجموع استجابات الفرد على مقياس المسؤولية الاجتماعية، تلك الاستجابات التي تعبر عن إدراك الفرد لمسؤوليته عن سلوكه والتزامه أمام ذاته وعن نفسه وعن الجماعة التي ينتمي إليها، وتتضمن معرفة الفرد لحقوقه وواجباته نحو نفسه وأسرته وزملائه ووطنه، وهذا يتم من خلال الالتزام

بتعاليم الدين وبالقيم الأخلاقية وبفهم مشكلات المجتمع وأوضاعه، والحرص على المشاركة الإيجابية والتعاون مع الآخرين من أجل على المحافظة على المجتمع والعمل على تقدمه وازدهاره" (عوابدي، 1998: 201).

- ويعرفها "برنكس" و"كميت" (Berkowitz and Kemmeth) بأنها: "الميل لإبداء المساعدة للآخرين من غير انتظار الحصول على أية منافع شخصية" (باقر، 2012: 540).

- وعرفها "الجبوري" بأنها: "الالتزام الذاتي والفعلي للفرد تجاه الجماعة وما ينطوي عليه من اهتمام بها، ومحاولة فهم مشكلاتها، والمشاركة معها في انجاز عمل ما مع الإحساس بحاجات الجماعة أو الجماعات الأخرى التي ينتمي إليها" (باقر، 2012: 541).

بناءً على التعريفات السالفة الذكر يتبين أن المسؤولية الاجتماعية التزام (سيكولوجي، أخلاقي، قانوني، مجتمعي، بيئي... الخ) يعتمد على الفاعل الاجتماعي (قد يكون فرداً، جماعة، مؤسسة، بناءً، مجتمعاً أو حتى حضارة) أثناء تفاعله مع الآخرين ويؤسس على معرفته لحقوقه وواجباته، ليس كفكرة بل كمبدأ (تطبيقها على أرض الواقع)، التي توجهها الخصوصية الاجتماعية والثقافية التي ينتمي إليها.

وبما أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية متشعب لدرجة انه يندرج ضمن اغلب مجالات ومباحث العلوم الإنسانية والاجتماعية، فانه يتوجب أن نشير، ولو بإيجاز، لما يسمى بالاتجاهات النظرية التي حاولت أن تفسر هذا الفعل؛ فعل المسؤولية واهم الافتراضات الأساسية التي قامت عليها مختلف المقاربات النظرية (الفلسفية، القانونية، البسكولوجية، الاقتصادية، والسوسيولوجية).

2. الاتجاهات النظرية المفسرة لظاهرة المسؤولية الاجتماعية:

تجدر الإشارة إلى أن الهدف من هذا العنصر هو إبراز الأسس المعرفية التي تقوم عليها المدارس النظرية التي تناولت ظاهرة المسؤولية الاجتماعية مع إبراز الإضافات العلمية التي قدمتها ضمن هذا المجال ومقارنتها، بعضها ببعض، ومناقشتها بهدف إبراز خصوصية ومنطلقات كل مدرسة على حدى، وكذا زاوية نظر كل تخصص ومجالات اهتمامه وأوجه القصور التي شابته. وفيما يأتي توضيح لذلك:

1.2- الفلسفة والمسؤولية الاجتماعية؛ إن الحديث عن مفهوم المسؤولية الاجتماعية من منظور الفلسفة يحيلنا مباشرة إلى الحديث عن مفهوم آخر الحري؛ فعندما يتعلق الأمر بالسببية على المستوى الإنساني وتحديد المسؤولية ينقسم الموقف الفلسفي من المسألة إلى رأيين اثنين: احدهما؛ يتبنى حرية الإرادة، وهم أنصار الاحتمية تماشياً مع التصور الروحي للجزء. وعلى العكس ينكر الرأي الثاني الحرية ويتبنى مذهب الحتمية (جملة الشروط الضرورية لتحديد ظاهرة ما) (Fauconnet, 1920: 176).

وتتمثل الحتمية في تضافر مجموعة عوامل داخلية وخارجية تحول بين المرء وبين أن يكون مختاراً في أفعاله مما يرفع المسؤولية عنه فيكون ضحية لا مذنباً. في المقابل يمكن تعريف الحرية بأنها الاستقلال عن العلل الخارجية لتكون أجناس هذا النوع هي الحرية المادية، المدنية أو السياسية، الحرية النفسية، والحرية الميتافيزيقية" (لالاند، المجلد 02، 2008: 732).

فالإنسان الحر مسؤول عن أفعاله وأقواله ومبادئه، وإجمالاً انه مسؤول عن إرادته باعتبار الإرادة هي القدرة على الاختيار. وبذلك يتحمل مسؤولية هذه الحرية على مستوى القانون الوضعي أو القانون الأخلاقي" (العرباوي، 2016: 27). وما تصور "كانط" (Kant) للحرية على أنها صورة معقولة متعالية إلا ليجعل منها مبدأ للأخلاق، لأنك لا تستطيع أن تتصور معنى الواجب من دون أن تتصور الإنسان حراً فيما يختار من سلوك (صليبيا، الجزء الأول، 1982: 464).

إن متلازمة المسؤولية والحرية تحيلنا إلى أن المسؤولية تبنى على الحرية كشرط ضروري لتحقيقها الذي تترتب عليه المسائلة القانونية في حال الفعل السالب الذي يُعرضه للعقاب، إذ لولا إرادة الاختيار الحرة مع القدرة الذاتية على الفعل المختار دون أكره أو إجبار لما كانت هناك معقولة للمسؤولية ولا مبرر للجزاء لأن المجتمع الإنساني يتحول إلى شبه غابة يأكل فيها القوي الضعيف، خصوصاً إذا لم تكن هناك قوانين وتشريعات تنظم العلاقات. لكن ما هي زاوية نظر علماء القانون فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية.

2.2- علم القانون والمسؤولية الاجتماعية؛ يتناول فقهاء القانون ظاهرة المسؤولية الاجتماعية من منظور قانوني، حيث نجد أن أغلب المؤلفات التي تناولت هذا الموضوع تستخدم مفهومين رئيسيين هما: "المسؤولية المدنية" والمسؤولية الجزائية؛ وفيما يخص مستوى تدخلنا ضمن هذا العمل فلن يتصل بهذه التفاصيل الجزئية، التي نتركها لأهلها. وفي المقابل سننكلم عما يسمى "المسؤولية القانونية" التي تؤسس على علاقة سببية بين فعل المسؤول وضرر المضرور.

وتتحدد "المسؤولية القانونية" بناءً على التشريع، ولاسيما القانون المدني الذي يؤكد مبدأ حتمية توفر علاقة السببية القانونية بين فعل المسؤول والضرر الناتج (مسؤولية الشخص عما يسببه بفعله الشخصي أو بفعل من يسال عنهم) (عوايدي، 1998: 16).

إذن فالمسؤولية القانونية ترتبط بكرة السببية (الفعل والضرر الناتج عنه) بهدف تحديد وترتيب المسؤوليات والمسؤولين عنها؛ وقد ظهرت محاولات تنظيرية في علم القانون تهتم بتحليل ومحاولة تفسير الفعل القانوني وتبعاته؛ وفيما يأتي وصف للأسس التي قامت عليها أهم المدرس القانونية:
أ. نظرية تكافؤ وتعادل الأسباب؛ تقوم الفكرة الأساسية لهذه النظرية حول ما يمكن أن نسميه "مبدأ المسؤولية القانونية المشتركة"، الذي يشير إلى انه في حالة وجود ضرر ما فمسؤوليته تتوزع بين الأطراف التي كانت سببا في حدوثه.

وقد قال بهذه النظرية الفقيه الألماني "فون بيري" (Von Buri)، ومؤداها أن كل سبب له دخل في إحداث الضرر، مهما كان بعيداً، يعتبر من الأسباب التي أحدثت الضرر، فجميع الأسباب التي تدخلت في إحداث الضرر متكافئة. وكل واحد منها يعتبر سبباً في إحداثه، ويكون للسبب دخل في إحداث الضرر إذا كان لولاه لما وقع الضرر... فإذا كان لشخص سيارة ولم يتخذ الاحتياطات المعقولة للمحافظة عليها فسرقت منه، وساقها السارق بسرعة كبيرة فدهس احد العابرة. كان هنا سببان في إحداث الضرر:

سرعة السائق وتقصير صاحب السيارة في المحافظة عليها؛ فالضرر ما كان ليقع لو لم يكن السارق مسرعا، وما كان أيضا ليقع أو لم يهمل صاحب السيارة فتسرق منه. فالسببان متكافئان في إحداث الضرر، وكلاهما يعتبر سببا في إحداثه" (السنهوري، 1952: 904-905).

ونظرا لتشعب أطروحات هذه النظرية ومطابقتها لأنها تحمل المسؤولية القانونية لكل الفاعلين الذين كانت أفعالهم سلبية (تقصير، سذاجة، إهمال... الخ) ممن يقع عليهم الضرر مباشرة، وكذا القائمين بالفعل غير السوي (الجانحين، المنحرفين، الجناة، المجرمين) الذين ينسبون الضرر لأكثر من طرف؛ وبما أن فقهاء هذه المدرسة يحملون مسؤولية الضرر لكلا الطرفين (الضار والمتضرر المتسبب في ضرر آخر نتيجة إهماله وتقصيره) فسرعان ما تم تجاوزها من قبل المهتمين بالقانون، حيث انتهجوا نظرة جديدة تقوم على تحميل المسؤولية لأصحابها الحقيقيين.

ب. **نظرية السبب الأخير المباشر؛** إن الفكرة الأساسية التي تبني عليها هذه المدرسة تصوراتها تتمثل في أنها تحمل مسؤولية الضرر الذي وقع لمن كان سببا أخيرا في حدوثه؛ فإذا عدنا إلى مثال اللص، السالف الذكر، الذي يسرق سيارة ويدهس شخص نتيجة السرعة الفائقة؛ فأنصار هذا التيار يحملون السارق، وحده، مسؤولية هذا الضرر دون إدخال صاحب السيارة، حتى وإن كان مقصرا في الحفاظ عليها من فعل السرقة.

ويتزعم هذه المدرسة الفقيه "باكون" (Bacon)؛ وهو يقر رفقة زملائه، "في مجال تفسير وتطبيق السببية القانونية بين الفعل الضار والضرر المتولد عنه، بان الفعل والعامل الأخير والأقرب للنتيجة الضارة والمتصل بها اتصالا ماديا مباشرا هو الذي يشكل سبب وقوع النتيجة الضارة، ويجب أن يحجب هذا السبب الأخير المباشر كل العوامل والأسباب السابقة المساهمة في حدوث النتيجة الضارة" (عوابدي، 1998: 19).

وقد انتقدت هذه النظرية من منطلق أنها تركز على السبب الأخير الذي أدى إلى حدوث الضرر، وتُهمل الجذور أو الأصول أو الأسباب الحقيقية التي ساهمت في حدوثه خاصة إذا راعينا عامل الإكراه والضغطات التي تلعب دورا أساسيا في عملية التفاعل الاجتماعي؛ فقد يكون الإنسان مكرها أو يعاني من ضغط شديد جعله يقبل على إتيان فعل ضار، فمن غير المعقول أن يتحمل، وحده، تبعاته.

ج. **نظرية السبب الأساسي والأقوى؛** ترى هذه النظرية أن الضرر المترتب على فعل ما تتعدد، عادة، أسبابه؛ بمعنى أنه لا يمكن، في كل حال من الأحوال، أن نجد سببا واحدا وراء حدوث فعل غير سوي بل تتعدد وتتوغل العوامل، فقد يكون منها ما هو مباشر وما هو غير مباشر، ظاهر وخفي. وهنا تطرح إشكالية من يتحمل مسؤولية الضرر في ظل تعدد الأسباب؟ ويجب أصحاب هذا التيار أن السبب الرئيسي والأساسي والقوي هو الذي يتحمل تبعات (المسؤولية القانونية الكاملة تقع عليه) فعل الضرر.

ومؤسس هذه النظرية هو "كارل بيركير" الذي يؤكد أن سبب النتيجة هو العامل الأقوى والأكثر إسهاما في إحداثها؛ بينما تُعتبر الأسباب الأخرى مجرد ظروف ساعدت "السبب الأقوى" الذي أدى إلى حدوث الضرر (بسام، 1984: 257).

إن أهم ما يمكن تسجيله حول أطروحات هذه النظرية هو أنها غير واضحة وغير دقيقة خاصة إذا تعلق الأمر ببعض مظاهر الضرر التي تتساوى فيها الأسباب وتتبادل وتتكافئ فيما يتعلق بحدوث الفعل الضار؛ وهو ما جعل هذه المدرسة لا تلقى قبولا لأنها لا تحيط ولا تأخذ بالحيثيات التي أدت إلى حدوث النتيجة الضارة وهو ما يحتم ظهور نظريات أخرى تراعي هذه الجوانب المهمة لإلقاء المسؤولية القانونية على من يستحقها.

د. نظرية السبب المنتج؛ تقوم هذه النظرية على فكرة انه يتوجب في البداية حصر الأسباب التي يمكن أن نسميها "الأساسية" و"الثانوية" التي أدت إلى حدوث الضرر؛ فالعوامل الأساسية (هم يسمونها المنتجة) هي التي يعتبرونها (وحدها) السبب المنتج لحدوث النتيجة الضارة، وبالتالي يحملونها المسؤولية القانونية. في المقابل يُنظر للعوامل الثانوية (هم يسمونها العارضة) على أنها سببية طبيعية (تحدث تلقائيا) وبالتالي لا يمكن أن نحملها المسؤولية.

ويعتبر "الفقيه الألماني" فون كريس (Von Kries) زعيم هذه النظرية، حيث يستعرض، رفقته زملائه، "الأسباب المتعددة التي كان لها دخل في إحداث الضرر، ويميزون بين الأسباب العارضة والأسباب المنتجة؛ ويقفون عند الثانية دون الأولى ويعتبرونها وحدها السبب في إحداث الضرر. وإذا قيل أن كلا من السبب المنتج والسبب العرض كان له دخل في إحداث الضرر، ولولاه لما وقع. إلا أن السببية بهذا المعنى هي السببية الطبيعية، ونحن إنما نريد السببية القانونية، فنبحث أي الأسباب التي يقف عندها القانون من بين الأسباب الطبيعية المتعددة ليعتبرها وحدها هي الأسباب التي أحدثت الضرر، والسبب العارض غير السبب المنتج. وإذا كان كلاهما تدخل في إحداث الضرر، ولولاه لما وقع، إلا أن السبب المنتج هو السبب المألوف الذي يحدث الضرر في العادة" (السنهوري، 1952: 905-906).

وقد لقيت هذه النظرية قبولا واسعا من قبل الفقهاء ورجال القانون لأنها تراعي مختلف جوانب العلاقة بين المسؤولية القانونية والسببية فيما يتعلق بفعل الضرر؛ وضمن هذا السياق يؤكد "عمار عوابدي" أنها أصبحت تمثل "النظرية الراجحة لأنها لما تمتاز به من موضوعية ومنطقية وعدالة وواقعية ونظرا لسهولة تطبيقها في الواقع؛ فلهذه النظرية أسس ومقومات عملية ونفسية وقانونية تجعلها النظرية الأسلم والآنجح في تحديد وتفسير وتطبيق فكرة علاقة السببية في نطاق المسؤولية القانونية بكل أنواعها" (عوابدي، 1998: 22).

إن أهم ما يمكن تسجيله حول مقولات هذه النظرية هو أنها أكثر واقعية ومنطقية عند تناولها لظروف وقوع الضرر من حيث بحثها في الأسباب المنتجة له؛ لكن، للتمكن من ذلك بشكل كبير، فإن الأمر يتطلب تمكنا من الهيئة القضائية على جميع المستويات، ليس القانونية فقط بل يتوجب على

القاضي، لتطبيق هذه النظرية على ارض الواقع وتحميل المسؤولية القانونية لمستحقيها، أن يكون لها تكويننا بسلوكياتنا، اقتصادياً، وسوسولوجياً أو الاستعانة بمستشارين ضمن التخصصات المذكورة آنفاً. وهو ما يجعلنا نؤكد مرة أخرى أن ظاهرة المسؤولية الاجتماعية متعدد الجوانب والأبعاد وتندرج ضمن مجال العديد من فروع العلوم الاجتماعية؛ لكن كيف تدرس المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر علم النفس؟

3.2- علم النفس والمسؤولية الاجتماعية؛ يتناول علماء النفس ظاهرة المسؤولية الاجتماعية من منظور بيكولوجي يؤسس على توظيف مقولات نظرية ومفاهيم نابذة من زاوية نظر هذا التخصص على غرار: العيش في أمان يشعر الإنسان بروح المسؤولية، المجتمع يمارس ظاهرة الهدم والإبداع، الثقة تنمي روح المسؤولية، امتلاك الفرد لقدرات (قوة الشخصية، التفاعل ايجابية وغيرها) تمكنه من التأثير في الآخرين؛ وعموما سنقوم بعرض أهم النظريات السلوكية التي تناولت هذه الظاهرة ثم نقدم مناقشة عامة حولها فيما بعد؛ وهي تتمثل في:

أ. نظرية "آدلر" (Adler)؛ تتمثل الفكرة الأساسية التي تنطلق منها هذه النظرية في أن الإنسان الذي يعيش حياة هادئة يسوده الاطمئنان ويشعر بقيمته داخل المجتمعية يتمكن من تحمل مسؤولياته كاملة؛ "الفرد لا يمكن أن يعيش حياته بأمان مع مجتمع من اجل خدمة الكل وهو خارج إطار الجماعة، وهذا يتطلب أن يشعر كل فرد من أفراد المجتمع بأنه جزء مهم من هذا المجتمع ومن خلال هذا الشعور المتبادل تتحقق مسؤوليته تجاه مجتمعه ومسؤولية المجتمع في رعاية أبنائه" (العزبي، 2015: 204-205).

ب. نظرية "فروم" (Fromm)؛ تقوم الفكرة الأساسية لهذه النظرية على للمجمع الدور الأساسي في تنمية السمات السلوكية الايجابية أو السلبية والتي من شأنها أن تؤثر على الإنسان أثناء تفاعله وممارسته لمهامه ومسؤولياته؛ "فالهدم والإبداع موجودة في الطبيعة البشرية لكن الذي يسبب بروز هذه السمة أو تلك هو المجتمع الذي يحيط بالفرد من خلال أنماط التنشئة الاجتماعية" (باقر، 2012: 543).

ج. نظرية "سوليفان" (Sullivan)؛ يرى أصحاب هذه النظرية أن الإنسان كائن واع يؤثر ويتأثر بالآخرين وأن أفعاله تكون كنتيجة لنظرة الآخرين له، وضمن هذا السياق يقول "يوسف بن سطات العزبي": "إن الإنسان مخلوق واع وأن أساس فكرة المرء عن نفسه مبنية على أساس علاقته بآخرين فهو يؤثر فيهم ومتأثر بهم وأن العزلة عنهم سببها عدم الشعور بالأمان والذي يعد أحد مؤشرات نقص المسؤولية الاجتماعية" (العزبي، 2015: 205).

د. نظرية "روجر" (Rogers)؛ تتناول هذه النظرية هذا العلاقة بين الإنسان والمجتمع وكيف يمكن للفرد أن يبذل إذا وضعت فيه الثقة لكي يكون في مستوى الثقة المنوطة به؛ وفي هذا الصدد تقول "ندى عبد باقر" أن هذه النظرية تناولت: "العلاقة بين الفرد والمجتمع وذلك عن طريق ثقته بالفرد وبدوافعه وقدراته وشعوره بالمسؤولية لفهم نفسه والمجتمع الذي يحيط به وان غاية النمو النفسي والتطور والاجتماعي إنتاج فرد متكامل الوظائف النفسية" (باقر، 2012: 542-543).

هـ. نظرية "سترونج" (Strong)؛ لقد اهتمت هذه النظرية بالعلاقة بين ما يسمى بتنمية روح المسؤولية الاجتماعية وعلاقته ببعض السمات السيكولوجية التي تساهم في ذلك؛ وضمن هذا السياق يقول "يوسف بن سطاتم العنزي": "إن "سترونج" ربط بين تنمية المسؤولية الاجتماعية وامتلاك الفرد لمهارات محددة، فضلا عن قدرته في التأثير على الآخرين وخبراته الواسعة وقوة شخصيته" (العنزي، 2015: 205). إن أهم ما يمكن ملاحظته على النظرية السالف الذكر هو أنها في مجملها ركزت على دور العوامل السيكولوجية في تنمية روح المسؤولية، حيث تطرق بعض أصحابها إلى أهمية ذلك الترابط بين الفرد والمجتمع، بل أنهم أكدوا أنه كلما شعر الفرد بأهميته داخل المجتمع الذي ينتمي إليه كلما زاد تحفيزه لتأدية أدواره بكل روح مسؤولية؛ وهذه الأخيرة حسبهم هي في الأصل عبارة عن تكوين ذاتي يؤسس على الضمير الاجتماعي الذي يكتسب عن طريق التنشئة الاجتماعية التي توجه نحو قيم اجتماعية إيجابية على غرار المحبة والمودة وتنمية روح التماسك والتعاون وغيرها من القيم الإيجابية التي تنمي دافعية الأفراد لتأدية واجباتهم بروح مسؤولية عالية.

وبما أن الأفراد ينتظمون ضمن جماعات، وهذه الأخيرة تشكل مؤسسات اقتصادية وتكون لها وظيفة محددة تعمل على تأديتها بكل روح مسؤولية لأنها بذلك تلبي حاجات الأفراد والجماعات والمجتمع ككل، فيمكننا أن نتساءل عن وجهة نظر العلوم الاقتصادية لظاهرة المسؤولية الاجتماعية.

4.2- المسؤولية الاجتماعية والعلوم الاقتصادية؛ يهتم علم الاقتصاد بكيفية تلبية الحاجات الاقتصادية للأفراد، الجماعات، والمجتمع المحلي من خلال اعتماد أنسب الطرق لاستغلال الموارد الطبيعية والبشرية لإنتاج السلع والخدمات وضمان توزيعها بهدف دفع العجلة الاقتصادية للدولة والتي تنعكس نتيجتها على الجوانب الاجتماعية، السيكولوجية، البيئية... الخ.

وبما أن مجال اهتمام علم الاقتصاد مهتم بالدرجة الأولى بالهيئات الاقتصادية (شركات، منظمات، ومؤسسات) ودورها في تحقيق التنمية المجتمعية، فهو يهتم بالعديد من المتغيرات التي لها صلة بهذه المنظومة الاقتصادية؛ ومن بين أهم المباحث التي أصبحت تلقى اهتماما بالغا، ابتداء من الخمسينات من القرن العشرين، نجد ظاهرة المسؤولية الاجتماعية للمنظمات التي عرفها خبراء البنك الدولي بقولهم إنها: "التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد" (بلفاسم، جرادي، 2017: 152).

إن الحديث عن المسؤولية الاجتماعية ضمن مجال العلوم الاقتصادية يجعلنا نثير انتباه القارئ إلى وجود مستويين: الأول، مفاده أن المسؤولية الاجتماعية للمنظمات كمفهوم له ثلاث أوجه: المفهوم الكلاسيكي، الإداري، والبيئي. أما الثاني فيرتبط بالنظريات المفسرة للمسؤولية الاجتماعية من وجهة النظر الاقتصادية (تتفق اغلب المؤلفات على مقاربات: النظرية النيوكلاسيكية للمؤسسة، الاقتصاد السياسي، الشرعية، ونظرية أصحاب المصالح).

وقبل الحديث عن النظريات فإنه يتوجب الإشارة، في عجالة، للاحقة الثلاثة التي ترتبط بمفهوم المسؤولية الاجتماعي للمنظمات التي اشرنا إليها آنفاً؛ وهي كالآتي:

- **المفهوم الكلاسيكي**؛ يؤسس هذا المفهوم على أن فكرة الربح التي ترتبط بأهداف المؤسسات الاقتصادية لا يجب أن تتجاهل مصلحة، وقيم وقوانين المجتمع الذي تنتمي إليه؛ ويرتبط هذا الطرح بالعالم الاقتصادي "آدم سميث" (Adem Smith) الذي أكد على أن كافة منظمات الأعمال تسعى لتقديم أفضل الخدمات لعموم المجتمع وتحقيق أعلى مستوى ممكن من الأرباح وبما ينسجم مع الأحكام القانونية والقواعد الأخلاقية السائدة. فالربح هنا أصبح هدفاً أحادياً تسعى إليه المنظمة" (بلفاسم، جرادى، 2017: 152).

- **المفهوم الإداري**؛ يرتبط هذا المفهوم بفترة لاحقة اتسعت وكبرت فيها المنظمات وهو ما جعل المدراء يبحثون كيفية تقوية أنفسهم وتأمين موقعهم وجعله متميزاً؛ وقد أشار "فرنسيس سبتون" (Francis Sutton) في بحثه سنة 1956م إلى كون المسؤولية الاجتماعية تظهر وتبرز في الشركات الكبيرة من خلال موازنة إدارة المنظمة ما بين عدد من العناصر المتفاعلة معها (حملة الأسهم، المقرضون، الموردون، الزبائن والحكومة) والتي يكون لها تأثير كبير في مساعدة المديرين على تقديم المزيد من المنافع العامة نحو المجتمع" (خالدي، 2018/2017: 63).

- **المفهوم البيئي**؛ يرتبط هذا المفهوم بظهور توجه جديد مفاده أن المنظمات لا ينحصر دورها فقط في توفير السلع والخدمات، وإنما يتجاوزها ليشمل ما سمي "نموذج البيئة الاجتماعية" والذي يرتبط بالمسؤوليات الاجتماعية التي تقدم لعموم المجتمع؛ وقد أجريت بحوث ضمن هذا المجال على غرار "دراسة كل من رالف نادر" و"جون غالبريث" (R. Nader et J. Galbraith) على مجموع المؤسسات الصناعية الكبيرة ومدى تأثيرها على وتوصلا إلى استنتاج مفاده: عندما تكون المصلحة الاجتماعية العامة هي القضية فليس هناك أي حق طبيعي يعلو تلك المصلحة. بمعنى أن المصلحة العامة للمجتمع من أولويات المؤسسة وفوق أي اعتبار ذاتي؛ وبالتالي فإن مفهوم المسؤولية الاجتماعية يقوم على مدى تحقيق مصلحة المجتمع مع تحقيق الأرباح على المدى الطويل بمراعاة حاجات الأفراد وتلبيتها والمحافظة على البيئة واعتبارها مسؤولية الجميع" (ضيافي، جانفي 2014: 03-04).

إذن يتبين أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية عرف ثلاث أوجه انكبت في البداية على تحقيق الربح للمنظمة، ثم ارتبطت بالجانب الإداري (تميز وتقوية المدراء)، إلى أن اتسعت وأصبحت تشير إلى الالتزامات المجتمعية التي تفرض بحكم وجودها دخل مجتمع قائم بذاته يتوجب عليها أن تساهم في تنميته؛ لكن ماذا عن المقاربات الاقتصادية التي حاولت أن تفسر ظاهرة المسؤولية الاجتماعية داخل المنظمات؟

أ. **النظرية النيوكلاسيكية**؛ إن الفكرة الأساسية التي تقوم عليها هذه النظرية هي أن المسؤولية الاجتماعية للمنظمة تتمثل في تحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح واستثمارها لان ذلك يؤدي إلى تحقيق الرفاهية

الاجتماعية. "ويعتبر الاقتصادي "ميلتون فريدمان" (M. Friedman) هو المنظر لهذه النظرية؛ ففي سنة 1970م عبر عن نظريته للمسؤولية الاجتماعية من خلال قوله أن منظمة الأعمال لها مسؤولية اجتماعية وحيدة هي توظيف الموارد في النشاطات التي من شأنها زيادة الأرباح، شرط احترام قواعد اللعبة والتمثلة في المنافسة الحرة والمفتوحة والابتعاد عن الغش والتدليس، وبذلك أصبح رائدا للمبدأ النيوكلاسيكي الذي يعتبر الريح هو المقياس الأساسي لكل القيم" (مقدم، 2014/2013، 75-76).

يتبين أن هذه النظرية ما هي إلا إعادة إحياء أو وان شانا عملية تحديث للاتجاه الكلاسيكي الذي يقوم على فكرة الإنتاج والتوزيع بهدف تنمية الأرباح، وكلما سارت العجلة الاقتصادية بشكل جيد كلما توفرت السلع والخدمات وهذا من شأنه أن يحقق الرفاه الاجتماعي؛ إذن فالمسؤولية الاجتماعية للمنظمات تتمثل في تحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح.

إن تركيزه هذه النظرية على الجانب الاقتصادي واعتماده نظرة ضيقة جدا فيما يتعلق بالجانب الاجتماعي جعلها عرضة للنقد في هذه الجزئية، حيث ظهر اتجاه جديد حاول أن يوسع من مجال المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.

ب. **نظرية الاقتصاد السياسي**؛ تنظر هذه النظرية للمنظمات على أنها تتربط وتتداخل مع عوامل أخرى اجتماعية وسياسية تؤثر فيها وتتأثر بها؛ "وهي نظرية تنتمي للفكر الماركسي تؤكد على الارتباط الوثيق بين النظام السياسي والسلطة الاقتصادية في المجتمع، وساعدت نظرية الاقتصاد السياسي الباحثين في تفسير العمليات الاجتماعية من السياق الاقتصادي والسياسي والاجتماعي" (خالدي، 2018/2017: 65). كما قدم هذا الاتجاه تفسيراً جديداً للمؤسسات "يركز على تفاعلات المجموعات من منظور تعددي جديد (تفاعل بين كل من: المؤسسات، المستخدمين، مجموعات الضغط)" (خالدي، 2018/2017: 65).

إذن أكد أصحاب هذه النظرية أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية لا تنحصر فقط في تنمية الأرباح، وإنما تتصل بدور هذه المنظمات في خدمة النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي للمجتمع الذي تنتمي إليه؛ إنها تدعو إلى انه يتوجب على الشركات الاقتصادية أن تساهم بوعي في خدمة الأيديولوجية للدولة وذلك عن طريق نشر وتدعيم الخصوصية الاجتماعية والثقافية التي يراد لها تعم وتنتشر؛ وكامتداد وتطوير لفكرة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ظهرت نظرية أخرى بسبل إضفاء الشرعية على المؤسسات الاقتصادية.

ج. **نظرية الشرعية**؛ تهتم هذه النظرية ببحث سبل إضفاء الشرعية على نشاطاتها من أجل الحصول على الموافقة والتقبل من قبل الأفراد والجماعات وبالتالي الإقبال على منتجاتها وسلعها وخدماتها. ومن الأساليب التي تُعتمد، ضمن هذا المجال، فيؤكد أصحاب هذا الاتجاه "أن إعداد تقارير المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هو بمثابة "عقد اجتماعي" بين المؤسسة والمجتمع الذي تعمل فيه، يزودها بالشرعية القانونية لامتلاك واستعمال المصادر الطبيعية وإمكانية استئجار المستخدم. والعقد الاجتماعي

مفاده أن أية مؤسسة إنما ترتبط بعلاقة تعاقدية قد تكون صريحة أو ضمنية مع المجتمع والمؤسسة" (خالدي، 2018/2017: 65-66).

وبما أن المؤسسات الاقتصادية تضطلع بوظيفتين: الإنتاج والتوزيع، فإنه يتوجب عليها "أن تعمل بصورة متوازنة وعقلانية على استخدام موارد المجتمع بكفاءة عالية وتوزيعه على المجتمع بعدالة، من شأنه أن يعطي المؤسسة صورة أكثر قبولا لدى الأطراف المختلفة، لتجد نفسها قادرة على البقاء والاستمرار، وذلك ليس فقط لأنها قادرة على تحقيق الأرباح، بل لأنها وحدة اجتماعية تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية تجاه مجتمعها، وهذا يعني حتما التزامها بالعقد الاجتماعي نسا ومضمونا" (خالدي، 2018/2017: 66).

يتبين أن أصحاب هذه النظرية انطلقوا من فرضية انه كلما كانت المنظمات منتشرة ومتوغلّة في مختلف مجالات الحياة الاجتماعية للمجتمع الذي تنتمي إليه كانت اكتست طابع الشرعية وزاد الإقبال عليها وعلى السلع أو الخدمات التي تقدمها، وبالتالي تتمكن من تحقيق أهدافها وعلى رأسها زيادة الأرباح وضمان بقاء واستمرار مصالحها ومصالح أصحابها؛ وقد ظهرت نظرية قائمة بذاتها ضمن هذا المجال اسمها نظرية أصحاب المصالح.

د. نظرية أصحاب المصالح؛ يؤكد مفكري هذه النظرية أن كل منظمة لديها ما يسمى بأصحاب المصالح الذي يمثلون الطرف المنتفع من بقاء واستمرار هذه المؤسسة؛ وإذا عدنا إلى تاريخ استعمال هذا المفهوم "أصحاب المصالح"، لأول مرة، فالمراجع تشير إلى إنه يعود لـ: "دوارد فريمان" (E. Freeman) سنة 1984م، وهو يشير، حسب، "إلى العديد من المجموعات ذات الاهتمامات الخاصة التي تستطيع التأثير على المؤسسة أو تكون متأثرة من قبل نشاط أو قرارات المؤسسة مثل المستثمرين والمستخدمين والزبائن والحكومة ومجموعات الضغط والمجتمع" (خالدي، 2018/2017: 66).

وهناك بعض الدراسات تقسم هذه الجماعة (أصحاب المصالح) إلى نوعين: "الأول، يمثله أصحاب المصلحة الأساسيين، وهم الذين يرتبط بقاء المنظمة بإرضائهم (حملة الأسهم، المستخدمون، المستهلكون، والموردون). أما الثاني، فهم أصحاب المصلحة الثانويين الذين لا يؤثرون على استمرار المنظمة وبقائها، غير أنهم يمارسون تأثيرا عليها أو يخضعون لتأثيرها عليهم بشكل غير مباشر من دون أن يرتبطوا معها من خلال تعاملات أو علاقات دائمة منتظمة أو رسمية" (مقدم، 2014/2013: 76-77).

أما عن الكيفية التي تتمظهر فيها المسؤولية الاجتماعية للمنظمات وفقا لهذه النظرية فتذهب العديد من البحوث الحديثة إلى أن "الهدف الأساسي للمؤسسات، حسبها، يتمثل في توليد وتعظيم القيمة لجميع أصحاب المصالح من حملة أسهم الشركة، الشركاء، الموردين، الموزعين، الزبائن، العاملين وأسرهم، البيئة المحيطة، المجتمع المحلي، والمجتمع ككل. وتعد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات أداة رئيسية للوصول إلى هذا الهدف من خلال تحقيق الاستقرار السياسي والاقتصادي والاجتماعي والبيئي لمجتمع الأعمال" (خالدي، 2018/2017: 67).

أما عن الطرف الذي يضطلع بتأدية دور تعظيم القيمة لجميع أصحاب المصالح فهو يقع على عاتق المديرين الذين يقومون بالموازنة بين أهداف الإدارة وأهداف المالكين، إذ أن الإداري يسعى إلى تعظيم القيمة بينما يرغب المالك إلى تعظيم الربحية" (خالدي، 2018/2017: 67).

إذن يتبين أن نظرية أصحاب المصالح نظرت لظاهرة المسؤولية الاجتماعية كأداة للحفاظ على مصالح الفاعلين الرئيسيين داخل المنظمات؛ كيف لا وهي توظفها كأسلوب لتعظيم قيمتهم ومركزهم الاجتماعي داخل المجتمع الذي ينتمون إليه.

وكحوصلة حول مجال تدخل العلوم الاقتصادية فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية فهي تتناولها داخل المنظمات الاقتصادية؛ وقد اختلفت زاوية النظر باختلافات الاتجاهات النظرية ضمن هذا المجال، حيث كانت تعني في البداية تحقيق الرفاه العام للمؤسسة، ثم استخدمت بمعنى التفاعل الاجتماعي بين المؤسسة والمستفيدين، ثم تطورت لدرجة انه أصبح ينظر لها كعقد اجتماعي بين المؤسسة والمجتمع لتحقيق أكبر قدر من الشرعية؛ ووظفت في الأخير كوسيلة بارزة في توليد وتعظيم القيمة لأصحاب المصالح؛ وبغض النظر عن اختلاف توجهات وأطروحات مختلف النظريات الاقتصادية فإنه يمكن الإشارة إلى نقطة مشتركة بينهم تتمثل في توظيف المؤسسات الاقتصادية للمسؤولية الاجتماعية للتغلغل والانتشار ونيل الرضى والقبول داخل المجتمع الذي تنتمي إليه وبالتالي استقرارها واستمرارها، وضمان مزيداً من الأرباح. وعلى ذكر المجتمع، فما هي نظرة علم وعلماء المجتمع لظاهرة المسؤولية؟

5.2 - المسؤولية الاجتماعية وعلم الاجتماع؛ أن مستوى تدخل علم الاجتماع فيما يتعلق بدراسة

المسؤولية الاجتماعية يختلف، حتى وان كانت هناك نقاط تماس، بعض الشيء عن مستويات تدخل العلوم الاجتماعية والأخرى. وقد اختلفت آراء وأطروحات علماء الاجتماع باختلاف السياقات المجتمعية والمعرفية وحتى الأيديولوجية التي ينتمون إليها. وبما أن نشأة علم الاجتماع ارتبطت بإشكالية النظام والانتظام؛ بمعنى أن محاولات علماءه كانت كانعكاس الفكرة التي كانت تتداول، آنذاك، حول الكيفية التي تنتظم وفقها المجتمعات؛ ومن طرحت إشكالية المسؤولية الاجتماعية (من تكون له المسؤولية الاجتماعية في تنظيم المجتمع؟) أو المجتمعية خاصة إذا راعينا أن أعمال علماء الاجتماع الأوائل اهتموا بالوحدات الكبرى (كيف ينشأ المجتمع؟ وكيف يتحرك؟ ومن أين يبدأ وإلى أين يصل "الهدف"؟).

وقبل البدء في استعراض أهم العلماء الذي تطرقوا لظاهرة المسؤولية الاجتماعية فإننا نلفت النظر إلى أننا سنقدم أهم الأفكار لأهم الأعمال، بإيجاز شديد، التي شكلت مسارا علميا تُبع بأعمال آخرين؛ وفيما يأتي ذكر لذكر:

أ. "سان سيمون" (S. Simon)؛ انشغل "سيمون" بإشكالية التقدم الاجتماعي للمجتمع الأوروبي خاصة وأنه استفاد من رحلته إلى الولايات المتحدة الأمريكية، حيث تعرف هناك عن التجربة الديمقراطية الأمريكية وأعجب بها؛ وقد دعى إلى اعتماد ما يسمى "الاشتراكية التحكيمية"؛ بمعنى إقامة مجتمع تحكمه

ارستقراطية من الفنيين (Technocrates) والممولين والصناع؛ وهو أول من أعلن عن الدور العام الذي يؤديه الإداريون في إدارة المصانع ومدى تأثيرهم على الإنتاج (جاستون، دون سنة: 61).

وبما أن "هدف" سيمون" الأول والأخير هو رفاهية المجتمع الإنساني ورفع مستواه فهو يعتبر أن من المشاكل الأساسية في المجتمع عدم تنظيم الإنتاج الاقتصادي لذلك يدعو إلى أن يكون الإنتاج الاقتصادي في مصلحة الجميع، وهو يرى أنه كلما نهض بالتقدم، يجب إلغاء أو تحديد حق الإرث، وتمنح كل فرد في المجتمع على حسب طاقته، ولكل طاقة على حسب إنتاجها" (جاستون، دون سنة: 61).

أما فيما يخص ظاهرة تحمل المسؤولية الاجتماعية لتحقيق التقدم المجتمعي فقد حملها "رجال الأعمال تجاه العاملين، مؤكداً أن على أصحاب الأعمال "التزام اجتماعي" تجاه عمالهم الذين يعتبرون شركاء في التنمية" (الزهراني، 2010: 159).

إن أطروحة "سيمون" حول من يتحمل المسؤولية الاجتماعية لتحقيق التقدم الاجتماعي للمجتمع تتم عن توجه اشتراكي كان له تأثير بالغ الأهمية على المفكرين الذي جاءوا من بعده والذين اهتموا بدراسة ظاهرة المسؤولية الاجتماعية في المجتمع الأوروبي. لكن ماذا عن النظرة التي ترتبط برائد التطورية الاجتماعية.

ب. "هربرت سبنسر" (H. Spencer)؛ يعتبر "سبنسر" من رواد الاتجاه التطوري في علم الاجتماع وذلك لتأثره بأطروحات علم الأحياء ونقلها إلى مجال علم الاجتماع، ولعل أبرز مفهوم ضمن هذا المجال هو "المماثلة العضوية" (الكائن الاجتماعي "المجتمع" يشبه الكائن العضوي).

وتقوم "نظريته التطورية على فكرة أن التطور يحدث لكل شيء إلى أن يحدث نوع من التوازن يليه التحلل ثم التكامل من جديد ثم التوازن فالتحلل إلى ما لا نهاية. وقد طبق هذه النظرية على المجتمع الإنساني من جماعات أشبه بالقطعان، ثم تنقسم ويزداد تقسيمها إلى أن تصل إلى المدنيات المعقدة التي تمثل تطور العقائد والأعمال وفئات المجتمع المختلفة" (جاستون، دون سنة: 89).

أما عن إسهام "سبنسر" ضمن مجال فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية فيتجلى، خاصة، من خلال ما دعي إليه ضمن مقال له بعنوان: "المجال الصحيح للحكومة"، حيث عبر فيه عن وجهة النظر التي تذهب إلى أن تكييف الإنسان لوظائفه الاجتماعية يتطور أكثر ما يتطور حينما لا يحدث تدخل مصطنع في علاقاته بالمجتمع؛ وهو بذلك من أنصار مبدأ "دعه يعمل" (تيماشيف، 1990: 63).

إن يتبين أن ظاهرة المسؤولية الاجتماعية في نظر "سبنسر" تؤسس على مبدأ عدم تدخل الحكومات (دعه يمر)، لأنه يعتقد أن المجتمعات تنتقل من النموذج العسكري (الذي يغلب فيه الإكراه) إلى المجتمع الصناعي (القائم على تقسيم العمل الذي يغلب عليه ظهور العلماء والمهندسين ورجال الصناعة)؛ وعند بلوغ أقصى درجات التطور تتحدد المسؤوليات وبالتالي يعرف كل عضو (سواء كان فرداً، جماعة، أو بناءً) داخل المجتمع حقوقه وواجباته فيتحمل مسؤولياته الاجتماعية كاملة. لكن ماذا عن نظرة رائد التيار الراديكالي لظاهرة المسؤولية الاجتماعية.

ج. "كارل ماركس" (K. Marx)؛ إن أهم عمل قدمه "ماركس" ضمن مجال علم الاجتماع هو ما يصطلح على تسميته "المادية التاريخية" باعتبارها قانونا اجتماعيا يحكم سير وتطور المجتمعات من حالات إلى أخرى إلى حين بلوغ المرحلة الأخيرة التي تساهم في القضاء على ظاهرة الاستغلال والهيمنة.

وقد طرح "ماركس" نموذجا عاما لتطور المجتمعات الإنسانية محددا بذلك خمس مراحل، اختلف فيها النظام الاجتماعي للناس، وبالتالي اختلفت فيها حياتهم السياسية والثقافية والفكرية وهي كالآتي: (كعباش، 2007: 115-116)

- مرحلة الإنتاج (المشاعية): واتسمت بملكية الإنتاج الجماعي، وبدائية أدوات الإنتاج. واعتمد الإنتاج على جمع الثمار والصيد البري والبحري، وهو عمل مشترك بين جميع أفراد المجتمع الخالي من الطبقات الاجتماعية.

- مرحلة العبودية: واتسمت بملكية وسائل الإنتاج وأدواته المصنوعة من المعادن؛ وفي هذه المرحلة تحول الفقراء إلى رقيق ملزمين بالعمل في الأرض.

- مرحلة الإقطاع: أصبح فيها الإقطاعي يملك وسائل الإنتاج وخاصة الأرض. ويعمل الأفتان في الأرض مقابل نصيب معين يستلموه من الإقطاعيين. ولم يعرف الاقتصاد الإقطاعي الأجر مقابل العمل، وأقام الإقطاعيون من الأجهزة والنظم ما حافظ لهم على مصالحهم، ولكن التطور العلمي والصناعي أدى إلى بروز المصانع وازدهار التجارة في المناطق غير الخاضعة لسيطرة حكم الإقطاع، والتي احتوت الأفتان الفارين من أراضي الإقطاع.

- مرحلة الرأسمالية: مع أفول النظام الإقطاعي برز على أنقاضه نظام إنتاجي جديد هو الرأسمالية الصناعية، وفيه حلت البرجوازية محل الإقطاع، وقد ظهر العمل مقابل أجر فقط حينما أصبح هناك تركيز للثروة الخاصة، التي يتم استثمارها في أعمال إنتاجية. وقد استخدم العمل مقابل أجر وتم ذلك على أوسع نطاق من أجل إحداث تراكم رأسمالي، وهكذا ظهر النظام الرأسمالي، وقد اتسم المجتمع الرأسمالي بوجود طبقتين هما البرجوازية والبروليتارية. فالبرجوازي هو مالك وسائل الإنتاج الأساسية، والبروليتاري هو المحروم من هذه الملكية. وفي اعتقاد "ماركس" أن هناك ثلاث قوانين تعجل بتدهور النظام الرأسمالي هي: قانون فائض القيمة، قانون تراكم رأس المال، وقانون الإفقار المطلق. وهذه القوانين هي التي تظهر التناقضات الكافية في النظام الرأسمالي مؤدية بذلك إلى إسقاطه. وبذلك تتبأ بظهور المرحلة الخامسة.

- مرحلة الاشتراكية: تصبح في هذه المرحلة وسائل الإنتاج ملكا للمجتمع، ويعتقد "ماركس" بأن يصبح المجتمع خاليا من الطبقات الاجتماعية وتختفي الدولة، وبذلك تتطور وسائل الإنتاج لطبقة حرة.

إن تتبع ظاهرة الصراع الناتج عن عملية التفاعل الاجتماعي خلال هذه المراحل الخمسة التي أشار إليها "ماركس" يحيلنا إلى أن كل مجتمع كان يضم دائما طبقتين متصارعتين (إحدهما مهيمنة والأخرى مهيمن عليها)، إن العامل الأساسي والمحرك لحركة التاريخ العامل الاقتصادي، والذي يرتبط بدوره بعامل آخر مهم هو وعي الطبقة المستغلة التي دائما ما تثور وتطالب بمزيد من الحقوق إلى أن تتمكن في

النهاية، ونتيجة للنضال المتواصل، إلى الاضطلاع بمسئوليتها الاجتماعية والتاريخية من خلال تأسيس النظام الاشتراكي الذي يتوج بالشيوعية، حيث تصبح وسائل الإنتاج ذات ملكية جماعية ويتساوى في ظل ذلك الأفراد والجماعات من حيث الحقوق والواجبات؛ بل انه تسود بينهم روح التنافس حول من يقدم الأفضل للمجتمع والدولة التي ينتمي إليها. لكن ماذا عن إسهامات عالم اجتماع ألماني آخر يصف البعض "بماركس البورجوازي"؟

د. "ماكس فيبر" (M. Weber)؛ يوصف "فيبر" بأنه رائد مدرسة الفعل الاجتماعي في علم الاجتماع الذي انبثقت عنه اغلب النظريات الاجتماعية على غرار النظرية البنائية الوظيفية وجزء هام من أفكار علماء ما يسمى بالبدائل النظرية؛ وقد تنوعت أعماله السوسيولوجية بين الاقتصاد، الاجتماع، السياسية، التنظيمات، وحتى الدين.

"ويرى فيبر" انه بالرغم من أن الناس تقوم بإنشاء مؤسسات مثل المدارس والمصانع ودور العبادة، إلا أن هذه المؤسسات تؤثر بدورها في الناس، ويرجع ذلك في جانب منه إلى وجود ضغوط لمراقبة إجراءات وقواعد هذه المؤسسات. ويؤمن "فيبر" بالتأثير المتبادل بين الفرد والمجتمع، فهو من ناحية يرى أن الأفكار والمشاعر والأفعال لدى الناس تؤدي في بعض الأحيان إلى التأثير في المجتمع ("الزهراني، 2010: 161).

أما عن الكيفية التي يكون من خلالها التأثير المتبادل بين الفرد والمجتمع فقد وضحاها "فيبر" في ثانيا كتابه المشهور "الأخلاق البروتستانتية وروح الرأسمالية" الذي أكد من خلاله "على دور العامل الديني أو الروحي في التخلف أو التقدم الاقتصادي الذي يشهده المجتمع. فالدين بالنسبة لفيبر هو المحرك الأساسي للأنشطة الاقتصادية والإنتاجية التي يمارسها المجتمع" (الحسن، 2015: 277-278).

وعليه يمثل هذا الكتاب "بيانا يدل على أن الرأسمالية الحديثة ما هي إلا صورة للقيم "الكالفينية"، والتي تنظر للعمل ليس على انه وسيلة اقتصادية ولكنه كفاية روحية. كما انه يرى أن الأخلاق تتطلب تكريس الشخص كلية لواجباته تجاه وطنه ومجتمعه وإنكاره لذاته، هذه الأخلاق التي تدفع الفرد للقيام بواجبه الديني (الزهد الدنيوي)، وهي التي أدت إلى ظهور الروح الجديدة للرأسمالية، والتي أصبحت معها الغاية القصوى من النشاط الوظيفي تتمثل في الرغبة الشديدة تجاه استثمار الثروة بهدف تحقيق اكبر قدر من الإنتاجية" (الزهراني، 2010، 162).

إن أهم نقطة يمكن تسجيلها حول نظرة "ماكس فيبر" فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية هو انه ربطها بظاهرة التأثير المتبادل بين الفرد والمجتمع ضمن أطروحة الفعل الاجتماعي؛ إن التوافق الذي كان بين مبادئ الرأسمالية وروح المذهب المسيحي البروتستانتية أدى إلى تحمل الإنسان الألماني لمسئولياته الاجتماعية وهو ما جعله يضطلع بتأدية واجباته الاجتماعية والاقتصادية على أكمل وجه وبالتالي تحقيق اقتصاد يؤسس على منطق الكيف لا الكم. لكن ما هي تأثيرات وامتدادات هذه النظرية؟ من هو المفكر الذي تأثر بها تأثراً شديداً وعمل على بلورتها وتطويرها.

هـ. "تالكوت بارسونز" (T. Parsons)؛ إن أهم إسهام قدمه "تالكوت بارسونز" ضمن ما يسمى بالنظرية البنائية الوظيفية هو كيفية معالجة أزمة النظام التي كان المجتمع الأمريكي يعاني منها؛ إن ظهور مؤشرات (ارتبطت بما سمي آنذاك الانهيار العظيم) تبين المجتمع الرأسمالي يعيش حالة أزمة أدى إلى ظهور "المنظومة المعرفية البارسونزية" التي تصور المجتمع على انه نسق عام يحوي في طياته انساق فرعية، لكل منها وظيفة محددة، وإذا تمكنت هذه الأجزاء من تأدية واجباتها على أكمل وجه فهي تساهم في تلبية الاحتياجات العامة للنظام ككل؛ بذلك يكتب له الاستقرار والاستمرار.

والنسق العام، حسب "بارسونز"، يستعين بأنساق فرعية تمكنه من تحقيق وظائف: التكيف، تحقيق الهدف، التكامل، والمحافظة على النمط (المحافظة خصوصيته لضمان الاستقرار والاستمرار)؛ وهو يوظف في سبيل ذلك "كافة النظم الاجتماعية كالدولة والأسرة والكنيسة والأحزاب السياسية والسلطات والجماعات الضاغطة... الخ لتساعده على تحقيق أهدافه وطموحاته وتنتج توازن وتكامل أجزائه البنوية" (الحسن، 2015: 54).

يتبين من خلال النظرية البنائية الوظيفية أن النسق العام هو الذي تكون له المسؤولية الاجتماعية لمتابعة ومراقبة وتنفيذ مدى انتظام المجتمع واستقراره واستمراره؛ وما يجب الإشارة إليه هو هذا النسق يروج لخصوصية اجتماعية وثقافية نابعة من معايير وقيم ومبادئ النظام الرأسمالي. لذلك توصف هذه النظرية بأنها معيارية؛ فضلا عن أنها بالغت في التركيز على بعد الاتزان وأهملت ظاهرة الصراع وهو ما جعل بعض إتباعها يعملون على إعادة الاعتبار لها من خلال محاولة التذليل على إمكانية توظيف الصراع لخدمة التوازن الوظيفي.

و. "رالف داهرنورف" (R. Daherenorf)؛ اشتهر "داهرنورف" بكتابه "الطبقة والصراع الطبقي في المجتمع الصناعي" الذي نشر سنة 1959م والذي تناول فيه ما يسميه البعض "الحتمية السياسية"، على خلاف "ماركس" الذي وصف بأنه صاحب "الحتمية الاقتصادية"؛ "ويعتقد رالف" أن الصراع يحدث في المنشأة الصناعية بين العمل والطبقة التكنوقراطية، وهي التي لا تملك المصنع ولكنها تديره فقط. ويحدث الصراع، حسب، بسبب رغبة كل فئة في السيطرة على الفئة الأخرى، وليس لأسباب مادية (الزهراني، 2010: 164).

وبناءً على ذلك فالصراع الذي يتحدث عنه "داهرنورف" هو صراع يحدث داخل أجزاء المجتمع ويكون ايجابيا، بمعنى أن الجماعة أو المؤسسة التي تعيش حالة انسداد (خلل وظيفي) فإنها تعرف هذه الظاهرة (صراع بين شريحتين؛ الإدارة والعمال مثلا داخل مصنع)؛ والنتيجة المترتبة عن هذه الحالة تؤدي في النهاية للعودة إلى الحالة الطبيعية التي كانت عليها الجماعة أو المؤسسة أو البناء؛ انه ببساطة صراع من اجل إحداث التوازن. وعليه فروح المسؤولية الاجتماعية تفرض على جميع الفاعلين الاجتماعيين داخل المجتمع أن يمارسوا ظاهرة الصراع في بعده الاجتماعي من اجل تحقيق ظاهرة

التكيف الاجتماعي لمختلف أجزاء النسق العام؛ لاه بتكيفهم يحقق هو أيضا ظاهرة التكيف ويتجاوز مختلف العقبات أو المعوقات الوظيفية التي تواجهه في سبيل تحقيق النظام والانتظام.

وبناءً على ما سبق يتبين أن علم الاجتماع أيضا يهتم بظاهرة المسؤولية الاجتماعية، ورغم تعدد الأيديولوجيات والخلفيات المعرفية لعلمائه إلا أنهم اشتركوا في مناقشة فكرة من يتحمل مسؤولية انتظام الأفراد والجماعات والمؤسسات والبناءات، وبالتالي المجتمعات ضمن نظام يضمن العدالة ومبدأ تكافؤ الفرص للجميع.

ولخلق مجتمع يسوده التناسق والتناغم متمكن وواع بحقوقه وواجباته فان ذلك يتوجب منظومة إعلامية محترفة تقوم بالتوعية الجماهيرية لتحمل مسؤولياتها الاجتماعية أثناء تفاعلها الاجتماعي داخل المجتمع الذي تنتمي إليه؛ قد ظهرت نظرية قائمة بذاتها حول المسؤولية الاجتماعية في مجال علوم الإعلام والاتصال ركزت في، تحليلها، على "ثلاثة أبعاد أساسية؛ يتصل الأول بالوظائف التي ينبغي أن يؤديها الإعلام المعاصر (إعلام المواطنين بما تفعله الحكومة والقوى السياسية الأخرى). أما الثاني فيرتبط بمعايير الأداء الإعلامي (المعايير الأخلاقية للأفراد، معايير الوسائل الإعلامية ومواثيقها الأخلاقية، المعايير المهنية التي تضعها الهيئات الصحفية المختلفة، والتي تتطلب عدم الخروج عنها). أما البعد الثالث فيؤسس على مراعاة القيم المهنية أثناء العمل الإعلامي (السلوكيات التي ينبغي مراعاتها من جانب الإعلاميين لتحقيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية والمهنية)" (فتحي حسين، 2012: 24). وعليه فأصحاب نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام والاتصال ينظرون للعمل الصحفي انه عمل رشيد تحكمه قيم مهنية، اجتماعية، أخلاقية، مجتمعية... الخ يتوجب مراعاتها أثناء ممارسة الفعل الإعلامي.

وبناءً على ما سبق يتبين أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية مفهوم شامل وواسع ومنتشر لأنه يتمظهر في شكل مباحث علمية ومعرفية ضمن مختلف تخصصات العلوم الاجتماعية والإنسانية.

خلاصة: إن القراءة النقدية لهذه المقالة تجعلنا نسجل الملاحظات الآتية:

- أولاً، يتضح أن مفهوم المسؤولية، لوحده، واسع جداً لدرجة انه منتشر ضمن مباحث مختلف العلوم الاجتماعية والإنسانية؛ والدليل على ذلك أن التراث النظري المتوفر حوله يخبر عن ذلك، فهناك المسؤولية القانونية، المهنية، المسؤولية- الحرية، المسؤولية الاجتماعية، المسؤولية الأخلاقية، المسؤولية البسيكولوجية، المسؤولية الإعلامية... الخ.

- ثانياً؛ هذا الانتشار الذي يعرفه مفهوم المسؤولية لا يرتبط فقط بالعلوم الاجتماعية والإنسانية؛ بل انه داخل كل علم نجد يتناول في علاقة مع مفهوم آخر (ظاهرة اجتماعية)؛ فلفلسفة مثلاً تتناوله في علاقة مع: الحرية والحمية؛ القانون يتكلم عن: المسؤولية المدنية والجزائية؛ علم النفس يحيلنا إلى: قوة الشخصية والأمان؛ الاقتصاد: يقوم على الربح والاندماج الاجتماعي للمؤسسة؛ علم الاجتماع: النظام والانتظام والتكيف الاجتماعي؛ علم الإعلام: المهنية ومراعاة الخصوصية الاجتماعية.

- ثالثاً؛ ظهرت الكثير من الأطروحات النظرية ضمن فروع العلوم الاجتماعية والإنسانية والتي تمايزت بتمايز إيديولوجيات علمائها؛ وقد حاولت في مجملها تفسير ظاهرة المسؤولية الاجتماعية فيما يتعلق بمختلف الجوانب (المعنوية، الأخلاقية، المهنية، السياسية، القانونية، السيكلوجية، الإعلامية... الخ)، وعلى المستوى الفردي، الجماعي، المؤسسي، البنائي والمجتمعي.

- أخيراً، وبناءً على ما تقدم، يتضح أن المسؤولية الاجتماعية، كمفهوم وكظاهرة اجتماعية تعتبر من بين المباحث التي تتسم بالانتشار والتوسع لأنها تشكل تمفصل (نقطة التقاء وتقاطع) بين مختلف مجالات العلوم الاجتماعية والإنسانية، وهو ما يحتم إجراء دراسات وبحوث أكثر عمقا يشترك فيها مختلف علماء العلوم التي تشترك في دراسة هذه الظاهرة لضمان فهم ثري ومتنوع وعميق لهذا الموضوع الذي نعتقد انه ما يزال بحاجة لمزيد من البحوث الجادة التي تؤسس على ما يمكن تسميته "مبدأ البحث متعدد التخصصات" (Interdisciplinary research).

* المراجع:

أ. المراجع باللغة العربية:

1. إحسان محمد الحسن (2015): "النظريات الاجتماعية المتقدمة، دراسة تحليلية في النظريات الاجتماعية المعاصرة". الأردن، دار وائل للنشر، ط 03.
2. احمد زكي بدوي (1977): "معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية". لبنان، مكتبة لبنان.
3. إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي (دون سنة): "الموسوعة الاقتصادية والاجتماعية". مصر، كتب عربية.
4. اندري لالاند (2008): "معجم المصطلحات الفلسفية والتقنية"، المجلد: 02، ترجمة خليل احمد خليل، لبنان، دار عويدات.
5. أندري لالاند (2008): "موسوعة لالاند الفلسفية، معجم مصطلحات الفلسفة النقدية والتقنية". المجلد الثالث، ترجمة خليل احمد خليل، لبنان، عويدات للنشر والطباعة.
6. بسام المحتسب بالله (1984): "المسؤولية الطبية والمدنية والجزائية". سوريا، دار الإيمان، ط 01.
7. بلقاسم عبد اللاوي، حفيظة جرادي (جويلية 2017): "المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالتنمية المستدامة للموارد البشرية داخل الجامعة". مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد: 06، العدد: 25، جامعة عمار تليجي- الاغواط، الجزائر.
8. جاستون بوتول (دون سنة): "تاريخ علم الاجتماع". ترجمة عبدون غنيم، مصر، الدار القومية للطباعة والنشر والتوزيع.
9. جميل صليبا (1982): "المعجم الفلسفي". الجزء الأول، لبنان، دار الكتاب اللبناني.
10. جميل صليبا (1982): "المعجم الفلسفي". الجزء الثاني، لبنان، دار الكتاب اللبناني.
11. خالد الحواس (2018/2017): "المسؤولية الاجتماعية وأثرها في الاغتراب الوظيفي لدى مديري المدارس الابتدائية، دراسة ميدانية بولاية المسيلة". أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم النفس، قسم علم النفس، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف- المسيلة.

12. ضيافي نوال (جانفي 2014): "المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية، دراسة مجمع شي علي للأنايب - سيدي بلعباس". مجلة التنظيم والعمل، العدد: 05، مخبر تحليل واستشراف وتطوير الوظائف والكفاءات، جامعة مصطفى اسطبولي - معسكر.
13. عبد الرزاق السنهوري (1952): "الوسيط في شرح القانون المدني الجديد". الجزء الأول، لبنان، دار إحياء التراث العربي.
14. عبد المنعم الحفني (دون سنة): "موسوعة الفلسفة والفلاسفة". الجزء الثاني، مصر، مكتبة مدبولي.
15. عزيز العرابي (ماي 2016): "مفهوم الحرية في الإسلام وفي الفكر الغربي؛ رؤية بانورامية". مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، عدد: 26، المغرب.
16. عمار عوايدي (1998): "نظرية المسؤولية الإدارية". الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
17. فتحي حسين عامر (2012): "حرية الإعلام... والقانون". القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ط 01،
18. كعباش رايح (2007): "علم اجتماع التنمية". مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، الجزائر، جامعة منتوري - قسنطينة.
19. لويس معلوف (دون سنة): "المنجد في اللغة". لبنان، الطبعة الكاثوليكية.
20. مصلح الصالح (1999): "الشامل، قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية". السعودية، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ط 01.
21. مقدم وهيبه (2014/2013): "تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري". رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران.
22. ناصر عوض الزهراني (2010): "المسؤولية الاجتماعية للشركات السعودية: تأصيل المفهوم". مجلة جامعة الملك عبد العزيز؛ الآداب والعلوم الإنسانية، المجلد: 18، العدد: 02، السعودية.
23. ندى عبد باقر (2012): "المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالأداء الوظيفي لدى أعضاء هيئة التدريس في كلية التربية الأساسية". مجلة كلية التربية الأساسية، العدد: 73، الجامعة المستنصرية، العراق.
24. نيقولا تيماشيف (1990): "نظرية علم الاجتماع، طبيعتها وتطورها". ترجمة محمود عودة وآخرون، مصر، دار المعرفة الجامعية.
25. يوسف بن سطاتم العنزي (2015): "فاعلية برنامج إرشادي في تنمية المسؤولية الاجتماعية والمواطنة لدى عينة من طلاب جامعة تبوك (دراسة تجريبية)". المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد: 31، العدد: 63، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية.

ب. المراجع باللغة الأجنبية:

1. Dominique le fur (2005) : " **dictionnaire des synonymes, nuances et contraires** " . France, Le robert collection les umels,
2. Madeleine Grawitz (2004): "**lexique des sciences sociales**". France, Edition Dalloz, 8° édition,
3. Paul Fauconnet (1920) : "**la responsabilité. Etude de sociologie** " . Paris, librairie Félix Alcan.

4. Raphael gagné colombo (décembre 2013): "**la responsabilité sociale des entreprises : quel rôle pour l'état ?**". Mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en science de la gestion, université du Québec a Montréal, canada.
5. Sally wehmeier (2006) : "**oxford Advanced learner's dictionary, international student's edition**". England, Oxford university press, 7th edition.

"التطورات العلمية والأطر النظرية للمسؤولية الاجتماعية"
"Scientific Developments and Theoretical Frameworks For Social Responsibility"

رضا فولى عثمان ثابت حسن

باحثة دكتوراه بقسم الإعلام - شعبة العلاقات العامة والإعلان - بكلية الآداب، جامعة حلوان

ملخص البحث:

يهدف هذا البحث إلى رصد وفحص أهم التطورات العلمية والمتغيرات التي صاحبت مفهوم المسؤولية الاجتماعية وذلك اعتماداً على أسلوب التحليل البعدي Meta-analysis للتراث العلمي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، للتعرف على أهم الرؤى العلمية والبحثية الخاصة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية خاصة بعد أن أصبحت المسؤولية الاجتماعية واحدة من الطرق الهامة التي تساعد المنظمة على تحسين الصورة الذهنية للشركات .

وتأسيساً على ذلك تتبع أهمية البحث:

تتبع أهمية البحث من أهمية الدور الذي تقوم به الشركات من خلال تبينها لبرامج المسؤولية الاجتماعية، في خطتها، وكذلك تقديم أهم الأطر النظرية والنماذج العلمية للمسؤولية الاجتماعية للأكاديميين والباحثين باعتبارها منهجاً علمياً حديثاً.

نتائج الدراسة:

1. يعتبر مفهوم المسؤولية الاجتماعية من المفاهيم الحديثة نسبياً وهناك علاقة وثيقة بين مفهوم المسؤولية الاجتماعية والعلاقات العامة.
2. أصبحت المسؤولية الاجتماعية من الأدوات الهامة التي تدمجها الشركات في خطة العلاقات العامة باعتبارها وسيلة لتحسين سمعة المؤسسة بعيداً عن حالة التشبع الإعلاني.
3. تعددت النماذج والأطر العلمية للدراسات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية.

Summary Of Search

This Study aims to To Identify The Scientifics visions and variables for Social Responsibility .so This study depend on Meta analysis to the scientific heritage For Social Responsibility .To Recognize the concept of Social Responsibility Theoretical Frameworks For Social Responsibility, Because the Social Responsibility one of the importance ways help the companies To improve The Image.

The Importance OF study

The Importance Of This study showed that :The importance role for Social Responsibility for All companies and present The most importance for Theoretical Frameworks For Social Responsibility To researchers .

Findings and conclusions

The study concluded that the most important, the following:

- 1.The concept Of Social Responsibility considered one of the modernist concepts and it has great relation between Public relation and Social Responsibility.
- 2.The Social Responsibility become one of the importance roles it used by the companies and their plane as a method to improve the reputation for the companies without Ad saturation state.
- 3.there has a lot of Theoretical Frameworks For Social Responsibility To researchers .

مقدمة:

يعتبر مفهوم المسؤولية الاجتماعية Social Responsibility من المفاهيم الحديثة نسبياً، والتي بدأت المؤسسات والمنظمات على اختلافها الاهتمام بها بشكل كبيراً في الآونة الأخيرة في كافة المجالات والأصعدة سواء الأكاديمية أو الإدارية، نظراً لدورها الكبير في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة وإدارة سمعتها بشكل كبير .

وذلك لأن المؤسسات والمنظمات على اختلافها تحتاج إلى منهج علمي يساعدها في الوصول إلى جماهيرها بشكل جيد، نظراً لحالة التشبع الإعلاني، بل إنَّ المسؤولية الاجتماعية تقرب بين المؤسسة وجماهيرها بشكل كبير .

وترجع جذور مفهوم المسؤولية الاجتماعية إلى عصور مبكرة ولاسيما إلى الأفكار التي تم تداولها في القرن التاسع عشر، ويمكن القول أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات بلغت ذروتها في النصف الثاني من القرن العشرين .

وهناك عدة مفاهيم تقترب من مفهوم المسؤولية الاجتماعية مثل مصطلح " العمل الخيري للشركات، مواطنة الشركات، أخلاقيات العمل، أصحاب المصالح، الشراكة المجتمعية، المسؤولية المستدامة، الأداء الاجتماعي للمنظمات والشركات .

ومنها ما هو مرتبط ارتباطاً وثيقاً بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات ومنها ما يحمل معنى آخر . وقد لاقت المسؤولية الاجتماعية اهتماماً ملحوظاً من قبل الباحثين والأكاديميين بمجال المسؤولية الاجتماعية، حيث أن برامج المسؤولية الاجتماعية عالجت الكثير من القضايا التي تمس المجتمع بشكل كبير مثل حملة أنت أقوى من المخدرات - حملات التوعية بمخاطر ختان الإناث وغيرها .

وقد يظن البعض أن المسؤولية الاجتماعية القطاع الخاص فقط، بل على العكس من ذلك فإن المسؤولية الاجتماعية يتم تطبيقها على القطاع العام، وذلك لأن ممارستها تحتاج تكامل كافة الجهود بين القطاعين العام والخاص، لما لها من تأثير كبير على المجتمع

أولاً: مفهوم المسؤولية الاجتماعية Corporate social Responsibility:

تعتبر المسؤولية الاجتماعية من المفاهيم الإدارية والمجتمعية المعاصرة التي لاقت اهتمامًا بحثيًا كبيرًا، ذلك لأن المجتمعات على اختلافها تحتاج إلى إطارًا فكريًا يتناسب مع كل مجتمع وثقافته وإمكانياته لذلك فإن المسؤولية الاجتماعية هي الإطار النظري والتطبيقي الذي يخدم كافة فئات المجتمع بما يتلاءم مع المتغيرات التي تخدم المجتمع؛ وقد بدأ مصطلح مفهوم المسؤولية الاجتماعية إلى القرن الثامن عشر حينما أعلن آدم سميث أن المجتمعات ستحقق أفضل تنمية ممكنة للأفراد عندما يتعاون منظمات الأعمال والمجتمع، بل أهم ما يمكن أن تقدمه المنظمات هو إسهامها في رخاء المجتمع.

وسوف نورد فيما يلي عرضًا تفصيليًا لأهم تعريفات المسؤولية الاجتماعية:

تعريف المفوضية الأوروبية للمسؤولية الاجتماعية: هي مسؤولية المنظمة أمام تأثيرات نشاطها على المجتمع، وللقيام بهذه الوظيفة ينبغي على المنظمة احترام القوانين، والقواعد التنظيمية والمعاهدات التي أبرمتها مع مختلف الأطراف، وحتى تؤدي المؤسسة هذه الوظيفة بشكل جيد يفترض أن تدخل في شراكات محدودة مع مختلف الأطراف وتحديد المسار الموجه نحو المنظمة وإدراج اهتمامات المنظمة للمسائل الاجتماعية والبيئية والأخلاقيات واحترام حقوق الإنسان والمستهلك وفي أنشطته التشغيلية أو في وضعه الاستراتيجي.

تعريف منظمة الأيزو للمسؤولية الاجتماعية: تعبر عن مسؤوليتها اتجاه تأثير القرارات والأنشطة التي تقوم بها على البيئة والمجتمع، والتي تنعكس في سلوك خلقي من خلال:

- التنمية المستدامة بما فيها الصحة ورفاهية المجتمع. - الأخذ بعين الاعتبار ما تتوقعه المجموعات الضاغطة. - احترام القوانين مع مراعاة المعايير الدولية. - جعلها ضمن ثقافة المنظمة وعلاقاتها.

تعريف "Blazorke" بأنها البرامج التطوعية التي تقوم بها مختلف المنظمات وذلك لاستجابة لاحتياجات جماهيرها وهي كذلك تمثل وعى الإدارة بأنها مسئولة عن أفعالها وتأثيراتها وأن لها دور كبير تجاه المجتمع الذي تعمل فيه.

كما يشير Blomstrong لمفهوم المسؤولية الاجتماعية: بأنها كافة الممارسات والأفعال التي تلتزم بها المنظمات لحماية وإدارة المجتمع ككل، مع الاهتمام بالمصالح الذاتية للمجتمع.

كما يشير مفهوم "المسؤولية الاجتماعية" إلى أنشطة الشركات/المنظمات التي تدل على إدراج الاهتمامات الاجتماعية والبيئية في العمليات التجارية والتفاعل مع أصحاب المصالح وذلك طبقاً لمستويات الطموح من استدامة الشركة.

كما تعرف أيضاً بأنها "الكيفية التي تدير بها المنظمات عملياتها لإنتاج تأثير إيجابي شامل على المجتمع".

كما قدم مجلس الأعمال العالمي بأنها "التزام الأعمال المستمر بالسلوك الأخلاقي والمساهمة في التنمية الاقتصادية مع تحسين جودة حياة المجتمع و القوى العاملة وعائلاتهم بالإضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع بأكمله".

كما تعرفها المنظمة الدولية للمعايير ISO بأنها مسؤولية المنظمات عن قراراتها وأنشطتها التي تؤثر على المجتمع والبيئة، من خلال التزامها بالشفافية والسلوك الأخلاقي الذي يجب أن يتسق مع التنمية المستدامة ورفاهية المجتمع ويضع في اعتباره توقعات أصحاب المصالح والقوانين، بما يتفق مع المعايير العالمية للسلوك ويكون متكاملًا مع المنظمة.

تعريف البنك الدولي للمسؤولية الاجتماعية: التزام أصحاب الشركات والمنظمات بالمساهمة في التنمية المستدامة للمجتمع من أجل تحسين مستوى معيشة الأفراد والمجتمع الذي تعمل فيه بما يخدم المجتمع والتنمية في آن واحد.

ويؤكد العديد من الباحثين على أهمية فهم وتطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية لكل منها عدة أبعاد فرعية، وهي:

1. الأبعاد التنظيمية: وتتمثل في أهمية أن المسؤولية الاجتماعية ليست مطلبًا خاصًا بالشركات بالرغم من الدور الفاعل للشركات فيه، إنما يجب أن يفرض على جميع الجهات الاجتماعية في الدولة، حيث أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية يحكم كل العلاقات الإنسانية، وهو ما أدى إلى ظهور مفهوم لمسؤولية الاجتماعية التنظيمية (Organ Institutional Social Responsibility (ORS)، ليصبح للدور الاجتماعي للشركات هدفاً رئيسياً بل واستراتيجياً، وذلك من خلال غرس مبادئ المسؤولية الاجتماعية من خلال الثقافة التنظيمية السائدة لدى المؤسسات.

2. أبعاد المسؤولية: وتشير إلى العلاقات، وتعني مسؤولية الشركة عن إدارة شبكة علاقاتها مع مجموعات المصالح الأساسية لهذه الشركة، وهو ما يتماشى مع المبادئ الاقتصادية والسياسية للشركة .

3. أبعاد الاستدامة: حيث تهتم الشركات والمؤسسات بدمج ثلاث عناصر أساسية في البرامج الاجتماعية وهي: الاهتمام بالقضايا البيئية، تحقيق أهداف الشركات على المدى الطويل المساهمة في مواجهة

تحديات المجتمع وذلك من خلال إطار مرجعي مشترك يُعني بالدمج بين الرخاء الاقتصادي والعدالة الاجتماعية،

ويتضح من العرض السابق لمفهوم المسؤولية الاجتماعية عدة نقاط يتعلق أبرزها بما يلي:

1. أن المسؤولية الاجتماعية تمثل التزاماً قوياً من المنظمات وأصحاب الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه.
2. المنظمات على اختلافها ليس لها دور اقتصادي فقط بل لها دور أكبر يعزز الرفاهية لكافة فئات المجتمع.
3. تلزم المسؤولية الاجتماعية المنظمات بمسؤوليات متعددة ومتدرجة من حيث الأهمية أو في تحقيق الربح الاقتصادي للمنظمة ثم المسؤولية الأخلاقية لكل فئات المجتمع.
4. تستخدم كأداة إدارية لتقويم الأداء وتحسين سمعة المنظمة.

ومما سبق يمكن تحديد مفهوم "المسؤولية الاجتماعية" بأنها: "التزام أخلاقي واجتماعي وإنساني تجاه كافة المنظمات العاملة في المجتمع لتطويره وتحديثه في كافة الأنشطة الإنسانية مثل رعاية المتفوقين علمياً، حملات التوعية المجتمعية... وهكذا وذلك من أجل تطوير المجتمع وتحديثه".

تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات

- ✧ التوظيف: يُعدُّ من أهم مصادر التنمية الاقتصادية. فالشركات تقوم بتوظيف الأفراد بصورة مباشرة من خلال تعيين موظفين دائمين أو موظفين بموجب عقود .
- ✧ توفير الموارد و المشتريات : توفير الموارد من شركات موجودة في المجتمعات المحلية قد يؤدي بالتالي إلى تحفيز التنمية الاقتصادية للمجتمع المحلي.
- ✧ الاستثمار المالي. قيام الشركات باستثمار الأموال على أساس قصير أو طويل الأمد يعود على المجتمعات المحلية بالعديد من الفوائد.
- ✧ الأعمال الخيرية والاستثمار في المجتمع المحلي. يتضمن هذا إجمالاً توجيه الأموال النقدية والموارد إلى الأنشطة التي تؤدي إلى إيجاد الوظائف وتوليد الدخل في المجتمع المحلي، مثل: التدريب بغرض الإعداد للتوظيف، وتوفير السكن بتكلفة معقولة، وتطوير وتوسيع مؤسسات الأعمال التجارية الصغيرة، والإنعاش الاقتصادي، والاستثمار في تعليم الشباب أو تعزيز الظروف الصحية للشباب في المجتمع المحلي. وتقوم الشركات بهذه الأنشطة من خلال التبرع للمنظمات المعنية بتطوير المجتمع المحلي، وبالشراكة مع الوكالات غير الربحية وتصدر برامج الإنعاش الاقتصادي.

هرم "كارل" للمسؤولية الاجتماعية:

قسّم كارل المسؤولية الاجتماعية إلى أربعة أبعاد رئيسية تتمثل في:

- **البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية:** يستند إلى مبادئ المنافسة والتطور التكنولوجي حيث يشتمل على مجموعة كبيرة من أهم عناصر المسؤولية الاجتماعية، التي يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار، وذلك في إطار احترام قواعد المنافسة العادلة والحرّة والاستفادة من التطور التكنولوجي، بما لا يسبب ضرر بالمجتمع والبيئة، والخدمات ذات القيمة للمجتمع، وفي إطار هذه المسؤولية تحقق المؤسسة للأفراد الفوائد والأرباح الكافية بتعويض مختلف مساهمات أصحاب الأعمال والمال وغيرهم.

- **البعد الاجتماعي:** تساهم المؤسسات والمنظمات في تحقيق رفاهية المجتمع الذي تعمل فيه، وتحسين رفاهية شؤون العاملين بما ينعكس إيجابياً على زيادة إنتاجيتهم وتنمية قدراتهم الفنية وتوفير الأمن المهني والوظيفي والرعاية الصحية، والمجتمعية، ويعد الأسلوب الإداري المتفتح الذي تتبعه المؤسسات حاسماً حيث أن لاعتبار سلوكها الاجتماعي تأثير يتجاوز حدود المؤسسة نفسها.

- **البعد البيئي:** لا بد أن تراعي المؤسسة الآثار البيئية المترتبة على عملياتها ومنتجاتها، والقضاء على أية آثار سلبية قد تضر بأفراد المجتمع مثل انبعاث الغاز والحرائق مثل قش الأرز، وتحقيق أكبر قدر من الكفاءة والإنتاجية من الموارد المتاحة، والعمل على تقليل الممارسات التي قد تؤثر سلباً على المجتمع.

أهمية المسؤولية الاجتماعية:

- 1- تؤثر نشاطات المنظمات والمؤسسات المختلفة في إطار تبنيها لبرامج المسؤولية الاجتماعية إيجابياً على سمعة المنظمة وخاصة في ظل الأزمات التي قد تتعرض لها المؤسسة.
- 2- تمثل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة بحدود معينة تمثل عملية مهمة ومفيدة في علاقتها مع مجتمعاتها لمواجهة كافة الانتقادات والضغوط المفروضة عليها .
- 3- تساعد المسؤولية الاجتماعية الشركات والمؤسسات في تفعيل علاقة المنظمة بالمجتمع المحلي وأصحاب القرارات المهمة في إطار تقديم خدمات مجتمعية.
- 4- تساهم المسؤولية الاجتماعية بشكل كبير في ربط العلامة التجارية للمنظمة بمشاعر الحب والاحترام بما يساعد بشكل كبير في دعم الوزن النسبي للعلامة التجارية الخاصة بالمنظمة *Brand Equity*.
- 5- تساعد المنظمات والمؤسسات العاملة في القطاع الخاص على أن يكون أكثر قدرة على المنافسة في الأسواق الدولية .
- 6- كما أن المسؤولية الاجتماعية تؤثر بشكل إيجابي على كفاءة العمل وتطويره بما ينعكس على تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين بالمؤسسة.

7- كما أن المسؤولية الاجتماعية لها أهمية كبيرة في المساهمة في زيادة التكافل الاجتماعي والانتماء في المجتمع وتحقيق الاستقرار الاجتماعي، بالإضافة إلى تحقيق رفاهية المجتمع وتطويره.

أهداف المسؤولية الاجتماعية:

وهناك أهداف تشترك كل المنظمات في العمل على تحقيقها أثناء تبنيها لبرامج المسؤولية الاجتماعية:

- ✧ تحقيق الربح المادي للمنظمة.
- ✧ تقديم منتجات وخدمات جيدة بأسعار معقولة تتناسب مع المستوى الاقتصادي للمستهلكين.
- ✧ الاستجابة للمسؤولية الاجتماعية للمنظمة تجاه المجتمع وجماهيره.
- ✧ تحسين الصورة الذهنية للمنظمة.
- ✧ تقديم صورة مقبولة للمنظمة وعلامتها التجارية.

لذلك يجب على مسئولي المنظمة عند تبنيها لبرامج المسؤولية الاجتماعية ضمن خطتها الاتصالية أن تحقق التناسق بين أهدافها من تبنيها لبرامج المسؤولية الاجتماعية والأهداف العامة للمنظمة وذلك وفقاً لحاجة المجتمع والجماهير إليه، وعلى الرغم من تزايد أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات وطبقاً للتقرير العالمي Reteen Institution 100، أن المنظمات العالمية تتفق حوالي 500 مليون دولار سنوياً على أنشطة المسؤولية الاجتماعية.

وهناك عدة أسباب تدفع المنظمات للاهتمام ببرامج المسؤولية الاجتماعية:

- **تعددية الجماهير:** في ظل تعدد الجماهير المستهدفة للمنظمة سواء كانوا العملاء أو العاملين أو غيرهم، ورغبة مختلف المؤسسات للحفاظ على جماهيرها، فقد أعطى ذلك للشركات حافز قوى لتبني برامج المسؤولية الاجتماعية.
- **تلبية احتياجات الرأي العام:** يتمثل في كيفية معالجتها للموضوعات والقضايا التي تكون مثارة، وتكون ذات تأثير كبير على أفراد المجتمع ككل، لذلك تسعى المنظمات لتلبية احتياجات المجتمع بهدف تحسين سمعة المؤسسة والحصول على حب وتقدير جميع أفراد المجتمع.
- ويعتمد نجاح برامج المسؤولية الاجتماعية بشكل كبير على التزامها (الاحترام لكافة أفراد المجتمع- التزام المؤسسة بدعم وحماية المجتمع).

وهناك عوامل أساسية يجب توافرها لضمان نجاح برامج المسؤولية الاجتماعية:

- أ- تتمثل في وجود إدارة جيدة تهتم بفئة أصحاب المصالح المعنية بالمسؤولية الاجتماعية.
- ب- وجود قيادة واعية بأهمية المسؤولية الاجتماعية للشركة والمنظمة وإعطاء الأولوية في استراتيجيات تخطيط الشركة .

ت-تحسين علاقة الشركة والتعاون الجيد والمستثمرين وبين كل من الحكومة والمنظمات غير الهادفة للربح والمجتمع المدني.

آثار تبني الشركات والمؤسسات للبرامج المسؤولية الاجتماعية:

وتنقسم إلى:

1-آثار مباشرة: تنعكس آثار تبني المسؤولية الاجتماعية على المؤسسة والأداء المالي، فقد وجدت بعض الدراسات أن هناك علاقة إيجابية بين تبني المؤسسات لمسؤوليتها الاجتماعية وبين الأرباح المالية التي تحققها، وتعود هذه العلاقة الإيجابية إلى تحسن العلاقة داخل المؤسسات بين الإدارة والعاملين بها من ناحية و الإدارة وعملاء المؤسسة من ناحية أخرى، بالإضافة إلى تحسين سمعة المؤسسة مما يعود على بالمنظمة،

2-آثار غير مباشرة: يعد تبني المنظمات لبرامج المسؤولية الاجتماعية لها عددًا من الآثار غير المباشرة وتتمثل أهمها في:

أ. تعزيز سمعة المؤسسة ومكانة المنتج التي تبني على أساس الكفاءة في العمل، والنجاح في الأداء، ومستوى الثقة المتبادلة بين المؤسسات وأصحاب العمل ومستوى الشفافية الذي تتعامل به هذه المؤسسات.

ب. تحسين فرص الحصول على رؤوس الأموال بعد اكتساب السمعة الجيدة جراء تبنيها لبرامج المسؤولية الاجتماعية، التي تؤدي إلى بناء سمعة جيدة للمؤسسة داخل السوق.

ت. تساعد المنظمة على اجتذاب عملاء جدد يتمتعون بمهارات عالية.

ث. تخفيض الرقابة التنظيمية من خلال امتثال المؤسسات للأنظمة والقوانين.

ج. توفير فرص عمل جديدة من خلال تطوير التكنولوجيا الجديدة والمنتجات والخدمات التي تلبي مطالب العملاء.

ح. توسيع الحصة السوقية وبناء كيانات مستقرة، وذلك بناءً على ما أقره المنتدى الاقتصادي العالمي على العلاقة التبادلية بين المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والأداء المالي على المدى الطويل، وذلك أن التنمية الاجتماعية الواسعة النطاق ستكون قادرة على التأثير بشكل فعال في توسيع السوق الحالية المحدودة، التي تواجهها المؤسسات في المؤسسات الناشئة.

فوائد تطبيق المسؤولية الاجتماعية:

1. تخفيض الرقابة التنظيمية.

2. تحسين الأداء التشغيلي للمنظمة والعملاء.

3. تحقيق الولاء للعملاء واستقطاب عملاء جدد.

4. تحسين الصورة الذهنية للمنظمة لدى المجتمع الذي تعمل فيه.

5. الحفاظ على المجتمع وتحقيق رفاهيته من خلال تحسين الأداء النقي للحفاظ على المناخ.

مبادئ المسؤولية الاجتماعية:

تقوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات والشركات على اختلاف أهدافها سواء كانت مؤسسات خدمية أو سلعية على تسع مبادئ أساسية تتمثل في:

- 1- الحماية والإصلاح البيئي.
- 2- القيم والأخلاقيات.
- 3- المساءلة والمحاسبة.
- 4- تقوية وتعزيز السلطات.
- 5- الأداء المالي وتعزيز النمو.
- 6- مواصفات موقع العمل.
- 7- العلاقات التعاونية.
- 8- المنتجات والخدمات ذات الجودة.
- 9- الارتباط المجتمعي وتعميق العلاقات.

مجالات المسؤولية الاجتماعية

ترى النظريات الإدارية الحديثة أن أي شركة أو منظمة هي نظام مفتوح يتفاعل مع البيئة الخارجية حوله فتؤثر فيه وتتأثر بها، ولذلك فإن هناك مسؤولية تقع على عاتق الشركة فيما يتعلق بالمجتمع الذي تعمل فيه، ولما كان المجتمع يعطى الشركة موطن لنشاطها، كان لزاماً على الإدارة أن تعمل على جعل الشركة عضواً نافعاً في المجتمع يعمل على تقدم أفرادها ورفاهيتهم، فالمشروع النافع في النهاية هو الذي يعمل على تأييد الجمهور داخل الشركة أو المنظمة أو خارجها.

ويمكن تحديد مجالات المسؤولية الاجتماعية في المجالات التالية:

1. تقديم برامج رعاية اجتماعية والقيام بأعمال خيرية.
2. التبرع لمشروعات خيرية وتقديم الخدمات الاجتماعية مثل تنظيم إفطار جماعي، مشروع بنط الطعام في رمضان.
3. تقديم الهدايا والجوائز ورعاية المتفوقين علمياً.
4. القيام بإجراء البحوث والدراسات لإلقاء الضوء على الاحتياجات والمشكلات الاجتماعية

وهناك بعض الإجراءات والسلوكيات التي تمكن المنظمات من تطبيق المسؤولية الاجتماعية عند بداية ممارستها، إلى أن تصبح مع الوقت عنصراً أساسياً ومهمة محورية من مهام المنظمات، وهي:

- (أ) خلق كيانات قانونية مهمتها تأكيد الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية.
- (ب) تخصيص ميزانيات محددة لدعم أنشطة هذه الوحدات لدعم برامجها.
- (ت) يجب فصل هذه الميزانيات عن الميزانية الأساسية لكي لا تتأثر بالريح والخسارة.
- (ث) وضع أولويات الدعم عن طريق فروع المنظمات المحلية لقرنها من الواقع المحلي.
- (ج) عجم تطوع الموظفين باعتبارها جزءاً أساسياً من إستراتيجية عمل المنظمة.

المسؤولية الاجتماعية والعلاقات العامة

يمكن تصنيف أنشطة المسؤولية الاجتماعية وفق تصنيفين رئيسين، فمنها ما يعتمد على الجهات المعنية بأنشطة المسؤولية الاجتماعية، وينقسم إلى:

التصنيف الأول: تصنيف قائم على الشرائح والقطاعات أو العناصر الرئيسية المهمة بالمسؤولية الاجتماعية ويقدم الجدول التالي تصنيف المستفيدين من مجالات المسؤولية الاجتماعية:

جدول رقم (1): تصنيف شرائح المستفيدين من مجالات المسؤولية الاجتماعية.

العناصر أو الشريحة	مسؤولية الإدارة تجاههم
المالكون أو المساهمون	تحقيق أكبر ربح - تعظيم قيمة الأسهم والمؤسسة ككل - تكوين صورة محترمة للمؤسسة في بيئتها - حماية أصول المؤسسة - زيادة المؤسسة.
العاملون	أجور ورواتب مجزية - فرص تقدم وترقية - تدريب مستمر - عدالة وظيفية - ظروف عمل مناسبة - رعاية صحية - إجازات مدفوعة - تأمين السكن - وسائل النقل.
العملاء.	منتجات بنوعية جيدة - أسعار مناسبة - سهولة الحصول على المنتجات - الإعلان الصادق - إرشادات بخصوص المنتج ثم التخلص منه أو من بقاياها بعد الاستعمال.
المنافسون	منافسة عادلة ونزيهة - معلومات صادقة وأمنه - عدم استقطاب العاملين بوسائل غير نزيهة.
المجهزون (موزعون أو موردون)	الاستمرارية - أسعار عادلة - تطوير استخدام المواد المجهزة - تسديد الالتزامات المالية - والنزاهة العادلة.
المجتمع	توظيف أصحاب الاحتياجات الخاصة - توفير فرص عمل جديدة - دعم أنشطة المجتمع للأطفال والشباب والمسنين - رعاية الموهوبين - دعم الفنون - اسهام في حالات الطوارئ والكوارث - احترام العادات والتقاليد.

البيئة	الحد من تلوث المياه والبيئة و التربة-لاستخدام الامثل العادل للموارد الطبيعية-
الحكومة	الالتزام بالتشريعات والقوانين الحكومية-تسديد الرسوم وعدم التهرب منها-الإسهام في البحث والتطوير-المشاركة في حل المشكلات الاجتماعية والاقتصادية.
المنظمات الاجتماعية	التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك-احترام دور جمعيات المجتمع المدني- التعامل الصادق مع وسائل الاعلام.

التصنيف الثاني: القائم على الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة،

ويعتمد هذا التصنيف على تقسيم أنشطة المؤسسة في اتجاهين داخلي وخارجي، كما يلي:

أ-المسؤولية الاجتماعية للجمهور الداخلي: تتوجه أنشطة المسؤولية الاجتماعية نحو العاملين للمؤسسة وذلك بتوفير عددًا من الأنشطة والخدمات لهم في مختلف المجالات والتي تساعدهم على تطوير الأداء بشكل أفضل وصورة أفضل وهو ما ينعكس على تحقيق رضا العاملين على الأداء الوظيفي للمؤسسة بشكل كبير.

ب-المسؤولية الاجتماعية للجمهور الخارجي، وتتمثل في تحقيق الأهداف التالية:

- ✧ حماية المستهلك.
- ✧ التشغيل: من خلال توسيع توفير فرص العمل لأبناء المجتمع.
- ✧ البيئة: وذلك من خلال حفاظ لمؤسسة للحفاظ على الموارد البيئية من الإهمال والضياع.
- ✧ المجتمع ومشكلاته المختلفة: وهي مشكلات متعددة فمنها الاقتصادي كالبطالة وقلة الموارد، ومنها اجتماعي مثل كانتشار الجريمة والفساد في المجتمع، ومنها صحي مثل انتشار الأمراض والأوبئة في المجتمع.

وبناءً على ذلك فإن تطبيق مجالات المسؤولية الاجتماعية هناك التزامات محددة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه تتمثل في المجالات التالية:

-التزامات المنظمة تجاه المجتمع Community: لما كان المجتمع يعطى المنظمة موطناً لنشاطها ويزفر لها كل السبل التي تساعده على النمو والاحتياج والنجاح ، كان لزاماً على الإدارة أن تعمل على أن تجعل المنظمة عضواً نافعاً، ومسؤوليات المنظمة نحو المجتمع تمتد في اتجاهات مختلفة ومتنوعة، من الواجبات الاقتصادية إلى دعم الأنشطة الثقافية ،وكل مجتمع لديه احتياجاته الاجتماعية المختلفة المتعددة، وهذا يتطلب من المنظمات أن تعمل على اختيار مجالات مساهماتها وفقاً لأولوية الحاجة إليها من المجتمع في

ضوء مواردها المخصصة للبرامج الاجتماعية ومن تلك المجالات التي تساهم فيها المنظمات في خدمة المجتمع ما يلي:

❖ دعم البرامج الخاصة بحماية البيئة والتحكم في تلوث الماء والهواء. وذلك بان تتحمل المنظمات مسؤولياتها في المساهمة في تمويل ودعم برامج علاج التلوث البيئي سواء الناتجة من عمليات المنظمات أو من مصادر أخرى، وتلزم التشريعات الحكومية في الولايات المتحدة الأمريكية المؤسسات على تخصيص 5% من صافي الربح لبرامج التلوث البيئي من النفايات الصناعية، وعدم احتراق الوقود، وغيرها من مصادر التلوث الأخرى وتتجاوز كثير من المنظمات ما تحدده القوانين بمعدلات كبيرة مساهمة منها في تحسين نوعية الحياة والبيئة في المجتمع حتى أن إجمالي ما تم إنفاقه على مشروعات علاج التلوث في الولايات المتحدة الأمريكية في خمس سنوات مبلغ 126 بليون دولار تتحملها الحكومات الفيدرالية والمنظمات، وتشير الإحصائيات الرسمية للجنة حماية البيئة إلى أن برامج المنظمات لعلاج التلوث الهواء والتخلص من النفايات الصلبة قد أدت إلى تخفيض نسبة التلوث في الهواء بدرجة أقل من عشر مرات عن ذي قبل، وان السيطرة على عوادم احتراق الوقود قد أدت إلى خفض نسبة تلوث الهواء بدرجة كبيرة، وان علاج التلوث الناتج عن العمليات الصناعية يقلل من تلوث الهواء من هذا المصدر بما يقلل عم المعدل الحالي 3 مرات.

❖ تقديم المنح المالية للجهات التعليمية، والجامعات، ومعاهد البحوث: وتمويل الأبحاث في المجالات المختلفة سواء أبحاث الجامعات أو الأبحاث العلمية التي تقوم بها المنظمات في مختلف المجالات.

❖ تمويل بعض الأنشطة والبرامج الثقافية والترفيهية، الرياضية، الفنية التي تساهم في خدمة الجماهير النوعية المختلفة.

❖ المساهمة في تحديث وتطوير بعض المدن، ورصف الطرق، وتجميل الميادين.

❖ تقديم المساعدات المالية والعينية للمستشفيات، ودعم مجالات الرعاية الصحية، برامج علاج الإدمان من الكحوليات والمخدرات على اختلاف أنواعها.

❖ المساهمة في الإنفاق على برامج، ووسائل تنظيم الأسرة للمساعدة في حل مشكلة الإسكان، وإقامة المدن السكانية للعاملين بالمنظمة.

❖ تقديم المنظمات في النظم الرأسمالية مساهمات مالية لبرامج الحكومة الخاصة بالمنح المالية للأفراد المتعطلين عن العمل مساهمة منها في علاج مشكلة البطالة.

❖ تقديم المنح والهبات للجهات الخيرية، وقد بلغت نسبة الأموال التي تقدمها المنظمات في هذا المجال الذي يعتبر واحدًا من المجالات المتعددة للمسؤولية الاجتماعية.

❖ تشترك بعض المنظمات في إنشاء مكاتب لتحسين ظروف العمل Better Business Bureau، حيث تسهم تلك المكاتب في عقد اتفاقيات بين المنظمات لمنع المضاربة في الأسواق، أو صيانة درجة معقولة

من المنافسة وحرية التجارة عن طريق تقليل الاحتكارات، وهي إحدى الطرق لتحقيق السلوك المسئول اجتماعياً.

2-المسؤوليات الاجتماعية للعاملين Employee:

وهي أفضل برامج العلاقات العامة الاجتماعية هي البرامج التي ترضى العاملين، وتمكنهم من العمل بكفاءة في خدمة المنظمة والمجتمع، وهناك مجالات عديدة لمسؤولية المنظمات الاجتماعية نحو العاملين كالتالي:

▪ **تحسين نوعية بيئة العمل Quality Of Work Life:** أكدت الأبحاث العلمية أن تحسين بيئة العمل لها تأثيرات إيجابية على صحة العاملين وكفاءتهم، ولذلك تسعى المنظمات إلى تحسين بيئة العمل من خلال تحسين بيئة العمل، وتدبير وسائل الأمن والسلامة المهنية لحماية العاملين داخل المنظمة.

وتأخذ البرامج الاجتماعية للعاملين عدة أنماط تتمثل في:

1- تهتم المنظمات بوضع برامج العاملين سوء تقديم أشكال الرعاية الصحية أو الاجتماعية مثل تقديم المنح والمكافأة المالية والحوافز التشجيعية للموظفين، وكذلك تشجيع الموظفين على المشاركة في الأنشطة الاجتماعية الخاصة بتنمية المجتمع، بالإضافة إلى دعم الأنشطة الثقافية والترفيهية والدورات التدريبية التي تنمي مهارتهم في مختلف المجالات وبما يتواءم مع التطورات التكنولوجية الحديثة وكذلك تطورات بيئة العمل.

2- تدعيم اتصالات المنظمة مع العاملين، وتوفير كافة المعلومات لهم عن المنظمة وذلك من خلال الاستفادة من الأدوات التكنولوجية الحديثة مثل تطبيقات الهواتف المحمول (Whats up-Viber) وكذلك البريد الإلكتروني ومجموعات الشركات والمنظمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على أن تكون مجموعات مغلقة خاصة بالعاملين فقط، ويجب الاهتمام بذلك لسببين أساسيين هما:

-أن توفير المعلومات للعاملين يزيد من إحساس العاملين بالرضا عن العمل والفخر والانتماء له.

العاملين هم أعضاء في المجتمع الذي يعيشون فيه وينقلون أي معلومات عم المنظمة إلى عائلاتهم وجيرانهم مما يدعم الصورة الذهنية للمنشأة لدى العاملين.

وتعتبر إدارة العلاقات العامة هي الإدارة المنوط بها الاهتمام والاتصال مع العاملين داخل المنظمة، وذلك من خلال تشجيع الاتصالات المزدوجة التفاعلية سائلة الذكر، بالإضافة إلى عقد الاجتماعات والندوات بشكل درزي وتفسير قرارات المنشأة لهم، بالإضافة إلى ضرورة الاهتمام بصندوق الشكاوى لتلقى شكاوهم والعمل على حلها والاهتمام بها.

ثالثاً: المسؤولية الاجتماعية للمستهلكين

توجه المنظمات عنايتها إلى الأنشطة المتعلقة بمسؤولياتها تجاه المستهلكين، حيث يواجه المستهلكين بإعداد ونوعيات كثيرة من السلع والخدمات، مما يلقي على المنظمات عبئاً كبيراً في محاولة الاحتفاظ بعلاقات جيدة مع المستهلكين الحاليين والعمل على اكتساب مزيد من المستهلكين المرتقبين في ظل نظام شديد من المنافسة، وتنوع هائل من السلع والخدمات ولذلك تضع المنظمات برامج لتدعيم علاقتها مع المستهلكين، وتحمل مسؤولياتها الاجتماعية نحوهم وتتمثل تلك الأنشطة فيما يلي:

- ✧ التأكد من ضمانات الجودة فيما تقدمه من منتجات وخدمات.
- ✧ إضفاء الثقة على الأنشطة الإعلانية عما تقدمه من سلع وخدمات، والالتزام بالمعايير الأخلاقية فيما تقدمه من معلومات عن السلع للمستهلكين.
- ✧ الاهتمام بطرق التغليف وتقديمها بما يحافظ على جودة المنتج وسلامة المستهلك، ويجب الاهتمام بتبئيه المستهلك إلى ضرر محتمل لسوء استخدامها.
- ✧ التحكم والسيطرة على المواد التي تسبب أضرار صحية للمستهلكين ومنع استخدامها أو على الأقل إرشاد المستهلك إلى ما تسببه من أضرار وهو يمثل جزء هام من المسؤولية الاجتماعية للشركات تجاه المستهلك مثل إلزام القانون المصري بشركات السجائر بوضع عبارة "ضار جداً على الصحة".

مسؤوليات المنظمة الاجتماعية نحو المساهمين Shcholders:

وذلك من خلال المحافظة على حقوق المساهمين في الحصول على الربح بالإضافة إلى القيام بكل ما يدعم موقف الشركة لدى الجماهير ومن بينها ما تقوم بها، من أنشطة اجتماعية تدعم الصورة الذهنية للمنظمة لدى الجماهير وفقاً لإمكانيات معقولة لا تضر بمصالح المنظمة لدى المنظمة وفقاً لإمكانيات معقولة لا تضر بمصالح المستثمرين حتى لا تتعرض المنظمة لقوانين قد تضر وأعماله ويجب على المؤسسات أن تطوير النشرات المالية للمنظمات والتي توضح الموقف المالي للجماهير وللمساهمين وللجهات الحكومية.

-تدعيم علاقة المنظمة مع الجهات الحكومية Relations with government: يفرض عمل المنظمات على الالتزام بمفهوم المسؤولية الاجتماعية عليها ضرورة تحديث نوع من التفاعل والتعاون والاختيار بين المنظمة والجهات والحكومية بهدف التعاون في حل بعض المشاكل المجتمعية التي تحتاج إلى مساهمة المنظمات وفقاً لما تختاره من مجالات، ويعتبر قبول المنظمات للقوانين التي تصدرها الدولة لحماية البيئة والصحة العامة وحقوق المستهلكين والمستثمرين الحد الأدنى من مسؤولية المنظمة، بالإضافة إلى ضرورة احترام القوانين والتشريعات الحكومية بما لا يسيء بصورتها الذهنية لدى الجماهير.

أنماط تطبيق المسؤولية الاجتماعية:

هناك أنماط عديدة عن تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية وذلك باختلاف الأنشطة التي يقوم بها المسئولون عن تطبيق المسؤولية الاجتماعية وسوف يتناول الجزء القادم أنماط تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية، وذلك على النحو التالي:

✧ استجابة المنظمات للقوانين والتشريعات الحكومية في المجالات المختلفة الاجتماعية والبيئية هي نمط من أنماط استجابة المنظمات لحملات النقد الموجهة لها، وغالبًا ما تكون نمط استجابة المنظمات التي تعتنق الأيدلوجية الكلاسيكية في تحقيق أقصى ربح ممكن ولذا تقتصر جهودها على تنفيذ ما لزمها القوانين من إجراءاتها وهو الحد الأدنى للمسؤولية التي تنتظر إليه الجماهير كمجرد التزام بالقانون مما يقلل من أثر تلك الأنشطة على اتجاهات الجماهير.

✧ الاستجابة التطوعية للمساهمة في حل بعض مشاكل المجتمع متجاوزة ما تحدده القوانين إلى آفاق أوسع نتيجة اقتناع الإدارة بأن هذه الجهود التطوعية لها آثارها الإيجابية على نفوس الجماهير، وتؤدي إلى مزيد من التقدير للمنظمة وتدعم صورتها الذهنية.

✧ الاعتماد على الجهود الاتصالية سواء وسائل الإعلام التقليدية أو وسائل الإعلام الرقمية، لتبرير موقف المنظمة والدفاع عنها عندما تتعرض لانتقادات وهجوم الجماهير وتعتبر تلك المسألة من وظائف العلاقات العامة باعتبارها الإدارة المسؤولة عن الاتصال الجماهيري فهناك بعض المنظمات تلجأ إلى التفاوض مع المجموعات البيئية، والغرف التجارية وغيرها من مجموعات الضغط للتوصل إلى حل وسط للمشاكل المثارة، مع العلم بأن المنظمات لا تلجأ إلى هذا النمط من الاتصالات إلى عندما تضطر إلى ذلك وتواجه معارضة ومقاومة كبرى لأعمالها قد تؤثر على وجودها من تلك المجموعات.

✧ تتعاون المنظمات فيما بينها لإقامة بعض الهيئات العلمية والبحثية التي تقدم خدماتها للجماهير والمجتمع مثل المجلس الأمريكي للصحة الصناعية American Industrial Health Council، وهي تتكون من 200 شركة واتحاد تجاري للعمل على تطوير ومراجعة الوسائل الخاصة بتقليل المخاطر الصحية الناتجة عن الصناعة على المدى الطويل، كما تعاونت في إنشاء هيئات أخرى مثل "هيئة الصناعات الكيماوية" The Chemical Industry Institute وهو يتشكل من حوالي 30 شركة كيماوية، وهي تقوم بالبحوث العلمية على المواد الكيماوية المستخدمة في الصناعة ومنتجاتها، وهذه الهيئة مستقلة عن الشركات ولها الحق في نشر نتائج أبحاثها العلمية على الجماهير.

ويرى العديد من الباحثين والمتخصصين بضرورة وجود قدر من التنسيق والتعاون الاختياري بين المنظمات، والجهات الحكومية في مجالات المسؤولية الاجتماعية، وذلك لتحقيق التكامل بينهما ويمكن أن يتحقق ذلك من خلال ثلاث عناصر أساسية، هي:

1. توافر المعلومات الكاملة عن الظروف السائدة في المجتمع والتي من خلالها تستطيع المشاريع أن تحدد المجالات التي ستساهم فيها مثل توافر المعلومات عن حجم التلوث البيئي في المناطق المختلفة مدى كفاية الرعاية الصحية للعاملين، معلومات عن مستويات الأنشطة التعليمية والاقتصادية والثقافية سوء الحكومية أو الخاصة.
2. ضرورة وضع الخطط القصيرة الأجل لتحقيق الأهداف العاجلة والملحة على ضوء المعلومات المتاحة وفقاً لإمكانيات المنظمة.
3. تحديد الاستثمارات الطويلة الأجل للمنظمة والتي سيساهم بها في مجالات لا يظهر تأثيرها إلا على المدى الطويل.

وعلى الرغم من اختلاف أنماط تطبيق عملية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات من دولة إلى أخرى ومن مجتمع إلى آخر بل تختلف المنظمات فيما بينها، إلا أن هناك مجموعة من العوامل تؤدي إلى الاختلاف في أنماط التطبيق العملي لمسؤولية المنظمات تجاه المجتمعات المختلفة.

- ◀ درجة وعى الجماهير بالتأثيرات السلبية الناتجة عن عمل المنظمات على البيئة والصحة العامة نتيجة اختلاف حجم المعلومات المتاحة لها في وسائل عن تلك التأثيرات، وهو ما يؤثر على حجم الضغوط الخارجية التي تتعرض لها الإدارة في أي منظمة وتدفعها نحو الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية.
- ◀ اختلاف النظام الاقتصادي والسياسي والاجتماعي من دولة إلى أخرى، مما يؤدي إلى اختلاف نوعية الظروف السائدة في المجتمع، والمشاكل التي تتوقع الجماهير مساهمة المنظمات فيها.
- ◀ اختلاف القوانين والتشريعات التي تنظم عمل المنظمات في المجالات الاجتماعية والبيئية من مجتمع إلى آخر.
- ◀ التفاوت في وعى الإدارة العليا للمنظمات بأهمية تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية واتجاهات الإدارة ووجهة نظرها حول الأهمية النسبية للمجالات المختلفة لبرامج المنظمات الاجتماعية.
- ◀ جهود المنظمات المنافسة في المجالات الاجتماعية تمثل قيوداً تدفع إدارة المنظمة لمحاولة كسب ثقة الجماهير بكل السبل المتاحة لتدعيم اتجاهاتها المحاببة نحو المنظمة.

تقييم أداء برامج المسؤولية الاجتماعية:

وتتمثل الأهداف الرئيسية لقياس وتقييم أداء الشركات المنظمات في الآتي:

- ❖ **الرقابة:** وهي تعتبر من أهم أهداف نظم قياس وتقييم الأداء، حيث أنه يتم الاستفادة من التغذية العكسية لاتخاذ الإجراءات المناسبة في حالة عدم تطبيق الأهداف المطلوبة.
- ❖ **الاتصال:** يعتبر قياس وتقييم اداة مهمة لتبادل المعلومات للتأكد من تطبيق الإستراتيجية بالشكل المطلوب.

❖ **التحفيز:** تساعد نتائج نظام القياس وتقييم الأداء على تحفيز العاملين من خلال تبادل معلومات قياس وتقييم الأداء فيما بين الأقسام المختلفة داخل هذه الشركات.

❖ **التحسين:** وهي عملية الوصول إلى التحسين المستمر لأداء الشركة المنظمة ككل، حيث يمكن لها أن تطبق سياسة الثواب والعقاب لتحقيق الرغبة لدى العاملين لتحسين أدائهم.

المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي للشركات C F P:

حاول الكثير من الباحثين في مختلف التخصصات إلى إقامة علاقة بين الأداء المالي والمسؤولية الاجتماعية للشركات أو المنظمات أو حالة الأعمال للمسؤولية الاجتماعية للشركات / المنظمات.

وقد حاول (Vogel 2005)، في استعراض نقدي للمسؤولية الاجتماعية في بلده أن هناك أدلة كافية على أن المسؤولية الاجتماعية والربحية تسيران جنباً إلى جنب.

وقد اتفق الباحثين أن هناك خمسة وتسعين دراسة أكاديمية اختبرت العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات أو المنظمات والأداء المالي فالأداء المالي يقاس بسبعين طريقة مختلفة، والأداء الاجتماعي للشركات له سبعة وعشرون مصدر بيانات مختلف، بدون شك فإن عدم وجود توافق في الآراء حول طريقة القياس يزيد من تعقيد تحديد قضية تجارية واضحة للمسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات.

وإذا كانت المسؤولية الاجتماعية للشركات تعتبر خياراً مكلفاً فإن الشركات والمنظمات ذات الأداء المالي المنخفض نسبياً في الماضي قد تكون أقل استعداداً لاستيعاب هذه التكاليف في حين ستكون غالبية الشركات المنظمات الربحية الأكثر استعداداً لاتخاذ إجراءات مسئولة اجتماعياً، خاصة إذا أدرك مديروهم الفوائد الإضافية التي يمكن أن تحققها المسؤولية الاجتماعية للشركات بالمنظمات بالنسبة للأداء المالي المستقبلي مثل خطر مالي، تحفيز للموظفين وإرضاء للعملاء والمستثمرين.

ويمكن استخدام العائد على الأصول ROA كوكيل للأداء المالي للمنظمة:

وعلى المنظمة أن تطور مؤشرات الأداء المرتبطة بممارستها لمسؤوليتها الاجتماعية؛ والتي تشير إلى التطور في تنافسية المنظمة نتيجة ممارستها للمسؤولية الاجتماعية، وهناك خمسة منافع يمكن اعتبارها محددات الأداء الرئيسية تتمثل في (الأداء الرئيسية للمنظمة-القيمة المالية للماركة، انجذاب المستهلك، وتذكره، السمعة، جاذبية المنظمة للموظفين، ودافعية الموظفين)، ويتم بحث المساهمة الاقتصادية للمسؤولية الاجتماعية في المنظمة باستخدام إحدى الاستراتيجيات التالية:

- ◀ **نظرية النظام:** تحدد قيمة ربط أنشطة المنظمة بالبيئة الخارجية ووجود علاقات طيبة معها.
- ◀ **الجماهير الإستراتيجية للمنظمة:** تقاس قيمة الأنشطة بمساعدتها في تحقيق طلبات الجماهير.
- ◀ **إحراز الأهداف:** قيمة الأنشطة في تحقيق أهداف واضحة وقابلة للتأثير والقياس.

مستويات المسؤولية الاجتماعية للمنظمات:

تحدد المسؤولية الاجتماعية في دوائر ثلاثة متجددة المركز:

1- تمثل الدائرة الداخلية: مسؤوليات المنظمة الأساسية في تحقيق النمو الاقتصادي وكفاءة الوظيفة الاقتصادية.

2- تمثل مسؤوليات المنظمة تجاه الموظفين والعملاء والمساهمين ومسؤولياتها في حماية البيئة.

3- تشمل المجالات التي يجب على المنظمات الاهتمام بها لتصبح أكثر مساهمة في تحسين البيئة الاجتماعية ومساعدة المجتمع في حل بعض مشكلاته.

كما أشار التقرير الذي أجرى بواسطة مركز التسويق الاجتماعي عام 2003، أن المسؤولية الاجتماعية على مستوى داخلي تجاه موظفيها تقع عدة أشكال كالتالي:

1. المساهمة في مساعدتهم في تكاليف الزواج.

2. العمل على حل مشاكل أسر العاملين.

3. العمل على حل مشاكل العمل مثل الخصومات والجزاءات الموقعة.

4. تقديم منح ودورات تدريبية للعاملين.

استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية:

هناك استراتيجيات أساسيتان ذو صلة قوية بدراسة المسؤولية الاجتماعية في مختلف المجالات التي يتم من خلالها تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

أولاً: الإستراتيجية المادية

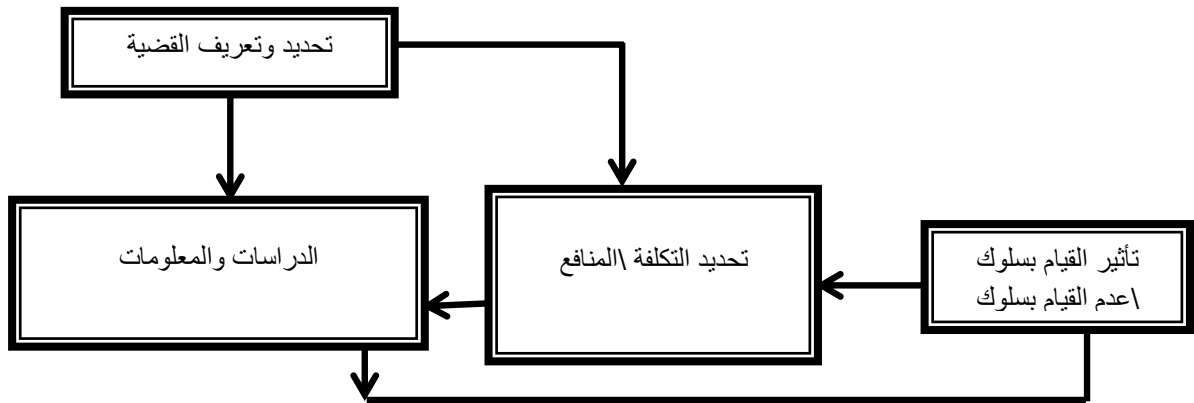
للشركات والمنظمات التي تعتمد على هذه الإستراتيجية يركز القائم على إدارة المسؤولية الاجتماعية على ترجمة مبادئ المسؤولية الاجتماعية في أهداف واضحة وملموسة ويحدد المعوقات المحتملة وما يمكن وما لا يمكن عمله، ويقدم منظمته باعتبارها منظمة عملية والسمة الأساسية في هذه الإستراتيجية هي أن التنفيذ يحدث من خلال السلوك، ثم يأتي تشكيل الإستراتيجية في مرحلة لاحقة، وتستخدم المقاييس والدراسات كدلائل مرشدة لتحديد الأنشطة المطلوبة.

ثانياً: الإستراتيجية المنظمة

يكون التركيز على ترسيخ جوانب المسؤولية الاجتماعية في نظم الإدارة، وغالباً ما يتم تقديم نظم الإدارة ولجودة بالفعل ثم يتم تكميلها فيما بعد بمهام إضافية وأهداف وأدلة، وترتبط الأفكار الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية بالأنشطة الرئيسية للشركة المنظمة وسبب نجاح هذه الإستراتيجية هو الطريقة الهيكلية والبنائية في العمل.

تطوير استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية للشركات:

يميل تطوير إستراتيجية في المنظمات لتبنى رؤى عقلانية ورسمية لها باعتبارها نظام اجتماعي يتكون من أغراض مترابطة متماسكة ومفهومة ومخططة، ولكن لا يمكن تطويرها إلا بعملية تحويلية تُبنى على أساس العلم.



شكل رقم (1): عمليات تبني المسؤولية الاجتماعية

ويوضح النموذج العمليات السابقة لتبنى الشركات والمؤسسات وإستراتيجية بيئة واجتماعية ويتكون من أربعة خطوات أساسية:

1. تحديد وتعريف القضايا والمجالات التي يجب على مختلف الشركات ممارسة مسؤوليتها الاجتماعية في إطارها بحيث تتفق ومجال عملها وتتفق وتطلعات الجمهور.
2. تحديد التكلفة والمنافع تحديد أولى و ثانوي: وذلك للتعرف على القيمة المضافة للشركة أو المنظمة ومقارنة التكاليف بالمنافع المتحققة.
3. إجراء الدراسات والبحوث للحصول على المعلومات والبيانات التي تعتبر الأساس الحقيقي لكل تخطيط إستراتيجي فعال.
4. إجراء البحوث مرة أخرى لتحديد تأثير ممارسة الشركة المنظمة أو عدم ممارستها لمسؤوليتها الاجتماعية على السمعة والصورة وعلى الأداء المالي

وهناك أربعة مستويات للالتزام الشركات والمؤسسات بمسؤوليتها الاجتماعية، وهي على النحو التالي:

○ **إستراتيجية الممانعة Obstructions strategy**: تتجنب إدارة الشركة وفقاً لهذه الإستراتيجية التزاماً بأي دور اجتماعي أو بيئي، وترفض الإنفاق على الأنشطة الاجتماعية والبيئية، وتهتم بالتركيز على الأولويات الاقتصادية.

○ **الإستراتيجية الدفاعية Defensive Strategy**: تهتم الشركات والمنظمات وفقاً لهذه الإستراتيجية بالقيام بالحد الأدنى الذي يفرضه القانون في كل ما يتعلق بأدوارها الاجتماعية أو البيئية، حيث أنه مع زيادة الضغوط التنافسية والسوقية واتجاه الشركات والمنظمات للاهتمام بحماية حقوق المستهلك وسلامة البيئة، تلجأ إدارة الشركة المنظمة إلى المناورات القانونية لتقليل أو تحاشي الوقوع في أي مسألة قانونية نتيجة المشاكل التي قد تسببها الشركة.

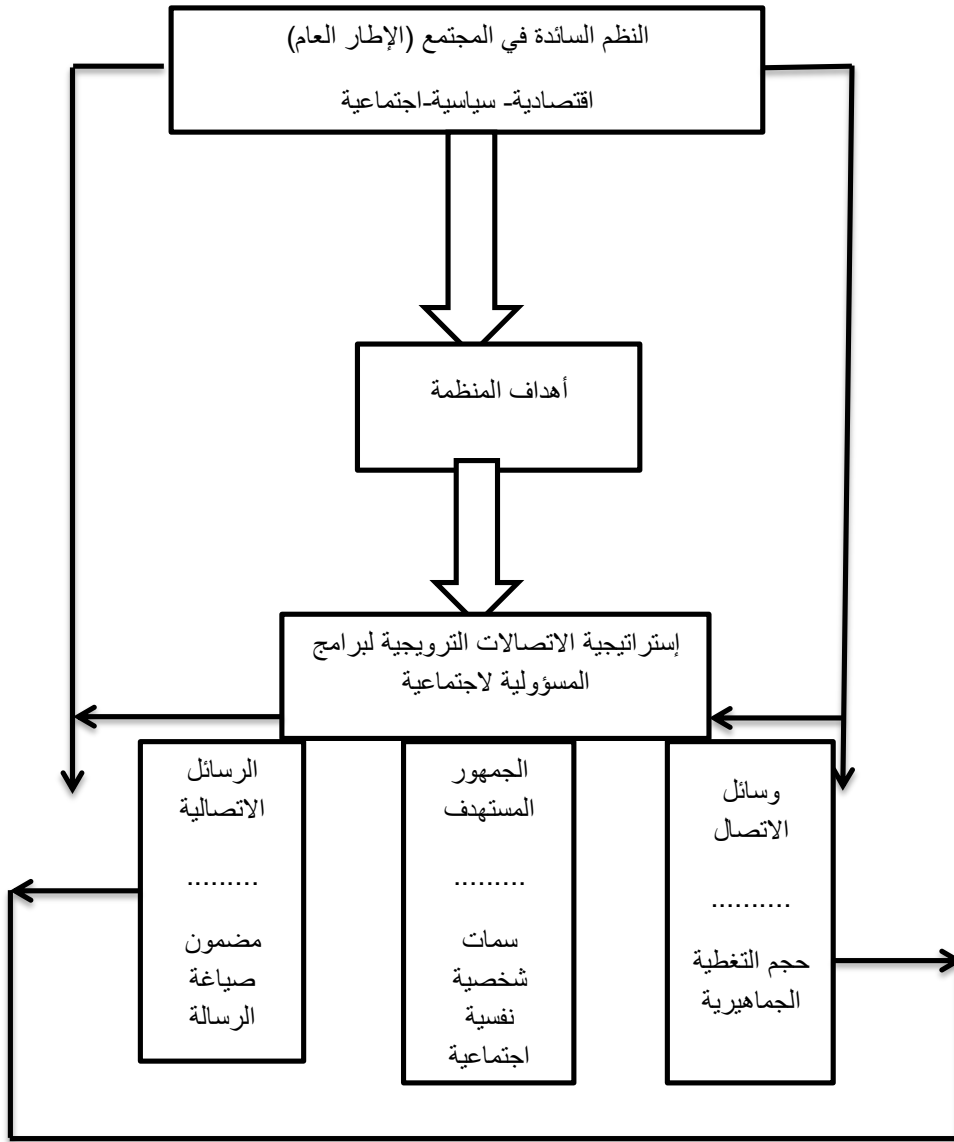
○ **إستراتيجية التكيف Accommodative strategy**: تبدأ هذه الإستراتيجية بالترام الشركات بالمسؤوليات الاقتصادية والاجتماعية ثم تهتم بعد ذلك بمراعاة المتطلبات الأخلاقية، وذلك من خلال الاهتمام بالقيم والأعراف السائدة والسلوكيات المقبولة اجتماعياً في بيئتها الداخلية التي تمثل ثقافة الشركة المنظمة، وكذلك بالنسبة للمجتمع الذي تعمل فيه.

○ **إستراتيجية المبادرة الطوعية Proactive strategy**: تتبنى الشركات والمنظمات بموجب هذه الإستراتيجية دوراً اجتماعياً وبيئياً واسعاً جداً، وتضع في اعتبارها مصالح المجتمع وحماية البيئة في جميع قراراتها، وهذا النوع من الاستراتيجيات يحمل في طياته المسؤولية الاجتماعية المتعددة المستويات، حيث تسعى إلى توفير المتطلبات الاجتماعية والبيئية والمجتمعية، علاوة على بناء قاعدة بكل المستويات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية وبذلك تمكن هذه الإستراتيجية الشركات والمنظمات من الاستعداد للتعامل مع أية ضغوط خارجية أو أزمات، أو تهديدات بتشريعات مقيدة لأعمالها بكل ثقة ومرونة.

إستراتيجية الاتصالات الترويجية لبرامج المسؤولية الاجتماعية:

يقوم جهاز العلاقات العامة بوضع إستراتيجية متكاملة لتفعيل برامج المسؤولية الاجتماعية، ولا بد أن تتضمن هذه الإستراتيجية الأبعاد التالية:

1. تحليل وفهم الإطار الخاص الذي تعمل فيه المنظمة، والذي تتم في ضوئه جميع الاتصالات، وهي المجتمع أو البيئة بكل أبعادها السياسية والاقتصادية والاجتماعية.
2. تحديد الأهداف المرغوبة من اتصالات المنظمة .
3. تصميم ووضع إستراتيجية للاتصالات الخاص ببرامج المسؤولية الاجتماعية وفقاً لأهداف الشركة وأهداف برامج المسؤولية الاجتماعية.



شكل رقم (3): إستراتيجية الاتصالات الترويجية لبرامج المسؤولية الاجتماعية

ويستخدم هذا النظام الاتصالي لضمان كفاءة الترويج لبرامج المسؤولية الاجتماعية ولعلاج أسباب القصور في اتصالات المنظمة وتستخدم المنظمات العديد من الوسائل الاتصالية المستخدمة في الترويج لبرامج المسؤولية الاجتماعية للمنظمات ويمكن تقسيمها إلى قسمين رئيسيين:

1. وسائل الاتصال العامة:

وهي وسائل الاتصال الجماهيرية مثل الصحف والإذاعة والتلفزيون، والتي تخاطب الجماهير على اختلاف أنواعها وتساعد هذه الوسائل المنظمة في تشكيل مواقف الجماهير تجاه بعض القضايا العامة أو الأفراد أو القضايا الاجتماعية بالإضافة أن لهذه الوسائل قدرة كبيرة على إضفاء مكانة مرموقة للمنظمة لدى أفراد المجتمع.

2. وسائل الاتصال الخاصة:

وهي وسائل الاتصال الخاصة بالمنظمة، ويقوم المسؤولون عن العلاقات العامة بإعدادها، وتوجه إلى جماهير المنظمة بشكل أساسي وتتحكم الإدارة في طريقة استخدامها وتكاليها بما يحقق أهداف المنظمة بأقصى فعالية ممكنة مثل مطبوعات العلاقات العامة (الكتيبات، النشرات، المطويات، المؤتمرات الخاصة بالمنظمة - المسابقات الثقافية - الأحداث الخاصة بالمنظمة-المعارض) وهذه الوسائل تنقل المعلومات المتعلقة بإنجازات المنظمة وأعمالها بينما تقوم البرامج الجماهيرية بدور هام في إقناع الجماهير واستمالتها، وكسب تأييدها كما يجب استخدام الاتصال لمواجهي Face To Face communication في تدعيم الجوانب الإنسانية في علاقتها بالجماهير ومن هنا يجب على المسؤولين أن يحسنوا اختيار برامج مزيج الوسائل والطرق الاتصالية المستخدمة في الترويج لبرامج المسؤولية الاجتماعية وأن يستخدموا كل وسائل الاتصال الممكنة سواء العامة أو الخاصة، الجماهيرية أو المواجهة بنسب مدروسة للتأثير في الجماهير.

3. وسائل الاتصال الرقمية:

وتتمثل في استخدام أدوات الإعلام الرقمي مثل الإعلان عن أنشطة برامج المسؤولية الاجتماعية عبر الموقع الإلكتروني، وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي، وفي حالة غياب ثقافة المسؤولية الاجتماعية عبر الإنترنت، فهناك سوء تقدير لدى الممارسين والقائمين بالاتصال في المجتمع لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والأعمال الخيرية المتمثلة في التبرعات أو الإعانات المالية، ويعتبر هذا الأمر من العناصر الداعمة لقيمة العلامة التجارية لأنها تثير لدى المستهلكين مشاعر الحب والارتباط بالعلامة التجارية بما يساعد بتحقيق بعض الولاء للعلامة التجارية Loyalty brand وهو الهدف الأهم لأي مؤسسة بما يساعد على تكرار الشراء من ذات العلامة التجارية.

الأطر النظرية للمسؤولية الاجتماعية:

سعى الكثير من الباحثين تحديد الأطر النظرية والنماذج العلمية الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية وسوف نورد فيما يلي عددًا من النماذج العلمية التي توضح خطوات تبني الشركات لبرامج المسؤولية الاجتماعية:

نظرية المسؤولية الاجتماعية:

تقدم إطارًا نظريًا واجتماعيًا وأخلاقيًا ينبغي أن تعمل في ظلّه الشركات والمؤسسات، ويعتبر مفهوم المسؤولية الاجتماعية مفهوم غربي أنطلق من إلى الإعلام والصحافة من مجالي الاقتصاد والعلاقات العامة فقد ساد بين أوساط المشتغلين في الفترة الأخيرة من القرن التاسع عشر حينما دعت التطورات الاقتصادية إلى حدثت في الولايات المتحدة الأمريكية إلى إظهار الحاجة إلى التزام المنشآت بمسؤوليتها الاجتماعية حيث قوى تيار الاحتكارات الاقتصادية واندفعت المشروعات نحو تحقيق أكبر قدر من المصالح الخاصة للمشروع

على حساب المصالح الجماهيرية للمشروع على حساب المصلحة العامة للجماهير، وقد أدى ذلك إلى ظهور المسؤولية الاجتماعية.

لذلك يمكن القول أن هناك علاقة وثيقة بين المسؤولية الاجتماعية والتخطيط الاستراتيجي للمنظمة، بل يذهب البعض إلى أن المسؤولية الاجتماعية تعد جزءا لا يتجزأ من الإدارة الإستراتيجية نظرا لأن منشآت الأعمال تعمل في مجتمع يوفر لها فرص الربح.

وبناءً عليه تزايد استخدام مفهوم المسؤولية الاجتماعية لتحقيق أهداف إستراتيجية لكل من الشركة والمجتمع وتحقيق المنفعة المتساوية Equal Benefited، لكل منهما، ويمكن تحديد ثلاث مستويات للمسؤولية الاجتماعية وهي كما يلي:

- **المستوى الأساسي Basic Level:** يتعلق بدفع الضرائب، احترام القوانين وتطبيق مبادئ العدالة الاجتماعية.
- **المستوى المؤسسي Organizational Level:** يتعلق هذا المستوى بمسؤولية دور المؤسسة في الحد من أية آثار سلبية.
- **المستوى المجتمعي Social Level:** يتعلق بالمساهمة في حل مشكلات المجتمع بالنهوض بالمجتمع، أي المساهمة في أن يكون المجتمع صالحا صحيا، ويتم ذلك عن طريق ربط المجتمع بالشركة وكذلك مبادئ السلامة الخاصة بمنتجات الشركة.

نشأة نظرية المسؤولية الاجتماعية:

تبلورت نظرية المسؤولية الاجتماعية عقب صدور تقرير لجنة حرية الصحافة عام 1947، والذي حذر من التجاوزات الكبيرة للصحف الأمريكية، و التي تنعكس على بالضرر على المجتمع ثم أسهمت كل من (Pattern-Rivrs-Mirrel-Gerld)، في استكمال التأسيس لنظرية المسؤولية الاجتماعية ومن ثم فإن مفهوم المسؤولية الاجتماعية جاء ليعبر عن الدور الذي يقوم به المسئول أو المتخصص في الشركة في إقناع الإدارة العليا بان الشركة مسئولة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه،

تطورت حرية الصحافة والإعلام من خلال ثلاث نظريات رئيسية هي (نظرية السلطة ونظرية الحرية ونظرية المسؤولية الاجتماعية).

وفي منتصف القرن العشرين ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية التي دعا أنصارها إلى إعادة صياغة المبادئ و الأسس التي قامت عليها نظرية الحرية حتى تواكب المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية وتضمن المحافظة على أعراف المجتمع الاجتماعية.

تعريف المسؤولية الاجتماعية وفقاً للنظرية: يرى الباحث الإعلامي "جون ميريل" أنّ ما نطلق عليه مفهوم نظرية المسؤولية الاجتماعية له رنين مميز مثل الأمومة- الود- الاحترام ، حيث أنّ لها جاذبية لا يمكن نكرانها عند الكثيرين، هناك ميول في جميع أنحاء العالم، نحو هذا الاتجاه الذي يحتوى على التشكيك وعدم الرضا عن الليبرالية التي يؤمن بها الكثيرون، ويتضمن الاتجاه نحو مفهوم المسؤولية الاجتماعية أنّ بعض الجماعات تستطيع بل يجب أن تحدد من المسؤول اجتماعياً.

وبلخص دينيس ماكرويل الفكرة الرئيسية للنظرية المسؤولية الاجتماعية كالآتي:

- الحرية الشخصية.
- حرية الإعلام.
- مسؤولية مسائل الإعلام تجاه المجتمع.

ولا توجد طريقة لحل هذا التناقض ولكن تقوم النظرية على بعدين رئيسيين هما:

- 1- تنمية وعى الجمهور بالمسؤولية الاجتماعية.
 - 2- رفع المستوى المهني للإعلاميين تجاه المسؤولية الاجتماعية.
- يتم استخدام هذا المدخل يتم استخدام هذا المدخل في تحليل ما تقدمه وسائل الإعلام من رسائل ومضامين تسعى إلى تأكيد شعورها بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع وما يعانيه من قضايا وإشكاليات.

ويفترض هذا المدخل النظري:

- 1- أنّ وسائل الإعلام وتحديد الصحافة ينبغي أن تقوم بالتزامات معينة تجاه مجتمعاتها فيكون لها دور فعال على الصعيد السياسي والاقتصادي والثقافي.
 - 2- على وسائل الإعلام أن تعكس تنوع الآراء والاتجاهات والأفكار داخل مجتمعاتها وتتجنب ما يؤدي إلى العنف وهذا جزء من مسؤوليتها تجاه المجتمع وتجاه المهنة.
 - 3- أنّ وسائل الإعلام يمكن أن تقوم بهذه الالتزامات تجاه مجتمعاتها من خلال مستويات مهنية للإعلام والالتزام بمعايير للصدق والموضوعية والدقة والأمانة.
- فالخطاب الصحفي الخاص بهذه الصحف يجب أن يعكس رؤيتها لدورها كما يعبر عن أولوياتها الأيديولوجية انطلاقاً من فهم الجوانب التي تركز عليها مسؤولياتها الصحفية وتحديد اتجاه قضية مكافحة

نموذج الاستراتيجيات الاتصالية للمسؤولية الاجتماعية:

يقسم هذا النموذج الاستراتيجيات التي تستخدمها الشركات في إطار مسؤوليتها الاجتماعية إلى ما يلي:

- **الاستراتيجيات الإخبارية:** وهي اتصال ذي اتجاه واحد لإعلام جماعات المصالح بمعلومات عن المسؤولية الاجتماعية للشركة بهدف خلق الوعي بها.
- **إستراتيجية خلق الاستجابة:** وهي اتصال ذي اتجاهين غير متوازن تهدف إلى خلق الوعي والحصول على رد فعل من الجماعات المصالح.
- **إستراتيجية إشراك جماعات المصالح:** وهي اتصال ذي اتجاهين متوازيين بهدف إلى خلق الوعي والحصول على رد الصدى، وخلق التفاعلية بين جماعات المصالح والشركة، وبناءً على ذلك يمكن القول بأنه تصلح إستراتيجية الإخبار في حال التعامل مع وسائل الإعلام، المنظمات البيئية، اتحادات العمال، المنافسين ..إلخ، وتطبق هذه الإستراتيجية من خلال البيانات الإخبارية - إعلانات المسؤولية الاجتماعية- المطبوعات الترويجية-، بينما تصلح إستراتيجية الإخبار والتفاعل، في حال التعامل مع الموردين، قادة المجتمع، مديري الشركات..وتستخدم معها الأشكال الاتصالية التالية (الندوات - المؤتمرات -الوسائل التفاعلية عبر الإنترنت)، كما تصلح إستراتيجية الأخبار والاستماع إلى الآراء في حال التعامل مع (الموظفين- المستهلكين -المساهمين - الحكومة). وتطبق الأشكال الاتصالية التالية (سياسة الباب المفتوح -صندوق الشكوى والاقترحات -) وتصلح كذلك في التعامل مع المنافسين (الجمهور العام الجمعيات الأهلية -الجمعيات الدينية) وتستخدم (الندوات، المؤتمرات - الندوات).

نموذج المعالجة الثنائية لهوية المنظمة والمسؤولية الاجتماعية:

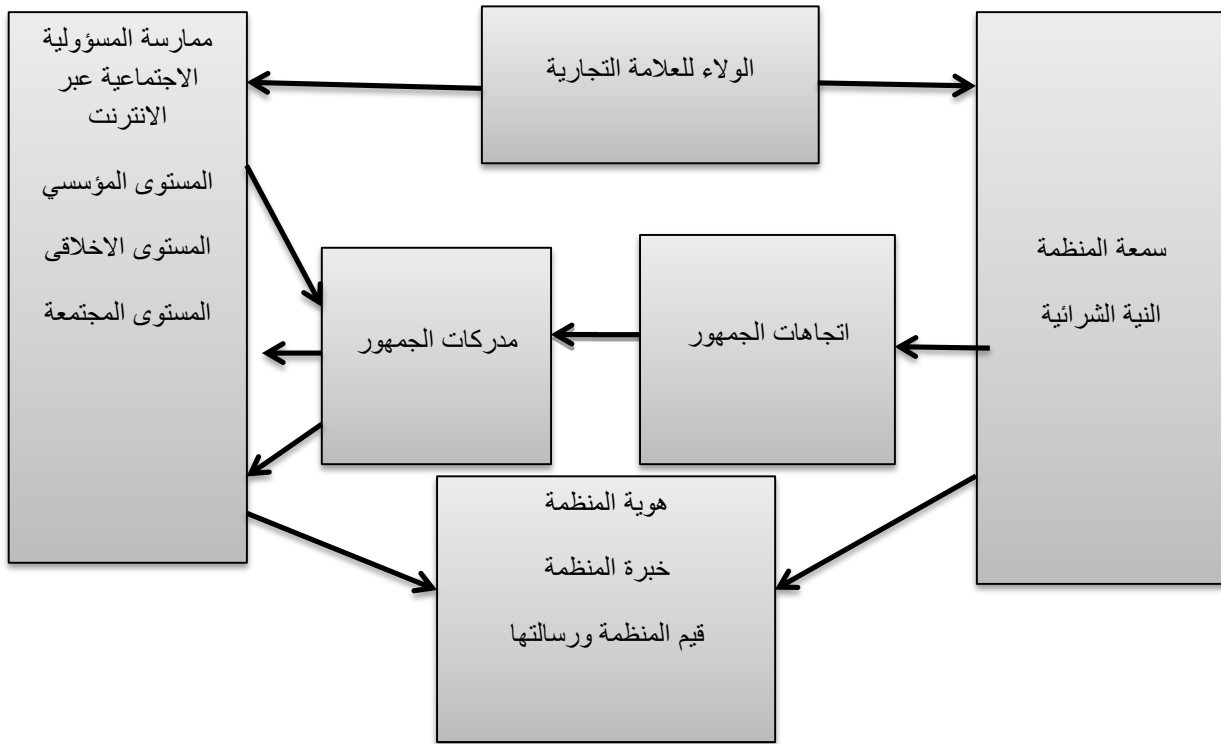
يهتم هذا النموذج بقياس تأثيرات ممارسات المسؤولية الاجتماعية على اتجاهات المستهلكين نحو المنظمة ونواياهم الشرائية من خلال استخدام أبعاد هوية المنظمة Corporate Identity وهما الخبرة (الخبرة Expertise، والقيم الاجتماعية Social Values، إلى جانب الولاء للعلامة التجارية Brand Loyalty):

و يحاول النموذج التعرف على تأثيرات المتغيرات التالية:

- 1- المعرفة ببرامج المسؤولية الاجتماعية.
- 2- أبعاد هوية المنظمة و المتمثلة في الخبرة والقيم الاجتماعية.
- 3- الولاء للعلامة التجارية.

كما يحاول هذا النموذج التعرف على تأثير هذه المتغيرات في ضوء (مدركات الجمهور نحو المنظمة وصورتها الذهنية- الاتجاه نحو العلامة التجارية= النية الشرائية للجمهور).

ويوضح الشكل التالي نموذج المعالجة الثنائية لهوية المنظمة والمسؤولية الاجتماعية في ضوء كافة المتغيرات الخاصة بالنموذج:



شكل رقم (4): نموذج المعالجة الثنائية لهوية المنظمة والمسؤولية الاجتماعية.

ويشير هذا النموذج إلى:

- **على المستوى المؤسسي:** دور المنظمة في الحد من الآثار الضارة لأنشطتها مثل الأضرار بالبيئة، وعدم احترام القانون.
- **على المستوى الأخلاقي:** ويتمثل في الصدق والأمانة وذكر الحقيقة عند التعرض لأزمة أو كارثة ما إلى جانب التفاعل الجيد مع المنافسين واحترام الجمهور.
- **على المستوى المجتمعي:** وهو يتعلق بمسؤولية المنظمة تجاه المجتمع من خلال حل المشكلات التي تواجه أي مجتمع، أي المساهمة في أن يكون المجتمع مجتمعًا صالحًا يخلو من أي عقبات تحول دون تقدمه بصفة عامة.

نموذج SIGMA 2005 نموذج المسؤولية الاجتماعية في مجال الإدارة:

يعتبر هذا النموذج مرشد عملي للمنظمات التي تسعى إلى تحسين بقائها وإدارة برامج الأداء الاجتماعي والمسؤولية وهو نتاج لمشروع قامت به 20 مؤسسة تنظيمية و تموله الإدارة البريطانية للتجارة والصناعة والتنمية OECD، لمخاطبة المنظمات المختلفة، وينظر إليها على أنها مبادئ ومعايير تطوعية لممارسة الأعمال والأنشطة الاقتصادية بما يتماشى مع القوانين المعمول بها داخل الدولة.

ويقوم نموذج سيجما على محورين أساسيين هما:

(1) مبادئ إرشادية Guiding principle للمنظمة تمكن المشاركين من فهم ما ينبغي أن تقوم به المنظمة إذا كانت مسئولة اجتماعياً.

(2) إطار إداري يساعد على وضع وإرسال ونقل وإدارة الإستراتيجية الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية والأداء الاجتماعي للمنظمة والإعلام عنها.

ويعرف هذا النموذج بنموذج (خطط، إفعال، أفحص، تصرف) وتقوم فكرته على تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية في إطار أربعة نماذج رئيسية تحدها المنظمة، وهي:

(1) الرؤية Vision.

(2) التخطيط Planning.

(3) الأداء performance.

(4) التحكم والمراجعة Control & Check: ويركز هذا النموذج بشكل أساسي على مفهوم الحكم الرشيد God Governance، التي تفرضه التحديات والمخاطر المرتبطة بالعولمة، والمنظمات يجب أن تتمتع بالشفافية، وسيادة القانون والاستجابة لخدمة المجتمع والمساءلة أي خضوع الإدارة العليا وصانعي القرار لمساءلة المواطنين، وأخيراً الرؤية الإستراتيجية إذ يجب أن يتمتع أصحاب و مديري المنظمات برؤية طويلة الأجل حول التنمية البشرية.

ويتضح من نموذج سيجما فإن المنظمات في الوقت الحاضر أصبح عليها أن تعمل في ضوء مؤشرات وخصائص الحكم الرشيد من خلال ما أصبح يطلق عليه "حوكمة الشركات" والتي تعكس إطار عام من الالتزامات، أي الشركات، المنظمات لها حقوق وعليها التزامات تجاه المجتمع الذي تعمل فيه تتجسد في صورة قيم values.

ثالثاً: نظرية التسويق الاجتماعي Social political Marketing:

وهي من النظريات المعاصرة التي وجدت قبولاً بين الخبراء والباحثين في مجالات الاتصال وهذه النظرية كما يراها باران ودفيس، فهي ليست بناءً فكرياً موحداً، ولكنها تجميع أو توليف للنظريات الخاصة بتسويق المعلومات أو المعارف التي يتبناها الصفة، لتكتسب القيمة الاجتماعية، وتعتبر في بعض الوقت امتداد منطقياً لنظريات الإقناع ونظرية انتشار المعلومات حيث تهتم أساساً بالمداخل والجهود المختلفة لزيادة تأثيرات وسائل الإعلام في مجالات الإعلامية، وذلك من خلال إدراك العلاقة بين معالم النظم الاجتماعية الكبيرة والنظم النفسية للأفراد.

وبذلك فإنها تقوم بتوظيف نتائج بحوث الإقناع وانتشار المعلومات في إطار النظم الاجتماعية والاتجاهات النفسية بما يسمح بانسياب المعلومات وتأثيرها من خلال وسائل الإعلام.

كما يشير د.محمد عبد الحميد إلى أن هناك عدة أساليب لتطبيق نظرية التسويق الاجتماعي والسياسي في الحملات الإعلامية وهي:

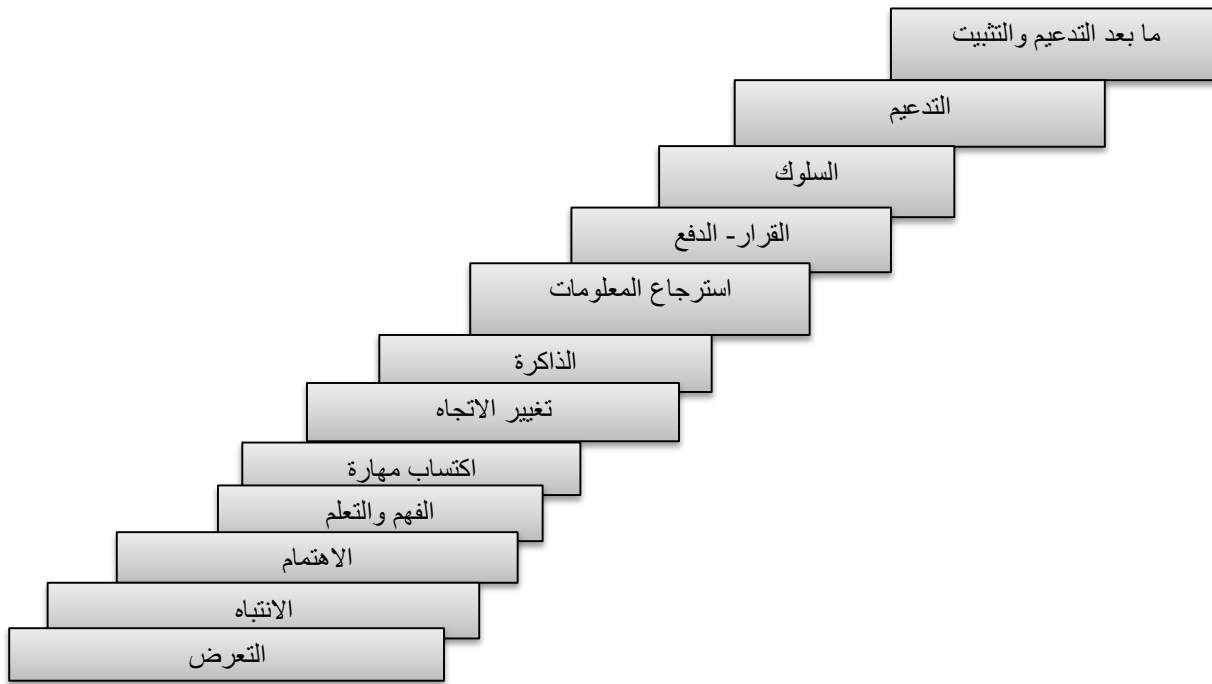
1. إغراء الجمهور لإدراك موضوعات الحملة الإعلامية **Inducing audience awareness**: وذلك بترويج الأفكار أو الشخصيات من خلال الإعلامية حتى يدرك الأفراد وجودها.
2. استهداف قطاع محدد من الجمهور **Targeting Messages**: أن تستهدف الحملة الإعلامية قطاع أو فئة محددة من جمهور المتلقين يكون أكثر قبولاً للفكرة (الجمهور المحايد)، والوصول إليهم بمزيد من الرسائل الاتصالية.
3. استخدام طرق الاتصال الشخصي في تدعيم الرسائل **Reinforcing Messages**: التوجه إلى جمهور محدد، وتشجيعه على التأثير في الآخرين من خلال الاتصال المواجهي، الزيارات وحلقات النقاش.
4. استخدام أساليب غرس الصور الذهنية **Cultivating Images**: يلجأ المسوقون إلى ربط الفكرة الاجتماعية أو السياسية التي تم التسويق لها بصور يسهل التعرف عليها، أو التعرض لها.
5. إثارة اهتمام الجمهور المستهدف للبحث عن معلومات عن الموضوع **Inducing Information Seeking**: السعي لإغراء الجمهور على البحث عن مزيد من المعلومات عن الفكرة الاجتماعية وذكر المصادر التي يمكنهم الرجوع إليها مثل خطوط الاتصال الساخن -مراكز الاستعلامات.
6. استثارة رغبة الجمهور في اتخاذ مواقف وقرارات محددة **Inducing desired Decision or positions**: أن يعمل المسوقون على حث الجمهور في الرسائل الاتصالية للحملة الإعلامية على اتخاذ المواقف أو السلوكيات المرغوبة لأحداث التغيير الاجتماعي أو السياسي المستهدف، فعامل أساسي في نجاح الحملات الإعلامية أن يتحول التأثير المتحقق إلى فعل اتخاذ موقف.
7. تنشيط قطاعات أخرى من الجماهير **Activating audience segments**: العمل على استهداف قطاعات من الجماهير المحتمل اهتمامها أو الموضوع الاجتماعي، ولكنهم لا يبدون اهتماماً من المسوقين رغم استعدادهم للاستجابة.

رابعاً: نموذج التأثيرات الهرمية **Hierarchy Of Effects**

هو أحد النماذج التي توضح ببساطة وبطريقة شاملة نظرية التسويق الاجتماعي والسياسي حيث يعتمد هذا النموذج على إستراتيجية الاقتناع المرحلي حيث تبدأ الجهود بإحداث التأثيرات البسيطة مثل الإدراك، ثم رصد هذه التأثيرات من خلال بحوث المسح، ويؤكد هذا النموذج على وجود تباين في التأثيرات الإقناعية، حيث تحدث بعض تلك التأثيرات بسرعة، بينما يستغرق بعضها وقت أطول.

و يستخدم رجع الصدى لاتخاذ القرار بتوقيت بث رسائل المرحلة التالية التي تستهدف تأثيرات مثل اتخاذ القرار أو السلوك الفعلي.

وعلى هذا الأساس تبدأ الجهود بتشكيل إدراك المتلقين، ثم عرض غرس الصور الذهنية أو إغراء المتلقين بالاهتمام والبحث عن المعلومات ثم يساعد دعم تلك الصور أو المعلومات على أن يتخذ الناس القرارات الصحيحة، ومن ثم توجيههم نحو السلوك المطلوب وذلك على النحو التالي:



شكل رقم (5): مراحل نموذج هيراركية التأثير

نموذج نشر الأفكار الاجتماعية الجديدة:

تعتبر الأفكار المستحدثة هي أية فكرة أو نمط سلوكي يختلف عن الأفكار وأنماط السلوك الموجودة بالفعل، ويدركها الأفراد على أنها جديدة ولا تشبه غيرها، ويترتب على ذلك اتجاه الفرد أو سلوكه نحوها. ويستخدم لاتصال لنشر تلك الأفكار أو السلوكيات الجديدة على نطاق واسع والكثير من الأفكار والسلوكيات التي يتم تسويقها هي حلول لقضايا ومشاكل اجتماعية يعاني منها الكثير، ويسعى المسوقون إلى تعريف الجمهور بخطورتها وكيفية التصدي لها، وهو ما يعرف بالتسويق الاجتماعي.

متطلبات نشر الأفكار الاجتماعية:

يتطلب العمل على تسويق الأفكار الجديدة دراسة عدة متغيرات أساسية هي:

(1) **دراسة البيئة التسويقية:** وهذا يتطلب استخدام البحوث التسويقية في جمع وتحليل المعلومات المتعلقة بالبيئة الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال من حيث مدى قابليتها لانتشار الأفكار الجديدة، وهذا يرتبط بمدى سيادة أنماط تقليدية أو عصرية المعايير الاجتماعية السائدة في التفكير في المجتمع الذي يستهدفه المسوقون، أو طبيعة القوى الاجتماعية المؤثرة على الاتصال في المجتمع.

(2) **دراسة طبيعة الفكرة الجديدة:** تختلف طبيعة الأفكار التي يتم التسويق لها، وبالتالي تختلف درجة صعوبة أو سهولة تقبل الأفراد لتلك الأفكار، ويستلزم ذلك دراسة سمات الفكرة التي يتم التسويق لها، وأن يأخذ المسوقون نتائج هذه الدراسة عند إعدادهم للخطة التسويقية، وتتمثل تلك التغييرات المتعلقة بطبيعة الفكرة فيما يلي:

أ- **درجة البساطة والتعقيد:** بعض الأفكار يصعب شرحها للجمهور إما بسبب بعض المحاذير الاجتماعية المتعلقة بالفكرة، ويتضح ذلك في تسويق الأفكار المتعلقة بالقضايا التي لها خصوصية مرتبطة بالعلاقة بين الجنسين، وبنمط العادات والتقاليد الحاكمة لها، بينما في حالات أخرى يرتبط صعوبة نشر الأفكار الجديدة بدرجة تعقيدها وتشابكها مع غيرها من الأفكار، ويتضح ذلك في تسويق الأفكار الجديدة في مجال الرعاية الصحية والبيئية حيث يرتبط تسويق تلك الأفكار دراسة العلاقات المتشابكة لها مع مستوى التعليم والدخل والتكنولوجيا في البيئة الاجتماعية.

ب- **درجة سهولة أو صعوبة التجريب:** بعض الأفكار الاجتماعية يمكن للأفراد تجربتها على نطاق محدود قبل اتخاذ قرار نهائي بتبنيها، بينما البعض الآخر يصعب تجربتها قبل اتخاذ قرار التبني لها، وقد تتعلق صعوبة التطبيق بالإمكانات المادية أو حجم أو تنوع المخاطرة المطلوبة للتجريب على نطاق محدود.

ج- **درجة التعرض أو التوافق مع المصلحة الذاتية للفرد:** بعض الأفكار الجديدة تحقق فائدة واضحة وسريعة للفرد سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية تتعلق بتوفير المال أو الجمهور أو الوقت، أو إضفاء مكانة اجتماعية، والبعض الآخر تتحقق منفعة الفرد منه على المدى الطويل ولا تظهر بشكل عاجل، وهذا يؤثر على معدل سرعة انتشار الفكرة وتبنيها لدى الأفراد.

(3) **تركيبة النظام الاتصالي في المجتمع:** تتطلب عملية التسويق الاجتماعي القيام بعمليات اتصالية متعددة المستويات والأساليب والأدوات بهدف العمل على نقل، ونشر وذبوع الفكرة الجديدة، وهذا يستلزم دراسة وسائل الاتصال المتاحة في المجتمع، والموارد المالية اللازمة لكل منها، ومدى ملامتها لسمات

وخصائص الجمهور المستهدف من الاتصال، وكذلك كيفية صياغة مضمون الرسائل الاتصالية بما يتوافق مع القيم والإجراءات الاجتماعية السائدة أو على الأقل تقدير لا يتعارض معها.

(4) **سمات الجمهور المستهدف:** لابد من دراسة سمات الجمهور المستهدف من الاتصالات التسويقية لنشر الأفكار الجديدة، وذلك على مستويين أولهما مستوى معرفة الجمهور وقدرته على التعامل مع المعلومات التي يتلقاها من حيث المقارنة والموازنة وتمييز الاختلافات، وبالتالي هو مستوى الاهتمام بالفكرة، أو ما يطلق عليه مستوى التورط، وهذا يتعلق بمدى تأثير الفكرة على مصلحة الفرد الثانية، وبالتالي تؤدي إلى زيادة رغبة الجمهور في الحصول على المعلومات عن الموضوع.

وبذلك يتضح أن التسويق لأفكار المسؤولية الاجتماعية يتأثر بالعديد من المتغيرات الشخصية، والاجتماعية، الاتصالية، فضلاً عن تأثره بطبيعة الفكرة المطروحة نفسها، وان نجاح تسويق الأفكار الاجتماعية الجديدة يتطلب بدراسة تلك المتغيرات بدقة قبل الشروع في وضع الخطة التسويقية.

كما أن النتيجة النهائية لنموذج نشر الأفكار الجديدة قد تختلف من شخص إلى آخر، ومن حالة إلى أخرى وتأخذ النتيجة النهائية أحد الأشكال التالية:

- تأكيد وتدعيم قبول أفراد المجتمع للفكرة الجديدة.
- العدول عن تبني الفكرة، واتخاذ قرار بالرفض.
- رفض الفكرة والتحرر منها.
- التحول من رفض الفكرة إلى قبولها.
- إحلال فكرة جديدة أفضل من الأولى .

وقد ذكر د. خيرت عباد إلى هناك عدة قنوات اتصالية تعمل كوسائل أساسية في التأثير لمرتبطة بقبول الأفكار الجديدة، وهي:

1. وسائل الإعلام: وهي الوسائل الجماهيرية المعروفة مثل راديو التلفزيون والصحف.
2. الوسطاء المتحيزون **Biased**: وهم من الأفراد والجماعات الذين يسعون للاستفادة من تبني أفكار جديدة أخرى مثل رجال البيع.
3. الجماعات غير المتحيزة **Un Biased Third parties**: وهي الجماعات التي تحظى بمصداقية أفراد المجتمع مثل جماعات حماية المستهلك، وبعض الوكالات الحكومية.
4. الجماعات المرجعية أو الهامة **Significant Groups**: وهي جماعات الأصدقاء والأقارب، والجماعات المرجعية الأخرى مثل جماعات المصالح والضغط.

5. **الخبرات الشخصية Personal experiences:** وتتعلق بالتجارب السابقة المرتبطة بتبني أفكار جديدة مشابهة للفكر المطروحة.

نظرية الهوية الاجتماعية:

ترجع نظرية الهوية الاجتماعية إلى Trifle وهي تنتمي للدراسات الاجتماعية المعرفية، وترتكز على التصنيف الاجتماعي، وقد عرف Taifel، الهوية الاجتماعية بأنها ذلك الجزء من مفهوم الفرد عن ذاته والذي يستمد من معرفته بانتمائه إلى واحدة أو عدد من الجماعات الاجتماعية مع ما يشملها ويتضمنه هذا الانتماء من شعور بالأهمية والدلالة العاطفية التابعة من عضوية هذه الجماعات، و يترتب على هذه العضوية أن يفكر الفرد ويشعر ويتصرف بناءً على المعايير الجماعية، وليس بناءً على خصائصه الفردية.

مبادئ النظرية:

يتوحد الأفراد بشدة مع بعض الفئات الاجتماعية التي ينتمون إليها مثل الجنس والعرق والطبقة الاجتماعية، ويوجد ميل إنساني قوى إلى تقدير الذات بشكل إيجابي، ولتحقيق ذلك يحدد الأفراد أبعادًا للمقارنة بين المجموعات التي ينتمون إليها والمجموعات الأخرى، يكون في شأنها -تلك الأبعاد- خلق اتجاهًا أكثر إيجابية نحو المجموعات التي ينتمي إليها الفرد على حساب التقليل أو التهوين من شأن المجموعات الأخرى، مما يؤدي بدوره إلى خلق تقدير مرتفع للذات.

وعندما تفقد أي جماعة ما يميزها إيجابيًا الأخرى، فإنها تلجأ سواء على المستوى الفردي أو الجمعي إلى بعض الاستراتيجيات التي من شأنها إكسابها هوية اجتماعية.

العمليات التي تقوم عليها نظرية الهوية الاجتماعية:

تتضمن نظرية الهوية الاجتماعية ثلاث عمليات أساسية، وهي التصنيف Categorization، والتوحد Identification، والمقارنة Comparison، وبذلك يطلق على النظرية أحيانًا CIC، إشارة إلى لحروف الأولى من العمليات الثلاثة.

وعملية التصنيف مؤداها أننا نصنف الأشياء لتفهمها، وكذلك نصنف الأشخاص المحيطين ونصف أنفسنا لتفهم البيئة الاجتماعية، كما أننا نحدد السلوكيات اللاتقة في ضوء معايير الجماعات التي صنفنا أنفسنا في إطارها.

ويعتبر التصنيف الاجتماعي عملية اصطلاحية معرفية تقوم على تجميع الأفراد وفقًا لنقاط التشابه والخصائص المشتركة بينهم، ووفقًا لما يميزهم ويفرقهم عن غيرهم من الأفراد.

والعملية الثانية هي عملية التوحد Idenfiaction وهي شعور الفرد بالانتماء إلى الجماعة، وهي تتضمن شقين أساسيين:

الشق الأول: يقوم على التمييز بينا كأفراد جماعة والأفراد الآخرين الذين ينتمون لجماعات أخرى ويصبح هناك ما يسمى بـ (نحن) في مقابل هم يتضمن الشعور بموجب التشابه بين الفرد وغيره من أفراد الجماع و ذاتها.

والعملية الثالثة هي عملية المقارنة الاجتماعية، وهي عملية تقييمية تعتمد على مقارنة الفرد بغيره من الأفراد الذين يتفقون أو يختلفون معه في بعد ما أو في عدة أبعاد وكذلك مقارنة الجماعة الاجتماعية بغيرها من الجماعات التي قد تتفق أو تختلف معها في بعد ما أو في عدة أبعاد.

قائمة المراجع:

1. إيمان محمد ندا، (2006)، دور العلاقات العامة في تطبيق المعاملة العقابية: دراسة تطبيقية على الجهات المعنية بتطبيق المعاملة العقابية بالقاهرة الكبرى، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
2. خيرت عباد، راسم الجمال، (2005)، إدارة العلاقات العامة، (ط1)، دار النهضة المصرية اللبنانية، القاهرة: مصر.
3. شيماء عز الدين جمعه، (2015)، استراتيجيات التسويق الاجتماعي عبر الانترنت، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام وعلوم الاتصال، كلية الآداب، جامعة عين شمس.
4. كريمان فريد (2008)، المسؤولية الاجتماعية والتسويق الاجتماعي: جهود اتصالية فعالة لحل مشاكل المجتمع، (ط1)، دار النهضة اللبنانية، القاهرة: مصر.
5. مدحت محمد أبو النصر، (2015)، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات، (ط1)، المجموعة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة: مصر.
6. مروة صبحي، (2008)، تقييم دور حملات التسويق الاجتماعي في دعم المشاركة المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
7. ميرفت الطرابيشي، (2010)، نظريات الاتصال، (ط1)، دار النهضة اللبنانية للنشر والتوزيع، القاهرة: مصر.
8. هيام حسين حمادة عبد المنعم (2017)، اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في المنظمات المصرية نحو مفهوم المسؤولية الاجتماعية بعد ثورة 25 يناير "دراسة تطبيقية"، رسالة ماجستير غير منشورة، علاقات عامة وإعلان، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة حلوان.

9.Andrea ,Perez &Langacio .(2013).Extending On The Formatting process OF CSR Image, Social Media Quarterly ,Vol,19,ISSue,3,p140-156.

10.David holdford,(2005).The Dynamic Of The Pharmaceutical Market Using A Social Marketing Framework, Journal OF Marketing .Vol.22,No,7.p123.

11.Karen Baker .Andrew Cud more.(2006).The Impact Of Perceived corporate Social Responsibility On Consumer Behavior, Journal Of Business Research, Vol,59,p46-53.

12.Moor Frizer & Cznfield Betrand.(1981).Public Relations :principles, Cases And problems.(8^{Thed}) ,ILLionles, Glenview Co:Los Angles.

13. Maria Fedorva, (2012). The Economic Analysis Of Public Relations: American and Russian Industrial in Comparison "un published Master Thesis ,Faculty Of Graduate School, Indian University.

14. Yi.Hsiu. (2007) "public Relation Roles And Models : case Study Of The Super Basketball League" Un published Doctoral Thesis., college Of Natural and Health science, university Of Northing Colorade.

المسؤولية الاجتماعية للشركات: المفهوم والأبعاد، دوافع الانخراط وتحديات التنفيذ
Corporate Social Responsibility: Concept and Dimensions, Motivation
and Implementation Challenges

أ. أسماء يوسف

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة - الجزائر

الملخص:

حاولت هذه الورقة استعراض مختلف التعاريف المقدمة للمسؤولية الاجتماعية للشركات والأبعاد الأساسية لها بما في ذلك؛ الإلتزام اتجاه المجتمع، إشراك اصحاب المصلحة، تحسين صورة الشركة وسمعتها، التنمية الاقتصادية، الممارسات التجارية الاخلاقية، الإلتزام بالقانون، التطوع، حقوق الانسان، حماية البيئة، الشفافية والمساءلة. كما ناقشت الورقة دوافع انخراط الشركات لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات والتي تتضمن دوافع إقتصادية وأخرى أخلاقية. يوضح الجزء الاخير من هذه الورقة عوامل النجاح الحرجة لتنفيذ ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات، كذا هام التحديات التي تواجه تنفيذ ممارسات المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركات.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية للشركات، تعاريف المسؤولية الاجتماعية للشركات، أبعاد المسؤولية الاجتماعية، عوامل النجاح الحرجة، تحديات المسؤولية الاجتماعية للشركات.

Abstract:

This paper attempts to review different definitions of CSR and its core dimensions, including: Commitment to the society, stakeholder's involvement, improving corporate image and reputation, economic development, ethical business practice, law abiding, voluntariness, human rights, environmental protection, transparency and accountability. This paper also discussed motives of companies to adopt concept of corporate social responsibility, which includes economic and other moral motives. The last segment of this paper illustrates critical success factors for implementation of CSR practices, as well as the challenges to implementing CSR practices by companies.

Key words: CSR, CSR definitions, Dimensions of CSR, critical success factors, CSR challenges.

تمهيد:

أصبح دور الشركة اليوم، يتعدى تحقيق الأرباح إلى الحفاظ على النمو المستمر، الذي يحتم على الشركات تطوير إستراتيجيات تنافسية قادرة على تحقيقه، خصوصا أن قطاع الاتصالات من أكثر القطاعات إشتدادا للمنافسة ليست الحالية فقط بل حتى المستقبلية.

لقد كرس العديد من الباحثين والمهتمين بمجال الأعمال جهودهم بغية وضع سبل أو إستراتيجيات، تمكن هذه الشركات من تحقيق مزايا تنافسية مستدامة. و يعد التسويق الاجتماعي أحد هذه الإستراتيجيات، باعتبار أن الأداء الاجتماعي للشركة أصبح أكثر أهمية من أدائها الاقتصادي، فالأداء الاجتماعي للشركة يضمن لها تحقيق الربحية والاستمرارية.

1- الخلفية النظرية للمسؤولية الاجتماعية للشركات

لقد حظيت المسؤولية الاجتماعية للشركات بشعبية كبيرة من قبل العديد من الشركات، خصوصا في القرن 21 عندما زاد الإهتمام بالبيئة وحقوق الإنسان، حقوق العمال والتجارة العادلة، العديد من الإهتمامات الأخرى. أصبحت ذات أهمية متزايدة للمستهلكين وأصحاب المصلحة والشركات على حد سواء. لكن وضع تعريف دقيق ومدى فعالية المسؤولية الاجتماعية للشركات في كثير من الأحيان يبقى غامضا ومربكا.

لذلك سنحاول في هذا المبحث تسليط الضوء على المسؤولية الاجتماعية للشركات من حيث مفهومها، أهميتها بالنسبة للشركة وحتى الأفراد، كذا أهم الأبعاد التي تتضمنها وأهم التحديات التي تواجهها.

1- المسؤولية الاجتماعية للشركات تطورها التاريخي ومفهومها:

يعد موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات من أكثر المواضيع شعبية في الوقت الحاضر، هذا الإهتمام زاد في التوسع والإنتشار في الفترة الممتدة بين 1990 و 2000 الأمر الذي يوحي إلى أنه مجال جديد نسبيا للبحوث الأكاديمية.

على الرغم من أن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي أساسا نتاج النصف الثاني من القرن العشرين، جذور هذا المفهوم كما نعرفها اليوم، لديها تاريخ طويل واسع النطاق. فإهتمام مجتمع الأعمال بالمجتمع هو بالتأكيد ليس شيئا جديدا، فهو يرجع لعدة قرون.

حيث تعتبر المسؤولية الاجتماعية للشركات في الأصل مفهوم أمريكي، جاء إلى حيز الوجود في بداية القرن العشرين وكانت في ذلك الوقت مرتبطة أساسا بالعمل الخيري. وعلى الرغم من أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات لم ينشأ في أوروبا، إلا أن تنظيم المشاريع الاجتماعية، الذي يمكن إعتباره شكلا من أشكال المسؤولية الاجتماعية للشركات فقد وجد ولفترة طويلة جدا في أوروبا ومنذ الثورة الصناعية.

1-1 تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات

مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات يمكن إرجاع تطوره إلى أفكار الرأسمالية الحديثة Adam Smith في عمله "ثروة الأمم" سنة 1776، سميث الخبير الاقتصادي المعروف صرح بأنه عندما تكون الشركة حرة في السعي لتحقيق أرباحها، فإنها تستفيد وتخدم أيضا كل من مصلحتها ومصالح المجتمع معا. و ذكر أيضا أنه في الرأسمالية الشركات تساعد في إنتاج فوائد للمجتمع على الرغم من أن نواياهم الحقيقية كانت السعي لتعظيم مصلحتهم الشخصية أو الفوائد، في هذه النقطة فإن وجهة نظره أن الشركات تستنتج في نهاية المطاف أكبر فائدة ممكنة للمجتمع.

تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في منتصف 1920، عندما حاول البعض من رجال الأعمال العمل على بناء الثقة بالنسبة للمساهمين والمطالبين الاجتماعيين.

قبل 1950 كان يشار إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات غالبا على أنها المسؤولية الاجتماعية، يعتبر (Bowen,1953.p06) أب المسؤولية الاجتماعية للشركات، حيث أشار إليها في كتابه "المسؤوليات الاجتماعية لرجل الأعمال"، قد عرفها على أنها "التزامات من رجال الأعمال لإتباع سياسات، إتخاذ قرارات و متابعة التوجهات المرغوبة و المتوافقة مع أهداف وقيم مجتمعنا".

خلال 1960 و 1970 تم فحص مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات و نوقش أكثر من الجانب الأكاديمي، إقترح العديد من الباحثين مثل (Davis, Frederik, McGuire, Waltan & Carroll) تعريف عديدة للمسؤولية الاجتماعية للشركات، أغلب تعاريفهم تشير إلى أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تعني تبني مسؤوليات و التزامات إضافية للشركات إلى جانب تحقيق الربح و طاعة القانون، التي أصبحت أكثر قبولا و يرجع ذلك إلى حركة الحقوق المدنية و النزعة الإستهلاكية (حماية المستهلك)، حماية البيئة و رد الفعل العنيف ضد الشركات الكبيرة التي أثرت على توقعات المجتمع من هذه الشركات. و هذا ما جعل الشركات تتصرف بمسؤولية أكبر في حل المشاكل الاجتماعية، إعادة النظر في المعاملة المتساوية والعادلة لقواها العاملة، إنتاج منتجات أكثر أمانا للمستهلكين و التي تعنى بالقضايا البيئية، علاوة على ذلك، كان من المتوقع أن تتصرف هذه الشركات بمسؤولية طوعية خارج مسؤولياتها الإقتصادية و القانونية من أجل تحسين أحوال المجتمع.

مع ذلك، خلال هذه الفترة كان (Milton Friedman, 1970.p122) عنده وجهة نظر معارضة للمسؤولية الاجتماعية للشركات، جادل على أن الربحية هي المسؤولية الاجتماعية النهائية للعمل في حال القيام بها وفقا للقانون و بطريقة أخلاقية، أكد أن رجال الأعمال و المديرين التنفيذيين للشركات هم وكلاء للشركات، لذلك مسؤولياتهم الأساسية هي الشركات. لذلك عند إتخاذهم لقرارات تتعلق بالشركات يجب أن يهتموا أكثر بخدمة منافع ومصالح الشركات من المجتمع، لاحقا، هذين المفهومين الواسعين وضعوا كأساس للمسؤولية الاجتماعية للشركات، حيث المفهوم الأول يشير إلى مسؤولية الشركات في تحقيق الرفاهية للمجتمع، والثاني يشير إلى مسؤولية الشركات في تحقيق الربح.

من 1980 وحتى منتصف 1990 توسع مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات وتطورت المفاهيم البديلة والنظريات والنماذج والموضوعات مثل الإستجابة الاجتماعية للشركات، الأداء الاجتماعي للشركات وأخلاقيات العمل، نظرية أصحاب المصلحة. واحدة من مفاهيم المسؤولية الاجتماعية للشركات تهتم بمسؤوليات الشركة إتجاه مختلف أصحاب المصلحة، ليس فقط المساهمين من أجل الحصول على الأموال لمزاولة النشاط. و نتيجة لذلك كثيرا ما ارتبط مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات بمفهوم أصحاب المصلحة لتحديد فئة معينة و أشخاص الشركات يجب التعرف على توجهاتهم و يتم تحديد مجموعات أصحاب المصلحة عموما باسم المساهمين، الموظفين والعملاء، الموردين والمجتمع، المنافسين، جماعات المصالح والحكومة، وسائل الإعلام المحلية. لذلك بعض الباحثين يعرفون المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها التزامات الشركة إتجاه أصحاب المصالح، أحيانا حتى الإلتزامات المحددة لأصحاب المصالح معروفة، هذا الرأي عن المسؤولية الاجتماعية للشركات بشأن أصحاب المصالح مازال سائد في المجتمع إلى يومنا هذا.

في ظل الألفية الجديدة ساهمت العولمة ونمو الشركات متعددة الجنسيات العاملة عبر أنحاء العالم في زيادة الإهتمام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، فضلا عن الفوائد في حل المشاكل العالمية مثل: الفقر، التلوث وانتهاكات حقوق الإنسان، قد أثير طلب الانخراط في المسؤولية الاجتماعية للشركات من قبل العديد من الشركات لتحسين الظروف الاجتماعية للمجتمع.

علاوة على ذلك، بسبب فضائح الشركات والتي نقلتها وسائل الإعلام، حاولت العديد من الشركات الكبرى الغربية بذل المزيد من الجهود إتجاه موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات، فعلى سبيل المثال تم إنتاج تقارير المسؤولية الاجتماعية للشركات من أجل تعزيز سمعة الشركات. وهكذا أصبحت المسؤولية الاجتماعية للشركات جزءا أساسيا من ممارسات الشركات، تعتبر المسؤولية الاجتماعية للشركات من قبل العديد من رجال الأعمال بمثابة إستراتيجية أعمال.

بالإضافة إلى ذلك ذكر كل من (Branco & Rodrigues,2006,p120) أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تم تحليلها ووصفها بأنها مصدر للميزة التنافسية و ليس كغاية في حد ذاتها، أيضا أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تطورت من إعتبارها عاملا مفيدا لربحية الشركة إلى إمكانية إعتبارها إستثمار للشركة و الذي يعود بفوائد على الشركة بأكملها على المدى البعيد. مثل سمعة الشركة. حاليا هناك تحولا من خلال دمج المسؤولية الاجتماعية للشركات في الإستراتيجية الأساسية للشركة.

بالإضافة إلى ذلك، خلال العقد الماضي توسع نطاق المسؤولية الاجتماعية للشركات لمعالجة الإهتمامات البيئية، مثل مبادرة الإبلاغ العالمية 2000، التي رأت أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تتعلق بثلاثة مجالات رئيسية، هي: البيئة والموظفين، المستهلكين، المسؤولية الاجتماعية للشركات مرتبطة أيضا بمفهوم الإستدامة الاجتماعية والبيئية على حد سواء في المدى القريب والبعيد، كما تم نشر مفاهيم وممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في ميدان الأعمال وعبر جميع أنحاء العالم.

1-1 وجهات نظر الباحثين حول المسؤولية الاجتماعية للشركات

الباحثون لديهم وجهات نظر مختلفة بشأن دور رجال الأعمال في المجتمع، قد تم فصل المسؤولية الاجتماعية للشركات في وجهات نظر مختلفة، اعتماداً على معاييرها. عادةً وجهات نظرهم تقوم على القيم المتوقعة في مجتمعهم، من بين وجهات النظر المختلفة، سوف نعرض وجهتي نظر أساسيتين للمساعدة في فهم مفاهيم المسؤولية الاجتماعية للشركات في صورة شاملة، ذلك قبل استعراض تعاريف المسؤولية الاجتماعية للشركات، تم تلخيص وجهتي النظر في الجدول التالي:

عناصر المسؤولية الاجتماعية للشركات	توجه اقتصادي	توجه قانوني	توجه أخلاقي	توجه اجتماعي	تفاصيل مهمة
1- النظرة الكلاسيكية: Lantos(2001) - كسب أرباح صافية Carr(1968). - كسب أرباح مقيّدة Levitt(1958) Friedman (1962) Barry(2000)، Sternberg(1997)، Jensen(2001)، Henderson(2005).	X	X			- وقد ركزت هذه النظرة على تعظيم قيم المساهمين و في وقت لاحق طورت إلى نموذج المساهمين. - بعض الباحثين أمثال: Friedman & Henderson يعتقدون أن المسؤولية الاجتماعية للشركات لها تأثيرات سلبية على الشركة و الاقتصاد.
2- نظرة أصحاب المصلحة Freeman(1998) Clarkson(1995)	X			X	- هذه النظرة تهتم بكل من الهدف الاقتصادي(المساهمين) و الاجتماعي(جميع الفئات الأخرى المتأثرة بالشركة).
1- المسؤولية الاجتماعية للشركات باعتبارها موقف أخلاقي Mintzberg(1983),Moore(2003).		X	X	X	و تعتبر هذه النظرة المسؤولية الاجتماعية للشركات واجب أخلاقي للشركة، و التي يمكن أن تحقق فوائد لكلا من الشركة و المجتمع.
2- المسؤولية الاجتماعية للشركات باعتبارها إستراتيجية الشركة Friedman(1970)، Henderson(2004) Lewis(2003)، Porter(2003)، Lantos(2002)	XX			X	و على الرغم من أن هذه النظرة تدعم المسؤولية الاجتماعية للشركات بالمجتمع، إلا أن هدف تحقيق الربح يبقى هو أكثر أهمية من خدمة المجتمع حيث تعتبر المسؤولية الاجتماعية للشركات كأداة أو استثمار لثروة الشركة.

الجدول رقم(01): وجهات نظر الباحثين حول المسؤولية الاجتماعية للشركات

Source: Rajanakorn,N. Examining Corporate Social Responsibility in Thailand: A View from Thai companies, PHD thesis, University of Tennessee, Knoxville,2012, p 10-11.

1-2-1 النظرة الكلاسيكية ونظرة أصحاب المصلحة:

وفقا لـ (Branco & Rodrigues,2007,p122) فإن المسؤولية الاجتماعية للشركات يمكن تقسيمها إلى قسمين متعارضين بشكل كبير، النظرة الكلاسيكية ونظرة أصحاب المصلحة.

1- النظرة الكلاسيكية:

عموما، تركز النظرة الكلاسيكية على المنفعة الاقتصادية (تحقيق الربح)، الذي يلخص دور رجال الأعمال في المجتمع وتتكون وجهة النظر هذه وفقا لـ (Lantos,2001,p602) من قسمين هما: تحقيق أرباح صافية، تحقيق أرباح مقيدة و يدعم هذا الموقف (Carr,1968,p143)، حيث بالنسبة لهذا الأخير فإن رجال الأعمال لديهم معايير أخلاقية أقل عن بقية أطراف المجتمع، بحيث تكون لديهم درجة معينة من عدم الأمانة في إستراتيجياتهم الناجحة، لأن الشركة لديها حق قانوني لصياغة إستراتيجيتها بما يمكنها من تعظيم أرباحها و لا تتحمل أي مسؤولية اجتماعية أخرى، نظرة تحقيق أرباح مقيدة تشدد على مسؤولية رجال الأعمال في تعظيم ثروة المساهمين وفقا لقواعد اللعبة.

يؤكد على هذه النظرة (Friedman,1998,p247) بقوله أن "كون الشركة مسؤولة اجتماعيا يعتبر غير أخلاقي و ضار على أساس السوق حرة". أما (Levitt,1958.p47) فيرى أن معالجة المشاكل الاجتماعية ينبغي أن يتم من طرف الدولة والحكومة وليس من طرف الشركات.

يعتقد (Friedman,1998,p249) أن الربحية هي المسؤولية الاجتماعية الوحيدة و النهائية للشركة و رجال الأعمال هم وكلاء لإستخدام موارد الشركة بغرض تحقيق الفائدة للمساهمين و زيادة أرباح الشركة. و التي عرفت فيما بعد ب"نموذج المساهمين"، هناك مؤيدين آخرين للنظرة الكلاسيكية والتي تعارض أنشطة المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركات أمثال: (Levitt,1958),(Barry,2000),(Henderson,2005),(Sternberg,1997),(Sundaram & Inkpen,2004) وجهات نظرهم مختلفة قليلا، و لكن في الغالب يركزون على تعظيم قيمة المساهمين بإعتباره الهدف الأهم لجميع الشركات.

يعتقد (Barry,2000,p103) أن إتخاذ القرار بالانخراط أو المشاركة في المسؤولية الاجتماعية للشركات يجب أن يسمح لها بتحقيق شكل من أشكال الربح، بينما يؤكد (Henderson,2005,p32) أن المسؤولية الاجتماعية للشركات لديها آثار سلبية على أداء الشركة مما يؤدي إلى أسواق غير فعالة، وإنخفاض الثروة و الفقر. أما (Sternberg,1997,p07) فهو ليس ضد إجراءات وأنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات من قبل الشركة، لكن ينبغي النظر في قرارات الانخراط في المسؤولية الاجتماعية للشركات من أجل تعزيز نتائج الثروة للمساهمين أو توليد قيمة طويلة الأجل للمالك. وهكذا فإن هذه النظرة للمسؤولية الاجتماعية للشركات إستخدمت إستراتيجيا من قبل الشركة في السعي لتعظيم قيمة الشركة، ليس لأسباب أخلاقية، بحيث ينبغي أن يعامل قرار المشاركة في المسؤولية الاجتماعية للشركات بإعتباره شكل من أشكال الإستثمار.

2- نظرة أصحاب المصلحة:

نظرة أصحاب المصلحة تركز على فكرة أنه إلى جانب المساهمين والوكلاء الآخرين، الجماعات المحلية أو العناصر الأساسية المتأثرة بأنشطة الشركة مثل الموظفين والمجتمعات المحلية، ينبغي النظر في القرارات الإدارية والأعمال. ويؤكد هذا المنظور على أن الشركات يجب أن يكون لها وعي بمسؤولياتها في الدوائر الانتخابية المختلفة في المجتمع، التي تتأثر بها بشكل مباشر أو غير مباشر، من خلال إجراءات الشركات، والاحترام وتأخذ بعين الاعتبار مصالح هؤلاء. أنصار هذه النظرة هم (Jones, 1980), (Freeman, 1984), (Clarkson, 1995).

يمكن تعريف أصحاب المصالح بأنهم "الجماعات والأفراد الذين يستفيدون من أو يتضررون من قبل، أو تنتهك حقوقهم أو تحترم من قبل إجراءات الشركات. "ذلك يشمل أصحاب المصلحة: المساهمين والموظفين، العملاء والموردين، المجتمع ككل.

وباختصار، فإنه في النظرة الكلاسيكية هناك إختلاف واضح بين الجوانب الاقتصادية والاجتماعية، بينما في نظرة أصحاب المصلحة الأهداف الاجتماعية و الاقتصادية متصلة ومتراصة.

1-2-2 المسؤولية الاجتماعية للشركات باعتبارها موقف أخلاقي، كذلك بمثابة إستراتيجية للشركة:

لقد حاول (Wan-Jan, 2006) في الدراسة التي قام بها بمراجعة الأدب الأكاديمي للمسؤولية الاجتماعية للشركات، حيث خلص إلى أنه يمكن تقسيم تعريفات المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى قسمين هما: المسؤولية الاجتماعية للشركات باعتبارها موقف أخلاقي، المسؤولية الاجتماعية للشركات كإستراتيجية أعمال.

1- المسؤولية الاجتماعية للشركات باعتبارها موقف أخلاقي:

مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات باعتبارها موقف أخلاقي قدم من قبل العديد من الباحثين أمثال: (Moore, 2003, p45), (Mintzberg, 1983, p10) و يرتكز المنظور الأخلاقي في المسؤولية الاجتماعية للشركات على خلق مجتمع صالح، فالشركة يجب أن تقبل المسؤولية الاجتماعية على أنها التزام أخلاقي. ومع ذلك، تبقى مفاهيم الشركات مختلفة ومتفاوتة في درجة نواياهم وتوقعاتهم، بدا من كونها مسؤولة اجتماعيا من دون توقع الحصول على إيرادات، إلى التزام بخدمة المجتمع، بالإضافة إلى ذلك دعم ومساندة تطوير الأعمال، عموما، هم يعتقدون أن المسؤولية الاجتماعية للشركات باعتبارها موقف أخلاقي يحتم على الشركات أن تركز على الإستمرارية أو الربحية وخدمة المساهمين بما في ذلك المجتمع.

2- المسؤولية الاجتماعية للشركات كإستراتيجية أعمال:

لقد جادل بعض الباحثين على أنه ليس من الممكن أن تكون الشركة مسؤولة اجتماعيا دون أن تكون لها نوايا لكسب الفوائد من أفعالها مثل: (Henderson, 2001), (Friedman, 1970)، بما أن المدراء

الذين يتخذون قرارات الانخراط في المسؤولية الاجتماعية للشركات يعتبرون وكلاء للشركة والمساهمين، فيجب أن يهتموا أكثر بخدمة المساهمين من خلال تعظيم أرباحهم أو الحصول على فوائد. فهم ينظرون إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات باعتبارها إستراتيجية أعمال أو أداة مفيدة جدا لرجال الأعمال من أجل تعظيم قيمة المساهمين أو لتحقيق الربح.

على سبيل المثال ذكر (Lantos,2002,p206) أن المسؤولية الاجتماعية للشركات كإستراتيجية أعمال نوع واحد من تصنيفات المسؤولية الاجتماعية للشركات، تظهر عندما تتجز الشركة بعض الأنشطة مثل خدمة المجتمع لتحقيق الأهداف الإستراتيجية للشركة. و يدعم مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات كإستراتيجية أعمال أيضا (Lewis,2003,p360) الذي وجد أن دور الشركات في المجتمع يؤثر على التصورات العامة، ذكر (Porter,2003,p122) أن المسؤولية الاجتماعية للشركات هو استثمار للشركة في بناء الميزة التنافسية.

وفقا للرأيين حول المسؤولية الاجتماعية للشركات خلص Wan-Jan إلى أن الموقفين متصلين وكلاهما يركز على أصحاب المصلحة، لذلك (Wan-Jan,2006,p179) وحد كلا الموقفين وإقتراح أن "المسؤولية الاجتماعية للشركات تسمح للشركات بخدمة أصحاب المصلحة دون المساس بالمساهمين". في هذا المنظور تستخدم المسؤولية الاجتماعية للشركات كأداة لثروة الشركة، تتوقع الشركة أيضا عوائد أو فوائد من الأنشطة الاجتماعية.

3- محاولة تحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات

ينطلق الباحثون في تعريفهم لمسؤولية الاجتماعية للشركات من خلفيات مختلفة مما خلق نوعا من التمايز وصعوبة الإتفاق على تحديد تعريف موحد للمسؤولية الاجتماعية للشركات، لذلك سوف نستعرض أبرز التعاريف المقدمة خلال فترات زمنية مختلفة.

حيث يعد (Bowen,1953,p08) أول من صاغ تعريفا للمسؤولية الاجتماعية للشركات، قد قدم ذلك في كتابه "المسؤولية الاجتماعية من رجل الأعمال"، كما أشرنا سابقا فإنه في تلك الفترة كثيرا من الأحيان يستخدم مصطلح المسؤولية الاجتماعية بدلا من المسؤولية الاجتماعية للشركات، كذلك Bowen إستخدم نفس المصطلح في تعريفه حيث يرى " أن مصطلح المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال سيتم استعمالها بشكل كبير مستقبلا، ستحول إهتمام رجال الأعمال لإتباع سياسات، إتخاذ قرارات ومتابعة التوجهات المرغوبة والمتوافقة مع أهداف و قيم مجتمعنا. "

وهذا يعني أن Bowen إعتبر المسؤولية الاجتماعية بمثابة التزامات وواجبات تقع على عاتق رجال الأعمال لتحقيق قراراتهم وخططهم، بما لا يتنافى وأهدافهم وقيم المجتمع.

يمثل العالم الإقتصادي الأمريكي Milton Friedman وجهة النظر الكلاسيكية حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث يشير إلى " أن ممارسة المسؤولية الاجتماعية يكون من خلال القرارات

الموجهة للمردودية والربحية ولفائدة المساهمين وأنّ مبدأ تعظيم قيمة المساهم هو الهدف الاجتماعي المناسب للشركات لأنه يعادل تعظيم الثروة الاجتماعية للشركة".

يعني أن Milton Friedman إعتبر المسؤولية الاجتماعية تقتصر فقط على تحقيق الربحية والفائدة لصاحب المصلحة (المساهم)، من خلال تعظيم الثروة الأمر الذي سينعكس على تعظيم الثروة الاجتماعية بصفة عامة.

أما وجهة النظر الأخرى، والتي تمثل النظرة المعاصرة للمسؤولية الاجتماعية والتي يعد من أبرز أنصارها ومؤيديها رجل الاقتصاد المعروف Paul Samuelson، الذي يرى أن " مفهوم المسؤولية الاجتماعية يمثل البعدين الاقتصادي والتجاري معا. كما يشير إلى أن الشركات في عالم اليوم يجب أن لا تكتفي بالإرتباط بالمسؤولية الاجتماعية، بل يجب أن تغوص في أعماقها وأن تسعى نحو الإبداع في تبنيتها". إذ أن إبداعها في هذا المجال من شأنه أن يساعد في تحقيق أرباح طويلة المدى، يعزز من مركزها لدى أصحاب المصالح، كما يساعدها على تجنب العديد من الضغوط الحكومية.

إن أداء الشركات اليوم أصبح يتعدى الأداء الاقتصادي إلى الأداء الاجتماعي، من خلال المساهمات الاجتماعية للشركات، الإبداع في هذه الأخيرة بهدف تحقيق مكانة متميزة لها في السوق.

أما من ناحية مفهوم المسؤولية الاجتماعية، فقد حددها (Berkowitz et al,1997) ضمن ثلاثة مفاهيم أساسية لمسؤوليات المنظمة تمثلت في:

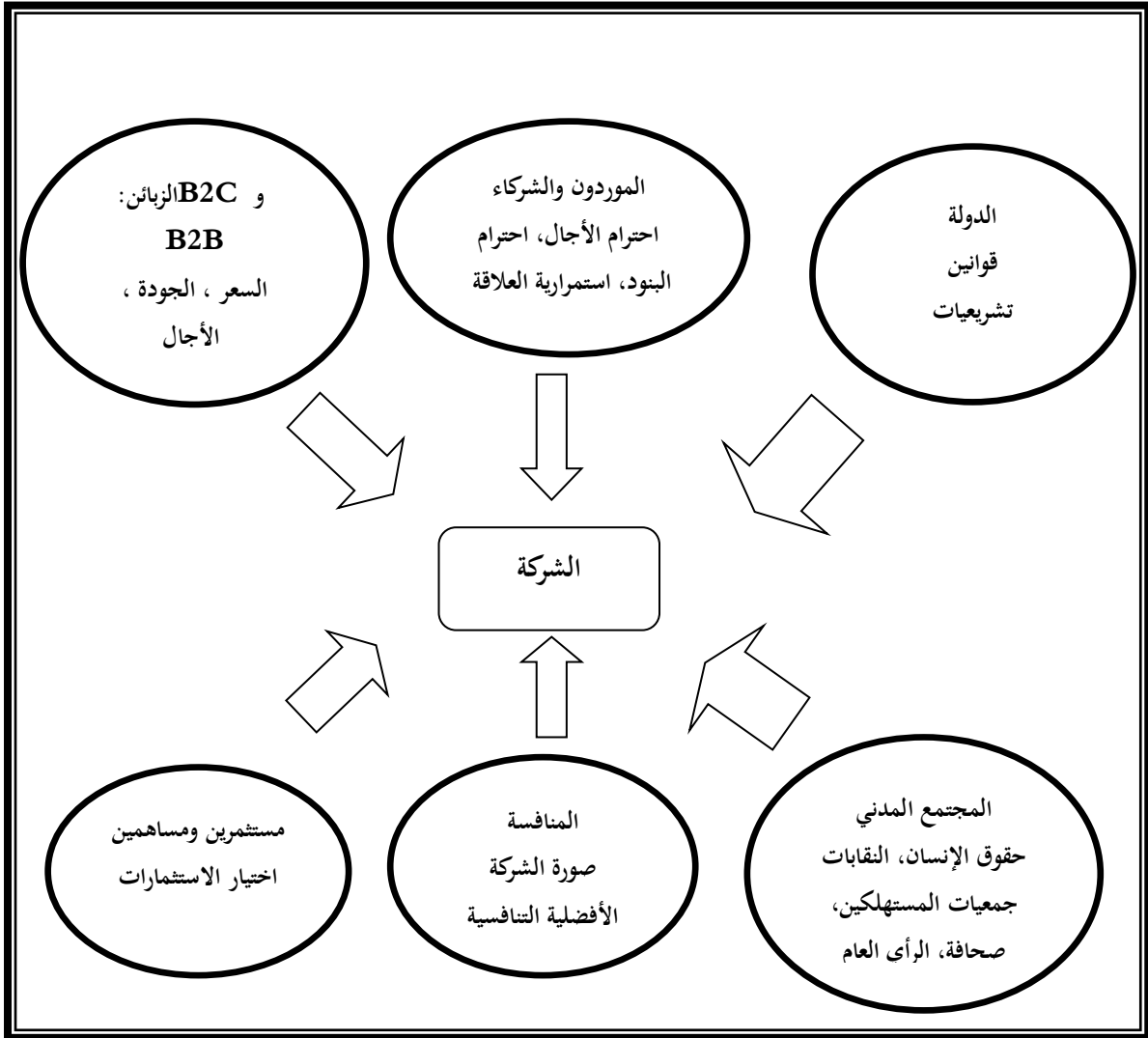
أ- المسؤولية إتجاه تحقيق الأرباح:

تشير إلى أن مسؤولية المنظمة كانت متمثلة في تحقيق الأرباح للمالكين وحملة الأسهم، هي مسؤولية قاصرة وتؤيد ما جاء به العالم الاقتصادي Milton Friedman.

ب- المسؤولية إتجاه أصحاب المصالح:

نتيجة للانتقادات التي وجهت إلى المفهوم الأول (المسؤولية الاجتماعية إتجاه تحقيق الربح)، ظهر ما يسمى بالمسؤولية إتجاه أصحاب المصالح و التي تركز على ضرورة الإهتمام بتلبية أهداف أصحاب المصالح من مستهلكين و عاملين، موردين.....إلخ. والشكل التالي يوضح مختلف فئات أصحاب المصالح:

الشكل رقم(01): مختلف أصحاب المصالح الذين يدفعون المؤسسة بأن تكون مسؤولة اجتماعيا



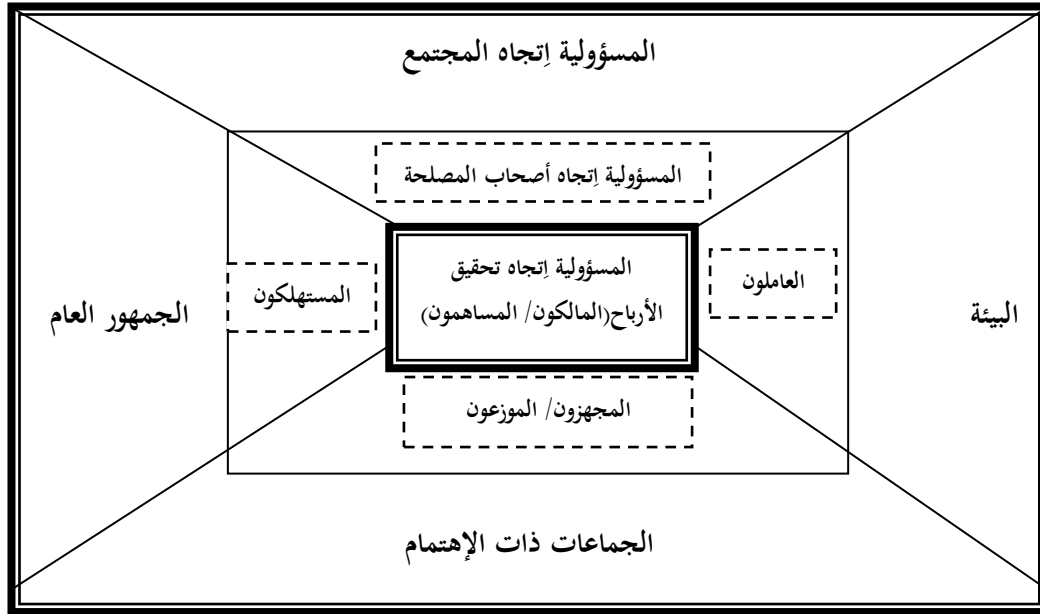
Source :Geneviève férone et al , Ce que le développement durable veut dire, Paris: Ed d'organisation,2004,P127

ت-المسؤولية اتجاه المجتمع:

إنتشر هذا المفهوم في السنوات الأخيرة، يشير إلى ضرورة التزام المنظمة بالمسؤولية اتجاه البيئة والجمهور (المجتمع بشكل عام). و ذلك من خلال الإهتمام بما تطرحه الجماعات ذات العلاقة مثل جماعة السلام الأخضر و التي تنادي بتعزيز السلوكيات الإيجابية اتجاه البيئة، مثل التسويق الأخضر.

حدد (Berkowitz et al,1997) تلك المفاهيم الثلاثة لمسؤوليات الشركة في الشكل التالي:

الشكل رقم (2): مفاهيم المسؤولية الاجتماعية



المصدر: فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك، أطروحة دكتوراه في إدارة الأعمال (غير منشورة)، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة المستنصرية، الجمهورية اليمنية، 2003، ص39.

حيث يمثل الإطار الأول من الشكل المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع والتي تضم المسؤولية تجاه البيئة والجمهور العام، أما الإطار الثاني فيمثل المسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصالح وهم (المستهلكون والعمالون، المجهزون)، أما الإطار الثالث والأخير والذي يمثل المركز في الشكل المسؤولية الاجتماعية تجاه تحقيق الأرباح للملاك والمساهمين.

وفي إطار المحاولة لوضع تعريف محدد للمسؤولية الاجتماعية للشركات، قدمت عدة تعريفات لها نوجزها فيما يلي:

حيث يرى (Carroll,1991,pp34-48) بأنها "المسؤولية الاجتماعية للأعمال التجارية بحيث تشمل الجوانب الاقتصادية والقانونية، الأخلاقية و الخيرية، التي تمثل توقعات المجتمع من الشركات في وقت معين."

تعد أعمال كلا من (Carroll,1991,pp34-48) و (Wood,1991,p696) بحوث رائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات، كانت مفيدة في تحديد وصياغة المستويات المختلفة للمسؤولية الاجتماعية داخل الشركة، وهي:

- المستوى الإقتصادي: ويتمثل في المنتجات والخدمات التي تنتجها الشركة بهدف تلبية احتياجات المجتمع وتحقيق الربح؛
 - المستوى القانوني: يعني ما مدى التزام الشركة بتطبيق القواعد والقوانين التي تضعها الدولة؛
 - المستوى الأخلاقي: و يشير إلى مسؤولية الشركات اتجاه تلبية توقعات المجتمع بطريقة نزيهة وعادلة؛
 - المستوى الخيري: و هو عبارة عن مبادرات طوعية غير ملزمة للشركة، تبادر بها بشكل إنساني وتطوعي و الذي يشتمل على مجمل التبرعات و الهبات من الشركات التي تخدم المجتمع والبيئة ولا تهدف للربح من خلالها.
- بمعنى أن (Carroll & wood) عرفا المسؤولية الاجتماعية للشركات على أساس أبعادها الأربعة (الإقتصادي، القانوني، الأخلاقي، الخيري).
- يعرفها كل من (Kotler & Lee,2005,p03) على أنها "التزام لتحسين رفاه المجتمع، من خلال الممارسات التجارية للشركة و مساهمات مواردها في رفاه المجتمع".
- بمعنى أن المسؤولية الاجتماعية للشركات ما هي إلا التزام الشركات بتحقيق رفاهية المجتمع من خلال تقديم منتجات وخدمات تلبي احتياجاتهم ورغباتهم، الأمر الذي سينعكس على تعزيز رفاهية المجتمع ككل.
- ويضيف الباحث المعروف في مجال إدارة الأعمال Peter Drucker أن المسؤولية الاجتماعية "هي التزام الشركة اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه وأن هذا الالتزام يتسع باتساع شريحة أصحاب المصالح في هذا المجتمع وتباين توجهاتهم".
- هذا يشير إلى أن Peter Drucker عرف المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر أصحاب المصالح والمجتمع في آن واحد، أن هذه الالتزامات تزداد بزيادة الأطراف ذات العلاقة بالشركة.
- يرى (Venky & Nelson,2013,p386) على أنها "إدارة الأثر الإيجابي للشركة على المجتمع والبيئة من خلال عملياتها، منتجاتها، أو الخدمات، من خلال تفاعلها مع أصحاب المصلحة الرئيسيين مثل: الموظفين، العملاء، المستثمرين و الموردين".
- نلاحظ من التعريف سابق الذكر أن المسؤولية الاجتماعية للشركة عبارة عن تسيير الآثار الإيجابية لأنشطة الشركة وعملياتها على المجتمع والبيئة، كذلك مع أصحاب المصالح الأساسيين.
- كما يمكن إضافة تعريفات أخرى للمسؤولية الاجتماعية للشركات، أعطتها المنظمات الدولية ومن بينها:
- حيث عرفتها منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية على أنها "التزام الشركة بالمساهمة في التنمية الإقتصادية، مع الحفاظ على البيئة والعمل مع العمال وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع بشكل عام بهدف تحسين جودة الحياة لجميع هذه الأطراف".

أما البنك الدولي فيعرف المسؤولية الاجتماعية للشركة " بأنها التزام بالمساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة وذلك من خلال التعاون مع العاملين وأسرهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشتهم على نحو مفيد لنشاط الشركات والتنمية الاقتصادية".

عرفتها الغرفة التجارية العالمية على أنها " جميع المحاولات التي تساهم في تطوع الشركات لتحقيق تنمية ذات اعتبارات أخلاقية واجتماعية، بالتالي فالمسؤولية الاجتماعية تعتمد على المبادرات الحسنة من المنظمات دون وجود إجراءات ملزمة قانونياً، ولذلك فالمسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال الإقناع والتعليم".

بالنظر إلى التعاريف سابقة الذكر، يمكن القول بأنه لم يتم إعطاء تعريف محدد وقاطع للمسؤولية الاجتماعية للشركات تكتسب بموجبه قوة إلزامية (قانونية) دولية كانت أو وطنية، بحيث لا تزال المسؤولية الاجتماعية في جوهرها إختيارية ومعنوية، أي أنها تستمد قوتها وقبولها وانتشارها من طبيعتها الطوعية.

مما تقدم يمكن أن نعرف المسؤولية الاجتماعية للشركات بصورة شاملة بأنها تمثل المقاربة الأخلاقية للشركة في تعاملها مع المجتمع ككل، ذلك من خلال الإستجابة لحاجات ورغبات هذا الأخير، بما يتوافق وتوقعاته المستقبلية الأمر الذي يعزز من صورتها في أذهان المستهلكين والمجتمع بشكل عام. والذي سينعكس على نجاحها وتحقيقها لميزة تنافسية مستدامة.

II- أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات ودوافع الانخراط فيها:

اليوم تسعى العديد من الشركات لتبني نهج المسؤولية الاجتماعية للشركات، الأمر الذي يثير تساؤلات حول الأسباب والدوافع الرئيسية لانخراط هذه الشركات في المسؤولية الاجتماعية للشركات؟ وما هي أبعاد أو عناصر هذه الأخيرة؟ هذا ما سنحاول الإجابة عنه في هذا الجزء، من خلال عرضنا لمجموعة من الدراسات السابقة ذات الصلة بهذا الموضوع.

1- أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

لقد سعى العديد من الكتاب و الباحثين إلى محاولة تحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية وقد تناول كل منهم تلك الأبعاد من وجهة نظره، وضعوا لها مسميات متباينة، فنلاحظ أن (Pride & Ferrell, 1997, p65) قد حددا تلك الأبعاد بأربعة أبعاد تمثلت في:

- 1- المسؤولية الإنسانية: أي أن تكون الشركة صالحة، أن تعمل على الإسهام في تنمية وتطوير المجتمع، أن تعمل على تحسين نوعية الحياة.
- 2- المسؤولية الأخلاقية: بمعنى أن تكون الشركة مبنية على اسس أخلاقية، أن تلتزم بالأعمال الصحيحة، أن تمتنع عن إيذاء الآخرين.
- 3- المسؤولية القانونية: أي أن تكون الشركة يجب أن تلتزم بإطاعة القوانين، أن تكتسب ثقة الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية وعدم القيام بالأعمال الخلة بالقانون.

4- المسؤولية الاقتصادية: ويقصد بها أن تكون الشركة نافعة ومجدية اقتصادياً، أن تحاول جاهدة لتوفير الأمان للآخرين.

أما الباحث (Carroll,1991,p40) فيرى أن المسؤولية الاجتماعية للشركة تضم أربعة عناصر (أبعاد) جوهرية رئيسية، هي الاقتصادي Economic و الأخلاقي Ethical و القانوني Legal والخيري Philanthropy و في إطار ذلك طور مصفوفة بين فيها هذه العناصر الأربعة و كيف يمكن أن تؤثر على كل واحد من المستفيدين في البيئة.

إن فهم هذه العناصر الأربعة للمسؤولية الاجتماعية التي قدمها Carroll يتطلب إيجاد علاقة وثيقة بين متطلبات النجاح في العمل ومتطلبات تلبية حاجات المجتمع وخاصة في إطار العناصر الاقتصادية والقانونية حيث تمثل هذه العناصر مطالب أساسية للمجتمع من المفترض تلبيتها من قبل منظمات الأعمال. في حين يتوقع المجتمع من الشركات أن تلعب دوراً أكبر فيما يخص العنصر الأخلاقي والخيري، علماً بأن هذا الأخير يمثل في حقيقته رغبات مشروعة للمجتمع من المفترض أن تتبناه الشركات، وقد وضع Carroll هذه العناصر بشكل هرمي متسلسل لتوضيح طبيعة الترابط بين هذه العناصر من جانب ومن جانب آخر فإن إسناد أي بعد إلى بعد آخر يمثل حالة واقعية، كما هو موضح بالشكل أدناه:

الشكل رقم(03): هرم Carroll للمسؤولية الاجتماعية



المصدر: إدريس والغالبى، الإدارة الإستراتيجية المفاهيم و العمليات، 2011، ص209.

كما حددا (Plazzi & Starcher,2001,p07) أبعاد المسؤولية الاجتماعية بستة أبعاد أساسية تمثلت

في:

1- المستهلكين: حيث أن الشركات تضع المستهلك في المقدمة دائماً، تركز على توفير ما يحتاجه وبالنوعية الجيدة.

2- **العاملين:** حيث تزايدت الدعوات التي تنادي بضرورة توفير ظروف عمل مناسبة، حيث تبين لأغلب الشركات الناجحة أن رضا العميل الخارجي (المستهلك) يحقق نتائج عالية من خلال رضا العميل الداخلي (العامل).

3- **الموردين:** أوضحت الكثير من الدراسات أن الاعتماد على موردين تعتمد عليهم المنظمة في مختلف الظروف من خلال إقامة علاقات طويلة المدى معهم يحقق للشركة النجاح، يحقق لها ميزة تنافسية عن بقية الشركات.

4- **البيئة:** وفي هذا الصدد يوجه (Paul Hawken) رئيس قمة مؤتمر الأرض الذي عقد في مدينة ريو دي جانيرو بالبرازيل سنة 1992 نصائحه للمصنعين بقوله: " أترك العالم أفضل مما وجدته، خذ من البيئة ما تحتاج فقط، لا تحاول أن تؤذي الحياة أو البيئة، ستكفر عن ذنوبك إذا قمت بذلك".*

5- **المجتمعات المحلية:** يجب أن تهتم الشركات بالمجتمعات المحلية من خلال توفير فرص العمل، الرواتب المجزية، عوائد الضرائب، الإسكان، تقديم الدعم لبناء المشاريع...إلخ.

6- **المستثمرين:** أثبتت العديد من الدراسات أن المسؤولية الاجتماعية للمنظمة ترتبط إيجابيا مع الأداء المالي وأن أغلب المستثمرين في الشركات الكبرى يعلمون أن الإعلان عن شركاتهم بأنها مسؤولة اجتماعيا وبيئيا يحقق لها ميزة تنافسية تميزها عن باقي المنظمات في السوق.

و وفقا لدراسة أجراها (Singhal,2013,pp78-79) بهدف التعرف على أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات في منطقة نويدا في قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، حيث توصل الباحث إلى أن أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات تنقسم إلى قسمين:

1- الأبعاد الداخلية للمسؤولية الاجتماعية للشركات:

الأبعاد الداخلية للمسؤولية الاجتماعية للشركات، أو أي ممارسات للمسؤولية الاجتماعية داخل الشركة، التي تشمل في المقام الأول الموظفين وتتصل بقضايا الإستثمار في رأس المال البشري، الصحة والسلامة، إدارة التغيير، في حين تتعلق الممارسات المسؤولة بيئيا في المقام الأول بإدارة الموارد الطبيعية المستخدمة في الإنتاج، هذه الممارسات تفتح الطريق لإدارة التغيير والتوفيق بين التنمية الاجتماعية مع تحسين القدرة التنافسية.

أ- إدارة الموارد البشرية:

التنفيذ بنجاح في اي شركة، يمكن أن يتم من خلال الإدارة السليمة للقوى العاملة الخاصة بها، من المبادرات التي تتخذها الشركات في هذا المجال تقديم قروض بدون فوائد للعمال، دفع الأجور بشكل عادل و في الوقت المناسب، تقديم هدايا ومكافآت، توقيت عمل ثابت....الخ.

ب- الصحة والسلامة في العمل:

اليوم تتطلع الشركات والحكومات وبشكل متزايد إلى وسائل إضافية لتعزيز الصحة والسلامة المهنية، من خلال استخدامها كمعايير في شراء المنتجات أو الخدمات من الشركات الأخرى. وكعنصر

للتسويق والترويج للمنتجات أو الخدمات التي يقدمونها. ويمكن رؤية هذه المخططات الطوعية باعتبارها مكملة لأنشطة التشريع والرقابة من قبل السلطات العمومية لأنها تهدف كذلك إلى تعزيز الثقافة الوقائية، أي مستويات أعلى من الصحة والسلامة المهنية.

ت- إدارة الأثار البيئية:

عموما، الحد من استهلاك الموارد والانبعاثات الملوثة والنفايات، يمكن أن يقلل من الأثر البيئي، أيضا يمكن أن تكون جيدة لرجال الأعمال من خلال خفض فواتير الطاقة والتخلص من النفايات، تخفيض المدخلات و إزالة تكاليف التلوث.

ث- التكيف مع التغيير:

في سيناريو العمل الديناميكي الحالي، عمليات الدمج والاستحواذ لا يمكن استبعادها لتوحيد وتوسيع الشركات. وفقا للمفوضية الأوروبية" إعادة هيكلة بطريقة مسؤولة اجتماعيا وسيلة لتحقيق التوازن والأخذ بعين الاعتبار مصالح واهتمامات جميع أولئك الذين يتأثرون بالتغييرات والقرارات".

2- الأبعاد الخارجية للمسؤولية الاجتماعية للشركات:

الأبعاد الخارجية للمسؤولية الاجتماعية للشركات تتعلق بالممارسات المرتبطة بأصحاب المصلحة الخارجيين عن الشركة، المستهلكين، الموردين، المجتمع والحكومة وما إلى ذلك مع وضع معايير دولية للممارسات بسبب العولمة. وقد اكتسبت هذه الأبعاد أهمية جديدة كأداة إستراتيجية، وهي:

أ- المجتمعات:

أول بعد خارجي يتعلق بالمجتمعات المسؤولة الاجتماعية للشركات تتعلق أيضا باندماج الشركات في الإعدادات المحلية، مثل توفير مناصب العمل (المساهمة في خفض معدلات البطالة)، المشاركة في التنمية ودعم المجتمع المحلي... الخ.

ب- الشركاء، الموردين والمستهلكين، وبقية أصحاب المصالح الخارجيين:

وهي الحقيقة القديمة التي من خلالها يتم العمل بشكل موثوق مع شركات الشركاء، مما يمكن من تقليل التعقيد والتكاليف، زيادة جودة منتجاتها أو خدماتها، اختيار الموردين ليس دائما يتم من خلال العطاءات التنافسية، العلاقات مع شركات التحالف والمشاريع المشتركة، الامتياز لا نقل أهمية، قد يؤدي بناء العلاقات على المدى الطويل من الحصول على أسعار عادلة، حيث التوقعات تكون جنبا إلى جنب مع الجودة والتسليم الموثوق.

ت- حقوق الإنسان:

وفقا لـ Robins الشركات العاملة في البلدان التي تنتهك فيها حقوق الإنسان بانتظام، قد تواجه مناخ من عدم الاستقرار المدني و الفساد، الذي يجعل العلاقات متوترة مع المسؤولين الحكوميين والموظفين، المجتمعات المحلية و المساهمين".

تنص مبادئ The Caux Round Table أن الشركات التي لديها مسؤولية إحترام حقوق الإنسان والمؤسسات الديمقراطية، كلما كان تعزيزها عمليا.

ث- الإهتمامات البيئية العالمية:

البعد الخارجي الأخير ضمن الأبعاد الخارجية للمسؤولية الاجتماعية للشركات هو الإهتمامات البيئية العالمية، ذلك من خلال تاثير الحدود عبر العديد من المشاكل البيئية المتصلة بالأعمال التجارية، الزيادة الطردية لإستهلاك الموارد من مختلف أنحاء العالم والشركات هي أيضا الجهات الفاعلة في البيئة العالمية، الشركات يجب أن تسعى لتحقيق المسؤولية الاجتماعية للشركات دوليا و كذلك في بلدانها.

ومن خلال إستعراضنا لما جاء في الأدبيات نلاحظ أن هناك تقريبا كبيرا بين الكتاب والباحثين في تحديدهم لأهم ابعاد المسؤولية الاجتماعية للشركة، التي تعد مترابطة و متكاملة مع بعضها لتشكل في نهاية المطاف مقاربة المسؤولية الاجتماعية التي تسعى الشركة إلى تبنيتها، بما يحقق لها الفوائد المرجوة.

و لم تخرج الدراسة الحالية عن ما حدده الكتاب و الباحثين من ابعاد، حيث اعتمدت أربعة أبعاد

اساسية للمسؤولية الاجتماعية للشركة، و تمثلت تلك الأبعاد في:

1- الإهتمام بالعاملين: وهي مسؤولية الشركة تجاه أفرادها العاملين من حيث (الرواتب والمكافآت، فرص الترقية والتدريب المستمر، الرعاية الصحية).

2- الإهتمام والتركيز على العملاء: هي مسؤولية الشركة إتجاه عملائها من حيث (المنتجات ذات النوعية المناسبة، امكانية الحصول على لأسعار المناسبة،الإعلانات الصادقة، المنتج في الزمان والمكان المناسبين).

3- الإهتمام بالبيئة: وهي مسؤولية الشركة تجاه البيئة من حيث (الإستخدام الأمثل للموارد وخصوصاً غير المتجددة، المنتجات غير الضارة بالبيئة، الحد من تلوث الماء والهواء والتربة).

4- الإهتمام بالمجتمع وحل المشكلات الاجتماعية: وهي مسؤولية الشركة إتجاه المجتمع من حيث (المساهمة في دعم البنية التحتية، خلق فرص عمل جديدة، احترام العادات و التقاليد، توظيف ذوي الإحتياجات الخاصة، المساهمة في حالة الكوارث والطوارئ).

عليه فالمسؤولية الاجتماعية للمنظمة تحمل في مضمونها بعدين أساسيين:

✓ الأول هو البعد الداخلي الذي يركز على الأداء الإجتماعي المسؤول إتجاه العاملين ومن هم داخل الشركة؛

✓ أما الثاني المتمثل في البعد الخارجي يركز على الدور الإجتماعي والمبادرات التي تتبناها الشركة تجاه المجتمع والبيئة الخارجية ككل.

2- دوافع انخراط الشركات في المسؤولية الاجتماعية

إن الهدف الرئيسي و المعلن لأي شركة هو تعظيم الربح، الذي تحققه الشركة إما من خلال زيادة الأسعار أو خفض التكاليف، هذا هو الأساس في النظرية الاقتصادية للشركة. و مع ذلك بعض الشركات تجد صعوبة في شرح سلوكها من منظور تعظيم الربح. لذلك نجد في الوقت الراهن العديد من الشركات تختار الانخراط في المسؤولية الاجتماعية للشركات. فما هي الدوافع التي تقود الشركات للانخراط في المسؤولية الاجتماعية للشركات؟

لقد أجريت العديد من الدراسات من طرف الكتاب و الباحثين بهدف تحديد العوامل التي تدفع بالشركات للانخراط في المسؤولية الاجتماعية للشركات، سنحاول التعرف لبعضها بغية الوقوف على هذه الدوافع و نوجزها فيما يلي:

في دراسة أجرتها (Ella Joseph,2002) في معهد أبحاث السياسة العامة، حيث قامت باستجواب 500 مدير لشركات بريطانية حول وجهات نظرهم حول الأنشطة الاجتماعية والبيئية في شركاتهم، أجرى الاستطلاع عبر الهاتف وتألف من مجموعة مختارة من الشركات من مختلف الأحجام والقطاعات الصناعية، المناطق الجغرافية. يحقق هذا المسح إذا كانت قضايا المسؤولية الاجتماعية للشركات في ارتفاع لدى مجالس الإدارة. والنتائج أظهرت أن 63% من المستجوبين يهتمون بالقضايا البيئية بشكل روتيني أو في بعض الأحيان، بينما 37% يقومون بمناقشة القضايا الاجتماعية بشكل روتيني أو في بعض الأحيان. و أن 49% من المديرين المستجوبين يعتقدون أن الأثر الاجتماعي للشركة مهم. هذه النتائج تشير إلى أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تجرى في أجندة العديد من مجالس الإدارة، و بالتالي فإن مجلس الإدارة أو الإدارة العليا يمكن أن يكون عاملا هاما لتفسير سبب انخراط العديد من الشركات في المسؤولية الاجتماعية.

وفقا للدراسة التي قام بها مركز ثقافات الأعمال الأخلاقية سنة 2005، وجد أن هناك ستة عوامل أساسية تدفع الشركات لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات و هي: العولمة، المنظمات غير الحكومية، الرأي العام، القوانين و المعايير، الاستثمار المسؤول اجتماعيا، المبادرات ذات الصلة بالحكومة.

1- العولمة: و تشير إلى عولمة الاقتصاد و التحديات التي تواجه الشركات في الأسواق التنافسية والمتربطة معا، حيث أدى إزدياد عدد الشركات المتكاملة عموديا إلى زيادة الاعتماد على الموردين الخارجيين، الإستعانة بمصادر خارجية أدى إلى ضعف العلاقة بين الشركات والمجتمعات المحلية. حيث بدأت الشركات في التحرك شيئا فشيئا، من خلال فتح مكاتب فرعية لها في دولة خارج حدودها، مختبرات و دور إنتاج، مخازن في جميع أنحاء العالم. و هذا فقد الإتصال مع "قاعدة الوطن" و بدأت الشركات تعرض نفسها كشركات عالمية، مما أدى إلى ظهور العديد من الصعوبات. منها كيف يمكن للشركات العالمية التوفيق بين هذه الإختلافات الثقافية و التنظيمية، لذلك حاولت العديد من الشركات تقديم تعليمات

رسمية حول أفضل الطرق لإجتياز هذه الاختلافات (الفساد و الرشوة، معايير العمل، حقوق الإنسان، سياسات إزالة الغابات... الخ)، لذا كان التخصيص في اعتماد أو فرض أي نوع من هذه الممارسات يعطي الشركة ميزة اقتصادية.

2- المنظمات غير الحكومية: شكل إنفجار منظمات المجتمع المدني و المنظمات غير الحكومية كثيرا من الضغوطات الاجتماعية، التي تواجهها الشركات للاعتراف بالتأثير السلبي للعوامل الخارجية لممارساتها التجارية على الأفراد و البيئة، المجتمعات التي تخدمها. قوة هذه المنظمات دفعت بالمدراء التنفيذيين لهذه الشركات بالرد خصوصا الذين مهتمين بشأن قدرات هذه المنظمات على التأثير على أي مستهلك بسرعة، أهداف هذه المنظمات وانتقاداتهم غالبا ما تكون غير متجانسة، مما يجعل إستجابة الشركة للمسائل أكثر تعقيدا.

3- الرموز و المعايير: ظهرت الرموز و المعايير كتطور آخر مستوحاه من المنظمات غير الحكومية و الراي العام، نتيجة الإستياء العام من تصرفات الشركات. صممت هذه المعايير و الرموز بهدف مساعدة و توجيه الشركات للطريقة الأكثر فعالية لمتابعة العمليات. خلق و تبني هذه الرموز آثار حركة نحو المسؤولية الاجتماعية للشركات. البعض من هذه الرموز و المعايير الأكثر شعبية ظهرت من كبار رجال الأعمال أنفسهم، مثل مبادئ The Caux Round Table للأعمال التجارية، و من الإتفاقيات الحكومية مثل: إعلان الأمم المتحدة لحقوق الإنسان، إتفاقيات منظمة العمل الدولية بشأن العمل.

4- الإستثمار المسؤول اجتماعيا: الإستثمار المسؤول اجتماعيا نتج من الضغط الشعبي للحد من الإستثمار العنصري في جنوب إفريقيا، منذ ذلك الحين إتسع الإهتمام بموضوع الإستثمار المسؤول اجتماعيا نتيجة لعدة أسباب منها: البيئة، الأسلحة، المخدرات... الخ. المستثمرين و المحللين واصلوا الضغط بإستمرار على الشركات لتحسين صورتهم الاجتماعية، إلى الكشف التام عن جميع المعلومات المتعلقة بمخاطر الشركة المحتملة أو المحققة من القضايا البيئية و الأخلاقية، فضلا عن أدائها المالي. و المثال الأكثر شهرة عن تأثير الإستثمار المسؤول اجتماعيا حدث سنة 1998 عندما أسقطت شركة Domini شركة Nike حصة من صندوق عدالتها الاجتماعي في أعقاب التجدد الثاني لإدعاءات العمال بأجور Nike المنخفضة، بعد المراجعة المناسبة أعادته Nike بمثابة عقد في محافظ Domini في عام 2000.

5- المبادرات ذات الصلة بالحكومة: لقد لعبت الحكومة أيضا دورا في هذه الفترة الإنتقالية إلى القطاع الخاص، دفعت الضغوط السياسية إلى خلق مبادرات متنوعة من المنظمات الحكومية، أدت هذه الهيئات الحكومية لتقديم إقتراحات لتحسين وضعية الشركات، مثال ذلك شركة Nike حيث إعتمدت معايير OSHA للتنفيذ في مصانعها بالخارج لضمان أدنى مستوى مقبول من جودة الهواء للموظفين.

في تقرير خاص بالإقتصاد حول المسؤولية الاجتماعية للشركات بعنوان "Just good Business" دراسة أجريت من قبل مجلة الإقتصاد و إتحاد الإستخبارات الإقتصادية سنة 2008 ، حيث أجريت هذه

الدراسة عبر الإنترنت على الصعيد العالمي، كان عدد المستجوبين 1222، أظهرت نتائج المسح أن نظرة الفائدة الرئيسية للانخراط في المسؤولية الاجتماعية للشركات تكون لزيادة الإيرادات أو تخفيض التكاليف، حصلت على دعم ضعيف نسبياً، بدلا من ذلك تتلقى العديد من المزايا الأخرى دعم أقوى، مثل تحقيق أفضل علامة تجارية أو السمعة، أو إنشاء مركز في السوق، كذلك تحقيق التمايز الذي يؤدي إلى الميزة التنافسية، اتخاذ قرار طويل الأجل، جذب الموظفين، جذب الزبائن هي الفوائد الرئيسية للانخراط في المسؤولية الاجتماعية للشركات، التي تكون وسيلة لتعظيم الأرباح.

في دراسة استطلاعية قامت بها (Katharina Schmitt, 2009, pp124-129) شملت أربع قطاعات مختلفة، بهدف التعرف على أوجه الشبه و الاختلاف بين هذه القطاعات في تصوراتهم للمسؤولية الاجتماعية للشركات، السياسات و تنفيذها، حجم الشركة. حيث أجريت هذه الاستطلاعات ما بين سنة 2005 و 2006، في أربع قطاعات (قطاع النفط، قطاع تجهيز الأسماك، الخدمات المصرفية، قطاع السيارات)، خلصت الدراسة إلى أن الانخراط في المسؤولية الاجتماعية للشركات يكون مرتبط بعملياتها التجارية، و بالتالي فإن هناك مداخل مختلفة للمسؤولية الاجتماعية للشركات باختلاف القطاعات المبحوثة، أشارت Schmitt's إلى أن قطاع النفط و القطاع المصرفي يشاركان بدرجة عالية في المسؤولية الاجتماعية للشركات أكثر من قطاع تجهيز الأسماك و قطاع السيارات، تفسر الباحثة ذلك بأن قطاعي النفط و الخدمات المصرفية لها تاريخ طويل في المشاركة في المبادرات الطوعية وبالتالي لها خبرة طويلة. و كذلك التعرض الكبير للتدقيق و الضغط بسبب القوة الإقتصادية، أو فضائح الشركة و كبر حجمها، التي تعني المزيد من الموارد التي يمكن أن تخصص لممارسات المسؤولية الاجتماعية.

في دراسة قام بها (österman, 2014) للكشف عن الأسباب التي تجعل الشركات تتخبط في نهج المسؤولية الاجتماعية للشركات، فإنه أجرى مسح شمل 47 شركة و مقابلات مع 07 من ممثلي هذه الشركات في المملكة المتحدة، بعد تحليله للبيانات و معالجتها توصل الباحث لجملة من النتائج أهمها أن مجلس الإدارة أو الإدارة العليا، جذب الموظفين، سمعة الشركة و الأخلاق، الأسباب الإقتصادية كلها دوافع تؤثر في انخراط الشركات في المسؤولية الاجتماعية، في حين أن المساهمين، وسائل الإعلام والنقاش العام، جذب المستثمرين، فإنها لا تؤثر في دفع الشركات للانخراط في المسؤولية الاجتماعية للشركات.

ما يمكن إستنتاجه من الدراسات السابقة، التي أجريت بهدف تحديد الدوافع التي تجعل الشركات تتخبط أو تشارك في المسؤولية الاجتماعية للشركات، أن هذه الدوافع تختلف باختلاف القطاعات الإقتصادية، كذلك البيئات التي تنشط فيها هذه الشركات، إلا أن الباحثة ترى أن الدوافع التي تؤدي بالشركات للانخراط في المسؤولية الاجتماعية للشركات لا تخرج عن دافعين هما: دوافع إقتصادية تتعلق بتعظيم الربح، حيث تضم (قيمة المساهمين، السمعة، جذب الموظفين، جذب الزبائن.... الخ)، ودوافع أخلاقية.

III- عوامل النجاح الحرجة للمسؤولية الاجتماعية للشركات و تحدياتها

الشركات عند تنفيذها لممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات، لابد لها من توفير مجموعة من العوامل تساعد على ضمان نجاح هذه الممارسات، إلا أنه عند عملية التنفيذ تواجهها العديد من التحديات و الصعوبات، لذا سنحاول ضمن هذا المطلب التعرف على عوامل النجاح الحرجة لتنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات، كذا أهم التحديات التي تواجهها.

1- عوامل النجاح الحرجة للمسؤولية الاجتماعية للشركات

حتى تنجح الشركات في تنفيذ ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات، يجب أن تتوفر لها مجموعة من العوامل، التي تعرف بالعوامل الحرجة للنجاح في تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات، ضمن هذا الإطار فقد أجريت دراسات قليلة جدا لتحديد هذه العوامل، سنحاول في هذا الجزء عرض البعض منها للخروج بمجموعة من العوامل التي تساعد الشركات لضمان نجاح ممارساتها الاجتماعية.

ففي دراسة أجراها (Sangle, 2010,p208) بهدف تحديد العوامل الحرجة للنجاح في تنفيذ ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في القطاع العام الهندي، تم إجراء تحليل تجريبي من أجل تحقيق أهداف الدراسة، توصل الباحث إلى أن القدرة على دمج المسؤولية الاجتماعية للشركات مع الإستراتيجيات الوظيفية الأخرى هو عامل النجاح الأكثر أهمية لنجاح المسؤولية الاجتماعية للشركات، عوامل النجاح الحاسمة الأخرى هي القدرة على إدارة مجموعات أصحاب المصلحة، القدرة على تقييم فوائد المسؤولية الاجتماعية للشركات و دعم الإدارة العليا.

يضيف (Uvais & Cholasseri,2013,p29) في دراسة أجريها بهدف تحديد أبعاد وتحديات المسؤولية الاجتماعية للشركات في الهند، حيث خلص الباحثان لمجموعة من النتائج من بينها أنه من أهم العوامل المؤثرة على نجاح ممارسات المسؤولية الاجتماعية في الشركات ما يلي:

- إنكماش دور الحكومة: ففي السابق، إعتمدت الحكومة على سن تشريعات و قوانين لتحقيق أهدافها الاجتماعية و البيئية في قطاع الأعمال، تقلص الموارد الحكومية، إلى جانب عدم وجود ثقة في الأنظمة أدى إلى إستكشاف المبادرات الطوعية وغير القانونية بدلا من ذلك.
- مطالب كبرى للإفصاح: هناك طلب متزايد من قبل أصحاب المصلحة لإفصاح الشركات، بما في ذلك العملاء و الموردين والموظفين و المجتمعات المحلية، المستثمرين و المنظمات الناشطة.
- إهتمام العميل المتزايد: هناك أدلة على أن السلوك الأخلاقي للشركات فيه ممارسة تأثير متزايد على القرارات الشرائية للعملاء، في دراسة أجريت مؤخرا من قبل منظمة البيئة الدولية، أكثر من واحد من كل خمسة مستهلكين أبلغوا عن مكافأة أو عقاب الشركات على اساس الأداء الاجتماعي المدرك.
- الضغط المتزايد للمستثمر: المستثمرون يغيرون الطريقة التي يقيمون بها أداء الشركات، تخاذ القرارات يتم بناء على المعايير التي تتضمن المخاوف الأخلاقية، يذكر منتدى الإستثمار الاجتماعي

في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1999، أن هناك أكثر من 02 ترليون أصول مستحقة إستثمرت في المحافظ التي إستعملت الشاشات المرتبطة بالبيئة والمسؤولية الاجتماعية.

- **أسواق العمالة التنافسية:** الموظفون ينظرون على نحو متزايد إلى ما بعد الرواتب و المزايا التي يحصلون عليها و يسعون للبحث عن ارباب العمل الذين تتوافق فلسفاتهم و ممارستهم التشغيلية مع مبادئ الخاصة، من أجل توظيف و إستبقاء الموظفين المهرة، يجبرون الشركات على تحسين ظروف العمل.

- **علاقات المورد:** أصبح أصحاب المصالح أكثر إهتماما بالشؤون التجارية، العديد من الشركات تتخذ مجموعة من الخطوات لضمان التصرف بطريقة مسؤولة إجتماعيا من قبل شركائها، البعض من الشركات تقدم أنظمة انضباط لمورديها لضمان أن تلك السياسات والممارسات للشركات الأخرى لا تشوه سمعتهم.

في دراسة قام بها كل من (Ebong et al,2014,p22) حيث هدفت هذه الدراسة إلى تحديد العوامل الحاسمة لتنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات في نيجيريا و دراسة مستوى تنفيذها، تضمنت الدراسة مقابلة شبه منظمة أجريت على 36 مستجوب، حيث شملت العينة 04 أشخاص مسؤولين في أربع شركات للبناء في ولاية Akwa Ibom بنيجيريا، تضم 16 موظفا من كل شركة و 16 من أصحاب المصلحة في المجتمع، هذه الشركات نفذت مشاريع في الست سنوات الماضية. تم فرز وتحليل البيانات النوعية التي تم جمعها و تفسيرها، توصل الباحثون إلى جملة من النتائج أهمها: أن العوامل الحرجة لتنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات في قطاع الإنشاءات بنيجيريا هي ضرورة تخفيف حدة خطر مجتمع أصحاب المصلحة في موقع العمل، الحاجة إلى ميزة تنافسية، كذلك الحاجة لتحويل إنتباه اصحاب المصلحة ذوي الصلة بأنشطة الشركة.

يرى كل من (Reefman & Maatman,2015,p30) في دراسة أجريها بهدف تحديد العوامل الحرجة لنجاح تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات، لأن طبيعة الدراسة نوعية فقط، إعتد الباحثون على المقابلة مع 10 خبراء في المسؤولية الاجتماعية للشركات لجمع البيانات، وبعد التحليل و الدراسة والتفسير توصل الباحثان إلى أن نجاح الشركة في تنفيذ المسؤولية الاجتماعية يتحقق بناء على العوامل التالية:

- **حجم الشركة:** حجم الشركة ذو صلة لأنه يمكن أن يؤثر على مشاريع المسؤولية الاجتماعية للشركات، يكون الإعتماد على الموارد المتاحة و القدرة المالية للشركة، فمن الصعب على الشركات الصغيرة مقارنة بالكبيرة تمويل مشاريع المسؤولية الاجتماعية للشركات.

- **مدة إستراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركات:** يؤثر الوقت الذي بدأت فيه الشركة بالإستثمار في وضع سياسة المسؤولية الاجتماعية للشركات على النجاح الحالي لجهود الشركة، فالزمن يؤثر على أداء المسؤولية الاجتماعية للشركات.

- **موقع المقابل:** إن موقع المقابل داخل الشركة قد يؤثر ، بمعنى له أو لها معرفة بسياسة المسؤولية الاجتماعية للشركات من عدمها، لذا بعد المقابلات تم فحص الحقائق المستمدة من المقابلات مع تقارير الاستدامة.

- **الصناعة:** أن طبيعة الصناعة تلعب دورا هاما و تأثيرات إلى أي مدى يمكن للشركات أن تنتج ابتكارات أو تحسينات تزيد من نجاح إستراتيجيات المسؤولية الاجتماعية للشركات. و بناء على الدراسات السابقة التي تم تناولها أنفا بهدف تحديد عوامل النجاح الحرجة لتنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات، فإن الباحثة ترى أن هذه العوامل يمكن حصرها في:

- 1- ضرورة إيمان أصحاب المصلحة بقضية المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو المجتمع، إشراكهم في إعداد برامجها لضمان التنفيذ الناجح لها، الحصول على الدعم المادي و المعنوي؛
- 2- أن تقوم الشركة بوضع رؤية واضحة نحو ممارساتها الاجتماعية التي تريد أن تتبناها و القضية الرئيسية التي تريد المساهمة فيها وتعالجها، المبادرة التي ستقدمها للمجتمع؛
- 3- كذلك ضرورة تخصيص مسؤول متفرغ تفرغا كاملا لهذا النشاط، تحدد له الشركة الأهداف والمخططات المطلوبة، يرتبط مباشرة بالإدارة العليا و يمنح الصلاحيات المطلوبة.

2- التحديات التي تواجه عملية تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات

تواجه عملية تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات العديد من التحديات، حيث أجريت عدة دراسات من قبل الباحثين بهدف تحديد هذه التحديات، التي سنحاول إستعراض البعض منها ضمن هذا المطلب.

ففي دراسة لـ(Uvais & Cholasseri,2013,p30) بهدف تحديد أبعاد و تحديات المسؤولية الاجتماعية للشركات في الهند، توصل الباحثان لجملة من النتائج أهمها أن المسؤولية الاجتماعية للشركات في الهند تواجهها مجموعة من التحديات هي :

1- **عدم المشاركة المجتمعية في أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات:** هناك عدم إهتمام من قبل المجتمع المحلي للمشاركة أو المساهمة في أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات، يعزى هذا إلى حد كبير إلى حقيقة أن هناك معرفة قليلة أو معدومة حول المسؤولية الاجتماعية للشركات داخل المجتمعات المحلية. و عدم وجود جهود جادة لنشر الوعي حول المسؤولية الاجتماعية للشركات و غرس الثقة في المجتمعات المحلية عن مثل هذه المبادرات، بذلك تفاقم الوضع بسبب عدم وجود إتصال بين الشركة والمجتمع المحلي.

2- **الحاجة إلى بناء قدرات محلية:** هناك حاجة إلى بناء قدرات محلية للمنظمات غير الحكومية، كما أن هناك ندرة خطيرة من المنظمات المدربة و ذات الكفاءة، التي يمكن أن تسهم بشكل فعال في أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات المستمرة و التي باشرتها الشركات.

3- **قضايا الشفافية:** نقص الشفافية هي واحدة من القضايا الرئيسية التي أنتجها المسح، هناك أسلوب للتعبير من قبل الشركات ، التي يوجد بها نقص للشفافية من جانب الوكالات المحلية المنفذة، كما أنها لا تبذل جهودا كافية لتكشف المعلومات عن برامجها، قضايا التدقيق وتقييم الأثر و استخدام الأموال. إن هذا النقص في الشفافية يؤثر سلبا على عملية بناء الثقة بين الشركات و المجتمعات المحلية، التي هي المفتاح لنجاح مبادرات المسؤولية الاجتماعية على المستوى المحلي.

4- **عدم توافر تنظيم جيد للمنظمات غير الحكومية:** عدم توافر تنظيم جيد للمنظمات غير الحكومية في المناطق النائية والريفية، التي يمكن أن تقيم و تحدد الإحتياجات الحقيقية للمجتمع و العمل جنبا إلى جنب مع الشركات لضمان التنفيذ الناجح لأنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات. هذا أيضا يبني حالة للإستثمار في المجتمعات المحلية عن طريق بناء قدراتها على تنفيذ مشاريع التنمية على المستوى المحلي.

5- **عامل الرؤية:** دور الإعلام في تسليط الضوء على الحالات الجيدة من مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات الناجحة هو موضع ترحيب، لأنها تنتشر القصص الجيدة والمحفزة للسكان المحليين حول مختلف مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات الجارية من الشركات، هذا التأثير الواضح لكسب وضوح الرؤية غالبا ما يؤدي بالعديد من المنظمات غير الحكومية لإقحام نفسها في البرامج التي تعتمد على الحدث.

6- **التصور الضيق إتجاه مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات:** المنظمات غير الحكومية والوكالات الحكومية تمتلك عادة تصور ضيق إتجاه مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات، تحديدا و في كثير من الأحيان مبادرات المسؤولية الاجتماعية أكثر من المحلية في المدخل القائم على المانح(المعطي)، نتيجة لذلك، وجدوا أنه من الصعب أن تقرر ما إذا كانت ستشارك في مثل هذه الأنشطة على الإطلاق على المدى المتوسط و البعيد.

7- **عدم توافر إرشادات واضحة للمسؤولية الاجتماعية للشركات:** لا توجد مبادئ توجيهية قانونية واضحة المعالم أو توجيهات للسياسة العامة، لإعطاء إتجاه نهائي لمبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات من الشركات، تبين أن حجم مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات يجب أن يعتمد على حجم أعمالهم و صورتهم الجانبية، بعبارة أخرى، كبر حجم الشركة يعني كبر برنامج المسؤولية الاجتماعية للشركات.

8- **عدم توافق في الآراء بشأن تنفيذ قضايا المسؤولية الاجتماعية للشركات:** هناك عدم توافق في الآراء بين الوكالات المحلية بشأن مشاريع المسؤولية الاجتماعية للشركات، عدم وجود توافق في كثير من الأحيان يؤدي إلى إزدواجية الأنشطة التي تقوم بها الشركات في مجالات تدخلها. و ينتج عن هذا روح المنافسة بين الوكالات المنفذة المحلية، بدلا من بناء المناهج التعاونية في القضايا.

وفقا لدراسة أجراها (Bonituo,2014,pp66-68) فقد حدد تحديات المسؤولية الاجتماعية للشركات

ضمن قسمين هما:

1- عدم إشراك أصحاب المصلحة الرئيسيين:

معظم برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات ليست ضمن سياق محدد، في هذا الشأن يتطلب من الشركات الفردية الاستثمار في برامج المسؤولية الاجتماعية محددة السياق، حيث تفشل الشركات والمنظمات إلى حد كبير في إشراك أصحاب المصلحة حول القضايا الاجتماعية الرئيسية التي ستتناولها برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات. وهذا لا يشكل تحديا فقط للمنظمات و لكنها تتحول إلى عرقلة التنفيذ الناجح لتدخلات المسؤولية الاجتماعية للشركات.

وفقا لـ (Cone,2010,p09) حيث كشفت الدراسات أن 87% من المستهلكين الأمريكيين يسعون للحصول على فرصة لشراء منتج ذو العلاقة، فهي ترى أن مشترياتهم تصل إلى الاستثمار في برنامج المسؤولية الاجتماعية للشركات في الشركة و لهذا الأمر، فإنهم يشعرون أنهم يساهمون في هذه القضية، يمكن للشركات الاستفادة من تدخلات لمسؤولية الاجتماعية للشركات إذا ما أعلنت الجهات (أصحاب المصالح) الداخليين و الخارجيين، للأسف خلق وعي لأصحاب المصلحة منخفض جدا مما يجعل من الصعب تحقيق التنفيذ الناجح لمعظم التدخلات الاجتماعية . في الآونة الأخيرة ركزت التدخلات المسؤولية الاجتماعية للشركات من قبل معظم رجال الأعمال على قضايا التعليم و الصحة و البيئة.

أكد الاتجاه المعاصر في نماذج التشغيل المستندة إلى شبكة الانترنت الحاجة إلى عولمة الشركات من خلال الربط بين أصحاب المصالح في جميع أنحاء العالم، قد أدى هذا إلى إدخال أصحاب مصالح جدد في إجراء جميع العمليات في الشركات. إن التعديل العملياتي للشركات أدى إلى تحول في السلطة في السوق من الزبائن التقليديين و المستثمرين ليشمل أيضا أصحاب المصلحة الآخرين مثل الموظفين و الجماعات المحلية، المنظمين و وسائل الإعلام، المنظمات غير الحكومية و الموردين، السياسين، قد لعبت هذه الجهات دورا هاما في تنفيذ أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات، هذا التحول في قوة السوق و الذي شمل أصحاب مصلحة آخرين ، يمكن أن يؤدي بالشركات لإدارة قضايا المخاطر الاجتماعية، معظم الشركات تنظر إلى المخاطر الاجتماعية كما لو أنها انبثقت عن طريقة سلوكها أو عمل الآخرين داخل البيئة التشغيلية المولدة للضعف. ومنذ أن أدرك أصحاب المصالح أهمية قضايا المخاطر الاجتماعية كضرورة كبرى، أصبح يتم غرس إدارة القضايا الاجتماعية في إستراتيجية الشركات متعددة الجنسيات، تنفيذ تدخلات المسؤولية الاجتماعية للشركات منح للشركات فرصة لمعالجة التحديات الناجمة عن المخاطر الاجتماعية، فدمج المسؤولية الاجتماعية للشركات في إستراتيجية الشركات أو الاعمال الأساسية للشركة، الذي يشكل تحديا كبيرا لها.

2- مهارات غير مؤهلة لتنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات:

الشركات تتكون من الأفراد الذين يتمتعون ببعض الحقوق و الواجبات، ممارسة المسؤولية أولاً وقبل كل شيء لأنهم هم من مواطني هذه الدولة. و بالتالي تواجه الشركات العديد من أصحاب المصلحة منهم من لديه العديد من المسؤوليات، إتساع أصحاب المصلحة الذين تعمل معهم الشركات، قد يجعل من المسؤولية الاجتماعية للشركات لا معنى لها. قد لا تكون المشكلة في المسؤولية الاجتماعية نظراً لأنها معقدة و لكن بدلا من القيم الشخصية الفردية و المسؤوليات للمجتمع التي تجعل التنظيم اجتماعيا- وجود المسؤولية الاجتماعية للشركات مستحيل إذا كان الأفراد ليس لديهم الكفاءة اللازمة و الممارسة الحقيقية بطريقة مسؤولة اجتماعيا- لذلك لابد للمجتمع و الشركات من تدريب الأفراد نحو إكتساب و تحقيق مثل هذه الكفاءات الناضجة و الاساسية ، لتصميم و تنفيذ ناجح للمسؤولية الاجتماعية للشركات.

وفقا لـ (Jonker & Witte,2006,p167) فإن الشركات العاملة في المسؤولية الاجتماعية للشركات تتطلب تطويرا مناسباً للقدرات و المهارات اللازمة لإتخاذ القرارات و سلوك أوسع وأعمق، أكثر إثراء إتجاه أصحاب المصلحة، لكن على عكس وجهة النظر هذه، فإن معظم الشركات تفتقر إلى المهارات المناسبة و اللازمة لتنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات بنجاح.

يضيف (Rana,2015,p244) في الدراسة التي أجراها بهدف تحديد فرص و تحديات ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في القطاع البنكي ببנגلاديش، إلى التحديات التي توصل لها (Uvais & Cholasseri,2013) التحديات التالية:

1- أزمة المفهوم: لا يوجد تعريف عالمي موحد للمسؤولية الاجتماعية للشركات، على الرغم من أن وجودها لا يزال يتعلق برفاهية الأفراد والمجتمعات، المسؤولية الاجتماعية للشركات يمكن أن يخفي في طياته المصالح الخاصة. كما أن لديها معاني مختلفة، مما يخلق مشاكل في المفهوم.

2- المزالق السياسية: على الرغم من أن المسؤولية الاجتماعية للشركات ينظر إليها وبشكل متزايد كأداة إستراتيجية لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة، لكن الاعتقاد السياسي للحكومة أو التغييرات في حزب سياسي يمكن أن تعيق برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات التي بدأتها شركات معينة. مثلا في بنغلاديش تم رفض العديد من التبرعات التي منحها البنك الإسلامي ببנגلاديش للحكومة نظرا لاختلاف العقيدة السياسية للحزب الحاكم.

بناء على الدراسات السابقة التي أجريت بهدف تحديد التحديات و المشاكل التي تواجه تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات، فإن الباحثة ترى أن أهم تحدي يمكن أن تواجهه الشركات في تبنيها أو تنفيذها لممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات هو قلة الوعي بأهداف هذه الممارسات، الذي سببه قلة أو عدم وجود جهود جادة للتوعية بأهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات، الذي ينجر عنه قلة أو انعدام الثقة، التي هي المفتاح لنجاح تنفيذ ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

1. حسين الأسرح، المسؤولية الاجتماعية للشركات، مجلة جسر التنمية، العدد التسعون، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، فيفري 2010.
2. طاهر محسن منصور الغالبي، إدارة وإستراتيجية منظمات الأعمال الصغيرة و المتوسطة، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان - الأردن -، 2009.
3. فؤاد محمد حسين الحمدي، "الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات و انعكاساتها على رضا المستهلك"، أطروحة دكتوراة (غير منشورة) ، تخصص فلسفة في إدارة الاعمال، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة المستنصرية، العراق، 2003.

ثانياً: المراجع الاجنبية:

- 1- Barry, N. P. Controversy: Do corporations have any responsibility beyond making a profit? Journal of Markets and Morality, vol(3),N(1),2000.
- 2- Boje, D., "Athletic Apparel Stories and Stock Reports." Nike Stock and Storytelling Event Studies. N.2000, p, business.nmsu.edu/~dboje/nikestockstories. Accessed at 03/11/2016.
- 3- Bonituo, P,I, Assessing the benefits and challenges of corporate social responsibility in the Kumasi metropolis : a case of the beverages industry, Master thesis(unpublished), Management and Organizational Development Option, Department of Managerial Science, Kwame Nkrumah University of Science and Technology, 2014.
- 4- Bowen, H. R. Social Responsibilities of the Businessman, New York: Harper & Row.1953.
- 5- Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. Corporate social responsibility and resource based perspectives. Journal of Business Ethics, vol(69),N(2),2006.
- 6- Carr, A. Is business bluffing ethical? Harvard Business Review, vol(46), 1968.
- 7- Carroll, A. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. In A. Crane, D. Matten, & L. J. Spence, Corporate Social Responsibility: Readings and cases in a global context (pp. 60-76). London and New York: Routledge,2008.
- 8- Carroll,A.B. The pyramid of corporate social responsibility : toward the moral management of organizational stakeholder's , Business horizons July- August, 1991.
- 9- Corporate Social Responsibility: The Shape of a History 1945-2004. Rep. N.p.: Center for Ethical Business Cultures, 2005. <https://www.scribd.com/document/.../CSR-The-Shape-of-a-History>, Accessed at 03/07/2016.
- 10- Cushman, John H., Jr. "International Business; Nike Pledges to End Child Labor and Apply U.S. Rules Abroad." The New York Times,1998, www.nytimes.com/.../international-business-nike-pledges-to-end-chil, Accessed at 03/11/2016
- 11-Du, S., Bhattacharya, C. B., &Sen, S. Maximizing Business Returns to Corporate Social Responsibility (CSR): The Role of CSR Communication. International Journal of Management Reviews, vol(12), N(01), 2010.
- 12-Ebong,U, Ujene,A & Ekung,S. Drivers of corporate social responsibility within construction organization in Nigeria, international letters of social and humanistic sciences ,vol(32),2014.

- 13-European Agency for Safety and Health at Work (2008), EU-OSHA Annual report 2007: bringing safety and health closer to European workers, available at: <http://osha.europa.eu/en/publications/annual-report/2007full>. Accessed at 02/11/2016.
- 14-Freeman, R. E. **A stakeholder theory of the modern corporation**. In L. B. Pincus, (Ed.), Perspectives in business ethics, Singapore: McGraw-Hill,1998.
- 15-Friedman, M. **The social responsibility of business is to increase its profits**. New York Times Magazine,1970.
- 16-Friedman, M. **The social responsibility of business is to increase its profits**. In L.B. Pincus, (Ed.), Perspectives in business Ethics, Singapore: McGraw-Hill,1998, pp 246-251
- 17-Garriga, E, & Mele,D, Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory." **Journal of Business Ethics**, vol(53),2004.
- 18-Henderson, D. The role of business in the world of today. **Journal of Corporate Citizenship**, vol(17),2005.
- 19-Hopkins, M. What is corporate social responsibility all about? **Journal of Public Affairs**, vol(6), issue (3-4), 2006.
- 20-Jonker,J & Witte,M. **The Challenge of Organizing and Implementing Corporate Social Responsibility**. 5th edition, published by PALGRAVE MACMILLAN, 2006.
- 21-Kannekanti,S, Corporate Space for Social Sciences through Corporate Social Responsibility Initiatives Rising Trend of Corporate Social Responsibility Is a Boom for Asia's Social Sciences from Theory and Practice Perspective, **Asian social science**, vol(04),N(11),2008.
- 22-Kotler,P.& Lee,N, **CSR: Doing the most good for your company and your cause**, Hoboken,New Jersey: John Wiley& sons,Inc. USA,2005.
- 23-Kytle, B. & John, G. R. Corporate Social Responsibility as Risk Management: A model for Multinationals. **Corporate Social Responsibility Initiatives Working Paper No. 10**. Cambridge, MA: John F. Kennedy School of Government, Harvard University.2005.
- 24-Lantos, G. P. The boundaries of strategic corporate social responsibility. **Journal of Consumer Marketing**, vol(18),N (7),2001 .
- 25-Lantos, G.P. The ethicality of altruistic corporate social responsibility. **Journal of Consumer Marketing**, vol(19),N(3),2002 .
- 26-Levitt, T. The dangers of social responsibility. **Harvard Business Review**, vol(36),1958.
- 27-Lewis , S . Reputation and corporate responsibility, **Journal of Communication Management** , vol(7),N(4),2003 .
- 28-Maatman,L& Reefman,L. **Critical success factors of corporate social responsibility How does CSR create value?**, Master thesis Multilingual Professional Communication, FACULTY OF APPLIED SCIENCE, UNIVERSITY OF ANTWERP,2015.
- 29-McIntosh, M., Thomas, R., Leipziger, D., & Coleman, G. **Living corporate citizenship: Strategic routes to socially responsible business**. London: Prentice Hall/Financial Times .2003.
- 30-Mintzberg, H. The case for corporate social responsibility. **Journal of Business Strategy** ,vol(4),N (2),1983.
- 31-Moore, G. Hives and horseshoes, Mintzberg and McIntyre: what future for corporate social responsibility? **Business Ethics:a European Review**, vol(12),N(1), 2003.
- 32- Nelson,A.B& Venky,v,k, Integrating social responsibility into business school undergraduate Education: A student perspective, **American journal of business education**, vol(6),N(03),2013.

- 33-Österman,Ch., **Why companies engage in CSR**, Bachelor thesis(unpublished), school of Economics and Management, Lund University.2014.
- 34-Palazzi M., Starcher G., **Corporate Social Responsibility and Business Success**, Retrieved November 01, 2016,from [centreonphilanthropy.com/.../1269270655EBBF%2520Corporate%](http://centreonphilanthropy.com/.../1269270655EBBF%2520Corporate%20) ., (1997).
- 35-Porter, M. (2003, Autumn). CSR—a religion with too many priests? **European Business Forum** (Electronic version). Retrieved November 01, 2016, from <http://www.eabis.org/fileadmin/tmp/dmdocuments/ebf15porteronly.pdf>
- 36-Pride, M., William and Ferrell,. C.O., “**Marketing Concepts And Strategies**, 9th Edition,Houghton, Mifflin company, Boston, 1997.
- 37-Rajanakorn,N. **Examining Corporate Social Responsibility in Thailand: A View from Thai companies**, PHD thesis, University of Tennessee, Knoxville, 2012.
- 39-Rana, M. Corporate Social Responsibility (CSR): Opportunities and Challenges of Banking Sector in Bangladesh, **Journal of Finance and Accounting**, vol(03),N(06),2015.
- Robert. Hay, and Gray. Social responsibility of business managers. **Academy of Management Journal**. Vol(17),N(1), 1999.
- 40-Robins, N., Humphrey, L , Sustaining the Rug Trade, International Institute for Environment and Development, 2000,available at: <http://www.iied.org/bookshop>, Accessed at 02/11/2016
- 41-Sangle, S. Critical success factors for corporate social responsibility: a public sector perspective, **corporate social responsibility and environmental management journal**, vol (17), Issue(04), 2010.
- 42-Schermerhom,R.J. **Management**, 6th edition, john wily & sons. Inc 2002.
- 43-Schmitt, K. **CSR practices across four sectors: a synthesis of the surveys**. In R. Barth, & F. Wolff, Corporate Social Responsibility in Europe: Rhetoric and Realities. Cheltenham: Edward Elgar.2009.
- 44-Sharma, A. and Kiran, R. .A passion of large organizations or a commitment to the society. **African Journal of Business Management**, Vol (6), N(22), 2012.
- 38-Singhal,P, Leveraging Dimensions of CSR to Enhance Competitiveness of Small and Medium Enterprises, **International Journal of Humanities and Management Sciences (IJHMS)** ,Vol(1), Issue 1, 2013 .
- 45-Sternberg, E. The defects of stakeholder theory. **Corporate Governance** an international Review, vol(5),N(1), 1997.
- 46-Swifi, T& Zadek, S, **Corporate Responsibility and the Competitive Advantage of Nations** ,the Copenhagen centre and institute of social and ethical accountability,2002.
- 47-The Economist. (2008, January 17). Just good business. The Economist. <https://msu.edu/course/lbs/332/bellon/R0214.pdf>, accessed at 12/10/2016
- 48-Thevenet, M .Global responsibility and individual exemplarity, Corporate Governance. **International Journal of business**, Vol(03), N(03), 2003.
- 49-Uvais,M & Cholasseri,H, Corporate Social Responsibility: Dimensions and Challenges In India, **International Journal of Engineering Science Invention**, vol(02), Issue (03),2013.
- 50-Vasan,M, **corporate social responsibility**, EduPedia Publications Pvt Ltd, 1st edition, India, 2015, p18.
- 51-Wan-Jan, W. S. Defining corporate social responsibility. **Journal of Public Affairs**, vol (6), 2006.
- 52-Wood,D,J,corporate social performance revisited, **Academy of management review**, vol(16),N(04), 1991.

53-Zadek, S. **The civil corporation: The new economy of corporate citizenship.**
London: Earthscan.2001.

***Paul Hawken:** is an environmentalist, entrepreneur, journalist, and author. Starting at age 20, he dedicated his life to sustainability and changing the relationship between business and the environment. His practice has included starting and running ecological business, writing and teaching about the impact of commerce on living systems, and consulting with governments and corporations on economic development, industrial ecology, and environmental policy.

"الأصول النظرية والتطور التاريخي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية"
Theoretical origins and historical development of the concept
of social responsibility

د. مسالمة سفيان

جامعة فرحات عباس سطيف 1

د. حسناء مشري

جامعة فرحات عباس سطيف 1

الملخص:

لقد ظهرت العديد من التعريفات للمسؤولية الاجتماعية، وحتى وقتنا الحالي لم يتم تحديد مفهوم موحد لها يمكن الإجماع عليه وتكتسب بموجبه قوة الإلزام وطنيا أو دوليا، حيث لا تزال الكثير من بنودها تستمد من طبيعتها التطوعية، فقد تعددت صور مبادرات المسؤولية الاجتماعية بسبب طبيعة البيئة المحيطة، ونطاق نشاط المؤسسة وأشكاله، وما تتمتع به كل مؤسسة من قدرة مالية وبشرية، إلا أن كل هذه الآراء تتفق من حيث مضمون هذا المفهوم، وحددت ثلاث دعائم رئيسية اجتماعية، بيئية واقتصادية على أنها الطرق التي تنعكس من خلالها المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على المجتمع وتمكن من رصدها وقياسها.

Résumé:

Many definitions of social responsibility have emerged, and to date there has been no unified concept that can be agreed upon and acquired by force nationally or internationally. Many of its clauses are still derived from their voluntary nature. The scope and forms of the institution's activity and the financial and human capacity of each institution. However, all of these views are consistent with the content of this concept. Three major social, environmental and economic pillars have been identified as the ways in which the social responsibility of institutions is reflected in society. Monitored and measured.

تمهيد:

في أي نقاش حول المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تطرح إشكالية تحديد حدود هذه المسؤولية، ذلك أنه ليس من السهل تحديد ما المؤسسة مسؤولة عنه وتجاه من هي مسؤولة، وعليه يجب إيجاد التوازن الجيد بين الحد الأدنى وهو ألا تلتزم المؤسسة بأكثر مما يفرضه عليها القانون وتدعى بالمساهمات الإيجابية، والحد الأقصى وهو الالتزام بمسؤوليات تجاوز اختصاصات المؤسسة وطاقتها وتدعى بالمساهمات الاختيارية أو الطوعية حيث يتمحور الأداء الاجتماعي للمؤسسة في عدة توجهات أو استراتيجيات تندرج في تبنيها لمفهوم المسؤولية الاجتماعية. وإن جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هو الأخذ بمصالح الغير عند اتخاذ قراراتها سواء كان الغير داخل المؤسسة أو خارجها، وتتضح هذه المصالح في مجموعة من الالتزامات والأبعاد ناتجة عن تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

من خلال ما سبق يمكن طرح التساؤلات التالية:

- ما المقصود بمفهوم المسؤولية الاجتماعية؟ هل هي مبادرة أم إلزام؟
- متى نشأ مفهوم المسؤولية الاجتماعية وما هو تاريخ ظهورها؟
- ما هي حدود المسؤولية الاجتماعية؟
- ما هي الأبعاد والالتزامات الناتجة عن المسؤولية الاجتماعية؟

أهمية الدراسة:

الموضوع جاء استجابة لتطور النظرة نحو المؤسسة الاقتصادية من اعتبارها كيانا يهتم أساسا بالنشاط الاقتصادي إلى اعتبارها ذات مسؤولية اجتماعية ناتجة عن ذلك النشاط، وهذا ما يتطلب تطويرا أعمقا وتحديدًا أشملا لدور المؤسسات الاقتصادية في المجتمع، ولعل هذا الموضوع يزداد أهمية نظرا لازدياد دور مؤسسات القطاع الخاص في الاقتصاد بما يمثله ذلك من ضرورة متابعة أداء هذه المؤسسات والوصول بأدائها إلى أفضل مستوى ممكن على النحو الذي يحقق احتياجات المجتمع بالصورة المثلى وذلك عن طريق توظيف الكفاءات والموارد وتقديم الحوافز.

وعلى العموم هناك اتفاق عام بكون المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة بحدود معينة تمثل عملية مهمة ومفيدة للمؤسسات في علاقاتها مع مجتمعاتها لمواجهة الانتقادات والضغوط المفروضة عليها، حيث يلاحظ أن المؤسسات التي تتبنى الدور الاجتماعي وتكون رائدة أنها الأكثر نجاحا وفعالية، ومن شأن الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية تحقيق عدة مزايا بالنسبة للمجتمع والدولة والمؤسسة.

ماهية المسؤولية الاجتماعية:

إن إجراء جولة سريعة في المواقع الالكترونية تكشف بأن للمسؤولية الاجتماعية مسميات كثيرة منها: الخير good، مواطنة المؤسسات، العطاء الخيري المؤسسي، العطاء المؤسسي، مشاركة المؤسسات في

المجتمع، المسؤولية المؤسسية، المسؤولية البيئية، المواطنة العالمية والتسويق الاجتماعي المؤسسي... وغيرها من المسميات.

وهنا يظهر أيضا مصطلحين مترادفين يجب التفرقة بينهما، فهناك من يستعمل مصطلح المسؤولية الاجتماعية Responsabilité Sociale، وهناك من يستعمل مصطلح المسؤولية المجتمعية Responsabilité Sociétale، فالمسؤولية الاجتماعية تستعيد البيئة وتحصر المسؤولية في جانبها الاجتماعي فقط حيث تشير كلمة اجتماعي عادة إلى العلاقات التي تنشأ داخل المؤسسة نفسها، أما المسؤولية المجتمعية فتشير إلى علاقات المؤسسة مع المجتمع.

وحسب رأي جيوم سانتوني Guillaume Sainteny فإن عبارة المسؤولية الاجتماعية أو الاستثمار المسؤول اجتماعيا هي ترجمة حرفية للعبارة الإنجليزية Corporate Social Responsibility (CSR) «Socially Responsible أو (Smouts, 2008, pp. 177-178)». «Investment وتعني النصوص القانونية بالإضافة إلى الاستثمار في الرأسمال البشري والبيئة والعلاقات مع الأطراف المعنية يغطي المصطلح الإنجليزي Social مجالا واسعا وأوسع منه لدى نفس الكلمة بالفرنسية، وبالتالي يمكن تبني الثنائية اجتماعي أو مجتمعي بالرغم من أن البعض يفضل استعمال مصطلح المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، ويعتبر المعيار الفرنسي SD21000 دليلا من أجل الأخذ في الحسبان تحديات التنمية المستدامة لدى وضع إستراتيجية المؤسسة وإدارتها. (Brodhag, Dictionnaire du développement durable, 2003, p. 199)

ومن خلال الاطلاع على مفاهيم المسؤولية الاجتماعية ومن أجل أغراض الدراسة وتطبيقات الممارسات الأفضل، نفضل أن نستخدم مصطلح المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات Corporate Social Responsibility، حيث أن أغلب أو كل الدراسات والمراجع تستعمل مصطلح المسؤولية الاجتماعية للتعبير عن علاقات المؤسسة مع البيئة والمجتمع عموما، الذي سنوضح مفهومه من خلال التطرق للنقاط التالية:

تعريف المسؤولية الاجتماعية

سندرج مجموعة من التعريفات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية بالاعتماد على مجموعة من المفكرين ومجموعة من المنظمات والهيئات الدولية:

أولا: تعاريف حسب بعض المفكرين

عرف Peter Drucker المسؤولية الاجتماعية في تعريفين الأول على أن «المسؤولية الاجتماعية هي التزام المؤسسة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه» (Drucker, An introductory view of management, 1977, p. 584)، ثم أضاف أنه «ينبغي على كل مؤسسة أن تتحمل كامل المسؤولية فيما يخص الآثار التي تسببها للبيئة، وعلى الزبائن، الموظفين وعلى أي شيء في أي مكان يمكن أن تلمسه» (Drucker, The new society of organizations, 1992, p. 99).

أما Strier فقد أشار إلى المسؤولية الاجتماعية بأنها: « تمثيل لتوقعات المجتمع لمبادرات المؤسسات في مجال المسؤولية التي تتحملها تجاه المجتمع، وبما يتجاوز الحد الأدنى من الإذعان للقانون وبصورة لا تضر بقيام المؤسسة بوظائفها الأساسية للحصول على عائد مناسب من استثماراتها» (Strier, 1979, p. 9).

وطرح Holmes وجهة نظر أخرى واعتبر المسؤولية الاجتماعية: التزام المؤسسة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة في مجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها (Holmes, 1985, p. 435).

ثم جاء Robbins ليميز بين المسؤولية الاجتماعية والاستجابة الاجتماعية وفق مجموعة من الأبعاد مشيراً إلى أن الأولى تستند إلى اعتبارات أخلاقية مركزة على النهايات من الأهداف بشكل التزامات بعيدة المدى، في حين أن الاستجابة الاجتماعية ما هي إلا الرد العملي بوسائل مختلفة على ما يجري من تغييرات وأحداث اجتماعية على المديين المتوسط والقريب (Stephen, 1999, p. 149).

وفي الأخير نجد أن فيليب كوتلر ونانسي لي عرفا المسؤولية الاجتماعية بأنها: « التزام بتحسين رفاهية المجتمع من خلال ممارسة أعمال اختيارية تقديرية ومساهمات بالموارد المؤسسية». (فيليب كوتلر، 2011، صفحة 9)

هذا وقد وضحتها Christain Brodhag بشيء من التفصيل على أنها: « الطريقة التي يجب أن تعمل بها المؤسسات والمؤسسات لدمج الاهتمامات والقضايا الاجتماعية والبيئية والاقتصادية في صنع القرار واستراتيجيات وسياسات وقيم وثقافة الشركة والعمليات والأنشطة داخل الشركة، وشفافية ومحاسبة ليطم تطبيق أحسن الممارسات، وتعمل على تطبيق القوانين والتعليمات التي لها علاقة بمكافحة الفساد والرشوة، وتلتزم بالحفاظ على الصحة والسلامة وحماية البيئة وحقوق الإنسان والعمال» (Brodhag, SMIA 03 congrès internationale avec exposition d'innovations le management durable en action, 4-6 Septembre 2004, p. 3)

وقد أضاف Ferrel and Fraderich أن المسؤولية الاجتماعية: "التزام يتوجب على قطاع الأعمال القيام به تجاه المجتمع، من شأن هذا الالتزام أن يعمل على تعظيم الآثار الإيجابية لنشاطات المؤسسة على المجتمع وتخفيض الآثار السلبية إلى أكبر قدر ممكن" (Ferrel, 1994, p. 6).

ثانياً: التعاريف حسب بعض المنظمات والهيئات الدولية

عرف البنك الدولي مفهوم المسؤولية الاجتماعية على أنها: « التزام قطاع الأعمال بالإسهام في التنمية الاقتصادية المستدامة، وبالعامل مع الموظفين، وأسرههم والمجتمع المحلي والمجتمع عامة من أجل تحسين نوعية حياتهم بأساليب تفيد قطاع الأعمال والتنمية على السواء» (World Bank, working paper, 2004).

وركز مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة تعريفه على التنمية الاقتصادية من خلال وصف المسؤولية الاجتماعية على أنها: « الالتزام المستمر من قبل المؤسسات بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، والمجتمع المحلي والمجتمع ككل». (Michel Capron, 2007, p. 23)

وهذان التعريفان يتطابقان مع التعريف الذي جاءت به منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية.

(Marie Françoise Guyonnaud, Du Management environnemental au développement durable des entreprises, Mars 2004, p. 5)

وعرفت اللجنة الأوروبية European Commission على أنها : « مفهوم تقوم من خلاله المؤسسات وبشكل تطوعي بدمج الاهتمام بالجانب الاجتماعي والبيئي أثناء أدائها لأنشطتها التجارية وكذلك في علاقاتهم مع الأطراف ذات المصلحة، فالمسؤولية الاجتماعية لا تعني فقط المطابقة لكل ما هو التزامات قانونية سارية المفعول، ولكن الذهاب إلى ما هو أبعد من ذلك، ويكون بالاستثمار في الرأسمال البشري وفي البيئة وفي العلاقات بين الأطراف ذات المصلحة». (Commission des

Communautés Européennes, Livret vert, 2001, p. 7)

أما منظمة التقييس العالمية ISO فقد عرفت المسؤولية الاجتماعية في المواصفة ISO26000 بأنها: «مسؤولية المؤسسة عن الآثار المترتبة لقراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة عبر الشفافية والسلوك الأخلاقي المتناسق مع التنمية المستدامة ورفاهية المجتمع فضلا عن الأخذ بعين الاعتبار توقعات المساهمين». (الإيزو، المشاركة في المواصفة القياسية الدولية المستقبلية ISO26000 حول المسؤولية الاجتماعية)

وفي الأخير نجد أن منظمة الأعمال من أجل المسؤولية الاجتماعية Business for Social Responsibility تعرف المسؤولية الاجتماعية على أنها: " إدارة المؤسسات على نحو يفي بتوقعات المجتمع الأخلاقية والقانونية والتجارية والتوقعات العامة من تلك المؤسسات أو يتجاوز تلك التوقعات لما هو أفضل". (Business for Social Responsibility, Introduction, 2004)

وهذا التعريف أوسع إلى حد ما يشمل عملية صنع القرار المتصلة بالقيم الأخلاقية والمتطلبات القانونية، إضافة إلى احترام الناس والمجتمعات والبيئة.

من خلال التعاريف السابقة يتضح أن المسؤولية الاجتماعية هي التزام اختياري تلتزم من خلاله المؤسسات أثناء قيامها بمختلف أنشطتها التجارية بالاهتمام بالجانب الاجتماعي والبيئي بما يضمن رفاهية المجتمع وتحسين الظروف والأوضاع البشرية فضلا عن القضايا البيئية والاهتمام بكل الأطراف ذات المصلحة، هنا يتضح أن للمسؤولية الاجتماعية بعدين أساسيين البعد الداخلي ويهتم بتطوير وتحسين ظروف العمال والبعد الخارجي الذي يهتم بتحقيق رفاهية المجتمع وحماية البيئة ومصالح كل الأطراف ذات المصلحة.

الأصول النظرية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وتطوره

المسؤولية الاجتماعية مفهوم يعني في جوهره جميع القرارات والإجراءات التي تقوم بها المؤسسة نحو التقليل من الآثار الخارجية السلبية، وأظهر Caroll أن مفاهيم المسؤولية الاجتماعية لا تزال متباينة وتتأرجح بين طرفين واحد يقلل من هذه المسؤولية للحصول على أرباح للمساهمين والآخر يمدد المسؤولية لجميع الجهات التي لها مصلحة مع المؤسسة. (A.B, 1999, pp. p268-p295)

أولاً: تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية

في سنوات السبعينات ظهرت مفاهيم التزامات المؤسسة في تحمل نتائج أنشطتها على المجتمع، والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات كمفهوم لها ثلاثة أوجه: (البكري، 2001، صفحة 21)

1. المفهوم الكلاسيكي (التقليدي)

تعود خلفية هذا المفهوم إلى أفكار الاقتصادي آدم سميث حيث ركز بشكل أساسي على أن كافة المؤسسات تسعى إلى تقديم أفضل الخدمات لعموم المجتمع وتحقيق أعلى مستوى ممكن من الأرباح بما ينجم مع الأحكام القانونية والقواعد الأخلاقية السائدة، فضلاً أن المؤسسات قد حققت الاستجابة لحاجات المجتمع وأدركت مسؤولياتها تجاهه، وفي هذا الصدد يشير Milton Friedman أن هذا المفهوم هو الأكثر قبولاً لكونه يمثل مسؤولية الإدارة في تحقيق أهداف المالكين في مجال تعظيم الأرباح وزيادة الثروة، وأن الدولة هي المسؤولة الوحيدة عن مشكلات المجتمع وحلها. (أبي سعيد الديوهجي، 2001، صفحة 98) إن مفهوم المسؤولية الاجتماعية وفق الفلسفة الكلاسيكية يتميز بما يلي: (أبي سعيد الديوهجي، 2001، صفحة 98)

- ✓ القيم العقلانية التي يتحلى بها المديرون وهي أن الهدف الأساسي هو تعظيم الأرباح؛
- ✓ التعامل مع المستهلك وفق مبدأ تعظيم الأرباح؛
- ✓ نظرة الإدارة تجاه العاملين بكونهم سلعة، فهم يخضعون لأهداف الملاك وخططهم؛
- ✓ لا وجود للقيم الاجتماعية داخل المؤسسة، فعلى العاملين أن يتركوا مشاكلهم في بيوتهم ولا يحملوها إلى عملهم؛
- ✓ تعتبر التكنولوجيا أحد الجوانب المهمة في تعظيم هدف الربح أي أن المبدأ المادي هو السائد؛
- ✓ ترتبط القيم السياسية للمديرين مع مبدأ "دعه يعمل اتركه يمر"، أي أن الدولة تحد من تدخلها إلى أدنى حد ممكن؛
- ✓ ينظر للبيئة بمنظور القضاء والقدر، أي ما يحدث للفرد من آثار سلبية يتحملها لوحده وليس للمؤسسة علاقة بذلك.

ظل هذا المفهوم سائداً حتى بداية القرن الماضي، إلا أن نمو وزيادة عدد المؤسسات أدى إلى زيادة حدة المنافسة بينها وتضاؤل حصصها السوقية مما أدى بها إلى تبني أهداف أخرى ترافق هدف تعظيم

الربح منها هدف النمو والتوسع وامتلاك حصة سوقية، وتكوين صورة حسنة للمؤسسة في أذهان المجتمع، وهو ما قام عليه المفهوم الإداري.

2. المفهوم الإداري

أدرك الاقتصاديون والإداريون مع نهاية عام 1930 وجود فجوة بين المفهوم الكلاسيكي للمسؤولية الاجتماعية والطبيعة الجديدة للمؤسسات، فقد خرج Berle و Means باستنتاج مفاده أنه: «إذا ما تغيرت الأعراف والقوانين السائدة فإن أهداف المؤسسة سوف تتغير، كما أن قوة صنع القرار المتعلقة بحدود المسؤولية الاجتماعية يجب أن ترتبط بالمديرين أكثر من ارتباطها وتركزها بيد المستثمرين»، وبهذا ظهر تيار فكري إداري جديد داخل المؤسسة أو خارجها مغاير للنظرة التقليدية المتمثلة في تعظيم أموال المستثمرين وخصوصاً في المؤسسات الكبيرة، وفي هذا الصدد يقول الاقتصادي Paul Samuelson: «إن المشاريع الكبيرة في هذه الأيام لا تتعهد بتحقيق المسؤولية الاجتماعية فقط، بل أنها يجب أن تحاول وبشكل تام عمل ما هو أفضل». (البكري، 2001، صفحة 37)

وخلال الفترة 1940-1950 وبعد سلسلة من النقاشات الفكرية، تم الإجماع على أن المفهوم الإداري هو: «التحول من الهدف الوحيد الذي تسعى إليه المؤسسة المتمثل في تعظيم الربح إلى هدف آخر يتمثل في تعظيم الرضا للمديرين أنفسهم وبحثهم عن القوة والأمان والموقع المتميز في السوق في ظل نمو واتساع المؤسسات وامتداد هذا الرضا ليشمل عناصر أخرى سواء داخل المؤسسة أو خارجها». وأشار Francis x.Sutton في بحثه سنة 1956 إلى كون المسؤولية الاجتماعية تظهر وتبرز في المؤسسات الكبيرة من خلال إدارة المؤسسة ما بين عدد من العناصر المتفاعلة معها (حملة الأسهم، المقرضين، الموردين، الزبائن والحكومة...) والتي يكون لها تأثير كبير في مساعدة المديرين على تقديم المزيد من المنافع العامة نحو المجتمع، أي أن المؤسسة نظام مفتوح ثنائي الاتجاه تستلم مدخلاتها من المجتمع وتقوم بإرسال مخرجاتها إليه وهو ما سنؤكد لاحقاً في الفصل القادم.

يمكن تحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية وفق المفهوم الإداري كالتالي:

- ✓ القيم العقلانية التي يؤمن بها المديرون بتحقيق المنفعة الذاتية للمؤسسة وتحقيق منافع الأطراف الأخرى؛
- ✓ العلاقة مع المستهلك في شكل اهتمامهم بتحقيق رضا المستهلك والموردين من جهة أخرى؛
- ✓ تعتبر التكنولوجيا شيئاً مهماً لدى الإدارة والأفراد؛
- ✓ تعتبر القيم الاجتماعية أكثر وضوحاً مما هي عليه من تعظيم الربح، مثل تحقيق الأمان الوظيفي والرعاية الصحية وإدراكهم للمشكلات التي يعيشونها؛
- ✓ تعتبر القيم السياسية مهمة للمؤسسة بل لا بد على الحكومة أن تتعامل معها بترقب وحذر؛
- ✓ القيم البيئية تنطلق من محاولة الإنسان استغلال بيئته والسيطرة عليها.

3. المفهوم البيئي

يعتبر المفهوم البيئي الأكثر حداثة وارتباطا بالبيئة، الذي اختلفت تسمياته من نموذج البيئة الاجتماعية عند Jacoby والنموذج النوعي لحياة المديرين عند Hay-Gray إلى نموذج وجهة النظر العامة لـ Williams. بدأت ملامح هذا المفهوم تظهر سنة 1960 بتحسس المديرين في كون مسؤوليتهم الاجتماعية لا تنحصر داخل المؤسسة فحسب ولا ترتبط بالسوق حصرا، بل تمتد إلى أطراف وفئات متعددة تتمثل في عموم المجتمع، وخير من أوضع الفكرة هما Ralph Nader و John K Galbraith بدراسة تأثير المؤسسات الكبرى وخاصة في مجال صناعة السيارات فخرجوا بنتيجة مفادها: "عندما تكون المصلحة الاجتماعية العامة هي القضية فليس هناك أي حق طبيعي يترك أو يعلو على تلك المصلحة". ومنه فإن المصلحة العامة للمجتمع فوق أي اعتبار ذاتي. (أبي سعيد الديوهجي، 2001، صفحة 101)

ويمكن تلخيص المسؤولية الاجتماعية وفق المفهوم البيئي كالتالي: (الصيرفي، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، 2007، صفحة 37)

- ✓ تتمثل القيم العقلانية لإدارة المؤسسة بتحقيق مصلحتها الذاتية مع تحقيق في نفس الوقت مصلحة المجتمع ككل؛
 - ✓ تركز العلاقة مع المستهلك بكونها مسؤولة عن تجهيزه بالسلع والخدمات التي يحتاجها بما يحقق رفاهيته ويشبع حاجته منها؛
 - ✓ تتطلق القيم الاجتماعية والإنسانية بكون أن لكل فرد يعمل لصالح المؤسسة منزلته وكرامته؛
 - ✓ القيم التكنولوجية لها أهمية ولكن لا يجب أن تطغى على القيم الإنسانية؛
 - ✓ يجب أخذ القيم السياسية بعين الاعتبار حتى تكون المؤسسة في موقف التعاون مع الحكومة وأن تعمل على تجاوز المشكلات التي يعاني منها المجتمع؛
 - ✓ العمل على المحافظة على البيئة وجعلها من مسؤولية الجميع وذلك باعتبار المؤسسة تساهم بتحسين نوعية الحياة للأفراد والمجتمع ككل.
- ومن خلال تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية عبر التاريخ يمكن توضيح مفهومها كالتالي: (نجم، أخلاقيات الإدارة ومسؤوليات الأعمال في شركات الأعمال، 2006، صفحة 197)
- **بالعلاقة مع دعاة النظرية الاقتصادية:** المسؤولية الاجتماعية هي قيام المؤسسات بالبرامج والأنشطة التي تؤدي إلى تحقيق أهداف اجتماعية تتكامل مع الأهداف الاقتصادية فيها؛
 - **بالعلاقة مع المصلحة الذاتية:** المسؤولية الاجتماعية هي إلزام رجال الأعمال والمؤسسات بالمصلحة الذاتية المنتورة التي تهتم بمصالح الأطراف الأخرى من غير حملة الأسهم؛
 - **بالعلاقة مع سلوك المؤسسات:** المسؤولية الاجتماعية هي مجموعة الالتزامات الطوعية أو غير الطوعية التي تتسجم مع قواعد ومتطلبات البيئة والأطراف المؤثرة فيها؛

▪ **بالعلاقة مع أخلاقيات الإدارة:** المسؤولية الاجتماعية هي الحد الأدنى الأخلاقي المطلوب الالتزام به لضمان امتثال المؤسسات للقانون والمعايير والقيم الاجتماعية.

ثانيا: الأصول النظرية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية

قبل التطرق للأصول النظرية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية سنتطرق أولا إلى أفكار العالم Howard Bowen لماله من دور في تأكيد أهمية فكرة المسؤولية الاجتماعية، وقد قام بإطلاق مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على أساس أنها عقد ضماني بين المؤسسة والمجتمع.

1. أعمال Howard Bowen

من المهم قبل الحديث عن الأصول النظرية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية أن نشد الانتباه للعمل الكبير الذي قام به العالم Howard Bowen، والذي لعب دورا كبيرا في تأكيد أهمية فكرة المسؤولية الاجتماعية وتأسيس الحقل الأكاديمي المعروف باسم "المؤسسة والمجتمع" والذي أسس لأول مرة بالولايات المتحدة الأمريكية خلال الخمسينيات، والذي ساهم Bowen في جانب كبير من نقاشاته حيث قدم مساهمة علمية كبيرة، وفيما يلي أهم الأفكار التي طرحها هذا العالم: (Rodic, 2007, p. 13)

(1). قدم تعريف للمسؤولية الاجتماعية بأنها: "مصطلح المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال سيتم استعماله بشكل كبير مستقبلا، وسيحول اهتمام رجال الأعمال لإتباع سياسات، اتخاذ القرارات ومتابعة التوجهات المرغوبة والمتوافقة مع أهداف وقيم مجتمعنا"، هذا التعريف حسب Bowen لا يعني أنه ولكون رجال الأعمال أفراد من المجتمع لا يحق لهم انتقاد القيم المتعارف عليها وتقديم وجهة النظر الخاصة بهم، لكن وفي نفس الوقت باعتبارهم أعضاء في المجتمع عليهم ألا يكونوا غير مبالين بهذه القيم؛

(2). مفهوم المسؤولية الاجتماعية الذي يأخذ في الحسبان الجانب الطوعي لرجال الأعمال سيتحول إلى وسيلة عملية لحل المشاكل الاقتصادية بشكل أكثر شمولا من الطريقة التي كانوا يتبعونها. وبالنظر للأهمية المتزايدة للمسؤولية الاجتماعية يجب أن نعرف بأن Bowen أشار وبطريقة ملفتة بأن الحوار المتعلق بالمسؤولية الاجتماعية لن يجد فقط القبول لدى المدراء بل سيصبح موضة بالنسبة لهم، وقد كان توجه نحو المستوى الاجتماعي الكلي Macro-Social حيث كان رهانه متعلقا بالتوجه بالاقتصاد الأمريكي إلى الفصل بين جودة المجتمع والمصلحة الخاصة، وقام كذلك بإدخال مرادفات للمسؤولية الاجتماعية التي لا تزال مستخدمة إلى يومنا هذا: مسؤولية المجتمع، الالتزامات الاجتماعية وأخلاقيات المؤسسة.

وبعد أكثر من خمسين سنة من التطور أصبح مفهوم المسؤولية الاجتماعية حاليا يملك صفة الالتزام الإرادي لمدراء المؤسسات، وقد قام أتباع Bowen بتطوير كبير لنظريته وقاموا بإنشاء حقل أكاديمي آخر "المؤسسة داخل المجتمع"، هذا العالم ينتمي للمدرسة الكينزية ويمكننا القول بأنه طبق عبارة أستاذه الشهيرة "الأفكار تقود العالم".

2. الأصول النظرية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية

بالنظر إلى الأصول النظرية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية فقد نجد له أصولاً في التضارب الحادث بين النظرية النيوكلاسيكية والنظريات الحديثة من نظرية أصحاب المصالح ونظرية حقوق الملكية ونظرية الآثار الخارجية. (نعيمه يحيوي، 14-15 فيفري 2012، الصفحات 3-5)

1.2. النظرية الكلاسيكية أو نظرية المساهمين Shareholders

تتبنى هذه النظرية الحد الأدنى من المسؤولية الاجتماعية، لأن وظيفة المؤسسة هي تحقيق أقصى قدر من الأرباح للمساهمين وخلق فرص العمل والمساهمات في مجال الضرائب (المسؤولية الاقتصادية)، فالوظيفة الوحيدة للمؤسسة هي استخدام مواردها والمشاركة في الأنشطة الرامية إلى زيادة الأرباح مادامت هذه الممارسة في ظل المنافسة المفتوحة (Friedman Ms, 13 Septembre 1970, p. 13)، وثمة من يقول أن هذا الموقف مؤسس على فكرة أن تعظيم الثروة يعني تحقيق الرفاهية العامة، وهي تستخدم لتشير إلى أن المؤسسات ليست لديها مسؤوليات اجتماعية حتى لو كانت هي سبب المشكلة المطروحة. (Solomon H, 1985, p. 31)

وترتكز هذه النظرية أساساً على أعمال الاقتصادي Milton Friedman.

2.2. نظرية أصحاب المصالح Stakeholders

طورت الأبحاث النظرية المتعلقة بأخلاق المؤسسة خلال سنوات الستينات إلى غاية صدور إشكالية أصحاب المصالح، حيث كان للعديد من المنظرين نصيب من النقاش فيما بينهم من أجل التعريف بخصائص أصحاب المصالح نذكر من بينهم العالم Edward Freeman والعالم Archie Carroll. (عمر شريف، 14.15 فيفري 2012، صفحة 6)

هذا النموذج يركز على فرضية مختلفة تماماً عن فرضية المساهمين، وتتمثل في كون المؤسسة لا يمكنها أن تحصر توجهها لهدف واحد فقط وهو الربح، بل يجب أن تكون مسؤولة تجاه كل من يتواجد ضمن الرهانات المتعلقة بالأنشطة التي تديرها سواء كانوا أفراد أو البيئة أو المجتمع وكل الأطراف ذات المصلحة، وبما أن أنشطة المؤسسة تجد نفسها في مقابل أطراف متزايدة باستمرار بسبب التطور الحاصل على الصعيد الاجتماعي والسياسي والتكنولوجي وتطور مؤسسات المجتمع المدني، فإن أخذ مصالح هذه الفئات وبشكل متوازن ويرضي الجميع أصبح مسألة محفوفة بالكثير من المخاطر. (صالح مهدي محسن العامري، 2005، صفحة 79)

3.2. نظرية الآثار الخارجية Externalities أو نظرية حقوق الملكية

الآثار الخارجية هي كل ما يصدر عن إنتاج المؤسسة في بيئتها دون أن يتم بينهما تعاقد (تبادل، شراء...)، وقد ازدادت القضية حدة مع تطور التكنولوجيا، حيث أصبحت المؤسسات تنتج بكميات كبيرة ويقدر زيادة هذه الكميات تتزايد الآثار السلبية مثل الآثار التي يخلفها مصنع إسمنت من تلوث في الجو وقد تتسبب في أمراض خطيرة، وكذلك الأمر بالنسبة للمؤسسة التي تلوث الماء فهي تضر بالفلاحة...

وغيرها، كما يمكن أن تكون للمؤسسات آثارا إيجابية على المحيط مثل المستشفيات التي تحسن مستوى الصحة أو الجامعات التي تعمل على تحسين مستوى التعليم، هنا يجب أن نفرق بين المنتج والآثار، فالمنتج له سوق ويمكن الحصول على مقابل له أما الآثار فليس لها سوق سواء كانت إيجابية أو سلبية، فإذا كانت الآثار سلبية بالمجتمع والبيئة فإن البيئة لا تستطيع الحصول على تعويض إلا في حالات نادرة، أما إذا كانت الآثار إيجابية فإن المؤسسة لا يمكنها الحصول على مقابل. (نجم، البعد الأخضر لرجال الأعمال، 2008، الصفحات 119-125)

وحسب نظرية حقوق الملكية فإنه في حالة عدم تحديد الحقوق أي عدم وضوح فيما إذا كان للمؤسسة الحق في إنتاج الذي ينتج عنه آثار سلبية أم لا فهنا تتدخل الدولة لتحديد الحقوق، وهذا لا يتفق مع الكلاسيكيون إذ يعتبرون تدخل الدولة مساسا بحقوق الملكية والنشاط الاقتصادي، أما في حالة تحديد الحقوق من قبل التشريعات فإن الدولة تتدخل بطريقة غير مباشرة، ولهذا أصبح اهتمام المسيرين بالآثار السلبية مفروضا من قبل الأفراد والمجتمع وذلك من أجل الحد منها. (نجم، البعد الأخضر لرجال الأعمال، 2008، الصفحات 119-125)

التطور التاريخي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية ونشأتها

لقد شاع في وقتنا الحالي مفهوم المسؤولية الاجتماعية في العالم بأسره، إذ أصبحت المؤسسات ملزمة بإدراج هذا المفهوم ضمن سياستها بهدف توجيه اهتمامها صوب قضايا المجتمع والبيئة وتحقيق التنمية المستدامة، غير أن هذا المفهوم ليس بالجديد فقد ظهر وتطور في الفكر الغربي مع تطور النشاط الاقتصادي، فهناك من يرجع تاريخ أول شرارة للمسؤولية الاجتماعية إلى القرن الثامن عشر الذي شهد تزايد النقابات العمالية المطالبة بتحسين أوضاع العمال، هذه الحركات كانت سببا في زرع أول بذرة للمسؤولية الاجتماعية في النظام الرأسمالي، وعموما يمكن القول أن تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية جاء مرافقا لتطور مفهوم المؤسسة وازدياد حجمها.

أولا: نشأة المسؤولية الاجتماعية

لقد كانت بداية ظهور مفهوم المسؤولية الاجتماعية بداية متواضعة، فإن هذا المفهوم لم يلفت الأنظار أو يشد الانتباه بل ظلت هناك بعض الإشارات غير المباشرة حتى نهاية الخمسينيات وبداية الستينات من القرن الماضي، حيث بدأ هذا الأخير يلفت الأنظار ويشد الانتباه إليه أكبر مما مضى، فكانت تلك البادرة أشبه ما تكون لبداية فكر جديد في فلسفة الإدارة في إطار مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

من الصعب تحديد تاريخ يمكن اعتباره بداية لظهور مفهوم المسؤولية الاجتماعية، فمنذ أكثر من نصف قرن لم يكن هذا المصطلح أحد المصطلحات المستخدمة في أدبيات إدارة الأعمال، بل لم يكن حتى أمرا واردا على الإطلاق. وقد عبر Robinson عن هذا الواقع بقوله: "أنه منذ نصف قرن مضى كان من

قبيل الجراء مجرد اقتراح أن إدارة المشروع يقع عليها أي نوع من المسؤولية اتجاه المجتمع". (الصيرفي، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، 2007، صفحة 53)

ظهر مصطلح المسؤولية الاجتماعية أول مرة عام 1923 عندما أشار Sheldon في كتابه "فلسفة الإدارة": «إن المؤسسات عليها إلى جانب مسؤولياتها الاقتصادية مسؤوليات أخرى اجتماعية، وأن بقاء المؤسسة واستمرارها على المدى الطويل يحتم عليها أن تلتزم وتستوفي تلك المسؤوليات الاجتماعية» (Frank, 1984, p. 124)، إلا أنه لا يمكن الجزم أن هذا التاريخ يعتبر المسعى الأول لربط النتائج الاقتصادية للمؤسسة بالأهداف المرغوبة ذات الطبيعة الاجتماعية، فمثلا في أوقات ندرة الخشب الأولى التي شهدتها إنجلترا في بداية القرن 18 قرر عدد من المسؤولين غرس شجرة عن كل واحدة مقطوعة لتمكين الأجيال اللاحقة من التمتع بثروة الخشب وفي نفس الوقت المحافظة على البيئة، هذا دليل على أن مسألة العدالة بين الأجيال كانت مطروحة بشكل رسمي، كما تبنت عدة مؤسسات فرنسية وأوروبية منذ القرن 19 مبادئ أخلاقية منها احترام القيم العائلية مكان العمل، أما في القرن العشرين فقد لاحظ كلارك "لا يعتبر الأشخاص مسؤولين عن النتائج المعروفة عن أعمالهم فحسب، بل تمتد هذه المسؤولية لتشمل أيضا النتائج المعروفة عن معاملاتهم سواء كانت متوافقة مع القانون أم لا". (Mundler, 2010, pp. 134-135)

وأصبحت فكرة المسؤولية الاجتماعية أكثر انتشارا خلال العقد السادس من القرن العشرين وذلك بعد ظهور الانتقادات العديدة لمفهوم المسؤولية الاقتصادية أساسا لتعظيم الرفاهية الاجتماعية، فضلا عن تطور مفهوم المؤسسة كونها نظاما اجتماعيا فرعيا داخل نظام اجتماعي أكبر يجب أن تعمل من أجل تحقيق التوازن معه لضمان الاستمرار. (Sethi, 1974, p. 67)

ولعل الفكرة الأساسية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية تقوم على نظرية العقد الاجتماعي والتي مفادها بأن المؤسسة أو أي مؤسسة اجتماعية أخرى ترتبط بعلاقة تعاقدية مع المجتمع، وهذه العلاقة إما أن تكون صريحة أو ضمنية (others, 2006, p. 4)، يترتب عليها أن تقوم المؤسسة بتقديم المنتجات أو الخدمات النافعة والمرغوبة فيها للمجتمع ومن ثم توزيع العوائد والمزايا الاقتصادية والمكاسب الاجتماعية على المجموعات الموجودة في المجتمع بعدالة، والتي تشكل القاعدة التي تستمد منها المؤسسة مواردها. (العتيبي، 2009، صفحة 16)

وفي ظل هذه النظرية فإن على المؤسسات أن تعمل بصورة متوازنة وعقلانية على استخدام موارد المجتمع برشد وتوزيع العائد أو أية موارد أخرى على المجتمع بعدالة. وهذا من شأنه أن يعطي المؤسسة صورة أكثر قبولاً لدى الأطراف المختلفة، وذلك ليس فقط لأنها قادرة على تحقيق الأرباح وتعظيم القيمة السوقية للملاك فحسب، بل لأنها وحدة اجتماعية تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية، ما يعني حتما التزامها بالعقد الاجتماعي. (الحمايين، 2002، صفحة 24)

من هنا تم قبول المسؤولية الاجتماعية هدفا من بين الأهداف الرئيسية للمؤسسة، وقد حظيت بالاهتمام لدى الدول المتقدمة والمجتمعات الغربية لاسيما على المستويين الأكاديمي والعملي، كما حظيت بالاهتمام في المجتمعات الإسلامية بوتيرة متزايدة لشدة ارتباطها بالمفاهيم الدينية وإن كان هذا الاهتمام على المستوى العملي الخيري أكثر منه على المستوى الأكاديمي، وذلك لاكتنافه الكثير من الغموض والجدل بين الباحثين ورجال الأعمال وغيرهم من ذوي العلاقة والاهتمام حول طبيعة المسؤولية الاجتماعية وأبعادها وآثارها وطرق قياسها والرقابة عليها وما إلى ذلك. (others, 2006, p. 16)

ثانيا: التطور التاريخي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية

عرف مفهوم المسؤولية الاجتماعية تطورا تزامنا مع تطور النشاط الاقتصادي الذي جاء مرافقا لتطور مفهوم المؤسسة وازدياد حجمها كآلاتي: (نجم، أخلاقيات الإدارة ومسؤوليات الأعمال في شركات الأعمال، 2006، الصفحات 201-202)

1. الفترة التي سبقت الحرب العالمية الثانية

1.1. الثورة الصناعية والإدارة العملية: مع ظهور الثورة الصناعية كانت جهود المؤسسات مركزة على تحسين أدائها الاقتصادي من خلال الاهتمام بالبيئة الداخلية للعمل، مع بروز (جهود) الاستغلال المفرط لجهود العاملين من أطفال ونساء لساعات طويلة، كما لم يكن هناك أي وعي بيئي لأن الثورة الصناعية كانت في بدايتها ولم يطرح مشكل التلوث البيئي أو ندرة الثروات الطبيعية.

وبدافع زيادة كفاءة استغلال الموارد البشرية ظهر اهتمام بعض المالكين ورجال الأعمال لدراسة كيفية تحسين الإنتاجية من خلا دراسة الحركة والوقت، وطرق إنجاز العمل الأفضل مع التركيز على تحفيز العاملين ماديا مقابل جهد كبير يبذلونه لإعطاء إنتاج أكبر، وهنا بدأت بعض بوادر ظهور المسؤولية الاجتماعية من قبل المالكين تجاه العاملين تتجسد في تحسين أجور العاملين.

2.1. مرحلة العلاقات الإنسانية

مع تزايد استغلال العاملين في ظل ظروف العمل المزرية ولد شعور بضرورة الاهتمام وإعادة النظر في ظروف العمل القاسية، وكان ثمرة هذا الشعور هو التجارب الشهيرة التي أجريت في مصانع هوثورن والتي جاءت كمحاولة لدراسة تأثير الاهتمام بالعاملين وبظروف العمل على الإنتاج الإنتاجية. إن هذه التجارب وغيرها كانت بمثابة نقلة نوعية في تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية من خلال توفير ظروف عمل مادة أفضل للعاملين (مثلا: إنارة كافية داخل المصنع، التهوية المناسبة، أماكن للراحة...).

3.1 مرحلة ظهور خطوط الإنتاج وكبر حجم المؤسسات

إن التطورات التي أدخلها هنري فورد بابتكاره لخطوط الإنتاج التي كانت تستخدم عددا كبيرا من الأطفال لسهولة أداء العمل لإنتاج كميات كبيرة من السيارات، هذا الأمر يعني عدم مراعاة المسؤولية الاجتماعية

للمؤسسة، فضلا عن بداية حدوث تلوث في الجو نتيجة استعمال نوعية منخفضة الجودة من الوقود، كما لا ننسى بداية الاستنزاف الموسع للموارد الطبيعية كالغابات نتيجة كبر حجم المؤسسات.

4.1. مرحلة تأثير الأفكار الاشتراكية

إن الأفكار الاشتراكية هي تحديات للمؤسسات بضرورة تحمل مسؤولية تجاه أطراف أخرى بالإضافة إلى المالكين، شملت هذه الأفكار ما يتعلق بظروف العمل والتقاعد والضمان الاجتماعي وإصابات العمل والاستقرار الوظيفي، وبالتالي ساهمت في تبني الكثير من عناصر المسؤولية الاجتماعية.

2. الفترة الممتدة بعد نهاية الحرب العالمية الثانية

1.2. مرحلة الكساد الاقتصادي الكبير والنظرية الكينزية

كان هدف المؤسسات في هذه المرحلة إنتاج وتسويق أكبر كمية من المنتجات دون الأخذ بعين الاعتبار المستهلك ومصلحه مع إهمال مسؤولياتها تجاه أطراف متعددة، فأدى الإفراط في الإنتاج إلى حدوث كساد عالمي كبير فانهارت المؤسسات مما أدى إلى تسريح الآلاف من العاملين فوجدوا أنفسهم فجأة بدون دخل يعيشون منه. هذه الاضطرابات تطلبت تدخل الدولة لحماية مصالح العاملين وإيجاد فرص عمل بديلة لهم، هنا ظهرت نظرية كينز ونظريته الشهيرة بوجوب تدخل الدولة بحد معقول لإعادة التوازن الاقتصادي، مما أدى إلى بناء أرضية صلبة للتوجهات الأولى لتأصيل أفكار وتحديد عناصر المسؤولية الاجتماعية.

2.2. مرحلة ما بعد الحرب العالمية والتوسع الصناعي

تميزت هذه الفترة بسقوط الكثير من الأنظمة العسكرية واستبدلت بنظم ديمقراطية تؤمن بالمشاركة السياسية، ومن ثم توسع مفهوم الديمقراطية الصناعية فتعزز دور النقابات في المطالبة بتحسين ظروف العمل وسن القوانين التي تحمي العاملين وتعزز مشاركتهم في مجالس الإدارة، خاصة أنه في هذه الفترة ظهر النظام الاشتراكي في الإتحاد السوفياتي، فالمشاركة بالقرار وتحديد حد أدنى للأجور وإشراك العاملين بالإدارة ونظم التأمين الاجتماعي والصحي وقوانين معالجة حوادث العمل وظهور جمعيات حماية المستهلك في العالم الغربي كلها أحداث انعكست بشكل كبير على المؤسسات في العالم كله وأدت إلى نقلة نوعية حقيقية في تبني المسؤولية الاجتماعية وليس طرعا نظريا فقط.

3.2. مرحلة المواجهات الواسعة بين الإدارة والنقابات

إن تعزز المسار الديمقراطي والمكاسب التي حققها العاملون في مختلف الدول أدى إلى زيادة قوة النقابات في التأثير على قرارات المؤسسات وكذلك تزايد الإضرابات، مما سبب لها الكثير من الخسائر، فضلا عن التطور في وسائل الاتصال التي ساهمت في توعية الناس والنشر السريع لأخبار المكتسبات التي تحققت النقابات في بعض الدول مثل بريطانيا وألمانيا. بعد هذا الاتجاه تعمق الوعي بالمسؤولية الاجتماعية بالمطالبة بحماية البيئة ونشر الوعي البيئي بسبب إدراك الناس للتلوث الحاصل جراء اتساع العمليات الصناعية وتلوث الجو بسبب نقص جودة الوقود المستعمل.

كذلك تميزت هذه المرحلة بكثرة القضايا المرفوعة أمام المحاكم لأسباب تتعلق بعدم صلاحية المنتجات وعدم جودتها من وجهة نظر المستهلك أو بعض قضايا التسمم الغذائي أو إصابات العمل أو الانتهاكات البيئية المختلفة.

4.2. مرحلة القوانين والمدونات الأخلاقية

في هذه المرحلة بدأت المؤسسات في صياغة النداءات والاحتجاجات السابقة في شكل قوانين وداستير أخلاقية وظهورها في شعارات المؤسسات سواء منها الصناعية أو الخدمية، فقد بدأت في توعية العاملين بالقواعد والضوابط السارية فيها والمتعلقة بالاهتمام بالجوانب الاجتماعية والأخلاقية أهمها ما يتعلق بالمرأة العاملة وحمايتها من الابتزاز. نشير هنا إلى ظهور حقل جديد في المحاسبة هو محاسبة المسؤولية الاجتماعية وكثرت كذلك الدراسات التي تربط بين تبني المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي للمؤسسات، وكذلك تطوير مقاييس للأداء الاجتماعي للمؤسسات.

5.2. مرحلة جماعات الضغط

أدت المراحل السابقة إلى ظهور جماعات الضغط منها جمعيات حماية المستهلك، جمعيات حماية البيئة والمحافظة عليها، جمعية أطباء بلا حدود، محامين بلا حدود، جمعيات الدفاع عن حقوق المرأة، جمعيات الدفاع عن حقوق الطفل وجمعيات السلام الأخضر وغيرها، وأصبحت هذه الأخيرة قوة لا يستهان بها بسبب تأثيرها على شريحة المستفيدين منها بفرض خياراتها لتأخذ بعين الاعتبار من قبل المؤسسات مباشرة أو بشكل ضغط على الحكومات ينعكس بشكل غير مباشر على المؤسسات. أصبحت المسؤولية الاجتماعية في هذه المرحلة أكثر نضوجا كفكرة نظرية وأقوى حضورا على أرض الواقع كممارسة بحكم تطوير معايير ومؤشرات تطلبها الكثير من المنظمات الدولية خاصة تلك التي تهتم بالتنمية المستدامة.

6.2. مرحلة اقتصاد المعرفة وعصر المعلوماتية

تنتم هذه المرحلة بتغير طبيعة الاقتصاد وبروز ظواهر مثل العولمة والخصخصة وانتشار شبكات المعلومات واتساع نمو قطاع الخدمات حيث أدت هذه الظواهر إلى ظهور جرائم جديدة وأنواعا من الانتهاكات والتجاوزات التي تتصل بالطبيعة الرقمية للاقتصاد الجديد، بالإضافة إلى ما سببه اتساع نطاق ظاهرة الخصخصة من تسريح للعاملين وتغير في هيكل الاقتصاديات في دول العالم.

كل هذا أدى بالمؤسسات الاقتصادية إلى تطوير مبادراتها الاجتماعية خصوصا بعد انهيار بعض المؤسسات العملاقة في الاقتصاد الأمريكي مثل (انرون Enron) والذي كان سببه عدم الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال من حيث الإفصاح المحاسبي عن موقفها المالي والأصول الحقيقية وتضخيمها بهدف تعظيم قيمة السهم بشكل غير صحيح، الأمر الذي ألحق أضرارا بالمالكين والمستهلكين والمجتمع على حد سواء، هذا الانهيار أو الإفلاس الذي أدى بدوره إلى إفلاس Arther Andersen التي كانت أكبر مؤسسة محاسبية في العالم عام 2002، مما أدى إلى صدور قوانين تعزز استقلال مراجع

الحسابات وتنزل عقوبات بحق المدراء الذين ينشرون بيانات مظلمة (مأمون حمدان، 2007، صفحة 71)، وقد تحدثت هذه التجاوزات إذا كانت مكافأة مجلس الإدارة مثلا ترتبط بتحقيق الأرباح أو بمقدار هذه الأرباح، فتعمل الإدارة عندئذ على التغاضي عن بعض الالتزامات أو تأجيل الاعتراف بها أو تخفيض النفقات بشكل فعلي للحصول على هذه المكافأة.

حدود ونطاق المسؤولية الاجتماعية

في أي نقاش حول المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تطرح إشكالية تحديد حدود هذه المسؤولية، ذلك أنه ليس من السهل تحديد ما المؤسسة مسؤولة عنه وتجاه من هي مسؤولة، وعليه يجب إيجاد التوازن الجيد بين الحد الأدنى وهو ألا تلتزم المؤسسة بأكثر مما يفرضه عليها القانون وتدعى بالمساهمات الإجبارية، والحد الأقصى وهو الالتزام بمسؤوليات تجاوز اختصاصات المؤسسة وطاقاتها وتدعى بالمساهمات الاختيارية أو الطوعية. ولا يوجد هناك اتفاق عالمي حول حدود مسؤولية المؤسسة، ويبقى تحديد هذه الحدود موضع نقاش مستمر وفي تطور سريع على مستوى الرأي العام، فمثلا بالنسبة للمؤسسات التي تعمل في مناطق محرومة في دول تنتهك حقوق الإنسان أو تعاني من صراع على السلطة تطرح إشكالية حدود مسؤوليتها عن الخلل الموجود في المجتمع. (عياض، 2005، صفحة 9)

في مثل هذه الحالات فإن الحد الأدنى من مسؤولية المؤسسة والذي يوصي به الميثاق العالمي للأمم المتحدة هو أن تحرص على عدم استغلال هذا الوضع وأن لا تكون متورطة في انتهاك حقوق الإنسان، بسبب هذا الغموض الذي يكتنف حدود هذه المسؤولية، اتسعت آمال ومتطلبات الأطراف المهتمة بالمؤسسة واختلفت باختلاف البلدان والثقافات التي ينتمون إليها، كما أنها تختلف من قطاع صناعي إلى آخر، وبالتالي فإن تحديد حدود دور مسؤولية المؤسسة تجاه الحكومات أو المجتمع المدني هو في كثير من الأحيان موضوع حوار وتفاوض يأخذ في الحسبان المعطيات المحلية، لذا يجب على المؤسسة أن تدرس أولا المعطيات الثقافية ومستوى تطور المجتمعات التي من الممكن أن تتعامل معها حتى تعرف أبعاد وحدود المسؤولية الاجتماعية التي تلتزم بها لأن الآمال التي علقها مجتمع محروم يعاني من مختلف أمراض التخلف على مؤسسة عالمية جاءت لتستثمر عنده تختلف جذريا عن متطلبات مجتمع آخر متطور من نفس المؤسسة. والأسئلة التي تطرح في هذا المجال هي ما دور كل من المؤسسة والحكومة في توفير الخدمات الاجتماعية؟ كيف يمكن للمؤسسة أن تتأقلم مع مختلف الثقافات المحلية للمجتمعات التي تعمل فيها. (عياض، 2005، صفحة 9).

خاتمة:

لقد بدأ مفهوم المسؤولية الاجتماعية بالتطور عندما تصاعدت الدعوات إلى أن تتبنى المؤسسات المسؤولية بالإففاق على الأنشطة الاجتماعية المختلفة بعد أن توجه النقد لها بتكديس الأرباح وعدم مراعاة المجتمع الذي تعمل فيه، إلا أن هذا يثير مشكلة تحديد حدود لهذه المسؤولية ذلك أنه ليس من السهل تحديد ما المؤسسة مسؤولة عنه وتجاه من هي مسؤولة. وفي ظل هذه الاعتبارات ظهرت عدة محاولات تهدف إلى تحديد الأنشطة المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية، وقد وجدت اتجاهات متباينة وصعوبة في تحديد هذه الأنشطة وتبويبها في مجموعات متجانسة، ويرجع سبب ذلك إلى الطبيعة المتغيرة لهذه الأنشطة، ويبقى تحديد هذه الأنشطة وتحديد حدود للمسؤولية الاجتماعية موضع نقاش مستمر، حيث يتمحور الأداء الاجتماعي للمؤسسة في عدة توجهات واستراتيجيات تندرج في تبنيها لمفهوم المسؤولية الاجتماعية. وبشكل عام فإن مسألة المسؤولية الاجتماعية ودرجة تبنيها أو عدم تبنيها من قبل المؤسسات يقوم في جوهره على ميل المؤسسة للتركيز على الجانب الاقتصادي أو الجانب الاجتماعي بعناصرهما المختلفة.

المراجع:

1. الإيزو، المشاركة في المواصفة القياسية الدولية المستقبلية ISO26000 حول المسؤولية الاجتماعية. (n.d.). Retrieved from www.iso.org.
2. الحمادين، ر. (2002). محاسبة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الفندقية الأردنية). ر. م. منشورة (Ed.)، الأردن: جامعة آل البيت.
3. بومدين بروال عمر شريف. (15.14 فيفري 2012). المسؤولية الاجتماعية كدافع لتبني سياسة بيئية مسؤولة من طرف منظمات الأعمال. الملتقى الدولي حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية (صفحة ص6). جامعة بشار.
4. ثامر ياسر البكري أبي سعيد الديوهجي. (2001). إدراك المديرين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية. المجلة العربية للإدارة (1ع)، ص98.
5. ثامر ياسر البكري. (2001). التسويق والمسؤولية الاجتماعية (الإصدار ط1). عمان، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
6. زكية مقري نعيمة يحيوي. (14-15 فيفري 2012). دلائل إسلامية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، دراسة موازنة بين النظامين الإسلامي والوصفي. الملتقى الدولي حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية (الصفحات ص 3-5). جامعة بشار.
7. طاهر محسن منصور الغالبي صالح مهدي محسن العامري. (2005). المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال (الإصدار ط1). عمان، الأردن: دار وائل للنشر.
8. مأمون حمدان، ح. ا. (2007). نظرية المحاسبة ط1 عمان، الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
9. محمد الصيرفي. (2007). المسؤولية الاجتماعية للإدارة. الاسكندرية، مصر: دار الوفاء.
10. محمد عادل عياض. (2005). الملتقى الدولي حول الاقتصاد التضامني. المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة مدخل لمساهمة منظمات الأعمال في الاقتصاد التضامني. جامعة تلمسان.

11. محمد مطلق العتيبي. (2009). القياس والإفصاح المحاسبي عن الأداء الاجتماعي في القطاع المصرفي، دراسة ميدانية في المملكة العربية السعودية. (رسالة ماجستير غير منشورة، المحرر) دمشق، سوريا: جامعة دمشق.
12. نانسي لي فيليب كوتلر. (2011). *المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات* (الإصدار ط1). (ترجمة علا أحمد إصلاح، المحرر) القاهرة، القاهرة، مصر: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية.
13. نجم عبود نجم. (2006). أخلاقيات الإدارة ومسؤوليات الأعمال في شركات الأعمال (الإصدار ط1). عمان، الأردن: الوراق للنشر والتوزيع.
14. نجم عبود نجم. (2008). *البعد الأخضر لرجال الأعمال*. عمان، الأردن: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
15. A.B, C. (1999). Corporate Social Responsibility, evolution of a definitional construct. *Business and society* , vol 38 (N3), pp 268-295.
16. Brodhag, C. (2003). *Dictionnaire du développement durable*. Québec, Canada: edition multi mondes, AFNOR.
17. Brodhag, C. (4-6 Septembre 2004). SMIA 03 congrès internationale avec exposition d'innovations le management durable en action. *Développement durable- responsabilité sociétale des entreprises* (p. p3). Université de Genève.
18. *Business for Social Responsibility, Introduction*. (2004, March 25). Retrieved from <http://www.bsr.org/BSR Resources/ White Paper Detail cfm? Document ID=48 809>.
19. Commission des Communautés Européennes, Livret vert. (2001). *Promouvoir le cadre européen pour la responsabilité social des entreprises*.
20. Drucker, P. (1977). *An introductory view of management*. USA: Harper's colleague press.
21. Drucker, P. (1992, September- October). The new society of organizations. *Harvard Business Review* , p. p99.
22. Ferrel, D. C. (1994). *Business ethics décision making and cases*. USA: Houghton Mifflin Co.
23. Frank, J. A. (1984). Voluntary social reporting: an Iso – Beta portfolio analysis. *The accounting review* , vol Iv (N° 5), p 124.
24. Friedman Ms, F. (13 Septembre 1970). The social responsibility of business is to increase its profit. *New York Time magazine* , 122-6 Heald, p33.
25. Holmes, S. (1985). « Corporate Social Performance And Present Areas of Commitment ». *Academy of Management Journal (A.M.J)* , vol 20, p. p435.
26. Marie Françoise Guyonnaud, F. W. (Mars 2004). *Du Management environnemental au développement durable des entreprises*. France: ADEM.
27. Michel Capron, F. Q.-L. (2007). *La responsabilité sociale d'entreprise* . Paris: éditions la découverte.
28. Mundler, L. A. (2010). *Economie de l'environnement et du développement durable*. Bruxelles: de boeck.
29. others, K. a. (2006). Determinants of corporate sociale disclosure in developing contries, the case of quatar. *International accounting* , vol 19, p 4.
30. Rodic, I. (2007). *RSE le développement d'un cadre européen*. (m. d. d'études, Éd.) Genève: institut européen de l'université de Genève.
31. Sethi, S. a. (1974). *An approach to incorporating sociale preferences in developing corporate action strategies, In the unstable ground: corporate sociale poling in dynamic society*. New Jersey: edited by S.P Sethi, Melville publishing company.
32. Smouts, M. C. (2008). *Le développement durable les termes du débat* (2é edition ed.). Paris: Armand Colin.
33. Solomon H, H. G. (1985). *La morale en affaires- clé de réussite*. Paris: éditions d'organisations.

34. Stephen, R. (1999). « *Management Concept And Application* ». USA: Prentice-Hall Inc.
35. Strier, F. (1979). The Business Manager's Dilemma, Defining Social Responsibility. *Journal of Engineering Management (J.E.M)* , vol 2 (N1), p. p9.
36. World Bank, working paper. (2004, March 25). Opportunities and options for government to promote corporate social Responsibility in Europe and central Asia ,Evidence from Bulgaria, Croatia and Romania.

الفصل الثاني

"المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية وهوية المجتمع"

د. طرابلسي عبد الحق
جامعة سوق أهراس-الجزائر -

د. بن دريدي منير
جامعة سوق أهراس-الجزائر -

الملخص:

لقد سادت العقيدة الربحية والسوقية الذهنية الاقتصادية للمؤسسات لعقود طويلة، خاصة مع انخراط العديد من الكيانات المالية ضمن الفضاء الفكري الرأسمالي، غير أن هذا أحدث أنطولوجية هوية نوعية للمجتمعات الرأسمالية سماتها الأساسية الريح والمصالح، لكنه في نفس الوقت أعطى المشروعية لنمط جديد في التفكير نحو مؤسسات اقتصادية مزودة بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية والبيئية نحو المجتمع، أين تكون هناك مجتمعات المساندة والرعاية، وقد عالجتنا في هذا العرض تلك المقاربات والتأثيرات المتبادلة والمتوقعة بين المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية والهوية الإنسانية في المجتمع من خلال موضوعات عديدة منها القيم الإنسانية كالعدالة والديمقراطية والالتزام الأخلاقي، مجالات المسؤولية الاجتماعية كمجال الموظفين، مجال التنمية والبيئة، حقوق الانسان.

Abstract

The doctrine of profitability and the economic mindset of enterprises has prevailed for many decades, especially with the involvement of many financial entities within the capitalist intellectual space, But this has created an anthology of capitalist societies whose main features are profit and interests, However, this has given rise to the evolution of a new type of thinking towards institutions Economic, social, moral and environmental responsibility towards society, where there are supportive and caring communities. In this presentation, we dealt with these approaches and the mutual and expected effects between the social responsibility of economic institutions and identity Human rights in society through many topics including human values such as justice, democracy and moral commitment, fields of social responsibility such as employees, development and environment, human rights.

المقدمة:

تخوض المؤسسات الاقتصادية حول العالم نشاطاتها الإنتاجية والتسويقية، وهي مشبعة بكل تلك الشروط والقواعد التنافسية التي توفر لها الربح المالي المستهدف، كما لا يخفى على أحد، أن كل المؤسسات تقريبا قد انخرطت ضمن لعبة السوق الرأسمالية العالمية، حتى أصبح الكلام مشروعا حول تشكيل كيانات مالية محضة وأنظمة كوربوقراطية تنتفس السوق وتستنشق الأرباح والمصالح، ويكون مشروعا أكثر لو قادنا الحديث عن أنطولوجيا هوية جديدة، ولدت من خلال مخاض تلك التجذرات الايديولوجية الرأسمالية، والمتعاليات الثقافية الليبرالية، التي ميزت الممارسة الاقتصادية في العالم الغربي على مدى العصور الفارطة.

على الرغم مما ذكر سابقا فلا يمكن النكران أن الجهاز الفكري الرأسمالي أيقن على مدى تحقيقات زمنية سابقة، بخطورة التوحش المالي والتتمر الاجتماعي الناتج عن تطبيق مخططاته وأفكاره، وهذا ما جعل الكثير من رواده ينظرون لمجتمع الرفاهية، مجتمع ما بعد الحداثة، مجتمع المساندة والرعاية، ما جعل المؤسسات الاقتصادية تعدل في الكثير من الأحيان من تلك العادات الثقافية في الإنتاج والسوق والعلاقات الإنسانية بل و في رؤيتها للمجتمع ككل، وحتى العالم بأكمله، حتى أصبح نشاط هذه المؤسسات غير معزول عن أهداف المجتمع و قضايا ومشكلاته اليومية (الفقر، التنمية) وحتى عن المشكلات التي أصبحت تهدد حياتنا على هذا الكون (الاحتباس الحراري، التغير المناخي، الحروب، الأسلحة الكيميائية و النووية....)، هذا ما يجرنا للحديث عن موضوع المسؤولية الاجتماعية بأبعادها الاجتماعية والاقتصادية والأخلاقية ضمن مقاربة البحث عن الهوية الاجتماعية للمجتمع، بل و لهذا الإنسان الذي يحيا ويعيش في هذا الكوكب، و ننفلت في هذه السردية البحثية لمناقشة موضوعات ذات العلاقة المشتركة بين المسؤولية الاجتماعية والهوية الإنسانية وذلك من خلال الخطة التالية:

أولاً: الإطار المفاهيمي

1. مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

2. مفهوم الهوية الاجتماعية.

ثانياً: القيم الإنسانية والالتزام الأخلاقي (منطق التحول)

1- العدالة الاجتماعية والديمقراطية.

ثالثاً: مساءلات الهوية من خلال مجالات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية

1. مجال العمال والموظفين.

2. مجال التنمية والبيئة.

3. مجال حقوق الإنسان.

أولاً : الإطار المفاهيمي

1- مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

لقد شكلت على الدوام العلاقة بين منظمات الأعمال وفعاليات المجتمع إستشكالا اجتماعيا واقتصاديا على مدى تاريخ الإنتاج الصناعي والخدماتي، خاصة بعد ذلك التنامي المتزايد في الاستثمارات الاقتصادية للقطاع الخاص، فأصبح من الضروري في مراحل ليست ببعيدة أن يلتزم الاقتصادي بالمطلب الاجتماعي، أي أن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاهاً للمجتمع من طرف المؤسسات ورجال الأعمال والشركات قد أصبح من ميزات ومواصفات النشاط الاقتصادي، حيث أن أخلاقية مناخ المال والأعمال وترقية الحياة الإنسانية وتعزيز القيم والثقافة المجتمعية، والسعي إلى مبادرة تدعيم العلوم والمعارف، كلها أهداف ومجالات المسؤولية الاجتماعية لهذه المؤسسات والشركات، وقد اجتهد الكثير في إعطاء تعريفات متباينة للمسؤولية الاجتماعية، حيث يوضح ميكائيل تيريلي أن التصورات الأولى للمفهوم تطورت مع بدايات الخمسينيات من القرن الماضي مثل ما قدمه باون **bowen 1953**م في إشارته الواضحة إلى أن المسؤولية الاجتماعية تتعلق بنشاطات المؤسسة التي لا بد أن تتبنى الرؤى والقيم الموجودة في المجتمع، ويقع على عاتق مسيري المؤسسات التزام اجتماعي من خلال وضع السياسات و اتخاذ القرارات التي تتجاوز تلك النشاطات التجارية، إلى كل ما يحقق الفائدة العامة. (Tirilly.2018.p13)

كم يضيف كارول **carroll 1979**م: "هي مجموع الالتزامات الاقتصادية والقانونية¹ والأخلاقية، مع أخذ بعين الاعتبار أن المجتمع لا بد أن يدرك بأنه محترم"(Tirilly.2018.p13).

ويشير بارنون **bernan** بأن الوصول إلى تشخيص متكامل للمسؤولية الاجتماعية، هو ليس بالعملية السهلة، بل معقدة جدا خاصة في مجال منظمات الأعمال، وذلك يرجع في الأساس إلى أمرين الأول يتمثل بوجود عدد كبير من أصحاب المصالح الذين تتعدد أهدافهم وتباين بل وتتناقض أحيانا، والثاني وجود فجوة بين ما يتوقعه المجتمع وبين ما يتصوره رجال الأعمال من إمكانيات يقدمونها للمجتمع. (منصور الغالبي ومحسن العامري، 2005، ص ص 48-49)

و يعتقد كذلك روبينس أن المسؤولية الاجتماعية إنما تركز على اعتبار مبادرات و التزامات أخلاقية مركزة على الأهداف بعيدة الأمد أخذه في الاعتبار مبادرات منظمة الأعمال الحقيقية للوفاء بهذه الالتزامات وبما يعزز صورتها في المجتمع . (منصور الغالبي ومحسن العامري، 2005، ص 49)

كما قدم ديلسرود **dahlsrud 2008** م دراسة تحليلية ل 37 تعريفا مقترحا للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات (RSE) واستطاع أن يحدد خمس جوانب أساسية تتكرر دوما في هذه التعاريف و تلقى جاذبية تحليلية عند أكثر الدارسين وهي الجوانب الاجتماعية، البيئية، الجانب الاقتصادي، الطابع التطوعي، المساواة، وقد تدمج هذه الجوانب الخمس في الكثير من التعريفات الحديثة للمسؤولية الاجتماعية. (Lacasse.2017.p06)

كما نورد فيما يلي هرمية 2002 carroll م للمسؤولية الاجتماعية. (منصور الغالبي ومحسن العامري، 2005، ص82)

شكل رقم (1) يوضح هرمية كارول للمسؤولية الاجتماعية.



وعموماً فالمسؤولية الاجتماعية في أبسط التصورات العلمية والممارسات العملية، هي الالتزام لكل ناشط اقتصادي والوفاء بالمتطلبات الاجتماعية والاقتصادية والأخلاقية واحترام البيئة وقيم العدالة و المساواة والديموقراطية للمجتمع، ومراعاة منظومة الثقافة والقوانين، والاهتمام الفعال بمشكلات الحياة اليومية للناس وقضاياهم، لأن المؤسسة في النهاية تحقق الربح المالي وهي في نفس الوقت لا تعيش بمعزل عن تأثيرات محيطها الاجتماعي بكل مواصفاته وإشكالاته.

1- مفهوم الهوية الإنسانية:

يعتبر مفهوم الهوية من أكثر المفاهيم إثارة للنقاش، فالبعض يعطي له محددات سيكولوجية، ليكون التعريف بالذات إحدى الضوابط النفسية والأدوات الشخصية لمواجهة الذات بالآخرين، كما تتجذر الهوية كمشكلة تاريخية حضارية، فالبعض يفهمها على أنها تلك المورثات الحضارية والثقافية المترسخة في المجتمعات والمميزة لها عن غيرها طول تاريخ حياتها، كما أن مفهوم الهوية حاضر معنا اليوم بقوة ويتعايش معنا كأفراد وجماعات ومجتمعات بشرية تحيا ضمن متغيرات ومشكلات كونية متباينة ومتسارعة، فالجوهر الهوي للفرد ومحاولة إيجاد تعريف لنفسه، قد يتأثر بأنطولوجية جماعات و مجتمعات مختلفة فكرياً و متنوعة ثقافياً، تنتشر ضمن مساحات زمكانية متعددة على هذا الكون، مما

يعطي للمفهوم خاصية الإشكالية في الفهم، وعموما فمن الممكن أن نجمع العديد من العناصر التي تكون الأقرب لتشكيل مضمون الهوية الإنسانية (الشعور، اللاشعور) (الجنس، العمر، السن) (التكامل، التمايز) (الرغبة في الوجود، الثقة) (المادة، الروح) (الدين، العلم) (اللغة، العادات، الأديان) (الانتماء، الثورة، الاستقلال)....

وللحديث عن الهوية الاجتماعية وعلاقتها بالمسؤولية الاجتماعية، فالهوية تتحقق في أبسط حالاتها من خلال الإحساس الممكن للكينونة البشرية بالوجود الفعال والمهم، لتكون المسؤولية الاجتماعية إحدى نماذج تشكيل الهوية الإنسانية في المجتمع، فالمؤسسات الاقتصادية تتمتع في الأساس بميزات هوية خاصة تميزها عن باقي الفاعلين، فما الكلام عن الثقة التنظيمية وقواعد التسيير الإداري، والعلاقات الإنسانية و صورة المؤسسة الذهنية والسمعة التجارية، إلا تلميح لعناصر الهوية التي تحققها المؤسسة وتسعى إليها داخل المجتمع، كما أن المسؤولية الاجتماعية تدعم هذا الوجود الهوي للمؤسسة، وتحفز المؤسسات الاقتصادية في المجتمع نحو ترسيخ الهوية الإنسانية في المجتمع من خلال نشاطها الاجتماعي والتزامها الأخلاقي واحترامها لكرامة الإنسان ولقيم المساواة والعدالة ولثقافة

وعقيدة المجتمعات التي تشتغل فيها هذه المؤسسات، واهتمامها بمشكلات الأفراد والجماعات الاجتماعية، وهي بذلك تقابل الحاجات النفسية والاجتماعية والاقتصادية والأخلاقية والعلمية في المجتمع، وهي أركان حياتية جوهرية في تشكيل الهوية الإنسانية للفرد والجماعة والمجتمع، وعليه فالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية تحقق عناصر وشروط الهوية الإنسانية في المجتمع في الأساس، حتى يمكن القول أن المسؤولية الاجتماعية تهدف في الأساس إلى تدعيم الشعور الهوي للإنسان بمؤسسته و بيئته وقيمه و مجتمعه، لتكون هذه المؤسسات الاقتصادية جزءا لا يتجزأ من مكونات هوية أي مجتمع كان.

ونستعرض فيما يلي مجموع من التعاريف للهوية:

يعرفها إريكس ميكشلي: "الهوية مركب من المعايير، الذي يسمح بتعريف موضوع أو شعور داخلي ما، و ينطوي الشعور بالهوية على مجموعة من المشاعر المختلفة، كالشعور بالوحدة، والتكامل، والانتماء، والقيمة، والاستقلال، الشعور بالثقة المبني على أساس من إدارة الوجود" (ميكشلي، 1993، ص15).

ويشير كل من هارلمبس وهولبورن إلى أن الهوية هي شيء قابل للنقاش تأتي إثر عمليات التفاعل الإنساني، وهي تستلزم عمل مقارنات بين الناس كي تؤسس أوجه التشابه والاختلاف بينهم، فأولئك الذين يعتقدون بوجود التشابه بينهم وبين الآخرين، يشتركون في هوية الناس الذين يعتقدون أنهم مختلفون ولا يشتركون بذات الهوية، ويرى جنكز أن الهوية الاجتماعية هي حول المعاني... (هارلمبس وهولبورن، 2010، ص93)

كما تفهم الهوية أنها ليست ماهية أو شخصية حضارية ثابتة، بقدر ما هي مطلوقة نحو الحركة والإبداع والنمو، ويشير جلال شوقي: "الهوية هي الوجود الاجتماعي النشط، الفعال، المتجدد، المبدع، فهذه

أصالتها و هكذا تزدهر الأنا الاجتماعية أو الهوية، مع التطور الاجتماعي و تغير الواقع تنشأ ثقافة جديدة....صورة جديدة عن الذات و العالم".(بن بنوزة، 2007/2008،ص16)

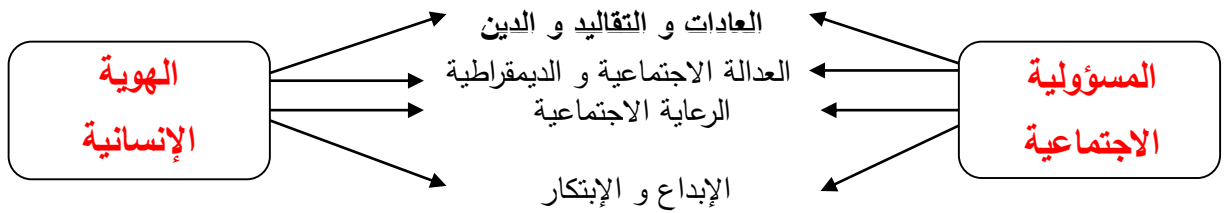
ثانيا: القيم الإنسانية والالتزام الأخلاقي (منطلق التجول)

يشير هيرمان جوزيف آبس رئيس أكبر مصرف ألماني -الدوتشة بنك : " إن الربح شرط ضروري لبقاء المشروع على قيد الحياة، وإن أهمية الربح بالنسبة للمشروع كأهمية الهواء الذي يستنشقها الإنسان، ولكن كما أن الإنسان لا يعيش من استنشاق الهواء فقط، كذلك لا يعمل المشروع من أجل تحقيق الربح، فوظيفة المشروع تقديم خدمات للمجتمع و خلق فرص عمل و ليس تحقيق ارتفاع أسعار الأسهم"(خضور، 2011/04/26،ص02)، فهذا هو المنطلق الحقيقي للتحوّل التاريخي في البنى الاقتصادية وأوساط المال و الأعمال العالمية، فبعدما عاشت نظم السوق حالة من التغول الربحي المنفلت من كل ضوابط أخلاقية أو قواعد ثقافية ظهرت حركات اجتماعية تدعو لأنسنة الاقتصاد، وساهم في الفترات السابقة بل والمتأخرة من القرن العشرين، في أن تصبح أخلاقية السوق و المسؤولية الاجتماعية إحدى أهم مبادئ الفكر الرأسمالي الحديث، الذي يعلن منظوره صراحة على ضرورة الالتزام الأخلاقي و الأصرة الاجتماعية التي يوفرها للأفراد في المجتمع، و إلا فهو مهدد أن يكون إحدى التجارب الإنسانية الفاشلة التي لن تغلح في فهم كنة الإنسان و وجوده.

ويتضح إذا، أن التحوّل الجوهري في فلسفة النظام الرأسمالي، وتلويحه بالمنجزات الاجتماعية، وانخراطه في قضايا المجتمع الثقافية، ساهمت إلى حد كبير في أن تصبح المؤسسات الاقتصادية، نسجا اجتماعية أساسية في الهوية الإنسانية للمجتمعات خاصة عندما تبادر لتدعيم مكونات الهوية (الثقافية والعادات والدين والرعاية الاجتماعية والعدالة والديمقراطية....)، وذلك من خلال المسؤولية الاجتماعية كمسار للالتزام أخلاقي وقيمي لهذه المؤسسات.

وعلى العموم يمكن أن نلخص أبعاد هذا الإلتزام من خلال الشكل التالي:

شكل رقم (2) يوضح أبعاد الإلتزام الأخلاقي للمؤسسات في المسؤولية الاجتماعية و الهوية



وسنعالج من خلال هذا العرض إحدى أهم مصادر الهوية الإنسانية العالمية، التي لا تتجرد منها وجدنيات البشرية على مر الحركة التاريخية للحضارات، وهي العدالة الاجتماعية والديموقراطية.

1- العدالة الاجتماعية والديموقراطية:

تساهم المؤسسات الاقتصادية في المجتمع و رجال الأعمال في استنبات هذه القيم الإنسانية، بل العمل على أساسها، و يتحملون مسؤولياتهم الاجتماعية في عدم التورط في منظومات الفساد والظلم في المجتمع، واستغلال النفوذ المالي الذي يزحف من المؤسسات الاقتصادية إلى مؤسسات الدولة والقضاء، لتتشكل تلك الصورة اللامعيارية التي تعلي من أقلية أوليغارشية مالية على حساب أغلبية مغلوبة، فقيرة. ويشير وارث محمد في مقال له مهم في مجلة دفاتر السياسة والقانون والذي يعتبر تشخيصا حقيقيا للواقع الجزائري مايلي: "....."، أفرغت كل عملية للتطوير الاقتصادي أو الاجتماعي من محتواها خاصة في دول غنية مثل الجزائر، أكسبها صفة التنمية الجزئية، بدل التنمية الشاملة، والتنمية المادية عوض التنمية الإنسانية، فأضحت الأقلية تملك و الغالبية تعيش حالة الفقر والإذلال اليومي، لذا من حق الأغلبية أن تثور لاقتناعهم بأنه ليس من القدر أن تكون الدولة و الشعب فقير، بل نظام الفساد هو المسؤول عن فساد الدولة و المجتمع" (وارث محمد، 2013/01/08، ص97).

وعليه فالعدالة الاجتماعية كقيمة إنسانية، تعتبر مبدأ جوهرى في نجاح أي نظام اجتماعي كان، وهو مبدأ متعلم، يرتكز على ثقافة يمجدها لها المجتمع ونخبه ومؤسساته، وهي من أهم ما تصدع بشأنه المؤسسات كإحدى أهم متطلبات المسؤولية الاجتماعية، كما أنها إحدى الدعائم لبناء الهوية الإنسانية في أي كيان اجتماعي.

أما الحديث عن الديموقراطية فله جاذبية خاصة، حيث أن الديموقراطية كقيمة حضارية، تاريخية، إنسانية و مبدأ إنجاز أساسي، لا يمكن إلا أن تكون الصفة السائدة في الحياة البشرية، فهي مطلب كوني، مشهده البسيط أن يعيش الإنسان حرا في فكره وصوته ودينه وأن يستشعر الأهمية بالمشاركة في بيئاته التفاعلية بما فيها الأسرة، السياسة، مؤسسة عمله، مدرسته.....، و يشير آلان توران في كتابه ما الديموقراطية إلى أن الديموقراطية لا تكون إلا من خلال إجراءات أو قواعد إجرائية تضمن تأمين ومساهمة العدد الأكبر في الحياة العامة، ويؤكد على ضرورة أن لا تتحقق الديموقراطية من خلال الاكتفاء بضمانات دستورية وقانونية شكلية، خاصة في تلك الدول التي تسمى نفسها "الديموقراطية الشعبية" التي يحكمها الحزب الواحد الديكتاتوري المتعسف، بل أن تظل الحياة الاقتصادية و الاجتماعية خاضعة لهيمنة أوليغارشيات حصينة أكثر فأكثر. (آلان توران، 2000، ص15)

وعموما فالعدالة الاجتماعية والديموقراطية السياسية و الاقتصادية والاجتماعية، هي إحدى أهم أهداف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية، وهي أهم أركان هويتها بل تعتبر الميزة التعريفية لهذه المؤسسات في نسيجها الاجتماعي، فكما تهدف هذه المؤسسات لتدعيم قيم العدالة و الديموقراطية في المجتمع، فهي تهدف إلى تثبيتها كسلوك ثقافي داخل محيطها المهني و العمالي، حيث أشارت الكثير

من النظريات الإدارية إلى أن العدالة الاجتماعية والسلوك الديمقراطي الذي يتميز بها القادة والمسؤولون في المؤسسة هو مفتاح نجاح المنظمات في مخرجات نشاطاتها. فتشير نظرية العلاقات الإنسانية إلى أن الأسلوب الديمقراطي في معاملة العاملين كفيل بأن يشعروا بالاحترام والتقدير و يحسون بالرضا وترتفع معنوياتهم، فيتجهون لزيادة إنتاجيتهم في المؤسسة. (ياسين عامر ومحمد عبد الوهاب، 1998، ص19).

كما يوضح ستيسي آدمز في نظرية العدالة أن الشعور بالعدالة مهم جدا في المؤسسة، و كثير ما يقارن الفرد ويكون مدفوعا لإحداث توازنه من خلال مقارنة مساهماته في المؤسسة بمحصلاته وعوائده المختلفة. (أحمد ماهر، دون تاريخ، ص156).

ثالثا : مجالات المسؤولية الاجتماعية ومساءلات الهوية

لقد مر مفهوم المسؤولية الاجتماعية وعلاقته بمناخ المال والأعمال تقريبا بثلاث مراحل أساسية، أثرت بشكل مباشر على ذلك المشهد الهوي للمجتمعات و للمؤسسات ففي مرحلة النمو الاقتصادي الاستثماري الأول، كان الاعتقاد السائد أن الالتزام الأخلاقي والاجتماعي للمنظمات هو توفير السلع و الخدمات و تجاوز حاجز الندرة المؤثرة على المجتمع، مما خلق هذا النموذج حالة من السعار الربحي اللامتناهي للمنظمات على حساب الكثير من العناصر الوجدانية والإنسانية للكينونة البشرية، فأصبحت الهوية تنحرف نحو محددات المادة والريح والنزعة الاستهلاكية أكثر، غير أن التأثير بالمدارس النقدية والأفكار الاشتراكية، نهيك عن النظريات الإنسانية والاقتصادية لفترة ما بعد الحداثة، ما بعد الريح، الحداثة المتأخرة، ظهرت مفاهيم و مقولات حازت الجاذبية العلمية و الاقتصادية خاصة بعد فترة الخمسينيات من القرن الماضي، حيث تعكس استشعارا حقيقيا ببعض المخاطر التي تهدد كيانات المجتمع بل وتهدد وجودنا الكوني في الأساس ومنها مفهوم الانعكاسية، حقوق الإنسان، الأمن العالمي، التغير المناخي، الحركة البيئية، حماية الجنس البشري ومنظومات المناعة والمضادات الحيوية، التلوث البيئي، الانحدار الأخلاقي، علمية العواطف و الوجدان.....، و فيها يتضح بشكل كبير أن على الجميع أن يتحمل مسؤوليته الاجتماعية للوصول إلى حياة آمنة و أفضل، تكون فيها كل المؤسسات الاقتصادية ملزمة بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه القضايا السابقة، حتى نرتب لهوية إنسانية واجتماعية، لا يغترب فيها الإنسان عن مكان عمله، عن بيئة حياته، عن محيط تفاعله، فقد ترتسم معالم الهوية الإنسانية و تتأثر من خلال مخرجات النشاط الاقتصادي للمنظمات و المؤسسات في المجتمع.

عموما فمجالات المسؤولية الاجتماعية التي تؤثر بصورة مباشرة على حياة الناس وهويتهم في المجتمع هي ثلاثة مجالات أساسية: مجال العمال والموظفين، مجال والبيئة، مجال حقوق الإنسان.

1- مجال العمال والموظفين:

تصر الكثير من النظريات الإدارية والسلوكية، على أن هوية العاملين في المنظمة تتأثر إلى حد كبير بمحددات ومعايير الثقافة التنظيمية، وبطرق التسيير، بل ونموذج العلاقات الإنسانية، وبعناصر الولاء الاجتماعي التي تميز هذه المنظمات حتى تصبح لها تعريفاً هوياتياً مميزاً لها عن غيرها، ومن أهم النشاطات التي تؤيدها هذه المنظمات في مجال المسؤولية الاجتماعية هي نشاطات تفي أساساً بمساءلة الهوية داخل المنظمة ضمن شروط و مواصفات الحياة الاجتماعية المقبولة.

يشير طاهر محسن منصور الغالي و صالح مهدي محسن العامري: "إن تزايد استغلال العاملين وإصابات العمل الكثيرة و الوفيات الناتجة عنها و كذلك تشغيل الأطفال و النساء في ظل الظروف المزرية قد ولد شعوراً لدى الكثير من المهتمين بشؤون الصناعة في ذلك الوقت، بضرورة الاهتمام و إعادة النظر بظروف العمل، وقد كان ثمرة هذا الشعور هو التجارب الشهيرة التي أجريت في مصانع هوثورن و التي هي باختصار محاولة لدراسة تأثير الاهتمام بالعاملين إن هذا يمثل نقلة نوعية في تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث بدأ الاهتمام بالمستفيد الأول والأقرب للمالكين وهم العاملون....." (منصور الغالي ومحسن العامري، 2005، ص56).

كما تتضمن المسؤولية اتجاه العاملين توفير متطلبات احترام كرامة العمال والموظفين، وعدم الانتقاص من قيمتهم في المشروع الإنتاجي للمنظمة، إلى جانب ضرورة توفير مجموعة من البرامج و خدمات الرعاية و التأمين و يفصل فيها عبد الرزاق سالم الرحاحلة في أنها تفي بتحسين نوعية بيئة العمل وأخرى لتزقية الحياة الاجتماعية لهم، و ذلك من خلال توفير كل الظروف الفيزيائية الملائمة من نسبة الرطوبة والحرارة والتهوية والإضاءة والضوضاء وتوفير كل ما يخص تدابير السلامة والأمن والتغذية، كما تهتم المنظمات بوضع برامج الرعاية الصحية والاجتماعية كالمنح والمكافآت التحفيزية والنشاطات الاجتماعية والثقافية والنقل و تدعيم مسارات الاتصال مع كل الموظفين والتشجيع على تنظيم الدورات التدريبية والتكوينية، قصد تطور القدرات والكفاءات والمهارات العلمية والفنية للموظفين.

(الرحاحلة، 2011، ص 155-156)

هذا ما يساهم إلى حد كبير بتشكيل هوية إنسانية ووجود مميز للموظفين داخل المنظمة لا يغترب عن الهوية التي تسعى كل منظمة أو مؤسسة لبنائها والأكثر من ذلك هو الوصول إلى فرد يحمل هوية اجتماعية ترتكز على الحقوق الأساسية التي يتمتع بها الفرد في المؤسسة والمجتمع ككل، أين تنتفي كل مشاعر الهامشية والتعامل مع هؤلاء الأفراد والموظفين كحاويات تستخدم في العملية الإنتاجية فحسب.

2- مجال التنمية و البيئة:

أصبحت التنمية وقضايا البيئة إحدى أهم الشواغل التي تعنى بها المنظمات والمؤسسات والحكومات والمجتمع المدني، وهي من أهم ما تهتم به المسؤولية الاجتماعية للشركات، وقد خلص تقرير برونتلاند

على أن " النموذج الحالي للتنمية الاقتصادية لا يمكن أن يدوم على المدى البعيد، حيث أنه يتسبب في نفاذ الموارد الطبيعية وإيذاء المجتمع" (مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، 2004، ص 05). وقد عرف التقرير نفسه التنمية المستدامة" التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون الأضرار بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها" (المرجع السابق، ص 05)، حيث إن المفهوم يتضمن أبعاد: البيئة والعدالة والاقتصاد.

ويتضح أن قضية التنمية المستدامة وحماية البيئة هي قضية وجود وحفاظ على كينونة في الأساس، حتى أخذت هذه المسألة مسؤولية اجتماعية أوسع و أشمل من مسؤولية الشركات و المؤسسات، حتى أصبحت تنصدر اجتماعات و قوانين و اتفاقيات هيئة الأمم المتحدة و لجانها.

كما تنصدر قضايا و إستشكالات البيئة و التنمية اهتمام الباحثين و المنظرين، خاصة بمسائلات ما بعد الحداثة، أين أصبح التهديد الوجودي للإنسان من خلال الاستنزاف البيئي إحدى إرهابات نظريات ما بعد التكنولوجيا، ما وراء الرأسمالية، و أصبح البحث الدؤوب عن مجال أنطولوجي هووي كوني متمم بالسلام والتعايش إحدى أهم المساعي المستهدفة من قبل كل الفاعلين الاقتصاديين و السياسيين والعلميين في هذه المرحلة و يشير **مصطفى خلف عبد الجواد**: " إن الحديث الانعكاسي - أي التدمير والدمار الطائش وغير المقصود الذي يسببه التحديث أوجد ما أسماه بيك "مجتمع المخاطر" أو ما أشار إليه جينز بمصطلح " عدم اليقين المصنوع" *manufactured uncertainty*، فارتفاع درجة حرارة الأرض ، وتلوث واستنزاف أجزاء من البيئة، والمخاطر المرتبطة بالإنتاج الضخم من الدواجن والحيوانات من أجل الغذاء (مثل المناعة ضد بعض المضادات الحيوية)، وتكاثر الأسلحة النووية والكيميائية وغيرها من أسلحة الدمار الشامل - كل هذه أمثلة على التبعات الخطيرة غير المقصودة للحداثة. وفي مرحلة ما بعد الحداثة تظهر الآثار السلبية للعلم والتصنيع والحكومات الكبيرة كأشباح حقيقية وليست أشباح شاحبة في وليمة الحداثة" (عبد الجواد، 2011، ص 149).

3- مجال حقوق الانسان:

تشكل مواثيق حقوق الإنسان العالمية إحدى أهم ما أثمرت به تلك الجهود المضنية لحقب متتالية، تميزت بإحقاق الحقوق الإنسانية، تلك الحقوق التي يستطيع من خلالها الأفراد و الجماعات من الحياة باطمئنان، من العمل بأمان، من المشاركة في قرارات المجتمعات السياسية، وتعتبر أخلاقيات حقوق الإنسان، إحدى أهم المجالات و مبادئ عمل المؤسسات و الشركات الاقتصادية، التي تتاح لها إلا من خلال متاحة هذه المبادئ وتقنينها على مستوى المجتمع و العمل السياسي، فحقوق التنظيم النقابي وحقوق المرأة وذوي الاحتياجات الخاصة، ورفض كل أشكال التمييز العنصري والإثني أو التشفيق القبلي في أماكن العمل، و التبليغ و التجريم لكل حالات الاستغلال والعنف وإلحاق العقوبات القاسية جسديا ونفسيا في الفضاءات العمالية وتشغيل الأطفال، كلها تشكل مرجعا جوهريا لحقوق الإنسان، قد تتحمل المؤسسات والشركات

الاقتصادية مسؤولية اجتماعية في ضرورة العمل من خلالها، بل لا بد أن تكون إحدى المكونات الأساسية لتقافة المنظمة و هويتها و لهوية المجتمع ككل، ومن الاتفاقيات التي تنص على حقوق الإنسان لا بد من الإشارة إلى الاتفاقية رقم (87) للحرية النقابية و حماية حق التنظيم النقابي الذي اعتمدها المؤتمر العام لمنظمة العمل الدولية في 9 تموز/ يوليو 1948م، واتفاقية الحقوق السياسية للمرأة التي عرضتها الجمعية العامة للتوقيع والتصديق بقرارها 640 (د- 7) في 1952، و إعلان الأمم المتحدة للقضاء على جميع أشكال التمييز العنصري، الذي اعتمد و نشر على الملأ بموجب قرار الجمعية العامة 1904 (د- 18) في 1963م. (عبد المقصود عبد المجيد، دون تاريخ).

الخاتمة:

من الواضح أن المؤسسات الاقتصادية ككيانات اجتماعية تتفاعل مع المجتمع الذي تنتمي إليه بل وتتحمل مسؤولياتها الاجتماعية اتجاهه خلال مسابرة يومياته، والتعامل مع حاجاته المختلفة، والعمل على تحقيق الأهداف الخاصة بالربح إلى جانب الأهداف الاجتماعية والالتزامات الثقافية والأخلاقية، كما أن المسؤولية الاجتماعية لهذه المؤسسات تقع ضمن الشواغل الهوياتية للمجتمع بشكل أساسي، فمبادئ كالعدالة والديمقراطية تكون بمثابة مدخلات الإنجاز لأي نشاط اقتصادي، وهي في نفس الوقت إحدى مواصفات المكونات الثقافية لهوية المؤسسة والمجتمع على السواء، فالعدالة ومشاركة الرأي تصبح من أهم المتطلبات الوظيفية في أي منظمة اقتصادية وهي أخلاق عامة لأي مجتمع، كما أن مجالات المسؤولية الاجتماعية في مجال الموظفين والتنمية والبيئة وحقوق الإنسان، تؤثر بشكل واضح على هوية المجتمع، وترتسم من خلال معالم لعادات ثقافية نوعية، أساسها هوية اقتصادية اجتماعية ثقافية مشتركة، لتكون هذه المؤسسات تسعى إلى خلق صورة معينة لهويتها في الوقت الذي تشارك في تكوين هوية المجتمع خاصة من خلال نشاطاتها في مجال المسؤولية الاجتماعية.

قائمة المراجع:

1. أحمد ماهر، السلوك التنظيمي - مدخل بناء المهارات-، الإسكندرية (مصر)، الدار الجامعية، ط8.
2. آلان توران(2000م)، ما الديمقراطية، ترجمة عبود كاسوحة، دمشق (سورية)، منشورات وزارة الثقافة.
3. أليكس ميكشالي (1993)، الهوية، ترجمة علي وطفة، دمشق(سورية)، دار الوسيم للخدمات الطباعية، ط 1.
4. خليل عبد المقصود عبد الحميد، الخدمة الاجتماعية و حقوق الإنسان، www.Katabanabia.com
5. رسلان خضور، التنمية الاقتصادية والاجتماعية في سورية- المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال-، ندوة الثلاثاء الاقتصادية الرابعة و العشرين، العدد 11، 26 / 04 / 2011م، دمشق (سورية).
6. سعيد ياسين عامر وعلي محمد عبد الوهاب(1998)، الفكر المعاصر في التنظيم والإدارة، القاهرة (مصر)، مركز وايد سير قيس للاستشارات والتطوير الإداري، ط 2.

7. سعيدة بن بوزة (2007-2008)، الهوية والاختلاف في الرواية النسوية في المغرب العربي، باتنة (الجزائر)، رسالة دكتوراه، جامعة الحاج لخضر باتنة.
8. طاهر محسن منصور الغالي وصالح مهدي محسن العامري(2005)، المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال، عمان(الأردن)، دار وائل للنشر، ط1.
9. عبد الرزاق سالم الرحاحلة(2011)، المسؤولية الاجتماعية، الأردن، مكتبة المجتمع العربي و دار الإعصار العالمي للنشر و التوزيع، ط1.
10. مصطفى خلف عبد الجواد(2011) ، نظرية علم الاجتماع المعاصر، عمان (الأردن)، دار المسيرة المنشر والتوزيع و الطباعة، ط 2.
11. مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة و التنمية(2004)، نيويورك وجنيف ، كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع - الاتجاهات و القضايا الراهنة-، الأمم المتحدة.
12. هارلمبس وهولبورن(2010م)، سوسيولوجيا الثقافة والهوية، ترجمة حاتم حميد محسن، دمشق (سورية)، دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع، ط1.
13. وارث محمد، الفساد و أثره على الفقر- إثارة إلى حالة الجزائر-، مجلة دفاتر السياسة و القانون، جامعة ورقلة، عدد 08 جانفي 2013، الجزائر.

14-Christine Lacasse(mars 2017). pratique de communication de l'information sur la Responsabilité sociale :portrait des entreprises cotées canadiennes , Mémoire de maitrise en (comptabilité, contrôle, Audit), université du Québec A Montréal.

15-Mickael tirilly(Janvier 2018). la responsabilité sociale des entreprises dans le secteur public – le cas des entreprise publiques, Thèse du docteur en Administration, Université du Québec A Montréal canada, Janvier 2018.

الفصل الثالث

"المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في تحقيق التنمية المستدامة"

Social responsibility in small and medium-sized enterprises and their role in achieving sustainable development

د. السبتي وسيلة

جامعة محمد خيضر

بسكرة - الجزائر

د. زعرور نعيمة

جامعة محمد خيضر

بسكرة - الجزائر

د. منصور عبد القادر منصور

جامعة الأقصى بغزة

فلسطين

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في تحقيق التنمية المستدامة على اعتبار أنه مفهوم حديث وأصبح معيارا هاما لنجاح المؤسسات، وتطرقنا في الدراسة إلى مفهوم المسؤولية الاجتماعية، كما تناولنا التنمية المستدامة وكذا الأداء الاجتماعي والتنمية المستدامة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ونماذج قياس الأداء الاجتماعي وأهم المعوقات التي تحد من تبني المسؤولية الاجتماعية.

وخرجت الدراسة بمجموعة من النتائج أهمها أن غرس ثقافة المسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى تحقيق التنمية المستدامة، ونقص برامج التوعية بالدور الاجتماعي للمؤسسات وكذا غياب المعلومات عن مختلف أوجه الأداء الاجتماعي لها.

الكلمات المفتاحية: مسؤولية اجتماعية، مؤسسات صغيرة ومتوسطة، تنمية، تنمية مستدامة.

Abstract:

This study aims to identify the social responsibility of small and medium enterprises and its role in achieving sustainable development on the grounds that a modern concept and has become an important criterion for the success of institutions, and touched on the study to the concept of social responsibility, also dealt with sustainable development as well as social performance and sustainable development of small and medium enterprises and models of social performance measurement, and the most important obstacles that limit the adoption of social responsibility.

The study came out a set of the most important results that instill a culture of social responsibility leads to the achievement of sustainable development, and the lack of awareness of the social role of institutions and programs as well as the absence of information on various aspects of its social performance.

Key words: social responsibility, small and medium enterprises, development, sustainable development.

المقدمة:

يعتبر موضوع المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة من الموضوعات الهامة التي اهتم بها علماء الاقتصاد والاجتماع، بحيث أصبحت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعمل على تطوير النشاط الاقتصادي من جهة والنشاط الاجتماعي من جهة أخرى، على اعتبار أن لديها حقوق والتزامات اتجاه المجتمع وذلك مقابل استخدام الموارد الطبيعية والبشرية والمادية والمساهمة في ايجاد الحلول التي تتعرض لها، وبهذا فالمسؤولية الاجتماعية تعتبر كخيار استراتيجي من اجل تحقيق التنمية المستدامة، من هنا جاءت فكرة هذه الدراسة المتمثلة في التطرق للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتنمية المستدامة والإشارة لبعض المعوقات التي تحد من تطبيقها وذلك من أجل الوصول إلى تحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية مستدامة.

ومما سبق يمكن صياغة إشكالية هذه الورقة البحثية كما يلي:

ما دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية المستدامة؟

وللإجابة على هذه الاشكالية تم تقسيم هذه الورقة إلى النقاط التالية:

أولاً: المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

ثانياً: التنمية المستدامة.

ثالثاً: الأداء الاجتماعي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتنمية المستدامة.

رابعاً: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في تحقيق التنمية المستدامة ومعوقات تطبيقها.

أهداف الدراسة: هدفت هذه الدراسة إلى تحقيق ما يلي:

- التعرف على مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- التعرف على دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية المستدامة.
- التعرف على نماذج قياس الأداء الاجتماعي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

أهمية الدراسة: تتمثل أهمية الدراسة إلى التعرف للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة باعتبارها قطاع حيوي وكذا موضوع المسؤولية الاجتماعية التي أصبحت معياراً من معايير قياس الأداء في المؤسسات الاقتصادية

في الوقت الحالي خاصة مع ازدياد المنافسة في السوق والبحث عن منتجات تكون صديقة للبيئة والاهتمام بقياس الأداء البيئي والاجتماعي وربطه بالتنمية المستدامة.

أولاً: المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

1. ماهية المسؤولية الاجتماعية:

1.1. التطور التاريخي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية:

يمكن تحديد أهم المراحل التي مر بها تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية فيما يلي (خيايه عبد الله، خيايه صهيب، 2012):

■ **الثورة الصناعية:** تتميز بوجود استغلال غير عقلاني لجهود عاملين والموارد البشرية وهذا يعني أن المالكين هم المستفيدين بالدرجة الأولى ولا يوجد اهتمام بالعاملين والمجتمع والوعي البيئي، وهذا يرجع لكون الثورة في بداياتها ووفرة المياه والموارد الطبيعية غير المستغلة، بحيث اتجه البحث في هذه المرحلة عن كيفية تحسين انتاجية العاملين وكان ذلك من خلال دراسة الوقت وطريقة انجاز العمل الأفضل بالتركيز على تحفيز العاملين بالوسائل المادية عن طريق تحسين الأجور المدفوعة للعاملين مقابل جهد كبير لإعطاء انتاج كبير، ويمكن القول أن في هذه المرحلة هناك وعياً بسيطاً بالمسؤولية الاجتماعية يتمثل في تحسين أجور العاملين.

■ **مرحلة تضخم حجم المؤسسات:** تتميز بتخصيص العامل بجزء من العمل ولا يحتاج إلى تدريب طويل لكي يتقنه، كما تميزت باستنزاف مرعب للموارد الطبيعية نظر لتضخم حجم المؤسسات وهذا الأمر يعني عدم مراعاة المسؤولية الاجتماعية.

■ **مرحلة تأثير أفكار الاشتراكية:** التطور المهم في هذه المرحلة يتمثل في كون أفكار الاشتراكية ما هي إلا تحدي للمؤسسات الخاصة بضرورة تحمل مسؤولية أطراف أخرى بالإضافة إلى المالكين هذه الأفكار من العلامات البارزة التي دفعت المؤسسات إلى تبني الكثير من عناصر المسؤولية حيث كان من أبرز مطالب العاملين ما يتعلق بظروف العمل والتقاعد والضمان الاجتماعي واصابات العمل والاستقرار الوظيفي.

■ **مرحلة الكساد الاقتصادي الكبير والنظرية الكنزوية:** في هذه المرحلة ظهرت اضطرابات كثيرة نتيجة الكساد وانهيار المؤسسات الصناعية وتسريح آلاف العاملين مما أدى إلى تدخل الدولة لحماية مصالح العاملين وإيجاد فرص عمل بديلة لهم، حيث ظهرت نظرية كينز الشهيرة التي تدعو إلى تدخل الدولة بحد معقول لإعادة التوازن الاقتصادي وهذا ما أدى إلى تأصيل أفكار وتحديد عناصر المسؤولية الاجتماعية.

■ **مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية والتوسع الصناعي:** تعزز هذه المرحلة دور النقابات والضغط بالمطالبة لتحسين ظروف العمل ومن القوانين التي تحمي العاملين وتعزز مشاركتهم في مجلس الإدارة،

فانعكست هذه الأحداث بشكل كبير على المؤسسات حيث تم تحديد حد أدنى للأجور واشتراك العاملين بالإدارة ونظم التأمين الاجتماعي والصحي وقوانين معالجة حوادث العمل وظهور جمعيات حماية المستهلك وهذا ما يفسر نقلة في تبني المسؤولية الاجتماعية من قبل المؤسسات وليس طرحا نظريا فقط.

■ **مرحلة جماعات الضغط:** تجسدت الاحتياجات في المراحل السابقة إلى بروز جماعات ضغط حيث أصبحت في هذه الفترة قوة لا يستهان بها من حيث تأثيرها في قرارات المؤسسات حيث تمثل جماعات الضغط مصالح شريحة واسعة من المستفيدين كجمعيات حماية المستهلك، جمعيات حماية البيئة، وأصبحت المسؤولية الاجتماعية في هذه المرحلة أكثر تجسيدا حيث تم تطوير معايير ومؤشرات قياس كمية تطلبها الكثير من المنظمات الدولية خصوصا تلك التي تتعلق بالتنمية المستدامة.

■ **مرحلة اقتصاد المعرفة وعصر المعلوماتية:** تتسم هذه المرحلة بتغيير طبيعة الاقتصاد وظهور ظواهر مثل العولمة والخصخصة واتساع نمو قطاع الخدمات وازدهار تكنولوجيا المعلومات وانتشار شبكات المعلومات، حيث ولدت صناعة المعلوماتية وشبكة الأنترنت، كل هذا أدي بالمؤسسات باتجاه تطوير مبادراتها الاجتماعية وأن انهيار بعض المؤسسات العملاقة يرجع إلى غياب تطبيق هذا المفهوم في أنشطة المؤسسة.

2.1. تعريف المسؤولية الاجتماعية:

لقد اختلفت تعريف المسؤولية الاجتماعية ونذكر أهمها:

هي عبارة عن "مجموع القرارات والأفعال التي تتخذها المؤسسة للوصول إلى تحقيق الأهداف المرغوبة والقيم السائدة في المجتمع والتي تمثل في نهاية الأمر جزءا من المنافع الاقتصادية المباشرة لإدارة المؤسسة والساعية إلى تحقيقها كجزء من استراتيجيتها." (تامر ياسر البكري، 2001، ص 27) وتعرف كذلك "أن الإدارة وهي تتخذ قرارات أي كانت تراعي التأثيرات الايجابية والسلبية لهذه القرارات على كافة الأطراف التي تعمل معها وتحاول جاهدة لزيادة التأثيرات الايجابية بما يخدم جميع الأطراف وبما لا يتعارض مع أهداف المؤسسة" (سيد محمد جاد الرب، 2010، ص 10)

وقد عرفت جمعية الأمريكيين المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة "هي استجابة إدارة المؤسسات إلى التغير في توقعات المستهلكين والاهتمام العام بالمجتمع والاستمرار بإنجاز المساهمات الفردية للأنشطة التجارية الهادفة إلى خلق الثروة الاقتصادية" (محمد الصيرفي، 2007، ص 17)

والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات كمفهوم لها ثلاثة أوجه وهي: (تامر ياسر البكري، 2001، ص 34، 41) **المفهوم الكلاسيكي:** يعود للعالم آدم سميث (ADEM SMITH) الذي أكد على أن كافة المؤسسات تسعى لتقديم أفضل الخدمات لعموم المجتمع وتحقيق أعلى مستوى ممكن من الأرباح وبما ينسجم مع الأحكام القانونية والقواعد الأخلاقية السائدة. فالربح هنا أصبح هدفا أحاديا تسعى إليه المؤسسة.

المفهوم الإداري: الذي تم إدراكه سنة 1930، حيث تم التحول من الهدف الأحادي إلى هدف آخر يتمثل في تعظيم رضا المديرين أنفسهم وبحثهم عن القوة والأمان والموقع المتميز في ظل نمو واتساع المؤسسة، وأشار فرنسيس سيتون (FRANCIS X.SUTTON) في بحثه سنة 1956، إلى كون المسؤولية الاجتماعية تظهر وتبرز في المؤسسات الكبيرة من خلال موازنة إدارة المؤسسة ما بين عدد من العناصر المتفاعلة معها (حملة الأسهم، المقرضين، الموردين، الزبائن والحكومة) والتي يكون لها تأثير كبير في مساعدة المديرين على تقديم المزيد من المنافع العامة نحو المجتمع.

المفهوم البيئي: الذي اختلفت تسمياته من نموذج البيئة الاجتماعية عند (JACOBY) والنموذج النوعي لحياة المديرين عند (HAY-GRAY) إلى نموذج وجهة النظر العامة لـ (WILLIAMS)، بدأت ملامحه تظهر سنة 1960 بتحسيس المديرين في كون مسؤوليتهم الاجتماعية لا تنحصر داخل المؤسسة فحسب ولا ترتبط بالسوق حصراً، بل تمتد إلى أطراف وفئات متعددة تتمثل في عموم المجتمع. وخير من أوضح الفكرة هما رالف نادر (RALPH NADER) و جون جالبريث (JOHN K.GALBRAITH).

ويمكن تحديد أهمية المسؤولية الاجتماعية في النقاط التالية: (طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، 2005، ص52)

الأهمية بالنسبة للمؤسسة:

- تحسين صورة المؤسسة في المجتمع وخاصة لدى العملاء والعمال وخاصة إذا اعتبرنا أن المسؤولية تمثل مبادرات طوعية للمؤسسة اتجاه أطراف مباشرة أو غير مباشرة من وجود المؤسسة.
- من شأن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تحسين مناخ العمل، كما تؤدي إلى بعث روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف.
- تمثل المسؤولية الاجتماعية تجاوبا فعالا مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع.
- كما أن هناك فوائد أخرى تتمثل في المردود المادي والأداء المتطور من جراء تبني هذه المسؤولية.

الأهمية بالنسبة للمجتمع:

- الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص وهو جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.
- تحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع.
- ازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين المؤسسات ومختلف الفئات ذات المصالح.
- الارتقاء بالتنمية انطلاقا من زيادة تثقيف والوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد وهذا يساهم بالاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية.

الأهمية بالنسبة للدولة:

- تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهماتها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية الأخرى.
- يؤدي الالتزام بالمسؤولية البيئية إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية.
- المساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها من المجالات التي تجد الدولة الحديثة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها جميعا بعيدا عن تحمل المؤسسات الاقتصادية الخاصة دورها في هذا الإطار.
- وعلى الرغم من أهمية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة إلا أنه هناك جدلا بخصوص تبني المؤسسات لمزيد من الدور الاجتماعي.
- وقد ركز المؤيدون للمسؤولية الاجتماعية على الحجج التالية: (ظاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، 2005، ص 65)
- المؤسسة جزء لا يتجزأ من المجتمع الذي تتواجد فيه لذا عليها أن تلعب دورا كبيرا في تحقيق أهدافه المختلفة.
- زيادة الأرباح على المدى البعيد إذا تبنت المؤسسة دورا اجتماعيا.
- الدور الاجتماعي هو رد فعل النقد الموجه للمؤسسة وهو اهتمامها بالأرباح وإهمال المتطلبات الاجتماعية.
- الصورة العامة للمؤسسة ستكون أفضل حينما تلعب دورا اجتماعيا أي تحسن سمعة المؤسسة.
- التقليل من اجراءات الحكومة وقوانينها المتعلقة بالتدخل في شؤون المؤسسات.
- المسؤولية الاجتماعية شكل من التدابير الوقائية لتجنب المشاكل الاجتماعية المعقدة التي ستحدث عاجلا أو آجلا.
- أما حجج الآراء المعارضة لتبني المسؤولية الاجتماعية تنطلق من اعتبار الالتزام الاجتماعي يتعارض مع الهدف الأساسي للمؤسسات وهو تحقيق الربح ويمكن حصر أهم الحجج في ما يلي: (تامر ياسر البكري، 2001، ص ص 53، 54)
- الالتزام بمهام المسؤولية الاجتماعية يحول المؤسسة إلى شكل لا يختلف عما هو سائد في المؤسسات العمومية.
- إذا انفردت المؤسسة بإنفاق المبالغ على تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية فإن ذلك يعني تحملها تكاليف إضافية تنعكس على زيادة أسعار السلع التي تتعامل بها، وبالتالي تنعكس سلبا على قدرتها التنافسية في السوق.

- محدودية الخبرة والمهارات المتاحة لدي المؤسسات في معالجة المشاكل الاجتماعية التي تعترض لها.
- تضعف الأهداف الرئيسية الأخرى للمؤسسة لكونها تستنزف طاقة ليست القليلة من جهد المؤسسة كما أن المشاكل الاجتماعية هي مسؤولية الدولة فقط.

3.1. أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

يمكن توضيح أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة وعناصرها الرئيسية والفرعية من خلال الجدول التالي:
الجدول رقم (1) أبعاد المسؤولية الاجتماعية وعناصرها الرئيسية والفرعية

البعد	العناصر الرئيسية	العناصر الفرعية
الاقتصادي	المنافسة العادلة	- منع الاحتكار وعدم الإضرار بالمستهلكين - احترام قواعد المنافسة وعدم الإلحاق الأذى بالمنافسين
	التكنولوجيا	- استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي - استخدام التكنولوجيا في معالجة الأضرار التي تلحق بالمجتمع والبيئة
القانوني	قوانين حماية المستهلك	- حماية المستهلك من المواد الضارة - حماية الأطفال صحيا و ثقافيا
	حماية البيئة	- منع التلوث بشتى أنواعه - صيانة الموارد و ترميمها - التخلص من المنتجات بعد استهلاكها
الاجتماعي	السلامة و العدالة	- التقليل إصابات العمل - تحسين ظروف العمل و منع عمل المسنين و صغار السن - منع التمييز على أساس الجنس أو الدين - توظيف المعوقين
	المعايير الأخلاقية والقيم الاجتماعية	- مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف - مراعاة حقوق الإنسان - احترام العادات و التقاليد و مراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك

نوعية الحياة	-نوعية المنتجات و الخدمات المقدمة -المساهمة في تقديم الحاجات الأساسية للمجتمع
--------------	--

المصدر: سمير مصطفى أبو مدللة، محمود حسين عيسى، آليات تعزيز المسؤولية الاجتماعية في مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني، مجلة جامعة الأزهر، غزة، سلسلة العلوم الانسانية 2016، المجلد 18، العدد 2، ص282.

وقد صنف كارول (CARROLL) أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات إلى أربعة أبعاد وهي كما يلي: (المصدر: سمير مصطفى أبو مدللة، محمود حسين عيسى، 2016، ص 283)
المسؤولية الخيرة: إن التصرف كمواطن صالح يسهم في تعزيز الموارد في المجتمع وتحسين نوعية الحياة فيه.

المسؤولية الأخلاقية: عندما تراعي المؤسسة الأخلاق في قراراتها فإنها تعمل ما هو صحيح وحق وعادل وتتجنب الإضرار بالفئات المختلفة.
المسؤولية القانونية: من خلال الامتثال للقوانين، لأن القوانين هي مرآة تعكس ما هو صحيح أو خطأ في المجتمع وتمثل قواعد العمل الأساسية.
المسؤولية الاقتصادية: كون المؤسسة تحقق ربحاً، فإن هذا يمثل قاعدة أساسية للوفاء بالمتطلبات الأخرى.

2. ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

1.2. تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من وجهة نظر علم الاقتصاد بأنها "استثمار يوجد لإنتاج محدد لتحقيق عائد (ربح) وعائد نفعي على المجتمع ويتميز بانخفاض رأسمال المستثمر والتكنولوجيا البسيطة المستخدمة." (محمد هيكل، 2003، ص 11)

كما يمكن تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب بعض الدول كما يلي:

◀ ألمانيا: تعرفها بأنها "مؤسسات تجارية بإمكانها توظيف عدد هائل من العمال قد يصل إلى 500

عامل وتحقق مبيعات صافية اقل من 100 مليون DM في السنة." (محمد هيكل، 2003، ص 12)

◀ الاتحاد الأوروبي: حدد التعريف المعتمد بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة سنة 1996 من

طرف الاتحاد الأوروبي، ويرتكز هذا التعريف على ثلاثة مقاييس وهي: (توفيق عبد الرحيم يوسف،

2002، ص 16)

◀ مقياس المستخدمون للمؤسسات المصغرة: هي مؤسسة تشغل اقل من 10 أجراء.

◀ مقياس رقم الأعمال للمؤسسة الصغيرة: هي تلك التي توافق معايير الاستقلالية وتشغل اقل من 50 أجير وتتجز رقم أعمال سنوي لا يتجاوز 7 ملايين اورو، أو لا تتعدى ميزانيتها السنوية 5 ملايين اورو.

◀ مقياس الحصيلة السنوية والاستقلالية: فالمؤسسة المتوسطة هي تلك التي توافق معايير الاستقلالية تشغل اقل من 250 عامل ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 40 مليون اورو، أو لا تتعدى ميزانيتها السنوية 27 مليون أورو.

◀ الولايات المتحدة الأمريكية: أصدر الكونغرس الأمريكي عام 1953 قانون خاص بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بحيث يركز على المعايير التالية: (سعاد نائف البرنوطي، 2005، ص 32) استقلالية الإدارة، ملكية المؤسسة تكون لمقاول مستقل، أن لا تكون المؤسسة مسيطرة على السوق.

وتعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أنها " المؤسسة التي يتم امتلاكها وإدارتها بطريقة مستقلة بحيث لا تسيطر على المجال الذي تعمل فيه." (محمد هيكل، 2003، ص 11)

◀ بريطانيا: عرف قانون الشركات البريطاني الذي صدر عام 1985 المشروعات المتوسطة والصغيرة بأنها ذلك المشروع الذي يستوفي شرطين أو أكثر من الشروط التالية: (نبيل جواد، 2007، ص 5)

- حجم تداول سنوي لا يزيد عن 14 مليون دولار أمريكي.
- حجم رأس مال مستثمر لا يزيد عن 65,6 مليون دولار أمريكي.
- عدد العمال والموظفين لا يزيد عن 250 مواطن.

◀ الجزائر: أصدرت وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة رقم 01-18، وهذا بعدما صادقت الجزائر على ميثاق بولونيا حول هذه المؤسسات سنة 2000، وهو ميثاق يكرس التعريف الذي حدده الاتحاد الأوربي سنة 1996 ويرتكز هذه التعريف على ثلاث معايير وهي عدد العمال، رقم الأعمال السنوي والحصيلة السنوية المحققة.

حيث يعرف القانون 18/01 المؤسسة الصغيرة والمتوسطة مهما كان وضعها القانوني بأنها "مؤسسة إنتاج السلع و/أو الخدمات، تشغل من 01 إلى 250 عامل، ولا يتجاوز رقم أعمالها 02 مليار دينار جزائري أو لا تتجاوز مجموع حصيلتها السنوية 500 مليون دينار جزائري وتستوفي معايير الاستقلالية". (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، المادة 11 من القانون 01-18، 15-12-2011، ص6)

وقد ميز المشروع الجزائري ما بين المؤسسات المتوسطة والصغيرة والمصغرة كما في الجدول التالي:

جدول رقم(02): تصنيف المؤسسات في القانون الجزائري

نوع المؤسسات	المتوسطة	الصغيرة	المصغرة
عدد العمال	250-50	49-10	9-1
رقم الأعمال (دج)	200 مليون-2 مليار	200 مليون	20 مليون
الحصيلة السنوية (دج)	(500-100) مليون	100 مليون	10 مليون

المصدر: الجريدة الرسمية، القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، 2001، ص.06.

على الرغم من اختلاف تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين الدول بحيث تنفرد كل دولة بتعريف خاص بها، وذلك نتيجة اختلاف درجة النمو الاقتصادي وحجم وطبيعة النشاط الاقتصادي، بحيث نستنتج أن هناك مجموعة من المعايير التي يمكن الاعتماد عليها لتحديد تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نستخلصها فيما يلي:

- المعايير الكمية: وتشمل مجموعة المؤشرات الاقتصادية مثل حجم الإنتاج، عدد العمال....
 - المعايير النوعية: وتشمل المسؤولية القانونية التي تقع على عاتق المالك، السوق....
- و الجدول التالي يوضح توزيع المؤسسات الاقتصادية حسب الحجم في عدد من البلدان كما يلي:

جدول رقم (03): توزيع المؤسسات الاقتصادية حسب الحجم في عدد من البلدان

عدد العمال	9 - 1	250 - 10	$500 \leq$
المجموعات			
الولايات المتحدة الأمريكية	79.6%	25.0%	0.4%
اليابان	71.3%	28.0%	0.7%
التجمع الأوربي	81.85%	17.95%	0.20%

المصدر: ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية: الجزائر، ط2، 1998، ص65.

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن الاقتصاد العالمي يكاد يكون مكون من المؤسسات متوسطة وصغيرة خاصة في أوروبا. إلا أن هذه المؤسسة لا تستعمل اليد العاملة بنفس نسبة عددها من مجموع اليد العاملة الكلية، وهذا ما سنراه من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (03): توزيع اليد العاملة في المؤسسات حسب الحجم والعدد في عدة بلدان

500 ≤	250 - 50	9 - 1	الحجم	الولايات المتحدة الأمريكية
% 1.2	% 43.5	% 55.3	عدد المؤسسات	
% 64.7	% 31.6	% 3.7	اليد العاملة	
300 >	300 - 10	9 - 4	الحجم	اليابان
% 0.9	% 42.4	% 56.7	عدد المؤسسات	
% 27.8	% 58.6	% 13.6	اليد العاملة	
500 ≤	250 - 10	9 - 1	الحجم	المجموعة الأوروبية
% 0.6	% 26.7	% 72.5	عدد المؤسسات	
% 42.9	% 45.9	% 11.2	اليد العاملة	

المصدر: ناصر داداي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية: الجزائر، ط2، 1998، ص96.

هذا الجدول يبين لنا مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في أهم البلدان الصناعية، إلا أننا نجد الاعتماد على اليد العاملة بدرجة كبيرة في اليابان بـ 58 % وذلك بسبب أنها تساير على المعتقدات الدينية التي تؤمن بها، كما يلاحظ أن أعلى النسب تتواجد في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة غير المؤسسات الكبيرة، نظرا لإمكانية التوسع بدخول مساهمين أو مشاركين جدد في رأس المال، وعدم تعرضها للأخطار في السوق بنفس الحجم الذي تتعرض له المؤسسات الكبيرة خاصة عند إدخال منتج جديد أو تكنولوجيا جديدة. (Catherine leger-jarniou, 24-25 novembre, p 2)

2.2. خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

هناك مجموعة من الخصائص التي تميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومن أهمها: (Catherine leger-jarniou, 24-25 novembre, p 2)

✓ انخفاض رأس المال اللازم لإقامتها لان المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لا تتطلب استثمارات ضخمة مقارنة بالمؤسسات الكبيرة.

✓ تتميز بكثافة عنصر العمل بحيث تعتمد نسبيا على اليد العاملة وتعتبر كعامل لتنشيط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

✓ نشاط معظم هذه المؤسسات يعتبر محدودا جغرافيا، إذ أن معظم هذه المؤسسات تكون محلية وجاهوية.

✓ درجة المخاطرة ليست كبيرة خاصة مخاطر السوق.

✓ تتميز بان لها القدرة على التفاعل بمرونة وسهولة مع متغيرات الاستثمار، أي التحول من إنتاج سلع وخدمات تتناسب مع متغيرات السوق ومتطلباته، ويرجع ذلك إلى أن هذه المؤسسات تعتمد على استثمار مادي صغير الحجم، مما يسهل عملية التحول الاقتصادي.

✓ تتميز باتجاهها إلى الأسواق الصغيرة والمحدودة والتي لا تثير اهتمام المؤسسات الكبيرة.

✓ لا تتطلب كوادر إدارية ذات خبرة كبيرة مما ينعكس على تكلفة الإنتاج كما أنها تستعمل طرق تسيير غير معقدة وبسيطة.

✓ إن صغر حجمها يسمح باختيار موقعها بسهولة أكثر من الصناعات الكبيرة، ومنه تستطيع الانتشار في المناطق الداخلية للاقتراب من الأسواق.

✓ لا تحتاج إلى دراسات تسويقية معقدة لان السوق الذي تنشط فيه يعتبر محدود (محلي أو جهوي غالبا).

3.2. أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

بعد التعرف على تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وخصائصها سنتطرق إلى دورها وأهميتها في خدمة مصالح الفرد والمجتمع والاقتصاد على المستوي المحلي والعالمي ونتيجة لذلك فهي تنتشر بصورة متسارعة وتتجسد هذه الأهمية فيما يلي: (Olivier CULLIERE, 2005,P2)

✓زيادة الناتج المحلي الخام.

✓المساهمة في التجديد والابتكار بحيث تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مصدر من مصادر الإبداع والابتكار.

✓خلق فرص عمل مما يساعد في حل مشكلة البطالة.

✓المساهمة في تغطية جزء كبير من احتياجات السوق المحلي.

✓العمل على تعبئة الادخار من خلال امتصاص فوائض الأموال العاطلة والمدخرات لدي صغار المدخرين وتوظيفها في استثمارات إنتاجية وخدمية.

✓المساهمة في تلبية الطلب على السلع الاستهلاكية.

ثانيا: التنمية المستدامة:

إن التنمية المستدامة هي المبدأ القائل بأن التنمية الاقتصادية والاجتماعية يجب ألا تدمر البيئة، وأن تتم عملية التنمية ضمن حدود وإمكانيات العناصر البيئية، وضمن الأطر التي يضعها علم البيئة بمعناه

الواسع، وذلك من خلال دراسة وفهم العلاقات المتبادلة بين الإنسان ونشاطاته المختلفة، وبين البيئة التي يعيش فيها وما يحكمها من قوانين فيزيائية وكيميائية.

1. تعريف التنمية المستدامة:

لقد ظهرت عدة تعاريف للتنمية المستدامة، فالبعض يتعامل مع التنمية المستدامة كروية أخلاقية تتناسب اهتمامات وأولويات النظام العالمي الجديد، والبعض يري أن التنمية المستدامة نموذج تنموي وبدل عن النموذج الصناعي الرأسمالي، أو ربما أسلوبا لإصلاح أخطاء وتعثرات هذا النموذج في علاقته بالبيئة، ولكن هناك من يتعامل مع التنمية المستدامة كقضية إدارية وفنية بحثة لدلالة عن حاجة المجتمعات الإنسانية المتقدمة والنامية إلى إدارة بيئة واعية وتخطيط جديد لاستغلال الموارد.

وتعرفها هيئة الأمم المتحدة على أنها "ضرورة إنجاز الحق في التنمية" بحيث تتحقق على نحو متساو الحاجات التنموية والبيئية لأجيال الحاضر والمستقبل، وأشار المبدأ الرابع الذي أقره المؤتمر إلى أنه "لكي تتحقق التنمية المستدامة ينبغي أن تمثل الحماية البيئية جزءا من عملية التنمية ولا يمكن التفكير فيها بمعزل عنها." (دوجلاس موس شيت، 2000، ص 17)

أما التعريف العام والشائع يتلخص بالعبرة التالية "تنمية تستجيب لحاجات الأجيال الراهنة دون تعريض الأجيال القادمة للاستجابة لحاجاتها أيضا." (Alain Jounot, 2004, p 3)

كما تم تحديد أربع مساهمات أساسية للتنمية المستدامة وهي: (Edward Barbier, 1987, p 37)

- أن التنمية المستدامة تختلف عن التنمية في كونها أشد تداخلا وأكثر تعقيدا وخاصة فيما يتعلق بكل ما هو طبيعي واجتماعي في التنمية.
- أن التنمية المستدامة تتوجه أساسا لتلبية احتياجات الطبقات الأكثر فقرا أي التنمية تسعى للحد من الفقر العالمي.
- أن التنمية المستدامة تحرص على تطوير الجوانب الثقافية والإبقاء على الخصائص الخاصة بكل مجتمع.
- أن عناصر التنمية المستدامة لا يمكن فصلها عن بعضها البعض وذلك لشدة تداخل الأبعاد والعناصر الكمية والنوعية لهذه التنمية.

2. أبعاد التنمية المستدامة:

يضم التقرير الصادر عن معهد الموارد العالمية أن التنمية حتى تكون مستدامة يجب ألا تتجاهل العوامل البيئية، وألا تؤدي على استنزاف الموارد الطبيعية، كما يجب أن يحدث تحولات في القاعدة الصناعية والتكنولوجية السائدة، ولقد حدد مؤتمر القمة العالمية للتنمية البشرية المنعقد في "جوهانزبورغ" سنة 2002

الأبعاد الأساسية لمفهوم التنمية المستدامة فيما يلي أهم هذه الأبعاد: (عثمان محمد غنيم، ماجدة أبو زنت، 2007، ص ص 39-40)

◀ **البعد البيئي:** ويشمل الحفاظ على الموارد الطبيعية والاستخدام الأمثل لها على أساس مستدام والتنبيه بها بغرض الاحتياط والوقاية، ويتمحور البعد البيئي حول عدة عناصر هي (التنوع الإيكولوجي، النظم الإيكولوجية، الطاقة، الإنتاجية البيولوجية، القدرة على التكيف).

◀ **البعد الاقتصادي:** يتمحور حول الانعكاسات الراهنة والمستقبلية للاقتصاد على البيئة، إذ يطرح مسألة اختيار وتمويل وتحسين التقنيات الصناعية في مجال توظيف الموارد الطبيعية، وفقا للبعد الاقتصادي تعمل التنمية المستدامة على تطوير التنمية الاقتصادية مع الأخذ بالحسبان التوازنات البيئية على المدى البعيد، باعتبار البيئة هي القاعدة والأساس للحياة البشرية الطبيعية وكذا النباتية.

◀ **البعد الاجتماعي:** يتعلق هذا البعد بما هو نوعي للتنمية وهدفها الأساسي والمحوري هو استمرارية الحياة الإنسانية بمكوناتها الاجتماعية والثقافية في ظل الإنصاف والعدالة وتكافؤ الفرص، وتتمثل أهم عناصر البعد الاجتماعي في (المساواة في التوزيع، المشاركة الاجتماعية، التنوع الثقافي).

3. أهداف التنمية المستدامة:

تتمثل أهم أهداف التنمية المستدامة في: (ناصر مراد، 2009، ص ص 110-111)

- زيادة الدخل الوطني.
- تحسين مستوى المعيشة.
- تقليص التفاوت في المداخل والثروات.
- ترشيد استخدام الموارد الطبيعية.

ثالثا: الأداء الاجتماعي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتنمية المستدامة

1.3 اتجاهات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نحو المسؤولية الاجتماعية:

تتمثل اتجاهات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نحو تبني المسؤولية الاجتماعية فيما يلي: (خيايه عبد الله، خيايه صهيب، 2012)

- الالتزام الاجتماعي: ويمثل النمط التقليدي للمسؤولية الاجتماعية تكون المؤسسة مسؤولة بشكل أساسي عن تعظيم الأرباح مع الحفاظ على الحد الأدنى من المسؤولية الاجتماعية.
- رد الفعل الجماعي: المؤسسات تتأثر بالمناخ الاجتماعي السائد وقوى الضغط الاجتماعية فالمؤسسة تتجاوز الالتزام الاجتماعي لكي تكون مسؤولة اجتماعيا عن المشاكل التي تسببت بها.
- الاستجابة الاجتماعية الايجابية: تمتلك المؤسسات حس توعوي وقائي من خلال الاستجابة الايجابية للمشاركة في معالجة.

2.3. التنمية المستدامة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

تختلف المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عنها في المؤسسات الكبيرة وذلك لاختلاف خصائص المسيرين واختلاف الخصوصيات التنظيمية وهذا ما يؤكد اختلاف التطبيقات وممارسات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة في الميدان.

يمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تجني العديد من المزايا في تنميتها من خلال اتباع سير التنمية المستدامة فهناك ثلاث رهانات تتمثل في: (خيايه عبد الله، خيايه صهيب، 2012)

- **رهان اقتصادي:** يتمثل في تقليص الحدود الممكنة للتكاليف المرتبطة باستهلاك المياه، الطاقة، المواد الأولية بواسطة العقلنة وكسب زبائن جدد من خلال تطبيقات إنتاجية جديدة.
- **رهان اجتماعي أخلاقي:** تتمثل في تحسين شروط العمل، تحفيز العمال.
- **رهان استراتيجي:** يتمثل في تحسين صورة المؤسسة الصغيرة والمتوسطة وعلاقتها مع مختلف الفاعلين في المجتمع، كذلك التموّج في السوق وتحسين جودة خدماتها.

3.3. العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة: (خالد مصطفى قاسم، 2007، ص 37)

تعتبر المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة مفهومان مترابطان إذا نلاحظ أن نفس العناصر تقريبا التي تشملها المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة فالمفهوم متكاملان وكلاهما يخدم الآخر، بحيث تغير توجه المؤسسات في الآونة الأخيرة من التوجه لتحقيق الربح إلى التوجه نحو التحلي بالمسؤولية الاجتماعية لذلك انتهجت هذه المؤسسات تصرفات مجتمعية من خلال وضع مواثيق أخلاقيات الأعمال ومواثيق بيئية واجتماعية بالإضافة إلى تعظيم الربحية وجب عليها مراعاة معايير أخري والتي منها حماية البيئة والعدالة الاجتماعية ومن هذا المنطلق فإن أي مؤسسة تسعى إلى إدراج التنمية المستدامة في الإدارة مع المجتمع الذي تنشط في وسطه أن تأخذ المزيد من الخطوات بصفة طوعية من أجل تحسين نوعية حياة المجتمع.

ويشكل عملي فإن المؤسسة التي تود أن تمارس مسؤوليتها الاجتماعية وتساهم في تحقيق التنمية المستدامة عليها مراعاة ما يلي:

- احترام البيئة وتحقيق نظم الأمان في الانتاج والخدمات.
- اثراء الحوار الاجتماعي وتحسين ظروف العمل.
- احترام حقوق الانسان.
- محاربة الفساد والرشوة وتبييض الأموال.
- الالتزام وتحمل المسؤولية اتجاه المجتمع المحلي والمساهمة في التنمية المحلية.

- الحوار مع أصحاب المصالح واستشارتهم.
 - الانضمام إلى المعايير الدولية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة.
- رابعاً: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في تحقيق التنمية المستدامة ومعوقات تطبيقها.
- هناك بعض المعوقات التي تحول دون ممارسة المؤسسات للدور الاجتماعي وهي: (سمير مصطفى أبو مدللة، محمود حسين عيسى، 2016، ص 285)

- نقص برامج التوعية بالدور الاجتماعي للمؤسسات وغياب المعلومات عن أوجه العمل الاجتماعي.
- عدم وجود خطط واستراتيجيات واضحة ومحددة لممارسة المسؤولية الاجتماعية إما بسبب نقص ثقافة أصحاب العمل فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات أو بسبب عدم احتواء المؤسسات على وحدة إدارية متخصصة بالمسؤولية الاجتماعية.
- غياب التخطيط الاستراتيجي الذي يتضمن إدراج برامج العمل الاجتماعي في خطط واستراتيجيات المؤسسات.
- نقص الخبرات والكفاءات الإدارية في المؤسسات لأداء المسؤولية الاجتماعية.
- نقص الحوافز المخصصة لأصحاب الأعمال لتحفيزهم على المساهمة في أداء المسؤولية الاجتماعية واعتقادهم بأن الدور الاجتماعي يؤدي إلى انخفاض أرباح المؤسسات.
- نقص الموارد المالية اللازمة للمساهمة في الأنشطة المختلفة للمسؤولية الاجتماعية.

الخاتمة:

من خلال دراسة هذا الموضوع من خلال مفهوم المسؤولية الاجتماعية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتنمية المستدامة وكذا التطرق لأهم المعوقات التي تحول دون تبني المسؤولية الاجتماعية من أجل تحقيق التنمية المستدامة تم التوصل إلى النتائج التالية:

- غرس ثقافة المسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى تحقيق التنمية المستدامة.
- نقص برامج التوعية بالدور الاجتماعي للمؤسسات.
- غياب المعلومات عن مختلف أوجه الأداء الاجتماعي لها.
- وضع إطار قانوني يفرض على المؤسسات الأخذ بعين الاعتبار الجوانب الاجتماعية أثناء النشاط.
- إقامة دورات تكوينية للمسيرين قصد تعريفهم بمفهوم المسؤولية الاجتماعية وفوائدها.
- تشجيع المؤسسات على إدماج المسؤولية الاجتماعية في استراتيجياتها.

وقد تم التوصل للتوصيات التالية:

- ضرورة اهتمام المؤسسات بالمعنى الشامل ووضع رؤية مشتركة للمسؤولية الاجتماعية لكافة المؤسسات.
- ضرورة تبني سياسات تحفيزية للمؤسسات بهدف إضفاء روح التنافسية بين المؤسسات.
- ضرورة توعية أفراد المجتمع بأهمية المحافظة على البيئة وكيفية مساهمتهم في ذلك.

قائمة المراجع:

1. تامر ياسر البكري، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، (2001)، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.
2. توفيق عبد الرحيم يوسف (2002)، إدارة الأعمال التجارية الصغيرة، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.
3. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، المادة 11 من القانون 01-18 المؤرخ في 12-12-2011، المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، العدد 77، الصادر في 15-12-2011.
4. خالد مصطفى قاسم (2007)، إدارة البيئة والتنمية المستدامة في ظل العولمة المعاصرة، الدار الجامعية، الاسكندرية.
5. خيايه عبد الله، خيايه صهيب، (2012) المسؤولية المجتمعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (حالة الجزائر)، الملثقي الدولي الثالث لمنظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار.
6. دوجلاس موس شيت (2000)، مبادئ التنمية المستدامة، ترجمة بهاء شاهين، ط1، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة.
7. سعاد نائف البرنوطي (2005)، إدارة الأعمال الصغيرة، دار وائل، عمان.
8. سمير مصطفى أبو مدللة، محمود حسين عيسى، (2016)، آليات تعزيز المسؤولية الاجتماعية في مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني، مجلة سلسلة العلوم الانسانية، المجلد 18، العدد 2، جامعة الأزهر، غزة.
9. سيد محمد جاد الرب، (2010)، الأخلاقيات التنظيمية والمسؤولية الاجتماعية في منظمات لأعمال المعاصرة، دار الكتب المصرية، القاهرة.
10. طاهر محسن منصور الغالبي وصالح مهدي محسن العامري، (2005)، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.
11. عثمان محمد غنيم، ماجدة أبو زنت (2007)، التنمية المستدامة وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.
12. محمد الصيرفي، (2007)، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، ط1، دار الوفاء لطباعة والنشر، مصر.
13. محمد هيكل، (2003)، مهارات إدارة المشروعات الصغيرة، مجموعة النيل العربية، القاهرة.
14. ناصر مراد (2009)، التنمية المستدامة وتحدياتها في الجزائر، العدد 46، بحوث اقتصادية عربية.
15. نبيل جواد (2007)، إدارة وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان.
16. Alain Jounot (2004), le développement durable(100 question pour comprendre et agir), AFNOR editions.
17. Catherine leger-jarniou, quel accompagnement pour les créateurs qui ne souhaitent pas se faire se aider? Réflexions sur une paradoxe et proposition, communication au 4eme congre pour l'académie de l'entrepreneuriat, paris, 24-25 novembre .
18. Edward Barbier(1987), The concept of Sustainable economic development.

19. Olivier CULLIERE, DETERMINANTS INSTITUTIONNELS DE L'INTENSITE D'ACCOMPAGNEMENT A LA CREATION D'ENTREPRISE, Colloque « Accompagnement des jeunes entreprises : entre darwinisme et assistanat », centre d'étude et de recherche sur les organisations et le management (CEROM), Montpellier – 26 mai 2005.

"ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المشروعات الصغيرة"

دراسة ميدانية على المشروعات الصغيرة في الجمهورية اليمنية

The practice of social responsibility in small projects
Field study on small projects in the Republic of Yemen

د. ماجد قاسم عبده السباني

عضو هيئة تدريس جامعة العلوم والتكنولوجيا - اليمن

المخلص:

تهدف هذه الدراسة الى معرفة مدى ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المشروعات الصغيرة، وتقييم ممارسة المسؤولية الاجتماعية من حيث ابعادها وهي: (المسؤولية الاقتصادية، المسؤولية الاخلاقية، المسؤولية القانونية، المسؤولية الانسانية)، وقد اتبع الباحث اسلوب المنهج الوصفي التحليلي لجمع البيانات وتحليلها وتفسيرها، وشمل مجتمع البحث المشروعات الصغيرة لعدد (140) مشروع تم استهداف المدراء في تلك المشاريع ونوابهم، وخلصت نتائج الدراسة الى:

1. أكدت نتائج الدراسة ان هناك ممارسة للمسؤولية الاجتماعية من خلال أبعادها الأربعة (المسؤولية الاقتصادية، المسؤولية الاخلاقية، المسؤولية القانونية، المسؤولية الانسانية) بدرجة كبيرة وبمتوسط حسابي (3.75).
2. اكدت نتائج الدراسة ان هناك ممارسة للمسؤولية الاقتصادية لدى المدراء في المشروعات الصغيرة بدرجة كبيرة حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.71).
3. توصلت الدراسة الى ان هناك ممارسة للمسؤولية القانونية لدى المدراء في المشروعات الصغيرة بدرجة متوسطة وبمتوسط حسابي (3.37).
4. توصلت النتائج ان هناك ممارسة للمسؤولية الانسانية لدى المدراء في المشروعات الصغيرة بدرجة كبيرة إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.90).
5. توصلت النتائج ان هناك ممارسة للمسؤولية الاخلاقية لدى المدراء في المشروعات الصغيرة بدرجة كبيرة إذ بلغ المتوسط الحسابي (4.05).
6. لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية بين ابعاد المسؤولية الاجتماعية لدى المدراء في المشروعات الصغيرة تعزى الى المتغيرات الديمغرافية المتمثلة بـ (العمر، مدة الخبرة).
7. يوجد فروق ذات دلالة احصائية في ممارسة المسؤولية الاجتماعية لدى المدراء في المشروعات الصغيرة تعزى الى متغير (الجنس، المستوى التعليمي).

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، المسؤولية الاقتصادية، المسؤولية القانونية، المسؤولية الانسانية، المسؤولية الاخلاقية.

Abstract

The study aims at identifying the extent of social responsibility in small projects and evaluating the practice of social responsibility in terms of its dimensions (economic responsibility, moral responsibility, legal responsibility, human responsibility). The researcher followed the analytical descriptive method of collecting, analyzing and interpreting data, The research of small projects the project targeted (140) managers their deputies, the results of the study led to the following:

1. The results of the study confirmed that there was a practice of social responsibility through its four dimensions (economic responsibility, moral responsibility, legal responsibility, human responsibility) to a large degree and with an average of 3.75.
2. The results of the study confirmed that there was an exercise of the economic responsibility of managers in small projects to a large extent, where the mean (3.71).
3. The study found that there was a practice of legal responsibility for managers in small projects with a medium degree and an average of 3.37.
4. The results showed that there was a practice of human responsibility for managers in small projects, with an average of 3.90.
5. The results showed that there was a practice of ethical responsibility for managers in small projects, with an average of 4.05.
6. There are no statistically significant differences between the dimensions of social responsibility of managers in small projects due to the demographic variables represented by (age, duration of experience).
7. There are statistically significant differences in the practice of social responsibility among managers in small projects due to variable (gender, educational level).

Keywords: social responsibility, economic responsibility, legal responsibility, human responsibility, ethical responsibility.

المقدمة

إن الاهتمام بالنشاطات الاقتصادية ومتابعة ما تسعى الدورات الاقتصادية من تحقيقه من خلال زيادة التوجه نحو التنمية المستدامة والسعي للنمو الاقتصادي ، ومحاولة تدعيم الموجهات الاقتصادية التي تساعد على ذلك النمو وبما يحقق الرفاهية الاجتماعية والنمو الاقتصادي المنشود ، ولعل اهتمام الدول بالمشروعات الصغيرة نابع من أهمية تلك المشروعات ودورها الداعم والمساند في عمليات النمو وتحقيق التنمية المستدامة وكلما تمكنت الدول والمجتمعات من دمج المشروعات الصغيرة ضمن النشاط الاقتصادي بشكل فاعل يحقق الاهداف المرجوة من المنظومة الاقتصادية وبما يسهم في تعزيز التوجهات الحديثة في الممارسات الادارية.

وتعتبر المسؤولية الاجتماعية من التوجهات اللازم الاهتمام بها من قبل المنظمات وبما يحقق السعي الحديث نحو خدمة المجتمعات ومراعاة الجوانب الاقتصادية والانسانية والقانونية والاخلاقية التي تعتبر مدخلا هاما في رفد المجتمعات بتلك القيم اولا ثم في ترسيخ الممارسات الادارية التي تساندها، وقد أسهم

هذا الاهتمام في التركيز على المسؤولية الاجتماعية باعتبارها عنصر هام يبني عليه الكثير من تلك الممارسات التي تحقق اهداف التنمية واهداف النمو للمنظمات نفسها.

إن الاستثمار في النشاط الاجتماعي من الممكن أن يعزز قيمة الشركة في السوق المالي ورفع قدرتها في الوصول إلى رأس المال الاجتماعي مع المزايا الأخرى من بناء القدرة على تحقيق نتائج أفضل في مسائل زيادة الإنتاجية وتحسين التوظيف والرفع من الولاء للمنظمة والاحتفاظ بالموظفين وتعزيز دوافع العمل والإبداع. ما يؤدي الى تحسين علاقات المنظمة مع المجتمع وبالتالي التشجيع على تطوير الأعمال.

ولقد شهد موضوع المسؤولية الاجتماعية في الفترة الأخيرة انتشاراً واسعاً، واهتماماً كبيراً من طرف رواد الأعمال والباحثين في مجالات الإدارة والاقتصاد وكذلك المنظمات المهتمة بهذه الموضوعات، وباعتبار ان قياس ممارسة المسؤولية الاجتماعية للعاملين في المشروعات الصغيرة عامل مؤثر ومهم في تحسين أداءها حتى تستمر في تقديم دورا مجتمعيها هاما، فقد انطلق الباحث لقياس ممارسة المسؤولية الاجتماعية من خلال ابعادها في المشروعات الصغيرة في البيئة اليمنية، وحاولت هذه الدراسة التركيز على المسؤولية الاجتماعية في المشروعات الصغيرة باعتبارها شريك مع المنظمات المتوسطة والكبيرة في معالجة متطلبات العمليات الاقتصادية وتحقيق مستويات اداء ترضي جميع الاطراف المستفيدة وتحقيق اهدافها.

مشكلة الدراسة

من خلال استعراض الدور المنوط بالمشروعات الصغيرة في تبنى المبادئ والابعاد الاساسية للمسؤولية الاجتماعية وما لذلك من دور في ترسيخ الممارسات الاجتماعية بشكل كبير في المشروعات، واعتبار ان المشروعات الصغيرة من العناصر الرئيسة المحركة للاقتصاد بمساندة القطاعات المتوسطة والكبيرة من المشروعات، فإن الدراسة الحالية تسعى الى الاجابة عن التساؤلات التالي:

- ما مدى ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المشروعات الصغيرة؟ وتتكون من التفرعات التالية:

- أ. ما مدى ممارسة المسؤولية الاقتصادية في المشروعات الصغيرة ؟
- ب. ما مدى ممارسة المسؤولية القانونية في المشروعات الصغيرة ؟
- ج. ما مدى ممارسة المسؤولية الانسانية في المشروعات الصغيرة ؟
- د. ما مدى ممارسة بالمسؤولية الاخلاقية في المشروعات الصغيرة ؟

أهمية الدراسة

تأتي أهمية الدراسة الحالية من اعتبارها من:

- 1- الدراسات القليلة التي تطرقت الى أنشطة المشروعات الصغيرة في البيئة اليمنية وايضا لموضوع المسؤولية الاجتماعية في المشروعات الصغيرة تحديدا.
- 2- الاهتمام العالمي المنصب باتجاه التركيز على قيم المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية والادوار التي تقدمها المنظمة في هذا الاتجاه.
- 3- تسهم الدراسة في ترتيب اولويات المشروعات الصغيرة تجاه مسؤولياتها الاجتماعية ومدى تبنيتها لتلك المفاهيم بشكل اساسي وبالتالي توسيع وتطوير التوجه الاجتماعي الانساني لدى المنظمات بشكل عام والمنظمات الصغيرة بشكل أساس.
- 4- تقديم التوصيات اللازمة لتعزيز التوجه نحو المسؤولية الاجتماعية بشكل رئيس ضمن اجندة المنظمات والمشاريع بعيدا عن حجم نشاطها.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية الى مناقشة الموضوعات التالية:

- أ. التعرف على تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المشروعات الصغيرة.
- ب. التعرف على ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المشروعات الصغيرة من حيث الابعاد (المسؤولية الاقتصادية، المسؤولية القانونية، المسؤولية الانسانية، المسؤولية الاخلاقية)
- ج. التعرف على تأثير الفروق التي تعزى الى المتغيرات الشخصية (الجنس -العمر-المستوى التعليمي-مدة الخبرة) في المشروعات الصغيرة على المسؤولية الاجتماعية.

فرضيات الدراسة:

في ضوء مشكلة الدراسة وأهدافها يمكن للباحث حصر فرضيات الدراسة في الآتي:

الفرضية الأولى: (هناك ممارسة للمسؤولية الاجتماعية بشكل كبير في المشروعات الصغيرة) **ويتفرع منها :**

- الفرضية الفرعية الأولى: (هناك ممارسة للمسؤولية الاقتصادية في المشروعات الصغيرة).
- الفرضية الفرعية الثانية: (هناك ممارسة للمسؤولية الاخلاقية في المشروعات الصغيرة) .
- الفرضية الفرعية الثالثة: (هناك ممارسة للمسؤولية القانونية في المشروعات الصغيرة) .
- الفرضية الفرعية الثالثة: (هناك ممارسة للمسؤولية الانسانية في المشروعات الصغيرة) .

الفرضية الثانية: توجد هناك فروق ذات دلالة احصائية بين اراء افراد العينة تعزى الى الفروقات الفردية لعينة الدراسة وهي : (الجنس -العمر -المستوى التعليمي-مدة الخبرة) تجاه ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المشروعات المبحوثة.

منهج الدراسة

ان اختيار المنهج المناسب من الموجهات الاساسية لنجاح البحث العلمي ولعل اختيار المنهج البحثي يسهم في صياغة الطريقة والاداة المناسبة لتلك الدراسة، وانطلاقاً من طبيعة الدراسة والأهداف التي تسعى لتحقيقها، فقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي حيث يعد من الأساليب المستخدمة لقياس مستوى الممارسة عن الظواهر المختلفة وابعادها، وتم استخدام ذلك الاسلوب بما يخدم اهداف الدراسة الحالية وبما يحقق معرفة مستوى الممارسة للمسئولية الاجتماعية وابعادها المختلفة.

مجتمع وعينة الدراسة

يشمل مجتمع وعينة الدراسة المدراء في المشروعات الصغيرة اليمنية في محافظة اب، حيث تعتبر من المدن المستقرة والتي يمكن ان تكون نقطة قياس ومقارنة ببقية المدن بسبب احداث البلد الاستثنائية التي تمر بها منذ سنوات ، وتم التركيز على هذه العينة باعتبار المشروعات الصغيرة من المرتكزات الاساسية المحركة للاقتصاد اليمني والتي تأثرت الى حدما بظروف الحرب التي مرت بها البلاد ، إلا انها اسهمت بشكل اساسي في تجاوز الكثير من العقبات التي واجهت المجتمع ، واسهمت بشكل مباشر وغير مباشر في رفد الاقتصاد الوطني وضمان استمراريته من خلال تشغيل الايدي العاملة والقيام بمهام الوساطة بين المنظمات الكبيرة والزبائن ، وبالتالي فإن المدراء في المشروعات الصغيرة هم الأقرب إلى التعبير عن ممارسة المسؤولية الاجتماعية والفئة القادرة على تقييم ممارسة المسؤولية الاجتماعية في تلك المشروعات ، وقد كانت نسبة استجابة الباحثين والرد على الاستبيانات موضحة كما في الجدول رقم (1):

جدول رقم (1) الاستبيانات الموزعة والمسترجعة

م	البيان	العدد	الاستبيانات الموزعة	الاستبيانات المسترجعة	الاستبيانات التالفة	نسبة الاستجابة
1	مشروعات فردية	90	90	85	4	94%
2	مشروعات مشتركة	50	50	46	6	92%
	المجموع	140	140	131	10	94%

أساليب جمع البيانات:

تم الاعتماد في جمع البيانات والمعلومات اللازمة لتحقيق أهداف الدراسة على:

أولاً: المصادر الأولية: ويعبر عنها من خلال البيانات المجمعة عن طريق الاستبانة المصممة لتحقيق اهداف الدراسة، فضلاً عن الزيارات التي تمت للمشروعات الصغيرة ومدرائها.

ثانياً: المصادر الثانوية: وتشمل الكتب والمراجع والدوريات والبحوث العربية والأجنبية التي تطرقت الى موضوع الدراسة.

أداة الدراسة:

تضمنت قائمة الاستبانة مجموعتين من الأسئلة موزعة على فقرات، المجموعة الأولى التي تضمنت أربعة متغيرات تهدف إلى جمع البيانات الشخصية الخاصة بالمبحوث وهي: (الجنس - العمر - المستوى التعليمي - مدة الخبرة).

والمجموعة الثانية والتي تهدف فقراتها إلى تحديد مدى موافقة أو عدم موافقة المبحوثين على ابعاد الدراسة حيث تضمنت أربع مجموعات موزعة كما يلي:

جدول رقم (2) يوضح توزيع فقرات الاستبانة على ابعاد الدراسة

م	البعاد	عدد الفقرات	النسبة
1	المسؤولية الاقتصادية	7	26%
2	المسؤولية القانونية	7	26%
3	المسؤولية الانسانية	7	26%
4	المسؤولية الاخلاقية	6	22%
	مجموع الفقرات	27	100%

صلاحية أداة الدراسة:

تم اختبار اداة الدراسة بهدف معرفة مدى الاعتماد عليها في التعبير عن نتائج الدراسة، وذلك من خلال اختبار الثبات الداخلي الفاكرونباخ للاتساق الداخلي (Alpha coefficient)، حيث بلغت قيمة هذا المعامل في مجموعه الى (93%) موزعة على ابعاد الدراسة (82%، 75%، 84%، 73%) على التوالي على ابعاد الدراسة، وهذه النسب تؤكد صلاحية الاستبانة للاستخدام في الدراسة الحالية، وتم استخدام اختبار بيرسون لمعرفة مدى ترابط الفقرات بين المحور العام للمسؤولية الاجتماعية وأبعاده الاربعة، وذلك بقصد التعرف على معدلات قبول الاستبانة وثباتها، حيث حصل معامل بيرسون على قيم الارتباط (91%، 87%، 83%، 87%) على التوالي على ابعاد الدراسة المختلفة، وقد كانت نتائج الاختبارات كالاتي :

جدول رقم (3) يوضح ثبات فقرات الاستبانة من خلال معامل الفا كرونباخ، ومعامل بيرسون للارتباط

م	البعاد	عدد الفقرات	معامل الفاكرونباخ *	معامل اختبار بيرسون (مستوى العلاقة) **
1	المسؤولية الاقتصادية	7	82%	0.911
2	المسؤولية القانونية	7	75%	0.87
3	المسؤولية الانسانية	7	84%	0.834
4	المسؤولية الاخلاقية	6	73%	0.874
	مجموع الفقرات	27	93%	01

- تعتبر قيمة المعامل مقبولة اذا زادت عن 60% .
- تعتبر العلاقة قوية اذا زادت عن 70% .

واستخدم الباحث مقياس ليكرت الخماسي لقياس الإجابة عن فقرات الاستبانة حيث يحتسب طول الفئة لممارسة الموافقة لكل الفقرات بإضافة 0.80 الى الدرجة 1 (منخفض جدا) ووفقا للمقياس الموضح بالجدول التالي:

جدول رقم (4) يوضح مقياس أداة الدراسة

الرأي	كبير جدا	كبير	متوسط	منخفض	منخفض جدا
الدرجة	5	4	3	2	1
طول الفئة	4.20-5	4.20-3.40	3.40-2.60	2.60-1.80	1-1.80

حدود الدراسة

تقتصر الدراسة الحالية على الحدود الآتية:

- 1- الحدود البشرية : اقتصرت الدراسة على المدراء في المشروعات الصغيرة ونوابهم.
- 2- الحدود المكانية : تم إجراء الدراسة الميدانية على المشروعات الصغيرة في الجمهورية اليمنية محافظة اب .
- 3- الحدود الزمنية : تم إجراء الدراسة الميدانية خلال العام 2019 م.

أساليب التحليل الإحصائي:

تمت عملية تحليل البيانات عن طريق تطبيق الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة وأهداف الدراسة، وذلك باستخدام حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS (Statistical Package For Social Sciences)، وتم استخدام الأساليب الآتية:

- 1- التعرف على خصائص أفراد الدراسة عن طريق التكرارات والنسب المئوية.
- 2- التعرف على المعلومات الأولية لإجابات المبحوثين من خلال المتوسط الحسابي Mean والانحراف المعياري Standard Deviation .
- 3- اختبار الثبات الداخلي الفاكرونباخ للاتساق الداخلي (Alpha coefficient) .
- 4- اختبار بيرسون لمعرفة العلاقة بين الأبعاد المختلفة والمحور الرئيس المسؤولية الاجتماعية .
- 5- استخدام اختبار T-TEST لاختبار فرضيات الدراسة على ممارسة أبعاد الدراسة .
- 6- استخدام أسلوب تحليل التباين (ANOVA) لإثبات فرضيات الدراسة أو رفضها تجاه المتغيرات الشخصية الواردة في استمارة الاستبانة.

الدراسات السابقة

لقد حرص الباحث على تجميع الدراسات السابقة الحديثة التي تطرقت لموضوع المسؤولية الاجتماعية في المنظمات المختلفة، وبالرغم من وجود دراسات اجنبية وعربية قد تطرقت لموضوع المسؤولية

الاجتماعية إلا ان الدراسات اليمينية قليلة في هذا الاتجاه بحسب اطلاع الباحث، وقد تلخص دراستها وتطبيقها في المنظمات الكبيرة ولا توجد دراسات حول تطبيقها في المنظمات الصغيرة في البيئة اليمينية ، وقد حرص الباحث على اختيار الدراسات التي ترتبط بالموضوع والابتعاد عن الدراسات التي تطرقت الى موضوعات بعيدة ومختلفة عن ما يخدم الدراسة الحالية، وفيما يلي استعراض للدراسات التي تم اختيارها ووفقا للاتي:

الباحث والعام	(عمار، 2016)
عنوان الدراسة	دور المسؤولية الاجتماعية في التنمية المستدامة
اهداف الدراسة	تهدف الدراسة الى التعرف على: - واقع المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال السورية. - مدى التزام المنظمات بالمساهمة في تحقيق الاهداف الانمائية للألفية 2000-2015.
نتائج الدراسة	توصلت الدراسة الى: - يوجد إدراك لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات المبحوثة. - يوجد تبني لبرامج وانشطة المسؤولية الاجتماعية للمنظمات. - تسعى المنظمات المبحوثة الى تحقيق التنمية المستدامة. - توجد علاقة بين تبني المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة بشكل قوي وطردى. - توجد علاقة بين نوع القطاع وتبني المسؤولية الاجتماعية. - لا توجد فروق تعزى الى نوع قطاع العمل والمساهمة في تحقيق الاهداف الانمائية للألفية 2000-2015م.
علاقتها بالدراسة الحالية	تتشارك الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث معرفة مدى تبني المسؤولية الاجتماعية، وايضا معرفة الفروق التي تعزى الى البيانات الشخصية. وتختلف عنها من حيث مكونات ابعاد المسؤولية الاجتماعية ومن حيث التطرق الى التنمية المستدامة. مجتمع الدراسة: اشتمل مجتمع هذه الدراسة على المنظمات الاعمال السورية الاعضاء في منظمة الميثاق العالمي للمسؤولية الاجتماعية للشركات وعددها 42 منظمة، بينما اشتملت الدراسة الحالية على المنظمات الصغيرة في الجمهورية اليمينية.
الباحث والعام	(أبو هرييد، 2017)
عنوان الدراسة	دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية
اهداف الدراسة	هدفت الدراسة الى: - التعرف على المسؤولية الاجتماعية في شركة توزيع الكهرباء غزة. - دراسة مستوى توافر الميزة التنافسية. - معرفة أثر المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية.

نتائج الدراسة	تم التوصل الى النتائج التالية: - ان مستوى تطبيق ابعاد المسؤولية الاجتماعية كانت متوسطة. - ان مستوى توافر الميزة التنافسية كان بدرجة متوسطة. - توجد علاقة ارتباط بين المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية. - يوجد اثر ذو دلالة احصائية للمسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية. - وجود فروق معنوية تعزى للمتغيرات الشخصية تجاه المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية.
علاقتها بالدراسة الحالية	تتشابه ابعاد المسؤولية الاجتماعية في الدراسة الحالية والسابقة من حيث (المسؤولية القانونية، المسؤولية الانسانية-المسؤولية الاقتصادية)، وتختلف الدراسة من حيث المحور الثاني حول الميزة التنافسية، ويشمل مجتمع الدراسة شركة توزيع الكهرباء في غزة بينما الدراسة الحالية تشمل المشروعات الصغيرة في الجمهورية اليمنية.
الباحث والعام	(ابراهيم، 2015)
عنوان الدراسة	أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء
اهداف الدراسة	هدفت الدراسة الى: - التعرف على أثر المسؤولية الاجتماعية على الاداء. - دراسة مستوى ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الشركات المساهمة السورية. - معرفة مستوى الاداء في المنظمات المبحوثة.
نتائج الدراسة	كانت نتائج الدراسة كالتالي: - يوجد اثر ذو دلالة احصائية للمسؤولية الاجتماعية على الاداء. - تمارس الشركات المسؤولية الاجتماعية بدرجة متوسطة. - يمارس الاداء بمستوى متوسط في الشركات المبحوثة.
علاقتها بالدراسة الحالية	تم تطبيق الدراسة في الشركات المساهمة السورية وتم تطبيق الدراسة الحالية في المشروعات الصغيرة في البيئة اليمنية، وتشابه الدراستين من حيث ابعاد المسؤولية الاجتماعية.
الباحث والعام	(الحمدي ، 2003)
عنوان الدراسة	الابعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية وانعكاساتها على رضا المستهلك
اهداف الدراسة	هدفت الدراسة الى: - مدى التزام المنظمات بالأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية وانعكاساتها على رضا المستهلك. - مستوى الالتزام بالمنظمات بأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية. - التعرف على مستوى رضا المستهلك.
نتائج الدراسة	اهم نتائج الدراسة:

<p>- ان درجة التزام المنظمات تجاه المتغيرات التسويقية للمسؤولية الاجتماعية كانت اعلى من الوسط الفرضي.</p> <p>- ان رضا المستهلك حول ما تقوم به تلك المنظمات كان ضعيفا.</p> <p>- عدم التزام المنظمات بالأسعار المثبتة على المنتجات الغذائية.</p>	
<p>تم تطبيق الدراسة على عينة من المستهلكين في البيئة اليمنية وايضا على المدراء في المنظمات الصناعية الغذائية، واقتصر تطبيق الدراسة الحالية على المشروعات الصغيرة في الجمهورية اليمنية، وتتشابه الدراستين من حيث دراسة الابعاد الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية من خلال النظرة التسويقية ومن خلال النظرة الادارية.</p>	<p>علاقتها بالدراسة الحالية</p>
<p>(الجناعي، أبو هادي، 2018)</p>	<p>الباحث والعام</p>
<p>ابعاد المسؤولية الاجتماعية الملزمة وغير الملزمة وعلاقتها بالأداء التنظيمي</p>	<p>عنوان الدراسة</p>
<p>يهدف البحث الى:</p> <p>- قياس ابعاد المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالأداء التنظيمي في شركات الاتصالات اليمنية.</p>	<p>اهداف الدراسة</p>
<p>توصل البحث الى النتائج التالية:</p> <p>- وجود اثر ايجابي ذو دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية بأبعادها الملزمة وغير الملزمة بالأداء التنظيمي.</p> <p>- وجود علاقة ارتباط موجبة وقوية بين المسؤولية القانونية، المسؤولية الانسانية ومتوسطة للبعد الانساني بالأداء التنظيمي لمنظمات الاتصالات اليمنية.</p> <p>- مستوى الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية من قبل الشركات كان كبيرا.</p>	<p>نتائج الدراسة</p>
<p>طبقت عينة هذا البحث في شركات الاتصالات اليمنية، وتم تطبيق والدراسة الحالية في المشروعات الصغيرة بالجمهورية اليمنية، اشتركت الدراستين في مكونات ابعاد المسؤولية الاجتماعية واختلفت من ناحية المحور الثاني الخاص بالأداء التنظيمي</p>	<p>علاقتها بالدراسة الحالية</p>
<p>(Nelson ,Venky ,2013)</p>	<p>الباحث والعام</p>
<p>تطبيق المسؤولية الاجتماعية ضمن مهام كلية ادارة الاعمال من وجهة نظر الطالب</p>	<p>عنوان الدراسة</p>
<p>هدفت الدراسة الى التعرف على مدى امكانية دمج مفاهيم المسؤولية الاجتماعية وتطويرها ضمن أنشطة كليات الاعمال وبما يخدم الطالب ويحقق الاهتمام بالقضايا المجتمعية والبيئية على حد سواء ضمن المناهج الدراسية.</p>	<p>اهداف الدراسة</p>
<p>توصلت الدراسة الى امكانية تطبيق مفاهيم المسؤولية الاجتماعية ضمن مناهج التعليم في ادارة الاعمال وان دورها مهم في تشكيل الاجيال الجديدة، وحاجة المناهج الى اضافة تعديلات تتلاءم مع تطبيقات المسؤولية الاجتماعية.</p>	<p>نتائج الدراسة</p>
<p>تشترك الدراستين من حيث اهمية تطبيق المسؤولية الاجتماعية ضمن الخطط المستقبلية سواء</p>	<p>علاقتها بالدراسة</p>

الحالية	في الجامعات او المشاريع بمختلف أنواعها.
الباحث والعام	(Thomsen & Coa, 2013)
عنوان الدراسة	المسؤولية الاجتماعية للشركات ووكالات العمل
اهداف الدراسة	تهدف الدراسة الى التعرف على مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات باستخدام دراسة الحالة لإحدى المنظمات الباكستانية، والتعرف على مقاييس المسؤولية الاجتماعية في تلك المنظمة.
نتائج الدراسة	توصلت الدراسة إلى أن المسؤولية الاجتماعية لها دور كبير على الأداء والعمل في تلك المنظمة وان كان محدودا في بعضها و متميز على المستوى العام.
علاقتها بالدراسة الحالية	التطرق الى المسؤولية الاجتماعية بشكل عام حيث ركزت الدراسة على المسؤولية الانسانية والخيرية بشكل أساس، واشتملت الدراسة الحالية على العديد من الأبعاد -اقتصادية -قانونية -إنسانية-أخلاقية.
الباحث والعام	(Jhawar,gupta ,2017)
عنوان الدراسة	فهم المسؤولية الاجتماعية للشركات -تاريخها وتطوراتها
اهداف الدراسة	تهدف الدراسة الى التعرف على مسؤوليات الشركات تجاه المسؤولية الاجتماعية من ناحية الابعاد (الاقتصادية -الاجتماعية-البيئية) ومعرفة مدى التطور الذي رافق اهتمام الشركات بتلك المجالات.
نتائج الدراسة	توصلت الدراسة الى ان هناك تطور في الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الامريكية وكانت رائدة في ذلك المجال وبالتحديد في المجال الخيري الاجتماعي وهناك تركيز على البعد البيئي ايضا، ويعتبر الاهتمام بالعناصر الثلاثة من الاتجاهات الهامة التي يوجد تركيز عليها.
علاقتها بالدراسة الحالية	ركزت الدراسة على النظرة التاريخية للمسؤولية الاجتماعية في المنظمات الامريكية من حيث البعد البيئي والبعد الاجتماعي والبعد الاقتصادي، بينما اشتملت الدراسة الحالية على اربعة ابعاد للمسؤولية الاجتماعية واختلفت الدراسات من حيث مجتمع التطبيق.
الباحث والعام	(Godos-Díez , García, González,2018)
عنوان الدراسة	العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات واستراتيجيات التدويل دراسة في اسبانيا
اهداف الدراسة	تهدف الدراسة الى معرفة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات واستراتيجيات التدويل التي تهدف للتوسع في العمليات وتحسين موقعها التنافسي.
نتائج الدراسة	توصلت الدراسة الى وجود علاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال المسؤولية المجتمعية والاقتصادية والبيئية وبين استراتيجية التوسع، وبالتالي فان الشركات تهتم بشكل كبير لرأي المجتمع ومحاولة الحصول على ثقة اصحاب المصالح، وتوصلت النتائج إلى اسهام مكونات المسؤولية الاجتماعية في قدرة الشركات المبحوثة على التوسع والنمو وتجنب

المخاطر.	
ركزت الدراسة على المسؤولية الاجتماعية بشكل عام من حيث وجهة النظر البيئية والاقتصادية وتأثيرها على استراتيجية النمو في المنظمات الاسبانية، بينما كانت الدراسة الحالية مهتمة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية الاربعة فقط وتم التطبيق في المشروعات الصغيرة بشكل اساس.	علاقتها بالدراسة الحالية

الإطار النظري

مفهوم المسؤولية الاجتماعية

إن اعتبار المسؤولية الاجتماعية التزام رئيسي من المنظمات تجاه المجتمع وامام منظمات المجتمع المدني والدول جعلها تحظى باهتمام كبير من قبل الكتاب والباحثين وان كان النظر للمفهوم يختلف بحسب الفترة الزمنية والمتغيرات المحيطة بظروف الكاتب ومرحلة التطور الذي وصل اليه الوعي المجتمعي والتركيز البحثي، لذلك فقد تم تناول الموضوع باتجاهات متفاوتة تبعاً لذلك التطور ومتناسقا مع ازدياد درجة التركيز على مدى ممارسة وتطبيق تلك المتغيرات.

ومن خلال ذلك ظهرت العديد من التعريفات لمصطلح المسؤولية الاجتماعية نورد اهم تلك التعريفات في الجدول الاتي:

جدول رقم (5) يوضح تعريفات المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر عدة باحثين

الكاتب والعام	التعريف
(Bronn , Vrioni,2001)	الافعال والانشطة الاجتماعية التي تؤديها المنظمة والتي تستهدف من خلالها اشباع الحاجات الاجتماعية
(البكري ، 2001 ، 5)	عقد بين المنظمة والمجتمع تلتزم بموجبه المنظمة بإرضاء المجتمع وبما يحقق مصلحته وينظر إليها على أنها التزام من قبل المنظمة تجاه المجتمع الذي تعيش فيه من خلال قيامها بالكثير من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر ومكافحة التلوث وخلق فرص العمل حل الكثير من المشاكل: الصحة، الإسكان، المواصلات، وغيرها من الخدمات
(الحمدي ، 2003 ، 40).	التزام أخلاقي بين المنظمة والمجتمع، تسعى من خلاله المنظمة إلى تقوية الروابط بينها وبين المجتمع بشكل عام، والذي ينعكس بدوره على نجاحها و تحسين أدائها المستقبلي

التزام لتحسين رفاه المجتمع، من خلال الممارسات التجارية للمنظمة ومساهمات مواردها في رفاه المجتمع	(Kotler&Lee,2005,p23)
عقد بين المنظمة والمجتمع تلتزم بموجبه المنظمة بإرضاء المجتمع وبما يحقق مصلحته وينظر إليها على أنها التزام من قبل المنظمة تجاه المجتمع الذي تعيش فيه من خلال قيامها بالكثير من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر ومكافحة التلوث وخلق فرص العمل حل الكثير من المشاكل: الصحة، الإسكان، المواصلات، وغيرها من الخدمات	(الغالبي، العامري، 2008 ،96)
ادارة الاثر الايجابي للمنظمة على المجتمع، والبيئة من خلال عملياتها، والمنتجات، او الخدمات ومن خلال تفاعلها مع اصحاب المصلحة الرئيسيين، مثل الموظفين والمستثمرين والموردين	(Nelson, Venky,2013)
فكرة يجب على صانع القرارات أن يأخذها في اعتباره عند اتخاذ قراراته لتحقيق رفاهية الجماهير وأن يكون هذا عن طواعية واختيار وليس خوفا من النقد والتهديد باستخدام القانون.	أبو النصر، 2015 ، 30
هي مسؤولية المنظمة تجاه تحقيق اهداف جميع اصحاب المصالح المرتبطون بها من عاملون وزبائن ومساهمون وموردين وموزعين وحكومة ومنافسين ووسائل اعلام ومنظمات المجتمع المدني والبيئة	(عبد الله، 2016، 401)

ومن خلال استعراض ما سبق من التعريفات فان الباحثون يركزون على اعتبار ان المسؤولية التزام تجاه المجتمع والحكومة وأصحاب المصالح يعبر عنها بأشكال مختلفة وأنشطة متنوعة ، وان الباحث يرى أن المسؤولية الاجتماعية هي (الالتزام تتحمل المنظمة تبعاته بشكل اختياري امام المجتمع والحكومة وأصحاب المصالح المختلفون وتظهر ضمن تقارير اداء المنظمة بمراعاة الجوانب الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والإنسانية والبيئية في مختلف أنشطة وفعاليات المنظمة ، وبما يحسن الصورة الذهنية للمنظمة ويسهم في تحقيق ميزة تنافسية اضافية يمكن قياسها وتنميتها مستقبلا).

أهمية المسؤولية الاجتماعية

إن تتبع التطور التاريخي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية يظهر أن تبني هذا المفهوم جاء نتيجة للتغيرات الناتجة عن تطور تطبيقات النظم الاقتصادية والثقافية والسياسية في المجتمعات المتنوعة، وبالتحديد تطبيق النظام الرأسمالي والنظام الشيوعي والأنظمة المنبثقة عنها، وكذلك ظهور حركات الاهتمام بالمستهلكين ومنظمات الاهتمام بالبيئة وحقوق الإنسان، وبالتالي أصبح الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية نابعا من الأسباب الآتية:

1- ظهور بعض الممارسات الاقتصادية الجديدة:

حيث ظهرت العديد من التحديات التي تواجه المنظمات والاقتصادات العالمية مثل عدم تحقيق العدالة الاجتماعية بين الدول والمجتمعات وايضا ظهور المطالبات بتحسين وضع ذوي الدخل المحدود ويجاد حلول للبطالة واعادة توزيع الثروات ومواجهة تغول الشركات والحرية الناتجة عن اتفاقيات التجارة العالمية وما نتج عنها، وكذلك بروز بعض المشكلات الاقتصادية التي تسببت في كوارث اقتصادية مثل الازمة المالية العالمية والتغيرات الحاصلة في التكتلات الاقتصادية.

2- الاهتمامات العلمية:

حيث بدء الباحثين في السعى الى دراسة اسباب الكثير من الظواهر الاقتصادية والسياسية والثقافية التي ادت الى حدوث بعض الكوارث وبالتالي عجز النظم الاقتصادية في معالجة بعض الظواهر كليا أو جزئيا وقصورها في تحقيق ما كانت تسعى لتحقيقه فأسهمت تلك التطورات العلمية والبحثية في ظهور مبادئ جديدة تبنى على احترام حقوق الانسان وتركز على أدوار الدول والمنظمات في تعزيز هذا الاتجاه وبالتالي بروز المسؤولية الاجتماعية كمحصلة لتلك الجهود.

3- التوسع الكبير في حجم المنظمات:

ان من أهم القوى الدافعة لتبني المنظمات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية توسع ونمو المنظمات عالميا، حيث أضحت العديد من المنظمات متعددة الجنسية تدعم اتجاهات المسؤولية الاجتماعية وأصبحت تركز في انشطتها على ابراز الدور المجتمعي والأخلاقي لتلك المنظمات من خلال الاهتمام بحقوق الإنسان، وتوفير ظروف عمل مناسبة للعاملين، والاهتمام بقضايا البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية.

4- الاهتمام الحكومي والتشريعي:

حيث ظهرت العديد من التشريعات التي تنادي بضرورة حماية الزبائن والمجتمع والبيئة من تغول بعض المنظمات وممارستها السلبية، الأمر الذي قد يسبب للمنظمات خسائر كبيرة إذا ما حاولت عدم الالتزام بتلك التشريعات، وبالتالي مراعاتها ضمن موازنات وفعاليات وأنشطة المنظمة المختلفة.

5- تبني المسؤولية الاجتماعية للمنظمات بهدف تحقيق مكاسب:

تتبنى برامج المسؤولية الاجتماعية في المنظمات بهدف تحسين سمعة المنظمة وبناء علاقات قوية مع مختلف منظمات المجتمع المدني وأيضاً الحكومات والزبائن والحفاظ على الموارد البشرية ضمن إطار المنظمة.

6- ظهور الفضائح الأخلاقية:

حيث تعرضت الكثير من المنظمات العالمية لقضايا أخلاقية، مما جعلها تتكبد أموالاً طائلة كتعويضات للضحايا أو خسائر نتيجة المنتجات التي صنعت بشكل لا يناسب البيئة والإنسان، وتمثلت أهم العوامل الداعمة لظهور تلك الفضائح بروز الاتحادات والنقابات المهنية وجمعيات حماية المستهلك والبيئة.

7- التكنولوجيا:

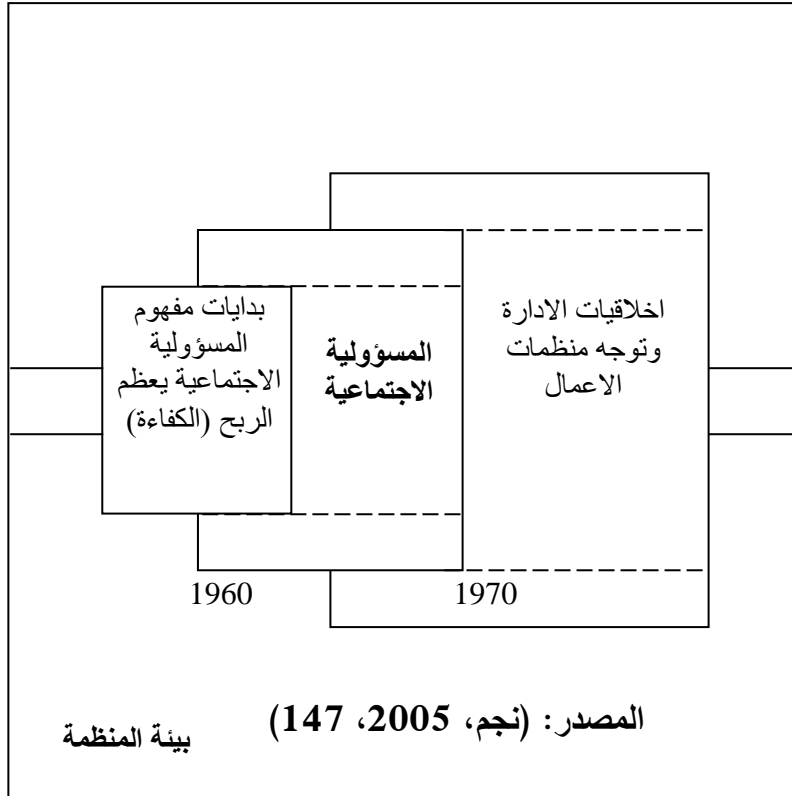
وهي التطورات التي صاحبها تحديات عديدة أمام منظمات الأعمال فرضت عليها ضرورة الالتزام بتطوير المنتجات بما يتناسب والتغيرات في أذواق المستهلكين وتنمية مهارات متخذي القرار، خاصة في ظل التحول من الاقتصاد الصناعي إلى اقتصاد المعرفة، وزيادة الاهتمام برأس المال البشري. إضافة إلى التطور التكنولوجي في المجال الاعلامي حيث توسعت مواقع التواصل الاجتماعي والتقنوات الفضائية والمواقع الالكترونية وأصبحت منابر لعرض واقع المنظمات الايجابي والسلبى بحيث تؤثر على الزبائن والحكومات والمجتمع بشكل مباشر وكبير.

ارتباط المسؤولية الاجتماعية بأخلاقيات العمل

إن أخلاقيات العمل هي الإطار الشامل الذي يحكم التصرفات والأفعال تجاه شيء ما، وتوضح ما هو مقبول أو صحيح وما هو مرفوض أو خاطئ بشكل نسبي في ضوء المعايير السائدة في المجتمع بحكم العرف والقانون، والذي تلعب فيه الثقافة المنظمة والقيم وأنظمة المنظمة وأصحاب المصالح دوراً أساسياً في تحديده. ويمكن ان نتوصل الى ان هناك علاقة متداخلة بين المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل اذ ان أولوية الكفاءة في تعظيم موارد المنظمة من أرباح وما شابه ذلك، في حين نرى أن المرحلة الثانية كانت التركيز على المسؤولية الاجتماعية في الادبيات الإدارية إلى جانب التأكيد على الكفاءة خلال سنوات السبعينات ومن ثم الانتقال أو التحرك إلى التركيز على أخلاقيات الإدارة إلى جانب المسؤولية الاجتماعية والكفاءة. والشكل التالي (1) يوضح أبعاد هذا التداخل (نجم، 2000، 147).

شكل رقم (1)

يوضح ارتباط المسؤولية الاجتماعية بأخلاقيات الاعمال



ثالثا: أبعاد المسؤولية الاجتماعية

تسعى المنظمات المسؤولة اجتماعيا نحو الاهتمام بالمجتمع من خلال الاهتمامات الاقتصادية، والقانونية، والاخلاقية، والانسانية، وتتمثل المسؤولية الاجتماعية في مجموعة الأنشطة او الالتزامات الطوعية او غير الطوعية التي تتطلع بها المنظمة، وتفي ببعض الاحتياجات التي قد لا تعود بالمنفعة المباشرة على المنظمة، ويتباين الباحثين في وصف ابعاد المسؤولية الاجتماعية من حيث المسمى ويتم الاتفاق على المعنى والمضمون بشكل كلي، وتقوم ابعاد المسؤولية الاجتماعية على التوزيع الاتي: (نجم، 2005) (البكري، 2001) (الحمدي، 2003) (الغالي، العامري، 2008)

أولا: البعد الاقتصادي

ان على المنظمات الالتزام بأن يكون تقدم منتجات نلبي الحاجات اللازمة للزبون وللمجتمع، وتبنى المسؤولية الاقتصادية على اعتبار ان المسؤولية الاجتماعية ببعدها الاقتصادي تتمثل اولا بتحقيق الربح الذي يمكن المنظمة من تغطية التكاليف المستقبلية، فإن لم تتمكن من تغطية التكاليف من خلال تحقيق الأرباح فإنها ستجد صعوبة في تلبية أي مسؤوليات اجتماعية أخرى، إضافة لتحقيق الربح لأصحاب المصالح المرتبطين بالمنظمة.

ثانياً: البعد الانساني

يبني البعد الانساني على مراعاة المعايير والقيم الاجتماعية السائدة في المجتمع عن طريق اسهام المنظمة في تنمية وتطوير المجتمع وتحسين نوعية الحياة ، لهذا يتم التركيز على المنتجات والخدمات المقدمة بما يتوافق ونوعية الحياة في المجتمع، كما يتم التركيز على تقديم الحاجات الأساسية في المجتمع.

ثالثاً: البعد القانوني

يمثل البعد القانوني التزام المنظمة بالقوانين، والتشريعات، والانظمة التي وضعتها الدول وتعد بمثابة تشجيع، والتزام المنظمات بأن تنتهج سلوك مسؤول، ومقبول في انشطتها، ومخرجاتها المقدمة للمجتمع، وان لا ينتج عنها أي ضرر، ولا ينعكس هذا السلوك على حدود علاقة المنظمة مع المجتمع فقط، بل يعمل على حماية المنظمات بعضها من بعض من جراء أساليب المنافسة غير العادلة التي قد تحصل. وهو التزام تجاه القوانين السائدة، وأن تخضع المنظمة للقوانين المتعلقة بالإنتاج والاستهلاك، والضرائب، والرسوم المفروضة، وهي ملزمة للمنظمات كونها قوانين محددة ومكتوبة، ويترتب على عدم الالتزام بالقوانين عقوبات محددة، ومنصوص عليها.

رابعاً: البعد الاخلاقي

يبني البعد الاخلاقي على اعتبار أن المنظمة مبنية على أسس أخلاقية وأن تمتنع عن الممارسات التي تسبب إيذاء الآخرين وتقليل الممارسات التي قد تؤثر سلباً على الزبائن وعلى المجتمع، وان تساعد في تعزيز الجوانب الاخلاقية الايجابية من خلال منتجاتها والترويج الاخلاقي لتلك المنتجات ومراعاة الاهتمامات المحلية والعالمية تجاه اخلاقيات الاعمال.

استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية:

بناءً على التحليل البيئي الذي تقوم به المنظمة لقضايا المسؤولية الاجتماعية من أجل إبراز نقاط القوة والضعف وتحدد الفرص والتهديدات المحيطة بها، فإن المنظمة عادة ما تتعامل مع هذه القضايا بإستراتيجيات رئيسية، يتمحور الأداء الاجتماعي للمنظمة حول أربعة استراتيجيات تتمثل فيما يلي: (البكري، 2001، 25)(الغالبي ، العامري ، 2008 ، 98).

❖ إستراتيجية الممانعة:

بموجب هذه الإستراتيجية فإن إدارة المنظمة تتجنب الالتزام بأي دور اجتماعي وبيئي، وتتحاشى الإنفاق على الأنشطة الاجتماعية والبيئية، ويتم التركيز على الأولويات الاقتصادية، وتعرض هذه الإستراتيجية اهتماماً بالأولويات الاقتصادية لمنظمات الأعمال دون تبني أي دور اجتماعي لأنه يقع خارج نطاق مصالحها التي يجب أن تتركز على تعظيم الربح و العوائد الأخرى.

❖ الإستراتيجية الدفاعية:

تهتم منظمة الاعمال وفقاً لهذه الإستراتيجية بالقيام بأقل ما هو مطلوب منها قانونياً، أي الحد الأدنى القانوني المفروض كدور اجتماعي وبيئي، وتعني القيام بدور اجتماعي محدود جداً بما يتطابق مع المتطلبات القانونية المفروضة فقط، و هو لحماية المنظمة من الانتقادات و بالحد الأدنى، و يقع هذا الدور ضمن المتطلبات الخاصة بالمنافسة و ضغوط الناشطين في مجال البيئة من خلال مواجهة المسؤوليات الاقتصادية والقانونية. فمع زيادة الضغوط التنافسية والسوقية وزيادة الأصوات التي تنادي بحماية المستهلك والبيئة تلجأ إدارة المنظمة إلى المناورات القانونية كتكتيك للمحاولة من تقليل أو تحاشي الالتزامات المرتبطة بالمشاكل التي تسببها المنظمة، وبالتالي حمايتها من الوقوع في مسائلة قانونية.

❖ إستراتيجية التكيف:

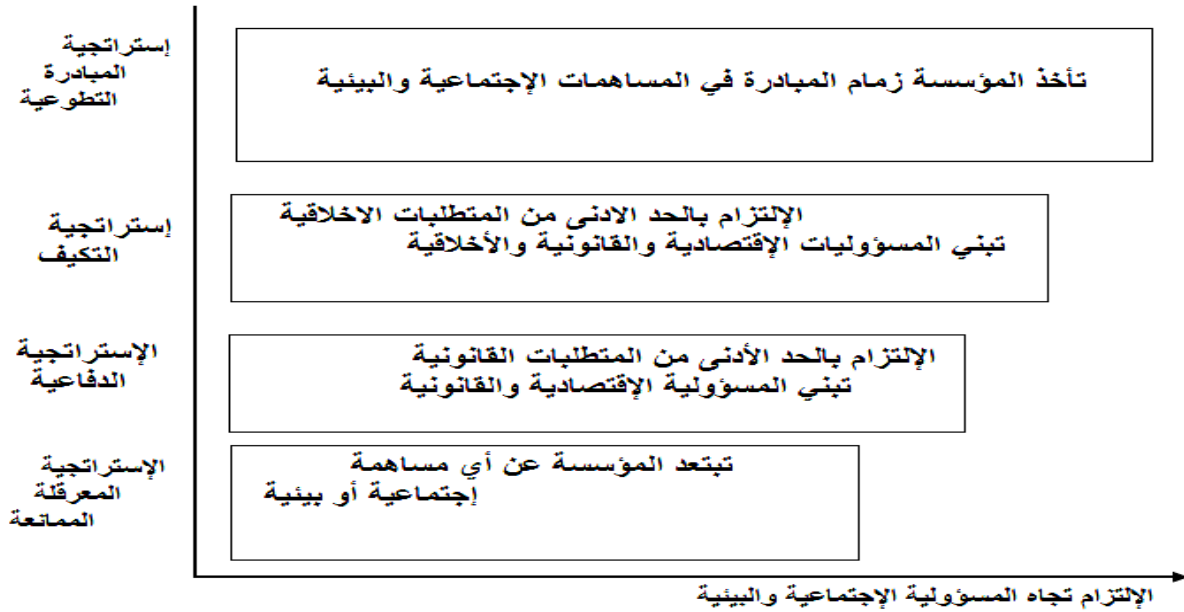
تتعلق هذه الإستراتيجية بالتزام منظمات الاعمال بالمسؤوليات الاقتصادية والقانونية ثم تراعي بعد ذلك المتطلبات الأخلاقية من خلال الاهتمام بالقيم والأعراف السائدة والسلوكيات المقبولة اجتماعياً في بيئتها الداخلية التي تمثل ثقافة المنظمة، وكذلك بالنسبة للمجتمع الذي تعمل فيه. وتحاول المنظمة في هذه الإستراتيجية خطوة متقدمة باتجاه المساهمة بالأنشطة الاجتماعية من خلال تبني الإنفاق في الجوانب المرتبطة بالمتطلبات الأخلاقية والقانونية إضافة إلى الاقتصادية، حيث يكون لها دور اجتماعي واضح من خلال التفاعل مع الأعراف والقيم وتوقعات المجتمع.

❖ إستراتيجية المبادرة التطوعية:

تتبنى منظمات الاعمال بموجب هذه الإستراتيجية دوراً اجتماعياً وبيئياً واسعاً، بحيث تأخذ مصالح المجتمع وتطلعاته وحماية البيئة في جميع قراراتها، وهذا النوع من الاستراتيجيات يحمل في طياته المسؤولية الخيرة، حيث يأخذ زمام المبادرة في توفير المتطلبات الاجتماعية والبيئية علاوة على بناء قاعدته بكل المسؤوليات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية. كما تمكن هذه الإستراتيجية المنظمة الاستعداد للتعامل مع المساءلات الموجهة إليها بكل مرونة، وكذا إمكانية الاستجابة للضغوط الخارجية والتحديات وكذا التشريعات الحكومية، حيث تأخذ الإدارة هنا زمام المبادرة في الأنشطة الاجتماعية وذلك بالاستجابة للكثير من المتطلبات الاجتماعية وفقاً لتقديرات المدراء بما يتناسب مع المواقف المختلفة، تتميز هذه الإستراتيجية بان الأداء الشامل لمنظمة الأعمال يأخذ دائماً في الاعتبار أن لا تكون القرارات المتخذة أو التصرفات ذات أثر معاكس لتطلعات المجتمع ومصالحته، والشكل التالي يوضح ترتيب هذه الاستراتيجيات الخاصة بالتعامل مع المسؤولية الاجتماعية:

الشكل رقم (2)

يوضح إستراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية والبيئية.



المصدر: (الغالبى، العامري ، 2008، 100)

تحليل نتائج الدراسة

1. المتغيرات الشخصية

تكون مجتمع وعينة الدراسة من مدراء المشروعات الصغيرة في الجمهورية اليمنية في محافظة اب ، حيث تم توزيع (140) استبانته على المدراء في تلك المشاريع ونوابهم، ويشترط في تلك المشروعات ان لا يقل عدد العاملين في تلك المشاريع عن 5 عاملين وعلى ان لا يزيد عن 15 عامل حتى تعتبر ضمن تصنيف المشروعات الصغيرة ، وقد تم استرداد (131) استبانة منها(121) استبانة صالحة للتحليل بنسبة استرداد(94) %، وعدد 10 استبيان غير صالحة للتحليل بسبب نقص في البيانات او تعدد الاختيار لبعض الفقرات ، وبعد اجراء تحليل الاحصاء الوصفي لإجابات افراد عينة الدراسة أظهرت البيانات الشخصية للمتغيرات (الجنس ، العمر ، المستوى التعليمي ، مدة الخبرة) النتائج كما في الجدول رقم (6) الاتي :

الجدول رقم (6) المتغيرات الشخصية لعينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	المتغير	
95.9	116	ذكر	الجنس
4.1	5	انثى	
100	121	المجموع	
69.4	84	20- اقل من 30 سنة	العمر
19	23	من 30 - اقل من 40 سنة	

10.7	13	من 40 - أقل من 50 سنة	
.8	1	50 سنة فأكثر	
100	121	المجموع	
62.8	76	دبلوم بعد الثانوية أو أقل	المستوى التعليمي
33.9	41	بكالوريوس	
2.5	3	ماجستير	
.8	1	دكتوراه	
100	121	المجموع	
47.9	58	أقل من 4 سنوات	مدة الخبرة
28.1	34	من 4 سنوات إلى أقل من 8 سنوات	
15.7	19	من 8 سنة إلى أقل من 12 سنة	
8.3	10	12 سنوات فأكثر	
100	121	المجموع	

يتضح من نتائج التحليل في الجدول (6) الآتي:

1. **الجنس:** كانت نسبة 95.9% من أفراد عينة البحث من جنس الذكور ، بينما نسبة 4.1% من جنس الاناث، وهذا يدعم الاتجاه المجتمعي لعدم قبول وجود المرأة للاستثمار في المشروعات الصغيرة بسبب العادات والتقاليد الاجتماعية التي تحد من عمل المرأة في المشروع الخاص كمدير او مالك للمشروع في البيئة اليمنية خصوصا ، وبالتالي كانت النسب الاكبر للذكور .
2. **العمر:** تعتبر الفئة العمرية بين (20 - أقل من 30 سنة) هي النسبة الاعلى حيث حصلت على 69.4% من مجمل افراد العينة وهذا يعكس مدى قدرة هذه الفئة على تحقيق ابعاد المسؤولية الاجتماعية باعتبارها الفئة الشابه القادرة على الإنتاج وايضا امتلاك روح القيادة الريادية التي تشجع على الاستثمار في هذا العمر وعدم التردد والخوف من النتائج السلبية للاستثمار في المشروعات الصغيرة، وجاءت الفئتين العمريتين بين (30 - أقل من 40 سنة) ، (40 - أقل من 50 سنة) في المرتبة التالية بنسبة 19% و 10.7% على التوالي وكانت في المرتبة الاخيرة الفئة العمرية (50 سنة فأكثر) وهذا يدعم اتجاه تجنب الفئات العمرية الكبيرة للمخاطرة والاستثمار في المشروعات الصغيرة بينما قد نجدهم مساعدين او نواب ملاك المشروعات الصغيرة بشكل كبير .
3. **المستوى التعليمي:** ان نسبة 62.8% من العينة حاصلين على مؤهل ثانوية عامة واقل ويعود ذلك الى اتجاه الكثير من الشباب للاستثمار بدلا من مواصلة التعليم الجامعي والعالي بسبب الظروف الاقتصادية التي تمر بها البلاد وظهور قناعات ان الاستثمار الشخصي يحقق عوائد تفوق التأهيل التعليمي، بينما 33.9% حاصلين على المؤهل بكالوريوس، ونسبة 2.5% حاصلين على المؤهل ماجستير، وجاءت الفئة الحاصلة على المؤهل دكتوراه على نسبة 0.8% وهذا يعكس توجه غالبية افراد العينة الى الاستثمار في سن متقدم وانخفاض ذوي المؤهلات العليا

من الاتجاه للاستثمار في المشروعات الصغيرة سعياً منهم للبحث عن مصادر دخل مختلفة عن تلك التي تولدها المشروعات الصغيرة.

4. مدة الخبرة: بينما كانت نسبة 47.9% من العينة لديهم مدة خبرة في فئة (أقل من 4 سنوات) تليها مدة الخبرة لفئة (من 4 سنه- أقل من 8 سنوات) ونسبة 28.1%، ونسبة 15.7% و 8.3% للفئات (من 8- أقل من 12 سنه) والفئة (12 سنة فأكثر) على التوالي ، وهذا يعبر عن معرفة بالممارسات التي ترتبط بالمسؤولية الاجتماعية من خلال الاحتكاك بسوق العمل والمهارات اللازمة للتمييز بين ابعاد المسؤولية الاجتماعية.

2. تحليل ابعاد المسؤولية الاجتماعية

لقد اشتملت الدراسة على اربعة من ابعاد المسؤولية الاجتماعية وتم اختيار هذه الابعاد باعتبارها الابعاد الرئيسية التي يؤيدها الكثير من الباحثين وتم قبولها من دراسات (عمار، 2016، & ابو هرييد، 2017، & الحمدي، 2003، & Jhawar , Gupta , 2017) ، وقد حصلت تلك الابعاد على اراء افراد العينة ووفقاً للنتائج التالية :

أ. البعد الاول: المسؤولية الاقتصادية

تشير البيانات الإحصائية الواردة في جدول رقم (7) إلى أن هناك ممارسة كبيرة لدى المدراء في المشروعات الصغيرة للمسؤولية الاقتصادية وفقاً لمقياس الدراسة إذ بلغ الوسط الحسابي للمحور (3.71)، حيث أن جميع الفقرات حصلت على متوسطات كبيرة ، مما يشير إلى ممارسة المسؤولية الاقتصادية بشكل كبير في المشروعات الصغيرة ، وقد شكل ممارسة المسؤولية الاقتصادية المرتبة الثالثة من ابعاد المسؤولية الاجتماعية الاخرى والجدول التالي يعرض النتائج التي تتعلق ببعد ممارسة المسؤولية الاقتصادية .

جدول رقم (7) المتوسطات والانحرافات المعيارية لآراء عينة الدراسة حول ممارسة المسؤولية

الاقتصادية

م	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب الفقرات	درجة الممارسة
1	يساعد المشروع في تنمية الاقتصاد المحلي الوطني	3.68	1.051	4	كبيرة
2	يوفر المشروع مصادر الحياة الكريمة للمجتمعات المحلية	3.92	954.	2	كبيرة
3	يساهم المشروع في توفير فرص وظيفية متكافئة وعادلة في المجتمع المحلي	3.57	1.075	5	كبيرة
4	يوفر المشروع نظام توظيف وتحفيز وترقية مناسب للعاملين في المشروع	3.56	1.079	6	كبيرة
5	يوفر المشروع الامتيازات والخدمات الاجتماعية للعاملين كالتأمين والسكن والنقل	3.46	1.057	7	كبيرة
6	يساند المشروع الطلاب في مواجهة الظروف المعيشية	3.74	1.107	3	كبيرة

7	يسعى المشروع الى تحقيق العدالة في توزيع الاجور	4.07	950.	1	كبيرة
المجموع		3.71	.724	ممارسة بدرجة كبيرة	

ب. البعد الثاني: المسؤولية القانونية

تشير البيانات الإحصائية الواردة في جدول رقم (8) إلى أن هناك ممارسة للمسؤولية القانونية لدى المدراء في المشروعات الصغيرة وبدرجة كبيرة ووفقا لمقياس الدراسة اذ بلغ الوسط الحسابي (3.90)، حيث حصلت الفقرة رقم (1) على مستوى ممارسة كبير جدا، بينما حصلت بقية الفقرات على درجة ممارسة كبيرة، وهذا يعكس اتجاه المشروعات الى الاهتمام بالجوانب القانونية التي قد تعرض مشروعاتهم للمخاطر القانونية، وتجنبهم الخضوع للمساءلة القانونية سواء من الدولة او من الزبائن والمنظمات المنافسة، وقد حصل البعد المسؤولية القانونية على المرتبة الثانية بين ابعاد المسؤولية الاجتماعية.

جدول رقم (8) المتوسطات والانحرافات المعيارية لأراء عينة الدراسة حول ممارسة المسؤولية

القانونية

م	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب الفقرات	درجة الممارسة
1	ينجز المشروع انشطته بأساليب غير ملتوية وواضحة.	4.26	793.	1	كبيرة جدا
2	يوجد في المشروع لوائح وانظمة معلنه وواضحة للحالات القانونية التي يتوقع ظهورها	3.74	1.013	6	كبيرة
3	يسهم المشروع في توسيع التوعية بالمبادئ القانونية بين العاملين	3.58	911.	7	كبيرة
4	يساهم المشروع في الحفاظ على البيئة من خلال القوانين والأنظمة واللوائح المعلن عنها للجميع	3.86	943.	5	كبيرة
5	يحرص المشروع على الالتزام بالقوانين الخاصة بالعمل كالحماية من الأخطار المهنية والأمراض والحوادث	3.91	1.000	4	كبيرة
6	يحرص المشروع على ممارسة السلوك القانوني والتعامل بما يتطابق مع القوانين والأنظمة السائدة	4.05	1.032	2	كبيرة
7	يوجد لدى المشروع نظام خاص بمعالجة المشكلات الإدارية	3.98	957.	3	كبيرة
المجموع		3.90	.607	درجة ممارسة كبيرة	

ج. البعد الثالث: المسؤولية الانسانية

تشير البيانات الإحصائية الواردة في جدول رقم (9) إلى أن هناك ممارسة للمسؤولية الانسانية لدى المدراء في المشروعات الصغيرة وبدرجة ممارسة متوسطة وفقا لمقياس الدراسة اذ بلغ الوسط الحسابي (3.37)، حيث أن الفقرة رقم (1) حصلت على درجة ممارسة كبيرة وبقية الفقرات (5) فقرات حصلت على درجة ممارسة متوسطة مما يشير إلى ممارسة بدرجة متوسطة لبقية الفقرات، ويعزي الباحث هذه الدرجة المتوسطة الى الظروف الاقتصادية التي تمر بها المشروعات والمجتمع بسبب الظروف السياسية الصعبة وبالتالي اتجاه المشروعات الى تقليص الانفاق على الجوانب الانسانية والمجتمعية الى اقل حد

ممكن، وقد شكل ممارسة المسؤولية الانسانية المرتبة الرابعة من ابعاد المسؤولية الاجتماعية الاخرى والجدول التالي يعرض النتائج التي تتعلق ببعد المسؤولية الانسانية.

جدول رقم (9) المتوسطات والانحرافات المعيارية لأراء عينة الدراسة حول المسؤولية الانسانية

م	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب الفقرات	درجة الممارسة
1	يحرص المشروع على ممارسة الأعمال التي تتوافق مع النظم والعادات السارية في المجتمع.	3.99	987.	1	كبيرة
2	يملك المشروع احصائية بعدد الحالات التي يتم مسانبتها	3.21	1.066	5	متوسطة
3	يمكن اللجوء للمشروع للمساعدة في حل المشكلات التي يواجهها المجتمع المحلي	3.18	1.232	6	متوسطة
4	نقدم دعم بشكل منح وهبات لمساندة المجتمع المحلي	3.36	1.217	3	متوسطة
5	يخصص جزء من الارباح لدعم المؤسسات الخيرية والاجتماعية.	3.37	1.246	2	متوسطة
6	يساهم المشروع في دعم البنى التحتية كالطرق، المراكز الصحية، المدارس التي يحتاجها المجتمع المحلي	3.33	1.150	4	متوسطة
7	يوفر المشروع مساعدات وفرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصة	3.16	1.183	7	متوسطة
المجموع		3.37	.827	درجة ممارسة متوسطة	

د. البعد الرابع: المسؤولية الاخلاقية

تشير البيانات الإحصائية الواردة في جدول رقم (10) إلى أن هناك ممارسة للمسؤولية الاخلاقية لدى المدراء في المشروعات الصغيرة وبدرجة ممارسة كبيرة وفقا لمقياس الدراسة اذ بلغ الوسط الحسابي (4.05)، حيث أن عدد الفقرات التي حصلت على متوسطات كبيرة (5) فقرات هي (1,2,3,5,6) مما يشير إلى درجة ممارسة كبيرة، كما أن الفقرة (4) حصلت على درجة ممارسة كبيرة جدا ، وقد شكل ممارسة المسؤولية الاخلاقية المرتبة الاولى من ابعاد المسؤولية الاجتماعية الاخرى والجدول التالي يعرض النتائج التي تتعلق ببعد المسؤولية الاقتصادية.

جدول رقم (10) المتوسطات والانحرافات المعيارية لأراء عينة الدراسة حول المسؤولية الاخلاقية

م	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب الفقرات	درجة الممارسة
1	يستخدم المشروع تقنيات حديثة لتجنب الاضرار بالبيئة	3.74	3.74	6	كبيرة
2	يحرص المشروع على الترويج لمنتجاته وانشطته بشكل أخلاقي	4.12	4.12	3	كبيرة
3	يسهم المشروع في تطبيق الأدلة والتوجهات الأخلاقية الصادرة من الجهات المعنية	3.94	3.94	5	كبيرة
4	يسعى المشروع للحصول على الارباح بالوسائل المشروعة	4.40	4.40	1	كبيرة جدا
5	يهتم المشروع بشكاوى الزبائن والعمل على حلها بصورة	4.17	4.17	2	كبيرة

				عاجلة	
كبيره	4	3.98	3.98	تتوافق اهداف المشروع مع أهداف وقيم المجتمع	6
درجة ممارسة كبيرة		.647	4.05	المجموع	

ثانيا: اختبار الفرضيات

بناء على نتائج الدراسة وبعد استعراض المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأراء عينة الدراسة تجاه ابعاد المسؤولية الاجتماعية، فقد تم عمل الاختبارات الاحصائية اللازمة للتأكد من صحة فروض الدراسة، وكانت النتائج كالتالي:

1. اختبار الفرضية الأولى:

تم استخدام اختبار (One Sample T-test) لاختبار مدى صحة الفرضية الاولى التي تنص على ان هناك ممارسة للمسؤولية اجتماعية لدى المدراء في المشروعات الصغيرة، والجدول التالي يوضح نتائج ذلك الاختبار.

جدول رقم (11) اختبار One Sample T-test

الفرضية	المتوسط	درجة الحرية	قيمة T	مستوى الدلالة
البعد الأول: المسؤولية الاقتصادية	3.71	121	56.379	0.00
البعد الثاني : المسؤولية القانونية	3.90	121	70.669	0.00
البعد الثالث : المسؤولية الانسانية	3.37	121	44.842	0.00
البعد الرابع : المسؤولية الاخلاقية	4.05	121	68.950	0.00
ممارسة المسؤولية الاجتماعية	3.75	121	67.049	0.00

بالرجوع الى الجدول رقم (11) وعند درجة حرية ($df = 121$) ومستوى دلالة (0.05) وبعد الحصول على متوسط (3.75) لممارسة المسؤولية الاجتماعية بأبعادها الاربعة، حيث بلغت قيمة "ت" T (67.049) وعند مستوى دلالة احصائية(0.00) وهذا يؤكد ان هناك ممارسة للمسؤولية الاجتماعية لدى المدراء في المشروعات الصغيرة وبدرجة كبيرة، وعليه تقبل الفرضية الاولى التي تنص على " ان هناك ممارسة للمسؤولية الاجتماعية لدى المدراء في المشروعات الصغيرة ".

أ. الفرضية الفرعية الاولى: حصل البعد (المسؤولية الاقتصادية) على متوسط (3.71) حيث بلغت قيمة "ت" 56.379 وبدلالة احصائية 0.00 وهذا يؤكد ان هناك ممارسة للمسؤولية الاقتصادية لدى المدراء في المشروعات الصغيرة وبدرجة ممارسة كبيرة، مما يشير الى قبول الفرضية الفرعية الاولى والتي تنص على ان " هناك ممارسة للمسؤولية الاقتصادية لدى المدراء في المشروعات الصغيرة ".

ب. الفرضية الفرعية الثانية: حصل البعد (المسؤولية القانونية) على متوسط (3.90) حيث بلغت قيمة "ت" 70.669 وبدلالة احصائية 0.00 وهذا يؤكد ان هناك ممارسة للمسؤولية القانونية لدى المدراء في

المشروعات الصغيرة وبدرجة ممارسة كبيرة ، مما يشير الى قبول الفرضية الفرعية الثانية والتي تنص على ان " هناك ممارسة للمسؤولية القانونية لدى المدراء في المشروعات الصغيرة " .

ج. الفرضية الفرعية الثالثة: حصل البعد (المسؤولية الانسانية) على متوسط (3.37) حيث بلغت قيمة "ت" 44.842 وبدلالة احصائية 0.00 وهذا يؤكد ان هناك ممارسة للمسؤولية الانسانية لدى المدراء في المشروعات الصغيرة وبدرجة ممارسة متوسطة، مما يشير الى قبول الفرضية الفرعية الثالثة والتي تنص على ان " هناك ممارسة للمسؤولية الانسانية لدى المدراء في المشروعات الصغيرة " .

د. الفرضية الفرعية الرابعة: حصل البعد (المسؤولية الاخلاقية) على متوسط (4.05) حيث بلغت قيمة "ت" 44.842 وبدلالة احصائية 0.00 وهذا يؤكد ان هناك ممارسة للمسؤولية الانسانية لدى المدراء في المشروعات الصغيرة وبدرجة ممارسة كبيرة، مما يشير الى قبول الفرضية الفرعية الرابعة والتي تنص على ان " هناك ممارسة للمسؤولية الاخلاقية لدى المدراء في المشروعات الصغيرة " .

2. اختبار الفرضية الثانية:

تم استخدام اختبار تحليل التباين (One way ANOVA) لاختبار مدى صحة الفرضية الثانية التي تنص على أن " هناك فروق ذات دلالة احصائية للخصائص الشخصية لعينة الدراسة (الجنس ، العمر - المستوى التعليمي-مدة الخبرة)، على ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المشروعات الصغيرة "، وقد اوضحت نتائج الاختبار رفض الفرضية الفرعية التي تنص على وجود فروق ذات دلالة احصائية بالنسبة لمتغيرات (الجنس - المستوى التعليمي)، وقبول الفرضية الفرعية التي تنص على عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية تعزى لمتغير (العمر - مدة الخبرة)، والنتائج كما هي مبينة بالجدول رقم (12).

جدول رقم (12)

اختبار One way ANOVA لمعرفة الفروق الإحصائية بين اجابات العينة تبعا للمتغيرات الشخصية

ممارسة الدلالة	قيمة f	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	البيان	
0.011	6.633	2.400	1	2.400	بين المجموعات	الجنس
		.362	119	43.052	داخل المجموعات	
			120	45.451	المجموع	
0.694	0.484	0.186	3	0.557	بين المجموعات	العمر
		0.384	117	44.894	داخل المجموعات	
			120	45.451	المجموع	
0.041	2.832	1.026	3	3.077	بين المجموعات	المستوى التعليمي
		0.362	117	42.374	داخل المجموعات	
			120	45.451	المجموع	
0.272	1.316	0.495	3	1.484	بين المجموعات	مدة الخبرة
		0.367	117	43.967	داخل المجموعات	
			120	451	المجموع	

من خلال الجدول رقم (12) نجد ان نتائج اختبار الفرضية للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، مدة الخبرة) قد كانت لكل متغير كالتالي :

1.الجنس: يبين الجدول رقم (12) نتيجة التحليل الاحصائي بان قيمة قيمة F (6.633) كما ان مستوى الدلالة (0.011) وهي اقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة 0.05% مما يشير الى وجود فروق ذات دلالة احصائية، وبالتالي **نقبل الفرضية الفرعية** التي تنص على وجود فروق ذات دلالة احصائية بين اجابات افراد العينة حول ممارسة المسؤولية الاجتماعية تجاه متغير الجنس .

2.العمر: يبين الجدول رقم (12) نتيجة التحليل الاحصائي بان قيمة F (0.484) كما ان مستوى الدلالة (0.694) وهي اكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة 0.05% مما يشير الى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية، وبالتالي **نرفض الفرضية الفرعية** التي تنص على وجود فروق ذات دلالة احصائية بين اجابات افراد العينة حول ممارسة المسؤولية الاجتماعية تجاه متغير العمر .

3.المستوى التعليمي: يبين الجدول رقم (12) نتيجة التحليل الاحصائي بان قيمة F (2.832) كما ان مستوى الدلالة (0.041) وهي اقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة 0.05% مما يشير الى وجود فروق ذات دلالة احصائية، وبالتالي **نقبل الفرضية الفرعية** التي تنص على وجود فروق ذات دلالة احصائية بين اجابات افراد العينة حول ممارسة المسؤولية الاجتماعية تجاه متغير المستوى التعليمي.

4.مدة الخبرة: يبين الجدول رقم (12) نتيجة التحليل الاحصائي بان قيمة F (1.316) كما ان مستوى الدلالة (0.272) وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة 0.05% مما يشير الى وجود فروق ذات دلالة احصائية، وبالتالي **نرفض الفرضية الفرعية** التي تنص على وجود فروق ذات دلالة احصائية بين اجابات افراد العينة حول ممارسة المسؤولية الاجتماعية تجاه متغير سنوات الخبرة.

الاستنتاجات

في ضوء التحليل الاحصائي واختبار الفرضيات فقد توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

1. أكدت نتائج الدراسة ان هناك ممارسة للمسؤولية الاجتماعية من خلال أبعادها الاربعة (المسؤولية الاقتصادية، المسؤولية الاخلاقية، المسؤولية القانونية، المسؤولية الانسانية) بدرجة كبيرة وبمتوسط حسابي لمجموع الابعاد (3.75).
2. أكدت نتائج الدراسة ان هناك ممارسة للمسؤولية الاقتصادية لدى المدراء في المشروعات الصغيرة بدرجة كبيرة حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.71).
3. توصلت الدراسة الى ان هناك ممارسة للمسؤولية القانونية لدى المدراء في المشروعات الصغيرة بدرجة متوسطة وبمتوسط حسابي (3.37).

4. توصلت النتائج ان هناك ممارسة للمسئولية الانسانية لدى المدراء في المشروعات الصغيرة بدرجة كبيرة اذ بلغ المتوسط الحسابي (3.90).
5. توصلت النتائج ان هناك ممارسة للمسئولية الاخلاقية لدى المدراء في المشروعات الصغيرة بدرجة كبيرة اذ بلغ المتوسط الحسابي (4.05).
6. لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية بين ابعاد المسئولية الاجتماعية لدى المدراء في المشروعات الصغيرة تعزى الى المتغيرات الديمغرافية المتمثلة بـ (العمر، مدة الخبرة).
7. يوجد فروق ذات دلالة احصائية في ممارسة المسئولية الاجتماعية لدى المدراء في المشروعات الصغيرة تعزى الى متغير (الجنس، المستوى التعليمي).

التوصيات

1. يوصي الباحث المشروعات الصغيرة والجهات المعنية على الاهتمام بما يلي:
2. السعي الى تبنى موجهات عامة لأبعاد المسئولية الاجتماعية وبما يساعد على تعميق الممارسة لهذه التوجهات.
3. دعم النجاحات التي تحقّقها المشروعات الصغيرة وابراز ذلك من خلال تكريم المشروعات الفاعلة ومنحها امتيازات خاصة تسهم في التشجيع على مواصلة تلك النجاحات.
4. اقتراح القوانين الملائمة التي تدعم الممارسات الاجتماعية المسئولة وتحاسب المشروعات في حال التقصير.
5. تعزيز الاهتمام بالجوانب الانسانية باعتبارها ذات ارتباط وثيق بالزبائن والمجتمع وتعالج العديد من المشكلات المجتمعية.
6. تخصيص جزء من الارباح لدعم المساهمات المجتمعية والقانونية والحفاظ على البيئة.
7. السعي لاعتبار المسئولية القانونية تجاه البيئة من الموجهات الاساسية للمشروعات الصغيرة.
8. تعزيز القناعات الايجابية التي تسهم في تنمية وتوسيع الالتزام بالمسئولية الاقتصادية لدى مدراء في المنظمات.
9. تهيئة المناخ العام للإسهام في زيادة الممارسة للمسئولية الاجتماعية من خلال جعل المشروعات الصغيرة منطلق للعمل مقارنة بالمنظمات الاخرى.
10. القيام بدراسة ممارسة المسئولية الاجتماعية بشكل دوري للتعرف على العوامل التي تزيد من تطبيقها ومعالجة المشكلات التي تتسبب في ضعفها.

المراجع:

المراجع العربية

1. ابراهيم ، قدرى ، 2015، اثر المسؤولية الاجتماعية في الاداء ، رسالة دكتوراه منشورة ، جامعة دمشق ، قسم ادارة الاعمال.
2. ابو النصر، مدحت محمد ، 2015،المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات المواصفة القياسية ISO 26000 ، المجموعة العربية للتدريب والنشر ، القاهرة ، مصر .
3. ابو هرييد ، ياسر سعيد ، 2017، دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية ، رسالة ماجستير ، جامعة الاقصى واكاديمية الادارة والسياسة للدراسات العليا ، غزة ، فلسطين.
4. البكري ، ثامر ياسر ، 2001،التسويق و المسؤولية الاجتماعية، الطبعة الأولى ، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، الأردن.
5. الجناعي ، نوري ، أبو هادي ، عبدالله ، 2018، أبعاد المسؤولية الاجتماعية الملزمة وغير الملزمة وعلاقتها بالاداء التنظيمي ، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية ، العدد 104 ، المجلد 24 ، 73-101 ، العراق .
6. الحمدي ، فؤاد ، 2003،الابعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك ، رسالة دكتوراه منشورة، كلية الادارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية ، العراق.
7. عبد الله ، انيس احمد ، 2016، ادارة التسويق وفق منظور الزبون ، دار الجنان للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى ، عمان الاردن.
8. عمار ، نضال ، 2016، دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في التنمية المستدامة ، مجلة جامعة البحث ، المجلد 38 ، العدد 54 ، سوريا .
9. الغالبي ، طاهر محسن منصور ، العامري ، صالح مهدي محسن ، 2008، الإدارة و الأعمال، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر ، عمان .
10. نجم ، عبود نجم ، 2005، اخلاقيات الاعمال ، دار الوراق للنشر والتوزيع ، عمان .
11. Bronn,Peggy simcis & Vrioni,Albana,Belliu, 2001-Corporate Social Responsibility& Cause- Related marketing: an overview, International Journal of Advertising, ,p.207
12. Godos-Díez, José-Luis, García, Laura Cabeza, González, Cristina Fernández,2018- Relationship between Corporate Social Responsibility(CSR) and Internationalisation Strategies:A Descriptive Study in the Spanish Context. Journal of Administrative sciences (ADM,SCI), Volume 8, Issue 4. Ver. VI (oct 2018), PP 57.
13. Jhwar, Neelam, Gupta,Shasta ,2017- Understanding CSR- Its History and the Recent Developments. Journal of Business and management (ISOR-JBM), Volume 19, Issue 5. Ver. VI (May 2017), PP 105-109.
14. Kotler, P. & Lee, N. (2005): " Corporate Social responsibility, Doing the most good for your company and your cause", Hoboken, New Jersey, John Wiley and Sons Inc. USA.
15. Nelson A. Barber, Venky Venkatachalam (2013): " Integrating Social Responsibility Into Business School Undergraduate Education", A Student Perspective, American Journal Of Business Education, May/June Volume 6, No. 3.
16. THOMSEN, P,Coe ,neil ,2013-Corporate social responsibility and labor agency: the case of Nike in Pakistan. Oxford Journals.Economics&Social Sciences. Journal of Economic Geography,Advance Access. 10.1093/jeg/lbt041. . Pp. 233-247.

الفصل الرابع

"الاتصال المسؤول كدعامة لترسيخ الصورة الذهنية للمؤسسات في ظل المسؤولية الاجتماعية"

Under social responsibility, the role of responsible contact to establish the mental image of institutions.

أ. عائشة قرة / أ. كنزة حامدي

جامعة محمد لمين دباغين - الجزائر

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة الثلاثية التي تربط بين كل من الاتصال المسؤول والمسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية، كون أن الاتصال المسؤول مقوم أساسي للمسؤولية الاجتماعية حيث الذي يأخذ بعين الاعتبار الجوانب البيئية والاجتماعية والمجتمعية في الوسائل وطرق نقل الرسائل الاتصالية التي توجهها المؤسسة للأطراف ذوي العلاقة بها والتي تعكس التزامها تجاههم، مما يعمل على تحسين صورة المؤسسة وترسيخها في أذهان جماهيرها. وقد تم تقسيم الدراسة إلى 3 محاور تتمثل في:

- ماهية المسؤولية الاجتماعية وأهميتها في المؤسسات.
- المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية أية علاقة؟
- دور الاتصال المسؤول في ترسيخ الصورة الذهنية.

الكلمات المفتاحية: الاتصال المسؤول، المسؤولية الاجتماعية، الصورة الذهنية، المؤسسات.

Summary:

This study revolves around identifying the relationship between responsible communication, social responsibility and mental image, so the responsible communication is an important part of social responsibility.

The responsible communication work to improve the image of the institution and fixing it in the minds of its audiences, therefore we divided the study into three axes:

- What is social responsibility and its importance in institutions.
- Social responsibility and mental image, which relation?
- Responsible communication role in the establishment of the mental image.

Keywords : Responsible contact, social responsibility, mental image, institutions.

مقدمة:

تزايد الاهتمام في الآونة الأخيرة بالمسؤولية الاجتماعية من قبل المنظمات والمؤسسات على اختلاف حجمها وأنواعها حكومية كانت أو خاصة، لما لها من أهمية كبيرة ودور عظيم في ازدهار المؤسسات وضمن استمراريتها واستقرارها، لذلك نجد معظم المنظمات في مختلف بلدان العالم تسعى للعمل وفقا لمعايير المسؤولية الاجتماعية، إذ أنها تعتبر رسالة صدق وخدمة انسانية تهدف لتحسين مستوى حياة المجتمعات، من خلال البحث في مشاكله ومحاولة حلها له وأيضا من خلال المحافظة على بيئته.

وبحکم أن المسؤولية الاجتماعية في مضمونها تستوجب دمج المعايير الاجتماعية والأخلاقية وتعمل على ترقية عمل المؤسسات، وتساهم في بناء وتحسين أوضاع المجتمعات وتطويرها، فقد توجب على المؤسسات تبني أفكارها وأسسها وقواعدها والعمل بمبادئها أثناء مزاوله أنشطتها، فقد صارت عملا وواجبا مشتركة لكل مؤسسات المجتمع من أجهزة حكومية، غير حكومية، قطاع خاص، أجهزة الإعلام، نقابات، نوادي الرياضية واجتماعية، كما تعتبر مهمة كل القائمين على المؤسسة وكل العاملين والموظفين فيها.

وقد تزايد الاهتمام بها أكثر منذ ظهور المنظمات والجمعيات الدولية التي انصب عملها في تعزيز مكانة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات، ونشر أفكارها ومحاولة سن قوانين تلزم المؤسسات على اتباعها والعمل بها، وقد صارت اليوم ضرورة وإلزاما على المؤسسات مهما كان طابعها العمل ضمن معايير اجتماعية وأخلاقية، تعود بالفائدة والنفع على المجتمع والبيئة المحيطة بها.

وتشير **جيهان عبد الحميد** في هذا الصدد إلى أن العمل ضمن المسؤولية الاجتماعية يتمحور حول محورين، أولهما يتمثل في تحمل المؤسسات المسؤولية بكل ما يلحق بالبيئة من أضرار بسبب ممارساتها لنشاطاتها، أما الثاني فهو علاجها لمشاكل المجتمع الذي تنتمي إليه وليس شرطا أن تكون المؤسسة سببا في هذه المشاكل كالأمية والفقر والتخلف، كما يقر **Peter Druck** إلى أنه لا يكفي أن تعمل المنشأة العمل جيدا بل يجب أن تعمل عملا صالحا لا يضر بالمجتمع المحيط بها، وعليه فقط تغيرت أهداف المؤسسات مع مرور الزمن وأدخلت المسؤولية الاجتماعية كهدف من أهداف المؤسسات التي تسعى لتحقيقها، وأصبحت ميزة المسؤولية الاجتماعية أداة لقياس أرباح ونجاح واستمرارية المؤسسات.

إضافة إلى ماسبق، إن المسؤولية الاجتماعية ذات أبعاد وآثار طويلة المدى غير محددة بفترة ولا بزمان معين، فإلتزام المؤسسات بها يعود عليها بالنفع الطويل الأمد ويعطيها مكانة هامة وصورة ذهنية ايجابية عنها لدى الأطراف ذوو العلاقة بها من جماهير داخلية وخارجية على اختلافها، لأن عمل المؤسسات في ظل المسؤولية الاجتماعية مزدوج التأثير أي أنها تهدف للحفاظ على أمن واستقرار ورفاهية الجماهير

من جهة وترسيخ صورة ذهنية ايجابية عن المؤسسة من جهة أخرى، وكل هذا لا يتم إلا في إطار اتصالي تقوم به هيئة مسئولة بالاتصال في المؤسسة كجهاز العلاقات العامة، ويدعى هذا النمط الاتصالي بالاتصال المسئول الذي يعني جملة الاتصالات التي تقوم بها المؤسسات مع مختلف جماهيرها الداخلية والخارجية، أي أنها ممارسات اتصالية بيئية أخلاقية اجتماعية تجمع بين طياتها مختلف القضايا والمواضيع التي تصب في المحافظة على البيئة والمحيط الخارجي للمؤسسة إلى جانب المحافظة على الجانب الأخلاقي والاجتماعي والعلاقة الرابطة بين المؤسسة وجماهيرها (الداخلية والخارجية).

وعليه فالاتصال المسئول الذي تقوم به المؤسسات يرمي لتحقيق ما يعرف بالتنمية المستدامة من جهة وترسيخ صورة ذهنية إيجابية وسمعة طيبة عن المؤسسة في أذهان جماهير المؤسسة، وذلك باللجوء إلى استخدام العديد من الأساليب الاتصالية كالإعلان، تقديم الخدمات، الأعمال الخيرية، التبرعات، وسائل الاعلام وتكنولوجيات الاتصال الحديثة.... وغيرها من الأساليب التي توطن العلاقة بين المؤسسة وجماهيرها. كما أن للاتصال المسئول العديد من الآثار الايجابية التي يخلفها على المؤسسة أهمها تحسين سمعتها وترسيخ صورة طيبة عنها إضافة إلى وقايتها من المخاطر القانونية التي يمكن أن تتجر عن عدم التزامها بقيود المسؤولية الاجتماعية كالتلويث، التعدي على المحيط الخارجي وعلى نظافته، إلى جانب ميزة تحقيق فعاليات أكبر لاتصالاتها واستمالة أكبر عدد من الجماهير نحوها وجعل عمليات اقناع الجماهير سهلة لأنها مبنية على أرضية مبدأ التزام المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية، فضلا عن كل هذا للاتصال المسئول دور هام في تحفيز العمال وإشراكهم في إدارة المؤسسة وأخذ آرائهم بعين الاعتبار. تتمحور الدراسة حول طرح تساؤل رئيسي يتمثل في ما هو دور الاتصال المسئول في ترسيخ الصورة الذهنية في ظل المسؤولية الاجتماعية؟

ومنه ارتأينا أن نناقش ونفكك التساؤل إلى محاور رئيسية نفسر من خلالها العلاقة الثلاثية بين الاتصال المسئول والصورة الذهنية والمسؤولية الاجتماعية، من خلال العناوين التالية:

- ❖ أولاً: ماهية المسؤولية الاجتماعية وأهميتها في المؤسسات.
- ❖ ثانياً: المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية أية علاقة؟
- ❖ ثالثاً: دور الاتصال المسئول في ترسيخ الصورة الذهنية.

أولاً: ماهية المسؤولية الاجتماعية وأهميتها في المؤسسات.

أ. مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

ظهر مصطلح المسؤولية الاجتماعية منذ ثلاثينيات القرن الماضي، واستمر في التطور مع تطور وازدهار عمل المؤسسات، ويشير هذا المصطلح إلى أهمية الدور الاجتماعي الذي تقوم به المنظمات، والمتمثل في المساهمة في تحسين رفاهية المجتمع. وقد ارتكز مفهوم المسؤولية الاجتماعية على فكرة فلسفية لـ **Renedubos** مفادها "تحرك محلياً وفكر عالمياً"، والتي تعني عملية إدماج السياق العالمي والمحلي ضمن التفكير الاستراتيجي للمؤسسات، وظهرت هذه الفكرة ضمن جدول أعمال قمة الأرض التي عقدت في **جوهانزبورغ** لسنة 2002. أي أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية يتمحور حول دور ومساهمة المؤسسات في تحقيق التنمية المستدامة، وتحقيق رفاهية المجتمع، والعمل على تحقيق التكيف بين المؤسسات والمجتمع المحلي المحيط بها، بالإضافة إلى عدم إلحاق الضرر بالبيئة والمحيط. (وصفي نزال وآخرون، 2011، ص 19).

ومع تطور الأبحاث واهتمام الباحثين بها تم تسهيل المهمة للمؤسسات بوضع بنود ومؤشرات تقيس الأداء الاجتماعي للمؤسسات، وتيسر لها القياس من خلال حصر المؤشرات في أربع مجالات هي البيئة والمجتمع، تطوير الإنتاج والاهتمام بالعمال، ومنه فقد أصبح تطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية في متناول كل المؤسسات سواء خاصة أو عامة، كبيرة أو صغيرة.

وفي هذا الإطار فقد عرف (**Drucker1977**) المسؤولية الاجتماعية بأنها التزام المؤسسة اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وقد شكل هذا التعريف حجر الزاوية للدراسات اللاحقة وفتح الباب واسعاً لدراسة هذا الموضوع باتجاهات مختلفة. كما تم تعريفها من قبل مكتب العمل الدولي بأنها "طريقة تتظر فيها المنشآت في تأثير عملياتها في المجتمع و تؤكد مبادئها وقيمها في أساليبها وعملياتها الداخلية وفي تفاعلها مع قطاعات أخرى" (بن جيمة مريم، بن جيمة نصيرة، ص 2).

أما المنظمة الدولية للمعايير **ISO*** فقد عرفت سنة 2012 بأنها مسؤولية المنظمات عن قراراتها وأنشطتها التي تؤثر على المجتمع والبيئة من خلال التزامها بالشفافية والسلوك الأخلاقي الذي يجب أن يضمن الشروط التالية:

- يتسق مع التنمية المستدامة ورفاهية المجتمع.
- يضع في اعتباره توقعات أصحاب المصلحة.
- يضع في اعتباره القوانين المتعلقة ويوافق مع المعايير العالمية للسلوك.

* مجلة: المشاركة في المواصفة القياسية الدولية المستقبلية أيزو 26000 حول المسؤولية الاجتماعية.

- أن يكون متكامل مع المنظمة نفسها.

أما بيرمان فقد أشار إلى أنها تتكون من ستة عناصر حصرها في الوعي الاجتماعي والسياسي، الإحساس بالترابط الوثيق، التحلي بالأخلاق والسلوكيات الاجتماعية بالإضافة إلى المشاركة والتكامل، كما أرجع الباحثون في هذا المجال أسباب الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية إلى بعدين رئيسيين يتمثلان في (بن عيشي بشير، قوفي سعاد، عرقابي عادل، 2009):

أ- **البعد الكلي:** ويمثل المتغيرات الكلية كالكوارث والفضائح الأخلاقية أو ما يسميه البعض ثمن تجاهل التبعات والتي نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر، ظاهرة الاحتباس الحراري، كارثة معمل كاريبايد في بوبال بالهند الذي أودى بحياة أكثر من 6000 شخص، إضافة إلى فضائح الرشوة للشركات العالمية والمخالفات في حق الإنسانية. إلى جانب الضغوط الشعبية والحكومية والدولية والتي تبرز من خلال التشريعات الداعية لحماية المستهلك والبيئة والعمل والأمن والدور الإيجابي للمنظمات في تحقيق حقوق الإنسان، دون إغفال أهم بعد والمتمثل في التطور التكنولوجي الذي ساهم أو في مجالات تقنية عديدة وحركات التشغيل وتوفير البيئة المناسبة للاهتمام بجودة المنتجات والعمليات وتنمية مهارات العاملين.

ب- **البعد الجزئي:** بمعنى المتغيرات الخاصة بالمؤسسة في حد ذاتها مثل تغير هدف المؤسسة حيث أن هدف الربح لم يعد كافياً حتى تتمكن المؤسسة من الاستجابة لمطالب المجتمع والحفاظ على بقائها وبالتالي تحول هدفها إلى السعي لإشباع الحاجات الاجتماعية، إضافة إلى تغير دور الإدارة فلم تعد إدارة المؤسسة مسؤولة عن تحقيق رغبات ومصالح فئة واحدة فقط وهم الملاك وحملة الأسهم، بل أصبحت مسؤولة عن تحقيق التوازن المستمر بين مصالح العديد من الفئات ذوي العلاقة مثل العملاء والرأي العام والنقابات والممولين.

تأسيساً على ما سبق، أصبحت المسؤولية الاجتماعية حتمية وواجب على كل المؤسسات الالتزام بها، وتطبيق مبادئها في أعمالها وأنشطتها، والأخذ بالاعتبار خدمة مصالح المجتمع وتلبية حاجياته وكلما زاد الالتزام بها ضمنت المؤسسات بقاءها واستمرارها، ذلك لما لها من دور كبير وأهمية تتمثل في (أحمد فاروق رضوان، 2012، ص 51): زيادة التكافل الاجتماعي والانتماء للمجتمع، تحقيق الاستقرار الاجتماعي وضمان نوعية الحياة الجيدة في المجتمع، إلى جانب أنها تعمل على زيادة الوعي بأهمية الاندماج بين منظمات المجتمع، وعلى تحقيق الترابط بين المؤسسات والمجتمع لتحقيق الازدهار، وبناء سمعة طيبة للمؤسسات التي تؤدي دورها الاجتماعي تجاه المجتمع، باختصار المسؤولية الاجتماعية تعمل على خلق

بيئة اجتماعية تعود بالنفع على المؤسسة وتزيد من أرباحها وتضمن استقرارها، وتزيد من فرص البقاء للمؤسسة.

ثانيا: المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية أية علاقة؟

تزايد الاهتمام بمفهوم صورة المؤسسة في ظل تنامي وتطور المؤسسات باختلافها، بالإضافة إلى أهمية الصورة الذهنية للمؤسسة والتي تعد دعامة مهمة لها في السوق وركيزة أساسية لها في تحسين علاقاتها مع جماهيرها، وتعرف الصورة الذهنية للمؤسسة بأنها مجموعة الانطباعات التي يكونها الأفراد انطلاقا مما يتلقونه من المؤسسة، أي أنها إجمالي الانطباعات الذاتية عن المؤسسة، وهي انطباعات عقلية غير ملموسة تختلف من فرد إلى آخر، وهي المشاعر التي تخلقها المؤسسة لدى الجماهير بتأثير ما تقدمه من أنشطة وبرامج وخدمات ومنتجات، وتعاملاتها مع الجماهير وعلاقتها مع المجتمع واستثماراتها في النواحي الاجتماعية ومظهرها الإداري.

إن صورة المؤسسة تتمثل في جملة من المكونات التي تبثها المؤسسات للجماهير والتي تؤثر في سلوكياتهم اتجاه المؤسسة وتعزز الثقة والتعامل معها وقد حصرها الباحثون في ما يلي (بلمختار ياسين، 2015، ص 320):

« المؤسسة في حد ذاتها: من خلال التعريف بنفسها وذلك من خلال الاتصال بإبراز ماهيتها، إمكانياتها التقنية، البشرية والمالية والقيم التي ترتبط بها كحماية المستهلك، المساهمة في التطور، بالإضافة إلى العناصر الأخرى التي يمكنها أن تساهم في تكوين صورة المؤسسة مثل نوعية المستخدمين، الذي الخاص بهم، كيفية الاستقبال للزيائن، التحدث والاستماع للزيائن... الخ.

« صورة العلامة التجارية والمنتجات: تعتبر من مكونات الصورة الكلية للمؤسسة، فمدى جودة المنتجات وتميزها وقدرتها على تحقيق رغبات العملاء والثقة في علامتها التجارية تؤثر على تقييم المؤسسة ومدى كفاءة إدارتها وتساهم في تكوين صورة طيبة عنها.

« الشعار: وهو عبارة مختصرة سهلة التذكر تعبر عن فكرة سائدة أو هدف أو وجهة نظر تهدف عادة إلى الإقناع والتأثير على العملاء وهذا عن طريق جذب الانتباه وإثارة الاهتمام لنشاط ومنتجات المؤسسة.

« الأشكال المادية: وتتمثل في الأثاث المستخدم من طرف المؤسسة، مواقعها، سياراتها وغيرها من العناصر التي ينبغي أن تتميز بالتغيير حتى تطبع صورة جيدة عند الجمهور وذلك باستعمال مثيرات جديدة من حين لآخر دون التغيير في شخصية المؤسسة لدى الجمهور.

بالإضافة إلى ما سبق ذكره فإن صورة المؤسسة تتشكل لدى جماهيرها من خلال العديد من المعطيات أهمها العلاقة بين مختلف العملاء وأفراد المؤسسة وخبرتهم في التعامل معهم، مما يؤدي إلى تكوين انطباعات مع نية حول المؤسسة، بالإضافة إلى الرسائل المختلفة التي تصل إلى الأفراد عن طريق الأصدقاء ووسائل الإعلام حول المؤسسة ما يساعد في تكوين الانطباعات التي تشكل صورة عن المؤسسة والتي سوف يمارسون سلوكا معيناً وفقاً لها.

وللمسؤولية الاجتماعية آثار متباينة ومختلفة ومرتبطة بالعديد من العناصر أهمها (عمر لعلاوي، 2018، ص 16):

أ. المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلك وأثرها على الصورة الذهنية: تعتبر إدارة الجودة والسعي للحصول على شهادات المطابقة من الآليات الهامة التي تعتمد في ضمان حماية المستهلك خاصة بعد هيمنة الاتجاه المتزايد إلى عولمة الأسواق واشتداد المنافسة، وتزايد ظاهرة الغش والخداع التسويقي الذي يتعرض له المستهلك. فاعتماد الجودة والتقييس يعني أن المؤسسات اتجهت للبحث عما يميزها في الأسواق عن منافسيها، كما أن ذلك يعني في الوقت نفسه أن تركز على المستهلك، وتسعى إلى كسب رضاه وضمن وفائه من منطلق أن هذا المستهلك هو المبرر الرئيسي لوجودها واستمرارها في السوق.

وعليه فإن المؤسسة تستعمل شهادة الجودة المحصل عليها لأغراض الدعاية من أجل الحصول على مستهلكين جدد لزيادة حجم المبيعات، مما يؤدي إلى زيادة ربحيتها وخلق صورة ذهنية جيدة لها في الأسواق، كما تعمل على تخفيض تكاليف الإنتاج حيث أن الجودة الشاملة تقوم على نظم تسييرية لتخطيط الإنتاج وفقاً لأسس علمية وفنية تساهم في تدني التكاليف والتلف الصفري. كما أن عدم تقيد المؤسسات بعنصر الجودة يجعلها تخل بمبدأ حماية المستهلك، مما يعني من جهة أخرى أن هذه المؤسسات سوف تفقد أجزاء هامة من أسواقها، ومن ثم مستهلكيها نظراً للعلاقة القوية الموجودة بين الجودة والتسويق، فعندئذ سيتملك المستهلكون شعور بعدم الرضا نتيجة للنقص في جودة السلع والخدمات المقدمة، الأمر الذي يكون لديه انطباعات سيئة عن صورة تلك المؤسسات.

ب. المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المدني وأثرها على الصورة الذهنية: تشكل الصورة الذهنية في المؤسسات الحديثة القيمة المادية، وهذا ما أكدته الدراسة الميدانية الذي قام بها المنتدى الاقتصادي العالمي بعنوان "كشف البيانات المتعلقة بتأثير المؤسسات على المجتمع" لأكثر من 1000 مؤسسة عالمية حيث تم توزيع 1500 استمارة على مديري تلك المؤسسات وأكد 60% منهم أن الصورة الذهنية الجيدة يمكن أن تسهم بنحو 40% من قيمة الأسهم السوقية للمؤسسة، لذلك فإن المؤسسات تسعى جاهدة للاستفادة

من مزايا التميز الاجتماعي في بيئة نشاطها، حيث تضحي بجزء من الأرباح مقابل تثبيت صورة الجيدة في أذهان أفراد المجتمع وتقوية مركزها التنافسي.

ج. المسؤولية الاجتماعية تجاه أخلاقيات الأعمال وأثرها على الصورة الذهنية: الصورة الذهنية للمؤسسة التي يكونها المستهلك قد ترتبط بالتزامها للمبادئ والمعايير الأخلاقية وخاصة التسويقية منها، التي تكون شكل من أشكال التمثيلات والروابط الذهنية في الذاكرة، والمسؤولية الأخلاقية من وجهة نظر المستهلك هي مجموع الإدراكات المكونة في ذهن المستهلك عن المؤسسة في مدى التزامها للأخلاق في نشاطها، ويشار هنا إلى أن المستهلك يعتبر السلوك الأخلاقي للمؤسسة عاملا مهما عند اتخاذ قرار الشراء، إذ يتعامل المستهلك مع المؤسسة التي تتصرف بطريقة أخلاقية ويتجنب المنافس الأقل أخلاقا.

د. المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة وأثرها على الصورة الذهنية: إن المجتمع أصبح أكثر اهتماما لبيئة الطبيعة، وبدأت المؤسسات في تعديل سلوكها البيئي وتبنت عدة مؤسسات مدخل التسويق الأخضر الذي يعززه نظام الإدارة البيئية (ISO14000)، فالتسويق الأخضر ينطلق من ثلاث قواعد أساسية: حماية البيئة، إرضاء الزبائن وتحقيق هدف الربحية لاعتماد على الإنتاج الأنظف، حيث يعرف برمج الأمم المتحدة للبيئة للإنتاج الأنظف أنه "التطوير المستمر للعمليات الصناعية والخدمات بهدف تقليل استهلاك الموارد الطبيعية، ومنع تلوث الهواء والماء والتربة عند المنبع وخفض كمية المخلفات عند المنبع وذلك لتقليل المخاطر التي تتعرض لها البشرية والبيئة. (خالد قاشي، رمزي بودرجه، 2016، ص 8-10).

ثالثا: دور الاتصال المسؤول في ترسيخ الصورة الذهنية.

يعرف الاتصال المسؤول بأنه الاتصال الذي يأخذ بعين الاعتبار الجوانب البيئية والاجتماعية والمجتمعية في الوسائل وطرق نقل الرسائل الاتصالية التي توجهها المؤسسة الاقتصادية للأطراف ذوي العلاقة بها والتي تعكس التزامها تجاههم، ويشمل الاتصال المسؤول على نقطتين أساسيتين: من جهة يتعلق بالاتصال بطريقة مسؤولة، بما في ذلك الأخذ بعين الاعتبار المستقبلين للاتصال الذين تستهدفهم المؤسسة بهذه النشاطات الاتصالية. "الأطراف ذوي العلاقة". ومن جهة أخرى يتعلق الاتصال حول المواضيع المسؤولة التي تتوجه لتكون محترمة للجوانب الاجتماعية والبيئية، وتكون صادقة وتعكس حقائق واضحة في هذا الإطار تستعمل المؤسسة الإعلان بما لديه من تأثير كبير على المجتمع، لغايات إيجابية في منطلق فعالية المؤسسة، فالالاتصال المسؤول لا ينحصر فقط في الإعلان، بل يتعلق بجميع أشكال الاتصال المختلفة "منتجات، خدمات، اتصال داخلي، خارجي" وفي وسائل الإعلام وخارج وسائل الإعلام، حيث

يستعمل مختلف قنوات الاتصال بما في ذلك مجموعة الوسائل الرقمية، "كمواقع الانترنت، الشبكات الاجتماعية، المدونات..." (أمال مهري، 2014، ص 247)

كما يعتبر نظام للحوار ثنائي الاتجاه بناء ومستمر يقوم على التفاعلية من خلال إشراك الأطراف ذوي العلاقة في تحقيق الأهداف الاجتماعية والبيئية والاقتصادية للمؤسسة وهذا ما يسمح للمؤسسة بالنمو من خلال التعايش الجيد والفعال مع النظام الايكولوجي والنظام الاجتماعي. (RSE et communication) (Responsible, <http://www.impact-vert.fr/presentation/22/01/2019>)

1/ رهانات الاتصال المسؤول في المؤسسة:

أ. سمعة المؤسسة: يعرف كل من Fombrun & van Riel سمعة المؤسسة على أنها الهدف المتمثل في تعريف الجمهور المختلف بصورة المؤسسة التي تبني عبر الزمن بالاعتماد على برامج هوية المؤسسة ومن خلال أدائها يوجه سلوك الجمهور. في حين قدم Druckenmiller, B & Argenti P.A في عملهم سمعة المؤسسة والمشهد التعريفي " مفهوم أكثر دقة يتمثل في أنها "الحكم الجماعي على المؤسسة استنادا على تقييمات الآثار الاجتماعية، الاقتصادية والبيئية التي تؤثر على حياة المؤسسة عبر الزمن" (شافية قرفي، حمودي حاج صحراوي، 2016، ص 124).

الأنشطة التي يقوم بها الفرد أو المؤسسة التي تحاول الحفاظ أو إنشاء إطار معين عنها في نظر الجمهور، وهي عملية تحديد لما يقوله أو يشعر به الآخرين اتجاهك أو اتجاه عملك. وفي تعريف آخر لها: "هي ما يعتقد الجمهور حول المؤسسة أو حول الأفراد داخل المؤسسة، ومن حية أخرى ما يعتقد موظفو تلك المؤسسة عن المؤسسة التي يعلمون بها (مرفاش سميرة، 2018، ص 317).

وتعد السمعة جزءا من موجودات المنظمة جنبا إلى جنب مع الموجودات الأخرى التي تريد أن يكون لديها موقع متميز في السوق، إذ تكون للمنظمة سمعة جيدة عندما يفضل الزبائن السلع والخدمات التي تقدمها المنظمة والتي تتشابه من حيث السعر والجودة لتلك التي تم تحديدها مسبقا، وتعد عاملا ذا قيمة للمنظمة على الرغم من كونها غير ملموسة وتحقيق تنافسية مستدامة للمؤسسة (لاسك ارسلان بايز، 2007، ص 13).

ب. أهمية السمعة: تتجلى أهمية السمعة في النقاط التالية:

« تعتبر السمعة بمثابة البناء الاجتماعي الذي تحصل عليه المؤسسة من علاقتها مع أصحاب المصالح، وأن السمعة الجيدة تؤدي إلى توطيد العلاقات الودية مع الأطراف المؤثرة في المجتمع حيث تساعد في التقليل من المخاطر التي قد يتحملها الزبائن جراء اقتناء خدمة أو منتجا ما وتكون عوناً لهم

عندما يواجهون إختيار منتج معين، خاصة في حالة تشابه المنتجات والخدمات في الوظائف، كل هذا سوف يزيد في رضا المستهلكين عن المؤسسة وكذا الموظفين عن عملهم.

« تعطي قيمة سيكولوجية إضافية للمنتجات والخدمات التي تقدمها المؤسسة.

« تضاعف فاعلية الإعلان وتأثير قوة المبيعات، فالسمعة الايجابية لها شأن كبير في مصداقية إعلانات المؤسسة.

« تدعم إدخال المنتجات الجديدة إلى الأسواق.

« تتيح فرصة الوصول إلى أفضل المؤسسات المقدمة للخدمات المهنية، حيث تفضل وكالات الإعلان الممتازة.

« التعامل مع أفضل العملاء وبذلك تستطيع أن تستأجر السمعة الجيدة لهؤلاء العملاء.

« توفر فرص إضافية للمؤسسة في حال تعرضها لأزمة ما.

« تتيح فرصة الوصول إلى موظفين ذوي الكفاءات العليا. فمعظم طالبي العمل يفضلون العمل لدى

المؤسسات تتمتع باحترام الجميع. (شافية قرفي، حمودي حاج صحراوي، مرجع سابق، ص 124-125)

ج. تحقيق فعالية أكبر: يسمح الاتصال المسؤول بتحقيق فعالية أكبر للحملات الاتصالية، بفضل الاستهداف المحدد لرسائل أكثر تناسقا ووسائل أكثر تكيفا تحث على الإبداع وينتج عنها أكبر قدر من الوفاء والأمانة بفضل ثقة الأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة الذين انخرطوا في قيم المؤسسة.

د. تحفيز العمال: يجب علينا تسطير الجانب الايجابي الذي نستطيع رؤيته من خلال وضع مكان لاستراتيجية الاتصال المسؤول بداخل المؤسسة، وهذا ما يسمح بتحفيز ودمج فريق العمل بإعطائهم جميع الايجابيات التي تتعلق بمسار المؤسسة لتطبيق التنمية المستدامة قصديا، هذه الايجابيات التي تسمح بجمع كفاءتهم في العمل وقيمهم نحو هدف محدد يعمل على تحقيق الالتزام بمسؤوليتهم لتحقيق أهداف المؤسسة.

هـ. الوقاية من الأخطار القانونية: يسمح الاتصال المسؤول بتقليل المخاطر القانونية على المؤسسة من خلال توضيح منهجها ومسارها وتطبيقاتها المسؤولة في نشاطاتها، لمنع التضليل الذي قد يمس سمعتها خصوصا فيما يتعلق بتقليل تكاليف الحملات الإعلانية، الأضرار المتوقعة. (مهري شفيقة، 2011/2012، ص107).

2/ أنواع الاتصال المسؤول:

أ. الاتصال البيئي: الاتصال البيئي عنصرا رئيسيا لاستراتيجية الاتصال المسؤول في المؤسسة حيث ينقل الرسالة البيئية للمؤسسة لجميع الأطراف ذا العلاقة بها بهدف التأثير في اتجاهاتهم وسلوكياتهم، وبرز

دوره في تطبيق نظام الإدارة البيئية على المستوى الداخلي وإشراك العاملين في تحسين الأداء البيئي للمؤسسة، أما على المستوى الخارجي فيعمل على توضيح الالتزام البيئي للمؤسسة وعرض نتائج أداؤها من خلال الإفصاح عن الأداء البيئي. (محي الدين إسماعيل محمد، 2014، ص 104-105).

وتعتمد المؤسسة على أدوات بيئية لنقل التزامها ولعل أهمها ما يلي:

«توسيم المنتجات»: وهي عبارة عن علامات تبرز الصفات الخضراء للمنتج، حيث أنها تعبر عن مجموعة من الخصائص والمنافع المرتبطة بالتأثير البيئي للمنتج. (ثامر البكري، 2012، ص 417)

«الميثاق البيئي»: ويشكل هذا الميثاق مصبا أوليا مشركا باتجاه دعم وتعزيز إدماج التنمية المستدامة ضمن إستراتيجية المؤسسة. (محمود الابرش، 2016/2017، ص 167).

«خريطة البيئة»: وهي عبارة عن لوائح أو تقارير تقدم من قبل السلطات المحلية والوزارات لتشخيص المشاكل البيئية واقتراح خطوط عريضة لبرنامج عمل المؤسسة البيئي وهي تناقش عدة قضايا منها: إدارة النفايات، مكافحة التلوث... الخ.

«الرعاية»: وهي أداة أو وسيلة تعتمد على المؤسسة للحصول على صورة خضراء، حيث تسعى إلى تقديم مختلف الدعم إلى مختلف الجمعيات والمنظمات غير الحكومية الناشطة بيئيا.

«التدريب على إدارة أفضل للبيئة»: وذلك بهدف محو الأمية البيئية لدى العمال والجماهير عامة من خلال القيام بدورات وندوات وتنظيم اجتماعات مع الأطراف ذات العلاقة. (communication responsible) (<http://www.partaworld.com>)

ب.الاتصال الاجتماعي: يعرف عبد الباسط محمد الحسن الاتصال الاجتماعي على أنه الإجراء الذي يتم به تبادل الفهم بين الكائنات البشرية أو هو العمل الذي عن طريقه تنتقل المعاني من إنسان لآخر أو جماعة لأخرى، وهو نقل رسالة إعلامية للمجتمع عن طريق حملات إعلامية والتي تحمل أفكار واضحة ومفيدة تخدم الصالح العام. (عبد الباسط محمد حسن، 2011، ص 35). ويعرفه كل من عبد الحميد عطية ومحمد محمود مهدي بأنه من بين العلوم التي تعتمد عليها الدول لمواجهة الآفات والمشاكل فهو يعمل على بث ونقل القيم والعادات والتقاليد وكل ما هو ذا قيمة في ثقافة أو حضارة البلد ثم العمل على المحافظة على السلوك الجيد والحرص عليه ودعوة المجتمع إلى التمسك به كما يحافظ على هوية المجتمع وتحقيق الترابط بين أفرادها ونبذ السلوك السيئ المضر بالمجتمع (عبد الحميد عطية، محمد محمود مهدي، 2013، ص 54)، وهو علم نقل الأفكار من طرف أول إلى طرف ثاني وهو الركيزة الأولى للسلطة وذلك من أجل تطوير المعارف ودفع الوعي الاجتماعي إلى الطريق السليم وتغيير السلوك المغاير للطبيعة السلمية للإنسان فهو يبحث عن

تغيير لصالح المجتمع في مجمله عندما يجيب على تطلعات أعضاء المجتمع في القضايا التي تهتمه... ويصبح هدفه تصحيح السلوكيات التي حكم عليها بأنها مضرّة بالمصلحة الخاصة والعامة Michel le (Net, 1988, p05).

3/ وسائل أدوات الاتصال المسؤول:

أ. **تقرير المسؤولية الاجتماعية والبيئية:** تعتبر التقارير الدورية للمسؤولية الاجتماعية للشركات أداة تسعى هذه الشركات عن طريقها لطمأنة أصحاب المصلحة بأنها تعني باستمرار بما يشغلهم على نحو استباقي وإبداعي عبر كل ما تقوم به من عمليات. وتتضمن تلك التقارير السياسات وإجراءات القياس ومؤشرات الأداء والأعراف في المجالات الرئيسية. (نورا محمد عماد الدين أنور، 2010، ص8) وتهدف المؤسسة من وراء نشرها إلى تقارير المسؤولية الاجتماعية والبيئية إلى زيادة مصداقيتها لدى مختلف الأطراف ذات العلاقة معها فيما يتعلق بالتزامها الاجتماعي والبيئي.

ب. **الإعلان البيئي (الإعلان الأخضر):** وهو الإعلان الذي تتبناه المنظمة الخضراء لنقل فلسفتها البيئية من خلال رسالتها الإعلانية إلى جمهورها المستهدف، كما يعرف على أنه الجهود التي تبذلها الشركات لترويج المنتجات أو الخدمات الخضراء ولتعزيز صورة الشركة التي تقوم بالأنشطة البيئية (هبة محمد الحسن عثمان، 2016، ص 24)

ج. **الملصقات البيئية والايكولوجية كأداة للاتصال المسؤول:** العنونة البيئية أو العلامة البيئية هي رمز أو علامة توضع منتج المؤسسة لتمييز المنتجات (سلع أو خدمات) ذات أعلى مستويات الجودة البيئية، كما تبرز القيام بمجهودات ملحوظة في مجال استعمالات التكنولوجيا النظيفة (منية إبراهيم يوسف، 2007) وتعتبر من الوسائل التي تتبناه المؤسسة لإعلام مختلف الأطراف ذات العلاقة ان المؤسسة تحمي البيئة في منتجاتها التي تراعي فيها تقليل الضرر على البيئة.

أ. **الاتصال البيئي:** يعرف بأنه مجموعة من الأنشطة الاتصالية الهادفة لإحداث تغيير على مستوى المعارف، والآراء، والاتجاهات والسلوكيات ذات العلاقة المباشرة بالبيئة، ويأتي هذا التغيير كواحدة من الحلول المناسبة لحل المشاكل البيئية (محمود عبد العزيز، 1988، ص128)، الاتصال البيئي واحد من أدوات السياسة البيئية، حيث تتعهد المؤسسة من خلال هذه السياسة بالاتصال كل الأطراف ذوي العلاقة بها، وهنا يأتي الاتصال كوسيلة لنقل هذه السياسة لجمهور المؤسسة الداخلي والخارجي، ومن هنا يتضح أن الاتصال البيئي يعمل على تحسين وتعزيز السياسة البيئية للمؤسسة. (Communication environnementale de votre entreprise [www. Orée.org/docs/.../ entreprise](http://www.Orée.org/docs/.../communication-environnementale1998.pdf))

4/ مبادئ الاتصال المسؤول:

« الشفافية تتضمن وضوح التشريعات وسهولة فهمها، واستقرارها وانسجامها مع بعضها البعض وموضوعيتها، وتبسيط الإجراءات والقضاء على الروتين ونشر المعلومات والإفصاح عنها وسهولة الوصول إليها بحيث تكون متاحة للجميع، وتوفير مناخ صحي يسوده الثقة، وتمكين المعنيين في الخدمة التي تقدمها المؤسسة من تحمل مسؤولياتهم في إدارة المؤسسة، فالشفافية منهاج عمل وحياة مستمرة لإدارة الأحداث اليومية وشفافية العلاقات الرأسية والأفقية في أركان العمل المؤسسي والشفافية كمبدأ إداري في المؤسسات تمتد لتشمل بعض الممارسات التي تصب في مجال اتخاذ القرارات وإدارة الموارد البشرية والهيكل التنظيمية والتعليمات والاتصال والعلاقات والتطوير الإداري. (نعيمه محمد حرب، 2011، ص 14).

« الإعلام البيئي حول شروط تصنيع المنتجات والخدمات وحول استعمالها وشرح عرض آثار نشاطات المؤسسة على البيئة والجماعات المحلية.

« تخطيط الأهداف الاتصالية القصيرة، المتوسطة الأجل، والطويلة الأجل.

« عرض نتائج تطبيق منهج التنمية المستدامة؛ من خلال عرض معلومة واضحة وشاملة وتعتمد على المقارنة من سنة لأخرى.

« تفضيل ترويج السلوكيات التي لها تأثير ايجابي على البيئة والمجتمع.

« توقع منتظرات المجتمع المدني، وفتح حوار مع الأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة وعرض مسعى المؤسسة تجاه مختلف الأطراف ذوي العلاقة مختلف " وتوضيح ان المؤسسة تتفهم منتظراتهم ودعوتهم للتفاعل والحوار مع المؤسسة.

« لا تستعمل الأدلة والبراهين الايكولوجية والمواطنة، حتى تجد المؤسسة حقا مزايا ايجابية وهادفة.

« استعمال الأدلة والبراهين الايكولوجية والمواطنة، حتى تجد المؤسسة حقا مزايا ايجابية وهادفة.

« استعمال الدعائم التقليدية والايكترونية التي تسمح بعرض تقرير التنمية المستدامة، وفتح قنوات

للتفاعل مع الأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة. (أمال مهري، مرجع سابق، ص 249)

5/ علاقة الاتصال المسؤول بصورة المؤسسة:

وعلى ضوء ما سبق سواء فيما يتعلق بالصورة المدركة الخارجية، وهي الصورة التي يشكلها الأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة" وغالبا ما يكونون من خارج المؤسسة"، أو ما يتعلق بالصورة المدركة الداخلية على المستوى الداخلي للمؤسسة والذي يتمثل في العمال، فإن تشكيل هذه الصور مرهون بشكل أساسي بممارسات

المؤسسة تجاههم ، ويمدى استعمالها للاتصال، حيث أثبتت العديد من الدراسات تأثير الاتصال على الصورة الذهنية التي يشكلها الجمهور عن المؤسسات، وفي هذا الصدد يمكن أن نشير لمختلف بحوث العلاقات العامة التي تعتبر كنشاط اتصالي ممارس لتحسين صورة المؤسسة تجاه جماهيرها الداخلية والخارجية . وفي إطار دراستنا التي تتعلق بنمط خاص من الاتصال وهو الاتصال المسؤول، الذي يستهدف خلق صورة لدى الأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة من خلال التأثير في آرائهم واتجاهاتهم نحو المؤسسة وتقريب وجهات النظر بينهم، تعكس هذه الصورة التي تستهدف المؤسسة خلقها لدى الأطراف ذوي العلاقة صورة المؤسسة المواطنة التي تدمج التنمية المستدامة في ممارساتها من خلال التزامها بمسئوليتها الاجتماعية والبيئة . إذن نستنتج أن الاتصال المسؤول في المؤسسة يعتمد على خلق صورة مواطنة للمؤسسة بالتزامها بمسئوليتها الاجتماعية والبيئية، فهي تحاول خلق صورة المؤسسة التي تحترم بيئتها ومحيطها الاجتماعي، وذلك بالارتكاز على سياسة الاتصال المسؤول التي تنقل هذه الصورة للأطراف ذوي العلاقة بها. (مهري شفيقة، مرجع سابق، ص 115).

خاتمة:

شهدت السنوات الأخيرة في بلدان عديدة تنظيم مؤتمرات وملتقيات وإنشاء جمعيات حول المسؤولية الاجتماعية واجتهد المفكرون والباحثون في تعزيز وإعطائها أهمية كبيرة، قصد ترسيخها وإلزام المؤسسات تبني أفكارها والعمل وفقا لمبادئها وقوانينها، وقد تم وضع معايير ومؤشرات تمكن وتسهل على المؤسسات قياس مدى التزامهم بمبادئ المسؤولية الاجتماعية ومدى احترامهم لهذه المعايير والعمل وفقا لها، ونهت الدراسة بتقديم مجموعة من المقترحات لتطبيق المسؤولية الاجتماعية بغية ترسيخ الصورة الذهنية:

- ◀ الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية صار حتمية وليس اختيارا أو مبادرة أخلاقية تقوم بها المؤسسات، حيث أنها تضمن استقرار واستمرارية المؤسسات، وتحافظ على صورتها الجيدة، ولها فوائد وإيجابيات تعود بالنفع على كل من المؤسسات والمجتمع، فهي تساهم بشكل فعال في زيادة الإنتاجية والربحية للمؤسسات.
- ◀ تنظيم أيام تحسيسية ضد الأمراض والأوبئة والعمل على تنبيه الأفراد وتقديم سبل الوقاية لهم.
- ◀ الاهتمام بالمتفوقين والعباقرة وأصحاب المواهب والسهر على تحفيزهم وتشجيعهم من خلال الهدايا والجوائز المعتبرة وكذا تنظيم الرحلات.
- ◀ تمويل ملتقيات علمية وتنظيمها لمعالجة قضايا الفساد التي تواجه المجتمع، والعمل على تقديم حلول لها.

- ◀ التبرع لمراكز الأيتام أو دور العجزة، والاهتمام بالفئات المهمشة وذوي الاحتياجات الخاصة.
- ◀ تشييد دور لرعاية الشباب البطال والعمل على فتح دورات تدريبية وخلق فرص العمل لهم.
- ◀ مساعدة الفقراء والمعوزين في المناسبات الدينية خاصة والعمل على تقديم الرعاية لهم طوال أيام السنة، وتأسيس نوادي رياضية وترفيهية للأطفال خاصة أوقات العطل المدرسية.
- ◀ الاهتمام بالبيئة والعمل على الحد من مخلفاتها المضرّة بها، ومحاولة الحفاظ عليها، والاهتمام بالتنمية المستدامة والحفاظ على الموارد للأجيال القادمة.
- ◀ الاهتمام بشكاوى وآراء جماهير المؤسسة، وتوفير لهم وسائل وأدوات مجانية لمعرفة شكاويهم.
- ◀ الترشيد والكفاءة في استخدام الطاقة، واستغلال الموارد والطاقات المتجددة.
- ◀ السعي المتواصل للتحسين المستمر والحصول على الشهادات العالمية كشهادة ISO.
- ◀ دفع التعويضات المادية للعمال، والعمل على الاهتمام بهم وتوفير بيئة سليمة و نظيفة للعمال.
- ◀ الحرص على جودة المنتجات ومراعاة الذوق والعادات والتقاليد وتعزيزها.
- ◀ محاولة خلق فرص للاستثمار والعمل على ترقية المجتمع وازدهاره.
- ◀ الاهتمام بشؤون المرأة والحفاظ عليها من التحرشات سواء داخل العمل أو خارجه، والتشجيع على السلوكات الأخلاقية.
- ◀ العمل على حل مشاكل المجتمع من فقر، بطالة، أمية... إلخ.

المراجع:

- الكتب:

- (1) ثامر البكري(2012): استراتيجيات التسويق الأخضر، ط1، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- (2) عبد الحميد عطية، محمد محمود مهدي(2003): الاتصال الاجتماعي وممارسة الخدمة الاجتماعية، د ط، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، مصر.
- (3) عبد الباسط محمد الحسن(2011): أصول البحث الاجتماعي، ط1، مكتبة وهبة للطباعة والنشر، مصر.
- (4) محمود عبد العزيز(1988): التغطية الصحفية لموضوعات البيئة، دط، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- (5) محي الدين إسماعيل محمد(2014): الإعلام البيئي، ط1، مكتبة الوفاء القانونية للنشر، الإسكندرية، مصر.
- (6) منية إبراهيم يوسف(2007): العلامة البيئية في العلاقات بين التجارة والبيئة، التجربة التونسية خطوات نحو الاستدامة، اجتماع الخبراء العرب حول العلاقات بين التجارة والبيئة، الجامعة العربية، القاهرة، مصر.

(7) وصفي نزال وآخرون(2011): أثر المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية لشركة الاتصال الفلسطينية من وجهة نظر العملاء حالة دراسية لشركة جوال جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.

- المؤتمرات والملتقيات:

(8) بن جيمة مريم، بن جيمة نصيرة(15/14 فيفري2012): المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الإدارة، ورقة مقدمة في الملتقى الدولي الثالث بعنوان "منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، الجزائر.

(9) بن عيشي بشير، قوفي سعاد، عرقابي عادل(11/10نوفمبر2009): المسؤولية الاجتماعية والأداء الاجتماعي للمؤسسات الاقتصادية في إطار التنمية المستدامة، ورقة مقدمة في الملتقى العلمي الدولي الأول حول أداء وفعالية المنظمة في ظل التنمية المستدامة، جامعة محمد بوضياف المسيلة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، الجزائر.

(10) خالد قاشي، رمزي بودرجه (15/14 نوفمبر2016): المسؤولية الاجتماعية لمؤسسة سيم SIM وأثرها على صورة الذهنية المدركة لدى المستهلك الجزائري، المؤتمر الدولي حول دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم إستراتيجية التنمية المستدامة -الواقع والرهانات-، جامعة الشلف، الجزائر.

(11) عمر لعلاوي(14/13أفريل2008): دور وأهمية الجودة والتقييس في حماية المستهلك، الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، المركز الجامعي الوادي، الجزائر.

- المقالات العلمية:

(12) أحمد فاروق رضوان(ديسمبر2012): استخدام الموقع الإلكتروني للمنظمة في دعم اتصالات المسؤولية الاجتماعية دراسة تطبيقية، مجلة رؤى استراتيجية، المجلد 1، العدد1، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، مثلا)، أبو ظبي، دولة الإمارات العربية المتحدة.

(13) أمال مهري (ديسمبر 2014): التوجه من الإعلام البيئي إلى الاتصال المسؤول في إطار التنمية المستدامة لدى المؤسسة الاقتصادية، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 19، جامعة سطيف2، الجزائر.

(14) بلمختار ياسين (ماي 2015): المسؤولية الاجتماعية للتسويق كمدخل لبناء صورة المؤسسة اليابانية لصناعة السيارات -TOYOTA- دراسة حالة شركة، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد الاقتصادي 22، جامعة زيان عاشور، الجلفة.

(15) شافية قرفي، حمودي حاج صحراوي(2016): دور المسؤولية الاجتماعية في دعم سمعة المؤسسة-دراسة تحليلية من وجهة نظر إطارات مؤسسة روبية للعصائر NCA -مجلة الباحث، عدد 16، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر.

(16) لاسك ارسلان بايز، درمان سليمان صادق: تحليل العلاقة بين مبادئ المواصفة القياسية ISO 26000 وسمعة المنظمة، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد الاقتصادي 35، جامعة زيان عاشور بالجلفة، الجزائر.

(17) مجلة المشاركة في المواصفة القياسية الدولية المستقبلية أيزو 26000 حول المسؤولية الاجتماعية.

18) مرقاش سميرة (جوان 2018): دور العلاقات في تحسين سمعة المؤسسة دراسة تحليلية لمؤسسة التطوير العقاري - عبورة-، مجلة AL-RIYADA For Business Economics ، المجلد 4، العدد2، جامعة الشلف، الجزائر .

- الرسائل والأطروحات:

19) مهري شفيقة(2012/2011): الاتصال وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية في المؤسسة الاقتصادية، -دراسة حالة شركة اسمنت عين الكبيرة سطيف-، مذكرة ماجستير، تخصص علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر3.

20) محمود الابرش(2017/2016): السياسة البيئية في الجزائر في ظل الاتجاهات البيئية العالمية، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع التنمية، جامعة محمد خيضر بسكرة.

21) نورا محمد عماد الدين أنور(2010): المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل الأزمة الاقتصادية العالمية، دراسة تطبيقية، مقدمه الى مركز المديرين المصري مسابقة الأبحاث السنوية، مصر.

22) نعيمة محمد حرب(2011): واقع الشفافية الإدارية ومتطلبات تطبيقها في الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، رسالة ماجستير، جامعة غزة الإسلامية فلسطين.

23) هبة محمد الحسن عثمان(2016): الإعلان الأخضر وأثره على النية الشرائية، الدور الوسيط لاتجاهات العملاء والأثر المعدل للوعي البيئي، رسالة ماجستير، تخصص إدارة الأعمال (MSC)، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.

- باللغة الأجنبية:

24) Communication environnementale de votre entreprise: [www.Orée.org/docs/.../communication-environnementale1998, pdf.](http://www.Orée.org/docs/.../communication-environnementale1998.pdf)

25) Michel le Net, la communication social : pratique de compagne d'information, édition la documentation française paris 1988.

26) communication responsable,(<http://www.partaworld.com>),le 15 /02/2016

27) RSE et communication responsable:<http://www.impactvert.fr/presentation/>

"الاتصال المؤسسي والجمهور الداخلي للمؤسسة في ضوء مبادئ المسؤولية الاجتماعية"

أ. ياسين برّوك

طالب دكتوراه، تخصص: الاتصال المؤسسي

جامعة محمد الشريف مساعديّة - سوق أهراس -

الجزائر

أ. د أمال نوّاري

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

جامعة محمد الشريف مساعديّة - سوق أهراس -

الجزائر

الملخص:

للاتصال دورٌ بارزٌ وفَعّالٌ في ربط الأفراد والجماعات ببعضهم بعض، في إطار رسمي أو غير رسمي داخل المؤسسات التي ينشطون فيها، فهو يعمل على توطيد علاقاتهم وصلاتهم المختلفة وتوجيهها نحو خدمة وتنمية وتطوير المؤسسة على نحوٍ مسؤول بتوظيف مختلف الوسائل والموارد المتاحة والمشروعة على أرض الواقع. وتضطلع المؤسسات الحديثة والمعاصرة على اختلاف أنواعها بالاهتمام بالاتصال المؤسسي مع الجمهور الداخلي للمؤسسة لأنه سفيرها لدى باقي جماهيرها الخارجية، ويساهم في بناء ونقل صورتها وسمعتها لديهم، الأمر الذي أوجب عليها ضرورة تخطيط وتبني آليات للاتصال المؤسسي في ضوء مبادئ ومرتكزات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات مع جمهورها الداخلي، من: عمال، موظفين، إدارات، نقابيين... إلخ، لتحقيق أهداف وغايات جميع الأطراف بما هو موقع مواطن.

وتسعى هذه الورقة للكشف عن أهمية وغايات الاتصال المؤسسي للمؤسسات المعاصرة مع فئات جمهورها الداخلي في ضوء مبادئ المسؤولية الاجتماعية، وكذا وسائل تحقيق تلك الغايات والمنتظرات.

- **الكلمات المفتاحية:** المؤسسة، الاتصال المؤسسي، الاتصال المسؤول، الجمهور الداخلي للمؤسسة، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

Abstract:

Communication has a prominent and effective role in linking individuals and groups to each other within a formal or informal framework in the institutions, which they are active. It works to consolidate their relationships and links and to direct them to service, develop the institution responsibly by employing the various means and resources available and legitimate on the ground. Modern and contemporary institutions of all kinds take care of the corporate communication with the internal public of the institution because it is its ambassador to the rest of its external publics and contributes to the building and transmission of its image and reputation, Which necessitated the planning and adoption of mechanisms for responsible corporate communication in the light of the principles of CSR with its internal constituency: workers, employees, tires, trade unionists, etc., to achieve the goals and objectives of all parties, including citizenship.

This paper seeks to reveal the importance and objectives of corporate communication for contemporary institutions with their internal constituencies in the light of the principles of social responsibility, as well as the means to achieve those goals and perspectives.

- **Key words:** institution, corporate communication, responsible communication, internal public of the institution, corporate social responsibility.

• **مقدمة:**

تعاظم الاهتمام بالاتصال وأشكاله وأطرافه وآليات نجاحه وكذا مساهمته في العملية التسييرية والتنظيمية للمؤسسات الحديثة والمعاصرة، نظرا لما يلعبه من دور محوري وفعال في توجيه الجهود وتنسيق الأهداف وربط العناصر الفاعلة في المؤسسة وأصحاب المصالح ببعضهم بعض بما يحقق عامل المواءمة بين أهداف المؤسسة وأهداف جماهيرها الداخلية والخارجية. وهذا النوع من الاتصال على نحو هادف، مخطّط، ومسؤول يحيلنا للحديث عن الاتصال المؤسساتي المسؤول الذي يرمي إلى تحقيق غايات كبرى من بينها: التعريف بالمؤسسة وبتاريخها وقيمها وفلسفتها لدى جماهيرها، السعي نحو تحقيق صفة المؤسسة المواطنة عن طريق تجسيد مبادئ المسؤولية الاجتماعية والأيكولوجية والثقافية مع تلك الجماهير المتنوعة بمختلف فئاتها وشراحيها والتي تتعامل معها المؤسسة فتؤثر فيها وتتأثر بها، وكذا بناء أو تحسين ودعم وتعزيز صورتها الذهنية وسمعتها بما هو موقع مواطنة بصفتها مؤسسة مسؤولة اجتماعياً تعرف ما لها وما يتوجب عليها نحو جميع الشركاء والمتعاملين الاقتصاديين والاجتماعيين والمجتمع المدني بكل أطيافه.

والجمهور الداخلي للمؤسسة هو نقطة البدء في برامج الاتصال والعلاقات العامة للمؤسسات الحديثة والمعاصرة، فهو سفير المؤسسة نحو باقي جماهيرها الأخرى، ينقل عنها قيمها ورؤيتها ورسالتها إلى خارج أسوارها، لهذا بات الإهتمام بالجمهور الداخلي من صميم مسؤولي الاتصال والعلاقات العامة والإدارة العليا للمؤسسة بما يترجم أهدافها ويحقق أهدافه على أرض الواقع، ولعل ذلك يتحقق من خلال معرفة الغايات والأهداف المرجوة ولوسائل والآليات الممكنة لبلوغها على نحو مسؤول مما يشجع ذلك الجمهور الداخلي من عمال وموظفين وقيادات وأعضاء النقابة من المضي قدما نحو الارتقاء بالمؤسسة اقتصاديا وحتى اجتماعيا، ويبثّ داخلهم الثقة والولاء والوفاء والاعتزاز بمؤسستهم بطرق مختلفة.

وقد جاء هذا المقال لإبراز أهمية الاتصال المؤسسي المسؤول مع الجمهور الداخلي للمؤسسة، وتبيان غاياته ووسائل وآليات تحقيق تلك الغايات، حيث قسمنا المقال إلى محورين كما يلي:

- **المحور الأول:** "الاتصال المؤسسي حتمية اجتماعية وضرورة تنموية للمؤسسات الحديثة والمعاصرة"، وتناولنا فيه مدخلا نظرياً حول الاتصال المؤسسي بصفته إتصال مسؤول، وعرض أهدافه ووسائله، ومتطلبات نجاحه في ضوء مبادئ المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات.

- **المحور الثاني:** "الاتصال المؤسسي مع الجمهور الداخلي للمؤسسة وتجسيد مبادئ المسؤولية الاجتماعية"، وتطرقنا فيه للحديث عن الجمهور الداخلي للمؤسسة وآليات التواصل معه على نحو مسؤول، فضلاً عن أهمية وأهداف المؤسسة من الاتصال المؤسسي مع مختلف فئات ومكونات الجمهور الداخلي، من: عاملين، قيادات إدارية، أعضاء النقابة... إلخ، من خلال تبنيها لمبادئ المسؤولية الاجتماعية في جميع عملياتها الاتصالية.

أولاً- الاتصال المؤسسي حتمية اجتماعية وضرورة تنموية للمؤسسات الحديثة والمعاصرة:

الاتصال ضرورة للوجود والتفاعل والمشاركة، وفاعلية للحياة والتطور، وسمة من سماتها، وعليه وبه قامت وتطورت المجتمعات، أفراداً وجماعات... والاتصال يقوم على علاقة أو علاقات، كما أن "العلاقة" تتضمن أساساً معنى الاتصال أو التواصل. ومن جهة أخرى فإن "التواصل" يتضمن في معناه فعل إقامة علاقة أو علاقات بمعناها المنافي للتقاطع والتصارم، والقريب من معنى "التعلق وثبات الصلة ودوامها"... وهي من الغايات الأساسية لاتصال المؤسسات بمعناه الحديث، ومن هنا كان الاتصال يحمل معنى علاقة أو ينتهي بإقامة علاقة، كما أن العلاقات لا تتم من دون اتصال، أي نقل أو إيصال رسالة لإقامة هذه العلاقة (ميلودي العزوزي، 2006، ص ص 57-60).

01- الاتصال المؤسسي إتصال مسؤول:

تعرف المؤسسة بأنها: "كيان أو ترتيب اجتماعي، يتم تشكيله بطريقة مقصودة لتحقيق أهداف جماعية مشتركة، من خلال طابع بنائي وممارسات إدارية" (بوحنية قوي، 2010، ص 12). وتعرف المؤسسة في علم الاجتماع، بأنها: "أية هيئة أو جماعة أو منظمة اجتماعية، حكومية، أو أهلية، تنظم من خلالها الجهود للقيام بالخدمات الاجتماعية في مجال محدد أو عدّة مجالات اجتماعية، وتقوم المؤسسة بتنفيذ هذه الخدمات من خلال الجماعات المنظمة المتعاونة، نظراً لأنّ مجهود الفرد يكون ضئيلاً بالقياس إلى جهود الهيئات أو الجماعات المنظمة" (لطي إبراهيم لطفي، 2007، ص 53).

- ولقد أشار كل من التعريفين السابقين إلى كون المؤسسة هي تنظيم يتألف من بناء اجتماعي تحكمه وترتبط بين مكوناته ممارسات إدارية معينة، ويتأسس بشكل مخطط لتحقيق المصالح المشتركة لمجموع الفاعلين. وضرورة تكاتف وتظافر الجهود بين أعضاء جماعات المؤسسة مهما كانت طبيعتها (هيئة

أو جماعة أو منظمة اجتماعية، حكومية، أو أهلية)، ويتم ذلك في إطار منظم لتنفيذ أعمال المؤسسة على نحو مسؤول في إطار الحقوق والواجبات التي لا يمكن أن تستند أو أن تقوم على مجهود فرد واحد.

وفي ظل المنتظرات الجديدة للأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسات ومختلف ضغوطاتهم عليها، ظهر الاتصال المسؤول في مواجهة المشاكل الاجتماعية والبيئية المرتبطة بأنشطة المؤسسات بظهور المسؤولية الاجتماعية والبيئية ليعبر عن توجهات تطبيق التنمية المستدامة بالمؤسسات... ويعرف الاتصال المسؤول بأنه: "الاتصال الذي يأخذ بعين الاعتبار الجوانب البيئية والاجتماعية والمجتمعية في الرسائل وطرق نقل الرسائل الاتصالية التي توجهها المؤسسة للأطراف ذوي العلاقة بها والتي تعكس التزامها تجاههم"، ويشمل الاتصال المسؤول على نقطتين أساسيتين:

- من جهة يتعلق بالاتصال بطريقة مسؤولة بما في ذلك الأخذ بعين الاعتبار المستقبلين للاتصال الذين تستهدفهم المؤسسة بهذه النشاطات الاتصالية. "الأطراف ذوي العلاقة".
- ومن جهة أخرى يتعلق بالاتصال حول المواضيع المسؤولة التي تتوجه لتكون محترمة للجوانب الاجتماعية والبيئية، وتكون صادقة وتعكس حقائق واضحة، وفي هذا الإطار تستعمل المؤسسة الإعلان بما لديه من تأثير كبير على المجتمع، لغايات إيجابية في منطوق فعالية المؤسسة، فالالاتصال المسؤول لا ينحصر فقط في الإعلان، بل يتعلق بجميع أشكال الاتصال المختلفة "منتجات، خدمات، اتصال داخلي، خارجي" و في وسائل الإعلام وخارج وسائل الإعلام، حيث يستعمل مختلف قنوات الاتصال بما في ذلك مجموعة الوسائل الرقمية، "كمواقع الانترنت، الشبكات الاجتماعية، المدونات..." (أمال مهري، 2014، ص 248).

وبصفة عامة يشمل الاتصال المسؤول على النقاط التالية:

- التزام المؤسسة بتوجه التنمية المستدامة واحترام التزامها من خلال المسؤولية الاجتماعية والبيئية.
- اعتماد إستراتيجية اتصالية داخلية لتحسين العمل حول منهج التنمية المستدامة بالمؤسسة وكيفية تطبيقها.
- الإعلام باستهداف جميع الأطراف ذوي العلاقة كمنظمات المجتمع المدني، وسائل الإعلام، والمستهلكين (أمال مهري، المرجع نفسه، ص 248).

إننا بحديثنا عن الاتصال المسؤول، نتحدث بالضرورة عن الاتصال المؤسسي الذي يهدف إلى الدعم والإعلام... فلا تقوم المؤسسات ببث أو نشر معلومات اجتماعية لتحقيق أهداف اقتصادية فحسب، بل لتحسين أدائها الاجتماعي أيضا، أخذا في الاعتبار الضغوطات التنظيمية، القانونية، وكذا ضغوطات الممارسة من قبل الجمعيات والمنظمات غير الحكومية، المستهلكين والمستخدمين والمجتمع المحيط بصفة عامة (يونس زيايتي، 2015، ص ص 26-28). لأن الاتصال المؤسسي يتطلب أن تكون رسائله صادقة وتناسب

القيم المضافة وأن تتسجم مع خصائص الجمهور المستهدف... ويعرف "لوصادا فاسكس" الاتصال المؤسسي بـ: "مجموع العلاقات الشاملة لكل مجالات التفاعل التنظيمي والتي تتم في شكل تعبير رسمي ومقصود للمؤسسة بصفاتها القائمة بعملية الاتصال، وذلك بإدماج كل الوسائل التي بحوزتها بغية تسهيل عملها الداخلي وتيسير تكوين صورة عمومية معينة تنتج عن نشر شخصية محددة تتسجم مع واقعها وانتظاراتها وأهدافها وأحاسيس أعضائها وطلبات محيطها" (رضوان بلخيري، و سارة جابري، 2014، ص ص 61-62. بتصرف).

فالاتصال المؤسسي أو المؤسسي موضوعه المؤسسة هويةً وصورةً، فهو: "يشمل جميع ما تقوم به مؤسسة ما من أعمال اتصالية من أجل التعريف بها وبهويتها المؤسسية، وتحسين وتدعيم وتثبيت صورتها عند أفراد جماهيرها (الجمهور الداخلي والخارجي) والرأي العام، وتوطيد موقعها في المجتمع بما هو موقع مواطنة، وإثبات شرعية مهمتها وأهدافها" (ميلودي العزوي، المرجع السابق، ص 91).

02- أهداف الاتصال المؤسسي ووسائل تحقيقها:

عمومًا، فإنّ الاتصال المؤسسي الذي يوطر علاقات المؤسسة مع مختلف جماهيرها الداخلية والخارجية هو بالأساس: "عمل جماعي ومشترك مسؤول، يقوم على توظيف مجموعة من الأنشطة الاتصالية التي تساعد المؤسسة مهما كانت أهدافها وطبيعة نشاطها من: التعريف بها، وبهويتها لدى جماهيرها (الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي)، وتنسيق أنشطتها، والدفاع عن قيمها، من خلال التحضير والاستخدام المدروس والمخطط لوسائل ودعائم اتصالية تتوافق مع طبيعة الجمهور المستهدف، وفي الوقت المناسب، لتحقيق أقصى قدر من الفعالية لأنشطتها لبلوغ الأهداف والغايات التي يمكن توضيحها في الشكل الموالي (آمال نؤاري، 2018، د ص):



يتضح من الشكل رقم (01) أنّ الاتصال المؤسّساتي المسؤول ليس نشاطا عشوائيا، و لا ينطلق من فراغ، وإنما هو عمل تتموي بالأساس، لذا تعتمد المؤسسات الحديثة على اختلاف أنواعها وتوجهاتها ومجالات نشاطها على جملة من الخطط الاستراتيجية (قصيرة، متوسطة، أو طويلة المدى) لتحقيق أهدافها الرامية لبلوغ غايات ومنتظرات التنمية والتطوير من خلال تبني الاتصال المؤسّساتي وأهدافه، على نحوٍ مخطط ومدروس وقائم على معرفة خصائص واتجاهات واحتياجات الجماهير المستهدفة والعمل على إشباعها، واستشراف سلوكياتهم، وتوظيف وسائل ودعائم اتصالية مناسبة في الوقت المطلوب لنشر الوعي التنموي للعاملين بما يجسّد السلوك المواطني في المجتمع ويسهم في التعريف بالمؤسسة ونشاطاتها وبناء وتحسين وتعزيز صورتها وسمعتها لدى جماهيرها، وبالتالي مواصلة نشاطاتها وإثبات شرعية وجودها في المجتمع.

03- متطلبات نجاح الاتصال المؤسّساتي في ضوء مبادئ المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات:

يرى كل من "أحمد قرار" و "رجاء لحنين" بأنّ اتصال المؤسسة لا يكون مسؤولا اجتماعيا إلا إذا احتّرم العناصر التالية (يونس زياينتي، المرجع السابق، ص ص 29-30):

- **عدم الخروج عن حيّز الشرعية الطبيعية للمؤسسة:** أي أنّه عند القيام بإعلان حول مبادرات مسؤولة اجتماعيا، يتعيّن على المؤسسة احترام حساسيات مختلف الجماهير نحو المبادرات، وعليها أيضا احترام خصوصيات الجمهور المستهدف، كأن تختار -بعناية- السياقات الاتصالية والنبرة واللهجة المنسجمة مع توقعاته وانتظاراته وكذا إطاره المرجعي، معتمدة في ذلك على الدعائم الاتصالية المتاحة والتي تضمن تعرض الجمهور المستهدف للرسائل الاجتماعية.
- **الاتصال حول التزام المؤسسة بمسؤولياتها:** خاصة في أوقات الأزمات، أين يتعيّن عليها عدم التردد في الإفصاح السريع والقوي عن المبادرات الاجتماعية، لكن بالأسلوب الملائم مع الظروف والسياقات المناسبة لذلك. لأن المؤسسة قد تمرّ بلحظات تستوجب السكوت لعدم تهديد الإستراتيجية طويلة المدى من خلال الإفصاح السابق لأوانه أو المفرط للمعلومات. كما يجب أيضا دراسة وتحليل كل المحتويات الاتصالية التي يتمّ بثّها أو نشرها لكي لا تقع المؤسسة في التناقض مع اتصالاتها وبالتالي يؤثر سلبا على صورتها وشرعيتها.

فالكثير من المؤسسات تفشل في تنفيذ استراتيجياتها نتيجة عدم قدرتها على توجيه جميع الجهود نحو تحقيق أهدافها الإستراتيجية، وبالتالي فإنّ الاتصال المؤسّساتي المسؤول هو المفهوم الشامل الذي يجب التّركيز عليه، ويرى "ديمنج" أبو الجودة الشاملة أنّ 85 % من مشكلات المؤسسات ترجع إلى التّنظيم، و 15 % إلى العنصر البشري، ولو حللنا هذه الأسباب الكامنة وراء ذلك لوجدنا أنّ السبب هو عدم وجود إستراتيجيات علمية مخطّطة ومدروسة للاتّصال المؤسّسي... فغياب الاتّصال المؤسّساتي المسؤول يعني

ضعف التنسيق وعدم تحقيق الترافف في توجيه الجهود، وبالتالي ظهور ما يسمّى فجوة التنفيذ وكثرة الأخطاء (محمّد عبد الرحيم، <http://dr-ama.com/?p=5291>، 2019/02/10، 18:07).

ويؤكّد كلّ من "جاهدي" و "أسيكديلي" (Jahdi , Acikdilli) على أنّ نجاح الإتّصال حول المسؤولية الاجتماعية مرتبب بحترام المعايير التالية (يونس زيايبيّة، المرجع السابق، ص 30):

- مصداقية المصدر / المؤسسة.
- توافق سمعة وصورة المؤسسة مع قطاع النشاط الذي تنتمي إليه.
- تحريّ البساطة في الرّسائل وعرض العلامة في إطار ما يتوقّعه المستقبّلون.
- وضع منهج شمولي، مدمج ومتناسق مع مختلف الأهداف والسياسات الاتصالية والتسييرية للمؤسسة.

وبناءً على ما تقدّم، فإنّ مفهوم "الاتصال المسؤول للمؤسسة" كمصطلح حديث يرتكز على ثلاثة أسس بسيطة وواضحة للغاية:

- صحة الرّسائل المصممة والموزعة.
 - تصميم سوسيو اقتصادي للأنشطة والأدوات الاتصالية.
 - أخذ أهداف أصحاب المصلحة بعين الاعتبار في النهج الاتصالي المعتمد.
- (Communicator, 2015, p 523).

وتأسيساً على ما سبق ذكره، فإنّه يتوجّب على المؤسسات باختلاف أنواعها ومسمياتها ومجالات نشاطها إنشاء وتوفير مناخ مناسب لتأطير الشبكة العامة للاتصال المؤسسي للتنسيق بين القرارات والأعمال من خلال تخطيط واعتماد ومراقبة تنفيذ الدليل العام للاتصال المؤسسي الذي يصف ويحدّد اتّصالات المؤسسة مع الأفراد والجماعات والدوائر والهيئات المنضوين تحت لوائها، سواء في علاقاتهم مع بعضهم بعض، أو في علاقاتهم مع مؤسسات وأفراد وجماعات آخرين بما يحقق المصلحة المشتركة وتحقيق تنمية شاملة على العديد من الأصعدة والمستويات بالاستناد إلى رؤية ومهمّة المؤسسة تجاه جماهيرها المختلفة والمستمدة من ثقافة المجتمع الذي تنشطه فيه حتّى لا يحدث التعارض والتصادم غير المرغوبين.

ثانياً - الاتصال المؤسسي مع الجمهور الداخلي للمؤسسة وتجسيد مبادئ المسؤولية الاجتماعية:

01- الجمهور الداخلي للمؤسسة ووسائل التواصل معه على نحو مسؤول:

إنّ مصطلح الجمهور في مجال الاتصال والعلاقات العامة للمؤسسة يعني مجموعة من الأفراد تجمعهم مصلحة مشتركة أو يؤلف بينهم اهتمام مشترك، ومن هنا فإنّ هنالك عدة جماهير من وجهة نظر المؤسسة وليس جمهوراً واحداً (محفوظ أحمد جودة، 2016، ص 177)، ومفهوم الجمهور يشمل كافة المجموعات التي يكون

من مصلحتها بقاء المؤسسة واستمرار نجاحها، وكذلك تلك التي يكون من مصلحة المؤسسة التعامل معها، والعمل على اتساع ذلك التعامل بشكل متين (محمد عبد المنعم خميس، 1988، ص 30).

كما أنّ موقف هذه الجماهير اتجاه المؤسسة وإدارتها وأهدافها وسياساتها يعتبر ذا أهمية حيوية لها، ولذلك فإنّ دائرة العلاقات العامة تركّز على إجراء البحوث العلمية لاستطلاعها ودراستها وتحليلها ومن ثمّ العمل على تعزيز النواحي الإيجابية فيها. وعلاقة المؤسسة بجماهيرها يجب أن تكون متوازنة، بمعنى أنّه لا ينبغي بالمؤسسة على حساب علاقتها بجمهور آخر.. وتتقسم الجماهير من حيث علاقاتها بالمؤسسة إلى قسمين: جماهير داخلية وجماهير خارجية (محفوظ أحمد جودة، المرجع السابق، ص 177، بتصرف).

وتسهم العلاقات العامة بشكل عامّ إسهامًا فعّالًا في مدّ الجسور لإقامة أقوى العلاقات بين المؤسسة وجمهورها، والإسهام الجاد في رسم الصورة اللائقة عن نشاطات وسياسات هذه المؤسسة أمام الجمهور، كما أنّها تساعد المجتمع على تفهم حقيقة المؤسسة كعضو فعّال (عامر الكبيسي، 1970، ص 153). والاتصال بالعاملين هو أساس عمل برنامج العلاقات العامة الحديثة، فالعلاقات الجيدة مع المجتمع المحلي تنبع من العلاقات الطيبة مع الجمهور الداخلي للمؤسسة.

(Bertrand R. Canfield and fazier H.moore, 1993, p 51)

ونقصد بالجمهور الداخلي كافة العاملين الذين تضمهم المؤسسة في أقسامها ومستوياتها الإدارية المختلفة، وتهدف العلاقات العامة إلى التعامل مع الجماهير الداخلية للمؤسسة من أجل تحقيق استقرارها، وتنمية الإحساس بالولاء والانتماء لديهم، الأمر الذي يترتب عليه تبني هذه الجماهير لسياسات المؤسسة وأهدافها والدفاع عنها والتحمس لها، وتتكون هذه المشاعر والأحاسيس لدى الجماهير الداخلية للمؤسسة نتيجة المعاملة الإنسانية وإشباع الحاجات النفسية والاجتماعية والمادية لتلك الجماهير، والعمل على رفع معنوياتها وتحقيق تماسكها وكسب تأييدها (غريب عبد السمّيع، 2006، ص 104).

ومن أبرز وسائل الاتصال المؤسّساتي على نحوٍ مسؤول بين المؤسسة وبين العاملين داخلها، نجد:

- الاتصال الشخصي، ويجري بصورة جاهية.
- الاتصال بواسطة اللجان المشتركة المشكلة من الإدارة وممثلي العمال لبحث مشكلات العمل والعاملين.
- الصحيفة الدورية الداخلية.
- لوحة الإعلانات.
- الرسائل الشخصية.
- الاجتماعات الدورية (أسبوعية، شهرية، فصلية، سنوية).
- الاجتماعات بين الإدارة وممثلي العمال (النقابة).
- المحاضرات والاجتماعات الخطابية في المناسبات.

- الأفلام التعليمية والإعلامية عن مسيرة الإنتاج.
- المكالمات الهاتفية.
- الملصقات الجدارية.
- الدورات الإعلانية... إلخ (عبد الكريم راضي الجبوري، 2001، ص ص 89-90).

02- أهمية الاتصال المؤسساتي مع الجمهور الداخلي للمؤسسة في ضوء مبادئ المسؤولية الاجتماعية:

إنَّ الحديث عن الاتصال المؤسساتي وفق منهج مسؤول يحيلنا مباشرة إلى جميع تلك العلاقات التي تقوم بها المؤسسة بما يتماشى مع مبادئ المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات التي يمكن اختصار تعريف لها في كونها: "التزام منشأة الأعمال اتجاه المجتمع والذي يأخذ بعين الاعتبار توقعات المجتمع من المنشأة في صورة إهتمام بالعاملين وبالبيئة بحيث يمثل هذا الإلتزام ما هو أبعد من مجرد أداء الإلتزامات المنصوص عليها قانوناً" (بلال خلف السكارنه، 2013، ص 164)، ومن بين تلك المبادئ كما يرى wood أنَّ منظمات الأعمال ما هي إلاَّ وحدات إجتماعية، لذلك فهي ملزمة بمسؤولية تجاه مجتمعها... وعلى المستوى المؤسساتي قدّم Bench-Marks عددا من المبادئ للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، ومن بينها المشاركة في عمليات صنع القرار، والإلتزام بمبدأ أنَّ كلَّ عامل له الحقُّ في الرعاية والاهتمام... كما يلخص Kolk and Tulder عددا من المبادئ للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات كما يلي:

- التنمية والتطوير في كلِّ المجالات التي تحقِّق منافع اجتماعية.
 - الشفافية في تخطيط وتنفيذ العمليات.
 - الأداء المبني على الأهداف والقابلة للقياس.
 - مكافأة الأداء الجيد، وتأنيب الأداء الضعيف.
 - المرونة والإبداع لتحقيق الأهداف.
 - تفعيل أدوات المراقبة والتقارير.
 - استمرارية التطوير (عايد عبد الله العصيمي، 2015، ص ص 22-23. بتصرف).
- كما أنَّ نجاح المؤسسة في تحقيق أهدافها يتوقَّف على نظام الاتصال بها. وبهذا يعني أنَّ الاتصالات الإدارية لا ينبغي النظر إليها على أنَّها عملية مستقلة قائمة بذاتها ولكنها تعتمد على كافة العمليات الإدارية في المؤسسة، وعملية الاتصال من المكونات الرئيسية للعملية الإدارية لما لها من أهمية في تحقيق النجاح للإدارة، كما أنها تعتبر مهمَّة بالدرجة الأولى لتناول المشاكل التي تنشأ في أية مؤسسة. وهي حيوية لعملية اتخاذ القرار. ونجد عملية التخطيط والتوجيه والتنسيق والتقويم تعتمد دائما على نوعية الاتصال. وتبرز أهمية الاتصال المؤسساتي بأشكاله الرسمية وغير الرسمية مع الجمهور الداخلي للمؤسسة كما يلي (رضوان بلخيري، و سارة جابري، المرجع السابق، ص ص 91-92. بتصرف):

أ- الاتصال الداخلي واتخاذ القرار: يلعب الاتصال دورا جوهريا في عملية اتخاذ القرار، إذ عن طريق الاتصال يمكن تسهيل إيصال البيانات والمعلومات الحقيقية والصحيحة سواء كانت صاعدة أو هابطة، والتي تساعد في عملية اتخاذ القرارات السليمة داخل المؤسسة، وتحديد واختيار أفضل البدائل الممكنة.

ب- الاتصال الداخلي والتوجيه: تعتمد إدارة المؤسسة في توجيهها للعاملين على نظام من الاتصالات، فباستخدام سبل الاتصال المتاحة تستطيع إدارة المؤسسة تعريف العاملين بأهداف التنظيم بصفة عامة، وتشرح لهم الواجبات والأعمال التي تتوقع منهم أداءها والإمكانيات التي تضعها الإدارة تحت تصرفهم لمساعدتهم على تحقيق هذه الأهداف، كما أنّ الاتصال الداخلي المدروس والمخطط سبيلٌ لإبلاغ الإدارة برأيها نحو العاملين بخصوص مستويات أدائهم.

ج- الاتصال الداخلي والتنسيق: حيث يقصد بالتنسيق "التوفيق بين الأنشطة المختلفة في المؤسسة". أو جهود أية جماعة من جماعات المؤسسة وذلك لمنع التضارب أو التعارض بين هذه الوحدات ويكون تسيير جهود الجماعة في تجانس وانسجام، لذلك فالتنسيق الفعال يبني على وجود قنوات اتصال جيدة في المؤسسة وتبرز أهمية الاتصال الداخلي في تحقيق التنسيق في مجال الاتصالات الأفقية أو العرضية.

03- أهداف المؤسسة من الاتصال المؤسسي مع جمهورها الداخلي في ضوء مبادئ المسؤولية الاجتماعية:

نظراً للأهمية الكبيرة للاتصال المؤسسي مع الجمهور الداخلي للمؤسسة، يمكن توضيح بعض الأهداف التي يسعى لتحقيقها فيما يلي:

أ- أهداف المؤسسة من الاتصال الداخلي مع العاملين: ويقصد بالعاملين جميع الموظفين في كافة المستويات الإدارية للمؤسسة من أعلى هرم السلطة الإدارية إلى القاعدة، وهؤلاء العاملون يشتغلون بهدف:

- تحسين الحالة الاجتماعية.
- كسب الاحترام والتقدير المهني.
- تحسين وتطوير المعارف وتنميتها (Philippe Morel , 2005, p 54).

ولا شك أنّ العمال هم أحد مواضيع الاتصال وأهدافه وأحد أهم وسائله، فأغلب الرسائل تتوجه إليهم خاصة الرسائل المرتبطة بالتنفيذ والمتعلقة بطلب المعلومات الميدانية، لذا من المهم أن تهدف إدارة المؤسسة من خلال الاتصال بالعاملين إلى زيادة مستويات الثقة بينها وبينهم، وتزويدهم بالمعلومات المناسبة في وقتها وعدم إخفائها، وعدم فتح المجال للإشاعات. ولإشراك العاملين خاصة الإطارات، وتشجيعهم على تحمل المسؤوليات حتى يحسّوا بأنهم يحققون مختلف الإشباعات في العمل خاصة من خلال معاملتهم

معاملة إنسانية، والنظر إليهم بصفتهم أشخاص يفكرون ويبدعون ولهم الحق في الموافقة والرفض والاعتراض وإبداء آرائهم ومواقفهم بشجاعة وبمختلف طرق الإقناع (ناصر قاسمي، 2016، ص 92، بتصرف). فالعاملون هم قلب المؤسسة وممثليها، ووجهها في الداخل والخارج، ويؤثرون على مسيرتها وسمعتها وعلى نجاحها (عبد الكريم راضي الجبوري، المرجع السابق، ص 96).

ب- أهداف المؤسسة من الاتصال الداخلي مع القيادات الإدارية: الاتصال بالنسبة للقيادة الإدارية أمر حيوي لأنها تهدف من خلاله إلى إيصال مواقفها وآرائها وأوامرها وتوجيهاتها ومختلف القرارات التي تعتمد عليها، والتنسيق بين مختلف المستويات التنظيمية، ومن خلاله نتعرف على وجهة نظر العاملين وردود أفعالهم اتجاه سياسات المؤسسة وقراراتها، وهي بذلك تهدف إلى أن يكون الاتصال مع الجمهور الداخلي الوسيلة الفعالة لتحقيق الأهداف. كما تهدف من خلاله إلى توفير المعلومات الضرورية التي تؤدي إلى اتخاذ القرارات المناسبة وتدعيم عمليات التضامن مع المرؤوسين، كما يمكن الاتصال من تطبيق نظام عادل من المكافآت باعتباره دليلاً يقدم المعلومات الضرورية عن أداء كل عامل وبالتالي مكافأته حسب عمله، مما يزيد في مستوى الثقة والتعاون بينهم وبين الإدارة (ناصر قاسمي، المرجع السابق، ص 93، بتصرف).

ج- أهداف المؤسسة من الاتصال الداخلي مع أعضاء النقابة: ويعتبر أعضاء النقابة وسطاء بين الإدارة والعاملين في مختلف المستويات الإدارية، ويتم اختيارهم لتمثيل العاملين في المؤسسة ورفع مطالبهم للإدارة العليا والدفاع عن حقوقهم بمختلف الطرق المشروعة بهدف تحسين المستوى الاجتماعي للعاملين من خلال سعيهم الدؤوب لمعرفة مختلف التغييرات التنظيمية التي أقرتها إدارة المؤسسة (Philippe Morel , Op.cit, p p 54-55).

وهناك مجموعة من المبادئ الأخلاقية التي يجب أن يضعها المسؤول والقائم بالاتصال في برنامج العلاقات العامة للمؤسسة للتعامل مع النقابات وذلك لأداء عملها بشكل جيد ولعل من أهم هذه المبادئ ما يلي:

- المحافظة على العلاقات الجيدة بين أعضاء النقابة ومسؤوليها.
- معرفة سياسة النقابة تجاه المؤسسة ونواياها تجاه الطرق التي ستتبعها في حل النزاعات القائمة.
- تزويد النقابة بكل ما يهمها من معلومات وبيانات وإحصائيات عن القوى العاملة لديها، ويشترط أن تكون هذه المعلومات دقيقة، وأن تصل في الوقت المناسب (وليد خلف الله دياب، 2014، ص 235).

د- أهداف المؤسسة من الاتصال مع الجمهور الداخلي بجميع مكوناته وفئاته: وتتخلص في إقامة نظام اتصال خاص به، يمكننا من توصيل حقيقة الجهود التي يبذلها، وكذا ترسيخ صورة المؤسسة في ذهنه والنشاطات التي تقوم بها، وكذا طبيعة إنتاجها وخدماتها من جهة والتعرف على رأي الجمهور فيها وكذا مقترحاته لتحسين خدماتها من جهة أخرى. فداخل المؤسسات، الاتصالات تشجع أولاً: التبادلات بين

الموظفين في إطار ما يسمى بالثقافة من خلال ترسيخ قواعد وممارسات تتماشى مع الأهداف الواجب تحقيقها. عملية الترسخ مرتبطة بمجموع العمليات المنقولة والمنشورة داخل التنظيم، هذه العادات والممارسات تشكل ثقافة تميز المؤسسة عن باقي المؤسسات الأخرى، فالثقافة حسب J.Gilbert وآخرون "تشكل الإطار المرجعي داخل المؤسسة والذي يمكن من خلاله لكل فرد أن يحدد مكانه، فهي تُنشئ بشكل رسمي الخطوط العريضة للسلوكيات والتي ضمنها يجد كل فرد فضاءً للحرية والعمل الفردي" (رضوان بلخيري، وسارة جابري، المرجع السابق، ص ص 93-94):

وعموماً نستطيع أن نخلص إلى أن اتصالات العلاقات العامة بالموظفين على نحوٍ مسؤول تسعى لتحقيق الأهداف التالية (محفوظ أحمد جودة، المرجع السابق، ص 182):

- شرح سياسات المؤسسة وإجراءاتها وتفسير القوانين واللوائح الجديدة المتعلقة بسير العمل.
 - اقناع العمال بأن مصلحة الإدارة ومصلحتهم واحدة وغير متعارضة وبالتالي فتعاونهم مع الإدارة سوف يؤدي إلى زيادة أرباح المؤسسة ومن ثم زيادة الحوافز والمكافآت.
 - رفع الروح المعنوية للموظفين مما يؤدي إلى تقليل معدلات التغيب عن العمل وإلى زيادة إنتاجية الموظف وانتمائه للمؤسسة، وكذلك التقليل من معدل دوران العمل.
 - محاولة اجتذاب الموظفين المؤهلين والمدربين جيّداً للعمل في المؤسسة وذلك من خلال بناء سمعة جيدة عن المؤسسة في سوق العمل.
 - خلق روح الاعتزاز لدى الموظف بمؤسسته، فإذا كان الموظف راضياً عن عمله ويشعر بمعاملة جيدة من رؤسائه فإنه بلا شك سيشعر بالفخر والاعتزاز بمؤسسته أمام الجماهير التي يقوم بالاختلاط بها.
 - الاعتراف بإنجازات الموظفين ومساهماتهم في مجال العمل، وهذا مما يساعد على إشباع حاجات الموظف.
 - تشجيع الموظف على التعبير عن آرائه واتجاهاته وذلك بتطبيق نظام الاتصالات ذي الاتجاهين.
- فمن طريق الاتصال المسؤول للمؤسسة ينمو شعور العاملين بأهميتهم الإنتاجية مما يدفعهم دائماً إلى الإجابة ويُعجبهم في المواصلة دون كلل أو ملل. ولكي يشعر العاملون بأهميتهم فلا بد أن يكون هناك دائماً هدف واضح يؤمنون به ويعملون على تحقيقه ولا بد أن يدركوا تقدمهم نحو تحقيق هذا الهدف وإسهامهم في بلوغه، وهنا تلعب العلاقات العامة دورها في تنمية الشعور بالانتماء للمؤسسة Belongness والاستقرار الوظيفي Security وتقدير المؤسسة لعمل الأفراد Recognition وتحقيق الذات Self-Esteem ، وتستعين العلاقات العامة في ذلك بوسائل الاتصال الداخلي، والبرامج التعليمية الداخلية، وتقديم الهدايا والجوائز والمكافآت، وتنظيم الرحلات والمباريات وتشجيع الأنشطة الثقافية والاجتماعية المساهمة في حلّ المشكلات الخاصة للعاملين، وقبل ذلك كله تهيئة الظروف المناسبة للعمل والإنتاج، كتصميم المكان

والتهوية والإضاءة. وبذلك ترفع الروح المعنوية للعاملين وتسيطر عليهم روح الفريق ويزداد تماسكهم وتحسُّهم للعمل ومقاومتهم للإحباط (علي عجوة، 2008، ص 136. بتصرف).

وحتى يكون برنامج العلاقات مع الموظفين ناجحا، يجب أن تكون هنالك اتصالات فعّالة في اتجاهين بين الإدارة والموظفين، ويؤكد في هذا الشأن **Roger Haywood** على عدم انفصال كل من ممارسة العملية الإدارية وعنصر الاتصال عن بعضهما، إذ يعتبرهما من مسؤولية الإدارة وأنَّ أيَّ سوء فهم يقع فيه الموظف مردّه في الأساس إلى فشل الإدارة في إجراء عمليات الاتصال الفعّالة في علاقتها بالعاملين (Roger Haywood, 1991, P 108).

وثقة العمال في سياسات الإدارة وممارساتها ونزاهتها هي من أهم الأمور التي تساعد على تهيئة الأجواء لتحسين صورة المؤسسة أمام الموظفين، والثقة في هذا الخصوص ذات اتجاهين، الاتجاه الأول يتمثل في **ثقة الموظفين في عدالة الإدارة وممارساتها**، والاتجاه الثاني يتمثل في **ثقة الإدارة في قدرة موظفيها على أداء الأعمال** بالشكل المطلوب وإخلاص هؤلاء الموظفين لها. ومن الضروري أن نؤكد هنا بأن سياسات الإدارة المعلنة العادلة وقراراتها النزيهة لا تعنيان ولا تساهمان بالضرورة في زيادة ثقة الموظفين بالإدارة إن لم تصاحبهما ممارسة فعلية جدية على أرض الواقع، فمجرد الكتابة والكلام لا يؤدي إلى زيادة الثقة، وإنما الممارسات والأفعال هي التي تؤدي إلى ذلك. فالثقة المتبادلة بين الإدارة والموظفين تؤدي إلى رفع معنويات الموظف وبالتالي إلى زيادة مستوى رضاه عن عمله، والموظف الراضي عن عمله يعتبر سفيرا جيدا للمؤسسة أمام كافة أنواع الجماهير من عملاء، وموردين ومؤسسات مالية والمجتمع الكلي، أما الموظف غير الراضي عن عمله فسوف يؤثر بالتأكيد على الصورة الذهنية للمؤسسة أمام جماهيرها المختلفة (محفوظ أحمد جودة، المرجع السابق، ص ص 179-180، بتصرف).

فالعلاقات العامة تهتم أساسا بالعلاقات مع الجمهور بنوعيه الداخلي والخارجي (داخل المؤسسة وخارج المؤسسة)، بل إن ظهورها وأخذها لمكانتها كأحد مجالات الإدارة المؤسسية المهمة منذ النصف الثاني من القرن 20م، كان مردّه الأساسي هو تعاظم أهمية الرأي العام وكسب ثقة الجمهور لنجاح نشاطات المؤسسة مهما كان نوعها، كما يرجع ذلك أيضا إلى نمو شعور المؤسسات بمسئوليتها الاجتماعية وضرورة أخذ وجهة النظر العامة كمتغير أساسي عند اتخاذ القرارات ("مدونة عن كتب" عبر الموقع الإلكتروني على شبكة الأنترنت: https://badislounis.blogspot.com/2011/07/blog-post_7291.html، 2019/02/04، 14:21).

• خاتمة:

من خلال ما سبق التطرق إليه من عناصر نظرية، يتضح جليا أن للاتصال المؤسسي مع الجمهور الداخلي للمؤسسة أهمية كبيرة تساعد وتدعم عملية بناء وتكوين ومن ثمّ دعم وتعزيز الصورة الذهنية الطيبة عنها لديه بمختلف فئاته وتشكيلاته المتعددة، فتلك الصورة لا تتأتى من فراغ، وإنما هي نتاج وتحصيل حاصل للتصميم المخطط والمدرّس للبرامج الاتصالية وتعديلها إذا اقتضت الضرورة ذلك بما يتماشى

ومبادئ وأهداف ومرتكزات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة مع جمهورها الداخلي، ومن خلال تحسين قنوات الاتصال داخل المؤسسة بما يتوافق ومواءمة أهداف المؤسسة وأهداف العاملين بها.

قائمة المراجع:

* القواميس والكتب والمجلات والرسائل والأطروحات:

- 1) أمال مهري (2014)، التوجه من الإعلام البيئي إلى الاتصال المسؤول في إطار التنمية المستدامة لدى المؤسسة الاقتصادية، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 19، جامعة محمد أمين دباغين - سطيف، الجزائر.
- 2) أمال نوراي (2018)، محاضرات في مقياس: "الاتصال المؤسسي" موجهة لطلبة الدكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة سوق أهراس، الجزائر.
- 3) بلال خلف السكارنه (2013)، أخلاقيات العمل، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن.
- 4) بوحنية قوي (2010)، الاتصالات الإدارية داخل المنظمات المعاصرة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 5) رضوان بلخيري، سارة جابري (2014)، مدخل للاتصال والعلاقات العامة، ط1، جسور للنشر والتوزيع، المحمدية - الجزائر.
- 6) عامر الكبيسي (1970)، النظرية التكاملية لتطوير مفهوم العلاقات العامة وتطبيقاتها، المجلة العربية للإدارة، العدد الثالث، القاهرة، مصر.
- 7) عايد عبد الله العصيمي (2015)، المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 8) عبد الكريم راضي الجبوري (2001)، العلاقات العامة فن وإبداع تطوير المؤسسة ونجاح الإدارة، ط1، دار ومكتبة الهلال للطباعة والنشر، بيروت، لبنان.
- 9) علي عوجة (2008)، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط5، دار عالم الكتب، القاهرة، مصر.
- 10) غريب عبد السميع (2006)، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر.
- 11) لطفي إبراهيم طلعت (2007)، علم اجتماع التنظيم، دار غريب للطباعة، القاهرة، مصر.
- 12) محفوظ أحمد جودة (2016)، العلاقات العامة - مفاهيم معاصرة، ط4، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن.
- 13) محمد عبد المنعم خميس (1988)، العلاقات الإنسانية والسلوك الاجتماعي، المجلة العربية للإدارة، المجلد الثاني، العدد الثالث، القاهرة، مصر.
- 14) ميلودي العزوي (2006)، الاتصال المؤسسي (أساسياته-تطبيقاته-إدارته)، د ط، ددن، د ب ن.
- 15) ناصر قاسمي (2016)، الاتصال في المؤسسة - دراسة نظرية وتطبيقية، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 16) وليد خلف الله دياب (2014)، أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 17) يونس زيايتية (2015)، مدخل إلى الاتصال الاجتماعي للمؤسسة-الاتصال حول المسؤولية الاجتماعية، ط1، الرابطة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

- 18) Bertrand R. Canfield and fazier H.moore (1993), **Public Relations Pricipales – case and problems**, Bed.(Illionis : Richard D – Irwin Inc...).
- 19) Communicator (2015), **Toutes les clés de la communication**, 7^e ed, DUNOD , Paris, France.
- 20) Philippe Morel (2005), **Pratique des relations presse**, 3^e édition, DUNOD, Paris, France.
- 21) Roger Haywood (1991), **All About Public Relation**, 2nd Edition, Mc Graw – Hill, London.

**** المواقع والمدونات الإلكترونية:**

- (1) محمد عبد الرحيم: الإتصال المؤسسي وبناء وإدارة السمعة المؤسسية، محاضرة عبر الأنترنت على الرابط الإلكتروني للمدونة الإلكترونية: <http://dr-ama.com/?p=5291> ، 2019/02/10 ، 18:07.
- (2) مدونة عن كتب عبر الموقع الإلكتروني على شبكة الأنترنت: https://badislounis.blogspot.com/2011/07/blog-post_7291.html ، 2019/02/04 ، 14:21.

الفصل الخامس

"سياق البعد الاجتماعي للمسؤولية الاجتماعية"

The context of the social dimension of social responsibility

أ. خالد غربي جامعة العربي التبسي - تبسة -

أ. محمد مسعي احمد جامعة محمد خيضر - بسكرة -

ملخص:

يمثل موضوع المسؤولية المجتمعية للمؤسسة الاقتصادية موضوع الساعة بالنسبة إلى المشتغلين بالحقلين الاقتصادي والاجتماعي و هو يندرج ضمن حركة التنمية المستدامة التي لا تعني حركة إيكولوجية فحسب بل تتضمن في الواقع رهانات متعددة تمس الإيكولوجي و الاجتماعي و الاقتصادي, وتعد المسؤولية الاجتماعية للمنظمات من المفاهيم الإدارية الحديثة، والتي ظهرت نتيجة تزايد الضغوط على المنظمات، حيث تعد أهمية تسخير مفهوم المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال كأداة لدعم وتحقيق التنمية المستدامة، ف نجاح أي منظمة لا يقاس بمدى ما حقته من اهداف اقتصادية فقط بل ما تحققه كذلك على المستوى الاجتماعي, والبيئي.

وتعتبر جدلية العلاقة بين الفرد و المنظمة و المجتمع هي محور الفكر فهل تقع المسؤولية على عاتق الفرد، أم المنظمة، أم المجتمع؟

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، المؤسسات الاقتصادية، المجتمع، الفرد.

Abstract:

The topic of social responsibility of the economic institution is the topic of the hour for the workers in the economic and social fields. It is part of the movement of sustainable development, which is not only concerned with ecological movement but also involves many challenges that affect the ecological, social and economic ,Which emerged as a result of increasing pressure on organizations, where the importance of harnessing the concept of social responsibility in business organizations as a tool to support and achieve sustainable development, the success of any organization is not measured by the extent of the economic goals, but rather Achieved as well as on the social level, and environmental.

The dialectical relationship between the individual and the organization and society is the focus of thought Is responsibility falls on the individual, the organization or the society ?

Key words: social responsibility, Economic institutions, society, individual

مقدمة:

على رغم الانتشار المتزايد لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في عالم اليوم، إلا أن تعريفها وتطورها التاريخي والدوافع التي تشجع الشركات على الاضطلاع بها والنتائج التي تحققها، و تأثيرها على المستهلكين، لا يزال غير واضح للكثير من الناس وحتى الكيانات الاقتصادية المعنية. فقد أدرك المواطن أن أداء المسؤولية الاجتماعية على الصعيد القومي، ما زال ناقصا وغير مكتملا كما تمارس مضامينها مختلف الأطراف. ففي نطاق مسؤوليته نجد أن المواطن يؤدي - من وجهة نظره - واجباته دون أن يحصل على حقوقه، وهو يدرك أن الدولة تفرض عليه واجبات دون أن يحصل في المقابل على الحقوق التي تحقق إشباعاً لحاجاته. بالإضافة إلى ذلك فإن القطاع الخاص ما زال لم يعثر على وعيه بمسؤوليته الاجتماعية نحو المجتمع، كما يعيش المجتمع المدني حالة من الترهل الرخو فيما يتعلق بإدراك وأعباء مسؤوليته الاجتماعية. وهو الوعي الذي بدأ يدفع المواطن باتجاه المطالبة بضرورة أن يفي كل الأطراف بمسؤولياتهم الاجتماعية، قد تبدأ المطالبة سلمية وناعمة، غير أنها قد تنتهي بسلوكيات خشنة، حيث تنتشر مظاهر الاحتجاج والرفض على سطح المجتمع. بحيث يمكن اعتبار ذلك في حد ذاته إرهابات تدق نواقيس الخطر حتى يضطلع كل طرف بمسؤولياته وإلا تآكل الاستقرار الاجتماعي.

فالمسؤولية الاجتماعية أمر يجب على كل مؤسسة أو فرد القيام بها للحفاظ على التوازن ما بين الاقتصاد والنظام البيئي، وهي أمر لا يختص فقط بمؤسسات الأعمال بل هي شأن كل فرد تؤثر أفعاله على البيئة، وهذه المسؤولية لا تقتصر فقط على الالتزامات القانونية بل تتجاوزها إلى تحسين العلاقة مع أصحاب المصلحة كلهم ونظرا لوجود مشكلات كثيرة ارتبطت بإهمال الشركات لمسؤولياتها الاجتماعية وما نجم عن ذلك من فساد اقتصادي و اجتماعي، فأصبح تبني البرامج المجتمعية و البيئية أمرا ضروريا لضمان استمرارية المؤسسة وتحسين أدائها الاقتصادي وكذا الحفاظ على صورتها في المحيط الذي تتواجد فيه.

وفي هذا المقال فإننا سوف نتعرض لسياق البعد الاجتماعي للمسؤولية الاجتماعية، حيث نتطرق لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والمداخل النظرية لها، وسنتناول أساسيات المسؤولية الاجتماعية من خصائص وأنماط وأبعاد.

1 - مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

المسؤولية الاجتماعية هي المسؤولية الفردية عن الجماعة، وهي مسؤولية الفرد أمام ذاته عن الجماعة التي ينتمي إليها أو المجتمع الذي يعيش فيه. أي أنها مسؤولية ذاتية، مسؤولية أخلاقية، مسؤولية فيها من الأخلاقية المراقبة الداخلية والمحاسبة الذاتية، كما أن فيها من الأخلاقي ما في الواجب الملزم داخلياً، إلا أنه إلزام داخلي خاص بأفعال ذات طبيعة اجتماعية، أو يغلب عليها التأثير الاجتماعي (سيد احمد، 1996، ص 4).

المسؤولية هي اضطرار الفرد أن يقدم حساباً عن أعماله التي يأتيها بإرادته واختياره وأن يتحمل عواقبها سواءً خيراً أو شراً (أحمد 1965، 299).

إن شمولية محتوى المسؤولية الاجتماعية جعلت الباحث Carroll يشير إلى جوهرها بأربعة جوانب رئيسية هي: الاقتصادي، والقانوني، والأخلاقي، والخيري، حيث وظف هذه الأبعاد بشكل هرمي متسلسل لتوضيح الترابط بينها من جانب ، ومن جانب آخر فإن استناد أي بعد آخر يمثل حالة واقعية، فلا يمكن أن نتوقع من منظمات الأعمال مبادرات خيرية ومسؤولة إذا لم تكن هذه المنظمات قد قطعت شوطاً في إطار تحملها لمسؤولياتها الاقتصادية والقانونية والأخلاقية تجاه المجتمعات التي تعمل فيها (carroll, 1991, p56).

2- المداخل النظرية للمسؤولية الاجتماعية:

برز مفهوم المسؤولية الاجتماعية في فترة عصر التنوير، وحتى ظهور نظريات التحديث. وبرغم أن المفهوم لم يطرح صراحة، إلا أن الأبعاد التي يشير إليها المفهوم كانت موضع اعتبار وحوار. ويمكن القول بأن التفكير في المسؤولية الاجتماعية تراوح بين تفكير الفرد بتأسيس المجتمع وتنظيمه، وهو ما يعنى مسؤوليته عما يحدث فيه. وبين تعيين المجتمع للمسؤولية الاجتماعية للفرد، ولم تعرف النظرية الاجتماعية موقف يجمع بين هذين الرأيين إلا مع نهاية القرن العشرين تقريباً. في هذا الإطار فإننا نستطيع أن نرصد ثلاثة مواقف نظرية فيما يتعلق بنشأة مفهوم المسؤولية الاجتماعية، ومصادر تحديد هذه المسؤولية.

1-2 المسؤولية الاجتماعية للفرد عن تأسيس المجتمع: تتطلق من المسؤولية الفردية بالأساس، وتتسع أو ترتقي لتصبح مسؤولية اجتماعية. ويعبر عن هذا الموقف الفيلسوف الإنجليزي توماس هوبز، الذي رأى المسؤولية الاجتماعية الفردية لها جذورها في الطبيعة الإنسانية بالأساس. حيث نجده يؤكد على

العلاقة بين الغريزة والعقل في التكوين الإنساني، وإذا كان من الطبيعي أن يسعى الإنسان لإشباع حاجاته تعبيراً عن حب البقاء فإنه يتجه إلى تأسيس حالة الاجتماع، لتحقيق إشباع أكثر أمناً واستقراراً لحاجاته الأساسية المهددة بعدم الإشباع في ظل الفوضى البنائية القائمة أو المحتملة (إليه، 2006، ص 245) ذلك يعنى احتواء الطبيعة البشرية على عنصرين متناقضين هما الرغبة والعقل. الأولى تدفع إلى الحصول على ما يشعر أنه في حاجة إليه، دون أن يعبأ برغبات الآخرين واحتياجاتهم، وهو ما يدعو إلى صراع وتصادم مصالح البشر. أما العقل فهو الذي يهذب الطبيعة البشرية، وهو الذي يرشد الإنسان إلى حل مشاكله مع الآخرين دونما حاجة إلى التطاحن. ويترتب على ذلك كما يذهب توماس هوبز أنه وإن اتسم سلوك الإنسان بالأنانية التي تهدف إلى منفعة الإنسان الفرد، إلا أن هذه المنفعة تتسع لتتحول إلى نوع من المنفعة الاجتماعية، ويعنى ذلك أن إشباع عواطفنا يتحقق عن طريق إشباع حاجات وعواطف الآخرين. وهو ما يعنى أن توماس هوبز يرى أن المسؤولية الفردية التي تسعى إلى تأكيد إشباع الحاجات الفردية استناداً إلى منطق المنفعة، يعد المدخل الحقيقي للمسؤولية الاجتماعية، التي تعنى أن إشباع الحاجات الفردية لن يتحقق إلا من خلال إشباع الحاجات الاجتماعية.

ويتسق الموقف النفعي، مع البدايات التي وضعها توماس هوبز فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية، حيث يرى رواد المذهب النفعي أن البشر يسعون بالضرورة لتحقيق مصالحهم. وأن المصلحة هي غاية السلوك عادة، والإنسان مسئول عن تحقيقها، أو توفير الشروط الضرورية لتحقيقها، وأن الإطار المرجعي للحكم على المصلحة أو تقييم المسؤولية يتمثل في ذاتية الإنسان. وهي الحالة التي تطرح قضية عشوائية الغايات وتبعثر المسؤوليات الفردية إلى حد التصادم، حيث يسعى كل فرد إلى تحقيق مصلحة، الأمر الذي يطرح مشكلة النظام الاجتماعي من جديد، غير أن الفكر النفعي يتطور من تأكيد سعى الإنسان لتحقيق المصلحة الفردية، ومن ثم المسؤولية الفردية عن تحقيق هذه المصلحة، إلى سعيه للمصلحة العامة، عن طريق استيعاب البعد الاجتماعي في السلوك الإنساني الذي يعبر عن مسؤوليته. حيث أشار إلى ذلك "جيمس مل" حيث يشير جوهر هذا المبدأ إلى التأكيد على أن المعيار الوحيد للصواب والخطأ هو تحقيق السعادة القصوى لأكبر عدد من البشر.

ارتباطاً بذلك نجد أن "كمبرلند" يذهب إلى أن خير الجميع يعتبر غاية عليا لسلوك الإنسان ومعياراً أقصى لتقييم وتعيين مسؤوليته الاجتماعية، ومن ثم فقد أصبح الخبر العام هو قانون الأخلاق الأسمى. فيه تتحقق سعادة البشر والجماعة معاً. وقد سار في هذا الاتجاه "شافتسبري" فربط خير الفرد بخير

المجموع، وقال إن الخيرية لا تكون إلا في نزوع الإنسان من تلقاء نفسه وبغير ضغط خارجي، إلى ترقية خير المجتمع الإنساني وسعادته. وقد طور "هانتشيسون" هذه الأفكار حينما جعل غاية السلوك هي تحقيق أكبر قدر من السعادة لأكبر عدد من الناس، ذلك يعني أن الموقف النفعي جعل الحاجات الأساسية للفرد هي الطاقة الدافعة لتأسيس المسؤولية الفردية عن السلوكيات أو الأفعال التي تستهدف إشباع الحاجات الأساسية للإنسان الفرد. غير أنه بسبب البعد الاجتماعي في بناء شخصية الفرد، وهو البعد الذي رمز له بالعقل، الذي يعد نافذة لاستيعاب كل الموروثات الاجتماعية. فإن المسؤولية الفردية لن تتحقق إلا من خلال تأسيس المجتمع المستقر والقادر على إشباع الحاجات الأساسية لمواطنيه (ليلة، 2007، ص ص 47-49).

2-2 المجتمع يتولى تعيين المسؤولية الاجتماعية: ويقف هذا الموقف موقفا مناقضا من الموقف السابق، يؤكد أن تعيين المسؤولية وتحديد طبيعتها يأتي من خارج الإنسان بالأساس. وإذا كان الإنسان هو الكائن العاقل، فإن تعيين المسؤولية يرتبط بدرجة عالية من العقلانية. وإذا كانت الفلسفة المثالية عند هيجل تؤكد أن الكون رشيد بطبيعته، وأن تطوره يعتمد على نشر العقلانية في الواقع، حتى يتطابق مع مقتضيات العقل الكوني. فإن ذلك يعني أن عقلانية الإنسان تتأكد إذا تطابقت مع العقل الشامل أو عبر عنه. وأن الرجال العظماء في التاريخ هم الذين تكيفت عقولهم مع متطلبات هذا العقل الكوني أو الفكرة المطلقة. وفي هذا الإطار تستند مسؤولية الإنسان إلى مستوى عقلانيته، وإذا كانت عقلانيته تأتيه من خارجه، فإن ذلك يعني أن مسؤوليته تعين له، أو بالأصح تفرض عليه. ولذلك يرفض هذا الموقف تحديد المسؤولية الاجتماعية باعتبار أن دافعيتها من داخل الإنسان، أو هي عقلانية ومسؤولية محتمة بيولوجيا، أو محتمة بعوامل ليست اجتماعية مرفوضة. وفي هذا الإطار نجد أن السلوك أو الدور ينجز في ظل شروط موفقيه، لا سيطرة للإنسان عليها. وفي هذا الإطار يصبح من أهم لزوميات السلوك العقلاني أو المسئول، أن يتوفر لدى الفاعل فهم كامل للشروط الموقفية المتصلة بمسؤوليته الاجتماعية وسلوكه (الطويل، 1960، ص 285). وإذا كان هذا الموقف يؤكد على أهمية أن يتوفر لدى الإنسان الفهم الكامل لطبيعة وحدود المسؤولية التي عينت له، فإن ذلك يعني أيضا أنه من الضروري أن يعمل وفقا لمتطلباتها.

وإذا كان الاتجاه السابق قد ربط العقلانية بمرجعيتها البيولوجية وجعل المسؤولية فردية مرتبطة بعقلانيته، وهي المسؤولية التي قد ترتقي لتصبح ذات طبيعة اجتماعية. فإن الموقف الأخير يؤكد على

أن المجتمع هو المرجعية الأساسية لتعيين المسؤولية الاجتماعية، وذلك باعتبار أن المجتمع هو الذي يحدد القواعد الحاكمة أو المحددة للمسئولية من خارج الفرد. فالمسئولية معينة للفرد، وغاياتها ووسائلها معينة كذلك، إضافة إلى حزمة الحقوق والواجبات المرتبطة بها. وهو الأمر الذي يشكل جوهر الخلاف بين المسئولية الفردية والمسئولية الاجتماعية. وتبعاً لذلك فإن نسق الثقافة والقيم في المجتمع هو الذي يتضمن تحديد طبيعة المسئولية الاجتماعية، التي ينبغي أن يقوم بها الفرد استناداً إلى موقعه في بناء المجتمع، أي استناداً إلى المكانة التي يشغلها والأدوار التي يقوم بها. حيث نجد أن نسق الثقافة والقيم في المجتمع يحدد المسئولة الاجتماعية للأفراد بصورة مزدوجة، فهو من ناحية يحدد الأهداف أو المهام أو الوظائف، التي تسعى المسئولية لإنجازها في المجتمع، وهي وظائف أو غايات ذات طبيعة اجتماعية بالأساس. إضافة إلى أنه يحدد مجموعة القواعد التي تضبط وفاء الأفراد بمسئولياتهم الاجتماعية، ثم يقرر الجزاء الاجتماعي المرتبط بطبيعة ومستوى وفاء الفاعل بالمسئولية المعينة له (ليلة، دس، ص 169).

2-3- المسؤولية الاجتماعية للفرد والمجتمع (المدخل الحقوقي): مع بداية العقد الأخير من الألفية الثانية برز التنظير الحقوقي كمدخل لفتح أبواب المشاركة أمام الجماهير وتدريبهم على تحمل مسئولياتهم، وقد ارتبط بروز المدخل الحقوقي مع صعود نجم تنظير المجتمع المدني وبخاصة المنظمات الحكومية، ودورها في التنمية من أسفل، أي من الجماهير، وتراجع دور الدولة القومية كفاعل تنموي فشلت غالبية تجارب التنمية التي قادتها. ذلك يعني أن ظهور هذا المدخل ارتبط من ناحية بعدم فاعلية كافة أشكال التنمية المفروضة من أعلى. والتي تجعل بنية المسئولية الاجتماعية بنية غير متوازنة، حيث تنفصل الحقوق عن الواجبات (ضلعي المسئولية الاجتماعية) في نطاقها فرضت الدولة على المواطنين واجبات في مواجهة اعتراف ضعيف بالحقوق التي ينبغي أن يحصل عليها المواطنين، العاجزين في مواجهة الدولة العاتية في قوتها. ولهذا السبب ولضعف الدولة وفشل تجاربها التنموية كما أشرت حدث انقلاب في الفكر التنموي، حيث برز تنظير يؤكد على ضرورة أن تبدأ التنمية من أسفل، في هذا الإطار عملت بعض تنظيمات المجتمع المدني باتجاه تطوير وعي البشر بأهمية قيادتهم للتنمية لتحسين أوضاعهم. وهو ما عرف بالتنمية المستدامة، و لكي يشاركوا في تطوير أوضاعهم، فإنه من الضروري أن يكونوا على وعي كامل بحقوقهم والتزاماتهم. وقد ساعد على تبلور وترسخ هذا النمط من التنظير من ناحية ثانية بتراجع دور الدولة، وتراجع بطشها تحت وطأة رقابة مؤسسات النظام العالمي. بحيث أتاح ذلك

الساحة أمام المواطنين لأخذ زمام المبادرة، لتطوير أوضاعهم وفرض الرقابة على أجهزة الدولة، وتوجيهها لخدمة مصالحهم بتأهيل وتوجيه من تنظيمات المجتمع المدني.

غير أن ذلك لم يتم بصورة عشوائية ولكنه - أي التأكيد على المدخل الحقوقي - تبنى الطابع المؤسسي، من طرفين متقابلين. حيث نجد على أحد الأطراف تنظيمات المجتمع المدني، بخاصة المنظمات غير الحكومية التي تعبر عن روحه وجوهرة، والتي تولت تدريب الجماهير على تحمل مسؤولياتها الاجتماعية، وحتى يمكن أن تتحمل مسؤولياتها الاجتماعية فإنه من الضروري أن يمتلك المواطن الوعي بحقوقه وواجباته، وهو الطرف المقابل في التفاعل مسؤوليته الاجتماعية. ومن ثم فإلى جانب أن تنظيمات المجتمع المدني عملت باتجاه تمكين الفئات الاجتماعية المهمشة اقتصادياً وسياسياً، فإنها عملت كذلك على تطوير وعيها الاجتماعي والسياسي والقانوني، بما يؤسس لديها مسؤولياتها الاجتماعية باتجاه المشاركة الفعالة على كافة الأصعدة.

وتوجد محطات تاريخية شكلت علامات في تاريخ تطور المدخل الحقوقي، بدأت هذه المحطات مع منتصف الثمانينيات حيث برز الحديث حول حقوق الإنسان المشروطة. وفي نهايتها وبالتحديد في عام 1989 بدأ البنك الدولي يؤكد على صيغة الحكم الرشيد، من خلال إعادة التركيز على الدولة. واستمرار ذلك من خلال دليل التنمية البشرية الصادر عن البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة حيث انتقل التأكيد التنموي ليركز على الإنسان ومواجهة الفقر. وفي المؤتمر العالمي لحقوق الإنسان المنعقد في فيينا 1993 تم التأكيد على ربط التنمية بحقوق الإنسان. وفي عام 1997 أكدت عملية الإصلاح التي تبنتها الأمم المتحدة على ضرورة نشر ثقافة حقوق الإنسان. ونتيجة للتطورات السابقة برز المدخل الحقوقي في منتصف التسعينيات باعتباره يسعى لدمج الإنسان في التنمية البشرية المستدامة، ارتباطاً بذلك يؤكد المدخل الحقوقي على أن الهدف الذي تتجه إليه المسؤولية الاجتماعية يتمثل في تحسين أوضاع البشر بالتركيز على احتياجاتهم ومشكلاتهم وإمكانياتهم. ومن هذا المنطلق يرتبط المدخل الحقوقي بنفس القضايا التي تهتم بها معظم المبادرات التنموية التي أكدت على حق الإنسان في إشباع حاجاته الأساسية كالغذاء والمأوى، والرعاية الصحية والتعليم والأمن والحرية لتطوير نوعية الحياة. على هذا النحو يستند المدخل الحقوقي إلى مسلمة أن للبشر حقوق ثابتة، وبأن الحرمان من الحاجات يعد إنكاراً لتلك الحقوق (ليلة، دس، مرجع سابق، ص 171).

ذلك يدفعنا إلى البحث عن الفاعل الذي يتولى - استنادا إلى المدخل الحقوقي - تطوير نوعية حياة الفقراء بما يجعلها قادرة على إشباع احتياجاتهم الأساسية، من خلال تدريبهم وتنشئتهم وتطوير وعيهم بحقوقهم وواجباتهم. في هذا الإطار نجد أن تنظيمات المجتمع المدني من خلال مسؤوليتها الاجتماعية عن التنمية الاجتماعية المستدامة، التي تبدأ من الجماهير هي الفاعل الذي يعمل على تطوير إمكانيات الفقراء وقدراتهم، وتأكيد ثقتهم بأنفسهم وأحقيتهم في فرص الوطن، إلى جانب أن هذه المنظمات تعمل على تمكين هؤلاء المهمشين والفقراء اقتصاديا واجتماعيا. إضافة إلى ذلك نجدها تعمل على تطوير وعيهم الحقوقي في مختلف المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، في مقابل توعيتهم بضرورة الوفاء بواجباتهم كاملة. لأن القيام بهذه الواجبات يعد المدخل الحقيقي للحصول على الحقوق، وأن ذلك يشكل النواة الصلبة لمسئولياتهم الاجتماعية. فالقيام بالواجبات يشكل المدخلات بينما الحصول على الحقوق يشكل المخرجات من وجهة نظر هذا المدخل.

3 - خصائص المسؤولية الاجتماعية:

تتميز المسؤولية الاجتماعية ببعض الخصائص الرئيسية:

أول هذه الخصائص أن المسؤولية الاجتماعية للفرد تعكس توازن بين التكوين البيولوجي للإنسان والتكوين الاجتماعي. وهو ما يعنى من ناحية أن الإنسان بحكم تكوينه البيولوجي والخلقي مؤهل لأن يتحمل المسؤولية الاجتماعية. يؤكد ذلك امتلاك الإنسان للعقل المدرك والقادر على إدراك المسؤولية، بقول تعالى: ﴿ إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا ﴾ سورة الأحزاب الآية 72، وهو ما يعنى أن الإنسان كائن مخلوق ومؤهل للقيام بأدوار اجتماعية. وهذا ما يطلق عليه "تالكوت بارسونز" هذه الحالة بالاستعداد، أي أن الإنسان كائن مخلوق لكي يقوم بأدوار ويتحمل مسؤوليات اجتماعية. واستنادا إلى هذا البعد الفطري أو الخلقي في الإنسان، فإنه يكتسب مسؤولياته الاجتماعية الواحدة تلو الأخرى من خلال التنشئة الاجتماعية. عبر مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة، حيث تؤسس فيه هذه المؤسسات بنية المسؤولية الاجتماعية بجوانبها المتعلقة بالواجبات أو الحقوق (ليلة، دس، مرجع سابق، ص 174).

وتتمثل الخاصية الثانية في تباين المسؤوليات الاجتماعية وفقا لمجموعة من المتغيرات الاجتماعية، ارتباطا بذلك بتباين المسؤوليات الاجتماعية التي تقوم بها الإناث عن الذكور استنادا لمتغير النوع، وكذلك تباين المسؤوليات الاجتماعية استنادا إلى متغير السن، حيث يلعب هذا المتغير دوراً محورياً في تحديد

قدر المسؤولية الاجتماعية للشخص. بالإضافة إلى ذلك نجد أن لمتغير المستوى الاجتماعي الاقتصادي فاعلية في هذا الصدد، حيث نجد أن مساحة المسؤولية الاجتماعية تتسع عند الأغنياء مقارنة بمساحة المسؤولية الاجتماعية للفقراء.

وتشير الخاصية الثالثة للمسؤولية الاجتماعية إلى أنها لا تختلف بين المجتمعات، فجميع البشر لديهم مسؤوليات اجتماعية تجاه المجتمع، وفي هذا الإطار من الضروري أن نميز في المسؤولية الاجتماعية للفرد عدة أبعاد أساسية. أول هذه الأبعاد يتمثل في طبيعة مسؤوليات الفرد تجاه التكوينات الاجتماعية داخل المجتمع. فكلما كانت التكوينات الاجتماعية ذات طبيعة إثنية، كلما كان ثقل الواجبات بالنظر إلى الحقوق في بنية المسؤولية أعلى. غير أننا إذا انتقلنا من نطاق التكوينات الاجتماعية الإثنية ذات الطبيعة التقليدية إلى المجتمع فإننا سوف نلاحظ توازنا في بنية المسؤولية بين الحقوق والواجبات (parsons, 1922, p62). وارتباطا بذلك فإنه كلما قطع المجتمع شوطا على طريق التقدم، وكلما ابتعد عن التكوينات الأثرية، وكلما تحققت بصورة نسبية دولة الرفاهية، كلما تضخم مكون الحقوق مقارنة بمكون الواجبات. بحيث تصبح حقوق المواطن على الدولة واضحة ومعترف بها مقارنة بالدولة المتخلفة التي لا تعترف بأن للمواطن حقوقا إلا على الصفحات الورقية للدستور. من الأبعاد الأساسية للمسؤولية الاجتماعية للفرد أنها تتشكل في اتجاهين، فهناك مسؤولية للفرد تجاه الآخر داخل المجتمع. فعلى الفرد عديد من الواجبات تجاه الآخرين كما أن له حقوق عليهم، وهو ما يمكن أن نسميه بالمسؤولية في بعدها الأفقي. بالإضافة إلى ذلك يوجد البعد الرأسي للمسؤولية الاجتماعية، وهي مسؤولية الفرد تجاه المجتمع وهذا يتمثل في أن المواطنة حزمة من الواجبات في مقابل حزمة من الحقوق (فخري، 2006).

وتؤكد الخاصية الرابعة على ميل المسؤولية الاجتماعية للتوسع، وهو ما يعنى أن هناك دوائر متتابعة للمسؤولية، ابتداء من مسؤولية الفرد في نطاق الأسرة وحتى مسؤوليته كفرد في هذا العالم. وفي هذا الإطار فإننا نلاحظ أن عبور الفرد إلى دوائر أوسع من المسؤولية، يستند إلى بعدين أساسيين. الأول النمو أو التطور العمري إذ نجد أن الإنسان كلما كبر كلما اضطلع بمسؤوليات أوسع، كالانتقال من حدود المسؤولية الأسرية إلى نطاق مسؤولية الفرد في العمل مثلا، بحيث تصبح مسؤولية العمل مضافة إلى مسؤولية الفرد عن أسرته.

أما البعد الثاني فيتصل بتحريك الفرد من مجال الأسرة من المجال الخاص إلى المجال العام، ومن المجال العام إلى مركز المجال العام. وفي هذه الحالة نجد أن هناك بعض الأفراد الذين تتوقف

مسئولياتهم عند حدود الأسرة أو العمل، غير أن هناك بعض الأفراد الآخرين الذين تتسع مسؤولياتهم الاجتماعية، حينما ينضمون إلى النخبة الاجتماعية والثقافية. بحيث يضيفون إلى مسؤولية العمل مسؤوليات عامة بحكم كونهم من النخبة، وفي هذه الحالة تتسع مسؤولياتهم لتصبح مسؤوليات عن المجتمع ككل. ونحن إذا تأملنا هذه القضية فسوف نجد أن اتساع المسؤولية الاجتماعية للفرد تتضافر مع اتساع مساحة التفاعل الاجتماعي، كلما اتسعت مساحة مسؤولياته الاجتماعية (ليلة، 2006، ص 132). وعلى ذلك نجد أن مساحة المسؤولية الاجتماعية للكبار مقارنة بالصغار وللرجال مقارنة بالنساء وللعلاء مقارنة بفاقد العقل، ولمن هم في أعلى السلم الاجتماعي لمن هم في درجاته الأدنى.

وتؤكد الخاصية الخامسة على تميز بنية المسؤولية الاجتماعية بالتوازن بين الحقوق والواجبات. وإذا كانت الواجبات هي التي كانت في البداية مفروضة على الفرد استناداً إلى وازع أخلاقي بداخله أو أوامر دينية تفرض عليه ذلك، أو أن هذه الواجبات هي عبارة عن لزميات متوقعة من الآخر الذي يتدرج حتى الآخر العام، في مقابل ذلك فإننا نجد أن من حق الفرد على المجتمع أن يحصل على الفرص التي تتيح له إشباع حاجاته الأساسية، وهي التي يعبر عنها عادة بصيغ حقوق الإنسان. وفي هذا الإطار فإننا نجد أنه كلما تحقق التوازن بين الواجبات والحقوق، كلما تقوى ارتباط الفرد بمجتمعه وتأكيد انتمائه له، وكلما انعكس ذلك على دعم المواطنة. أما إذا اهتز التوازن بين الواجبات والحقوق، كأن يفرض المجتمع مثلاً في الدولة على الفرد كثيراً من الواجبات. فإن مثل هذا الموقف يصبح قهرياً، وإذا استمر لفترة طويلة، فإنه قد يضعف انتماء الفرد لمجتمعه، خاصة أن الأخير يفرض عليه القيام بالواجبات دون أن يمنحه حقوقه في إشباع حاجاته الأساسية. والعكس صحيح فإنه إذا اختل التوازن لصالح الحقوق، فإنه ينشر حالة من الاسترخاء في المجتمع. كما أنه يقتل الطوعية والإرادية في الأفراد وقد يؤدي ذلك إلى ضعف الانتماء، بحيث يصبح مدخلاً لحالة من عدم الاستقرار الاجتماعي، يحدث ذلك إذا لم تكن ثمة عدالة قائمة فيما يتعلق بتوزيع الحقوق والواجبات بين مختلف أفراد المجتمع أو جماعاته.

بالإضافة إلى ذلك تشير الخاصية السادسة إلى أن الوازع الأخلاقي يعد أحد الخصائص الأساسية للمسؤولية الاجتماعية، ويرجع ذلك إلى أن سلوك الفرد والأدوار التي يؤديها في مختلف المجالات الاجتماعية تكون موجهة بثلاثة أبعاد أساسية. الأول من خلال منظومات القيم كموجهات ثقافية عامة، حيث يعنى توجيهها لأداء البشر لأدوارهم الاجتماعية تعبير عن بعد أخلاقي. بالإضافة إلى ذلك - وهو البعد الثاني - فإن القيم والمبادئ تتسلل إلى داخل الفرد، من خلال عملية التنشئة الاجتماعية لتشكل

ضميره الداخلي، الذي يدفعه إلى أداء أدواره أو مسؤولياته الاجتماعية حسبما يفرضه أو يطلبه المجتمع منه. بينما يتصل البعد الثالث بصيغة التوقعات المتبادلة حيث يعمل الوازع الأخلاقي هنا باتجاه تطابق أداء الفرد لأدواره التي تعكس وفائه بمسؤولياته الاجتماعية، تطابقاً مع توقعات الآخر، ابتداءً من الآخر الفردي إلى الآخر العام أو المجتمعي، بالإضافة إلى ذلك هناك الوازع الأخلاقي للوفاء بالمسؤولية الاجتماعية من خلال تحول الثقافة ومنظومات القيم إلى أعراف وتقاليد وقواعد وقوانين. تفرض ضرورة قيام الأفراد بمسؤولياتهم الاجتماعية تجاه الجماعة أو المجتمع، وإلا واجه الفرد العقاب بسبب تقصيره عن الوفاء بأي من متطلبات المسؤولية الاجتماعية (ليلة، 2007، ص 111).

4- أنماط المسؤولية الاجتماعية:

4-1- المسؤولية الاجتماعية للفرد: تشكل المسؤولية الاجتماعية للفرد الدائرة الأولى من دوائر المسؤولية. وهي الدائرة التي يصبح الفرد فيها هو الفاعل المحوري وحسبما يذهب "جون ستيورات مل" فإن الفعل الأخلاقي والمسؤولية الأخلاقية لا تفرض على الإنسان من خارجه، ولكن المسؤولية هي تعبير مقصد صاحبها، كما أنها تعد تعبير عن إرادته، ولأن الفرد كائن اجتماعي وأخلاقي فإن حالة الاجتماع تتبع من داخله، ومن داخله أيضاً تتشكل الأخلاق التي تنظم حالة الاجتماع. فإذا التزم الإنسان بهذه الأخلاق للمساهمة في بناء حالة الاجتماع فإن ذلك يعد تعبيراً عن مسؤوليته الاجتماعية. وحتى تصبح الإرادة - أصل المسؤولية الاجتماعية - مكتملة فلا بد أن تستند إلى قاعدة من المعرفة والخبرة، وهي المضامين المعنوية التي يصل إليها الإنسان وتحدد مسؤوليته الاجتماعية. لذلك يرى هذا الموقف أن الفرد الذي يمتلك المعرفة، هو الفرد الذي يمتلك القدر الملائم من العقلانية، والعقلانية هنا تحدد غايات وأهداف المسؤولية، كما تحدد أكثر الوسائل ملائمة لتحقيق أو إنجاز أهداف هذه المسؤولية، ولأن الفرد له طبيعته الأخلاقية، فإن المسؤولية التي تترتب على ذلك من الضروري أن تكون ذات طبيعة أخلاقية كذلك، حيث حدد فيبر اتجاهان أدبا إلى عقلنة المجتمع هما تمايز مجالات القيم الثقافية واستقلال الانظمة الثانوية للفعل العقلاني.

4-2- المسؤولية الاجتماعية للجماعة: ينتمي الفرد بحكم المكون الاجتماعي بداخله إلى جماعات عديدة، كما يتشكل المجتمع من ذات الجماعات، التي قد تتسع لتأخذ شكل الفئات الاجتماعية، أو حتى الطبقات. ومن المنطق عليه أن أي جماعة اجتماعية تقع عليها مسؤولية اجتماعية محددة تجاه الأفراد كمستوى أدنى، وتجاه المجتمع كمستوى أعلى، وفي هذا الإطار يمكن أن تبرز مجموعة من الحقائق

الأساسية. وتشير الحقيقة الأولى إلى أن الجماعات المشكلة لبناء المجتمع تتباين عادة من حيث وظيفة المسؤولية الاجتماعية التي تضطلع بها. وإذا افترضنا أن للمجتمع حاجات، فإن الجماعات والأفراد المشكلين لهذه الجماعات حسبما يذهب "إميل دوركايم" ما هم إلا أدوات لإشباع الحاجات (الشريف، 2010، المسؤولية الاجتماعية حاجة للفرد وحاجة للمجتمع، <http://www.amanjordan.org/a-news/wmview.php>)، وحسب محورية الوظائف التي تؤديها مختلف الجماعات بالنسبة للمجتمع، تتحدد مكاناتها بنفس القدر، وعلى ذلك تتباين الجماعات من حيث درجة ارتباطها العضوي ببناء المجتمع. فجماعة الأسرة أو العائلة تشغل مكانة محورية في بناء المجتمع، على خلاف جماعة النادي أو جماعة قضاء وقت الفراغ. وتتصل الحقيقة الثانية بأنه إذا كان بناء المجتمع متماسكا، ويعيش في ظل حالة من التوازن أو الاستقرار الاجتماعي، كانت الواجبات والحقوق المشكلة لبنية المسؤولية الاجتماعية لهذه الجماعات متجانسة. في حين أننا نجد أنه كلما سادت المجتمع حالة من الفوضى الاجتماعية، كلما تباينت الجماعات من حيث بنية المسؤولية الاجتماعية التي تضطلع بها، فبعض الجماعات قد تحصل على حقوق أكثر بينما تضطلع بواجبات أقل، وهو الأمر الذي يؤدي بروز المسؤولية الاجتماعية الناقصة في مقابل المسؤولية الاجتماعية الفائضة.

وتذهب الحقيقة الثالثة إلى تباين الجماعات المشكلة لبناء المجتمع إلى ثلاثة أنماط من الجماعات، أول هذه الأنماط هي الجماعات الإثنية أو الأثرية، حيث العضوية في هذه الجماعات تكون عادة بالمولد، كالجماعة القرابية والجماعة العرقية والجماعة الدينية. ونظراً لأن هذا النمط من الجماعات هو الذي يخلع على الفرد بعض هويته، فإن الانتماء لهذا النوع من الجماعات يكون أقوى، حيث تصل فيها قوة الانتماء إلى درجة يرى فيها الفرد أنه من الإيجابي أن يمنح الجماعة واجباته نحوها دون انتظار للحصول على حقوق بنفس القدر، ومن ثم يكون انتماءه أقوى لهذا النمط من الجماعات. على خلاف ذلك نجد الجماعات ذات الطبيعة التنظيمية كالمدرسة والجامعة ومؤسسة العمل، حيث ينتظم الأفراد في هذا النمط من الجماعات كمدخل لتنظيم المجتمع. وفي العادة نجد أن للإنسان حقوق تتوازي مع الواجبات التي يؤديها لهذه الجماعات، وفي العادة تكون الواجبات والحقوق مدونة وليست شفوية. وإذا كانت قيم الخصوصية هي ما يميز جماعات النمط الأول، فإن جماعات النمط الثاني تعتمد بالأساس على قيم الإنجاز. وإذا كانت علاقة الفرد في النمط الأول من الجماعات تعتمد على العاطفة لأنها التي تحدد له

مكانته في المجتمع، باعتبار ان مكانته مردها لذلك، فإن علاقته بالنمط الثاني ذات طبيعة مصلحة بالأساس، حيث يعتمد التفاعل فيها على تبادل القيم والمصالح.

أما النمط الثالث من الجماعات فإننا نجدها تتميز بأنه ذات طبيعة تطوعية، حيث يلتحق بها الإنسان لإحساس متزايد بالمسؤولية الاجتماعية التي تفرض عليه مساعدة الآخرين وتمكينهم كالمنظمات غير الحكومية. أو أن الالتحاق بها يتم لعوامل وأسباب ثانوية كالنادي الرياضي، وجماعة قضاء وقت الفراغ. وفي العادة نجد أن المسؤولية الاجتماعية لهذه الجماعات ذات طبيعة إيثارية، لأن الجماعة ذاتها تهدف إلى الارتقاء بحياة الآخرين غير الممكنين من الضعفاء، والفقراء والشباب وسائر المهمشين في المجتمع، حيث يؤدي الأفراد في هذا النمط من الجماعات واجباتهم، غير أنهم لا يسعون كثيراً وراء الحصول على حقوق.

4-3- المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص: مع تحول مجتمعات العالم إلى الايديولوجيا الليبرالية حيث أصبحت الايديولوجيا الليبرالية هي الموجه للفعل والأداء بالنسبة لغالبية مجتمعات الجنوب وأوروبا الشرقية منذ بداية الستينيات، بعد أن توارت إلى خلفية المسرح العالمي الايديولوجيا الاشتراكية. وقد كان من الطبيعي أن يتضافر هذا التحول الأيديولوجي مع تحولات واقعية دفعت بالقطاع الخاص إلى مركز الصدارة في قيادة عملية التنمية والتحديث في هذه المجتمعات. في هذا الإطار بدأت مناقشة المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، خاصة بعد أن اتسعت فاعليته لتصبح ذات طبيعة عالمية، بانتشار صيغة الشركات المتعددة الجنسية وتضافرها مع موجات العولمة. التي انطلقت من السياقات الاجتماعية الاقتصادية للقوى الكبرى المسيطرة على النظام العالمي، مع ما صاحبها من اتساع رقعة التهميش الاجتماعي سواء على الصعيد العالمي أو على صعيد مجتمعات الجنوب. الأمر الذي أثرت معه قضية هامة تتمثل في أنه إذا كان العالم قد تحول إلى سوق كبيرة يجنى منها القطاع الخاص أرباحه التي يحصل عليها من مصادر أو موارد أساسية في هذا العالم، فإن على القطاع الخاص مسؤولية اجتماعية بأن يعمل على توجيه جزء من أرباحه إلى السياقات الاجتماعية التي تشكل بيئته ليعمل على تطويرها، بما يجعلها باقية كهيئة مواتية له على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والثقافي، على هذا النحو برزت أهمية المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال او القطاع الخاص على صعيد الفكر الاقتصادي والتنموي.

استنادا إلى ذلك رأى التنظير الاجتماعي المهتم بالمسؤولية الاجتماعية أن القطاع الخاص تقع عليه المسؤولية الاجتماعية لتطوير أوضاع المهمشين والفقراء وأن عليه أخلاقيا أن يقوم بمتطلبات هذه المسؤولية التي تصدر مستندة إلى أهمية إدراك المسؤولين عن القطاع الخاص، أنه كلما ارتقت نوعية الحياة بالنسبة لمختلف فئات المجتمع، كما اتسع نطاق السوق، الأمر الذي يعنى تدفقا للسلع وعائدا أكبر من الأرباح، وهو ما يعنى أن جهود القطاع الخاص في تطوير نوعية الحياة في المجتمع من خلال الدفع بنسبة من أرباحه في المساعدة في تمكين الفئات المهمشة، من المفترض أن يعود إليه بأرباح أكثر ، ذلك أنه يعد واجهة اجتماعي مثلما هو واجب أخلاقي أن يعمل القطاع الخاص في اتجاه ترقية الأوضاع المجتمع المدني يعمل في إطاره، لأنه بذلك يؤسس البيئة الآمنة والمواتية لممارسة نشاطه(الشريف, 2010, مرجع سابق).

4-4- المسؤولية الاجتماعية للمجتمع المدني: يعد المجتمع المدني آخر أشكال المجتمعات التي تبلورت بحيث أصبح يشكل بيئة حاضنة لحياة الإنسان. وإذا كان ظهور المجتمع المدني قد واكب ظهور المجتمع السياسي في القرن السادس عشر، وهي المرحلة التي تعرض لها بعمق وإسهاب تنظير العقد الاجتماعي، فإن المجتمع المدني قد أصبح أكثر بروزاً في وجوده وفاعليته في عصر العولمة، بسبب ظروف عديدة، منها تراجع دور الدولة القومية، بحيث أصبحت هذه الدولة، بخاصة في نطاق مجتمعات الجنوب، عاجزة عن تنمية مجتمعاتها وإشباع حاجات مواطنيها. من هذه الظروف أيضا تخلف أداء القطاع الخاص على الصعيد الوطني في مجتمعات العالم الثالث، بحيث اقتصر وعيه على مسؤولياته الاقتصادية، دون أن يتسع ليشمل مسؤوليته الاجتماعية خاصة إذا تصاحب تضايف أدائه مع القطاع الخاص الأجنبي بحيث استفحل استغلال السوق المحلية، يضاف إلى ذلك التغيرات التي طرأت على سوق العمل، الأمر الذي زاد من معدلات البطالة. بحيث أدت هذه الظروف جميعا إلى زيادة مساحة التهميش الاجتماعي، حتى أننا نجد أن عدد السكان تحت خط الفقر في مجتمعاتنا العربية تراوحت بين 34% و50%، وأن عدد السكان الذين يقعون تحت خط الفقر المدقع نحو 12.5% من هؤلاء (الاسرج, 2009).

ارتباطا بذلك تبرز المسؤولية الاجتماعية للمجتمع المدني، بخاصة المنظمات غير الحكومية، التي تؤسس سياساتها باتجاه السعي لتطوير قدرات المهمشين الفقراء الذين عجزت الحكومة عن إشباع

احتياجاتهم الأساسية. فاستبعدوا إلى ضفاف المجتمع، وانشغل عنهم القطاع الخاص، بل سحق بعضهم بسبب سعيه المحموم من أجل الربح - والدفع بهم مرة أخرى في قلب المجرى الرئيسي للمجتمع.

4-5- الدولة فاعل يضطلع بمسؤولية اجتماعية: تعد الدولة فاعل محوري عليه مسؤولية اجتماعية تجاه المجتمع. ونحن إذا تأملنا تاريخ الدولة في تحملها لمسئولياتها المختلفة في النهوض بالمجتمع والعمل على تحديثه فإننا سوف نجد أن وفاءها بهذه المسؤوليات مر بعدة مراحل أساسية. في المرحلة الأولى منذ اكتمال الدولة كضابط لإيقاع المجتمع القومي في القرن السادس عشر تحملت الدولة أعباء الاستجابة لاحتياجات المجتمع القومي، وبغض النظر عن التوجه الأيديولوجي الذي تبنته الدولة، فإننا نجدها قد عملت على الدفع باتجاه تحديث المجتمع، بحيث اعتبرت ذلك من مسؤولياتها الأساسية، بل أننا إذا تأملنا حركة الاستعمار في السياق الأوربي فسوف نجدها عبارة عن سعى الدولة لجلب موارد المستعمرات للاستفادة بها في تطوير المجتمع وتعظيم قدراته وإمكانياته، بغض النظر عن كون الدولة هي الفاعل المباشر الذي يتولى عملية التحديث، أو شاركها في ذلك القطاع الخاص، القطاع العام، كما حدث في بعض المجتمعات الأوربية، ومن خلال تاريخ طويل من النضال بين الجماهير والأنظمة السياسية، استقرت العلاقة بين المواطن والدولة على أساس فتح الأخيرة لكل قنوات المشاركة أمام المواطنين، حسب ثقافة الحكم الرشيد المتطورة، وهو ما يعنى أن الدولة القومية تجاوزت مرحلة الثقافة الأبوية، التي تنظر إلى المسؤولية الاجتماعية باعتبارها واجبات مفروضة على المواطنين، عليهم الوفاء بمتطلباتها.

وإذا كانت الدولة في المجتمعات الأوربية التي قطعت شوطا على طريق التحديث قد قبلت مشاركة المواطنين في مختلف مجالات النقاء الدولة بهم، الأمر الذي عجل بالتطور الديمقراطي وجعله أكثر شفافية، فإن الدولة في مجتمعات الجنوب، بغض النظر عن طبيعة النظام السياسي، ظلت أبوية، معاندة وصعبة المراس ترفض التخلي عن الثقافة الأبوية، واستنادا إلى هذه الثقافة فهي تنظر إلى المسؤولية الاجتماعية، من خلال نافذة فرض الواجبات على المواطنين دون الالتفات إلى الاستجابة لأية حقوق لهم عليها. الثقافة والدولة الأبوية تبتعد قدر الإمكان عن الصيغ الحديثة لإدارة الحكم الرشيد في ممارسة السلطة، قراراتها أبوية لا مراجعة لها، وما على الجميع سوى الخضوع لهذه القرارات، وقد يصل الأمر إلى حرمان الجماهير حتى من حقها في المطالبة بالحقوق، بوسائل الخداع حينا، وبالقهر الأبوي أحيانا، لذلك فشل التحول الديمقراطي في غالبية مجتمعات العالم الثالث. ولأن معادلة الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية

والقوة لصالح الدولة الأبوية ولغير صالح المواطنين، فقد أصبح مقدرًا عليهم أن يقوموا بالواجبات دون أن يحصلوا على الحقوق، وهو ما دفع المواطنين في أغلب دول الجنوب إلى العزوف عن المشاركة السياسية. الأمر الذي أضر بالمجتمع وأورثه كثيرًا من الأمراض الاجتماعية، الناتجة عن العزوف عن المشاركة في مختلف المجالات الأمر الذي أدى إلى انخفاض الإنتاج وممارسة مظاهر الاحتجاج والتمرد والتخريب، طالبا للوفاء بجانب الحقوق في بنية المسؤولية الاجتماعية.

غير أنه مع بروز عصر العولمة واكتمال فاعليتها على ساحة النظام العالمي، تأثرت الدولة القومية بعاملين، الأول بروز سطوة وتأثير القوى العالمية والمؤسسات الدولية على سلوك الدولة، حتى في داخل حدودها وبخاصة في علاقتها بمواطنيها، في ظل شعارات التأكيد على حقوق الإنسان والأقليات، ومن ثم المواطنين. بحيث لم تعد الدولة الأبوية مطلقة اليد في تعاملها مع مواطنيها، يساعد في ذلك دور بعض تنظيمات المجتمع المدني التي أصبحت في بعض الأحيان، حلقة صلة بين تفاعلات الداخل والضغط التي يمكن أن تفرض من الخارج. ويتصل العامل الثاني بتراجع دور الدولة عن أن تكون الفاعل المحوري في عملية التحديث، حيث أسلمت قيادتها لفرسان القطاع الخاص. على هذا النحو وجدت دول الجنوب نفسها، من حيث قدرتها على الاضطلاع بمسئولياتها في موقف لا تحسد عليه. مقارنة بنظيرتها الغربية المتطورة، ونتيجة لذلك نجد أن دولة الجنوب، قد انتقلت من حيث قدرتها على الوفاء بمسئولياتها الاجتماعية إلى مرحلة ثالثة ومعاصرة.

وإذا كانت الدولة الغربية المتقدمة ما زالت فاعلة، وإن تراجعت وظائفها إلى تأكيد التآزر بين العناصر والمؤسسات. التي تشكل بنية الدولة وتعمل على تحديث المجتمع، فهي تلعب دور "المايسترو" الذي يضبط الإيقاع. فهي تراقب الأداء الاقتصادي والسياسي والاجتماعي والثقافي، ليتدفق في قنواته الصحيحة والمساعدة في حل المشكلات التي قد تعترض هذا التدفق ولديها احتياطي كاف من الإمكانيات التي يمكن أن تساعدها - كموارد - لأداء هذا الدور. على خلاف ذلك فإننا نجد أن الدولة في مجتمعات الجنوب قد أصبحت عاجزة، فقد انتقلت عملية التحديث من يدها إما باتجاه القطاع الخاص، أو باتجاه المجتمع المدني، ولم يبق تحت سيطرتها سوى النزر اليسير. وبسبب هذا الانتقال أصبحت مواردها محدودة، وبسبب النزعة الأبوية ذات المزاج المنحرف أحيانًا نجدها قد فضلت الدولة أبناءها الأثرياء على أبناءها الفقراء، بحيث تداخل تزواج نتيجة لذلك الاقتصاد مع السياسة. وبسبب هذا التزاوج وقعت مظاهر تجاوز وفساد عديدة، وأدير المجتمع بمنطق العائلة، ولم يعد مهما أن تفي الدولة بمسئولياتها الاجتماعية

تجاه الفقراء، ولو حتى من خلال القيام بدور المايسترو في إنجاز عملية التحديث، أو صياغة التآزر بين جهود التحديث التي تقع على ساحة المجتمع. الأمر الذي دفع إلى مزيد من تردى الأوضاع، بحيث شكل ذلك تربة خصبة لاستتبات كل مظاهر الرفض والاحتجاج الاجتماعي (ليلة، دس، مرجع سابق، ص 184).

5-أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمنظمات: سعى العديد من الكتاب والباحثين إلى محاولة تحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية من وجهات نظر مختلفة، و وضعوا لها مسميات متباينة، نذكر منهم على سبيل المثال كل من (Pride & Ferrell) الذين أشار إلى أربعة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية تتمثل فيما يلي:

5-1-المسؤولية الإنسانية: أي أن تكون المنظمة صالحة وتعمل على الإسهام في تنمية وتطوير المجتمع وتحسين نوعية الحياة.

5-2-المسؤولية الأخلاقية: بمعنى أن تكون المنظمة مبنية على أسس أخلاقية، وأن تلتزم بالأعمال الصحيحة، وأن تمتنع عن إيذاء الآخرين.

5-3-المسؤولية القانونية: أي التزام المنظمة بإطاعة القوانين، واكتساب ثقة الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية وعدم القيام بالأعمال المخلة بالقانون.

5-4 المسؤولية الاقتصادية: بأن تكون المنظمة نافعة ومجدية اقتصاديا، وأن تحاول جاهدة توفير الأمان للآخرين (عراية، وبن داودية، دس، ص 4).

خاتمة:

لقد صار مفهوم المسؤولية الاجتماعية يسجل حضورا لافتا في الحقل العلمي منذ أواخر التسعينات من القرن العشرين و ذلك من خلال تخصيص العديد من الجامعات و المعاهد العليا شعب و وحدات تعليمية متخصصة في هذا المفهوم، كما بات المفهوم متداولاً في العديد من المؤلفات و المقالات و المواقع الالكترونية بل إن صحفاً بأكملها خصّصت للتداول بشأنه، كذلك كان هذا المفهوم وراء العديد من مبادرات آلاف المؤسسات التي أقدمت على اعتماد العديد من المواثيق الخاصة بحسن السلوك و باحترام معايير العمل و المعايير المتعلقة بالبيئة وبحقوق الإنسان و بمبادئ الحكم الرشيد و هي البنود المؤسسة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

لقد بدا اللجوء إلى هذا التوجه المركز على أهمية المسؤولية الاجتماعية تمثيلاً فرضته التغيرات الراهنة التي عرفها المجتمع الإنساني على مختلف المستويات، فالمجتمعات الحديثة هي بصدد البحث عن نقاط

استدلال جديدة تهتدي من خلالها إلى حلّ إشكاليات متصلة بالتغيرات التي ولدتها العولمة وكوننة الاقتصاد واتّساع دائرة حركة التصنيع واحتداد مظاهر الاستنزاف البيئي والاستغلال البشري... إلخ

المصادر و المراجع:

العربية:

1. أحمد أمين. (1965). الأخلاق, د ط, النهضة العربية، القاهرة .
2. الأسرج حسين عبد المطلب.(2009) المسؤولية الاجتماعية للاستثمار الأجنبي المباشر ودورها في مساندة المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مصر, فعاليات المؤتمر الخمسين للجمعية المصرية للتشريعات الصحية والبيئية،"هموم بيئية للحل" القاهرة، خلال الفترة 5-6
3. سيد أحمد, عثمان.(1996). التحليل الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية، د ط، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة.
4. الشريف احمد.(16 اغسطس 2010). المسؤولية الاجتماعية حاجة للفرد وحاجة للمجتمع, 2017/11/12, <http://www.amanjordan.org/a-news/wmview.php>
5. الطويل توفيق.(1960). الفلسفة الخلفية، نشأتها وتطورها، منشأة المعارف، الطبعة الاولى، الإسكندرية.
6. عرابية رابع وبن داودية وهيبه.(دس).المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في التنمية، عرض تجار ببعض الشركات العالمية، جامعة الشلف.
7. فخري ناديا متى. (2006). المسؤولية الاجتماعية، عناصرها ومظاهرها وكيفية تنميتها مجلة الجيش، لبنان، العدد 249, آذار.
8. ليلة علي.(2007). النظرية الاجتماعية بين التفكير في نشأة النظام والخلاف حول هويته، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، 2007.
9. ليلة علي.(2006). ففريدو باريتو ودورة الصفوة في إطار النظام، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع.
10. ليلة علي.(2007) إميل دوركايم والتصور الوظيفي للمجتمع، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع.
11. ليلة علي.(دس). النظرية الاجتماعية وقضايا المجتمع، قضايا التحديث والتنمية المستدامة، الطبعة الأولى، مكتبة الانجلو المصرية.
12. ليله علي.(2006). النظام العربي المعاصر، متغيرات الإصلاح.. وحدوده، الطبعة الاولى، دار الوافي للطباعة والنشر.

الأجنبية:

13. Carroll Archie B, (1991)The Moral Management of Organizational The Pyramid of Corporate Social Responsibility Toward Horizons, July. August, Stakeholders, Business.
14. Parsons.Talcott.(1922), The Social System. The Free Press, Glencose,Illinois.

"أبعاد المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال بين الفكرين الإسلامي والوطني"

Dimensions of social responsibility and business ethics between
Islamic and current thought

- د. بن عياد محمد سمير، جامعة سيدي بلعباس، الجزائر.
أ. منصور هوارى، جامعة أدرار، الجزائر.
د. بسبع عبد القادر، جامعة سيدي بلعباس، الجزائر.

ملخص:

بات من الضرورة بعد الأزمة الاقتصادية العالمية 2008 فتح نقاش عميق يختص بالدراسات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل للمؤسسات من منظور الأفكار الاقتصادية الوضعية، في المقابل نجد تقصيرا من جانب مفكري الاقتصاد والإدارة الإسلامية في التأسيس الشرعي لموضوع المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل، بالرغم من أن الإسلام كان سباقا في الإشارة إليه. تحاول هذه الدراسة إبراز تميز الفكر الإداري الإسلامي وشموليته، بناء على تأثير الفكر الإسلامي في المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل مقارنة بالفكر الوضعي، وللتأكيد على الريادة الإسلامية فيما يتعلق بهذا المفهوم وخصائصه، بل أكثر من ذلك سيظهر تميز الفكر الإسلامي واختلافه النوعي في نظره للمسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات العمل مقارنة بالأفكار الوضعية. الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية؛ أخلاقيات العمل؛ الفكر الإسلامي؛ المؤسسات.

Abstract:

It became necessary after the 2008 global economic crisis to open a deep discussion of studies on social responsibility and work ethics of institutions from the perspective of economic ideas. In contrast, there is a lack of economic and Islamic thinkers in legitimizing the issue of social responsibility and labor ethics, although Islam was a race In reference to it.

This study attempts to highlight the uniqueness of Islamic administrative thought and its comprehensiveness, based on the influence of Islamic thought on social responsibility and work ethic compared to positive thinking, and to emphasize the Islamic leadership in relation to this concept and its characteristics. Moreover, it will show the distinctiveness of Islamic thought and its qualitative differences in its view of social responsibility and ethics Work compared to position ideas.

Keywords: Social Responsibility; work ethics; Islamic Thought; Institutions.

مقدمة

تشكل التحديات العالمية المعاصرة ومنها العولمة التي جعلت العديد من المنظمات تعيد تفكيرها وتزايد اهتمامها في ثقافتها ومواردها البشرية لكي تصبح أكثر استجابة من السابق في مجال أدائها الاجتماعي إذ أن الاستجابة الاجتماعية للمنظمة تتطلب منها إنجاز أعمال مسؤولية اجتماعيا تجاه الأفراد العاملين والأطراف الأخرى في بيئتها الخارجية بهدف إنجاز توقعات الأداء الاجتماعي للمجتمع بما في ذلك مسؤوليتها الاجتماعية بعامة وتجاه أفرادها العاملين بخاصة. إن هذا التوجه سينعكس حتما على سلوكياتها وأخلاقيات العمل.

وعند التأمل في مظاهر المسؤولية الاجتماعية المختلفة نجد أنها مما ورد في التشريع الإسلامي تحت مسميات مختلفة: فبعضها من قبيل التكافل الاجتماعي و أخرى من باب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وغيرها من باب رفع الضرر والالتزام بالممارسات الأخلاقية التي ورد في حقها إما نص قرآني أو حديث نبوي شريف.

إذن فالإسلام كان سباقا في التعرض لموضوع المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، لكن بالرغم من ذلك، لم يأخذ هذا المفهوم من منظور إسلامي حظه الوافر من التأصيل والدراسة وهو يحتاج إلى إثراء وبحث، وهذا ما هو منتظر من الفقهاء والاقتصاديين المسلمين الذين يدركون أن نصوص الشريعة الإسلامية لا تخل من القيم الاجتماعية المثالية لأن الشريعة الخالدة متوافقة مع متطلبات الحياة الإنسانية في جميع مراحلها وتطوراتها، وهي متوافقة حتما مع حاجيات الحياة الإنسانية في هذا العصر، مصداقا لقول الله عز وجل "وكل شيء فصلناه تفصيلاً" (سورة الإسراء: الآية 12).

وفي إطار هذا التوجه تحاول الدراسة الإجابة على الإشكالية التالية: هل استطاع الفكر الإسلامي تطوير المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل مقارنة بتطبيق الفكر الوضعي؟ كما سنحاول الإجابة عن التساؤلات التالية:

- ما هي رؤية الفكر الإداري المعاصر لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال للشركات؟
- ما هي رؤية الفكر الإسلامي للمسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال للشركات؟
- كيف ينظم الإسلام علاقات منظمة الأعمال ومسؤولياتها تجاه أصحاب المصلحة المتعاملين معها؟
- ما الفرق بين المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال من منظور إسلامي وتلك التي يتبناها الفكر الإداري المعاصر (أوجه المقارنة وأوجه الاختلاف)؟

ومن أجل الإلمام بالموضوع سنتناول الدراسة الجوانب التالية:

المحور الأول: المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال للشركات في الإسلام، وفيه ذكر للنصوص الشرعية التي أشارت إلى هذا المفهوم، ونتعرف على خصائص المسؤولية الاجتماعية من منظور إسلامي، ونتطرق إلى تنظيم الإسلام للمسؤولية الاجتماعية للمنظمة.

المحور الثاني: المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في الفكر الإداري الوضعي، وتعرض لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال وتأصيلها النظري في النظرية الاقتصادية المعاصرة.

المحور الثالث: المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال بين الرؤية الإسلامية والرؤية الوضعية المعاصرة، حيث نوضح الفرق بين المنظور الإسلامي والمنظور الوضعي للمسؤولية الاجتماعية، ونظهر مجالات التميز في الفكر الإسلامي فيما يتعلق بهذا المفهوم.

المحور الأول: المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال للشركات في الإسلام

1. أخلاقيات الأعمال من المنظور الإسلامي

إن للأخلاق أهمية بالغة لما لها من تأثير كبير في حياة الأفراد والجماعات والأمم، ولهذا فقد حفل القرآن الكريم بها واعتنى بها أيما عناية، فقد بينت سور القرآن الكريم وآياته أسس الأخلاق ومكارمها، وكذلك اعتنت السنة النبوية بالأخلاق والمعاملات عناية فاقت كل التصورات، فقد عد بعض العادين - فيما وقع لهم - أحاديث رسول الله صلى الله عليه وسلم فوجدوها ستين ألف حديث عشرون منها في العفائف، وأربعون في الأخلاق والمعاملات، وهذا بلا شك دليل على عناية السنة بالأخلاق كعناية القرآن الكريم بها، فقد قال تعالى: "وإنك لعلى خلق عظيم (سورة القلم: الآية 4) يمدح الله تعالى نبيه بحسن الخلق تارة، ويأمره بمكارم الأخلاق ومحاسنها تارة أخرى (خذ العفو وأمر بالعرف وأعرض عن الجاهلين) (سورة الأعراف: الآية 199).

2. المسؤولية الاجتماعية في الفكر الإسلامي:

تعتبر المسؤولية الاجتماعية في النظام الإسلامي جزء عضويًا من الدين لصحة العقيدة والشريعة (علاء الدين الزعترى، 2010، ص 08)، والمسؤولية الاجتماعية ليست دخيلة على المجتمعات الإسلامية وعلى مبادئ الاقتصاد الإسلامي كما في النظام الرأسمالي، وليست بديلاً وحيداً كما في النظام الشيوعي وإهمالاً للمصلحة الذاتية لمالك المال. وتستند هذه الأصالة إلى أن ملكية المال في المنظور الإسلامي لله عز وجل، استخلف الإنسان فيه، وبالتالي فإن الله سبحانه وتعالى حقا في المال، وحق الله في التصور الإسلامي هو حق المجتمع (طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، 2010، ص 43).

تعرف المسؤولية لغة بأنها ما يكون به الإنسان ملزماً ومطالباً بعمل يقوم به، أما اصطلاحاً فقد عرفها الشافعي بأنها الاستعداد الفطري الذي جبل الله تعالى عليه الإنسان ليصلح للقيام برعاية من كلفه الله به من أمور تتعلق بدينه ودنياه فإن وفي ما عليه من الرعاية حصل له الثواب وإن كان غير ذلك حصل له العقاب.

تحدد المسؤولية الاجتماعية في الإسلام من خلال ثلاثة جوانب هامة:

2-1. مسؤولية الفرد تجاه نفسه

إن تكريم الله للإنسان وتفضيله على غيره من المخلوقات، وتسخير له ما في السماوات والأرض، هي دعوة لهذا الإنسان لأن يحافظ على بدنه وحياته وبقائه، باعتماد النظافة والطهارة في الجسم والثوب والمكان وممارسة الرياضة والأكل من الطيبات والوقاية من الأمراض ومعالجتها، وأن يعمل على ضبط غرائزه وأن يصرف همهته إلى اكتساب الصفات الحميدة، وأن يحسن أخلاقه في تعاملاته مع الغير، ليكون في النهاية محلاً لأمانة التكليف والقيام بالعمل الصالح الذي يساعده على التعايش مع الجماعة ويوطد علاقات التماسك والتعاون.

2-2. مسؤولية المجتمع عن بعضه بعضاً

الفرد المسلم مسؤول عن المجتمع الذي يعيش فيه، فهو جزء منه والجزء لا ينفصل عن الكل، والغاية العليا هي سعادة الكل، وربط القلوب بالمحبة والأخوة، لقد اجمع الفقهاء على وجوب نفقة الموسر على قريبه المعسر وأنه يجب على الأغنياء أن يقوموا بكفاية فقرائهم إذا لم تكف الزكاة.

2-3. مسؤولية الدولة عن الفرد والمجتمع:

بالرغم من الواجبات المالية التي فرضها الله على المسلمين للفقراء، فإن الدولة مسئولة عن الفقراء والمحتاجين، ويحق لكل فقير أن يطالب الدولة بالإنفاق عليه، وهذه المسؤولية تجعل الدولة مسئولة عن جميع أفراد المجتمع.

3- المسؤولية الاجتماعية ركن إسلامي أصيل

الكثير من الدلائل القرآنية والأحاديث الشريفة تبين أن الإسلام أعطى أولوية للعمل الخيري والمسؤولية الاجتماعية ابتغاء مرضاة الله وليس لأي غرض دنيوي، فضلاً عما يمكن أن يناله المتطوع في الحياة من بركة وسكينة نفسية وسعادة روحية لا تقدر بثمن، كما أن عمل الخير وإشاعته وتثبيته من المقاصد الشرعية أو الضرورات الأصلية التي تم حصرها في خمس وهي: المحافظة على الدين، وعلى النفس والنسل والعقل والمال وزاد بعضهم سادسة وهي المحافظة على العرض، فحقوق المسلم كلها مسؤوليات إجتماعية، وإن كان الفرد مطالباً بمسؤولية اجتماعية، فعلى مستوى الجماعات والشركات والبنوك تكون المسؤولية أعظم (مركز مراس للاستشارات الإدارية، 2010، ص 28).

3-1. بعض الدلائل من القرآن الكريم

- "وتعاونوا على البر والتقوى" (سورة المائدة: الآية 03)
- "فمن تطوع خيراً فهو خير له" (سورة البقرة: الآية 184)
- "وأتى المال على حبه ذوي القربى واليتامى والمساكين وابن السبيل" (سورة البقرة: الآية 177)

3-2. بعض الدلائل من السنة النبوية

■ وقال صلى الله عليه وسلم: "خير الناس أنفعهم للناس" (رواه ابن ماجة).
■ وقوله صلى الله عليه وسلم: "كلكم راع ومسئول عن رعيته، فالأمير الذي على الناس راع وهو مسؤول عنهم، والرجل راع على أهل بيته، وهو مسؤول عنهم، والمرأة راعية على بيت بعلها وولده، وهي مسؤولة عنهم، والعبد راع على مال سيده، وهو مسؤول عنه، ألا وكلكم راع وكلكم مسؤول عن رعيته" (رواه البخاري).

■ ويقول صلى الله عليه وسلم: "مثل المؤمنين في توادهم وتراحمهم وتعاطفهم مثل الجسد الواحد إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الجسد بالسهر والحمى" (متفق عليه).

4- مبدأ الأخوة والعدالة الاجتماعية وسيلتان لتحقيق المسؤولية الاجتماعية

الأخوة والعدالة الاجتماعية في الإسلام يؤصلان لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وبدعماتها، فمن خلالهما يمكن الوصول إلى مجتمع متقدم ومزدهر، فمبدأ العدالة الاجتماعية هو الأساس الذي يقوم عليه الإسلام، وبه يرتدع المسلمون عن القيام بالحرام، كما أن مفهوم الأخوة يجعل المسلمين مسئولين أمام بعضهم بعضاً.

5- الاستخلاف

خلق الله سبحانه وتعالى الإنسان في أحسن صورة، خلقه للعبادة وكلفه بأن يكون خليفة في هذه الأرض، وقد عرف الدكتور عبد الله بن إبراهيم بن عبد الله الناصر الاستخلاف بأنه: "تمكين الله للبشر عامة ولبعضهم خاصة في إحلالهم محل من قبلهم في ملكية الأرض والمال"، فالخلاقة تحدد مكانة المسلم ودوره وتتحدد من خلالها مسؤولياته، والتكليف يدل على أن كل فرد مسئول عما يقوم به، ذلك أن المسلم ينظر إلى المال على أنه مستخلف فيه من قبل مالكة الحقيقي عز وجل، استخلفه فيه عن سبقه بفضلته وكرمه، وسيستخلف فيه من يأتي بعده، ومن ثم فإن عليه القيام بحق هذا الاستخلاف المنوط به، فالاستخلاف هو أمانة يجب أداؤها ويجب إدارة هذه الأمانة بما يحقق المنفعة للأمة كلها (المجتمع)، ومن هذا المنطلق (الاستخلاف) يتعين على رجال الأعمال ممارسة المسؤولية الاجتماعية للشركات، ذلك أن الشركات تعتبر مؤسسات بشرية وهي جزء من الأمة الإسلامية.

6- التوحيد أصل المسؤولية الاجتماعية

التوحيد هو إفراد الله تعالى بالطاعة والعبادة، فطاعته سبحانه وتعالى تتجلى في فعل كل ما أمرنا به وترك ما نهانا عنه في كتابه العزيز أو بواسطة نبيه الكريم صلوات الله وسلامه عليه، وسلوك الإنسان وتصرفاته في الحياة مظهر من مظاهر عقيدته، فإذا صلحت صلح السلوك واستقام، وإذا فسدت فسدت السلوك، ومن ثم كانت عقيدة التوحيد ضرورة لا يستغني عنها الإنسان ليستكمل شخصيته، وبصلاح الفرد

يصلح المجتمع، فالإسلام أقام العلاقات بين أفراد المجتمع على روابط متينة، ومبادئ خالدة وأخلاقيات سامية، وأهم هذه الأخلاق: الأخوة، المساواة، الحب في الله، التعاون والتكافل والإيثار.

7-تنظيم الإسلام للمسؤولية الاجتماعية للشركة تجاه أصحاب المصلحة

7-1.المسؤولية الاجتماعية تجاه حملة الأسهم

حملة الأسهم هم الملاك الحقيقيون للشركة، فيجب أن تتعهد المنظمات بالإدارة الجيدة لأموالهم، ولهم الحق في معرفة الكيفية التي تدار بها أموالهم، من منظور إسلامي تعد منظمات الأعمال أمينة على ذلك في إطار مفهوم الأمانة، ويتوجب أيضا على المنظمات أن توفر لهم قدرا من عوائد استثماراتها والتي يجب أن تستخدم على النحو الأمثل، وينبغي أن تتم الإدارة على أساس توافق الآراء انطلاقا من مبدأ الشورى، كما ينبغي أن تكون المعاملات التجارية وما ينتج عنها من ربح وخسارة شفافة وبعيدة عن الغش والتدليس وخاضعة للمساءلة، ومن المهم أن يدون أي اتفاق بين المنظمة وحملة الأسهم خطيا لتجنب أي اختلافات لاحقا.

7-2.المسؤولية الاجتماعية للشركة تجاه العاملين فيها

تضمنت الشريعة الإسلامية ضوابط حفظ حقوق العاملين من أهمها:

▪ للعامل الحق في مستوى معيشي لائق، فانه عز و جل كرم الإنسان ورفعته فوق كل المخلوقات فلا يجوز أن تكون كرامته عرضة للانتقاص بسبب عدم كفاية أجره للوفاء بحاجاته الأساسية وحاجات من هم في كفالتة (حميد ناصر الزري ، 1998 ، ص 22)، ولقد أكد الله سبحانه وتعالى على ذلك فقال: (وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ) (سورة الأعراف: الآية 85).

▪ التعجيل في إعطاء أجر العامل لقول رسول الله صلى الله عليه وسلم قوله: " أعطوا الأجير أجره قبل أن يجف عرقه " (رواه البخاري).

▪ حق العامل في الحرية وإبداء رأيه والمشاركة في اتخاذ القرارات في إطار مبدأ الشورى والتي أشار إليها الله عز وجل: (وَأْمُرْهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ) (سورة الشورى: الآية 38).

▪ الأصل في الشريعة الإسلامية أنها تقوم على الرحمة والسعة والرفق والتيسير، لذا يجب أن يشمل اليسر علاقات العمل، من خلال تجنب كل ما يؤدي إلى إرهاق صحة العامل أو حرمانه من حق الراحة الضرورية، مع عدم تكليف العامل بما لا طاقة له به، مصداقا لقوله تعالى : " وما أريد أن أشق عليك " (سورة القصص: الآية 27).

▪ ساوى الإسلام بين الرجل والمرأة في حق العمل، فأباح للمرأة أن توظف بالوظائف والأعمال المشروعة التي تحسن أدائها ولا تتنافر مع طبيعتها ولم يقيد هذا الحق إلا بما يحفظ للمرأة كرامتها ويصونها من التبذل.

3-7. مسؤولية الشركة تجاه المجتمع من منظور إسلامي

حث الدين الإسلامي على ضرورة أن يكون للمجتمع الذي تعمل فيه المنظمة نصيب من الخير الذي يجنيه جراء قيامها بأنشطتها المختلفة، ويمكن الاستشهاد بقوله صلى الله عليه وسلم: "خيركم خيركم لأهله" أخرجه الترمذي (فؤاد محمد حسين الحمدي، 2003، ص 74)، وتنعكس رؤية الإسلام لمشاركة منظمات الأعمال في التنمية الاجتماعية من خلال عدة نشاطات منها:

- تحقيق مبدأ تكافؤ الفرص للجميع بلا تفريق بين جنس أو طبقة أو لون أو دين، أي أن الجهد الإنساني كله يجب أن يتعاون في إيجاد التنمية الاجتماعية الشاملة.
- التكافل الاجتماعي طريق مهم يمكن أن تساهم المنظمات من خلاله بضمان حقوق الأفراد في المجتمع، والزكاة هي أهم مظهر للتكافل الاجتماعي.
- منع التعسف في استعمال الحق وتحديد حرية الأفراد لصالح الجماعة، والانتفاع بالمباح بشرط عدم الضرر بالمصلحة العامة.
- الاقتصاد الإسلامي هو اقتصاد قناعة، وفي ذلك حث للشركات على ضرورة الاستخدام الأمثل والمخطط للموارد، فلا تحدث حينئذ مشكلة اقتصادية حقيقية.
- ممارسة العمل الخيري والعمل الاجتماعي التطوعي سواء بالرأي أو بالعمل أو بالتمويل، ودعم المؤسسات الخيرية، وتمويل المشاريع الاجتماعية والتنموية.

4-7. المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلك من منظور إسلامي

وضع الإسلام إطاراً أخلاقياً محددًا لعمليات التجارة والتبادل، وفرض العقوبات التي تكفل حماية المستهلك، والحث على الأمانة في البيع والشراء وعدم الغش، وفي هذا قال الله تعالى: "وأوفوا الكيل والميزان ولا تبخسوا الناس أشياءهم ولا تفسدوا في الأرض بعد إصلاحها ذلكم خير لكم إن كنتم مؤمنين" (سورة الأعراف: الآية 85)، وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "من غشنا فليس منا" (رواه مسلم).

ومن أجل تنظيم العلاقة بين البائع والمشتري أنشأ رسول الله صلى الله عليه وسلم نظام الحسبة والتي تعني أمر الأمر بالمعروف إذا ظهر تركه والنهي عن المنكر إذا ظهر فعله، وقد شمل قانون الحسبة أكثر من خمسين صنعة، لكل منها مواصفات محددة على صاحبها الالتزام بها ويتعرض لمراقبة المحتسب بشكل مستمر (بلال خلف السكارنة، 2009، ص 85).

5-7. المسؤولية الاجتماعية للشركات تجاه الحكومة

منظمات الأعمال مسؤولة اجتماعياً تجاه الحكومة حيث عليها أن تلتزم بدفع الزكاة ففي بعض البلدان هناك وكالات حكومية دينية تقوم بجمع الزكاة، كما يتعين عليها الامتثال ودفع الضرائب المفروضة وممارسة العمليات التجارية والأنشطة وفقاً للقوانين التي تحددها الحكومة، كما ينبغي أن تشارك المنظمة

في الأنشطة الاجتماعية وتكون داعمة لسياسات الحكومة خصوصا تلك التي تدعم التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

6-7. المسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين

قدم الإسلام توجيهات واضحة يتعين إتباعها لتنظيم العلاقة بين المنظمة و الموردين المتعاملين معها، من أهمها ضرورة وجود عقد مكتوب يوضح كل ما يتعلق بالتعاملات المالية و التجارية، مع توفر الشهود حين توقيعه، ويدعو الإسلام إلى الوفاء بكل الالتزامات تجاه الموردين وتسويتها وفقا لما اتفق عليه من قبل.

7-7. المسؤولية الاجتماعية للشركة تجاه البيئة من منظور إسلامي

من المبادئ الشرعية التطبيقية في الحفاظ على سلامة البيئة من ما يلي: حفظ البيئة من التلوث، من التلوث، من فرط الاستهلاك وحفظ البيئة بالتنمية.

المحور الثاني: المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في الفكر الإداري الوضعي

1. المسؤولية الاجتماعية

تفاقت المشاكل الاجتماعية في العصر الحالي الذي يعرف بعصر العولمة والذي حول العالم إلى قرية صغيرة في مختلف دول العالم وخاصة الدول النامية، ولكي لا تتبعثر الجهود وتتلاشى المسؤوليات فلا بد من تضامن أفراد المجتمع لمواجهة هذه التحديات المعاصرة، وهذا يتطلب تحديد الدور الذي تقوم به مؤسسات أو قطاعات الأعمال اتجاه المجتمع، من خلال تحسين ظروف أفراد المجتمع الاجتماعية والاقتصادية والبيئية.

حيث تعتبر المسؤولية الاجتماعية من أهم الواجبات الواقعة على عاتق الشركات، وهي التزامها المستمر في تطوير وتحسين المستوى التعليمي والثقافي والاقتصادي والضمان الاجتماعي لأفراد المجتمع من خلال توفير الخدمات المتنوعة ما يتعلق بالنواحي الصحية والبيئية، ومراعاة حقوق الإنسان وخاصة حقوق العاملين، وتطوير المجتمع المحلي، والمشاركة في إيجاد حلول للمشكلات الاجتماعية والبيئية.

1.1. التطور التاريخي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات

لا يعد مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات مفهوما جديدا، حيث مرت نشأتها بعدة مراحل:

أ. مرحلة إدارة تعظيم الأرباح (1800-1920)

في هذه المرحلة كانت المسؤولية الأساسية للأعمال هي تعظيم الأرباح والتوجه نحو المصلحة الذاتية الصرفة، ورفع شعار "ما هو جيد لي جيد للبلد".

ب. مرحلة إدارة الوصاية، من أواخر العشرينات حتى بداية الستينات

خلال هذه الفترة كانت مسؤولية الأعمال الأساسية هي تحقيق الربح الملائم الذي يحقق المصلحة الذاتية ومصالح الأطراف الأخرى مثل المساهمين والعاملين، أما شعار خلال هذه الفترة فهو "ما هو جيد للشركات جيد للبلد".

ج. مرحلة إدارة نوعية الحياة للفترة من أواخر الستينات حتى الوقت الحاضر

تقوم المسؤولية الأساسية للأعمال على أن الربح ضروري ولكن الأفراد أهم من النقاد، وهذا يحقق المصلحة الخاصة للشركة ومصالح المساهمين والمجتمع ككل، الشعار هو "ما هو جيد للمجتمع هو جيد للبلد" (نجم عبود نجم ، 2006، ص ص 127-128).

2.1. تعريف المسؤولية الاجتماعية

شهد مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات تغيرات جوهرية على مر الزمن، ولا يزال يتطور مع تطور المجتمع وتوقعاته والقاسم المشترك بين أكثرية التعاريف هي أن المسؤولية الاجتماعية للشركات مفهوم تدرج بموجبه المؤسسات الشواغل الاجتماعية والبيئية في السياسات والأنشطة الخاصة بأعمالها التجارية قصد تحسين أثرها في المجتمع، وفيما يلي أمثلة لبعض التعاريف (مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، 2004، ص ص 27-29):

عرفها (Holmes) هي التزام على منشأة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث، وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها.

تعريف المجلس العالمي للأعمال من أجل التنمية المستدامة

عرف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسؤولية الاجتماعية على أنها الالتزام المستمر من قبل شركات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والمجتمع ككل. عرفت الغرفة التجارية العالمية المسؤولية الاجتماعية على أنها جميع المحاولات التي تساهم في تنطوع الشركات لتحقيق تنمية بسبب اعتبارات أخلاقية واجتماعية.

تعريف منظمة الأمم المتحدة

تعرف منظمة الأمم المتحدة المسؤولية الاجتماعية للشركات، على أنها توسّع المفهوم باستخدام عبارة "تحلي الشركات بروح المواطنة العالمية"، وفق المبادئ المتفق عليها عالمياً في ممارسات ودعم السياسات العامة الملائمة في مجالات حقوق الإنسان، وحماية البيئة.

2. أخلاقيات الأعمال

لقد فرضت بيئة الأعمال الحالية العديد من التحديات دفعت المنظمات إلى الاستثمار في الأنشطة التي تتسجم وتتطلق من المبادئ التي حددها القانون والقيم الأخلاقية، وتسعى كثير من المنظمات أن تتجنب مقاطعتها من قبل الزبائن، لذلك فهي شديدة الحرص على تجنب نفسها من مثل هذه المواقف الأمر الذي يدفعها لبذل المزيد في مجال التعامل الأخلاقي (العامري وآخرون، 2005، ص 123).

إن الأخلاقيات في السلوك العام للأفراد في المنظمة تعمل على دعم المسؤولية الاجتماعية، وتمثل الأساس لتطور مفاهيم جديدة لأخلاقيات الإدارة التي تطورت بدورها فيما بعد، فالمسؤولية الاجتماعية التي تتمثل ببعد رسمي ضمن القانون من جانب يكون لها بعد آخر أخلاقي من جانب آخر، يتمثل في الالتزام بالمبادرات الاجتماعية الطوعية التي تعبر عن النزعات الأخلاقية أكثر من الامتثال لقانون مفروض.

مما سبق نستنتج أن العلاقة التي تربط بين المسؤولية المجتمعية وأخلاقيات الأعمال علاقة تداخل وترابط حيث إن الحديث عن إحداهما يرتبط بشكل كبير وضمني بالحديث عن الأخرى، فأدبيات الإدارة الحديثة اشتملت على فصل نمطي يحمل عنواناً مشتركاً هو: المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الإدارة، الأمر الذي يؤكد العلاقة بينهما والتطابق الكبير الذي يدخل المسؤولية المجتمعية لأي منشأة ضمن أخلاقيات العمل وبالعكس لتتحول إلى علاقة تكامل.

المحور الثالث: المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال بين الرؤية الإسلامية والرؤية الوضعية المعاصرة

المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في الفكر الغربي المعاصر هي محاولة للالتفاف حول صورة الشركة وتحسينها و جعلها خيرة وإنسانية، وهذا من باب السعي إلى الربح من دون أي عراقيل، فهي نظرة نسبية ومتغيرة، وهي متجذرة في الملاحظة التجريبية والنظريات البنائية المرتبطة بها، فهي إذن نظرة مادية أكثر منها أخلاقية (Asyraf Wajdi Dsuki, 2008, p 12).

يمكن تمييز الاختلافات التالية بين مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في المفهوم الوضعي المعاصر وتلك المنصوص عليها في المنظور الإسلامي:

1. أصالة المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل في النظام الإسلامي

إن مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل ليست دخيلة على النظام الإسلامي كما في النظام الرأسمالي، وليست بديلاً وحيداً كما في النظام الشيوعي وإهمالاً للمصلحة الذاتية لمالك المال، وتستند هذه الأصالة إلى أن ملكية المال في المنظور الإسلامي لله عز وجل، استخلف الإنسان فيه، وبالتالي فإن الله سبحانه حقاً في المال، وحق الله في التصور الإسلامي هو حق المجتمع، وفي ذلك يقول الله تعالى: ﴿وَأَنْتُمْ مِنْ مَالِ اللَّهِ الَّذِي آتَاكُمْ﴾ (سورة النور: الآية 33)، ودليل أن الأداء الاجتماعي هو أداء لحق الله

تعالى قوله عز وجل: ﴿الْمُ يَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ هُوَ يَقْبَلُ التَّوْبَةَ عَنْ عِبَادِهِ وَيَأْخُذُ الصَّدَقَاتِ وَأَنَّ اللَّهَ هُوَ النَّوَّابُ الرَّحِيمُ﴾ (سورة التوبة: الآية 104)، هذا في الجوب، أما في الاستحباب والتطوع، فإن الأداء الاجتماعي يستند إلى قيم أخلاقية مثل الأخوة الإنسانية والرحمة والتعاون، قال الله تعالى: ﴿وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ﴾ (سورة المائدة: الآية 02).

2. اختلاف باعث القيام بالمسؤولية الاجتماعية والالتزام بأخلاقيات العمل

باعث القيام بالمسؤولية الاجتماعية والالتزام بأخلاقيات العمل في ظل الفلسفة المادية، هو معالجة فشل الرأسمالية في تحقيق العدالة الاجتماعية، وضمان استمرار الشركات في مجال عملها، كما أنها تساعد في تعزيز مصداقية المنشأة والثقة في أعمالها، أي أنه باعث مادي بحت. أما في المنظور الشرعي، فباعث هذا الدور هو روعي يتمثل في التكليف الشرعي الرباني الذي يقوم به الإنسان طلباً لثواب الله، ومناطه الأخلاقيات الإسلامية التي تأخذ بزمام كل فضيلة، فتجعلها مطلوبة، فبعضها على سبيل الاستحباب، وبعضها على سبيل الجوب، بحسب المصالح المترتبة عليها في الدنيا والآخرة، فالزكاة والحقوق الواجبة للأقارب والجيران والكفارات ملزمة شرعاً، والوقف والصدقات التطوعية الأخرى تدخل في مجال الالتزام الذاتي من المسلم يقوم بها لنيل الثواب الذي هو جزاء محقق.

3. شمولية المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل في الإسلام للجوانب الروحية إضافة إلى الجوانب المادية:

إن المسؤولية الاجتماعية التي حث عليها الإسلام كتتنظيم اجتماعي يؤسس لبناء مجتمع مستقر ومتماسك تكتمل فيه جميع العناصر الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية وغيرها، وهي لا تتوقف عند حد المساهمات المادية أو العينية كما هو حاصل في المنظور الوضعي، إنما تتعداه إلى غرس روح المحبة والألفة والرحمة وغيرها من الأخلاقيات التي يجب أن يتحلى بها الفرد لخلق المجتمع المسلم المستقر والمستمر عبر العصور من خلال الحقوق والواجبات والأوامر والنواهي في شتى مجالات الحياة الاجتماعية.

4. تنظيم التشريع الإسلامي لقواعد تطبيق الالتزامات الاجتماعية

لم يتوقف التشريع الإسلامي عند حد الأمر والحث على تبنى أخلاقيات العمل وأداء المسؤولية الاجتماعية وإنما نظم كيفية هذا الأداء في آليات محددة بدقة، يتضح هذا في فقه الزكاة وفقه الوقف والحقوق الواجبة للعمال والإحسان والسماحة مع العملاء والموردين ونحو ذلك من الأحكام الرشيدة للمعاملات المالية، ففي النظام الإسلامي فإن نطاق المسؤولية الاجتماعية في الجانب الملزم شرعاً، محدد بدقة في معدلات زكاة كل مال، بالإضافة إلى مراعاة العدل في الحقوق المالية والمحافظة على الموارد المشتركة، مثل: الطرق والجسور والغابات والمياه والهواء وكف الأذى عنها وعن الناس كافة، وتمثل

الصدقات أحد أساليب الأداء الاجتماعي، ولا تقتصر على الإعانة بالمال وإنما تمتد لاستخدام الإمكانيات لإفادة المجتمع.

5. سمو الدوافع الإسلامية لأداء المسؤولية الاجتماعية والالتزام بأخلاقيات العمل

كان ظهور المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في النظم الوضعية كرد فعل على بعض الممارسات إما لمعالجة سلبيات، مثل ما قامت عليه الشيوعية، وإما كرد انتقادات مثل ما قامت عليه الرأسمالية، أما في النظام الإسلامي فإن أداء المسؤولية الاجتماعية والتحلي بأخلاقيات الأعمال جزء عضوي من الدين لصحة العقيدة والشريعة (علاء الدين زعتري، 2010، ص 12):

6. المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل في الإسلام تستمد إلزاميتها من قوة الاعتقاد الديني

إن قوة اعتقاد المسلم من وجوب أدائه للالتزامات تجاه المجتمع الذي يعيش فيه نابعة من قوة إيمانه واعتقاده بوجود تسخير وتوجيه نشاطه الاقتصادي في مرضاة الله، ولا شك أن الدافع الديني أقوى من أي دافع مادي آخر ويكون له بالغ الأثر على الفرد وعلى ممارساته وأخلاقه، يغيب هذا الدافع في الاقتصاديات الوضعية بينما يحضر بقوة في الممارسات الاقتصادية التي تقوم على الشريعة الإسلامية في كل توجهاتها.

فالمسلم يوجه بالنية كل أنشطته في الحياة إلى مرضاة الله عز وجل لأنه أمره بذلك، أمره بأن تكون حياته بكل أنشطتها له، فمرضاة الله هي الغاية التي يبتغيها كل مسلم بكل نشاط يؤديه، وهي الريح الحقيقي إذا حصل عليه وخسر كل شيء فهو رابح، أما إذا خسره وكسب كل شيء فقد خسر الدنيا والآخرة وذلك الخسران المبين.

خاتمة:

تم التركيز على إعادة اكتشاف موضوع متأصل في الشريعة الإسلامية، ألا وهو مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، وتم ربطه بالفكر الإداري، والهدف هو التأسيس الشرعي والعلمي في آن واحد لهذا المفهوم من منطلق إسلامي، ومن خلال ما سبق في البحث، خلصنا إلى النتائج التالية:

- أداء المسؤولية الاجتماعية والالتزام بأخلاقيات الأعمال في الإسلام واجب ديني وفضيلة إسلامية سبق الإسلام بها الأفكار والنظم المعاصرة، وواجب المسلمين أداء هذه المسؤولية استجابة لأمر الله عز وجل ولأمر رسوله صلى الله عليه وسلم قبل أن يكون تقليداً أو تنفيذاً لاتفاق عالمي أو دعوات من نظم مستوردة.
- مبادئ المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل متأصلة في الإسلام من خلال آيات قرآنية وأحاديث شريفة وقواعد فقهية، وليست مستحدثة كما في الأنظمة الوضعية.

- حث التشريع الإسلامي على أداء المسؤولية الاجتماعية ونظم كيفية هذا الأداء من خلال أساليب محددة بدقة مثل: فقه الزكاة وفقه الوقف والحقوق الواجبة للعمال والإحسان والسماحة مع العملاء والموردين والصدقات وغيرها.
- المسؤولية الاجتماعية في الإسلام تتعدى العمل الخيري والتطوعي أو الهبات المالية إلى بناء المساجد والمراكز التعليمية والصحة وكفالة الأيتام والأرامل ورعاية المسنين، والحفاظ على حقوق الأجراء، وكذا حماية الموارد الطبيعية والحفاظ على البيئة من مختلف أشكال الفساد، والمشاركة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية.
- تتميز المسؤولية الاجتماعية في الإسلام بنظرة شمولية، فهي لا تركز على النواحي المادية فقط كما هو الحال بالنسبة للأنظمة المادية الوضعية، إنما تشمل سائر المناحي الأدبية والروحية من حب وتعاطف وأمر بالمعروف ونهي عن المنكر.
- وختاماً نعرض مجموعة من التوصيات للمضي قدماً في إثراء هذا الموضوع:
- دعوة المفكرين في الاقتصاد الإسلامي والإدارة الإسلامية إلى البحث والدراسة في هذا المفهوم من أجل تطويره والإعلام عنه وتعريف رجال الأعمال المسلمين بمبادئ وخصائصه.
- دعوة الفقهاء إلى التأصيل الشرعي لهذا المفهوم، من أجل أن ينال الاهتمام الذي يستحق من طرف المسلم.
- دعوة رجال الأعمال المسلمين إلى ضرورة المشاركة في البرامج الاجتماعية بروح إسلامية وطرح هذا الموضوع بإلحاح على الساحة الاقتصادية والاجتماعية العالمية من أجل تعميق النظرة الإسلامية وتفعيلها في واقع العمل الاجتماعي للشركات.
- يجب أن تعتبر منظمات الأعمال في المجتمعات الإسلامية أن دافع قيامها بالمسؤولية الاجتماعية ليس لمجرد الاستجابة للضغوطات من المجتمع ومن المنظمات غير الحكومية، إنما هو واجب ديني متأصل في الشريعة الإسلامية، وهي مطالبة بأدائه رغبة في رضا الله عز وجل.
- الارتكاز على أساليب التكافل الاجتماعي وأخلاقيات العمل التجاري التي وردت في التشريع الإسلامي لأداء المسؤوليات الاجتماعية تجاه مختلف أصحاب المصالح.
- صياغة نظرية عن المسؤولية الاجتماعية للشركات لدعم الفكر الإداري الإسلامي في ظل توفر كل أركانها الصحيحة، ونشر هذا الفكر الذي يؤكد أن الإسلام شريعة خالدة متوافقة مع متطلبات الحياة الإنسانية والاجتماعية.

قائمة المصادر:

- القرآن الكريم.
- الحديث الشريف.

قائمة المراجع

- 1- العامري، صالح مهدي محسن والغالي، طاهر محسن منصور (2005)، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال: الأعمال والمجتمع، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
- 2- بلال خلف السكارنة (2009)، أخلاقيات العمل، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 3- حميد ناصر الزري (1998)، مفهوم العمل في الإسلام وأثره في التربية الإسلامية، منشورات دار الثقافة والإعلام، الشارقة، الإمارات.
- 4- طاهر محسن منصور الغالي وصالح مهدي محسن العامري (2010)، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
- 5- علاء الدين الزعتري (2010)، المسؤولية الاجتماعية للشركات، موقع موسوعة الاقتصاد والتمويل الإسلامي، [على الخط]، متوفر على: <http://iefpedia.com/arab/?p=18976> ، (أطلع عليه 2019/01/21).
- 6- فؤاد محمد حسين الحمدي (2003)، "الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك"، رسالة دكتوراه غير منشورة في إدارة الأعمال، قسم التسويق، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، بغداد، العراق.
- 7- مركز مراس للاستشارات الإدارية (2010)، تحرير مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، سلسلة تطوير المسؤولية الاجتماعية للشركات، الرياض، السعودية.
- 8- مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (2004)، كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع والاتجاهات والقضايا الراهنة، منشورات الأمم المتحدة، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية.
- 9- نجم عبود نجم (2006)، أخلاقيات علم الإدارة في عالم متغير، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية (بحوث ودراسات)، القاهرة، مصر.
- 10-Asyraf Wajdi Dsuki (2008), "What does Islam say about Corporate Social Responsibility", review of Islamic economics, Vol 12, No 01, kuala lumpur, Malaysia.

تفعيل مقومات بناء المنظمة الأخلاقية لتعزيز المسؤولية الاجتماعية
الملزمة وغير الملزمة للمؤسسة الجامعية

-دراسة تطبيقية على كلية التكنولوجيات الحديثة للمعلومات والاتصال بجامعة ورقلة-

**Activating the building blocks of the ethical organization to promote the binding
and non-binding social responsibility of the university institution**

**- Applied study on the Faculty of modern technologies of information and communication
at the University of Ouargla-**

د. إلهام منصوري

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، الجزائر.

الملخص:

هدفت هذه الورقة البحثية إلى التشخيص الواقعي لمقومات بناء المنظمة الأخلاقية وعلاقة ذلك بتعزيز المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الجامعية، وقد أجريت الدراسة على القيادات الوسطى بكلية التكنولوجيات الحديثة للمعلومات والاتصال بجامعة ورقلة، حيث بلغ عددهم 16 قيادي. وقد جمعت البيانات عن طريق تصميم استبيان خصص جزء لأخلاقيات الإدارة وخصص الجزء الثاني منه للمسؤولية الاجتماعية.

وأسفرت نتائج الدراسة أن هناك دور للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق استراتيجية الجامعة، وعلى الرغم من عدم وضوح أبعاد المسؤولية الاجتماعية في استراتيجيتها إلا أن النتائج التي تم التوصل إليها توضح بشكل جيد توفر البنية الأساسية اللازمة لتحقيق هذه الأبعاد، أما بخصوص بعد أخلاقيات القيادة فالجامعة تحاول الالتزام به بصورة مقبولة عن طريق استخدام أنظمة المكافأة والعقاب، كما أن الجامعة تحقق نتائج مقبولة في بعد أخلاقيات الفرد، إذ أنها تقوم بالتأكيد على أهمية أن يتسم الأفراد بالاستقامة كونهم أداة لتنفيذ المعايير الأخلاقية.

الكلمات المفتاحية: المنظمة الأخلاقية، أخلاقيات الإدارة، المسؤولية الاجتماعية.

Summary:

The objective of this research paper is to provide a realistic diagnosis of the ethical structure of the organization and its relation to the enhancement of social responsibility in the university institutions. The study was conducted on the middle leadership of the faculty of modern technologies of information and communication at the University of Ouargla. The data were collected through the design of a questionnaire devoted to part of the ethics of management and the second part devoted to social responsibility.

The results of the study showed that there is a role of social responsibility in achieving the university strategy. Although the dimensions of social responsibility are not clear in its strategy, the results reached clearly indicate the availability of the necessary infrastructure to achieve these dimensions. To be adhered to in an acceptable manner through the use of reward and punishment systems. The University also achieves acceptable results in the ethics of the individual, as it certainly emphasizes the importance of individuals being honest as a tool for the implementation of ethical standards.

Keywords: ethical organization, management ethics, social responsibility.

تمهيد:

نتيجة التطورات الاقتصادية والاجتماعية وظهور الحركات المناهضة للعولمة وفضائح الفساد في المؤسسات، لم يعد تقييم المؤسسات يعتمد على ربحيتها فحسب ولم تعد تعتمد في بناء سمعتها على مركزها المالي فقط، بل أصبحت المسؤولية الاجتماعية الهدف الأساسي لكل مؤسسة تريد النجاح بعد النمو الاقتصادي وحماية البيئة.

ولكن هذه الاستجابة الاجتماعية تتطلب وعيا كبيرا من المؤسسة بمصالح المجتمع وبالالتزام الأخلاقي اتجاهه، فأخلاقيات الإدارة أصبحت بمثابة أساس ومحرك ايجابي لسلوك الموارد البشرية، فالإدراك والاستخدام الأمثل للأخلاقيات السائدة داخل التنظيم، والتي تجمع ما يحمله الرؤساء والمرؤوسين من هذه القيم يعتبر الخيار الأفضل الذي يحقق أهداف المنظمة.

من خلال ما سبق، يمكن تقسيم الورقة البحثية إلى العناصر التالية:

أولا: منهجية الدراسة

ثانيا: الإطار النظري للمنظمة الأخلاقية والمسؤولية الاجتماعية

ثالثا: الجانب التطبيقي للدراسة

أولاً: منهجية الدراسة

1. مشكلة الدراسة:

بالرغم من انتشار مفهوم المسؤولية الاجتماعية وتزايد الاهتمام بها على المستوى الدولي والرغبة المتزايدة لتحقيقها، إلا أن مستوى اهتمام الجامعات الجزائرية بالمسؤولية الاجتماعية ما زال يسير بخطى بطيئة وغير واضحة المعالم، إضافة إلى عدم وجود خطة استراتيجية منظمة وشاملة تحدد أولويات المسؤولية المجتمعية، على الرغم من وجود أسباب عديدة تدعوها للاهتمام بالعمل لتعزيز دور المسؤولية الاجتماعية. ولعل السمة البارزة أنها أهملت دور المقومات الأخلاقية في الوصول إلى ما يميز الجامعة الجزائرية، إذ أن عدم الالتزام بالمعايير التي تفرضها بيئة العمل الأخلاقي تسبب في ظهور السلوكيات غير المحبذة والمعيقة للأداء، وهو ما أفقد المنظمة الجامعية القدرة على التزامها بمسؤوليتها اتجاه المجتمع.

مما سبق، يمكن طرح الإشكالية في التساؤل الرئيسي التالي: ما أهمية المقومات الأخلاقية في تعزيز المسؤولية الاجتماعية داخل الجامعة؟

انطلاقاً من التساؤل الرئيسي تتفرع مجموعة من الأسئلة الفرعية هي كالتالي:

- ماهي مقومات بناء المنظمة الأخلاقية في الجامعة؟
- هل تلتزم الجامعة بالمسؤولية الاجتماعية؟
- ما طبيعة العلاقة بين مقومات بناء المنظمة الأخلاقية وتعزيز المسؤولية الاجتماعية في الجامعة محل الدراسة؟

II. أهمية الدراسة: تظهر أهمية الدراسة في النقاط التالية:

- تأتي أهمية الدراسة من كونها محاولة لتأطير الإسهامات النظرية لموضوعي أخلاقيات الإدارة والمسؤولية الاجتماعية للمنظمات.
- توضيح أهمية تبني المنظمات المقومات الأخلاقية وما ينعكس بشكل ايجابي على مسؤوليتها الاجتماعية.
- ملأمة متغيرات الدراسة لميدانها المتمثل في المؤسسة الجامعية، باعتبار هناك نقص من حيث الدراسات التي تركز على المنظومة الجامعية.

III. أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف هي:

- البحث عن مفاهيم أخلاقيات الإدارة وأثرها على المسؤولية الاجتماعية لنشر الوعي والادراك في المؤسسة محل الدراسة.

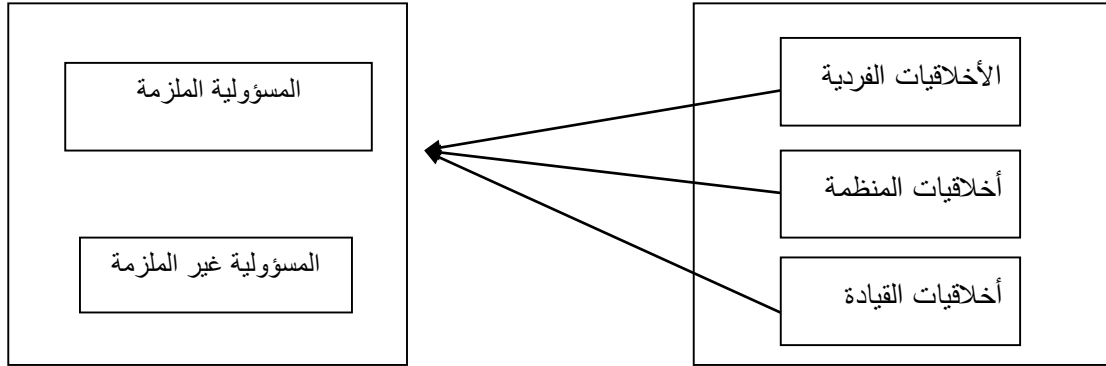
- تحديد أهمية مقومات بناء المنظمة الأخلاقية في تعزيز المسؤولية الاجتماعية.
- تقصي توافر المقومات الأخلاقية وعلاقتها بدعم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة محل الدراسة.
- تقديم التوصيات التي من شأنها تفعيل مقومات بناء المنظمة الأخلاقية لتعزيز المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة محل الدراسة.

IV. منهج الدراسة:

لأغراض هذه الدراسة استخدم المنهج الوصفي الكمي الارتباطي، وصفي لأنه وصف المشكلة التي تعاني منها الجامعة الجزائرية والمتمثلة في عدم الالتزام بالمعايير الأخلاقية في بيئة العمل، كمي فالجانب التطبيقي تم الاعتماد فيه على الاستبيان كأسلوب لجمع البيانات لدراسة دور أخلاقيات الإدارة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في الجامعة كدراسة حالة، أين تم استخدام قاعدة بيانات لقياس متغيرات الدراسة. إلى جانب هذا فالدراسة بحث ارتباطي لأنها تدرس علاقة الأثر بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

V. أنموذج الدراسة:

المتغير المستقل: مقومات بناء المنظمة الأخلاقية المتغير التابع: المسؤولية الاجتماعية



المصدر: من إعداد الباحثة

VI. فرضيات الدراسة: تسعى الدراسة إلى فحص الفرضيات:

الفرضية الرئيسية: لا توجد علاقة ذات دلالة بين مقومات بناء المنظمة الأخلاقية والمسؤولية الاجتماعية في الجامعة عند مستوى الدلالة 0.05.

الفرضية الفرعية 01: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأخلاقيات الفردية والمسؤولية الاجتماعية في الجامعة عند مستوى دلالة 0.05.

الفرضية الفرعية 02: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أخلاقيات المنظمة والمسؤولية الاجتماعية في الجامعة عند مستوى الدلالة 0.05.

الفرضية الفرعية 03: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أخلاقيات القيادة والمسؤولية الاجتماعية في الجامعة عند مستوى الدلالة 0.05.

ثانياً: الإطار النظري للمنظمة الأخلاقية والمسؤولية الاجتماعية:

1. المنظمة الأخلاقية

1. مفهوم أخلاقيات الإدارة:

الأخلاق لغة: هي جمع خلق وهي السجية والطبع والمرؤة، وهي المعبر عن الصورة المعلنة للفرد والصورة الباطنة له (أحمد، 2013، ص96)،

وإصطلاحاً: تشير الأخلاق إلى القوة الراسخة التي تقود الفرد إلى الاختيار بين الخير والشر (مهدي، وداود، 2017، ص123). فالأخلاق تعبر عن مبادئ وقواعد تحدد السلوك المقبول أخلاقياً، الذي يميز الصحيح عن الخطأ (راضي، وحسن، 2017، ص106)، وبالتالي فهي قيم ومعتقدات وقواعد أخلاقية حاکمة للطريقة التي ينبغي أن يتصرف بها المهتمين بالمنظمة أحدهم إزاء الآخر، وتشكل مكون رئيس من القيم الثقافية للمنظمة. وعليه إن خلق ثقافة تنظيمية أخلاقية هي واحدة من الأولويات الرئيسية للمنظمة، ويمكن للمدراء خلق ثقافة أخلاقية من خلال الالتزام الشخصي المؤيد للقيم الأخلاقية ونقله إلى المرؤوسين.

يمثل المدخل الأخلاقي استراتيجية فعل مسبق مصممة إلى أبعد من الحد الأدنى من المعايير المفروضة بالقوانين واللوائح والأنظمة، وهو قائم على افتراض يشير بأن أعضاء المنظمة يكونوا موجهين بشئ أكبر من المصالح الاقتصادية، وأن القيم الشخصية والاجتماعية يجب أن توجه أفعال المنظمة (راضي، وحسن، 2017، ص106). فالتصرف الأخلاقي هو التصرف الذي يتطابق مع المعايير الاجتماعية المقبولة بشكل عام، أما التصرف غير الأخلاقي هو عكس ذلك. والحكم على السلوك على أنه أخلاقي أو غير أخلاقي يستند إلى مبادئ أو قواعد نابعة من نظرية أخلاقية محددة أو خصائص الشخص أو من القيم الاجتماعية.

أما أخلاقيات الإدارة فعرّفها (Daft) على أنها مجموعة المبادئ السلوكية والقيم التي تحكم سلوك الفرد أو الجماعة في التمييز بين الصواب والخطأ (حسين، والجميل، 2012، ص12). وحسب (Ivancevich) (فأخلاقيات الإدارة تمثل خطوطاً توجيهية للمدراء في صنع القرارات وأن أهميتها تزداد بالتناسب مع آثار ونتائج

القرار، فكلما كان نشاط المدير أكثر تأثيرا في الآخرين كلما ازدادت أهمية أخلاقيات ذلك المدير (نجم، 2006، ص17).

يعتبر اتباع الأخلاق الحسنة في المؤسسة أمر يجب أن يحرص عليه كل فرد بها، لذلك فالمسيرون لا يجب أن يعتمدوا على مدى التزام العاملين بأخلاقيات الإدارة بناء على قناعتهم الشخصية بل هم في حاجة لأن يلتزموا بذلك كجزء من متطلبات العمل، ثم القيام بتحديد ما هو أخلاقي وما هو غير أخلاقي لكي يلتزم به جميع من في المؤسسة (راتول، وفلاق، 2012، ص401).

2. المنظمة الأخلاقية:

يختلف مفهوم أخلاقيات المنظمة من منظمة إلى أخرى، حسب ما يعتقد أو يؤمن به مدير أو مجموعة من عمال المنظمة من معتقدات يتم الأخذ بها عند اتخاذ القرارات، وتتأثر هذه الأخيرة بمجموعة من المتغيرات الداخلية والخارجية. فالمنظمة الأخلاقية هي التي تناضل من أجل إتباع المبادئ الأخلاقية وتهدف إلى تحقيق النجاح ضمن المعايير الأخلاقية، ونتيجة لذلك فإن المديرين الأخلاقيين يحاولون تحقيق أهداف المؤسسة المرتبطة بالربح واتباع السلوك القانوني والأخلاقي في آن واحد، حيث يكون شعار هذا النوع من الإدارة "هل ما تقوم به المنظمة عادل بالنسبة لها ولجميع الأطراف المتعاملين معها؟" (هادف، وبوغاري، 2019، ص140)، وتوجهت جهود الباحثين نحو تحديد ما يميز المنظمة الأخلاقية عن غيرها من المنظمات، فلقد أشار البعض إلى أن المنظمة الأخلاقية هي المنظمة ذات الاستقامة الأخلاقية العالية والتي تملك خصائص متميزة منها (مهدي، وداود، 2017، ص125):

أ. الاحتفاظ برؤية واضحة عن الاستقامة نحو الجهات الخارجية.

ب. تحديد أنظمة المكافأة في المنظمة طبقا لرؤية الاستقامة فيها.

ت. تسود المؤسسة ثقافة اتخاذ القرارات الإدارية المهمة المتضمنة أبعادا أخلاقية.

إن المنظمة التي تتبنى دورا اجتماعيا أكبر وسلوكا أخلاقيا مرتكزا على ما هو أبعد مما هو مذكور في مدونات الأخلاقية، فهي بذلك تجسد هذا السلوك في أنشطتها الإنتاجية والتسويقية والمالية والبشرية ولا تسمح بخروقات أخلاقية أو تعارض بين آليات عمل هذه الإدارات وقرارات من خلال التزامها بسلوك أخلاقي قوي. وعليه إن وصف المنظمة الأخلاقية يكون بتركيزها على ضمان الأبعاد والمبادئ الأخلاقية في مختلف جوانب بناءها،

وتتمثل مقومات بناء المنظمة الأخلاقية في: الأخلاقيات الفردية، أخلاقيات القيادة، أخلاقيات المنظمة:

أ. **الأخلاقيات الفردية:** يمثل المديرون الفئة الرئيسية من الأفراد المكونين للأساس الأول من أسس المنظمة الأخلاقية، وهنا تجب الإشارة أن يتسم هؤلاء بالصدق والاستقامة وأن تنعكس تلك السمات في قراراتهم وسلوكياتهم، كما يترتب عليهم إيجاد البيئة التي تشجع وتدعم السلوك الأخلاقي (عبد الدائم، ويوسف، 2017، ص288).

ب. **أخلاقيات القيادة:** أفرزت دراسات الممارسات الأخلاقية في العديد من المنظمات الناجحة حقيقة أن الدور الذي يمارسه المدير في هذه المنظمات يتم من خلال الأفعال التي يقوم بها، وإذا لم يصنع الأفراد إلى القيم الأخلاقية التي يحددها لهم قادتهم فإن ذلك يؤشر أن الأفكار التي يحملونها تدور حول عدم أهمية القيم الأخلاقية في المنظمة، وإن استخدام أنظمة المكافأة ومراجعة الأداء بشكل فاعل يمكن أن يكون طريقاً فاعلاً يعتمد على المديرين في الاستدلال على أثر الأخلاقيات، وأن مكافأة السلوك الأخلاقي ومعاينة السلوكيات المتناقضة يعد من المكونات الحاسمة لبناء القادة الأخلاقيين (المعاضدي، 2018، ص159).

ت. **أخلاقيات المنظمة:** لتشكيل القيم ولتعزيز السلوكيات الأخلاقية والتحول بالمنظمة لتصبح منظمة أخلاقية تعتمد على أسس أهمها (عبد الدائم، ويوسف، 2017، ص288):

- **الثقافة التنظيمية:** توصف ثقافة المنظمة بأنها من القوى الأساسية المساهمة في تكوين المنظمة الأخلاقية، ويشار إليها من خلال ثلاثة اتجاهات هي: جوهر الثقافة، النسيج الثقافي، مظاهر الثقافة.
- **الرموز الأخلاقية:** وهي عبارات أساسية تعكس قيم المنظمة المتعلقة بالجوانب الأخلاقية والاجتماعية، وتميل تلك الرموز الأخلاقية إلى أن تكون بشكلين: الرموز الأخلاقية المستندة إلى المبادئ ويصمم هذا النوع ليتم اختيار الثقافة الكلية للمنظمة، الرموز الأخلاقية المستندة إلى السياسات، وهي التي تحدد الإجراءات المعتمدة في المواقف الأخلاقية المحددة. ونتيجة لأهمية الرموز الأخلاقية في المنظمات نجد أن الإدارات في المنظمات التي توصف بأنها أخلاقية تلجأ إلى تقوية ودعم تلك الرموز الأخلاقية من خلال مكافأة الأفراد الطائعين ومعاينة الأفراد المخلين بالأخلاقيات، عند ذلك يمكن استخدام الرموز الأخلاقية في ترقية المناخ الأخلاقي في المنظمة، ومن شأن ذلك أن يتحقق من خلال استخدام السلوك السوي كوسيلة لتحسين المناخ الأخلاقي.

II. المسؤولية الاجتماعية

1. مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

على عكس ما يشاع بأن المسؤولية الاجتماعية توجه حديث النشأة، إلا أنه عند دراسة تطور هذا المفهوم نلاحظ قدمه ، حيث كان شائعا في أمريكا تحت مفهوم " العمل الخيري للمؤسسات" (EI (Malki,2010,p216)، وقد تطور المفهوم في النصف الثاني من القرن العشرين ليصبح معروفا بشكل واضح، خاصة أن النظرية التقليدية لم تعد مقبولة، فالمؤسسة اليوم تعنى بما هو أكثر من تحقيق الأرباح وتقديم السلع والخدمات للمستهلكين وسداد الضرائب والأجور، كما أن القول التقليدي بأن المؤسسات ليست مسؤولة إلا أمام أصحابها لم يعد مقبولا في عالم اليوم الذي يتسم بتشابك العلاقات والمصالح. لقد أدركت الكثير من المؤسسات أنها غير معزولة عن المجتمع، ولقد انتهت إلى ضرورة توسع نشاطاتها لتشمل ما هو أكثر من النشاطات الانتاجية مثل مصالح المجتمع والبيئة، هذا التطور جاء مرتبطا بنشوء جماعات المصالح لاسيما النقابات العمالية والتي أخذت على عاتقها المطالبة بتبني فلسفة المسؤولية الاجتماعية (بلعور، 2015، ص 251) ، التي تأخذ بعين الاعتبار الأضلاع الثلاثة التي عرفها مجلس الأعمال العلمي للتنمية المستدامة وهي: النمو الاقتصادي والتقدم الاجتماعي وحماية البيئة (طالب، و ظاهر، 2018، ص 7).

لقد ركز العديد من الباحثين مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين على ضرورة إبعاد المؤسسة عن الاهتمام بتعظيم الربح كهدف وحيد وبذلك فتح المجال للتوسع في دراسة هذا الموضوع والتعمق في تحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية، الذي لحد الآن لم يتم ضبطه بشكل شامل يكتسب صفة القبول، فقد تعددت المبادرات في محاولة تحديد تعريف دقيق لها، وهذا الاختلاف راجع لطبيعة البيئة المحيطة بالمؤسسة وكذا نطاق نشاطها ورأسمالها، فهذه المسؤولية بطبيعتها ديناميكية تتصف بالتطور المستمر كي تتلاءم مع متطلبات المؤسسة بالإضافة إلى متطلبات المجتمع حسب التغيرات الاقتصادية، السياسية والاجتماعية.

وفي هذا الإطار، فقد كان أول من عرف المسؤولية الاجتماعية للشركات هو الباحث الإداري (Drucker) الذي عرفها باختصار ومن منظور عام على أنها: "التزام المؤسسة اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه" (بومجان، وأوبختي، 2018، ص 136) ، وقد شكل هذا التعريف منطلقا لدراسات لاحقة فتحت المجال واسعا لدراسة هذا الموضوع باتجاهات مختلفة.

ومن وجهة نظر أخرى يرى (Samuelson) أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية يمثل البعدين الاقتصادي والاجتماعي معا (حدو، وفلاق، 2018، ص 82). وهذا ما ذهب إليه كل من (David & Frederick) اللذين أشارا

إلى أن المسؤولية الاجتماعية تتمثل في تحقيق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية وذلك من خلال مواجهة التحديات الاجتماعية المختلفة (محسن، ومحدادي، 2017، ص166).

ويطرح (Holmes) وجهة نظر ترى في المسؤولية الاجتماعية التزاما أخلاقيا وإنسانيا وأدبيا تحمله منظمة الأعمال اتجاه المجتمع، بغض النظر عن ارتباط هذا الالتزام أو عدم ارتباطه بمردود مالي للمؤسسة على المدى القصير (بلعور، 2015، ص252).

وفي نفس السياق يرى (Robbins) أن المسؤولية الاجتماعية تستند إلى اعتبارات أخلاقية مركزة على الأهداف بشكل التزامات بعيدة الأمد تفي بها المؤسسة بما يعزز صورتها في المجتمع (بن ساهل، ومحمد، 2018، ص325).

وجاءت النقلة النوعية في إغناء وتوسع مفهوم المسؤولية الاجتماعية من طرف (Bucholtz)، حيث حددت أربعة أبعاد رئيسية لهذا المفهوم وهي: الجانب الاقتصادي والمتمثل في استخدام الموارد بشكل رشيد وتوزيع العوائد بشكل عادل، والجانب القانوني والمتمثل في الالتزام الواعي والطوعي بالقوانين والتشريعات، بالإضافة إلى الجانب الإنساني والذي يشمل مختلف التبرعات والهبات خدمة للمجتمع، أما البعد الرابع فهو البعد الأخلاقي والتي تراعي من خلاله المؤسسة الأخلاق واحترامها في مجمل قراراتها (بلعور، 2015، ص252).

يلاحظ من تعاريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات أن الذي يميزها هو محاولة إعطاء إطار عام يمكن لمنظمات الأعمال أن تستنبط منه توجهها وتحدد على أساسها أهدافها الاستراتيجية التي تسمح لها بتبني المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.

2. أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

يشير (Carroll) إلى جوهر المسؤولية الاجتماعية بجوانب رئيسية هي: المسؤولية الملزمة (تتضمن الجانب الاقتصادي و القانوني) والمسؤولية غير الملزمة (وتشمل الجانب الأخلاقي والإنساني)، حيث وظف هذه الأبعاد بشكل هرمي متسلسل لتوضيح الترابط بينها من جهة، ومن جهة أخرى فإن استناد أي بعد على بعد آخر يمثل حالة واقعية، فلا يمكن أن نتوقع من منظمات الأعمال مبادرات خيرة ومسؤولة إذا لم تكن هذه المؤسسات قد قطعت شوطا في إطار تحملها لمسئوليتها القانونية والأخلاقية تجاه المجتمعات التي تعمل فيها (صالح وآخرون، 2016، ص428). ويمكن شرح أبعاد المسؤولية الاجتماعية في الآتي (الجناعي، وأبو هادي، 2018، ص78):

1.2. الأبعاد الملزمة للمسؤولية الاجتماعية: وهي التي يجب على المنظمات الالتزام بها والعمل على تحقيقها من خلال الاهتمام بالأولويات الاقتصادية وتنفيذ الأعمال المشروعة حسب القوانين وهي تنقسم إلى:

1.1.2. البعد الاقتصادي: باعتبار المنظمة وحدة اقتصادية أساسية، يجب أن تقدم خدمات مطلوبة من المجتمع بتكاليف معقولة ونوعية جيدة، وفي إطار هذه المسؤولية تحقق المنظمة العوائد والأرباح الكافية بتعويض مساهمات أصحاب رأس المال والعاملين وغيرهم.

2.1.2. البعد القانوني: يتمثل بالالتزامات القانونية والتشريعات التي تصدرها الدولة موحدة في إطار تنظيمي، وعلى المنظمة احترامه والتقيده به.

2.2. الأبعاد غير الملزمة: وهي التي تتعهد بها المنظمات باختيارها واراقتها وتعبير عن سلوكها الأخلاقي تجاه المجتمع، وطوعي مصدره الضمير الانساني من أجل الاسهام إيجابيا في بناء المجتمع وتطوره، وتنقسم إلى:

1.2.2. البعد الأخلاقي: مجموعة سلوكيات ونشاطات ليست بالضرورة موحدة في إطار قانوني ولكن تعد قيما في المجتمع ينتظر من المنظمة القيام بها.

2.2.2. البعد الانساني: وهي المنافع والمزايا التي يرغب المجتمع في الحصول عليها من المنظمة، كالدعم المقدم لمشروعات المجتمع المحلي والأنشطة الخيرية.

III. أخلاقيات الادارة والمسؤولية الاجتماعية:

أشار (Kirran) إلى أنه هناك تماثل بين أخلاقيات الادارة والمسؤولية الاجتماعية إذ أن حركة المسؤولية الاجتماعية ما هي إلا احدى جوانب منهج شامل من أخلاقيات الادارة. في حين وصف (Wehrich & Koontz) أخلاقيات الادارة بأنها كل ما يتعلق بالعدالة وبعض النواحي مثل توقعات المجتمع والمنافسة بنزاهة والاعلان والعلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية، وهذا ما ينسحب على مفهوم المسؤولية الأخلاقية والتميزية. فالمسؤوليات الأخلاقية تشمل سلوكا متوقعا يتجاوز الالتزامات القانونية والمسؤوليات المتميزة، التي تشمل سلوكيات محددة سابقة للفعل لحماية رفاهية المكونات الرئيسية. أما (Daft) فقد أوضح بأن الأخلاقيات تتعلق بالقيم الداخلية والتي هي جزء من البيئة الثقافية للمنظمة وأيضاً بأشكال القرارات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية، وذلك بما يتصل بالبيئة الخارجية، إذ أن المسألة الأخلاقية تؤثر على تصرفات الفرد أو الجماعة أو المنظمة بشكل سلبي أو ايجابي على الآخرين (حسين، والجميل، 2012، ص14).

وعليه يمكن القول أن هناك علاقة متداخلة بين المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الإدارة، إذ أن أولوية الكفاءة في تعظيم موارد المنظمة من أرباح وما شابه ذلك كانت في المرحلة الأولى ولغاية ستينيات القرن العشرين، ليتم الانتقال إلى التركيز على أخلاقيات الإدارة إلى جانب المسؤولية الاجتماعية والكفاءة. كما أكد (طه) أن الأخلاقيات في السلوك العام للأفراد في المنظمة تعمل على دعم المسؤولية الاجتماعية كما تمثل الأساس لتطور مفاهيم جديدة لأخلاقيات الإدارة التي تطورت بدورها بعد ذلك. فالمسؤولية الاجتماعية التي تتمثل ببعد رسمي ضمن القانون من جانب، يكون لها بعد آخر أخلاقي من جانب آخر يتمثل في الالتزام بالمبادرات الاجتماعية الطوعية التي تعبر عن النزاعات الأخلاقية أكثر من الامتثال لقانون مفروض (النوعية، 2016، ص121).

إن نجاح المسؤولية الاجتماعية يتوقف بدرجة كبيرة على مدى استعداد أفرادها لتبني هذا التوجه واقتناعهم به، ويتم هذا الاستعداد من خلال ثلاث آليات أساسية تفصل في مصير المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات. تتمثل هذه الآليات في: مكافحة الفساد، مفهوم المواطنة، الثقافة التنظيمية:

1. مكافحة الفساد: أدت الانهيارات المالية والفضائح الإدارية بالشركات العملاقة في العديد من الدول في الوقت الحالي، إلى دراسة وتحليل الأسباب التي تؤدي إلى ظهور الفساد المالي والإداري بالشركات، والذي يؤدي بطبيعة الحال إلى حدوث تلك الانهيارات والفضائح.

هناك العديد من المظاهر والحقائق والأسباب يمكن رجوع الفساد المالي والإداري لها، ففي دراسة قام بها مركز المشروعات الدولية الخاصة (CIPE) حدد مجموعة من الأسباب التي تؤدي إلى وجود الفساد من بينها:

- تأثير القيم والأخلاق الاجتماعية التي تشجع على الانحراف.
 - غياب الشفافية.
 - ضعف السلطة القضائية.
 - انعدام الوازع الأخلاقي لدى الأفراد.
 - عدم القابلية للمساءلة لدى بعض الإطارات داخل المؤسسات.
- لما كانت أسباب الفساد كثيرة ومتعددة فإن طرق مواجهته ومحاربتة هي الأخرى كثيرة، من بين هذه الوسائل والتي تركز على أخلاقيات الإدارة نذكر:

- إيجاد اتفاق جماعي على معيار الإدارة بالقيمة: كأن يتفق الأفراد على وضع سمة الأمانة كإحدى الفضائل السامية الجديرة بالمحافظة عليها في المعاملات بينهم.
- حث الإطارات على الشفافية والنزاهة في التسيير: خاصة وأتينا نعلم مدى خطورة الفساد الذي يكون رؤوسه الإطارات العليا في المؤسسات.

- نشر التعليم و توعية المواطنين: لأن جهل الأفراد بحقوقهم و وواجباتهم يزيد من فرص انتشار الفساد من خلال استغلالهم.
- محاسبة الأطراف المسؤولة عن الفساد مهما كان منصبهم، ويكون هذا من خلال مجالس الإدارة، الجمعيات العمومية، أو النقابات.
- تبسيط إجراءات العمل والتخلص من العراقيل الإدارية.

2. الالتزام بمفهوم المواطنة:

إن مفهوم المواطنة يقوم على العقد الاجتماعي في المجتمع، فهو يقوم على الموازنة بين الحقوق والواجبات لكل مواطن أو مؤسسة...، و إذا كان الفرد يتصرف وفق هذه الموازنة فإن المؤسسات التي تأخذ كل مقومات وجودها من المجتمع لا بد أن تتصرف على الأقل بطريقة مماثلة لتصرف المواطن من حيث الحقوق والواجبات. في البداية كانت المؤسسات تعمل بتأثير الهدف الوحيد المتمثل بتحقيق أقصى الأرباح في المدى القصير من أجل تعظيم قيمة حملة الأسهم وهذا التوجه كان في البداية على حساب جميع أطراف المصالح، لكن سرعان ما اكتشفت المؤسسات أنها لا تستطيع أن تحقق الكفاءة المطلوبة بدون العاملين (أحد أطراف المصلحة). ولأن نجاح المؤسسة يعتمد على نجاحها في السوق حيث الزبون هو الملك، كان لا بد للمؤسسة من تحسس حاجات الزبائن وتطلعاتهم في المنتجات والخدمات أولاً، ولأن الموردين هم في نفس المركب مع المؤسسة التي تشتري الحصة الأكبر من مواردهم فإن الموردين ليس خصوما لا بد من التعامل معهم وفق ثقافة الربح / الخسارة، أي علاقة التنافس السلبي الذي فيه المؤسسة تريح والمورد يخسر، بل يجب التعامل وفق علاقة رابح - رابح وفق علاقات طويلة الأمد. إن هذه التطورات الحاصلة في الاهتمام بأصحاب المصالح دفعت إلى طرح مفهوم مواطنة المؤسسات الذي يدل على مجموعة المسؤوليات التي تمتد على نطاق واسع نسبياً يبدأ من المالكين ويمتد إلى الأطراف الأخرى وصولاً إلى المجتمع (نجم، 2006، ص ص 227-230).

3. ثقافة المنظمة:

إن أحد أسباب ظهور السلوكيات غير المحبذة والمعيقة للأداء هو "غياب الأطر الثقافية والمؤسسية" كإطار مرجعي ممارس ومكتوب يتم انتهاجه من طرف المؤسسات الاقتصادية في العالم، بالإضافة إلى غياب مفاهيم أخلاقيات الإدارة ومفهوم الخدمة العامة، وفي ظل غياب هذه المفاهيم ظهر الفساد، حتى أن بعض الكتاب يعتبر أن الفساد له تأثير إيجابي على اقتصاد الدول النامية وعلى النظام السياسي والتراث الاجتماعي،

وله تأثير على استقرار الدولة وعلى الإسراع في المعاملات الإدارية وعلى زيادة النمو الاقتصادي، لأنه يقضي على عوائق السرعة والإنجاز للمعاملات المتعلقة بتنمية المجتمع.

ولا شك أن السلوكيات غير المحبذة إذا ما تفتتت تصبح تقاليد راسخة وقيم لا يستغني عنها الموظف في ظل عدم توفر أطر رادعة لمنع ظهور مثل هذه السلوكيات، إذ يؤكد Thompson على ضرورة تطبيق المبادئ الأخلاقية على سلوك الأفراد في المنظمات. وحرصا على ضمان تواجد أخلاقيات عامة ضمن العمل المؤسساتي فقد سعت الكثير من المؤسسات الكبرى سواء كانت خاصة أم عامة إلى وضع ميثاق للعمل ومعايير للسلوك بالنسبة للموظفين، وذلك سعيا منها لإبراز الأنماط الإيجابية المتوقعة لدى العاملين في المؤسسة في إطار الثقافة التنظيمية لهذه الأخيرة (بوحنية، 2003، ص 76).

ثالثا: الجانب التطبيقي للدراسة

I- مجتمع وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في القيادات الوسطى لكلية التكنولوجيات الحديثة للمعلومات والاتصال بجامعة ورقلة. أما عينة الدراسة فقد استهدفت جميع أفراد مجتمع الدراسة والبالغ عددهم 22 قيادي (العميد، نواب العميد، رؤساء الأقسام، نواب رؤساء الأقسام، مسؤولي الميدان، مسؤولي الشعبة، مسؤولي الاختصاص).

II- أداة الدراسة:

قمنا بتطوير أداة الدراسة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة، فمن خلال الاطلاع على الدراسات السابقة في موضوعي أخلاقيات الإدارة والمسؤولية الاجتماعية، تم إعداد استبانة مكونة من (31) فقرة. وقد تكونت أداة الدراسة من محورين، محور أخلاقيات الإدارة بأبعادها (الأخلاقيات الفردية، أخلاقيات المنظمة، أخلاقيات القيادة) ومحور المسؤولية الاجتماعية ببعديها الملزمة (البعد الاقتصادي، البعد القانوني) وغير الملزمة (البعد الأخلاقي والبعد الإنساني). وقد استخدمنا نموذج لكرت ذات السلم الخماسي. وقد تم توزيع 22 استبيان على أفراد العينة، وتم استرداد 16 استبيان، أي كان معدل الاسترداد 72.72%.

III- ثبات أداة الدراسة:

لقياس ثبات أداة الدراسة تم استخدام معامل الثبات كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha، والجدول رقم 01 يبين معاملات الثبات لأداة الدراسة ومجالاتها.

الجدول رقم 01: معامل الثبات Cronbach's Alpha

المتغيرات	معامل الثبات ألفا Cronbach's Alpha
أخلاقيات الإدارة	0.655
المسؤولية الاجتماعية	0.833

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من الجدول رقم 01 أن معامل الثبات كرونباخ ألفا بالنسبة لمتغيري الدراسة 0.655 و0.833 وهو أكبر من 0.60، إذن فشرط ثبات أداة الدراسة محقق وهذا دليل على جودة بيانات الدراسة.

IV- المعالجة الإحصائية:

بعد تفريغ إجابات أفراد العينة جرى ترميزها وإدخال البيانات باستخدام الحاسوب، ثم تمت معالجة البيانات إحصائياً باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، ومن المعالجات الإحصائية المستخدمة سيتم تحليل بيانات الدراسة الناتجة عن الاستبانة باستخدام عدد من الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية التالية:

- الأساليب الإحصائية الوصفية: تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة.
- الإحصاء الاستدلالي: تم اختبار فرضيات الدراسة باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط من خلال احتساب قيمة T، حيث تكون القاعدة هي رفض الفرضية الصفرية H0 وقبول الفرضية البديلة H1 إذا كانت t المحسوبة أكبر من t الجدولية وأن تكون في الوقت نفسه قيمة الاحتمالية (Significant level) أقل أو تساوي 0.05.

V- النتائج والمناقشة

1. عرض وتحليل النتائج:

سنحاول في هذا الجزء عرض وتحليل نتائج متغيرات الدراسة وفق إجابات مجتمع الدراسة كالتالي:

1.1.1 المتغير المستقل: أخلاقيات الإدارة

الجدول رقم 02: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات مفردات الدراسة على عبارات أخلاقيات الإدارة

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
01	تحرص القيادة الجامعية على تعيين الأفراد الذين تتسم سلوكياتهم بالاستقامة.	3.56	0.62
02	تحرص القيادة الجامعية على تنفيذ المعايير الأخلاقية عند تنفيذ الأعمال.	4.00	0.73
03	تتسم تعاملات القيادة الجامعية بالعدالة مع مرؤوسهم.	3.37	1.02
04	تحرص القيادة الجامعية على إيجاد مناخ العمل، الذي يدعم السلوك الأخلاقي.	3.50	0.89
05	تلتزم القيادة الجامعية بالقوانين والمعايير المهنية ولا تخالفها.	3.31	0.79
بعد الاخلاقيات الفردية			
06	تمتلك الجامعة مدونة قواعد للسلوك، توضح السلوكيات المقبولة وغير المقبولة.	3.62	1.02
07	مجموعة المبادئ الأخلاقية متاحة ومعروضة بشكل علني.	3.5	1.36
08	وجود نظام داخلي للجامعة يتيح للعاملين الإبلاغ عن السلوكيات اللاقانونية والأخلاقية.	3.50	0.73
09	توظف الجامعة الرموز الأخلاقية (الصدق، الاستقامة..) والسلوك السوي لتوفير المناخ الأخلاقي فيها.	3.87	0.34
10	تدعم القيادة الجامعية المبادئ الأخلاقية والسلوكيات الجيدة	3.62	0.88
بعد أخلاقيات المنظمة			
11	تتصف القيادة الجامعية بالعدالة و الانصاف في العمل.	3.1	0.95
12	ينعكس الالتزام الأخلاقي في الجامعة في طريقة وكيفية التعاملات الإدارية.	3.62	1.02
13	تحرص القيادة الجامعية أن تكون قدوة حسنة للعاملين.	3.12	1.36
14	تشجع القيادة الجامعية العامل المميز وتثني عليه أمام الآخرين.	3.12	1.14
15	يحذر ويعاقب العاملون الذين يظهرون سلوكيات لا أخلاقية.	3.12	1.08
16	تعكس العقوبات المتعلقة بالسلوكيات الأخلاقية مقدار الخطأ المرتكب.	3.00	1.03
17	تتخذ القيادة الجامعية القرارات الوظيفية دون تحيز.	3.37	1.02
بعد أخلاقيات القيادة			
نتيجة المتغير أخلاقيات الإدارة		3.45	1.08
		0.91	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

من خلال الجدول رقم 02 نلاحظ أن متغير أخلاقيات الإدارة حقق وسطا حسابيا (3.45) وانحرافا معياريا (0.91). وبما أن الوسط الحسابي ينتمي للمجال [3.4،4.2] فهذا يؤكد على أن اهتمام الجامعة عال، وبما أن الانحراف المعياري أقل من 1 فهذا دليل على اتساق مقبول للبيانات. وقد عولج المتغير ب17 فقرة. أما فيما يخص أبعاد أخلاقيات الإدارة فكانت النتائج كالتالي:

- **بعد الأخلاقيات الفردية:** حقق وسطا حسابيا (3.54)، وانحرافا معياريا (0.81)، وبما أن الوسط الحسابي ينتمي للمجال [3.4،4.2] فإن هذا يؤكد على أن اهتمام الجامعة عال، وبما أن الانحراف المعياري أقل من 1 فهذا دليل على اتساق مقبول للبيانات.
- **بعد أخلاقيات المنظمة:** حقق وسطا حسابيا (3.62)، وانحرافا معياريا (0.82)، وبما أن الوسط الحسابي ينتمي للمجال [3.4،4.2] فهذا يؤكد على أن اهتمام الجامعة بأخلاقيات المنظمة عال، وبما أن الانحراف المعياري أقل من 1 فهذا دليل على اتساق مقبول للبيانات.
- **بعد أخلاقيات القيادة:** حقق وسطا حسابيا (3.20)، وانحرافا معياريا (0.92)، وبما أن الوسط الحسابي ينتمي للمجال [2.6،3.4] فهذا يؤكد على أن اهتمام الجامعة بأخلاقيات القيادة متوسط، وبما أن الانحراف المعياري أقل من 1 فهذا دليل على اتساق مقبول للبيانات.

1.2. المتغير التابع: المسؤولية الاجتماعية

الجدول رقم 03: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات مفردات الدراسة على عبارات المسؤولية الاجتماعية

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
01	تسعى الجامعة إلى الوفاء بالتزاماتها اتجاه المجتمع من خلال مخرجات العملية التعليمية.	3.1	0.95
02	تحرص الجامعة على أن تكون الانجازات ذات جودة	3.62	1.02
03	توفر الجامعة للعاملين فرص الترقية بشكل مستمر.	3.12	1.36
04	تقدم الجامعة برامج تدريبية للعاملين تتماشى مع التطورات التكنولوجية .	3.12	1.14
البعد الاقتصادي			
05	تلتزم الجامعة بتنفيذ القوانين واللوائح لأنها ترى فيها تجسيدا للمسؤولية الاجتماعية.	3.1	0.95
06	يتم تحديد الحوافز والمكافئات وفق تقييم موضوعي للوظائف.	3.62	1.02
07	تتم عملية الترقية وفق القوانين والأنظمة السارية.	3.12	1.36

البعد القانوني		3.28	1.11
08	توفر الجامعة نظاما يكفل تكافؤ الفرص عند توظيف العاملين.	3.1	0.95
09	تتبنى الجامعة السلوك الأخلاقي الذي يتطابق مع القوانين والأنظمة.	3.62	1.02
10	تحرص الجامعة على التعامل الأخلاقي مع المستفيدين من خدماتها(طلبة،مجتمع، مؤسسات...).	3.12	1.36
11	توفر الجامعة فرص التوظيف لذوي الاحتياجات الخاصة.	3.12	1.14
البعد الأخلاقي		3.24	1.11
12	تقدم الجامعة منح دراسية لدعم الطلبة المتفوقين من ذوي الدخل المحدود	3.1	0.95
13	تساهم الجامعة في دعم الأنشطة الثقافية والمبادرات المجتمعية	3.62	1.02
14	تنظم الجامعة رحلات ترفيهية للعاملين وأسرهم.	3.12	1.36
البعد الانساني		3.28	1.11
	نتيجة المتغير المسؤولية الاجتماعية	3.26	1.11

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم 03 نلاحظ أن المتغير المسؤولية الاجتماعية حقق وسطا حسابيا قدره(3.26) وانحرافا معياريا قدره(1.11)، وبما أن الوسط الحسابي ينتمي إلى المجال[2.6،3.4] فهذا دليل على أن تطبيق المسؤولية الاجتماعية متوسط بالجامعة. وقد عولج المتغير ب14 فقرة. أما فيما يخص أبعاد المسؤولية الاجتماعية فكانت النتائج كالتالي:

- **البعد الاقتصادي:** حقق وسطا حسابيا(3.24)، وانحرافا معياريا(1.11)، وبما أن الوسط الحسابي ينتمي للمجال[2.6،3.4] فإن هذا يدل على أن الالتزام الاقتصادي للجامعة متوسط،
- **البعد القانوني:** حقق وسطا حسابيا(3.28)، وانحرافا معياريا(0.82)، وبما أن الوسط الحسابي ينتمي للمجال[2.6،3.4] فهذا يدل على أن الالتزام القانوني للجامعة متوسط، وبما أن الانحراف المعياري أقل من 1 فهذا دليل على اتساق مقبول للبيانات.
- **البعد الأخلاقي:** حقق وسطا حسابيا(3.24)، وانحرافا معياريا(1.11)، وبما أن الوسط الحسابي ينتمي للمجال[2.6،3.4] فهذا يؤكد على أن الالتزام الأخلاقي للجامعة متوسط.
- **البعد الانساني:** حقق وسطا حسابيا(3.28)، وانحرافا معياريا(1.11)، وبما أن الوسط الحسابي ينتمي للمجال[2.6،3.4] فهذا يؤكد على أن الالتزام الانساني للجامعة متوسط.

2. اختبار الفرضيات:

لاختبار الفرضيات فقد تم استخدام (One Sample T.Test) للمقارنات الثنائية وعند مستوى دلالة 0.05 والجدول الآتية تبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار فرضيات الدراسة.

1.2. اختبار الفرضية الأولى: وتنص هذه الفرضية على أن الجامعة لا تلتزم بأخلاقيات الفرد

الجدول رقم 04: نتائج اختبار T.Test للفرضية الأولى

المتغير المستقل	قيمة t المحسوبة	قيمة t الجدولية	قيمة t المعنوية Sig-t	القرار الاحصائي
الأخلاقيات الفردية	22.378	1.74	0.000	رفض فرض العدم

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات spss.

يتضح من الجدول رقم 04 أن قيمة t المحسوبة بلغت (22.378) وهي أكبر من قيمة t الجدولية (1.74)، كما أن قيمة Sig مساوي للصفر، وعليه يتم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي تنص على "أن الجامعة تلتزم بالأخلاقيات الفردية".

2.2. اختبار الفرضية الثانية: وتنص هذه الفرضية على أن الجامعة لا تلتزم بأخلاقيات المنظمة

الجدول رقم 05: نتائج اختبار T.Test للفرضية الثانية

المتغير المستقل	قيمة t المحسوبة	قيمة t الجدولية	قيمة t المعنوية Sig-t	القرار الاحصائي
أخلاقيات المنظمة	30.323	1.74	0.000	رفض فرض العدم

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات spss.

يتضح من الجدول رقم 05 أن قيمة t المحسوبة بلغت (30.323) وهي أكبر من قيمة t الجدولية (1.74)، كما أن قيمة Sig مساوي للصفر، وعليه يتم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي تنص على "أن الجامعة تلتزم بأخلاقيات المنظمة".

3.2. اختبار الفرضية الثالثة: وتنص هذه الفرضية على أن الجامعة لا تلتزم بأخلاقيات القيادة

الجدول رقم 06: نتائج اختبار T.Test للفرضية الثالثة

المتغير المستقل	قيمة t المحسوبة	قيمة t الجدولية	قيمة t المعنوية	القرار الاحصائي
أخلاقيات القيادة	14.783	1.74	0.000	رفض فرض العدم

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات spss.

يتضح من الجدول رقم 06 أن قيمة t المحسوبة بلغت (30.323) وهي أكبر من قيمة t الجدولية (1.74)، كما أن قيمة Sig مساوي للصفر، وعليه يتم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي تنص على "أن الجامعة تلتزم بأخلاقيات القيادة".

4.2. اختبار الفرضية الرابعة: وتنص هذه الفرضية على أن الجامعة لا تلتزم بالمسؤولية الاقتصادية

الجدول رقم 07: نتائج اختبار T.Test للفرضية الرابعة

المتغير المستقل	قيمة t المحسوبة	قيمة t الجدولية	قيمة t المعنوية	القرار الاحصائي
البعد الاقتصادي	17.288	1.74	0.000	رفض فرض العدم

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات spss

يتضح من الجدول رقم 07 أن قيمة t المحسوبة بلغت (17.288) وهي أكبر من قيمة t الجدولية (1.74)، كما أن قيمة Sig مساوي للصفر، وعليه يتم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي تنص على "أن الجامعة تلتزم بالمسؤولية الاقتصادية".

5.2. اختبار الفرضية الخامسة: وتنص هذه الفرضية على أن الجامعة لا تلتزم بالمسؤولية القانونية

الجدول رقم 08: نتائج اختبار T.Test للفرضية الخامسة

المتغير المستقل	قيمة t المحسوبة	قيمة t الجدولية	قيمة t المعنوية	القرار الاحصائي
البعد القانوني	26.834	1.74	0.000	رفض فرض العدم

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات spss

يتضح من الجدول رقم 08 أن قيمة t المحسوبة بلغت (26.834) وهي أكبر من قيمة t الجدولية (1.74)، كما أن قيمة Sig مساوي للصفر، وعليه يتم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي تنص على "أن الجامعة تلتزم بالمسؤولية القانونية".

6.2. اختبار الفرضية السادسة: وتنص هذه الفرضية على أن الجامعة لا تلتزم بالمسؤولية الأخلاقية

الجدول رقم 09: نتائج اختبار T.Test للفرضية السادسة

المتغير المستقل	قيمة t المحسوبة	قيمة t الجدولية	قيمة t المعنوية	القرار الاحصائي
البعد الأخلاقي	18.633	1.74	0.000	رفض فرض العدم

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات spss

يتضح من الجدول رقم 09 أن قيمة t المحسوبة بلغت (18.633) وهي أكبر من قيمة t الجدولية (1.74)، كما أن قيمة Sig مساوي للصفر، وعليه يتم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي تنص على "أن الجامعة تلتزم بالمسؤولية الأخلاقية".

7.2. اختبار الفرضية السابعة: وتنص هذه الفرضية على أن الجامعة لا تلتزم بالمسؤولية الانسانية

الجدول رقم 10: نتائج اختبار T.Test للفرضية السابعة

المتغير المستقل	قيمة t المحسوبة	قيمة t الجدولية	قيمة t المعنوية	القرار الاحصائي
البعد الانساني	12.640	1.74	0.000	رفض فرض العدم

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات spss

يتضح من الجدول رقم 10 أن قيمة t المحسوبة بلغت (12.640) وهي أكبر من قيمة t الجدولية (1.74)، كما أن قيمة Sig مساوي للصفر، وعليه يتم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي تنص على "أن الجامعة تلتزم بالمسؤولية الانسانية".

الاستنتاجات والتوصيات:

النتائج: في ضوء النتائج المستخلصة في عرض وتحليل نتائج هذه الدراسة تم التوصل إلى مجموعة من الاستنتاجات كما يلي:

- هناك دور للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق استراتيجية الجامعة، وعلى الرغم من عدم وجود وضوح أبعاد المسؤولية الاجتماعية في استراتيجيتها، إلى أن النتائج التي تم التوصل إليها توضح بشكل جيد توفر البنية الأساسية اللازمة لتحقيق هذه الأبعاد.
- بخصوص بعد أخلاقيات القيادة فالجامعة تحاول الالتزام به بصورة مقبولة عن طريق استخدام أنظمة المكافأة والعقاب.
- تحقق الجامعة نتائج مقبولة في بعد أخلاقيات الفرد، إذ أنها تقوم بالتأكيد على أهمية أن يتسم الأفراد بالاستقامة كونهم أداة لتنفيذ المعايير الأخلاقية.
- الجامعة تلتزم بالمسؤوليات الأخلاقية القانونية.

التوصيات: توصي الدراسة بما يلي:

- ضرورة دمج مفهوم المسؤولية الاجتماعية الملزمة وغير الملزمة في رسالة ورؤية وفلسفة الجامعة.
- على الجامعة أن تقوم بنشر المعلومات التي تتعلق بأخلاقيات الإدارة ومسؤوليتها الاجتماعية للأفراد وفق مبدأ الشفافية وبنشر دورية بما يبرز مساهمتها في تحقيق المنافع للمجتمع.
- ضرورة أن تلتزم الجامعة اقتصادياً وإنسانياً بشكل جدي لتحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية.

قائمة المراجع:

المراجع باللغة العربية:

1. أحمد جنان شهاب (2013)، أخلاقيات العمل: منظور اداري في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للمنظمات: دراسة تحليلية لآراء العاملين في مؤسسة الشاكري للمبرات الاجتماعية، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، م15، ع4، جامعة القادسية، العراق.
2. الجناعي نوري عبد الودود و أبو هادي عبد الله جابر حسن (2018)، أبعاد المسؤولية الاجتماعية الملزمة وغير الملزمة وعلاقتها بالأداء التنظيمي: دراسة ميدانية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، ع104، م24، جامعة بغداد، العراق.
3. المعاضدي معن وعد الله (2018)، توظيف مقومات بناء المنظمات الأخلاقية في تحقيق المزايا التنافسية الأخلاقية: دراسة استطلاعية في شركة الحكماء لإنتاج الأدوية والمستلزمات الطبية، مجلة الاقتصاد والادارة، م41، ع114، العراق.

4. النويقة عطا الله شير (2016)، أثر أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة، *مجلة دراسات، العلوم الادارية، م*43، ع1، الجامعة الأردنية، الأردن
5. بلعور سليمان (2015)، دور منظومة القيم في دعم أخلاقيات الادارة والمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة، *مجلة التكامل الاقتصادي، م*3، ع5، أدرار، الجزائر.
6. بن ساهل لخضر و محمد بشير (2018)، المسؤولية الاجتماعية في البحث العلمي بين المفهوم والمأمول: قراءة تحليلية للمبادئ الأساسية لأخلاقيات المهنة والآداب الجامعية، *مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الانسانية، م*2، ع5، جامعة العربي تبسي، تبسة، الجزائر.
7. بوحنية قوي (2003)، الثقافة التنظيمية كمدخل أساسي للتنمية الشاملة، *مجلة الباحث، ع*2، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر.
8. بومجان توفيق و أوبختي نصيرة (2018)، بناء نموذج مفاهيمي للتطوير المنظمي من أجل ترسيخ المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال في الجزائر: دراسة حالة على مجموعة فنادق في الجزائر، *مجلة إقتصاد المال والأعمال، م*3، ع1، جامعة حمه لخضر، الجزائر.
9. حدو سميرة أحلام و فلاق محمد (2018)، التطبيق العملي للكفاء التنافسي في تفعيل المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال: حالة شركة موبيليس للاتصالات الخلية، *مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، ع*11، الجزائر.
10. حسين ليث سعد الله و الجميل ريم سعد (2012)، المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين وانعكاسها على أخلاقيات العمل، *مجلة بحوث مستقبلية، كلية الحدياء، مركز الدراسات المستقبلية، العراق.*
11. راتول محمد وفلاق محمد (2012)، علاقة أخلاقيات الادارة بالأداء في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، ملتقى حول مقومات تحقيق التنمية المستدامة في الاقتصاد الاسلامي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية جامعة قلمة، الجزائر.
12. راضي جواد محسن و حسن عبد الله كاظم (2017)، العلاقة بين السلوك الأخلاقي للقيادة والالتزام التنظيمي: دراسة اختبارية في كلية الادارة والاقتصاد، *مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية، ع*21، جامعة القادسية، العراق.
13. صالح محمود عبد الحميد وآخرون (2016)، أثر برامج المسؤولية الاجتماعية على القدرة التنافسية لشركة الاتصال من وجهة نظر العميل: دراسة ميدانية بالتطبيق على شركات الاتصال السعودية، *المجلة العربية للإدارة، م*36، ع1، المنظمة العربية للتنمية الادارية، مصر.
14. طالب نظام جبار و ظاهر طيبة حبيب (2018)، المسؤولية الاجتماعية للشركات الأجنبية تحت مظلة الاتفاقات الإطارية الدولية : دراسة تحليلية، *مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية، جامعة القادسية، العراق.*
15. عبد الدائم علي عبد السلام و يوسف عبد الخالق هشام (2017)، تطوير منظومة اخلاقيات الادارة لتعزيز المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الحكومية في المجتمع العراقي :دراسة تحليلية على عينة من القيادات العليا والوسطى في رئاسة الجامعة العراقية، *مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، م*23، ع95، جامعة بغداد، العراق.
16. محسن زوييدة و محمادي لبنى (2017)، واقع المسؤولية الاجتماعية الأخلاقية في المؤسسة الاقتصادية: دراسة لتجارب بعض الدول المتقدمة والدول النامية، *مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، ع*03، جامعة حمه لخضر، الوادي، الجزائر.

17. مهدي ميادة حياوي و داود رزاق مهور (2017)، تأثير اخلاقيات الأعمال في تحقيق الميزة التنافسية: أنموذج إسلامي مقترح للمنظمات المحلية المعاصرة، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية و الادارية، ع21، جامعة القادسية، العراق.
18. نجم عبود نجم(2006)، أخلاقيات الإدارة و مسؤولية الأعمال في شركات الأعمال، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
19. هادف ليلي و بوغاري فاطمة الزهراء (2019)، أثر أخلاقيات الأعمال للمؤسسة على سلوك وأداء رجال البيع: دراسة حالة المنتجات الصيدلانية، مجلة الريادة للأعمال الاقتصادية، م5، ع1، الجزائر.

المراجع باللغة الأجنبية:

20. Tarik El Malki (2010), **environnement des entreprises, responsabilité sociale et performance** : analyse empirique dans le cas de Maroc, thèse de doctorat en sciences économiques, faculté de sciences économiques et gestion, université méditerranée Aix-Marseille II.

"المسؤولية الاجتماعية وتطبيق البعد البيئي بمؤسسات الاسمنت في الدول العربية"

**Social responsibility and the application of the environmental dimension
in the cement companies in the Arab countries**

دراس يامنة

جامعة قسنطينة 02-الجزائر -

الملخص:

نهدف من خلال هذه الورقة البحثية إلى التعرف على المفهوم السائد للمسؤولية البيئية مع اقتصار ذلك على المؤسسة الاقتصادية باعتبارها العامل الأساسي المؤثر والملوث للبيئة، ومعرفة واقع تبني هذا المفهوم في بعض مؤسسات صناعة الاسمنت بالدول العربية، وأهم مبادرات المسؤولية البيئية في المؤسسات العربية التي تنشط في مجال الاسمنت كمؤسسة اسمنت المتحدة الصناعية بالسعودية، مؤسسة إسمنت الخليج والمؤسسة الوطنية للإسمنت بلبنان، وقد توصلت الدراسة إلى أن الكثير من هذه المؤسسات أنشأت قسماً للمسؤولية الاجتماعية ونجحت في توصيل التزامها بتنفيذ أنشطة المسؤولية الاجتماعية والبيئية.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، المسؤولية البيئية، حماية البيئة، مؤسسات الاسمنت.

Abstract :

we aim from this paper, to identify the concept of environmental responsibility, exactly in the economic company that it is the main factor influence and pollute the environment, also to know the reality of adopting this concept in some cement industry companies in the Arab countries, and the most important initiatives of environmental responsibility in the Arab companies that are active in the field Cement like; the United Industrial Cement Corporation of Saudi Arabia, the Gulf Cement Corporation and the National Cement Corporation of Lebanon. The study concluded that many of these companies have established a social responsibility department and have success in connecting their commitments to implement the social and environmental responsibility activities.

Keywords: social responsibility, environmental responsibility, environmental protection, cement companies

مقدمة

مع الانتشار الكبير لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، أصبح من الصعب على المؤسسات التغاضي عن دورها التنموي وإحساسها بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية داخل المجتمع، وأهمية هذه المشاركة الاجتماعية لا تكمن فقط في الشعور بالمسؤولية وإنما أصبح أمراً ضرورياً لكسب تعاطف المجتمع واحترامه وبالتالي النجاح والإقبال من المستهلكين، إن مفتاح نجاح ونمو المؤسسات الاقتصادية يمكن ربطه بمدى أهمية وإدراك المسؤولية الاجتماعية المرتبطة بعدد من القيم ومعايير الإنسانية السامية، كالتكافل والإحساس بالوطنية اتجاه كل ما له علاقة بالمؤسسة سواء كان موظفاً أو عاملاً مساهم، مالك، فرد من المجتمع، البيئة... ولهذا فإنه متى ما زادت المؤسسة الاقتصادية في فهم وإعطاء أهمية وقيمة لتلك العملية الطوعية زادت عملية تطور وازدهار المؤسسة مما يزيد من ربحيتها وسمعتها.

1- المسؤولية البيئية في المؤسسة

إن التزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية هي الآلية التي من خلالها تساهم في تحقيق التنمية المستدامة، وسنحاول التعرف على البعد البيئي لها.

1-1 مفهوم المسؤولية البيئية

المسؤولية البيئية للمؤسسة ما هي إلا جزء من المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة الخارجية والداخلية للمؤسسة، وهناك عدة تعاريف للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، تختلف باختلاف وجهات النظر في تحديد شكل هذه المسؤولية، وبصفة عامة فقد عرفت غرفة التجارة العالمية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على أنها جميع المحاولات التي تساهم في تطوع المؤسسات لتحقيق التنمية وذلك لاعتبارات أخلاقية أو اجتماعية، ومن ثم فإن المسؤولية الاجتماعية تعتمد على المبادرات الاجتماعية والثقافية والأخلاقية الحسنة من المؤسسات تجاه المجتمع.

وبالنسبة للمسؤولية البيئية للمؤسسات هي: عملية تغطية الآثار السلبية الملوثة للبيئة نتيجة العمليات الإنتاجية للمؤسسات والعمل على تخفيض عملية تلف المنتجات والانبعاثات الغازية، وتقليص الممارسات التي تكون لها آثار سلبية مستقبلاً على البيئة، كما يمكن أن تتمثل المسؤولية البيئية في تطبيق العمليات الخاصة بحماية البيئة (زيدان، 2012).

فإذا كانت الأعمال تعمل من أجل بيئة لا محدودة الموارد وبيع بيئية مجانية وتكاليف خارجية يتحملها المجتمع أو الطبيعة، فإن المسؤولية البيئية هي إعادة التوازن في علاقة الأعمال بالبيئة من خلال التأكيد على محدودية الموارد وكون السلع البيئية ذات تكلفة شأنها شأن عوامل الإنتاج الأخرى كرأس المال والعمل، وبالتالي فهي تكلفة داخلية على من يستخدمها أو يلوثها أو يفسدها أن يتحملها (عبود، 2012).

1-2 أنواع السلوك البيئي بالمؤسسة

يمكن التمييز بين ثلاث أنواع من السلوكيات البيئية وهي:

أ. **السلوك البيئي الدفاعي:** يركز هذا السلوك على النتائج الاقتصادية الفورية، والهدف الوحيد لمن ينتهج هذا السلوك هو الربح، فالاستثمارات البيئية بالنسبة للمؤسسات التي تتبع هذا السلوك على أنها تكلفة إضافية وغير مفيدة، ويجب تجنبها لتعارضها مع مصلحتها الاقتصادية وقد بدأ هذا النوع من السلوك في التلاشي تدريجيا لأن المخاطر المترتبة عن عدم الالتزام بالتشريعات والتنظيمات البيئية أصبحت كبيرة ومن غير الممكن تجاهلها.

ب. **السلوك البيئي الممثلة:** تكتفي المؤسسات التي تتميز بهذا النوع من السلوك بالامتثال والالتزام بالمعايير التي تفرضها التشريعات البيئية، هذه المؤسسات ترى بأن الاستثمارات البيئية هي تكاليف لا مفر من تحملها لكن يجب العمل على التخفيض من مستواها فهي بذلك تكتفي بالحد الأدنى للمعايير البيئية القانونية، والهدف الرئيسي لمؤسسة ذات سلوك بيئي ممثلة هو تحقيق مستوى أفضل من الأرباح مع المحافظة على صورتها من التضرر في حالة عدم التزامها بالتشريعات البيئية، ويعد هذا السلوك الأكثر شيوعا بين المؤسسات.

ت. **السلوك البيئي الواعي:** تنتهجه المؤسسات بغية تحقيق أهداف بيئية تقع في مستوى أعلى من ذلك الذي تحدده المعايير القانونية والدافع إلى ذلك من وجهة نظر هذه المؤسسات هو أن القوانين المطبقة لا تعكس حقيقة القيم الاجتماعية السائدة وتصبح المعطيات البيئية عنصرا أساسيا في إستراتيجية المؤسسة بحيث المؤسسة التي تتبنى سياسة بيئية استباقية من خلال حصولها على مزايا تنافسية متنوعة اقتصادية وتكنولوجية هي الأفضل بحيث تحتفظ على سلطتها في اتخاذ القرارات (المعموري، 2016).

1-3 أهمية تبني المسؤولية البيئية

يمكن إجمال ضرورة تبني مسؤولية بيئية في المؤسسة الاقتصادية، فيما يلي:

- تعزيز المشاركة الشخصية والجماعية.
- زيادة الوعي البيئي لدى العمال وتقديم الحوافز لتشجيع المبادرات الطوعية لمكافحة التلوث.
- البحث عن فرص سوقية من خلال عرض سلع وخدمات مصممة لتحسين البيئة المحيطة.
- البحث في تحسين النتائج الاقتصادية عن طريق القيم بالتحسينات الهيكلية والتكنولوجية لاستعمالها بشكل أقل مقابل القيام بالأشياء بشكل أفضل.
- تضع قواعد تنظيمية جديدة تجعل من الأرض مالكا تنظيميا شرعيا لكل المؤسسات.

1-4 عناصر المسؤولية البيئية: وتتمثل عناصر في ثلاث ركائز أساسية هي:

أ. **التعهدات البيئية:** وذلك من خلال ما يلي:

✓ **الموارد الطبيعية:** عن طريق:

-الاقتصاد في استخدام المواد الخام.

-الاقتصاد في استخدام مصادر الطاقة.

- المساهمة في اكتشاف مصادر جديدة للمواد الخام والطاقة (خامرة، 2007).

✓ **المساهمات البيئية:** وذلك ب:

- تجنب مسببات تلوث الأرض والهواء والمياه وإحداث الضوضاء.

-تصميم المنتجات وعمليات تشغيلها بطريقة تؤدي إلى تقليل المخلفات.

-التخلص من المخلفات بطريقة تكفل تخفيض التلوث.

ب. **إدارة الموارد والطاقة:** وتكون ضمن النقاط التالية:

- استغلال الأمثل للموارد الطبيعية.

- اعتماد وتطبيق أنظمة الإنتاج الصحيحة.

- مراجعة وتقييم الأداء من أجل الاستمرارية في النمو.

- إنتاج واستعمال الأمثل للموارد المتجددة.

ج. **مراعاة أصحاب المصالح:** وتكون من خلال النقاط التالية:

- تقديم التقارير الدورية لأصحاب المصالح حول نشاطاتها البيئية.

- القيام بالإفصاح والإعلام المجاني للسلطات والمنظمات المحلية.

- قبول المحاسبة من طرف أصحاب المصالح حول الآثار البيئية الناتجة عن عمل المؤسسة.

2- السياسة البيئية في المؤسسات لترسيخ المسؤولية البيئية

1-2 السياسة البيئية للمؤسسة الاقتصادية

تعد السياسة البيئية أهم المتطلبات لتحقيق الفعالية البيئية في المؤسسة وتعتبر هذه الأخيرة عن مفهوم

تسييري يدفع المؤسسات الاقتصادية باستخراج المستوى الأمثل من الموارد والطاقة مع تخفيض

الانبعاثات، وتعد المؤسسة هذه السياسة لتؤكد (العزاوي، 2002):

-مدى ملاءمتها لطبيعة وحجم المؤثرات البيئية الناشئة عن الأنشطة والسلع والخدمات الخاصة

بالمؤسسة.

-مدى الالتزام بالتحسين المستمر والوقاية من التلوث.

- مدى الالتزام بالتوافق مع القوانين والضوابط والتشريعات المتعلقة بعمليات المؤسسة.
 - توفير إطار لوضع ومراجعة الأهداف والغايات البيئية.
 - التأكد من عمليات التوثيق والتنفيذ والمحافظة على السياسة البيئية وإيصالها إلى جميع العاملين.
 - التأكد من إعلان السياسة على الجمهور.
- ومن شأن تبني المؤسسة الفعالية البيئية يمكنها الحصول على قيمة مضافة أكبر وأهم أبعادها ما يلي
(Mahieddine، 2003):

- تخفيض استخدام المواد في المنتجات والخدمات.
- تخفيض الكثافة الطاقوية (تخفيض الوحدات المدخلة من الطاقة لإنتاج وحدة واحدة من الإنتاج).
- تخفيض الانبعاثات السامة.
- تعظيم استرجاع المواد المستخدمة.
- تعظيم الاستخدام المستدام للموارد الطبيعية.
- تدعيم استدامة المنتجات (زيادة دورة حياة المنتج).
- رفع حجم المنافع التي تقدمها المنتجات والخدمات.

وتتبع حاليا المؤسسات مبادرات طوعية في مجال حماية البيئة تسمح بإظهار أدائها البيئي الفعال كما تشجع التنظيم الذاتي للقطاعات الاقتصادية، هذا النوع من المبادرات يثمن التفاوض والتفاهم بين القطاعات الاقتصادية من جهة وبين السلطات العمومية من جهة أخرى، ويمكننا التمييز بين أربع أنواع أساسية للمبادرات الطوعية (OCDE، 2003):

- الأنظمة الطوعية العمومية: (Les systèmes volontaires publics) هي عبارة عن دفاتر شروط تعدها السلطات العمومية والتي يمكن للمؤسسات أن تتخبط فيها بشكل طوعي وفردى مقابل الاستفادة من التوصيف البيئي (Ecoétiquetage) أو العلامة البيئية (Ecolabel) لمنتجاتها، دفاتر الشروط هذه يمكن أن تتعلق بالأداء البيئي (Performance environnemental)، بالتكنولوجيا أو طرائق الإنتاج المنتهجة، كما تمكن الوكالات الوطنية للمعايرة للمؤسسات التي تستجيب لمتطلباتها من الاستفادة من الاعتراف (Reconnaissance).
- الاتفاقيات البيئية المتفاوض عليها بين السلطات العمومية والصناعة: وهي عقود تبرم بين السلطات العمومية وقطاع صناعي معين تتضمن الأهداف البيئية الواجب تحقيقها والجدول الزمني لذلك، يتعهد القطاع الصناعي ببلوغ الأهداف في الآجال المحددة وبالمقابل تتعهد السلطات العمومية بعدم إصدار تشريعات جديدة (معياري إجباري، رسوم) وتقوم بمراقبة مدى احترام القطاع لبنود الاتفاق.

- **الاتفاقيات الخاصة بين الشركات الملوثة وضحايا التلوث:** وهي عقود تبرم بين المؤسسة وتلك الأطراف المتضررة من انبعاثاتها الملوثة (العمال، السكان، مؤسسات مجاورة) أو من يمثلها (جمعيات محلية، جمعيات حماية البيئة، نقابات، تنظيمات مهنية) ينص العقد على بعث برنامج لإدارة البيئة و/أو وضع آليات لإزالة التلوث.
- **الالتزامات أحادية الجانب للمؤسسات:** تتمثل في إعداد المؤسسة لبرنامجها البيئي الخاص بها وتعلم به المساهمين، الزبائن، المستخدمين والرأي العام، تعتبر هذه الالتزامات أحادية الجانب احد أشكال التنظيم الذاتي للمؤسسة، بحيث تحدد لنفسها معايير وأخلاقيات في التعامل مع مختلف الأطراف تفوق تلك التي تحددها التشريعات وهي أرقى مراحل النضج الذي يمكن أن تصل إليه المؤسسة.

2-2 دوافع تبني المسؤولية البيئية في المؤسسة الاقتصادية:

يعتبر تبني المسؤولية البيئية في المؤسسة الاقتصادية ضروريا في عصرنا هذا رغم عدم وجوبه قانونيا، حيث صار المنتج البيئي مطلوبا عالميا ومن المتطلبات الأساسية في شروط الانضمام لمنظمة التجارة العالمية، لهذا نجد أن المؤسسة الاقتصادية تدمج هذه المسؤولية في الظاهر طوعية لكن الأصل فيها طابع الإجبار.

أ. أسباب التبني الاختياري للمسؤولية البيئية في المؤسسة الاقتصادية: من أهم هذه الأسباب ما يلي:

- تقليل كمية النفايات وبالتالي نقل المخاطر الناتجة عن الانبعاثات والإصدارات الإشعاعية.

- حماية الأنظمة البيئية والاستخدام الأفضل للموارد الطبيعية.

- الإسهام ولو بجزء بسيط في معالجة مشكلة الاحتباس الحراري وحماية طبقة الأوزون.

- زيادة الوعي بالمشاكل البيئية في المنطقة التي تتمركز فيها المؤسسة وفروعها تحسين أداء المؤسسة في النواحي البيئية.

- تحسين صورة المؤسسات بيئيا، تحسين الصورة العامة للمؤسسة أمام مجتمعها وقواه الفاعلة في مجال حماية المستهلك والبيئة وتمكين المؤسسات بالتالي من كسب ودهم ودعمهم .

-تقليل التكلفة بإعادة التدوير والبرامج الأخرى المشابهة والإدارة الأفضل للجوانب البيئية لعمليات المؤسسة.

-السيطرة الجيدة على سلوك الأفراد وطرق العمل ذات التأثير البيئي المحتمل.

ب. أسباب التبني الإجباري للمسؤولية البيئية في المؤسسة الاقتصادية: إن التبني الطوعي لا يعد السبب الوحيد بل أصبح مطلباً للعديد من الجهات الخارجية ذات المصلحة، لذلك صار اهتمام المؤسسات بالاعتبارات البيئية يتم استجابة لمطالب جماعات الضغط، كما هو موضح فيما يلي (الكرداشة، 2010):

-**المتطلبات الحكومية:** المتمثلة في التشريعات البيئية لجعل المؤسسة أكثر التزاماً ورعاية للاعتبارات البيئية

-**المستهلكين:** لقد أصبحت البيئة أحد العوامل الرئيسية المؤثرة على دوافعهم الاستهلاكية، وأحد الاعتبارات الأساسية في تحديد رغباتهم وجاذبيتهم وتفضيلاتهم لنمط معين من السلع دون غيرها.

-**المساهمين والمستثمرين:** تواجه المؤسسات ضغوطاً متزايدة من جانب كل من المساهمين والمستثمرين من أجل تحيين المؤسسات أدائها البيئي.

-**المتطلبات التعاقدية:** إن القلق الخاص بشؤون البيئة وزيادة الضغوط من القوانين والتشريعات المتلاحقة وكذلك من المجتمع بمختلف فئاته، قد غيرت من أسلوب الأعمال وعقد الصفقات على مستوى العالم.

3- مبادرات المسؤولية البيئية في المؤسسات العربية التي تنشط في مجال الاسمنت

في سبيل تطبيق المسؤولية البيئية بمؤسسات صناعة الاسمنت اتجهت أغلبيتها لصناعة الاسمنت الأخضر الصديق للبيئة والمسمى الاسمنت البوزلاني، هذا النوع من الاسمنت متميز لما له من مواصفات تختلف عن الأنواع الأخرى من الاسمنت فهو يتكون من (80%-70%) اسمنت بورتلاند مضافاً إليه (20%-15%) بوزلانا سوداء اللون وهي (مواد بركانية سليكونية والومنيومية طبيعية مئة بالمائة، تؤخذ من الجبال البركانية مباشرة ولا تتعرض لأيّة تفاعلات أو إضافات كيميائية ولذلك ينصح باستخدامها حيث لا توجد أيّة أضرار أو سلبيات من استخداماتها المختلفة والتي تعطي بنفسها قيمة اسمنتية).

3-1 فوائد استخدام الاسمنت البوزلاني:

- أ. على مستوى مصنع الاسمنت
- توفير الطاقة والحرارة والكهرباء المستخدمة.
 - تقليل انبعاث ثاني أكسيد الكربون.
 - تخفيض تكلفة الإنتاج بسبب المواد المضافة من البوزلانا.
 - تقليل نسبة الأمراض على مستوى العمال والموظفين.
 - تقليل نسبة التلوث البيئي على مستوى موقع المصنع والمناطق المحيطة.

ب. على مستوى البيئة:

- تقليل الانحباس الحراري الناتج عن انبعاث ثاني أكسيد الكربون في صناعة الاسمنت العادي.
- تخفيض مستوى الأضرار الصحية على الإنسان نتيجة انبعاث الغازات من صناعة الاسمنت العادي.
- نظافة البيئة من خلال التخلص من فضلات الصناعة التي يعاد تدويرها من فضلات المحطات الكهربائية ومصانع الحديد الصلب.

ث. على مستوى الاقتصاد الوطني:

- توفير كميات كبيرة من المياه المستخدمة في صناعة الخرسانة في المباني التي يمكن استخدامها مع الاسمنت العادي.
- توفير المواد الخام من الكينكر المستخدم في صناعة الاسمنت العادي للأجيال المقاومة.
- تخفيض تكاليف الاستخدام الاسمنت العادي.
- تقليل الأمراض الناتجة عن صناعة الاسمنت العادي.
- تقليل تلوث البيئة.
- تخفيض مستوي الانحباس الحراري الناتج عن الصناعة.

3-2 التجربة العربية في قطاع الاسمنت:

أ. مؤسسة اسمنت المتحدة الصناعية:

مؤسسة اسمنت المتحدة الصناعية مؤسسة صناعية عام 2013 بموجب السجل التجاري رقم(4030256672) حيث تمتلك المؤسسة أحدث المصانع التي تم إنشاؤها مؤخرا في المملكة العربية السعودية حيث تبلغ الطاقة الإنتاجية للمصنع 2 مليون طن من الاسمنت سنويا لتلبية احتياجات عملائها وتسعى شركة الأسمنت المتحدة الصناعية من بداية الإنتاج لتحقيق أعلى المعايير البيئية من أجل حماية البيئة، وقد قامت الشركة بالعديد من المبادرات البيئية التي تساهم في خلق بيئة نظيفة ومنها (unitedcement، 2019):

- ◀ تصميم المصنع ليكون برج التسخين ذو ستة مراحل مما يقلل استهلاك الطاقة والوقود الأحفوري.
- ◀ إنتاج الأسمنت البورتلاندي البوزولاني.
- ◀ قامت المؤسسة بزراعة آلاف الأشجار بالمصنع.
- ◀ استخدام مياه الصرف الصحي المعالج للزراعة والتبريد.
- ◀ استخدام الطاقة الشمسية لإنارة بعض طرق المصنع.

ب. مؤسسة إسمنت الخليج

دعمت مؤسسة إسمنت الخليج منذ تأسيسها عام 2006 قضايا الصحة والسلامة والجودة والاستدامة والكفاءة والنمو، في أقل من عشر سنوات نجحت الشركة في تبوأ مركز الريادة في مجالها وأصبحت أحد المصدرين لتزويد الإسمنت في دولة قطر، وهي تسعى في الوقت الحاضر لأن تصبح أكبر مزود لهذه المادة الحيوية، مع المحافظة على أعلى معايير الجودة لكسب رضا زبائنها وعملائها، علماً بأن ما يحفزها في ذلك هو تماشي رؤيتها مع رؤية قطر في مجال التنمية الوطنية.

وأطلقت المؤسسة مشروع الاسمنت الأخضر، الذي يُعد مصنعاً فريداً من نوعه في المنطقة لصناعة الاسمنت وفق أفضل معايير التكنولوجيا البيئية المتاحة، وبهذه الخطوة أثبتت شركة اسمنت الخليج التزامها بأحدث الممارسات العالمية الرامية إلى حماية البيئة والمحافظة عليها لخير أجيال الحاضر والمستقبل.

تهدف شركة إسمنت الخليج من خلال بنائها المصنع الأخضر إلى إنشاء وحدة الكنكر بطاقة مضمونة مقدارها 6000 طن متري في اليوم وطاقة طحن مقدارها 9000 طن متري من الإسمنت، تركز وحدة التصنيع هذه التي تعمل بطاقة 6000 طن يومياً على تقنية الفرن الدوار الجاف مع ست مراحل من التسخين والتكليس المسبقين (qatariinvestors، 2019).

ج. المؤسسة الوطنية للاسمنت لبنان

حرصت المؤسسة في تصميم مصنعها وخطوطه الإنتاجية بحيث تتوفر فيه الحماية الكاملة للبيئة وفق المواصفات الخاصة بالبنك الدولي وعملت على:

- الاستثمار في منظومة متكاملة من الفلاتر التي تقوم بتنقية الهواء من الغبرة والأدخنة المصاحبة للعمليات الإنتاجية للمصنع وفق معايير البنك الدولي (مؤسسة صديقة للبيئة).
- التنسيق مع الجهات الرسمية ذات العلاقة بحماية البيئة والالتزام بجميع المقاييس والمعايير المحددة من قبل تلك الجهات والمتعلقة بالحفاظ على البيئة وحمايتها.
- الالتزام المستمر بالتصرف إدارياً وأخلاقياً وفق المعايير البيئية المتفق عليها محلياً وعالمياً في أنشطتها الإنتاجية والفنية داخل موقع المؤسسة ومحيطها الخارجي من خلال توفير أجهزة الرصد والمتابعة والتحليل لكافة العمليات التي علاقة بالحفاظ على البيئة المحلية والعامّة.
- قامت المؤسسة بتخصيص جزء من مساحة الموقع الذي تتواجد فيه كمحمية ووفرت فيها الظروف الطبيعية لتواجد وتكاثر أنواع متعددة من الحيوانات والطيور والزواحف البرية والمائية.
- تقوم الشركة بدعم المؤسسات والجهات الرسمية والأهلية ذات العلاقة في أنشطتها الهادفة إلى الحفاظ على سلامة ونظافة البيئة أو نشر الوعي الصحي والبيئي في أوساط المجتمع.

- زراعة وتشجير مساحات من المصنع بالأشجار المثمرة وأشجار الزينة والحشائش التي تعمل على تنقية الهواء وتوفير الأوكسجين و تنقية الهواء وتلطيف حرارة الجو السائد في موقع المؤسسة.
- رش المياه على الطرقات الترابية التي تربط بعض مواقع الإنتاج الغير مزفلته بهدف الحد من تطاير الأتربة المتطايرة أثناء السير وكذا رش المياه على عمليات الكسارات ومواقع الإنتاج المكشوفة بهدف إخمات الغبار المتولد أثناء العمل.
- معالجة مخلفات العمليات الإنتاجية والفنية والإدارية وفقا للمعايير البيئية المعتمدة محليا وعالميا.
- إنشاء البحيرات والشلالات المائية في موقع المؤسسة الملطفة من حرارة جو الموقع (ncc.maspwr, 2019).

خاتمة:

للمسؤولية البيئية حاليا دور هام لنجاح المؤسسة والارتقاء بأدائها وتموقعها في السوق، ومن خلال هذه الورقة البحثية فقد توصلنا إلى أن:

- المسؤولية البيئية أصبحت تعطي ميزة تنافسية للمؤسسة وتحسن من أداءها عند الاهتمام بها، فهي مورد استراتيجي يؤدي عند استثماره بفعالية إلى خلق قيمة للمؤسسة.

-مؤسسات الاسمنت في الدول العربية رغم كونها المساهم الأكبر في تلوث البيئة إلا أنها بدأت توجه نظرها نحو مفهوم المسؤولية البيئية، عن طريق التغيير في أساليب إنتاجها إلى الأساليب الصديقة للبيئة.

-المؤسسات الاسمنتية بالدول العربية تهتم بأبعاد المسؤولية البيئية بنسب متفاوتة.

وعليه نوصي بما يلي:

- على باقي مؤسسات الاسمنت بالدول العربية الحدو نحو هذه المؤسسات بتبني المسؤولية البيئية.
- العمل على دعم قيام مشروعات صغيرة صديقة للبيئة في المنطقة المحيطة بالمؤسسة يتم تمويلها من صندوق خاص بالمؤسسة.
- جعل المواقع الإلكترونية للمؤسسات أداة فعالة لإظهار جهودها في مجال المسؤولية الاجتماعية والبيئية، بتخصيص صفحة على الموقع حول جهود المؤسسة في تحقيق مفاهيم المسؤولية الاجتماعية.
- الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي إذ تتيح للمؤسسة معرفة القضايا التي تشغل المجتمع، فتوجه جهودها لمعالجتها، مع استخدامها في قيادة جهود المؤسسة بشكل أفضل لحشد جهود الآخرين في قضيتها، ما يخلق شريحة من أنصار هذه القضايا تتولى توصيل جهود الشركة للمجتمع.

- إشراك العاملين في جهود المؤسسة نحو المسؤولية البيئية فذلك يشعرهم بالرضا، ما يدفعهم للعمل أكثر لتطبيق لأبعادها بدقة.

قائمة المراجع:

- 1- سامح غرابيية، يحي الفرحان، 2002، المدخل إلى العلوم البيئية، الطبعة العربية الثالثة، الإصدار الثاني، دار الشروق للنشر والتوزيع، مصر.
- 2- الطاهر خامرة، 2007، المسؤولية الاجتماعية والبيئية مدخل لمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة، رسالة ماجستير، جامعة ورقلة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، الجزائر.
- 3- عبود نجم، 2012، المسؤولية البيئية في منظمات الأعمال الحديثة، دار الورق للنشر والتوزيع، الإمارات العربية المتحدة.
- 4- علي محمد ثجيل المعموري وآخرون، 2016، دور الذكاء الاقتصادي في تفعيل الالتزام بالسلوك البيئي المستدام، العدد 21، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة واسط، العراق.
- 5- محمد عبد الوهاب العزاوي، 2002، أنظمة إدارة الجودة والبيئة، الطبعة الأولى، عمان.
- 6- منذر نائل الكرداشة، 2010، واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية البيئية، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان.
- 7- يعقوب محمد زيدان، 2012، الآثار البيئية لنشاط شركات البترول ومدى تحملها لمسئوليتها تجاه البيئة، ملتقى دولي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار.
- 8- BOUZIANE Mahieddine, 2003, les approches volontaires dans les politiques de l'environnement: efficacité et combinaison avec d'autre instruments d'intervention, Séminaire Management de la qualité, E S G , OCDE, Paris.

مواقع الانترنت:

- 9- موقع اسمنت الخليج: <https://www.qatariinvestors.com/arabic/industries-companies/qig-industries/alkhalij-cement> ، تاريخ الاطلاع عليه: 2019/01/12.
- 10- موقع اسمنت الصناعية: <https://unitedcement.com.sa/?lang=ar> تاريخ الاطلاع عليه: 2019/01/01.
- 11- موقع الانترنت اسمنت لبنان <http://ncc.maspwr.com/ar/envir-pra.php> تاريخ الاطلاع عليه: 2019/01/30.

الفصل السادس

الجامعة البيئة الداعمة لممارسة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات
في ضوء مواصفات "الإيزو 26000"

THE UNIVERSITY-THE SUPPORTING ENVIRONMENT TO PRACTICE THE SOCIAL
RESPONSIBILITY OF THE ENTERPRISES IN THE LIGHT OF
" ISO 26000 "

د. زهية الجوزي

جامعة خميس مليانة، الجزائر

ملخص:

من خلال هذه الدراسة حاولنا تجسيد ممارسة المسؤولية الاجتماعية على مستوى الجامعات وفقا لتوجيهات مواصفة الإيزو 26000، حيث تفرض ممارسة المسؤولية الاجتماعية على مستوى هذه المؤسسات ضرورة الحوار مع أصحاب المصالح المختلفة، وذلك بتكريس مبادئ الشفافية والمسائلة والمحاسبة، بإتباع أسلوب مجتمعي يجمع بين استقلالية الفكر والبحث عن الحقيقة والصرامة العلمية من جهة، وبين الاستجابة للاحتياجات الاقتصادية والثقافية والاجتماعية للبيئة من جهة أخرى. حيث يجب أن تكون هذه المؤسسات مسؤولة أمام المجتمع بتحقيق جودة مخرجاتها واستباقها وتحليلها لمجالات وأشكال العمل الناشئة الجديدة والتنبؤ بها والاستعداد لها، وكذا الحد من هجرة الكفاءات الجامعية التي يمكن أن يكون لها تأثير سلبي على بُنى الحكم المحلية والقطاعات الإنتاجية ومستقبل المجتمع عامة. كما تفرض ممارسة المسؤولية الاجتماعية على مستوى هذه المؤسسات ضرورة تنمية المشاركة المجتمعية ببناء المجتمع الجيد عبر تسليح الطلبة بالقيم الديمقراطية، ودفع السلوك المدني وتعزيز التماسك الاجتماعي، والحيلولة دون استئثار نخب محدودة العدد بصناعة القرار في مختلف مؤسسات المجتمع، مع تشجيع الممارسات الجيدة فيما يتعلق بالمحافظة على البيئة واحترام حقوق الإنسان والحريات الأساسية والسلوك الأخلاقي واحترام المعايير الدولية.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، الجامعة، "الإيزو 26000".

Abstract :

Throughout the present study, we have tried to figure out the practising of the social responsibility in universities in conformity with the ISO 26000 directions, for the reason that the practicing of the social responsibility in these institutions imposes the necessity of dialoguing with people of different interests by concretising the transparency, questioning and reporting principles, by following a social characterized way that gathers the reflection independency and the research for truth and scientific rigor from one part, and responding to the cultural, social and economic needs of the environment from another part. In a way that these institutions should be responsible before the society and thus by realizing the high quality of its outputs. Advancing it, analysing the new appearing work forms forecasting it and be prepared for it, as well as by imitating brain drain that can have a negative impact on the government structures and the productive sectors and the future of the society in general.

The practice of the social responsibility through building within these institutions obliges the necessity of the development of the social participation in the building of the good society by arming the students with the democratic values, and enhancing the civic behaviour and reinforcing the social consolidation, and preventing from the monopolisation of the decision making by a limited number in different social institutions and organizations, also by encouraging the good practice in terms of the preservation of the environment, the respect of human rights, basic liberties, the ethical behaviour and the respect of international standards.

Key words: social responsibility, the university, ISO 26000.

مقدمة:

مع تنامي ظاهرة العولمة برزت قضايا وتساؤلات أبرزها: علاقة الأداء المعرفي بالحرية، وحول ما إذا كانت المعرفة "سلعة عامة"، وإلى أي مدى يمكن جعل المعرفة أكثر ديمقراطية بمعنى إتاحتها للجميع، كما أدى دخول مؤسسات التعليم العالي معترك قوى السوق إلى خضوع هذه المؤسسات لقواعد العرض والطلب، حيث استحدثت أنماط تعليمية جديدة كالتعليم العالي العابر للحدود وأنظمة التعليم الافتراضية، هذا ما أدى إلى بروز مسألة التخوف من المتاجرة بالتعليم العالي والتوسع في انتشاره من دون وجود لضوابط تحكمه، وإلهاء الجامعة عن مهامها الأصلية، بالإضافة إلى ما سببته عن الانفتاح الاقتصادي من زيادة في الشروط التي يجب أن تتوفر في خريج الجامعة كي يندمج في سوق العمل العالمي وما سيحمله هذا الانفتاح من زيادة في هجرة الكفاءات العلمية إلى الدول المتقدمة والذي سيؤثر على مستوى أداء الجامعات المحلية ومستقبل المجتمع المحلي.

هذه القضايا كلها، تجعل من الصعب أن تستجيب الجامعات لمتطلبات أصحاب المصالح المتناقضة، ما لم توجد ممارسات للمسؤولية الاجتماعية التي تصان في ظلها الحقوق. فالمسؤولية الاجتماعية تعتبر بمثابة الإطار القانوني والعادل والعملي الذي يسمح للجامعات أصحاب المصالح بالمشاركة في وضع أهداف الجامعة ومراجعة نتائجها، كما يعتبر ضمانا للرشادة والكفاءة في استغلال الموارد العمومية المخصصة للتعليم العالي، وزيادة القدرة على الاستباق وحل مشكلات التعليم والتدريب والبحث والإبداع في الجامعات. حيث تضمن ممارسة المسؤولية الاجتماعية للجامعات الوصول إلى تحقيق التنمية المستدامة.

ولغرض تعزيز مصداقية التقارير المعدة من أجل تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، ظهرت مواصفة "الإيزو 26000" وهي مواصفة دولية تعطي إرشادات حول المسؤولية الاجتماعية لاستخدامها من طرف جميع المنظمات في القطاعين العام والخاص، في الدول المتقدمة والنامية لتساعد في جهودهم الرامية للعمل بأسلوب مسؤول اجتماعيا.

فكيف يمكن العمل بنود وتوجيهات مواصفة "الإيزو 26000" على مستوى الجامعات، من أجل الوصول إلى ممارسات أفضل للمسؤولية الاجتماعية على مستوى هذه المؤسسات؟
لمعالجتنا لهذه الإشكالية سوف نطرح التساؤلات التالية:

1. ما مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وما هي أبعادها وأنماطها؟
2. ما هو مضمون مواصفة التقييس العالمية "الإيزو 26000" للمسؤولية الاجتماعية؟
3. ما هي خصائص ممارسة المسؤولية الاجتماعية على مستوى الجامعات وفقا لمواصفة "الإيزو 26000"؟

الفرضيات:

اعتمدنا في هذه الدراسة على الفرضيات التالية:

1. يمكن أن تكون مواصفة التقييس العالمية "الإيزو 26000"، بمثابة دليل إرشادي لتطبيق وممارسة المسؤولية الاجتماعية على مستوى الجامعات.
 2. إن استجابة الجامعات لطلبات أصحاب المصالح يعتبر مدخل لتحقيق التنمية المستدامة.
- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في الاهتمام العالمي المتزايد بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والفرص التي سيجملها تطبيق هذا المفهوم على مستوى الجامعات، نظرا لتعدد المستفيدين وأصحاب المصالح من هذه المؤسسات، ودورها في تحقيق التنمية المستدامة.

أهداف الدراسة:

نهدف من خلال دراستنا هذه إلى ما يلي:

1. التعرف على مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.
2. التعرف على محتوى مواصفة "الإيزو 26000".
3. محاولة الوصول إلى أبعد حد في ممارسة المسؤولية الاجتماعية على مستوى الجامعات.

المنهج المتبع:

اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي والتحليلي، حيث قمنا بتقسيم الدراسة إلى ثلاث محاور، كما يلي:
المحور الأول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وأنماطها.
المحور الثاني: محتوى ومضمون مواصفة التقييس العالمية "الإيزو 26000".

المحور الثالث: تطبيق معايير "الإيزو 26000" على مستوى الجامعات.

أولاً: مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وأنماطها.

من الصعب تقديم تعريف كافي للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، وذلك نظراً لتعدد أبعادها واختلاف رؤى الباحثين والمؤسسات الدولية في تعريفهم لهذه العملية، باعتبار أن كل واحد منهم ينظر لهذه العملية من زاويته الخاصة.

فبالنسبة للتعريف الأكاديمية، فقد عرف "بيتر دروكر" Peter Drucker المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على أنها "التزام منظمات الأعمال اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه". وقد عرفها بشكل غير مباشر الاقتصادي الليبرالي "ميلتون فريدمان" Milton Friedman سنة 1970، في مقال صدر بجريدة "نيويورك تايمز" على أنها: "استعمال المؤسسة لمواردها والقيام بأنشطة موجهة لتعظيم أرباحها شريطة أن تحتزم قواعد اللعبة أي بالاعتماد على التنافس الحر في السوق دون اللجوء إلى الطرق المعشوشة وإلى التحايل".

ومن وجهة نظر أخرى نجد "بول سامويلسن" Paul Samuelson الذي يرى "أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية يمثل البعدين الاقتصادي والاجتماعي معاً". كما يشير إلى أن "المؤسسات الاقتصادية في عالم اليوم يجب ألا تكتفي بالارتباط بالمسؤولية الاجتماعية فقط، بل يجب أن تغوص في أعماقها، وأن تسعى نحو الإبداع في تبنيها، إذ أن إبداعها في هذا المجال من شأنه أن يحقق للمؤسسة أرباحاً على المدى الطويل، ويعزز مركزها لدى أصحاب المصالح، كما يساعدها على تجنب الضغوط الحكومية بشكل كبير" (العايب، 2011، 49).

كما يعرفها الأكاديمي الفرنسي المختص في مجال علاقة المؤسسة الاقتصادية بالتنمية المستدامة "كريستيان برودهاق" Christian Brodhag بأنها "الأخذ بعين الاعتبار بصفة طوعية الاهتمامات الاجتماعية والبيئية من طرف المؤسسات أثناء أدائها لأنشطتها التجارية وكذلك في علاقاتها مع أصحاب المصالح. فالمسؤولية الاجتماعية لا تعني فقط المطابقة لكل ما هو التزامات قانونية سارية المفعول ولكن أيضاً الذهاب إلى ما هو أبعد من ذلك ويكون بالاستثمار في الرأسمال البشري وفي البيئة وفي العلاقات بين أصحاب المصالح". أما بالنسبة للتعريف المقدمة من طرف المنظمات والهيئات الدولية، فيمكن تقديم جملة منها وهي كما يلي: **تعريف الاتحاد الأوربي:** المسؤولية الاجتماعية هي "الطريقة التي يجب أن تعمل بها الشركات والمؤسسات لدمج الاهتمامات والقضايا الاجتماعية والبيئية والاقتصادية في صنع القرار واستراتيجيات وسياسات وقيم وثقافة المؤسسة والعمليات والأنشطة داخل المؤسسة وبشفافية ومحاسبة ليتم تطبيق أحسن الممارسات. وتعمل على تطبيق القوانين والتعليمات التي لها علاقة بمكافحة الفساد والرشوة، وتلتزم بالحفاظ على الصحة والسلامة وحماية البيئة وحقوق الإنسان والعمال (العايب، 2011، 50).

ويعرف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسؤولية الاجتماعية: بأنها الالتزام المستمر من قبل شركات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل (بن جيمة، 2018). أما البنك الدولي: فيرى بأنها التزام قطاع الأعمال بالإسهام في التنمية الاقتصادية المستدامة، والعمل مع الموظفين، وأسرهم، والمجتمع المحلي والمجتمع عامة من أجل تحسين نوعية حياتهم، بأساليب تفيدهم قطاع الأعمال والتنمية على حد سواء (بن جيمة، 2018). من جملة التعاريف السابقة نصل إلى أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هي مراعاة الاهتمامات الاجتماعية والبيئية في تسيير وإدارة علاقات المؤسسة مع أصحاب المصالح، فالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هي تذكير للمؤسسات بمسؤولياتها وواجباتها إزاء مجتمعها الذي تنتسب إليه. وقد تمكن الباحث "كارول" Carrol من صياغة أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في الشكل الهرمي الآتي:

الشكل رقم (01): هرم Carroll للمسؤولية الاجتماعية (Carroll، 1991، 42)

المسؤولية التطوعية: أن التصرف كمواطن صالح يسهم في تعزيز موارد المجتمع وتحسين نوعية الحياة

المسؤولية الأخلاقية: عندما تراعي المؤسسة الأخلاق في قراراتها فإنها تعمل ما هو صحيح وحق وعادل وتتجنب الإضرار بالفئات المختلفة

المسؤولية القانونية: طاعة القوانين، حيث أن القوانين هي مرآة ما هو صحيح أو خطأ في المجتمع وتمثل قواعد العمل الأساسية

المسؤولية الاقتصادية: كون المؤسسة تحقق ربحاً فإن هذا يمثل قاعدة أساسية للوفاء بالمتطلبات الأخرى

وحسب **Carroll** فإن أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تشمل الآمال والتوقعات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والتطوعية التي ينتظرها المجتمع من المنظمات في فترة زمنية، وتأخذ مستويات المسؤولية الاجتماعية الكلية للمنظمة وهي غير مستقلة عن بعضها البعض. أما فيما يتعلق بأنماط المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات فنجد هناك وجهتي نظر متعارضتين شكلتا نمطين متناقضين في إدراك إدارة المؤسسة للدور الاجتماعي الذي يجب أن تمارسه:

النمط الأول: المسؤولية الاقتصادية.

إن جوهر هذا النمط هو أن منشآت الأعمال يجب أن تركز على هدف تعظيم الربح بغض النظر عن أي مساهمة اجتماعية، وأن المساهمات الاجتماعية ما هي إلا تحصيل حاصل أو نواتج ثانوية لتعظيم الربح. وأن أبرز أنصار هذا النمط هو الاقتصادي الأمريكي الحاصل على جائزة نوبل "ميلتون فريدمان" Milton Friedman حيث يشير إلى أن المدراء هم محترفون وليسوا مالكين للأعمال التي يديرونها لذلك فهم يمثلون مصالح المالكين وعلى هذا الأساس فإن مهمتهم هي إنجاز أعمالهم بأحسن طريقة ممكنة لتحقيق أعظم الأرباح للمالكين. وإذا ما قرروا إنفاق الأموال على الأهداف الاجتماعية فإنهم سوف يضعفون ديناميكية السوق وبالتالي سوف تتخفض الأرباح نتيجة هذا الصرف على الجوانب الاجتماعية وهذا يلحق خسارة بالمالكين، ولو تم رفع الأسعار للتعويض على ما ينفق على الجانب الاجتماعي فإن المستهلكين سيخسرون

أيضا وإذا امتنعوا عن شراء هذه المنتجات فإن المبيعات ستخف وتتناقص وبالتالي تندهور المنشأة. (الغالبى، 2005، 65)

النمط الثاني: الاجتماعي.

إن هذا النمط يقع على النقيض تماما من النمط الأول ويحاول أن يعرض المنشآت كوحدات اجتماعية بدرجة كبيرة، تضع المجتمع ومتطلباته نصب أعينها في جميع قراراتها. ولعل " جماعات السلام الأخضر " (Green Peace) أو الجماعات الأخرى التي تقدم نفسها كأحزاب اجتماعية صرفة تمثل هذا النمط وتحت المنشآت على تبنيه. وبالمقابل تجد المنظمات صعوبة في موازنة متطلبات أدائها الاقتصادي مع مزيد من الالتزامات في هذا الاتجاه الاجتماعي سواء على الصعيد الداخلي أو على صعيد الأداء الخارجي. (الغالبى، 2005، 65)

النمط الثالث : الاقتصادي-الاجتماعي.

وهو النمط الأكثر توازنا حيث يرى أن الوقت قد تغير وأن إدارات المنشآت لا تمثل مصالح جهة واحدة - المالكين - فقط وإنما هناك جهات عديدة أخرى مثل الحكومة والمجتمع ترتبط معها بالالتزامات معينة. ومن أهم الأفكار التي تدعم هذا الاتجاه تلك القائلة بأن اتساع عمليات الخصخصة أدى إلى تطلع المجتمعات إلى منشآت الأعمال لكي تتحمل مسؤوليتها في تقديم ما كانت تضطلع به الحكومات تجاه المجتمعات والبيئة.

وإذا كان الأمر يمثل بالنسبة للعالم المتقدم حالة طبيعية وذلك لنضج المنشآت وإداراتها فإنه يمثل مشكلة كبيرة في دول العالم النامية. حيث تم عرض الموضوع بكون النموذج الأول يمثل منشآت القطاع الخاص التي لا هم لها سوى مزيد من تحقيق الأرباح حتى لو كان على حساب مصلحة باقي الأطراف مما يثير إشكالية بينها. لذلك يمكن النظر إلى النموذج الثاني باعتباره يمثل ردة فعل من قبل الدولة وهي المسيطر الرئيسي في العالم الثالث، حيث قدمت منشآتها على أنها خلايا اجتماعية تهدف إلى تقديم مزيد من الخدمات إلى المجتمع حتى لو كان ذلك على حساب أدائها الاقتصادي وتحملها خسائر بررت بكونها تمثل متطلبات اجتماعية حتى لو كانت تمثل ضعفا في الأداء أو أنها تخفي فسادا إداريا مستشريا. وفي ضوء هذا النموذج يظهر أن هناك تقاربا في وجهات النظر ظهر من خلال النموذج الثالث (المتوازن) باعتباره ممثلا لحالة أكثر واقعية بشأن الأداء على المستويين الاقتصادي والاجتماعي. (الغالبى، 2005، 65)

ثانيا: مضمون مواصفة التقييس العالمية "الإيزو 26000" للمسؤولية الاجتماعية:

إن "الإيزو 26000" هي مواصفة دولية تعطي إرشادات حول المسؤولية الاجتماعية لاستخدامها من جميع المنظمات في القطاعين العام والخاص، في الدول المتقدمة والنامية وتساعد في جهودهم الرامية للعمل

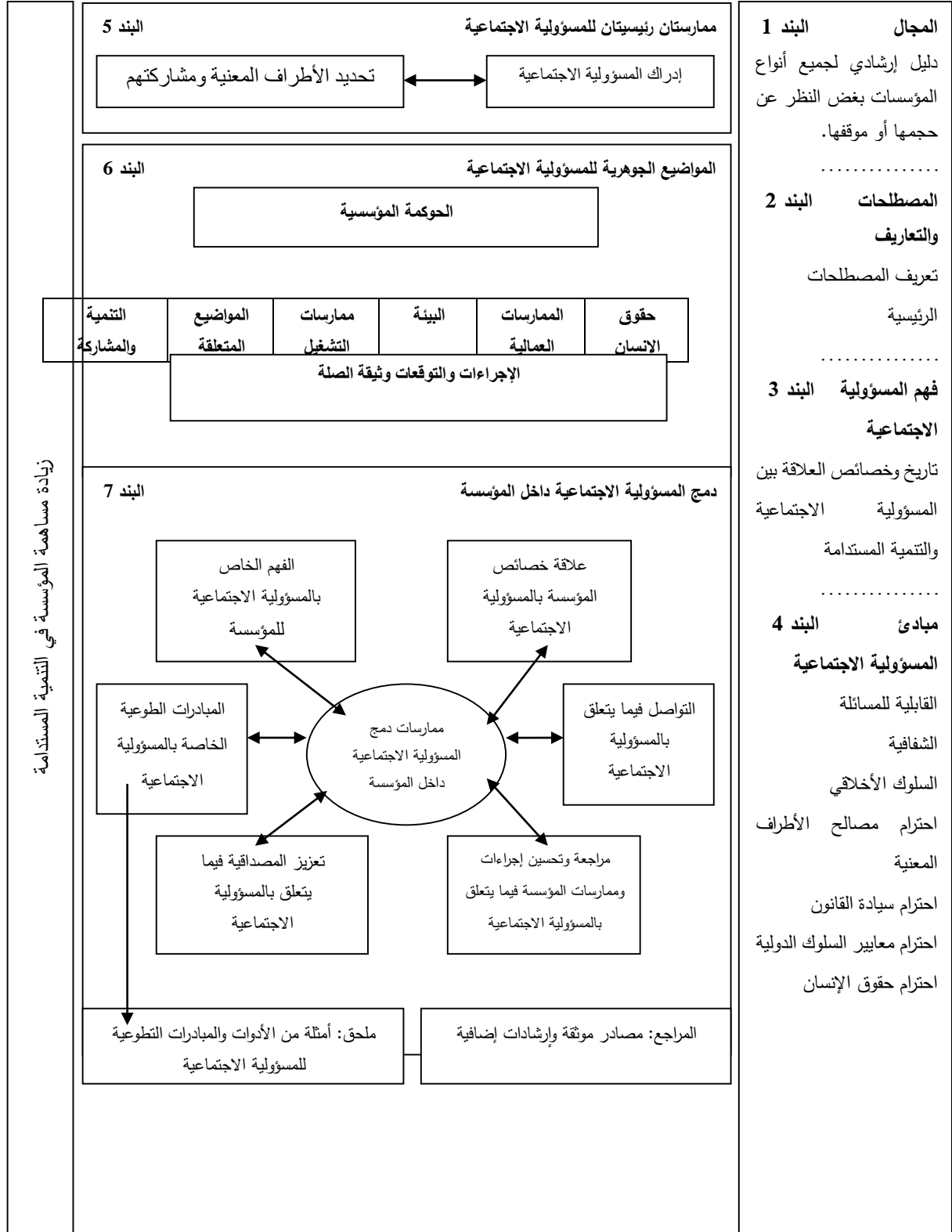
بأسلوب مسؤول اجتماعيا والذي يطلبه المجتمع بطريقة متزايدة. وتم إعداد هذه المواصفة بواسطة خبراء من أكثر من 80 دولة و40 منظمة عالمية وإقليمية لها نشاطات تهتم بقضايا المسؤولية الاجتماعية. وقد تم إصدار هذه المواصفة بشكل رسمي شهر ديسمبر من سنة 2008، غير أنه تم تأجيل تطبيقها إلى غاية شهر سبتمبر من سنة 2010. وهي مواصفة عالمية اختيارية ولا يعمل بها رسميا لأغراض الترخيص والمطابقة أو التشريع أو لإبرام أي عقود، فهي لا تكون مستندا قانونيا لأي إجراءات قضائية على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي، وتتمثل أهداف هذه المواصفة فيما يلي: (حماد، 2017، 9):

1. مساعدة المؤسسات في مخاطبة مسؤولياتها الاجتماعية، واحترام الاختلافات الثقافية والاجتماعية والبيئية والقانونية وظروف التنمية.
2. توفير التوجيهات العملية التي تجعل من المسؤولية الاجتماعية قابلة للتطبيق والممارسات العملية.
3. تعزيز مصداقية التقارير المعدة من أجل عرض وتقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية.
4. التوافق مع المبادرات والاتفاقيات الدولية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.
5. العمل المشترك على المستوى الدولي في حقل المسؤولية الاجتماعية وتوحيد ممارساتها، ليسهل تقييمها بشكل متماثل في الدول المختلفة.
6. تحسين العلاقة بين منظمات الأعمال وباقي أصحاب المصلحة المتعاونين معها.

وقد أوضح مركز "الإيزو" (2006) خلال مشاركته في المواصفة القياسية الدولية المستقبلية "الإيزو 26000" حول المسؤولية المجتمعية الاتفاق من خلال مجموعة العمل على مكونات مواصفة التقييس العالمية "الإيزو 26000"، وهي سبعة بنود أساسية وعدة ملاحق، فالبنود الأولى يقوم بتعريف وتحديد المحتوى الذي تغطيه المواصفة والقيود والاستثناءات، والبنود الثانية يحدد معاني المصطلحات الرئيسية المستخدمة في هذه المواصفة باعتبار أنها أساسية وتهتم بفهم المسؤولية الاجتماعية، والبنود الثالثة يصنف السياق التاريخي والمعاصر للمسؤولية الاجتماعية والعوامل والظروف التي تؤثر في تطورها، والبنود الرابعة يعطي دليلا إرشاديا حول مبادئ المسؤولية الاجتماعية المستخدمة من مصادر مختلفة كالتقابلية للمساءلة والشفافية والسلوك الأخلاقي واحترام مصالح الأطراف المعنية واحترام سلطة القانون والأعراف الدولية وحقوق الإنسان، والبنود الخامسة يتناول ممارستين أساسيتين للمسؤولية المجتمعية تتمثل أولا باعتراف المؤسسة بمسؤولياتها المجتمعية من خلال الإفصاح عن تقاريرها وتأثيراتها السلبية على المجتمع والبيئة، وثانيا بكيفية التصدي لهذه التأثيرات وتحديد الأطراف ذات العلاقة بالمؤسسة وإشراكهم وتحقيق متطلباتهم في إطار المسؤولية الاجتماعية، والبنود السادسة أكبر بنود المواصفة وأهمها ويتناول سبعة مجالات أساسية وهي: الحوكمة المؤسسية وحقوق الإنسان وممارسة العمال والبيئة وقضايا المستهلك ومشاركتهم وتنمية المجتمع، أما البنود السابع والأخير فيقدم توجيهها عمليا بشأن تطبيق وإدماج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة ويشمل السياسات

والممارسات والمناهج وتحديد الموضوعات الأساسية وكيفية التواصل الفاعل بكل الأطراف المعنية المتعلقة بنتائج المؤسسة (حماد، 2017، 8).

الشكل رقم (02): عرض تخطيطي لمواصفة "الإيزو 26000"



ثالثاً: خصائص ممارسة المسؤولية الاجتماعية على مستوى الجامعات وفقاً لمواصفة "الإيزو 26000". إن مجال المسؤولية الاجتماعية يعد من المجالات المهمة والمسؤوليات الملحة للجامعات، وذلك بحكم طبيعة عمل الجامعات وأهدافها ورسالتها ودورها المؤثر وقدرتها على معالجة قضايا المجتمع، بالإضافة إلى دورها الرئيسي في قبول وتخريج الطلاب والبحث العلمي، وفيما يلي سوف نتعرض إلى كل من مفهوم الجامعة والمسؤولية الاجتماعية للجامعات وأهم القضايا الجوهرية في ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الجامعات وفقاً لمواصفة "الإيزو 26000".

أ. مفهوم الجامعة:

يعود أصل مصطلح جامعة في اللغة إلى الفعل جمع يجمع جمعاً، أي ضم بعضه إلى بعض، وجمعتهم جامعة أي أمر جامع، والجامعة هي مجموعة معاهد علمية تسمى كليات تدرس فيها العلوم والفنون والآداب. أما اصطلاحاً تعرف الجامعة بأنها: مؤسسة علمية مستقلة ذات هيكل تنظيمي معين وأنظمة وأعراف وتقاليد أكاديمية معينة، تتمثل وظائفها الرئيسية في التدريس والبحث العلمي وخدمة المجتمع، وتتألف من مجموعة من الكليات والأقسام ذات الطبيعة العلمية التخصصية وتقدم برامج دراسية متنوعة في تخصصات مختلفة تمنح بموجبها درجات علمية للطلبة. هذا التعريف نظر للجامعة كمؤسسة من جانبها التنظيمي، لها هيكل تنظيمي وأهداف ووظائف (سلاطنية، 2014، 13).

كما تعرف أيضاً بأنها: مؤسسة للتكوين لا تحدد أهدافها واتجاهاتها من جانب واحد، ومن داخل جهازها، بل تتلقى أهدافها من مجتمعها الذي تقوم على أساسه والذي يعطيها وحدة حياة ومعنى ووجود. هذا التعريف ربط المؤسسة الجامعية بأهم عناصر تكوين أي مؤسسة اجتماعية، والمتمثل في وجود هدف لها تسعى لتحقيقه، إذ ربط هذا الهدف، بأهداف المجتمع الذي تؤسس فيه وتمثل أحد أجزائه، وذلك بأن الجامعة تبني أهدافها تكاملاً مع أهداف هذا المجتمع (سلاطنية، 2014، 13).

وفي تعريف آخر ربط الجامعة بالمجتمع أيضاً جاء فيه أن الجامعة هي: "مؤسسة اجتماعية طورها المجتمع لغرض أساسي هو خدمته". هذا التعريف أكد ما جاء في التعريف السابق على أن الأدوار والوظائف التي تقوم بها الجامعة اتجاه المجتمع الذي تنتمي إليه والمتمثلة في البحث العلمي والتدريس لخدمته وبناء (سلاطنية، 2014، 13).

ب. مفهوم المسؤولية الاجتماعية للجامعات:

إذا كان من الصعب تحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، فإنه من الأصعب تحديد مفهوم للمسؤولية الاجتماعية للجامعات، ويرجع هذا بالأساس إلى أمرين: الأول: يتمثل في وجود عدد كبير من أصحاب المصالح الذين تتعدد أهدافهم وتتباين بل وتتناقض، والثاني وجود فجوة بين ما يتوقعه المجتمع من الجامعات وبين ما هو مقدم بشكل حقيقي.

ومن التعريفات التي قدمت للمسؤولية الاجتماعية للجامعات، نجد: "أنها السياسة الأخلاقية لجودة أداء مجتمع الجامعة: الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، والإداريون، مع مسؤولية إدارة التأثيرات البيئية والمعرفية والتعليمية، وسوق العمل، وذلك في حوار تفاعلي مع المجتمع لتحقيق التنمية البشرية المستدامة". وقد عرفت المسؤولية الاجتماعية للجامعات بأنها التزام المنظمة بتعظيم أثرها الإيجابي والتقليل من أثرها السلبي على المجتمع. حيث يتضمن هذا المفهوم عدة مفاهيم بداخله مثل: تعزيز المدنية والالتزام والمواطنة الفاعلة والتطوع والنهج الأخلاقي. حيث يمكن تنمية ذلك من خلال تشجيع الطلبة وأعضاء هيئة التدريس لتقديم الخدمات الاجتماعية للمجتمع المحلي أو التشجيع والالتزام البيئي من أجل التنمية المستدامة المحلية والعالمية (فخري، 2016، 420).

كما عرفت المسؤولية الاجتماعية للجامعات كذلك بأنها الالتزام بممارسة مجموعة من المبادئ والقيم من خلال وظائف الجامعة الرئيسية المتمثلة في التدريس والبحث العلمي وخدمة المجتمع، على اعتبار أن جوهر الدور الاجتماعي للجامعات هو الالتزام بالعدالة والمصداقية والتميز وتعزيز المساواة الاجتماعية والتنمية المستدامة، حرية الفرد وكرامته، احترام التنوع الثقافي، تعزيز حقوق الإنسان والمواطنة (الثبتي، 2015، 52)

ج. ممارسة المسؤولية الاجتماعية للجامعات وفقا لمواصفة "الإيزو 26000":

لغرض تجسيد ممارسة المسؤولية الاجتماعية على مستوى الجامعات، اعتمدنا على القضايا الجوهرية التالية من مواصفة "الإيزو 26000":

1. احترام مصالح الأطراف المعنية:

يمكن حصر معالجة قضية التزام الجامعة بالاستجابة لمصالح الأطراف المعنية، في قضيتين أساسيتين هما: "الجامعة الشركة" و"الجامعة المجتمع"، فقد بدأت الدعوة إلى تطبيق مبادئ السوق على التعليم في عام (1963) بظهور كتاب "الرأسمالية والحرية"، ثم تبعه كتاب آخر بعنوان "التعليم والدولة" في عام (1965)، حيث أحدث الكتابان تحولا في المبادئ الأساسية التي تستند إليها سياسات التعليم، ومنذ منتصف الستينات من القرن الماضي، برزت وجهة النظر التي تدعو إلى تقليص دور الدولة الكبير في ميدان التعليم وإفساح المجال للسوق، وهكذا بدأت تتوالى الكتابات المؤيدة والمعارضة حول إعادة هيكلة التعليم على أساس تحريره، ومنح فرص أكبر للسوق.

أما المعارضون لهذا التوجه، فيرون أن المستثمر الأجنبي في التعليم العالي لا يراعي الأبعاد الوطنية والثقافة المحلية والقيم المجتمعية، كما أن هذه المؤسسات الأجنبية قد تؤثر سلبا على أفكار وثقافة الفئات المتعلمة، مما قد يؤثر على هويتهم وانتمائهم الوطني. كما أن مؤسسات التعليم العالي الأجنبية تهدف أساسا إلى تقديم خدمة تعليمية، لتحقيق الربح المادي بغض النظر عن احتياجات المجتمع وأولوياته.

أما المؤيدون فيجدون في هذا السبيل إسهاما في زيادة فرص الالتحاق بالتعليم العالي وتعزيز إمكانيات البحث العلمي، واستخدام التقنيات الحديثة، وتقديم عدد هائل من التخصصات العلمية، وخلق كفاءات محلية قادرة على التنافس في السوق العالمية. بالإضافة إلى ذلك فإن المستثمرين الذين يسعون وراء الكسب ويبحثون عن مكان يستثمرون فيه أموالهم، ينظرون إلى التعليم ك مجال للاستثمار والتجارة للأسباب التالية (بوحنية، 2007، 224):

1. أن التعليم يمثل ميزانية سنوية تزيد عن ألف مليار دولار تقريبا على مستوى العالم، وهو قطاع يستخدم أكثر من 50 مليون فرد، وأكثر من مليار عميل في شكل طلبية.
 2. أن قطاع التعليم ينمو بسرعة، وتجد الحكومات أنه من الصعب بشكل متزايد سد الاحتياجات فيه، وخاصة في التعليم العالي.
 3. أن التعليم العالي يتلقى نقدا شديدا، فأصحاب العمل يشكون من أنه ليس متفقا مع احتياجاتهم، ولا توجد فيه المرونة الكافية.
- وقد أدى تحرير التعليم العالي إلى ظهور العديد من الإشكالات للحكومات ومؤسسات التعليم العالي من بينها (الربيعي، 2008، 93):

1. تغير دور الحكومات في مجالات تمويل وتنظيم وإدارة مؤسسات التعليم العالي مما قلل من سيطرة الحكومات على الجامعات والكليات.
 2. صعوبة تنظيم الاستثمارات الأجنبية في التعليم العالي، خصوصا فيما يتعلق بمعايير الترخيص، التقييم والمتابعة وضبط الجودة وحماية الأهداف والمصالح الوطنية.
 3. صعوبة التنسيق بين الإطار التنظيمي للعمل المحلي مع إطار العمل الدولي.
 4. ظهور إشكالية في الاعتراف بالمؤهلات العلمية، لتنوعها واختلاف طرق تقديمها واختلاف الأنظمة الأكاديمية بين الدول.
 5. اختلاف آليات ضمان الجودة والاعتماد المستخدمة في الدول وتعقد مناخ التعليم الدولي.
 6. حدوث حركات نزوح داخل الدولة الواحدة، بمعنى قدوم بعض الأساتذة إلى تقديم استقالاتهم في جامعات حكومية ليمارس التدريس داخل دولته في جامعة أمريكية أو ألمانية أو أخرى، ويتقاضى راتبا يفوق راتبه بأكثر بعشر مرات، دون أن يتحمل مشقة الغربة.
- وقد حذر الأكاديميون من عواقب مثل هذه التغيرات التجارية المفروضة على التعليم العالي، ومنهم على سبيل المثال الرئيس السابق لجامعة "هارفارد" الذي أكد في كلمته الوداعية للجامعة قائلا: إن الجامعة بحاجة إلى قيادة قوية لمنع دوافع الربح من اجتثاث القيم التي تقوم عليها سمعة الجامعة وصلاح حالها، وأن تحويل أنشطة الجامعة إلى إيرادات مالية ملموسة يلهي الجامعة عن مهامها. كما أعلن المدير العام لليونسكو: أنه

لا ينبغي أن تخضع الجامعات للمصالح الاقتصادية، مهما كان نوع تلك المصالح (أندراوس، 2008، 225).

كما يعارض المعلمون عملية الخصخصة التامة للتعليم، مشيرين إلى مساوئها، حيث يرون أن رجال الأعمال لا يعملون دائما من أجل المصلحة العامة. وقد يحث الدافع للربح الجامعات الخاصة في المستقبل إلى التركيز على المواضيع والدروس المرتبطة بشكل مباشر بالسوق، مثل الدراسات التجارية أو التسويق لجذب الطلبة، على حساب المواضيع الأقل مردودية، مثل الفلسفة وعلم النفس أو التاريخ. وتتساءل "مونيك فويبو" منسقة التربية الدولية، وهو أكبر اتحاد للمعلمين في العالم: ما هو مصير البحث في عالم لا يسيره إلا الربح؟

فالرؤية القصيرة المدى التي تسيرها حاجة الصناعة للطاقة البشرية، لا تسمح بتلبية تحديات المستقبل، ولا يمكننا أن نتوقع نوع المعرفة التي سوف نحتاج إليها في المستقبل (UNESCO، 2002، 6) وفي هذا الإطار يرى "خوان كارلوس هيدالغو"، أنه في فجر القرن الحادي والعشرين، نجد نهجين رئيسيين من الجامعات وهما اللذان يدعوها "الجامعة-الشركة" و"الجامعة-المجتمع". حيث يتضمن الجدول التالي السمات الرئيسية لكل نهج:

مقارنة بين مفهومي "الجامعة-الشركة" و"الجامعة-المجتمع".

المفاهيم الرئيسية	النهج الأول "الجامعة الشركة"	النهج الثاني "الجامعة المجتمع"
تقييم الجودة	تحدد الجودة بقدرة الخريج على الاندماج في عالم العمل، وتدخّل إيديولوجية السوق إلى مؤسسة التعليم العالي.	للجودة دلالة أوسع نطاقا، فهي تقييم انطلاقا من مفهوم الربحية الاجتماعية.
الاستقلال الذاتي	تفقد الجامعة ما يشكل ركيزة استقلالها، لأن نشاطها يحدده الطلب المباشر الناشئ عن قوى السوق، وهي تفقد إذن قدرتها على تقرير نوع البحث والتدريب الذي يتعين تنفيذه.	الفكر المستقل، أي البحث عن الحقيقة وتوحي الصرامة العلمية، يشكل صميم هذا النهج. ولا تترك الجامعة نفسها لتصبح تابعة للدولة أو لعلاقات خاصة مع إيديولوجيات أو أحزاب.
الالتحاق	الالتحاق يقرره التوازن بين الطلب على المهنيين، وتدفع الداخلين إلى الجامعة والمتخرجين منها. ويمكن إذن توقع تقييد القبول، ويصبح التعليم ضربا من الامتيازات.	يعتبر التعليم حقا أساسيا لكل مواطن، ومهمة الجامعة هي تدريب موارد تلبّي الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية. ويتعلق الأمر بالتوفيق بين الكم والكيف استنادا إلى مبدأ الجدارة.
البحث	البحث مهمة ثانوية لا تكون مبررة إلا إذا استطاعت أن تستجيب على وجه السرعة	تتسم البحوث الأساسية والتطبيقية والمعارف التكنولوجية بوجه عام بأهمية أساسية لسببين

للطلب والاحتياج التكنولوجيين. وينبغي أن تترك نفقات البحث والتطوير للبلدان الأكثر تقدما.	جوهرين هما: أنها تغذي التعليم والتدريب، وأنها تتيح إمكانية التنمية المستدامة والمستقلة.
التعليم كألوية	المسألة مسألة أولويات، وفي حالة وجود أزمة الموارد، يصبح التعليم العالي أقل أولوية من مستويات التعليم الأخرى.
التعليم كتكلفة واستثمار	التعليم تكلفة يتعين إبقاؤها ضمن أدنى الحدود وإخضاعها لتوازن المالية العامة.
الكفاءة	لا يقتصر مفهوم الكفاءة على المعايير الاقتصادية والمحاسبية، بل يرتبط بمعايير مشتركة للجودة والملائمة والإنصاف تراعي أيضا المنظور الأطول أجلا.
التدريب كأساس خاضع للاقتطاع الضريبي	يحصل الطالب بفضل تدريبه على عائد تعليمي شخصي " يعود عليه بالربح في وقت لاحق. ولذا فإن هذا العائد ينبغي أن يكون خاضعا للاقتطاع الضريبي.
طبيعة مساهمة الدولة	نظام التمويل الذي يقوم على التدخل المحدود للدولة وفرض رسوم دخول يعد أكثر رجعية وتأخرا. والحد من أوجه عدم المساواة يرتبط في المقام الأول بسياسة تنتهجها الدولة على مستوى الضرائب ومستوى توزيع النفقات العامة.
العدالة الاجتماعية	يقتضي جعل النظام أكثر عدلا إذا كان الطالب يمول تدريبه بنفسه. هي إذن مسألة داخلية تخص المؤسسة التعليمية التي يمكن أن تستقطع جزء من رسوم دخول الأكثر غنى لتمويل تدريب الأكثر فقرا.

(UNESCO، 1998، 50-51)

ويظهر أن كل من مفهومي "الجامعة-الشركة" و"الجامعة-المجتمع" مفهومان عقيمين، فقد نجد في مؤسسات كثيرة عناصر من كلا النظامين، ولكن في عدد من الجامعات المشهورة بكفاءتها، تمارس ضغوطا قوية لصالح النهج الأول (الجامعة-الشركة)، حتى وإن وجدت داخلها في الوقت نفسه قوى مؤيدة لنهج ذي طابع تقليدي (الجامعة-المجتمع) يركز على البحث على المعرفة بطريقة نزيهة دون الاهتمام بضغوط البيئة الخارجية.

ومراعاة لحقوق الأطراف ذات المصلحة من التعليم العالي، وحرصا على أن لا تبقى الجامعة منغلقة على نفسها ومنعزلة على البيئة الخارجية، تفرض المسؤولية الاجتماعية لهذه المؤسسات إتباع نهج ذي طابع مجتمعي أوضح، يجمع بين استقلالية الفكر والبحث عن الحقيقة والصرامة العلمية من جهة، وبين الاستجابة للاحتياجات الاقتصادية والثقافية والاجتماعية للبيئة من جهة أخرى (UNESCO، 1998، 52).

2. الحوكمة، الشفافية، والخضوع للمساءلة:

يهتم مفهوم حوكمة الجامعات بالطرق التي يتم من خلالها توجيه نشاطات الجامعة وإدارة أقسامها العلمية وكلياتها، ومتابعة تنفيذ خططها الإستراتيجية وتوجهاتها العامة. كما يركز هذا المفهوم على ضرورة الحوار مع أصحاب المصالح المختلفة وتكريس الشفافية والمسائلة والمحاسبة، بغرض الوصول إلى المعايير والأطر التي تتناسب البيئة التي تنشط في ظلها هذه المؤسسات وتحكم عملها (سراج الدين، 2009، 5). وهذا يقتضي بالضرورة وجود نظام أساسي لهذه المؤسسات، هيكل تنظيمي، هيئات مشاركة استشارية وهيئات مشاركة ذات القرار. حيث يمكن غرس مبادئ حوكمة الجامعات من خلال الاستقلالية وعبر مساءلة مجلس الإدارة والمسيرين حول مدى الكفاءة في تنفيذ رسالة الجامعة واستغلال الموارد الموكلة إليهم من طرف الدولة والطلبة والمجتمع (BATIONO، 2011، 20).

فالمعرفة رصيد اجتماعي لا يمكن استحداثه ونقله وانتقاده وبعثه لفائدة المجتمع، إلا في مؤسسات قائمة على التعددية والحرية وتملك استقلالاً ذاتياً كاملاً وحرية أكاديمية تامة. غير أنه ينبغي كذلك أن يكون لدى هذه المؤسسات وعي واضح بمسؤولياتها وعزيمة لا تقتصر لخدمة البحث عن حلول لطلبات المجتمع واحتياجاته ونواقصه، كما تقتض الممارسة الكاملة لاستقلالها أن تكون مسؤولة أمام المجتمع (UNESCO، 1998، 45).

فمن مسؤوليات الجامعات اتجاه المجتمع، تحقيق جودة مخرجاتها، حيث يقتضي ذلك التحول بالمناهج الدراسية، التي مازالت تتمحور في أحيان كثيرة حول تكديس المعارف. فإن كان بمقدور المرء حتى وقت غير بعيد أن يمتلك ناصية كل المعارف المكتسبة في قطاع اختصاصه، فقد أصبحت هذه المهمة مستحيلة الآن: فالمعارف في مجال الكيمياء تتضاعف خلال ما يقل عن ست سنوات، أما المعارف في مجال المعلوماتية فتتضاعف في أقل من خمسة أشهر. ويجب أن ينتقل التركيز القائم حالياً على نقل المعرفة إلى عملية استحداثها". كما يجب أن توضع البرامج التدريبية على ضوء الكفاءات التي يتعين امتلاك ناصيتها،

لا استنادا إلى معارف يتعين تلقينها ثم استظهارها"، كما يجب أن تصاغ الأهداف ذات الأولوية للمناهج الدراسية بناءً على قدرة الطالب على تحليل الأوضاع المركبة، وقدرته على المبادرة والتصرف كمواطن مسؤول، وتدريبه على خلق الفرص وعدم انتظار فرصة العمل كحق مكتسب. كما ينبغي للتعليم العالي أن يتخذ موقفاً تجاوبياً وإستباقياً إزاء عالم العمل عن طريق تحليل مجالات وأشكال العمل الناشئة الجديدة والتنوُّب بها والاستعداد لها. وينبغي في هذا المجال أيضاً تزويد البحوث الجامعية بقواعد بيانات تتيح لها أن تراقب التطورات التي تطرأ على عالم العمل وتحللها وتسبقها على نحو أفضل (UNESCO، 1998، 30).

وتفرض الثقافة القائمة على الاستقلال الذاتي والمسؤولية والخضوع للمساءلة، أن يتمكن المدرسون الباحثون من التمتع بظروف معيشة وأجر وعمل أكثر مواتاة". فالجامعات في الدول النامية تناضل لاجتذاب الأساتذة الحائزين على شهادات متقدمة، ذلك أن النقص في الإطارات المدربة يؤدي إلى تدهور جودة التعليم. لذا فإنه من باب المسؤولية الاجتماعية لهذه الجامعات العمل على المحافظة على الكفاءات الموجودة واسترجاع الكفاءات المهاجرة، بتوفير ظروف مادية مغرية وبيئة أكاديمية راقية، محفزة على مواصلة الدراسة والبحث ومشجعة على حرية الفكر والرأي.

ففي عالم سوق القرن الحادي والعشرين تعمل البلدان المتقدمة جاهدة لاجتذاب أفضل أدمغة العالم المدربة والاحتفاظ بها بطرق متعددة. ومن بين العوامل "الجاذبة" القوية: السياسات الفعالة التي تحفز أنشطة "البحث والتنمية" (R&D) وتقديم فرص التدريب والبحث بعد التخرج، وتجنيب الخريجين وأصحاب المهن الجدد. حيث تشكل الكفاءات الأجنبية الواردة، رأس مال بشري متقدم. ومعظم هذه الكفاءات تلقت تعليمها الأساسي وحازت على شهاداتها الأولى في بلادها، مما يعني أن تكلفة تدريبها الأولى تحملتها بلدانها الأصلية وليس البلد الذي وظفها. فالبلدان المتقدمة تفتح مكاتب تجنيد في البلدان التي تفتقر إلى فرص عمل، ويسودها الاضطراب السياسي، وحيث يتوفر الخريجون (تقرير البنك الدولي، 2003، 19-20)

وسواءً نتجت هجرة الأدمغة عن العوامل الدافعة أم عن العوامل الجاذبة، يمكن أن تكون ذات تأثير سلبي على بنى الحكم المحلية والقدرات الإدارية والقطاعات الإنتاجية ومؤسسات التعليم العالي، كونها تفقد الكفاءات العلمية النادرة والخبرات العلمية العالية المستوى، والاختصاصيين التقنيين وأصحاب المهن الحقيقيين الذين يمكنهم إحداث تغييرات على شروط معيشة السكان المحليين والتخفيف من وطأة الفقر.

3. المشاركة والتنمية المجتمعية:

في الفترة الأخيرة طرح بعض الباحثين مصطلح « المجتمع الجيد » كمرادف للمجتمع المدني، حيث يرون أن المجتمع الجيد له اشتراطات معينة تظهر في نطاق المجتمع المدني أبرزها التعبير المتوازن عن المصالح المتنوعة، فتح المجال العام أمام العقول والأفكار التي تسهم في تحقيق التطور الاقتصادي

والاجتماعي وتعميق مشاركة الأفراد في الحياة العامة، والحيلولة دون استئثار نخب محدودة العدد بصناعة القرار في مختلف مؤسسات المجتمع (سامح، 2014).

فمن واجب مؤسسات التعليم العالي أن تحقق أهدافاً تربوية وثقافية ترمي إلى تغيير شخصية الفرد في المجتمع وإصلاحه وإبعاد الموروثات النفسية والاجتماعية والثقافية البالية، وبناء ثقافة الفرد وفق أسس وقيم حضارية حديثة، تجعل من الفرد عضواً إيجابياً في المجتمع. فالجو الذي يعيش فيه الطالب عامل يعزز التربية أو يناوئها: فالبيئة غير النظيفة لا تعلم الحرص على البيئة وحس الجمال، والبيئة التي تسودها روح التنافس المحموم لا تعلم التضامن، والبيئة التي لا يحترم فيها المدرسون التزاماتهم (الغياب غير المبرر والتأخير، وما إلى ذلك) لا تعلم المسؤولية.

فقيمة الفرد الحقيقية تقاس بمدى تحمله لمسؤولياته الاجتماعية، والمجتمع المتقدم هو من يقدر أهمية المسؤولية الاجتماعية، ويشجع لها أحكاماً وقوانين، لتسهيل قيام كل فرد بمهامه ومسؤولياته، لأن تربيتهم على تحمل نتائج أفعالهم وأقوالهم ضمان آمن لاستقرار حياتهم، وتتعلم بكافة صور العدل والأمن النفسي، والاجتماعي. وإن التقصير في هذا الجانب سبب حقيقي وراء استئثار الجهل، والفساد في جميع مؤسسات المجتمع المختلفة.

إن تعليماً هادفاً ذا معنى في القرن الحادي والعشرين يجب أن يحفز كل مظاهر الكمون الفكري الإنساني، ولا ينبغي ببساطة أن يشدد على المعرفة العالمية الشاملة في العلم والإدارة فقط، بل يجب أن يعزز أيضاً إغناء الثقافات والقيم المحلية، مدعوماً من فروع المعارف القيمة في الإنسانيات والعلوم الاجتماعية العريقة في التاريخ، بما في ذلك الفلسفة والأدب والفنون.

فيجب تسليح الطلبة بالقيم الأساسية التي يحتاجون إليها في الحياة، باعتبارهم مواطنين مسؤولين في مجتمعات ديمقراطية مركبة، كما أنه عبر نقل القيم الديمقراطية والمعايير الثقافية، يسهم التعليم العالي في دفع السلوك المدني وبناء الأمة والتماسك الاجتماعي وتعزيزه. وهذا بدوره يدعم بناء الرأسمال الاجتماعي ويقويه، وهو ما يفهم على وجه العموم بأنه منافع ناجمة عن العضوية في الشبكة الاجتماعية التي يمكن أن تؤمن الوصول إلى الموارد وتضمن المحاسبة وتشكل شبكة أمان في أوقات الأزمات. إن المؤسسات والعلاقات التي تنبثق من التعليم العالي هي وسائل مؤثرة في نوعية تعايش مجتمع ما وتفاعلاته، فضلاً عن أنها تدعم التنمية الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وتساندها. فمؤسسات التعليم العالي هي مفترقات طرق للتعاون الاجتماعي الذي يمكن أن يدفع بالشبكات القوية ويحفز النشاط التطوعي ويشجع التعلم والابتكار اللامنهجين (البنك الدولي، 2003، 33).

كما يجب تأمين تعليم عالي ملائم ومتكافئ، بحيث يتسنى للمواطنين المشاركة القصوى على كل المستويات، وبحيث يخلق فرصاً تعليمية جديدة لكل الفئات في المجتمع، وخصوصاً لفقراء الناس (البنك الدولي، 2003، 32-34)، كما يفترض تعليم الجميع في كل فترات الحياة أن يراعي التعليم العالي خصائص الأفراد وبيئتهم،

بحيث يجب أن يوفر لهم سبل التدريب والتعليم المناسبين: التدريب لبعض الوقت، وفي مواعيد متعددة والتعليم عن بعد، وتجميع الوحدات الدراسية، والجامعات الافتراضية، ونقل مواقع فرق التدريب. فالتعليم العالي هو المسخر لخدمة الأفراد لا الأفراد هم المسخرون لخدمة التعليم العالي. (UNESCO، 1998، 25).

4. السلوك الأخلاقي:

تجدر الإشارة إلى وجود مجموعة من السلوكيات التي تهدد المنظومة الأخلاقية للجامعات مثل ظاهرة الغش التي أصبحت تزداد انتشارا في مواقع كثيرة عبر العالم: فاستنادا إلى رئيس "معهد جورجيا للشؤون الخارجية" على سبيل المثال: أضحى الفساد بالذات هو النموذج القائم والسائد في (جمهورية الاتحاد السوفياتي سابقا). وهناك عدة اتهامات بالفساد لطخت عملية اختيار الطلبة للدخول إلى كلية صينية، كما ادعت السلطات الكينية في فبراير 2002 أنها اخترقت شبكة ضمن وزارة التربية كانت تزور شهادات جامعية وشهادات بوليتيكنيكية ونتائج امتحانات وسجلات جامعية وتببعها، بل كانت تزور حتى وثائق إثبات الشخصية كجوازات السفر.

كما تعمل ديمقراطية الطلبة أحيانا ضد المصالح الأكاديمية للطلبة أنفسهم الذين تقصد حمايتهم: ففي بعض النظم يمكن طول فترة الحملة الانتخابية لمكاتب الطلبة أو لمنصب الرئاسة أن تجرفهم بعيدا عن التعلم والتعليم، مؤدية إلى انعدام الكفاءة بدلا من إيجاد فرص أفضل وتحسين تعليم الطلبة. وفي حين يمكن أن يعزى نمو عدد من الجامعات الخاصة إلى ازدياد الطلب على التعليم العالي، ففي حالات عديدة كان ذلك مظهرا لخيبة الأمل بالجامعات العامة التي باتت أقل جاذبية للطلبة بسبب الاضطرابات السياسية، وما ينتج عنها من رداءة الجودة الأكاديمية (تقرير البنك الدولي، 2003، 66).

وتظهر الحاجة اليوم إلى تنمية السلوك الأخلاقي في الوسط الجامعي أكثر من أي وقت مضى، خاصة في ظل التقدم العلمي، حيث ظهرت العديد من القضايا المعقدة خاصة في ميدان الطب والتكنولوجيا الحيوية، التي تتجاوز العلم في حد ذاته لتشمل ميادين أخرى كالأخلاقيات والقانون العام وممارسة الأعمال وحيياة المجتمع والعولمة وإدارة العالم.

فالبلدان لا يمكنها أن تتوجه إلى قضايا معينة كالغذاء المحور (GM food) وبحوث الخلايا الجذعية، أو الاستنساخ، بفاعلية دون قيادة وإدارة مدنية للأفراد، وهم الذين تكونوا في حضانة تعليم عالي قوي راسي على الفلسفة والأخلاقيات والأعراف (تقرير البنك الدولي، 2003، 34)

5. الاستدامة البيئية:

يعتبر تصنيف الجامعات أحد الوسائل المعروفة لقياس التقدم الأكاديمي للمؤسسات، لكنه وفقا لتقرير جديد نُشر حديثا، تم تصنيف الجامعات حول العالم وفق معايير تتعلق بالحرم الجامعي ومدى التزامه بمعايير الاستدامة البيئية (سواحل، 2015).

فلا بد للجامعات أن تراعي الآثار البيئية المترتبة على عملياتها ومنتجاتها والقضاء على الانبعاثات السامة والنفايات وتحقيق أقصى قدر من الكفاءة والإنتاجية من الموارد المتاحة وتقليل الممارسات التي قد تؤثر سلباً في تمتع البلاد والأجيال القادمة بهذه الموارد، وعليها أن تعي جميع الجوانب البيئية المباشرة ذات الصلة في تأدية نشاطاتها.

فالجامعة الخضراء، هي فلسفة شاملة تهدف إلى جعل الوعي البيئي والعمل جزءاً لا يتجزأ من الحياة وروح الدراسة، على أن يشمل ذلك الطلبة والأساتذة والموظفين حتى أولياء الأمور، فضلاً عن تمديد الأمر خارج الصف الدراسي سواء في المنزل أو المجتمع الأوسع، ويشمل هذا التقييم عدة محددات منها تمتع الطلبة بجودة حياة جامعية صحية ومستدامة على حد سواء، وإعداد الطلبة للعمل في اقتصاد الطاقة النظيفة بالقرن الحادي والعشرين، وإيجاد برنامج تربوي بيئي، يتضمن خطة متكاملة لزيادة المساحات الخضراء داخل الجامعة وفي محيطها، وترشيد استهلاك الطاقة المستخدمة في أجهزة التكييف والإضاءة الصناعية، بحيث يكون الاعتماد على التهوية والإضاءة الطبيعية، وتزويد الطلبة وأسرههم بمجموعة من المنشورات وكُتيبات تتضمن معلومات وتدابير متعلقة بحماية البيئة داخل الجامعة وخارجها، وتفعيل حقيقي لروح المشاركة الحقيقية والعمل الجماعي المثمر لدى الطلبة، وأن يتوافر في كل مدرج أو قاعة أو معمل صندوقان مُغلقان للقمامة، أحدهما للمخلفات الورقية والبلاستيكية والزجاجية ونحوها، وآخر لبقايا الأطعمة، ليصبح مبدأ الفصل بين المواد القابلة لإعادة التصنيع والمواد المتحللة مبدأً ثابتاً، وتشكيل المجلس الأخضر داخل الجامعة للمتابعة اليومية لكل ما من شأنه تطبيق هذه الاشتراطات (عيد، 2018).

6. احترام حقوق الإنسان:

ينبغي للجامعات أن تعمل على تثقيف الطلبة في مجال حقوق الإنسان، المتضمن: تعزيز احترام حقوق الإنسان والحريات الأساسية، التنمية الكاملة لشخصية الإنسان وإحساسه بكرامته، النهوض بالتفاهم والتسامح، والمساواة بين الجنسين، والصدقة بين جميع الأمم والشعوب، والمجموعات العرقية والقومية والإثنية، والدينية واللغوية. وهذا التثقيف ليس مجرد أنشطة تمارس في حجرات الدراسة، بل هو استثمار هام للمستقبل، يهدف إلى تمكين الأفراد من الدفاع عن حقوقهم وحقوق الآخرين، ويعمل على إقامة مجتمع عادل، تكون فيه حقوق الإنسان موضع تقدير واحترام (الأمم المتحدة، 2004، 14).

كما ينبغي لمؤسسات التعليم العالي أن تنتهج سياسة إستباقية من أجل تقديم حلول لمشاكل التنمية، وتسخير قواها لمحاربة الفقر، وتدهور البيئة، ومختلف أشكال الاستبعاد والأضرار الناجمة عن الصراعات. كما لمؤسسات التعليم العالي دور توديه في تحقيق التنمية المنصفة والمستديمة وإشاعة ثقافة السلام مع تشجيع التضامن الفكري والأخلاقي، والمشاركة الفعالة للمواطنين، والاحترام المتبادل. (UNESCO، 1998، 45).

7. احترام المعايير الدولية:

هناك ارتباط وثيق بين تدويل التعليم العالي واحترام المعايير الدولية، فقد أصبح يتوجب على الجامعات الاتجاه نحو الاستفادة من استراتيجيات تدويل التعليم وذلك بالانفتاح والتبادل الثقافي، والمشاركة العلمية البحثية، وإدارة شؤون الحراك الدولي للطلبة وأعضاء هيئة التدريس، وبرامج التعاون التعليمي والبحثي المشترك، وتفعيل اتفاقيات التعاون مع الجامعات المتميزة، والالتزام بالمعايير العالمية والممارسات الجيدة السائدة في الجامعات المتقدمة.

فالحاجة إلى تدويل التعليم العالي لا تقتصر على مواجهة تداعيات العولمة فحسب، بل تتجاوز ذلك إلى حاجة المجتمعات إلى التلاقي، والتبادل، والتداول، والتشاور وعمل المشروعات، حيث بات من الضروري وضع قواعد لتلاقي الشعوب وتبادل منتجاتها، وكانت الجودة بشروطها ومعاييرها العالمية هي الضمان لاستخدام استراتيجيات التدويل بفاعلية (العامري، 2013، 4).

نتائج وتوصيات:

من خلال ما سبق نصل إلى أن ممارسة المسؤولية الاجتماعية على مستوى الجامعات وفقا لتوجيهات مواصفة "الإيزو 26000"، من شأنه أن يدعم المضي في ممارسة المسؤولية الاجتماعية في هذه المؤسسات إلى أبعد الحدود وذلك من خلال استجابتها للأطراف ذات المصلحة، كما من شأنه أن يثير العديد من القضايا الشائكة والمثيرة للجدل والتي لها علاقة مباشرة بالتنمية المستدامة وبالتحديات التي يواجهها التعليم الجامعي، كقضايا مساءلة الجامعات عن جودة مخرجاتها واحترام المعايير الدولية، حدود استقلال الجامعات، الالتحاق بالتعليم الجامعي، التعليم كتكلفة وكاستثمار، تمويل التعليم العالي، التنمية والمشاركة المجتمعية، هجرة الكفاءات، تسليع التعليم، أخلاقيات المعرفة في ظل مجتمع المعرفة وتنمية السلوك الأخلاقي، البيئة، حقوق الإنسان.

ولما كانت الجامعات المدرسة الأولى للتمرس على المسؤولية الاجتماعية، وهي من يدرّب قادة وصناع القرار في المستقبل، فالعمل بمقتضيات مواصفة الإيزو 26000 على مستوى هذه المؤسسات، هو مدخل أيضا لترسيخ ممارسة المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال. وتأبيدا لما تم التعرض له في هذه الدراسة، ولغرض تعزيز ممارسة المسؤولية الاجتماعية على مستوى الجامعات، يمكن تقديم المقترحات التالية:

- ✓ إنشاء لجان استشارية مشتركة من الهيئة العاملة في الجامعات، وقيادات المجتمع من ذوي القرار لتحديد حاجات المجتمع والتعرف على مشكلاته.
- ✓ فتح الباب للبحوث التربوية ودراسات المجتمعات الريفية والحضرية وذلك لتشخيص ومعالجة القضايا الاجتماعية والاستفادة من إمكانيات المجتمعات في تطوير مناطقها بالأساليب العلمية المناسبة.
- ✓ تقديم مشورات ذوي الخبرة من هيئة التدريس للإفادة من خبراتهم في مجالات الإنتاج والخدمات.

- ✓ التركيز على عضو هيئة التدريس كمسؤول عن قضايا المجتمع وحقوقه.
- ✓ عقد حلقات وندوات ومؤتمرات للخريجين لتحديث معلوماتهم في مجالات تخصصهم، ومعالجة المشكلات التي تواجههم في الحياة العملية.
- ✓ إقامة ندوات وملتقيات علمية تقوم على تعليم أفراد المجتمع كيفية الحفاظ على الصحة والبيئة، وتوعيتهم بمخاطر المخدرات.
- ✓ تنظيم قوافل طبية، تشمل جميع التخصصات من كليات الطب البشري، وطب الأسنان، والطب البيطري، والصيدلة، والتمريض، وذلك لتقديم خدمات بالمجان، وتقديم المساعدات للمراكز والقرى الأكثر احتياجا وتضررا.
- ✓ تطوير المواقع الإلكترونية للجامعات والمراكز البحثية.
- ✓ إعطاء الأولوية للبحوث التي تخدم التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
- ✓ المساهمة في محو الأمية الأبجدية والتنمية الرقمية.
- ✓ ربط تقويم الإدارات وأعضاء هيئة التدريس السنوية بمقدار عطائهم الاجتماعي وليس فقط بمقدار عملهم الأكاديمي التقليدي.

قائمة المراجع:

1. إسماعيل سراج الدين، 2009، حوكمة الجامعات وتعزيز قدرات التعليم العالي والبحث العلمي في مصر، مكتبة الإسكندرية، مصر.
2. الأمم المتحدة، 2004، مبادئ التثقيف في مجال حقوق الإنسان، منشورات الأمم المتحدة، نيويورك.
3. بلقاسم سلاطينية، أسماء بن تركي، 2014، العلاقة التكاملية بين الجامعة والمجتمع ومسألة التنمية المجتمعية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، العدد 35/34.
4. بن جيمة مريم، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الإدارة، على الموقع: <https://hrdiscussion.com/hr106094.html>
5. البنك الدولي، 2003، بناء مجتمعات المعرفة: التحديات الجديدة التي تواجه التعليم العالي، مركز معلومات قراء الشرق الأوسط، مصر.
6. بوحنية قوى، 2007، إدارة الموارد البشرية في مؤسسات التعليم العالي في ظل المتغيرات الدولية: حالة الأستاذ في الجامعي الجزائري، أطروحة دكتوراه في العلوم السياسية، جامعة الجزائر.
7. حامد عبد الرحيم عيد، 2018، الجامعة الخضراء، الأهرام اليومي، على الموقع: <http://www.ahram.org.eg/NewsQ/684393.aspx>
8. خالد عواض عبد الله الثبتي، 2015، دور أقسام الإدارة التربوية بالجامعات السعودية في تحقيق المسؤولية الاجتماعية، مجلة جامعة طيبة للعلوم التربوية، المجلد 10، العدد 1.
9. رامي جمال أندراوس، 2008، الإدارة بالثقة والتمكين، عالم الكتاب الحديث، الأردن.
10. الربيعي سعيد بن حمد، 2008، التعليم العالي في عصر المعرفة، التغيرات والتحديات وآفاق المستقبل، الشروق، الأردن.

11. سامح فوزي، 2014، الدولة والمجتمع: اتجاهات جديدة في التنمية، على الموقع:
<http://www.acrseg.org/5808>
12. شريف على حماد، ناصر جاسر الأغا، 2017، الممارسات الرئيسية لإدارة المسؤولية الاجتماعية في جامعة القدس المفتوحة في ضوء المواصفة القياسية الإيزو 26000، مؤتمر المسؤولية المجتمعية للجامعات العربية، المنظم من طرف جامعة الزرقاء.
13. العايب عبد الرحمان، 2011، التحكم في الأداء الشامل للمؤسسة الاقتصادية في الجزائر في ظل تحديات التنمية المستدامة، رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر.
14. عبد الله بن محمد علي العامري، 2013، متطلبات تدويل التعليم العالي كمدخل لتحقيق الريادة العالمية للجامعات السعودية "تصور مقترح"، رسالة دكتوراه في الفلسفة في الإدارة التربوية والتخطيط، تخصص إدارة تعليم عالي، كلية التربية، قسم الإدارة التربوية والتخطيط، جامعة أم القرى، السعودية.
15. مديحة فخري محمود محمد، 2016، تصور مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية للجامعات المصرية على ضوء مجتمع المعرفة، دراسات عربية في التربية وعلم النفس، العدد 80.
16. منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة UNESCO، 2002، التربية اليوم- التعليم العالي للبيع، نشرة قطاع التربية في اليونسكو، العدد رقم 3.
17. منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، 1998، المؤتمر العالمي للتعليم العالي " التعليم العالي في القرن الحادي والعشرين، الرؤية والعمل"، باريس.
18. وجدي سواحل، 2015، الجامعات العربية في ذيل تصنيف الجامعات الخضراء صديقة البيئة، على الموقع:
<https://www.al-fanarmedia.org/ar/2015/03/الجامعات-العربية-في-ذيل-تصنيف-الجامعات>
19. Archie B CAROLL, 1991, **the pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders**, Business Horizons, vol 34, n° 4, p 42, disponible sur le site:
<http://cf.linnbenton.edu/bcs/bm/gusdorm/upload/Pyramid%20of%20Social%20Responsibility.pdf>
20. Serge Williams BATIONO, 2011, **la contribution des conseil administration à la gouvernance des universités : de l'expérience de l'université du Québec à Chicoutimi à la proposition d'un modèle efficace pour l'université de koudougou au Burkina Faso**, thèse de doctorat en gestion et management publique, Université Senghore, Egypte.

"دور محددات الحوكمة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية"

-دراسة حالة شركة اسمنت تبسة-

- د. تفرات يزيد، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر.
- د. ملاح ونام، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر.
- د. عمامرة ياسمين، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر.

ملخص

يهدف البحث الى محاولة التعرف على مدى تأثير محددات الحوكمة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، من خلال تحليل العلاقة بين محددات الحوكمة الداخلية والخارجية وكيفية استخدامها في تعزيز أبعاد المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة، وذلك بالاعتماد على استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، حيث قسمت الاستمارة الى محورين أساسيين محور المتغير المستقل الذي يمثل محددات الحوكمة الداخلية، والمحور الثاني خصص للمتغير التابع الذي يمثل أبعاد المسؤولية الاجتماعية، ومن ثم تحليلها باستخدام برنامج *spss v20*.

وتوصل البحث إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين محددات الحوكمة الداخلية وتعزيز أبعاد المسؤولية الاجتماعية، أي أنه كلما كان التركيز على تطبيق محددات الحوكمة الداخلية فعال داخل المؤسسة كلما ساهم ذلك في تعزيز أبعاد المسؤولية الاجتماعية في شركة اسمنت تبسة.

الكلمات المفتاحية: حوكمة الشركات، المحددات الداخلية، المحددات الخارجية، أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

Abstract

The aim of the study is to try to identify the impact of governance determinants on the enhancement of social responsibility in the economic institution by analyzing the relationship between the determinants of internal and external governance and how to use them in enhancing the dimensions of social responsibility in the institution. Two main axes are the axis of the independent variable that represents the determinants of internal governance. The second axis is devoted to the dependent variable representing the dimensions of social responsibility, and then analyzed using the *spss v20* program.

The study found that there is a statistically significant relationship between the determinants of internal governance and the enhancement of the dimensions of social responsibility, ie the more emphasis is placed on applying the internal governance determinants within the institution, the greater the social responsibility dimensions in the institution in question.

Keywords: corporate governance, internal determinants, external determinants, dimensions of social responsibility.

مقدمة

شهدت المؤسسات تطورات سريعة وجذرية في بيئة تتسم بالديناميكية حيث لم يعد المجتمع ينظر إلى المؤسسات نظرة تقليدية ولم يعد تقييم تلك المؤسسات يعتمد في بناء سمعتها على مراكزها المالية فقط ففكرة تركيز المؤسسات الاقتصادية على تعظيم الربح وتحقيق أهداف أصحاب رؤوس الأموال لم تعد مقبولة

بل بدأت نظرة المجتمع تأخذ أبعادا جديدة أكثر تعقيدا، نظرا لبروز مفاهيم حديثة ساعدت على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية عبر أنحاء العالم. وكان من أبرز هذه المفاهيم مفهوم المسؤولية الاجتماعية، ولم تحض دراسة المسؤولية الاجتماعية بأهمية كبيرة في مجتمعنا نظرا لغياب ثقافة المسؤولية الاجتماعية، حيث لم تعد في وقتنا الحاضر الدولة هي المسؤول الوحيد عن برامج التنمية الاجتماعية، خاصة في ظل اكتساح القطاع الخاص لمعظم اقتصاديات العالم، نتيجة لذلك أصبح من اللازم تطبيق حوكمة الشركات باعتبارها مصطلح يتقيد ويرتبط به مفهوم المسؤولية الاجتماعية، بشكل وثيق وخاصة في أعقاب الانهيارات الاقتصادية والأزمات المالية، الأمر الذي فرض اتفاق على أن التطبيق الجيد لحوكمة الشركات من عدمه يتوقف على مدى توافر ومستوى جودة تطبيق محدداتها الداخلية والخارجية.

إشكالية البحث

مما سبق يمكن طرح إشكالية البحث الرئيسية الموالية:

فيما يتمثل دور محددات الحوكمة الداخلية والخارجية في تعزيز أبعاد المسؤولية الاجتماعية في شركة اسمنت تبسة؟

من خلال إشكالية البحث الرئيسية يمكن صياغة التساؤلات الفرعية كما يلي:

- فيما تتمثل أهم محددات حوكمة الشركات؟
- ماهي أهم أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات؟
- هل تساهم محددات حوكمة الشركات الداخلية في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في شركة اسمنت تبسة؟
- هل تساهم محددات حوكمة الشركات الخارجية في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في شركة اسمنت تبسة؟

فرضية البحث

للإجابة على إشكالية البحث الرئيسية يمكن صياغة الفرضيات الموالية:

- الفرضية الرئيسية: يوجد تأثير وعلاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين محددات الحوكمة وتعزيز أبعاد المسؤولية الاجتماعية في شركة اسمنت تبسة.

- الفرضية الفرعية الأولى: يوجد تأثير وعلاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين محددات الحوكمة الداخلية وتعزيز أبعاد المسؤولية الاجتماعية في شركة اسمنت تبسة.
- الفرضية الفرعية الثانية: يوجد تأثير وعلاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين محددات الحوكمة الخارجية وتعزيز أبعاد المسؤولية الاجتماعية في شركة اسمنت تبسة.

أهداف البحث

- يهدف البحث الى تحقيق ما يلي:
- إلقاء الضوء على مفهوم حوكمة الشركات؛
- التعرف على مفهوم وأهمية المسؤولية الاجتماعية والدور الذي تلعبه في المجتمع؛
- تحليل العلاقة بين محددات حوكمة الشركات وأبعاد المسؤولية الاجتماعية.

منهجية البحث

نظرا لطبيعة موضوع البحث فقد تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي في عرض مختلف المفاهيم النظرية لحوكمة الشركات والمسؤولية الاجتماعية، مع تحليل استخدام محددات الحوكمة الداخلية والخارجية وكيفية استخدامها في تعزيز أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

خطة البحث

لمعالجة موضوع البحث تم اعتماد الخطة الموالية:

أولاً: الدراسة النظرية؛

ثانياً: الدراسة الميدانية.

أولاً: الدراسة النظرية

1- الإطار العام لحوكمة الشركات

تعريف حوكمة الشركات: هناك عدة تعاريف لحوكمة الشركات، من أهمها ما يلي:

- تعرفها مؤسسة التمويل الدولية IFC بأنها: " هي النظام الذي يتم من خلاله إدارة الشركات والتحكم في أعمالها " (محمد حسن، 2007، ص: 04).
- كما تعرفها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD بأنها: " مجموعة من العلاقات فيما بين القائمين على إدارة الشركة ومجلس الإدارة وحملة الأسهم وغيرهم من المساهمين " (بن الزاوي عبد الرزاق، مسعودي جميلة، 2017، ص: 166).

ومنه يمكن استنتاج أن خصائص حوكمة الشركات تتمثل في أنها:

- الانضباط في إتباع السلوك الأخلاقي المناسب والصحيح؛

- الشفافية في تقديم صورة حقيقية لكل ما يحدث ويجب أن تركز على المصداقية والوضوح والإفصاح والمشاركة؛

- الاستقلالية في وجود مجلس إدارة اشرافي ومستقل عن مجلس الإدارة التنفيذي ولجنة المراجعة؛

- المساءلة بالحساب عن أعمال معينة أو المسؤولية عن أداء العمل أو تولي المهام؛

- المسؤولية أمام جميع الأطراف ذوي المصلحة في المنشأة؛

- العدالة باحترام حقوق مختلف مجموعات أصحاب المصلحة في المنشأة؛

- المسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصالح.

1-1- أهداف حوكمة الشركات

تسعى قواعد وضوابط الحوكمة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها ما يلي: (أحمد منير

النجار، 2007، ص: 03)

- مراعاة مصالح وحقوق المساهمين وحمائتها؛

- حماية حقوق حملة الوثائق والمستندات ذات الصلة بفعالية الشركات؛

- حماية حقوق ومصالح العاملين في الشركات بكافة فئاتهم؛

- تحقيق الشفافية في جميع أعمال الشركات؛

- تحقيق وتأمين العدالة لكافة أصحاب المصالح والمتعاملين مع الشركات؛

- تأمين حق المساءلة أمام أصحاب الحقوق لإدارة الشركات؛

- الحد من استغلال السلطة في غير المصلحة العامة؛

- تنمية المدخرات وتشجيع تدفقها بما يؤدي لتنمية الاستثمارات الإنتاجية وصولاً لتعظيم الأرباح وبعيداً

عن الاحتكارات؛

- الالتزام بأحكام القوانين والتشريعات النافذة؛

- العمل على تأكيد مراجعة الأداء لكافة فعاليات الشركات بما فيها الأداء المالي من خلال لجان مراجعة

خارجيين ومستقلين عن الإدارة التنفيذية؛

- محاسبة الإدارة التنفيذية أمام المساهمين.

1-2- محددات حوكمة الشركات

تتمثل المحددات الأساسية لحوكمة الشركات تتمثل فيما يلي (محمد حسن، 2007، ص: 07):

1-2-1- المحددات الداخلية: وتشير إلى القواعد والأسس التي تحدد كيفية اتخاذ القرارات وتوزيع السلطات

داخل الشركة بين الجمعية العامة ومجلس الإدارة والمديرين التنفيذيين، والتي يؤدي توافرها وتطبيقها إلى

تقليل التعارض بين مصالح هذه الأطراف الثلاثة، وتتكون داخل الشركات نفسها وتشمل ما يلي:

- آلية توزيع السلطات داخل الشركة؛

- الآلية والقواعد والأسس الناظمة لكيفية اتخاذ القرارات الأساسية في الشركة؛

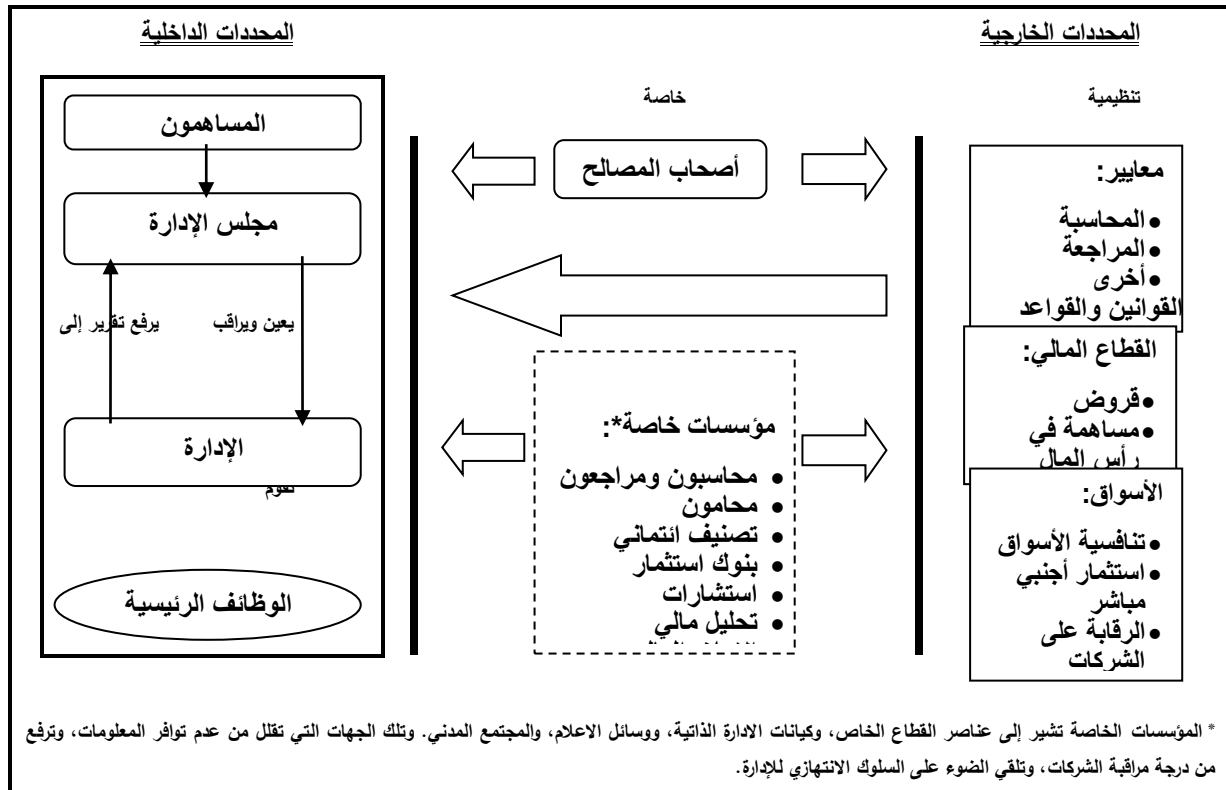
- العلاقة الهيكلية بين الجمعية العمومية للشركة ومجلس إدارتها والمديرين التنفيذيين ووضع الآلية المناسبة لهذه العلاقة مما يخفف من التعارض بين مصالح هذه الأطراف الثلاثة وصولاً لتكامل هذه المصالح.

1-2-2-المحددات الخارجية: وتشير إلى المناخ العام للاستثمار في الدولة والذي يشمل ما يلي:

- القوانين العامة المنظمة للنشاط الاقتصادي عموماً؛
- المناخ العام للاستثمار في الدولة؛
- كفاءة القطاع المالي من بنوك وشركات تأمين وأسواق مالية ذات الأثر على التمويل؛
- مستوى التنافس في أسواق عناصر الإنتاج والسلع والخدمات اللازمة للشركات لممارسة نشاطاتها الإنتاجية؛
- وجود وكفاءة ومقدرة الأجهزة الرقابية، مثل وجود هيئة أسواق المال ومدى قدرتها في الرقابة على أعمال الشركات، خاصة الشركات المدرجة في أسواق المال؛
- وجود جمعيات مهنية ذات صلة، مثل جمعية المحامين والمحاسبين ومكاتب المراجعة والتصنيف الائتماني والاستشارات.... إلخ.

ويمكن تلخيص المحددات الداخلية والخارجية لحوكمة الشركات في الشكل الموالي رقم (01).

الشكل رقم (01): المحددات الداخلية والخارجية لحوكمة الشركات.



المصدر: خلود عاصم وناس العبيدي، دور حوكمة الشركات في معالجة الاختلالات الهيكلية في سوق العراق للأوراق المالية، مجلة البحوث العلمية، كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، ص: 142.

2- الإطار العام للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة

2-1- تعريف المسؤولية الاجتماعية

هناك عدة تعريفات للمسؤولية الاجتماعية من أهمها ما يلي:

- عرفها البنك الدولي بالنسبة لرجال الأعمال أنها: " التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد" (بن الزاوي عبد الرزاق، مسعودي جميلة، 2017، ص: 168).

- عرفتها الغرفة التجارية العالمية للمسؤولية الاجتماعية أنها: " هي جميع المحاولات التي تساهم في تطوع المنظمات لتحقيق تنمية ذات اعتبارات أخلاقية واجتماعية، ويتالي فالمسؤولية الاجتماعية تعتمد على المبادرات الحسنة من المنظمات دون وجود إجراءات ملزمة قانونياً، ولذلك فإن المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال الاقناع والتعليم" (بليزك عبد الحليم، السعيد بريكة، 2017، ص: 100).

ومنه نستنتج أن المسؤولية الاجتماعية تشمل ثلاث مستويات:

- المستوى الأول اقتصادي؛ بضمان استمرارية نشاطها واستدامة العائد والأرباح؛

- المستوى الثاني اجتماعي؛ بضمان مناصب العمل والمساهمة في البناء الاجتماعي؛

- المستوى الثالث بيئي؛ من خلال المحافظة على الموارد الطبيعية وحماية البيئة.

2-2 مجالات تطبيق المسؤولية الاجتماعية

المؤسسة التي تود ممارسة مسؤوليتها الاجتماعية أو تلتزم بمبادئ التنمية المستدامة تعمل في

المجالات الآتية (غردى محمد، 2013، ص ص: 65-67):

- احترام البيئة: مكافحة التلوث، إدارة الفضلات، الاستغلال العقلاني للمواد الأولية؛

- الأمان عند عملية الإنتاج وتحقيق الأمان في خصائص المنتجات؛

- إثراء المناخ والحوار الاجتماعي: تكافؤ الفرص، ظروف العمل، أنظمة الأجور، التكوين المهني؛

- احترام حقوق الإنسان: في أماكن العمل، القوانين الدولية لحقوق العامل، مكافحة عمل الأطفال؛

- الالتزام بأخلاقيات الإدارة: مكافحة الرشوة وتبييض الأموال؛

- الاندماج في المجتمع من خلال التنمية المحلية، والتحاور مع أصحاب المصالح؛

- الانضمام إلى المقاييس العالمية للبيئة ISO 14000، المعايير الاجتماعية...

2-3 أبعاد المسؤولية الاجتماعية

يمكن تلخيص أبعاد المسؤولية الاجتماعية فيما يلي (علاء جميل، 2015، ص: 166):

2-3-1 البعد الاقتصادي: بأن تكون المؤسسة نافعة ومجدية اقتصادياً، وأن تحاول جاهدة توفير

الأمان للآخرين.

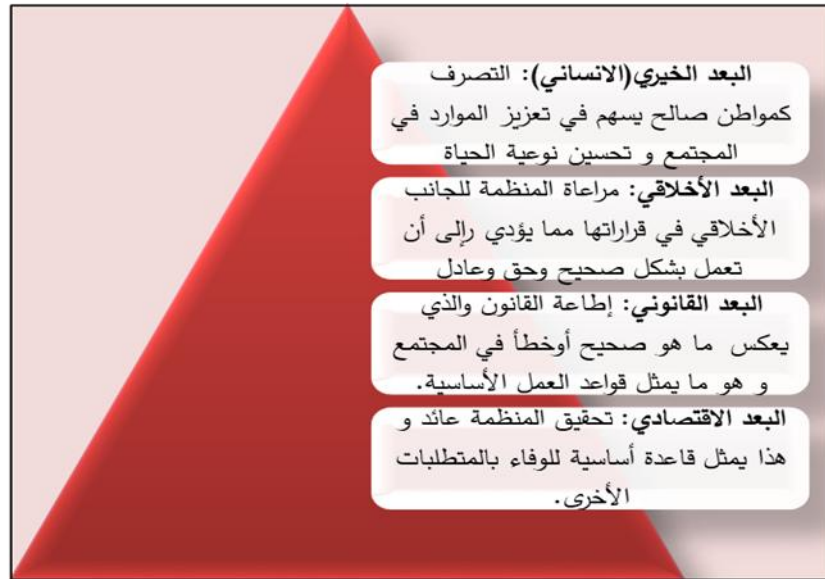
2-3-2- البعد القانوني: وهنا يتم التزام المؤسسة بتنفيذ القوانين، واكتساب ثقة الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية وعدم القيام بالأعمال المخلة بالقانون داخل المؤسسة.

2-3-3- البعد الأخلاقي: وتعني هنا أن تكون المؤسسة مبنية على أسس أخلاقية وأن تلتزم بالأعمال الصحيحة، وأن تمتنع عن إيذاء الآخرين.

2-3-4- البعد الإنساني: وهنا تكون المؤسسة صالحة وتعمل على الإسهام في تنمية وتطوير المجتمع وتحسين نوعية الحياة الاجتماعية.

ويمكن توضيح أبعاد المسؤولية الاجتماعية في الشكل الموالي رقم (02):

الشكل رقم (02): هرم المسؤولية الاجتماعية للشركات



المصدر: محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية للشركات: الاطار النظري وإمكانية التطبيق العملي في الجزائر، مجلة البديل الاقتصادي، ديسمبر 2014، ص: 268.

ثانيا: الدراسة الميدانية

1- نظرة عامة حول شركة إسمنت تبسة

لقد تم اختيار شركة اسمنت تبسة نظرا لمكاناتها الهامة في الاقتصاد الوطني، فهي مؤسسة عمومية اقتصادية متفرعة عن مؤسسة الإسمنت ومشتقاته للشرق، وتتمثل هذه المؤسسة في الباعث الأساسي للمشروع المنجز بأحدث التكنولوجيات في نظام التحكم ذات أسهم، تأسست بتاريخ 29 نوفمبر 1993 تحت اسم مؤسسة الإسمنت ومشتقاته للشرق مصنع الماء الأبيض ثم انفصلت عن هذه الأخيرة لتصبح شركة قائمة بذاتها برأس مال اجتماعي مقدر 800.000.000 دج ينقسم إلى 8000 سهم قيمة كل منه

100.000 دج وكانت المساهمات من رأس المال الابتدائي 200.000.00 دج على النحو التالي (معلومات من الشركة):

- مؤسسة الإسمنت ومشتقاته للشرق (ERCE) ب: 1200 سهم أي بنسبة 60%؛
- مؤسسة الإسمنت ومشتقاته للغرب (ERCO) ب: 400 سهم أي بنسبة 20%؛
- مؤسسة الإسمنت ومشتقاته للشلف (ECDE) ب: 400 سهم أي بنسبة 20%.

بينما الباقي كان على شكل قرض من البنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)

للإشارة فإن مشروع إنجاز هذه الشركة هو أحد برامج المخطط الرباعي الرابع (80/67) للتنمية والذي دخل حيز التنفيذ سنة 1985 وذلك تحت إشراف المؤسسة الوطنية لتوزيع مواد البناء EDIMCO ، وتتفرع من المديرية العامة لشركة اسمنت تبسة كل من الفرع التجاري المتواجد بالمنطقة الصناعية في ولاية تبسة، إضافة الى المصنع الإنتاجي للإسمنت في منطقة الماء الأبيض.

2- إجراءات الدراسة الميدانية

2-1- مجتمع وعينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من الموظفين والمسؤولين في شركة إسمنت تبسة، وهم عضو مجلس إدارة، مراجع داخلي، مراقب مالي، محاسب، مدير قسم أو مصلحة، وقد تم اختيار عينة عشوائية من بينهم، وتم توزيع 36 استبانة على عدد أفراد العينة في كل من المديرية العامة، الفرع التجاري والمصنع الإنتاجي، وقد تم استرجاع 33 استبانة منها استبانة واحدة غير صالحة للتحليل لأنه غير مجابوب عليها كلياً، وبذلك قدرت عدد الاستبيانات الصالحة ب 33 استبيانه والتي تم تحليلها تحليلها باستخدام برنامج *spss v20*، وكانت نتائج توزيع الاستبيان كالاتي في الجدول رقم (01):

الجدول رقم(01): عينة الدراسة لشركة اسمنت -تبسة-

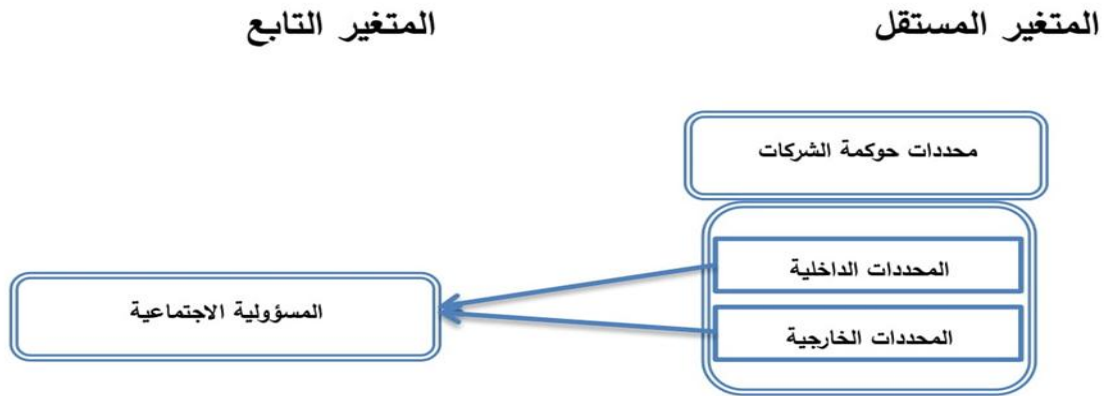
عدد أفراد العينة	عدد الاستبيانات الموزعة	عدد الاستبيانات المسترجعة	عدد الاستبيانات الصالحة
36	36	33	32

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على الاستمارات.

2-2- نموذج الدراسة

تم الاعتماد في بناء النموذج على أبعاد مشكلة الدراسة لإبراز العلاقة بين المتغير المستقل الآليات الداخلية لحوكمة الشركات من جهة، والمتغير التابع الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية من جهة أخرى، كما يوضحه الشكل التالي رقم (03):

الشكل رقم (03): نموذج الدراسة.



المصدر: من اعداد الباحثين.

2-3- أساليب الدراسة

- بغرض الإجابة على تساؤلات الدراسة وتحليل البيانات فقد تم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية، انطلاقاً من برنامج الحزم الإحصائية الاجتماعية "SPSS":
- معامل ألفا كرونباخ لتحديد معامل ثبات أداة الدراسة؛
 - الجداول التكرارية والنسب المئوية التي تستخدم لوصف خصائص العينة؛
 - المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتحديد اتجاه اجابات العينة؛
 - معامل الارتباط وذلك للتعرف على درجة الارتباط بين المتغيرات التابعة والمستقلة؛
 - تحليل التباين لمعيار واحد للمقارنة بين المتوسطات والتوصل إلى قرار يتعلق بوجود أو عدم وجود فروقات بين المتوسطات؛
 - أسلوب الانحدار البسيط لدراسة العلاقة السببية بين المتغيرات المستقلة والتابعة، كما يساعد في تحديد مدى مساهمة المتغيرات المستقلة في التغير الحاصل في المتغير التابع، وتحديد أكثرها تأثيراً وبالتالي التنبؤ بقيمة المتغير التابع نتيجة التغير الحاصل في المتغير المستقل؛
 - معامل ارتباط بيرسون لتحديد مدى ارتباط متغيرات الدراسة ببعضها.

2-4- أداة الدراسة

- تم تصميم الاستمارة كأداة أساسية تساعد في الحصول على المعلومات والبيانات الضرورية لتحقيق أغراض البحث، وقد تضمنت الاستمارة على محورين وتتضمن متغيرات الدراسة وفي شكلها النهائي احتوت الاستمارة على 23 سؤالاً، وقد قسمت إلى جزئيين أساسيين هما كما يلي:
- الجزء الأول: تضمن الأسئلة المتعلقة بالبيانات الشخصية وتتمثل في: المؤهل العلمي، التخصص، الخبرة المهنية، المسمى الوظيفي؛

- الجزء الثاني: تضمن هذا الجزء على محورين أساسيين هما كما يلي:
- المحور الأول: تضمن العبارات الخاصة بالمتغير المستقل محددات حوكمة الشركات وتضمن 14 عبارة موزعة على محورين فرعيين وهما كما يلي:
 - ✓ المحددات الداخلية لحوكمة الشركات وشملت 8 عبارات؛
 - ✓ المحددات الخارجية لحوكمة الشركات وشملت 6 عبارات.
 - المحور الثاني: تضمن هذا المحور العبارات الخاصة بالمتغير التابع، تعزيز المسؤولية الاجتماعية في الشركات وقد تضمنت 9 عبارات.
- ولتحويل إجابات عينة الدراسة إلى بيانات كمية تم استخدام مقياس ليكارت الخماسي لكونه أكثر تعبيرا وتنوعا وباعتباره يعطي مجالات أوسع للإجابة ويمكن توضيح الدرجات الخمس للموافقة في الجدول الآتي رقم (02):

الجدول رقم (02): مقياس الاستبيان.

الاجابات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1

المصدر: من الباحثين بناء على معارف سابقة.

ويمكن التحقق من ثبات الاستبيان من خلال حساب معامل ألفا كرونباخ Cronbach Alpha وتتراوح قيمة هذا المعامل ما بين 0 و 1، لتكون أصغر قيمة مقبولة لمعامل ألفا كرونباخ هي 0.6 فكانت النتائج مبينة في الجدول الآتي رقم (03):

الجدول رقم (03): نتائج اختبار معامل الثبات (ألفا كرونباخ).

معامل الثبات	أجزاء الاستبيان
0.914	محددات حوكمة الشركات
0.867	المحددات الداخلية
0.825	المحددات الخارجية
0.838	المسؤولية الاجتماعية
0.939	جميع المحاور

المصدر: من إعداد الباحثين وفقا لنتائج برنامج التحليل الإحصائي Spss v20. (الملحق رقم 02)

من خلال الجدول رقم (03) اتضح أن معامل الثبات لمحاور الاستبانة بلغ 93.9%، وهي قيمة مقبولة، وكذلك بالنسبة لمحوري الدراسة كان 91.4% للمتغير المستقل، وبلغ 83.8% للمتغير التابع.

3- عرض نتائج الدراسة

3-1- خصائص عينة الدراسة

يمكن توضيح الخصائص العامة لعينة الدراسة من خلال الجدول الموالي رقم (04):

الجدول رقم (04): التحليل الوصفي لخصائص عينة الدراسة

النسبة المئوية %	التكرار	البيان	خصائص العينة
28.1	9	ليسانس	المؤهل العلمي
31.3	10	ماستر	
40.6	13	أخرى	
25	8	محاسبة	التخصص
15.6	10	مالية	
31.3	5	إدارة أعمال	
28.1	9	أخرى	
18.8	6	أقل من 5 سنوات	الخبرة المهنية
43.8	14	من 5 إلى 10 سنوات	
37.5	12	أكثر من 10 سنوات	
34.4	11	عضو مجلس الإدارة	المسمى الوظيفي
25	8	محاسب	
15.6	5	مراجع داخلي	
3.1	1	مراقب مالي	
21.9	7	مدير قسم أو مصلحة	
100	32		المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين وفقا لنتائج برنامج التحليل الإحصائي Spss v20.

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن غالبية أفراد العينة حاملو شهادات مختلفة وتمثلت في حاملي شهادات التكوين المهني والتمهين، شهادات دراسات عليا بين الماجستير والدكتوراه، وذلك بنسبة 40.6%، وفيما يخص التخصص فكان غالبية تخصص العينة إدارة أعمال بنسبة 31.3%، وبالنسبة للخبرة المهنية كانت نسبة 43.8% هي للعاملين ذو الخبرة المهنية بين 5 و 10 سنوات، في حين كانت غالبية أفراد عينة الدراسة أعضاء مجلس الإدارة في الشركة بنسبة 34.4%.

3-2- عرض وتحليل نتائج متغيرات الدراسة

يمكن عرض وتحليل نتائج متغيرات الدراسة من خلال المؤشرات الإحصائية لمحاور الاستمارة كما

يلي في الجدول رقم (05):

الجدول رقم (05): المؤشرات الإحصائية لمحاور الاستمارة.

الرتبة	التحقق درجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبرة
2	عالية جدا	0.718	4.53	1 يتم توزيع السلطة داخل الشركة على أساس الخبرة والكفاءة المهنية
8	عالية	0.995	4.09	2 يتم اتخاذ القرارات بطريقة مدروسة ودقيقة
6	عالية جدا	0.975	4.22	3 يسود العمل داخل المؤسسة بالالتزام بالمعايير الأخلاقية في ممارسة الأعمال
1	عالية جدا	0.712	4.59	4 يعمل مجلس الإدارة على وضع سياسة تخدم الشركة والأطراف أصحاب المصالح فيها
3	عالية جدا	0.602	4.34	5 توزع التحفيزات ومكافأة العمال وترقيتهم بعدالة داخل المؤسسة
5	عالية جدا	0.880	4.25	6 تلتزم إدارة المؤسسة بتطبيق القوانين والتشريعات أثناء القيام بمهامها
4	عالية جدا	0.607	4.31	7 يقوم المحاسب بدوره دون ضغوط من ذوي المصالح داخل المؤسسة
7	عالية	0.677	4.16	8 يتمتع المراجع الداخلي بالاستقلالية التامة في تنفيذ مهامه وإعداد تقاريره
	عالية جدا	0.528	4.28	المحددات الداخلية
2	عالية جدا	0.792	4.22	1 تسمح القوانين العامة السائدة للمؤسسة بأداء نشاطها بطريقة عادية
5	عالية	0.907	3.88	2 المناخ العام للاستثمار يسمح للمؤسسة بتوسيع نشاطها
4	عالية	1.076	3.94	3 تستطيع المؤسسة الحصول على التمويل بطريقة سهلة
6	عالية	1.128	3.78	4 تتميز بيئة الأعمال التي تنشط فيها المؤسسة بتوفر المؤسسات الخاصة بالمراجعة الخارجية والهيئات الاستشارية
1	عالية جدا	0.911	4.41	5 وجود أجهزة رقابية في محيط المؤسسة وممارسة مهامها بكفاءة
3	عالية	0.869	4.09	6 يتميز مناخ الأعمال العام بوجود منافسة شفافة
	عالية	0.640	4.03	المحددات الخارجية
	عالية	0.54	4.17	المحور الأول: محددات حوكمة الشركات
4	عالية جدا	0.751	4.22	1 تعمل المؤسسة على إظهار صورة مميزة عن نشاطها
5	عالية	0.859	4.19	2 تتمتع المنتجات الخاصة بالمؤسسة بجودة عالية
3	عالية جدا	0.592	4.31	3 تفعل المؤسسة لغة الحوار وتشجع عمل النقابات داخلها
8	عالية	0.884	3.84	4 تلتزم المؤسسة بكل القوانين الخاصة بحماية حقوق العمال
6	عالية	0.856	4.09	5 تعمل المؤسسة على الحد من اسراف الطاقة والمحافظة عليها
1	عالية جدا	0.567	4.53	6 تحتم المؤسسة بالجانب البيئي من خلال اقتناء تجهيزات تحم من التلوث
2	عالية جدا	0.609	4.38	7 تتوافق أهداف المؤسسة مع قيم وأخلاق المجتمع
9	عالية	1.128	3.78	8 تراعي المؤسسة أخلاقيا أصحاب المصالح فيها وأخلاقيات الإدارة في ممارسة نشاطها
7	عالية	1.078	4.00	9 تسعى المؤسسة الى الانضمام للمقاييس العالمية للبيئة (ISO) والمعايير العالمية الاجتماعية
	عالية	0.487	4.10	المحور الثاني: المسؤولية الاجتماعية

المصدر: من إعداد الباحثين وفقا لنتائج برنامج التحليل الإحصائي Spss v20.

من خلال الجدول رقم (05) يتضح أن:

- درجة استجابة أفراد العينة للمحور الفرعي الخاص بالمحددات الداخلية لحوكمة الشركات عالية جدا بمتوسط حسابي 4.28 وانحراف معياري 0.528، وقد كانت أغلب عبارات (06 عبارات من بين 08 عبارات) درجة تحققها عالية جدا، وقد كانت العبارة رقم (04): " يعمل مجلس الإدارة على وضع سياسة تخدم الشركة والأطراف أصحاب المصالح فيها " هي الأعلى تحقفا بمتوسط حسابي قدره 4.59؛

- درجة تحقق المحور الفرعي الخاص بالمحددات الخارجية لحوكمة الشركات عالية حيث بلغ متوسطها الحسابي 4.03 وانحراف معياري قدره ب 0.640، وكانت استجابات أفراد العينة بالنسبة للعبارتين رقم (05) ورقم (01) درجتى تحققهما عالية جدا، أن حسب رأي أفراد العينة فإن: " وجود أجهزة رقابية في محيط المؤسسة وممارسة مهامها بكفاءة "، إضافة إلى " تسمح القوانين العامة السائدة للمؤسسة بأداء نشاطها بطريقة عادية "؛

- ومن خلال استجابات أفراد العينة للمحاور الفرعية السابقة كانت درجة تحقق المحور المستقل (محددات لحوكمة الشركات) عالية بمتوسط حسابي بلغ 4.17 وانحراف معياري منخفض بلغ 0.54، وعليه فإن محددات الحوكمة الداخلية والخارجية تعمل بشكل فعال داخل الشركة، وخاصة المحددات الداخلية التي كانت درجة تحققها عالية جدا مقارنة بالمحددات الخارجية؛

- في حين استجابات أفراد العينة حول عبارات محور المتغير التابع (تعزيز المسؤولية الاجتماعية) كانت عالية، وكانت درجة تحقق عباراتها بين عالية وعالية جدا، حيث بلغ المتوسط الحسابي 4.10 وانحراف معياري 0.487، حيث كانت العبارة رقم (06): " تهتم المؤسسة بالجانب البيئي من خلال اقتناء تجهيزات تحد من التلوث" درجة تحققها عالية جدا بمتوسط حسابي 4.53 وانحراف معياري 0.567.

4- تحليل النتائج

من خلال تفرغ استجابات أفراد عينة الدراسة وتحليلها ضمن برنامج Spss v20، يمكن عرض فرضيات الدراسة واختبار صحتها من عدمه من خلال ما يلي:

- **الفرضية الرئيسية:** تهدف الفرضية الرئيسية إلى معرفة مدى وجود علاقة وتأثير لمحددات حوكمة الشركات في تعزيز المسؤولية الاجتماعية أو عدمها، وتنص الفرضية الرئيسية على:

- **الفرضية العدمية:** تنص على " لا يوجد تأثير وعلاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين محددات حوكمة الشركات وتعزيز المسؤولية الاجتماعية في شركة اسمنت تبسة".
- **الفرضية البديلة:** تنص على " يوجد تأثير وعلاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين محددات حوكمة الشركات وتعزيز المسؤولية الاجتماعية في شركة اسمنت تبسة".

وتتدرج ضمن الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية الآتية:

- **الفرضية الفرعية الأولى:** تهدف لمعرفة مدى تأثير المحددات الداخلية لحوكمة الشركات وتعزيز المسؤولية الاجتماعية من عدمها وتنص على:

- الفرضية العدمية: تنص على "لا يوجد تأثير وعلاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين المحددات الداخلية لحوكمة الشركات وتعزيز المسؤولية الاجتماعية في شركة اسمنت تبسة".
- الفرضية البديلة: تنص على " يوجد تأثير وعلاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين المحددات الداخلية لحوكمة الشركات وتعزيز المسؤولية الاجتماعية في شركة اسمنت تبسة".
- الفرضية الفرعية الثانية: تهدف لمعرفة مدى تأثير المحددات الخارجية لحوكمة الشركات وتعزيز المسؤولية الاجتماعية من عدمها وتنص على:

- الفرضية العدمية: تنص على "لا يوجد تأثير وعلاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين المحددات الخارجية لحوكمة الشركات وتعزيز المسؤولية الاجتماعية في شركة اسمنت تبسة".
 - الفرضية البديلة: تنص على " يوجد تأثير وعلاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين المحددات الخارجية لحوكمة الشركات وتعزيز المسؤولية الاجتماعية في شركة اسمنت تبسة".
- 4-1- اختبار الفرضيات بواسطة تحليل تباين خط الانحدار

يستخدم الانحدار الخطي البسيط لتحديد العلاقة بين المتغيرين التابع والمستقل، وفيما يلي الجدول رقم (06) يمثل تحليل تباين خط الانحدار لفرضيات الدراسة، أي معرفة مدى تأثير محددات الحوكمة عموماً، وكل محدد على حدى على المتغير التابع المتمثل في تعزيز المسؤولية الاجتماعية:

الجدول رقم (06): تحليل تباين خط الانحدار لفرضيات الدراسة.

المتغير التابع	المتغير المستقل	ثابت الانحدار b	معامل الانحدار a	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	قيمة t المحسوبة	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة sig
المسؤولية الاجتماعية	المحددات الداخلية	1.094	0.705	0.797	0.635	2.634	52.096	0.013
	المحددات الخارجية	0.951	0.753	0.856	0.732	2.741	82.068	0.010
	محددات حوكمة الشركات	1.376	0.642	0.790	0.624	3.567	49.724	0.001

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج التحليل الإحصائي Spss v20. (الملحق رقم 03)
يتضح من الجدول أعلاه ما يلي:

- وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين المحددات الداخلية لحوكمة الشركات والمسؤولية الاجتماعية حيث بلغ معامل الارتباط 79.7 % وهو ارتباط موجب قوي، كما بلغ معامل التحديد 0.635 أي أن المحددات الداخلية لحوكمة الشركات تؤثر على ما قيمته 63.5% على تطبيق المسؤولية الاجتماعية، وبلغت قيمة t 2.634 عند مستوى الدلالة Sig=0.013 وهو أدنى من مستوى المعنوية ($\alpha=0.05$)، وعليه تقبل الفرضية البديلة: " يوجد تأثير وعلاقة ذات دلالة

إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين المحددات الداخلية لحوكمة الشركات وتحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة إسمنت تبسة .

- كما يتبين وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) حيث بلغ معامل الارتباط 85.6 % وهو ارتباط موجب قوي بين المحددات الخارجية لحوكمة الشركات وتحقيق المسؤولية الاجتماعية ، وتوضح قيمة t عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد عينة الدراسة في حين بلغ معامل التحديد نسبة 73.2 % وتعبر عن نسبة تأثير المحددات الخارجية لحوكمة الشركات على المسؤولية الاجتماعية ، وقد أظهر اختبار F بأن النموذج بشكل عام ذو دلالة إحصائية، حيث قدر مستوى الدلالة بـ Sig=0.010 وهو أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$). وفقا لهذه النتائج السابقة ترفض الفرضية العدمية وتقبل الفرضية البديلة الآتية: " يوجد تأثير وعلاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين المحددات الخارجية لحوكمة الشركات وتحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة إسمنت تبسة ."

- ومن خلال النتائج السابقة والمعلومات المتوفرة في الجول أعلاه يتضح أن نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي استخدم لتحديد العلاقة بين محددات حوكمة الشركات والمسؤولية الاجتماعية، ويظهر وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) حيث بلغ معامل الارتباط 79 % وهو ارتباط موجب قوي، وتوضح قيمة t عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد عينة الدراسة في حين بلغ معامل التحديد نسبة 62.4 % أي أن محددات حوكمة الشركات تؤثر على ما قيمته 0.624 من المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة محل الدراسة، وقد أظهر اختبار F بأن النموذج بشكل عام ذو دلالة إحصائية، حيث قدر مستوى الدلالة بـ sig= 0.001 وهو أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

ووفقا للنتائج السابقة ترفض الفرضية العدمية وتقبل الفرضية الرئيسية البديلة الآتية: " يوجد تأثير وعلاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين محددات حوكمة الشركات وتحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة إسمنت تبسة ."

ويمكن كتابة العلاقة بين المتغيرين في شكلها الرياضي من خلال المعادلة الخطية للانحدار الخطي كما يلي:

$$Y = 0.642 X + 1.376$$

حيث يمثل Y: المسؤولية الاجتماعية. X : محددات حوكمة الشركات.

4-2- تحليل الانحدار المتعدد والارتباط المتعدد لمتغيرات الدراسة

لتحديد المتغير الأكثر تأثيرا على تحقيق المسؤولية الاجتماعية سيتم اعتماد الانحدار المتعدد والارتباط الثنائي، والجدول الآتي يوضح تحليل الانحدار المتعدد بين المتغيرات المستقلة المتمثلة في

المحددات الداخلية لحوكمة الشركات والمحددات الخارجية لحوكمة الشركات والمتغير التابع المسؤولية الاجتماعية.

الجدول رقم (07): تحليل الانحدار المتعدد للمتغيرات المستقلة والمتغير التابع.

المتغير التابع	المتغير المستقل	ثابت الانحدار b	معامل الانحدار a	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	قيمة t المحسوبة	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة sig
المسؤولية الاجتماعية	المحددات الداخلية	1.024	-0.266	0.860	0.740	2.865	41.179	0.008
	المحددات الخارجية		1.008					

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج التحليل الإحصائي Spss v20. (الملحق رقم 04) يوضح الجدول أعلاه نتائج تحليل الانحدار المتعدد الذي بين وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95%، حيث بلغ معامل الارتباط 86%، بمعامل تحديد قدره 0.860 أي أن التغير في تطبيق المسؤولية الاجتماعية يعود إلى المتغيرات المستقلة سابقة الذكر وأظهر اختبار F بأنه لا توجد فروق معنوية لتأثير المتغيرات المستقلة تطبيق المسؤولية الاجتماعية وهو يدل بأن نموذج الانحدار ذو دلالة إحصائية حيث قدر الدلالة sig= 0.008 وهو أقل من مستوى معنوية (α ≤ 0.05). وعليه يتأكد نتيجة اختبار الفرضية الرئيسية.

ويمكن كتابة العلاقة بين المتغيرات المستقلة (المحددات الداخلية لحوكمة الشركات، والمحددات الخارجية لحوكمة الشركات) والمتغير التابع (المسؤولية الاجتماعية) في شكلها الرياضي من خلال المعادلة الخطية للانحدار المتعدد كما يلي:

$$Y = 1.024 + (-0.266 X_1 + 1.008 X_2)$$

حيث يمثل Y: المسؤولية الاجتماعية، X₁: المحددات الداخلية، X₂: المحددات الخارجية أثبت الانحدار المتعدد وجود علاقة تأثير بين المتغيرات المستقلة (محددات حوكمة الشركات) المسؤولية الاجتماعية، ولتحديد المتغير الأكثر تأثير سيتم اعتماد الارتباط الثنائي كما هو مبين في الجدول الآتي رقم (08):

الجدول رقم (08): مصفوفة الارتباط الثنائي بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع.

المتغيرات	المحددات الداخلية	المحددات الخارجية	المسؤولية الاجتماعية
المحددات الداخلية	1	0.959	0.797
المحددات الخارجية		1	0.856
المسؤولية الاجتماعية			1

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج التحليل الإحصائي Spss v20. (الملحق رقم 05)
يوضح الجدول أعلاه الارتباط الثنائي للمتغيرات المستقلة المتمثلة في محددات حوكمة الشركات،
ليؤكد أن المحددات الخارجية لحوكمة الشركات لها الارتباط والتأثير الأكبر على تحقيق المسؤولية
الاجتماعية في المؤسسة محل الدراسة وذلك بمعدل ارتباط قدره 85.6%، لذا لا بد من التركيز على العمل
على تفعيل المحددات الخارجية والالتزام بها بشركة إسمنت تبسة.

خاتمة

تعد حوكمة الشركات وسيلة تمكن المجتمع من التأكد من حسن إدارة الشركات بطريقة تحمي أموال
المستثمرين والمقرضين، وقد تبين الآن أكثر من أي وقت قد مضى أن تبني نظام شفاف وعادل يؤدي
إلى خلق ضمانات ضد الفساد وسوء الإدارة، كما يؤدي إلى تطوير القيم الأخلاقية لاقتصاد السوق
والارتقاء بالأداء البيئي.

حيث تزايد الاهتمام بحوكمة الشركات مثالا للنظام الرقابي الشامل، وكانت محددات الحوكمة
الداخلية والخارجية تسعى لإرساء المسؤولية الاجتماعية للشركات، ونظرا لعلاقة الارتباط بين محددات
الحوكمة وتأثيرها على تعزيز المسؤولية الاجتماعية، وك محاولة لمعرفة مدى تأثير هذه المحددات على
المسؤولية الاجتماعية، تمت معالجة هذا الموضوع من خلال عرض الجوانب النظرية المتعلقة بمتغيرات
الدراسة، والدراسة التطبيقية التي جاءت كتكملة للجانب النظري على أرض الواقع وقد تم التوصل إلى
النتائج التالية:

- إن وضع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات حيز التطبيق يسمح لهذه الأخيرة بتحديد استراتيجية جديدة؛
 - فرضت البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة إعادة النظر في الدور الاجتماعي في ظل المتغيرات الحديثة
وهذا أدى بالمؤسسة إلى التعاون الاقتصادي والاجتماعي؛
 - محددات الحوكمة الداخلية والخارجية هي عبارة عن أنظمة رقابية تتعاون فيما بينها لتحقيق الأهداف
الاقتصادية، القانونية، البيئية والأخلاقية للمؤسسة؛
 - تعد الحوكمة أحد الآليات التي تعمل على تفعيل أبعاد المسؤولية الاجتماعية من أجل خلق قيمة
مضافة في المؤسسة، وذلك بتطبيق المبادئ المنصوص عليها؛
 - في شركة اسمنت تبسة يتميز كل من مجلس الإدارة، المراجع الداخلي، المراقب المالي بالاستقلالية في
أداء المهام؛
 - تمثل حوكمة الشركات في شركة اسمنت تبسة نظاما رقابيا فعالا لحماية مصالح الأطراف التابعة
للشركة؛
- ومن خلال اختبار الفرضيات التي ثبت صحتها تبين أن:

- تؤثر الحوكمة تأثيراً إيجابياً على أبعاد المسؤولية الاجتماعية، وهذا ما لمسناه من خلال اختبار فرضيات الدراسة؛
- يعتبر مبدأ ضمان وجود أساس لإطار فعال لحوكمة الشركات الأكثر تأثيراً على المسؤولية الاجتماعية. من خلال ما تم عرضه يمكن عرض جملة من توصيات:
- إعداد برامج توعية للمسيري الشركات بضرورة الالتزام بأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية؛
- ربط العلاقة بين المؤسسات الاقتصادية والقطاع الحكومي على وضع خطة استراتيجية من شأنها تطبيق المسؤولية الاجتماعية وتحديد نمط أداءها؛
- تشديد عملية المراقبة على تطبيق المسؤولية الاجتماعية من شأنها تعزيز ملكية الشركات.

قائمة المراجع

- 1- أحمد منير النجار، البعد المصرفي في حوكمة الشركات، اتحاد المصارف الكويتية، مارس 2007، العدد 04.
- 2- بليزك عبد الحليم، السعيد بريكة، العلاقة بين الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية ودورها في تحقيق القدرة التنافسية للشركات، مجلة الاقتصاد الصناعي، 2017، العدد 13.
- 3- بن الزاوي عبد الرزاق، مسعودي جميلة، دور تطبيق مبادئ الحوكمة في تفعيل أبعاد المسؤولية الاجتماعية-دراسة حالة شركة سيفيتال، مجلة الاقتصاد الصناعي، 2017، العدد 12(03).
- 4- علاء جميل، دور اليات حوكمة الشركات في الرقابة على تكاليف المسؤولية الاجتماعية-دراسة تطبيقية على عينة من المصارف العراقية الخاصة، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، 2015، المجلد 17، العدد 01.
- 5- غردي محمد، دور مبادئ وأسس الحوكمة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية، مجلة الاقتصاد الجديد، 2013.
- 6- محمد حسن يوسف، محددات الحوكمة ومعاييرها مع إشارة خاصة لنمط تطبيقها في مصر، دراسات بنك الاستثمار القومي، 2007.

الملحق رقم (02): اختبار ألفا كرونباخ.

المحددات الداخلية		محددات حوكمة الشركات		الاستمارة	
Statistiques de fiabilité		Statistiques de fiabilité		Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments	Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments	Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,867	8	,914	14	,939	23
المسؤولية الاجتماعية			المحددات الخارجية		
Statistiques de fiabilité		Statistiques de fiabilité		Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments	Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments	Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,838	9			,825	6

الملحق رقم (03): تحليل الانحدار الخطي لفرضيات الدراسة.

الفرضية الفرعية الثانية					الفرضية الفرعية الأولى						
Récapitulatif des modèles					Récapitulatif des modèles						
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation		
1	,856 ^a	,732	,723	,254	1	,797 ^a	,635	,622	,297		
a. Valeurs prédites : (constantes), المحددات الخارجية					a. Valeurs prédites : (constantes), المحددات الداخلية						
ANOVA ^a					ANOVA ^a						
Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.	Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1	5,311	1	5,311	82,068	,000 ^b	1	4,603	1	4,603	52,096	,000 ^b
Régression	1,942	30	,065			Régression	2,650	30	,088		
Résidu	7,253	31				Résidu	7,253	31			
Total						Total					
a. Variable dépendante : الاجتماعية المسؤولة					b. Variable dépendante : الاجتماعية المسؤولة						
Coefficients ^a					Coefficients ^a						
Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard					A	Erreur standard			
1	,951	,347		2,741	,010	1	1,094	,416		2,634	,013
(Constante)	,753	,083	,856	9,059	,000	1	,705	,098	,797	7,218	,000
a. Variable dépendante : الاجتماعية المسؤولة					a. Variable dépendante : الاجتماعية المسؤولة						
الفرضية الرئسية											
Récapitulatif des modèles											
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation							
1	,790 ^a	,624	,611	,302							
a. Valeurs prédites : (constantes), المحددات الحوكمة											
ANOVA ^a											
Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.						
1	4,524	1	4,524	49,724	,000 ^b						
Régression	2,729	30	,091								
Résidu	7,253	31									
Total											
a. Variable dépendante : الاجتماعية المسؤولة											
Coefficients ^a											
Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.						
	A	Erreur standard				Bêta					
1	1,376	,386		3,567	,001						
(Constante)	,642	,091	,790	7,051	,000						
a. Variable dépendante : الاجتماعية المسؤولة											

الملحق رقم (04): الانحدار الثنائي.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,860 ^a	,740	,722	,255

a. Valeurs prédites : (constantes), الداخلية_المحددات, الخارجية_المحددات

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	5,364	2	2,682	41,179	,000 ^b
1 Résidu	1,889	29	,065		
Total	7,253	31			

a. Variable dépendante : الاجتماعية_المسؤولية

b. Valeurs prédites : (constantes), الداخلية_المحددات, الخارجية_المحددات

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	1,024	,357		2,865	,008
1 الداخلية_المحددات	-,266	,296	-,301	-,900	,376
1 الخارجية_المحددات	1,008	,295	1,145	3,419	,002

a. Variable dépendante : الاجتماعية_المسؤولية

الملحق رقم (05): مصفوفة الارتباط.

Corrélations

		الحوكمة محددات	الداخلية المحددات	الخارجية المحددات	الاجتماعية المسؤولية
الحوكمة_محددات	Corrélacion de Pearson	1	,847**	,899**	,790**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000
	N	32	32	32	32
الداخلية_المحددات	Corrélacion de Pearson	,847**	1	,959**	,797**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000
	N	32	32	32	32
الخارجية_المحددات	Corrélacion de Pearson	,899**	,959**	1	,856**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000
	N	32	32	32	32
الاجتماعية_المسؤولية	Corrélacion de Pearson	,790**	,797**	,856**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	
	N	32	32	32	32

** La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الملحق رقم (01): استمارة الاستبيان.

السادة المحترمون

تحية طيبة وبعد

أرجو الإجابة عن عبارات الاستمارة المالية والمتعلقة بالدراسة المتعلقة باختبار أثر محددات حوكمة الشركات على المسؤولية الاجتماعية، وذلك كدراسة ميدانية على مستوى مؤسسة إسمنت تبسة.

لذا نرجو من سيادتكم التكرم بالمساعدة في إتمام هذه الدراسة عن طريق الإجابة على الأسئلة التي تتضمنها الاستمارة المرفقة، علماً أن إجاباتكم لن يطلع عليها أحد وسوف تستخدم لغايات البحث العلمي فقط.

مع خالص الشكر على حسن تعاونكم.

الباحثين

يرجى التكرم بالإجابة عن جميع الأسئلة المطروحة في المكان المخصص بوضع علامة (x).

أولاً: البيانات الشخصية:

1. المؤهل العلمي: ليسانس
 2. التخصص: محاسبة
 3. الخبرة المهنية: أقل من 5 سنوات
 4. المسمى الوظيفي: عضو مجلس إدارة
- أخرى: ماستر
إدارة أعمال
مالية
مراجع داخلي
مراقب مالي
أخرى
- أكثر من 10 سنوات
مدير قسم أو مصلحة
محاسب

ثانياً: محاور الإستمارة

المحور الأول: محددات حوكمة الشركات					
1. المحددات الداخلية					
رقم	العبارة	موافق تماماً	موافق	محايد	غير موافق تماماً
1	يتم توزيع السلطة داخل الشركة على أساس الخبرة والكفاءة المهنية				
2	يتم اتخاذ القرارات بطريقة مدروسة ودقيقة				
3	يسود العمل داخل المؤسسة بالالتزام بالمعايير الأخلاقية في ممارسة الأعمال				
4	يعمل مجلس الإدارة على وضع سياسة تخدم الشركة والأطراف أصحاب المصالح فيها				
5	توزع التحفيزات ومكافأة العمال وترقيتهم بعدالة داخل المؤسسة				
6	تلتزم إدارة المؤسسة بتطبيق القوانين والتشريعات أثناء القيام بمهامها				
7	يقوم المحاسب بدوره دون ضغوط من ذوي المصالح داخل المؤسسة				
8	يتمتع المراجع الداخلي بالاستقلالية التامة في تنفيذ مهامه وإعداد تقاريره				
2. المحددات الخارجية					
رقم	العبارة	موافق تماماً	موافق	محايد	غير موافق تماماً
1	تسمح القوانين العامة السائدة للمؤسسة بأداء نشاطها بطريقة عادية				
2	المناخ العام للاستثمار يسمح للمؤسسة بتوسيع نشاطها				
3	تسطيع المؤسسة الحصول على التمويل بطريقة سهلة				
4	تتميز بيئة الأعمال التي تنشط فيها المؤسسة بتوفر المؤسسات الخاصة بالمراجعة الخارجية والهيئات الاستشارية				
5	وجود أجهزة رقابية في محيط المؤسسة وممارسة مهامها بكفاءة				
6	يتميز مناخ الأعمال العام بوجود منافسة شديدة				
المحور الثاني: المسؤولية الاجتماعية					
رقم	العبارة	موافق تماماً	موافق	محايد	غير موافق تماماً
1	تعمل المؤسسة على إظهار صورة مميزة عن نشاطها				
2	تتمتع المنتجات الخاصة بالمؤسسة بجودة عالية				
3	تفعل المؤسسة لغة الحوار وتشجع عمل النقابات داخلها				
4	تلتزم المؤسسة بكل القوانين الخاصة بحماية حقوق العمال				
5	تعمل المؤسسة على الحد من اسراف الطاقة والمحافظة عليها				
6	تهتم المؤسسة بالجانب البيئي من خلال اقتناء تجهيزات تحد من التلوث				
7	تتوافق أهداف المؤسسة مع قيم وأخلاق المجتمع				
8	تراعي المؤسسة أخلاقياً أصحاب المصالح فيها وأخلاقيات الإدارة في ممارسة نشاطها				
9	تسعى المؤسسة الى الانضمام للمقاييس العالمية للبيئة (ISO) والمعايير العالمية الاجتماعية				

"التدقيق الاجتماعي كآلية لتفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة"

Social auditing as a mechanism for activating social responsibility in the enterprise

أ. بن يمينة فاطيمة الزهراء
جامعة سعيدة

د. بن يمينة خيرة.
المركز الجامعي عين تموشنت

الملخص:

لقد تطور مفهوم التدقيق الاجتماعي جعله يتوسع إلى الاهتمامات المطروحة حاليا مثل إدارة المخاطر الاجتماعية، نظرية الكفاءات والمعارف والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، وفي هذا المجال الأخير ما يمكن أن يسهم به التدقيق الاجتماعي في تطور مستمر و على مستوى مختلف المجالات مثل، نوعية المعلومات المقدمة، الفعالية، التحكم في التكاليف و تنمية الاختيارات الإستراتيجية لمجموع الأطراف ذات المصلحة... الخ. حتى أصبح وسيلة قيادية ضرورية وإستراتيجية يسمح بتطوير التطبيقات الجيدة لمبادئ المسؤولية الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، التدقيق الاجتماعي، عراقيل التطبيق.

RESUME :

Le développement du concept de l'audit social a contribué pour que son champ d'action et devenu plus large en touchant des problématiques contemporaines comme la Gestion des risques sociaux, la gestion des connaissances et des compétences et la responsabilité social des entreprises. Dans ce dernier les apports de l'audit social se déclinent à différents niveaux comme la qualité de l'information, l'efficacité, maîtrise des coûts et amélioration des choix stratégiques pour l'ensemble des parties prenantesect. L'audit social constitue un outil de pilotage indispensable et stratégique permettant à développer les bonnes pratiques de la responsabilité sociale des entreprises.

Mots-clés: responsabilité sociale, audit social, obstacles à la mise en œuvre

مقدمة

لقد أصبحت بيئة المؤسسة اليوم تتميز بالدينامكية و التعقيد نظرا لعدة تغيرات مستمرة و سريعة، مما حتم على المؤسسات تغيير أهدافها المتمثلة فقط في تحقيق الأرباح و النظر إلى توجهات إستراتيجية أخرى كالتركيز على الدور الاجتماعي و محاولة تحسين العلاقة مع جميع المتعاملين و هو ما أطلق عليه الباحثين بالمسؤولية الاجتماعية حيث تعتبر كأسلوب استراتيجي يساهم في تحسين الميزة التنافسية و خلق قيمة مضافة إلى المؤسسة .

من اجل تحقيق ذلك و مواجهة التغيرات السريعة التي تحدث، لابد من وضع بين أيدي المسيرين وسيلة فعالة و موضوعية لتقييم و تقدير الوضعية الاجتماعية تتمثل في التدقيق الاجتماعي و التي بإمكانها أن تكون كدعامة لهم من خلال تقديم التوصيات و اتخاذ الإجراءات التصحيحية اللازمة لمعالجة الوضعيات في الوقت المناسب، و لما لا تكون كوسيلة تنبؤ و اندماج استراتيجي.

و عليه يمكننا طرح الإشكالية التالية:

كيف يسهم التدقيق الاجتماعي في تبني المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الجزائرية؟

الدراسات السابقة:

- دراسة (سكاك مراد، 2001) بعنوان: "التدقيق الاجتماعي كمنهج علمي تطبيقي واستراتيجي في تحسين أداء الموارد البشرية" ، الهدف من وراء هذه المقالة هو إبراز مدى أهمية التدقيق الاجتماعي كوسيلة تطبيقية، إستراتيجية و علمية في التحكم في مجال جد خاص من مجالات التسيير و الذي يتميز على وجه الخصوص بالطابع النوعي للمعلومات، ألا هو مجال تسيير الموارد البشرية.
- بالفعل و من اجل مواجهة التغيرات السريعة التي تحدث في هذا الميدان بنجاح ، لابد من وضع بين أيدي المسيرين وسيلة فعالة و موضوعية لتقييم و تقدير الوضعية الاجتماعية و التي بإمكانها أن تكون كدعامة لهم من خلال تقديم التوصيات و اتخاذ الإجراءات التصحيحية اللازمة لمعالجة الوضعيات في الوقت المناسب. و لما لا تكون كوسيلة تنبؤ و اندماج استراتيجي.
- دراسة (حمو ، 2001) بحث بعنوان: "مدقق الحسابات والمسؤولية الاجتماعية" ، يتحدث عن المسؤولية الاجتماعية لمدقق الحسابات الذي يدقق حسابات فروع الشركات متعددة الجنسية في بلاده ، والتي تفرض عليه ضرورة مراعاة مصالح وطنه اذا تعارضت مع مصلحة الشركة متعددة الجنسية ، فالمدقق عين تبحث عن الحقيقه وليس حارسا لأموال الشركة، وهذا تجسيد لمسؤوليته الاجتماعية.

أن هذا البحث قد أقتصر على جانب من المسؤولية الاجتماعية للمدقق ، والجانب الآخر الذي تتعرض له هذه الدراسة وهو قيام المدقق بفحص الاداء الاجتماعي والمسؤولية الاجتماعية لعملائه ، وتقديم التقارير عن ذلك لجهات محددته تعنى بتلقي مثل هذه التقارير .

- دراسة (سكاك مراد، 2009) بعنوان "دور التدقيق الاجتماعي في إطار الحوكمة المسؤولة اجتماعيا في ظل الانفتاح الخارجي" هدفت الدراسة الى دور التدقيق الاجتماعي في تحسين اداء المؤسسة في ظل المتغيرات البيئية الراهنة ، وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج اهمها ان التدقيق الاجتماعي يعتبر وسيلة قيادية و استراتيجية للطرف ذات المصالح و يساهم في تطوير التطبيقات الخاصة بالحوكمة الجيدة و قيادة المؤسسة نحو الكفاءة و الفعالية .

- دراسة (مجيد الشرع، 2009) بعنوان "معطيات التدقيق الخارجي عن المسؤولية الاجتماعية للمنظمات الهادفة للربح حيث وضحت الدراسة أن مهمة التدقيق التأكد من الأنشطة غير المالية ذات التأثير المباشر وغير المباشر على نشاط المؤسسة وهو ما يعبر عنه بالمسؤولية الاجتماعية لهذه المؤسسة وتبرز أهمية هذا التأثير في المؤسسات الهادفة للربح وهذا يعني اعطاء التدقيق عن المسؤولية الاجتماعية أهمية خاصة. وقد اتضح من نتائج الدراسة أن المؤسسات الهادفة للربح لا بد وأن تضع في عين الاعتبار أنها منظمات ذات نفع اجتماعي يقترن بالمنافع الاقتصادية لذلك عليها أن تستثمر أموالها في نشاطات ذات نفع اجتماعي حيث يؤدي ذلك على تنمية المجتمع من خلال تنمية الثروة واستغلالها إلى سلسلة من النشاطات التي تنعكس على رفاهية المجتمع . وبناء على ذلك فإن دور مدقق الحسابات يأتي كمحور فاعل في تشخيص أداء تلك المؤسسات ومدى استجابتها لمتطلبات المجتمع ومعنى ذلك تبدأ فكرة عمل المؤسسات المعنية في ضوء احتياجات المجتمع.

أهمية البحث:

- الزامية الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الجزائرية كبقية الاهداف.
- التأكيد للمؤسسات الجزائرية و للمدققين أنه هناك وسيلة تشخيص استراتيجية تتمثل في التدقيق الاجتماعي لابد من استغلالها في حل المشكلات و تطوير اداء المؤسسة.
- وضع أمام ادارة المؤسسة الجزائرية توجه استراتيجي يربط بين التدقيق الاجتماعي و المسؤولية الاجتماعية.

أهداف البحث:

الهدف من وراء هذا البحث هو إبراز مدى أهمية التدقيق الاجتماعي كوسيلة تطبيقية، إستراتيجية في إرساء و التحكم في مجال حديث في علوم التسيير وهو المسؤولية الاجتماعية كما يهدف البحث إلى:

- 1- تحديد أهداف التدقيق الاجتماعي و المسؤولية الاجتماعية ،
- 2- دراسة العلاقة بين التدقيق الاجتماعي و المسؤولية الاجتماعية ؛
- 3- التعرف على عراقيل تطبيق آلية التدقيق الاجتماعي في ترسيخ منهج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الجزائرية .

أولاً: مفاهيم عن المسؤولية الاجتماعية

1- تعريف المسؤولية الاجتماعية:

يتضمن مفهوم المسؤولية الاجتماعية بشكل عام دمج الاهتمامات البيئية و الاجتماعية و الاقتصادية في نشاطاتها و تعاملاتها مع أصحاب المصلحة، و هي ممارسات طوعية لا إجبارية، و قد ظهر هذا المفهوم في الأدبيات المتعلقة بمنظمات الأعمال، في الستينات من القرن الماضي، من خلال كتاب (H. Bowen) في 1953: "المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال"، و "مسؤولية المنظمة" لصاحبه (G Goyder) في 1961، و بعدها انتشرت البحوث و الدراسات في هذا المجال و اتسع نطاق المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال (ACAUIER, 2010, p10).

وهناك تعريفات مختلفة للمسؤولية الاجتماعية، سوف نورد بعض التعاريف لبعض الهيئات خاصة الدولية منها كما يلي:

عرف البنك الدولي المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال على أنها: التزام أصحاب النشاطات التجارية للمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد.

كما عرفت الغرفة التجارية العالمية المسؤولية الاجتماعية على أنها: جميع محاولات التي تساهم في تطوع المؤسسات لتحقيق التنمية بسبب اعتبارات أخلاقية واجتماعية، وبالتالي فان المسؤولية الاجتماعية تعتمد على مبادرات رجال الأعمال دون وجود إجراءات ملزمة قانونياً، ولذلك فان المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال الإقناع والتعليم.

كما تعرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية: " المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة " على أنها التزام هذه الأخيرة في المساهمة في التنمية الاقتصادية، مع الحفاظ على البيئة والعمل مع العمال وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع بشكل عام بهدف تحسين جودة الحياة لجميع الأطراف (مؤتمر الأمم المتحدة، ص29).

كذلك التعريف الذي وضعته المنظمة العالمية للمعايرة (ايزو)، فهذه الأخيرة تعتبر المسؤولية الاجتماعية بأنها "ممارسات تقوم بها المؤسسة لتحمل المسؤولية الناجمة عن أثر النشاطات التي تقوم بها

على المجتمع و المحيط لتصبح نشاطاتها منسجمة مع منافع المجتمع و التنمية المستدامة، تركز المسؤولية الاجتماعية على السلوك الأخلاقي، احترام القوانين و الأدوات الحكومية و تدمج مع النشاطات اليومية للمؤسسة" (Michel Capron, 2007,p 10).

أما مواصفة الايزو 26000 عند تعريفها للمسؤولية الاجتماعية، ترى بأن "مسؤولية المؤسسة هي ترجمة لقراراتها و نشاطاتها تجاه المجتمع و البيئة من خلال تبني سلوك شفاف و أخلاقي:

- يسهم في تحقيق التنمية المستدامة بما في ذلك الصحة والرفاه في المجتمع.
- يأخذ في الاعتبار توقعات أصحاب المصالح.
- يحترم القوانين السارية، و يتوافق مع المعايير الدولية.

إذن من خلال التعاريف السابقة يتبين أن المسؤولية الاجتماعية تتضمن نقاط أساسية هي :

- الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية هي القناة التي من خلالها تساهم المؤسسة في تحقيق التنمية المستدامة.
- إن التزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية طوعيا يجعلها محل اعتراف بدورها الايجابي من طرف جميع الأطراف التي تتعامل معها.
- التزام المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية يعتبر أحد العناصر الهامة لبناء استراتيجياتها على المدى البعيد.
- الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية يتطلب تغييرا في نمط التسيير بالمؤسسة يأخذ بعين الاعتبار احتياجات المستهلك.
- تقتضي المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة بان تنشر المعلومات بكل شفافية أمام الأطراف المعنية لتثبت التزامها المستمر بالحماية الاجتماعية.
- المؤسسة الحديثة (التي لها مسؤولية اتجاه مجتمعها) سترتبط بعلاقات عديدة مع أفراد المجتمع(المحيط) الذي تنشط فيه مما يؤهلها للارتقاء لمؤسسة مواطنة (Entreprise citoyenne).
- يتضمن مفهوم المسؤولية الاجتماعية تحمل المؤسسات لكل الآثار السلبية التي يمكن أن تحدثها نشاطاتها على البيئة و المجتمع.
- تهدف سياسات و برامج المسؤولية الاجتماعية إلى تحقيق منافع ذات طابع اجتماعي.
- تتمثل أسس و ركائز المسؤولية الاجتماعية في: احترام أخلاقيات الأعمال، احترام القوانين و اللوائح الحكومية.

2- أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة:

تتضمن المسؤولية الاجتماعية أبعاد متعددة العناصر نورد أهمها كما يلي:

- أ- البعد الاقتصادي: يهدف هذا البعد إلى تحقيق:
- منع الاحتكار و عدم الإضرار بالمستهلكين.

- احترام قواعد المنافسة وعدم إلحاق الضرر بالمنافسين.
- استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي، وتسخيره في معالجة الأضرار التي تلحق بالمجتمع والبيئة.

ب- **البعد القانوني:** يهدف هذا البعد إلى تحقيق:

- حماية المستهلك من المواد الضارة و منع التلوث بثتى أنواعه.
- صيانة الموارد و تميتها و التخلص من المنتجات بعد استهلاكها.
- تحسين ظروف و مناخ العمل .

ج- **البعد الاجتماعي:** يهدف هذا البعد إلى تحقيق:

- مراعاة حقوق الإنسان و مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف.
- احترام العادات و التقاليد و مراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك.
- تحسين نوعية المنتجات و الخدمات المقدمة.

ثانيا: مفاهيم عن التدقيق الاجتماعي:

1- تطور مفهوم التدقيق الاجتماعي:

لقد كانت المحاولات الأولى في تقييم الميدان الاجتماعي داخل المؤسسة في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1940، حيث عندما كانت التقارير المالية والمحاسبية تركز فقط على الجوانب المالية والمحاسبية دون الإشارة إلى المعلومات المتعلقة بالأداء في إدارة الموارد البشرية للمؤسسات، ولمواجهة المتطلبات الجديدة أصبح هناك حاجة ماسة للبحث عن طرق تقييم أفضل للأثر الاجتماعي للبرامج الموضوعة.

في الولايات المتحدة أول من أشار إلى هذا المصطلح Howard R Bowen عام 1953 مشيراً أنه " طالما أن المشروع يخضع لمراجعة مالية مستقلة فإنه يجب أن يخضع لمراجعة مستقلة تقيم أدائه من وجهة نظر اجتماعية "

و أعيد استخدام المصطلح عام 1958 من قبل Blum feed الذي ركز على التطبيق العلمي له عن مدى وفاء المؤسسة بمسؤولياتها الاجتماعية اتجاه الأفراد من حيث إشباعهم لحاجاتهم الإنسانية ومدى رضاهم عن العمل، ومنذ ذلك لم يمتد مجال التدقيق الاجتماعي إلي غاية 1962 أين أصبحت المؤسسات تعد قائمة المحاسبة الأخلاقية وفي سنة 1995 تم تأسيس المعهد الدولي للمحاسبة الاجتماعية و الأخلاقية لتنسيق المعلومات والمعرفة حول التطبيقات المتنامية للمراجعة الاجتماعية.

وفي فرنسا خاصة ظهور المراجعة الاجتماعية كان خلال سنة 1977 مع صدور القانون الذي ألزم المؤسسات بتقديم الميزانية الاجتماعية مما جعل العديد منهم يقوم بتخطيط البعد الاجتماعي

وبالموازنة مع ذلك وجد التدقيق الاجتماعي للاهتمام اللائق به، وفي سنة 1982 قام Raymond Vatier بإنشاء المعهد الدولي للتدقيق الاجتماعي في سنة 1964 بدأت بعض البنوك في محاولة تطبيق مبادئ التدقيق في وظيفة تسيير المستخدمين سبقتها إليها شركة رونو عام 1953.

و ابتداء من سنة 1970 بدأت المعاهد في العمل في هذا الميدان و نشأ أول عمل في 1974 و سمي معايير التطبيق المحترف للتدقيق، ثم في سنة 1976 نشأ بفرنسا دليل التدقيق لوظيفة الافراد و كان ظهور المراجعة الاجتماعية سنة 1979 مع صدور القانون الذي ألزم المؤسسات تقديم الميزانية الاجتماعية مما جعل العديد منها يقوم بتخطيط البعد الاجتماعي وفي سنة 1982 تم انشاء المعهد الدولي للتدقيق بعد سنتين من ذلك، أي في سنة 1984 ظهر أول كتاب فرنسي حول الموضوع من طرف كل من vachette et Peretti والذي تناول أهمية وأهداف التدقيق الاجتماعي كمنهج جديد في الفحص والتحقق من تسيير الموارد البشرية خاصة بعد التطور الذي شهده البعد الاجتماعي في المؤسسات وتطور المراجعة في باقي الميادين..

2- مفهوم التدقيق الاجتماعي:

- عملية تقييم منظم ورشيد للمضمون الاجتماعي للبرامج والأنشطة التي تقوم المؤسسة و إعداد التقارير عن تلك النتائج للأطراف المعنية (الصبان، 2003، ص436).
- هو الفحص الانتقادي و الاحترافي للوضعية الاجتماعية من اجل إصدار حولها رأي مسؤول و محايد و مستقل بالرجوع إلى معايير مما يؤدي إلى زيادة الثقة في صحة و سلامة المعلومات وبالتالي أهميتها. (سكاد، 2009، ص12)
- و حسب P.CANDAU يعتبر التدقيق الاجتماعي عملية مستمرة و دائمة لمعاينة الوضعيات داخل المؤسسات للكشف عن نقاط القوة و نقاط الضعف باستعمال منهجية و تشخيص عام للمؤسسة لتقديم التوصيات لتصحيح الوضعيات المشخصة و يعرفه على انه " ذلك المسعى الموضوعي و الاستقرائي من خلال الملاحظة، التحليل ، التقييم و تقديم التوصيات بالاعتماد على منهجية و باستعمال تقنيات تسمح بالكشف عن نقاط القوة و نقاط الضعف بالمقارنة مع المرجعيات المحددة بوضوح ، و مثله مثل التدقيق المالي و المحاسبي يحاول أن يقدر ما مدى إمكانية المؤسسة في التحكم في المشكلات الاجتماعية .لذلك فهو يعتبر وسيلة تسيير وإدارة(Candau, 1985,p51).

من خلال التعاريف السابقة يمكن استخلاص أهم ما جاء فيها:

- هو عمل رسمي تخطط له إدارة المؤسسة العليا.
- عملية تقييم منظم لأداء الموارد البشرية في جميع الوظائف.
- تشجيع الاهتمام بالأنشطة ذات المضمون الاجتماعي.
- يمكن من اكتشاف الانحرافات ومعالجتها قبل تفاقمها.

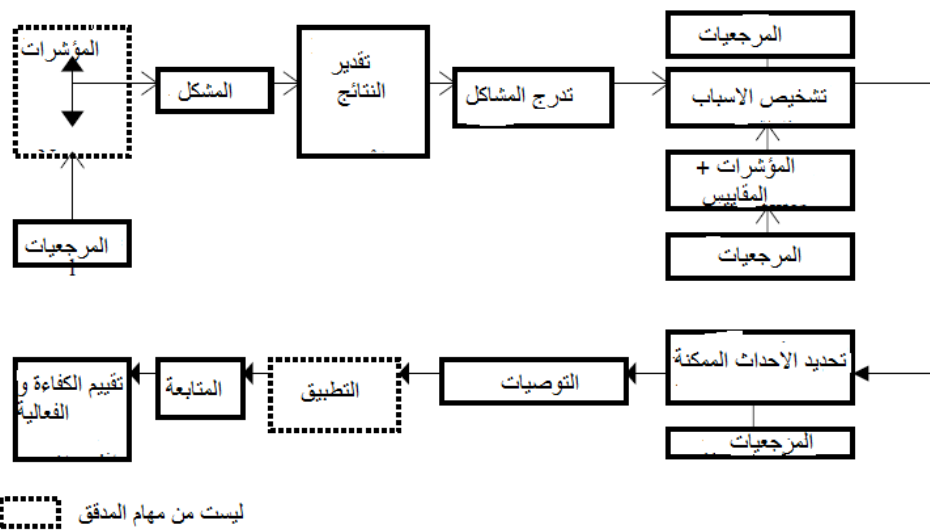
3- أهداف التدقيق الاجتماعي:

- التحكم الأمثل في التكاليف الاجتماعية المباشرة منها و غير مباشرة .
- التنبؤ السريع و في الوقت المناسب بالأخطار لتفادي التعقيدات التي قد تحدث من جراء التأخر في علاجها.
- يستعمل التدقيق كذلك في المفاوضات مع المتعاملين حيث بمجرد اطلاع المفاوض على تقارير التدقيق الاجتماعي بإمكانه أخذ نظرة عن الوضعية الاجتماعية للمؤسسة .
- دراسة الانحرافات و النتائج المترتبة عن بعض القرارات المتعلقة بالمجال الاجتماعي.

4- مراحل التدقيق الاجتماعي:

إن التدقيق الاجتماعي يتناول مجموعة خطوات و تقييم ابتداء من مرجع معين، حيث يتضمن تشخيص يقود إلى وجود توصيات (JORAS,1996,p17). حسب الشكل التالي :

شكل يوضح : خطوات التدقيق الاجتماعي



المصدر : CANDAU P. « Audit social », Edition Vuibert Gestion, Paris, 1985, p68.

وللتوصل إلى النتائج المرضية فيما يخص تحسين و رفع فاعلية و كفاءة أداء المؤسسة لابد أن يتم تشخيص و بحث مستمر لأسباب المشاكل و الانحرافات و تصحيحها و متابعتها، ولكي يتم ذلك بنجاح لابد أن يدمج التدقيق الاجتماعي في الرؤية الإستراتيجية الاجتماعية للمؤسسة والتي تعتبر جزء هام من التخطيط الاستراتيجي الشامل للمؤسسة.

5- التدقيق وقياس الأداء الاجتماعي:

تعتبر عملية القياس المتعلقة بتدقيق الاجتماعي خاصة الأمور التي تتعلق بالموارد البشري من أصعب الأمور و المهام و العمليات، لأنها تتعلق في بعض الأحيان بتحديد وقياس بعض العناصر التي تأخذ الطابع النوعي و الذي يصعب قياسه، لذلك يحاول المدقق التركيز على الأمور الكمية من اجل محاولة إجراء تحاليل يمكن أن تعكس حقائق إلى الواقع المراد دراسته، كذلك محاولة استهداف و تكييف إجراءات لتحليل المعلومات النوعية.

إن عملية التدقيق الاجتماعي تتطلب عملية توضيح لجميع العناصر المكونة للأداء بصفة عامة، حيث أن الإفصاح عن نتائج الأداء الاجتماعي للمؤسسة لم يعد اختيارا مطروحا إنما أصبح أمرا إجباريا حتى بدون وجود نص قانوني ملزم بذلك (علام، 1991، ص16) .

لا يخفى انه هناك صعوبة لقياس الأداء الاجتماعي من عدة جوانب حيث، نظرا لخاصية بعض العناصر النوعية و بعض الآليات غير الواضحة.

يمكن تلخيص بعض أسباب صعوبة قياس الأداء الاجتماعي (Frédérique, 2004, p31) :

- صعوبة تحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية.
 - صعوبة تحديد جميع مؤشرات الأداء الاجتماعي.
 - عدم وجود وحدة مشتركة للقياس.
 - غياب النصوص التشريعية الملزمة للقياس.
 - غياب آليات الإفصاح لنتائج الأداء الاجتماعي.
 - عدم وجود معايير فنية للقياس.
 - عدم مراجعة تلك الأنشطة الاجتماعية دوريا.
 - عدم وجود أسس لإقامة نظام محاسبي لمجالات الأداء الاجتماعي.
- و بالنسبة للموارد البشرية يمكن الاعتماد على الميزانية الاجتماعية لما توفرها من معلومات تفيد في تدقيق وظيفة الموارد البشرية.

حيث تعتبر الميزانية الاجتماعية أداة تساعد المؤسسة على الإحاطة العامة بالوضع الاجتماعية، من خلال ما توفره من معلومات تساعد في تسيير الموارد البشرية.

و تعرف الميزانية الاجتماعية كونها وثيقة تبرر حالة المؤسسة حيث تلخص وفقا لمجموعة محددة مسبقا من المؤشرات البيانات الرقمية المترابطة بمختلف خصائص الموارد البشرية، و ظروف عملهم و معالجة المشاكل لوضع سياسة لتسيير الموارد البشرية (Fabienne, 2003, p 3) .
 إن الميزانية الاجتماعية الفردية أو الخاصة بالعمالة هي وثيقة تحتوي على معلومات شخصية عن المورد البشري المتعلقة ب (Peretti, 1999, p 30) :
 - بالأجر، الحقوق و التعويضات، التعاقد، المزايا الاجتماعية، المسار المهني
 حيث تتكون عناصر الميزانية من 07 عناصر حسب ما يلي :

- العمالة.
- الأجر والأعباء المالية الملحقه.
- ظروف الصحة والسلامة.
- ظروف أخرى للعمل.
- التكوين،
- العلاقات المهنية.
- ظروف حياة أخرى متعلقة بالمؤسسة.

جدول رقم 3: يمثل عناصر الميزانية الاجتماعية

7-ظروف أخرى للعمل	6-العلاقات المهنية	5-التكوين	4-ظروف أخرى للعمل	3-ظروف الصحة والسلامة المهنية	2-الأجر و الأعباء	1-العمالة
المزايا الاجتماعية	ممثلي الأفراد و ممثلي النقابات	التكوين المهني المتواصل	مدة وإدارة وقت العمل	حوادث العمل و الطريق	مبلغ الأجر	العمالة
			محتوى و تنظيم العمل	توزيع حوادث العمل	سلمية الأجر	العمالة الخارجية
	الإعلام و الاتصال	عطل التكوين	الظروف الفيزيائية	الامراض المهنية	طريقة حساب الأجر	التوظيف
			تغير تنظيم العمل	لجنة الصحة و السلامة المهنية	الاعباء الملحقه	الخروج
تكاليف اجتماعية أخرى	مختلف تطبيقات قانون العمل	التمهين	تكاليف تحسين ظروف العمل	تكاليف الصحة والسلامة المهنية و	الاعباء الاجرية الإجمالية	الترقية
			طب العمل			المساهمات المالية للإجراءات
			عمالة غير مؤهلة			
						الغياب

المصدر: du cadre Fabienne benoist, comment faire et présenter son bilan social, édition la lettre territoriale, paris, France, 2003.p102.

حيث من خلال عناصر الميزانية الاجتماعية تستطيع المؤسسة أن تحدد مختلف الانحرافات و المشاكل و الأخطار الاجتماعية التي تحدث و تستطيع معالجتها في الوقت المناسب، كذلك يمكن أن تتنبأ مستقبلا و تقوم بوضع إجراءات وقائية مسبقة من أجل الحد من الأخطار الاجتماعية الممكنة الحدوث و وضع إستراتيجية ملائمة لكي تكون أكثر مسؤولية مع مختلف أفرادها.

كذلك يمكننا أن نوضح في الجدول الموالي مؤشرات الميزانية الاجتماعية و كيفية حسابها :

جدول رقم 4 يوضح : مؤشرات الميزانية الاجتماعية و كيفية حسابها

عناصر الميزانية الاجتماعية	طريقة حساب المؤشر
1- العمالة - هرم الأعمار - معدل دوران العمل الاختياري - معدل التسريح - معدل الغياب - نسبة الترقية	الإجمالي العمالة حسب الفئات الإجمالي الانتقالات/متوسط العمالة الشهرية الإجمالي تسريحات/ متوسط العمالة الشهري الإجمالي ساعات الغياب/ عدد ساعات النظرية للعمل عدد العمالة المراقبة إلى صنف مهني أعلى/ العمالة الدائمة
2- الأجور - متوسط الشهري الخام للأجور - سلمية الأجور	الكتلة الأجرية السنوية/متوسط الشهري للعمالة متوسط أجر أعلى/متوسط أجر الأدنى
3- ظروف الصحة والسلامة المهنية - معدل حوادث العمل - معدل حوادث دون توقف - الأمراض المهنية	عدد الحوادث * 1000000/ عدد ساعات العمل عدد الحوادث دون توقف العمل * 1000000/ عدد ساعات العمل عدد العمالة المصابة بمرض مهني/متوسط العمالة
4- ظروف أخرى للعمل - العمل الليلي - العمل الشاق	عدد العمالة التي في الليل /متوسط العمالة عدد العمالة التي تعمل في ظروف خطيرة /متوسط العمالة
5- التكوين - نسبة الكتلة الأجرية الموجهة للتكوين	إجمالي تكاليف التكوين/ الكتلة الأجرية
6- العلاقات المهنية - شدة النزاعات	إجمالي الساعات الضائعة الناتجة عن الإضراب/ساعات النظرية للعمل

المصدر: Sylvie guererro, les outils de ressources humaines, les savoir-faire essentiels en grh, édition dunod, paris, France, 2004, p191-192.

حيث تحتاج المؤسسة إلى نظام معلومات يخص العناصر الاجتماعية الذي يعمل على استقبال،

تخزين، استرجاع، معالجة، تحليل و بث المعلومات المفيدة المتعلقة أساسا بتسيير الموارد البشرية (Robert, 1995, p154).

وعموما فان نظم معلومات الموارد البشرية تدعم الأنشطة والوظائف الآتية (النجار، 2007، ص100):

- معلومات المسار الوظيفي.
- مراقبة البرامج و السياسات.
- التخطيط لمقابلة احتياجات طالبي العمل.
- إعداد رواتب الموارد البشرية.

- تقارير جداول الرواتب.
- إدامة سجلات دائرة الموارد البشرية.
- تحليل استخدام سجلات الأفراد في عمليات الأعمال.
- دعم الاستقطاب، الاختيار والتعيين.
- الإحلال الوظيفي.
- تقييم الأداء.
- تحليل استحقاقات الموارد البشرية المختلفة من أجور و تعويضات غيرها .
- تطوير برامج تحليل المسار الوظيفي.
- تحديد طرق التطوير.
- التكوين و التقييم.
- مراقبة برامج الصحة، السلامة والأمان في المؤسسة.

بالإضافة إلى ذلك يمكن للمدقق الاجتماعي أن يعتمد على لوحة القيادة الاجتماعية فهي من أهم أدوات التسيير المستعملة في المؤسسة لأغراض جد متعددة وهي تنتشر في كل الأقسام، و تستعمل لقياس الأداء و لمراقبة التسيير الاجتماعي، و تساعد في توفير المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات المناسبة. و تعرف على أنها مجموعة من الأدوات تسمح للمسؤولين بجمع و تقديم المعلومات من اجل ترشيد القرارات الاجتماعية(Martory,2004,p25).

جدول رقم 05: يوضح نموذج للوحة القيادة .

التجمع		الشهر		المؤشرات	
الانحراف	القيم المقترنة	الانحراف	القيم المقترنة	القيم الفعلية	القيم المقترنة
					مؤشرات العمالة أولاً: التوظيف - عدد العمالة - عدد الوظائف الجديدة - عدد التاركين للوظيفة - عدد أيام العمل ثانياً: الأجور - الكلفة الاجرة - الساعات الإضافية/إجمالي الأجور (بالنسبة المئوية) - متوسط الأجر لكل عامل - معدل الترقية. ثالثاً: المناخ الاجتماعي - الغياب - معدل الانتخاب - معدل دوران العمل رابعاً: التكوين - عدد التربصات - تكاليف التكوين . - جهد التكوين خامساً: الصحة و السلامة - عدد حوادث العمل - عدد الأيام الضائعة سادساً: الإنتاجية المورد البشري - رقم الأعمال/إجمالي العمالة. - القيمة المضافة/الأيام المدقوقة - الأجر/ عدد أيام العمل مؤشرات متعلقة بالإدارة - التكلفة الكلية للإدارة - مؤشرات الفعالية

المصدر: Jean-Yves Le Louarn, les tableaux de bord ressources humaines, pilotage de la fonction, édition : 22liaisons, paris, France, 2008, P

إذن تعتبر عملية التدقيق الاجتماعي مهمة جدا في كشف الانحرافات التي تقع في مختلف النشاطات التي تتعلق خاصة بالموارد البشري و مختلف الوظائف التي يشغلها، و تعتمد عملية كشف الانحراف على آليات تحدد هذا الانحراف و حجم تأثيره في المؤسسة، حيث تركز في ذلك على عملية القياس استنادا إلى مجموعة معطيات تكون محددة و مدروسة .

و يشتمل الأداء الاجتماعي على متعاملين آخرين مثل:

- **العملاء:** جميع المستهلكين و المستفيدين من السلع و الخدمات التي تقدمها المؤسسة.
 - **الملاك:** أصحاب رؤوس الأموال من مساهمين.
 - **المجتمع:** الذي تنشط فيه المؤسسة حيث تؤثر و تتأثر به.
- و عن طريق التدقيق الاجتماعي تقوم بفحص الأداء الاجتماعي اتجاه مختلف المتعاملين، بمعنى أن مخرجات المسؤولية الاجتماعية تعتبر كمدخلات للتدقيق الاجتماعي، حيث يتم الكشف عن مدى التزامها اجتماعيا اتجاه جميع المتعاملين و الأطراف.
- فنقوم بفحص البرامج و الأنشطة المتعلقة بمختلف الأفراد، فمثلا:
- من ناحية المستهلكين: تقوم بدراسة مدى تقديم المؤسسة لمنتجات وفق الرغبات، جودة المنتج، سلامة المنتجات، متابعة شكاوي العملاء
- من ناحية الملاك: مراعاة المصالح المشتركة، هل يتم اتفاق في اتخاذ القرار للمصلحة العامة و مصلحة المجتمع ...
- من ناحية المجتمع: فحص الأداء الاجتماعي اتجاه المجتمع، مثلا: فرص التوظيف العادل، دعم الجمعيات، المحافظة على البيئة

ثالثا: عراقيل تطبيق التدقيق الاجتماعي و تبني المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الجزائرية:

- خصوصية الاقتصاد الجزائري المقبل على الانفتاح، و طموح المؤسسات الاقتصادية الجزائرية في البقاء و الصمود وسط البيئة التنافسية خاصة قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الذي يعاني ضعف من الناحية المادية و المالية بحيث لا يأخذ بعين الاعتبار الطرق و المناهج الفعالة مثل التدقيق الاجتماعي، ومعروف عن هذه الأخيرة أن اهتمامها قليل بالمسؤولية الاجتماعية و بممارساتها.
- ضعف الصحة المالية للمؤسسات الاقتصادية يجعلها تركز كل جهودها المالية و المادية و البشرية في سبيل تحسين كفاءتها الاقتصادية و ربحها المادي، متجاهلة بذلك أدائها البيئي و الاجتماعي.
- عدم وجود أنظمة محاسبية تتعلق بقياس الأداء الاجتماعي و الاهتمام بهذا النوع من القياس.
- عدم وجود أجهزة تعنى بالتدقيق الاجتماعي.

- عدم وجود الإطار القانوني المناسب لممارسة هذا النشاط سواء داخل المؤسسة من خلال التدقيق الداخلي الدوري أو الخارجي من خلال إدراج هذا النوع من التدقيق ضمن مهام التدقيق الخارجي الإلزامي والاختياري.
- البحث المستمر من طرف الباحثين والمهنيين من أجل إيجاد المعايير المحددة للأداء.
- قلة الوعي و الإدراك بأهمية المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للمدراء الإستراتيجيون داخل المؤسسات مع غياب خبرتها الفنية و الإدارية في هذا المجال، كذلك غياب ثقافة تنظيمية توضح الإطار العام لنجاح المؤسسة من خلال الالتزام الاجتماعي.
- ضعف التسيير القائم على إشراك جميع الأطراف الفاعلة في تحقيق أهداف المؤسسة.
- عدم الاهتمام بتحسين العلاقات مع أصحاب المصلحة للمؤسسة الاقتصادية.

خاتمة و توصيات:

إن المؤسسة الاقتصادية في الوقت الراهن تواجه الكثير من التحديات و من بين أم السبل لنجاحها و بقاءها هي مراعاة الاعتبارات الاجتماعية، حيث أصبحت القضايا الاجتماعية اليوم تشكل محور أساسي، و على المؤسسات الاقتصادية إذا أرادت البقاء و النمو أن تكون ملتزمة اجتماعيا اتجاه جميع الأطراف داخليا و خارجيا واتجاه المجتمع ككل، هذا يحتم على المؤسسة إتباع عدة سبل لإرساء ذلك و لعل أهمها التدقيق الاجتماعي.

و لكي تتبنى المؤسسات المسؤولية الاجتماعية و انطلاقا من تدقيق اجتماعي فعال نقدم بعض

التوصيات :

- لا بد على المؤسسات الإفصاح بنتائج التدقيق الاجتماعي حتى يتسنى لمتخذي القرار وضع رؤية و إستراتيجية واضحة من خلالها يتم تبني المسؤولية الاجتماعية.
- ضرورة اهتمام المؤسسات بتقييم ادائها في تنفيذ البرامج والانشطة الاجتماعية.
- ضرورة وضع أنظمة محاسبية تتعلق بقياس الأداء الاجتماعي والاهتمام بهذا النوع من القياس.
- العمل على وجود الإطار القانوني المناسب لممارسة هذا النشاط سواء داخل المؤسسة أو من خارجها.
- ضرورة ان يتضمن التقرير السنوي للمدقق مدى تعبير القوائم المالية للمؤسسة عن الاداء الاجتماعي و مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة ومدى وفائها بها.

- الاهتمام بوضع إطار للمعايير الأخلاقية، حيث تقع مسؤوليات جديدة على عاتق المديرين التنفيذيين وأعضاء مجالس الإدارة، بتعليم أفراد المؤسسات كيفية أداء أدوارهم من خلال بث القيم الرفيعة.
- دعم ثقافة الالتزام بالمسؤولية على مستوى المؤسسات الاقتصادية، وذلك بوضعها ضمن أولويات التخطيط الاستراتيجي للمؤسسة، وتوفير الدعم والمساندة التامة من قبل المؤسسات الحكومية تجاه تحقيق التنمية المستدامة بأبعادها الثلاثة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، و تبني مواصفة المسؤولية الاجتماعية.
- ضرورة أن تضع المؤسسات معايير لتقييم أداءها الاجتماعي.
- ضرورة العمل على دعم توجه المؤسسات إلى ممارسة المسؤولية من قبل الغرف التجارية والوزارات المعنية ومساهمة وسائل الإعلام والمتخصصين بنشر ثقافة المسؤولية والرعاية والعمل الاجتماعي والخدمة العامة.
- تحسين العلاقة بين المؤسسة و باقي أصحاب المصلحة المتعاونين معها، و ذلك من خلال خلق حوار مشترك بين الطرفين موضوعه عن أهمية تحقيق المنافع المتبادلة، و تحسينها بشكل مستمر، في سبيل أن تتحسن الذهنية تجاه المؤسسة، و تتكاتف جهود كل الأطراف لتحقيق المصلحة العامة.
- عدم إهمال حق المجتمع في استفادته من مزايا تمنحها المؤسسة الاقتصادية الصناعية، مثل عدالة التوظيف، و منح المساعدات و الهبات لمنظمات المجتمع المدني، و المساهمة في تحقيق التنمية بكافة أشكالها.

قائمة المراجع:

- 1- فايز جمعة صالح النجار(2007)، نظم المعلومات الإدارية، دار حامد للنشر، الطبعة الثانية، عمان، الأردن.
- 2- محمد سمير الصبان(2003)، نظرية المراجعة واليات التطبيق، الدار الجامعية، مصر.
- 3- محمد نبيل علام(1991)، حدود المسؤولية الاجتماعية: إطار فكري لمراجعة الأداء الاجتماعي، مجلة الإدارة العامة، العدد 62، معهد الإدارة العامة، الرياض، السعودية.
- 4- مراد سكاك، فارس هباش(2009)، دور التدقيق الاجتماعي في اطار الحوكمة المسؤولة اجتماعيا في ظل الانفتاح الخارجي، الملتنقى العملي الدولي حول الازمة المالية و الاقتصادية و الحوكمة العالمية، جامعة فرحات عباس، ايام 20 - 21 اكتوبر.
- 5- مؤتمر الامم المتحدة للتجارة و التنمية، كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع "الاتجاهات و القضايا الراهنة" منشورات الامم المتحدة، رقم الوثيقة UNCTAD.ITE.TEB/7، ص29.
- 6- ACAUIER ,A,GOND ,J,P,(2007) Aux sources de responsabilité sociale de l'entreprise ,revue finance contrôle stratégie ,volume 10,n 2,juin.
- 7- Bernard Martory,(2004) tableaux de bord sociaux, édition liaisons, paris, France.

- 8- Candau,P.(1985), L'audit social méthodes et techniques pour un management efficace, Vuibert, Paris..
- 9- Fabienne Benoist,(2003) comment faire et présenter son bilan social, édition la lettre du cadre territorial, paris, France.
- 10- Frédérique Dejean, Jean-Pascal Gond, (2004)la responsabilité sociétale des entreprises : enjeux stratégiques et méthodologies de recherche, finance contrôle stratégie – volume 7, n° 1, mars .
- 11- J.M.Peretti(1999): dictionnaire des ressources humaines, édition Vuibert, Paris, France.
- 12- JORAS Michel.(1996) « Les fondamentaux de l'audit », Editions Préventique,
- 13- Michel Capron et Françoise Quairel-Lanoizelée;(2007) la responsabilité d'entreprise; éditions la découverte; Paris;
- 14- Robert Reix(1995), système d'information et management des organisations, édition vuibert, paris, France.
- 15- Site AFNOR, La norme ISO 26000 en quelques mots, <http://www.afnor.org/profils/centre-d-interet/rse-iso-26000/la-norme-iso-26000-en-quelques-mots>

الفصل السابع

أثر برنامج حوار مجتمعي حول المسؤولية المجتمعية للمؤسسات في التشريع
لتنظيم مبادراتها وتمويل أنشطتها بالأردن

The impact of a community dialogue program on Corporate Social Responsibility (CSR)
in legislation to organize its initiatives and fund its activities in Jordan

ختام سالم الشنيكات
Khetam Salem Al-Shinikat

مديرة سجل الجمعيات، الأردن
Director of the Register of Associations
-Jordan-

د. فواز رطروط
Dr. Fawaz Ratrout

خبير مستقل في الشأن الاجتماعي، الأردن
Independent expert on social affairs
-Jordan-

الملخص:

استهدفت هذه الدراسة الاجابة عن سؤالها الرئيس، القائل: ما أثر برنامج حوار مجتمعي حول المسؤولية المجتمعية للمؤسسات في التشريع لتنظيم مبادراتها وتمويل أنشطتها بالأردن؟ من خلال منهجيتها البحثية النوعية، القائمة على طرق تحليل مضمون الوثائق الرسمية والعصف الذهني ومجموعات النقاش المركزة والمحاضرة المصحوبة بالنقاش وإعداد الوثائق التشريعية. وتمكنت الدراسة من خلال بنائها على مدركات المشاركين فيها البالغ عددهم 50 مشاركا ومشاركة وعلى أدبها النظري، من الاجابة عن سؤالها الرئيس بقولها: أن للبرنامج الحواري المجتمعي حول المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، الذي أعدته ونفذته اللجنة الأردنية الاستشارية للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات في عام 2015، أثر إيجابي في التشريع لتنظيم مبادرات المسؤولية المجتمعية للمؤسسات وتمويل أنشطتها، الذي لم تقره الحكومة بعد؛ للخلاف على سنده القانوني، الذي يمكن معالجته من خلال قانون العمل الاجتماعي الأردني، الذي لم يستكمل مشروعه حتى هذه اللحظة. وتمخض عن نتائج الدراسة توصياتها بخصوص إقرار الحكومة لمشروع نظام المسؤولية المجتمعية.

الكلمات المفتاحية: البرنامج الحواري للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات، والتشريع لتنظيم مبادرات المسؤولية المجتمعية وتمويل أنشطتها.

Summary:

This study aimed to answer its major question: What is the impact of a community dialogue program on Corporate Social Responsibility (CSR) in the legislation to organize its initiatives and fund its activities in Jordan? The qualitative research methodology of the study is based on methods of analyzing the content of official documents, brainstorming, focus discussion groups lecture followed by discussion and Legislative documents. Based on its 50 participants' perceptions and theoretical knowledge, the study was able to answer its major question by saying that the Community Dialogue Program on CSR, prepared and implemented by the Jordanian Corporate Responsibility Committee in 2015, has had a positive impact on the legislation to regulate Corporate Social Responsibility initiatives and finance its activities, which has not yet been approved by the Government; to dispute its legal basis, which can be dealt with through the Jordanian Social Work Law, whose project has not yet been completed. The findings of this study resulted in recommendations regarding the government's approval of the draft CSR.

Key words: The CSR Dialogue Program, the legislation to organize CSR initiatives and finance its activities.

مقدمة:

سادت الاوساط الادارية الاردنية منذ عقد ثمانيات القرن العشرين وما زالت تسودها ثقافة إدارة الاداء؛ لثلاثة أسباب، الأول مفاده أنشطة مشاريع التطوير الإداري الممولة من الدعم الخارجي (الطار، 2012)، بينما الثاني فخلاصته اطلاق جائزة الملك عبدالله الثاني لتميز الاداء الحكومي والشفافية منذ عام 2002 وتأسيس مركز الملك عبدالله الثاني لإدارتها وإدارة غيرها من جوائز التميز الأخرى بموجب نظامه رقم 6 لسنة 2006 (مركز الملك عبدالله الثاني للتميز، 2012، ص 9)، أما الثالث فجوهره تعلم الكثير من شاغلي الوظائف الإشرافية في القطاعين العام والخاص من الممارسات العالمية الفضلى في مجالات إدارة الجودة الشاملة والتميز المؤسسي والتنمية المستدامة وغيرها؛ إثر مشاركتهم في الفعاليات التدريبية والملتقيات المهنية .

وترتب على نشر ثقافة إدارة الأداء في الاوساط الادارية الاردنية، شيوع نهج المسؤولية المجتمعية للمؤسسات على مستويي النظرية والممارسة؛ لكونه متطلبا إجباريا من المؤسسات الراغبة في الحصول على شهادة " الأيزو " والمشاركة في جوائز إدارة الجودة الشاملة وتميز الاداء المؤسسي (نصار، 2011، ص 79-89)، ودليلا ملموسا على امتثال المؤسسات لمعايير الإدارة الرشيدة ومتطلباتها التنفيذية (الكايد، 2005، ص 77-112)، وحجة للوزارات والدوائر والمؤسسات الحكومية المعنية بالحماية الاجتماعية خلال اتصالها وتواصلها مع القطاع الخاص بخصوص تعزيز موازنتها المالية (وزارة التنمية الاجتماعية، 1998، ص 119-127)، وفرصة للجمعيات التي تعي هيئاتها الإدارية أثر فرص شراكاتها المؤسسية في استدامتها لا سيما المالية منها (رطروط والشنيكات، 2018، ص 44).

لهذا، فقد أصبحت المؤسسات لا سيما الخاصة منها تلجأ إلى وزارة التنمية الاجتماعية كشركة زين للاتصالات التي تربطها بالوزارة منذ عام 2004 وحتى تاريخه اتفاقية شراكة بخصوص صندوق زين للإغاثة (رطوط والشنيكات، 2015، ص33)، وتوفد ممثليها للمشاركة في المؤتمرات كمؤتمر المسؤولية المجتمعية للمؤسسات تحت شعار "ثقافة ونهج" الذي نظمته شركة التميز في التطوير المؤسسي بالتعاون مع الوحدة الاستثمارية بالمؤسسة العامة للضمان الاجتماعي في عمان بتاريخ 28 نيسان 2009 والمؤتمر الدولي الثاني للمسؤولية الاجتماعية الذي عقدته المنظمة العربية للمسؤولية الاجتماعية بالتعاون مع وزارة التنمية الاجتماعية في عمان يومي 27 و28 تشرين الأول 2015 ومؤتمر المسؤولية الاجتماعية تحت عنوان "الشراكة المستدامة وتحقيق التكامل الاجتماعي.. بناء ثقافة عطاء بلا حدود" الذي نظمته مؤسسة أطلس لتنمية الموارد البشرية بتاريخ 8 ايار 2017⁽¹⁾، وتراجع وتطور هيكلها التنظيمية كوزارة التنمية الاجتماعية التي استحدثت قسما للمسؤولية المجتمعية بالاستناد إلى نظام تنظيمها الإداري رقم 117 لسنة 2015، وتجمع البيانات والمعلومات بشكل دوري عن تجاربها في مجال المسؤولية المجتمعية؛ لأغراض توظيفها في تقارير مشاركتها في جوائز الملك عبد الله الثاني للتميز.

ولفتت مجريات لقاء حول المسؤولية الاجتماعية للشركات، عقده المبادرة النيابية ومؤسسة إنتاج في نادي الملك حسين بعمان مساء يوم الأحد الموافق 2014/8/17، انتباه الحكومة إلى ضرورة تدخلها في تنظيم مبادرات المسؤولية المجتمعية للمؤسسات من خلال تشكيلها لجنة استشارية لهذه المبادرات في وزارة التنمية الاجتماعية، وما يؤكد ذلك مضمون الرسالة التي بعثها وزير التنمية الاجتماعية إلى رئيس الوزراء بتاريخ 18 آب 2014 ، ويقول فيها " أحيط دولتكم علما بأنه يظهر بين الفينة والأخرى مبادرات للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات تدوم لفترة وجيزة ومن ثم توارى عن الأنظار من جراء غياب تشريعاتها ونظمها المؤسسية..... ولجعل المسؤولية المجتمعية للمؤسسات في الأردن، تؤثر في خفض معدلات الظواهر والقضايا والمشكلات الاجتماعية المعقدة، وتحاكي مثيلاتها وتتعلم من تجارب نظيراتها في الدول المتقدمة، وتعزز مقوماتها وتفادي معوقاتها، فالأمر يلزم تشكيل لجنة استشارية لها برئاسة وزير التنمية الاجتماعية وعضوية رؤساء غرفتي الصناعة والتجارة والمجلس الاقتصادي والاجتماعي ومؤسسة أبو غزالة وأحد نواب المبادرة النيابية وممثلين عن مؤسسات القطاع الخاص المشهود لها في تنمية المجتمعات المحلية مثل البوتاس وزين وارنج. والغاية من تلك اللجنة الاستشارية إنضاج المفهوم الأردني عن المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، وتحديد مبادئ المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، ومجالاتها والطريقة المثلى لإدارتها، وتنسيق جهود برامجها ومشاريعها وأنشطتها. علما أن المسؤولية المجتمعية مطلب من كل مؤسسة مشاركة في جوائز التميز كحائزة تميز الأداء الحكومي والشفافية وغيرها، الذي يديرها مركز الملك عبد الله الثاني للتميز. وعليه أرجو دولتكم التكرم بالموافقة على تشكيل اللجنة الاستشارية للمسؤولية

¹ : لمزيد من المعلومات حول هذه المؤتمرات، انظر روابط اخبارها في بند صفحات" الانترنت" من قائمة المراجع.

المجتمعية للمؤسسات في وزارة التنمية الاجتماعية، وتكليف هذه الأخيرة بإعداد برنامج يضمن بلوغها لمهامها " (وزارة التنمية الاجتماعية، 2014).

بدوره طلب رئيس الوزراء من وزير التنمية الاجتماعية تزويده بمبررات تشكيل اللجنة الاستشارية للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات في وزارة التنمية الاجتماعية، وأعلم الوزير الرئيس بموجب رسالة جاء فيها بان للجنة مبررات تشكيلها، وهي: "عدم وجود جهة حكومية تدير مجال المسؤولية المجتمعية للمؤسسات من نواحي التخطيط له وتنظيمه ومراقبته والإشراف عليه. غياب التوافق الوطني على معنى المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، ومبادئ تلك المسؤولية ومجالاتها وابعادها، مما يتطلب القيام بذلك من خلال جهة حكومية. الحاجة لتنظيم المبادرات الوطنية في المسؤولية المجتمعية للمؤسسات. والاستجابة لمتطلبات جائزة الملك عبد الله الثاني لتمييز الاداء الحكومي والشفافية على مستوى المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، الأمر الذي من شأنه توفير الدعم الفني للوزارات والدوائر والمؤسسات المشاركة في الجائزة" (وزارة التنمية الاجتماعية، 2014).

وفي شهر تشرين الأول من عام 2014، وافق رئيس الوزراء على تشكيل اللجنة الاستشارية للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات برئاسة وزارة التنمية الاجتماعية وعضوية ممثلين عن مجلس الأمة (المبادرة النيابية) والمنظمات الحكومية (رئاسة الوزراء، وزارة الصناعة والتجارة والتموين، وزارة التنمية الاجتماعية، مفوضية منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة) والمنظمات غير الحكومية (صندوق الملك عبدالله الثاني للتنمية، المجلس الاقتصادي والاجتماعي، غرفة صناعة الأردن، غرفة تجارة الأردن، نقابة المهندسين، مجموعة طلال أبو غزالة، المنظمة العربية للمسؤولية الاجتماعية) ومؤسسات القطاع الخاص (شركة البوتاس العربية، شركة زين للاتصالات، مجموعة سامح مول). وعقدت اللجنة ستة اجتماعات في عام 2015، حددت فيها برنامج عملها، وهو إدارتها لمشروع المسؤولية المجتمعية الأردني، من خلال إعداد إطاره التشريعي، وإخراج صندوقه النقدي إلى حيز الوجود، وتنظيم مبادراته وتنسيقها؛ منعاً لازدواجية والتكرار، وإنشاء قواعد بياناته، وتعميم الممارسات الفضلى المستمدة من نشاطاته (رئاسة الوزراء، 2014؛ وزارة التنمية الاجتماعية، 2015).

وبتاريخ 22 نيسان 2015 قررت اللجنة تشكيل لجان فرعية من أعضائها؛ لبلوغ مهامها، ومنها مهمة إعداد وتنفيذ برنامج للحوار المجتمعي حول المسؤولية المجتمعية للمؤسسات؛ لضمان أثر ذلك في التشريع لتنظيم مبادرات المسؤولية المجتمعية للمؤسسات وتمويل أنشطتها، التي انيطت بكتابها هذه السطور (معداً هذه الدراسة)؛ لخبرتهما العلمية والعملية في مجال المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، التي يعبر عنها بحثهما (المسؤولية المجتمعية للمؤسسات بين حصيلة منظرها وإدراك بعض المعنيين بتطبيقها والآلية المثلى لتعزيزها في الأردن: دراسة ميدانية على عينة أردنية) المنشور في عام 2016 في العدد الخامس

من مجلة العلوم الإنسانية الصادرة عن جامعة أم البواقي بالجزائر⁽²⁾، وكتابهما حول المسؤولية المجتمعية للمؤسسات في الأردن المشار لصورته أدناه الذي طبع ونشر في اليمن من قبل منظمة سويا للتنمية وحقوق الإنسان وفي الكويت من قبل شركة الاستثمار الذاتي.



وعليه، فقد جاءت هذه الدراسة؛ للبحث في أثر البرنامج الحواري المجتمعي حول المسؤولية المجتمعية للمؤسسات الذي أعدته ونفذته اللجنة الاردنية الاستشارية للمسؤولية المجتمعية في عام 2015 في التشريع لتنظيم مبادرات المسؤولية المجتمعية وتمويل أنشطتها، من خلال طرحها لخمس أسئلة (ما الإطار العام لبرنامج الحوار المجتمعي، الذي أعدته ونفذته اللجنة الأردنية الاستشارية للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات في عام 2015؟، وما أثر ذلك البرنامج في التشريع لتنظيم مبادرات المسؤولية المجتمعية للمؤسسات وتمويل أنشطتها بالأردن؟، وفي حال حدوث ذلك الأثر، ما نوع التشريع لتنظيم مبادرات المسؤولية المجتمعية للمؤسسات وتمويل أنشطتها بالأردن؟، وما سنده القانوني؟ وهل أقرته الدولة الأردنية؟)، التي ستجيب عنها وفقا لبياناتها ومعلوماتها المستمدة من إطارها النظري والعملي.

² : للاطلاع على هذه الدراسة، انظر رابطها في بند صفحات" الانترنت" من قائمة المراجع.

الإطار النظري:

يشتمل الإطار النظري للدراسة على مكوناته السبعة التالية:

أولاً: مفهوم المسؤولية المجتمعية للمؤسسات وتعريفه الاجرائي:

اقتترنت المسؤولية الاجتماعية بالشركات لقاء الآثار التي أحدثتها هذه الشركات في مجتمعاتها المحلية. لهذا فقد ارتبط مفهوم المسؤولية الاجتماعية في بادي الأمر بالشركات ومن ثم بالمؤسسات بصرف النظر عن تبعيتها القطاعية.

ولمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) تعريفه العام ومفاده "تحمل الشركات لمسؤولياتها عن الآثار، التي تحدثها أعمالها على مستويات البيئة والاقتصاد والاجتماع" (مجموعة طلال أبو غزالة، بلا تاريخ، ص1). فمنتجات الشركات قد تضر بالبيئة وتقضي على التنوع الحيوي وتسبب التغير المناخي. وتقوم الشركات بمسؤوليتها الاجتماعية؛ لأن الربح، الذي قد تحصل عليه من جراء بيع منتجاتها، قد يعمق الانقسام الاجتماعي ويبعث على الحقد الطبقي. ولأن اعتماد الشركات على التكنولوجيا المكثفة لرأس المال أكثر من العمالة، قد يولد الاغتراب بين صفوف عمالها من جراء شعورهم بتهديد البطالة. ولهذه الآثار وغيرها، فلا سبيل أمام الشركات سوى قيامها بمسؤولياتها الاجتماعية، التي تمكنها من القدرة على المنافسة والنجاح الاقتصادي عن طريق: تحسين طرق حصولها على رؤوس أموالها، حيازتها على رخص تشغيل مضمونة، زيادة إيراداتها، خفض تكاليفها، الحد من مخاطرها، زيادة في قيمة علاماتها التجارية، حسن سمعتها، اجتذاب المستهلكين سواء أكانوا مشتري سلع أو متلقي خدمات، الاحتفاظ بالعاملين لاسيما الأكفاء منهم.

أما مفهوم المسؤولية المجتمعية للمؤسسات فله تعريفاته المختلفة على الصعيد العالمي. فيعرف نموذج الجائزة الأوروبية لإدارة الجودة، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات بأنها "مبدأ إداري يقوم على إدراج المؤسسات للأمور المتعلقة بالمجتمع والبيئة ضمن عملياتها وتعاملاتها مع كافة أصحاب العلاقة وبما يتجاوز نطاق المهام والمسؤوليات الرئيسية للمؤسسة بهدف المساهمة في التنمية المستدامة" (مركز الملك عبد الله الثاني للتميز، 2012، ص 66). بينما البنك الدولي فيعرف المسؤولية المجتمعية، بأنها "التزام أصحاب الأعمال بالمساهمة في التنمية المستدامة، من خلال العمل مع موظفيهم ومجتمعاتهم المحلية؛ لتحسين مستوى المعيشة في مجتمعاتهم، بأسلوب يخدم التجارة والتنمية في آن واحد" (رطوط والشنيكات، 2015، ص 18). أما الاتفاق العالمي للأمم المتحدة، فيعرف المسؤولية المجتمعية، بأنها "ربط اتخاذ القرارات في مؤسسات الأعمال بالقيم الأخلاقية، وبالامتثال للاشتراطات القانونية، وباحترام الأشخاص والمجتمعات المحلية والبيئة". وتعرف المنظمة الدولية للتوحيد القياسي (ISO) المسؤولية المجتمعية، بأنها "الأفعال، التي تقوم بها المؤسسة؛ لتحمل مسؤولية آثار أنشطتها على مستويي المجتمع والبيئة، على أن تكون هذه الأفعال متماشية مع مصالح المجتمع والتنمية المستدامة، وقائمة على أسس السلوك الأخلاقي،

والامتثال للقانون المطبق، ومدمجة في الأنشطة المستمرة للمؤسسة". بينما الغرفة التجارية العالمية، فتعرف المسؤولية المجتمعية، بأنها "جميع المحاولات، التي تسهم في تطوع المؤسسات؛ لتحقيق التنمية لاعتبارات أخلاقية واجتماعية". أما مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة، فيعرف المسؤولية المجتمعية، بأنها "الالتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال، بالتصرف أخلاقيا، والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية، والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للعاملين وأسرهم ومجتمعاتهم المحلية". وتعرف مؤسسة العمل الدولية، المسؤولية المجتمعية، بأنها "المبادرات الطوعية، التي تقوم بها المؤسسات، علاوة على ما عليها من التزامات قانونية. وهي طريقة تستطيع أن تنظر بها أي مؤسسة في تأثيرها على جميع أصحاب المصلحة المعنيين، وتعد المسؤولية المجتمعية للمؤسسات تكميلية للوائح الحكومية، أو السياسة المجتمعية، وليست بديلا عنهما" (الوحدة الاستثمارية بمؤسسة الضمان الاجتماعي، 2009، ص 5-7).

ويبدو من نتيجة دراسة تعريفات المسؤولية المجتمعية للمؤسسات المشار إليها أعلاه، أنه لا يوجد تعريف جامع مانع للمسؤولية المجتمعية، متفق عليه من كل الأطراف، ومضمن في تشريع ملزم قانونا للمؤسسات. لهذا فالمسؤولية المجتمعية كانت وما زالت، تقوم على ما يلي: الطوعية (أي عدم الإلزام)، التخطيط الاستراتيجي (أي يشار إليها كهدف في خطة المؤسسة)، تعزيز التكامل بين السياسات البيئية والاقتصادية والاجتماعية، التشارك بين أكثر من جهة (التشبيك)، والانتشار القطاعي المجتمعي من خلال التركيز على قطاع معين كالبيئة أو الاجتماع أو الاقتصاد (رطوط والشنيكات، 2016، ص 108).

وبناء على ما سبق، يمكن تعريف المسؤولية المجتمعية للمؤسسات على نحو إجرائي، بأنها "نهج إداري، تملئه نماذج جوائز إدارة الجودة الشاملة، ويتطلب من المؤسسة بصرف النظر عن تبعيتها القطاعية (عامة، خاصة، أهلية تطوعية)، أن تتعامل مع مسؤوليتها المجتمعية على الصعد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، على شكل فكرة خلاقة، قابلة للتطبيق المستدام، والمراقبة والتقييم المستمران" (رطوط والشنيكات، 2016، ص 111).

ثانيا: مبادئ المسؤولية المجتمعية للمؤسسات:

تتهض المسؤولية المجتمعية للمؤسسات على خمسة مبادئ، وهي:

- 1- مبدأ الإذعان القانوني وخلاصته التزام المؤسسة بالتشريعات الناظمة لعملها .
- 2- مبدأ احترام الأعراف الدولية ومفاده التزام المؤسسة بالصكوك الدولية والإقليمية، التي وقعت وصادقت عليها الدولة أو الدول، التي تعمل على أراضيها هذه المؤسسة.

3- مبدأ احترام مصالح الأطراف المؤثرة والمتأثرة بالمؤسسة، مثل: الشركاء، الموردين، العمل أو منتج السلع ومقدمو الخدمات، المستهلكين للسلع وطالبي الخدمات، المساهمين، الإدارة التنفيذية، ومجلس الإدارة.

4- مبدأ الشفافية ونصه إفصاح المؤسسة عن سياساتها وقراراتها وممارساتها وأنشطتها بشكل واضح للعيان.

5- مبدأ احترام حقوق الإنسان، الذي يتطلب من المؤسسة استجابتها لحقوق الإنسان المضمنة في الصكوك الدولية والإقليمية (الوحدة الاستثمارية بمؤسسة الضمان الاجتماعي، 2009، ص 8-20).

ثالثاً: أبعاد المسؤولية المجتمعية للمؤسسات:

للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات ثلاثة أبعاد وتفرعاتها (رطروط والشنيكات، 2015، ص 21-24)، هي:

1- البعد الاقتصادي، الذي يشير إلى التزام المؤسسة بما يلي:

أ- الحوكمة: فالمؤسسة، التي تقوم بمسئوليتها المجتمعية، هي التي تمنع تركيز السلطة في يد فرد أو مجموعة الأفراد، من خلال الفصل بين سلطات أجهزتها بشكل واضح ومتوازن. وتتبنى مبادئ المسائلة والشفافية والسلوك الأخلاقي واحترام مصالح الأطراف المعنية وتطبيق سيادة القانون. وتوجد نظام فعال للحوافز المبني على الأداء. وتضمن تمثيل مختلف الفئات وتعزز حقوق أصحابها، مثل فئة النساء وغيرها. وتحقق التوازن ما بين مصالحها ومصالح غيرها. وتشجع المشاركة الفعالة للعاملين بصرف النظر عن فئاتهم الاجتماعية. وتتابع وتراقب وتقيم قراراتها.

ب- حماية مصالح المستهلكين للسلع ومنتلي الخدمات: فالمؤسسة، التي تنهض بمسئوليتها المجتمعية، هي التي تركز على مشتري سلعها أو منتلي خدماتها ضمن أجوائها الشفافة، من خلال أخذها لتوقعاتهم بالحسبان والبناء عليها؛ وقياسها لرضاهم ودراستها لشكواهم؛ وعدم غشها وخداعها وتضليلها لهم؛ واحترامها لخصوصيتهم؛ وتوعيتهم لهم بمنتجاتها السلعية أو الخدمية.

ج- الاستثمار الأخلاقي: وهو ذلك الاستثمار، الذي يأخذ بعين الاعتبار القيم الجوهرية للمؤسسة، ويدفع بها إلى عدم المشاركة في الاستثمارات ذات الأثر السلبي، مثل: التسلح والأسلحة النووية، استغلال الحيوانات بشكل جائر، خرق حقوق الإنسان، والممارسات الضارة بالبيئة. وفتح الحوار مع المؤثرين والمتأثرين بها والأخذ بتوقعاتهم. وتنفيذ المشاريع ذات الأثر الإيجابي، مثل: حماية البيئة، الحد من التلوث، إعادة التدوير، والسلامة المهنية.

2- البعد الاجتماعي، الذي يتمثل في أمرين اثنين ، وهما:

أ- ممارسات التشغيل والعمل العادلة: فالمؤسسة التي تقوم بمسؤوليتها المجتمعية، هي التي تعمل من أجل المستوى المعيشي اللائق والأمن الاقتصادي، المقاس بمؤشرات الدخل الزائد عن الحد الأدنى للأجور والمربوط بمعدل التضخم الاقتصادي ومبادرة التأمين ضد البطالة. وتقدر قيادتها أعمال موظفيها من خلال تحفيزهم ماديا ومعنويا. ويسودها بيئة عمل مأمونة وصحية. ويعمها الثقة المتبادلة بين موظفيها على اختلاف مستوياتهم الوظيفية. وتؤمن بنهج المشاركة الجماعية - قولاً وفعلاً - حين صنعها واتخاذها لقراراتها بعامة والاستراتيجية بخاصة. وتتبنى الأفكار الإبداعية وتطبقها وتقيس أثرها بنهج معياري. وتتيح فرص التعلم المستمر لموظفيها وتقيم العائد على الاستثمار به. وتشغل نسبة لا بأس به من الأفراد ذوي الظروف والاحتياجات الخاصة، مثل: النساء والأشخاص ذوي الإعاقة والخارجين من مراكز الإصلاح والتأهيل ودور الرعاية الاجتماعية.

ب- المساهمة في تنمية المجتمع المحلي: تعمل المؤسسة في مجتمع محلي معروف معالمه الجغرافية والسكانية والاقتصادية والاجتماعية، وتستفيد من موارده المتاحة، ولهذا فقد وجب عليها المساهمة في تنميته عن طريق عملها في المجالات التالية: حماية البيئة من خلال خفض انبعاث الغازات وكمية النفايات، وإعادة تدوير المواد، وبرامج تشجير الغابات. الأعمال الخيرية، مثل: التبرع للجمعيات والمشاركة في القضايا الاجتماعية والدفاع عن حقوق الإنسان. تنمية المناطق الحضرية عن طريق الدخول في شراكات مع الحكومة لإنعاش مؤسسات الأعمال التجارية الصغيرة وتحسين البيئة في المدن الداخلية. الاستثمار في مؤسسات الأعمال التجارية المحلية من خلال إقامة شراكات مع المنظمات غير الحكومية في مجال تعزيز الإنتاجية والحد من الفقر. وطرح فرص العمل غير المبنية على التمييز على أساس الجنس أو السن أو العرق أو الدين أو المذهب أو أي شيء من ما يشعر الفرد بصعوبة التكامل والاندماج الاجتماعي.

3- البعد البيئي: لا يقل هذا البعد في أهميته عن البعدين الاقتصادي والاجتماعي، ولهذا فقد لزم على المؤسسة المؤمنة بمسؤوليتها المجتمعية، المحافظة على البيئة الفيزيائية، والإسهام في معالجة القضايا البيئية الملحة عن طريق استعمالها الفعال للطاقة، ومحافظة على المياه، وتقليلها لمخلفاتها السائلة والصلبة، وتشجيرها لأراضيها، وعدم قطعها للأشجار في غاباتها المسجلة باسمها، وغيرها من الطرق الفعالة الأخرى.

وطالما للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات أبعاد اقتصادية واجتماعية وبيئية، فهذا يعني أنها جوهرها التنموية المستدامة، التي تعبر عنها أهدافها المتوافق عليها عالميا منذ عام 2015، وهي

القضاء على الفقر، تعزيز الأمن الغذائي، نشر الصحة الجيدة بنوعها الوقائي والعلاجي وبمجالاتها الجسدية والعقلية والنفسية، ضمان التعليم الجيد النوعية والمنصف والشامل للجميع، تعزيز المساواة بين الجنسين وتمكين النساء والفتيات، ضمان توفير المياه وخدمات الصرف الصحي للجميع، الحصول على خدمات الطاقة بكلف ميسرة، تعزيز النمو الاقتصادي والنقاط ثماره الايجابية من التشغيل والعمل اللائق، إقامة البنى التحتية القادرة على الصمود، الحد من انعدام اللامساواة في الدخل، التنمية الحضرية، الاستهلاك والدخل المسؤولين، المحافظة على الموارد البحرية، التصدي للتغيرات المناخية وآثارها، حماية الغابات ومكافحة التصحر ووقف تدهور الأراضي، إحلال السلام والعدل، وتعزيز الشراكة العالمية من أجل إحداث التنمية (الأمم المتحدة، 2017).

رابعاً: أنواع المسؤولية المجتمعية للمؤسسات:

للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات نوعان، هما:

1- المسؤولية المجتمعية الداخلية ومفادها قيام المؤسسة بأدوارها ومهامها أو بوظائفها بشكل فاعل وكفوء، وانتهاجها لنهج الحكمانية، وإيمانها بأسس التميز وبمعاييرها، واهتمامها برفاه موظفيها أو العاملين في مملكتها.

2- المسؤولية المجتمعية الخارجية وخلصتها استجابة المؤسسة لمجمل أبعاد مسؤوليتها لاسيما الاجتماعية والبيئية (رطوط، 2009، ص1).

خامساً: الإدارة المؤسسية لفعاليات المسؤولية المجتمعية:

إن المؤسسات المؤمنة بمسؤوليتها المجتمعية، هي التي:

- 1) تصيغ أهداف ذكية للمسؤولية المجتمعية، لها مؤشرات أداء فعلية ومستهدفة.
- 2) تستحدث وحدة إدارية على الهيكل التنظيمي للمسؤولية المجتمعية.
- 3) تفرد موازنة سنوية للأنشطة المرتبطة بالمسؤولية المجتمعية.
- 4) توازن بين الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للمسؤولية المجتمعية.
- 5) توازي بين المجالين الداخلي والخارجي للمسؤولية المجتمعية (رطوط والشنيكات، 2016، ص 110).

سادسا: سمات المسؤولية المجتمعية للمؤسسات:

للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات سماتها، وهي:

1. مثالية: تتم المسؤولية المجتمعية للمؤسسات عن فكرة إبداعية، مصدرها الوعي الإنساني، ومبعثها الفلسفة المثالية، ويحركها الأخلاق والدين والحقوق الإنسانية، وتجسدها إدارة الجودة الشاملة.
2. إيجابية: بما أن المسؤولية المجتمعية للمؤسسات تمكن المؤسسات من إحراز النجاح في مختلف ميادين عملها، والحصول على جوائز التميز، فهذا يؤثر على إيجابية مردوها، وأهمية الاستثمار الإداري بها.
3. طوعية: طالما أن المسؤولية المجتمعية للمؤسسات لا تنظمها التشريعات الوطنية، فهذا يبعد عنها سمة الجبرية، ويجعلها طوعية لمن يريد أن يغتنمها كفرصة متاحة.
4. إدارية: تشكل المسؤولية المجتمعية للمؤسسات عملية إدارية تحتاج للتخطيط والتنظيم والرقابة والإشراف، ضمن أسس التميز ومعايره.
5. تكاملية: يستدل من أبعاد المسؤولية المجتمعية وأنواعها، بأنها تكاملية الجوانب، وتبعية الأثر.
6. تشاركية: بما أن المسؤولية المجتمعية للمؤسسات تقوم على تبادل وجهات النظر حين التخطيط لها وتنفيذها ومراقبتها وتقييمها، فهذا يدل على أهمية العمل الجماعي في إنجاحها وتطبيقها وإنجاحها.
7. تنسيقية: بما أن المسؤولية المجتمعية للمؤسسات تسري على المؤسسات جميعها بصرف النظر عن طبيعتها القطاعية، فأنها تعد بمثابة آلية فاعلة للتنسيق بين مؤسسات القطاعات المجتمعية المتمثلة في الحكومة والشركات والجمعيات والهيئات الاجتماعية.
8. معيارية: تنهض المسؤولية المجتمعية للمؤسسات على معايير نوعية تتمثل في حقوق الإنسان والتميز المؤسسي، وأخرى كمية تتمثل في مؤشرات الأداء الفعلية والمستهدفة.
9. مستقلة: تسهم المسؤولية المجتمعية للمؤسسات في حال تطبيقها حسب الأصول في حدوث النمو الاقتصادي المستدام وإعادة التوزيع العادل للثروة وتوفير خدمات الحماية الاجتماعية، وهذا ما يجعل منها عاملا مستقلا يؤثر فيما يتأثر به من العوامل الأخرى.
10. تنموية: تؤثر الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات، على محصلتها التنموية، التي يؤكد عليها الإعلان العالمي للألفية ومخرجات مؤتمر رايبو+20 للتنمية المستدامة (رطوط والشنيكات، 2015، ص 27-29).

سابعاً: واقع تطبيق المسؤولية المجتمعية للمؤسسات في الأردن:

بالرغم من شيوع مفهوم المسؤولية المجتمعية، وتطبيقاته العملية في الدول الغربية؛ لكونه يتماشى مع واقعها، الذي أفرز ظواهر الشركات العابرة للحدود الدولية والعولمة ونماذج إدارة الجودة وإدارة الجودة الشاملة والتميز وغيرها من الظواهر الأخرى، إلا أنه شاع مؤخراً في الدول العربية من باب البحث في مقوماته ومعوقاته عن طريق ورش العمل والمؤتمرات والدراسات الميدانية.

ففي الأردن، هناك جائزة الملك عبدالله الثاني لتمييز الأداء الحكومي والشفافية، المعمول بها منذ عام 2002، والبالغ عدد مراحلها حتى تاريخه ثمان مراحل، والتي أصبحت منذ مرحلتها الخامسة (2010/2009) تطلب من المؤسسات المشاركة فيها، القيام بمسؤولياتها المجتمعية والتدليل على ذلك بمصادر تحقق (مركز الملك عبدالله الثاني للتميز، 2010). كما أن هناك الفعاليات النقاشية بشأن المسؤولية المجتمعية، التي تعقدتها الجهات الرسمية، فقد تبين من مخرجات محور دور القطاع الخاص في معالجة القضايا الاجتماعية، التي طرحت في المؤتمر الوطني للعمل الاجتماعي الأردني، ما يلي: دعم القطاع الخاص للعمل الاجتماعي الأردني بجهود وتبرعات مالية لا يمكن إغفالها، ومع أنه لا تتوفر معلومات دقيقة عن حجمها ومجالاتها. لا يوجد أي تنسيق بين جهود القطاع الخاص من شركات وبنوك وأفراد لدعم العمل الاجتماعي في الأردن، بل إن هذه الجهود مشتتة وتعتمد على مبادرة الجهات التي تطلب الدعم، وهذا من شأنه أن يؤدي إلى التقليل من فعالية دور القطاع الخاص من ناحية، وإلى صعوبة قياس هذا الدور ومتابعة تطوراتها وتوجهاته من ناحية أخرى. وعدم وضوح الوجهة التي تخصص لها قيمة الدعم المقدم من القطاع الخاص، وماهية المشاريع التي يتجه لها ذلك الدعم، الأمر الذي يضعف الحلقة بين دور القطاع الخاص من ناحية وبين معالجة القضايا الاجتماعية من ناحية أخرى (وزارة التنمية الاجتماعية، 1998، ص 119-127).

كما تبين من نتائج المنتدى الإنساني، الذي عقده هيئة الإغاثة الإسلامية عبر العالم بالتعاون مع وزارة التنمية الاجتماعية، يوم 2006/2/13، مواجهة الجمعيات للعديد من التحديات بفعل غياب نهج المسؤولية المجتمعية، جاءت تحت ستة مجالات، هي:

أ: الموارد المالية: نقص التمويل، غياب التوزيع الأمثل للدعم، والفقير.

ب: الموارد البشرية: قلة التدريب، ضعف الأداء الفردي للمتطوعين، الهيئات الإدارية المتغولة غير المؤهلة، والشخصنة.

ج: السياسات والإستراتيجيات: ضبابية الأهداف، غياب التنسيق بين الجمعيات، المنافسة بين الجمعيات، عدم فهم الأدوار، والتوجيه الإيديولوجي.

د: المواطن: ضعف ثقة المواطن بالجمعيات، قلة إقبال المواطنين للانتساب للجمعيات، ضعف وعي المواطن بأهمية العمل الخيري، فقر بعض المواطنين الذي يحول دون تقديمهم للتبرعات.

ه: الإعلام : ضعف الترويج الإعلامي للجمعيات ، ضغط الإعلام على الحكومات للحد من التبرعات للوجوه الخيرية بدعوى مكافحة الإرهاب .

و: علاقة الجمعيات بالحكومة : الرؤية الضبابية، ضعف الرقابة، الروتين ، تعدد مرجعيات الترخيص والرقابة، و ضعف الثقة (المنتدى الإنساني للإغاثة الإسلامية ووزارة التنمية الاجتماعية، 2006).

وانعكست التحديات، التي توجهها الجمعيات في الأردن على الأداء المؤسسي لتلك الجمعيات وشفافيتها، الذي قدرت معدله إحدى الدراسات الميدانية بحوالي 25%(نصار، 2011).

واتضح من مخرجات ورشة عمل " المسؤولية الاجتماعية كرافد من روافد الحوكمة" ، التي عقدتها دائرة مراقبة الشركات بوزارة الصناعة والتجارة، يوم الأربعاء الموافق 2011/11/16، وشارك فيها ممثلين عن القطاعين العام والخاص ومؤسسات المجتمع المدني، للإجابة عن ثلاثة أسئلة، هي: ما مدى رضا الحضور عن قيام الشركات بدورها في المسؤولية المجتمعية وتنمية المجتمع المحلي؟، وهل هناك أمثلة عملية على تطبيق مفهوم المسؤولية المجتمعية في الأردن؟، وما أسباب إحجام الشركات وقطاعات الأعمال المختلفة عن المسؤولية المجتمعية؟. وفي نهاية المطاف خرج المشاركون في تلك الورشة بعدة توصيات تعبر بعضها عن إجابات الأسئلة أعلاه، وهي: ضرورة الرجوع إلى الدراسات السابقة التي أجريت حول المسؤولية المجتمعية. عقد ملتقى وطني لرجال وسيدات الأعمال في الأردن للاتفاق حول المبادئ الأخلاقية والالتزامات في المسؤولية المجتمعية. تعزيز دور الإعلام في نشر ثقافة المسؤولية المجتمعية. ضرورة قيام الشركات بأعمال لها صفة الاستدامة في تنمية المجتمع. ضرورة تعزيز مفهوم التشاركية بين القطاعين العام والخاص و مؤسسات المجتمع المحلي (NGOs). تعزيز مفهوم المسؤولية المجتمعية في قطاع التعليم. إعادة النظر في بعض التشريعات كونها تعيق تطبيق مفهوم المسؤولية المجتمعية. وضع محفزات لشركات القطاع الخاص لتطبيق مفهوم المسؤولية المجتمعية. ضرورة عقد ندوة متخصصة حول التشريعات التي تعنى بمفهوم المسؤولية المجتمعية. قيام دائرة مراقبة الشركات بوضع تعليمات توضيحية للمسؤولية الاجتماعية بمشاركة قطاع الشركات للاستئناس برأيها. ضرورة قيام الشركات وقطاعات الأعمال العامة والخاصة بإنشاء وحدات متخصصة تعنى بالمسؤولية المجتمعية. اقتراح أن تعقد دائرة مراقبة الشركات ملتقى سنوي للمؤسسات الحكومية حول المسؤولية المجتمعية وسياساتها. إحياء فكرة الوقف في عملية التنمية والمسؤولية الاجتماعية المستدامة. وتعزيز دور الهيئة الوطنية للمسؤولية المجتمعية، التي أنشأها المجلس الاقتصادي والاجتماعي (دائرة مراقبة الشركات، 2011).

وفي الأردن أيضا هناك النماذج الملموسة للمسؤولية المجتمعية، التي تعكسها تقارير المؤسسات المعنية. فيظهر تقرير انجازات وزارة التنمية الاجتماعية، الذي يغطي الفترة من شهر تشرين الأول 2012 إلى نهاية شهر أيار 2014 ، عن قيام وزارة التنمية الاجتماعية بتكوين خمسة نماذج للمسؤولية المجتمعية بالتعاون مع شركائها، وهي: صندوق زين للإغاثة، البالغ رأس ماله السنوي حوالي 30 ألف دينار أردني، وتسيره اتفاقيته المبرمة ما بين الوزارة وشركة زين للاتصالات منذ عام 2004 وتجدد سنويا، وتستفيد منه الحالات المعسرة، التي لا تنطبق عليها تعليمات صندوق المعونة الوطنية. صيانة شركة البوتاس العربية لمركز الكرك لرعاية وتأهيل المعوقين في عام 2012، وقيامها بدعم 64 جمعية رشحتها وزارة التنمية الاجتماعية في عام 2013. دعم البنك الإسلامي لبعض الجمعيات، التي رشحتها وزارة التنمية الاجتماعية في عام 2013، ضمن مشروع " توفير الحقائب المدرسية للطلبة الفقراء". قيام شركة "كوكا كولا " بشمول جمعية بنك الطعام الأردني بضمانه وزارة التنمية الاجتماعية، بمشروع وجبات الطعام المقدمة للأسر الفقيرة في الأردن ولبنان والعراق، علما أن حصة الجمعية من المشروع تبلغ قرابة نصفه. وتبرع شركة " فارمسي ون" لدور الرعاية بالأدوية، التي يصعب توفيرها من وزارة الصحة، وذلك منذ عام 2013 (وزارة التنمية الاجتماعية، 2014).

والى جانب الشواهد أعلاه، هناك الدراسات الميدانية التي كشفت نتائجها عن واقع تطبيق المسؤولية المجتمعية في الأردن، ومن أحدثها:

1) دراسة رطروط والشنيكات(2015) حول " المسؤولية المجتمعية للمؤسسات بين حصيلة منظرها وإدراك بعض المعنيين بتطبيقها والآلية المثلى لتعزيزها في الأردن"، التي استهدفت تحقيق هدفها، الأول نظري ومفاده تكوين إطار نظري حول المسؤولية المجتمعية للمؤسسات من أدبياته العلمية التي أنضجتها التجارب العملية والممارسات الفضلى في الدول المتقدمة. والثاني عملي خلاصته قياس مدى إدراك بعض الأردنيين المعنيين بتطبيق المسؤولية المجتمعية لهذه الأخيرة وفقا لعناصرها المشار إليها في إطارها النظري. ولبلوغ الهدف الأول، فقد استعملت طريقة تحليل المضمون في التعامل مع الوثائق المجمعة عن المسؤولية المجتمعية للمؤسسات. أما لبلوغ الهدف الثاني، فقد استعمل المنهج النوعي، الذي ينهض على طريقة مجموعات العمل البؤرية، التي تشكلت من 50 مشاركا ومشاركة جلهم من الذكور(86%) وأصحاب الوظائف الإشرافية(88%) العاملين في مؤسسات القطاعين العام(34%) والخاص(34%)، وزعوا عشوائيا على ست مجموعات لكل منها مهمة خاصة - الإجابة عن سؤال مستمد من الإطار النظري للدراسة خلال 30 دقيقة، واستعراض تلك الإجابة أمام جميع أعضاء المجموعات الأخرى، والتعقيب عليها - مطلوب منها أن تتجزأ خلال الوقت المحدد لذلك في الجلسة الأولى من ندوة المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص، التي عقدتها منظمة العمل العربية ووزارة العمل في عمان

يومي 18 و19 من شهر حزيران 2014 . وخلصت الدراسة بعد مقارنتها لاستجابات المشاركين فيها مع مكونات نموذجها النظري، إلى نتيجة رئيسة مفادها إن إدراك بعض المعنيين بتطبيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في الأردن ليس حسب إطارها النظري، الذي أنضجته تجاربها العملية وممارساتها الفضلى في الدول المتقدمة، مما يؤثر على حاجة معارفهم ومهاراتهم واتجاهاتهم للتطوير في ضوء الأدبيات العلمية للمسؤولية الاجتماعية؛ لضمان مخرجاتهم ونتائجهم الايجابية في مجال المسؤولية الاجتماعية لمؤسساتهم.

(2) دراسة الروابدة وعبابنة(2014) حول "مستوى ممارسة المسؤولية الاجتماعية ومعوقات تطبيقها في المؤسسات العامة بالأردن"، التي هدفت إلى معرفة مدى ممارسة المسؤولية الاجتماعية (نحو العاملين والمستفيدين والمجتمع المحلي) والمعوقات التي تواجه تطبيقها في المؤسسات العامة بالأردن من خلال تحليل اتجاهات العاملين فيها. وقد اختير ثمانى مؤسسات عامة بطريقة قصدية . وبلغ عدد الاستبانات الموزعة (240) استبانة للعاملين برتبة مدير، رئيس قسم/شعبة، وموظف، استرجع منها (182) صالحة لعملية التحليل الإحصائي، وهو ما نسبته (75,8%) . وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: إن ممارسة المؤسسات العامة الأردنية للمسؤولية الاجتماعية كانت بدرجة متوسطة وبوسط حسابي قدره (2,79) . تبين أن ترتيب مجالات المسؤولية الاجتماعية تنازلياً من حيث الممارسة كان لمجال المسؤولية نحو المستفيدين، ثم مجال المسؤولية نحو المجتمع، وأخيراً مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين. تبين أن ما يقارب ثلثي الباحثين ذكروا عدم وجود قسم أو وحدة متخصصة في المسؤولية الاجتماعية، كما وجدت الدراسة أن المؤسسات الخدمية والصناعية، التي يزيد عدد العاملين فيها على (501) موظف لديها ممارسة أعلى لمجالات المسؤولية الاجتماعية. وإن أهم المعوقات التي تواجه تطبيق مجالات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات العامة، هي قلة دعم الإدارة المادي، ونقص البرامج التدريبية .

(3) دراسة الرزبود(2013) حول "المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في الأردن(2008-2010)"، الهادفة إلى بيان مدى التزام البنوك العاملة في الأردن بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع الخارجي والداخلي للعاملين فيها. لهذا تم تحليل قيمة المساهمات النقدية للمجالات الاجتماعية كقيمة مطلقة، وكذلك نسبة من صافي الأرباح ومدى انتشار فروع البنك خارج العاصمة للمساهمة في التنمية وخدمة العملاء. وقد تم تطبيق فرضيات الدراسة على 15 بنكا للفترة ما بين 2008 إلى 2010 . وبينت نتائج الدراسة أن البنوك تتحمل مسؤوليتها فيما يتعلق بالمجتمع المحلي وهو من ضمن سياستها وخططها وذلك من اجل تحقيق التنمية المستدامة، أما فيما يتعلق بالبعد الداخلي فتبين ان هنالك تقصيرا بالمبالغ المنفقة على العاملين بالإضافة إلى عدم الاهتمام بتدريب وتطوير العاملين.

- (4) دراسة فارس عجيلات (2012) حول "المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة في شركة الاتصالات الاردنية"، التي اجريت على عينة عشوائية من زبائن شركة الاتصالات الاردنية قوامها 432 زبون وزبونة من سكان محافظات العاصمة واريد ومادبا، وظهرت نتائجها ما يلي: تحتل وظيفة المسؤولية الاجتماعية مكانة متوسطة في الهيكل التنظيمي لشركة مجموعة الاتصالات الأردنية "ارنج" وهي شكل مستحدث من اشكال العلاقات العامة التي تدمج عدة مهمات اتصالية في آن واحد. تعتمد إستراتيجية الشركة على ثلاثة مرتكزات تتمثل في نشر "الانترنت" والتنمية المجتمعية المستدامة ودعم المشروعات الصغيرة في مجالات الاتصالات. حققت أنشطة الشركة في مجال نشر الانترنت وفي مجال تقديم عروض مميزة بأسعار الخدمات متوسطة موافقة مرتفعة من قبل الزبائن، فيما لم تحقق الأنشطة المتعلقة بالبيئة أو بمكافحة المخدرات سوى متوسطات منخفضة من وجهة نظر الزبائن. حققت أنشطة المسؤولية الاجتماعية في المجالات الثقافية والرياضية والصحية والتنمية والترفيهية متوسطات حسابية متوسطة. تستعمل الشركة في الإعلان عن برامجها في مجال المسؤولية الاجتماعية مجموعة من الوسائل جاء ترتيبها على النحو التالي الصحف الورقية أولاً فالرسائل النصية عبر الهواتف المحمولة ثانياً فمواقع الانترنت والاذاعات والتلفزيون ثالثاً واخيراً. ورضا الزبائن عن خدمات الشراكة بدرجة متوسطة، وجاءت خدمات الشركة في نطاق المسؤولية الاجتماعية في مجال العلاقات مع الزبائن في المرتبة الأولى، وتلاها في الترتيب الخدمات المرتبطة في التنمية المحلية، ثم الخدمات في مجال البيئة.
- (5) دراسة الهنداوي والفرح (2011) حول "مدى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية للشركات المساهمة العامة : دراسة حالة الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان لعامي 2007 و 2008"، التي اجريت على عينة قوامها 72 شركة صناعية تمثل 80.9% من مجتمع الدراسة البالغ عدده 89 شركة . وتوصلت الدراسة الى وجود تفاوت بين الشركات في مستوى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية، وبالرغم من ذلك الا ان الإفصاح ما زال دون المستوى المطلوب ؛ لأنه لم تتجاوز النسبة المئوية للإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية % 43 لعامي الدراسة 2007 و 2008 ؛ اي اقل من المتوسط . أما أعلى نسبة مئوية للإفصاح فكانت الإفصاح عن حماية البيئة بنسبة بلغت 73.6% و 69.4% لعامي الدراسة على التوالي، ولم تظهر نتائج الدراسة اي تحسن ملحوظ في مستوى الإفصاح خلال عامي الدراسة. كما توصلت الدراسة إلى عدم وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لحجم الموجودات وحجم المبيعات في مستوى الإفصاح الاجتماعي.

وبالرغم من تباين الدراسات أعلاه في نتائجها، الذي قد يعزى إلى اختلاف مناهجها، لكنها اتفقت على انخفاض معدلات ممارسة مؤسسات القطاعين الخاص والعام لمسؤوليتها المجتمعية، البالغ صفراً بحسب

نتائج دراسة رطروط والشنيكات، ودون المتوسط وفق نتائج دراسة الهنداوي والفرح، ويحدود المتوسط بحسب دراستي الروابدة وعبابنة، وعجيلات. وعلى عدم موازنة المؤسسات بين مسؤوليتها المجتمعية الداخلية والخارجية، الذي ظهر بوضوح في دراسة الزيود. كما أن أكثرها أيضا أوصت بضرورة تطوير مشروع المسؤولية المجتمعية للمؤسسات في الأردن بموجب آليات عديدة أهمها الآلية التشريعية، التي أكدت عليها توصيات دراستي رطروط والشنيكات، والروابدة وعبابنة.

الإطار العملي

يتألف هذا الإطار من عناصره التالية:

أولاً: مبررات الدراسة وأهميتها وأهدافها ومشكلتها البحثية ومنهجيتها:

أ- مبررات الدراسة:

1. غياب الدراسات التطبيقية حول العلاقة بين الحوارات المجتمعية والتشريع على مستوى المسؤولية المجتمعية للمؤسسات.
2. تنفيذ توصيات بعض الدراسات المشار إليها في البند سابعا من الإطار النظري لهذه الدراسة بخصوص تطوير مشروع المسؤولية المجتمعية للمؤسسات في الأردن بموجب الآلية التشريعية.
3. توثيق مخرجات مشروع تطوير المسؤولية المجتمعية للمؤسسات في الأردن على مستوى الحوارات المجتمعية والتشريع، وإتاحتها للجمهور.
4. التوعية بالجهود الوطنية الأردنية المبذولة في مجال تطوير المسؤولية المجتمعية للمؤسسات.

ب- أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسات من عوائدها التطبيقية التالية:

- 1) بيان العائد على المسؤولية المجتمعية للمؤسسات في الأردن من الحوار المجتمعي حولها.
- 2) تحديد المدخل الأنسب لتطوير سياسات المسؤولية المجتمعية للمؤسسات في الأردن.
- 3) ربط النظرية بالممارسة على مستوى المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، مما قد يسهم في تطوير معارف الأكاديميين والممارسين الميدانيين، ويرسخ من نهج إدارة التحولات الاجتماعية في الدول التي تفنقه كالدول العربية (رطروط، 2017).
- 4) إعداد الحقائق التدريبية حول المسؤولية المجتمعية للمؤسسات.

ت - أهداف الدراسة:

لدراسة هدفها العام، الذي تسعى لتحقيقه، وهو اجابتها عن سؤالها الرئيس، القائل: ما أثر البرنامج الحواري المجتمعي حول المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، الذي أعدته ونفذته اللجنة الأردنية الاستشارية للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات في عام 2015، في التشريع لتنظيم مبادرات المسؤولية المجتمعية للمؤسسات وتمويل أنشطتها؟. كما للدراسة أيضا أهدافها الخاصة، التي تحاول بلوغها، وهي اجابتها عن الاسئلة الفرعية التالية:

1. ما الإطار العام لبرنامج الحوار المجتمعي، الذي أعدته ونفذته اللجنة الأردنية الاستشارية للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات في عام 2015؟.
2. ما أثر ذلك البرنامج في التشريع لتنظيم مبادرات المسؤولية المجتمعية للمؤسسات وتمويل أنشطتها بالأردن؟.
3. في حدوث ذلك الأثر، ما نوع التشريع لتنظيم مبادرات المسؤولية المجتمعية للمؤسسات وتمويل أنشطتها في الأردن؟، وما سنده القانوني؟، وهل أقرته الدولة الأردنية؟.

ث - مشكلة الدراسة:

شكلت الحكومة الأردنية في شهر تشرين الأول من عام 2014 لجنة استشارية للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات برئاسة وزارة التنمية الاجتماعية وعضوية ممثلين عن مجلس الأمة والمنظمات الحكومية وغير الحكومية المعنية، مهمتها إدارة مشروع المسؤولية المجتمعية للمؤسسات في الأردن، من خلال إعداد إطاره التشريعي، وإخراج صندوقه النقدي إلى حيز الوجود، وتنظيم مبادراته وتنسيقها؛ منعا لازدواجية والتكرار، وإنشاء قواعد بياناته، وتعميم الممارسات الفضلى المستمدة من نشاطاته.

وشكلت اللجنة الاستشارية للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات لجان فرعية من أعضائها؛ لبلوغ مهامها، ومنها مهمة إعداد وتنفيذ برنامج للحوار المجتمعي حول المسؤولية المجتمعية للمؤسسات؛ لضمان أثره في التشريع لتنظيم مبادرات المسؤولية المجتمعية للمؤسسات وتمويل أنشطتها، التي انيطت بمعدي هذه الدراسة؛ لخبرتهما العلمية والعملية في مجال المسؤولية المجتمعية للمؤسسات.

وعليه، فقد جاءت هذه الدراسة؛ للبحث في أثر البرنامج الحواري المجتمعي حول المسؤولية المجتمعية للمؤسسات الذي أعدته ونفذته اللجنة الأردنية الاستشارية للمسؤولية المجتمعية في عام 2015 في التشريع لتنظيم مبادرات المسؤولية المجتمعية وتمويل أنشطتها، من خلال إجابتها عن سؤالها الرئيس وتفرعاته المشار إليه في بند أهدافها.

ولأغراض هذه الدراسة يقصد بالبرنامج الحواري للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات، ورش العمل المشار إلى بعديها المكاني والزمني في بند منهجية الدراسة، والتي لعب فيها معدا الدراسة ادوار

الميسر والمدرّب والمحاضر. أما التشريع لتنظيم مبادرات المسؤولية المجتمعية وتمويل أنشطتها، فيقصد به مشروع نظام المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، الذي اعده كاتباً هذه السطور بناءً على التغذية الراجعة عليه من ورش عمل البرنامج الحوارية، ورفعته وزارة التنمية الاجتماعية إلى رئاسة الوزراء في عام 2016.

ج- منهجية الدراسة:

لإجابة الدراسة عن سؤالها الرئيس وتفرعاته، فقد استعمل فيها منهج البحث النوعي، القائم على الطرق البحثية التالية:

(1) طريقة تحليل مضمون الوثائق الرسمية، التي طالت المراسلات بين وزارة التنمية الاجتماعية ورئاسة الوزراء بخصوص تشكيل اللجنة الاستشارية للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات، ومحاضرات اجتماعات اللجنة الاستشارية للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات، وتقارير ورش عمل البرنامج الحوارية.

(2) العصف الذهني، الذي استعمل؛ لأثارة مدركات المشاركين في الدراسة، البالغ عددهم 50 مشاركاً ومشاركة، من خلال طرح الأسئلة التالية عليهم: ما هو تعريفكم للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات؟، هل للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات مبادئ تحكمها؟، هل للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات أبعاد أو مجالات؟، طالما للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات أبعاد اقتصادية واجتماعية وبيئية، فهذا يعني أنها جوهرها التنمية المستدامة، وعليه ما أهداف التنمية المستدامة المتوافق عليها عالمياً؟، هل للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات أنواع؟، هل هناك إدارة مؤسسية لفعاليات المسؤولية المجتمعية؟، هل للمسؤولية المجتمعية سمات؟، ما واقع تطبيق المسؤولية المجتمعية للمؤسسات في الأردن؟، وهل لنا في الأردن أن ننظم مبادرات المسؤولية المجتمعية للمؤسسات بموجب التشريع؟.

(3) مجموعات النقاش المركزة، التي شكلت من المشاركين في الدراسة؛ لإجابتهم عن الأسئلة المشار إليها في البند السابق.

(4) المحاضرة المصحوبة بالنقاش، المستمدة من الإطار النظري لهذه الدراسة، والتي كانت تتلوى إجابات المشاركين في الدراسة عن كل سؤال موجه لهم.

(5) إعداد الوثائق بناءً على مدركات المشاركين في الدراسة وأطرها النظرية، ومناقشتها مع المعنيين في اللجنة الاستشارية للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات.

(6) إعداد المراسلات اللازمة للوثائق المعتمدة من قبل اللجنة الاستشارية للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات، ومتابعتها وتقييم أثرها.

هذا، وكان للدراسة عينتها الميدانية، المؤلفة من المشاركين فيها وهم 50 مشاركاً ومشاركة، منهم 30 مشاركاً ومشاركة من محافظة الكرك يمثلون شركة البوتاس العربية وجامعة مؤتة والجمعيات والشركات

غير الربحية والدوائر الحكومية، الذين عقدت لهم ورشة عمل في قلعة الكرك بتاريخ 19 تشرين الثاني 2015. و 20 مشاركا ومشاركة من بعض الحاضرين لفعاليات الملتقى الوطني الأردني لحقوق الإنسان ويمثلون القطاعين الخاص والأهلي التطوعي والمجلس القضائي والجامعات وغيرها من الجهات الأخرى، الذين عقدت لهم ورشة عمل في منطقة البحر الميت بتاريخ 2 كانون الأول 2015. و 12 مشاركا ومشاركة من محافظة العاصمة يمثلون شركة "فارمسي ون" ومؤسسة نهر الأردن والمجلس الوطني لشؤون الأسرة ووزارة الصناعة والتجارة والتموين ووزارة التنمية الاجتماعية، الذين عقدت لهم ورشة عمل في عمان بتاريخ 31 كانون الأول 2015.



ثانيا: نتائج الدراسة:

لإجابة الدراسة عن سؤالها الفرعي الأول، القائل: ما الإطار العام لبرنامج الحوار المجتمعي، الذي أعدته ونفذته اللجنة الأردنية الاستشارية للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات في عام 2015؟، فقد حلت محاضر اجتماعات اللجنة الأردنية الاستشارية للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات، وتبين من مضمونها تكليف اللجنة لعضويتها-وهما معدا هذه الدراسة-بتصميم برنامج حوار مجتمعي حول المسؤولية المجتمعية للمؤسسات في الأردن، اللذين تمكنا من أعداده وتنفيذه وفق عناصره المبينة تاليا، التي تشير إلى إطاره العام:

1. مسمى البرنامج: الحوار المجتمعي حول المسؤولية المجتمعية للمؤسسات.
2. زمان تنفيذ البرنامج: شهري تشرين الثاني وكانون الأول من عام 2015.
3. مكان تنفيذ البرنامج: محافظات الكرك والعاصمة والبلقاء.
4. آلية تنفيذ البرنامج: ثلاث ورش عمل، بمعدل ورشة في محافظة الكرك وورشة في محافظة العاصمة وورشة في محافظة البلقاء(منطقة البحر الميت).

5. المشاركون في البرنامج من فئة المحاورين: 50 شخص يمثلون القطاعين العام والخاص ومنظمات المجتمع المدني.

6. منهجية البرنامج: التعلم النشط والتفاعلي، القائم على المزوجة بين مدركات المشاركين للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات واطارها النظري، الذي يعكس تعريفاتها ومبادئها وأبعادها وعلاقتها بالتنمية المستدامة وأنواعها و إدارة فعاليتها وسماتها وواقع تطبيقها في الأردن وكيفية التشريع لمبادراتها.

7. أهداف البرنامج: في نهاية البرنامج على المشاركين في ورشه تعداد تعريفات المسؤولية المجتمعية للمؤسسات ومبادئها وأبعادها وأنواعها وسماتها وخصائص تطبيقها في الأردن والمواد المقترحة لتشريعها، علاوة على تحديد علاقتها بالتنمية المستدامة.

8. المخرجات المتوقعة للبرنامج: تشريع مقترح للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات في الأردن، يحظى بقبول اللجنة الأردنية الاستشارية للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات.

وبناء على ما تقدم تكون الدراسة، قد اجابت عن سؤالها الفرعي الأول بقولها إن الإطار العام لبرنامج الحوار المجتمعي، الذي أعدته ونفذته اللجنة الأردنية الاستشارية للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات في عام 2015، يشتمل على ثمانية عناصر، تعكس مسمى ذلك البرنامج وزمانه ومكانه وآلية تنفيذه والمشاركين فيه ومنهجيته وأهدافه ومخرجاته المتوقعة.

بينما لإجابة الدراسة عن سؤالها الفرعي الثاني ومفاده: ما أثر ذلك البرنامج في التشريع لتنظيم مبادرات المسؤولية المجتمعية للمؤسسات وتمويل أنشطتها بالأردن؟، فقد حلت وناقى اللجنة الأردنية الاستشارية للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات، وتبين أن هناك الوثيقة أدناه التي أعدها الباحثان بعد تنفيذهما للورش العمل، الدالة على حدوث التأثير الايجابي لبرنامج الحوار المجتمعي حول المسؤولية المجتمعية للمؤسسات في التشريع لتنظيم مبادراتها وتمويل أنشطتها في الأردن.

وبذلك تكون الدراسة قد اجابت عن سؤالها الفرعي الثاني بقولها يوجد أثر إيجابي لبرنامج الحوار المجتمعي حول المسؤولية المجتمعية للمؤسسات في التشريع لتنظيم مبادراتها وتمويل أنشطتها في الأردن، تعبر عنه وثيقة مشروع نظام المسؤولية المجتمعية للمؤسسات.

نظام المسؤولية المجتمعية للمؤسسات لسنة 2016

المادة (1) يسمى هذا النظام نظام المسؤولية المجتمعية للمؤسسات لسنة 2016، الصادر بموجب المادة 45 من الدستور، ويعمل به من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية

المادة (2) : يكون للكلمات والعبارات التالية حيثما وردت في هذا النظام المعاني المخصصة لها ادناه ما لم تدل القرينة على غير ذلك:

1. الوزير: وزير التنمية الاجتماعية.
 2. الوزارة: وزارة التنمية الاجتماعية.
 3. المسؤولية المجتمعية للمؤسسات: قيام المؤسسة بأنشطة غير عن مثيلاتها المشتقة من مهامها الرئيسية المشار إليها في مرجعياتها؛ لضمان تعزيز رفاه موظفيها أو العاملين فيها، ومشاركتها في تحقيق أهداف التنمية المستدامة المتوافق عليها وطنيا و تلك الدولية، التي تعهد الأردن بتنفيذها.
 4. الهيئة: هيئة المسؤولية المجتمعية للمؤسسات المشكلة وفق أحكام هذا النظام .
 5. المؤسسة: شخصية اعتبارية تمارس أدوارها بفعل التشريعات النازمة لعملها أو شهادة تسجيلها أو ترخيصها الصادرة عن مرجع مختص، ولديها مبادرات طوعية في مجال المسؤولية المجتمعية.
 6. مجلس الإدارة: مجلس إدارة هيئة المسؤولية المجتمعية للمؤسسات المشكل ويمارس دوره بموجب أحكام هذا النظام.
 7. الأمانة الفنية: الجهاز التنفيذي المكلف بتنفيذ قرارات مجلس إدارة هيئة المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، الذي يسمى وظائفه ومهام شاغلي تلك الوظائف وزير التنمية الاجتماعية.
 8. الصندوق: صندوق تمويل مبادرات المسؤولية المجتمعية ذات الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، المؤسس بموجب أحكام هذا النظام.
- المادة (3): ينشأ في الوزارة هيئة للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات برئاسة وزير التنمية الاجتماعية وعضوية ست أعضاء منتخبين من قبل الهيئة العامة للهيئة وبمعدل إثنين عن كل من القطاع العام والخاص والأهلي التطوعي ولمدة ثلاث سنوات.
- المادة (4): العضوية في الهيئة العامة:
- تتكون الهيئة العامة للهيئة من عضوية المؤسسات المستجيبة المتطلبات التالية:
1. تقديم المؤسسة لتقرير يبين علاقتها بالمسؤولية المجتمعية وتجربتها في هذا الشأن، يخضع للتقييم المعياري من قبل فريق من المقيمين، الذي يعتمده مجلس الإدارة.
 2. تقديم المؤسسة لتقرير يوضح إطارها الاستراتيجي وخطتها التنفيذية في مجالي تعزيز رفاه موظفيها أو العاملين فيها ، وتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

3. تعهد المؤسسة، التي اجتازت عملية التقييم المشار إليها في البند 1 من هذه المادة، بدفع حصتها السنوية لصندوق تمويل مبادرات المسؤولية المجتمعية، التي يحددها مجلس الإدارة وفق التقسيم التالي:

- الفئة الأولى: المؤسسات، التي كانت نتائجها 90% فأكثر تدفع حصة سنوية قدرها 1000 دينار أردني.

- الفئة الثانية: المؤسسات، التي كانت نتائجها تتراوح ما بين 80% و 89% تدفع حصة سنوية قدرها 2000 دينار أردني.

- الفئة الثالثة: المؤسسات، التي كانت نتائجها تتراوح ما بين 70% و 79% تدفع حصة سنوية قدرها 3000 دينار أردني.

- الفئة الرابعة: المؤسسات، التي كانت نتائجها تتراوح ما بين 60% و 69% تدفع حصة سنوية قدرها 4000 دينار أردني.

المادة(5): تدار الهيئة من قبل مجلس ادارة برئاسة الوزير والأعضاء والمنتخبين ليتولى المهام التالية:

1- تعزيز المسؤولية المجتمعية على هيئة أهداف لنشر ثقافة المسؤولية المجتمعية للمؤسسات وتطبيقها، وأخرى خاصة تتمثل في اتخاذ الإجراءات اللازمة؛ لضمان مايلي:

أ- توعية صناع وأصحاب القرار في المؤسسات الأردنية على اختلاف تبعيتها القطاعية، بمفهوم المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، وآليات تنفيذه حسب ما نصت عليه مرجعيته المتلى، المستمدة من التجارب العملية والممارسات الفضلى.

ب- تضمين مفهوم المسؤولية المجتمعية للمؤسسات في مشاريع التشريعات، وكسب التأييد بشأنها.

ت- تشكيل نماذج ريادية قطاعية للمسؤولية المجتمعية، بمعدل نموذج من كل قطاع، وتعميم الدروس والعبر المستفادة من ذلك.

ث- تقدير الاحتياجات المحلية وترتيبها.

ج- مراقبة أداء المؤسسات في مجال المسؤولية المجتمعية، على أساس مدى فوزها في جوائز الملك عبدالله الثاني للتميز.

2- مراقبة وتقييم مدى فعالية وكفاءة المجلس:

لوقوف على مدى فعالية وكفاءة المجلس بشكل سنوي، فقد وجدت هناك مجموعة من مؤشرات الأداء، التي على المجلس العمل بموجبها، وهي:

- أ- العدد السنوي لصناع وأصحاب القرار في المؤسسات الأردنية، الذين طالتهم عملية التوعية بمفهوم المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، وآليات تنفيذه.
 - ب- العدد السنوي لحمالات التوعية بمفهوم المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، وآليات تنفيذه.
 - ت- عدد الموظفين العاملين في الهيئة الوطنية للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات.
 - ث- عدد مشاريع التشريعات، التي اشتملت على مفهوم المسؤولية المجتمعية للمؤسسات.
 - ج- العدد السنوي للمؤسسات، التي تحوز على نماذج للمسؤولية المجتمعية، تحاكي المرجعيات النظرية لتلك النماذج.
 - ح- العدد السنوي لدراسات تقدير الاحتياجات المحلية.
 - خ- عدد المؤسسات التي فازت بجوائز الملك عبد الله الثاني للتميز من جراء عملها في مجال المسؤولية المجتمعية.
- 3- يستعين مجلس الإدارة بأمانه فنية يسميها رئيس المجلس من موظفي وزارة التنمية الاجتماعية للقيام بأعمال الأمانة الفنية، وتنفيذ سياسات المجلس، وإدارة صندوق تمويل مبادرات المسؤولية المجتمعية، وإعداد الخطة التنفيذية للمجلس؛ لضمان تنفيذ الأنشطة أدناه وغيرها، وتقديم تقارير بذلك لمجلس الإدارة.
- أ- حملات توعية بمفهوم المسؤولية المجتمعية وآلياته التنفيذية.
 - ب- أدلة إجرائية بشأن التطبيقات العملية للمسؤولية المجتمعية.
 - ت- بطاقات وصف وظيفي للعاملين في مجال المسؤولية المجتمعية.
 - ث- دراسات لتقييم الاحتياجات المحلية باستعمال منهج التقييم السريع بأسلوب المشاركة.
 - ج- ورش تدريبية حول المسؤولية المجتمعية.
 - ح- مؤتمرات وطنية حول مقومات المسؤولية المجتمعية ومعوقاتها.
 - خ- مشاريع تشريعات تشتمل على مفهوم المسؤولية المجتمعية.
 - د- نماذج ملموسة حول الأبعاد الثلاثة للمسؤولية المجتمعية.

ذ- مشاركات المؤسسات في جوائز التميز المرتبطة بالمسؤولية المجتمعية.

ر- نظام لمراقبة وتقييم أداء المؤسسات في مجال المسؤولية المجتمعية.

المادة (6) : ينشأ في الهيئة صندوق للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات وتتحدد موارده وأوجه أنفاقه كما يلي :

أ- موارد الصندوق:

1. اشتراكات المؤسسات الأعضاء في الهيئة العامة للمجلس، ومساهماتها.
2. الهبات والتبرعات، التي يوافق على قبولها مجلس الإدارة.
3. المشاريع الممولة من الدعم الخارجي لغاية المسؤولية المجتمعية للمؤسسات.
4. أي مصادر أخرى يوافق عليها مجلس الإدارة.

ب- أوجه الإنفاق:

1. الأنشطة المشار إليها في المادة الخامسة من هذا النظام.
2. مشاريع المؤسسات المنصبة على تعزيز رفاه موظفيها أو العاملين فيها، ودورها الطوعي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، على أن تخضع وثائق هذه المشاريع للتقييم من قبل لجنة محايدة يكلفها مجلس الإدارة بذلك.
3. مكافآت فرق التقييم.
4. النفقات الجارية لمجلس الإدارة والأمانة العامة.

المادة (7) : للمجلس اصدار التعليمات اللازمة لتنفيذ أحكام هذه النظام.

أما لإجابة الدراسة عن سؤالها الفرعي الثالث ونصه: في حدوث ذلك الأثر، ما نوع التشريع لتنظيم مبادرات المسؤولية المجتمعية للمؤسسات وتمويل أنشطتها في الأردن؟، وما سنده القانوني؟، وهل أقرته الدولة الأردنية؟، فقد تم الرجوع إلى قائمة المستويات التشريعية الأردنية، وإلى وثائق اللجنة الأردنية الاستشارية للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات، وإلى الدستور الأردني، وإلى المراسلات بين وزارة التنمية الاجتماعية وديوان الرأي والتشريع، وتبين من محصلة ذلك أن نوع التشريع لتنظيم مبادرات المسؤولية المجتمعية للمؤسسات وتمويل أنشطتها في الأردن، هو النظام الذي يدخل ضمن صلاحيات مجلس الوزراء، وأن السند القانوني للتشريع مدار البحث، هو المادة 45 من الدستور الأردني، وأن الدولة الأردنية

ممثلة في سلطاتها التنفيذية لم تقرر النظام محل الدراسة المرفوع إليها منذ عام 2016، استناداً إلى توصية ديوان الرأي والتشريع ومفادها عدم صحة السند القانوني للنظام مدار البحث وضرورة بحث وزارة التنمية الاجتماعية عن ذلك السند في التشريعات النازمة لعملها، علماً بأن الوزارة بحثت عن ذلك في تشريعاتها ولم تجده، مما دفعها إلى إرجاء الأمر لحين صدور قانون العمل الاجتماعي الأردني.

وتأسياً على ما تقدم تكون الدراسة قد اجابت عن سؤالها الفرعي الثالث بقولها أن نوع التشريع لتنظيم مبادرات المسؤولية المجتمعية للمؤسسات وتمويل أنشطتها في الأردن، هو النظام الذي يدخل ضمن صلاحيات مجلس الوزراء، وأن السند القانوني لذلك النظام، هو المادة 45 من الدستور الأردني، وأن الدولة الأردنية ممثلة في سلطاتها التنفيذية لم تقرر هذا النظام؛ لعدم صحة سنده القانوني، علماً أن مشروع النظام موضع الخلاف مطلب وطني مشار إليه في وثيقة رؤية الأردن 2025 (وزارة التخطيط والتعاون الدولي، 2015).

وبناء على اجابة الدراسة عن أسئلتها الفرعية الثلاثة، تكون قد اجابت عن سؤالها الرئيس بقولها التالي: للبرنامج الحواري المجتمعي حول المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، الذي أعدته ونفذته اللجنة الأردنية الاستشارية للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات في عام 2015، أثر إيجابي في التشريع لتنظيم مبادرات المسؤولية المجتمعية للمؤسسات وتمويل أنشطتها، الذي لم تقره الحكومة بعد؛ للخلاف على سنده القانوني، الذي يمكن معالجته من خلال قانون العمل الاجتماعي الأردني، الذي لم يستكمل مشروعه حتى هذه اللحظة.

ثالثاً: استنتاجات الدراسة وتوصياتها ومقترحاتها:

أ. الاستنتاجات:

1. تسفر الحوارات المجتمعية الجادة حول المسؤولية المجتمعية للمؤسسات عن التشريع للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات.
2. تقبل المسؤولية المجتمعية للمؤسسات تنظيم مبادراتها وتمويل أنشطتها بموجب التشريع.
3. تقف العراقيل القانونية دون سن تشريعات المسؤولية المجتمعية للمؤسسات.

ب. التوصيات:

- 1) بحث الحكومة الأردنية عن السند القانوني لمشروع نظام المسؤولية المجتمعية للمؤسسات؛ لكون ذلك النظام مطلب وطني مشار إليه في وثيقة رؤية الأردن 2025.
- 2) مراجعة وزارة التنمية الاجتماعية لتشريعاتها من باب إصدار قانون العمل الاجتماعي الاردني، الذي يوفر السند القانوني لمشروع نظام المسؤولية المجتمعية للمؤسسات وغيره

من مشاريع التشريعات الاجتماعية الأخرى، علماً بأنه مطلب وطني مشار إليه في وثيقة رؤية الأردن 2025.

(3) توعية موظفي ديوان الرأي والتشريع بالمسؤولية المجتمعية للمؤسسات.

ت. المقترحات:

1. تعلم الدول العربية من التجربة الأردنية في مجال تطوير المسؤولية المجتمعية للمؤسسات.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- الأمم المتحدة، (2017)، الأهداف العالمية للتنمية المستدامة.
- الروابدة، محمد علي ورائد إسماعيل عباينة، (2014)، مستوى ممارسة المسؤولية الاجتماعية ومعوقات تطبيقها في المؤسسات العامة بالأردن، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 38، العدد 4، جامعة الكويت، الكويت.
- الزيود، عبدالناصر طلب (2013)، المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في الأردن (2008-2010)، دراسات، العلوم الإدارية، المجلد 40، العدد 1، الجامعة الأردنية، ص 75-87.
- العطار، أمجد حسين، (2012)، مدى تأثير فاعلية الوزارات الحكومية الأردنية وكفاءتها في ابعاد ادارتها الداخلية والخارجية، رسالة دكتوراه في الإدارة (غير منشورة)، جامعة عمان العربية للدراسات العليا.
- الكايد، زهير، (2005)، إدماج السياسات السكانية في إطار الحكمانية، السكان والتنمية، العدد 21، الأمانة العامة للمجلس الأعلى للسكان، الأردن، ص 77-112.
- المندى الإنساني للإغاثة الإسلامية ووزارة التنمية الاجتماعية، (2006)، دور الجمعيات والهيئات الاجتماعية في العمل الإنساني ومعوقاته، نتائج ورشة العمل الخاصة دور الجمعيات والهيئات الاجتماعية في العمل الإنساني، المندى الإنساني للإغاثة الإسلامية ووزارة التنمية الاجتماعية، فندق " فور سيزن" عمان - الأردن.
- الهنداوي، رياض محمد وعبد الرزاق محمد سعيد الفرح، (2011)، مدى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية للشركات المساهمة العامة: دراسة حالة الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان لعامي 2007 و 2008، المجلة الأردنية لإدارة الأعمال، المجلد 2، العدد 7، الأردن، ص 273-293 (Jordan Journal of Business Administration 2011 Vol.7 Issue 2, pp.273-293).
- الوحدة الاستثمارية بمؤسسة الضمان الاجتماعي، (2009)، دليل المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، الأردن.
- دائرة مراقبة الشركات، (2011)، توصيات ورشة عمل المسؤولية الاجتماعية للشركات كرافد من روافد الحوكمة، المسؤولية الاجتماعية للشركات كرافد من روافد الحوكمة، دائرة مراقبة الشركات بوزارة الصناعة والتجارة، الأردن.

- رطروط، فواز وختام سالم الشنيكات، (2015)، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات بين حصيلة منظرها وإدراك بعض المعنيين بتطبيقها والآلية المثلى لتعزيزها في الأردن: دراسة ميدانية على عينة أردنية، ط1، منشورات سوياء للتتمية وحقوق الإنسان، صنعاء- اليمن.
- رطروط، فواز وختام سالم الشنيكات، (2016)، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات بين حصيلة منظرها وإدراك بعض المعنيين بتطبيقها والآلية المثلى لتعزيزها في الأردن: دراسة ميدانية على عينة أردنية، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 3، العدد 1، جامعة أم البواقي، الجزائر، ص 101-116.
- رطروط، فواز وختام سالم الشنيكات، (2016)، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات بين حصيلة منظرها وإدراك بعض المعنيين بتطبيقها والآلية المثلى لتعزيزها في الأردن: دراسة ميدانية على عينة أردنية، ط1، منشورات شركة الاستثمار الذاتي للتدريب والاستشارات والخدمات التعليمية، الكويت.
- رطروط، فواز وختام سالم الشنيكات، (2018)، تحليل بيئة الجمعيات في الأردن والتخطيط الاستراتيجي لها، بحث قيد النشر.
- رطروط، فواز، (2009)، المسؤولية الاجتماعية بين النظرية والتطبيق، ورقة عمل مقدمة لمؤتمر المسؤولية المجتمعية للمؤسسات (ثقافة ونهج)، شركة التميز في التطوير المؤسسي والوحدة الاستثمارية بالمؤسسة العامة للضمان الاجتماعي، عمان- الأردن.
- رطروط، فواز، (2017)، تقييم إدارة التحولات الاجتماعية في الدول العربية، مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية، المجلد 2، العدد 1، المعهد العلمي للتدريب والاستشارات، كولمبور- ماليزيا.
- رئاسة الوزراء، (2014)، قرار الموافقة على تشكيل اللجنة الاستشارية للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات (وثيقة غير منشورة).
- عجيات، فارس نبيل، (2012)، المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة في شركة الاتصالات الأردنية (دراسة حالة: شركة الاتصالات الأردنية)، رسالة ماجستير في الإعلام (غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام، الأردن.
- مجموعة طلال أبو غزالة، (بلا تاريخ)، المسؤولية الاجتماعية للشركات (نشرة تعريفية)، الأردن.
- مركز الملك عبدالله الثاني للتميز، (2010)، دليل المرحلة الخامسة من جائزة الملك عبدالله الثاني لتميز الأداء الحكومي والشفافية، الأردن.
- مركز الملك عبدالله الثاني للتميز، (2012)، جائزة الملك عبدالله الثاني لتميز الأداء الحكومي والشفافية: الدورة السادسة 2012/2013، الأردن.
- نصار، هاجر، (2011)، الجودة الشاملة وتطوير خدمات الرعاية الاجتماعية في منظمات المجتمع المدني: دراسة تطبيقية على بعض منظمات المجتمع المدني في الأردن، رسالة دكتوراه في الخدمة الاجتماعية (غير منشورة)، جامعة حلوان، جمهورية مصر العربية.
- وزارة التخطيط والتعاون الدولي، (2015)، رؤية الأردن 2025، الأردن.

- وزارة التنمية الاجتماعية، (2014)، انجازات وزارة التنمية الاجتماعية في عهد حكومة الدكتور عبدالله النسور (تقرير غير منشور)، الأردن.
- وزارة التنمية الاجتماعية، (2014)، رسالة رئيس الوزراء الموجهة إلى وزير التنمية الاجتماعية بتاريخ شهر آب 2014 بشأن مبررات تشكيل اللجنة الاستشارية للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات (وثيقة غير منشورة)، الأردن.
- وزارة التنمية الاجتماعية،(2015)، محاضر اجتماعات اللجنة الاستشارية للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات (وثائق غير منشورة)، الأردن.
- وزارة التنمية الاجتماعية، (1998)، تقرير محاور المؤتمر الوطني للعمل الاجتماعي الأردني، الأردن.
- وزارة التنمية الاجتماعية، (2014)، رسالة وزير التنمية الاجتماعية الموجهة إلى رئيس الوزراء بتاريخ 18 آب 2014 بخصوص الموافقة على تشكيل اللجنة الاستشارية للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات (وثيقة غير منشورة)، الأردن.
- ثانيا: صفحات "الانترنت":

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/7756>

<http://www.gerasanews.com/article/8725>

<https://www.ammonnews.net/article/247627>

<http://petra.gov.jo/Include/InnerPage.jsp?ID=19674&lang=en&name=news>

خصوصية المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية: دراسة حالة بنك الكويت الوطني (ب.ك.و.)
The Specificity of Social Responsibility in Commercial Banks : Case Study of the
National Bank of Kuwait (NBK)

أبويكر خوالد

أستاذ محاضر - ب - ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة عنابة - الجزائر

خير الدين بوزرب

أستاذ مساعد - ب - ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة جيجل - الجزائر

الملخص

تهدف هذه الورقة البحثية إلى توضيح خصوصية تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية، ولتحقيق المسعى السالف الذكر استعان الباحثان بالمنهج الوصفي التحليلي والمنهج الاستدلالي، كما تم تقسيم هذه الورقة البحثية إلى ثلاث مباحث، المبحث الأول تم التطرق فيه لماهية المسؤولية الاجتماعية للمنظمات، أما المبحث الثاني فقد تم تخصيصه للكشف عن طبيعة المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية دون غيرها من المنظمات الأخرى، أما المبحث الثالث والأخير فقد تم تخصيصه لتشخيص ممارسات المسؤولية الاجتماعية في بنك الكويت الوطني كحالة دراسية، وقد توصل الباحثان في الأخير إلى ثلاثة توصيات أساسية هي: ضرورة تفعيل تبني المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية، ضرورة تعزيز العلاقة بين المصارف التجارية في مجال تطبيق المسؤولية الاجتماعية، ضرورة إجراء المزيد من الدراسات المستقبلية في هذا الموضوع.

الكلمات المفتاحية: المنظمات، المسؤولية الاجتماعية، المصارف التجارية، بنك الكويت الوطني.

Abstract

This paper aims at clarifying the specificity of the adoption of social responsibility practices in commercial banks. To achieve the above objective, the researchers used the descriptive analytical method and the explanatory approach. This paper was divided into three sections, the first topic dealt with the social responsibility of organizations in general, while the second section has revealed the nature of social responsibility in commercial banks. The third section was the diagnosis of social responsibility practices in the National Bank of Kuwait as a case study, The researchers concluded in the latter three basic proposals: the need to activate the adoption of social responsibility in commercial banks, the need to strengthen the relationship between commercial banks in the application of social responsibility, Further studies are needed in this subject.

Key words : Organizations, Social Responsibility, Commercial Banks, National Bank of Kuwait.

المقدمة

في إطار سعي منظمات الأعمال لتحقيق أهدافها الاقتصادية (تعظيم الربحية) وتحسين صورتها الذهنية لدى المجتمع، توجهت الكثير منها نحو تبني مبادئ المسؤولية الاجتماعية بأبعادها المختلفة، ووضع وتنفيذ برامج فعّالة للمسؤولية الاجتماعية، بما يحد من الآثار السلبية الناتجة عن ممارساتها لأنشطتها المختلفة كالأضرار التي قد تلحق بأصحاب المصالح، التلوث البيئي، استنزاف الموارد الطبيعية، ... وغيرها. ومما زاد من أهمية تبني المسؤولية الاجتماعية تراجع دور الدولة إلى حد كبير في العملية الإنتاجية والإنمائية، وعدم قدرتها على مواصلة الدعم الاجتماعي للفئات الضعيفة، وكذلك فشل الرأسمالية في تحقيق العدالة الاجتماعية وتركيزها على المعيار الربحي والمادي، ولذلك حضت المسؤولية الاجتماعية باهتمام العديد من منظمات الأعمال، ولعل من بين أبرز هذه المنظمات نجد المصارف التجارية التي تشكل الحلقة الأساسية لتمويل الاقتصاد، ودفع عجلة التنمية فيه.

أولاً: مشكلة الورقة البحثية

تتركز مشكلة هذه الورقة البحثية في الوقوف على ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية والطبيعة الخاصة التي تحظى بها، إذ تعد المسؤولية الاجتماعية في الوقت الحاضر من المسائل والموضوعات الحيوية التي تسعى المصارف التجارية إلى تبنيها، لما لها من مزايا تعود بالنفع على المصارف وكافة الأطراف المرتبطة بها وفي مقدمتها: تحسين الصورة الذهنية للمصرف، تعزيز التنافسية، تعظيم الربحية، إرضاء العملاء، حماية المجتمع والبيئة، ... الخ.

وللوقوف على ممارسات المسؤولية الاجتماعية والطبيعة الخاصة التي تحظى بها في المصارف التجارية، وقع اختيارنا على دراسة تجربة بنك الكويت الوطني (NBK) وذلك لعدة أسباب أبرزها:

- أن تجربته تعد من التجارب الرائدة عربياً وعالمياً في مجال المسؤولية الاجتماعية.
- توافر المعلومات والبيانات حول تجربته كونه ينشرها بشكل دوري ضمن تقاريره السنوية، وضمن تقارير خاصة أخرى كتقارير الاستدامة.

وسنسى من خلال هذه الورقة البحثية للإجابة على الإشكالية الرئيسية التالية:

- ما هي طبيعة تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية بالتطبيق على بنك الكويت الوطني (NBK).

ثانياً: فرضيات الورقة البحثية

تتمثل فرضيات هذه الورقة البحثية فيما يلي:

الفرضية الأولى: يكتسي تطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية أهمية قصوى لدى المصارف التجارية.

الفرضية الثانية: هناك ممارسات معتبرة وجهود حثيثة لتبني المسؤولية الاجتماعية بشكل فعال في بنك الكويت الوطني (NBK).

ثالثا: أهمية الورقة البحثية

تتبع أهمية هذه الورقة البحثية من أهمية تطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية وما يمكن أن يعود على هذه المصارف من فوائد نتيجة تطبيقها لهذا المدخل الحديث، كما تعتبر هذه الورقة البحثية مهمة كذلك للمجتمع بحيث توضح ما يمكن أن تقدمه المسؤولية الاجتماعية للمجتمعات المحلية والبيئات الطبيعية.

كما تستمد هذه الورقة البحثية أهميتها أيضا من عرض تجربة بنك الكويت الوطني (NBK) في مجال تطبيق المسؤولية الاجتماعية، والتي تعتبر من التجارب الرائدة في هذا المجال، والتي يمكن الاستفادة منها في كثير من المصارف الأخرى خصوصا العربية منها.

رابعا: أهداف الورقة البحثية

نسعى من خلال هذه الورقة البحثية إلى تحقيق مجموعة الأهداف التالية:

- تقديم لمحة نظرية عن مفهوم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، والأطراف المستفيدة من تطبيقها.
- تلمس خصوصية تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية، وإبراز أهمية تطبيقها.
- الوقوف على ضرورة اهتمام كافة المصارف التجارية بالتطبيق الجاد للمسؤولية الاجتماعية.
- تحليل تجربة عربية رائدة في مجال تطبيق المسؤولية الاجتماعية وهي تجربة بنك الكويت الوطني (NBK).
- المساهمة في نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية للمنظمات بشكل عام، وللمصارف بشكل خاص.

خامسا: تقسيمات الورقة البحثية

لقد استهلكت هذه الورقة البحثية بمقدمة شملت مختلف العناصر المنهجية اللازمة من مشكلة، وفرضيات، وأهمية، وأهداف، وتقسيمات، ومنهج، ومصادر لهذه الورقة البحثية، فيما تم تخصيص المبحث الأول لهذه الورقة لعرض ماهية المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال عموما، بينما تم تخصيص المبحث الثاني لدراسة خصوصية ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية، أما المبحث الثالث والأخير فقد خصص لتشخيص مختلف ممارسات المسؤولية الاجتماعية المطبقة في بنك الكويت الوطني (NBK)، فيما تم اختتام هذه الورقة البحثية بخاتمة اشتملت على أبرز النتائج والتوصيات المتوصل إليها.

سادسا: منهج الورقة البحثية

لتحقيق أهداف هذه الورقة البحثية وتسهيل عملية الإجابة على مشكلتها تم الاعتماد بشكل أساسي على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعد من أنسب المناهج الملائمة لطبيعة هذا الموضوع، والذي سنحاول فيه تلمس ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية من خلال وصف وتحليل تجربة بنك الكويت الوطني في هذا المجال (NBK)، كما تم الاعتماد كذلك على المنهج الاستدلالي عند محاولة إسقاط ممارسات المسؤولية الاجتماعية على ما هو معمول به على مستوى بنك الكويت الوطني (NBK).

سابعاً: مصادر الورقة البحثية

لجمع البيانات والمعلومات عن موضوع هذه الورقة البحثية تم الاعتماد على أداتين:

1- المسح الأكاديمي للأبحاث والدراسات السابقة باللغتين العربية والأجنبية والمتعلقة بموضوع المسؤولية الاجتماعية بشكل عام، والمسؤولية الاجتماعية للمصارف بشكل خاص، وهذا ما مكن الباحثين من التوصل إلى عدد معتبر من المراجع التي تم استخدامها لإثراء الإطار النظري لهذه الورقة، وقد شملت هذه المراجع: الكتب، الدوريات، المؤتمرات، المذكرات، ...، وغيرها.

2- مختلف التقارير السنوية وتقارير الاستدامة وكافة البيانات التي تخدم موضوع البحث، والمتاحة عبر الموقع الإلكتروني لبنك الكويت الوطني (NBK).

المبحث الأول: ماهية المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال

أولاً: مفهوم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال

لقد ظهرت المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال في ظروف اتسمت بتزايد حدة المشاكل التي لحقت بالمجتمع وأثرت في أداء المنظمات بشكل عام، وقد كان لهذا التأثير الدافع القوي نحو تبني المنظمات في الوقت الراهن لنماذج معينة من المسؤولية الاجتماعية، والتي تنصب بالأساس في خدمة الفرد وضمان سلامة البيئة، ولما كانت المسؤولية الاجتماعية جوهر عمل كل المنظمات باختلاف أنواعها، فقد أدى ذلك إلى تنوع الجوانب التي تناولتها والتعريفات التي أعطيت لها. (العريزي، 2013، 164)

وبالتالي فقد تعددت التعريفات ووجهات النظر حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات، ومن بين أبرز التعريفات نذكر:

- عرّف (Drucker, 1977, 584) المسؤولية الاجتماعية ضمن تعريف مقتضب جداً على أنها: "التزام المنظمة إزاء المجتمع الذي تعمل فيه".

- أما (Holmes, 1985, 435) فقد تبني نفس التعريف الذي قدمه (Drucker, 1977) لكنه توسع فيه حيث عرّف المسؤولية الاجتماعية بأنها: "التزام المنظمة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وذلك من خلال المساهمة بمجموعة واسعة من الأنشطة الاجتماعية أبرزها: محاربة الفقر، تحسين الخدمات الصحية، مكافحة التلوث البيئي، خلق فرص عمل، معالجة مشاكل السكن والمواصلات، ...، وغيرها".

- في حين عرفها (البكري، 2001، 106) بشكل مفصّل على أنها: "الفلسفة التسويقية والمعبر عنها بالسياسات والإجراءات والأفعال التي تحقق بمجملها رفاهية المجتمع كهدف أساسي، وتقديم ما يرغب به المستهلك والتزام المنظمة بمجمل ما تعهدت به، انسجاماً مع قيمها التي تصب في النهاية ضمن تحقيق رفاهية المجتمع، واستمرار المنظمة بما تحققه من عوائد مريحة".

- ومؤخرا عرف (أبوهرديد، 2017، 18) المسؤولية الاجتماعية بأنها: "التزام المنظمات تجاه المجتمعات التي تمارس فيها أنشطتها وأعمالها، عن طريق برامج واستراتيجيات طوعية تجمع بين القضايا القيمة والاجتماعية والتجارية لضمان خلق بيئة عمل مناسبة ومستدامة".

وتأسيسا على كل ما سبق عرضه من تعريفات تمكن الباحثان من وضع تعريف شامل لمفهوم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال حيث يريان أنها تعبر عن: "ممارسة منظمات الأعمال لمختلف أنشطتها ووظائفها مع مراعاة الجوانب والتوجهات الاجتماعية والأخلاقية والبيئية والقانونية في ظل الحفاظ على استقرار ربحيتها وتعظيمها".

ومن خلال مختلف ما سبق ذكره نستنتج أن المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال تقوم على أربع أبعاد رئيسية هي: البعد الخيري (الإنساني)، البعد الأخلاقي، البعد القانوني، والبعد الاقتصادي، هذه الأبعاد الأربعة أصبحت تسمى بهرم المسؤولية الاجتماعية (Pyramid of Social Responsibility) والذي اقترحه الباحث (Carroll, 1991) سنة (1991)، والذي نوضحه في الشكل (01) أدناه:

الشكل (01): هرم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على (Carroll, 1991, 405).

ويمكن توضيح مختلف الأبعاد السابقة الذكر فيما يلي: (الخفاجي والغالي، 2008، 289)

1- البعد الاقتصادي: حيث تمارس منظمات الأعمال أنشطة اقتصادية لتحقيق الكفاءة والفعالية، وتستخدم الموارد بشكل رشيد لنتج سلع وخدمات بنوعية راقية، وتوزع العوائد بشكل عادل على عوامل الإنتاج المختلفة، بتحقيق ذلك تكون قد تحملت مسؤولية اقتصادية.

2- البعد القانوني: يندرج ضمن هذا الإطار الالتزام الطوعي والوعي بالقوانين والتشريعات المنظمة لمختلف الجوانب والمسائل في المجتمع، سواء كان هذا في الاستثمار أو الأجور أو العمل أو البيئة أو المنافسة أو غيرها.

3- البعد الأخلاقي: والذي تراعي من خلاله منظمات الأعمال الجانب الأخلاقي في كل قراراتها ومساورها في الصناعة التي تعمل فيها، تجنباً لأي ضرر قد يلحق بالمجتمع.

4- البعد الخيري: والذي يتضمن التبرعات والهبات والمساعدات الاجتماعية الخيرية التي تخدم المجتمع ولا تهدف إلى تحقيق الربح، كما قد تتبنى المنظمة في هذا الإطار قضية أساسية من قضايا المجتمع وتعمل على دعمها ومتابعتها.

ثانيا: الأطراف المستفيدة من تطبيق المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال

إن التطبيق السليم للمسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال يعود بالنفع على عدة أطراف أو فئات يطلق عليها غالبا مصطلح "أصحاب المصالح"، ويمكن إيجاز المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تجاههم فيما يلي:

1- المسؤولية الاجتماعية تجاه المالكين (المساهمين): تعد فئة المساهمين فئة مهمة من أصحاب المصالح المستفيدين من نشاط المنظمة، وتكمن مسؤولية المنظمة تجاههم بتحقيق أقصى ربح، تعظيم قيمة السهم، زيادة حجم المبيعات، بالإضافة إلى حماية أصول المنظمة وموجوداتها. (سويدان وحداد، 2006، 97)

2- المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين: يعتبر الاستثمار في الموارد البشرية من التوجهات الحديثة للمنظمات، لذلك فإن المصاريف التي تنفقها في هذا الشأن سيكون لها أثر ايجابي على المدى المتوسط والطويل، وتكمن مسؤولية المنظمة تجاههم في توفير المناخ المناسب للعمل، المساواة بين الجنسين في العمل، التكوين والتدريب، الضمان الاجتماعي، الرعاية الصحية والاجتماعية لهم، ...، وغيرها. (قريشي، 2014، 44)

3- المسؤولية الاجتماعية تجاه الزبائن: يعد الزبائن مصدر نجاح المنظمة في السوق، لذا ينبغي عليها أن تتحمل مسؤوليتها الاجتماعية تجاههم، وذلك عبر تقديم منتجات وخدمات بأسعار وجودة مناسبة، أن تكون المنتجات آمنة الاستعمال وصديقة للبيئة، اعتماد إعلان صادق وأمين، إتاحة وسهولة الحصول على المنتجات، الالتزام الأخلاقي، ...، وغيرها. (الغالبى والعامري، 2008، 117)

4- المسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين: يعد المنافسون للمنظمة محركا لقوتها نحو التجديد والإبداع والابتكار، لهذا يتعين على المنظمات أن تراعي جوانب المسؤولية الاجتماعية تجاههم ومنها: المنافسة العادلة والنزيهة، المعلومات الصادقة والأمانة، عدم سحب العاملين من المنافس بوسائل غير نزيهة، ...، وغيرها. (Carroll, 1991, 154)

5- المسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين: يترتب على عاتق المنظمات مجموعة من الالتزامات الاجتماعية تجاه الموردين أبرزها: استمرارية التوريد، أسعار عادلة، تسديد الالتزامات المستحقة لهم، الصدق في التعامل معهم، ...، وغيرها. (الغالبى والعامري، 2008، 118)

6- المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع: يشمل هذا الصنف كافة الخدمات التي تقدمها المنظمة والتي تحقق النفع العام لأفراد المجتمع، وهي متنوعة جدا ومن أمثلتها: دعم البنى التحتية، احترام العادات والتقاليد،

عدم خرق القواعد العامة والسلوك، محاربة الفساد والرشوة، دعم مؤسسات المجتمع المدني، دعم المراكز العلمية ومؤسسات التعليم، ...، وغيرها. (الغالي والعامري، 2008، 118)

7- المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة: تتجه مختلف الهيئات المحلية والدولية اليوم نحو المحافظة على البيئة ودعم كافة الأنشطة التي تساهم في تحقيق التنمية المستدامة، ومن ذلك يمكن لمنظمات الأعمال أن تعمل من أجل اقتصاد نظيف من خلال الأنشطة الصناعية الخضراء، وعدم تلويث البيئة بالمخلفات الصناعية، وغيرها، إضافة إلى نشر الوعي البيئي لدى الأفراد العاملين فيها. (قريشي، 2014، 45)

8- المسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة: هناك العديد من الالتزامات الملقاة على عاتق المنظمة إزاء الحكومة أبرزها: الالتزام بالقوانين والتشريعات الحكومية، تسديد الضرائب والرسوم وعدم التهرب منها، المساهمة في الإنفاق على البحث والتطوير، المساهمة في حل بعض المشكلات الاجتماعية كالبطالة، المساعدة في إعادة التأهيل والتدريب. (Carroll, 1991, 155)

9- المسؤولية الاجتماعية تجاه الأقليات وذوي الاحتياجات الخاصة: وتشمل: عدم التعصب ونشر روح التسامح نحو الأقليات، المساواة والعدالة في التوظيف وفي الوصول إلى المناصب العليا، تجهيزات المعاقين، دعم الجمعيات التي تساعد المعاقين، احترام حقوق المرأة، الاهتمام بكبار السن والمتقاعدين، احترام حقوق الطفل. (الغالي والعامري، 2008، 119)

10- المسؤولية الاجتماعية تجاه جماعات الضغط الاجتماعي: وتشمل: التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك، احترام أنشطة جماعات حماية البيئة، احترام دور النقابات العمالية والتعامل الجيد معها، التعامل الجيد والصادق مع الصحافة والاعلام. (Carroll, 1991, 156)

المبحث الثاني: المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية

أولاً: خصوصية المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية

تعتبر المسؤولية الاجتماعية أحد أهم مجالات أنشطة المصارف التجارية، إذ تعد بمثابة الجسر الذي تؤدي من خلاله المصارف واجباتها والتزاماتها تجاه المجتمع للمشاركة في مكافحة الفقر وتوزيع الثروة والإسهام في نشر العدالة، فلا يقتصر نشاط المصارف التجارية على ما تزاوله من أعمال مصرفية فقط، وإنما يتعداه إلى القيام بدور اجتماعي من خلال ممارسة درجة عالية من المسؤولية الاجتماعية. (القاضي، 2010، 19)

ومن المتفق عليه أن المصارف التجارية والمؤسسات المالية ليست بمؤسسات خيرية وأن هاجسها الأول هو تحقيق أكبر عائد من الربح على أصحابها، ومن هنا تبلورت فكرة وجوب تذكير هذه المصارف بمسؤولياتها الاجتماعية والأخلاقية، حتى لا يكون تحقيق الربح عائداً عن أمور غير مقبولة أخلاقياً أو قانونياً. (الأميري، 2017، 172)

أما فيما يخص مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية، فهناك عدة تعريفات وضعت لها ضمن هذا الصدد تدور كلها حول ذات المعنى، وهو ضرورة تحمل المصارف التجارية لمسئوليتها تجاه أصحاب المصالح من حملة الأسهم والعملاء والموظفين والبيئة والمجتمع (المغربل وفؤاد، 2008، 03)، وبالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية لا تقتصر فقط على تحقيق أرباح مساهميتها، وإنما تمتد لتشمل تحقيق مصالح البيئة والعاملين والعملاء وعدة فئات أخرى من المجتمع.

وتشمل المسؤولية الاجتماعية للمصارف أصحاب المصلحة، والمساهمين، والمقترضين، والمودعين، والمديرين، والموظفين، والأنظمة القانونية والتشريعية واللوائح، وتعد هذه سمة رئيسية تميز القطاع المصرفي عن باقي القطاعات ألا وهي تعدد جوانب مسؤولية المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية، مما يؤدي إلى كثرة المعلومات وتعدد وجهات هذا من جهة، ومن جهة أخرى يستلزم تنظيمًا أكثر صرامة من أجل استقرار القطاع المصرفي (أحمد وآخرون، 2018، 116).

أما فيما يخص أبعاد تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية فهي تشمل أربع أبعاد أساسية هي: (النسور، 2010، 364-365)

1- البعد الاقتصادي: يتمثل في طبيعة عمل المصارف وقدرتها على تحقيق الأرباح، وزيادة العائد الاستثماري، وبالتالي المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية للبلاد، كما يندرج تحته توفير أجواء العمل المناسبة وحماية العاملين والمساهمين وجميع الأطراف ذات المصلحة وضمان حقوقهم.

2- البعد القانوني: يعني التزام المصرف بالقوانين والتشريعات والأنظمة التي تسنها الحكومة أو المجتمع، ويعتبر هذا البعد بما يحمله من آثار بمثابة تشجيع والتزام المصارف بسلوك مقبول ومسؤول في أنشطتها ومخرجاتها المقدمة إلى المجتمع وأن لا ينتج عنها أي ضرر، كما يندرج ضمن هذا البعد ضرورة حماية المصارف من بعضها البعض خصوصا فيما يتعلق بطرق المنافسة غير النزهاء.

3- البعد الأخلاقي: يشير إلى السلوك التسويقي الذي يعد مقبولا من قبل المساهمين وأصحاب المصالح في المصرف (المجتمع، المستثمرين، العملاء، والمصارف المنافسة) وهذه المفاهيم تعد بمثابة أعراف وقوانين تلتزم بها المصارف في تعاملها مع المجتمع، ولذلك فقد أصبحت الجوانب الأخلاقية تعمل جنبا إلى جنب مع الجوانب القانونية لبناء علاقات تسويقية طويلة الأمد.

4- البعد الإنساني: يعد قمة المسؤولية الاجتماعية وهو الذي يمثل الرفاهية والشهرة والمكانة التي يحتلها المصرف من خلال ما يقوم به من نشاطات وفعاليات، ويبرز هذا البعد من خلال مشاركة المصارف في مختلف المجالات التي تتعلق بالبيئة والمجتمع مثل: قضايا تلوث البيئة والهواء، والحماية من الأخطار البيئية.

إن مختلف الأبعاد الأربعة السابقة الذكر تشير إلى أن المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية تعني مجموعة واسعة جدا من الأطراف أبرزهم المجتمع، العملاء، والموظفين، والذين نوردهم بشيء من التفصيل فيما يلي:

- أ- **المسؤولية الاجتماعية للمصرف التجاري تجاه المجتمع:** حيث يجب على المصارف أن تتحمل مسؤوليتها كاملة تجاه المجتمع وذلك من خلال: (القاضي، 2010، 21)
- القيام بالمساهمة في الوفاء باحتياجات المجتمع ورعاية مختلف أنشطته.
 - دعم المؤسسات التي لا تهدف إلى تحقيق الربح.
 - إقامة حوار مع المؤسسات التي تمثل أصحاب المصالح.
 - الالتزام التام بالحفاظ على البيئة واحترام القوانين والتشريعات التي تحميها.
- ب- **المسؤولية الاجتماعية للمصرف التجاري تجاه العملاء:** لقد أصبح هناك التزام من قبل المصارف بممارسة درجة من المسؤولية الاجتماعية تجاه المتعاملين معها (العملاء)، ومن أمثلة أنشطة ومجالات المسؤولية الاجتماعية للمصارف تجاه العملاء: (أحمد وآخرون، 2018، 117)
- تيسير سياسات وإجراءات تقديم الخدمات المصرفية للعملاء، وتقديمها في الوقت والمكان المناسبين.
 - إعداد البحوث والدراسات الكافية لمعرفة دوافع وسلوكيات العملاء عند التعاملات المصرفية.
 - بث الثقة لدى عملاء المصرف، والاهتمام بشكاويهم والرد عليها.
 - شرح وتوضيح شروط تعامل المصرف مع العملاء، مع المحافظة على أمن وسرية كافة معاملاتهم.
- ت- **المسؤولية الاجتماعية للمصرف التجاري تجاه الموظفين:** حيث يتعين على المصارف أن توفي بكافة التزاماتها تجاه موظفيها وفي مقدمتها: (القاضي، 2010، 23)
- احترام الكادر البشري للمصرف وتيسير إجراءات العمل والمساواة بين الموظفين وتمكينهم.
 - تقييم العاملين وتحفيزهم وضمان استفادتهم من البرامج التدريبية مع توفير بيئة مادية ملائمة.
 - توفير سبل الحوار المتبادل بين إدارة المصرف والعاملين به.
- وفيما يلي نقدم مجموعة من الأمثلة والممارسات التي تقوم بها المصارف التجارية في إطار تحملها لمسئوليتها الاجتماعية: (قندح، 2013، 198)
- استقطاب المدخرات والتشجيع على الادخار والاستثمار والعمل على توزيع الموارد بكفاءة وفعالية، وتوفير القنوات الرئيسية للسياسات النقدية، وبالتالي العمل على زيادة كفاءة وفعالية السياسات الاقتصادية الكلية.
 - تقديم التمويل اللازم للمشاريع في القطاع العام والخاص وتوفير التمويل اللازم للمشاريع الضخمة من خلال قروض التجمع المصرفي، وتوفير مختلف الخدمات المصرفية لسائر القطاعات.
 - الاهتمام بتمويل المشاريع المصغرة والصغيرة والمتوسطة وإنشاء دوائر خاصة في معظم المصارف للوقوف على الحاجات التمويلية لهذه المنشآت.

- الاهتمام بالتمويل البيئي، ودعم المشاريع ذات الطابع الأخضر والصديقة للبيئة.
- تفعيل الشراكة بين القطاعين العام والخاص من خلال التعاون والتنسيق المستمر مع مختلف الجهات.
- تقديم ورعاية ودعم مبادرات المسؤولية الاجتماعية بكافة نشاطاتها.

ثانيا: فوائد تبني المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية

مع الاتجاه العالمي المتزايد للاهتمام بأداء المسؤولية الاجتماعية، تغيرت النظرة للمصارف من مجرد كونها وحدات اقتصادية تهدف إلى تحقيق الربح إلى كونها شريك في المجتمع لها دور اجتماعي من خلال الإسهام في مشروعات خدمة المجتمع وتنميته، وأصبح واضحا لدى المصارف أن النموذج الاقتصادي أحادي البعد القائم على الكفاءة فقط (تعظيم الربح) أكثر تكلفة من النموذج الاقتصادي الاجتماعي الذي يقوم على الدور المتوازن بين كل من الاعتبارات الاقتصادية والاجتماعية. (القاضي، 2010، 19)

فالمسؤولية الاجتماعية والالتزام بتطبيقها من قبل المصارف يعد مدخلا حديثا يساعد على تحسين الأداء المالي من خلال العمل على تكوين صورة ذهنية إيجابية عند أكبر عدد ممكن من الشرائح المكونة للمجتمع، عبر ما تقدمه من معززات تدعم شهرة المصارف عن طريق جذب العملاء لها، والعمل على الاستقرار والترابط الاجتماعي بين المصارف والمجتمع في العديد من المجالات. (العودات، 2015، 17)

كما أن الاهتمام بالخدمات الاجتماعية يعد واجبا أخلاقيا لكنه في نفس الوقت يعد أيضا إحدى الوسائل التي يستخدمها المصرف في تحسين الإنتاجية وتعظيم الأرباح، فقد دلت كثير من الأبحاث العلمية أن المصارف الأكثر اهتماما بالبيئة الاجتماعية استطاعت أن تكون أكثر ربحية في الأجل الطويل، كما أن قلة الاهتمام بالجوانب الاجتماعية والأخلاقية يؤدي إلى فقدان ثقة العملاء وانخفاض فعالية عمليات التمويل، وهذا ما أكدته دراسة مسحية أجراها معهد (CFA) سنة (2013) عبر سبر آراء (6783) مبحوثا. (Csaba et al, 2015, 100)

كما أن تحمل المصارف لمسئوليتها الاجتماعية يلعب دورا فعّالا في تحقيقها للمزايا التنافسية المنشودة واستدامتها، ذلك كونه يرتكز على: (الحمزاوي، 2000، 51)

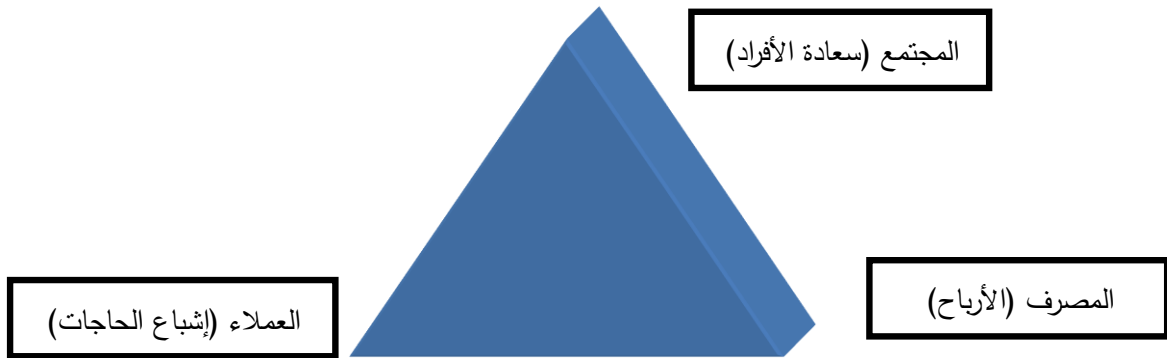
1- تأكيد أهمية تمويل مشروعات الأعمال وتوجيه الاستثمارات إلى المجالات التي تحسن من جودة الحياة، وتحقق أكبر قدر من الإشباع لرغبات أقصى قدر من الأفراد.

2- معاونة العملاء على اتخاذ قراراتهم المالية والاستثمارية على أسس سليمة.

3- تحقيق المصرف لأهداف عملائه من خلال إعداد الأنظمة واستخدام الأساليب المتطورة في تقييم درجة رضا العملاء عما يتلقونه من خدمات مصرفية.

وبذلك فإن التوجه الاجتماعي وتحمل المصرف لمسئوليته الاجتماعية سيعودان عليه وعلى عملائه وعلى المجتمع ككل بعدة نتائج إيجابية، يمكن إبرازها في الشكل أدناه:

الشكل (02): منافع التوجه الاجتماعي للمصارف



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على (Kotler et Dubois, 2004, 21)

وتتبعي الإشارة في الأخير إلى أن إخلال المصارف بمسؤوليتها الاجتماعية كثيرا ما يتسبب في آثار سلبية وخيمة تتعدى المصارف والقطاع المصرفي إلى انهيار اقتصاد بلاد بأكملها أو انهيار الاقتصاد الدولي برمته، وأصدق مثال على ذلك الأزمة المالية والاقتصادية العالمية لسنة (2008)، والدور الذي لعبته المصارف في حدوثها نتيجة إخلالها بمسؤوليتها الاجتماعية.

المبحث الثالث: عرض تجربة بنك الكويت الوطني (NBK) في مجال تطبيق المسؤولية الاجتماعية

أولاً: تقديم بنك الكويت الوطني (NBK)

تأسس بنك الكويت الوطني "National Bank of Kuwait" (NBK) سنة (1952) ليكون أول وأقدم بنك وطني وشركة مساهمة تأسست في دولة الكويت ومنطقة الخليج العربي، وعبر السنوات استطاع (NBK) أن يقدم مجموعة متكاملة من أفضل الخدمات والحلول المالية والاستثمارية المبتكرة والفريدة لعملائه من الأفراد والشركات، ويحتفظ البنك حالياً بحصة سوقية مهيمنة وقاعدة عملاء كبيرة ومنتامية على المستويين المحلي والإقليمي. (بنك الكويت الوطني، 2017، أ، 01)

وعلى الرغم من تركيز العمليات الرئيسية لمجموعة بنك الكويت الوطني (NBK) في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، إلا أن البنك يسعى للحفاظ على مكانته الدولية من خلال انتشاره في العديد من الدول بشبكة واسعة من الفروع بلغت (145) فرعاً في (15) دولة موزعة على (4) مناطق جغرافية وفقاً لما يوضحه الجدول (01) أدناه:

الجدول (01): شبكة فروع (NBK) سنة (2017)

أمريكا الشمالية	آسيا	أوروبا	الشرق الأوسط
15- الولايات المتحدة (1 فرع)	13- الصين (1 فرع) 14- سنغافورة (1 فرع)	10- المملكة المتحدة (2 فرع) 11- فرنسا (1 فرع) 12- سويسرا (1 فرع)	1- الكويت (68 فرعا) 2- مصر (43 فرعا) 3- تركيا (13 فرعا) 4- العراق (5 فروع) 5- لبنان (3 فروع) 6- البحرين (2 فروع) 7- الإمارات (2 فروع) 8- الأردن (1 فرع) 9- السعودية (1 فرع)

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على (بنك الكويت الوطني، 2017 ب، 40)

ويسعى (NBK) إلى تقديم مجموعة متنوعة من الخدمات والمنتجات التي تندرج ضمن (4) قطاعات أعمال رئيسية هي: (بنك الكويت الوطني، 2017 ب، 04)

- 1- الخدمات المصرفية الشخصية والخاصة.
- 2- الخدمات المصرفية الإسلامية (من خلال بنك بوبيان التابع للمجموعة).
- 3- الخدمات المصرفية للشركات.
- 4- الخدمات المصرفية الاستثمارية وإدارة الأصول (من خلال شركة الوطني للاستثمارات التابعة للمجموعة).

كما يحظى (NBK) الذي يعد أكبر مؤسسة مالية في الكويت بأعلى التصنيفات الائتمانية على مستوى بنوك الشرق الأوسط من قبل وكالات تصنيف الائتمان العالمية وفقا لما يوضحه الجدول (02) أدناه:

الجدول (02): التصنيف الائتماني لـ (NBK)

وكالة التصنيف	التصنيف الطويل الأجل	التصنيف المستقل	النظرة المستقبلية
(Moody's)	Aa3	a 3	مستقرة
(Standard and Poor's)	A+	a-	مستقرة
(Fitch Ratings)	AA-	a-	مستقرة

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على (بنك الكويت الوطني، 2017 ب، 4)

جدير بالذكر أن (NBK) قد حقق أرباحا صافية قدرت بـ (1.068) مليون \$ سنة (2017)، كما بلغت موجوداته الإجمالية (86.3) مليار \$ وحقوق مساهميه (9.5) مليار \$ خلال نفس السنة، كما تم تصنيفه

أيضا من قبل مؤسسة (Global Finance) على أنه من بين أكثر (50) بنكا أمانا في العالم. (بنك الكويت الوطني، 2017، أ، 01)

ثانيا: تشخيص ممارسات المسؤولية الاجتماعية في بنك الكويت الوطني (NBK)

تعد المسؤولية الاجتماعية بمثابة حجر الأساس الذي بني عليه (NBK)، ويتضح ذلك بشكل جلي من خلال رؤية البنك والمصاغة كما يلي: "أن نكون البنك الذي تعرفه ونتثق به بفضل قيمنا الأساسية وموظفينا والخبرات التي نقدمها" (بنك الكويت الوطني، 2015، 02)، حيث تعد الثقة المتبادلة جوهر تطبيق المسؤولية الاجتماعية وأساس وجود القطاع المصرفي برمته.

كما تعزز رسالة (NBK) تبنيه لممارسات المسؤولية الاجتماعية حيث ينص البند الثالث من هذه الرسالة على ما يلي: "القيام بمسؤوليتنا تجاه المجتمع الذي نعمل فيه" (بنك الكويت الوطني، 2014، 03)، حيث تؤكد إدارة البنك على ضرورة تبني العديد من البرامج والأنشطة ذات العائد الايجابي على المجتمع ككل. كما يتضح مدى اهتمام إدارة (NBK) بمختلف ممارسات المسؤولية الاجتماعية من خلال المخصصات المالية المرصودة لهذه البرامج حيث تجاوز إنفاق البنك على مختلف مساهماته المجتمعية (180) مليون دينار كويتي "د.ك" على مدار العقدين الأخيرين من الزمن، وهو مبلغ ضخم ومعتبر. (بنك الكويت الوطني، 2017 ج، 65)

بالتوازي مع ذلك ومنذ سنة (2008) بدأ (NBK) بنشر تقارير سنوية للمسؤولية الاجتماعية، وقد كانت تلك التقارير في الماضي تركز في المقام الأول على مبادرات البنك المجتمعية في الكويت، لكن ابتداءً من سنة (2016) تم تبني نهج جديد تماما من خلال البدء بإصدار تقارير الاستدامة (Sustainability Reports) الخاصة بالبنك، والتي تتناول مختلف التأثيرات والقضايا البيئية والاجتماعية لـ (NBK)، وعلى غرار مختلف التقارير السنوية وتقارير المسؤولية الاجتماعية فهي متاحة عبر الموقع الإلكتروني للبنك باللغتين العربية والانجليزية. (www.nbk.com)

وبغية تشخيص ممارسات المسؤولية الاجتماعية في (NBK) فسنقوم بعرض وتحليل مختلف مبادراته وبرامجه في هذا المجال، بالتركيز على التزاماته الاجتماعية والبيئية الواردة ضمن تقرير الاستدامة لـ (NBK) لسنتي (2016) و (2017) وذلك ضمن (6) مجالات أساسية نوجزها فيما يلي:

1- برامج الرعاية الصحية: يولي (NBK) أهمية كبرى للارتقاء بجودة الرعاية الصحية بالكويت، وذلك من خلال المساهمة في تحسين مرافق الرعاية الصحية، تقديم طرق علاج جديدة ومبتكرة، رفع مستوى الوعي والثقافة الصحية،... وغيرها، وقد قدرت مخصصات (NBK) لهذه البرامج سنة (2017) بـ (7188540) د.ك، وضمن هذا المجال تبني (NBK) عدة برامج نوجزها فيما يلي:

1- إنشاء مستشفى (NBK): لقد توجهت جهود (NBK) في مجال الرعاية الصحية بإنشاء مستشفى (NBK) للأطفال سنة (2000)، والذي يضم (3) مراكز أساسية هي: مركز العلاج بالخلايا الجذعية،

مركز أمراض دم الأطفال، مركز طب سرطان الأطفال، ويسير هذا المستشفى طاقم مؤهل مكون من: (16) طبيبا وأخصائيا واستشاريا، (170) ممرضا، (50) وظائف دعم (موظفي العيادات والصيدليات)، (200) وظائف عامة (سكرتاريا، منظفين، ... الخ).

ويعد مستشفى (NBK) للأطفال أكبر مشروع من نوعه على مستوى الكويت، وقد خصصت إدارة (NBK) مبالغ مالية معتبرة لتمويل هذا المستشفى نوضحها في الجدول (03) أدناه:

الجدول (03): المخصصات المالية لمستشفى (NBK) للأطفال

السنة	2014	2015	2016
المبلغ (آلاف د.ك.)	169	1032	3500

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على (بنك الكويت الوطني، 2016، 47)

1-2- دعم القضايا الصحية للمرأة: وضمن هذا المجال أطلق (NBK) حملة سنوية لمكافحة مرض سرطان الثدي والتوعية بسبل الوقاية منه، كما خصص (NBK) حملة خاصة بالسيدات للحصول على خصم قدره (20%) على فحص الأشعة السينية (الماموجرام) وخصم قدره (30%) على فحص الأشعة فوق الصوتية، هذا بالإضافة إلى الفحوصات المجانية في قسم الجراحة للنساء فوق عمر الأربعين سنة.

1-3- رعاية الأطفال المرضى: تولي إدارة (NBK) عناية فائقة بهذه الفئة، وضمن هذا الصدد سطرت عدة برامج ومبادرات نوجزها فيما يلي:

- تبني مبادرة "أحلم أن أكون" وذلك لتحقيق أحلام الأطفال المرضى في المستشفيات.
- تمويل جمعية رعاية الأطفال في المستشفيات "كاتش" للعلاج النفسي للأطفال المرضى بالسرطان.
- إصدار قصة "عبد الله ينتصر" وهي قصة موجهة للأطفال المرضى بالسرطان هدفها بعث الأمل فيهم، وقد وزعت إدارة البنك (50000) نسخة منها سنة (2017).
- تنظيم مهرجان "بيت عبد الله" سنة (2017) لفائدة الأطفال المرضى والذي تخللته عروض مسلية لهذه الفئة.

1-4- جائزة "أفضل مساهم اجتماعي": حيث فاز (NBK) بجائزة أفضل مساهم اجتماعي في المبادرات الصحية في الكويت، وذلك في مؤتمر المسؤولية الاجتماعية السنوي الذي تنظمه جامعة الخليج للعلوم والتكنولوجيا (GUST).

1-5- تنظيم سباق (NBK) للمشي: لأكثر من عقدين متتالين واصل (NBK) تنظيم سباق المشي تحت شعار "نحن أقوى مع كل خطوة"، ويندرج هذا السباق ضمن مجال تحسين صحة المواطن الكويتي خصوصا المرضى وكبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة، وقد شهد سباق سنة (2017) مشاركة (13298) شخصا قطعوا مسافة إجمالية قدرها (11) كلم.

2- برامج دعم التعليم: تشمل مساعي (NBK) الاجتماعية عدة برامج ومبادرات لدعم التعليم من خلال الارتقاء بمستوى البنية التحتية في المدارس والجامعات، ودعم البرامج التعليمية والتدريبية، والتي نوجز أبرزها فيما يلي:

2-1- دعم مؤسسة الكويت للتقدم العلمي (KFAS): وهي مؤسسة غير ربحية تأسست سنة (1976) بهدف نشر ثقافة علمية وتكنولوجية وابتكارية مزدهرة في دولة الكويت، ويمكن توضيح التبرعات المالية التي يقدمها (NBK) إلى هذه المؤسسة العملية في الجدول (04) أدناه:

الجدول (04): تبرعات (NBK) لمؤسسة الكويت للتقدم العلمي (KFAS)

السنة	2014	2015	2016
المبلغ (آلاف د.ك)	2372	2573	2520

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على (بنك الكويت الوطني، 2016، 47)

2-2- رعاية الجامعات ومؤسسات التدريب: يقوم (NBK) برعاية مختلف الأنشطة العلمية والتدريبية لمجموعة من الجامعات ومؤسسات التدريب منها: الجامعة الأمريكية في الكويت، جامعة الخليج للعلوم والتكنولوجيا، الكلية الأسترالية، جامعة الكويت، الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب، ... وغيرها.

2-3- دعم طلاب الثانويات: يواصل (NBK) جهوده ضمن مجال دعم طلاب الثانويات، حيث قام سنة (2017) للسنة العاشرة على التوالي برعاية مبادرة وزارة التعليم لتكريم المتفوقين من طلاب الثانوية العامة بتقديم جوائز نقدية لـ (137) طالبا متخرجاً منهم (15) طالبا متوقفاً.

بالتوازي مع ذلك واصل (NBK) رعايته للبرنامج التدريبي الخاص بطلبة المدارس الثانوية الفائزين بتحدي (PIN²)، الذين تنافسوا على تقديم أفضل فكرة مشروع مبتكر للعام الرابع على التوالي، كما قام البنك بتدريب الطلبة الفائزين بهذا التحدي ضمن برنامج خاص للتعرف على مبادئ العمل المصرفي في إدارات البنك المختلفة.

3- برامج تمكين الشباب: في إطار التزام (NBK) برعاية شريحة الشباب، فقد تبنى مجموعة مختلفة من البرامج الرامية لتحقيق ذلك، وقد خصص لها ميزانية قدرها (179511) د.ك سنة (2017)، وذلك بالتعاون مع مؤسسة (LOYAC) غير الربحية، ويمكن إيجاز هذه البرامج فيما يلي:

3-1- برنامج "جاهز": وهو برنامج تدريبي مشترك بين مؤسسة (LOYAC) ووحدة التدريب التابعة لقسم إدارة الموارد البشرية بـ (NBK)، وقد شارك في هذا البرنامج أكثر من (30) طالبا حول عدة مواضيع أبرزها خدمة العملاء وكيفية إجراء المقابلات الوظيفية.

3-2- برنامج "الجسر": وهو برنامج تدريبي مشترك بين (NBK) ومؤسسة (LOYAC) شارك فيه (950) متدرباً سنة (2017) ضمن (3) جلسات، وذلك بهدف تحسين مهاراتهم في خدمة العملاء وذلك تحت إشراف أساتذة أكفاء.

3-3- برنامج "كن": هو برنامج مشترك بين مؤسسة (LOYAC) لريادة الأعمال وكلية (Babson) الأمريكية بهدف تدريب الشباب وإتاحة الفرصة لهم للتعرف على طبيعة وبيئة الأعمال وترجمة أفكارهم إلى واقع ملموس، ويمتد هذا البرنامج على مدى (5) أسابيع.

3-4- رعاية رحلات (LOYAC): قام (NBK) برعاية العديد من الرحلات الخارجية للشباب الكويتي بالتعاون مع مؤسسة (LOYAC)، وفي عام (2017) تم تنظيم (3) رحلات إلى كل من تنزانيا، تايلاند، والمغرب، ضمن إطار برنامج التبادل الثقافي بين الدول.

4- البرامج الخيرية والإنسانية: تولى إدارة (NBK) أهمية بالغة لمختلف البرامج الخيرية والإنسانية، ويتضح ذلك من خلال تخصيصها لميزانية مالية متزايدة تأخذ شكل مساهمات وتبرعات كما هو موضح في الجدول (05) أدناه:

الجدول (05): المساهمات والتبرعات الخيرية والإنسانية لـ (NBK)

السنة	2014	2015	2016
المبلغ (آلاف د.ك)	606	669	750

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على (بنك الكويت الوطني، 2016، 47)

ويمكن إيجاز أبرز البرامج الخيرية والإنسانية لـ (NBK) فيما يلي:

4-1- رعاية جمعية الهلال الأحمر الكويتية: يعد (NBK) الشريك الاستراتيجي لجمعية الهلال الأحمر الكويتية حيث يساهم (NBK) في مختلف البرامج الخيرية التي تتبناها هذه الجمعية، ومنها: مبادرة "عيدكم مبارك" لدعم الأسر الفقيرة في العيد، مشروع تعليم الأطفال من ذوي الدخل الضعيف، معرض (Avenues) لجمع التبرعات، ... وغيرها، ونتيجة لمساهمة (NBK) في مختلف الأعمال السابقة الذكر كرمته جمعية الهلال الأحمر الكويتية عبر منحه شعار "شريك الإنسانية الاستراتيجي" وذلك تقديراً لمجهوداته في هذا المجال.

4-2- فعل الخير في رمضان: ففي سنة (2017) لوحدها قام (NBK) بعدة مبادرات خيرية في شهر رمضان تضمنت: توزيع (25000) وجبة فطور، زيارة (50) عائلة ضمن حملة "بيتكم عامر"، رعاية (1400) طالب و(1700) أسرة من قبل جمعية "النجاة الخيرية"، توزيع (20000) زجاجة ماء على (5) مساجد في محافظة الكويت، استضافة (12000) شخص في خيمة (NBK) الرمضانية، ... وغيرها، كل ذلك بمساهمة قدرها (110974) د.ك.

4-3- رعاية جمعية (KALD): وهي الجمعية الكويتية لاختلاف التعلم المتخصصة بمساعدة الطلاب الذين يعانون من صعوبات في التعلم، حيث تم دعمها بمبلغ (30000) د.ك، كما تمت رعاية مختلف أنشطتها سنة (2017) والتي شملت: مخيم الجمعية للبنين المقام في اندونيسيا بمشاركة (21) طالبا،

معرض (KALD) للمواهب بمشاركة (87) طالبا و(30) مدريا، مخيم (KALD) في جزيرة فيلكا للبنين والبنات بمشاركة (20) ولدا و(21) بنتا.

4-4- دعم ذوي الاحتياجات الخاصة والمسنين: ضمن فئة ذوي الاحتياجات الخاصة يقوم (NBK) بدعم (مركز 21) لذوي الاحتياجات الخاصة والإعاقات الذهنية البالغ عمرهم (21) سنة فما فوق وذلك ببلغ قدره (32101) د.ك سنة (2017) وقد استفاد منه (42) من ذوي الاحتياجات الخاصة، أما فيما يخص فئة المسنين فقد استفادت هي الأخرى من دعم مالي بلغ (3200) د.ك خلال نفس السنة وقد استفاد (30) مسنا من هذا البرنامج.

5- برامج حماية البيئة: لقد اتخذ (NBK) خطوات سبّاقة وإجراءات عملية لمعالجة المشاكل التي تواجه البيئة، وقد جعل من الاستدامة هدفا رئيسيا وبرنامجا محوريا خلال السنوات الأخيرة، وضمن هذا المسعى تبنت إدارة (NBK) عدة مبادرات وبرامج لحماية البيئة نوجزها فيما يلي:

5-1- مبادرات الاستدامة البيئية الداخلية: حيث تبني (NBK) مجموعة من المبادرات الرامية إلى الحفاظ على الموارد على مستوى مختلف عملياته، ومن أبرزها:

- إقامة مباني صديقة للبيئة، حيث تحصلت مباني (NBK) على شهادة (LEED) أي نظام الريادة في تصميمات الطاقة والبيئة.

- خفض استهلاك الطاقة على مستوى (NBK) بنسبة (33%) سنة (2017).

- إعادة تدوير الورق، حيث بلغت كمية الورق المعاد تدويرها (115.8) طنا سنويا على مستوى (NBK).

- إعادة تدوير المعدات الالكترونية التالفة، والتي بلغت قيمتها (6959) د.ك سنة (2017).

- تخفيض نسبة النفايات الناتجة عن الموظفين بنسبة (15%) سنة (2017).

- تبني برنامج شامل لإدارة الغازات الدفيئة الناتجة عن أنشطة البنك عبر تخصيص تقرير سنوي خاص بها.

5-2- دمج الاستدامة في المنتجات والخدمات: وضمن هذا الصدد تبني (NBK) معايير صارمة حيث ولتحصل المشاريع الكبرى في قطاع الطاقة على تمويل الـ (NBK) يجب عليها أن تلتزم بالمعايير البيئية الكويتية ومعايير الاتحاد الأوروبي والبنك الدولي، كذلك وللحصول على تمويل مشروعات الشراكة بين القطاعين العام والخاص من طرف (NBK) تجرى دراسة لتقييم التأثير البيئي (EIA) وتقييم اجتماعي للمشروع كشرط مسبق للتمويل.

جدير بالذكر أن (NBK) قد تبني ما يعرف بـ "مبادئ خط الاستواء" (Equator Principales) منذ سنة (2003)، وهي مجموعة من المبادئ التوجيهية الطوعية التي تبنتها جل المؤسسات المالية الدولية، وذلك لضمان معالجة مختلف القضايا الاجتماعية والبيئية بشكل كامل.

3-5- المساهمة في نشر الوعي البيئي: تحت شعار "فكر فيها" أطلق (NBK) مجموعة من حملات التوعية الهادفة إلى حماية البيئة والحفاظ عليها، وقد شملت هذه الحملات: تنظيف الشواطئ والصحارى، توفير استهلاك الطاقة والمياه، إعادة تدوير الورق، إدارة النفايات، ...، وغيرها.

الخاتمة

عبر مختلف محاور هذه الورقة البحثية تم التوصل في الأخير إلى مجموعة من النتائج والتوصيات الهامة، والتي نوردتها فيما يلي:

أولاً: نتائج الورقة البحثية

من خلال الإطار النظري لهذه الورقة البحثية وخصوصاً المبحث الثاني تم التوصل إلى مجموعة النتائج التالية:

- تعد المسؤولية الاجتماعية أحد أهم مجالات أنشطة المصارف التجارية اليوم، فقد تغيرت النظرة للمصارف من مجرد كونها وحدات اقتصادية تهدف إلى تحقيق الربح إلى كونها شريك في المجتمع.
- إن التزام المصارف التجارية بتطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية يساهم في تحسين الأداء المالي للمصارف وتعظيم أرباحها، من خلال رسم صورة ذهنية طيبة عن المصرف لدى العملاء والمجتمع ككل، مما يزيد من رضا العملاء الحاليين ويساهم في استقطاب عملاء جدد للمصرف التجاري.
- إن التزام المصارف التجارية بتحمل مسؤوليتها الاجتماعية يعد مدخلاً حديثاً لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة لها، لأن النمطية التي تميز القطاع المصرفي وتشابه خدماته وإمكانية تقليدها ومحاكاتها بسهولة يفرض على المصارف التجارية البحث عن سبل أخرى للتمييز ومن أبرزها نجد المسؤولية الاجتماعية والبيئية.
- وبناءً على مختلف النتائج السابقة الذكر تم إثبات صحة الفرضية الأولى القائلة: "يكتسي تطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية أهمية قصوى لدى المصارف التجارية".
- ومن خلال الإطار التطبيقي لهذه الورقة البحثية والمتمثل في المبحث الثالث فقد تم التوصل إلى مجموعة من النتائج أبرزها:
- تولي إدارة (NBK) أهمية قصوى لدعم برامج الرعاية الصحية حيث قامت بعدة مبادرات ضمن هذا الصدد أبرزها: إنشاء مستشفى (NBK) للأطفال، دعم القضايا الصحية للمرأة، رعاية الأطفال المرضى، تنظيم سباق (NBK) للمشي، ...، وغيرها.
- يتبنى (NBK) مجموعة متنوعة من برامج دعم التعليم أبرزها: الدعم المالي لمؤسسة الكويت للتقدم العلمي (KFAS)، رعاية الجامعات ومؤسسات التدريب، دعم طلاب الثانويات، ...، وغيرها.
- يدعم (NBK) مجموعة ثرية من برامج تمكين الشباب أبرزها: برنامج "جاهز"، برنامج "الجسر"، برنامج "كن"، رحلات (LOYAC)، ...، وغيرها.

- يرعى (NBK) عدة مؤسسات وبرامج خيرية وإنسانية أبرزها: جمعية الهلال الأحمر الكويتية، جمعية (KALD) لاختلافات التعلم، (مركز 21) لذوي الاحتياجات الخاصة، فعل الخير في رمضان، ... الخ.

- يتبنى (NBK) عدة برامج ومبادرات لحماية البيئة أبرزها: مبادرات الاستدامة البيئية الداخلية، دمج الاستدامة في المنتجات والخدمات، المساهمة في نشر الوعي البيئي، ... وغيرها.

وبناءً على مختلف النتائج السابقة الذكر تم إثبات صحة الفرضية الثانية القائلة: "هناك ممارسات معتبرة وجهود حديثة لتبني المسؤولية الاجتماعية بشكل فعال في بنك الكويت الوطني (NBK)".

ثانياً: توصيات الورقة البحثية

من خلال هذه الورقة البحثية فقد توصل الباحثان إلى ثلاثة توصيات أساسية هي:

- 1- ضرورة تفعيل تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية، وذلك من خلال:
 - تبني برامج ومبادرات متنوعة في مختلف مجالات المسؤولية الاجتماعية دون التركيز على مجال معين وإهمال بقية المجالات، وهذا ما انتهجته إدارة (NBK) بشكل فعال.
 - يتعين على كافة المصارف التجارية أن تخصص وحدات أو لجان خاصة بالمسؤولية الاجتماعية ضمن هيكلها التنظيمي، وهذا ما لم نلمس وجوده على مستوى (NBK).
 - ضرورة الإفصاح بشكل كاف عن كافة أنشطة المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية ضمن تقاريرها السنوية، أو ضمن تقارير مستقلة خاصة بالمسؤولية الاجتماعية والاستدامة كما هو معمول به على مستوى (NBK).
- 2- ضرورة تعزيز العلاقة بين المصارف التجارية في مجال تطبيق المسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال:
 - ضرورة التعاون والتنسيق بين المصارف التجارية داخل البلد لتوجيه نشاطاتها نحو قضايا اجتماعية مختلفة.
 - ضرورة ربط تحالفات إستراتيجية بين المصارف المحلية مع بعضها البعض أو حتى مع المصارف الدولية، وذلك ضمن مجال تبادل الخبرات والتجارب في مجال تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية.
- 3- ضرورة إجراء المزيد من الدراسات المستقبلية حول فوائد تبني المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية، ومن أمثلتها:

- دور ممارسات المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف التجارية.
- أثر المسؤولية الاجتماعية في تحسين الأداء المالي للمصارف التجارية.
- المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحقيق رضا عملاء المصارف التجارية.

قائمة المراجع

أولاً: قائمة المراجع العربية

1. أبو هريبد ياسر سعيد، (2017)، دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة حالة شركة توزيع كهرباء محافظات غزة، مذكرة ماجستير غير منشورة، تخصص: إدارة الدولة والحكم الرشيد، أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا، غزة، فلسطين.
2. أحمد زركار علي، محمد علي عمر، عبد الكريم بيشكة وت، (2018)، المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحسين نوعية الخدمات المصرفية: دراسة ميدانية على عينة من المصارف التجارية في محافظة السليمانية وإدارة كرميان، المجلة العلمية لجامعة جيهان، المجلد (02)، العدد (01)، جامعة جيهان، السليمانية، العراق.
3. الأميري وليد حميد رشيد، (2017)، المسؤولية الاجتماعية للمصارف الخاصة، دار اليازوري العلمية للنشر، عمان، الأردن.
4. البكري ثامر ياسر، (2001)، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
5. الحمزاوي محمد كمال خليل، (2000)، اقتصاديات الائتمان المصرفي: دراسة تطبيقية للنشاط الائتماني وأهم محدداته، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر.
6. الخفاجي نعمة عباس، الغالبي طاهر محسن، (2008)، قراءات في الفكر الإداري المعاصر، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
7. العزيزي نوال، (2013)، المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بحوكمة الشركات، المؤتمر الثالث للعلوم المالية والمصرفية حول: حاكمية الشركات والمسؤولية الاجتماعية: تجربة الأسواق الناشئة، يومي 17 و18 نيسان/أفريل، جامعة اليرموك، أربد، الأردن.
8. العودات أنس إبراهيم سالم، (2015)، أثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على القيمة السوقية للبنوك التجارية الأردنية وفقاً لنموذج (Tobin's): دراسة اختبارية على البنوك التجارية الأردنية (2009-2014)، مذكرة ماجستير غير منشورة في المحاسبة، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
9. الغالبي طاهر محسن منصور، العامري صالح مهدي محسن، (2008)، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
10. القاضي أحمد سامي، (2010)، المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في مصر كشركات مساهمة مصرية (مجالاتها - تأثيرها على الأداء): دراسة ميدانية مقارنة لعينة من البنوك الخاصة والعاملة العاملة بمحافظة أسيوط، المسابقة البحثية حول موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات، القاهرة، مصر.
11. المغريل نهال، فؤاد ياسمين، (2008)، المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر: بعض التجارب الدولية، ورقة عمل رقم (138)، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، سبتمبر، القاهرة، مصر.
12. النصور إياد عبد الفتاح، (2010)، الأصول العلمية للتسويق الحديث، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
13. بنك الكويت الوطني، (2014)، التقرير السنوي (2014)، منشورات الوطني، الكويت.
14. بنك الكويت الوطني، (2015)، التقرير السنوي والبيانات المالية (2015)، منشورات الوطني، الكويت.
15. بنك الكويت الوطني، (2016)، تقرير الاستدامة (2016)، منشورات الوطني، الكويت.
16. بنك الكويت الوطني، (2017)، ألمحة عن البنك، منشورات الوطني، الكويت.

17. بنك الكويت الوطني، (2017) ب، التقرير السنوي (2017)، منشورات الوطني، الكويت.
18. بنك الكويت الوطني، (2017) ج، تقرير الاستدامة (2017)، منشورات الوطني، الكويت.
19. سويدان نظام، حداد شفيق، (2006)، التسويق: مفاهيم معاصرة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
20. قريشي محمد الصغير، (2014)، المسؤولية الاجتماعية والبيئية في القطاع المصرفي: دراسة تقييمية لمجموعة من البنوك العاملة في الجزائر، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد (06)، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر.
21. قندح علي، (2013)، المسؤولية المجتمعية في القطاع المصرفي: تجربة الأردن، المؤتمر الثالث للعلوم المالية والمصرفية حول: حاكمية الشركات والمسؤولية الاجتماعية: تجربة الأسواق الناشئة، يومي 17 و 18 نيسان/أفريل، جامعة اليرموك، أربد، الأردن.

ثانيا: قائمة المراجع الأجنبية

22. Carroll A, (1991), The pyramid of corporate social responsibility toward the moral management of organizational stakeholders, Business Horizons, July-August.
23. Csaba L, Krisztina S, Tibor T, (2015), Corporate social responsibility in the banking sector, Studies, Public Finance Quarterly, Vol.(01).
24. Drucker P F, (1977), An introductory view of management, Harper's College Press, USA.
25. Holmes S I, (1985), Corporate social: Performance and present areas of commitment, Academy of Management Journal, Vol.(20).
26. Kotler P et Dubois B, (2004): Marketing management, 11^{ème} Ed, Publi Union, Paris, France.
27. www.nbk.com, consulted 25/12/2018.

المسؤولية الاجتماعية للشركات كحتمية استراتيجية لممارسة الأعمال:

الخيارات الاستراتيجية والتوجهات العامة

Corporate social responsibility as strategic imperative for practice business:
Strategic Options and General Directions

د. روابحية عيسى د. تبناني رزيقة

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة باجي مختار (عنابة-الجزائر)

الملخص:

تتجه معظم الشركات إلى تبني المسؤولية الاجتماعية بصفة هامشية لأعمالها تدفعها الضغوطات الخارجية لأصحاب المصالح، رغم أنها قضية استراتيجية ترتبط بأعمال الشركات؛ إذ يجب اعتمادها كاستراتيجية أعمال، والقيام بتحليل آفاقها باستخدام نفس الأطر التي توجه خيارات أعمالها الأساسية، بدافع خلق قيمة مستدامة. ورغم تنوع الخيارات الاستراتيجية وتعدد التوجهات الاستراتيجية العامة، يبقى على الشركات أن تختار تلك التي تعكس قيم أعمالها، وتمكنها من رفع التحديات الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية في بيئة أعمالها.

لذا يرى بعض المهتمين بقضايا المسؤولية الاجتماعية، أنه لا يجب مناقشة التوجه الإلزامي أو الطوعي لتبني استراتيجية المسؤولية الاجتماعية، فقد أصبحت في عالم الأعمال الحديث، مقياس لتقييم الأداء الشامل للشركات، وأوصوا بضرورة اعتبارها كحتمية استراتيجية سنكسب الشركات مرونة ممارسة الأعمال بصفة متكاملة، بما يحقق التوازن بين جميع العوامل المناسبة لتعزيز الأداء الشامل.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، استراتيجية أعمال، خيار استراتيجي، توجهات استراتيجية عامة، أصحاب المصالح، الأداء الشامل.

Abstract:

Most companies tend to take social responsibility marginally, Driven by external pressures from stakeholders, although it is a strategic issue linked to corporate businesses,

It must be adopted as a business strategy, and analysis it, to create a sustainable value.

Despite the diversity of strategic options and General Strategic orientations, Companies should choose those that reflect the values of their businesses, and Enable them to raise economic challenges, Social and environmental in its business environment.

That is why some of those who are interested in Social Responsibility Issues, see that Mandatory or voluntary orientation should not be discussed, to adopt a social responsibility strategy, it became in the modern business world, a Scale to evaluate Corporate Performance, and recommended that it should be considered as an inevitable strategy that give companies flexibility of Doing businesses in an integrated way, with what achieve balance between all appropriate factors To enhance overall performance.

Key words:

Social Responsibility, Business strategy, Strategic choice, General strategic orientations, Stakeholders, Overall performance.

مقدمة:

لقد تمت دراسة موضوع مسؤولية الشركات تحت اسم العديد من المسميات، بما في ذلك الأعمال الخيرية، ومواطنة الشركات، والمسؤولية الاجتماعية وغيرها من المصطلحات، وكل منها يشير إلى وجهة نظر معينة حول دور الأعمال في المجتمع، ويتركز النموذج المهيمن الذي تقوم عليه المسؤولية الاجتماعية للشركات على فكرة خلق "قيمة مشتركة" لجميع أصحاب المصلحة. وليس من المسلم به أن تدمج الشركة مفهوم المسؤولية الاجتماعية كجزء من استراتيجيتها، فقد تتبنى العديد من البرامج والمبادرات المتباينة تكون عشوائية أو متقطعة. وبالنظر إلى التوجه الهائل للشركات نحو تبني المسؤولية الاجتماعية بدون ضوابط تحدد التصرفات والسلوكيات الصحيحة، فلا يطرح الإشكال حول ما إذا كان يجب التوجه نحو تبني المسؤولية الاجتماعية للشركات، ولكن كيف تصبح المسؤولية الاجتماعية استراتيجية أعمال، وما هي أفضل استراتيجيات والبرامج التنفيذية للمسؤولية الاجتماعية للشركات، التي بفضلها يمكن للشركة أن تعكس قيم أعمالها، وتمكنها من رفع التحديات الاجتماعية والإنسانية والبيئية في بيئة أعمالها؟

1. أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات كحتمية استراتيجية لممارسة الأعمال

إن الاتجاه المتزايد للشركات في تبني المسؤولية الاجتماعية، إنما تدفعه الضغوطات الخارجية لأصحاب المصالح، حتى تلبي مطالبها وتحقق أهدافها، ولهذا غالبا ما تكون ممارسات والبرامج المتبناة في مجال المسؤولية الاجتماعية هامشية لأعمال الشركة، ولا ترتبط عادة بأهدافها الاستراتيجية. وقد بات

من الضروري اكتشاف المزايا الاستراتيجية التي يمكن أن تستفيد منها الشركات، واعتبار المسؤولية الاجتماعية استراتيجية أعمال.

1- الأهمية الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية للشركات:

يعود فضل فتح باب النقاش حول المسؤولية الاجتماعية وربطها باستراتيجية الشركة إلى Bowen عام 1953، الذي ركز على مسؤولية المسيرين وطرح مفهوم المسؤولية الاجتماعية باعتبارها: "التزام رجال الأعمال بوضع استراتيجيات واتخاذ قرارات، وضمان ممارسات تتوافق مع أهداف وقيم المجتمع". (Graafland&Zhang, 2014)

وأبرز بيتر دراكر عام 1954 دور المسؤولية الاجتماعية كعامل من عوامل النجاح، وأكد على ضرورة تبني الشركات أهداف اجتماعية استراتيجية إضافة إلى أهدافها الاقتصادية، وأعتبر "أنه من الواضح أن شركات الأعمال لا يمكن تحديدها من خلال الربح، لأنه ليس غرض الشركة، أو أي نشاط أعمال، لكن يعد من بين العوامل المحددة لنجاحها، فبدلاً من أن تتوجه نحوه ينبغي على الشركة أن تمد ذراعيها إلى المجتمع لأنها عضو فيه". (العنزي 2013، ص ص 75-76)

لكن يعود الفضل الأول ل (Ansoff, 1968, pp 51-52) في استخدام مفهوم الأهداف الاجتماعية وأهميتها في ممارسة الأعمال، فقد أكد على "ضرورة أن تسعى الشركة إلى ما وراء الأهداف الاقتصادية، والاهتمام بالجانب الاجتماعي، من خلال تبني أهداف غير اقتصادية تسمح باكتساب مرونة ممارسة أعمال". كما انتقد الباحثان (Porter & Kramer, 2006) المقاربات السائدة اتجاه المسؤولية الاجتماعية للشركات، باعتبار أنها منفصلة للغاية عن أعمال الشركة واستراتيجيتها، فهي تحجب وتضيع الكثير من الفرص المتاحة للشركات والمجتمع، التي قد تعود بالفائدة على جميع أصحاب المصلحة، بما فيهم الشركات.

فمن الناحية الاستراتيجية، على الشركات تحليل آفاقها للمسؤولية الاجتماعية باستخدام نفس الأطر التي توجه خيارات أعمالها الأساسية، وستكتشف حينها بأن المسؤولية الاجتماعية للشركات يمكن أن تتجاوز طموحاتها وتوقعاتها بكثير مقارنة بتكلفتها وقيودها، فالنشاط المسؤول اجتماعياً قد يكون مصدراً للفرصة، الابتكار والميزة التنافسية. وقد تصبح المسؤولية الاجتماعية للشركات مصدراً وداعماً مهماً للتعامل الاجتماعي، حيث تمارس وتستغل فيه الشركة مواردها، خبراتها ورؤيتها في النشاطات التي تفيد المجتمع، مع افتراض أنها مربحة للجميع، بحيث تساعد على أرباح للشركات، ومزايا اجتماعية في العديد من القضايا الاجتماعية.

ويتمثل التحدي الذي ينبغي أن يرشد الشركات في التوجه نحو تبني استراتيجية للمسؤولية الاجتماعية، في اكتشاف مدى إمكانية استغلال الفرصة لخلق قيمة مشتركة، وهذا ما سيساعدها في إنشاء أجندة اجتماعية، تنفذ من خلالها برامج المسؤولية الاجتماعية. وفي نفس السياق تابعت الباحثة (Afrin, 2013)، واعتبرت أنه في حالة دمج المسؤولية الاجتماعية للشركات، على نحو متزايد في النشاطات

القاعدية والأساسية لأعمال الشركة، وتصميمها وتنفيذها بشكل صحيح لتلائم احتياجات المجتمع والشركة، فستصبح المسؤولية الاجتماعية للشركات مصدرًا للفرص والابتكار والميزة التنافسية، وستساعد الشركات في التركيز في أعمالها على التقليل من الآثار السلبية المحتملة لعملياتها.

2- حتى تصبح المسؤولية الاجتماعية استراتيجية أعمال:

يعتقد (Burke et Logsdon, 1996) "أن المسؤولية الاجتماعية تصبح استراتيجية عندما تولد فائدة كبيرة للشركة، خاصة من خلال دعم الأنشطة الأساسية، والمساهمة في تحقيق كفاءة الشركة وممارسة مهامها" (Idowu & Vertigans, 2016)، وحتى تصبح استراتيجية المسؤولية الاجتماعية، استراتيجية أعمال اشترط (McElhaney, 2009) أنه: "يجب أن تتكامل مع الأهداف الاستراتيجية والكفاءة الأساسية للشركة، ويتم تخطيطها وتصميمها لخلق قيمة مضافة، وتوليد تغيير اجتماعي إيجابي، كما يجب إدماجها في ثقافة المنظمة وعملياتها اليومية، فما لا يتم التخطيط له لا يمكن القيام به، وأضاف أنه في حالة عدم ارتباط المسؤولية الاجتماعية بالأهداف الاستراتيجية والنشاطات الأساسية، ستهدر الشركة موارد وتضيع فرص وقيمة كان يمكن خلقها".

و قد حدد (Heslin Ochoa, 2008) سبعة مبادئ على الشركات الالتزام بها حتى تدمج استراتيجية المسؤولية الاجتماعية ضمن استراتيجيتها، تتمثل في:

- تطوير المواهب والمهارات اللازمة: عن طريق تطوير المهارات، أو خلق فرص عمل؛
- تطوير سوق جديدة: إنتاج منتجات تحقق الكفاءة البيئية عن طريق اقتصاد الموارد، كاستهداف شريحة جديدة في السوق؛
- تطوير جودة حياة العمل: كالعامل على تحقيق الرفاه في العمل؛
- الحد من البصمة البيئية: استخدام مواد في العملية الإنتاجية تكون خضعت إعادة التدوير؛
- التعلم والاستفادة من المنتجات الثانوية (مخلفات الإنتاجية): تعلم تحقيق الربح عن طريق تحويل مخلفات الحبوب والنشا إلى وقود ومواد غذائية؛
- إشراك العملاء: تمكين العملاء من تحسين التعليم وتثقيفهم، خفض التكلفة البيئية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات؛
- تخضير سلسلة التوريد: استخدام مركبات تستخدم الطاقة البديلة، تقليل حجم العبوات، استخدام قنوات توزيع العكسية.

3- سيورة التدرج الاستراتيجي في تبني لمسؤولية الاجتماعية للشركات:

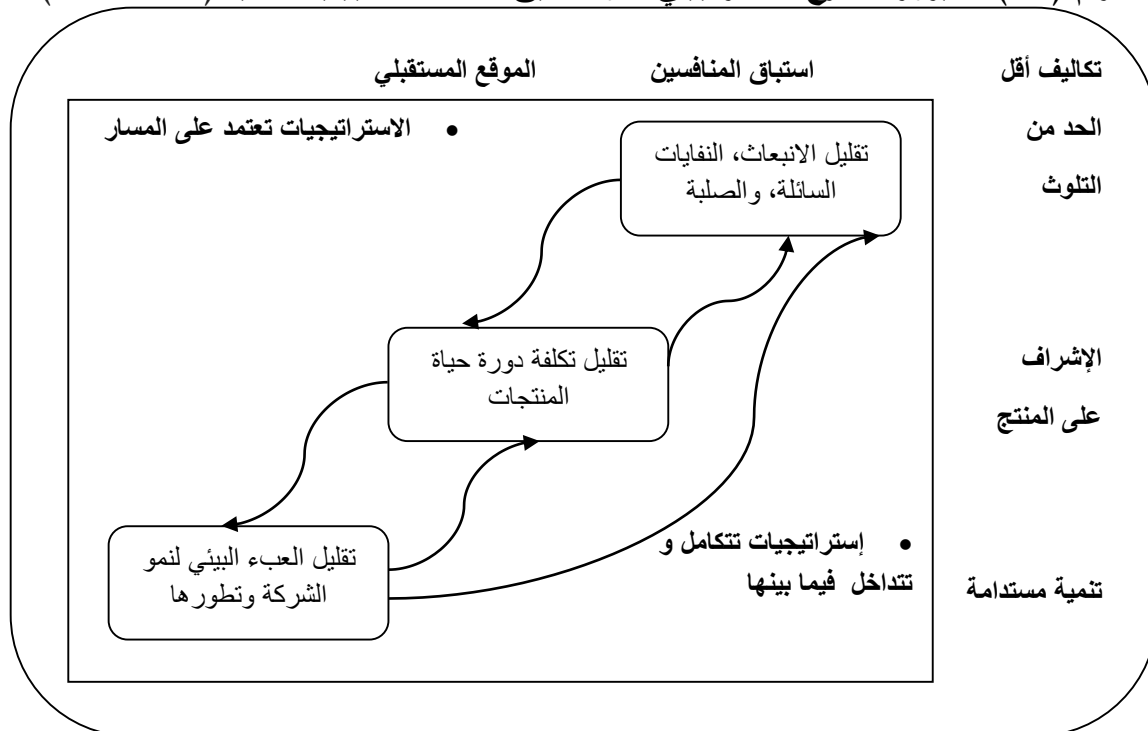
اقترح (Hart, 1995)، استراتيجيات تتضمن ثلاث مراحل تتدرج فيها الشركات وتتقدم لتحديث التكامل والتداخل بصفة متزايدة ما بين النشاطات التي تشكل مهنتها والحد من تأثيرها السلبي على

البيئة (Bohas et al, 2013) تشمل هذه الاستراتيجيات ثلاث مراحل تدريجية تتجه نحو زيادة التكامل والتداخل ما بين نشاط الشركة، والتأثير البيئي:

في المرحلة الأولى تعمل الشركة على تقليل الانبعاث، النفايات السائلة، والصلبة، ويتم التركيز على الانتقال من منطلق رد الفعل- أي إصلاح المخلفات السلبية للنشاط الاقتصادي للشركة وهو يتوافق مع الرؤية الأمريكية للمسؤولية الاجتماعية- إلى منطلق التوقع الذي يركز على "التقليل إلى الحد الأدنى من النفايات أو إزالتها قبل أن تحدث"، أي اعتماد النهج الاستباقي الوقائي في تبني المسؤولية الاجتماعية للشركات، وهذا ما يتوافق مع الرؤية الأوروبية. أما المرحلة الثانية فتعتمد على سيرورة تقليل الآثار البيئية المرتبطة بالمنتجات طول مرحلة دورة حياتها، أي عدم التركيز على منع التلوث الناتج في مرحلة تصنيع المنتج فقط، وهذا يتحقق بفضل التصميم الإيكولوجي للمنتجات.

وتتميز المرحلة الأولى والثانية بتبني استراتيجيات ابتكارية بصفة جزئية، إلا أن المرحلة الثالثة تتميز عن المرحلة الأولى والثانية بتغيير جذري، واعتماد الشركات على استراتيجيات ابتكار راديكالية تساعدها على تقليل العبء البيئي لنمو وتطوير أعمالها، عن طريق الاستثمار في التقنيات النظيفة للغد، ويخلص الشكل رقم (01) المراحل الثلاثة كالتالي:

الشكل رقم (01): سيرورة التدرج الاستراتيجي نحو تحقيق الاستدامة البيئية حسب (Hart,1995)



Source :Hart, S. L. (1995). A natural-resource-based view of the firm. Academy of management review, 20(4), 986-1014.

لقد قدمت أبحاث (Hart,1995) مساهمات هامة في مجال المسؤولية الاجتماعية، إلا أنها انتقدت بسبب إهمالها البعد الاجتماعي والاقتصادي وتركيزها فقط على البعد البيئي. واستنادا لي ما قدمته الانتقادات، اقترح الباحثان (Dyllick et Hockerts, 2002) ضرورة التدرج الاستراتيجي في تبني المسؤولية الاجتماعية، من خلال التدرج في ثلاث أنواع من الاستراتيجيات، تساعد الشركات على تحقيق الاستدامة الاجتماعية، وتمكنها من إحداث التوافق ما بين مختلف الأهداف التي تسعى لتحقيقها، وتتمثل في:

3-1- تحقيق الكفاءة البيئية (Éco-efficacité):

تتجه معظم الشركات إلى اختيار الكفاءة البيئية كمؤشر أساسي يجسد التزامها بالمسؤولية الاجتماعية، وتتمثل في استخدام الموارد بكفاءة لتقليل البصمة البيئية، فهي تشمل: الطاقة، المياه، كفاءة الموارد وكذلك النفايات أو كثافة التلوث، كما تمثل الكفاءة البيئية المعيار المقبول على نطاق واسع لتقييم استدامة الشركات، من خلال تقييم مدى استخدامها الفعال لرأس المال الطبيعي.

وعادة ما تُحسب الكفاءة البيئية على أنها القيمة الاقتصادية المضافة من قبل الشركة، فيما يتعلق بتأثيرها البيئي الإجمالي، وتتحقق من خلال تقديم خدمات جيدة بأسعار تنافسية تلبي احتياجات البشرية وتحقق نوعية الحياة الجيدة، مع تقليل التأثيرات البيئية وكثافة الموارد المستخدمة تدريجياً طوال دورة الحياة، إلى مستوى يتناسب مع قدرة الأرض على التحمل.

إن تحقيق الكفاءة البيئية، لا يكفي لوحده بل يجب أن تتحقق أيضا الكفاءة الاجتماعية، والتي تسهم بشكل كبير في استدامة للشركات.

3-2- تحقيق الكفاءة الاجتماعية:

تصف الكفاءة الاجتماعية العلاقة بين القيمة المضافة للشركة وأثرها الاجتماعي، فلا يجب افتراض أن كل نشاط اقتصادي ستكون تأثيراته سلبية فقط على المجتمع، فمن الجانب الإيجابي تعتبر تأثيراته إيجابية (توفير فرص العمل)، وقد تكون سلبية (وقوع حوادث العمل، انتهاكات حقوق الإنسان)، واعتماداً على نوع التأثير، تعمل الكفاءة الاجتماعية على تقليل التأثيرات الاجتماعية السلبية بالنظر إلى القيمة المضافة، وعند تحقيق الكفاءة البيئية والكفاءة الاجتماعية ستتحقق الاستدامة الاقتصادية، ولهذا تشترط استدامة الشركات استدامتها اجتماعياً.

قد تكون الكفاءة الاجتماعية أداة مفيدة لزيادة نسبة تحقيق الاستدامة الاجتماعية، ومن المحتمل أن يساعد تبني هذه الاستراتيجية على كسب رضا العديد من العملاء، والتموقع في مراكز تنافسية متميزة في الأسواق المستهدفة، فالعديد من الشركات التي تحلل الصدارة، تعمل بجد لخدمة عملائها أكثر من أي وقت مضى وبتكاليف أقل، ومع ذلك، فإن المستهلك المستدام لا يشكل سوى جزء صغير من سكان العالم، والجزء الكبير المتبقي الذي يطلق عليه أسفل الهرم مستثنى من حتى أبسط الخدمات والمنتجات، مثل:

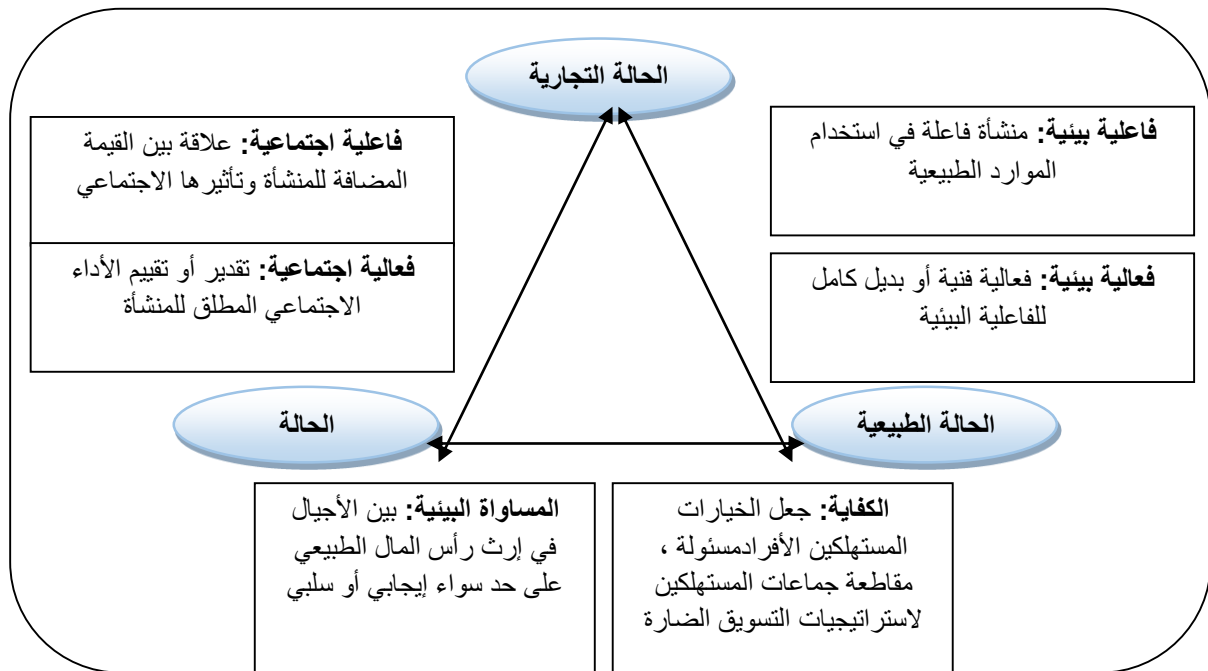
الغذاء، الصحة، الخدمات المالية أو الاتصال؛ فحسب منظور الكفاءة الاجتماعية، لا يجب التقييم والحكم على نشاط الشركات بمقياس نسبي، ولكن على حسب الأثر الاجتماعي الإيجابي المطلق، الذي يمكن أن تحققه الشركة بشكل معقول.

3-3- تحقيق العدالة البيئية:

تقف العدالة البيئية في وسط العلاقة بين إدارة رأس المال الطبيعي والاستدامة الاجتماعية؛ فبينما تستهلك الأجيال الحالية أجزاء كبيرة من رأس المال الطبيعي في الأرض، من المرجح أن تتحمل الأجيال القادمة الجزء الأكبر من الضرر.

ومن أجل تحقيق الاستدامة الاجتماعية، سيتعين إيجاد حل عادل لتوزيع رأس المال الطبيعي، تصبح فيه الشركات مطالبة بتوظيف رأس المال الاقتصادي والطبيعي، من أجل الخير المجتمعي. ويوضح الشكل التالي، التدرج الاستراتيجي في تحقيق الاستدامة الاجتماعية:

الشكل رقم (02): سيرورة التدرج الاستراتيجي نحو تحقيق الاستدامة الاجتماعية

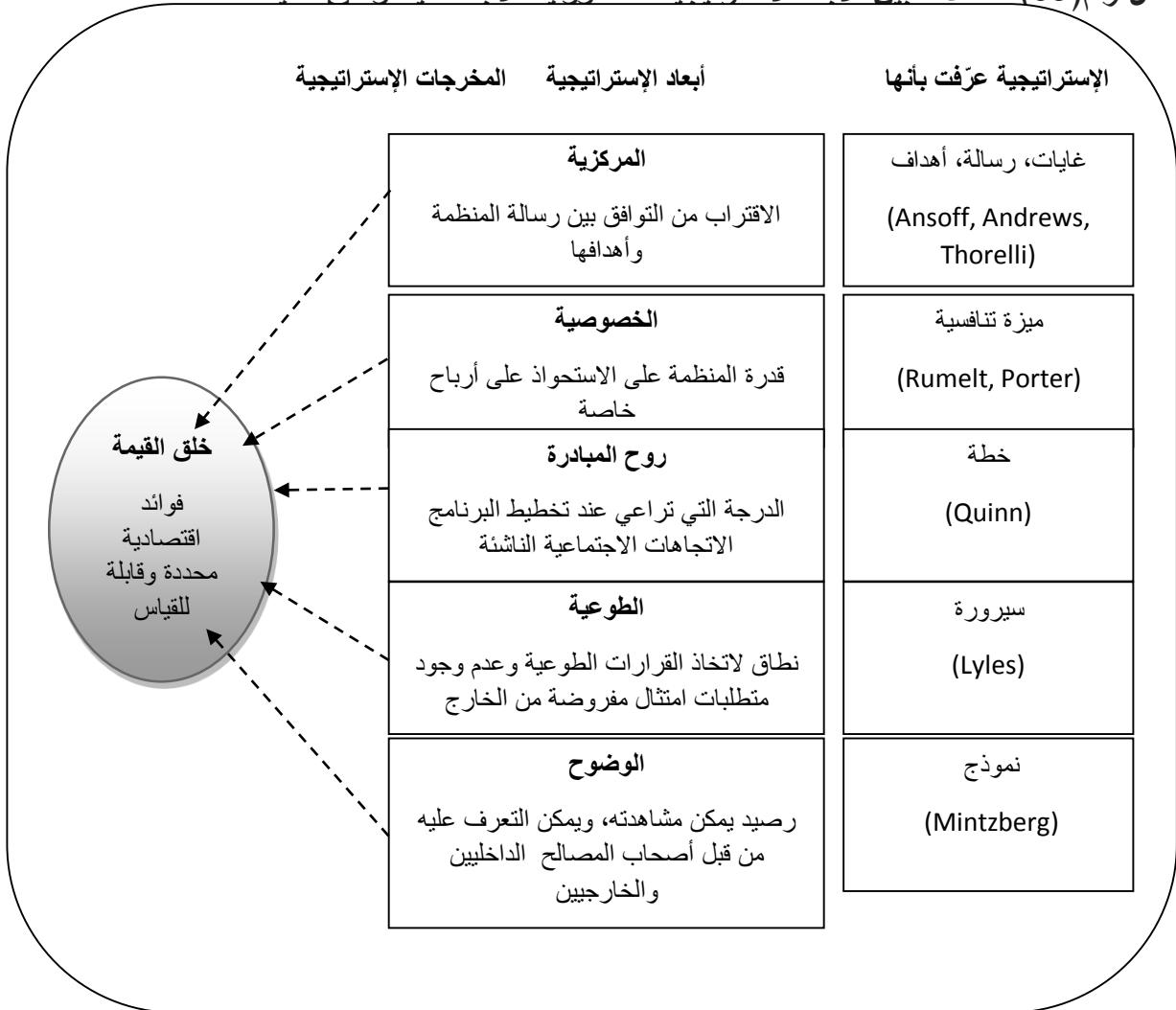


Source : Adapté de Dyllick, T., &Hockerts, K. (2002). Beyond the business case for corporate sustainability. Business strategy and the environment.

4- الأبعاد الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية ودورها في خلق القيمة:

إن تبني برامج المسؤولية الاجتماعية لا يخلق بالضرورة قيمة اقتصادية، فقد تزيد في التكاليف التي تتحملها الشركة، رغم أنها قد تخلق قيمة لمجموعات مختلفة من أصحاب المصلح. وقد طور (Burke et Logsdon, 1996) نموذجاً يتكون من خمسة أبعاد استراتيجية للمسؤولية الاجتماعية للشركات تؤثر على قدرتها على خلق القيمة، و يساعدها على تحديد برامج المسؤولية الاجتماعية المناسبة وتمثل الأبعاد في: المركزية، الملاءمة/الخصوصية، الاستباقية/روح المبادرة، الوضوح في

الرؤية، والطوعية. حيث يساعد تقييم الأبعاد على توضيح كيف أن الموارد والقدرات المستخدمة في برامج المسؤولية الاجتماعية، قد تخلق قيمة للشركة. كما هو موضح في الشكل التالي:
الشكل رقم (03): العلاقة بين الأبعاد الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة



Source: M Burke, L., & Logsdon, J. M. (1996). How corporate social responsibility pays off. Long range planning.

1-4 المركزية:

يعرف (Burke et Logsdon 1996) المركزية بأنها "مقياس للقرب من التوافق بين سياسة أو برنامج المسؤولية الاجتماعية ومهمة الشركة وأهدافها". "برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات عادة ما تتعامل مع المشاكل الاجتماعية أو البيئية ذات الأهمية لأصحاب المصلحة، وفي بعض الأحيان تكون هذه البرامج قليلة الارتباط بمهمة الشركة.

ومن أجل إحداث التوافق والتقارب وخلق القيمة، على الشركة التركيز في برامج المسؤولية الاجتماعية التي تقع ضمن نطاق خبرتها، مما يسهل استخدام معرفتها ومهاراتها في تنفيذها ورقابتها بشكل أفضل، وبهذا تقل التكاليف مقارنة بالمبادرات في المجالات التي لا تفهمها الشركة (Husted & Allen)

(2009)، فمن المرجح أن تتمكن الشركات التي تشارك في برامج المسؤولية الاجتماعية، قريبة من طبيعة نشاطها وأهدافها الاستراتيجية من خلق قيمة أفضل مقارنة بالشركات التي تعتمد برامج تكون هامشية لأهدافها ومهامها، خاصة إذا تمكنت من نقل استخدامها لتطوير نشاطها الاقتصادي.

2-4 الخصوصية/الملاءمة:

يستخدم المصطلح بشكل شائع في أدبيات الإدارة الاستراتيجية، ويمثل قدرة الشركة على ربط الفوائد المالية بتحقيق الأهداف الاجتماعية (Burke et Logsdon, 1996)، إذ تصبح الموائمة ذات أهمية خاصة في عملية خلق القيمة، في حالة استخدام المسؤولية الاجتماعية كشكل من أشكال تمايز المنتجات، عن طريق ربط سمات المسؤولية الاجتماعية بالمنتج أو بالخدمات المرافقة له، حتى تلاؤم احتياجات شريحة من المستهلكين، وبهذا تتحول السلع والخدمات إلى منتجات ذات علامات تجارية مسؤولة اجتماعيا مرتفعة السعر، تسمح بتحقيق إيرادات مناسبة. (Husted, Allen, 2009, op cit.)

3-4 الاستباقية/المبادرة:

هو المدى الذي تستبق فيه المبادرات الاجتماعية التي تتبناها الشركات احتياجات أصحاب المصالح، وتشير الأدلة التجريبية إلى وجود علاقة مهمة بين السياسات البيئية والاجتماعية الاستباقية واستراتيجية العمل الاستباقية. حيث تميل الشركات القائمة على التفاعل الاجتماعي إلى إشراك أصحاب المصلحة بفعالية والتكيف مع التوقعات المجتمعية الناشئة، والعمل على اكتشاف القدرات الكامنة في تلبية هذه الاحتياجات وربطها بشكل إيجابي بخلق القيمة. فممارسة المبادرات الاجتماعية الاستباقية تساعد الشركات على اكتشاف الاتجاهات الاجتماعية المتغيرة والاحتياجات بسرعة أكبر، مقارنة بالشركات المنافسة والتي لا تعتمد هذه الممارسة؛ فقد يسهم توقع التغيرات في الاتجاهات والقيم الاجتماعية في تحسين ذكاء الأعمال، والذي يعد عنصراً أساسياً للابتكار. (Husted & Allen, 2009, op. cit.)

4-4 التطوع:

يشير التطوع إلى المعنى الذي يتم القيام به بأنشطة اجتماعية، لأن الشركات تريد، وليس نتيجة القيود القانونية أو الحوافز الضريبية. إذ تتبنى الشركات برامج المسؤولية الاجتماعية مع إدراكها بأنها تختلف عن النشاط الاقتصادي الذي تمارسه بغية الاستفادة من الفرص المتاحة في السوق، على شرط أن تدرك أيضاً أن كل نشاط تقوم به قد يسهم في خلق القيمة داخل وخارج الشركة، فالمسؤولية الاجتماعية تعزز قيم وثقافة المنظمة وتدعم وتطور الاتساق الداخلي والتزام الموظفين.

وقد حاول الباحثان (Burke et Logsdon, 1996) تزويد رجال الأعمال بنهج عملي اتجاه المسؤولية الاجتماعية للشركات، وخلق القيمة في بيئة أعمال لا تسعى فيها الشركات إلى تحقيق ميزة تنافسية

باستخدام أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات، وأكد الباحثان بأن تبني المسؤولية الاجتماعية يصبح قراراً عقلانياً اقتصادياً طوعياً، تتجاوز به الشركة العمل الاجتماعي الموصى بها قانوناً، باعتباره مصدراً لخلق ميزة تنافسية وخلق القيمة، وسيسمح بإنشاء موارد وقدرات فريدة من نوعها يقدرها العملاء ويصعب تقليدها، على شرط ربط بعد التطوع بالأبعاد الاستراتيجية الأخرى. (Husted & Allen, 2007)

4-5 وضوح الرؤية:

هي مدى إمكانية مراقبة الأنشطة الاجتماعية من قبل أصحاب المصلحة في الشركة، يمكن أن تؤثر أنشطة المسؤولية الاجتماعية المرئية بشكل إيجابي على سمعة الشركة، وقد أظهرت الأبحاث أن السمعة الجيدة للشركات تسهم بشكل كبير في خلق القيمة، عن طريق تعزيز رأس المال الاجتماعي الذي يصعب تكراره. وتعد السمعة ميزة تنافسية رئيسية في الأسواق التي يصعب فيها تمييز المنتجات، وتجذب العمال والموظفين ذوي الكفاءات والمهارات، كما تكسب الشركة النفوذ عند أصحاب المصلحة في الإدارة. ومع ذلك، يبقى قرار الاستفادة من وضوح رؤية المسؤولية الاجتماعية للشركات غير معتمد مثلاً عند تبني الشركات لاستراتيجية العطاء الخير أو استراتيجية المسؤولية الإيثارية. (Husted & Allen, 2007, op.cit.)

II. الخيارات الاستراتيجية والتوجهات العامة لتطبيق المسؤولية الاجتماعية:

تعتبر المسؤولية الاجتماعية قضية استراتيجية، لا يمكن فصلها عن الاستراتيجية العامة للشركة، مع ذلك يتم تجاهلها وتهميشها في عالم الأعمال، وقد يؤدي ذلك إلى اضطراب العديد من الشركات إلى تحمل تكاليف اجتماعية بسبب التلوث البيئي، المنتجات المعيبة و/أو الخطيرة صحياً على المستهلكين، أو حوادث العمل الناتجة عن نقص السلامة والأمن في العمل.

لهذا تحتاج الشركات إلى فهم واتخاذ قرار بشأن الخيارات الاستراتيجية الواجب اعتمادها في تبني المسؤولية الاجتماعية، وتبرز مراجعة الدراسات في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات تنوعاً كبيراً في الاستراتيجيات، من أهمها:

1- الخيارات الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية وفق أصل المبادرة والغرض منها:

حسب (Rangan & Karim, 2012) توجد ثلاثة خيارات يمكن أن تقيم وتصف ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات، تعتمد على أصل المبادرة، وغرضها الاجتماعي أو البيئي كما هو محدد من قبل الشركة، حيث يتميز كل خيار استراتيجي بالمنطق الفريد لكيفية تصميم البرامج في مجالات محددة، لمعالجة أولويات المسؤولية الاجتماعية للشركة.

1-1- استراتيجية العطاء الخيري:

في استراتيجية العطاء الخيري، تركز الشركات على القيام بأعمال خيرية، إما على شكل تمويل مباشر للمنظمات غير الربحية ومؤسسات خدمة المجتمع، أو القيام بمشاريع لخدمة المجتمع، أو التبرع بمنتجات وخدمات للمنظمات غير الربحية والسكان المحرومين.

يمكن وصف الأعمال الخيرية للشركات بأنها "روح" الشركة، وتعتبر عن الأولويات الاجتماعية والبيئية بالنسبة لمؤسسي الشركة، ولإدارتها التنفيذية والموظفين، بدون توقع أي ربح أو فائدة مباشرة للشركة، وغالباً ما تحدد قيم المالكين المسيطرين الأولويات الخيرية للشركة، بينما قد تتأثر المساعي الخيرية للشركات من قبل مجالس الإدارة والإدارة التنفيذية.

تتخبط الشركة في العمل الخيري يدفعها منطق أنها جزء لا يتجزأ من المجتمع، وعليها الالتزام بالمساهمة في تلبية احتياجات المجتمع، رغم أن تقييم مساهمة الأنشطة الخيرية في استراتيجية أعمال الشركة يمثل تحدياً لقادة الشركات. لكن بشكل عام، يعزز العطاء الخيري سمعة الشركة في المجتمع المحلي، ويوفر لها درجة من الأمان تساعد على مواجهة الأخطار الغير متوقعة، ويمارس العطاء الخيري على شكل تمويل خيري بشكل متكرر مباشر، أو غير مباشر عن طريق مؤسسات خيرية تابعة للشركة تنشط في العمل الاجتماعي.

في الواقع، تعتبر المشاريع الخيرية أنقى شكل من أشكال المسؤولية الاجتماعية للشركات، ولا يُتوقع أن تخلق قيمة مالية ملموسة، فهي طوعية نابعة من النوايا الحسنة، وهي استراتيجية استباقية، وقد يتحول العطاء الخيري من طوعي إلى إلزامي للشركة بسبب الضغوط المجتمعية، فقد يكشف ناشط اجتماعي، أو صحفي، أو إحدى منظمات المجتمع المدني مخاطر أو بعض التبعات البيئية أو الاجتماعية للنشاط الشركة، وسواء كانت الشركة مذنبية أم لا، ستضطر في النهاية لإطلاق حملة خيرية حتى تدرك الضرر المحتمل على سمعتها وإصلاح صورتها المؤسسية، وفي هذه الحالة، ستعتبر استراتيجية العطاء الخيري تفاعلية، تبنيتها الشركة بسبب الضغوط الخارجية لأصحاب المصالح.

1-2- استراتيجية إعادة هندسة سلسلة القيمة:

إن تبني استراتيجية إعادة هندسة سلسلة القيمة سيساعد الشركات على زيادة فرص العمل والربحية، وخلق قيمة اجتماعية وبيئية، من خلال تحسين الفعالية التشغيلية في جميع مراحل سلسلة القيمة، بحيث يكون المنبع في سلسلة التوريد أو المصب في سلسلة التوزيع. ويميل أغلب الأكاديميين وقادة الشركات إلى تبني هذا الخيار الاستراتيجي لأنه يعتمد على نموذج "القيمة المشتركة"، إذ تسعى الشركة إلى خلق قيمة اقتصادية واجتماعية بفضل تقليل تكاليف التشغيل مع تخفيف الآثار البيئية.

وعادة ما تتم إدارة مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات من قبل مدير تنفيذي للإنتاج و/ أو مدير تسويق، بهدف تعزيز الكفاءة التشغيلية و/ توليد الإيرادات عن طريق إعادة هندسة سلسلة القيمة الكاملة للشركة، بما في ذلك استخراج الموارد الطبيعية وتغيير المصادر، والتصنيع، والشحن، وتسليم

المنتجات، والتعبئة القابلة للتحلل البيولوجي، والحد من انبعاثات الكربون واستخدام المياه والطاقة، والنفايات الصلبة في جميع أجزاء نظام الإنتاج. كما تركز هذه الاستراتيجية على خدمات الرعاية الصحية للعمال، وتحسين ظروف العمل مما يؤدي إلى تحسين أداء الموظفين وإخلاصهم، سيساعد تقليل استخدام الطاقة والنفايات والتلوث في العمليات الصناعية والتجارية على تقليل تكاليف التشغيل. وستحاول الشركة الترويج للقيمة الاجتماعية أو البيئية المحسنة لمنتجاتها، بواسطة إطلاق مبادرات المسؤولية الاجتماعية، حتى تتمكن من زيادة أرباحها مرتكزة في ذلك على بناء علاقة أخلاقية قوية بقاعدة عملائها، ودفعهم لإدراك مبادرات الشركة في مجال المسؤولية الاجتماعية، والسعي لكسب ولاءهم لعلامتها التجارية.

1-3- استراتيجية تحويل النظام البيئي:

تعتبر هذه الاستراتيجية خروجاً أساسياً عن التغيير التدريجي والمهتم بمبادرات الخيار الاستراتيجي الثاني، التي تركز فيه الشركة في المقام الأول على زيادة الأرباح. أما في خيار تحويل النظام البيئي، تحاول الشركة خلق قيمة مجتمعية من خلال التعامل بشكل كبير مع احتياجات اجتماعية أو بيئية حرجة تدخل في نطاق أعمالها، ولكن قد لا تحقق تؤثر على أرباح الأعمال في المدى القصير.

على خلاف نطاقات المسؤولية الاجتماعية للشركات في الخيار الأول والثاني، قد لا تخرج مساعي الشركة ضمن الخيار الثالث عن الكفاءات الأساسية للشركة، ولكنها قد تتطلب منها تغيير نموذج أعمالها بشكل أساسي، وتطوير مهارات واستراتيجيات جديدة، فالشركة ستخلق نظاماً إيكولوجياً جذرياً جديداً قد يكون خارج اهتماماتها الأساسية في مجال الأعمال، لأنها ستبتكر حلولاً تواجه بها التحديات البيئية والاجتماعية، وتعزز فرص نمو الأعمال طويلة الأجل في النظام البيئي الجديد، وهو ما يؤدي إلى تحول جوهري في سلسلة قيمة الحالية.

إن جهود المسؤولية الاجتماعية للشركات في هذا الخيار ليست تدريجية أو حذرة، ولكنها تتطلب مواجهة المخاطر الاستراتيجية، والتركيز على المكاسب الاقتصادية طويلة المدى بدلاً من المدى القصير ولهذا السبب، يتم تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات للشركات في استراتيجية تحويل النظام البيئي بشكل أكثر فاعلية من قبل الشركات التي لديها خطوط إنتاجية متنوعة، وموارد مالية كبيرة لمواجهة حالة عدم التأكد بخصوص العوائد المالية على المدى الطويل.

عادة ما يقود تنفيذ الاستراتيجية الرئيس التنفيذي للشركة أو الإدارة العليا عملية على المدى الطويل، فهي تتطلب تغيير واسع النطاق في جميع نشاطات الشركة، وبدون ضمان ومتابعة أعلى مسؤول تنفيذي في الشركة، من المحتمل ألا يلتزم الموظفون التنفيذيون والمشاركون في تنفيذ الاستراتيجية.

2- الخيارات الإستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية وفق القيمة المنشأة، والمدة المتوقعة للعائد على الاستثمار الاجتماعي:

حسب تصنيف (Galbreath, 2006) توجد أربعة خيارات استراتيجية للمسؤولية الاجتماعية، بالإعتماد على صاحب المصلحة المستفيد من القيمة المنشأة، والمدة المتوقعة للعائد على الاستثمار الاجتماعي، وتمثل الإستراتيجيات في: إستراتيجية المسؤولية اتجاه المساهمين، إستراتيجية المسؤولية الإيثارية، إستراتيجية المسؤولية التبادلية، وإستراتيجية المواطنة.

2-1- إستراتيجية المسؤولية الاجتماعية اتجاه المساهمين:

تهدف إستراتيجية المسؤولية الاجتماعية اتجاه المساهمين إلى تعظيم أرباح المساهمين، من خلال مساهمة صارمة للمسيرين من طرف مالكي رأس المال، لأن الثروة التي تم إنشاؤها تكفي لتلبية أي مسؤوليات اجتماعية اتجاه أصحاب المصالح؛ فسيتم تحقيق الأرباح من توفير فرص العمل، وتقديم السلع والخدمات التي يطلبها المستهلكون، ودفع الضرائب. وهكذا، فإن الشركة التي تسعى لتعظيم أرباحها إلى أقصى حد ممكن لا تضمن أمنها فحسب، بل تسهم أيضاً في خلق الثروة العامة وازدهار المجتمع. و غالباً ما تستند إستراتيجية المسؤولية الاجتماعية اتجاه المساهمين على رؤية قصيرة الأجل تهتم فيه الشركة بشكل أساسي بتحقيق نتائج مالية أفضل مقارنةً بالفترة السابقة لأنها تركز على الجانب المالي والاقتصادي.

2-2- إستراتيجية المسؤولية الاجتماعية الإيثارية:

تعتمد إستراتيجية المسؤولية الاجتماعية الإيثارية على تداخل العلاقات بين الشركة ومجتمعها باعتبارها عضو، مواطن صالح وفعال يسهم بشكل إيجابي في المجتمع، يأتي العطاء الخيري النموذجي من فائض أرباح الشركة وتوزيعها حسب القيمة الاجتماعية والمبادئ الاجتماعية والأخلاقية؛ قد يتم توجيه الفوائد إلى أنواع مختلفة من المؤسسات الاجتماعية، أو التعليمية، الترفيهية، الثقافية، والرعاية الصحية من أجل تحسين الظروف المعيشية وجودة حياة المجتمع.

فهذه الاستراتيجية يقودها مبدأ "القيام بما هو صحيح عند القدرة" من خلال مساعدة الشركة للمجتمع دون انتظار الحصول على مقابل، وهذا مصدره قيم ومبادئ أصحاب الشركة والمسيرين ومعتقداتهم، وقناعاتهم الدينية، والعمل على رد الجميل للمجتمع الذي تنشط فيه، فالشركة تسهم في معالجة المشاكل والقضايا الاجتماعية عن طريق تقديم مساهمات خيرية سنوية بصفة مستمرة، أو حسب الأحداث التي يعيشها المجتمع كالمساعدات المقدمة في حالة حدوث كوارث طبيعية، مع ذلك لا يتم قياس تأثير ذلك على المزايا المباشرة التي ستحصل عليها الشركة.

2-3- استراتيجيية المسؤولية الاجتماعية التبادلية:

يعتبر خيارا استراتيجيا عمليا باعتبار أنه يهدف إلى حل النزاعات وإحداث التوافق ما بين الأهداف الاقتصادية للشركة، والتوقعات الغير محدودة للمجتمع بشأن التزام الشركات بالقيم الأخلاقية، وحماية البيئة وخدمته في المجالات التي تهتمه.

فاستمرار وتطور أعمال الشركة في المجتمع الحديث يتطلب الأخذ بعين الاعتبار خدمة أصحاب المصالح، مع مراعاة حصولها على المزايا الاقتصادية، ويشترط تبني هذا الخيار الاستراتيجي التزامها الجاد وتكثيف ممارستها الاجتماعية؛ فمثلا ستلتزم في عملية التصنيع بالشروط البيئية والقانونية، وستسفيد مقابل ذلك من عدة مزايا، كتفادي تكلفة المتابعة القانونية، تعظيم المزايا للمجتمع والحصول على مزايا اقتصادية إيجابية.

ولإنجاح هذا الخيار الإستراتيجي، غالبا مع تعقد الشركات شراكة مع المنظمات الغير حكومية، والمجتمع المحلي، كما تستخدم التسويق المرتبط بخدمة قضية محددة تشرف عليه منظمات غير ربحية، تخدم القضايا الاجتماعية والبيئية. فهذه النشاطات تعتبر استثمار اجتماعي على المدى المتوسط والطويل، عوائده قد تكون مالية مثل زيادة مبيعات الشركة، أوغير مالية، تحسين سمعتها، وتعزيز هويتها المؤسسية، كسب ولاء والتزام الموظفين، كما سينعكس ذلك إيجابا على أداء الموظفين والشركة.

فتبني استراتيجيية المسؤولية الاجتماعية التبادلية تهدف الشركات إلى تعزيز أدائها، لكن يشترط تبني هذه الاستراتيجية تفعيل إدارة الاستثمار الاجتماعي من أجل قياس نتائجه، وإعداد التقارير على أساس النشاط الممارس، فالإبلاغ يعد مطلبا أساسيا للتنفيذ الفعال لاستراتيجيية المسؤولية الاجتماعية للشركات، سيساعدها حتما على تقييم العائد الحقيقي.

2-4- استراتيجيية المواطنة:

إن الشركات التي تتبنى استراتيجيية المواطنة كخيار استراتيجي للمسؤولية الاجتماعية، تدرك أن أصحاب المصالح لديهم اهتمامات وتوقعات مختلفة، بما في ذلك المساهمين، العملاء، الموظفين، الموردين، المنظمات الغير الحكومية ومختلف الفاعلين في المجتمع. وتسعى الشركة المواطنة للبحث عن طرق للتوفيق ما بين أهدافها الاقتصادية وتطلعات أصحاب المصلحة، رغم الصعوبات التي قد تواجهها في سبيل تحقيق ذلك.

وتكمن السمة الرئيسية لاستراتيجيية المواطنة في استباق إحتياجات وأهداف أصحاب المصالح المختلفة، وأخذها بعين الاعتبار في عملية صنع القرار، كجزء لا يتجزأ من استراتيجيية الشركة، حتى تتكاملا لأهداف الاجتماعية والبيئية مع الأهداف الاقتصادية للشركة، بما يساهم في التقدم نحو تحقيق النمو الاقتصادي المستدام، والمساعدة في بناء مجتمعات أفضل.

ومع ذلك ، وبالنظر إلى مدى تعقيد إدارة احتياجات أصحاب المصلحة المتعددين، فمن المعترف به أن منافع استراتيجية المواطنة الفعالة قد لا تتحقق في إطار زمني قصير، لأنها تعتمد على استثمارات طويلة المدى، وتحصيل العوائد على المدى الطويل، حتى وإن كان ذلك على حساب تحقيق النتائج وتحسين العوائد على المدى القصير. كما يجب أن تتسم سياسة المواطنة بالشفافية فيما يتعلق ببرامج المسؤولية الاجتماعية والموارد المخصصة لتنفيذها. ومن المتوقع أن تحصل مقابل تبنيها استراتيجية المواطنة، على مكافآت ملموسة مثل النتائج المالية المحسنة، ومكافآت غير الملموسة، كتحسين سمعة الشركة، وصورتها على المدى البعيد.

3- التوجهات الاستراتيجية العامة للمسؤولية الاجتماعية للشركات:

تبرز مراجعة الأدبيات أعلاه حول استراتيجية المسؤولية الاجتماعية، تنوعا كبيرا في الخيارات الاستراتيجية، لكن تنحصر جميعها في ثلاثة اتجاهات رئيسية تتمثل في: توجه استراتيجي داخلي، خارجي، تكاملي (kurinen, 2018)، وهي تشكل قاعدة أساسية لدراسة الخيارات الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية، التي يمكن أن تتبناها الشركات في أعمالها.

3-1- التوجه الاستراتيجي الداخلي:

إن الموارد الداخلية للشركة تلعب دورا مهما في تسهيل توجه الشركة نحو تبني المسؤولية الاجتماعية، فالتعرف على القدرات الداخلية سيسهل تطوير موارد مستدامة ومزايا تنافسية، ويعتبر تبني سلوك أخلاقي ومسؤول مع أصحاب المصالح، مورد مفتاح يسمح بتحقيق الأداء الاقتصادي، وتحسين سمعة الشركة. كما تساعد الأنشطة المسؤولة اجتماعيا على تحقيق منافع داخلية للشركة، مثل: تطوير موارد وقدرات جديدة تتعلق بالمهارات، المعرفة، وثقافة الشركة، وهنا يبرز الدور الحاسم والفعال لهوية الشركة عند توجيهها نحو تبني المسؤولية الاجتماعية كخيار استراتيجي لتطوير أعمالها.

وبشكل عام، يُنظر إلى التوجه الاستراتيجي الداخلي على أنه ذو أهمية خاصة في البيئات المضطربة والمتغيرة بسرعة، حيث يصعب على الشركات تغيير اتجاهها الاستراتيجي لمواكبة التغيرات الديناميكية في الأسواق المستهدفة، والاستجابة لتطلعات أصحاب المصالح، وسيساعدها التركيز على مواردها وقدراتها الداخلية على التأقلم مع التغيرات.

3-2- التوجه الاستراتيجي الخارجي:

عادة ما يستخدم قادة الشركات مصطلح خدمة أصحاب المصلحة، في أبرز خطاباتهم وممارساتهم في مجال المسؤولية الاجتماعية. ويشير مصطلح خارجي، لتوضيح أن القيام بشيء ما سيؤدي إلى نتيجة منفصلة، وبهذا يمكن استخدام مصطلح خارجي لتوضيح الشركة بأن خدمة أصحاب المصلحة سيعود بقيمة مفيدة على الشركة، ومنه تبرير لما عليها الأخذ بعين الاعتبار تطلعاتهم واحتياجاتهم في عملية صنع القرار. وعند تضيق كلمة " توجه استراتيجي خارجي "، فسيعني ذلك أن الشركة لن تلتزم بممارسة

الأعمال التي تعزز الرفاه الاجتماعي، الثقافي وتقلل البصمة البيئية لنشاطها، إلا إذا توقعت أثرها الإيجابي على العوائد الاقتصادية، وتحقيق ميزة تنافسية. ومنه يُنظر إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها ذات قيمة خارجية في المقام الأول، فهي وسيلة لتوفير شيء آخر، وأداة تساعد الشركة في الحصول على المنفعة الاقتصادية، كما تكسبها الطابع المؤسسي والشرعي.

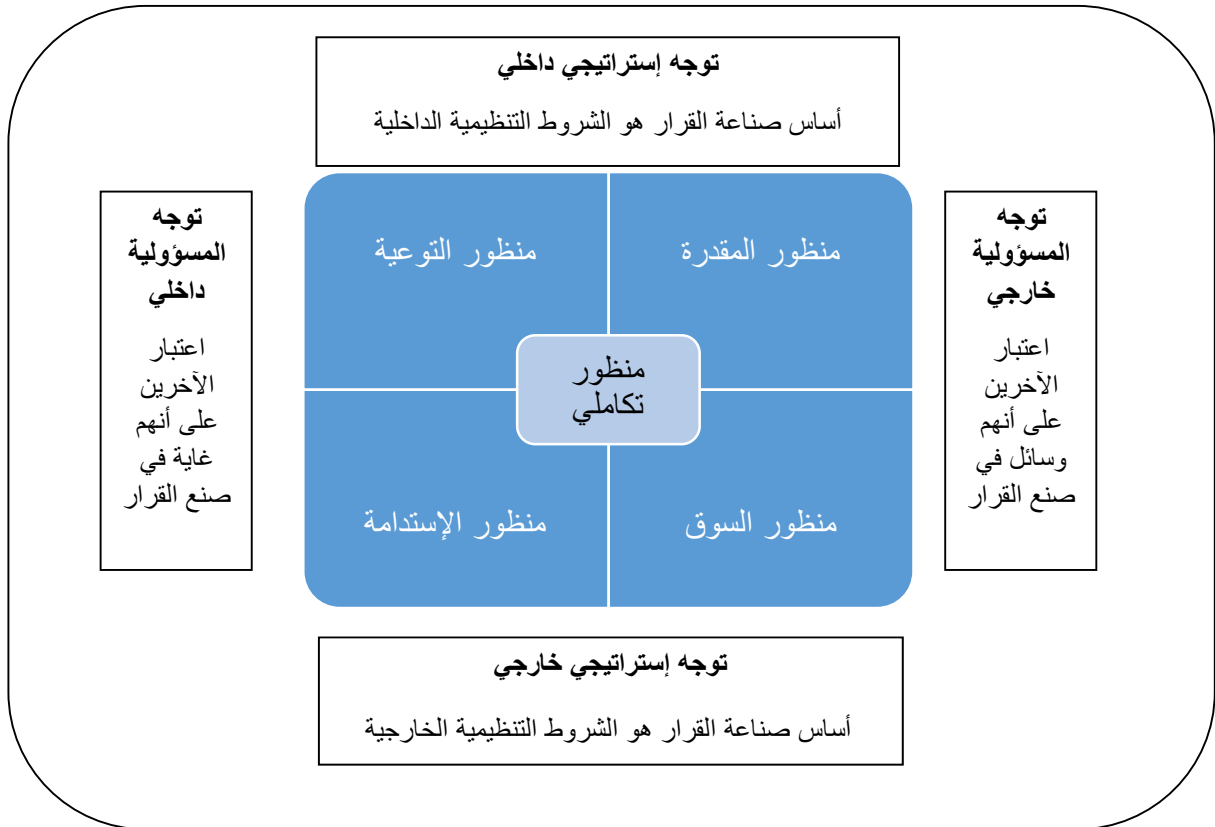
ومن وجهة نظر التوجه الاستراتيجي الخارجي للمسؤولية الاجتماعية، تعتبر الاستراتيجية عملية خارجية، ينصب التركيز فيها على عوامل خارج التنظيم كأساس لصنع القرار الاستراتيجي، ولا تنحصر العوامل الخارجية في بيئة الأعمال (أي عوامل السوق والصناعة)، فهي تشمل أيضاً مجموعة من القضايا المتعلقة بالبيئة البشرية والمحيط البيئي.

3-3- التوجه الاستراتيجي المتكامل :

ينظر التوجه الاستراتيجي المتكامل إلى استراتيجية المسؤولية الاجتماعية كممارسة متكاملة، فهو يسعى لإحداث التوازن بين جميع العوامل المناسبة، التي تعزز الأداء الشامل. تعتمد الشركة في هذا التوجه على التشخيص الاستراتيجي التقليدي في عملية صنع القرار، أي تشخيص بيئتها الداخلية على أساس نقاط القوة والضعف (القدرات ومواطن الضعف)، وتحديد الفرص والتهديدات في بيئة أعمالها (الفرص أو مزايا المتاحة عند خدمة أصحاب المصالح، والتهديدات التي يشكلونها كمجموعات ضغط استراتيجية، قد تؤثر على نشاط الشركة). ومنه يساعد التوجه الاستراتيجي المتكامل على تطوير نموذج استراتيجي مسؤول اجتماعياً، يحدث التوافق ما بين القدرات الداخلية للشركة والفرص المتاحة في بيئتها الخارجية".

ويُلخص الشكل رقم (04) أدناه، التوجهات الاستراتيجية العامة للمسؤولية الاجتماعية للشركات السابق شرحها أعلاه:

الشكل رقم (04): التوجهات الإستراتيجية العامة للمسؤولية الاجتماعية



Source:Heikkurinen, P. (2018). Strategic corporate responsibility a theory review and synthesis. Journal of Global Responsibility, 9(4), 388-414.[PDF] emeraldinsight.com

خاتمة:

إن قراءة في أهم الأدبيات المتعلقة باستراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركات، تبرز أهمية اعتمادها كاستراتيجية أعمال، إذ تمكن الشركات من تحديد الأنشطة التي تمتلك الموارد والقدرات اللازمة لاستخدامها، حتى تكون مسؤولة اجتماعياً وتساعد على اختيار ما سيعزز ميزتها التنافسية على شرط التخطيط لتطبيق المسؤولية الاجتماعية كجزء لا يتجزأ من خطتها الاستراتيجية، حينها ستتمكن الشركات من إحداث التوافق ما بين تعظيم الأرباح وخلق القيمة لصالح المساهمين، والتصرف بطريقة أخلاقية ومسؤولة اتجاه أصحاب المصالح.

ولا يمكن مناقشة التوجه الإلزامي أو الطوعي لتبني استراتيجية المسؤولية الاجتماعية، فقد أصبحت في عالم الأعمال الحديث، مقياس لتقييم الأداء الشامل للشركات، ولهذا يمكن اعتبارها كحتمية استراتيجية تكسب الشركات مرونة ممارسة الأعمال بصفة متكاملة، تسعى من خلالها إلى إحداث التوازن بين جميع العوامل المناسبة لتعزيز الأداء الشامل.

قائمة المراجع:

المراجع باللغة العربية:

- سعد على حمود العنزي (2013)، "الفكر التنظيمي في إدارة الأعمال" الطبعة الأولى، دار الوراق: الأردن، ص 75-76.

المراجع باللغة الأجنبية:

الكتب:

- Ansoff, I. (1968). *stratégie de développement de l'entreprise*. Edition, Hommes et technique :Paris.
- Idowu, S. O., & Vertigans, S. (2016). *Stages of Corporate Social Responsibility*. Springer. <https://books.google>

المقالات:

- Afrin, S. (2013). Traditional vs. Strategic Corporate Social Responsibility: In: Pursuit of Supporting Sustainable Development. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 4(20), 1-6.
- Bohas, A., Dagorn, N., & Poussing, N. (2013). Une analyse des liens entre types de Green IT et stratégies RSE. *CEPS INSTEAD*, 10, 1-13.
- Dyllick, T., & Hockerts, K. (2002). Beyond the business case for corporate sustainability. *Business strategy and the environment*
- Galbreath, J. (2006). Corporate social responsibility strategy: strategic options, global considerations. *Corporate Governance: The international journal of business in society*, 6(2), 175-187.
- Hart, S. L. (1995). A natural-resource-based view of the firm. *Academy of management review*, 20(4), 986-1014
- Heikkurinen, P. (2018). Strategic corporate responsibility a theory review and synthesis. *Journal of Global Responsibility*, 9(4), 388-414. [PDF] emeraldinsight.com
- Heslin, P. A., & Ochoa, J. D. (2008). Understanding and developing strategic corporate social responsibility. *Organizational Dynamics*, 37, 125-144. <https://www.researchgate.net>
- Husted, B.W., Allen, D.B., (2009). Strategic corporate social responsibility and value creation. A study of multinational enterprises in Mexico. *Manag. Int. Rev.* 49, 781-799.
- Husted, B. W., & Allen, D. B. (2007). Strategic corporate social responsibility and value creation among large firms: lessons from the Spanish experience. *Long range planning*, 40(6), 594-610.
- Johan Graafland and Lei Zhang Corporate social responsibility (2014), China: implementation and challenges *Business Ethics: A European Review* Volume 23, Issue 1, pages 34-49, January, springer.
- M Burke, L., & Logsdon, J. M. (1996). How corporate social responsibility pays off. *Long range planning*
- McElhaney, K. (2009). A strategic approach to corporate social responsibility. *Leader to leader*, 52(1), 30-36. http://claridenglobal.com/programs/CGArticle_CSRLeadership.pdf
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard business review*, 84(12), 78-92.
- Rangan, K., Chase, L. A., & Karim, S. (2012). Why every company needs a CSR strategy and how to build it. Working Paper Series No. 12-088. Boston, MA: Harvard Business School.

الفصل الثامن

"واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية"
"The reality of social responsibility in the Algerian economic institution"

د. بومنجل حسين

جامعة عنابة / قسم علم الاجتماع / الجزائر

ملخص:

يعالج هذا المقال موضوع واقع المسؤولية الاجتماعية ودورها في المؤسسة الاقتصادية، من خلال البحث في معرفة قوانينها، مجالاتها وألياتها، واتخاذها كأداة لتحسين بيئة العمل، ومن هنا يهدف هذا البحث إلى معرفة الدور الاجتماعي والبيئي الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية والكشف عن مدى فعاليتها اتجاه الأطراف المتعاملة معهم.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، بيئة العمل.

Abstract

This paper examines the role of social responsibility and its role in the economic institution by looking at the knowledge of its laws, fields and mechanisms, and taking it as a tool to improve the working environment. Hence, this research aims to know the social and environmental role played by social responsibility in the economic institution, Its effectiveness towards the parties involved.

Keywords: Social responsibility, Algerian economic institution, work environment.

مقدمة:

تخطت المؤسسة الاقتصادية اليوم مرحلة النظرة التقليدية لأهدافها الربحية والنفعية، كونها أداة لتحقيق النمو الاقتصادي ومحاولة جني أكبر كمية ممكنة من الأرباح، إلى نظرة حديثة من خلال دمج البعد الاجتماعي والبيئي مع الهدف الاقتصادي جنباً إلى جنب في استراتيجية المؤسسة، حيث كانت معظم الفوائد الناتجة عن جهد العمال يذهب قسم منها في التوسع وإنشاء مصانع جديدة، مستغلة بذلك العمال لساعات طويلة في ظل ظروف عمل قاسية وأجور متدنية نتج عنه تدهور في الإنتاج، وظهور صراعات ونزاعات فردية وجماعية تطالب بتحسين ظروف العمل، حيث خلفت إحباطاً وظيفياً للعاملين بها، مما دفع الكثير من المهتمين بشؤون الصناعة والتنظيم في ذلك الوقت إلى ضرورة الاهتمام وإعادة النظر في ظروف العمل.

كان ثمرة ذلك التجارب الشهيرة التي أجريت في مصانع "هاوثورن" وهي باختصار محاولة لدراسة تأثير الاهتمام بالعاملين وبظروف العمل على الإنتاج والإنتاجية، ويمثل ذلك قفزة نوعية في تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث بدأ الاهتمام بشؤون العمال، كما تبارت كثير من المؤسسات الرائدة في ذلك الوقت في إجراء دراسات مشابهة وأبدت اهتماماً بالعناصر المادية للعمل من أجل توفير ظروف عمل ملائمة وأفضل للعاملين بغرض زيادة الإنتاج وزيادة أرباح المالكين، وهنا نستطيع القول بأن إدارات المؤسسات قد وعت جانبا بسيطا من المسؤولية الاجتماعية، التي تتجسد كألية تنشط داخل المؤسسات التي أصبحت ذات بعد اجتماعي تلتزم بضوابط أخلاقية وتنظيمية اتجاه العمال والمجتمع الذي تنشط فيه. لم يعد اليوم في مصلحة المؤسسة سواء على المدى البعيد أو القصير إغفال الجوانب المتعلقة بالحماية الاجتماعية والموارد البيئية المختلفة، إذ أصبح تبني أليات المسؤولية الاجتماعية أمراً ضروريا لضمان استمرارية المؤسسة وتحسين أدائها الاقتصادي وكذا الحفاظ على صورتها في المحيط الذي تتواجد فيه، فمصلحة المؤسسة الاقتصادية تحتم عليها الاهتمام بأمن وسلامة العمال، ذلك أن معظم عناصر إنتاجها هي من العاملين فيها.

الإشكالية:

عرف مفهوم المسؤولية الاجتماعية اهتماماً كبيراً في قطاعات النشاط الاقتصادي والنتائج عن تراكمات جعلت هذا المفهوم يخرج من كونه عبارة عن ممارسات طوعية اختيارية للمؤسسات في تعاملها مع كافة الأطراف ذات العلاقة، إلى ممارسات إجبارية أصبحت تمثل مصدراً لتحقيق التميز والريادة وزيادة القدرة التنافسية، كما تدعم بقاءها وتضمن استمراريته، وذلك من خلال مضاعفتها لجهودها نحو تبني مقاربة المسؤولية الاجتماعية، و السعي لبناء علاقات استراتيجية أكثر عمقاً مع الأطراف ذات المصلحة، لكي تتمكن من مواجهة التحديات التي تتعرض لها في عصرنا الراهن، وخاصة تلك المتعلقة بالمنافسة التي أدخلت متطلبات اجتماعية وبيئية في طياتها.

بناء على ما سبق انطلقت هذه الدراسة من تشخيص واقع المسؤولية الاجتماعية وفهم مدى تأثيرها في بيئة العمل بالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، من خلال التركيز على الدور الاجتماعي والبيئي الذي تؤديه هذه المسؤولية بشأن ظروف العمل بالمؤسسة و بالتالي العمل على تحسينها.

إن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة بما تحمله من أدوار اجتماعية وبيئية آخذة بعين الاعتبار تحسين ظروف العمل داخل المؤسسة. و عليه يسعى هذا المقال إلى محاولة إزالة الغموض الذي يحيط بهذا المفهوم لدي مسيري المؤسسات الاقتصادية، من خلال تبيان الفوائد التي يدرها على مؤسساتهم في حال تطبيقه. فنخلص إذا لطرح التساؤل الآتي:

- ما هو واقع المسؤولية الاجتماعية في بيئة العمل بالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية؟

- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها من خلال الدور الاجتماعي الذي تلتزم به المؤسسة اتجاه العاملين بها لتحسين ظروف عملهم، و نظرا للدور الهام للمسؤولية الاجتماعية في دمج البعد الاجتماعي والبيئي مع الهدف الاقتصادي جنباً إلى جنب في استراتيجية المؤسسة. يهدف هذا المقال إلى التعرف على التطور التاريخي للمسؤولية الاجتماعية، وكذلك واقعها في المؤسسة الجزائرية، مع تحديد مجالاتها، قوانينها والياتها، ثم إبراز مدى أهميتها كوسيلة لتحسين بيئة العمل.

أولاً: التطور التاريخي للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة:

إن المنتبع لتطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية وألياتها في المؤسسات، أظهر أن هذا المفهوم قديم وكان له اهتمام من طرف أصحاب الأعمال، لذا سنحاول في هذه الفقرة استعراض أهم المراحل الزمنية لتطوره ملخصة في أربعة مراحل أساسية: (ظاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، 2008، ص50)

الثورة الصناعية والإدارة العلمية:

تمثل الثورة الصناعية حدثاً بارزاً في تاريخ الإنسانية، حيث بدأ استخدام المخترعات العلمية في المؤسسات، وكان أرباب العمل يركزون جهودهم فقط على تحسين الأداء الاقتصادي، من خلال الاهتمام بالبيئة الداخلية لتحقيق الأرباح لإعادة استثمارها دون الاهتمام بالعاملين والمجتمع، فلقد عرفت هذه الفترة استغلال جهود العاملين وتشغيل الأطفال والنساء لساعات طويلة في ظل ظروف عمل قاسية و أجور متدنية من جهة، ومن جهة ثانية لم يكن هناك أي وعي بيئي، فالثورة الصناعية كانت في بدايتها، كما أن وفرة المياه والمساحات الشاسعة والخضراء لم تستغل، حيث تم إستترافها بشكل يحقق أعلى العوائد والأرباح، دون التنبه لخطورة التلوث البيئي على المجتمع الذي تنشط في محيطه.

أمام هذه الوضعية، أدرك أرباب العمل جانبا بسيطا من المسؤولية الاجتماعية تجسد في تحسين أجور العمال، لكن مقابل جهد كبير يبذلونه لضمان إنتاج أكبر.

ب- مرحلة العلاقات الإنسانية و تجارب هاوثورن:

إن تزايد استغلال العاملين وإصابات العمل الكثيرة، بالإضافة إلى الوفيات الناتجة عن تشغيل الأطفال والنساء، أدى بالقائمين على المؤسسات إلى التفكير في تحسين ظروف العمل، حيث تزامن هذا مع ابتكار هنري فورد (Henri Ford) لخطوط الإنتاج، والذي ترتب عنه إنتاج كميات كبيرة من السيارات، مما أدى إلى زيادة نسب الغازات الملوثة للهواء، كما أن دراسة مصانع هاوثورن لتأثير الاهتمام بالعاملين والإنتاج أدى إلى تحسين ظروف عملهم، وهنا بدأ الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات لغرض زيادة أرباح المالكين.

ت-مرحلة الكساد الاقتصادي الكبير و النظرية الكنزوية:

إن إهمال المؤسسات الصناعية لمسئوليتها اتجاه بعض الأطراف المتعددة جعلها في تضاد مع مصالح المستهلكين، حيث كان هدفها تسويق أكبر كمية من المنتجات دون الأخذ بعين الاعتبار رغبات وميول المستهلكين ومصالحه المتعددة، مما أدى إلى الكساد العالمي الكبير، و الذي أفرز انهيارا كبيرا للمؤسسات وبالتبعية تسريح آلاف العمال، وفي هذه الفترة كانت المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في أدنى مستوياتها، حيث نجم عنها ظهور دعوات مهمة لتدخل الدولة لحماية مصالح العاملين (مولاي لخضر عبد الرزاق، شنيبي حسين، 2011).

لقد أدى ظهور نظرية كينز (Kenz) التي دعت بوجود تدخل الدولة بحد معقول، لإعادة التوازن الاقتصادي و بناء أرضية لتأصيل الأفكار وتحديد عناصر المسؤولية الاجتماعية، من خلال تعزيز دور النقابات، حيث تعالت الأصوات للمطالبة بتحسين ظروف العمل، وسن قوانين جديدة، وتحديد الحد الأدنى للأجور، وإشراك العاملين في الإدارة، وقد ظهر هذا جليا بعد الحرب العالمية الثانية والتوسع الصناعي، وهنا بدأت المسؤولية الاجتماعية تأخذ مكانة هامة في استراتيجية المؤسسة.

ث- مرحلة المواجهات الواسعة بين الإدارة والنقابات:

تميزت هذه المرحلة بتعاظم قوة النقابات وزيادة تأثيرها في قرارات المؤسسة بشكل عام، وزيادة توعية الناس بالمخاطر البيئية، وتعاليت الأصوات التي تطالب بتحسين نوعية الوقود، كما تميزت هذه الفترة بزيادة القضايا المرفوعة أمام المحاكم لأسباب تتعلق بجوانب مهمة من الانتهاكات البيئية المختلفة التي صدرت عن هذه المؤسسات اتجاه المستفيدين من منتوجاتها مثل عدم صلاحية وجودة المنتج من طرف فئات المجتمع وخاصة في قضايا التسمم الغذائي أو الانتهاكات البيئية المختلفة، ناهيك عن سلسلة من

الفصائح المالية من قبل العديد من المؤسسات العالمية مثل مؤسسة أنرون وغيرها، والتي لفتت الانتباه إلى الممارسات الخاطئة وتفشي الفساد بها، ما أدى بها إلى زيادة الاهتمام بالجوانب الاجتماعية والبيئية والأخلاقية للعاملين، من خلال تبنيها لمفهوم محاسبة المسؤولية الاجتماعية وإدراج الشفافية لمحاربة هذه الظاهرة. (Frederic-w 1975 P18)

ج- مرحلة القوانين والمدونات الأخلاقية:

تجسدت هذه القوانين ذات الأهداف الاجتماعية والأخلاقية نتيجة النداءات والاحتجاجات السابقة، حيث بدأت المؤسسات الاقتصادية وخاصة الصناعية منها بتطبيق الالتزامات الأخلاقية في شعاراتها ورسائلها الهادفة إلى توعية العمال بالقواعد والضوابط السارية بالمؤسسة والمتعلقة بالاهتمام بالجوانب الاجتماعية والأخلاقية، إضافة إلى بروز جماعات الضغط؛ منها جمعيات حماية المستهلك وجماعات حماية البيئة والدفاع عن حقوق المرأة والطفل وغيرها، والتي أثرت على مختلف شرائح المجتمع، من خلال الضغط على المؤسسات بشكل غير مباشر لتبني هذه الالتزامات ذات البعد الاجتماعي والبيئي في المحيط الذي تتعامل معه، وبهذا أصبحت المسؤولية الاجتماعية في هذه المرحلة أكثر وضوحاً في القوانين وأقوى حضوراً على أرض الواقع.

ح-مرحلة اقتصاد المعرفة وعصر المعلوماتية:

اتسمت هذه المرحلة بتغيير طبيعة الاقتصاد وبروز ظواهر مثل العولمة والخصخصة وتنوع الصناعات وازدهارها واتساع نمو قطاع الخدمات وانتشار تكنولوجيا المعلومات وشبكتها، ونتيجة تخلي الحكومات عن الدعم العام لحماية العمال، أدت هذه الآليات الجديدة إلى تغيير في هياكل الاقتصاديات في دول العالم، مما أثر على ظروف العمل بصفة عامة، مما أدى إلى انهيار العديد من المؤسسات الاقتصادية العملاقة نتيجة عدم التزامها بالمسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات المهنة، الأمر الذي ألحق أضراراً بالغة بأصحاب هذه المؤسسات والعاملين بها والمجتمع على حد سواء، كل هذه الانتهاكات ولدت قيماً جديدة ترتبط بالطبيعة الرقمية للاقتصاد الجديد، (محمد عباس بدوي، 2000 ص 29).

ثانياً: أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة:

قدمها الباحث كارول (Carroll) في طرحه لمفهوم المسؤولية الاجتماعية كالاتي: (حسين الأسرج، 2010 ص 04)

أ- **البعد الاقتصادي:** يدعو إلى أن تكون المؤسسة منتجة ومربحة، من خلال أطر المبادلات التي تقر مشروعية الربح في حدود والمنافسة العادلة، بخلاف النظريات الوضعية التي تؤمن بمبدأ الانتهازية في التعاقدات المبرمة بين المتعاملين وتسعى إلى تعظيم المنفعة وتمجيد الملكية الفردية.

ب- **البعد القانوني:** يشير هذا البعد إلى وجوب قيام المؤسسة بواجباتها وفقاً للقوانين الاقتصادية، وقد اهتم الإسلام بكفالة حقوق المستهلك وحق البيئة والعدالة في الكتاب والسنة، وهذه أمور تأخر ورودها في

الأنظمة الوضعية، كما تشمل قراءاتها الحديثة النشأة حماية حقوق المستهلك وحماية البيئة ومحاربة الفساد عبر سن نظام الحوكمة، لكن تبقى كلها مجرد نظريات تلقى الكثير من المعارضة من أصحاب رؤوس الأموال الذين يسعون إلى تعظيم أرباحهم بغض النظر عن النتائج.

ت - **البعد الأخلاقي:** يشير هذا البعد إلى التزام المؤسسة بقوانين وأخلاقيات العمل المعمول بها في التشريعات الدولية، فتعاليم الشريعة الإسلامية اهتمت بأخلاق العامل وأخلاقيات العمل والأخلاق الاجتماعية في ظل العمل الجماعي، كما أن الإسلام كفل للإنسان حقوقه، من خلال احترامه كإنسان ذي كرامة، له حق العبادة والحرية والعيش والملبس والغذاء...، في حين أن هذه الاهتمامات تعد حديثة في النظام الوضعي بالنظر إلى تاريخ صدور الإعلان عن حقوق الإنسان وصدور التشريعات الدولية للعمل، والتي وإن كانت نقاط إيجابية لا تزال مقتطعات لا تصل إلى مستوى الاتساق الإلهي الذي حظي به الدين الإسلامي.

ث- **البعد الخيري:** يشير هذا البعد إلى وجوب عمل المؤسسات في مجال تحسين رفاة المجتمع، من خلال التكافل الاجتماعي ودرء الذرائع والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وإعطاء معاني روحية لهذه الممارسات، و رغم أن ذلك قد أخذ حصة معتبرة من تطبيقات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الغربية، فقد أولته الشريعة الإسلامية أيضا فائق العناية من خلال الاهتمام بالمساكين والمحتاجين وذوي الاحتياجات الخاصة، إضافة إلى أهمية حماية البيئة.

ج- **البعد البيئي:** يشير في الاقتصاد الإسلامي لجملة من ركائز وآليات محددة ودقيقة للتعامل مع البيئة والمحافظة عليها، متجاوبا مع مظاهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات التي تهتم للمشاريع الصديقة للبيئة، من خلال تخفيض نسبة إطلاق الكربون في الهواء، والحملات الهادفة إلى التقليل من النفايات وغيرها، إضافة إلى استحدث عدة ممارسات وتقنيات إدارية تأخذ في الاعتبار النواحي البيئية في كل وظيفة من وظائف المؤسسة.

رغم كل المحاولات البحثية التي أسقطت مفهوم المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر إسلامية إلا أن مناقشتها من منطلق إسلامي لم يأخذ حظه الوافر من التأصيل والدراسة، فهو يحتاج إلى بعث وتنشيط لأن الشريعة الإسلامية الخالدة متوافقة مع متطلبات الحياة الإنسانية في جميع مراحلها وتطورها، (نهال المغريل، 2008 ص04) و عليه يمكن إيجاز و تبيان أبعاد المسؤولية الاجتماعية، من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (01) أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

العناصر الفرعية	العناصر الرئيسية	البعد
- منع الاحتكار و احترام قواعد المنافسة.	المنافسة العادلة	الاقتصادي
- استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي.	التكنولوجيا	
- عدم الإتجار بالمواد الضارة و دعم الأنشطة الرياضية والصحية.	قوانين حماية المستهلك	القانوني
- منع تلوث المياه والهواء والتربة.	حماية البيئة	
- صيانة الموارد وتنميتها.		
- التخلص من المنتجات بعد استهلاكها.	السلامة والعدالة	الأخلاقي
- الممارسات البيئية الصحيحة في العملية الإنتاجية.		
- منع التمييز.	المعايير الأخلاقية	الخير الإنساني
- ظروف العمل وإصابات العمل.		
- التقاعد وخطط الضمان الاجتماعي.	القيم والأعراف الاجتماعية	الخير الإنساني
- مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف ومنع عمل المسنين وصغار السن، مع مراعاة حقوق الإنسان.		
- احترام العادات والتقاليد	نوعية الحياة	الخير الإنساني
- مكافحة المخدرات.		
- نوعية التغذية و الخدمات و النقل العام.		

المصدر: (ظاهر محسن منصور الغابي ، صالح مهدي العامري ، مرجع سابق، 2008 ص82).

نلاحظ من خلال هذا الجدول، بأن أبعاد المسؤولية الاجتماعية تتجسد في أربع مسؤوليات أساسية هي: البعد الاقتصادي، القانوني، الأخلاقي، الخيري، إضافة إلى مسؤولية أخيرة انتشرت، خاصة في السنوات الأخيرة، حيث تشير إلى ضرورة التزام المؤسسة بالمسؤولية اتجاه المجتمع والبيئة بشكل عام، وذلك من خلال الاهتمام بنوعية الحياة بأبعادها المختلفة.

تحمل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في طياتها بعدين أساسيين، الأول داخلي يركز على الأداء الاجتماعي المسؤول اتجاه العاملين ومن هم داخل المؤسسة، أما الثاني المتمثل في البعد الخارجي فيركز على الدور الاجتماعي والمبادرات التي تتبناها المؤسسة اتجاه المجتمع و البيئة الخارجية ككل.

ثالثاً: مبادئ المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة:

- تطلق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من جملة من المبادئ حسب منظمة الأمم المتحدة وهي:
- الالتزام بتنفيذ إصدارات شهادات الجودة المختلفة مثل الأيزو 14000.
 - الالتزام بتنفيذ مدونات قواعد السلوك.

- الالتزام باتخاذ قرارات تأخذ في الاعتبار المسؤولية الاجتماعية، كما تستند المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على المبادئ الأساسية التالية:

* مبدأ الإذعان القانوني : يعني التزام المؤسسة بجميع القوانين واللوائح السارية المحلية والدولية المكتوبة والمعلنة والمنفذة طبقاً لإجراءات راسخة ومحددة والإلمام بها.

* مبدأ احترام الأعراف الدولية : أن تحترم المؤسسة الاتفاقيات الدولية والحكومية واللوائح التنفيذية والإعلانات والمواثيق والقرارات والخطوط الإرشادية عند قيامها بتطوير سياستها وممارستها للمسؤولية المجتمعية.

* مبدأ احترام مصالح الأطراف المعنية : أن تتقبل المؤسسة تنوع المصالح للأطراف المعنية وتنوع أنشطة ومنتجات المؤسسة الرئيسية والثانوية وغيرها من العناصر التي قد تؤثر على تلك الأطراف (سعيد أوكيل وآخرون، 1994 ص 31).

رابعاً: مجالات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة:

يمكن أن تكون مجالات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة اتجاه المجتمع والبيئة المحيطة بها إلزامية أو طوعية، و تتلخص في ما يلي: (Anne Gratacap 1997 P 56)

أ- اتجاه الزبائن:

اكتسب موضوع حماية المستهلك أهمية كبيرة في السنوات الأخيرة، وبرزت متطلبات حمايته كمسألة هامة ضمن قضايا المسؤولية الاجتماعية الواجب على المؤسسة أخذها في الحسبان عند وضع الخطط واتخاذ القرارات. فالمساهمات التي تقدمها المؤسسة في مجال تحسين جوانب جودة المنتج تهدف إلى تحسين سمعتها في نظر المستهلك بالدرجة الأولى، وكذلك في الأوساط الصناعية والتجارية، مما يؤدي إلى زيادة قدرتها التنافسية وحصة مبيعاتها في السوق المحلية وسهولة نفاذها إلى الأسواق الخارجية. وتتلخص أهم المساهمات في هذا المجال فيما يلي:

- القيام بالبحوث التسويقية لتحديد احتياجات المستهلكين وتطلعاتهم.

- تبني مفهوم التسويق الأخضر وما يحمله من مزيج تسويقي (الترويج الصادق الذي يعكس حقيقة منتجات وخدمات المؤسسة، ويتوافق مع الخصوصيات الثقافية والدينية... وغيرها).

- توفير البيانات اللازمة عن خصائص المنتجات، وطريقة استخدامها، وحدود مخاطرها ومدة صلاحية استخدامها.

- الالتزام بالسعر الذي ينسجم والقدرة الشرائية للمستهلكين، وعدم استخدام مواد غير صحية في عمليتي التعبئة والتغليف، والتي من شأنها أن تعرض المستهلك للكثير من الأضرار الصحية.

- توفير خدمة ما بعد البيع، والالتزام بتاريخ الضمان والرد على شكاوي العملاء.

ب- اتجاه الموردين:

يعتبر الموردون مصدرا مهما من مصادر المعلومات التي تحصل عليها المؤسسة، والمموم الأساسي لها بمختلف حاجياتها من المواد الأولية والتجهيزات والأموال، حيث تربطهم علاقات مصالح متبادلة، لذا وجب على المؤسسات احترام مطالبهم المشروعة، والتي يمكن تلخيصها في الاستمرار في الاستيراد، خاصة لبعض أنواع المواد الأولية اللازمة للعمليات الإنتاجية، و وضع أسعار عادلة ومقبولة للمواد المجهزة للمؤسسات، بالإضافة إلى تسديد الالتزامات والصدق في التعامل، وتدريب الموردين على مختلف طرق تطوير العمل، وحتى إمكانية إشراكهم في تطوير المنتجات.

ت- اتجاه حملة الأسهم:

حملة الأسهم هم الملاك أو أصحاب رؤوس الأموال الذين يعملون على تزويد المؤسسة برأس المال الضروري لنشاطها، وتكمن مسؤولية هذه الأخيرة اتجاه هذه الفئة بضمان تحقيق أقصى ربح ممكن، مع تعظيم قيمة الأسهم التي يمتلكونها و زيادة حجم المبيعات، بالإضافة إلى حماية أصول وممتلكات المؤسسة وموجوداتها.

ث- اتجاه المجتمع:

يتمثل هذا النوع من الأنشطة في الخدمات التي تقدم النفع العام لأفراد المجتمع، والمشاركة مع الحكومة في تقديم تلك الأنشطة بغرض القضاء على المشكلات الاجتماعية، وهذا سوف يخلق مناخاً جذاباً للاستثمار ويوفر الاستقرار الاجتماعي لفئات المجتمع. ومن أهم هذه الأنشطة ما يتعلق بمجالات الصحة والإسكان والنقل والمواصلات و الاعتناء بالأقليات والفئات الخاصة من خلال ما يلي:

- التبرع للجمعيات الخيرية والمنظمات غير الحكومية.
- المساهمة بتقديم المساعدات في مجالات التعليم كإقامة معاهد تعليمية وفنية لرفع كفاءة الخريجين الجدد وإعدادهم للدخول لسوق العمل، هذا فضلا عن المساهمة في إقامة مختبرات علمية في بعض الجامعات.
- توفير فرص عمل متكافئة لأفراد المجتمع للتخفيف من مشكلة البطالة.
- رعاية الفئات الخاصة في المجتمع مثل الخدمات التي تقدمها لمراكز رعاية الطفولة والمسنين، والمساهمة في رعاية ذوي الاحتياجات الخاصة.
- تدعيم الإنفاق على الهيئات الصحية والمساهمة في إقامة مستشفيات لعلاج بعض الأمراض والأوبئة المستعصية.
- المساهمة بتقديم أنشطة في المجالات الثقافية كإقامة المكتبات في المناطق الفقيرة ونشر الكتب وتمويل المعارض، وإصدار مجلات علمية وثقافية توزع في الندوات والمؤتمرات، وحماية التراث الثقافي مثل الآثار.

- تدعيم الأنشطة الرياضية، من خلال تمويل الأندية الرياضية، والمساهمة في توفير البنية التحتية ومرافق الملاعب الرياضية والمنتزهات لصالح الأطفال والنساء وكبار السن.
- القيام بالأنشطة البيئية، مثل إقامة الحدائق الخضراء للحفاظ على البيئة.
- مساعدة أفراد المجتمع في حالة الكوارث الطبيعية والاجتماعية.
- التزام المؤسسة بدفع الضرائب، وهذا يعد إسهاماً اجتماعياً لمساعدة الدولة على تمويل الخدمات الاجتماعية والإنفاق على أنشطة البنية الأساسية.
- مساهمة المؤسسة في تحقيق الأهداف التنموية التي تتبناها الدولة.

ج- اتجاه البيئة:

هذه المساهمات كان يعتبرها البعض من بين المسائل الأساسية التي تدخل ضمن أنشطتها، ولكن في الآونة الأخيرة أصبحت القضايا المتعلقة بالبيئة في نظر البعض تدخل في طيات ما يسمى بالمسؤولية البيئية التي تعبر أداة لتجسيد البعد البيئي للتنمية المستدامة في المؤسسة.

تتلخص مساهمات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة للحفاظ على البيئة في تلك المسؤوليات الطوعية والإجبارية الملقاة على عاتقها اتجاه حماية البيئة والاستغلال الرشيد للموارد الطبيعية وتحقيق استدامتها ومنع وتقليل التلوث البيئي (سعيد أوكيل وآخرون، 1994 ص 05). و الجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (02): مجالات المسؤولية البيئية للمؤسسة:

العناصر الفرعية	المجالات الرئيسية
<ul style="list-style-type: none"> - الاقتصاد في استخدام المواد الخام ومنع الاستخدام التعسفي لها. - الاستخدام العقلاني لمصادر الطاقة؛ - المساهمة في اكتشاف والبحث عن الطاقات البديلة النظيفة. - المساهمة في تمويل المشاريع البيئية، مثل إنشاء الحدائق والمحميات الطبيعية وحماية التنوع البيولوجي والغابات. 	المساهمة في حماية الموارد الطبيعية
<ul style="list-style-type: none"> - التخفيف من مسببات تلوث الأرض والهواء والمياه. - التصميم الأخضر للمنتجات وعمليات تشغيلها بطريقة تؤدي إلى تقليل المخلفات. - تسيير النفايات وإعادة استعمالها لتقليل من أثارها السلبية على البيئة. 	المساهمة في حماية البيئة

المصدر: (ظاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، مرجع سابق، 2008 ص 92).

خامساً: واقع المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة الجزائرية:

أ- التطور التاريخي للمسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة الجزائرية:

مرت المؤسسة الجزائرية بفترات وأحداث اهتمت من خلالها بالجانب الاجتماعي، فهي من المؤسسات التي لها خصوصيتها في هذا المجال، ومن أهم المراحل التي أبدت المؤسسة الجزائرية من خلالها الاهتمام بهذا الجانب، خصوصا ما تعلق بالاهتمام بتحسين نوعية حياة العامل، وهي:

1- مرحلة التسيير الذاتي والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

بعد حصول الجزائر مباشرة على الاستقلال اصطدمت بواقع متأزم من جميع النواحي فرضه الترحال الجماعي للمعمرين من ناحية الذي خلف ورائه فراغا كبيرا في مختلف المؤسسات الزراعية و الصناعية والخدمية ، و من ناحية أخرى تسجيل غياب شبه كلي لإطارات وطنية متخصصة وقادرة على تسيير الإدارات المهجورة، ولإثبات عكس الفرضية الفرنسية القائلة بأن الجزائر سوف تفشل في تسيير اقتصادها خرج العمال على اختلاف فئاتهم لتسيير تلك الوحدات المهمة عن طريق مجموعات تكونت قصد حماية الاقتصاد الوطني ومواصلة الإنتاج بهدف تلبية حاجات المجتمع وكسب ثقته (يوسف سعدون، بدون تاريخ، ص16)

إن انتهاج أسلوب التسيير الذاتي لم يكن تطبيقا لإيديولوجية معينة بقدر ما كان استجابة لظروف واقعية أملتها جملة من العوامل والشروط فرضت اتخاذ هذا النمط من التسيير في سبيل بناء الاقتصاد الوطني، فالمؤسسة الجزائرية في إطار التسيير الذاتي كانت تقوم على مجموعة من الهيئات هي : الجمعية العامة للعمال و مجلس العمال و لجنة التسيير ومديرية إن التسيير الذاتي لم يكن الهدف الذي كانت تسعى إليه الدولة بل هو مجرد مرحلة مؤقتة لتأتي بعده مرحلة الشركات الوطنية أين تكون للدولة السيادة المطلقة على هذه الشركات ، وهذه المرحلة لم تبدوا فيها مظاهر وأليات المسؤولية الاجتماعية نظرا لحدائث المؤسسات وفقدانها لإطارات ذات قدرة على تجسيد هذه الآلية .

2- مرحلة التسيير الاشتراكي والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

بعثت هذه المرحلة على ضرورة إيجاد صيغة لتجسيد المشاركة العمالية في التسيير، وكذلك تحول تسيير المؤسسة الوطنية من الأسلوب التقليدي إلى أسلوب جديد يتخذ من العاملين عناصر نشطة يضطلعون بمهام التسيير والرقابة، من خلال مساهمتهم الفعلية في ذلك، إضافة إلى تجسيد المشاركة العمالية في تسيير المؤسسة الوطنية العمومية وفقا لميثاق التسيير الاشتراكي للمؤسسات من خلال المجلس المنتخب، و زيادة الإنتاج والتحسين المستمر للجودة والقضاء على التبذير ومراعاة النظام في العمل.

فإذا كان ميثاق التسيير الاشتراكي قد أعطى العمال مجموعة من الامتيازات الاجتماعية والاقتصادية، إلا أن الاستمرار في تبني هذا النهج نتج عنه صعوبات اقتصادية، اجتماعية وثقافية، أثرت بشكل كبير على نجاح عملية التنمية، وهذا راجع إلى رفع المردودية الاجتماعية على حساب المردودية الاقتصادية، فلقد بينت نتائج تلك التجربة وجود عراقيل ساهمت في تدني أداء المؤسسة الاقتصادية، والتي سببتها سياسة التدعيم من قبل الدولة تحت غطاء تلبية الحاجيات الاجتماعية للمجتمع، وانعكس ذلك سلبا على وضعيتها الاقتصادية والمالية.

إن الاهتمام بالجانب الاجتماعي على حساب الجانب الاقتصادي نتج عنه تحريف المؤسسة من وظيفتها الأصلية التي وجدت من أجلها، حيث أصبحت تضيع من قيمتها المضافة عوض من أن تنتشها،

فأفرزت نتائج سلبية على المستويين الاقتصادي والاجتماعي وهذا مرده إلى مبالغتها في الاهتمام بالجانب الاجتماعي، مما أثر سلبا على جانبها الاقتصادي من جهة، وعلى العامل من جهة أخرى، حيث حولت الامتيازات التي منحت له من منتج إلى مستهلك ينتظر المزيد من المؤسسة لتحسين ظروفه الاجتماعية، لكن دون أن يسأل نفسه ماذا يطلب منه مقابل تحسين هذه الظروف؟

حدث إذاً اختلال في المعادلة التي وجد من أجلها التسيير الاشتراكي للمؤسسة والذي يهدف إلى تحسين الجانب الاجتماعي للحصول على مردود إنتاجي أعلى من الطبقة العاملة. ولو طبقت هذه المرحلة بنجاح كما هو الحال من الناحية النظرية فإن المؤسسة الجزائرية لن تحتاج إلى تبني المسؤولية الاجتماعية (جمال سالمي، 2002) لأن الأفكار الاشتراكية من العلامات البارزة التي دفعت منظمات الأعمال في الغرب إلى تبني الكثير من عناصر المسؤولية الاجتماعية التي تخص المستفيدين بمختلف أنشطتهم.

3- مرحلة إعادة الهيكلة والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

منذ بداية الثمانينات حدث تراجع في العملية الإنتاجية للمؤسسة الاقتصادية، فقامت الدولة آنذاك بالبحث عن مبررات للتحويل نحو نمط آخر من التسيير، إلا أن التباطؤ كان شديداً ومقصودا وكانت البداية مع عمليات إعادة الهيكلة لهذه الشركات الكبرى و تحويلها إلى مؤسسات عمومية صغيرة الحجم، ليتمكن المسيرين من التحكم فيها، وتحسين مردوديتها المالية والاقتصادية، وقد أطلق على هذه العملية إعادة الهيكلة العضوية للشركات الوطنية.

لقد كان التخلص من البيروقراطية والمركزية المعرقة لنشاط المؤسسة والقائلة لروح المبادرة والإبداع، أحد أبرز أهداف هذه التغيرات، إضافة إلى تحميل مسيري هذه المؤسسات عواقب النتائج التي تحصل عليها مؤسساتهم، وكذلك إفساح المجال للقطاع الخاص كي يخفف عن خزينة الدولة مبالغ ضخمة من الاستثمارات، خاصة بالعملة الصعبة، لكن دون جدوى، فلقد فشلت المؤسسات العمومية الاقتصادية مرة أخرى ولم تستطع التخلص من عجزها ليرجم كل ذلك إلى نتائج اجتماعية سلبية على المؤسسة وعبئا على المجتمع، حيث رافقت هذه التغيرات المتتالية ظهور جو نفسي واجتماعي لا يبعث أبداً على الارتياح بفعل تغير أنماط التسيير وعلاقات العمل وتغيير تركيبة المجتمع، مما أثر سلبا وبصفة واضحة، على العلاقات الاتصالية داخل المؤسسات العمومية الاقتصادية، (Mohamed Salah chabou 2003 p02) وكان من نتائجها السلبية أن عرفت المؤسسة في هذه الفترة تسييرا إداريا وتنظيما فظيعين، كما أصبح غرض العامل من أداء واجبه هو الأجر لا غير، وغياب الدور الفعال للنقابات.

4- مرحلة استقلالية المؤسسات والمسؤولية الاجتماعية:

أنت المرحلة بعد 1980م باستقلالية المؤسسات العمومية مستهدفة آنذاك عملية إصلاح شامل أخذت على عاتقها الفعالية والكفاءة وأيضا المهارة التي يمكن تحقيقها نتيجة حرية العمل وحرية أخذ القرار للارتقاء بمستوى أداء المؤسسة وتحفيزها على النشاط الموكل إليها إلى مستوى الأهداف المرجوة، (لمياء زكري، فضيلة عكاش، 2008 ص 05) بالرغم من التطورات الجوهرية التي فرضتها الإصلاحات الاقتصادية

العمومية وإعطاء بعض من الحرية في التفاوض واتخاذ القرارات المرتبطة ببعض سياسات إدارة الموارد البشرية، إلا أن قليلا من المؤسسات فقط استطاعت أن تحدث التغيير بوضع سياسات واقعية لإدارة الموارد البشرية خاصة في مجال الأجور وإدارة المسارات المهنية للعمال والحوافز والاتصال، وأمام استمرار تدهور الأوضاع الاجتماعية للطبقة العاملة في العديد من المؤسسات الصناعية (مدحت محمد أبو النصر، 2015، ص38)، الخاضعة لإعادة الهيكلة، جاءت ردود أفعالها متباينة بين رفض للعمل والتغيب أحيانا واللجوء إلى الإضرابات أحيانا أخرى، كما أفرزت هذه المرحلة نتائج سلبية من الناحية الاجتماعية تمثلت في تفاقم الفقر، تدهور القدرة الشرائية و عجز المؤسسات العمومية وتسريح العمال.

لقد عرفت المؤسسة تراجعا في مسؤوليتها الاجتماعية اتجاه عمالها في هذه المرحلة، وهذا ما انعكس بصورة مباشرة على وضعيتهم الاقتصادية والاجتماعية، من خلال تراجع مستوى الأجور، نقص الاهتمام بالتكوين و ضعف المشاركة في المؤسسة بسبب انفراد المسؤولين باتخاذ القرارات (حسين خديم، 2006، ص15).

5- مرحلة اقتصاد السوق والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

يشير مفهوم اقتصاد السوق إلى كل شكل من أشكال تحويل ملكية المؤسسات الدولة إلى مساهمين آخرين، مما يؤدي إلى تحكم فعال في الأنشطة الاقتصادية مستقبلا وهؤلاء المساهمون يمكن أن يكونوا أشخاصا معنويين أو اعتباريين، مستثمرين، محليين أو أجانب، (محمد الصيرفي، 2007، ص114)، ومادامت الخصوصية لها علاقة بعولمة رأس المال الذي يساير مصالح الشركات والمؤسسات الرأسمالية الكبرى، فإن ذلك قد ساعدها على وضع استراتيجية محكمة من أجل ضمان استمرارية سيطرتها على المستوى العالمي، حيث تتلخص بنود هذه الاستراتيجية في توسيع قطاع شركات الأعمال على حساب القطاع العام ومؤسساته العامة، إضافة إلى أن سياسة التسريح ساهمت في ظهور حشود من احتياطي العمالة الصناعية على مستوى العالم.

يظهر من خلال تعرضنا لمراحل تطور المؤسسة الجزائرية و واقع المسؤولية الاجتماعية بها، وجود ضعف على مستوى الهياكل القاعدية للمؤسسة وضعف الاهتمام بالموارد البشري مع العلم أن المؤسسات الاقتصادية تعمل اليوم في بيئة تنافسية، حيث لا يمكنها العمل في أسواق يشوبها عدم وجود الحماية الاجتماعية، وعدم كفاية الأنظمة القانونية والمعوقات التنظيمية، ولهذا فإن سياسة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تعد بمثابة آلية تنظيم ذاتي يمكن من خلالها العمل من أجل رصد وضمان التزامها بالقانون، والمعايير الأخلاقية والدولية، ورجال الأعمال من شأنهم تبني هذه الآلية عن طريق تأثير أنشطتها على البيئة والعمال والمستهلكين وجميع الأعضاء المحيطين بها، ولا يتم نجاح هذه الاستراتيجية إلا إذا تم تكييف المسؤولية الاجتماعية مع واقع مؤسساتنا.

سادسا: القوانين التنظيمية للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة:

من المؤكد أن للمسؤولية الاجتماعية قوانين تنظيمية وأدوات ومعايير تتحكم بكيفية وطريقة تطبيقها داخل نظام المؤسسة التي تسعى إلى التوجه نحو تنمية مستدامة لنشاط عملها وللمحيط التي تعمل به، وفيما يلي نتناول تلك الأدوات:

أ- القانون الفرنسي المتعلق باللوائح الاقتصادية الجديدة: (NRE) Nouvelles Régulations Economiques

المادة 116 من القانون رقم 420-2001، الصادر في 15 ماي 2001 عن السلطة التشريعية الفرنسية، يخص اللوائح الاقتصادية الجديدة (NRE) وتنفيذ القرار يلزم الشركات التي تخضع للقانون الفرنسي على تقديم المعلومات الاجتماعية والبيئية في تقاريرها السنوية، حيث بدأ بتنفيذ وتطبيق المرسوم في 20 فبراير 2002 بتحديد المعايير الاجتماعية والبيئية كما وكيفا التي يجب أن تتوفر حولها المعلومات، ويشمل ذلك بشكل خاص انبعاث الغازات الدفينة في الأرض والمحيط، والمساواة بين الرجل والمرأة، وإدماج الأشخاص المعوقين في عالم الشغل (سهيلة محمد عباس، 2003، ص19).

ب- القانون الأمريكي المتعلق بالإصلاح الحسابات المؤسسات Sar banes - Oxley:

صدر عن المشرع الأمريكي عام 2002، قانون الإصلاح لحسابات المؤسسات المدرجة في البورصة وحماية المستثمرين. حيث أنه يهدف إلى زيادة مسؤولية المؤسسات وتوفير حماية أفضل للمستثمرين وذلك من أجل استعادة ثقتهم في السوق عن طريق الاسترشاد بثلاث (03) مبادئ رئيسية:

1- دقة المعلومات وسهولة الحصول عليها.

2- مسؤولية المديرين.

3- استقلالية مراجعي ومراقبي الحسابات.

ويتضمن القانون أربعة (04) مقاييس رئيسية :

1- المعيار الأكثر أهمية هو الذي يتعلق بمسؤولية مديري المؤسسات (المدير التنفيذي) مثلا حيث أن كل مخالفة إرادية وعن وعي يعاقب صاحبها، وعقوبة المسيرين والمديرين الذين أقدموا على الخطأ قد تصل إلى 20 سنة في السجن.

2- تحسين وصول ومصداقية المعلومات، يتعين على الشركات أن تقدم للجنة الأوراق المالية والبورصة

(Securities and Exchange Commission) المزيد من المعلومات عن مبادئ المحاسبة التي توجه

عرض الحسابات والمعاملات خارج الميزانية، وكذا تغيير في ملكية الأصول التي يحتفظ بها ويحبسها المسيريون... الخ .

3- إقامة لجان مستقلة لمراجعة الحسابات وذلك للإشراف على عملية التحقيق بحيث يحق لهذه اللجان الحصول على شكاوى من المساهمين أو العاملين على حسابات الشركة ومراجعتها.

4 - تنصيب هيئة جديدة للتنظيم والمراقبة تتكون من 5 أعضاء بالمجلس لمراقبة حسابات الشركات العامة و 5 أعضاء لمراقبة شركات المحاسبة تقوم بوضع المعايير المسائلة الاجتماعية والتحقيق وتعمل على معاقبة الأفراد الذين ينتهكون ولا يحترمون هذه القواعد المنصوص عليها في الهيئة.

سابعاً: آليات تجسيد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

تعتبر آليات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة من العناصر الرئيسية التي تسعى إلى تجسيدها وتبنيها داخل وخارج محيطها لمالها من أهمية في تطوير بيئة العمل وتعزيز دوافع العمل والإبداع وزيادة الإنتاجية للمؤسسة، وتعتبر المشاركة العمالية والسلامة المهنية من أهم الآليات والعناصر التي تعتمد عليها هذه المسؤولية داخل المؤسسة، لأن المشاركة العمالية من شأنها تعزيز الشعور بالانتماء تحسين علاقة الإدارة بالعمال وهذا من خلال فتح قنوات الحوار واتخاذ القرارات المتعلقة بأعمالهم وبأهداف المؤسسة، أما آلية السلامة المهنية من شأنها توفير بيئة عمل سليمة وقليلة المخاطر لأن الإدارة المسؤولة عن توفير مكان مناسب وخالي من المخاطر المؤدية إلى الأضرار بالعاملين أثناء عملهم، يساهم في استقرار المؤسسة، وهذين اليتين للمسؤولية الاجتماعية نجدها أكثر في المؤسسات الصناعية وهي كالاتي:

1- المشاركة العمالية:

تحتل فكرة المشاركة العمالية في تسيير المؤسسات موقعا متميزا في الأدبيات الحديثة للتسيير الإداري هذا الموقع المتميز يعكس في الواقع تطورا تاريخيا عبر مراحل عديدة عرفت سيرورة نمو المؤسسات وخاصة في منتصف القرن الحالي حيث تبلورت أنماط ونماذج التسيير المستلهمة من أفكار وتجارب كل من

"تاييلور" و"فورد" التي طبقت في مختلف قطاعات النشاط في البلدان الصناعية كما تعتبر المشاركة كمؤشر هام من مؤشرات المسؤولية الاجتماعية، (نظمي شحادة وآخرون، 2000، ص59).

ونعني بالمشاركة أن يصبح العامل في أي منظمة فاعلا نشطا وليس مجرد أداة يخضع لعمليات وآليات لا يعرف طبيعتها، ويجعل نتائجها ولا يستفيد من الامتيازات التي تحققها مادية أم معنوية، وتقتضي المشاركة بهذا المعنى أن تلتقي أهداف الطرفين وتقليص الاختلافات من خلال التفاوض المستمر ودائم بين الطرفين حيث يأخذ أشكالا وصيغا متعددة منها:

أ- مشاركة الأفراد في صنع القرارات:

يحظى موضوع مشاركة الأفراد في صنع القرارات باهتمام العديد من الكتاب والباحثين على أهمية وضرورة مشاركة الأفراد والجماعات في عملية صنع القرارات في المؤسسات وأشارت الدراسات والأبحاث العديدة إلى النتائج والآثار الإيجابية لتلك المشاركة مثل زيادة الإنتاج وتحسين نوعيته، وتحسين الأداء والرضا الوظيفي، وتقدير الذات والتعاون وتعزيز الالتزام بأهداف المؤسسة، وتقليص دوران العمل، والتغيب حيث أكدت معظمها أنها تساعد على إحداث التغييرات المطلوبة في العلاقات التنظيمية وتحسن الاتصالات الفعالة بين العمال وإدارة المؤسسة.

وفي ضوء ذلك كله فإنه المديرين مدعوون لإيجاد ظروف عمل تسمح للعاملين بمزيد من الاستقلالية في العمل، وعليه يمكن تمييز مشاركة الأفراد في صنع القرارات من جانبين على النحو الآتي

ب- أهمية المشاركة في اتخاذ القرارات:

- * تعزيز المشاركة الإيجابية في صنع القرارات الإدارية.
- * تكوين مناخ تنظيمي إيجابي ومفتوح قائم على الحوار وتبادل الآراء والمقترحات.
- * تطوير الآراء النافذة والأفكار المبدعة التي تظهر كثرة للنقاش وتبادل الأفكار والحوار المشترك.
- * اعتماد الموضوعية في الحكم على الأشياء وتقييم البدائل.
- * القدرة على بناء النماذج وتقديم الحلول.
- * يساعد على تقبل الأفراد المشاركين للقرار.
- * يسهل عملية الاتصال والتنسيق بين الأفراد المشاركين.
- * فهم واستيعاب أكبر من خلال المناقشة.

2- السلامة المهنية:

تعد السلامة المهنية الألية الثانية التي تعتمد عليها المؤسسة الصناعية في تجسيدها وتبنيها كممارسة للمسؤولية الاجتماعية لها حيث تعتبر برامجها حق من الحقوق التي لا بد من توفيرها للعاملين في هذه المؤسسات، و لتحقيق الأهداف الاجتماعية الخاصة بصيانة الأفراد العاملين وتلبية حاجاتهم في مواقعهم، والسلامة المهنية مسؤولية كل فرد في موقع العمل ومرتبطة بعلاقة متعدية مع من حوله من الأشخاص والآلات والأدوات والمواد وطرق التشغيل وغيرها.

فالسلامة المهنية لا تقل عن أهمية الإنتاج وجودته والتكاليف المتعلقة به، فقد أصبحت للسلامة أنظمة وقوانين يجب على العاملين معرفتها كما يجب على الإدارة تطبيقها وعدم السماح للعاملين بتجاوزها.

أ- أهدافها:

تسعى الصحة والسلامة المهنية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف والإجراءات نلخصها كما يلي:

بالنسبة للعمال:

- تثقيفهم وتدريبهم وتوعيتهم من خلال حضورهم لدورات تتعلق بالسلامة.
- توفير الاحتياطات والتدابير اللازمة في الوسائل السلامة الجماعية والشخصية للوقاية من الأخطار.
- إعادة تصميم أماكن العمل والوظائف لرفع الروح المعنوية لدى العمال.

بالنسبة لظروف العمل:

- توفير الاحتياطات والتدابير اللازمة لحماية المؤسسة والعمالين فيها من أخطار الحريق و الانفجارات أو تخزين المواد الخطرة القابلة للاشتعال.
- توفير وتجهيز مركز طبي في المؤسسة لمعالجة الحالات الطارئة أو تقديم الإسعافات الأولية.
- قيام إدارة المؤسسة بالجولات التفتيشية الفجائية للتأكد من قيام المسؤولين عن السلامة بمهامهم .

ب-متطلباتها:

بعد التطرق لأهم النشاطات والإجراءات الإدارية المرتبطة بإدارة السلامة المهنية وكذا أهميتها في توفير بيئة عمل سليمة من خلال الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها بالنسبة للعمال وبالنسبة لظروف العمل، سنحاول في هذا العنصر التعرف على أهم متطلبات الصحة والسلامة المهنية في المؤسسة الصناعية و التزامات التي توفرها من أجل خلق بيئة عمل آمنة وكذا التطرق للإجراءات الكفيلة بمنع الحوادث والتقليل منها نلخصها كما يلي:

- التزامات المؤسسة في توفير بيئة عمل آمنة.
- التزامات المؤسسة في الوقاية من حوادث العمل.
- التزامات المؤسسة في الوقاية من الأمراض المهنية.
- التزامات المؤسسة في توفير طرق الوقاية من تصرفات العمل غير الآمنة.

ب- واقع المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة الجزائرية من خلال الدراسات السابقة:

تكمن أهمية الدراسات السابقة في كونها تمثل إرثا نظريا لبناء البحث السوسبيولوجي، و عليه قمنا بالاطلاع على بعض الدراسات التي اقتربت في طرحها من موضوع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية ودورها في تحسين ظروف العمل، و من أهمها:

- 1- دراسة بعنوان "مدى فعالية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة كمعيار للتنمية المستدامة"، (شنيخر عبد الوهاب، 2009) حيث انطلق صاحب الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي: ما مدى فعالية المسؤولية الاجتماعية كمعيار للتنمية المستدامة؟ و اعتمد على أربعة فرضيات تمثلت كالآتي:
- إن تبني المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة ضرورة وطنية لتحقيق متطلبات التنمية الاقتصادية.
 - هناك أدوات ووسائل لتجسيد المسؤولية البيئية والاجتماعية بالمؤسسات.
 - إن اغلب عناصر وعوائد تكاليف الأداء الاجتماعي يمكن إخضاعها للقياس الكمي.
 - تلتزم المؤسسة محل الدراسة بتحمل مسؤوليتها البيئية والاجتماعية.
- لقد استعان الباحث بالمنهج الوصفي التحليلي، كما استخدم المنهج التجريبي لإسقاط الجانب النظري على واقع المؤسسة محل الدراسة. كما قام بتجميع وتبويب وعرض الأنشطة الاجتماعية والتكاليف الخاصة بها لسنة مالية معينة في الجانب الميداني، و خلص إلى أن تبني المؤسسة الاقتصادية الجزائرية للمسؤولية الاجتماعية ضرورة وطنية ملحة لتحقيق متطلبات التنمية الاقتصادية.
- 2- دراسة بعنوان "المسؤولية الاجتماعية والبيئية مدخل لمساهمة المؤسسة في تحقيق التنمية المستدامة"-دراسة حالة مؤسسة سوناطراك 2 - (الطاهر خامرة، 2007)، حيث تم تسليط الضوء في هذه الدراسة على موضوع هام يتعلق بالمؤسسات الاقتصادية والتزاماتها البيئية والاجتماعية بغرض المساهمة في تحقيق التنمية المستدامة، وذلك من خلال إبراز مجموعة من الإجراءات الطوعية الكفيلة بتحقيق ذلك، كما عمل الباحث على إسقاط الجانب النظري على أرض الواقع لإبراز مدى التقارب والتجاوب الذي تحظى به المسؤولية البيئية والاجتماعية في مؤسساتنا الاقتصادية ممثلة بمؤسسة سوناطراك، حيث طرح التساؤل التالي:
- إلى أي مدى يمكن للمؤسسة الاقتصادية أن تساهم في تحقيق التنمية المستدامة، من خلال الالتزام بالمسؤولية البيئية والاجتماعية؟ و تتفرع منه التساؤلات الفرعية التالية:
 - ماهي الحدود التي تفرضها التنمية المستدامة على المؤسسة الاقتصادية؟
 - هل تعتبر المسؤولية البيئية والاجتماعية بديل عن أدوات الضبط التقليدية للسياسة البيئية؟
 - ما مدى تحمل المؤسسة محل الدراسة -سوناطراك- للمسؤولية البيئية والاجتماعية؟
- من بين أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة أن الأبعاد البيئية والاجتماعية أصبحت مفروضة على المؤسسة الاقتصادية سوناطراك 2 ، وباتت مؤشراً هاماً في تنافسيتها، ومنغيراً أساسياً من متغيرات التنمية المستدامة، لذا توجب على المؤسسة الاقتصادية إحداث تغيير في نمط تسييرها لصالح الاعتبارات البيئية والاجتماعية، وذلك باعتماد المعايير القياسية الدولية كتطبيق مواصفات الأيزو 14000 ، لأن التوجه الجديد للمنافسة بين المؤسسات يتركز في حيز الالتزام بالمسؤولية البيئية والاجتماعية وأصبحت هذه الأخيرة أداة للاتصال والتسويق في المؤسسة.

3- دراسة بعنوان: "دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة"- دراسة حالة مؤسسة نפטال، (أبو بكر محمد الحسن، 2014) حيث تلخصت مشكلة الدراسة التساؤل التالي: ما دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة؟ و تندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية على النحو التالي:

- ماهي المسؤولية الاجتماعية، وما أهميتها بالنسبة للمؤسسة.
 - ما هي المؤشرات المساعدة على عملية التقييم في المؤسسة.
 - ما أهمية المسؤولية الاجتماعية في تحسين الأداء في المؤسسة.
 - وللإجابة على هذه التساؤلات صيغت مجموعة من الفرضيات كالاتي:
 - المسؤولية الاجتماعية هي التزام المؤسسة اتجاه أصحاب المصالح.
 - لا يساهم تطبيق المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة.
- استهدفت عينة الدراسة جميع الموظفين العاملين في إدارة مؤسسة نפטال بباتنة. حيث وزعت 50 استمارة على 50 عامل في المؤسسة، لقد تم التوصل من خلال هذه الدراسة إلى: قبول الفرضيتين الأولى والثانية و توصلت الدراسة في النهاية للنتائج التالية:
- تبنى فكرة المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركة يحسن من أداءها وصورتها في المجتمع.
 - الشركة الجزائرية بدأت توجه نظرها نحو مفهوم المسؤولية الاجتماعية ولكن بخطى متناقلة.
 - الشركة الجزائرية تهتم بأبعاد المسؤولية الاجتماعية بنسب متفاوتة.

الخاتمة:

حاولنا في هذا المقال التعرف على واقع المسؤولية الاجتماعية في بيئة العمل بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية وكذا العاملين فيها، حيث ركزنا على تطور هذا المفهوم عبر مراحل تعد الركيزة الأساسية لنشأتها، وعلى واقعها في المؤسسة الجزائرية بالخصوص، من خلال التطرق إلى أهم المراحل التي مر بها، و لتعميق فهمنا حول جوانب هذا المفهوم، تطرقنا لعرض طبيعتها وأبعادها ومجالاتها المختلفة ومبادئها المتعددة، فلقد أثبتت معظم الدراسات أن المؤسسات الاقتصادية إذا ما تبنت مقارنة المسؤولية الاجتماعية، ستساهم في تحقيق رفاهية المجتمع، وسيعزز ذلك من مكانتها و سمعتها، إضافة إلى انتشار علامتها التجارية في الأسواق المحلية والدولية، كما أن ذلك سينيدي درجة الرضا لدى الأفراد العاملين بها، ويحسن علاقاتهم بمسؤوليهم، كما يمتن الروابط مع أصحاب المصالح الذين من شأنهم ضمان بقاء واستمرارية هذه المؤسسات الاقتصادية.

المراجع والإحالات:

- 01- أوبكر محمد الحسن، (2014)، دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة، دراسة حالة مؤسسة نفضال، مذكرة ماجستير في تسيير المؤسسات، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.
- 02- الطاهر خامرة، (2007)، المسؤولية الاجتماعية والبيئية مدخل لمساهمة المؤسسة في تحقيق التنمية المستدامة، دراسة حالة مؤسسة سوناطراك، مذكرة ماجستير في اقتصاد وتسيير البيئة، غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر.
- 03- بن عنتر عبد الرحمان، (2002)، مراحل تطور المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مجلة العلوم الانسانية، العدد الثاني، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.
- 04- تامر ياسر البكري، (2001)، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، ط1 دار وائل للنشر، الاردن.
- 05- جمال سالم، (2002)، تكييف منظومة الاتصال التنظيمي داخل المؤسسات الاقتصادية بالجزائر مع تحديات الألفية الثالثة، الملتقى الوطني الأول حول الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة، جامعة سعد دحلب البليدة، الجزائر.
- 06- حسين الأسرج، (2010)، المسؤولية الاجتماعية للشركات، مجلة جسر التنمية، العدد التسعون، المعهد العربي للتخطيط، الكويت.
- 07- حسين خديم، (2006)، مبادئ الإدارة الحديثة- النظريات- العمليات الإدارية- وظائف المنظمة، دار مكتبة الحامد، الأردن.
- 08- سعيد أوكيل وآخرون، (1994)، استقلالية المؤسسات العمومية الاقتصادية تسيير و اتخاذ القرارات في إطار المنظور النظامي، معهد العلوم الاقتصادية، الجزائر.
- 09- سهيلة محمد عباس، (2003)، إدارة الموارد البشرية- مدخل استراتيجي - دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
- 10- شنيخر عبد الوهاب، (2009)، مدي فعالية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة كمييار للتنمية المستدامة، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار- عنابة، الجزائر.
- 11- طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، (2008)، المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
- 12- لمياء زكري، فضيلة عكاش، (2008)، واقع وتحديات آثار الانفتاح الاقتصادي على مسار الإصلاحات السياسية بالجزائر، ملتقى وطني حول: التحولات السياسية واشكالية التنمية في الجزائر، جامعة مولود معمري-تيزي وزو، الجزائر.
- 13- محمد الصيرفي، (2007)، القرار الإداري ونظم دعمه، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر.
- 14- محمد عباس بدوي، (2000) المحاسبة عن التأثيرات البيئية والمسؤولية الاجتماعية للمشروع بين النظرية والتطبيق، دار الجامعيين، مصر.
- 15- مدحت محمد أبو النصر، (2015)، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات، ط1، المواصفة القياسية ISO26000، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر.
- 16- مولاي لخضر عبد الرزاق، شنيخي حسين، (2011)، أثر تبني المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي لشركات، الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر.
- 17- نظمي شحادة وآخرون، (2000)، إدارة الموارد البشرية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن.

- 18- نهال المغرل، (2008)، المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر، منشورات المركز المصري للدراسات الاقتصادية، ورقة عمل رقم 138، مصر.
- 19- يوسف سعدون، (بدون تاريخ)، علم الاجتماع ودراسة التغير التنظيمي في المؤسسات الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 20- Anne Gratacap (1997) " Le System D'information Vector De Globalisation De La Firme Industrielle" Revue Française De Gestion, N°116 France .
- 21-Mohamed Salah chabou(2003) " la gestion des ressources humaines en Algérie face aux défis de la mondialisation " forum des entreprises, 31mai et 2 juin, faculté des sciences économique et de la gestion, université d'Annaba, p02.
- 22-W-Frederic(1975)**The Growing Concen Over Business Responsibility**" California Management Review, C.M.R. vol64, N8 USA.