

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

الدكتور: بن جديد عبد الحق
جامعة عنابة - الجزائر

ملخص

إن مناقشة الدور الاجتماعي للمؤسسة و طبيعة البيئة التي تعمل فيها من المواضيع التي أثارت جدلا كبيرا في الأوساط العلمية و الأكاديمية ، و تتعاضد أهمية الحديث عن هذا الموضوع كلما تعلق الأمر بالمؤسسات الاقتصادية الكبرى التي تحمل على عاتقها رهانات تنموية واسعة سواء على الصعيد المحلي أو العالمي مما يزيد حرضا لتحسين علاقاتها التجارية و تنويع شركائها طلبا لتحقيق الميزة التنافسية و إشباع حاجات المجتمع المحلي . فالمؤسسة الاقتصادية ، و باعتبارها العمود الفقري للحراك السوسيو اقتصادي لأي بلد كان ، ملزمة للعمل وفق أسس أخلاقية و أدبية من شأنها أن تحفظ بها سمعتها و تواصلها مع عملائها على المدى الطويل .

يعود اهتمام الباحثين في العلوم الإنسانية و الاجتماعية بمسألة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات إلى ما قبل اليوم بكثير حيث بدأ النقاش حولها مبكرا منذ قرابة 60 سنة في مؤلف بوين « Bowen » "المسؤوليات الاجتماعية لرجال الأعمال" عام 1953. لتتحول إلى إشكالية ذات أهمية، خاصة من خلال أعمال "روبين" و"رايدنباش" (Robin et Reidenbach) التي تناولت مفاهيم المسؤولية الاجتماعي، ثم جاءت أعمال « Vadarajan et menon » بمفهوم "التسويق المرتبط بقضية" (Cause-related marketing). تطورت دراسة التأثير التسويقي للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من قبل عدد متزايد من الدراسات التي تركز على مواضيع مثل "حماية البيئة"، و "مفهوم المؤسسة المواطنة" من قبل Maignan « et Hult (1) ». أي كل ما يتعلق بالمبادرات التسويقية ذات البعد الاجتماعي كما جاء في أعمال Brown « et Dacin » عام 1997 و « Handelman et Arnold » عام 1999 و « Osterhus » عام 1997. وهناك تيار آخر من الأبحاث المتقدمة في هذا المجال يركز على الكيفية التي تمكن المؤسسة -على نحو فعال- من ولوج ومعالجة قضايا المسؤولية الاجتماعية ذات الصلة بها. بمعنى: "ماهي الوسائل التي تساهم في تسيير المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة؟"، حيث تستطيع المؤسسات تقديم مواد إعلانية يكون الريح هاجسها الأول، وكذلك انتقاء الموردين أو البائعين وفقا للمعايير الأخلاقية.

وفي وقتنا الحالي يُثار مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من ثلاث زوايا(2): البيئة والمجتمع والاقتصاد. ففي عام 1970 تناول « Friedman M. » موضوع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في مقال نُشر في مجلة « New York Magazine »، عنوانه: « The social Responsibility of business is to increase its profits »، مما ولد النقاش

حول الشرعية الاقتصادية لموضوع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات(3). و في 1992 أُقيمت قمة الأرض، أين حظي هذا الموضوع باهتمام كبير ، فانتسح ليشمل أكبر عدد ممكن من البلدان، بالإضافة إلى تطور الوسائل التي يمكن الاعتماد عليها لممارسة هذه المسؤولية. فأصبحت المؤسسة اليوم لا تُطالب بالتعبير عن مطالب المجتمع المدني فقط (احترام اللوائح والقوانين) بل بتحمل المزيد من المسؤولية تجاهه إذ لم تعد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات مجرد حرص بعض المسيرين على تجنب الأضرار والآثار السلبية لمخلفات نشاطات المؤسسة على البيئة والمجتمع، و إنما أصبحت جزءا من إستراتيجيتها العامة كي تضمن وجودها واستمراريتها. وترتبط المسؤولية الاجتماعية في مدلولها الحالي أساسا بالسياق الأمريكي الشمالي الذي جاء بعد الحرب العالمية الثانية، على الرغم من وجود بعض التلميحات في بعض تجارب الأدبيات الإدارية خلال ثلاثينيات و أربعينيات القرن الماضي(4) .

ومن وجهة نظر كل من " *Gond* و *Acquier* " فإن « *Bowen* » قد قام بتثبيت أفكار كانت رائجة في السياق الأمريكي الشمالي آنذاك، حيث وجدا في مؤلفه آثارا للأخلاقيات البروتستانتية التي وضحها "ماكس فيبر" و التي تُعتبر جزءا لا يتجزأ من الثقافة الأمريكية (5). مما جعل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات موضوع بحث أدى إلى ظهور فضاء دراسي أكاديمي جديد، مع العلم بأن تيار "الاقتصاد و المجتمع" يهتم بالعلاقات بين المؤسسة ومحيطها المجتمعي(6). و يناصر العديد من الباحثين هذا التيار على غرار « *McGuire* » 1970، « *Steiner* » 1971، « *Carroll* » 1979، 1991، « *Auperl* » 1999، « *Wood* » 1985 و 1991. لكن بعد أن جذب هذا الموضوع الباحثين الأمريكيين وولد بعض الخلافات تسبب فيها الأكاديميون الليبراليون أمثال « *Friedman* » 1970 و « *Le Vitt* » 1958، تراجع البحث حوله في منتصف الثمانينيات و اتجه الاهتمام نحو مفاهيم أخرى مثل "مواطنة المؤسسات" أو "مقاربة أصحاب المصلحة" (7)، حيث كانت المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ظاهرة لاتزال منحصرة في أمريكا الشمالية، و يُنظر إليها في هذا السياق كعقبة من طرف الليبراليين. لكنها عرفت اهتماما ملحوظا، لتُصبح ظاهرة أكثر حضورا على الساحة الاقتصادية وحتى السياسية في بداية هذا القرن، لتتجاوز أمريكا الشمالية وبتسع أضعافها(8). فوصلت إلى أوروبا في بداية التسعينيات من خلال الإجراءات التي اتخذتها منظمات المجتمع المدني ضد المؤسسات المسببة لأضرار بيئية على غرار (Shell, Total, ..). و اجتماعية مثل (Danone, Renault, ...). و في المقابل، تجدد الاهتمام بهذه القضية بعمق أكثر في بداية الألفية الثالثة في الولايات المتحدة الأمريكية، و الذي تزامن مع حالات الإفلاس التي مست مجتمعات أمريكية كبرى (Xerox, Artuhr Anderson Enon, Worldcom, ...). بمعنى أن ما ساهم في تجدد الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، هو نمو المجتمع المدني، و الفضاء المالي للمؤسسات الكبيرة(9) ولكن رغم تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وتبلوره عبر عقود من الزمن، إلا أنه لا يزال يُتناول بطريقة مختلفة و متباينة من مجتمع لآخر و من قارة لأخرى، و هذا يرجع بالتأكيد إلى اختلاف البيئات الثقافية للمجتمعات التي احتضنت هذا المفهوم من جهة، وإلى اختلاف تعاطي المجتمعات التي تبنته حديثا

من جهة أخرى. حيث شاطر العديد من الباحثين هذا الرأي ("Veschoor" عام 2003). فمفهوم مكونات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات يختلف في السياق الأمريكي عنه في السياق الأوروبي. وعلى هذا المستوى، لا يعتمد أغلب الباحثين على الازدواجية بين المقاربة الأمريكية والأوروبية فيما يخص المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على غرار Doh Guay و Capron .

1- المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من المنظور الأوروبي والأمريكي

يعتبر مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات أقدم في الولايات المتحدة الأمريكية منه في أوروبا، حيث يستمد جذوره من تعاليم دينية و أخلاقية (11)، وحتى إذا تصورنا أن الدول الأوروبية المسيحية على غرار فرنسا قد وضعت بصمة كاثوليكية على مفهومها للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات قياسا بالمفهوم الأمريكي فإن الواقع يشير إلى عكس ذلك، لأن انتشار التصور يبدو أنه قد مر بمرحلة إزالة الغموض عن المفهوم بظهور تصور أكثر علمانية للمسؤولية الاجتماعية الخاصة بالمؤسسات. لأن هناك عرف سائد في أوروبا يقر بأن للمؤسسات التزاما تجاه المجتمع يتجاوز ربحية المساهمين. فخلال الثورة الصناعية تم الإعراب عن "الأبوية التشاركية" التي تهدف إلى توطيد العلاقة بين المؤسسة ومجموعات معينة خاصة العمال (12). حيث اهتمت المؤسسات في هذه الفترة بالعديد من المتطلبات مثل النظافة وأمن المستخدمين و تطبيق مبدأ "الأجور العادلة"، إذ يرى كوبز "Combes" أن: " المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات المتبناة في أوروبا تُعتبر تقليدا للرأسمال الاجتماعي، على عكس التيار الأمريكي الأخلاقي". (13)

وعلى الرغم من أن مفهوم التنمية المستدامة له تأثير خاص على المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات مثلما هو الأمر في أوروبا، إلا أن القبول الأمريكي لهذا التصور غير مُسلم به تماما. فحسب "Capron" تسلط ممارسات المؤسسات (سواء الأوروبية أو الأمريكية) الضوء على مسألة التوفيق بين أهداف التنمية المستدامة، حيث يرى أنه يوجد اختلاف بين المقاربتين، حيث تهتم المقاربة الأنجلوساكسية بتصحيح تأثيرات النشاطات الاقتصادية بينما نجد المقاربة الأوروبية عموما أكثر حساسية فيما يخص التوقعات و الوقاية من المخاطر. (14)

وعلى مستوى آخر نجد كل من "Quairrel-Lanoizelée" و « Capron » يشددون على مفاهيم المسؤولية الاجتماعية مع اعتبار الفرد جوهر كل شيء. وتجدر الإشارة إلى أن الكتاب الذي أصدره "Bowen" يشير إلى قضية الواجب والأخلاق الفردية لرجال الأعمال بدلا من تلك المتعلقة بالمؤسسات. إذن ترجع في هذا السياق العلاقات بين المؤسسة و محيطها إلى أخلاق المسيرين و إلى إرادة الفاعلين لتحقيق ذلك، بحيث يتم تنظيمها دون تدخل السلطات العامة. ونرى أيضا من خلال هذا المنطق أنه من الصعب فرض سلوك مسؤول على المؤسسات عبر قوانين و لوائح تنظيمية. (15)

أما في أوروبا فإن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات أكثر مرونة من حيث التساهل مع تأثير الدولة و السلطات العامة، حيث يُعتبر الكتاب الأخضر الخاص بالإتحاد الأوروبي خير مثال على ذلك، فالتعريف المقدم في هذه الوثيقة هو الأكثر شيوعاً و تبنيها من قبل العديد من الفاعلين الأوروبيين، كما يُعد أيضاً أداةً تشجع المؤسسات على تبني فلسفة المسؤولية الاجتماعية و موجهاًً لمختلف مقارباتهم ، بحيث يُعطي أولوية لظروف عمل الموظفين و للعلاقات التي تربطهم بالإدارة. ويمثل "قانون اللوائح الاقتصادية الجديد" بفرنسا (2002) مثالا آخر على ذلك، وهو يتولى نشر تقارير المسؤولية الاجتماعية من قبل المؤسسات، كما يعتبر هذا القانون امتداداً لقانون التحديث الاجتماعي لعام 1977 الذي يدعو إلى إنشاء المراجعة الاجتماعية للمؤسسات ذات الـ 300 موظف على الأقل. (16)

ومن هن يمكننا القول بأن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تتدرج تحت زاويتين: التيار الأورثودوكسي الأنجلوسكسي، و التيار "الاجتماعي" الأوروبي. فالمفهوم الأمريكي ذو الأصول الأخلاقية و الدينية يختلف عن الأوروبي الذي مرجعه التنمية المستدامة و الذي يكتسب موقفاً يتجه أكثر نحو السياسة و بالتالي نحو المزيد من الطابع التنظيمي.

2- رهانات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

* الرهانات السياسية

إن التزام المؤسسة بمنهج "التسمية الاجتماعية" (*Labellisation Sociale*) يعد من الأساليب التي تهدف من خلالها إلى تحقيق أهداف سياسية، كتكييف الأنماط الإنتاجية والاستهلاكية الحالية مع متطلبات التنمية المستدامة، مما يؤدي إلى تحقيق - على المدى البعيد- التوافق بين الأهداف التي تكون في أغلب الأحيان متنافسة: أهداف اقتصادية، بيئية وأخرى اجتماعية (17). ففي السنوات الأخيرة دار النقاش حول المشاكل الناجمة عن عولمة الاقتصاد العالمي، وعن ما إذا كانت التنمية الاقتصادية في العالم لن تؤدي إلى تدهور تدريجي في ظروف العمل. إذا كانت عولمة الأسواق تعرض على المؤسسات قدرة المساومة على الدول بهدف الحصول على الظروف الأمثل للاستثمار، فإنها ستهدد احترام بعض معايير العمل التي تمثل الحقوق الأساسية للإنسان و التي -لهذا السبب- ينبغي احترامها في كل بلدان العالم (18). لهذا تتجه كل الأنظار اليوم نحو المؤسسات و الفاعلين الأكثر نفوذاً في المجتمع بغية الإجابة عن الإشكاليات الاجتماعية و البيئية التي أثّرت بسبب النشاطات التي يمارسونها. وعليه أصبحت المؤسسات - بشكل متزايد- أكثر تطلعا من حيث تأدية دورها الاجتماعي والمساهمة في تصحيح فشل و إخفاقات السوق و الدولة من حيث تنظيم الحقوق الاجتماعية. وعلى هذا الصعيد، تُعتبر مشاركتها في مسار المسؤولية الاجتماعية من بين الوسائل التي من شأنها أن تعزز احترام المعايير الاجتماعية. و لكن الإشكالية المطروحة دائماً هنا هي قضية التقارب بين الأهداف السياسية المتوقعة أو المنتظرة من طرف السلطات العمومية والمنظمات غير الحكومية من جهة، و الفوائد الاقتصادية للمؤسسة من جهة أخرى (19). بمعنى آخر كلما دمجت المؤسسات

مقاربة المسؤولية الاجتماعية في نظام تسييرها من أجل التنمية المستدامة ،على اقتناع بأن كل هذا يحقق فائدة اقتصادية، سواء من حيث غزو أسواق متخصصة جديدة (المستهلكين المهتمين بالجانب الأخلاقي) أو جذب المستثمرين والمساهمين المسؤولين اجتماعيا فإن التحديات والرهانات السياسية تتلاقى بالضرورة مع الرهانات الإستراتيجية للمؤسسة (20).

* الرهانات الإستراتيجية

إن الرهان الإستراتيجي لإدارة و تسيير المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات يدخل ضمن جلب الربح العائد من الاستثمارات المحتملة التي يفرضها هذا البرنامج. ولعل النموذج الذي وضعه كل من "Reynaud" و "Chandon" مبرزا لذلك إذ خلص الباحثان إلى ثلاثة خيارات إستراتيجية تتمثل في الآتي :

- اتصال المؤسسات حول المسؤولية الاجتماعية غير المقترن بالإنتاج المسؤول، ويقوم به المتحدثون البارعون.
- الممارسات الإنتاجية الخضراء لكن دون أن يتم الاتصال بشأنها، و يُطلق على المؤسسات التي تتبنى هذا النوع من الإستراتيجيات ب: "المنتبعين الصامتين".
- الممارسات الإنتاجية التي تحترم قواعد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والتي يقوم بالاتصال حولها "المدمجون".

يتمثل الاختيار الأول في الاتصال بشأن ممارسات الإنتاج و الأبحاث و التسويق وفقا لمبادئ المسؤولية الاجتماعية. حيث يوضح "Reynaud" و "Chandon" هذا السلوك من خلال حجة اقتصادية، و هي أن الاتصال يمكن اعتباره تكلفة العمل التي يدفعها الوكيل للدلالة على حسن نيته عند موكله (الشركاء الآخرون). كثيرا ما يشرح "المتحدثون الجيّدون" (Les beaux parleurs) في أعمال الرعاية أو الاتصالات التي يُعلن فيها عن المؤسسة وعن أعمالها، يمكن لهذه الإستراتيجية أن تبني-على المدى القصير -صورة أخلاقية عن المؤسسة بتكلفة أقل، إلا أنها بإهمال الممارسات الفعلية للمسؤولية الاجتماعية قد تخاطر بأن تدمر صورتها بشكل دائم بمجرد أن يتم الكشف عن هذا السلوك الانتهازي. أمّا الإستراتيجية الثانية، فتخص المؤسسات التي تقوم بممارسات وفقا لقواعد المسؤولية الاجتماعية، دون أن تتصل لتفصح عن هذه المعلومات، و قد يرجع هذا إلى عدم وعي المجتمع الذي تنشط فيه المؤسسة بهذا المجال من جهة أو إلى عدم توفر القدرة المالية الكافية لتنفيذ سياسة أكثر شمولية و تكاملية. حيث يفسر "Reynaud" هذا السلوك عن طريق اقتصاد الاتفاقيات الذي يدمج القيم في السلوك التنظيمي، و يظهر أيضا من خلال تجاربه أن هذا السلوك تم اعتماده من قبل مزارعي المنتجات العضوية، أي من قبل هياكل فردية لقطاع رئيسي. وتحمي هذه الإستراتيجية المؤسسة من التقلبات التشريعية و التجارية لكنها قد تعتبر إستراتيجية سلبية لأنها لا تسمح لها بالاستفادة من جهودها المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية خاصة على مستوى الصورة (21).

أما الإستراتيجية الثالثة فهي جد فعالة و نشطة لأنها تمثل إدماج المؤسسات للإنتاج المتسق مع مبادئ المسؤولية الاجتماعية بالاتصال مع مختلف الجماهير حول الالتزام بمثل هذه القضايا.

4- آفاق تسيير المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

إن مبادرات تسيير المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تندرج ضمن منظورين: منطق الواجب، الذي يسلم بأنه على المؤسسات أن تستجيب للالتزامات أوسع من تلك المتعلقة بالربحية؛ و يمثل الثاني منطق الفائدة الذي يبرر وجود امتيازات ربحية عند تسيير المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات. وعلى الصعيد الاقتصادي أيضا، يمكن للمؤسسة أن تحسن صورتها و سمعتها، وأن توسع حصتها في السوق، كما يمكنها أيضا أن تزيد من رقم أعمالها، لأن المؤسسات يتم إدراكها من خلال منتجاتها الخضراء على أنها رائدة في سوقها وفي مجال تخصصها. و بالتالي يساعدها تسيير المسؤولية الاجتماعية على كسب ميزات تنافسية وقتية (تستجيب المؤسسات للإنتظارات الاجتماعية قبل أن تأخذ هذه الأخيرة شكلا قانونيا).

تُثير المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات العديد من القضايا المتعلقة بالأخلاق و بالعقد الصريح أو الضمني الذي يربط المؤسسة بالمجتمع. ففي منظور المقاربة الأخلاقية، تُشتق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات مباشرة من المسؤولية الأخلاقية (على المؤسسة أن تتعامل بطريقة مسؤولة اجتماعيا لأن واجبها الأخلاقي يفرض عليها ذلك)؛ في حين ترى المقاربة التعاقدية (*L'approche contractuelle*) أن: "الفكرة الرئيسية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات مبنية على أن المؤسسة و المجتمع في تفاعل مستمر حيث يُعتبران كيانان منفصلان عن بعضهما البعض، كما أن للمجتمع انتظارات معينة تتعلق بالنشاط و السلوك المناسبين للمؤسسة" (22).

أهملت كل من المقاربتين، الأخلاقية و التعاقدية، جانبا مهما من السياق المؤسساتي ومدى ديناميكيته على مستوى سلوك المؤسسة. وهو ما أشارت إليه المقاربة النفعية عندما اعتبرت المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة ميزة تنافسية. أي أن المؤسسة تقوم بمبادرات في المسؤولية الاجتماعية لأن هذا يحقق لها الفائدة. تدافع المقاربة النفعية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة (*L'approche utilitaire*) عن فكرة على أنه - سواء على المدى المتوسط أو المدى الطويل - كل ما يعود بالفائدة على المجتمع يعود أيضا إلى المؤسسة. و تركز المقاربة الربحية على ثلاثة حجج: (1) إستراتيجية لمساءلة المؤسسة، تمكنها من توقع و مواجهة بعض التطورات التشريعية؛ (2) يمكن للمؤسسة المسؤولة اجتماعيا الاستفادة من الفرص التي يُتيحها السوق؛ (3) السلوك المسؤول اجتماعيا يمكن المؤسسة من اكتساب ميزة تنافسية. إذن، تُعتبر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات كاستجابة إستراتيجية للرهانات الاقتصادية و السياسية الخاصة بالمؤسسة بهدف التفوق على مستوى المنافسة (23).

* الأفاق الاقتصادية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

إن إدخال متغير المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ضمن إدارة و تسيير المؤسسة يطرح قضية التوافق بين النظرة الأخلاقية و الفاعلية الاقتصادية. إذا كان من حيث منطق الفائدة والأداء الاقتصادي، يضطر العديد من مسيري المؤسسات بعض القرارات تتنافى مع القيم الأخلاقية، فإن النظريات الاقتصادية الحديثة ترى بأن هذين المعيارين يمكن أن يكمل كل منهما الآخر. تعزز المؤسسات مجهوداتها الاجتماعية بهدف تحسين أدائها الاجتماعي، ومنه الأداء الاقتصادي، الذي يؤدي إلى: المساهمة في تحسين الصورة، و تمييز المنتج، و خلق القيمة الاقتصادي(24).

تلتزم المؤسسة في المقام الأول بالمقاربة الأخلاقية بهدف فرض هذا المعيار في أذهان المستهلكين، من أجل تحمل تكاليف التكيف مع المؤسسات المنافسة و بالتالي الاستفادة على مستوى الصورة. و بإمكان المؤسسة أيضا القيام بمبادرات اجتماعية بهدف تحقيق التميز على مستوى المنتج، و الذي أصبح اليوم مطلبا حاسما يمكن المؤسسات من كسب الفرص التي يتيحها السوق الواعي بقضايا المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات. يرى « *Smith N.* » أن المستهلكين أصبحوا يظهرون اليوم اتجاهات استهلاكية أكثر مسؤولية(25). وكذلك أصبح "المستهلك المواطن" (*Le consommateur citoyen*) ينتظر من السوق منتجات: تحترم الجانب البيئي عند استخدامها للمواد الأولية و الطاقة الضرورية لإنتاجها وفي تسييرها للمخلفات، و منتجات تحترم في أساليب إنتاجها و تسويقها معايير أخلاقية، خاصة تلك المتعلقة بظروف العمل. كما تسعى المؤسسة من خلال تبنيها لمنهج المسؤولية الاجتماعية إلى زيادة مبيعات منتجاتها عبر التسمية الاجتماعية و اكتساب المستهلكين الذين يدمجون في عملياتهم الشرائية معيار المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، مع تجنب مخاطر المقاطعة.

في هذا السياق، يمكن أن تؤدي العديد من الأطر النظرية إلى صياغة فرضيات حول العلاقة بين الأداء الاجتماعي والأداء المالي، حيث ولدت التجارب الميدانية نتائجاً مختلفة. فحسب « *Gond* »، إذا كان « *Waddock* » و « *Graves* » قد قاما بتسليط الضوء على وجود علاقة حميمة تربط بين الأخلاق و الأداء المالي، فإن « *Wright et Ferris* » يظهران علاقة سلبية بينهما، في حين يقر كل من « *McWilliams* » و « *Siegel* » بعدم وجود أي علاقة بينهما(26). تبين العرض المقدم من قبل « *Pava* » و « *Krausz* » عام 1996 أنه من بين 21 دراسة أجريت منذ 1972 إلى غاية 1992 هنالك 12 دراسة تقر بوجود علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي للمؤسسات، في حين خلصت دراسة واحدة إلى وجود علاقة سلبية بينهما، في حين رأت 8 دراسات أنه لا يوجد رابط يجمعهما(27). ويرى كل من "جريفن" و "ماهون" (*Griffin et Mahon*) أن 33 دراسة تبين علاقة إيجابية و 20 دراسة تقر بوجود رابط سلبي، في حين لم تجد 9 دراسات علاقة واضحة بين المسؤولية الاجتماعية والأداء الاقتصادي للمؤسسات(28). وقام "رومن" و زملاؤه (*Roman & Al.*) بعرض 33 دراسة خلصت إلى علاقة إيجابية،

ولم تتوصل 14 دراسة إلى وجود رابط بينهما، في حين أثبتت 5 دراسات وجود علاقة سلبية بين الأداء الاقتصادي للمؤسسات و المسؤولية الاجتماعية.

* الأفاق السوسيوسياسية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

يمكن أن تتضح لمبادرات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من خلال عوامل أخرى بغض النظر عن تلك المتعلقة بالأفاق الاقتصادية. فالمؤسسات التي تدمج المتغير الأخلاقي في إستراتيجيتها لا تهدف إلى تحقيق غايات اقتصادية فقط، وإنما لكي تأخذ في الاعتبار الضغوطات الممارسة عليها من قبل القانون، الجمعيات، المستهلكين المستخدمين ومن قبل المجتمع بصفة عامة؛ مما يساعد المؤسسة على تسيير العلاقات مع أصحاب المصلحة وعلى التأسيس لشرعيتها والحفاظ عليها وكذا صورتها، حيث تسعى إلى خلق انسجام مع المعايير والقيم الاجتماعية والاستجابة للعجز الذي تعاني منه على مستوى الشرعية، وهذا بالاعتماد على مقالات صحفية تبرر فيها مختلف أهدافها ونشاطاتها (29)، كما تسعى أيضا إلى القيام بنشاطات في إطار معايير، قيم وقواعد مقبولة اجتماعيا وذات تأثيرات ايجابية أو أقل سلبية على البيئة. ولتحقيق ذلك، تعمل المؤسسات على تنبؤ الالتزامات التشريعية، أين تسعى الحكومات والمنظمات غير الحكومية المحلية أو الدولية إلى تنظيم السياق الاجتماعي للاقتصاد من خلال نشر النصوص التشريعية؛ فالقوانين الوطنية والمعاهدات الدولية تسعى بشكل متزايد إلى خلق حتمية سياسية على المؤسسات. أين يتعين على هذه الأخيرة الأخذ في الاعتبار القواعد الجديدة تحت ضغط تحمل تكاليف الامتثال للمسؤولية القانونية.

بالإضافة إلى اللوائح التي أصبحت أكثر إلزاماً، يلعب الضغط الذي يمارسه نوع آخر من أصحاب المصلحة دورا نشطاً؛ في هذا السياق قسّمها "كلاركسن" (Clarkson) إلى الجماعات الرئيسية التي تكون استمرارية المؤسسة من دونها في خطر (المساهمون، المستخدمون، الزبائن، الممولون والجماعات العمومية كالحكومات والجماعات المحلية)، وإلى الجماعات الثانوية التي تؤثر في نشاطات المؤسسة وتتأثر بها لكنها لا تشارك في استمراريته(30). يمكن لوسائل الإعلام أن تلفت انتباه الجمهور نحو موضوع معين، والذي قد يكون في صالح المؤسسة (مثل "Johnson & Johnson") أو على حساب المؤسسة (مثل ما حدث لشركة "Nike" بسبب عدم احترامها لحقوق الإنسان في آسيا بتشغيلها للأطفال وكذا سوء ظروف العمل). يأتي الضغط أيضا من قبل المؤسسات المالية التي أصبحت تعتمد بشكل متزايد على المعايير الاجتماعية لتقييم أخطار الاستثمار(31). وبالتالي لا يمكن للمؤسسات أن تهتم فقط بتحقيق أهدافها الاقتصادية متجاهلةً لمسؤولياتها الاجتماعية، وهذا خشية منها أن تصبح هدفا لضغوطات عنيفة ممارسة من قبل العديد من الجهات المكونة للمجتمع(32).

وهكذا، فإن إدماج متغير المسؤولية الاجتماعية في إستراتيجية المؤسسة يصب في صالحها، لأنها بذلك تحقق: استقرار اجتماعيا سياسيا متزايدا، بالتقليل من النزاعات و التنبؤ والتسيير المسبق للصراعات المحتملة،

والاستجابة الملائمة لضغوط مختلف الفاعلين (الداخليين أو الخارجيين)، وكسب ولاء الزبائن وكذا المستخدمين، واكتساب ميزة تنافسية في سوق حساس تجاه القضايا الاجتماعية.

5- المسؤولية الاجتماعية بين التصورات القانونية والطوعية:

إن مختلف الأنظمة المعيارية المصممة لتأطير المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات جدّ متنوعة، فهي منقسمة بين التقيد القانوني (*Contrainte légale*) والتنظيم الذاتي للمؤسسات (*Autorégulation*). أين يتعين على المؤسسات الاستجابة لمتطلبات اجتماعية وأخرى سياسية قانونية تطالب بها العديد من الجهات المكونة للمجتمع المدني والسياسي (من حكومات، منظمات غير حكومية، جمعيات و مستهلكين...)، لكن عليها في نفس الوقت أن تحافظ على قدرتها التنافسية وعلى ضمان تموقعها على صعيد السوق الاقتصادي الذي يمثل المنافسون فيه هاجسا كبيرا بالنسبة للمؤسسة. تمارس القيود والضغوط المفروضة على المؤسسات في إطار المسؤولية الاجتماعية تأثيرا هاما وإستراتيجيا على النسق الذي تتطور من خلاله المؤسسات والذي تسعى من خلاله أيضا إلى الحفاظ على أساليب الإشراف التي تشدد على "مزاي تنافسية مشروعة" (33).

إن النقاش حول المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات يتبلور حول مفهوم "القيد" الذي يضبط هذه المسؤولية، يحددها ويوجهها. وفي هذا السياق، تدافع المنظمات غير الحكومية عن التصور القانوني (*Légaliste*) للقيد، مرتكزة في ذلك على فكرة أن تطور السلوكات نحو مسؤولية اجتماعية أكبر يجب أن يمرّ عبر القانون (34). في حين يشدّد رواد التصور الطوعي (*Volontaire*) للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على مفهوم "التنظيم الذاتي" للمؤسسات.

أقرت العديد من الأبحاث والدراسات بوجود ارتباط وثيق مشاريع القانون الطامحة إلى وضع قيود قانونية على المؤسسات وكذا المبادرات الطوعية التي تقوم بها. رغم من أن هذه المبادرات غالبا ما تبدو على أنها نتيجة الحاجة إلى توقع قانون ما أو من خلال الرغبة في إثبات قدرة المؤسسات على التنظيم الذاتي لنشاطاتها لدى المشرعين (35).

* التصور الطوعي والتنظيم الذاتي للمؤسسات

إن التصور الطوعي للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات يفسر القدرة على التنظيم الذاتي للمؤسسات، في إطار رهانات بيئية (التأثير البيئي للإنتاج فيما يخص الانبعاثات الغازية المسببة للاحتباس الحراري، النفايات، التشجيع على الاستهلاك المفرط،...) واجتماعية (حقوق الإنسان، ظروف العمل، احترام الاقتصاديات المحلية،...) للتنمية المستدامة. أحيانا يصبح الطابع الطوعي للمبادرات التي تقوم بها المؤسسات حجة واضحة تؤدي إلى التشكيك في شرعية وأهمية النهج يمثل التطوع بديلا للتقنين والتنظيم المفروضين من قبل القانون (36). السياسي والقانوني. أين يندد في هذا الصدد المجلس التجاري العالمي

للتنمية المستدامة (WBCSD) -على غرار منطق الليبرالية- بالإجراءات القانونية الممارسة من قبل الحكومات، مؤكداً على أنه يتعين على الدولة ألا تتدخل في السير الاقتصادي، لأنها بذلك تحكم على شعوبها بالفقر. (37)

* التصور القانوني Corporate accountability

في المقابل، يدافع التصور القانوني عن فكرة أن القانون يبقى الأداة الأكثر شرعية لتأطير التنفيذ الفعال للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة. فمفهوم مساءلة المؤسسة (الذي قدمه "أصدقاء الأرض" عام 2002 بمناسبة القمة العالمية حول التنمية المستدامة تم الدفاع عنه من قبل عديد المنظمات البيئية غير الحكومية لأنه يمثل تعبيراً صريحاً عن واجب المؤسسات نحو الالتزام بالشفافية، الرقابة القانونية وبالخضوع للمعاقبة عند عدم احترامها لمبادئ التنمية المستدامة (38). يقوم العديد من الفاعلين في المجتمع المدني سواء على المستوى الوطني أو السياسي بالعديد من النشاطات في هذا المجال، نأخذ على سبيل المثال حملة « *Right to know* (الحق في المعرفة) التي كانت وراءها العديد من النقابات والمنظمات غير الحكومية، الذين أكدوا على صياغة قانون يمكن من تقييد المؤسسات الأمريكية والأجنبية التي تنشط على مستوى السوق الأمريكي، وهذا من خلال المطالبة بتقديم معلومات حول فروعها الأجنبية ومساهمها الرئيسيين (39).

إن وضع قانون خاص بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات يساهم بصورة فعالة في توجيه سلوكيات المؤسسات نحو سلوكيات ذات أكثر مسؤولية، حيث أنه يعتبر شرطاً ضرورياً لتطوير منتجات خضراء جديدة. يسمّى القانون في هذا السياق بـ"الدفع القانوني" (*Poussée régulatoire*) ، التي تميل المؤسسات من خلالها إلى توسيع مبادراتها وإلى تعزيز التزاماتها في هذا المجال. أثبتت العديد من الدراسات أن المبادرات الطوعية غالباً ما كانت محفزة من قبل القانون.

أجريت دراسة في المملكة المتحدة على مسؤولي تسويق لـ: 20 مؤسسة خلصت إلى أن الضغط التشريعي يلعب دوراً مركزياً في حث المؤسسات على تبني سلوكيات مسؤولة، حيث أن 25% منهم أقرّوا بأن الضغط الممارس من قبل القانون يؤدي لطرح منتجات خضراء. (40)

يرى العديد من الباحثين أن مستقبل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات سيكون مزيجاً يجمع بين القيود القانونية والمبادرات الطوعية، حيث يثير "أوتينغ" (*P. Utting*) في هذا الصدد إلى فكرة "التنظيم المفصلي" (*Régulation articulatoire*) التي تتجاوز الانقسام التقليدي بين المبادرات الطوعية والقانون (41).

* قيود قانونية، اجتماعية، اقتصادية ومبادرات تطوعية:

إن مختلف القيود والضغوطات الممارسة على نشاط المؤسسات والتي تحثها بطريقة أو بأخرى على ممارسة المسؤولية الاجتماعية، يمكن تمييزها من خلال الفاعلين الذين يمارسونها وأيضاً من خلال الأدوات

والوسائل التي يمتلكونها. حيث نستشف قيودا قانونية تشير إلى الأطر التنظيمية الموضوعة من قبل الحكومات، وقيودا اجتماعية يفرضها فاعلو المجتمع المدني على غرار المنظمات غير الحكومية من خلال الاتصال الجمعي والاجتماعي، بالإضافة إلى القيود الاقتصادية التي تولد الطلب الاجتماعي على المسؤولية الاجتماعية، والقيود -التي تضعها المؤسسات نفسها- المبنية على أساس طوعي.

أ/ الأدوات القانونية للمسؤولية الاجتماعية:

إن الوسائل القانونية التي تتدرج ضمن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات (على المستويين الوطني أو الدولي) تهدف قبل كل شيء إلى حماية المواطنين، فهي تمكن الحكومات من وضع أنظمة مراقبة تهتم (على سبيل المثال) بالتقليل أو بالحد من إنتاج واستهلاك المنتجات الخطرة، كما تضمن أيضا مستوى -ولو أقل- من المعلومات لصالح المستهلكين فيما يخص مكونات المنتجات، سيرورة إنتاجها وكذا تأثيراتها على البيئة. إلا أن الأمثلة المتعلقة بالقيود القانونية المنخرطة ضمن منهج مساءلة المؤسسات يمكن اعتبارها في الوقت الراهن قليلة نسبيا. حيث نجد في فرنسا قانون *NRE* "اللوائح الاقتصادية الجديدة" (*Nouvelles Régulations Economiques*) الذي تم العمل به ابتداء من 15 ماي 2001، يشكل هذا القانون التزاما بالنسبة للمؤسسات المخرطة في البورصة بأن تدمج في تقاريرها السنوية معلومات حول "الكيفية التي تأخذ بها المؤسسات في الاعتبار التأثيرات الاجتماعية والبيئية لنشاطاتها" (42). إذا لم يحدد قانون *NRE* الشكل الذي يجب أن يأخذه نشر هذه المعلومات، عندها ستكون تقارير التنمية المستدامة متضاعفة وعديدة، كما أنها ستضم بذلك حتى المؤسسات غير المنخرطة في البورصة. (43)

ب/ القيود الاجتماعية: ضغط ممارس من قبل المجتمع المدني:

إن تطور التمثيلات والقيم الاجتماعية والبيئية يمثل سياق عمل خاص في حد ذاته، حيث تحرك هذه المكونات فاعلي المجتمع المدني كي يمارسوا على المؤسسات ضغطا اجتماعيا نشطا يحثهم على التحلي بالمسؤولية تجاه المحيط الاجتماعي وكذا الطبيعي الذين تمارس فيه مختلف نشاطاتها. يتمثل هؤلاء الفاعلون في:

المنظمات غير الحكومية البيئية: تهتم بمراقبة التأثيرات الاجتماعية والبيئية التي تصدر عن المؤسسات، كما تقوم بعضها بمبادرات التعاون مع مؤسسات كبرى (44)؛ إن المنظمات غير الحكومية جد نشطة في على مستوى ممارسة ضغط قوي على المؤسسات، خصوصا عندما تكتسب حضورا واضحا على الساحة أو عندما تحل مكانة الرائد في مجال نشاطها. ومن المنظمات الرائدة على الساحة العالمية نجد منظمة "السلام الأخضر" (*Green Peace*) (45) ومنظمة "أصدقاء الأرض" (*Les Amis de la Terre*) ، وأيضا « *Sierra Club* » في الولايات المتحدة الأمريكية، وغيرها من المنظمات الناشطة في مجال البيئة على المستويات الوطنية أو الدولية.

جمعيات المستهلكين: هي أيضا تلعب دورا هاما في ممارسة ضغط اجتماعي على المؤسسات مثل جمعية « *Consumers International* » (46) التي تتكون من 271 عضو في 123 بلد، وكذلك "المكتب الأوربي لاتحادات المستهلكين" المكون من 40 عضوا في أوروبا.

وهناك منظمات غير حكومية أخرى تهتم بحماية حقوق الإنسان والحريات الأساسية، تتمحور نشاطاتها حول ظروف العمل التي توفرها المؤسسات لمستخدميها. من بين المنظمات غير الحكومية البارزة في هذا المجال نجد: "الفيدرالية الدولية لحقوق الإنسان" ، وأيضا الجمعية التي تشكلت بمناسبة حملة "العمل وراء التسمية" (*Labour behind the Label*) ، في المملكة المتحدة.(47)

المواطنون: بإمكانهم أيضا ممارسة ضغط جماعي على المؤسسات عبر ما يُعرف بـ: « *Les Class actions* » أين تقوم مجموعات من أفراد تعرضوا (بصفة فردية) إلى أضرار كانت وراءها نفس المؤسسة برفع دعوى قضائية عليها (وهذا طبعا يضر بصفة مباشرة بسمعتها وبشرعيتها على المستويين الاقتصادي والاجتماعي). إنها جد متطورة خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية، ونجدها أيضا في أوروبا وبصفة خاصة في السويد والنرويج، إلا أنها تأخذ أشكالا غير مباشرة في فرنسا، ألمانيا وإيطاليا وهولندا عندما لا تكون ضمن إطار قانوني خاص.

إن المبادرات والأفعال التي تواجهها المؤسسات من خلال الضغوطات الاجتماعية جد متنوعة، حيث تركز على مبدأ اليقظة وتجنيب الوسائل القانونية والاتصالية التي تحث المواطنين على المقاطعة.

د/ القيد الاقتصادي:

إن الابتكارات التي أحدثتها المؤسسات الرائدة في سياسة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تسعى إلى فرض معايير جديدة على منافسيها. ومن جهة أخرى، يعتبر المحللون الماليون "السمعة" على أنها عنصر هام في خلق القيمة لدى المؤسسات، كما أن الأداء البيئي والاجتماعي يمثلان في نهاية المطاف قيدا اقتصاديا على المؤسسات، باعتبار أن الانخراط ضمن سيرة المسؤولية الاجتماعية يمثل ميزة تنافسية يكسب المؤسسة تألقا على الساحة الاقتصادية وكذا الاجتماعية. وفي المقابل، يفقد المنافسون الذين يتجاهلون التأثيرات السلبية لنشاطاتهم على البيئة والمجتمع، يفقدون مكانتهم في السوق بما في ذلك شرعيتهم الاجتماعية.

أظهرت بعض الدراسات أن الضغط الممارس على المؤسسة من قبل المنافسين عبر تطوير سياسة للمسؤولية الاجتماعية -خاصة الرائدة في السوق- تحفزها على الاستثمار في القضايا الاجتماعية والبيئية. حيث تتم هذه الاستثمارات حاليا وفق معايير أخلاقية، ففي الولايات المتحدة الأمريكية يبيّن منتدى « *The Social Investment Forum* » (48) أنه عام 1999 تم استثمار أزيد من مليارين دولار في إطار البيئة والمسؤولية الاجتماعية.

إن الأنظمة الأساسية للقيود الموجودة ضمن إطار المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات لا تزال قائمة على أساس طوعي وجماعي، حيث أن المؤسسات تتخبط في هذه الأجهزة والأنظمة بحرية، وغالبا من خلال القيام بشراكات مع منظمات دولية وفاعلين من المجتمع المدني المحلي، الوطني أو الدولي بغرض الحصول على تسميات وشهادات من قبل هؤلاء الفاعلين، ومن أكثرهم نشاطاً في هذا المجال:

***Global Reporting Initiatives (49) (مبادرات الإبلاغ العالمية):** العديد من أصحاب المصلحة كانوا وراء إنشاء هذه المبادرة الدولية التي تمثل إطاراً مشتركاً للإبلاغ عن الممارسات الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية للمؤسسات نفسها، كما قام GRI في هذا الصدد بإصدار مجموعة من المعايير التي يتعين على المؤسسات المنخرطة في هذه المبادرة بالالتزام بها.

***Le Pacte Mondial (الاتفاق العالمي)(50):** مبادرة قام بها الأمين العام للأمم المتحدة السابق "كوفي عنان" عام 2000. تلتزم المؤسسات من خلال هذا الاتفاق باحترام عشرة مبادئ متعلقة بالتنمية المستدامة وهي: ترقية واحترام حقوق الإنسان، عدم التواطؤ من أجل انتهاك الحقوق الأساسية واحترام ممارسة حرية تكوين الجمعيات والاعتراف بحق المفاوضة الجماعية، القضاء على جميع أشكال العمل الشاق والجبري، القضاء على عمالة الأطفال بفاعلية، القضاء على التمييز في الحصول على الشغل أو في الممارسة المهنية، تطوير مقاربة يقضة بشأن المشاكل التي تعاني منها البيئة، القيام بمبادرات متعلقة بممارسات بيئية مسؤولة، دعم إنشاء تكنولوجيات للمحافظة على البيئة، مكافحة الفساد بشتى أنواعه بما في ذلك الابتزاز، الرشوة والعمولات.

***OCDE (منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية):** تضع هذه المنظمة مبادئ على شكل توصيات خاصة بالمؤسسات متعددة الجنسيات موجهة من قبل الحكومات، إلا أن هذه التوصيات غير ملزمة قانونياً، حيث تتعلق بالأبعاد الرئيسية للمسؤولية الاجتماعية على غرار تسيير الموارد البشرية، احترام حقوق الإنسان، البيئة، الإعلام ومكافحة الفساد الخ.

***المنظمة الدولية للمعايير ISO:** إنها منظمة غير حكومية دولية تقوم بتطوير معايير متعلقة بنشاطات المؤسسات، كما تقترح نظاماً تقوم من خلاله بإصدار الشهادات. حيث تشتمل سلسلة « ISO 14001 » على معايير حول التسيير البيئي للمؤسسات وفي المقابل تتعلق سلسلة « ISO 14020 » على وجه التحديد بالإعلام حول الجوانب البيئية للمنتجات، في حين تهتم سلسلة « ISO 14063 » باتصال المؤسسات حول الأداء البيئي لنشاطاتها. كما رأينا، على عكس ما يعتقد البعض فإن شهادة « ISO 14001 » لا تعبر عن الامتثال للوائح والقوانين المتعلقة بالبيئة(51).

***Social Accountability International- معيار SA8000:** تهتم هذه المنظمة غير الربحية بحماية حقوق الإنسان، حيث أن معيار « SA8000 » يركز على تحسين وترقية ظروف العمل كما يسعى أيضا إلى القضاء على كل مظاهرها السلبية (عمالة الأطفال، الأشغال الشاقة، النظافة والأمن، الحرية النقابية، التمييز، الممارسات التأديبية والعقابية، أوقات العمل، نظام الأجور والعلوات، نظام الإدارة والتسيير (...). بالإضافة إلى ذلك، يهتم معيار « SA8000 » أيضا باتصال المؤسسة مع جماهيرها بشأن تطبيقاتها على مستوى ظروف العمل وتحسينها بالنسبة للمستخدمين.

أصحاب المصلحة والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

إننا بالحديث عن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات نتحدث بالضرورة عن مسؤوليات المؤسسات تجاه المجتمع الذي تنتمي إليه، ويتكون هذا الأخير من أفراد وجماعات لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة مع المؤسسة. حيث تؤثر فيها و تتأثر بمختلف نشاطاتها و ممارساتها. يُطلق على هؤلاء الفاعلين بـ"أصحاب المصلحة"، و « *Les parties prenantes* » بالفرنسية، أما بالإنجليزية يُسمون بـ: « *The Stakeholders* »، يجب على المؤسسة أخذ أصحاب المصلحة بعين الاعتبار أثناء ممارستها لنشاطاتها نظرا للتداخل الملحوظ بينها وبينهم في المصالح و الحصص، مما يجعلها مرتبطة بهم على المستوى الإستراتيجي، التنظيمي و كذا التشغيلي.

خُص « *phillips* » و زملاؤه إلى أن مفهوم أصحاب المصلحة ليس له نفس المعنى عند كل الباحثين، وبالتالي فعن المفاهيم المختلفة تعكس الاختلاف حول الحقوق الممنوحة لهم. (52) (يوضح الجدول التالي التعريفات الرئيسية للمفهوم، و المقدمة من قبل أهم المنظرين والباحثين في هذا المجال، مع إدراجهم وفق التسلسل الزمني):

الباحثون	التعريفات المقترحة
<i>Stanford Research Institute (SRI)</i> معهد ستانفورد للأبحاث	"الجماعات التي يمكن أن تزول المؤسسة بدونها" (53)
<i>Rhnan & Stymne (1965)</i> "رانمان" و "ستيمن"	"الجماعات التي تعتمد على المؤسسة لتحقيق أهدافها الخاصة، والتي تعتمد عليها المؤسسة لضمان بقائها" (54)
<i>Sturdivant (1979)</i> "ستارفيدان"	- "الأفراد الذين يتأثرون بسياسات وممارسات المؤسسة، والذين لهم مصلحة في نشاطاتها" - "أي جماعة يمكن أن يؤثر سلوكها مباشرة على مستقبل التنظيم، وكن ليس تحت السيطرة المباشرة له".
<i>Mitoff (1983)</i> "ميتروف"	"جماعات المصالح، الأطراف الفاعلين (الداخليين و الخارجيين) و المؤسسات، الذين يؤثر على المؤسسة. الجهات التي تؤثر/تتأثر على/ بأعمال، سلوكيات و سياسات المؤسسة" (55)

"الجماعات التي لها مصلحة في أعمال المؤسسة" - بالمعنى الضيق، "الجماعة أو الفرد الذي تعتمد عليه المؤسسة لضمان بقائها واستمراريتها"	فريمان" و "ريد" 1983
"الفرد أو جماعة الأفراد الذين يؤثرون أو يتأثرون بتحقيق أهداف المنظمة"	<i>Freeman (1984)</i>
"كل من له مصلحة في أعمال التنظيم، وله القدرة على التأثير في أعماله"	"سافاج" و"زملأوه" 1991
"المشاركون الذين يملكون حق شرعي على المؤسسة"	"هيل" و "جونز" 1992
"الجماعات التي لها مصلحة أو حق على المؤسسة"	"إيفان" و "فريمان" 1993
"الذين يتكبدون المخاطر باستثمار شكل من أشكال رأس المال، بشري أو مالي في مؤسسة ما"	<i>Clarkson (1994)</i> "كلاركسون"
"الأشخاص أو الجماعات الذين لهم (أو المطالبون) بجزء من الملكية، بحقوق أو بمصالح في المؤسسة أو في نشاطاتها"	كلاركسون 1995
"الحاملون على الأقل لواحدة من السمات الثلاث: السلطة، الشرعية أو الإلحاح"	"ميتشل" وزملاؤه 1997
"العملاء الذين لهم فائدة متأثرة بقرارات المؤسسة"	شارو و ديسبريار 1998
"الذين يقومون بانقراض المؤسسة و يضيفون ذو قيمة، ولهم السلطة الكافية للتأثير على أداء المؤسسة"	كوشان و روبنستن 2000
"الأفراد والعناصر المكونة والمساهمة بطريقة طوعية أو غير طوعية في قدرة المؤسسة على خلق القيمة و كذا على نشاطاتها، و الذين يُعتبرون المستفيدين الرئيسيون أو المتكبدون للمخاطر"	بوست وزملاؤه 2002

من خلال كل التعريفات السابقة لمفهوم أصحاب المصلحة، نلاحظ أن جميع الباحثين يجمعون على أنهم أطراف يتأثرون بالمؤسسة، لأن مصالحهم وتحقيق أهدافهم مرتبطة باستمرارية المؤسسة، كما تعتمد هذه الأخيرة أيضا على أصحاب المصلحة لضمان وجودها على الصعيد الاقتصادي، الاجتماعي وحتى السياسي. أنا أرى أن التعريف الأشمل لمفهوم أصحاب المصلحة هو ذلك المقدم من طرف *Freeman* عام 1984، لأنه يجمع بين كل للأفراد و الجماعات الذين يمكن أن يتأثروا بتحقيق الأهداف التنظيمية أو التشغيلية للمؤسسة، حيث يشمل بالإضافة إلى الفاعلين الاقتصاديين الذين تربطهم علاقة تجارية اقتصادية بالمؤسسة، فاعلين آخرين يتجردون من الجانب الربحي فقد يكونون جمعيات، منظمات غير حكومية أو حتى سكان قد يتأثرون -مثلا- بممارسات كيميائية لمؤسسة ما على منطقتهم.

لكن يبدو أن الرؤية الواسعة لمفهوم أصحاب المصلحة تطرح مشاكل، أثرت مثلا من قبل *Orts* و *Strudler (2002)*، وبصفة جذرية أكثر من قبل *Jensen (2002)* (56)، حيث أنهم يرون أنه في هذه الحال يمكن لأي كان أن يطالب بمصلحة في تنظيم ما. في حين يفضل كل من *Hill* و *Jones (1992)* و *Clarkson (1995)* المفهوم الضيق لأصحاب المصلحة. لذلك يقسمهم *Clarkson* إلى نوعين:

المتطوعون (الرئيسيون) و غير المتطوعين (الثانويون). (57) على غرار *Clarkson*، تم تصنيف أصحاب المصلحة من قبل عديد الباحثين، لكن تختلف هذه التصنيفات و تتنوع حسب المعايير المعتمدة و حسب الرؤية الخاصة بكل باحث.

*تصنيف أصحاب المصلحة

وجه *Freeman* ملاحظاته حول الرهانات الإستراتيجية المتعلقة بالمؤسسة فيما يخص التمييز بين فئات أصحاب المصلحة "المهمين" و "غير المهمين" (58)، لكن دون أن يقترح تسلسلا هرميا للمعايير التي من خلالها يمكننا التمييز بين هاتين المجموعتين. في حين ذهب *Mitchell* وزملاؤه إلى أبعد من ذلك باقتراحهم التصنيف حسب ثلاثة سمات: السلطة، الشرعية والإلحاح. وتصنف *Geneviève* * أصحاب المصلحة إلى نوعين: أصحاب المصلحة المتعاقدون الذين تربطهم علاقة تعاقدية بالمؤسسة، عقد عمل أو عقد بيع مثلا، وهم الموظفون، المساهمون، الموزعون، الممولون و السلطات العمومية. و النوع الثاني يتمثل في أصحاب المصلحة المحيطون، وهم الأفراد و الجماعات ذوي المصالح الجد متنوعة، و كثيرا ما تكون متناقضة، حيث يمكنهم التأثير على نشاط المؤسسة (الجمعيات، المنظمات غير الحكومية، الجماعات المحلية، المنافسين،...) (59). تكتسي الفئة الأخيرة أهمية كبيرة، لذا يجب على المؤسسة أخذها في الاعتبار أثناء ممارسة مختلف نشاطاتها.

وفي عام 2003 اقترح *François Lépineux* خمس فئات من الفاعلين، وهم: المساهمون، أصحاب المصلحة الداخليون (المستخدمون، النقابات الداخلية)، الشركاء التنفيذيون (الزبائن الموردون، البنوك، شركات التأمين،...)، المجتمع (السلطات العمومية، المنظمات المتخصصة على شكل نقابات مهنية، المنظمات غير الحكومية، المجتمع المدني)، المحيط الطبيعي الذي يُعتبر فاعلا في حد ذاته حسب *Lépineux* ، إضافة إلى كونه رهانا بالنسبة للمؤسسة. إلى جانب هذه الفئات هناك احتمال ضم فئة المنافسين. وضع *Sobczask* و *Griand* عام 2006 نموذجا للتصنيف بُني على مدى التزام أصحاب المصلحة إزاء المؤسسة (الالتزام التنظيمي)، وتجاه المجتمع (الالتزام الاجتماعي). (60)

يمثل دور المؤسسات وطبيعة التزام مسيرتها تجاه بقية المجتمع موضوع نقاش قديم، حيث تأخذ مقارنة أصحاب المصلحة جذورها من العمل الذي قام به كل من *Means* و *Berle* عام 1932 اللذان لاحظا نمو نوع من الضغط الاجتماعي المسلط على المسيرين من أجل الاعتراف بمسؤولياتهم تجاه كل الذين يمكن أن يتأثروا بقرارات المؤسسة، واصفين التطور المحتمل لمفهوم المؤسسة، أين أشاروا إلى أن: "إن سيطرت المؤسسات الكبرى يجب أن يؤدي إلى تكنوقراطية محايدة وموازنة لمصالح مختلف جماعات المجتمع" (61). كما تم تناول هذه الفكرة مجددا من قبل *Bernard* عام 1938، لذي يرى أن المؤسسة مكان مفتوح تتلاقى فيه أنواع مختلفة من العلاقات بين أصحاب المصلحة.

كان أول ظهور لمصطلح *Stakeholders* في ستينات القرن الماضي، فحسب *Freeman* ، ظهر المصطلح لأول مرة عام 1963 خلال مناقشة في الإستراتيجية أُجريت على مستوى "معهد ستانفورد للأبحاث" (SRI) من قبل *Ansoff* و *Stewart*. ويأتي هذا التعبير الجديد في ذلك الوقت مشتقاً بصفة متعمّدة من مصطلح حامل الأسهم (*Stockholder*) لإظهار أطراف أخرى لها حصة (*Stake*) وبالتالي مصلحة في المؤسسة. ويبدو أن *Ansoff* في 1968 هو أول من أشار إلى نظرية أصحاب المصلحة في تعريفه للأهداف التنظيمية، حيث يجب على المؤسسة ضبط أهدافها بطريقة تسمح بإعطاء كل مجموعة حصة عادلة من المكافآت(62). كما يرى *Ansoff* أن المسؤوليات هي التزامات تحد من تحقيق الأهداف، وأنها تعتبر أصحاب المصلحة قيوداً، وبالتالي يتعين على المؤسسة إدارتها بطريقة عقلانية. لقد أصبح مصطلح أصحاب المصلحة أكثر شعبية بفضل *Freeman* (1984) أين قدم مفهوماً أوسع لطائفة أصحاب المصلحة ذوي العلاقة مع المؤسسة، يفرض على مؤسسي هذا المفهوم تبرير انتماءه النظري.

المراجع

- Carroll A. B., " The Pyramid of corporate social responsibility toward the moral management of organizational stakeholders ", Business Horizons, 1991. P. 39.
- Robin P. et Reidenbach R., « Social responsibility, ethics and marketing strategy : closing the gap between application » ? Journal of marketing. 1987. P. 44-5.
- Drumwright M. D., « Company advertising with a social dimension : The role noneconomic criteria », Journal of marketing, 1996. P. 71
- Duff C., "You too, could you be a model for catalogs", Wall Street journal, 1993¹ - Quynh-lién Duong et Milton Friedman, "The Social Responsibility of business is to increase its profits", The New York Times Magazine, September 1970.
- Carles G, Hill T. D., "Towards an ISO for corporate social responsibility", Quality Congress, Annual Quality Congress Proceedings, 2004. P. 135
- Doh J. P. & Guay T. R., "Corporate Social Responsibility, Public Policy and NGO Activism in Europe and the United States: An institutional-Stakeholder perspective", Journal of Management Studies, United States, 2006. P. 47.
- Capron M. et Quairel-Lanoizelée F., « La responsabilité sociale d'entreprise », La Découverte, Paris. 2007, P. 122.
- Ivanaj V. & McIntyre J., « Multinational Enterprise And Sustainable Development : Strategic Tool for competitiveness », 19-20 October? Tech Center for International Business Education and Research (CIBER), Atlanta, 2006.

Maud Tixier, « Communiquer sur le Développement durable », édition Organisation ,France,2005,p .9

- حميد الطائي ، أحمد شاعر العسكري ، " الاتصالات التسويقية المتكاملة " ، دار اليازوري للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2009،ص 46
- Acquiert A., Gond J-P., J. Igalens, « Des fondements religieux de la responsabilité sociale de l'entreprise à la responsabilité sociale de l'entreprise comme religion », Centre de R¹ -Frankental P., « Corporate social responsibility- a Public Relation invention ? », Corporate Communications, MCB University Press, West Yorkshire. 2001. P.18.
- Combes M., "Quel avenir pour la responsabilité sociale des entreprise (RSE) ? La RSE : l'émergence d'un nouveau paradigme organisationnel », Revue International sur le travail et la société, Université du Québec à Trois-Rivières. 2005, P.445.
- Capron M., « L'économie éthique privée : La responsabilité sociale des entreprises à l'épreuve de l'humanisation de le moralisation », Economie Ethique, France 2003. P. ¹ - Capron M., Quairel-Lanoizelée F., 2007, Op. Cit, P.7.

- Commission des Communautés Européenne, « Livre Vert, Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises », Bruxelles, 2001. P. 31.
- Moez Ben Yedder et Férid Zaddem, « La responsabilité Sociale de l'entreprise (RSE), voie de conciliation ou terrain d'affrontements ? », Revue multidisciplinaire sur l'emploi, le syndicalisme et le travail, Vol. 4, n°1, 2009, Institut Supérieur de Comptabilité et d'Administration des Entreprises de la Manouba, Tunisie, 2009, P88.
- Reynaud E. et Chandon J-L., « Les cinq familles de comportement de protection de l'environnement des entreprises : une approche basée sur la théorie des contrats et l'économie des conventions, congrès de l'Association Internationale de Management Stratégique, Université de Louvain-la-Neuve, 1998, P. 7-12.
- Robert-Demontrond P., « Sensibilité de la demande à la labellisation sociale de l'offre commerciale : construction d'un agenda de recherche », *Actes du colloque Entreprise citoyenne*, Ed. Université Paris X Nanterre, 2003.

Creyer E. et Ross W., "The influence of firm behaviour on purchase intention: do consumers really care about business ethics?", *The Journal of Consumer Marketing*, 1997 vol. 14, n° 6, pp. 421.

- Belkaoui A. et Karpir P., "Determinants of the corporate decision to disclose social information", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, vol. 2, n° 1, pp. 36.

-Smith N., "Marketing strategy for the ethics era", *Sloan Management Review*, vol. 36, n° 4, p. 85.

- Gond J., "L'éthique est-elle profitable ?", *Revue Française de Gestion*, pp. 77, Novembre-Décembre 2001

- Griffin J.J. et Mahon J.F., "The corporate social performance and corporate financial performance debate", *Business and Society*, 1997, pp.5-31.

-Roberts R.W., "Determinants of corporate social responsibility disclosure: an application of stakeholders theory", *Accounting Organization and Society*, 1992, P. 595

- Clarkson B., "A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate", *Academy of Management*, 1995, p. 92

- World Business Council of Sustainable Development (WBCSD), « The Business case for the Sustainable Development, Making a difference toward the Johannesburg Summit 2002

- Utting P., « Rethinking Business Regulation, From Self-Regulation to Social Control », *Technology, Business and Society Program Paper n°15*, September 2005, United Nations Research Institute for S. D., Geneva

- Harrison K., « Volontarisme et gouvernance environnementale », *Gérer l'environnement : Défis constants, solutions incertaines*. E. Parsons, dir. Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal, 2001, P. 209-215

-Gendron C. et Turcotte M-F, « Environnement, concertation et déréglementation : la modernisation réglementaire à l'heure des méta-enjeux », *Sociologies Pratiques*, 2003, no 7, Juillet, P. 130-156.

Shoreman & Al., « The Green Challenge », in *Hottopics*, Warwick Business School, vol. 1, no 1, November 1995.

- Utting P., « Corporate social responsibility and the movement of business », *Development in Practice*, vol. 15, Issues 3 and 4 June 2005.

- La loi NRE (Nouvelles Régulations Economiques) du Mai 2001, Article 16.

-Programme des Nations Unies pour l'Environnement (PNUE), « Les Communications pour le Développement Durable : Ressources pour l'Enseignement en marketing et Publicité », Nairobi, Kenya.

- Vincent Commenne, « Responsabilité Sociétale des acteurs économiques, le rôle des entreprises et de leurs parties prenantes », *Chantier de RSE*, Dakar, 2005.

- <http://www.greenpeace.org/international/>

- <http://www.amidelaterre.org/>¹ – <http://www.sierraclub.org/>

<http://www.consumersinternational.org/>

- <http://www.beuc.org>

- <http://www.fidh.org/>

- <http://www.labourbehindthelabel.org>

- www.bsdglobal.com¹ - <http://www.globalreporting.org/>

- <http://www.pactemondial.org/>

<http://www.oecd.org/>

<http://www.iso.org/iso/home.html>

- Gendron C. et Al., « La responsabilité sociale et régulation de l'entreprise mondialisée », *Relations Industrielles*, 2004, VOL59, N°1.

- <http://www.sa-intl.org/>

-Phillips & Al., « What stakeholder theory is not », *Business Ethics Quarterly*, 2003, P. 479.

- Freeman R. E. & Reed D. L., « Stockholders' and Stakeholders : A New Perspective on corporate Governance », *California Management Review*, Spring 1984. P. 91.
- - Savage G. T. & Al., « Strategies for Assessing and Managing Organizational Stakeholders », *Academy of Management Executive*, Texas Tech. University, 1991, P. 61.
- Hill C. W. L. & T. M. Jones, « Stakeholder Agency Theory », *Journal of Management Studies*, U.K., 1992. P. 133.
- Evan W. M. & R. E. Freeman, « A Stakeholder Theory of the modern corporation : Kantian Capitalism, in *Ethical Theory and Business* », (sous la dir. De) T. Beauchamp, N. Bowie, Prentice Hall, Engle Wood Cliffs, 1993, P. 392.
- Mitchell R. K. & Al., « Toward a Theory of Stakeholders ? », *Identification and Saliency : Defining the principle of who and what really counts*, *AMR*, 1997, P. 853.
- Clarkson M. B., « A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating corporate Social Responsibility », *Academy of Management Review*, 1995, P.106.
- Charreaux G. et P. Desbrières, « Gouvernance des entreprises : Valeur partenariale contre valeur actionnariale », *Finance Contrôle Stratégie*, Paris, 1998. P. 58.
- Kochan T. A. & S. A. Rubinstein, « Towards a Stakeholder Theory of the firm : The Saturn Partnership », *Organization Science*, U.S.A, 2000, P.373.
- Post J-E., Al., « managing the Extended Enterprise : the New Stakeholder View », *California Management Review*, 2002, P.8.
- Jensen M. C., « Value Maximization, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function », *Business and Ethics Quarterly*, 2002, P. 235.
- Dominique D. et Al., « Ce que développement durable veut dire », *Edition d'Organisation*, Paris, 2004, P. 109
- François Lépineux, « Dans quelle mesure une entreprise peut-elle être responsable à l'égard de la cohésion sociale ? », *Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, (C. N. A. M.)*, Paris, 2003. P. 116-117.
- SobZack A. et Girard C., « Des parties prenantes ou parties prenantes engagées : pour une nouvelle lecture de la théorie des Stakeholders », *1^{er} Congrès du RIODD*, 2006, Paris-
- Berle A. A. & G. Means, « The Modern Corporation and the Private Property », *New York, MC Millan*, 1932, P. 312.
- Ansoff I., « Stratégie du développement durable et l'entreprise », *Edition Hommes & Techniques*, Paris 1968, P. 35-52.