

المسؤولية الاجتماعية للشركات: أداة لتحقيق التكامل بين التنمية الاقتصادية والتنمية الاجتماعية في الدول العربية

بلقاسم زايري
أستاذ التعليم العالي بكلية العلوم الاقتصادية، التجارية
وعلوم التسيير
جامعة وهران

وهيبة مقدم
طالبة دكتوراة تخصص علوم التسيير
جامعة وهران

XX

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى إظهار أهمية تبني استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية للشركات كأداة لتحسين أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدول العربية. وترتكز الدراسة على محورين اساسيين هما:

- المحور الأول: ويتضمن الاطار النظري لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
- المحور الثاني: ونتطرق من خلاله لجهود بعض الدول العربية في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات، الدول المختارة هي: العربية السعودية، مصر، البحرين، الامارات العربية المتحدة والاردن.

وقد أظهرت نتائج هذه الدراسة أهمية برامج المسؤولية الاجتماعية كأداة لتحقيق التوازن بين الاعمدة الثلاثة للتنمية المستدامة: الاقتصاد والمجتمع و البيئة، ولكن للأسف ما تزال ممارساتها غير مرضية في الدول العربية.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية للشركات، التنمية الاقتصادية، التنمية الاجتماعية.

Résumé:

L'objectif de cet article est de montrer la nécessité d'adopter les stratégies RSE pour l'amélioration des objectifs du développement économique et sociale dans les pays arabes.

cette recherche se résume en deux axes essentiels:

- le premier axe: la définition théorique du concept de responsabilité sociale des entreprises et son rôle dans la réalisation du développement économique et social.
- le deuxième axe: Les efforts de certains pays arabes dans le domaine de la responsabilité sociale : l'Arabie saoudite, l'Égypte, Bahreïn et les Émirats arabes unis, la Jordanie.

Les résultats de cette étude ont montré l'intérêt de la RSE comme outil qui réalise l'équilibre entre les trois piliers du développement durable : l'économique, le social et l'environnemental; mais malheureusement, Les efforts des pays arabes dans le domaine de la responsabilité sociale reste insatisfaisante.

Mots clés: la responsabilité sociale des entreprises(RSE); le développement économique et sociale.

أولاً: مقدمة:

بعد توجه معظم الدول العربية إلى اقتصاد السوق الذي يتضمن انسحاباً جزئياً أو كلياً للدولة من ممارسة دورها الاجتماعي أصبح من الضروري إيجاد صيغة لإشراك القطاع الخاص بكل أطرافه في دفع عجلة التنمية وتحسينها.

و من جهة أخرى فإن الدولة لوحدتها ليست قادرة على تلبية كل الاحتياجات التنموية والاجتماعية بل تحتاج إلى جهود كل الفئات في المجتمع، وبوجه خاص الشركات الكبرى التي تتوفر لديها موارد مالية وبشرية كبيرة تمكنها من المساهمة في تحقيق التكامل بين التنمية الاقتصادية والتنمية الاجتماعية.

و في ظل البحث عن وسيط مثالي يحقق هذا التنسيق بين الدولة والقطاع الخاص (الشركات) في سبيل النهوض بالسياسة التنموية الوطنية في الدول العربية يبرز وبحدة مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات كحل مثالي، فهو من جهة يجعل من الشركة مواطناً صالحاً في المجتمع، ويكبح جماحها في البحث عن الربح الاقتصادي كهدف وحيد ويرشد قراراتها ويوجهها نحو أهمية مراعاة الجوانب الاجتماعية والبيئية، ومن جهة ثانية تساهم المسؤولية الاجتماعية في خلق نوع من الترابط والتنسيق بين شركات القطاع الخاص والقطاع العام والحكومة، ذلك بغية تحقيق أهداف تنموية متفق عليها سلفاً.

فالمسؤولية الاجتماعية للشركات تعني الالتزام بالممارسات الأخلاقية والعادلة الشفافة عند تعامل الشركات مع أصحاب المصالح وتحديدًا منهم العاملون فيها والمجتمع بكل أطرافه والبيئة، ومفهوم المسؤولية الاجتماعية لا يعني مجرد منح الهبات والمساعدات المادية للجمعيات الخيرية فقط، إنما يتعدى ذلك للإسهام بشكل عملي وفعلي في تحقيق خطط التنمية الشاملة التي تسطرها الدولة، حيث قد تصل سياسات برامج المسؤولية الاجتماعية إلى المشاركة في تخفيض البطالة وتخفيض حدة الفقر، تحسين الظروف الصحية والتعليمية وتشجيع النشاطات الثقافية والرياضية. إن هذا التوجه الاجتماعي للشركات الاقتصادية يحقق بشكل مباشر الموازنة والتكامل بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية، ويقودنا إلى تحقيق تنمية متكاملة تجمع بين تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والحفاظ على البيئة، كما تعد المسؤولية الاجتماعية أداة لتحقيق التنمية المستدامة.

و قد شهدت التجريبتين الأمريكية والأوروبية تقدماً هائلاً في مجال تطوير سياسات وبرامج المسؤولية الاجتماعية، وأصبحت معظم الشركات الأمريكية والأوروبية خاصة الكبيرة منها تهتم بهذا الجانب لما له من آثار إيجابية على الشركات ذاتها وعلى المجتمعات التي تعمل فيها، وانطلاقاً من تزايد الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية في العالم ككل، وبداية الاهتمام به في الدول العربية كأداة لتحقيق التنمية المستدامة ولتحقيق التوازن بين الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، بدأ مهتما التركيز على هذا الموضوع من خلال محاول الإجابة عن التساؤلات التالية:

▪ **كيف تسهم المسؤولية الاجتماعية في تحقيق تحقق الموازنة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في وأن احد؟**

▪ **ما هو واقع سياسات وممارسات المسؤولية الاجتماعية في الدول العربية؟**
▪ **ما هي السياسات التي يمكن تبنيها في الدول العربية من أجل غرس ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات؟**

و تهدف هذه الورقة البحثية إلى تبيان الدور التنموي الهام الذي يمكن أن تلعبه المسؤولية الاجتماعية للشركات

في الاقتصاديات العربية في حال تبنيها ثقافة وممارسة، كما ستعرض الدراسة واقع المسؤولية الاجتماعية في الدول العربية، مع العلم أن هناك القليل من الدراسات التي تعرضت لدراسة مكانة

وواقع هذا المفهوم في الدول العربية بشكل مفصل، كما سيتم التعرض لمجموعة من السياسات والبرامج التي تساعد في تشجيع ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الشركات العربية. و اعتمد خطة الدراسة على تقسيم البحث إلى خمس محاور (أقسام) رئيسية، حيث:

- خصصنا القسم الأول للمقدمة: وفيها تم عرض مشكلة البحث وأهداف الدراسة، واستعراض خطة البحث.

- أما المحور الثاني فقد ركزنا من خلاله على التعريف النظري بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات وتبيان دورها في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
- و في المحور الثالث تم التعرض إلى دراسة واقع المسؤولية الاجتماعية في الدول العربية، حيث تم التطرق إلى الجهود المبذولة في مجال المسؤولية الاجتماعية في خمس دول عربية هي: المملكة العربية السعودية، جمهورية مصر العربية، البحرين والإمارات، الأردن، وقد تم اختيار هذه البلدان الثلاثة نظرا لمبادراتها المتميزة في هذا المجال.
- أما المحور الرابع وهو الخاتمة، حيث جاء فيها نتائج الدراسة والتي تتضمن تقييما لواقع المسؤولية الاجتماعية في الدول العربية، ثم عرضنا تناول أهم السياسات والاستراتيجيات التي يجب تبنيها من قبل الدول العربية في سبيل تشجيع مبادرات وممارسات المسؤولية الاجتماعية والاستفادة منها في تحقيق الأهداف التنموية المسطرة من قبل الدولة.

ثانيا: دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية 1. تعريف المسؤولية الاجتماعية:

تطورت المسؤولية الاجتماعية للشركات تحت تأثير الضغوط الاجتماعية والضوابط الحكومية والإصلاحات التشريعية، وتحولت في العقود الأخيرة من المواقع الدفاعية، التي غالبا ما جاءت كاستجابة للضغوط الخارجية على الشركات، إلى مواقع ايجابية قائمة على إدراك الترابط الوثيق بين ممارسات المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي الجيد للشركات. و في هذا السياق فقد ازداد خلال العقد الأخير عدد الشركات الكبرى التي أدركت فوائد إدارة أعمالها وفق الممارسات المسؤولية اجتماعيا، وقد تعززت خبرات هذه الشركات بصدور عشرات الدراسات الميدانية واستطلاعات الرأي التي أكدت أن للمسؤولية الاجتماعية للشركات تأثير إيجابي على الأداء الاقتصادي لمجتمع الأعمال، وأنها لا تؤدي المساهمين، بل في الواقع تعزز قيمة الأسهم ومكانة الشركات. تتعدد تعريفات المسؤولية الاجتماعية، وفي ما يلي نورد بعضا مما تم تبنيه من طرف المنظمات الدولية المختلفة من خلال الجدول التالي:

الجدول (1) : تعريف الهيئات والمنظمات الدولية للمسؤولية الاجتماعية للشركات

الهيئات والمنظمات الدولية	منظورها لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات
البنك الدولي	المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال هي 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 والتنمية في آن واحد.
منتدى قادة الأعمال الدولي	المسؤولية الاجتماعية هي جميع المحاولات التي تساهم في تطور الشركات لتحقيق التنمية من خلال مراعاة الجوانب الأخلاقية والاجتماعية.

الاتحاد الأوروبي	هي مفهوم تقوم منظمات الأعمال بمقتضاه بتضمين اعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالها، وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح على نحو تطوعي، ويركز الاتحاد الأوروبي على فكرة أن المسؤولية الاجتماعية هي مفهوم تطوعي لا يستلزم سن القوانين أو وضع قواعد محددة تلزم بها الشركات للقيام بمسؤولياتها تجاه المجتمع.
الغرفة التجارية الدولية للمسؤولية الاجتماعية	المسؤولية الاجتماعية هي جميع المحاولات التي تسهم في مبادرة منشآت القطاع الخاص لتحقيق تنمية بسب اعتبارات أخلاقية واجتماعية.
المجلس العالمي للأعمال من أجل التنمية المستدامة	المسؤولية الاجتماعية للشركات هي التزام منظمات الأعمال المتواصل بالسلوك الأخلاقي وبالمساهمة في التنمية الاقتصادية، وفي الوقت ذاته تحسين نوعية حياة القوى العاملة وأسرهم فضلاً عن المجتمعات المحلية والمجتمع عامة.

المصدر: من إعداد الباحثة.

إذن فمفهوم المسؤولية الاجتماعية هو وليد لمتطلبات التنمية المستدامة والشراكة في التنمية الاقتصادية بين الدولة والقطاع الخاص لبناء مستقبل أفضل للأجيال القادمة بهدف إيجاد ودعم برامج اجتماعية واقتصادية وثقافية مستدامة مستقاة من الاحتياجات والأولويات الوطنية وهذا المفهوم يقوم على الاستثمار في الموارد البشرية وخلق فرص عمل وتوفير بيئة عمل صحية وأمنة جنباً إلى جنب مع حل المشكلات الاجتماعية والبيئية وتعزيز التنمية المستدامة ومن هنا تكمن أهمية تطوير برامج المسؤولية الاجتماعية وفقاً لظروف مجتمعاتنا العربية والإسلامية واحتياجاتها لتحقيق التنمية أي تطبيقات خاصة بنا وليست قوالب مستقاة من الغرب¹

و من خلال ما تقدم يمكن أن نخلص إلى أن المسؤولية الاجتماعية هي التزام طوعي من طرف الشركات بالتصرف

المسئول والأخلاقي تجاه أصحاب المصلحة، ممثلين في : العاملين، المساهمين، المستهلكين، الموردين، المجتمع، البيئة وباقي الأطراف التي تتأثر أو تؤثر على المنظمة، ويرتكز مفهوم المسؤولية الاجتماعية على اعتبار أن للمنظمة التزام اجتماعي وأخلاقي بالإضافة إلى دورها الأساسي في تحقيق المكاسب المادية، فهي مطالبة بأن تجسد دور المواطنة في المجتمع الذي تعمل فيه، وأن تشارك في كافة الفعاليات والأنشطة الاجتماعية الطوعية من أجل تحقيق ذلك.

2.نشأة وتطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

ورد اصطلاح المسؤولية الاجتماعية لأول مرة في إدارة الأعمال في عام 1923 حين أشار (Sheldon) في كتابه (فلسفة الإدارة) إلى مسؤولية الإدارة في المشروعات هي بالدرجة الأولى مسؤولية اجتماعية، وأن جزء هام من فن استخدام الأساليب العلمية لإدارة الأعمال هو أن تلتزم إدارة المشروع بمسؤولياتها الاجتماعية عند أداء وظائفها المختلفة.

غير أن هذا المفهوم لم يلفت الانتباه بشكل مباشر إلا في نهاية الخمسينات وبداية الستينات من القرن الماضي حيث لد فكر جديد في فلسفة المسؤولية الاجتماعية. وجاء في أدبيات الإدارة أن اهتمام الشركات بمفهوم المسؤولية الاجتماعية تطور من خلال ثلاث مراحل تحددت من خلال دراسة اتجاهات المديرين نحو المسؤولية الاجتماعية، هذه المراحل الثلاثة هي²:

- مرحلة إدارة تعظيم الأرباح (188-1920): وفي هذه المرحلة كانت المسؤولية الأساسية للأعمال هي تعظيم الأرباح، والتوجه نحو المصلحة الذاتية الصرفة، وأن النقود والثروة هي الأكثر أهمية وأن ما هو جيد لي جيد للبلد.
- مرحلة إدارة الوصاية (أواخر العشرينات حتى بداية الستينات): خلال هذه المرحلة أصبحت المسؤولية الأساسية للأعمال هي تحقيق الربح الملائم الذي يحقق المصلحة الذاتية ومصالح الأطراف الأخرى مثل المساهمين والعاملين، إن النقود مهمة ولكن الأفراد أيضا مهمون، فما هو جيد للشركات جيد للبلد.
- مرحلة إدارة نوعية الحياة (أواخر الستينات حتى الوقت الحالي): وفي هذه المرحلة فإن المسؤولية الأساسية للأعمال تقوم على أن الربح ضروري ولكن الأفراد أهم من النقود، وهذا يحقق المصلحة الذاتية المتتورة للشركات والمساهمين والمجتمع ككل، فما هو جيد للمجتمع جيد للبلد.

3. المسؤولية الاجتماعية في ظل المبادرات الدولية:

تدعمت الممارسات في مجال المسؤولية الاجتماعية بالكثير من المبادرات الدولية، مما أعطى لهذا المفهوم بعدا أكثر أهمية ومصداقية، وكذا جعله أكثر وضوحا للشركات، من بين هذه المبادرات³:

- ◀ مبادرات عالم الأعمال، ميثاق غرفة التجارة الدولية بشأن التنمية المستدامة.
- ◀ مبادرات منظومة الأمم المتحدة والمنظمات الحكومية، إعلان المبادئ الثلاثية حول الشركات متعددة الجنسيات والسياسة الاجتماعية الصادر عن منظمة العمل الدولية، المبادئ التوجيهية لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية بشأن الشركات متعددة الجنسيات، الميثاق العالمي.
- ◀ المبادرات الصادرة عن المنظمات غير الحكومية، توجيهاً لمنظمة العفو الدولية في مسائل حقوق الإنسان في المؤسسات، المدونة الصادرة عن الاتحاد الدولي لل نقابات الحرة، والسكرتاريات المهنية الدولية.
- ◀ المبادرات ذات الطابع الحكومي الصادر عن حكومة الولايات المتحدة، الوثيقة البيضاء الصادرة عن المفوضية الأوروبية.
- ◀ المبادرات التجارية التي وضعتها المؤسسات العالمية ذاتها مثل مختلف مدونات السلوك الفردية، آليات التقارير.
- ◀ الميثاق العالمي للمسؤولية الاجتماعية الصادر في عام 1999، هو من أهم المبادرات التي تعرضت لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

4. مفهوم أصحاب المصلحة ودور الشركات تجاههم:

تطور مفهوم أصحاب المصالح أو ما يسمى بالمستفيدين من وجود أي منظمة أو شركة تطور عبر الزمن، ففي البداية كان الاعتقاد السائد هو أن المالكين هم المستفيدون المباشرون والوحيدون من وجود المنظمة التي أنشئوها، وفي فترات لاحقة عندما انتشرت الشركات المساهمة فإن حملة الأسهم والمالكين هم الجهة ذات الثقل الكبير والتي يفترض أن تتبنى الإدارة أهدافهم المتمثلة في زيادة الأرباح وتعظيم قيمة السهم وتحسين صورة الشركة في المجتمع، وبدأت قائمة أصحاب المصالح تتسع شيئا فشيئا لتحتوي فئات أجددها التطور الاقتصادي والاجتماعي والحضاري والتكنولوجي والمعرفي، فأصبحت هذه الفئة تشمل فئات كثيرة.

الجدول الموالي يوضح بشكل أكثر تفصيلا مظاهر الالتزام الاجتماعي تجاه كل فئة من فئات أصحاب المصلحة:

الجدول(2): مؤشرات تقييم الأداء تجاه أصحاب المصالح

المؤشرات	فئة أصحاب المصالح
تحقيق أكبر الأرباح، تعظيم قيمة السهم، زيادة قيمة المنظمة، رسم صورة محترمة للمنظمة في المجتمع، سلامة الموقف القانوني والأخلاقي.	المالكون
أجور ومرتبات مجزية، فرص ترقية متاحة، تدريب وتطوير مستمر، ظروف عمل صحية مناسبة، عدالة وظيفية، مشاركة بالقرارات.	العاملون
منتجات بأسعار مناسبة ونوعية جيدة، إعلان صادق وأمين، منتجات آمنة عند الاستعمال، يسر الحصول على المنتج أو الخدمة، الالتزام بمعالجة الأضرار عند حدوثها، إعادة تدوير بعض الأرباح لصالح فئات من الزبائن، التزام أخلاقي بعدم خرق قواعد العمل أو السوق.	الزبائن
ربط الأداء البيئي برسالة المنظمة لتقليل المخاطر البيئية، إصدار مدونات بيئية وأخلاقية، إشراك ممثلي البيئة في مجلس الإدارة، مكافآت للعاملين المتميزين بالأنشطة البيئية، جهور لتقليل استهلاك الطاقة وسياسات واضحة بشأن استخدام الموارد، ترشيد استخدام المياه، معالجة المخلفات، حماية التنوع البيئي.	البيئة
دعم البنى التحتية، احترام العادات والتقاليد وعدم خرق القواعد العامة والسلوك، محاربة الفساد الإداري والرشوة، دعم مؤسسات المجتمع المدني، دعم الأنشطة الاجتماعية، دعم المراكز العلمية ومؤسسات التعليم.	المجتمع المحلي
الالتزام بالتشريعات والقوانين، تسديد الالتزامات الضريبية والرسوم، تعزيز سمعة الحكومة والدولة في التعامل الخارجي، احترام مبدأ تكافؤ الفرص بالتوظيف، احترام الحقوق المدنية للجميع دون تمييز، تعزيز جهود الدولة الصحية.	الحكومة
التعامل العادل، أسعار عادلة ومقبلة للمواد المجهزة، تطوير استخدام المواد المجهزة، تسديد الالتزامات والصدق بالتعامل، تدريب المجهزين على مختلف أساليب تطوير العمل.	الموردون
منافسة عادلة ونزيهة وعدم الإضرار بمصالح الآخرين، عدم سحب العاملين من الآخرين بطرق غير نزيهة.	المنافسون
عدم التعصب ونشر روح التسامح نحو الأقليات، المساواة في التوظيف والعدالة في الوصول إلى المناصب العليا، منح تجهيزات للمعوقين، دعم الجمعيات التي تساعد المعوقين على الاندماج في المجتمع، احترام حقوق وخصوصية المرأة، تشجيع التفكير العلمي لدى الشباب ونشر ثقافة التسامح، الاهتمام بكبار السن والمتقاعدين	الأقليات وذوو الاحتياجات الخاصة

الحفاظ على الطفولة واحترام حقوق الأطفال.	جماعات الضغط الأخرى
التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك والنقابات، التعامل الصادق مع الصحافة ووسائل الإعلام، الصدق والشفافية بنشر المعلومات المتعلقة بالمنظمة.	

المصدر: طاهر محسن منصور الغالبي وصالح مهدي محسن العامري ، الإدارة والأعمال، دار وائل للنشر ، عمان الطبعة الثانية، 2008 ،ص-ص: 99-101.

5. أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات:

هناك ثلاثة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية وهي:

← **البعد الاقتصادي:** يشير البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية إلى الحفاظ على حقوق المساهمين من خلال تحقيق الربح وتوزيعه بشكل عادل، مع أهمية الالتزام بممارسات أخلاقية داخل المؤسسات مثل الحوكمة المؤسسية، ومنع الرشوة والفساد، وحق المساهم في الإطلاع والمشاركة في قرارات الشركة، والاستثمار الأخلاقي، حيث يتوجب على المؤسسات تبني وتطبيق مبادئ المسائلة والشفافية والسلوك الأخلاقي، واحترام مصالح الأطراف المعنية، واحترام سيادة القانون في اتخاذ القرارات وتنفيذها وتطوير دليل للحوكمة المؤسسية خاص بها، كما أن المسؤولية الاقتصادية للشركة تعني مساهمتها في تحسين أداء الاقتصاد الوطني سواء في السوق المحلي أو الدولي، وكذا مساهمتها في تحقيق القيمة المضافة.

← **البعد الاجتماعي:** لا بد للشركة أن تساهم في تحقيق رفاهية المجتمع الذي تعمل فيه، وتحسين ورعاية شؤون العاملين فيها بما يعكس إيجاباً على زيادة إنتاجيتهم وتنمية قدراتهم الفنية، وتوفير الأمن الوظيفي والمهني والرعاية الصحية والمجتمعية لهم، ويعد النمط الإداري المنفتح الذي تعمل به المؤسسة حاسماً حيث أن لاعتبار سلوكها الاجتماعي تأثير يتجاوز حدود المؤسسة نفسها، ليشمل عدداً كبيراً من المستفيدين.

فالدور الاجتماعي للشركة يتجاوز مسؤولياتها تجاه موظفيها إلى مسؤوليات أخرى من أهمها: المشاركة في حل المشكلات الاجتماعية، التوظيف، الدعم المالي للمنظمات الخيرية، الاشتراك في بناء وإدارة المراكز الدينية والصحية والرياضية والثقافية، ترسيخ ثقافة العمل التطوعي والخيري بين العاملين فيها، المساندة المستمرة للمجتمع في قضاياها العادلة والوقوف معه في حالات الأزمات والكوارث.

← **البعد البيئي:** لا بد للمؤسسة 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 على تمتع البلاد والأجيال القادمة بهذه الموارد، وعلى المؤسسة أن تعي جميع الجوانب البيئية المباشرة وغير المباشرة ذات الصلة بنشاطاتها، كما عليها استخدام معايير معينة لمعرفة تلك الجوانب البيئية ذات الأثر المتميز، لتتمكن من التحسين الفعال لأدائها البيئي.

6. المداخل الإدارية للمسؤولية الاجتماعية:

يمكن تصنيف المداخل الإدارية للمسؤولية الاجتماعية إلى مدخليين هما⁴:

← **المدخل الرسمية:** يمكن للشركة الاستناد إلى مداخل مخططة لتحقيق التوافق مع بيئتها الاجتماعية، وتشمل أهم هذه المداخل: التوافق القانوني، التوافق الأخلاقي، التبرعات الخيرية.

- التوافق القانوني: يعكس هذا المدخل المدى الذي يمكن للمنظمة التوصل إليه في تحقيق الالتزام بالقوانين والتشريعات المحلية والدولية.

- التوافق الأخلاقي: ويعكس المدى الذي تتوافق فيه ممارسات أعضاء المنظمة مع الأطر والمعايير الأخلاقية الموضوعة أو المتعارف عليها.
- التبرعات الخيرية: وتتمثل في منح التبرعات المالية أو الهدايا العينية للجمعيات الخيرية، أو البرامج الاجتماعية الأخرى.

◀ المداخل غير الرسمية: تتمثل فيما يلي:

- الممارسات القيادية وثقافة التنظيم: يمكن للأنماط القيادية وأشكال الثقافة التنظيمية أن تساهم إلى حد كبير في تحديد مستويات المسؤولية الاجتماعية التي يمكن للتنظيم وأعضائه أن يرقى إليها.
- أنظمة الإنذار أو إطلاق الصفارات: يعني هذا المدخل مبادرة العاملين بالكشف عن أي ممارسات غير قانونية أو أخلاقية يقوم بها البعض الآخر في المنظمة، والطريقة التي تبادر بها المنظمة للتعامل مع هذه النوعية من الممارسات تحدد مستوى استجابتها الأخلاقية والاجتماعية.

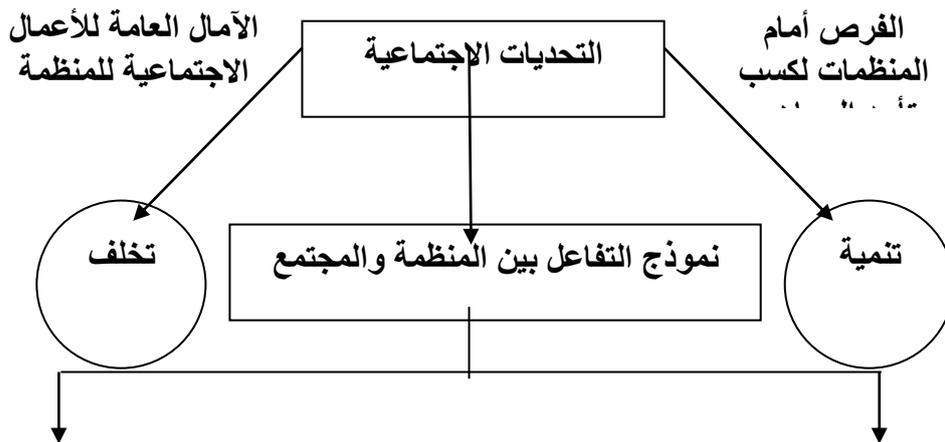
7. دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق التوازن بين الأهداف الاجتماعية والأهداف الاقتصادية:

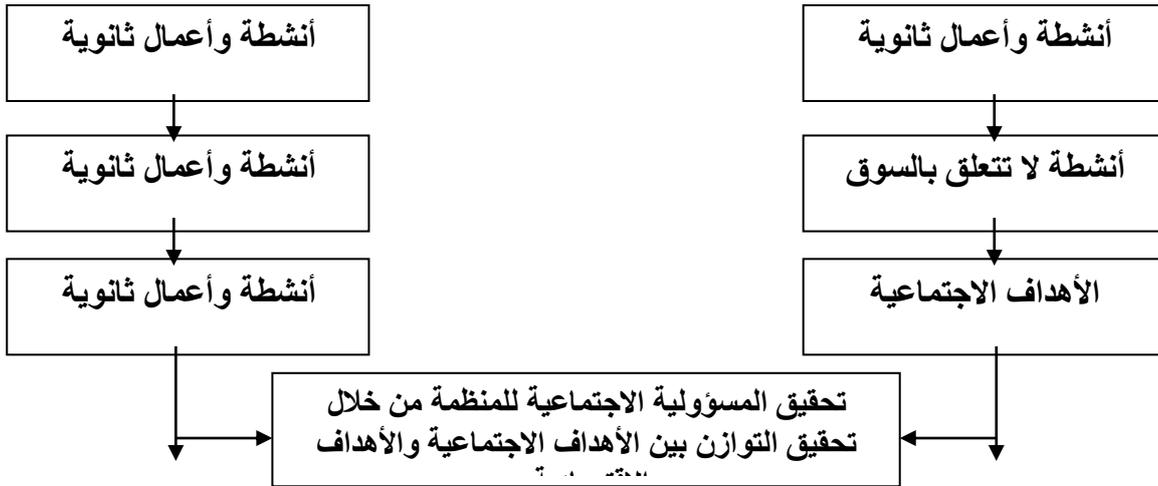
تطور النموذج الاقتصادي حول العالم خفف العبء عن الحكومات في تمويل ودعم المشاريع التنموية التي تهدف إلى استقرار ونمو تلك البلدان، كما أعاد توزيع خريطة الإسهام في المجتمع وفقا للنظرية العالمية المعتمدة على مفهوم نظرية أصحاب المصالح، هذا المفهوم الذي يقلل الاعتماد على نظرية المنفعة الجزئية لينتقل إلى تكوين الدائرة الأكبر وهي دائرة المنافع والإسهامات المتبادلة، التي أعادت توزيع المهام والمسؤوليات بين الحكومات والقطاع الخاص والمجتمع.

حيث ظهرت المسؤولية الاجتماعية كتطور لعلاقة الشركات في المجتمع من ناحية، انطلاقا من مبدأ المواطنة للشركات، وأصبحت المسؤولية الاجتماعية للشركات في وقتنا الحالي عامل تفضيل، وأداة مهمة في أيدي مسيري الشركات لضمان استدامة أعمالهم وتنمية المجتمع⁵

يشير كل من (Keith Davis et William C.Fredderick) إلى أن المسؤولية الاجتماعية تتمثل في تحقيق التوازن بين الأهداف الاجتماعية والأهداف الاقتصادية وذلك من خلال مواجهة التحديات الاجتماعية المختلفة وطالبا أن تكون استجابة المنظمة لتلك المسؤوليات طوعية وليس خوفا من النقد أو التهديد باستخدام القانون، وينصحا منظمات الأعمال بالاستجابة للمتطلبات البيئية والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية تجاهها وإلا فإن المجتمع على المدى البعيد سيسلب مكانتها وقوتها لما أسماه بالقانون الحديدي للمسؤولية الاجتماعية، الشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل(1): التوازن بين الأهداف الاجتماعية والأهداف الاقتصادية





المصدر: محمد الصيرفي، مرجع سابق، ص:23.

و لعل الأسباب التالية تؤكد دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية⁶:

← الموازنة بين الاهتمام بمصلحة المساهمين ومصالح الفئات الأخرى يخلق نوعاً من الإنصاف والعدالة، ويخلق الرضا لدى أفراد المجتمع، خاصة بعد فصل الملكية عن الإدارة.
← لن تتحقق الكفاءة الاقتصادية للمنظمة بمعزل عن التأثيرات الاجتماعية السائدة في المجتمع.
← يعتبر المجتمع من خلال عناصره وفئاته المختلفة هو صاحب الفضل الأول في نجاح المنظمة وتحقيقها للأرباح، فلا أقل من مراعاة عدالة الاهتمام بهذه الفئات ليستمر للمنظمة نجاحها وتحافظ على أرباحها.

← إن المساهمين لن يرضوا بتعظيم الأرباح في الأجل القصير، لكنهم يرغبون في استمرار هذه الأرباح بمعدلات مناسبة مع تحقيق السمعة الطيبة والمركز المرموق لمنظماتهم في الأجل الطويل بمقتضى توطيد العلاقات مع مختلف الأطراف.

← إن العاملين لن يقبلوا حصول المساهمين على الأرباح الطائلة مع عدم استفادتهم وتحقيق رقيهم ورفاهيتهم وهم أصلاً من العناصر الرئيسية في تحقيق هذه الأرباح.

← إن العملاء الذين ينفقون أموالهم للحصول على منتجات تلك المنظمات لن يستمر تعاملهم معها إذا لم تحافظ على أمنهم وسلامتهم، وإذا لم تمدهم بالمعلومات الصحيحة والمنتجات الحديثة.

← المجتمع وعلمائه ومفكروه لن يقفوا دائماً متفرجين وهم يرون تلك المنظمات تستفيد من مختلف موارد المجتمع وعناصره، وتحقق الأرباح، ولا تقدم له أي مساعدة لحل مشاكله الاجتماعية المتعددة التي تكون هي قد تسببت فيها.

و من أهم المجالات التي يمكن أن تتقدم فيها الشركات تجارب ناجحة للمسؤولية الاجتماعية :

← الموارد البشرية من تدريب وتوظيف وخدمات، فالمسؤولية الاجتماعية للشركات تعتبر القناة الأولى في التواصل مع أفراد المجتمع، لرفع ثقافتهم وتحسين أدائهم تجاه قضايا المجتمع .

← إدارة المخاطر التي تواجه الشركات؛ غالباً ما تعتمد الشركات على السمعة في تقديم خدماته، ومتى ما انهارت ثقة المجتمع في هذه الشركات فإن الشركات تتجه بسرعة إلى الإفلاس والاختفاء من السوق، فبناء علاقة إيجابية بين المجتمع والشركة قد يساعد في إدارة بعض المخاطر التي قد تواجه الشركات نتيجة لارتفاع الأسعار أو بعض القضايا التي تمس إدارة وسياسات الشركات .

◀ تميز العلامة التجارية؛ كثير من شركات باستطاعتها أن تبني علاقة إيجابية مع المجتمع من خلال عملها على نفع المجتمع بصورة أخلاقية، تكفل عدم الإضرار بالبيئة أو الطبيعة من حولنا، هذه السمعة الحسنة تخلق للشركات ولاء من عملائها يساعدها في مواجهة المنافسة التجارية من الشركات الناشئة.

◀ امتياز العمل، تفاديا للتدخل الحكومي وفرض التشريعات التي قد تكون مؤثرة على وجود بعض الشركات، تستطيع هذه الشركات المبادرة بخطوات تطوعية تقنع المجتمع والحكومة بأنها تراعي المسائل الاجتماعية كالصحة، والتعليم، والبيئة، وقضايا المجتمع واحتياجاته المختلفة بجانب أهدافها الربحية .

مع الإشارة إلى أن برامج خدمة المجتمع في الشركات ليست تطوعية بل هي واجب وفرض يمليه الانتماء إلى هذا البلد الكريم ويشمل أبناء الوطن مقيمين ووافدين فهو جزء من رد الجميل وتطلع نحو مستقبل أفضل للأجيال القادمة، هذا ما يجب أن يكون جزء من ثقافة المجتمع ومؤسساته إذا ما أردنا حقيقة تفعيل هذا المفهوم للوصول إلى الأهداف المرجوة.

كما أن الجانب المادي هام في تحقيق أهداف خدمة المجتمع ولكن قد لا يكون الأهم وفي هذا تقع بعض وسائل الإعلام والمجتمع من ورائها في مقارنات ومنافسات خاطئة عند المقارنة بين جهود الشركات في خدمة المجتمع على هذا الأساس فالنماذج الناجحة في دعم برامج التنمية بالدولة تؤكد أن جهود كل مؤسسة وشركة إنما ينبع من رؤيتها وأهدافها ونجاحها في أن تتناسب هذه الأهداف مع قدرتها المادية وفي النهاية فالجميع يتكاتف من أجل مصلحة واحدة.

ثالثاً: واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات في الدول العربية:

يعد من الصعب تقييم واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات في الدول العربية وذلك للكثير من الأسباب منها: غياب أي تقارير رسمية حكومية وغير حكومية عن الأداء الاجتماعي للشركات، فضلاً عن أن الكثير من الشركات في الدول العربية لا ترغب أو لا تهتم بالإفصاح عن برامجها في مجال المسؤولية الاجتماعية، إضافة إلى غياب دور الإعلام في هذا المجال، كما أن ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الشركات العربية تعتبر ظاهرة غير منتشرة.

1. نتائج التقرير السنوي التاسع للمنظمات الأهلية العربية: "المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص وتفاعلاته مع المجتمع المدني العربي":

و في محاولة لسد هذه الثغرة، فقد صدر عن الشبكة العربية للمنظمات الأهلية التقرير السنوي التاسع للمنظمات الأهلية العربية بعنوان: "المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص وتفاعلاته مع المجتمع المدني العربي" وهي أول مبادرة على الساحة الأكاديمية العربية، شملت الدراسة إحدى عشر دولة عربية هي: السودان، المغرب، تونس، لبنان، الأردن، مصر، بالإضافة إلى دول مجلس التعاون الخليجي (السعودية، الإمارات، الكويت، سلطنة عمان، البحرين).

وقد توصل هذا التقرير إلى مجموعة من النتائج التي تتعلق بواقع المسؤولية الاجتماعية في الدول العربية، وهي كالتالي⁷:

1.1 نتائج تتعلق بمداخل ممارسة المسؤولية الاجتماعية:

هناك عدة مداخل تتبناها الشركات العربية إزاء سياساتها المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية:

▪ المدخل الانسحابي (العزلة) ومن خلاله تعمل الشركات في إطار محدد وضيق وترتكز على الأهداف المالية.

- مدخل العلاقات العامة، حيث يكون الهدف من برامج المسؤولية الاجتماعية هو تحسين صورة الشركة وتعد هذه البرامج بمثابة التسويق الدعائي.
- المدخل القانوني (المسؤولية القانونية): وفيه تعتبر الشركة أن الإطار القانوني هو الحد الأدنى المطلوب احترامه سواء تعلق الأمر بحقوق العاملين أو القوانين المختلفة المنظمة لنشاطات المنظمة.
- المدخل التكاملي التشاركي، والذي يعتبر من أهم المداخل، وهو يستند إلى التفاعل بين كل من الحكومة ومنظمات المجتمع المدني ومنظمات القطاع الخاص، وهو للأسف غير مطبق في أغلب الدول العربية.

2.1 نتائج تتعلق بفلسفة الشركات تجاه ممارسة المسؤولية الاجتماعية:

يوضح التقرير أن الوعي بأهمية المسؤولية الاجتماعية كان متفاوتا بين الدول العربية، غير أن الكثير من الدراسات أشارات إلى وجود زيادة في الاهتمام والوعي بخصوص هذا الموضوع ومن المؤشرات الدالة على ذلك: تزايد تنظيم ورش العمل العربية التي تضم الحكومة والقطاع الخاص، تزايد الاهتمام الأكاديمي (البحوث والمؤتمرات العلمية). تنامي دور غرف التجارة والصناعية من أجل التشجيع على ممارسة المسؤولية الاجتماعية، بدء الكثير من الشركات الكبيرة في إصدار تقارير عن أدائها الاجتماعي، كما أصبحت تخصص حيزا للحديث عن سياساتها تجاه المسؤولية الاجتماعية في مواقعها الإلكترونية.

3.1 نتائج تتعلق بالتنظيم المؤسسي للمسؤولية الاجتماعية:

← جاء في التقرير أنه يتوافق في أغلب الدول العربية ما يعرف "بالمبادرات الوطنية للمسؤولية الاجتماعية"، وفي الشركات الكبرى هناك ميل نحو تأسيس إدارات متخصصة في المسؤولية الاجتماعية، كما أن هناك توجه لدى شركات القطاع الخاص الكبرى والمؤسسات المالية والتجارية الكبرى نحو إنشاء مؤسسات تعمل على ترجمة قناعاتها في مجال المسؤولية الاجتماعية إلى واقع، وقد تأسس أحيانا جمعيات أهلية من أجل تقديم الخدمات الاجتماعية، غير أن النهج المؤسسي المستقل هو الأكثر انتشارا في الدول العربية، غير أن هناك بعض التحالفات بين الشركات الكبرى ومنظمات المجتمع المدني (أي الجمعيات)، حيث تعتبر هذه الأخيرة كوسيط في مجال العمل المجتمعي.

← تتركز برامج المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص العربي في العواصم والمدن، وهناك اهتمام ملحوظ بالريف في الدول التالية: السودان (مواجهة الفقر)، تونس (تطوير التكنولوجيا)، المغرب (النهوض بالصناعات الصغيرة البيئية).

← معظم الشركات العاملة في مجال الاتصال والهواتف المحمولة كان لها مبادرات قوية في مجال المسؤولية الاجتماعية في كل الدول العربية، مع ملاحظة أن بعضها شركات خاصة متعددة الجنسية.

4.1 المجالات التي تُعنى بها برامج المسؤولية الاجتماعية في الدول العربية:

← تعنى برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات في الدول العربية بالبرامج المتعلقة بمكافحة الفقر، والبيئة وتكنولوجيا المعلومات، وتأتي بعد ذلك حملات التنقيف والتوعية وحماية المستهلك، ثم دعم الثقافة والفنون وأخيرا البحث العلمي.

← برامج تُعنى بتشجيع العمل التطوعي وسط الشباب.

◀ برامج ترتبط باحتياجات وطنية محددة (دعم الريف والفلاحين في تونس، توفير القدرات التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مصر، تنظيم وتعبئة طاقات الشباب نحو العمل التطوعي في السعودية).

و في الأخير خلص التقرير إلى أن هناك تطور ملموس من طرف الشركات العربية تجاه المسؤولية الاجتماعية، وأشار إلى وجود شركات بين الشركات وبين منظمات المجتمع المدني لخدمة المتطلبات الاجتماعية، غير أن هناك عراقيل كثيرة تواجه هذا التقدم مثل غياب البحوث والدراسات في هذا المجال، قلة الكوادر البشرية المؤهلة. ومن أهم المظاهر الايجابية التي تدعم انتشار ممارسة المسؤولية الاجتماعية توجيه الاهتمام نحو الشباب والاهتمام بدعم وتعميق القدرات التنافسية، والاهتمام بتكنولوجيا المعلومات والبيئة وقضايا المرأة.

2. تجارب بعض الدول العربية في مجال المسؤولية الاجتماعية: 1.2 المملكة العربية السعودية:

تعتبر المملكة العربية السعودية من الدول العربية الرائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية وقد قطعت أشواطاً كبيرة في هذا المجال، ولا شك أن الرصيد الثري من المنطلقات الدينية يعتبر الانطلاقة الهامة التي مهدت لازدهار ثقافة المسؤولية الاجتماعية في المملكة العربية السعودية. فالشركات السعودية لم تقصر في المجال الخيري والتطوعي المرتكز على الثقافة الدينية، غير أنه مع الوقت لم تعد هذه الأعمال الخيرية كافية لتحقيق التنمية، وبدأ الاهتمام بموضوع المسؤولية الاجتماعية.

و مع نمو القطاع الخاص بدأت تتبلور ثقافة المسؤولية الاجتماعية بشكل أكثر تنظيماً، ودل على ذلك الكثير من البرامج والخطط والمبادرات، منها: الحملات الوطنية التوعوية التي تستهدف مختلف شرائح المجتمع سواء تلك التي تهتم بترشيد الاستهلاك أو التي تهتم بالتنظيف الصحي أو الحملات التوعوية بخصوص القوانين المرورية أو النظافة أو الاهتمام بالبيئة، بالإضافة إلى كراسي البحث العلمي التي تقدم بها عدد من مؤسسات القطاع الخاص بالتعاون مع الجهات الوطنية من أجل الإسهام في الارتقاء بالمخرجات التعليمية في خدمة المجتمع، بالإضافة إلى برامج التدريب والتوظيف التي تتبناها شركات كبيرة مشهود لها بخدمة المجتمع على امتداد سنوات كثيرة، كما استثمرت الكثير من الشركات في المجالات التي تلبى طموح الشباب، وتناسب مرهلات كثير منهم.

و عند الحديث عن سبل تفعيل برامج المسؤولية الاجتماعية في المملكة العربية السعودية، فإن هذا يقودنا حتماً للحديث عن دور الغرفة التجارية الصناعية⁸ للرياض في تعزيز أداء القطاع الخاص للمسؤولية الاجتماعية، حيث قامت الغرفة في السنوات الأخيرة بتوفير متطلبات أداء المسؤولية الاجتماعية سواء من جانبها بشكل مباشر أو من خلال شركات القطاع الخاص وبدأت بتنفيذ برنامج عمل يسمى "مسؤولية" يستهدف توفير الجوانب التوعوية والتنقيفية والتخطيطية والتنظيمية لتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية، ومن أهم الانجازات المحققة في هذا المجال⁹:

- تنظيم أول ملتقى للمسؤولية الاجتماعية على مستوى المملكة عام 2006، ناقش هذا الملتقى مفهوم وتطبيقات المسؤولية الاجتماعية واستراتيجياتها في منظمات الأعمال الكبرى.
- إنشاء مجلس المسؤولية الاجتماعية: وهو المرجعية لأنشطة ومشروعات المسؤولية الاجتماعية التي تتبناها المنظمات لتنمية المجتمع وتلبية حاجاته، وهو يختص باقتراح الأنشطة والبرامج الاجتماعية التي يتولاها القطاع الخاص.

- إنشاء لجنة تنفيذية بالغرفة للمسؤولية الاجتماعية: تتولى هذه اللجنة إعداد الدراسات حول برامج اقتصادية واجتماعية مستدامة يستعان بها في تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، وإعداد دليل إرشادي باحتياجات المجتمع من برامج المسؤولية الاجتماعية.
- تبني جائزة الغرفة للمسؤولية الاجتماعية (جائزة المسؤولية الاجتماعية): تبنت الغرفة جائزة المسؤولية الاجتماعية والتي ستتيح استيعاب البرامج المتميزة التي تتبناها منشآت القطاع الخاص وأصحاب الأعمال، وتتكون الجائزة من وثيقة منح الجائزة وتحل اسم الغرفة وشعار الجائزة واسم الفائز ومبررات المنح، وهدية تذكارية.
- إعداد دليل إرشادي لبرامج المسؤولية الاجتماعية.
- إنشاء قاعدة بيانات لبرامج المسؤولية الاجتماعية.
- التنسيق مع الشركات الرائدة في أداء المسؤولية الاجتماعية للاستفادة من تجاربها وتعميمها.
- إبرام اتفاقيات تعاون لتبادل الخبرات بين مختلف الغرف التجارية الصناعية.
- تنظيم أول معرض للمسؤولية الاجتماعية، وذلك خلال الفترة من 22 إلى 24 مايو 2011 في العاصمة السعودية الرياض.

و هناك العديد من الشركات الرائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية منها : شركة الاتصالات السعودية، شركة صافولا، شركة أرامو، مصرف الراجحي، البنك الأهلي السعودي.

2.2 تجربة جمهورية مصر العربية:

- بدأت مصر في السنوات الأخيرة سعيها إلى التقدم بخطوات ايجابية وعملية في مجال تطوير برامج المسؤولية الاجتماعية، ولعل من أهم السياسات التي تم تحقيقها في هذا الصدد¹⁰:
- قيام البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة، وبالتعاون مع مكتب الميثاق العالمي ومركز المديرين المصري بتأسيس المركز المصري لمسؤولية الشركات، لكي يصبح هذا الكيان الجديد دعامة وطنية رئيسية لوضع استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية للشركات في إطار النماذج الفعالة والناجحة.

ومهمة المركز تتلخص في تقديم كل ما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر من خلال إدارة المعلومات وتقديمها «بشكل مهني وعلى المستوى المطلوب وزيادة الوعي لدى رجال العمال بأهمية مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات والعمل على تحسين قدراتهم في ضوء الممارسات الجيدة والمسئولة والتي تؤدي إلى وضع استراتيجيات مستدامة للمسؤولية».

- كما تم إطلاق المؤشر المصري للمسؤولية الاجتماعية للشركات لتكون مصر أول دولة عربية وأفريقية تقوم بتطبيق هذا المؤشر والثانية على المستوى العالمي بعد الهند، ويندرج تحت هذا المؤشر 30 شركة مقيدة بالبورصة وينتظر أن ساهم في زيادة روح المنافسة بين الشركات في إطار احترام قواعد المسؤولية الاجتماعية للشركات بقواعدها الأربعة احترام حقوق البيئة، واحترام حقوق الإنسان، واحترام حقوق العاملين، البعد عن أي معاملات بها شبهة فساد .

3.2 البحرين:

تعتبر البحرين من الدول العربية الرائدة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في مؤسسات القطاعين العام والخاص، ومن أهم الانجازات في هذا المجال:

- مبادرة وزارة التنمية الاجتماعية لتشجيع الشراكة الاجتماعية من خلال إطلاق مشروع بورصة المشروعات التنموية التي دشنت أكثر من 20 مشروعاً ومن تحديد مدى ملائمتها لحاجة المجتمع للبحث عن ممول لها من القطاع الخاص، وبلغت ميزانية هذه المشاريع مجتمعة حوالي 10 ملايين دينار بحريني تم تمويل أكثر من 80% منها، كما جعلت وزارة الداخلية الشراكة

المجتمعية الوطنية واقعا على الأرض من خلال تنفيذ فكرة شرطة المجتمع، وصندوق تمويل العمل الأهلي الاجتماعي والذي يهدف إلى دفع التعاون بين القطاع الخاص ومنظمات المجتمع المدني، وبرنامج الشراكة المجتمعية لإدارة دور ومراكز الوزارة من قبل الجمعيات الأهلية والقطاع الخاص وتم التعاون مع البنك الدولي في وضع خطة لهذا المشروع.

■ تم اختيار البحرين مقرا للجمعية العربية للمسؤولية الاجتماعية ويأتي هذا الاختيار تقديرا لجهودها ودورها الريادي والإبداعي في الخدمة البشرية وتجربتها المتميزة في حقل المسؤولية الاجتماعية، إضافة إلى خلق مكتسبات تعزز من دورها في التنمية المستدامة على المستوى العالمي.

■ كما تأسست في البحرين الجمعية البحرينية للمسؤولية الاجتماعية والتي تهدف إلى توجيه الشركات العامة والخاصة والمؤسسات الحكومية على الطريقة الصحيحة في صرف الأموال المرصودة لخدمة المجتمع والمساهمة في مشاريع تعم بتطوير التنمية المستدامة بمملكة البحرين، وتركز الجمعية على أربع أساسيات لتنمية المشاريع وهي خدمة الاقتصاد والأفراد والبيئة والتراث، بالإضافة إلى ممارستها لدور تثقيفي شراكي وانجازي في ذات الوقت، حيث تعمل على تثقيف الشركات بأهمية المسؤولية الاجتماعية

■ شكلت وزارة الصناعة والتجارة عبر إدارة المواصفات والمقاييس لجنة فنية لدراسة مشروع المواصفة الدولية للمسؤولية الاجتماعية (ISO 26000) ، وذلك تجاوبا مع ما أعلنته المنظمة الدولية للتقييس.

■ كما أطلقت البحرين أول بورصة للمسؤولية الاجتماعية في الشرق الأوسط بهدف قياس حجم التدفقات النقدية التي تضخها الشركات للأعمال الخيرية والتنمية في المملكة. قد فازت شركة بحرينية وهي شركة الخليج لصناعة البتروكيماويات بالجائزة العربية للمسؤولية الاجتماعية عن فئة المؤسسات المتوسطة خلال هذا العام (2011).

■ يوجد موقع الكتروني يعنى بكل ما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية في البحرين، ويقدم خدمات استشارية للشركات في هذا المجال.

4.2 الإمارات العربية المتحدة:

تضاعفت التدابير ذات الصلة بالمسؤولية الاجتماعية في دولة الإمارات العربية المتحدة خلال السنوات الخمس الأخيرة بصورة ملحوظة، وبلغت تلك التدابير في العام الحالي 2010 ذروتها نحو تطبيق مبادئ الميثاق العالمي للأمم المتحدة العشرة في ضوء النهج الاستراتيجي الذي ارتأت الحكومة الاتحادية المضي فيه.

■ في الأول من شهر آذار/مارس 2010، كشف صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي، النقاب عن إستراتيجية الإمارات الوطنية 2011 – 2013، وقد تصدرت المسؤولية الاجتماعية الأولويات السبعة لتلك الإستراتيجية؛

■ في السادس من شباط/فبراير 2010، أقر مجلس الوزراء الإماراتي رؤية الإمارات الوطنية 2021، وحرص على أن تعتلي المسؤولية الاجتماعية ركناتها الأساسية.

■ في 23 فبراير 2010، أعلنت مبادرة "زايد العطاء" عن تأسيس أكاديمية الإمارات للمسؤولية الاجتماعية في العاصمة أبوظبي لتكون الأولى من نوعها في الوطن العربي، ويهدف هذا البرنامج إلى تفعيل مشاركة القطاع الخاص وتبنيه البرامج التنموية والاجتماعية والاقتصادية في المجالات الصحية والتعليمية والبيئية الثقافية للفئات المحتاجة من شرائح المجتمع، وترسيخ ثقافة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات.

■ كما تم تأسيس أكاديمية الإمارات للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في العاصمة أبوظبي، في بادرة هي الأولى من نوعها في الوطن العربي، في إطار الجهود التي تبذل لترسيخ ثقافة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ما بين مؤسسات الدولة وبالأخص القطاعات الخاصة، حيث تركز الأكاديمية على عقد دورات وبرامج تعليمية وتدريبية متخصصة تتناول أساسيات ومعايير ومبادرات المسؤولية الاجتماعية واستراتيجيات المؤسسات المختلفة في هذا الجانب، ولا شك في أن ذلك من شأنه أن يعزز ثقافة المسؤولية الاجتماعية بين أفراد المجتمع.

كما احتلت الإمارات المرتبة الأولى على المؤشر العربي للتنافسية المسؤولة في سنة 2009 ما يعكس التزام الدولة بالممارسات المسؤولة والمستدامة، حيث تظهر أن ممارسات الأعمال المسؤولة في الدولة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بتعزيز القدرة التنافسية، وتطوير القوى البشرية والابتكار.

كما أن الإمارات كانت قد أسست من قبل مركز أخلاقيات الأعمال الذي أطلق في غرفة تجارة وصناعة دبي عام 2004 وهو يعتبر المركز الأقدم والأهم من نوعه في الإمارات، نظراً لدوره البارز في الترويج لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للأعمال، حيث يشجع أعضاء الغرفة على تطبيق ممارسات الأعمال المسؤولة التي تسهم في تعزيز أداء مؤسساتهم وقدراتهم التنافسية.

نالت موانئ دبي العالمية مشغل المحطات البحرية العالمي جائزة المسؤولية الاجتماعية للشركات في حفل توزيع جوائز لويدز العالمية في لندن (2011). وتأتي الجائزة اعترافاً بمبادرات موانئ دبي العالمية المتعددة التي تهدف إلى تطوير مجتمعات الموانئ وبناء البنية التحتية للخدمات الصحية في المناطق التي تعمل فيها الشركة وجهودها الرامية إلى إيجاد الحلول لمشكلة القرصنة البحرية.

5.2 الأردن:

على الرغم من أن النشاط البحثي الأكاديمي المتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للشركات مزدهر بشكل كبير في الأردن، إلا أن الممارسة العملية لهذا المفهوم لا تزال محدودة بين الشركات الأردنية بالرغم من بروز العديد من الجهود في هذا المنحى، حيث عقد أول ملتقى للمسؤولية الاجتماعية في الأردن في عام 2007 وكان يهدف إلى تفعيل الوعي العام بين القطاعين العام والخاص في المملكة بأهمية تبني نهج المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي، في ظل التغييرات المتلاحقة التي يشهدها الأردن على الصعيدين الاقتصادي والاجتماعي، كما أطلق المؤتمر الوطني الأول للمسؤولية الاجتماعية مشروع بناء المنتدى الأردني لمسؤولية الشركات الاجتماعية؛ وذلك بهدف نشر ثقافة مواطنة الشركات، والممارسات الأفضل للمسؤولية المجتمعية، وقد تم إطلاق هذا المنتدى في عام 2011، وتتمثل أهدافه في النهوض بدور القطاع الخاص وتشجيع ممارساته الاجتماعية المسؤولة وتنسيق جهوده إضافة إلى سعي المنتدى لبذل جهد تنسيقي لإظهار الأولويات في مجال العطاء الاجتماعي وتجنب التكرار والازدواجية والتوظيف الأفضل للموارد، كما يهدف المنتدى إلى رصد ومواكبة المعلومات والتقارير عن الممارسات الاجتماعية المسؤولة سواء لدى الشركات الخاصة أو مؤسسات القطاع العام والمؤسسات المتوسطة والصغيرة، مع إمكانية إصدار تقرير سنوي عن حالة المسؤولية الاجتماعية للشركات والمؤسسات الأردنية.

و دائماً في سبيل تطوير الممارسات المسؤولة في المجتمع صدر مؤخراً (سنة 2011) تقرير عن المجلس الاقتصادي والاجتماعي في الأردن بعنوان: "المسؤولية المجتمعية للشركات ومؤسسات المجتمع المدني في الأردن" عرض هذا التقرير مقترحا لتنظيم أدوار المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص والمنظمات الأهلية من خلال تأسيس تنسيقية تقوم على الربط بين

حاجات المجتمعات المحلية المدروسة من قبل الجهات الحكومية، وغيرها من مؤسسات المجتمع المدني، وبين المبادرات الاختيارية التي تقبل بها الشركات ومؤسسات الأعمال والجمعيات الأهلية من جهة، والدور المناط بمؤسسات المجتمع المدني من جهة أخرى لخدمة المجتمع والبيئة المحلية.

رابعاً : الخاتمة (نتائج وتوصيات هامة):

هناك علاقة متبادلة بين قطاع الأعمال والمجتمع، حيث أن المجتمع يمثل صمام الأمان لضبط وقياس مدى نوعية تأثير قطاع الأعمال على خطط وبرامج التنمية المستدامة، وهنا يكمن الدور الأخلاقي لقطاع الأعمال من خلال ضمان استدامة العقد الاجتماعي بينه وبين مختلف أطراف المجتمع، هذا العقد يتجسد من خلال المسؤولية الاجتماعية التي أضحت اليوم واجبا يجب أن تهتم الشركات بالالتزام به، حتى تحافظ من جهة على استمرار نشاطاتها في المجتمع وحتى تسهم فعليا في تجسيد المفهوم الحقيقي لمواطنة الشركات، وقد قادتنا هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

1. نتائج الدراسة:

■ ما تزال كثير من الشركات العربية لا تفقه المفهوم الحقيقي للمسؤولية الاجتماعية وتعتبره عملا هامشيا يرتبط بوضعيتها المالية وتعتقد أنه يتجسد فقط في شكل مساعدات مادية، في حين أن نجاح المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للشركات، يتطلب الالتزام بعدد من المعايير المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية، التي من بينها قيام الشركات بدورها بالمسؤولية الاجتماعية المرتبطة باحترام البيئة الداخلية للشركة(العاملين)، والبيئة الخارجية التي تعمل في محيطها الشركة (أفراد المجتمع)، وكذلك توفير الدعم والمساندة اللازمة للمجتمع للنهوض بمستواه الاجتماعي والحضاري، وكذلك حماية البيئة المحيطة، من خلال توفير المنتج والقيام بالمبادرات وتقديم البرامج التي تخدم البيئة وتعمل على التحسين من الظروف البيئة للمجتمع، من خلال معالجة المشكلات البيئية المختلفة.

■ بالرغم من بعض النجاحات التي حققتها القطاع الخاص في دول عربية عديدة، في مجال المسؤولية الاجتماعية، إلا أنه يتركز في مجمله في شكل الهبات والمساعدات والأعمال الخيرية ذات الطابع المادي مما يجعل أثره الفعلي على التنمية ضعيفا، كما أنه لا يتعدى المبادرات الشخصية، ويفتقر إلى التنظيم والارتباط بحاجات المجتمع، ولا يتم ممارسته في إطار إستراتيجية محددة سلفا.

■ إذا ما قارنا بين درجة ممارسة المسؤولية الاجتماعية بين الدول العربية المختلفة، فإننا سنلاحظ أنها أكثر انتشارا في دول الخليج العربي، وهي متطورة في هذه الدول وتشهد نضجا مستمرا في هذا المجال، في حين تقل مبادرات المسؤولية الاجتماعية بشكل ملفت في دول المغرب العربي، حيث تغيب ثقافة فهم وممارسة المسؤولية الاجتماعية، كما يغيب أي تنظيم مؤسسي لها وأي تحفيز من قبل الحكومات في هذه الدول.

■ يلاحظ وجود نقص كبير في البرامج التي تهتم بالتوعية بدور القطاع الخاص في التنمية، إضافة إلى ضعف التنسيق بين الجهات المنظمة للعمل الاجتماعي، ونقص في الحوافز المخصصة لأصحاب الأعمال لحثهم وتشجيعهم على المساهمة في أداء المسؤولية الاجتماعية.

■ غياب الخطط والإستراتيجيات الواضحة لممارسة القطاع الخاص مسؤولياته الاجتماعية، وغالبا ما يتم إعداد برامج المسؤولية الاجتماعية في الشركات العربية من دون التعرف على الاحتياجات التنموية الحقيقية للمجتمع، وذلك بسبب عدم التنسيق بين الحكومة والشركات في هذا المجال.

■ تنحصر معظم جهود الشركات العربية في مجال المسؤولية الاجتماعية في أعمال خيرية غير تنموية مرتبطة بإطعام فقراء أو توفير ملابس أو خدمات لهم، دون التطرق إلى مشاريع تنموية تغير المستوى المعيشي للفقراء بشكل جذري ومستدام، يضاف إلى هذا المشكل مشكل آخر هو قلة الخبرات والكفاءات للشركات العربية في مجال المسؤولية الاجتماعية.

■ تحتاج سياسات وبرامج المسؤولية الاجتماعية للموارد المالية والبشرية، لذلك فإننا نجد أنها ترتبط بشكل مباشر بالنتائج المالية للشركة، حيث تنتشر ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الشركات العربية الكبيرة والمعروفة وتلك التي لها شراكات مع شركات أجنبية نظرا لأن هذه الشركات لها كفاءة اقتصادية عالية، وتحقق مردودا ماليا كبيرا يمكنها من الاهتمام ببرامج المسؤولية الاجتماعية والاشتراك فيها، على عكس الشركات الصغيرة والمتوسطة التي تفضل توجيه مواردها إلى النمو والتوسع ومضاعفة الأرباح بدلا من المشاركة في التنمية الاجتماعية.

2. توصيات تتعلق بالسياسات الواجب إتباعها لتشجيع ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الدول العربية:

■ أهمية وضع الإطار التشريعي للمسؤولية الاجتماعية في الدول العربية، بما يتضمنه ذلك من إصدار قوانين تضمن حفاظ الشركات العربية على التزاماتها ومسؤولياتها تجاه المجتمع.

■ وضع إطار مؤسسي ينظم الجهود المبذولة في مجال المسؤولية الاجتماعية ويقوم بالتنسيق بين دور كل من القطاع الخاص والقطاع العام ومنظمات المجتمع المدني في سبيل تحقيق أهداف تنموية تقوم سابقا الحكومة بتحديدتها وتركز فيها على الجوانب الاجتماعية، مع إمكانية خلق كيانات تنظيمية على المستوى العربي في مجال المسؤولية الاجتماعية.

■ ضرورة تنسيق برامج المجتمع للشركات في إطار واحد لجعلها أكثر فعالية يتم يكون هذا التنسيق بين أطراف عدة منها: الشركات، الحكومة، القطاعين الخاص والعام، المجتمع المدني، والتنسيق والعمل المشترك وتوحيد الجهود في إطار رؤية شاملة سيؤمن الاستغلال الأمثل لموارد الشركات مما يجعل نتائج هذه الجهود تتضاعف ومردوده عظيم الأثر والفائدة، وإذا ما وصلنا حتى إلى تنسيق جزئي بين الشركات النفع العام وقطاعات التنمية الوطنية بالدولة فهذا يسهم في التنمية بشكل كبير.

■ تشجيع العمل العربي المشترك في مجال المسؤولية الاجتماعية، وذلك من خلال تبادل الخبرات والتجارب سواء على مستوى الحكومات أو على مستوى الشركات، وعلى غرار بادرة الجائزة العربية للمسؤولية الاجتماعية من المهم الاتفاق على مفهوم عربي موحد يشرح المسؤولية الاجتماعية وكذا المساهمة المشتركة في غرس ثقافة المسؤولية الاجتماعية في كل الدول العربية.

■ انسجاما مع المعتقدات الدينية الأصيلة من المهم العمل على تفعيل مفهوم الوقف من خلال نشر الوعي بين كافة أفراد المجتمع حوله وإيضاح الأهداف المتوخاة منه وخاصة تلك المتعلقة بالجوانب الاجتماعية والتنموية، مع ضرورة التأكيد على الإدارة الجيدة للوقف.

■ ضرورة نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية من خلال المنظمات المؤثرة في الأفراد، وفي مقدمتها المساجد، والمنشآت التعليمية، وأجهزة الإعلام، وإصدار نظام شامل ينظم أداء الأعمال المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية، مع تضمينه نظاما فاعلا للحوافز، لتحقيق المنافسة بين الشركات في تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية، مع تطوير التشريعات الأخرى ذات الصلة.

■ إنشاء قاعدة بيانات عربية لأداء المسؤولية الاجتماعية، من بين محتوياتها معلومات عن الشركات العربية التي تنشط في مجال المسؤولية الاجتماعية، والجهات المرجعية للتنسيق والمشورة معها (مثل الجمعيات الخيرية وشركات القطاع العام)، والخبرات والتجارب الممكن تبادلها، والجهود المبذولة من قبل الشركات في مجال المسؤولية الاجتماعية وآثارها على المجتمع والتنمية.

■ يجب أن تسهم الحكومات العربية في مساعدة الشركات على القيام بدورها الاجتماعي والبيئي، يتحقق ذلك من خلال تقديم تسهيلات ودعم معنوي لهذه الشركات لتشجيعها على إطلاق برامجها الاجتماعية ببسر وسهولة، مثل توفير المعلومات وتنسيق الجهود وجمعها تحت مظلة واحدة وإيجاد التكامل بينها وتشجيع المبادرات المبتكرة ومكافأتها معنويا، وأيضا التأكيد على الشركات بضرورة إشراك شباب المجتمع والعاملين بها في مبادراتها وبرامجها للتوعية بأهمية العمل التطوعي، ويبقى الإعلام هو اللاعب الأبرز في توعية المجتمع بالمسؤولية الاجتماعية وتعديل المفاهيم الخاطئة بخصوصها.

■ إجراء المزيد من الدراسات الأكاديمية والتطبيقية العربية في مجال المسؤولية الاجتماعية وواقعها في الدول العربية، للاستفادة منها في رسم الخطط التنموية وسياسات المسؤولية الاجتماعية القائمة على أساس هذه الخطط، وتبادل الخبرات بين الشركات العربية في هذا المجال.

■ وضع مؤشر عربي للمسؤولية الاجتماعية، للتمكن من المقارنة بين أداء المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركات في الدول العربية المختلفة، وليكون بادرة لتشجيع كل الشركات على الاهتمام بهذا الجانب.

الهوامش:

¹ حسين رجب، المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في التنمية الاقتصادية في الدول العربية، (2011/10/2)، www.hragap.elaphblog.com

² نجم عبود نجم، أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، الطبعة الأولى، 2006، ص:ص:201-202.

³ حسين الأسرج، "المسؤولية الاجتماعية للشركات"، مجلة جسر التنمية، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الدول العربية تصدر عن المعهد العربي للتخطيط بالكويت، العدد90، فبراير 2010، ص:ص:5-6.

⁴ عبد الرحمن إدريس، إدارة الأعمال (نظريات ونماذج تطبيقية)، الدار الجامعية، الإسكندرية، بدون رقم طبعة، 2007، ص:ص:194-192.

⁵ عامر الحسيني، الدور الاستراتيجي للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق التنمية المستدامة، (2011/11/11)، http://www.aleqt.com/2011/09/26/article_583928.html

⁶ محمد الصيرفي، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، الطبعة الأولى، 2007، ص:ص:24-25.

⁷ أماني قنديل، التقرير السنوي التاسع للمنظمات الأهلية العربية (المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص وتفاعلاته مع المجتمع المدني العربي)، (تاريخ الزيارة: 2011/11/12)، <http://www.shabakaegypt.org/ninthrep.html#>.

⁸ أنشأت الغرفة التجارية الصناعية بالرياض عام 1961 لتقوم بدعم ورعاية القطاع الخاص في منطقة الرياض وتطوير وتنمية أنشطته من خلال خدمات متعددة مثل خدمات الاستثمار والمعلومات والتدريب والفعاليات التثقيفية وغيرها.

⁹ عسكر الحارثي، دور الغرف في تعزيز أداء القطاع الخاص للمسؤولية الاجتماعية(الغرفة التجارية الصناعية بالرياض نموذجا)، ورقة عمل مقدمة الى المؤتمر الثاني لمواطنة الشركات والمسؤولية الاجتماعية، صنعاء، اليمن، 24-26 يونيو 2009، ص:ص:13-14.

¹⁰ حسين عبد المطلب الأسرج، المسؤولية الاجتماعية للشركات: التحديات والآفاق من أجل التنمية، (2011/10/11)، <http://www.swmsa.net/articles.php?action=show&id=1957>

- قائمة المراجع:**
1. أماني قنديل، التقرير السنوي التاسع للمنظمات الأهلية العربية (المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص وتفاعلاته مع المجتمع المدني العربي)، (تاريخ الزيارة: 2011/11/12)، <http://www.shabakaegypt.org/ninthrep.html#>.
 2. حسين الأسرج، "المسؤولية الاجتماعية للشركات"، مجلة جسر التنمية، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الدول العربية تصدر عن المعهد العربي للتخطيط بالكويت، العدد 90، فبراير 2010، ص-ص: 5-6.
 3. حسين الأسرج، المسؤولية الاجتماعية للشركات: التحديات والآفاق من أجل التنمية، <http://www.swmsa.net/articles.php?action=show&id=1957>، (2011/10/11).
 4. حسين رجب، المسؤولية الاجتماعية للشركات دورها في التنمية الاقتصادية في الدول العربية، <http://hragab.elaphblog.com/posts.aspx?U=2108&A=19829>، (2011/10/2).
 5. عامر الحسيني، الدور الاستراتيجي للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق التنمية المستدامة، http://www.aleqt.com/2011/09/26/article_583928.html، (2011/11/11).
 6. عبد الرحمن إدريس، إدارة الأعمال (نظريات ونماذج تطبيقية)، الدار الجامعية، الإسكندرية، بدون رقم طبعة، 2007، ص-ص: 192-194.
 7. عسكر الحارثي، دور الغرف في تعزيز أداء القطاع الخاص للمسؤولية الاجتماعية (الغرفة التجارية الصناعية بالرياض نموذجاً)، ورقة عمل مقدمة الى المؤتمر الثاني لمواطنة الشركات والمسؤولية الاجتماعية، صنعاء، اليمن، 24-26 يونيو 2009، ص ص: 13-14.
 8. محمد الصيرفي، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، الطبعة الأولى، 2007، ص-ص: 24-25.
 9. نجم عبود نجم، أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2006، ص-ص: 201-202.
 10. نعمة عباس الخفاجي وطاهر محسن الغالبي، قراءات في الفكر الإداري المعاصر، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، بدون رقم طبعة، 2008، ص: 292.