المسؤولية الاجتماعية للشركات : الإطار النظري وإمكانية التطبيق العملي في الجزائر

طالبة دكتوراه :حدو سميرة أحلام •

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

جامعة الشلف–الجزائر

الدكتور محمد فلاق[1]

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

جامعة الشلف– الجزائر

Abstract: The relationships between business and society have been studied for decades with outcomes being influenced by the prevailing economic paradigm at a specific point in time. If the idea that business has duties towards society, and more specifically towards identified constituents (i.e., the stakeholders), is widely acknowledged, it is only since the 1950s and 1960s that society's expectations have dramatically changed, that is, increased. This article will examine first the various contributions to the CSR concept and will draw upon proposed paradigms to identify the core elements of CSR. Secondly, it will explore the implications inferred by the development of the stakeholder model through the stakeholder literature.

• طالبة دكتوراه، سنة أولى تسويق وادارة اعمال المؤسسات بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشلف.

[11]أستاذ محاضر ب بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية علوم التسيير جامعة الشلف.

تمهيد :

لقد كان هناك على الدوام اعتقاد يتزايد بأن الأعمال لا تعمل بشكل أفضل وبكفـــاءة أعلـــى إلا إذا ركزت الشركة فيها على تعظيم الربح وأعطيت الحرية في أداء وظائفها من أجل ذلك. مما يـــدعم مطالـــب الأعمال في ذلك هو الادعاء بأن شركات الأعمال حتى عندما تعمل من اجل مصلحتها الخاصة فإنها تحقـــق مصلحة المجتمع ككل. فما هو جيد لشركة الأعمال هو جيد للمجتمع وهذا هو أســـاس مفهـــوم مواطنـــة الشركة. لهذا كان دعاة الأعمال يرون أن ما يمكن أن ينتج عن ذلك في كل الأحوال هو الأفضل بالمقارنة مع الحالات الأخرى التي تقيد وتحد من حرية الأعمال واستقلالها. وهو أفضل من توجيه الأعمال نحو أهـــداف والعمل وفق معايير لا تنسجم مع مسؤولياتها الأولى في تعظيم الأرباح. والواقع أن هذه المفاهيم كانت تمثـــل اتجاه حرية الأعمال وأولوية الأهداف الاقتصادية التي تعمل من أجلها شركات الأعمال في مرحلـــة يمكـــن تسميتها بمرحلة تعظيم الأرباح.

وفي مقابل ذلك كان هناك من يرى أن الأعمال يجب أن تعمل من اجل رفاه المجتمع وتطـــوره. وان موارد المجتمع التي توضع تحت تصرف الشركات يجب أن لا تستخدم بأية طريقة تتعارض مع مصلحة المجتمع. ومتى ما ظهر أن هذه الشركات تعمل ضد مصلحة المجتمع يكون من الضروري عندئذ فرض مصلحة المجتمـــع عليها بقوة القانون. وهذه المفاهيم هي ما تعرف باتجاه المسؤولية الاجتماعية والقانون الحديـــدي للمســـؤولية وتكامل الأهداف الاقتصادية والاجتماعية وبمرحلة الاستجابة الاجتماعية.

لقد نمت وتطورت المسؤولية الاجتماعية كنتيجة طبيعية لإخفاق الأعمال في الاستجابة لاحتياجـــات بيئتها الاجتماعية ولمصالح الأطراف الأخرى فيها. فهي نتاج المشكلات الكثيرة والأزمات العديدة التي ارتبطت بحرية الأعمال ونظرتها الضيقة لمصلحتها الذاتية على حساب المجتمع الذي تعمل فيه. لهـــذا لم يكـــن ممكنـــا الاستمرار بحرية الأعمال خاصة بعد أن بدأت شركات الأعمال تواجه ظروفا جديدة ووعيا اجتماعيا وبيئيـــا ومفاهيم جديدة تقوم على المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال من اجل مراعاة مصالح الأطراف الأخرى ومصلحة المجتمع ككل.

مشكلة الدراسة

تكمن المشكلة البحثية في تصاعد الاهتمام بالحديث عن المسؤولية الاجتماعية بين مختلف الأوســـاط الحكومية والتجارية والعلمية، وتزايد محاولات تطبيقها من جانب الشركات التي تعمل على إحداث توازن بين المسؤولية الاجتماعية مع المسؤوليات الأخرى للشركة، وخاصة مسؤوليتها الاقتصادية أمام أصحاب الأسهم، كما تزايد اهتمام الحكومة بمحاولة نشر مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، الأمر الذي يتطلـــب تقـــديم دراسات تهدف إلى محاولة التأصيل العلمي لهذا المفهوم ومحاولة تقديم أنموذج علمي عملـــي يمكـــن لجميـــع

الشركات الجزائرية من خلاله تطبيق المسؤولية الاجتماعية.و بناء على ما تقدم، فإننا من خلال هذه الدراسة سنحاول الإجابة على أربعة أسئلة رئيسة هي:

- كيف نشأ وتطور المفهوم العلمي للمسؤولية الاجتماعية للشركات؟
- ما هو المفهوم العلمي الشامل للمسؤولية الاجتماعية للشركات؟
- ما هي الدوافع التي تشجع الشركات على الاضطلاع بمسئوليتها الاجتماعية وكذلك التحديات التي تواجهها للقيام بدورها الاجتماعي؟
- ما هي الإستراتيجية العملية لتطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات الجزائرية؟

أهمية الدراسة

يعد موضوع المسؤولية الاجتماعية من الموضوعات التي تعاني المكتبة العربية من قلتها، فالبحوث والدراسات العلمية قليلة – على حد علم الباحث – فلم يلق موضوع المسؤولية الاجتماعية حتى الآن في الوطن العربي ما يستحق من اهتمام من جانب الباحثين والممارسين من خلال المسح المكتبي لعدد من المكتبات الجزائرية والعربية، ومن هنا تنبع الأهمية العلمية للدراسة حيث تحاول دراسة وتحليل جانب الاهتمام الاجتماعي للشركات من خلال تقديم الإطار الفكري بمنهجية علمية تحليلية. كما تستمد الدراسة أهميتها من خلال إسهام الباحث بوضع إستراتيجية عملية لتطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات الجزائرية.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى تحقيق بعض الأهداف المرتبطة بموضوع المسؤولية الاجتماعية الشركات ، ومن أبرز تلك الأهداف ما يلي:

- محاولة الإسهام في الكشف عن تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات بكافة أبعاده.
- محاولة تبيان الأسس المنطقية الفلسفية والعلمية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- محاولة الإسهام في بناء إطار عملي يحمل إستراتيجية لتطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات في الجزائر.

الإطار النظري للدراسة

تمهيد:

حتى تتفاعل المنظمة مع الأطراف والنظم الخارجية والداخلية، يجب أن تأخذ في الحسبان الأثر الذي تحدثه قراراتها وسلوكياتها تجاه هذه القوى، فلكل طرف له علاقة تبادلية مع المنظمة، وعلى المنظمة أن تعظم هذه العلاقة بما يؤدي إلى إرضاء وتحقيق أهداف مختلف الجوانب البيئية وفي نفس الوقت يجب ألا يتعارض هذا مع الأهداف التي تسعى المنظمة إلى تحقيقها.

إن التأثيرات والعلاقات التبادلية بين المنظمة والبيئة الخارجية يطلق عليها المسؤولية الاجتماعية للشركات، وهي في ابسط معانيها علاقة اخذ وعطاء في حدود القوانين والقيم والأخلاق والمبادئ الاجتماعية للمجتمع الذي توجد فيه المنظمة.

1 – نشأة المسؤولية الاجتماعية ومفهومها وأهميتها

1-1 مصطلح المسؤولية الاجتماعية: لقد ظهر مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الدراسات السابقة بعدة مسميات، حيث سمي مواطنة الشركات[1]، كما عرف بالمسؤولية الاجتماعية للشركات[2]، كذلك ظهر تحت مسمى الأداء الاجتماعي للشركات[3]،كما عرف بإدارة أصحاب المصالح[4]. إن القاسم المشترك بين هذه المفاهيم هو الفكرة القائلة أن الشركات يجب أن لا تكون فقط معينة بتحقيق الربح، بل أيضا بالمشاركة في أعمال اجتماعية جيدة وراء مصالح الشركة وما يقتضيه القانون.

1- 2النشأة التاريخية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات: وقد ظلت هذه النظرة قائمة خلال القرن التاسع عشر والربع الأول من القرن العشرين، لكن مع تضخم حجم منظمات الأعمال وما رافق ذلك من أزمات اقتصادية واستغلال للأيدي العاملة وتدني الأجور وظهور التكتلات النقابية برزت مرحلة جديدة كان من خلالها الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية الداخلية من جهة كمرحلة أولى: تأمين السلامة والأمن في مكان العمل، تقليص ساعات العمل، الرعاية الصحية.....الخ، ثم المسؤولية الخارجية فيما بعد، الأمر الذي أدى بالضرورة إلى اتجاه المنظمات نحو الاهتمام المتزايد بالمسؤولية الاجتماعية الخارجية المرتبطة بالبيئة، الزبائن، المنافسين، الحكومة، الموردين[5].وبهذا الصدد أشار Henry L.Gantt إلى أن "جمهور المواطنين يكونون على استعداد لخلق أجواء التعارض والتضاد إذا أهملت إدارة الأعمال مسؤوليتها الاجتماعية اتجاههم[6]

مع تجاوز النظرة الضيقة للمنظمات الميكانيكية وبروز اتجاه جديد يدعو إلى توسيع مفهوم المسؤولية الاجتماعية وتبني هذه الفكرة، أصبحت منظمات الأعمال أكثر استيعابا للبيئة ومتغيراتها وبذلك ظهرت مرحلة سميت بـ

---

[1] Mason, E. S. (1960). The Corporation in Modern Society. Harvard University Press, Cambridge, MA.

[2] Ackerman, R. W. and R. A. Bauer. (1976). Corporate Social Responsiveness. Reston Publishing, Reston, VA.

[3] Wood, D. (1991). Corporate Social Performance Revisited. Academy of Management Review, 16(4): 691–718.

[4] Jones, T. M. (1995). Instrumental Stakeholder Theory: A Synthesis of Ethics and Economics. Academy of Management Review, 20(2): 404–437.

5طاهر محسن المنصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، "المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال: الأعمال والمجتمع"، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، 2008، ص 54-62.

6تامر البكري، "التسويق والمسؤولية الاجتماعية"، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، 2001، ص 7.

"جودة الحياة للفرد". مع محاولة عرض المزيد من السلع والخدمات بما يتناسب مع الارتقاء النوعي الحاصل في مستوى الحياة التي يعيشها الأفراد.

وردت مؤشرات أهمية الأداء الاجتماعي حينما أوضح "Sheldon" أن "مسؤولية كل منظمة تتحدد من خلال أدائها الاجتماعي والمنفعة المحققة للمجتمع". وفي عام 1972 أوصى المؤتمر المنعقد بجامعة كاليفورنيا تحت شعار "المسؤولية الاجتماعية للبيئة لمنظمات الأعمال" بضرورة "إلزام كافة المنظمات برعاية الجوانب الاجتماعية للبيئة والمساهمة في التنمية الاجتماعية والتخلي عن فلسفة تعظيم الربح كهدف وحيد. مع استجابة العديد من منظمات الأعمال لهذا الطرح الجديد الذي فرضته البيئة وتبنيها لفكرة المسؤولية الاجتماعية ببعديها الداخلي والخارجي عمل المشرع القانوني على وضع الضوابط والقواعد القانونية ليضفي سمة الإلزام للتحقق من عمل المنظمات بهذه المسؤولية وليؤكد على أن الالتزام بالأداء الاجتماعي لم يعد خيارا وإنما هو أمر ملزم للاستمرار والبقاء ضمن المجتمع، وفي هذا الصدد دعت لجنة التطوير الاقتصادي بأمريكا المنظمات إلى إعادة النظر في أفقها الاجتماعي وأن يكون تأسيسها معتمدا على كونها منظمات اقتصادية – اجتماعية لا يقتصر عملها على تحقيق الأهداف الاقتصادية فقط دون الأهداف الأخرى.[1]

وبانتشار الوعي الاجتماعي في إطار المحيط الاقتصادي وبالتتابع المنطقي للتطور الحاصل لمفهوم المسؤولية الاجتماعية أصبح من الضروري إدماج فكرة المسؤولية في السياسة العامة للمنظمة ومن الملاحظ أن في مرحلة الاقتصاد المعرفي وثروة المعلومات أصبحت أغلب المنظمات الغربية تمتلك مدونات أخلاقية تؤطر النظرة الاجتماعية وجوانب تبنيها اتجاه مختلف أصحاب المصالح[2].

1-3 تطور الأسس الفلسفية والعلمية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية: يقوم الباحث في هذه النقطة بمحاولة تحديد وتحليل الأسس المنطقية والفلسفية والعلمية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، مراعيا تطور هذه الأسس تاريخيا، حيث يبدأ البحث من الأسس القديمة إلى الأسس الأحدث فالأحدث، وذلك على النحو التالي:

أ- الحرية الايجابية: قدم الأنموذج النظري للنظام الرأسمالي أو اقتصاد السوق الحر حلا للمشكلات الاقتصادية على أساس افتراض حرية الملكية الفكرية وحرية التصرف الاقتصادي في شتى مجالات الإنتاج والاستهلاك والادخار[3]. ولكن اختلفت المدارس الفكرية في رؤيتها للحرية، حيث أيدت بعض المدارس فكرة الحرية الايجابية، بينما دعت مدارس أخرى إلى فكرة الحرية السلبية. فقد استندت مدرسة الليبرالية المحافظة في رؤيتها على فكرة الحرية السلبية. بينما استندت مدرسة أليبرالية الاجتماعية على فكرة الحرية الايجابية . الأمر الذي

1.تامر ياسر البكري، المرجع السابق، ص 9.

2طاهر محسن المنصور الغالبي، د.صالح مهدي محسن العامري، "تباين الأهداف المتوخاة من تبني المسؤولية الاجتماعية في المنظمات الحكومية والخاصة"، مداخلة لقسم إدارة الأعمال-جامعة الزيتونة وجامعة البترا، عمان-الأردن،

[3] عبد الفتاح قنديل وسلوى سليمان، مقدمة في علم الاقتصاد دار النهضة العربية: القاهرة، 1991،ص ص 32-33

يدعو البحث إلى محاولة تحديد أكبر لهذين النوعين من الحرية وتحليلهما للوصول إلى مدى سلامة هذين المنطقين.

ويعد أول من عبر وحلل مفهوم الحرية الايجابية بشكل منفصل (جون ستيوارت ميل)، بينما يعد (Isaiah Berlin) ابرز من تحدثوا عن مفهوم الحرية الايجابية[1]. ويشير هذا المفهوم الى الفرصة والقدرة على الوصول إلى تحقيق طاقة الفرد وهو مفهوم يقف على النقيض من مفهوم الحرية السلبية الذي يشير إلى التحرر من الإرغام، وغالبا ما توصف الحرية الايجابية بأنها الحرية لتحقيق غايات معينة، بينما توصف الحرية السلبية بأنها ترتبط بمسالة التحرر من الإرغام الخارجي. وغالبا ما يؤكد على فكرة الحرية الايجابية هؤلاء الذين ينتمون إلى جناح اليسار على الساحة السياسية، بينما الحرية السلبية هي الأهم لهؤلاء الذين يميلون إلى الليبرالية. كما يوجد من بين هؤلاء الذين ينتمون إلى جناح اليمين بعض المحافظين الذين يؤيدون أيضا بعض أشكال الحرية الايجابية.[2]

[1] Positive liberty, www.wikipedia.org/wiki/positive_liberty,p1
2 Ibid,p2.

لقد ظهرت الليبرالية الاجتماعية في أواخر القرن التاسع عشر الميلادي كفرع من الليبرالية. ولكنها ترى وجود دور الدولة في توفير حرية ايجابية للأفراد. فهي تقبل ببعض القيود في الشؤون الاقتصادية مثل قوانين مكافحة الاحتكارات الاقتصادية ووجود هيئات تنظيمية مع قوانين للحد الأدنى من الأجور لتامين فرص اقتصادية للجميع. وهي تدعو إلى حكومات شرعية تقوم بتوفير المستوى الأساسي من المعيشة الطيبة أو اجر العمل مع الصحة والتعليم. وتكون الحكومة مدعومة في ذلك بالضرائب التي تفرضها، كما تعمل على الوصول إلى أفضل استخدام للمواهب البشرية وعلى منع حدوث ثورات أي تعمل لتحقيق المصلحة العامة. وترفض الليبرالية الاجتماعية النماذج المتشددة من الرأسمالية و العناصر الثورية من المدرسة الاشتراكية.[1]

تعد الليبرالية المنظمة نوعا من الليبرالية الجديدة يطلق عليها الليبرالية الجديدة الألمانية التي تؤكد على ضرورة ان تقوم الدولة بايجاد بيئة قانونية ملائمة للاقتصاد وان تحافظ على مستوى صحي من المنافسة من خلال تدابير تلتزم بمبادئ السوق. فترى الليبرالية المنظمة انه اذا لم تقم الحكومة باتخاذ تدابير نشطة لتعزيز المنافسة فان الشركات ستحتكر السوق وتقضي على المزايا التي يقدمها اقتصاد السوق، بل انها يمكن ان تقوض عمل الحكومة لان القوة الاقتصادية الكبرى يمكن ان تتحول الى قوة سياسية.[2]

ولقد نشأت الليبرالية المنظمة على أيدي الاقتصاديين الألمان في الفترة ما بين ثلاثينيات وخمسينيات القرن العشرين بهدف إقامة اقتصاد سوق اجتماعي على الأنموذج الألماني[3].

وهكذا يمكن القول بان مفهوم المسؤولية الاجتماعية يجد جذوره في مدرستين ليبراليتين وهما: المدرسة الليبرالية الاجتماعية والمدرسة الليبرالية المنظمة اللتان تقومان بدورهما على مفهوم الحرية الايجابية المسؤولة، والتي تجعل الحكومة تفرض على القطاع الخاص تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية من خلال القوانين والنظم.

ب- الأساس الأخلاقي: استند المفهوم التقليدي للمسؤولية الاجتماعية للشركات على نظرية الأخلاق، حيث يمكن القول أن هذا المفهوم التقليدي استند بشكل كبير على كتابات الفيلسوف (ايمانويل كانت) في القرن الثامن عشر وبينما كانت أحكام الأخلاق النفعية مرتبطة بنتائج الأفعال، فان (كانت) كان يعتقد بأنه في وسعنا معرفة ما هو أخلاقي قبل معرفة النتائج. وقد تكون هذه القواعد أو المبادئ قوانين رسمية أو مذهبا أو معتقدات أو قيما. وتعد التقييمات الأخلاقية أمورا مستقلة عما يفكر فيه الأفراد أو الجماعات. ونحن نقر بصحة القانون الأخلاقي حتى بدون الموافقة عليه. وتتميز المبادئ الأخلاقية بأنها مطلقة وعالمية وثابتة. وتؤكد هذه القوالب المعرفية على العالمية والتطبيق الثابت للقوانين. وهذا التأكيد قائم على أساس معرفة مسبقة

1 Social liberalism, op.cit.p 2
2 ordoliberalism,op.cit.p1
3 Ibid,p1,2.

بالقوانين. وتظهر المشاكل عندما تكون القوانين غامضة أو عندما تكون القوانين متعارضة مع بعضها البعض.[1]

بيد أن المفهوم الحديث للمسؤولية الاجتماعية لشركات الأعمال استند على أساس أخلاقي جديد، حيث تستخدم الشركات بشكل متزايد قوانين أخلاقية لتحدي السلوك المقبول والمرغوب فيه من الموظفين والشركات، وظهر مفهوم الأخلاق التنظيمية التي تشكل الثقافة التنظيمية للشركة .

واخذ المفهوم الحديث لأخلاقيات الأعمال يتحدث عن أخلاقيات الإنتاج، وأخلاقيات التسويق، والبيع وأخلاقيات المعرفة، وأخلاقيات المساءلة وأخلاقيات إدارة الموارد البشرية، وأخلاقيات الملكية الفكرية[2]

ت- **أساس إداري- اقتصادي وهو يتعلق بحوكمة الشركات:** وهو نظام للإدارة الرشيدة ينبغي أن تتبعه شركات الأعمال من اجل الوصول إلى تحقيق الكفاءة والفعالية التنظيمية للشركة، ويقوم هذا النظام على المبادئ التالية:[3]

- حقوق ومعاملة متساوية لأصحاب المصلحة من أصحاب الأسهم والموردين والعملاء والموظفين بالشركة والمجتمع والحكومة.
- الالتزام القانوني بمراعاة مصالح أصحاب المصلحة المختلفين.
- دور ومسؤوليات مجلس الإدارة في مراجعة أداء الشركة وتعديله.
- الالتزام بالسلوك الأخلاقي للشركة في ممارساتها لأنشطتها
- الإفصاح والشفافية.

ويرتبط بهذه المبادئ وسائل للرقابة والضبط داخليا وخارجيا، من تعزيز المساءلة والشفافية، كما يرتبط بهذه المبادئ مفهوم التوازن في تحقيق مصالح أصحاب المصلحة المتعددين، وذلك عند ممارسة الشركة لأنشطتها. ويرتبط مفهوم حوكمة الشركة بالتخطيط الاستراتيجي للشركة لتحقيق أهداف الشركة ومراعاة مصالح أصحاب المصلحة المتعددين[4]. كما ترتبط الحوكمة بمفاهيم جديدة مثل استدامة الشركة التي تتلازم مع الاستدامة البيئية والمجتمعية[5].

ث- **أساس اجتماعي (العقد الاجتماعي الجديد):** تحدث البعض عن أن المفهوم الحديث للمسؤولية الاجتماعية يستند إلى مفهوم العقد الاجتماعي الجديد، وهو مفهوم يوجه الشركة إلى مبادئ رئيسة، وهي:

- صياغة بيان مهام للشركة يحضى بقبول عام.

1 Hodge, b.j.and w.p, Anthony, organizational theory: a strategic approach (new jersy: prentice-hall, inc, 1999.pp 55-58
[2] Business ethics, Wikipedia encyclopedia, www.en.wikipedia.org/wiki/business ethics, march 2009
[3] Corporate governance, Wikipedia encyclopedia, www.en.wikipedia.org/wiki/ Corporate governance, March 2009.
[4] Ibid,p.2
[5] Corporate sustainable, Wikipedia encyclopedia, www.en.wikipedia.org/wiki/ Corporate sustainable, March 2009.

– محورية مفهوم الثروة طويلة الأجل والعمل على تحقيقها في أنشطة الشركة، ومن ثم ينبغي أن يكون لـــدى قيادات الشركة إقرار بان تحقيق الرفاهية للشركة والاستمرارية يرتبط بشكل وثيق بتحقيق رفاهية المجتمع.

– بناء هياكل مؤسسية جديدة للشركات وإقامة شراكة مع الحكومة والمجتمع المدني لعلاج المشكلات الحادة في المجتمع من أوبئة وفقر، والتحول عن النمط التقليدي للعمل الخيري إلى التزام مؤسسي بالتنمية الاجتماعية.

– تنشيط دور الحكومة، فالمؤسسات لا يمكن أن تزدهر عندما تفشل الحكومات ولا يمكن أن تزدهر بـــدون بناء الثقة مع الحكومات[1]

يرتبط هذا الأساس بالحديث عن مفاهيم حديثة مثل مواطنة الشركة، حيث تعمل الشركة على المبادرة بتعزيز المصلحة العامة من خلال تشجيع المجتمع الذي تعمل فيه على النمو والتنمية، وتقوم الشركة طواعية بالامتناع عن اية أنشطة من شانها أن تضر بالمجتمع، بل إنها تعمل على إدخال المصلحة العامة كعامل أساسي في عمليـــة اتخاذ قرارات الشركة.[2]

1-4 مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات: يعتبر مفهوم المسؤولية الاجتماعية من أكثر المفاهيم المستخدمة في الآونة الأخيرة في عالم الاقتصاد والأعمال، حيث يشير مفهوم المسؤولية الاجتماعية إلى اعتبارات مختلفـــة، لأشخاص عديدين سواء من رجال الأعمال والإدارة والمال أو تنظيمات المجتمـــع المـــدني، أو الجامعـــات أو الجمهور. الأمر الذي يخضع هذا المفهوم لتفسيرات متباينة وأحيانا متعارضة.

[1] White allen l. is it time to rewrite the social contract?, www.bsr.org April 2007
[2] Corporate social responsibility, Wikipedia encyclopedia, www.en.wikipedia.org/wiki/ Corporate social responsibility, March 2009.

فقد عرف **البنك الدولي** مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي و المجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة و يخدم التنمية في آن واحد.

كما عرفت **الغرفة التجارية العالمية** المسؤولية الاجتماعية على أنها جميع المحاولات التي تساهم في تطوع الشركات لتحقيق تنمية بسبب اعتبارات أخلاقية و اجتماعية. و بالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تعتمد على المبادرات الحسنة من الشركات دون وجود إجراءات ملزمة قانونيا.

ويرى الغالبي، والعامري[1] بأنها عقد بين الشركة والمجتمع تلتزم بموجبه الشركة بإرضاء المجتمع وبما يحقق مصلحته وينظر لها على أنها التزام من قبل الشركة تجاه المجتمع الذي تعيش فيه من خلال قيامها بكثير من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر ومكافحة التلوث وخلق الكثير من فرص العمل وحل الكثير من المشاكل (المواصلات، الإسكان ، الصحة) وغيرها من الخدمات.

فيما عرفها البكري[2] بأنها عبارة عن مجموعة من القرارات والأفعال التي تتخذها الشركة للوصول إلى تحقيق الأهداف المرغوب فيها والقيم السائدة في المجتمع والتي تمثل في نهاية الأمر جزءا من المنافع الاقتصادية المباشرة لإدارة الشركة والساعية إلى تحقيقها بوصفها جزءا من إستراتيجيتها.

أما (Schermerhorn[3]) فقد عرف المسؤولية الاجتماعية بأنها إجبار الشركات للعمل بطريقة لخدمة ذوي الاهتمام الداخلين والخارجين والأطراف ذوي العلاقة بالشركة.

استنادا على ما عرجنا عليه من تعاريف للمسؤولية الاجتماعية للشركات، وعلى ضوء ملاحظة الباحث على تلك التعاريف، وتطبيقا لمنهج التفكير الاستراتيجي نرى أن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي "المساهمة العقلانية القائمة على المبادرة المخططة من شركات الأعمال في متطلبات مسؤولية الشراكة الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية الاجتماعية المتكاملة، المبنية على قوة العلاقة بين الشركات والمجتمع، بما يحقق الترابط المتوازن بين توقعات المجتمع من جانب وخطط وبرامج الشركات للبقاء والاستقرار والنمو من جانب آخر".

1-5 أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات: إن قيام الشركات بدورها اتجاه المسؤولية الاجتماعية يضمن إلى حد ما دعم جميع أفراد المجتمع لأهدافها ورسالتها التنموية والاعتراف بممارساتها والمساهمة في إنجاح خططها وأهدافها، علاوة على المساهمة في سد احتياجات المجتمع المتغيرة ومتطلباته الضرورية، إضافة إلى خلق مناصب عمل جديدة من خلال إقامة المشاريع الخيرية والاجتماعية ذات الطابع التنموي[4]، وقد أظهرت معظم الدراسات التي أجريت على

[1] الغالبي ، طاهر محسن و العامري ، صالح مهدي (المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال (الأعمال والمجتمع) ، دار وائل للنشر ، ط 1 ، عمان الأردن ، 2005)، ص 81 – 101

[2] البكري ، ثامر ياسر ، المسؤولية الاجتماعية بمنظور تسويقي ، دراسة تسويقية لاراء عينة من المديرين العاملين في المنشآت التابعة لوزارة الصناعة والمعادن ، أطروحة دكتوراه (غير منشورة) ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة بغداد. (1996)

[3] Schermerhorn, John R. Management, 7th ed., John Wiley and Sons Inc., New York. (2002).

[4] أحمد عبد الكريم عبد الرحمن،المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال:مجالاتها، معوقات الوفاء بها (دراسة ميدانية) ، مجلة البحوث التجارية المعاصرة1997، المجلد 11، العدد 2، عمان الأردن.

الشركات التي تتبنى المسؤولية الاجتماعية وجود صلة حقيقية بين الممارسات الاجتماعية للشركة والأداء المالي الايجابي؛ فقد لاحظت إحدى الدراسات التي أجريت عام 1999 أن الشركات التي قامت بالالتزام بصورة معلنة بقواعد أخلاقية محددة قد فاقت في أدائها الشركات المثيلة التي لم تعلن مثل هذا الالتزام بمقدار 2-3 مرات وذلك بالمقارنة مع قيمة أسهمها السوقية[1] .

حسب (Reynaud)[2] تتركب كفاءة الشركة من اجتماع الكفاءات الاقتصادية والكفاءات البيئية والكفاءة الاجتماعية و يذهب إلى غاية و ضع مجموعة من المؤشرات لهذه الأخيرة. ولاحظت دراسات أخرى أن الشركات التي تبنت برامج موجهة لتحسين ظروف معيشة المستخدمين، كالتأمينات والتسهيلات المختلفة قد أسهمت في خفض مدة الغياب عن العمل، وحسنت القدرة على الاحتفاظ بالموظفين الأكفاء، وساهمت في زيادة الإنتاجية المتوسطة للعاملين، وقلصت بالتالي تكلفة التوظيف الجديد والتكوين؛ ولقد برهنت دراسات أخرى على أن جهود الشركات في مجال تحسين ظروف العمل وإشراك العاملين في عملية صنع القرار تؤدي في الغالب إلى زيادة الإنتاجية وتقليل الأخطاء؛ كما وجدت دراسة أخرى أن برامج الرعاية الصحية تزيد إنتاجية العاملين وتخفض تكلفة التغيب عن العمل أو تركه، وتقلل دعاوى الإصابة بالإعاقة، أو الدعاوى الخاصة بالرعاية الصحية بنسبة 30 %.

ومع تعاظم تأثير الإعلام وازدياد تدفق المعلومات وسهولة الحصول عليها في الوقت الحاضر فإن المستهلكين باتوا أقدر على تمييز الشركات ذات السمعة الجيدة في مجال المسؤولية الاجتماعية، وهو ما يعني أن الشركات ذات الاسم التجاري الجذاب بفعل السياسات المستجيبة اجتماعيا (مثل ظروف وشروط العمل في المنظمة ومدى ملائمتها وعدالتها للعاملين، وعدم استغلال الأطفال أو النساء كعمالة رخيصة، وعدم الإضرار بالبيئة، عدم وجود مواد أو مكونات معدلة جينيا...الخ) تستفيد من سمعتها الحسنة من أجل تنمية مبيعاتها وخلق التزام أقوى لدى العملاء بسلعها وخدماتها؛ وإلى جانب المستهلكين الذين تتأثر مواقفهم من المنظمات تبعا لممارساتها، فإن منظمات الأعمال المعروفة بسمعتها الجيدة واستجابتها لمسؤوليتها الاجتماعية تكون أقدر على كسب بقية مجتمع الأعمال إلى جانبها، وعلى اجتذاب رؤوس أموال جديدة. هذا إضافة إلى أنها تفلح في الحصول على معاملة أفضل من جانب الحكومات فالأخيرة تكون أكثر استعدادا لمنحها مزايا و أفضليات إضافية مثل الإعفاءات والتخفيضات على الرسوم والضرائب بدلا من إخضاعها للرقابة الصارمة[3].

وعليه يمكن القول أن نجاح قيام الشركات بدورها في المسؤولية الاجتماعية يعتمد أساسا على التزامها بثلاثة معايير هي: الاحترام والمسؤولية (بمعنى احترام الشركة للبيئة الداخلية "العاملين" والبيئة الخارجية "أفراد المجتمع")؛ دعم المجتمع ومساندته وحماية البيئة.

[1] رقية عيران، المسؤولية الاجتماعية للشركات بين الواجب الوطني الاجتماعي والمبادرات الطوعية، منشورات منتدى إدارة عالم التطوع العربي،2009، www.Arabvolunteering.org

[2] Reynaud. E. ***Développement durable et entreprise*** : Vers une relation symbiotique, Journée AIMS Atelier développement, ESSCA, Angers..2003, pp. 1-15

[3] مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع: الاتجاهات والقضايا الراهنة، منشورات الأمم المتحدة، نيويورك .2004

2- عناصر المسؤولية الاجتماعية: حاول بعض الباحثين تحديد عناصر المسؤولية الاجتماعية في إطار عام يمكن أن يغطي مجموعة من الأبعاد ويرون أن هذه العناصر يمكن أن تكيف بقياسات مختلفة وفق اعتبار طبيعة عمل الشركة و نشاطها وحسب تأثير فئات أصحاب المصالح[1]، ويمكن اختصار هذه العناصر في الجدول أدناه

الجدول رقم (1): عناصر المسؤولية الاجتماعية

العنصر	بعض ما يجب أن تدركه الشركة من دور اجتماعي تجاهه
المالكون	– تحقيق أكبر الأرباح، تعظيم قيمة السهم، زيادة قيمة الشركة، رسم صورة محترمة للشركة في المجتمع، سلامة الموقف القانوني والأخلاقي.
العاملون	– أجور ومرتبات مجزية، فرص ترقية متاحة وجيدة، تدريب وتطوير مستمر، ظروف عمل صحية مناسبة، عدالة وظيفية، مشاركة بالقرارات، خدمات وامتيازات أخرى.
العملاء	– منتجات بأسعار مناسبة ونوعية جيدة، إعلان صادق وأمين، منتجات أمينة عند الاستعمال، التزام بمعالجة الأضرار إذا ما حدثت، إعادة تدوير بعض الأرباح لصالح فئات من العملاء، التزام أخلاقي بعدم خرق قواعد العمل أو السوق.
البيئة	– ربط الأداء البيئي برسالة الشركة، تقليل المخاطر البيئية؛ اشتراك ممثلي البيئة في مجلس الإدارة؛ مكافآت وحوافز للعاملين المتميزين بالأنشطة البيئية؛ – مكافأة العاملين المتميزين بالأنشطة البيئية. ترشيد استخدام المياه؛ معالجة المخلفات.
المجتمع المحلي	– دعم البنى التحتية؛ احترام العادات والتقاليد وعدم خرق القواعد العامة . – محاربة الفساد الإداري والرشوة؛ دعم مؤسسات المجتمع المدني؛ دعم المراكز العلمية ومؤسسات التعليم
الحكومة	– الالتزام بالتشريعات والقوانين الصادرة من الحكومة؛ تسديد الالتزامات الضريبية و الرسوم بصدق ؛ احترام مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف؛ احترام الحقوق المدنية للجميع دون تمييز؛
الموردون	– استمرار التعامل العادل، أسعار عادلة ومقبولة للمواد المجهزة، تطوير المواد المجهزة، تسديد الالتزامات والصدق بالتعامل، تدريب المجهزين على مختلف أساليب تطوير العمل.
المنافسون	– منافسة عادلة ونزيهة وعدم الإضرار بمصالح الآخرين.
جماعات الضغط	– التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك والنقابات، التعامل الصادق مع الصحافة ووسائل الاعلام، الصدق والشافية بنشر المعلومات المتعلقة بالمنظمة.

المصدر: طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات، مرجع سبق ذكره، ص 217.

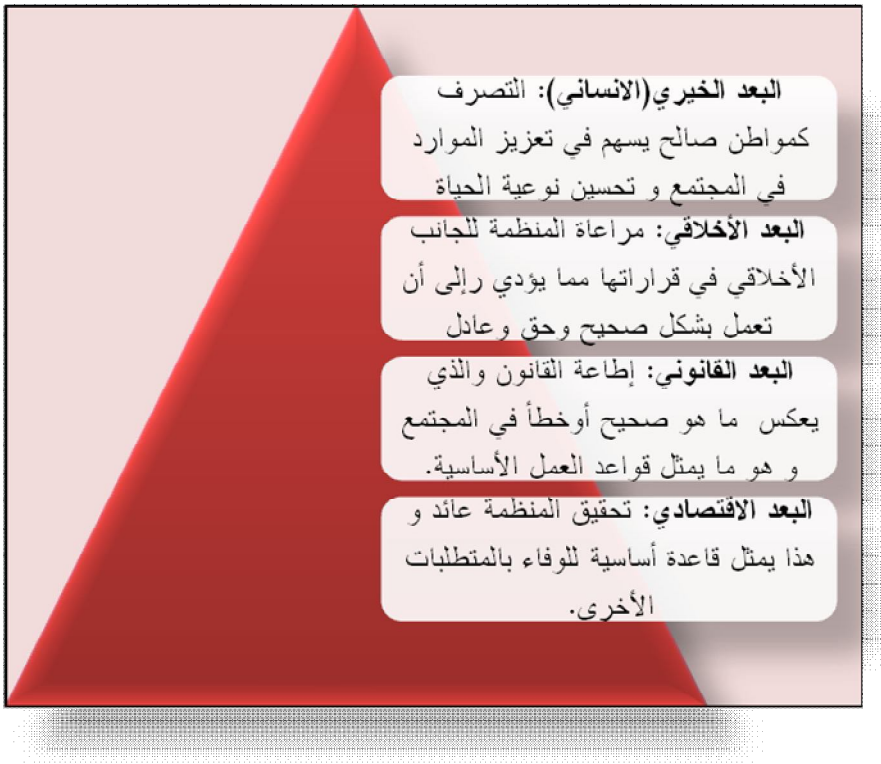
3- أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات: إن النقد الحاصل للشركات كونها ركزت اهتماماتها على الجوانب المالية والاقتصادية على حساب فئات المجتمع والبيئة أدى إلى نشوء الاهتمام بالجانب الاجتماعي من قبل الشركات، حيث كانت المسؤولية الاجتماعية في

[1] طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية الأردنية، مجلة العلوم الإنسانية، عمان، العدد 13، 2002، ص216.

البداية عبارة عن التزام المنظمة بمصالح المجتمع الذي تعمل فيه إضافة إلى مصالحها الذاتية، ثم تطورت الفكرة حسب (Holmes, 1985) إلى ضرورة المشاركة في الأنشطة الاجتماعية مثل: محاربة الفقر، الخدمات الصحية، مكافحة التلوث،...الخ[1] .

أما الباحث (Carroll) فقد ذهب أبعد من ذلك من خلال أبحاثه التي تتمحور حول أربع مسؤوليات متكاملة للمنظمة نبينها من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم(2) هرم المسؤولية الاجتماعية للشركات



Source: Carroll Archie, The Pyramid of Corporate Social Responsibility Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders, Business- Horizons, July. August,1991,p 405.

يظهر الشكل أربع مسؤوليات للشركة هي[2]:

المسؤولية الاقتصادية: وهي توفير السلع والخدمات ذات القيمة للمجتمع وبأسعار مناسبة وجودة عالية، وفي إطار هذه المسؤولية تحقق المنظمة الأرباح والعوائد المالية التي تمكنها من الاستمرار.

[1] طاهر محسن منصور الغالبي، وائل محمد صبحي إدريس، الإدارة الإستراتيجية منظور منهجي متكامل، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2007، ص 525.

[2] حسين الأسرج، المسؤولية الاجتماعية للشركات، جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط بالكويت، العدد90، فبراير2010.

المسؤولية القانونية: هذه المسؤوليات تضعها الحكومات وتتمثل في القوانين والتعليمات التي يجب على المنظمة احترامها، وتتمثل هذه المسؤوليات في توفير فرص العمل العادلة والمتكافئة لكافة الأفراد على اختلافهم، وحمايتهم.

تمثل المسؤوليتين السابقتين قاعدة لبروز دور اجتماعي أكبر للمنظمة، حيث لا معنى من التزامها بالمسؤولية الاجتماعية دون تحقيق كل من المسؤوليتين الاقتصادية والقانونية.

المسؤولية الأخلاقية: تتمثل المسؤولية الأخلاقية للمنظمة في احترام وأخذ قيم وأخلاقيات والمعتقدات المجتمع الذي تعمل فيه، إذ أن مثل هذه المعتقدات والعادات لم يتم تقنينها ولكن احترامها من قبل المنظمات ضروري وذلك من أجل تحسين سمعتها ومكانتها.

المسؤولية الخيرة: وهي مختلف المبادرات الطوعية للمنظمة التي تتسم بطابعها الإنساني كبرامج التدريب لفئات من المجتمع من كبار السن أو الشباب، حيث لا تكون هذه النشاطات أو المبادرات بشكل أساسي مرتبطة بمجال عمل المنظمة؛ حيث لا ينتظر منها زيادة في الأرباح أو في الحصة السوقية.

بالإضافة إلى ما سبق فإنه يمكن القول أنه توجد عدة معايير يمكن للمنظمة الأخذ بها وذلك على أساس الحاجة إليها من جهة ومدى أهميتها، حيث تختلف المعايير باختلاف نشاط وتوجهات المنظمة، كما يمكن لها أن تبتكر معايير جديدة والتي تساهم في رسم صورة حقيقية عن وضع المنظمة.

4- المسؤولية الاجتماعية للشركات بين التأييد والمعارضة: سنتطرق إلى الحجج المؤيدة والحجج المعارضة لنستطيع معرفة إلزامية المسؤولية الاجتماعية:

4-1. الحجج المؤيدة للقيام بمهام المسؤولية الاجتماعية: يمكن حصر حجج المؤيدين لتبني المسؤولية الاجتماعية فيما يلي:[1]

- الشركة جزء لا يتجزأ من المجتمع الذي تتواجد فيه لذا عليها أن تلعب دورا كبيرا في تحقيق أهدافه المختلفة.
- تزداد الأرباح على المدى البعيد إذا تبنت الشركة دورا اجتماعيا.
- الدور الاجتماعي هو رد فعل على النقد الموجه للشركة و هو اهتمامها بالأرباح و إهمال المتطلبات الاجتماعية.
- الصورة العامة للشركة ستكون أفضل حينما تلعب دورا اجتماعيا (تحسين السمعة).
- التقليل من إجراءات الحكومة و قوانينها المتعلقة بالتدخل في شؤون الشركات.
- المسؤولية الاجتماعية شكل من التدابير الوقائية لتجنب المشاكل الاجتماعية المعقدة التي ستحدث عاجلا أم آجلا.

4-2 الحجج المعارضة للقيام بمهام المسؤولية الاجتماعية: تنطلق الحجج المعارضة من اعتبار أن الالتزام الاجتماعي يتعارض مع الهدف الرئيسي للمنظمة وهو تحقيق الربح، أما الحجج الأخرى فهي كالتالي[1]

[1] طاهر محسن منصور الغالبي و صالح مهدي محسن العامري، مرجع سبق ذكره ، ص ص:69-71.

– الالتزام بمهام المسؤولية الاجتماعية يحول الشركة إلى شكل لا يختلف عما هو سائد في المؤسسات الحكومية.

– إذا انفردت الشركة بإنفاق المبالغ على تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية، فان ذلك يعني تحملها تكلفة إضافية تنعكس على زيادة أسعار السلع التي تتعامل بها، و بالتالي تنعكس سلبا على موقفها و قوتها التنافسية في السوق.

– محدودية الخبرة والمهارة المتاحة لدى الشركات في معالجة المشكلات الاجتماعية التي تعترض عملها.

– تضعف الأهداف الرئيسية الأخرى للشركة لكونها تستترف طاقة ليست بالقليلة من جهد الشركة،كما أن المشكلات الاجتماعية هي من مسؤولية الدولة فقط.

5– عوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية للشركات[2]: حتى تنجح الشركات في تطبيق المسؤولية الاجتماعية لها هناك العديد من العوامل الرئيسية التي يجب إعدادها وتنظيمها قبل الشروع في إطلاق البرامج وفي مقدمة هذه العوامل ما يلي:

1. ضرورة إيمان الشركة بقضية المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع، وان تكون هناك قناعة ويقين من قبل كل مسؤول فيها ابتداء من أصحاب الشركات، مرورا بمديريها التنفيذيين، وانتهاءا بالموظفين حول أهمية هذا الدور، وأنه أمر واجب على كل شركة تجاه المجتمع الذي تعيش فيه، وهو أمر لا تتفضل به الشركة على مجتمعها بل تفخر به وتعتبره واجبا عليها.

2. أن تقوم الشركة بتحديد رؤية واضحة نحو الدور الاجتماعي الذي تريد أن تتبناه والقضية الرئيسية التي ستسهم بالعمل على المساهمة في معالجتها والمبادرة التي ستقدمها للمجتمع بدلا من الانتقاد والشكوى للسلبيات الموجودة.

3. أن يصبح هذا النشاط جزءا رئيسيا من أنشطة الشركات يتم متابعته من قبل رئيس الشركة، كما يتم متابعة النشاط التجاري، وتوضع له المخططات المطلوب تحقيقها تماما كما توضع مخططات المبيعات وغيرها من الأنشطة التجارية.

4. يجب على الشركة أن تخصص مسؤولا متفرغا تفرغا كاملا لهذا النشاط، وتحدد له الأهداف والمخططات المطلوبة، ويرتبط مباشرة بالإدارة العليا ويمنح الصلاحيات المطلوبة، وان يكون له دور رئيسي وفاعل على مستوى الشركة.

5. من أكبر المعوقات التي تواجه الشركات الراغبة في الانطلاق في برامج المسؤولية الاجتماعية، رغبة هذه الشركات في الانطلاق من خلال مشاريع كبيرة وضخمة وذات أرقام عالية.

6. الحرص على عدم الاعلان عن البرامج الاجتماعية الا بعد انطلاقها، فكثير من البرامج الاجتماعية التي يعلن عنها لا يكتب لها الاستمرار لعدم قدرة المسؤولين عنها على تنفيذها طبقا لما تم الإعلان عنه وهذا قد يساهم في المستقبل في توقف البرنامج.

---

[1] نامر ياسر البكري، التسويق و المسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2001، ص ص : 53-54

[2] محمد متولي دكروري، المسؤولية الاجتماعية للشركات في ضوء المبادرات الدولية، ادارة الدعم وفعاليات العدالة الاجتماعية، المؤتمر السنوي الثالث عشر، كلية التجارة، جامعة عين شمس، 2008، ص ص 618-619.

7. الاهتمام بجعل هذه البرامج الاجتماعية مستقبلا قائمة بذاتها وتعمل على تغطية مصروفاتها بنفسها حتى يكتب لها الاستمرار والبقاء، وحتى لا تصبح مركز تكلفة قد تلجأ الشركة في يوم من الأيام إلى الاستغناء عنه.
8. الحرص على تقديم هذه البرامج بأداء قوي ومتميز وجودة عالية، وكان هذه البرامج منتج تجاري يجب الاهتمام به والعناية بتقديمه بشكل متميز يساهم فعلا في خدمة المجتمع وتحقيق أهدافه.
9. الحرص على ان تسعى هذه البرامج الاجتماعية على التعاون والتنسيق مع ما هو موجود من برامج وأنشطة متشابهة حتى لا يتم تكرار الجهد وضياع الوقت وصرف المال في برامج قائمة، مع التأكيد على أن الاحتياج للبرامج الاجتماعية كبير جدا ويحتاج إلى ألاف البرامج من الشركات.

6- أثر غياب المسؤولية الاجتماعية على حدوث الأزمة المالية العالمية:[1] من المؤكد أن مسببات هذه الأزمة المالية أكثر تعقيدًا مما توحي به بعض التفسيرات التي توجه إصبع الاتهام إلى التقصير الحكومي، إذ لا يمكن تفسير الانهيار شبه الكامل للنظام المالي لا بـ " السيولة المفرطة " نتيجة للسياسة النقدية التوسعية في الولايات المتحدة ولا بـ" وفرة المدخرات العالمية "ولا حتى بسوء سلوك فرد ي .

ومما لا شك فيه أن من أقوى الأسباب وراء الأزمة التي يشهدها العا لم هو جشع عدد كبير من العناصر الفعالة في السوق والتصرفات التي لا تهتم سوى بالحلول الفردية التي تحقق المزايا قصيرة الأجل ولا تنظر إلى الأثر الذي تسببه على الاقتصاد القومي، وكذلك غياب المسؤولية الاجتماعية التي يجب أن يفكر فيها جميع المشاركين في السوق، فلو شعر كل مشارك في السوق بمسؤوليته الاجتماعية بل التزام فقط بالأخلاقيات الاجتماعية – بغض النظر عن أي قيود أخرى قد تختلف أهميتها من فرد إلى آخر أو من منظمة لأخرى – ما كان العا لم شهد هذه الأزمة المالية الحادة .

وسنتناول أثر غياب دور المسؤولية الاجتماعية بالنسبة لأربعة من أهم الأطراف المساهمة في تفجر هذه الأزمة وهم (طالبي القروض، البنوك المانحة للقروض، السلطات الرقابية، المستثمرين) ليس هذا معناه أن هذه الأطراف الأربعة هي فقط التي تسببت في وقوع الأزمة ولكن من وجهة نظرنا المتواضعة أن هذه الأطراف هي الأطراف الأكثر مشاركة في حدوث الأزمة.

1- **طالبي القروض:** هل إذا شعر كل فرد سنحت له الفرصة للحصول على قرض بالضرر الذي قد يسببه لاقتصاد دولته إذا لم يستطع تسديد هذا القرض وخاصة في ظل هذا المستوى من الوعي الذي يتمتع به معظم الأفراد وخاصة في الدول المتقدمة سوف يقدم على مثل هذه الخطوة ؟ نعتقد أننا ما كنا شهدنا أي متقدم للحصول على رهن عقاري بدون ضمانات حقيقية بل أن ما انتشر في فترة ما خلال التسهيلات الائتمانية من شركات على شبكة الإنترنت تعطي شهادات لأي فرد تفيد بأنه يعمل بها ويتقاضى المبلغ الذي وضعه البنك شرطًا للحصول على الدين وذلك مقابل مبلغ معين تحصل عليه هذه الشركة لإجراء هذا العمل غير الأخلاقي الذي يتجرد من أي مسئولية اجتماعية بل أن هذا لفرد الطالب للقرض يستطيع أن يدفع مبلغ أكبر في حالة استعلام البنك هاتفيًا للشركة التي ذكر

[1] محمد متولي دكروري المرجع السابق ص ص 622-623.

أنه يعمل فيها. وغيرها من الممارسات التي أزاحت اقتصاديات هذه الدولة إلى فوهة البركان والتي تجعلنا نستطيع أن نقول أن من أهم مسببات الأزمة المالية هو غياب المسئولية الاجتماعية لهؤلاء الأفراد.

2- **البنوك المانحة للقروض:** كذلك غياب هذا لدور يمكن أن نلحظه بصورة أكبر في البنوك المانحة للقروض والقائمين على إدارة المخاطر فيها حيث أن الجهات المقرضة بلغت من السخاء في تزويد القروض للمقترضين غير القادرين على سدادها مما جعل القلة القليلة منها فقط هي التي تقوم بالاستفسارات إن فعلت ذلك أصلا.

ليس هذا وحسب بل أن نظم المكافآت التي اتبعها ا لبنك مع موظفي تسويق القروض لجذب قروض جديدة قامت على عدد طلبات القروض التي يستطيع جذبها للبنك وليس على أساس عدد القروض" الجيدة "بدون النظر إلى ما يمكن أن يحدث للبنك وللاقتصاد بأكمله جراء هذه القروض غير الجيدة، وعدم التوقف عن الإقراض عند الحدود التي وضعتها لجنة بازل 2 للرقابة على البنوك حتى تمنع التوسع في الإقراض عندما تبلغ القروض نسبة معينة بالنسبة لرأس المال المملوك ولكن القائمين على البنوك لم يهتموا سوى بالأرباح والمكافآت قصيرة الأجل غير مبالين بالمسئولية التي تم تحميلهم بها من قبل أصحاب المصالح.

3- **السلطات الرقابية:**وهنا نصل إلى أكثر الأمور التي تدعو إلى الدهشة وهي أين دور السلطات الرقابية المالية طوال هذه الفترة الطويلة التي تفاقمت خلالها الأزمة وحدثت بها كل هذه الممارسات غير الأخلاقية فأين كانت البنوك المركزية عندما توسعت البنوك الاستثمارية في منح قروض بأكثر من ستين ضعف حجم رؤوس أموالها، بل يمكننا أن نقول أن هذه الأزمة كشفت عن تلكؤ السلطات الرقابية المالية والنقدية في وقف هذه الممارسات والنظرة قصيرة المد ى، أو ربما عدم قدرتها أصلا على تحليل مخاطرها وتوقع ا لآثار السلبية الشاملة التي قد تسببها للاقتصاد وللنظام المالي الدولي .

كما أكد التقرير الصادر عن صندوق النقد الدولي أن أهم أسباب الأزمة المالية هو عدم إجبار البنوك في معظم دول العا لم على تطبيق الكامل لمعايير التي وضعتها اتفاقية لجنة بازل 2.

4- **المستثمرون:** بالطبع يعتبر المستثمر هو المتضرر الرئيسي جراء كل هذه الممارسات غير الأخلاقية التي حدثت عن مختلف الأطراف ولكن لا يمكن أن نبرئه من المشاركة في تفاقم هذه الأزمة وخاصة في ظل مستوى سن الرشد يفترض أن يكون عليه كل متعامل في الأسواق المالية وفي ظل ا لمحاولات المستمرة من قبل الجهات الرقابية في نشر الثقافة الاستثمارية فبالرغم من هذا المستوى من الرشد والثقافة المفترضة ينساق الأغلب مع سياسة القطيع دون تفكير في أثر هذا السلوك غير المدروس على الأسواق.

كل ما سبق ذكره من ممارسات تتسم بالأنانية والجشع والالتفات على التشريعات والأنظمة الرقابية والتي وجدت أصلا لحماية الأسواق من المغامرة والتهور والمضاربة غير ا لمتحوطة بأموال المودعين والمستثمرين والنظر إلى الربح قصير الأجل يجعل على المفكرين مهمة البحث عن طرق جديدة لقياس ربحية المستثمرين والشركات في ظل المسئولية الاجتماعية التي يجب أن تتحملها المنظمات وفي ظل تحقيق أرباح ونمو على المدى الطويل وذلك من خلال دمج مفاهيم التنمية المستدامة ومراعاة ظروف السوق والتخطيط الإستراتيجي، كما تلفت

نظر كافة منظمات وأفراد المجتمع إلى المسئولية الاجتماعية التي يجب أن يتحملها كل فرد ومنظمة على ظهر الكـــرة الأرضية.

7 معايير وإستراتيجيات مقترحة لتطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات في الجزائر: إن من مبادئ المواطنة الصالحة للشركة قيامها بمسؤولياتها الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي والعاملين والعملاء وغيرهم من أصحاب المصالح.

ولكن تتحكم بالممارسات الاجتماعية للشركات عدد من المعايير ويترتب عليها أن يكون لديها حـــس بالمســـؤولية الاجتماعية والعاملين والعملاء، وان تكون هذه الشركات منفتحة على المجتمع، وان تكون بعيدة عن الفساد بكافـــة صوره، وان تحترم حقوق الإنسان والمبادئ الديمقراطية، وان تلتزم بقواعد الحوكمة الجديدة للشركات.

ويمكن تلخيص استراتيجيات تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات في الجزائر من خـــلال الممارســـات التالية:

دمج المسؤولية الاجتماعية في رسالة ورؤية وفلسفة الشركة وثقافتها، وكذلك ضمن قواعد ومبادئ الشركة، واعتبار المسؤولية الاجتماعية من مسؤوليات الإدارة التنفيذية، ضمن التخطيط الاســـتراتيجي للشـــركة، واعتبـــار المسؤولية الاجتماعية ضمن مسؤوليات وإشراف الشركة، وإدماجها ضمن برامج الاتصالات والتدريب للشـــركة، ويرى أن تتضمن المسؤولية الاجتماعية الاعتراف بقيمة الموظف ومنحه الحوافز الكافية، وان تضع الشركات الجزائرية التقارير الدورية والقيام بالتدقيق حول مدى مراعاتها لمسؤولياتها الاجتماعية.

وتقوم هذه الإستراتيجية المقترحة على أساس الأنموذج الذي يطبقه البنك الدولي والمؤسسات الدولية في تقويم النتائج بعيدة الأمد للمشروعات المختلفة، وتقوم هذه الإستراتيجية على فكرة التسلسل المنطقي التكاملي من مجموعة من المعايير للمدخلات والأنشطة والمخرجات للوصول إلى النتائج والآثار المنشودة.

ومن ثمة تقوم الإستراتيجية المقترحة من طرف الباحث على مجموعة من المعايير والمؤشـــرات لتفعيـــل أداء الشـــركة لمسؤولياتها الاجتماعية، وذلك بناءا على التحليل العلمي السابق لتطور ونشأة المفهوم العلمي للمسؤولية الاجتماعيـــة وتطور الأسس المنطقية الفلسفية لهذا المفهوم، وبناء على المحددات العلمية للتعريف المقترح لهذا المفهوم.

أنموذج مقترح لتطبيق إستراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركات في الجزائر.

المعايير	المؤشرات
المدخلات	– بيان نص رسالة الشركة وبيان مهامها على هذه المسؤولية. – إلزامية وضوح مفهوم هذه المسؤولية وأبعادها في رؤية الشركة. – رصد بعد المسؤولية الاجتماعية في الخطط الإستراتيجية والتشغيلية للشركة. – وجوب اقتناع الإدارة العليا بأهمية المسؤولية الاجتماعية. – هيكلة إدارة أو قسم بالشركة معني بهذه المسؤولية من حيث التخطيط والتنسيق والرقابة. – رصد مخصصات مالية للمساهمة في مشروعات اجتماعية خيرية. – نشر قيم المسؤولية الاجتماعية داخل الثقافة التنظيمية للشركة.
الأنشطة	– رصد المساهمات المالية الفعلية للشركة في مشروعات خيرية. – مراعاة الشركة في أنشطتها للالتزامات والاشتراطات البيئية المقررة محليا ودوليا. – إبرام شراكة مع الحكومة ومؤسسات المجتمع المدني. – التزام الشركة بالقوانين والقواعد في ممارستها لأنشطتها. – التزام الشركة بالأعراف والتقاليد المجتمعية في ممارساتها لأنشطتها. – إسهام الشركة في الأنشطة البحثية والعلمية. – تنفيذ الشركة للمبادرات المجتمعية التي تطرحها.
المخرجات	– التزام الشركة بدفع الضرائب المقررة عن إيراداتها في الآجال المحددة. – الحصول على شهادات الايزو أخرى لا سيما ايزو 26000. – السعي للحصول على هامش ربح معقول. – رفع من مداخيل العاملين بالشركة وتحفيزهم ماديا ومعنويا. – زيادة حجم الخدمات الاجتماعية التي تقدمها الشركة للعاملين والمجتمع المحلي. – التقليل من المخالفات القانونية للشركة. – إلزامية الإفصاح عن أنشطة الشركة وأدائها المالي.
النتائج والآثار	– زيادة رضا العملاء على جودة وأسعار منتجات الشركة. – زيادة رضا مؤسسات المجتمع المدني على أداء الشركة. – زيادة رضا المواطن على الأداء الاجتماعي للشركة. – رفع التقارير الرسمية عن الأداء الاجتماعي للشركة. – انخفاض معدل دوران العمل بالشركة. – ارتفاع المستويات المعيشية للعاملين بالشركة. – زيادة رضا العاملين بالشركة عن إدارة الشركة. – ارتفاع مساهمة الشركة في حل مشكلات المجتمع المحلي. – إسهام الشركة في تخفيض نسبة البطالة بالمجتمع المحلي. – إسهام الشركة في تخفيض نسب التلوث البيئي. – تحقيق استدامة الشركة ونموها وتوسعها.

نتائج الدراسة:

انتهت الدراسة إلى مجموعة من النتائج و من أهمها ما يلي:

1. نشأت المسؤولية الاجتماعية كفكرة في القرن السابع عشر، عندما طرح فلاسفة تلك الفترة نظرية العقد الاجتماعي، إلا انه لم يتم التأصيل العلمي لهذا المفهوم إلا في أواخر القرن التاسع عشر، عندما ظهرت مدرسة الليبرالية الاجتماعية.
2. أظهرت الدراسة انه لا يوجد تعريف واحد متفق عليه للمسؤولية الاجتماعية للشركات. ومع ذلك يمكن تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها ما تقوم به الشركات وتقدمه للمجتمع طبقا لتوقعاته من هذه الشركات على أن تتضمن هذه المسؤولية الاجتماعية مراعاة لحقوق الإنسان وقيم المجتمع وأخلاقياته والالتزام بالقوانين ومكافحة الفساد والشفافية والإفصاح.
3. اتضح أنه ثمة اهتمام متزايد بالمسؤولية الاجتماعية للشركات في معظم البلدان و أصبح لها الأولوية من حيث تحويل الشركات إلي شركاء فى التنمية المستدامة .
4. تحمل الشركات لمسؤولياتها الاجتماعية يحقق العديد من الفوائد للمجتمع المحلى والشركات معا والتي تتمثل في تقديم سلع ومنتجات صحية للمجتمع والمحافظة على بيئة نظيفة خالية من التلوث و زيادة ولاء الموظفين و تمتع الشركة بالمصداقية و خلق علاقات جيدة مع المساهمين و غيرهم من أصحاب المصالح.
5. توصل الباحث إلى اقتراح أنموذج لتطبيق إستراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركات في الجزائر تحمل مجموعة من المعايير والمؤشرات.