

## تأثير المسؤولية الاجتماعية على الرفع من الوفاء بالالتزامات الضريبية للشركات

### The Impact of Social Responsibility on Corporate Tax Obligations Payment

شربي محمد الامين	ضيف الله محمد الهادي	مقدم خالد
جامعة ورقلة - الجزائر	جامعة الوادي - الجزائر	جامعة ورقلة - الجزائر
cherbilamine@gmail.com	difmh2008@hotmail.fr	mokd80@yahoo.com
Received: 30/10/2018	Accepted: 30/11/2018	Published: 30/12/2018

#### ملخص:

تعتبر المسؤولية الاجتماعية أحد أهم التطورات التي مست عالم الاعمال فهي نتيجة للضغوط أصحاب المصالح ولتطور مفهوم المؤسسة فهي ليست مجرد منظمة اقتصادية هدفها تحقيق عوائد مالية لملكها بل هي أيضا منظمة اجتماعية يجب أن تخدم المجتمع التي تنشط فيه وتستغل موارده الطبيعية والبشرية؛ وفي نفس السياق لا يعتبر دفع الضرائب تكلفة للمؤسسة أو كمورد اقتصادية للخزينة الدولة بل هي مساهمة اجتماعية من طرف المؤسسات تساهم في تحسين الخدمات المقدمة للمجتمع وعلى هذا الاساس أصبح الالتزام بدفع الضرائب يتعد كونه التزام قانوني فقط بل أصبح ينظر إليه كأحد مؤشرات المسؤولية الاجتماعية للشركات.

الكلمات المفتاحية: مسؤولية اجتماعية، مؤسسة، ضرائب، إدارة الشركة.

تصنيف JEL: M14, G34, E62.

#### Abstract:

Social responsibility is one of the most important developments in the business world, as a result of the pressures of stakeholders and the development of the concept of the institution. It is eminent, therefore, to consider this latter not just an economic organization whose goal is to achieve financial returns for its own but also a social organization that must serve the community in which it is active and exploiting its natural and human resources. In the same context, the payment of taxes is not considered a cost to the institution or as an economic resource for the state treasury. It is a social contribution by which institutions contribute to improve the services provided to society. For that reason, and on this basis, the obligation to pay taxes has become more than just a legal obligation and has been seen as a corporate social responsibility indicator.

**Key words:** Social Responsibility - Institution- Taxes – Company Management.

**JEL Classification:** M14, G34, E62.

\* مرسل المقال: مقدم خالد

تعمل المؤسسة في بيئة أعمال يسودها تضارب في المصالح وتشابك في العلاقة بين مختلف الاطراف، حيث يعمل كل طرف من اجل تعظيم منافعها في ظل التنافس على موارد محدودة ولهذا تحاول المؤسسة تحقيق أكبر قدر من الاستفادة، حيث تظهر فعاليتها من خلال مدى تعظيمها لمنفعها والتي تعبر عن حجم الأرباح والعوائد التي تحققها. يعتبر هذا المنظور تقليدي يقتصر على تحقيق عوائد المساهمين باعتبارهم ملك وهو المساهمين بالأموال والتي لن تقدم أي قيمة مضافة بدون توفر موارد طبيعية بالإضافة إلى الموارد البشرية والتي تشكل مزيج يمكن من خلق قيمة مضافة يستفيد منها أساساً أصحاب الاموال، أما المنظور الحديث فينص على ان المؤسسة ملزمة بالمساوات بين كل أصحاب المصالح بما فهم المالك وهذا لأن القيمة المضافة التي حققها المؤسسة هي نتيجة لجهود مختلف أصحاب المصالح وعلى هذا الاساس أصبح من الضروري ان تتحمل المؤسسة مسؤوليتها اتجاههم حيث ظهر مصطلح المسؤولية الاجتماعية والذي يعكس مدى التزام المؤسسة بتحقيق منافع اتجاه باقي أصحاب المصالح، ومن خلال هذا الورقة سيتم مناقشة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والتزام المؤسسة بدفع الضرائب بينما قد تتحمل الطبيعة أضرار استغلالها والتي قد تؤثر على البشر في حين يستفيد البشر من بعض هذه القيمة المضافة في شكل اجور والذي قد لا يكون يكفى مجهودهم، من جهة اخرى تستفيد خزينة الدولة من الضرائب والتي تصرف في مجالات تسهل للمؤسسة النشاط.

#### 1- ماهية المسؤولية الاجتماعية

يقوم مفهوم مسؤولية الشركات على نظرية الإدارة الاستراتيجية التي يقوم بأن المديرين بإمكانهم رفع قيمة المشاريع بوضعهم في الحسبان الآثار الاجتماعية والاقتصادية لعملياتها لدى اتخاذ القرارات؛ وتزعم هذه النظرية أن المديرين تمكنهم أن يعززوا على أفضل وجه قدرة المشاريع على الاستمرار على المدى الطويل بإقامة توازن بين احتياجات الجهات صاحبة المصلحة فيها وما يقتضيه الحفاظ عليها وإنماؤها من متطلبات مالية. ويشكل الإبلاغ عن أداء المشاريع في هذا المجال بالتالي وسيلة لتزويد أصحاب الأسهم وغيرهم من الجهات صاحبة المصلحة (والمديرين أنفسهم) بعرض لأثر المشروع على المجتمع، ومن شأن هذه الشفافية أن تجعل المشروع أكثر قابلية للمساءلة تجاه الجهات صاحبة المصلحة فيه.<sup>1</sup>

1- تعريف المسؤولية الاجتماعية: يوجد عدة تعريفات للمسؤولية الاجتماعية ونظراً لتعدد جهات النظر المرتبطة بها، والذي يعكس الجدل والنقاش القائم حول المسؤولية الاجتماعية.

- المسؤولية الاجتماعية هي مجموعة الواجبات والتصرفات التي تقوم بها المنظمة من خلال قراراتها بزيادة رفاهية المجتمع والعناية بمصالحه إضافة لمصالحها الخاصة.<sup>2</sup>

- كما عرفها البنك الدولي بانها المساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة، وذلك من خلال التعاون مع العاملين واسرهم والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشتهم على نحو مفيد لنشاط الشركات وللتنمية الاقتصادية.<sup>3</sup>

كما يعرفها المسؤولية الاجتماعية للشركات هي المبادرة التي تتخذها مؤسسات الأعمال التجارية باستثمار جزء من أرباحها من اجل تحقيق رفاه المجتمع لكي تكون صورة إيجابية لدى الجمهور وتؤسس قاعدة من المستهلكين الواعيين، كما أنها التزام من جانب مؤسسات الأعمال التجارية بالمساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة والعمل مع الموظفين وأسرهم، والمجتمعات المحلية والمجتمع على تحسين نوعية الحياة.<sup>4</sup>

كما تبني إتحاد المصارف العربية المجموعة التالية من التعاريف الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية:<sup>5</sup>

- المسؤولية الاجتماعية هي ممارسات الشركة وسياساتها التي تسهم في رفاهية البيئة، والاقتصاد والمجتمع وهي تعالج احتياجات العملاء والموردين والمساهمين والموظفين والتابعين للحكومة وعامة الناس والمجتمعات التي تعمل فيها الشركة من دون التعرض لقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتهم الخاصة.
  - المسؤولية الاجتماعية هي الطريقة التي تدمج فيها الشركة الأهداف الاقتصادية والبيئية والاجتماعية وتستجيب لتوقعات أصحاب المصالح وتحافظ على قيمة المساهمين او تعززها.
  - المسؤولية الاجتماعية هي العلاقة الشاملة بين الشركة وأصحاب المصالح، بما فيهم العملاء والموظفين والمجتمعات والمالكين أو المستثمرين والحكومة والموردين والمنافسة وتشمل عناصر المسؤولية الاجتماعية الاستثمار في التواصل مع المجتمع وعلاقات الموظفين وخلق فرص العمل والمحافظة عليها، والعمل البيئي والداء المالي.
  - المسؤولية الاجتماعية هي مسؤولية الشركة تجاه أصحاب المصالح فيها، وهي تعني ان منتجات الشركة وخدماتها تنتج قيمة إضافية للعملاء وتسهم في رفاهية المجتمع، كما تعني أن الشركة تستخدم الممارسات التجارية الأخلاقية وتتوقع المثل من مورديها وشركائها؛ وهي تعني التقليل من الأثر البيئي لمرافق الشركة ومنتجاتها؛ كما تعني توفير فرص العمل؛ ودفع الضرائب وتحقيق الربح فضلا عم دعم العمل الخيري ومشاركة المجتمع وهي تعني معاملة الموظفين باحترام وأن تكون جارا جيدا لمن يقطن بجوارك أو يقطن في نصف القارة الأخرى.
- يمكن التفريق بين اتجاهين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية:<sup>6</sup>
- يرى الاتجاه الاول ضرورة وجود إطار تنظيمي للمسؤولية الاجتماعية وإلزام الشركات بضوابط تنظيمية من قبل الدولة من خلال تعليمات وموائق (ألمانيا، فرنسا، بريطانيا، هولندا).
  - في حين ينظر الاتجاه الثاني إلى المسؤولية الاجتماعية على انه نشاط تطوعي لا يتطلب قوانين او ضوابط تنظيمية او قواعد محدودة تلزم الشركات بمسؤوليتها تجاه المجتمع كون المسؤولية طوعية، وسيؤدي وضع الضوابط إلى المزيد من البيروقراطية، إضافة إلى أن وضع القواعد والضوابط يجعل الشركات تلتزم، بما هو مطلوب منها فقط دون زيادة.
- يختلف وجهة النظر حول المسؤولية الاجتماعية هل هي فعلا ضرورية للمؤسسات ام لا ؟ حيث يرى الاتجاه الاول الهدف الاساسي لمنظمات الاعمال هو تحقيق الارباح وتعظيم العوائد وليس الانفاق على الأنشطة الاجتماعية التي تعتبر مصاريف وتكاليف تؤثر على أصحاب المساهمين، أما التوجه الثاني فيرى ان على المنظمات الاعمال يجب أن يكون لها دور فعال في الأنشطة الاجتماعية فغلبها ان تساهم في حل المشاكل الناجمة عن نشاطها مثل التلوث واستنزاف الموارد<sup>7</sup>؛ حيث شهد مفهوم المسؤولية الاجتماعية وممارساتها من طرف الشركات والمتطلبة بها من طرف أصحاب المصالح تنامي متزايد وهذا راجع إلى:<sup>8</sup>
- العولمة: ساهمت العولمة في نشر المفاهيم المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية وهذا من حيث عولمة الأنشطة الاستثمارية للشركات المتعددة الجنسيات وما صحبها من نقل الوعي بين المجتمعات التي تنشط فيها هذه المؤسسات بالإضافة إلى السياسات والثقافة المرتبطة بهذا الجانب التي تصحب هذه الشركات والنتيجة عن ضغوط حول المسؤولية الاجتماعية في المجتمعات الواعية بهذا الجانب، بالإضافة إلى استغلال الشركان متعددة الجنسيات للمفاهيم المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية في حملاتها الاعلانية والتي قد تعود عليها بمنفعة مرتبطة بامتصاص الضغوط المحلية وتقليل احتمالا الخضوع لأليات الرقابة المختلفة او تخفيفها.

- تزايد الضغوط الحكومية والشعبية: أدى تنامي الوعي لدى مختلف الشعوب إلى زيادة الضغوط والتي نتج عنها تشريعات تهدف إلى حماية البيئة والمستهلكين والمحافظة على حقوق العمال ومحاربة عمالة الاطفال والتقارير عن مستويات تنفيذ السياسات المرتبطة بهذا الجانب؛

- الكوارث والفضائح الأخلاقية: شاهدة العالم العديد من الكوارث البيئية الناجمة عن تصرفات خاطئة او اهمال أو إستغلال للموارد الطبيعية من طرف الشركات والذي ألحق اضرار بالبيئة وبالمجتمعات المحلية مما أدى إلى ردة فعل : كلفة المؤسسات مصاريف وتعويضات كبيرة.

2-1 استراتيجية التعامل مع المسؤولية الاجتماعية: تختلف استراتيجية التعامل مع المسؤولية الاجتماعية على أساس اعتبارات ترتبط بالمؤسسة حيث يمكن ان نفرق بين الاستراتيجية التالية:<sup>9</sup>

- استراتيجية الممانعة: وتعرض هذه الاستراتيجية اهتماماً بالأولويات الاقتصادية لمنظمات الأعمال دون تبني أي دور اجتماعي لأنه يقع خارج نطاق مصالحها التي يجب أن تتركز على تعظيم على الربح والعوائد الأخرى.

- الاستراتيجية الدفاعية: القيام بدور اجتماعي محدود جداً وبما يتطابق مع المتطلبات القانونية المفروضة فقط وهو لحماية المنظمة من الانتقادات وبالحد الأدنى ويقع هذا الدور ضمن المتطلبات الخاصة بالمنافسة وضغوط الناشطين في مجال البيئة.

- استراتيجية التكيف: هنا تخطو المنظمة خطوة متقدمة أخرى باتجاه المساهمة بالأنشطة الاجتماعية من خلال تبني الإنفاق في الجوانب المرتبطة بالمتطلبات الأخلاقية والقانونية إضافة إلى الاقتصادية؛ حيث يكون لها دور اجتماعي واضح من خلال التفاعل من الأعراف والقيم وتوقعات المجتمع.

- استراتيجية المبادرة التطوعية: تأخذ الإدارة هنا زمام المبادرة في الأنشطة الاجتماعية وذلك بالاستجابة للكثير من المتطلبات الاجتماعية وفعال تقديرات المدراء وفق المواقف المختلفة؛ تتميز هذه الاستراتيجية بأن الأداء الشامل لمنظمة الأعمال يأخذ دائماً في الاعتبار أن لا تكون القرارات المتخذة أو التصرفات ذات أثر معاكس لتطلعات المجتمع ومصالحته.

3-1 فوائد المسؤولية الاجتماعية للشركات: تنشط المؤسسة في محيط تتأثر به وتؤثر فيه بشكل متفاوت فكل طرف من أصحاب الصالح يتحمل نسبة معينة من التأثيرات الايجابية والسلبية والتي تحلم ردة فعل مناسبة ولتقليل ردة الفعل السلبية تعتبر المسؤولية الاجتماعية أحد اهم الاليات التي يمكن إتباعها حيث تسمح للمؤسسة بتحقيق الفوائد التالية:<sup>10</sup>

- تحسين الأداء المالي: حيث توصلت الدراسات إلى انه توجد علاقة إيجابية بين الاداء المالي والاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية.

- تخفيض تكاليف التشغيل: هنالك مبادرات كثيرة تستهدف تحسين الأداء البيئي وتؤدي إلى خفض التكاليف مثل - تقليل انبعاثات الغازات التي تسبب تغير المناخ العالمي او تقليل استخدام المواد الكيميائية الزراعية؛ كما يمكن تقليل تكاليف التخلص م النفايات من خلال مبادرات إعادة تدويرها والجهود المبذولة في إطار المسؤولية الاجتماعية للشركات في مجال الموارد البشرية مثل جداول العمل المرنة والتناوب على الوظائف وغير ذلك من البرامج المتصلة بمكان العمل تؤدي إلى خفض نسبة غياب العاملين، وزيادة الاحتفاظ بعدد كبير من الموظفين شديدي الحماس للعمل، والفعالية والكفاءة الإنتاجية، وخفض تكاليف التوظيف والتدريب.

- تعزيز صورة وسمعة العلامة التجارية: الشركات المسؤولة اجتماعيا تستفيد من تعزيز سمعتها لدى الجمهور وفي إطار مجتمع الاعمال التجارية، فتعزز بالتالي قدرتها على جذب رأس المال والشركاء التجاريين، وتجد مجالا واسعا في سوق المنافسة العالمية.

- تعزيز المبيعات وولاء العملاء إن العودة بصورة ملحوظة إلى تامين النقاء البيئي والمنتجات الطبيعية قد دفع المستهلكين إلى الاهتمام الخاص بعمليات الإنتاج وتأثير هذه العمليات والمنتجات على البيئة وعلى الرغم من أن مؤسسات الأعمال التجارية يجب عليها أن تفي في المقام الأول بالمعايير الشرائية للمستهلكين مثل الأسعار، وجودة السلع، وتوفرها، وسلامتها وملاءمتها، فإن الدراسات تظهر تزايد الرغبة في الشراء (أو عدم الشراء) بسبب بعض المعايير الأخرى المستندة إلى قيم مثل قلة التأثير على البيئة، وعدم استخدام مواد أو مكونات معدلة وراثيا.

- زيادة الإنتاجية والجودة: إن الجهود التي تبذلها الشركات في سبيل الاضطلاع بالمسؤولية الاجتماعية من خلال القوة العاملة والعمليات التي تقوم بها تؤدي في الغالب إلى زيادة الإنتاجية وتخفيض معدل وقوع الإخطاء؛ وتعزيز الفعالية والكفاءة عن طريق تحسين ظروف العمل وزيادة مشاركة الموظفين في صنع القرار.

- زيادة القدرة على جذب الموظفين والاحتفاظ بهم: الشركات المسؤولة اجتماعيا يسهل عليها تعيين موظفين ذوي كفاءة عالية والمحافظة عليهم، ويؤدي ذلك إلى خفض تكاليف التوظيف والتدريب ويتم في الغالب تعيين الموظفين من المجتمع الذي تعمل فيه الشركة ولهذا السبب ستصبح القيم المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات متسقة مع قيم الموظفين الشئ الذي يستعد أي تعارض من حيث القيم ويعزز بيئة العمل.

- تخفيض الرقابة التنظيمية: الشركات التي تفي بمتطلبات الامتثال للأنظمة بوضوح أو تذهب إلى أبعد من ذلك تعطي قدرا أكبر من حرية التصرف من جانب كيانات الحكومة الوطنية او المحلية؛ ومثل هذه الشركات قد تخضع لقدر أقل من عمليات التفتيش والمراسلات الخطية وقد تمنح الأفضلية او معاملة سريعة عندما تقدم طلبات للحصول على تراخيص عمل، او تغيير مناطق العمل أن غير ذلك من التصاريح الحكومية.

- التقرير عن المسؤولية الاجتماعية: تبني نظام واستراتيجية واضحة لتقرير عن مختلف الانشطة والالتزامات التي دخلت الشركة فيها في إطار المسؤولية الاجتماعية بالإضافة إلى المشاريع التي قامت بها امر ضروري من أجل فتح قناة تواصل مع مختلف أصحاب المصالح بشكل عام والمهتمين أساسا بالمسؤولية الاجتماعية للشركة حيث تتضمن فوائد التقارير في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات عما يلي:<sup>11</sup>

- زيادة الشفافية؛
- إتخاذ القرارات الدقيقة والواعية؛
- الأسلوب الأفضل لإدارة المخاطر والأزمات؛
- تعزيز قيمة وسمعة العلامة التجارية؛
- العلاقات الحسنة مع الحكومة والمجتمعات المحلية؛
- إستدامة الارتباط بين الشركة والمجتمع على المد الطويل نظرا لتلقي المزيد من الانتقادات والتحسينات المقترحة من المراجعين الداخلية والخارجين؛

- ضمان تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات نظرا لقيام الحكومة برصد الإمتثال للمعايير؛

4-1 موقع المؤسسة فيما يخص المسؤولية الاجتماعية: تختلف درجة إدراك المسؤولية الاجتماعية ودرجة تطبيقها من مؤسسة إلى أخرى وهذا حسب حجمها وطبيعة نشاطها ومكانه والقائمين عليها، فقد تكون مؤسسة في مستوى متقدم من

## تأثير المسؤولية الاجتماعية على الرفع من الوفاء بالالتزامات الضريبية للشركات

التطبيق والايمان بأهمية المسؤولية الاجتماعية في حين قد تكون اخرى متأخرة، ومن اجل التسهيل للمؤسسات تطوير والاندماج في هذا المجال، قدمت العديد من النماذج الدولية والإقليمية حيث قدم الاتحاد العربي للمصارف الجدول التالي:

الجدول رقم (01): يوضح المشاكل والحلول الممكنة المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية

المشكلة	الحلول الممكنة	الوصف
مشكلة ضئيلة أو معدومة	تحديد الجدوى التجارية للمسؤولية الاجتماعية الخاصة بك	إقناع مجلس الادارة بالمسؤولية الاجتماعية لا بد من ان نبين الجدوى التجارية الفريدة من نوعها للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة؛ هل ستؤدي إلى ميزة تنافسية، أو الاعتراف بالعلامة التجارية، أو إدارة المخاطر وما هو أثرها على العمل اليومي في مؤسستك، إن إطلاع مجلس الادارة على قيمة المسؤولية الاجتماعية تساعدهم في كثير من الأحيان على إدراك الطبيعة الملموسة للإجتماعية، وتشجعهم على مضاعفة مشاركتهم.
كلفة بسيطة وفعالية عالية	تواصل فاعل	عندما لا يكون المجلس ملتزما بالمسؤولية الاجتماعية، غالباً ما تشغله التكاليف الإضافية التي يمكن أن تفرضها ممارسة هذه المسؤولية حاول البدء بالمسؤولية الاجتماعية ضمن ميزانية منخفضة من خلال التزام الموظفين وأصحاب المصلحة، ثم بين لهم الفوائد الناتجة عنها وضاعف تدريجياً الاستثمار بالمال والموارد في المسؤولية الاجتماعية هذا الأمر يسهل على المجلس إمكانية تلتفها وقبولها، ودعمها.
الضريبة المقتطعة	بموجب القانون الذي تخضع له مؤسستك، تجدر الإشارة إلى إمكانية أن تكون بعض الاستثمارات في المسؤولية الاجتماعية معفاة من الضرائب وهذا يشكل نقطة مهمة لإقناع المجلس بالمسؤولية الاجتماعية	بسبب طبيعة المسؤولية الاجتماعية، من المهم التواصل بفعالية بشأن هذه المسؤولية، وهدفها، ورؤيتها، وغايتها، وإذا قسمنا مفهومها إلى رسائل أساسية بسيطة أصبح قبول المسؤولية الاجتماعية ومعالجتها، وإدارتها أكثر سهولة مما كانت مبدأ وليداً أو ممارسة وليدة.
المشكلة	مصدر المشكلة	الوصف
المقاومة	عدم إدراك قيمة المسؤولية الاجتماعية	يقاوم العديد من مجالس الادارة المسؤولية الاجتماعية لعدم إدراكهم لقيمتها؛ فإذا كانت هذه هي الحال؛ حاول أن تعرض عليهم الجدوى التجارية للمسؤولية الاجتماعية في مؤسستك على النحو المذكور أعلاه لتعطيهم فكرة عن قيمة المسؤولية الاجتماعية.
الكلفة باهضة	لا موارد	يمكن الحصول على مسؤولية اجتماعية فعالة ومستدامة ضمن ميزانية وتكاليف منخفضة جداً والطريقة الأسهل تكمن في دمج المسؤولية الاجتماعية في مكان العمل وفي المؤسسة من خلال السياسات القائمة وعبر إتباع نهج الدمج البطيء؛ تظهر قيمة المسؤولية الاجتماعية ويمكن إعطاء هذا المثل لإظهار أن المسؤولية الاجتماعية يمكن ألا تكون مكلفة
		يقاوم العديد من مجالس الإدارة المسؤولية الاجتماعية لعدم امتلاكهم الموارد اللازمة لإدارة قضايا المسؤولية الاجتماعية؛ فإذا كانت هذه هي الحال تجدر الإشارة إلى كثرة توافر برامج التدريب وبناء القدرات في المنطقة التي يمكن أن تساعد على تطوير المعرفة القائمة وخلق موارد جديدة إضافية

المصدر: اتحاد المصارف العربية، إرشادات المسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة بالقطاع المالي، ص ص (05، 06): <http://schemaadvisory.com/wp-content/uploads/2012/12/CSR-Arabic-Updated-v2.pdf>



- 5-1 تنفيذ ودمج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة: لاجل دمج المسؤولية الاجتماعية ينبغي تنفيذ الاستراتيجية التالية:<sup>12</sup>
- رؤية المهمة وبيان قيمتها: يعتبر تحقيق الربح هدف كلاسيكي لا يحقق المسؤولية الاجتماعية في حين ان التوجه نحو تحقيق الربح بطريقة اخلاقية ومسؤولة تخدم كل أصحاب المصالح هو الرؤية التي تتناسب مع المسؤولية الاجتماعية.
  - القيم الثقافية: تظهر سلوكيات المسؤولية الاجتماعية للشركة من خلال القول والفعل وهذا من خلال الايمان بها كثقافة وتطبيقها كممارسة.
  - إدارة الشركة: تعتبر إدارة الشركة ومجلسها الموجه الاساسي لاستراتيجية الشركة بشكل عام بما فيها الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية التي تحتاج إلى دعم الادارة.
  - الهيكل الاداري: من اجل إدارة المسؤولية الاجتماعية في الشركة ينبغي توفير إطار إداري وتنظيمي متكامل وفي مختلف المستويات الادارة للشركة من أجل الوفاء بالمطلبات المرتبطة بها.
  - التخطيط الاستراتيجي: كما اشرنا سابقا يقوم مفهوم المسؤولية الاجتماعية على الادارة الاستراتيجية وعلى هذا الاساس فإن التخطيط طويل المدى لإدارة المسؤولية الاجتماعية أمر ضروري من أجل تحقيق أهداف المنشودة.
  - المساءلة العامة: وتتم من خلال تحديد المسؤوليات والسلطات والاجراءات الخاصة بتنفيذ المسؤولية الاجتماعية لكل الموظفين الادارات من أجل الرقابة على التنفيذ والمساءلة.
  - تقييم ومكافأة الموظفين: وهذا من خلال ربط بين المهام والوجبات المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية ومستويات القيام بها بالمكافآت والترقيات والتوظيف.
  - الاتصالات والتعليم والتدريب: تنفيذ المسؤولية الاجتماعية بشكل كفوء يحتاج إلى التعليم والتدريب المستمر من اجل توعية الموظفين في مختلف المستويات بأهمية المسؤولية الاجتماعية ومن أجل رفع كفاءتهم على اداء مهامهم ضمن أطر المسؤولية الاجتماعية.
  - إعداد التقارير عن المسؤولية الاجتماعية للشركة: تقديم تقرير عن المسؤولية الاجتماعية للشركة بشكل دوري يقلل من عدم تماثل المعلومات في الجانب مع أصحاب المصالح وبالتالي يرفع من العوائد الناجمة عن نشاطات المؤسسة في هذا الجانب.

II - تأثير المسؤولية الاجتماعية على الالتزام الضريب للشركات: تعتبر الضرائب من احد أهم التكاليف التي تؤثر في التوجه العالمية للتدفقات الاستثمار على المستوى الدولي، وهذا من خلال القرارات الاستثمارية او التخرج من إستثمارات أصبح فيها العبء الضريب يشكل تهدياً لهامش الربح المستهدف، من جهة اخرى قد تقوم تلك الشركات بتصرفات عدائية إتجاه الضرائب والذي قد يشكل خطر على المؤسسة، وعلى هذا الاساس يجب أن يركز تبني أجندة جديدة من قبل الشركة مبنية على تقليل المخاطر إلى الحد الأدنى من أجل الحفاظ على نجاح الشركة. يجب أن تسير المسؤولية الاجتماعية للشركات والمسؤولية الضريبية جنباً إلى جنب لأن العديد من الشركات تواجه رقابة شديدة على ممارساتها الضريبية بالإضافة إلى الدعاية السلبية في عالم يحركه الإعلام يمكن أن تؤثر مباشرة على النتائج المالية.<sup>13</sup> فالضرائب هي الطريقة الأساسية التي يمكن للشركات أن تنخرط فيها بشكل إيجابي في المجتمع.<sup>14</sup> حيث يشار إلى مفهوم اخرى وهو المواطنة المؤسسية في مجال الضرائب وتعني ضمناً أن الشركات يجب أن تمتثل لكل من نص وروح قوانين الضرائب واللوائح في جميع البلدان التي تعمل فيها.<sup>15</sup>

تعتبر الضرائب امر حتمي على المؤسسة الوفاء بها فهو إلزام قانوني قد يؤديها بها إلى خسائر فادحة لهذا فإن الالتزام بها هو في الدرجة الاولى أمر قانوني قد لا يرتبط ظهرياً بالمسؤولية الاجتماعية والتي تعتبر امراً اختيارياً يفرضه بصفة اكبر الواقع

وممارسات الاعمال، ويظهر تأثير المسؤولية الاجتماعية من خلال وعي المؤسسة بأهمية الوفاء بالتزاماتها الضريبية ليس كالتزام قانوني فقط، بل كمورد اقتصادي يخدم المجتمع بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، من جهة اخرى لا يعني هذا انها تدفع ضرائب أكثر بل دفع ضرائبها المستحقة دون تأخير أو تهرب أو غش يؤثر على حجم ما تدفعه.

1-11 دمج الضرائب في استراتيجية المسؤولية الاجتماعية: تعتبر علاقة المؤسسة بالضرائب علاقة يومية ولهذا فإن من الضروري العمل بشكل يومي ومتابعتها حيث ينبغي ان تأخذ المؤسسة بعين الاعتبار وفق لما يلي:<sup>16</sup>

1. الالتزام بالقوانين الضريبية لا تعد كافية للمؤسسة من اجل تجنب المخاطر التي يمكن ان تنشأ عن الضرائب المرتبطة بأعمال وانشطة المؤسسة؛

2. عدم وجود شفافية حول التسيير الجبائي بالمؤسسة يؤدي إلى زيادة المخاطر؛

3. تعتبر الهياكل والممارسات المرتبطة بالتسيير الجبائي في صميم المسؤوليات الضريبية والتي تؤثر على تحديد مبالغ الالتزامات الضريبية التي تعتبر من مخرجات التسيير الجبائي.

وفي هذا السياق أظهر تقرير في الدنمارك حول المسؤولية الاجتماعية والالتزام الضريب شمل 40 شركة من كبريات الشركات الدنماركية والشركات العاملة في الدانمارك ان:<sup>17</sup>

- غالبية المستجوبين يعتقدون أن الضرائب مسؤولية الشركات حيث أن أكثرها لديها سياسة ضريبية للشركات.
- لا توجد إشارات متسقة إلى المبادئ التوجيهية والأطر الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات في السياسات الضريبية، وعلى هذا الأساس الأنظمة المعمول بها تقديم القليل من الدعم التشغيلي.

ولأجل دمج الالتزام الضريبي مع المسؤولية الاجتماعية ينبغي إتباع الاستراتيجية التالية:

- وجود رؤية استراتيجية لأهمية تبنى الالتزام الضريبي ضمن سياسية المسؤولية الاجتماعية: ترتبط هذه النقطة أساسا بمجلس الادارة والمديرين بحيث تركز حول مدى وعيمهم بأهمية الالتزام بالضرائب كأحد الالتزامات التي تعزز المسؤولية الاجتماعية وتتجاوز فكرة الضريبة عباء إضافية على عاتق المؤسسة وتحقيق مردودية اعلى، بل هي مورد يخدم المجتمع المحلي الذي تنشط فيه المؤسسة وبالتالي نقل هذا الوعي لمختلف المستويات الإدارية من خلال وضع الاجراءات المناسبة وتوفير الامكانيات والموارد التي تخدم هذا الجانب؛
- القيم الثقافية: تحقيق الالتزام الضريبي كثقافة ضمن المسؤولية الاجتماعية يحتاج إلى نشر الوعي ودمج هذا الامر ضمن السلوكيات ومدونة المؤسسة واعتباره أمر لا يمكن تجاوزه ضمن كل تعاملات المؤسسة وترسيخه ضمن سلوكيات ممارسة الاعمال لديها.
- إدارة الشركة: إن وجود رؤية استراتيجية وقيم ثقافية اتجاه أهمية الالتزام الضريبي قد لا يكون كافي نظرا لأن عملية الالتزام هي عملية مستمرة تحتاج إلى دعم مستمر من الادارة من خلال الوقوف على مدى الالتزام والمحافظة على نقاط القوى وتصحيح ودعم نقاط الضعف.
- الهيكل والاجراءات الادارية: يرتبط تنفيذ الالتزام الضريبي أساسا بالمواعيد والاجراءات التي تتأثر بشكل اكبر بما تفرضه الادارة الضريبية حيث ينبغي أن يتم تصميم وتكيف هذه الاجراءات بما يخدم ويسهل تنفيذ المسؤولية الاجتماعية المرتبطة بهذا الجانب.
- المساءلة العامة: إن تنفيذ الاجراءات واستراتيجية المؤسسة في هذا الجانب من خلال تحديد المسؤوليات والسلطات والاجراءات لكل الموظفين الادارات من أجل الرقابة على التنفيذ والمساءلة في يخص الوفاء بالالتزامات الضريبية.



- تقييم ومكافأة الموظفين: تحديد المسؤولية والسلطات ترتبط بأداء العمل ومن اجل المحافظة على كفاءة الاداء وفعالية الالتزام ينبغي الحرص على تقييم أداء الموظفين ضمن سياسية مكافآت واضحة ومحفزة.
- الاتصالات والتعليم والتدريب: ينبغي الربط في برامج التدريب والتعليم بين الضرائب وتنفيذ المسؤولية الاجتماعية وهذا من اجل رفع الوعي ومدى الالتزام لدى مختلف الموظفين.
- ومن اجل تنفيذ سياسة ضريبية تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية اقتراحات GLOBAL CSR ضمن مؤتمر الضرائب والمسؤولية الاجتماعية بكونها عن سنة 2012 المبادئ التالية:<sup>18</sup>
- الدفعات الضريبية: يجب ان تكون الدفعات الضريبية على مستوى مكان الانشطة التجارية للمؤسسة .
- الهيكل التنظيمي: يجب على الشركة عدم إساءة استخدام الملاذات الضريبية أو هياكل الشركة غير الشفافة للاستفادة من المزايا الضريبية: يجب ألا تستخدم الشركات الفرعية في الملاذات الضريبية أو مناطق للأنشطة السرية للحصول على مزايا ضريبية أو مزايا اقتصادية أخرى. يجب الكشف عن هيكل الشركة ومالكها المستفيدين للجمهور.
- السلطة: يجب ألا تستخدم الشركة سلطتها التفاوضية المتفوقة للحصول على منافع ضريبية غير عادلة ومفرطة عند التفاوض على العقود مع بلد مضيف؛ يجب أن تكون العقود بين الشركة والبلد المضيف متوازنة وعادلة لكلا الطرفين؛ ويجب تجنب الإعفاءات الضريبية الزائدة والعطل الضريبية؛ كما لا ينبغي استخدام مدفوعات الضرائب الطوعية كوسيلة للحصول على مزايا في مجالات أخرى؛
- شفافية: يجب أن تكون الشركة شفافة بشأن سياستها الضريبية كما يجب أن يتم تقديم افصاح منتظم ومفهوم وشفاف حول السياسة الضريبية للشركة ومدفوعات الضرائب؛
- الامتثال: يجب على الشركات أن تمتثل في جميع الأوقات للقوانين الوطنية في البلدان التي تعمل فيها: فالامتثال يعني احترام ليس فقط نص القانون، ولكن أيضا روح القانون. في الحالات التي تكون البلد فيها ضعف أو سوء التنظيم القوانين الجبائية و/ أو الادارة الجبائية، لا ينبغي استخدام هذا الأمر للحصول على مزايا ضريبية لا يقصدها القانون؛
- التقرير جبائية: يجب على الشركة الإفصاح عن تقاريرها الجبائية لجميع الدول التي تنشط فيها: يجب الإفصاح بانتظام عن تفاصيل المدفوعات الضريبية والأرباح ومعدل دوران العمال والتمويل، وعدد الموظفين والبيانات الأخرى ذات الصلة.
- الحوكمة: إن مجلس إدارة الشركة مسؤول عن إستراتيجية الشركة الضريبية ويجب أن يلعب دورا نشطا في تطوير الإستراتيجية: فهي ضرورية لصحة الشركة وتعكس قيم وأخلاقياتها، وبالتالي فهي مهمة جدا للإصحاب المصالح الذين يكون مجلس الإدارة مسؤولا أمامهم.

#### الخاتمة:

تعتبر الضرائب أحد أهم الأعباء التي تؤثر على المؤسسة وقراراتها الاستثمارية من جهة أخرى الالتزامات التي ينبغي على المؤسسة الوفاء بها فلا يمكن تأخيرها عن جدولها الزمني المحدد قانون، حيث ان أي تخلف أو غش أو خطأ في التقرير الخاصة بالضرائب قد يكلف المؤسسة غرامات وضيوع رقابية، وخسائر مرتبطة بالسمعة وعلى هذا الاساس تحاول المؤسسات تجاوز هذا التحدي من خلال الالتزام الحقيقي اتجاه التشريعات او محاولات استغلال الثغرات ونقاط الضعف في الانظمة الجبائية او الأجهزة القائمة على تنفيذها من خلال الاعتماد على شركات وخبراء متخصصين في مجال الاستشارات الجبائية المرتبطة بهذه المسألة.

## تأثير المسؤولية الاجتماعية على الرفع من الوفاء بالالتزامات الضريبية للشركات

إن التصرفات التي تقوم بها المؤسسة اتجاه الضرائب هي تصرفات مسؤولة بالدرجة الأولى اتجاه القانون، ثم اتجاه المجتمع الذي تنشط فيه المؤسسة والذي يمكن ادراجه ضمن ما يعرف بالمسؤولية الاجتماعية، فالبرغم من ارتباط هذا المصطلح بالتطوع على عكس الضرائب إلا أن العلاقة بينهم تكمل في التأثير الناتج عن تطبيق المؤسسة ووعيمها بالمسؤولية الاجتماعية وزيادة حرصها على الالتزام بالدفع الضرائب المرتبطة بنشطتها وليس المعنى مرابط بدفع ضرائب أكثر من الازم بالوعي بأهمية ما تدفعه ودوره في دعم التنمية المستدامة وتحسين الخدمات المرتبطة بالمجتمع المحلي، وعلى هذا الاساس فهي لا تقوم باستغلال الثغرات القانونية او ضعف القوانين او الرقابة الجبائية من أجل تقليل العبء الضريبي الذي ستدفعه وهذا فضلا عن اللجوء إلى طرق احتيالية أو تهرب أو غش جبائي.

### المراجع:

<sup>1</sup> فريق الخبراء الحكومي الدولي العامل المعني بالمعايير الدولية للمحاسبة والإبلاغ (ISAR) وثيقة بعنوان إرشادات بشأن مؤشرات مسؤولية الشركات في التقارير السنوية، رقم الوثيقة TD/B/COM.2/ISAR/29، الدورة 22، جنيف 21 و 23 نوفمبر 2005، ص 7.  
<sup>2</sup> صالح مهدي محسن العامري، طاهر محسن منصور الغالي، الادارة والاعمال، داروائل، الطبعة الثانية، 2008، عمان، ص 93  
<sup>3</sup> إيمان المغربل، ياسمين فؤاد، المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر: بعض التجارب الدولية، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، سبتمبر 2008، ص 4 تم الاطلاع عليه من الرابط

[http://www.eces.org.eg/MediaFiles/Sélestadien/%7BA2970867-9434-46A0-B3EB-2A572E69F3FE%7D\\_ECESWP138-A.pdf](http://www.eces.org.eg/MediaFiles/Sélestadien/%7BA2970867-9434-46A0-B3EB-2A572E69F3FE%7D_ECESWP138-A.pdf)

<sup>4</sup> برفين محمود، نطاق المسؤولية الاجتماعية للشركات فب البلدان النامية، كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع الاتجاهات والقضايا الراهنة، مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، جنيف، 2004، ص 65

<sup>5</sup> اتحاد المصارف العربية، إرشادات المسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة بالقطاع المالي، ص 6 متوفر على الرابط التالي:

<http://schemaadvisory.com/wp-content/uploads/2012/12/CSR-Arabic-Updated-v2.pdf>

<sup>6</sup> رسلان خضور، المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال، جمعية العلوم الاقتصادية السورية، ندوة الثلاثاء الاقتصادية الرابعة والعشرون، حول التنمية الاقتصادية والاجتماعية في سورية، (25 جانفي 2011، 28 فيفري 2011)، دمشق، ص ص (76)

<sup>7</sup> صالح مهدي محسن العامري، طاهر محسن منصور الغالي، مرجع سابق، ص 94

<sup>8</sup> حسين عبد المطلب الأسرج، المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص ودورها في التنمية المستدامة للمملكة العربية السعودية ص 12 متاحة على الرابط

<http://mpira.ub.uni-muenchen.de/54977>

<sup>9</sup> صالح مهدي محسن العامري، طاهر محسن منصور الغالي، مرجع سابق، ص ص (96: 97)

<sup>10</sup> أندونوغاينجي، المسؤولية الاجتماعية للشركات، كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع، الاتجاهات والقضايا الراهنة، الأمم المتحدة، نيويورك وجنيف، وثيقة رقم UNCTAD/ITE/TEB/2003/7، 2004، ص ص (82، 83)

<sup>11</sup> أندونوغاينجي، المرجع السابق، ص 90

<sup>12</sup> أندونوغاينجي، نفس المرجع السابق، ص ص (79، 80).

<sup>13</sup> DoronNarotzki, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND TAXATION: A CHANCE TO DEVELOP THE THEORY, 39 W.New Eng. L. Rev. 539 (2017), <http://digitalcommons.law.wne.edu/lawreview/vol39/iss4/5>, P 12

<sup>14</sup> Ibid., P 16

<sup>15</sup> Cornelia Eichinger, M.A, Corporate Social Responsibility & Corporate Tax Strategies: Contradiction or Complementarity?P 10

<sup>16</sup> DoronNarotzki, Op.Cit., p551

<sup>17</sup> IBIS, Tax – a corporate responsibility priority, MAPPING THE POLICIES AND PRACTICES OF MAJOR DANISH INVESTORS AND COMPANIES, 2017, P 2 [https://thetaxdialogue.org/sites/default/files/PDF%20global/the\\_tax\\_dialogue\\_mapping\\_report2014.pdf](https://thetaxdialogue.org/sites/default/files/PDF%20global/the_tax_dialogue_mapping_report2014.pdf)

<sup>18</sup> GLOBAL CSR ; A brief on tax and corporate responsibility ; June 2012, p7 [https://oxfamibis.dk/sites/default/files/PDF%20global/Analysis%20pdf/a\\_brief\\_on\\_tax\\_and\\_corporate\\_responsibility\\_ibis\\_analyse\\_2012.pdf](https://oxfamibis.dk/sites/default/files/PDF%20global/Analysis%20pdf/a_brief_on_tax_and_corporate_responsibility_ibis_analyse_2012.pdf)