

أبعاد المسؤولية الاجتماعية وفق هرم كارول (CARROL)

Dimensions of social responsibility according to Carroll's hierarchy

د. هبول محمد^{1*}، د. صلاح الدين كروش²، ط.د. بن وريدة حمزة³

¹ المركز الجامعي عبد الحفيظ بالوصوف ميلة، مخبر دراسات استراتيجيات التنوع الاقتصادي لتحقيق التنمية المستدامة (الجزائر)، m.hebboul@centre-univ-mila.dz

² المركز الجامعي عبد الحفيظ بالوصوف ميلة، مخبر دراسات استراتيجيات التنوع الاقتصادي لتحقيق التنمية المستدامة (الجزائر)، s.kerrouche@centre-univ-mila.dz

³ المركز الجامعي عبد الحفيظ بالوصوف ميلة، مخبر دراسات استراتيجيات التنوع الاقتصادي لتحقيق التنمية المستدامة (الجزائر)، h.benourida@centre-univ-mila.dz

تاريخ الاستلام: 2020/11/14 تاريخ القبول: 2020/12/09 تاريخ النشر: 2020/12/31

ملخص:

حاول العديد من الباحثين تقسيم مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى أبعاد محددة لتسهيل دراسة وقياس هذا المفهوم المتفرع والشامل لمجالات مختلفة، وأول محاولة لتحديد الأبعاد التي تشكل المسؤولية الاجتماعية للشركات كانت محاولة الباحث Carroll سنة 1979.

ولهذا أتت ورقتنا البحثية هذه بهدف إبراز مختلف تقسيمات الباحثين حول الأبعاد وتفصيل أبعاد المسؤولية الاجتماعية التي نص عليها Carrol في مصفوفته الخاصة. تم تطبيق المنهج الوصفي التحليلي المناسب لوصف الظاهرة كما هي، وقد توصلت الدراسة إلى معادلة كارول والتي هي حاصل مجموع الأنواع الأربعة للمسؤولية.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، أبعاد المسؤولية الاجتماعية، carrol، هرم كارول (carol).

تصنيف JEL: p2, p4

Abstract:

Many researchers have tried to divide the concept of corporate social responsibility into specific dimensions to facilitate the study and measurement of this branching and comprehensive concept of different areas, and the first attempt to define the dimensions that constitute corporate social responsibility was the attempt of the researcher Carroll in 1979. That is why our research paper came with the aim of highlighting the different divisions of researchers on the dimensions and detailing the dimensions of social responsibility that Carrol stipulated in his own matrix. An appropriate descriptive analytical approach was applied to describe the phenomenon as it is, and the study reached Carroll's equation, which is the sum of the four types of responsibility...

Key words: Social responsibility, dimensions of social responsibility, carrol, carol's pyramid.

JEL classification: p2, p4

مقدمة:

تعرف بيئة منظمات الأعمال حالياً تغيرات سريعة الحدوث، ومن أهمها تلك المفاهيم التي برزت بشكل ملفت للانتباه، والتي ترتبط بضرورة مراعات منظمات الأعمال للجوانب الأخلاقية والاجتماعية في نشاطاتها، والدعوة إلى عدم طغيان الهدف الربحي على دورها الاجتماعي اتجاه كل الأطراف من ذوي المصالح أو غيرهم في المجتمع. وللتعبير عن اهتمام منظمات الأعمال بالبعد الاجتماعي ظهر مفهوم المسؤولية الاجتماعية، وهو مفهوم جديد من خلاله تعتبر المنظمة طرفاً فاعلاً ومسؤولاً في البيئة التي تتواجد فيها (مقدم، 2014، ص 36).

لم يكن مفهوم المسؤولية الاجتماعية معروفاً ولا متداولاً حتى بداية القرن العشرين، وجرى استخدام هذا المصطلح للمرة الأولى عام 1923 على لسان العالم والباحث "شلدون" الذي رأى أن مسؤولية أي منظمة هي مسؤولية اجتماعية في المقام الأول.

وذهب "شلدون" إلى أن بقاء المنظمة واستمرارها مرهون بوفائها بالواجبات المنوطة بها اتجاه المجتمع. ومع حلول عام 1947، وفي أعقاب الحرب العالمية الثانية، تطورت نظرية المسؤولية الاجتماعية بشكل لافت ثم أخذت هذه النظرية في التطور بشكل مضطرد إلى أن جاء العالم والباحث Carrol، ووضع تصنيفه الخاص والذي عُرف فيما بعد في الأدبيات النظرية، بهرم Carroll للمسؤولية الاجتماعية.

مشكلة الدراسة

يذهب Carroll إلى أن النجاح في العمل يستلزم إيجاد علاقة وثيقة بين متطلبات المؤسسات الصناعية والتجارية، من ناحية، ومتطلبات واحتياجات العمل، من ناحية أخرى. فكل من المجتمع ومؤسسات العمل المختلفة يتوقع من الآخر دوراً معيناً، ويتعين على كل منهما أداء دوره من أجل تحقيق مصلحة الطرفين.

وعليه سوف نتناول في ورقتنا البحثية أبعاد المسؤولية الاجتماعية حسب العالم كارول، وبناء على ما سبق نطرح التساؤل الرئيسي التالي: ما أهمية هرم كارول للمسؤولية الاجتماعية؟

أهمية الدراسة :

تكمن أهمية هذه الدراسة في محاولتها الإجابة على الإشكالية المطروحة، التي جاءت لتسلط الضوء على هرم كارول (Carrol 1991) للمسؤولية الاجتماعية، بالإضافة إلى عرض عدد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية وأهمية الالتزام بها.

أهداف الدراسة

- التعرف على أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

- التعرف على هرم كارول 1991.

- إبراز الإضافات التي أتى بها كارول حول أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

فرضيات الدراسة: لتحقيق أهداف البحث نسوق الفرضيات التالية:

- المسؤولية الاجتماعية ما زالت في طور التشكل، وأن كل المحاولات التي تجرى من أجل تحديد أبعادها تبقى رهينة الزمن الذي يبحث فيه.

- أن المسؤولية الاجتماعية أصبحت في الوقت الحالي ضرورة والتزام للمنظمات اتجاه المجتمعات التي هي سبب وجودها.

منهج البحث

في هذه الورقة البحثية تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي، الوصفي بالاعتماد على مفاهيم حول المسؤولية الاجتماعية والاختلافات بين الباحثين حول أبعادها. أما التحليلي بتحليل هرم كارول للمسؤولية الاجتماعية.

الدراسات السابقة

بغرض الاستفادة والامام بشكل واسع بموضوع البحث، قام الباحثون بتناول دراسات سابقة تطرقت إلى أبعاد المسؤولية الاجتماعية من جوانب مختلفة. وهذه الدراسات هي كما يلي:

1 - دراسة (حمدي، 2013)، والموسومة بـ "الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك"، وهي عبارة عن أطروحة دكتوراه فلسفة في إدارة الأعمال. هدفت الدراسة إلى بحث مدى التزام المنظمات المصنعة للمنتجات الغذائية في اليمن بالأبعاد التسويقية

للمسؤولية الاجتماعية، وانعكاساتها على رضا المستهلك، كما هدفت أيضا إلى تحديد درجة رضا المستهلك، ومدى تقييمه للأنشطة التي تقوم بها تلك المنظمات اتجاه حقوق المستهلك. تم توزيع استبيان على عينة بلغ عددها (140) من مديري المنظمات، انتهت الدراسة إلى أن درجة التزام المنظمات عينة الدراسة اتجاه المتغيرات التسويقية للمسؤولية الاجتماعية كانت أعلى قليلا من الوسط الفرضي، كما توصلت الدراسة إلى أن العلاقة بين الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمة مع رضا المستهلك إيجابية. وأوصت الدراسة بضرورة إعادة النظر في السياسات والخطط التي تتبناها المنظمات اتجاه بيئتها من خلال الاستجابة للنداءات الصادرة من الجمعيات والاتحادات والالتزام بالتشريعات الدولية ذات الصلة بالمسؤولية الاجتماعية.

2- دراسة (dawking et jenny، 2002)، والموسومة بـ "دراسة دورية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمة عام 2001". وهي عبارة عن مقالة على الانترنت، تسرد قيام شركة MORI لبريطانية سنويا (ابتداء من سنة 1990) بعمل دراسات للتحري حول مدى استيعاب المستهلكين لما تقوم به الشركة بشأن المسؤولية الاجتماعية وردود أفعالهم واقتراحاتهم في هذا المجال. وتشير dawkins المدير التنفيذي إلى أن شركة MORI تقوم بتلك الدراسات إيمانا منها بأهمية المسؤولية الاجتماعية للمنظمة لدى المستهلكين. وقد أملت الدراسة بجوانب عديدة منها: توضيح أهمية المسؤولية الاجتماعية للمنظمة، التنمية المستدامة، الارتباط الاجتماعي، والمصادر الأخلاقية للمنظمات عابرة القارات. وقد أعطت الدراسة اقتراحات تفصيلية لطريقة الاهتمام بالحاجات الفردية للمستهلكين، مع المساهمة في تنمية المجتمعات المحلية التي تعمل فيها تلك المنظمات. كما تساعد المنظمات على عمل مقارنة مرجعية مع المنظمات الرائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية.

3- دراسة شركة (hopings، 2001)، والموسومة بـ "قيم منظمك"، وهي عبارة عن استبيان على الانترنت، حيث وضعت هذه الشركة استبيانا على موقعها في الانترنت ليقوم الافراد في مختلف دول العالم بتقييم أداء شركاتهم من حيث مساهمتها اتجاه المجتمع وكذا الحلول أو الاشكال المثلى التي يطمح هؤلاء الافراد إلى أن تكون عليها تلك المنظمات. بقي الاستبيان مدة قدرها سنة كاملة. بعد تجميع البيانات وتحليلها تم استنتاج ما يلي:

- في البداية لم يكن هناك اهتمام بالمسؤولية الاجتماعية إلا أنه زاد مع الوقت.
- حوالي 27% من المنظمات تمتلك نظام عمل أخلاقي وهي ليست بأفضل حال من غيرها في مجال المسؤولية الاجتماعية (الجانب الأخلاقي).
- حوالي 41% فقط من المنظمات طبقت دليل عمل بيئي (الجانب البيئي أو المجتمعي).
- حوالي 81% من المنظمات لديها تقييم دائم لرسالتها، مبادئها ورؤيتها اتجاه المسؤولية الاجتماعية.
- المنظمات المنتشرة في البلدان التي يزيد فيها الفساد تكون مهتمة بالمسؤولية الاجتماعية في جانبها القانوني.
- 4 - دراسة (fulop et hisrich et szegdi، 2000)، والموسومة بعنوان " أخلاقيات الاعمال والمسؤولية الاجتماعية في الاقتصاديات الانتقالية، وهي عبارة عن بحث علمي على شبكة الانترنت، حيث هدفت الدراسة إلى بحث طبيعة أخلاقيات الأعمال ودرجة المسؤولية الاجتماعية في المنظمات الخيرية، إذ تم توزيع استبيانات على 293 منظمة، من النتائج التي توصلت إليها الدراسة:
- اتضح أن حوالي 22% من المنظمات المبحوثة لا تهتم بالقضايا الأخلاقية.
- أشار أفراد العينة أن عدم الاهتمام بقضايا المسؤولية الاجتماعية راجع إلى عدة عوامل منها: اهتمام المنظمات بالبقاء أكثر من اهتمامها بالقضايا الأخلاقية (البعد الأخلاقي)، وانخفاض المستوى الاقتصادي في البلد لا يسمح بالالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في بعدها الاقتصادي.
- ومن خلال استعراض الدراسات السابقة، يتضح أن جل الدراسات تناولت المسؤولية الاجتماعية بأبعادها الثلاثة (البعد الاقتصادي، البيئي، والبعد الأخلاقي أو المجتمعي). فالجانب الذي أغفلته هذه الدراسات هو بعد رابع لم تذكره. وعليه جاءت دراستنا هاته لتتناول المسؤولية الاجتماعية بأبعادها الأربعة (البعد الاقتصادي، البعد المجتمعي، البعد القانوني، والبعد الخيري) وهو ما يتضمنه هرم كارول (1991) للمسؤولية الاجتماعية والذي هو جوهر بحثنا.

1: الإطار العام للمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال

1-1: نشأة المسؤولية الاجتماعية

لقد كان عام 1923 هو العام الذي تم فيه ورود اصطلاح المسؤولية الاجتماعية للمرة الأولى في إدارة الأعمال، وذلك عندما أشار Sheldon في كتابه فلسفة الإدارة إلى أن مسؤولية الإدارة في المشروعات هي بالدرجة الأولى مسؤولية اجتماعية، وأن التزام إدارة المشروع بمسئوليتها الاجتماعية عند أداء وظائفها المختلفة هو الجزء الهام من فن استخدام الأساليب العلمية لإدارة الأعمال، وبالرغم من تلك البداية فان مفهوم المسؤولية الاجتماعية لم يجلب الانتباه في مرحلة مبكرة، ولكن كانت هناك إشارات غير مباشرة ظلت تطفوا وتتلاصق متجمعة سويًا حتى نهاية الخمسينيات وبداية الستينيات من القرن العشرين، حيث بدء اصطلاح المسؤولية الاجتماعية يلفت الانتباه أكبر من الماضي، وكانت تلك المساحة أشبه ما يكون بداية لمولد فكر جديد في فلسفة الإدارة هو المسؤولية الاجتماعية (الصيرفي، 2007، ص 34).

وفي ظل اقتصاد السوق انشغلت منظمات الأعمال ببلوغ أكبر العوائد المالية، ونست أو تناست جوانبا أخرى أكثر أهمية، وقد يكون غياب الرقابة الذاتية أو الخارجية وغياب الوازع الأخلاقي سببا في إهمال المنظمات للأخلاقيات الإدارية ومسئولياتها تجاه المجتمع. لذلك فإن ظهور المسؤولية الاجتماعية هو نتاج لتفريط الكثير من منظمات الأعمال في واجباتها الأخلاقية والاجتماعية (مقدم، 2014، ص 67).

1-2: تعريف المسؤولية الاجتماعية

تعددت التعاريف حول المسؤولية الاجتماعية، على الرغم من الدراسات والبحوث الكثيرة التي تعرضت لهذا المفهوم، من بين التعاريف نورد ما يلي:

- عرفها (Howard bowen) بأنها: "مسؤولية رجال الأعمال في متابعة السياسات، واتخاذ القرارات، والقيام بالأنشطة التي تتلائم مع أهداف وقيم المجتمع" (المرشد، 1999، ص 32).

- عرفها (Watts et all) على أنها: " التزام مستمر من قبل منظمات الاعمال بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والسكان المحليين والمجتمع" (أبو أرشيد، 2006، ص 12).

- عرفها كل من (طاهر الغالي) و(صالح العامري) على أنها " التزام واجب من جانب منظمات الأعمال اتجاه المجتمع بشرائحه المختلفة، آخذة بعين الاعتبار التوقعات بعيدة المدى لهذه الشرائح ومجسدة إياها بصورة يغلب عليها طابع الاهتمام بالعاملين والبيئة شرط ان يكون هذا التوجه طوعا ومتجاوزا للالتزامات المنصوص عليها قانونا".

- تعرف المواصفة الايزو 26000 المسؤولية الاجتماعية على انها: "ترجمة لقرارتها ونشاطاتها اتجاه المجتمع والبيئة من خلال تبني سلوك شفاف وأخلاقي:

- يسهم في تحقيق التنمية المستدامة بما في ذلك الصحة والرفاه في المجتمع.
- يأخذ في عين الاعتبار توقعات أصحاب المصالح.
- يحترم القوانين السارية، ويتوافق مع المعايير الدولية.
- يدمج في المنظمة ككل ويتم ممارسته وتطبيقه في مستوياتها الإدارية المختلفة " (الصيرفي، 2007، ص 17).

- تعتبر منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي أن المسؤولية الاجتماعية هي: " مسؤولية المنظمات تنعكس من خلال فعالية الأعمال الملائمة التي تطورها مع المجتمعات التي تعمل فيها. ويتعلق العنصر الأساسي لمسؤوليات الشركات بأنشطة الاعمال ذاتها" (مقدم، 2014، ص 66).

بناء على التعاريف المقدمة، يلاحظ أنها بعضها ذكر مجموعة من الخصائص المميزة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، مثل أنها تطوعية، تهتم بمختلف شرائح المجتمع. غير أن البعض الآخر من التعريفات توضح سبل الاستفادة من سياسات وبرامج المسؤولية الاجتماعية في تحقيق التنمية الاقتصادية والتنمية المستدامة.

وعليه فالمسؤولية الاجتماعية بالتعريف تمثل الالتزام الأخلاقي والتصرف المسؤول اتجاه مجموعة من الأطراف ذات المصلحة. بمعنى ممارسة برامج المسؤولية الاجتماعية اتجاه كل من : الزبائن، الموردین، المجتمع، البيئة وكل من له علاقة مباشرة او غير مباشرة مع المنظمة.

2 - فوائد تبني المسؤولية الاجتماعية

في ظل تزايد الاهتمام بمفهوم المسؤولية الاجتماعية يثور التساؤل حول الأسباب التي تشجع المنظمات على الالتزام بهذه المسؤولية خاصة في ضوء ما تنطوي عليه من أعباء مالية ومادية. وتشير التجارب الدولية إلى أن المزايا التي تعود على المنظمات كثيرة، ففي استطلاع تم في عام 2011 على من أكثر من 28 ألف من المحييين على الانترنت يشملون 56 بلدا في جميع أنحاء العالم، وجد أن 66 % من المستهلكين يفضلون شراء منتجات من الشركات التي لديها برامج مسؤولية اجتماعية تخدم المجتمع، أن 62 % يفضلون العمل في هذه الشركات، 59 % يرغبون في الاستثمار في هذه الشركات، و 46 % يقولون أنهم على استعداد لدفع اموال اضافية لشراء المنتجات والخدمات من هذه الشركات (Ramez, 2013, p17).

ويمكن إيجاز أهم مزايا التزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية فيما يلي (barry, 2008, p16):

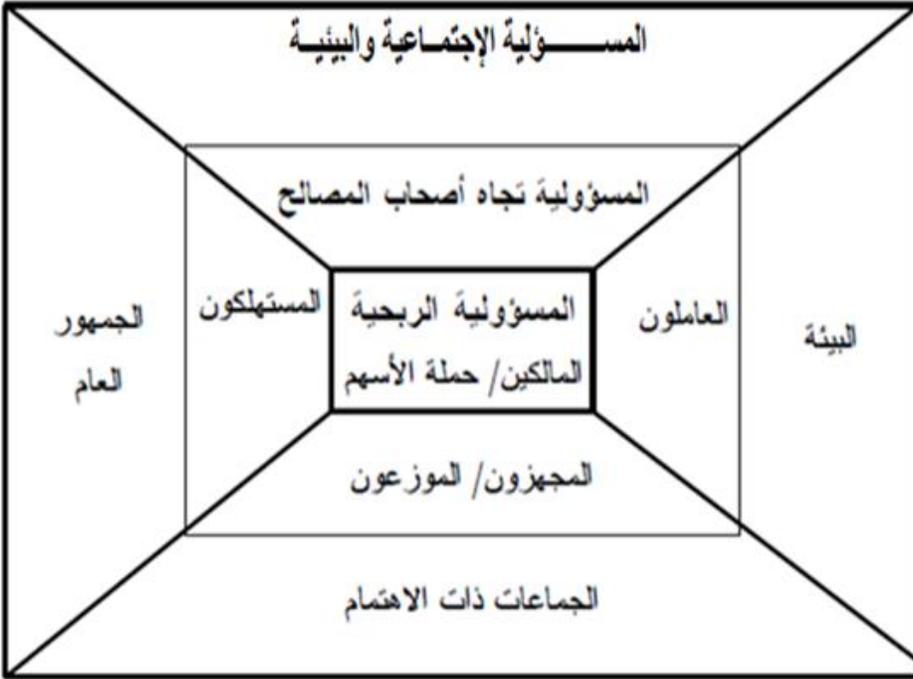
- تحسين سمعة الشركات والتي تُبنى على أساس الكفاءة في الأداء، والنجاح في تقديم الخدمات، والثقة المتبادلة بين الشركات وأصحاب المصالح ومستوى الشفافية الذي تتعامل به هذه الشركات، ومدى مراعاتها للاعتبارات البيئية واهتمامها بالاستثمار البشري. ويسهم التزام الشركات بمسئوليتها الاجتماعية بدرجة كبيرة في تحسين سمعتها. ولقد أشارت الدراسة الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي بعنوان **Voice of the Leaders Survey** والتي أجريت في أواخر عام 2003 إلى أن سمعة الشركة تعد من أهم معايير نجاحها، وتشير نتائج الدراسة التي تم توزيعها على 1500 مدير في أكثر من 1000 شركة عالمية كبرى إلى أن 60 % تقريبا من شملتهم الدراسة يرون أن السمعة الجيدة يمكن أن تسهم بنحو 40% من القيمة السوقية لأسهم الشركات. كما تسهم السمعة الجيدة في قدرة الشركة على مواصلة تحقيق الأرباح والأداء الجيد. وذلك وفقا لدراسة الأداء الخاص بألف شركة التي صدرت عن **Fortune** خلال الثمانينات والتسعينات من القرن الماضي.

- تسهيل الحصول على الائتمان خاصة في ضوء استحداث بعض المؤشرات التي تؤثر على القرار الائتماني للبنوك، وتتضمن هذه المؤشرات مؤشر داو جونز للاستدامة (Dow Jones Sustainability Index DJSI) والذي أُطلق عام 1999 ويُعنى بترتيب الشركات العالمية وفقاً لدرجة مراعاتها للأبعاد الاجتماعية وللاعتبارات البيئية خلال ممارستها لنشاطها الاقتصادي.
- استقطاب أكفأ العناصر البشرية حيث يمثل التزام الشركات بمسئوليتها تجاه المجتمع الذي تعمل به عنصر جذب أمام العناصر البشرية المتميزة خاصة بالنسبة للقطاع الخاص عابرة القارات أو كبرى الشركات المحلية التي تعمل في مجالات متخصصة وتستخدم تكنولوجيا حديثة.
- بناء علاقات قوية مع الحكومات مما يساعد في حل المشكلات أو النزاعات القانونية التي قد تتعرض لها الشركات أثناء ممارستها لنشاطها الاقتصادي.
- حسن إدارة المخاطر الاجتماعية التي تترتب على قيام الشركات بنشاطها الاقتصادي، خاصة في إطار العولمة وتتمثل هذه المخاطر في الالتزام البيئي واحترام قوانين العمل وتطبيق المواصفات القياسية، والتي تمثل تحدياً للقطاع الخاص، خاصة الصغيرة والمتوسطة.

3 - أبعاد المسؤولية الاجتماعية

لم يكن هناك تقارباً كبيراً بين الكتّاب والباحثين في تحديدهم لأهم أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمنظمة، والتي تعد مترابطة ومتكاملة مع بعضها لتشكل في نهاية المطاف فلسفة المسؤولية الاجتماعية التي تسعى منظمات الأعمال إلى تبنيتها، وبما يحقق لها الفوائد المرجوة. وعليه حددت ثلاث مسؤوليات أساسية للمسؤولية الاجتماعية تعبر عن أبعادها، وتتمثل في الحدود التي يبينها الشكل الموالي:

الشكل رقم 1: حدود المسؤوليات الرئيسة للمسؤولية الاجتماعية التي تعبر عن أبعادها



المصدر: (الحمدي، 2003، ص 39)

نلاحظ من خلال الشكل أعلاه، بأن أبعاد المسؤولية الاجتماعية تتجسد في ثلاث مسؤوليات أساسية هي: مسؤولية تجاه المالكين وحملة الأسهم، تتمثل في تحقيق الأرباح، ومسؤولية اتجاه أصحاب المصالح التي تركز على ضرورة الاهتمام بتلبية أهداف الأطراف ذات المصلحة من مستهلكين وعاملين ومجهزين وموزعين... وغيرهم، ومسؤولية أخيرة انتشرت خاصة في السنوات الأخيرة وتشير إلى ضرورة التزام المنظمة بالمسؤولية اتجاه المجتمع والبيئة بشكل عام، وذلك من خلال الاهتمام بما تطرحه الجماعات لضاغطة ذات العلاقة (جماعات الضغط الخضر)، والتي تنادي بتعزيز السلوكيات الإيجابية اتجاه المجتمع والبيئة. وعليه فالمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال تحمل في مضمونها بعدين أساسيين، الأول هو البعد الداخلي الذي يركز على الأداء الاجتماعي المسؤول اتجاه العاملين ومن هم داخل المنظمة، أما الثاني المتمثل في البعد الخارجي يركز على الدور الاجتماعي والمبادرات التي تتبناها المنظمة تجاه المجتمع والبيئة الخارجية ككل.

غير أن هناك باحثين حدد أبعاد المسؤولية الاجتماعية بثلاث أبعاد رئيسية للمسؤولية الاجتماعية، هي: البعد الاقتصادي، البعد البيئي والبعد المجتمعي.

أ- البعد الاقتصادي: ويتمثل البعد الأول بحوكمة الشركات من خلال مجموعة من العلاقات ما بين مجلس إدارة المؤسسة ومساهميها والجهات الأخرى التي لها اهتمام بالمؤسسة، كما أنها تبين الآلية التي توضح من خلالها أهداف المؤسسة، والوسائل اللازمة لتحقيق تلك الأهداف، ومراقبة تحقيقها، مما يساهم في خلق وتعزيز مبادئ المساءلة والشفافية والسلوك الأخلاقي واحترام مصالح الأطراف المعنية واحترام سيادة القانون.

ب- البعد الاجتماعي: هناك علاقة أساسية بين ظروف العمل والإنتاجية، وتبرز الدراسات تكرارا يبين نجاح المؤسسات في بيئات تنافسية متزايدة، وبالتالي فالمؤسسات المسؤولة مجتمعيًا هي المؤسسات التي تأخذ أيضا في الحسبان عدة عوامل منها:

- تحقيق الحد الأمثل من علاقات العمل داخل المؤسسة.

- القدرة على الابتكار.

- التركيز على الهياكل التنظيمية المرنة.

ج- البعد البيئي: من واجب المؤسسة البيئي أن تقوم بتجنب أو تقوم بالحد الأدنى من إحداث الأضرار البيئية المترتبة على عملياتها ومنتجاتها وخدماتها، وكذلك تحقيق أقصى حد من الكفاءة والإنتاجية من الموارد المتاحة، والسيطرة على انبعاث الغازات الضارة والنفايات، وتقليل الهدر في استخدام الطاقة غير المتجددة.

ويمكن توضيح أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمنظمة وعناصرها الأساسية والفرعية من خلال

الجدول التالي:

الجدول رقم (1): الأبعاد والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة وعناصرها الرئيسية والفرعية

العناصر الرئيسية	العناصر الفرعية	البعد
المنافسة العادلة	<ul style="list-style-type: none"> - منع الاحتكار وعدم الإضرار بالمستهلكين. - احترام قواعد المنافسة وعدم إلحاق الأذى بالمنافسين. 	الاقتصادي
التكنولوجيا	<ul style="list-style-type: none"> - استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي. - استخدام التكنولوجيا في معالجة الأضرار. 	
المعايير الأخلاقية والقيم الاجتماعية	<ul style="list-style-type: none"> - مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف. - مراعاة حقوق الإنسان، واحترام العادات والتقاليد ومراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك. 	الاجتماعي
نوعية الحياة	<ul style="list-style-type: none"> - نوعية المنتجات والخدمات المقدمة. - المساهمة في تقديم الحاجات الأساسية للمجتمع. 	
قوانين حماية المستهلك	<ul style="list-style-type: none"> - حماية المستهلك من المواد الضارة. - حماية الأطفال صحيا وثقافيا 	البيئي
حماية البيئة	<ul style="list-style-type: none"> - منع التلوث بشتى أنواعه. - صيانة الموارد وتنميتها. 	
السلامة والعدالة	<ul style="list-style-type: none"> - تقليل إصابات العمل. - تحسين ظروف العمل ومنع عمل صغار السن. - منع التمييز على أساس الجنس أو الدين. 	

المصدر: (الغالي، والعامري، 2008، ص 82).

4 - أبعاد المسؤولية الاجتماعية حسب كارول (carrol 1991)

عرض بعض الباحثين عنصر المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في إطار عام تغطي مجموعة من الأبعاد، حيث أن هذه العناصر يمكن أن تتكيف لقياسات مختلفة وفق اعتبار طبيعة عمل المنظمة ونشاطها وتأثير فئات أصحاب المصالح المختلفين. إلا أن مساهمة كارول carrol جاءت بنقل نوعية في توسيع مفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث ميزت بين أربعة أبعاد جوهرية وهي (الخفاجي، والغالي، 2008، ص 289):

- **البعد الاقتصادي:** يعني هذا البعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية قيام الشركات بالاستخدام الأمثل للموارد المتاحة لديها بشكل رشيد وممنهج، لتنتج في النهاية سلعة ذات جودة عالية.
 - **البعد القانوني:** هو عبارة عن التزام واعٍ وطوعي من قبل الشركات والمؤسسات بجملة القواعد والقوانين الحاكمة للمجتمع، سواءً اتصل هذا بالاستثمار، أو بالأجور، أو العمل، أو البيئة المنافسة.. إلخ.
 - **البعد الأخلاقي:** وهو ذلك البعد الذي ترعى منظمة الأعمال، من خلاله، شتى الجوانب والمعايير الأخلاقية في قراراتها ومساراتها الصناعية المختلفة؛ تجنّباً للمساس بالمنظومة الأخلاقية والقيمية للمجتمع الذي تعمل فيه.
 - **البعد الخيري:** ويشمل كل النفقات والهبات التي تمنحها المؤسسة طواعية، وبدون رغبة في الربح، لخدمة المجتمع، أو لخدمة قضية خيرية معينة.
- وقد وضع كارول هذه الأبعاد في شكل هرمي متسلسل لتوضيح طبيعة الترابط بين هذه العناصر من جانب ومن جانب آخر فإن استناد إلى بعد على بعد آخر يمثل حالة واقعية.

الشكل رقم 2: هرم كارول (carrol) للمسؤولية الاجتماعية



المصدر: (الغالبى، والعامري، 2008، ص 83)

من هرم كارول يمكن تحديد ما يلي (سعيد، 2018، ص ص 17-19):

أ - المسؤولية الاقتصادية :

وهي أساس المسؤوليات الاجتماعية للشركات، وتعني العمل على إنتاج السلع والخدمات التي يرغب المجتمع في بيعها أي على الشركات الوفاء بمسؤوليتها الأساسية ووحدات اقتصادية في المجتمع. ويقر هذا البعد بضرورة الاستناد على مبادئ المنافسة والتطور التكنولوجي في الإطار بين المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة وبما لا يلحق الضرر بالمجتمع والشركة. منذ الثورة الصناعية تعتمد شركات

الأعمال كمؤسسة اقتصادية كبرى لإنتاج السلع والخدمات واشباع الحاجات بالإضافة إلى توفير فرص العمل والأجر العادل للعمال والحصول على المواد الخام كإكتشاف موارد جديدة وإدخال تحسينات تكنولوجية على المنتجات ودفع الضرائب لتلبية الاحتياجات العامة وتوليد رأس المال الاستثماري اللازم للنمو الاقتصادي، كل هذه الأمور بالتزامن مع كسب الربح لأصحاب العمل أو المساهمين كخدمة لفرص الاستثمار إذا فعلت الشركة كل هذه الإنجازات مع الالتزام بطاعة القانون فإنها تستحق الثناء عليها أي أنها تحقيق الأرباح هو القاعدة الأساسية وهي التي تبنى عليها بقية الأمور والمستويات الأخرى للمسؤولية الاجتماعية حيث بدون تحقيق أرباح لن تكون هناك شركات. لكن السؤال الأهم هو إلى أي مدى ينبغي متابعة زيادة أرباح الأعمال؟

يلاحظ أن مبدأ الربح أصلاً يجب أن يكون مقبول أي عدم التحول إلى مبدأ تعظيم الربح حسب عقيدة مؤيدي النظرية الكلاسيكية الاقتصادية، حيث يذكر أن المسؤولية الاجتماعية بالأعمال واحدة فقط وهي استخدام الموارد والمشاركة في الأنشطة إلى زيادة الأرباح، قدمت وجهة نظر بديلة للفكر الاقتصادي الكلاسيكي ويقول أن الربح يؤدي ثلاثة وظائف رئيسية هي:

- أنه يقيس فعالية الأنشطة التجارية.

- يوفر قسط المخاطر الضروري للشركة للبقاء في العمل.

- يؤمن امدادات لمستقبل في رأس المال.

تمثل مسؤوليات أساسية يجب أن تقتنع بها المنظمات. إن إنتاج السلع والخدمات ذات الأهمية والقيمة للمجتمع بتكلفة معقولة ونوعيات جيدة، وفي إطار هذه المسؤوليات تحقق المنظمة العوائد والارباح الكافية.

ب - المسؤولية القانونية

المسؤولية القانونية هي الجزء الثاني في التعريف للأعمال التجارية وتشير إلى التزامات إيجابية وسلبية وضعت على الشركات من خلال القوانين والأنظمة المعمول به في المجتمع الذي تعمل فيه. ويرتكز هذا البعد على حماية البيئة، السلامة المهنية والعدالة، قوانين حماية المستهلك في شكل قوانين يفترض على الشركات احترامها بالشكل الذي يسمح بارتقاء المجتمع.

الواجبات القانونية تتبع احترام القانون ويتم تمرير القوانين التي تنظم سير العمل لان المجتمع لا يثق دائما بشركات الاعمال القيام بما هو أحق ومع ذلك فإن القوانين لديها بعض أوجه القصور وضمان السلوك المسؤول وهي ذات نطاق محدود لا يمكن أن تعطي كل طارئ. توفر الحد الأدنى الأخلاقي لسلوك الشركات يحدد لنا ما لا يجب القيام به بدلا من الإيجابية، أي ما يجب فعله ويمكن أن ينبع لا اراديا خوفا من العقاب.

وتنطوي توقعات القانون وفق قواعد هذا المنظور ويتوقع المجتمع من الاعمال تحقيق المهمة الاقتصادية في إطار المتطلبات القانونية ولكن في حين أن اللوائح قد تنجح في إجبار الشركات على الاستجابة في القضية. فإن من الصعب ضمان تطبيقها بشكل عادل لذا القوانين تغير حدود السلوك المقبول ولكنها لا تعرف الاخلاق. ويوجد خلاف كبير في مختلف وجهات النظر حول المسؤولية الاجتماعية للشركات اتجه ما يمثل المسؤولية القانونية للأعمال التجارية، جميع وجهات النظر تقبل شروط التقيد بالقانون والأنظمة المعمول به بالمجتمع، الفرق موجود فعلا في ما يتعلق بطبيعة ونطاق هذا الالتزام وفي ما يتعلق بطبيعة الالتزامات القانونية.

يعتقد البعض أن التنظيم ضروري لتحقيق المسؤولية الاجتماعية ويعارض آخرون هذه الادعاءات مؤيدين أن الماركة في هذه الأنشطة وإدارة علاقات المساهمين يجب أن تظل طوعية. وقد لاحظ كارول (1991) أن المستويات الاجتماعية للشركة تختلف وجهة النظر إليها من حيث الحجم والتصنيف، وتتراوح أهميتها بين الاقتصادية والقانونية والأخلاقية مع مرور الوقت كانت هناك بعض القضايا واعتبارات مطلقة ولم يكن يتوقع أن هذه الاعتبارات الأخلاقية كانت تعبر بسهولة لمتطلبات احكام القانون.

هذه المسؤوليات عادت تحددها الحكومة بقوانين وأنظمة وتعليمات يجب أن لا تحرقها منظمات الأعمال وان تحترمها في إطار هذه المسؤوليات يمكن الإشارة إلى اتاحة فرص العمل بصورة متكافئة للجميع دون تمييز بسبب الجنس أو القومية أو غيره.

ج: المسؤولية الأخلاقية :

على الرغم من أن المسؤولية الاقتصادية والقانون تجسد المعايير الأخلاقية عن الانصاف والعدالة إلا أن المسؤوليات الأخلاقية تحتضن تلك الأنشطة والممارسات المتوقعة أو المحصورة من قبل أفراد المجتمع بالرغم من انها ليست معنية بالقانون. المسؤولية الأخلاقية تجسد تلك المعايير والقواعد والتوقعات التي تعكس الحرص على المستهلكين والموظفين والمساهمين وما يتعلق بالمجتمع وما هو منصف وعادل مع احترام أو حماية الحقوق لأصحاب المصلحة من خلال تحديد وتمييز الأبعاد الأخلاقية. ذكر كارول (1991) صراحة في جوهرها المسؤولية الأخلاقية تتغلب على قيود القانون عن طرق انشاء الأخلاقيات التي يمكن أن تعيدها الشركات في تصور الأعمال بانها أخلاقية.

يقتضي في إدارة منظمات الأعمال أن تستوعب الجوانب القيمة والأخلاقية والسلوكية والمعتقدات في المجتمعات التي تعمل. في حقيقة الامر فإن هذه الجوانب لم تؤثر بعد بقوانين ملزمة لكن احترامها يعد أمراً مهما لزيادة سمعة المنظمة في المجتمع.

د: المسؤولية الخيرية: وتشمل كل النفقات والهبات التي تمنحها المؤسسة طواعية، وبدون رغبة في الربح، لخدمة المجتمع، أو لخدمة قضية خيرية معينة.

الخاتمة :

لكي تفوز منظمات الاعمال برضاء وجذب العملاء والحفاظ على مركزها التنافسي عليها تبنى فلسفة المسؤولية الاجتماعية خاصة أن العميل أصبح مهتما لمعرفة الشركات التي تبدل قسارى جهدها لتبني برنامج المسؤولية الاجتماعية.

النتائج: من خلال ما تم التطرق اليه في البحث، توصلنا إلى النتائج التالية:

نستخلص مما سبق نتيجتين مهمتين، الأولى: أن المسؤولية الاجتماعية كمنظرة وتوجه اجتماعي واقتصادي ما زالت في طور التشكل، وأن كل المحاولات التي تجرى من أجل تأطيرها، وتحديدتها، لا هدف لها في النهاية سوى الوصول إلى حل وسط، يحقق الربح والفعالية لكل من منظمات الأعمال والمجتمع.

أما النتيجة الثانية، فهي تلك التي تتمثل في أن المسؤولية الاجتماعية ضرورة والتزام، التزام منها تجاه المجتمع بالوفاء بما عليها من واجبات، وضرورة لهذا المجتمع الذي هو في أمس الحاجة لتخطي مشكلاته وأزماته، والتي من بين أسبابها هذه المنظمات الصناعية نفسها.

- تميز كارول عن باقي الباحثين في تحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية بإضافته لبعد رابع ألا وهو البعد الخيري، فحسب كارول المسؤولية الاجتماعية هي حاصل مجموع الأنواع الأربعة للمسؤولية وتكتب بالمعادلة التالية: المسؤولية الاجتماعية = المسؤولية الاقتصادية + المسؤولية الأخلاقية + المسؤولية القانونية + المسؤولية الخيرية.

- أن تبني الشركات للمسؤولية الاجتماعية حالياً لم يعد خياراً بل أصبح أمراً اجبارياً تفرضه البيئة ومنظمات الأعمال ذات الطابع الخيري على غرار منظمات حماية المستهلك.

- في ظل الوضع الراهن المتزامن مع انتشار فيروس كوفيد 19 المستجد وجب على منظمات الأعمال الاهتمام بالبعد الصحي وضمه إلى البعد الخيري.

- يعتبر كارول من أشد المؤمنين بوجود مستقبل باهر للمسؤولية الاجتماعية للشركات في استدامة وتنمية المجتمعات في البيئتين البحثية والتطبيقية.

التوصيات: بناء على النتائج المتوصل إليها، نورد التوصيات التالية:

➤ بما أن عالم اليوم يشهد سرعة قصوى في تغيير الأحداث، وبيئات المنظمات تتميز بشدة التغير وعم الاستقرار، وكون أبعاد المسؤولية الاجتماعية رهينة الزمن. فبالإمكان مستقبلاً ظهور أبعاد أخرى واحتمال زوال أبعاد حالية وجب على المنظمات مسايرة هذه التغييرات ومواكبتها والالتزام بها لضمان استمرارية ولاء مجتمعها.

➤ لقد أصبح لزاماً على المنظمات أن تضاعف جهودها و تسعى إلى بناء علاقات استراتيجية أكثر عمقا مع المحيط الذي تؤثر فيه و تتأثر به، وهذا المواكبة التحديات و خاصة تلك المتعلقة بمتطلبات التنمية المستدامة

➤ التأكيد على أهمية التزام الشركات والمؤسسات بتطوير وتحسين المستوى التعليمي والثقافي والاقتصادي والضمان الاجتماعي لأفراد المجتمع من خلال مشاريع المسؤولية الاجتماعية.

- تضمين المسؤولية الاجتماعية في صلب استراتيجية إدارة المؤسسات، وفق أسس منهجية منظمة ومستمرة.
- على المنظمات النشر الواسع لمفاهيم المسؤولية الاجتماعية بين الأطراف ذات المصلحة مع المنظمة دون استثناء.

المراجع والهوامش

أولاً: باللغة العربية

- 1) أبو أرشيد، غادة عمر، (2006). المسؤولية الاجتماعية وأثرها على الأداء: دراسة ميدانية للمستشفيات الخاصة في مدينة عمان، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة اليرموك، عمان.
- 2) الحمدي، فؤاد محمد، (2003). الابعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك: دراسة تحليلية لآراء عينة من المديرين والمستهلكين في عينة من المؤسسات المصنعة للمنتجات الغذائية في الجمهورية اليمنية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة المستنصرية.
- 3) الخفاجي نعمة عباس، والغالي طاهر محسن، (2008). قراءات في الفكر الإداري المعاصر، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، بدون طبعة، عمان، الأردن،
- 4) سعيد، عثمان القاسم محمد، (2018). المسؤولية الاجتماعية المدركة وأثرها على الالتزام التنظيمي: دراسة على عينة من شركات الاتصالات بالسودان، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- 5) الصبري، محمد، (2007). المسؤولية الاجتماعية للإدارة، الطبعة الأولى، دار الوفاء للطباعة والنشر، الاسكندرية، مصر.
- 6) الغالي، طاهر محسن المنصور، والعامري، صالح مهدي حسن (2008). المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال والمجتمع، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، الأردن،.
- 7) المرشد، محمد نصار ذب، (1999). المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للإدارة الاستراتيجية في الشركات الصناعية الأردنية، رسالة ماجستير في إدارة الاعمال، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة آل البيت، الأردن.
- 8) مقدم، وهيب، (2014). تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية: دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران الجزائر.

ثانياً: باللغة الاجنبية

- 9) Ramez, shehadi et other ,(2013). the rise of corporate social responsibility a toul of sustainable developement in the middle east , American university of Beirut.
- 10) Bary, gaberman, (2008). a global overview of corporate social responsibility, the john d. gerhart center for philanthropy and civic engagement, American university in cairo.