

أثر تبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين تنافسية المؤسسات الاقتصادية في ظل رهان التنمية
المستدامة: المؤشرات المحددات والآثار

**The impact of adopting social responsibility in improving the
competitiveness of economic institutions in light of the sustainable
development - indicators determinants and effects**

مهري أمال¹، مهري شفيقة²

MEHRI Amal¹, MEHRI Chafika²,

جامعة سطيف¹ (الجزائر)، Amalove1987@hotmail.fr

جامعة سطيف² (الجزائر)، Mehrichafika@yahoo.fr

تاريخ الاستلام: 2020/01/11 تاريخ القبول: 2020/03/12 تاريخ النشر: 2020/03/30

ملخص:

مع مطلع السبعينات من القرن الماضي بدأ مفهوم المسؤولية الاجتماعية يأخذ أبعاد أكبر، حيث لم يعد الأمر يتعلق بالأنشطة التطوعية بل تعداه ليصبح برامج و خطط واستراتيجيات، ويرجع الباحثين إلى أن المسؤولية الاجتماعية قد برزت نتيجة لردود الفعل التي اجتاحت العالم ضد العولمة، الأمر الذي دفع الشركات متعددة الجنسيات للبحث عن دور لها على المستوى الاجتماعي و خصوصا بعد تنامي ظاهرة الفقر، فتبني المسؤولية الاجتماعية هو آلية لتحقيق التنمية المستدامة حيث أن لها عدة مزايا على المؤسسة والمجتمع ، فهي جسر لحماية المجتمع وهي جسر لزيادة تنافسية المؤسسة.

كلمات مفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، تنافسية المؤسسة، التنمية المستدامة

تصنيفات JEL : M14, Q01

Abstract:

At the beginning of the seventies of the last century, the concept of social responsibility began to take on larger dimensions .The majority of researchers argue that social responsibility has emerged as a result of the reactions sweeping the world against globalization This has led multinationals to look for a role on the social level .Especially after the

growing of poverty, the adoption of social responsibility is a mechanism for achieving sustainable development It has several advantages over both the institution and the community ,It is a bridge to protect society and a bridge to increase the competitiveness of the institution.

Keywords: social responsibility, sustainable development, enterprise competitiveness

Codes de classification JEL : M14, Q01

المؤلف المرسل: مهري أمال، الإيميل: Amalove1987@hotmail.fr

مقدمة:

أصبحت تحديات التنمية المستدامة من أهم رهانات القرن الواحد والعشرين فبعد دق ناقوس الخطر بالاستنزاف الخطير في الموارد الطبيعية والاختلال المتنامي للنظام البيئي، الذي أصبح يحمل على عاتقه مشاكل بيئية خطيرة قد تهدد وجود الإنسانية بشكل عام والكرة الأرضية بشكل خاص، حيث تبرز المسؤولية الاجتماعية كحل بارز لمواجهة هذه التحديات "تحديات الاقتصاد الأسود والتصنيع المهول"، الذي أثر على بيئة الإنسان ورفاهية المجتمع في هذا الإطار سوف نتحدث عن المؤسسات الاقتصادية كفاعل مؤثر في تحقيق توجهات التنمية المستدامة من خلال أثرها المباشر على المحيط والمجتمع، حيث أن لها انعكاسات مباشرة على المحيط والمجتمع وهنا تظهر أهمية تبنى المسؤولية الاجتماعية في تحمل التكاليف والأثار السلبية للمؤسسات الاقتصادية على المجتمع.

حيث أصبحت المسؤولية الاجتماعية محدد أساسي لبقاء وتنافسية المؤسسات في ظل رهانات التنمية المستدامة، وأصبح التوجه الطوعي لتبنيها اتجاهها سائدا لدى أغلب المؤسسات الاقتصادية، نظرا لأثارها في بناء ميزة تنافسية، وخير دليل على ذلك أن المؤسسات التي تحترم البعد الاجتماعي والبيئي أصبحت منتجاتها خيار مفضل لدى المستهلكين المسؤولين اجتماعيا وبيئيا، والمؤسسات التي لا تراعي الأبعاد الاجتماعية والبيئية للتنمية المستدامة أصبحت مستهجنة ومقاطعة من قبل السواد الأعظم من المستهلكين،

أثر تبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين تنافسية المؤسسات الاقتصادية في ظل رهان التنمية المستدامة:

المؤشرات المحددات والآثار

في هذا الإطار توجهنا من خلال هذا البحث إلى تناول هذا الموضوع المهم وتحديد أثر تبني المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات الاقتصادية وأثرها في تحسين وزيادة تنافسيتها وفي هذا الإطار توجهنا لعرض متغيرات الدراسة في شكل محاور نظرية تناول المحور الأول إطار نظري خاص بالمسؤولية الاجتماعية، أما المحور الثاني فقد عرضنا في إطار نظري عن الميزة التنافسية ، وفي المحور الأخير قمنا بعرض العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية من خلال عرض مؤشراتنا ومحدداتها وأثارها.

انطلاقاً من هذا المدخل الافتتاحي نطرح الإشكالية التالية كيف يساهم تبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة ؟

للإجابة على هذا التساؤل نحاول الإجابة على الأسئلة الفرعية التالية:

- ماهي المسؤولية الاجتماعية؟ وماهي أهدافها أبعادها ومؤشراتنا؟
- ماهي الميزة التنافسية؟ وماهي خصائصها وعوامل ظهورها وأشكالها؟
- ماهي العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية وماهي مؤشراتنا وأثارها على المؤسسات الاقتصادية؟.

1- المسؤولية الاجتماعية بين المفهوم والأبعاد والمجالات والمؤشرات والإفصاح

1-1 مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

يطلق على مفهوم المسؤولية الاجتماعية اختصاراً "RSE" كاختصار للمصطلح باللغة الفرنسية "la responsabilité Social des entreprises" ، التي تتضمن دمج كل من الانشغالات البيئية والاجتماعية في أنشطة المؤسسات الاقتصادية ، أما المصطلح باللغة الإنجليزية هو اختصار "social CSR" « corprate, responsabilité » وهناك من يستعمل مصطلح المسؤولية المجتمعية التي تعتبر أوسع نطاقاً من مصطلح المسؤولية الاجتماعية¹ RSE.

- تعرفها المنظمة العالمية للمعايير: " بأنها نشاطات للمؤسسة لتحمل المسؤولية الناتجة عن أثر النشاطات التي تقوم بها على المجتمع البيئة المحيطة بها، لتصبح بذلك نشاطاتها منسجمة مع منافع المجتمع ومع

مبادئ التنمية المستدامة، وترتكز المسؤولية الاجتماعية على السلوك الأخلاقي، احترام القوانين و الأدوات الحكومية حيث تدمج هذه المرتكزات في النشاطات اليومية للمؤسسة.²

فهذا التعريف يؤكد على أن المسؤولية الاجتماعية تسهم في تحقيق التنمية المستدامة من خلال تطبيق البعد الاجتماعي ، وذلك بالالتزام الأخلاقي

ويعرفها البنك الدولي : "التزام أصحاب النشاطات التجارية ، بالإسهام في التنمية المستدامة من خلال العمل مع المجتمع المحلي بهدف تحسين مستوى معيشة الناس ، بأسلوب يخدم الاقتصاد ويخدم التنمية في أن واحد " بمعنى أن المسؤولية الاجتماعية تكمن في التعاون مع المجتمع المحلي لتحقيق الأهداف الاجتماعية ، إضافة للأهداف الاقتصادية ، وصولاً لتحقيق التنمية المستدامة ، من خلال هذا التعريف نلاحظ أنه ركز على الجانب الخارجي للمسؤولية الاجتماعية"³.

هي المسؤولية التي تلتزم بها المؤسسة طواعية بسبب اعتبارات أخلاقية واجتماعية ، دون وجود إجراءات ملزمة قانوناً ، كما ترتبط ببعدين أساسيين أحدهما داخلي يتمثل في إسهام المؤسسة في تطوير العاملين، وتحسين حياتهم والحفاظ على صحتهم وسلامتهم بالدرجة الأولى، والبعد الثاني خارجي يتمثل في مبادرات المؤسسة لحل المشاكل التي يعاني منها المجتمع، كتخصيص ميزانية للأعمال الخيرية والمساهمة في ترقية المجتمع المحلي الذي تمارس نشاطها فيه، وتعتبر المسؤولية الاجتماعية أداة للحفاظ على مصالح المؤسسة ومصالح الأطراف ذوي العلاقة بها .

1-2- مبادئ الميثاق العالمي للمسؤولية الاجتماعية: global compact

هي مبادرة أعلنتها الأمين العام للأمم المتحدة كوفي عنان جانفي 1999 ، يتطلب الميثاق وضع الإطار الاجتماعي والبيئي على المستوى الدولي ، لدى المؤسسات الاقتصادية لتصبح أكثر احتراماً للقيم الاجتماعية والأخلاقية في ممارساتها للتنمية الاقتصادية، وفي هذا الإطار فالاتفاق العالمي ليس أداة تنظيمية فهو لا ينظم أو يفرض أو يقيس سلوكيات أو أعمال المؤسسات، بل أنه يستند إلى المسائلة العامة والشفافية والمصلحة الذاتية المتنورة للمؤسسات للشروع في إجراءات هامة و تبادلها سعياً إلى تحقيق المبادئ التي يقوم عليها الاتفاق العالمي⁴.

أثر تبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين تنافسية المؤسسات الاقتصادية في ظل رهان التنمية المستدامة:

المؤشرات المحددات والآثار

المبادئ العشرة التي يقوم عليها الاتفاق العالمي هي:

- يتعين على شركات الأعمال دعم و احترام حماية حقوق الإنسان المعلنة دوليا
- ضمان عدم ضلوع الشركات في أي انتهاكات لحقوق الإنسان .
- يتعين على شركات الأعمال الحفاظ على حرية اختيار العلاقات و الاعتراف الفعلي بحق إبرام الصفقات الجماعية.
- القضاء على كافة أشكال العمل القسري و الجبري.
- الإلغاء الفعلي لعمالة الأطفال.
- القضاء على التمييز في الوظائف و المهن.
- يتعين على شركات الأعمال دعم نهج وقائي يتعلق بالتحديات التي تواجهها البيئة.
- الاضطلاع بمبادرات لتشجيع المزيد من المسؤولية تجاه البيئة.
- التشجيع على تطوير و تعميم تقنيات صديقة للبيئة.
- يجب أن تعمل المؤسسة على محاربة الفساد بكافة أشكاله بما في ذلك الابتزاز و الرشوة ، وللإشارة فالانخراط في هذا الميثاق هو مبادرة طوعية مفتوحة أمام جميع المؤسسات .⁵

1-3- أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

تشمل المسؤولية الاجتماعية عدة أبعاد ، حيث يعتبر تصنيف الباحث كارول أهم التصنيفات لأبعاد المسؤولية الاجتماعية ، حيث يرى " Carroll " أن المسؤولية الاجتماعية تشمل أربعة أبعاد أساسية

تتمثل في : البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الأخلاقي ، والبعد الإنساني

وتشمل الأبعاد الأساسية للمسؤولية الاجتماعية ما يلي :

1- البعد الاقتصادي : " المسؤولية الاقتصادية "

تتمثل المسؤولية الاقتصادية للمؤسسة في مجموعة من المسؤوليات التي يجب أن تتحملها المؤسسة ، كإنتاج سلع وخدمات ذات قيمة للمجتمع بنوعية جيدة وبأسعار معقولة ، من خلال تبني طرق إنتاج

حديثة تقلل الضائع من المواد الأولية والمنتجات وتخفض التكاليف ، ويندرج ضمن هذا البعد كذلك توفير البيئة الملائمة للعمل، والعدالة الوظيفية وإتاحة فرص التقدم للعمال والحفاظ على أمنهم وسلامتهم ، وكذلك العمل على المحافظة على البيئة والاستغلال المستدام للمواد الأولية والموارد الطبيعية من خلال استخدام تكنولوجيات حديثة وغير ملوثة.

ومن الأمثلة على تحمل المسؤولية الاقتصادية ما قامت به شركة السيارات الألمانية BMW، حيث خفضت ساعات العمل الأسبوعية من 37 إلى 31 ساعة ، مع الحفاظ على المرتبات كما هي، وما قامت به مؤسسة إنتاج الإسمنت بعين الكبيرة بمدينة سطيف ، حيث قامت بتركيب مصاف ذات تقنية كبيرة لاسترجاع الضائع من الإنتاج والحد من التلوث الذي يسببه الغبار المتصاعد.

جدول رقم 1: أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

العناصر الفرعية	العناصر الرئيسية	البعد
<ul style="list-style-type: none"> ■ منع الاحتكار وعدم الإضرار بالمستهلكين ■ احترام قواعد المنافسة وعدم الإحراق الأذى بالمنافسين . ■ استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي ■ استخدام التكنولوجيا في معالجة الأضرار التي تلحق بالمجتمع والبيئة. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ المنافسة العادلة ■ التكنولوجيا 	الاقتصادي
<ul style="list-style-type: none"> ■ حماية المستهلك من المواد الضارة ■ حماية الأطفال صحيا و ثقافيا . ■ منع التلوث بشتى أنواعه ■ صيانة الموارد و تنميتها ■ التخلص من المنتجات بعد استهلاكها . ■ التقليل إصابات العمل ■ تحسين ظروف العمل ومنع عمل المسنين وصغار السن ■ منع التمييز على أساس الجنس أو الدين ■ توظيف المعوقين. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ قوانين حماية المستهلك ■ حماية البيئة ■ السلامة و العدالة 	القانوني
<ul style="list-style-type: none"> ■ مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف ■ مراعاة حقوق الإنسان . ■ احترام العادات و التقاليد و مراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ المعايير الأخلاقية ■ وقيم المجتمع ■ نوعية الحياة 	الأخلاقي

أثر تبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين تنافسية المؤسسات الاقتصادية في ظل رهان التنمية المستدامة:

المؤشرات المحددات والآثار

■ نوعية المنتجات و الخدمات المقدمة.		
■ المساهمة في تقديم الحاجات الأساسية للمجتمع وتحسين جوانب الحياة	■ خدمة و تنمية المجتمع	البعد الإنساني
■ خدمة و تنمية المجتمع		
■ المساهمة في حل مشاكل المجتمع		
■ دعم القضايا المتعلقة بالبيئة والمجتمع		

المصدر : شوقي مانع : مرجع سبق ذكره ، ص 16.

2 - البعد القانوني : "المسؤولية القانونية"

فالبعد القانوني إذا هو جانب من المسؤولية تحدده عادة الحكومة عن طريق قوانين وأنظمة وتشريعات تعمل على تقويم سلوك المؤسسة بما يتناسب مع عادات وقيم المجتمع ، والابتعاد عن طرق المنافسة غير المشروعة وتلتزم المؤسسة باحترامها، فالبعد القانوني يعمل على حماية المؤسسات من بعضها ، وحماية العمال الذين يشتغلون فيها مثل القوانين المتعلقة بسلامة العمال وظروف العمل ، منع تشغيل الأطفال القصر والقوانين التي تمنع التمييز بين الرجل والمرأة ، وكذا قوانين حماية المستهلكين من خلال منع تسويق المواد الضارة وتحديد قواعد خاصة بها او منع المنتجات التي تتنافى مع ثقافة المجتمع، إضافة إلى حماية البيئة مثل القوانين التي تحد من انبعاثات المؤسسة وكيفية معالجة النفايات الخطيرة وطرق تخزينها وإتلافها. كما يتضمن هذا البعد حق المساءلة ، وهو حق الأطراف ذوي العلاقة في طلب توضيحات من المسيرين حول كيفية استخدام صلاحياتهم وتقبل الانتقادات الموجهة إليهم وتحمل المسؤولية عن الفشل أو عدم الكفاءة أو الخداع والغش.⁶

3-البعد الأخلاقي : "المسؤولية الأخلاقية "

الأخلاق هي الضوابط والمعايير التي تستند إليها المؤسسة لتحديد ما هو صحيح وما خاطئ، وبما أن القيم والأخلاق أصبحت من الدعائم التي يقوم عليها الاقتصاد اليوم، ولم تعد مسألة هامشية فعلى المؤسسة أن تستوعب الجوانب الأخلاقية والقيمية للمجتمع ، وتمارس أعمالها ضمن قواعد وضوابط هذه القيم ومنها

احترام حقوق الإنسان ، واحترام عادات وتقاليد المجتمع وتقديم ما يتوافق معها من منتجات ، وتنبع هذه الالتزامات الأخلاقية من :ثقافة المجتمع وقيمه وعاداته.

■ العوامل الشخصية وما يرتبط بالتكوين الأسري وتأثير الجماعات المرجعية.
■ المؤسسة وثقافتها.

■ القوانين والسلوكيات الأخلاقية المرتبطة بالمهن والصناعات المختلفة .
ومما يعزز الالتزام بالمسؤولية الأخلاقية :

■ وجود مدونة أخلاقية تعطي تصورا عن كيفية التعامل في مختلف المواقف، وتساعد على نشر ثقافة تنظيمية تعزز الاهتمام بالجوانب الأخلاقية من طرف المسيرين والعمال .

■ وجود مبادئ إرشادية للسلوك الأخلاقي داخل المؤسسة.

البعد الإنساني : المسؤولية الخيرية " الإنسانية " : هي خدمة تلتزم المؤسسة طواعية بتقديمها للمجتمع من خلال تحسين جوانب الحياة فيه والمساهمة في حل مشاكله ، ودعم القضايا البيئية كاستخدام مواد صديقة للبيئة ، وتبني أنظمة إنتاج خضراء مثل نظام الإنتاج الأنظف ، ودعم مؤسسات المجتمع المدني ، ومن أحسن الأمثلة على ذلك سعي مؤسسة مايكروسوفت لمحاربة البعوض في دول إفريقيا جنوب الصحراء للحد من انتشار مرض الملا ريا².

1-4- مجالات المسؤولية الاجتماعية : يمكن تقسيم المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات إلى قسمين داخلية وخارجية

أولاً- **مسؤولية اجتماعية داخلية:** تعنى بتحسين الأداء الداخلي للمؤسسة وذلك ب:

- تحسين ظروف عمل المستخدمين من خلال توفير برامج السلامة والصحة المهنية .
 - توفير أقصى حد ممكن من متطلبات العمل الضرورية مثل النقل ، العلاج ، الإطعام بالإضافة للاستغلال الأمثل للموارد الاقتصادية المتاحة.³
- و تشمل المسؤولية الداخلية على العناصر التالية :

❖ **تسيير الموارد البشرية :**

أثر تبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين تنافسية المؤسسات الاقتصادية في ظل رهان التنمية المستدامة:

المؤشرات المحددات والآثار

تشمل المسؤولية الاجتماعية في هذا المجال العديد من التدابير التي يجب اتخاذها اتجاه عمال وموظفي المؤسسة ، ومنها :التعليم والتدريب، حق المساءلة للموظفين، تحسين نظام المعلومات في المؤسسة ، زيادة تنوع الموارد البشرية ، مبدأ المساواة في الأجر وفرص الترقية والتطور الوظيفي، والمشاركة في اتخاذ القرارات، إضافة إلى الأخذ بعين الاعتبار القدرة على الاندماج الوظيفي وسلامة العمال .

حيث أن الممارسات المسؤولة من طرف المؤسسة ، وخاصة عدم التمييز في التوظيف ، يسمح باستخدام العمال المسنين والنساء والعاطلين عن العمل والأشخاص المحرومين في سوق العمل ، وهو ما يسمح بالتقليل من البطالة والرفع من معدلات التشغيل ومحاربة التهميش الاجتماعي .

❖ **الصحة والسلامة المهنية :** الصحة والسلامة المهنية هي في العموم مفروضة من طرف القوانين والتشريعات الخاصة بالعمل ، أما المبادرات الطوعية في هذا المجال فهي مكملة لهذه القوانين. وتمثل مسؤولية المؤسسة في:

- توفير جميع وسائل الحماية اللازمة في مواقع العمل وإرغام العمال على ارتدائها.
- إبلاغ العمال بجميع تدابير السلامة الضرورية عند وقوع أي طارئ، وتأمين العمال ضد مخاطر حوادث العمل.

❖ **الموارد الطبيعية والمساهمات البيئية :** وتتجسد من خلال العقلانية في استغلال الموارد الطبيعية والمحافظة على البيئة من أهم المجالات التي تمسها المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة ، وهذا نتيجة للتوسع في استغلال الموارد الطبيعية الناجم عن التطور في العملية الصناعية ، وما تخلفه العمليات الصناعية من مخلفات صلبة وانبعاثات غازية ، والذي يؤثر سلبا على البيئة كما يؤثر في نوعية الحياة لتسببه في العديد من الأمراض، فضلا عما تتكلفه ميزانية الدولة للتخلص من هذه النفايات. وتتضمن مسؤولية المؤسسة في هذا المجال المحافظة على الموارد الطبيعية والحد من الإضرار بالبيئة من خلال :

- الاقتصاد في استخدام المواد الخام والطاقة .
- المساهمة في اكتشاف مصادر جديدة للمواد الأولية، ومصادر مستدامة للطاقة.

- تجنب مسببات التلوث والضوضاء.
- تبني نظم إنتاج حديثة للتخفيف من الضائع من المادة الأولية والإنتاج وتقليل المخلفات.
- التخلص من المخلفات بطريقة لا تضر بالبيئة⁴.
- ب- المسؤولية الاجتماعية الخارجية :

والتي تسعى من خلالها المؤسسة إلى تحسين أدائها اتجاه المحيط الخارجي لها " المجتمع، والبيئة الطبيعية " وذلك من خلال

- تحسين سعادة ورفاهية المجتمع من خلال تلبية رغباته.
 - حماية البيئة من الاستنزاف والتلوث وذلك بتجنب الأنشطة المضرّة بالبيئة وصحة المواطن⁵.
- ومن أبرز المجالات التي تتعلق بممارسات المسؤولية الاجتماعية الخارجية ، هي توطيد العلاقة مع المجتمع المحلي بصفة خاصة ، ومع الحكومة ، وأيضاً بكل ما يتعلق بحماية البيئة
- المسؤولية تجاه المجتمع المحلي :**

لقد فهمت المؤسسة أن هناك حاجة ماسة لإنشاء علاقة مع المجتمعات المحلية التي تنشط فيها والاهتمام بمصالحها، وهذا من أجل تحسين صورتها وخلق تلاؤم بينهما، دون التخلي عن حقها في تحقيق الأرباح

وتمثل مسؤولية المؤسسة اتجاه المجتمع المحلي في :

- ❖ المساهمة في دعم البنى التحتية للمجتمع.
- ❖ خلق فرص عمل جديدة ومستمرة.
- ❖ المبادرة إلى المساهمة في أعمال الإغاثة في حالات الكوارث.
- ❖ الالتزام بالنصوص والأنظمة أثناء التخلص من النفايات.
- ❖ دعم المؤسسات التعليمية والثقافية والاجتماعية والرياضية والنسائية وغيرها.
- ❖ احترام العادات والتقاليد والآداب العامة السائدة في المجتمع .

المسؤولية تجاه الحكومة :

أثر تبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين تنافسية المؤسسات الاقتصادية في ظل رهان التنمية المستدامة:

المؤشرات المحددات والآثار

الحكومة من الأطراف التي توليها المؤسسة اهتماما بالغا خاصة في الدول النامية ، وباعتبارها الممثل القانوني للدولة فهي تتوقع من المؤسسة :

- احترام القوانين والتشريعات،
- الالتزام بمبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف للجميع بعيدا عن أي اعتبارات،
- تسديد الالتزامات الضريبية ، والرسوم وعدم التهرب الضريبي،...

المسؤولية تجاه البيئة :

بعد التزايد المستمر للآثار السلبية لنشاط المؤسسات على البيئة ، تزايد الاهتمام من طرف المؤسسات بالمحافظة على البيئة والحد من آثارها السلبية على هذه الأخيرة، وخاصة مع ظهور مقاييس الأمن البيئي

المتمثلة في ISO 14000

وتتمثل مسؤولية المؤسسة في تبني سياسات تقلل من الأخطار البيئية وترتبط الأداء البيئي⁶

1-5- مؤشرات قياس أداء المسؤولية الاجتماعية: هناك أربعة مؤشرات أساسية يتم من خلالها تقييم

المسؤولية الاجتماعية:⁷

أ. مؤشر الأداء الاجتماعي للعاملين بالمؤسسة: ويشمل جميع تكاليف الأداء بخلاف الأجر الأساسي الذي تقدمه المؤسسة للعاملين فيها بغض النظر عن مواقعهم التنظيمية أو نوع أو طبيعة أعمالهم وتقوم المؤسسة بالالتزام بتوفير كافة العوامل اللازمة لخلق وتعميق حالة الولاء وانتماء العاملين كالاهتمام بحالتهم الصحية وتدريبهم وتحسين وضعهم الثقافي والاهتمام بمستقبلهم عند انتهاء فترة خدماتهم.

ب. مؤشر الأداء الاجتماعي لحماية البيئة: يشمل كافة تكاليف الأداء الاجتماعي المضحى بها لحماية أفراد المجتمع المحيط الذي تعمل المؤسسة داخل نطاقه الجغرافي حيث تحاول جاهدة رد الأضرار عن البيئة المحيطة والمتولدة من أنشطتها الصناعية، وهذه تشمل على تكاليف حماية تلوث الهواء والبيئة البحرية والمزروعات والأعشاب الطبيعية وتلوث المياه.

ج. مؤشر الأداء الاجتماعي للمجتمع: يتضمن كافة تكاليف الأداء التي تهدف إلى إسهامات المؤسسة في خدمة المجتمع مشتملة بذلك على التبرعات والمساهمات للمؤسسات التعليمية والثقافية والرياضية والخيرية ثم تكاليف الإسهامات في برامج التعليم والتدريب الاجتماعي ومشاريع التوعية الاجتماعية.

د. مؤشر الأداء الاجتماعي لتطوير الإنتاج: تشمل كافة تكاليف الأداء التي تنصب في خدمة المستهلكين حيث تتضمن تكاليف الرقابة على جودة الإنتاج وتكاليف البحث والتطوير ثم تكاليف ضمانات المتابعة ما بعد البيع وتدريب وتطوير العاملين وغيرها من الخدمات التي تحقق حالة الرضا عن المنافع المتأتية من المنتجات والخدمات المقدمة إلى المستهلكين.

1-5- الإفصاح عن الأداء الاجتماعي للمسؤولية الاجتماعية :

لما كانت التقارير والقوائم المالية هي الوسيلة الإعلامية التي تعبر بها الوحدات الاقتصادية عن نفسها، فإن قياس التكاليف والعائدات الاجتماعية، والإفصاح عنها أصبح أمرا لا بد منه، ويعتبر قياس كفاءة الأداء الاجتماعي بالنسب والمؤشرات شكلا مفيدا ومساعدة في توصيل المعلومات للمستفيدين منها، وقبل أن نتطرق للإفصاح عن الأداء الاجتماعي وطرق الإفصاح من خلال توضيح ذلك بأمثلة، سوف نحدد طبيعة التكاليف والعائدات الاجتماعية

أ- التكاليف والعائدات الاجتماعية:

- التكاليف الاجتماعية: هي التكاليف التي يتحملها المجتمع من جراء مزاوله المؤسسة الاقتصادية لأنشطتها، وتقسم الأضرار التي يمكن أن تحدثها إلى أضرار مباشرة وغير مباشرة أو كليهما معا، فالتكاليف الاجتماعية من وجهة نظر المجتمع بتحملة النتائج الاجتماعية من جراء ممارسة المؤسسة الاقتصادية لأنشطتها ضمنه، بينما هي من وجهة نظر المؤسسة الاقتصادية، المقدار الذي تساهم به في إزالة الأضرار المباشرة التي أحدثتها في الوسط البيئي الذي تمارس فيه عملها، إضافة إلى لما تساهم به في زيادة الرفاهية الاجتماعية للبيئة المحيطة بها من تشجير أو رسوم نظافة أو حملات توعية أو إنشاء طرق أو تقديم مزايا عينية للموظفين، وما إلى ذلك من خدمات اجتماعية.

المؤشرات المحددات والآثار

- العائدات الاجتماعية: فهي مقدار الفائدة التي يحققها المجتمع من جراء مزاوله المؤسسة الاقتصادية لأنشطتها ضمنه ، وعليه فالربح الاجتماعي أو الخسارة الاجتماعية تمثل الفارق بينهما، وهو يعبر عن الأداء الاجتماعي للمؤسسة الاقتصادية ، ففي صناعة الإسمنت مثلا تقذف المداخن ملايين الأطنان من الغبار الملوث ، فيفسد البيئة بما فيها ، وتطال هذه الصناعة التربة الزراعية الصالحة لأن الغضار هو مادتها الأساسية ، وتولد آلتها ومطاحنها الضجيج المزعج المسبب للصدع الصناعي وما شابهه ، لذلك تقوم مؤسسات الإسمنت المشغلة لهذه المصانع وتحت الضغوطات المتنوعة بإزالة بعض أو كل ما تحدثه من آثار، كأن تنظف وتزيل بشكل مباشر الأوساخ والنواتج الصلبة والسائلة للمخلفات الصناعية ، وتشق الطرقات المحيطة اللازمة، وتقدم الطباطة لعمالها ووسائل الحماية الصناعية ، "كالخوذ والكفوف الصناعية" وجميع ما يلزم لحماية أنفسهم ، إضافة إلى تركيب تجهيزات خاصة لخفض الدخان المنبعث والضجيج ، إن الأعمال السابقة تعبر عنها المؤسسة بمجموعة من النفقات المسجلة في دفاترها المحاسبية⁸

وقد قسم الباحثون تلك التكاليف إلى نوعين:⁹

النوع الأول: تكاليف منع حدوث الأضرار البيئية فكلما أنفقت الوحدة الاقتصادية على منع التلوث انخفضت الأضرار التي تصيب المجتمع ، واقتربت تكاليف المنع من التكاليف الاجتماعية المترتبة على الأنشطة الاقتصادية للمؤسسة ، على الرغم من أنه في بعض الحالات يكون إنفاق مبالغ ضئيلة نسبيا قد تمنع حدوث أضرار اجتماعية لا تساويها في القيمة والضرر، ومثال ذلك أن تكاليف تركيب أدوات تنقية المداخن "مرشحات" لا يمكن مقارنتها بالأذى الذي يحدثه هذا الدخان في الوسط البيئي

النوع الثاني: تكاليف رفع الضرر وإعادة الوضع على ما كان عليه ، وهي عبارة عن ما تدفعه المؤسسة لإعادة موارد المجتمع لحالتها الأصلية بشكل أو بآخر ، أو بإعادة إنشاء مورد يحل محله

ويصعب في هذه الحالة معرفة الأثر المباشر لما أحدثته مؤسسة اقتصادية بعينها من ضرر بيئي، خصوصا في المناطق والمدن الصناعية.¹⁰

الإفصاح عن الأداء الاجتماعي: بعض الأمثلة عن العرض والإفصاح، حيث تتمثل تقارير الأداء الاجتماعي من أهم وسائل العرض والإفصاح عن الأداء الاجتماعي.

نصيب الوحدة	القيمة	عنصر التكلفة
		أولا: عناصر تكاليف الأداء الاجتماعي تجاه العاملين: 1- تكاليف حوافز وبدلات بخلاف الأجر الأساسي 2- تكاليف منح ومكافأة العاملين 3- تكاليف إعانات وفاة وعجز العاملين 4- تكاليف المعاشات الإضافية أو الإستثنائية 5- تكاليف تغذية العاملين 6- تكاليف ملابس للعاملين 7- تكاليف علاج في الداخل 8- تكاليف علاج في الخارج 9- تكاليف تدريب في الداخل 10- تكاليف تدريب في الخارج 11- تكاليف نشرات دورية ومجلات 12- تكاليف بعثات حج وعمرة 13- تكاليف إنشاء وصيانة دور العبادة 14- تكاليف مسابقات وندوات إجتماعية 15- تكاليف الرحلات 16- تكاليف النوادي 17- تكاليف المسابقات والأنشطة الرياضية 18- تكاليف تكريم المتفوقين 19- تكاليف الحفلات السنوية للشركة 20- تكاليف دور الحضارة للعاملات 21- تكاليف وسائل نقل العاملين 22- تكاليف إسكان العاملين
.....	إجمالي تكاليف الأداء الاجتماعي تجاه العاملين
		ثانيا: عناصر تكاليف الأداء الاجتماعي تجاه العملاء: 1- تكاليف الرقابة على جودة الإنتاج 2- تكاليف البحوث والتطوير 3- تكاليف تنفيذ ضمانات ما بعد البيع 4- تكاليف إزالة مسببات شكاوي العملاء
.....	إجمالي تكاليف الأداء الاجتماعي تجاه العملاء
		ثالثا: عناصر تكاليف الأداء الاجتماعي تجاه المجتمع 1- تكاليف تبرعات للمؤسسات التعليمية 2- تكاليف تبرعات للمؤسسات الثقافية 3- تكاليف تبرعات للمؤسسات الخيرية والاجتماعية 4- تكاليف تدريب أبناء المجتمع خلال العطلات

أثر تبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين تنافسية المؤسسات الاقتصادية في ظل رهان التنمية المستدامة:

المؤشرات المحددات والآثار

جدول يوضح قائمة الأداء		5- تكاليف رصف وإنارة طرق المجتمع	رقم "2" مثالا على تكاليف الاجتماعي
		6- تكاليف تبرعات لمؤسسات رياضية	
		7- تكاليف تشجير وتجميل مناطق المجتمع	
	إجمالي تكاليف الأداء الاجتماعي تجاه المجتمع	
	المجموع	

المراجع: سامر مظهر قطنقجي : مرجع سبق ذكره ، ص ص 186-187.

جدول رقم " 3 " : يتضمن تقرير الأداء الاجتماعي:

		المنافع الاجتماعية
.....		منافع ومزايا للمجتمع وتتضمن:
	العمالة
	مزايا العاملين تشمل مزايا تعليمية
	توزيعات أرباح المساهمين
.....		تحسينات في البيئة وتتضمن
		إنشاء ورصف طرق و إنشاء مرافق عامة
.....		تكاليف المنافع الاجتماعية
	تكاليف المنافع والمزايا وتتضمن
		مدفوعات خدمات مستخدمة و خدمات بشرية مستخدمة
		إستهلاك مباني وأجهزة و خدمات عامة مستخدمة
	أراضي مستخدمة و رأس مال مستهلك
	تكاليف أضرار وتحسينات البيئة من تلوث هواء وماء وضوضاء
.....	إجمالي تكاليف المنافع الاجتماعية
	صافي الدخل الإجمالي

المراجع¹¹ : د/ زكي حسين عباس ، مفهوم الاقتصاد الإسلامي ، مجلة الاقتصاد الإسلامي ،

مجلد 1 ، عدد 1 ، ص 8

2- الميزة التنافسية:

2-1 مفهوم الميزة التنافسية : تعددت المفاهيم المتعلقة بالميزة التنافسية، فقد عرفتها حيدر :

2002 على" أنها ذلك المصطلح الذي يشير إلى قدرة المنظمة على صياغة وتطبيق الإستراتيجية التي

تجعلها في مركز افضل بالنسبة للمنظمات الأخرى العاملة في نفس النشاط"،

في حين يعرفها fahey بأنها " أي شيء يميز المنظمة تمييزاً " إيجابياً " أو يميز منتجاتها عن منتجات المنافسين من وجهة نظر العملاء أو المستخدمين النهائيين لهذه المنتجات. "

ويمكن لنا تعريف الميزة التنافسية على أنها " هي الخاصية أو مجموعة الخصائص التي تمتلكها المنظمة خلال فترة زمنية معينة بما يمنحها التفوق على منافسيها ويؤهلها لإستغلال المزيد من الفرص في البيئة الخارجية"¹²

الميزة التنافسية يمكن الحكم عليها اعتماداً على ما تحققه من قيمة مضافة للعميل مما يجعله مستعداً لإقتناء منتجات المؤسسة حتى ولو تطلب الأمر الدفع أكثر مادامت المنافع المحققة تعوض الزيادة في السعر والميزة التنافسية هي القدرة على أداء الأعمال بأسلوب معين تجعل المؤسسات الأخرى عاجزة عن مجاراتها في الأمد القريب أو في المستقبل¹³

2-2- العوامل المؤثرة في ظهور الميزة التنافسية: إن الميزة التنافسية قد تستمر لوقت قصير أو تستمر

لسنوات عدة، والميزة التنافسية تنشأ نتيجة لعوامل عدة نوضحها فيما يلي:

أ-العوامل الخارجية: تغير احتياجات العميل أو التغيرات التكنولوجية أو الاقتصادية أو القانونية قد تخلق ميزة تنافسية لبعض المؤسسات نتيجة لسرعة رد فعلهم على التغيرات. التاجر الذي استورد التكنولوجيا الحديثة والمطلوبة في السوق أسرع من غيره استطاع خلق ميزة تنافسية عن طريق سرعة رد فعله على تغير التكنولوجيا واحتياجات السوق. من هنا تظهر أهمية قدرة المؤسسة على سرعة الاستجابة للمتغيرات الخارجية وهذا يعتمد على مرونة المؤسسة وقدرتها على متابعة المتغيرات عن طريق تحليل المعلومات وتوقع التغيرات.

ب-العوامل الداخلية: هي قدرة المؤسسة على امتلاك موارد وبناء (أو شراء) قدرات لا تكون متوفرة لدى المنافسين الآخرين. فالمطعم الذي ينتج آيس كريم بطعم مميز ومحجب لدى العميل تمكن من خلق ميزة تنافسية عن طريق بناء خبرات في إعداد الآيس كريم أو عن طريق استئجار من لديه طريقة مميزة لإعداد الآيس كريم. الابتكار والإبداع لهما دور كبير في خلق ميزة تنافسية. لا ينحصر الإبداع هنا في تطوير

أثر تبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين تنافسية المؤسسات الاقتصادية في ظل رهان التنمية المستدامة:

المؤشرات المحددات والآثار

المنتج أو الخدمة ولكنه يشمل الإبداع في الاستراتيجية والإبداع في أسلوب العمل أو التكنولوجيا المستخدمة¹⁴.

2-3- خصائص الميزة التنافسية: يجب أن تتسم الميزة التنافسية بالخصائص التالية:

- أن التنافسية تُبنى على الإختلاف والتباين الموجود بين المنظمة ومنافسيها.
- تُشتق من رغبات وحاجات الزبائن ومتطلباتهم.
- الإستمرارية وصعوبة محاكاتها أو إلغائها من قبل المنافسين.
- أن تكون متجددة وفق معطيات البيئة من جهة وقدرات وموارد المؤسسة من جهة¹⁵
- أن تكون مرنة بمعنى يمكن إحلال ميزات تنافسية بأخرى بسهولة ويسر وفق إعتبرات التغيرات الحاصلة في البيئة الخارجية، أو تطور قدرات وموارد المؤسسة من جهة
- أن يتناسب إستخدام هذه الميزات التنافسية مع الأهداف والنتائج التي تريد المؤسسة تحقيقها في الأمدين القصير والبعيد¹⁶
- تنشأ الميزة من القيمة التي استطاعت المؤسسة أن تخلقها لزيائنها ، حيث يمكن أن تأخذ شكل أسعار بالنسبة للمنافسين بمنافع متساوية أو بتقديم منافع منفردة في المنتج تعوض الزيادة السعرية المفروضة.¹⁷
- تتميز بأنها نسبية أي تتحقق بالمقارنة وليست مطلقة، كما تتميز بأنها تؤدي إلى تحقيق التفوق والأفضلية على المنافسين
- تنعكس في كفاءة أداء المؤسسة لأنشطتها أو في قيمة ما تقدم للمشتريين أو كلاهما.¹⁸
- وحتى تكون هذه الخصائص فعالة يجب أن تكون مجتمعة، حيث أن كل شرط مرهون بالأخر الأنواع الرئيسية للميزة التنافسية: مايكل بورتر (أستاذ بجامعة هارفارد) يرى أن الميزة التنافسية تنقسم إلى نوعين:
أ- التمييز في التكلفة **Cost Advantage**: تتميز بعض الشركات بقدرتها على إنتاج أو بيع نفس المنتجات بسعر أقل من المنافسين، هذه الميزة تنشأ من قدرة الشركة على تقليل التكلفة .

ب- التميز عن طريق الاختلاف أو التمييز **Differentiation Advantage**: شركات أخرى

تميز بقدرتها على إنتاج منتجات أو تقديم خدمات فيها شيء ما له قيمة لدى العملاء بحيث تتفرد به عن

المنافسين، و بالتالي ف (بوتر) يرى أنه يوجد ثلاث إستراتيجيات رئيسية للميزة التنافسية

أ - إستراتيجية أقل تكلفة **Cost Leadership Strategy**

و فيها تكون إستراتيجية الشركة تقليل التكلفة بالطبع مع المحافظة على مستوى مقبول من الجودة. مثل الكثير

من المنتجات الصينية في الوقت الحالي

ب - إستراتيجية التمييز **Differentiation Strategy**: وفيها تكون إستراتيجية الشركة أن تقدم

منتجات أو خدمات متميزة عن تلك المقدمة من شركات منافسة وبالتالي فإن العميل يقبل أن يدفع فيها سعر

أعلى من المعتاد.

ت - إستراتيجية التركيز **Focus Strategy**: في هذه الإستراتيجية تركز المؤسسة شريحة معينة من

السوق وتحاول تلبية طلباتهم وبالتالي فإن المؤسسة في هذه الحالة تهدف إلى تحقيق التميز في المنتجات أو السعر

أو كلاهما.¹⁹

3- المسؤولية الإجتماعية والميزة التنافسية العلاقة المؤشرات والأثار:

3-1- العلاقة بين المسؤولية الإجتماعية والميزة التنافسية :

تتصف العلاقة بين المسؤولية الإجتماعية والميزة التنافسية بأنها علاقة معقدة ومتداخلة، فبعض الخبراء يرون

في أن الامتثال لمتطلبات المسؤولية الاجتماعية يمثل عبئا إضافيا يزيد من تكاليف الإنتاج ويضر بالميزة التنافسية

للمنظمات والقطاعات الصناعية، ويصر البعض الآخر على أن المعايير البيئية والاجتماعية هي آلية مفيدة

لتحسين كفاءة الإنتاج، والحد من التأثيرات السلبية على المجتمع

و تتوقف الميزة التنافسية للمؤسسات في القدرة على تعزيز الإستراتيجيات المجدية من حيث الكلفة، أي من

حيث سعر السلع والخدمات وإنتاجها وتصديرها في إطار الجهود الرامية إلى زيادة القدرة التنافسية، وذلك

بالإعتماد على المسؤولية الاجتماعية والبيئية، حيث يجب أن تكون منتوجات المؤسسة تراعي رغبات المجتمع ولا

تضر بالصحة العامة و تلتزم بشروط الجودة البيئية،

المؤشرات المحددات والآثار

وانطلاقاً من هذا لا بد عليها أن تقوم بدور كبير في تحقيق أهدافه من خلال مجالات متعددة ليست اقتصادية فقط، يعتبر رضا المجتمع ومد جسور التعاون معه، استثمار ذو مردود مستقبلي للمؤسسة من خلال محاولة تغيير نظرة المجتمع لها بأنه مؤسسة تسعى فقط إلى زيادة الأرباح وتوسيع الاستثمار على حساب العديد من المتطلبات الأساسية كالعاملين والبيئة التي تعمل فيها من خلال زيادة المبيعات بما يسمح بتحقيق الزيادة في الشهرة، والسبب أن منتوجاتها متكيفة مع البيئة، وفي هذا السياق أصبحت العديد من المؤسسات تكيف منتوجاتها مع متطلبات حماية البيئة بما يؤدي إلى التقليل من الآثار البيئية، والذي أدى إلى ظهور مصطلح تخضير الأعمال Business Creening، وهناك بعض الضغوط الكبيرة التي مارستها الجهات المدافعة عن البيئة العالمية إلى إصدار خدماتها المعروفة بـ ISO14000 والتي ألزمت فيها كل المؤسسات بأن تكون منتوجاتها تتلائم مع هذا المعيار، وهو ما يعتبر تحدي كبير أمام المؤسسات لزيادة تنافسيتها، حيث عمدت دول الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة الأمريكية إلى منع كل المنتوجات التي لا تتلائم مع هذا المعيار من دخول أسواقها، الأمر الذي أدى إلى زيادة تنافسية مؤسساتها وحمايتها منتوجاتها، بالإضافة إلى ذلك أن زيادة اهتمام المؤسسة بالمجتمع من خلال توفير ظروف عمل مريحة، العدالة الوظيفية، المشاركة في اتخاذ القرارات، وهناك العديد من الدراسات التي تناولت العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والأداء لمنظمات الأعمال، وقد جاءت هذه النتائج في أغلبها مؤيدة لوجود علاقة إيجابية بين المسؤولية والأداء.

كما تناولت دراسات أخرى العلاقة التي تربط المسؤولية الاجتماعية والبيئية للمؤسسة مع المتغيرات الجديدة التي أفرزتها ثورة المعلومات والمعرفة ودخول الدول إلى الاقتصاد الرقمي والمعرفي، الشيء الذي أدى إلى نتائج جديدة من خلال إعادة تأهيل العاملين وزيادة نسبة المشاركة في القرار والإدارة المفتوحة وانتشار شبكة الاتصال والانترنت وتدفق المعلومات بسرعة ما أدى بالمنظمات إلى إعادة النظر في الدور الاجتماعي والبيئي في ظل المتغيرات الحديثة وهذا أدى بالمؤسسة إلى التعاون الاقتصادي والاجتماعي لدراسة هذا الموضوع في دورتها رقم 77 المنعقدة بقطر سنة 2012، خاصة دور الإدارة الإلكترونية والمسؤولية الاجتماعية، يضاف إلى ذلك أن

اهتمام المؤسسات بهذا النوع من المسؤولية يؤدي إلى التقليل من إجراءات الحكومة وقوانينها بغرض التدخل في أنشطة المؤسسات وبالتالي الحد من التشريعات التي تقيد حرية المنافسة وازدهار الأعمال.²⁰

3-2- مؤشرات تأثير المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية: يمكن إعتبار أن المسؤولية الاجتماعية لها

دور في خلق العديد من المزايا التنافسية للشركات، و الجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول(4): ملخص يعرض مؤشرات مصادر الميزة التنافسية التي تحققها المسؤولية الاجتماعية

توضيح للممارسات	وصف الآلية	استعمال المسؤولية الاجتماعية كأداة لخلق ميزة تنافسية
استفادت شركة لافاج الفرنسية (lafage) من صورتها الجيدة (بفضل التزامها بالمسؤولية الاجتماعية) فحصلت من السلطات على تراخيص باستغلال الموارد الطبيعية في مناطق حساسة، في حين لم تحصل الشركات المنافسة لها على نفس الامتيازات.	الحصول على تصريح بممارسة النشاط من طرف السلطات العمومية يرتبط غالبا بسمعة الشركة، كما أن السمعة تكسب الشركة ميزة تنافسية قد لا يمتلكها المنافسون.	الشرعية و الترخيص بالنشاط، المسؤولية الاجتماعية بصفتها ضامنة للسمعة وأداة للتسويق
ساهمت الشركة الأمريكية (داو شميميكل) (Dow Chemical) في وضع معايير عالية للوقاية من تلوث البيئة، في الولايات المتحدة الأمريكية.	تشجيع المزيد من اللوائح و التنظيمات الصارمة على مستوى القطاع من طرف الشركات التي لها التزام كبير بالمسؤولية الاجتماعية، مما يضاعف من تكاليف الموائمة بالنسبة للشركات المنافسة و يصعب دخول المنافسين الجدد و المحتملين.	ارتفاع التكاليف التي يتكبدها المنافسون، المسؤولية الاجتماعية كطريقة لتغيير القوى التنافسية
وضعت شركة (Accenture) برامجها المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية في أنظمة الاتصال التي تستهدف الطلاب و الخريجين الجدد.	تعتبر المسؤولية الاجتماعية للشركات ميزة جذابة للعمال المرتقبين، خصوصا من يملكون كفاءات عالية.	جذب اليد العاملة الأكثر انتاجية، حيث أن ممارسة المسؤولية الاجتماعية هي إشارة للجودة في سوق العمل.
قامت بعض الشركات ببناء استراتيجياتها التسويقية بناء على المسؤولية الاجتماعية، مثل (Patagonia) و (The Body Shop)، كأن تكون عملية شراء منتج ما مرتبطة بالتبرع الخيري أو الاسهام في قضية انسانية.	تسمح المسؤولية الاجتماعية بالتوقيع المميز، و قد يتم اعتبارها من قبل بعض المستهلكين/الزبائن كسمة مميزة لمنتج الشركة.	زيادة المبيعات، حيث أن المسؤولية الاجتماعية تعتبر أداة تسويقية تؤثر على سلوك الزبائن.
اقتصد (HSBC) ملايين الدولارات فقط من خلال غزلة ضوء لاقاته بعد الساعة العاشرة ليلا.	يمكن أن تحقق المسؤولية الاجتماعية وفورات في المجالات الطاقوية من خلال الحد من هدر الموارد، و تخفيض المخاطر الاجتماعية و البيئية.	تخفيض المخاطر التحكم في التكاليف، المسؤولية الاجتماعية هي شكل من أشكال الفاعلية التنظيمية
أظهرت دراسة قامت بها شركة استشارية انجليزية في عام 2005 أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تسمح بتخفيض معدل دوران العمل وزيادة ولاء الموظفين	يمكن أن تؤثر المسؤولية الاجتماعية على السلوكات المهنية، مثل المشاركة و الرضا الوظيفي، كما تمنح دور اضافي لأداء الموارد البشرية.	التأثير على السلوكات التنظيمية، المسؤولية الاجتماعية للشركات كأداة للإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية.

أثر تبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين تنافسية المؤسسات الاقتصادية في ظل رهان التنمية المستدامة:

المؤشرات المحددات والآثار

التعلم، المهارات، المسؤولية الاجتماعية كمورد داخلي استراتيجي	تعزز المسؤولية الاجتماعية التعلم المرتبط بمجال الادارة الاجتماعية و البيئية، كما تساهم المسؤولية الاجتماعية في بناء مهارات جديدة.	نظام إدارة أصحاب المصالح في شركة (Danone) ولد الكثير من المعرفة التي يمكن نشر لاحقاً في الشركة.
--	---	---

المصدر: ²¹محمد فلاق: مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال- دراسة ميدانية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، كلية العلوم الإقتصادية، 2013-2014 ص ص 224-225

3-3- أثار وفوائد المسؤولية الاجتماعية على تنافسية المؤسسات الاقتصادية :

بشكل عام نستنتج أن للمسؤولية الاجتماعية عدة فوائد على المنظمة فهي محدد أساسي للميزة التنافسية في ظل الالفية الثالثة كما أن لها أثار مختلفة يمكن إختصارها فيما يلي:

تحسين صورة وسمعة المؤسسة في التمتع وخاصة لدى العملاء والعمال، إذا ما إعتبر أن المسؤولية تمثل مبادرات طوعية للمؤسسة تجاه كافة الاطراف ذات المصلحة، مما يزيد من مصداقيتها وزيادة الإقبال عليها وبالتالي زيادة الدخل والأرباح والتميز في نظرهم

أصبحت قرارات إقراض البنوك وقرارات شراء المستهلكين توجهات الإستثمار لحملة الاسهم والتأمينات ، مبنية أساسا في الوقت الراهن على أداء المؤسسة الإجماعي والبيئي وإعتبار معيار الاداء الإجماعي للمؤسسة أحد المعايير التي تعمل على جذب المستثمرين للمساهمة في إستثمارات المؤسسة الحالية والمستقبلية.

- إن إلتزام المسؤولية الاجتماعية من شأنه أن يعمل على تحسين مناخ العمل السائد من خلال بعث روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف داخل المؤسسة

- إن عدم إلتزام المؤسسة للمسؤولية الاجتماعية من جانبها البيئي سيؤدي إلى إستنزاف أكثر للموارد الطبيعية ولمزيد من التلوث والنفايات في البيئة، من ناحية أخرى سيعرض المؤسسة في حد ذاتها للمقاطعة من قبل أصحاب المصالح، كما أن تبني المسؤولية البيئية يدر على المؤسسة الكثير من الفوائد أهمها خفض التكاليف ، تقليل الضغوطات، وتخفيض التلوث ، وجذب المستثمرين ²²

- تمثل المسؤولية الاجتماعية تجاوب فعال وتكيف مع التغيرات الحاصلة في حاجات العاملين لينعكس هذا التجاوب بعلاقات إيجابية ترفع من مستوى الأداء وتحقق مردود مالي أفضل

- تؤثر في جعل عملية إتخاذ القرارات وبناء الإستراتيجيات على اساس فهم متطور لتطلعات المجتمع والفرص المرتبطة بالمسؤولية الإجتماعية

- تؤثر في أن الولاء الكبير للعاملين سوف ينعكس إيجابا في تحقيق الإنتاجية العالية

- تؤثر في رضا المستهلكين نتيجة الحوافز والمزايا المادية المحسوسة في السلعة والخدمة " السعر ، النوعية ، التغليف ، الذوق، الأمان ، وتوفر السلعة أو الخدمة دون إنقطاع ، الإحتياجات المختلفة للزبائن إضافة للمطالبة بتحمل المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات.²³

خاتمة:

ختاما يمكن القول أن تبني المسؤولية الإجتماعية محدد أساسي للميزة التنافسية في الألفية الثالثة ومطلب أساسي من مطالب التنمية المستدامة في قطاع المؤسسات الاقتصادية، حيث أن لها آثار وأدوار كبيرة تمس كيان المؤسسة وعلاقتها مع مختلف أصحاب المصالح، فهي وسيلة لإدراج المؤسسة في النسيج الإجتماعي للمجتمع حيث تسهم في تحقيق رفاهية المجتمع مما يعزز من سمعتها وصورتها وعلامتها التجارية وزيادة مستويات أرباحها وحصصها السوقية، وبالتالي رفع مستوى تنافسيتها عن طريق تدعيم وتحسين الميزة التنافسية لها مقارنة بالمنافسين الآخرين، فالبعد الإجتماعي أصبح مدخل من مداخل تحسين صورة المؤسسة وعلاقتها وتحسين تنافسيتها وهو ما وضحه هذا المقال.

أما على المستوى الداخلي للمنظمة فهي تساهم في زيادة درجة رضا العاملين وولائهم وتحسين العلاقة مع اصحاب المصالح الذين يعتبرون القوى الخفية والظاهرة للمؤسسة وكل هذا يساهم في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة لأطول وقت ممكن، في حال إستمرار المؤسسة في تكثيف الإهتمام بالمسؤولية الإجتماعية وتحقيق التوازن بين المصلحة الخاصة للمنظمة والمصلحة العامة للمجتمع بكافة قطاعات، فالمؤسسات قطاع هام وحساس ومؤثر يجب دمجها في تحقيق رهانات التنمية المستدامة للحفاظ على الموارد والبيئة وتحقيق العدالة بين الأجيال الحالية والأجيال القادمة، فالإهتمام بأبعاد المسؤولية الإجتماعية وتطبيق مبادئها وبرامجها كفيل بتحقيق ذلك، في ظل المسؤولية المشتركة بين كافة الفاعلين في تحقيق التنمية المستدامة.

الهوامش:

- ¹ - مهري شفيقة: الاتصال وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية في المؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 3، السنة الجامعية 2011-2012، ص 65
- ² - Michel Capron et Françoise Quairel-Lanoizelée; **la responsabilité d'entreprise** ; éditions la découverte. Paris.2007. p 23.
- ³ - شوقي مانع: دور المسؤولية المجتمعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية المستدامة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، إدارة الأعمال والتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية، مدرسة الدكتوراه، جامعة فرحات عباس سطيف، 2010/2011. ص 10.
- ⁴ - مقدم وهيبة، دور المسؤولية الاجتماعية لمنشآت الأعمال في دعم نظم الإدارة البيئية لتحقيق التنمية المستدامة، ص 15، مقال منشور على الموقع: (2019/11/17) iefpedia.com/arab/wp-content/uploads/2009/10 المسؤولية-الاجتماعية-مقدم-وهيبة/15doc.
- ⁵ - Alain Jounot, **RSE et développement Durable, iso 26000 : évaluation, labels**, Edition Afnor, 2010, p27.
- ⁶ - شوقي مانع: مرجع سبق ذكره، ص 17.
- ² - شوقي مانع: نفس المرجع السابق، ص 18
- ³ - شرعة عماد الدين: التسويق المستديم بين النظرية والتطبيق، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في التسويق الإستراتيجي، جامعة فرحات عباس سطيف، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2009-2010، ص 27.
- ⁴ - شوقي مانع: مرجع سبق ذكره، ص 20-21.
- ⁵ - شرعة عماد الدين: مرجع سبق ذكره، ص 21.
- ⁶ - شوقي مانع: مرجع سبق ذكره، ص 22.
- ⁷ مقدم وهيبة، مرجع سبق ذكره، ص 17.

⁸ - د/ سامر مظهر قطنقجي : المحاسبة الاجتماعية ، دار النهضة ، ط1 ، 2005 ، دمشق ، سوريا ، ص 184-185 .

⁹ - سامر مظهر قطنقجي : نفس المرجع ، ص 188

- نفس المرجع ، ص 188¹⁰

¹¹ - زكي حسين عباس، مفهوم الاقتصاد الإسلامي، مجلة الاقتصاد الإسلامي، مجلد1، عدد11، ص8

¹² موسى قاسم القريوني، وآخرون: - دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية- دراسة حالة في

شركة زين للاتصالات الخلوية، مجلة دراسات ، للعلوم الإدارية، المجلد 41، عدد2014، 1، ص38

¹³ -Philip Kotler , Bernard Dubois et Delphine Monceau :
management Marketing, édition Pearson, 11^{ème} édition , paris,
France , 2004, p265.

¹⁴ -سامح صلاح: الميزة التنافسية والاستراتيجيات الأساسية مقال متاح على الرابط:

<https://samehar.wordpress.com/2006/06/25/a625>، تم التصفح ب 27-5-

2018

¹⁵ - Jean Pascal Gond Jacques Igalen, Manager la responsabilité sociale
de l'entreprise, http://www.dareios.fr/ftp/RSE/RSE_132137.pdf

¹⁶ - طاهر محسن منصور الغالي، وائل محمد صبحي إدريس : الإدارة الاستراتيجية منظور منهجي متكامل ،

دار وائل للنشر ، ط2 ، 2009 ، عمان ، ص309

¹⁷ - Michael Porter : 1 avantage concurrentiel; Devoncer ses
concurrents et maintenir son Avance, Dunod.paris.1999.p08.

¹⁸ - خالد محمد طلال: بني حمدان ووائل محمد إدريس :الإستراتيجية والتخطيط الإستراتيجي، منهج

معاصر ، دار اليازوري للنشر والتوزيع ، عمان ، 2007 ، ص356.

أثر تبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين تنافسية المؤسسات الاقتصادية في ظل رهان التنمية المستدامة:

المؤشرات المحددات والآثار

¹⁹-سامح صلاح: الميزة التنافسية والاستراتيجيات الأساسية مقال متاح على الرابط:
<https://samehar.wordpress.com/2006/06/25/a625> تم التصفح ب 27-5-

2018 ، الساعة 15.06

²⁰ - عبد الغفور ددان حفص رشيد : المؤسسة بين تحقيق التنافسية ومحددات المسؤولية الاجتماعية والبيئية ، الملتقى العلمي الدولي حول سلوك المؤسسة الاقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية، 20-21- نوفمبر 2012.

²¹ - محمد فلاق: مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال- دراسة ميدانية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، كلية العلوم الاقتصادية، 2013-2014 ص 224-225

²²- بربري محمد امي، كريفار مراد: دور وأهمية المسؤولية الاجتماعية في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية ، الملتقى الدولي الثالث عشر ، حول دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم إستراتيجية التنمية المستدامة الواقع والرهانات . يومي 14-15- نوفمبر 2016

²³ - طاهر محسن منصور الغالبي ، صالح مهدي محسن العامري: المسؤولية الاجتماعية ةأخلاقيات الأعمال ، دار وائل ، 2005، ص52.