

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الشهيد حمدة لخضر بالوادى  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

محاضرات

في

المسؤولية الاجتماعية للشركات



مطبوعة موجهة لطلبة الماستر إدارة اعمال

اعداد

الدكتورة جديدي روضة

عضو الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية بالبحرين

رئيس فرقة بحث: دور المسؤولية الاجتماعية في تجسيد مرتكزات التنمية المستدامة

الموسم الدراسي 2020/2021

# الفهرس

العنوان	
توطئة.....	01.....
<b>بيئة الاعمال والمجتمع</b>	
تمهيد:.....	02.....
مفهوم الاعمال.....	02.....
أهمية الاعمال للمجتمع.....	02.....
خصائص المجتمعات.....	03.....
التحديات التي تواجهها منظمات الاعمال.....	05.....
<b>التطور التاريخي للمسؤولية الاجتماعية</b>	
تمهيد.....	06.....
مراحل ظهور المسؤولية الاجتماعية للشركات.....	06.....
- المرحلة الأولى: الثورة الصناعية وظهور الإدارة العلمية.....	06.....
- المرحلة الثانية: تيار العلاقات الإنسانية وبروز الفكر الاشتراكي.....	07.....
- المرحلة الثالثة: مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية والتوسع الصناعي.....	07.....
- المرحلة الرابعة: مرحلة بروز جماعات الضغط وانعقاد مؤتمر ستوكهولم.....	07.....
- المرحلة الخامسة: مرحلة اقتصاد المعرفة وعصر المعلوماتية.....	07.....
المسؤولية الاجتماعية في التشريع الإسلامي.....	08.....
- المسؤولية ركن إسلامي أصيل.....	08.....
- مبدأ الاخوة والعدالة وسيلتان لتحقيق المسؤولية الاجتماعية.....	10.....
- الاستخلاف.....	10.....
- التوحيد أصل المسؤولية الاجتماعية.....	11.....
<b>الاطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية</b>	
تمهيد.....	12.....
مفهوم المسؤولية الاجتماعية.....	12.....
نظريات المسؤولية الاجتماعية.....	13.....

14.....	أنواع المسؤولية الاجتماعية.....
14.....	أهمية المسؤولية الاجتماعية.....
15.....	المؤيدون والمعارضون للمسؤولية الاجتماعية.....
16.....	فوائد المسؤولية الاجتماعية.....
18.....	مستويات المسؤولية الاجتماعية.....
19.....	أبعاد المسؤولية الاجتماعية.....
23.....	عناصر المسؤولية الاجتماعية.....
24.....	المبادئ الأساسية للمسؤولية الاجتماعية.....
26.....	استراتيجيات تعامل منظمات الاعمال مع قضايا المسؤولية الاجتماعية.....

#### المسؤولية الاجتماعية ووظائف المؤسسة

28.....	تمهيد.....
28.....	المسؤولية الاجتماعية لوظيفة الإنتاج والعمليات.....
32.....	المسؤولية الاجتماعية في اطار وظيفة التسويق.....
35.....	المسؤولية الاجتماعية ووظيفة إدارة الموارد البشرية.....
39.....	المسؤولية الاجتماعية في الوظيفة المالية والمحاسبية.....
40.....	المسؤولية الاجتماعية في وظيفة البحث والتطوير.....

#### أسس تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات

42.....	تمهيد.....
42.....	تنفيذ المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة.....
42.....	مراحل تنفيذ المسؤولية الاجتماعية.....
42.....	- مرحلة التخطيط.....
44.....	- مرحلة التنفيذ.....
44.....	- مرحلة التحقق.....
45.....	- مرحلة التحسين.....

#### المسؤولية البيئية لمنظمات الاعمال

47.....	تمهيد.....
47.....	الإدارة البيئية.....
48.....	الأداء البيئي.....
50.....	المسؤولية البيئية.....
54.....	المواصفة القياسية ISO14000.....

56.....	تحضير منظمات الاعمال
<b>المسؤولية الأخلاقية لمنظمات الأعمال</b>	
58.....	تمهيد
58.....	أخلاقيات العمل في المؤسسة
63.....	المسؤولية الأخلاقية
<b>المواصفة القياسية ISO 26000</b>	
66.....	تمهيد
66.....	اعداد المواصفة من قبل المنظمة الدولية للتقييس
66.....	نشأة المواصفة القياسية ايزو 26000
67.....	تعريف المواصفة ISO26000
68.....	مبادئ المسؤولية الاجتماعية وفقا للمواصفة ايزو 26000
<b>طبيعة وفلسفة المحاسبة عن للمسؤولية الاجتماعية</b>	
70.....	تمهيد
70.....	مفهوم محاسبة المسؤولية الاجتماعية
70.....	مبادئ نظام محاسبة المسؤولية الاجتماعية
71.....	أهداف محاسبة المسؤولية الاجتماعية
72.....	مجالات المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية
73.....	القياس المحاسبي للتكاليف
73.....	الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية
75.....	قياس الأداء الاجتماعي
<b>تطبيقات المسؤولية الاجتماعية في الشركات العالمية</b>	
78.....	تمهيد
78.....	المسؤولية الاجتماعية في شركة ميكروسفت
80.....	المسؤولية الاجتماعية في شركة تويوتا
81.....	المسؤولية الاجتماعية في شركة google
83.....	المسؤولية الاجتماعية في شركة فودافون

## مسارات/خيارات المسؤولية الاجتماعية

- 86.....تمهيد
- 86.....الترويج للقضايا
- 87.....التسويق الاجتماعي
- 89.....العمل التطوعي الاجتماعي
- 90.....التسويق المتصل بالقضايا

## بعض المفاهيم المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية

- 92.....تمهيد
- 92.....مواطنة منظمات الاعمال
- 93.....حوكمة الشركات
- 94.....الاقتصاد الأخضر
- 95.....الاستثمار الأخلاقي
- 95.....التسويق الأخضر
- 96.....التسويق المسؤول اجتماعيا
- 96.....خلق القيمة المشتركة
- 98.....التنافسية المسؤولة
- 99.....المعيار SA1000
- 99.....الميزة التنافسية المستدامة

## توطئة

"صحيح ان تحقيق الأرباح أمر رائع لكن مساعدة الناس وتغيير حياتهم الى الأفضل هو شئى أروع بكثير. فلنسخر أساليب العمل والتجارة هذه من اجل حد للفقر والبطالة والتدهور البيئي وغيرها من المشاكل الاجتماعية، لنجعل أجيال المستقبل لا تدري بهذه المشاكل، إلا ما تقرأه في كتب التاريخ".

البروفسور محمد يونس-مصرف غرامين

فالمؤسسات الاقتصادية مطالبة في الوقت الحالي بتحمل مسؤولياتها الاجتماعية اتجاه كل الأطراف ، وأن تجعلها جزء سياساتها وخططها الاستراتيجية وضمن ثقافتها التنظيمية، وان لا تقتصر نشاطاتها في هذا المجال على مجرد تقديم بعض التبرعات، ورعاية وتنظيم بعض المؤتمرات دون خطط ودراسة للحاجات المجتمعية ذات الأولوية بل لابد من الانتقال الى ما يسمى "العطاء الذكي".

فالبعد الأخلاقي في المسؤولية الاجتماعية، يأخذ على عاتقه الانتقال بالعمل من مفهوم تقديم الخدمة التطوعية، الى تطبيق أوسع يقوم على تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية بكل ابعادها وفق لحاجيات المجتمع الحقيقية.



## بيئة الاعمال والمجتمع

تمهيد:

ان العلاقة بين الاعمال والمجتمعات التي تعمل في حدودها هي علاقة تبادلية، حيث ان تطور المجتمعات وظهور الحاجات المتجددة فيها يتطلب وجود منظمات الاعمال التي تعمل على تلبية الاحتياجات المتجددة، ومن جهة أخرى فإن تطور الاعمال مرتبط بشكل كبير بقدرة هذه المجتمعات على توفير المتطلبات الأساسية اللازمة لبناء الاعمال.

**مفهوم الاعمال:**

يقصد بها تلك الأنشطة التي يقوم بها الافراد لإنتاج وبيع سلع وخدمات بهدف اشباع حاجات المجتمع ومن ثم تحقيق الربح الذي يضمن لها الاستمرارية في السوق. وتلعب منظمات الاعمال دورا حيويا في اقتصاديات دول العالم المختلفة، فكلما كانت هذه المنظمات مزدهرة وتعمل في بيئة منظمة قانونيا فان اقتصاد الدول التي تعمل فيها سيزدهر.

**أهمية الاعمال للمجتمع:** ان التقدم الهائل الذي شهدته الدول الغربية كان بالدرجة الأولى نتيجة ازدهار القطاعات الاقتصادية المختلفة والذي اعتمد على نشاطات الاعمال. ومن هنا تبرز أهمية الاعمال في المجتمع : ( طاهر، الغالي، صالح، العامري، 2010، الصفحات 21-22)

1. خلق فرص عمل لأفراد المجتمع، فالدولة لا تستطيع بمفردها تقديم فرص عمل كافية ضمن مؤسستها وأجهزتها، لهذا فإن الاعمال كفيلة بسد هذا النقص .
2. انتاج السلع والخدمات اللازمة لاشباع حاجات افراد المجتمع، وبالتالي تقليل الاعتماد على الخارج في سد هذه الاحتياجات، وبما أن حاجات الانسان تتزايد وتتجدد باستمرار فيفترض في الاعمال ان تساهم في خلق هذه السلع والخدمات.
3. ان الاعمال ضرورية لقيام اقتصاد متطور ومجتمعات حديثة، فلا يمكن تصور اقتصاد مزدهرا تتوفر فيه فرص العمل وتتجدد فيه الاستثمارات دون وجود منظمات اعمال متطورة قادرة على ان تقدم سلع وخدمات بنوعية جيدة وأسعار منافسة.

4. توفر الاعمال مصدرا أساسيا للدخل في الدول المختلفة، ففي الدول المتقدمة تمثل بعض المنظمات ثروة قومية لا يستهان بها قياسا بمصادر الدخل الأخرى لهذه الدولة، كما ان الضرائب التي تدفعها هذه المنظمات هي مصدر أساسي للدخل الوطني.

5. يمكن لمنظمات الاعمال ان تؤدي دورا مساندا للسياسة القائمة في البلاد في مجال البحث والتطوير التكنولوجي نظرا لما تمثله من وزن في مجموعها وخاصة الكبيرة منها من خلال الخطة التنموية العامة للدولة التي يتم من خلالها التنسيق بين العديد من الجهات ابتداء من هيئات ومؤسسات البحث العلمي، المؤسسات الاقتصادية.

#### خصائص المجتمعات: (الغالي، العامري، 2010، ص ص 30-36)

يرتبط ظهور الاعمال الحديثة بمدى ازدهار واستقرار المجتمعات الإنسانية. وتمثل أوروبا وأمريكا النموذج الصناعي الأول الذي لاتزال دولة في طليعة المجتمعات الإنسانية بفضل ما أتيح لهذه الدول من تراكم معرفي وخبرات عبر فترة زمنية طويلة مثل الآلية التي جسدت قيم المجتمعات التي تبلورت بشكل نظام اعمال تحاول الدول الأخرى تقليده للنهوض باقتصادياتها.

وبالنظر الى خصائص هذه المجتمعات نجد انها تتسم بالتطور المستمر والتجدد الامر الذي يدل على حيوية هذه المجتمعات وبالتالي تراكمت الثروات لديها وتطورت الحياة المادية. وبالتالي فمن اهم خصائص هذه المجتمعات نجد: (طاهر، الغالي، صالح، العامري، 2010، الصفحات 32-37)

✓ الانفتاح وقبول الجديد واحترام الآخر :فاستعداد المجتمع الى قبول ما يستجد من أفكار وتطبيقات عنصر أساس في ازدهاره، كذلك فإن احترام الآخرين وتقبل آرائهم وافكارهم والاستماع الى انتقاداتهم ساعد على المشاركة في اتخاذ القرارات وتطوير السياسات واستراتيجيات المنشآت والارتقاء بها.

✓ ثقافة المجتمع: تمثل ثقافة المجتمعات الصناعية حالة من الرقي والتطور وهو ما يمثل نقطة قوة الاعمال والمجتمع حيث يزدهر في ظلها التسامح والتعددية والتعايش السلمي والرغبة في التعلم المستمر، على عكس الثقافات التقليدية التي يزداد فيها الحنين الى الماضي بالرغم من سيئاته في بعض الأحيان وذلك بسبب ما ينتج عن الثقافات في هذه الدول من كراهية بين الناس وعدم مساواة وتشدد وتطرف وظلم اجتماعي وأنانية مفرطة تنعكس على توزيع الثروة في المجتمع.



- ✓ حل الاشكال السياسي من خلال النموذج الديمقراطي: فالاستقرار السياسي يمثل عنصرا مهما من عناصر ازدهار منظمات الاعمال، فوجود المشاكل السياسية يؤدي الى عدم الاستقرار وهجرة رؤوس الأموال والمبدعين وحرمان الدولة من الاستثمارات الأجنبية.
- فالنموذج الديمقراطي في الدولة الحديثة يعتبر مدخلا لمعالجة العديد من المشاكل التي تواجه الاعمال وازدهار المجتمع، بحث توفر حرية التعبير عن الرأي وتكافؤ الفرص وهما ركيزتان اساسيتان للديمقراطية والأعمال
- ✓ المنافسة العادلة والمشروعة في ميدان الاعمال: تمثل المنافسة دعامة أساسية من دعائم المجتمعات المتطورة، حيث
- هناك احترام وتقدير للمبادرات الفردية والعمل الجاد الذي يخدم المجتمع والنظر الى القائمين عليه على انهم مستحقون لما يحصلون عليه من مكافآت أو مردود مهما كان ضخما.
- ✓ النظر الى عمل المرأة: بما ان المرأة تمثل نصف المجتمع فإن تعطيل هذه الطاقة يفرض عراقيل أمام نهوض المجتمعات والأعمال.
- ✓ الابتعاد عن التوظيف السياسي والاجتماعي: أن تكافؤ الفرص والاعتماد على الكفاءة والمهارة هي أساس تقدم المجتمعات وان البحث عن الناس الكفوئين والمتخصصين بغض النظر عن انتماءاتهم السياسية أو العرقية أو الدينية اعطى الدول المتقدمة ميزة كبيرة ووفر فرص نجاح الاعمال في هذه الدول. في حين نجد في الدول النامية العديد من المشكلات التي تحول دون ازدهار الاعمال فيها مثل التوظيف على أساس الواجهة الاجتماعية أو الانتماء السياسي مما يحرم منظمات الاعمال من فرص الاستفادة من الموارد البشرية الكفوة.
- ✓ العلاقة المتميزة بين منظمات الاعمال ومراكز البحوث والجامعات في الدول المتقدمة: في الدول المتقدمة نجد منظمات الاعمال ترتبط بعلاقات وطيدة مع مراكز البحوث والجامعات، حيث نجد مدراء المؤسسات يعرضون خبراتهم وتجاربهم العملية في الجامعات ومراكز البحوث ويطلبون حلول للمشاكل التي تواجههم.
- أما في الدول النامية، فنجد ان مراكز البحوث والجامعات مازالت مجرد أماكن لطرح الأفكار النظرية البعيدة عن التطبيق.

- التحديات التي تواجه منظمات الاعمال: ان التحديات التي تواجهها منظمات الاعمال يمكن النظر اليها من زاويتين، الأولى تمثل تهديدات وتحديات يجب مواجهتها، أما الثانية يمكن ان تعرض فرصا للأعمال يمكن ان تزدهر في ظلها الاعمال وتتطور: (الغالي، العامري، 2010، صص 38-41)
1. ازدياد حدة المنافسة: ان ازدياد حدة المنافسة فرض على منظمات الاعمال البحث عن مزايا تنافسية غير تقليدية. فظهرت بذلك مفاهيم جديدة في عالم الاعمال.
  2. ظاهرة العولمة: فبفعل تطور الاتصالات والمواصلات اصبح بالإمكان نقل الأموال وحركة الأشخاص وتبادل الأفكار والثقافات، وهذا ما ساهم في زيادة شدة المنافسة وعدم القدرة على حماية الصناعات الوطنية بالاساليب التقليدية. فتأثير العولمة كبير على المجتمعات فهو سلاح ذو حدين حيث يمكن ان تستفيد المنظمات منها على أساس انها فرصة للدخول الى أسواق دون أخرى والتوسع، كما يمكن النظر اليها على انها تهديد لمنظمات الاعمال.
  3. التطور التكنولوجي: لقد انعكس التطور التكنولوجي الهائل على مختلف مناحي الحياة بمنتجات وخدمات تتغير باستمرار، كما أصبحت السرعة والدقة والتعقيد والمرونة ابعاد حاضرة في اعمال المنظمات المعاصرة، كما فرض هذا التحدي تكاليف إضافية كبيرة على منظمات الاعمال لاقتناء التكنولوجيا الحديثة ومتابعة تطورها عبر ما يسمى بالتنبؤ التكنولوجي.
  4. قصر دورة حياة المنتج: فنتيجة للتطور التكنولوجي السريع أصبحت المنظمات ملزمة بمواكبة هذا التطور وذلك بالتركيز على الابداع وتطوير منتجاتها بسرعة وذلك كون ان التغير في وظيفة المنتج وأدائه صار جذريا ويتم خلال فترات قصيرة مما يشكل تحدي كبير امام منظمات الاعمال.
  5. المواد الجديدة: فدخول العديد من المواد الجديدة الى الصناعة زاد من الضغوط على منظمات الاعمال من حيث اجبارها على تغيير أساليب الإنتاج والآلات والتجهيزات المستخدمة في عمليات الإنتاج.
  6. التكتلات الاقتصادية العالمية: ان انضمام منظمات الاعمال لبعض التكتلات سيفرض حتما عبئا إضافيا على المنظمات ويزيد الضغط عليها ويزيد من شدة المنافسة بينها وبين المنظمات الأخرى التي تنتمي لهذا التكتل مثل المجموعة الأوروبية المشتركة.
  7. المعايير الدولية المفروضة من قبل المنظمات الدولية: مثل معايير المحاسبة الدولية ومعايير الشفافية والفساد ومعايير الايزو 9000، ايزو 14000 وهذه المعايير تتطلب من منظمات الاعمال الاستجابة والتكيف لغرض الدخول الى الأسواق العالمية.

## التطور التاريخي للمسؤولية الاجتماعية للشركات

تمهيد: لقد كانت المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تتمحور في بداياتها نحو الاعمال الخيرية بعيدا عن فكرة تأثير منظمات القطاع الخاص في التنمية المستدامة أو معاهدات البيئة، ولكن منذ 1950 اصبح المستهلكون وجماعات حماية البيئة والمجتمعات يشكلون ضغطا على منظمات القطاع الخاص للاتجاه نحو المساهمة في النشاطات العامة للمجتمع.

**1. مراحل ظهور المسؤولية الاجتماعية للشركات:** يمكن تقسيم المراحل التاريخية لظهور المسؤولية الاجتماعية الى 5 مراحل أساسية:

**المرحلة الأولى** (الثورة الصناعية والإدارة العلمية): في هذه المرحلة بدأ استخدام المخترعات العلمية في منظمات الاعمال فكان الاهتمام مركزا نحو تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسة وجني أكبر كمية ممكنة من الأرباح ليعاد قسم منها في التوسع أو انشاء مصانع جديدة. وفي هذه المرحلة كان هناك استغلال غير اعتيادي لجهود العاملين والموارد البشرية بشكل عام حيث تم تشغيل الأطفال والنساء وعموم العاملين لساعات طويلة في ظل ظروف عمل قاسية وأجور متدنية

وبالتالي ففي هذه المرحلة لا وجود للاهتمام بالعاملين والمجتمع ولم يكن هناك أي وعي بيئي.

**المرحلة الثانية** (تيار العلاقات الإنسانية و بروز الفكر الاشتراكي): ان تزايد استغلال العاملين واصابات العمل الكثيرة والوفيات الناتجة عنها وتشغيل الأطفال والنساء في ظل الظروف المزرية قد ولد شعورا لدى الكثير من المهتمين بشؤون الصناعة في ذلك الوقت بضرورة الاهتمام وإعادة النظر لظروف العمل، فكان ان أجريت عدة تجارب عرفت بتجارب هاوثورن والتي كانت محاولة لدراسة تأثير الاهتمام بالعاملين وظروف العمل على الإنتاج والإنتاجية.

وبالتالي تمثل هذه المرحلة بداية تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية حيث بدأ الاهتمام بالعاملين لغرض زيادة الإنتاج وتحقيق الأرباح.

كذلك ساهم الفكر الاشتراكي في تبني المؤسسات الكثير من عناصر المسؤولية الاجتماعية التي تخص المستفيدين باختلاف انواعهم، فكانت من ابرز المطالب التي ينادي بها العاملين هي ظروف العمل والتقاعد والضمان الاجتماعي واصابات العمل والاستقرار الوظيفي وغيرها.

**المرحلة الثالثة:** (مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية والتوسع الصناعي): تعد هذه المرحلة من المراحل الحاسمة في انطلاق مفهوم المسؤولية الاجتماعية بصورته الحديثة فقد سقطت الكثير من الأنظمة الدكتاتورية والعسكرية واستبدلت بنظم ديمقراطية تؤمن بالمشاركة السياسية، وبذلك توسع مفهوم الديمقراطية الصناعية وتعزز دور النقابات وتعالى أصواتها بالمطالبة بتحسين ظروف العمل وسن القوانين التي تحمي العاملين وتعزز مشاركتهم في مجالس الإدارة.

وبالتالي تعد هذه المرحلة نقلة نوعية حقيقية في تبني المسؤولية الاجتماعية من قبل منظمات الاعمال.

**المرحلة الرابعة:** في هذه المرحلة كانت منظمات القطاع الخاص تفتقد الخبرة نحو تطبيقات المسؤولية الاجتماعية، لكن مع انعقاد مؤتمر ستوكهولم 1972 الذي طرح مفهوم التنمية المستدامة، والذي بدأ يثير أهمية ودور منظمات الاعمال الخاصة للمساهمة في تنمية المجتمعات بشكل فاعل ومحوري وموجه نحو المجالات الاجتماعية والبيئية بالإضافة الى المجال الاقتصادي .

**المرحلة الخامسة:** مع بداية التسعينات في القرن 20 أصبحت مفاهيم كالشفافية والتعاون بين البيئة والاقتصاد تبلور في اذهان مديري كبرى المؤسسات.

كما ان مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة والتنمية الذي عقد في ري ودي جانيرو عام 1992 وأطلق عليه اسم "قمة الأرض" كان منعطفاً مهماً توج بصدور وثيقة سميت بـ "أجندة 21" والتي كانت خطة مفصلة عن التنمية العالمية المستدامة وقد طالب المشاركون في المؤتمر بتحول في دور الشركات وذلك بتغيير نهجها واستراتيجيتها نحو واجبها اتجاه المجتمع.

وقد تضمنت هذه المرحلة انعقاد القمة العالمية للتنمية المستدامة سنة 2020 في مدينة جوهانسبورغ بجنوب افريقيا ونوقشت فيها الكثير من القضايا المتعلقة بالتنمية المستدامة، ونتج عن ذلك انشاء العديد من المنظمات والبرامج لتعمل على الاهتمام بهذه القضايا ومن ذلك: برنامج الأمم المتحدة للبيئة، لجنة التنمية المستدامة.

في هذه المرحلة تم وضع المسؤولية الاجتماعية كأحد الموضوعات الرئيسية ضمن جدول اعمال قمة الأرض في جوهانسبورغ سنة 2002.

عند التأمل في مراحل نشأة وتطور المسؤولية الاجتماعية نجد ان الإسلام كان سابقاً في التعرض لموضوع المسؤولية الاجتماعية، لكن تحت مسميات مختلفة فبعضها من قبيل التكافل الاجتماعي واخرى

من باب الامر بالمعروف والنهي عن المنكر وغيرها من باب رفع الضرر والالتزام بالممارسات الأخلاقية التي ورد في حقها إما نص قرآني أو حديث نبوي.

2. المسؤولية الاجتماعية في التشريع الإسلامي: تتحدد المسؤولية الاجتماعية في الإسلام من خلال ثلاثة جوانب هامة : (العسل، 1996، الصفحات 75-76)

أ/ مسؤولية الفرد تجاه نفسه: إن تكريم الله للإنسان و تفضيله على غيره من المخلوقات، و تسخير له ما في السماوات و الأرض، هي دعوة لهذا الإنسان لأن يحافظ على بدنه و حياته و بقاءه، باعتماد النظافة و الطهارة في الجسم و الثوب و المكان، و ممارسة الرياضة، و الأكل من الطيبات و الوقاية من الأمراض و معالجتها، و أن يعمل على ضبط غرائزه و أن يصرف همته إلى اكتساب الصفات الحميدة، و أن يحسن أخلاقه في تعاملاته مع الغير، ليكون في النهاية محلاً لأمانة التكليف و القيام بالعمل الصالح الذي يساعده على التعايش مع الجماعة و يوطد علاقات التماسك و التعاون.

ب/ مسؤولية المجتمع عن بعضه بعضاً: الفرد المسلم مسئول عن المجتمع الذي يعيش فيه، فهو جزء منه و الجزء لا ينفصل عن الكل، و الغاية العليا هي سعادة الكل، و ربط القلوب بأواصر المحبة و الأخوة، لقد اجمع الفقهاء على وجوب نفقة الموسر على قريبه المعسر و انه يجب على الأغنياء أن يقوموا بكفاية فقرائهم إذا لم تكف الزكاة.

ج/ مسؤولية الدولة عن الفرد و المجتمع: بالرغم من الواجبات المالية التي فرضها الله على المسلمين للفقراء، فان الدولة مسئولة عن الفقراء و المحتاجين، و يحق لكل فقير أن يطالب الدولة بالإنفاق عليه، و هذه المسؤولية تجعل الدولة مسئولة عن جميع أفراد المجتمع.

1.2 المسؤولية الاجتماعية ركن إسلامي أصيل: يحتل الجانب الاجتماعي في الإسلام منزلة كبرى بعد العقيدة مباشرة و جعل مرتبه في الذنب تلي مرتبة الكفر و عدم الإيمان.

تبين الكثير من الدلائل القرآنية و الأحاديث الشريفة أن الإسلام أعطى أولوية للعمل الخيري و المسؤولية الاجتماعية ابتغاء مرضاة الله و ليس لأي غرض دنيوي، كما أن عمل الخير و إشاعته و تثبته من المقاصد الشرعية التي تم حصرها في خمس و هي : المحافظة على الدين، و على النفس، و النسل، و العقل، و المال و زاد بعضهم سادسة و هي المحافظة على العرض، فحقوق المسلم كلها مسؤوليات

اجتماعية، و إن كان الفرد مطالباً بمسؤولية اجتماعية، فعلى مستوى الجماعات و الشركات و البنوك تكون المسؤولية أعظم.

أ/ المسؤولية الاجتماعية في القرآن الكريم: يزخر القرآن الكريم بالعديد من الآيات التي تترجم فكر المسؤولية الاجتماعية، لكن سوف نركز على بعض الجوانب الخاصة بالتعاون والبر والرعاية والتكافل الاجتماعي. وفيما يلي نستعرض بعض الآيات:

■ قال تعالى: " وأقيموا الصلاة وآتوا الزكاة وما تقدموا لأنفسكم من خير تجدوه عند الله إن الله بما تعملون بصير " سورة البقرة: آية 110

■ قال تعالى: " لن تنالوا البر حتى تنفقوا مما تحبون وما تنفقوا من شيء فإن الله به عليم " سورة آل عمران: آية 92

■ قال تعالى: " ما عندكم ينفد وما عند الله باق ولنجزين الذين صبروا أجرهم بأحسن ما كانوا يعملون " سورة النحل: آية 96.

■ قال تعالى: " فمن تطوع خيراً فهو خير له " (البقرة-184)

■ قال تعالى: " آمنوا بالله ورسوله وأنفقوا مما جعلكم مستخلفين فيه فالذين آمنوا منكم وأنفقوا لهم أجر كبير " (سورة الحديد: آية 7).

■ قال تعالى: " قد أفلح من تركى " (سورة الاعلى: آية 14)

■ قال تعالى " فمن يعمل مثقال ذرة خيراً يره ومن يعمل مثقال ذرة شراً يره " (الزلزلة-7)

ب/ المسؤولية الاجتماعية في السنة النبوية: أكدت السنة النبوية على أهمية المسؤولية الاجتماعية عبر نصوص كثيرة نذكر منها: (فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال ، 2019، ص 25-26)

■ قال صلى الله عليه و سلم: " خير الناس أنفعهم للناس " (رواه ابن ماجة)

■ و قوله صلى الله عليه و سلم: " كل سلامي من الناس عليه صدقة: كل يوم تطلع فيه الشمس تعدل بين اثنين صدقة، و تعين الرجل في دابته، فتحمله عليها، أو ترفع له عليها متاعه صدقة، و الكلمة الطيبة صدقة، و كل خطوة تمشيها إلى الصلاة صدقة، و تميظ الأذى عن الطريق صدقة " (متفق عليه).

■ و قوله صلى الله عليه و سلم : " كلكم راع و مسئول عن رعيته، فالأمير الذي على الناس راع و هو مسئول عنهم، و الرجل راع على أهل بيته، و هو مسئول عنهم، و المرأة راعية على بيت بعلمها

وولده، و هي مسئولة عنهم، والعبد راع على مال سيده، وهو مسئول عنه، ألا و كلكم راع و كلكم مسئول عن رعيته" (رواه البخاري).

■ قال النبي صلى الله عليه وسلم: "من يسر على معسر يسر الله عليه في الدنيا والآخرة" رواه ابن ماجه: 2417.

■ و قوله صلى الله عليه و سلم: "المسلم أخو المسلم، لا يظلمه و لا يسلمه، من كان في حاجة أخيه كان الله في حاجته، و من فرج عن مسلم كربة فرج الله عنه بها كربة من كرب يوم القيامة، و من ستر مسلما ستره الله يوم القيامة" (متفق عليه).

■ و يقول صلى الله عليه و سلم: "مثل المؤمنين في توادهم و تراحمهم و تعاطفهم مثل الجسد الواحد إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الجسد بالسهر و الحمى" (متفق عليه).

■ قال الرسول صلى الله عليه وسلم: "صدقة السر تطفئ غضب الرب و صلة الرحم تزيد في العمر و فعل المعروف يقي مصارع السوء" (رواه ابن أبي الدنيا: 3797)

■ قال الرسول صلى الله عليه وسلم "مثل المؤمنين في توادهم و تراحمهم و تعاطفهم مثل الجسد إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الجسد بالسهر و الحمى" (رواه مسلم: 2586)

## 2.2 مبدأ الأخوة و العدالة الاجتماعية وسيلتان لتحقيق المسؤولية الاجتماعية:

الأخوة و العدالة الاجتماعية في الإسلام يؤصلان لمفهوم المسؤولية الاجتماعية و يدعمانها، فمن خلالهما يمكن الوصول إلى مجتمع متقدم و مزدهر، فمبدأ العدالة الاجتماعية هو الأساس الذي يقوم عليه الإسلام، و به يرتدع المسلمون عن القيام بالحرام، كما أن مفهوم الأخوة يجعل المسلمين مسئولين أمام بعضهم بعضا.

3.2 الاستخلاف: لقد عرف الدكتور عبد الله بن إبراهيم بن عبد الله الناصر الاستخلاف بأنه : "تمكين الله للبشر عامة و لبعضهم خاصة في إحلالهم محل من قبلهم في ملكية الأرض و المال"، فالخلافة تحدد مكانة المسلم و دوره و تتحدد من خلالها مسؤولياته، فالاستخلاف هو أمانة يجب أداؤها و يجب إدارة هذه الأمانة بما يحقق المنفعة للأمة كلها (الاجتمع)، لذلك يتعين على رجال الأعمال ممارسة المسؤولية الاجتماعية للشركات، ذلك أن الشركات تعتبر مؤسسات بشرية و هي جزء من الأمة الإسلامية.

4.2 التوحيد أصل المسؤولية الاجتماعية: التوحيد هو إفراد الله تعالى بالطاعة والعبادة، فطاعته سبحانه وتعالى تتجلى في فعل كل ما أمرنا به وترك ما نهانا عنه في كتابه العزيز أو بواسطة نبيه الكريم صلوات الله وسلامه عليه، و سلوك الإنسان وتصرفاته في الحياة مظهر من مظاهر عقيدته، فإذا صلحت صلح السلوك واستقام، وإذا فسدت فسدت السلوك، ومن ثم كانت عقيدة التوحيد ضرورة لا يستغني عنها الإنسان ليستكمل شخصيته، و بصلاح الفرد يصلح المجتمع، فالإسلام أقام العلاقات بين أفراد المجتمع على روابط متينة، ومبادئ خالدة وأخلاقيات سامية، وأهم هذه الأخلاق: الأخوة، المساواة، الحب في الله، التعاون و التكافل و الإيثار.

ففي ظل العقيدة السليمة و التوحيد الخالص لله تنظم العلاقات و الروابط:

علاقة العبد بربه، و علاقة الإنسان مع غيره من الناس، و علاقة الإنسان مع البيئة و المحيط، فعلاقة المسلم مع الله سبحانه وتعالى يسودها الحب والطاعة، ورغبته الأكيدة في نيل رضاه واجتناب غضبه وسخطه و على كل مسلم أن يلتزم بالشريعة الإسلامية من أجل التماس البركة في نهاية المطاف، وتحقيق الفلاح.

أما علاقة المسلم مع غيره، فيجب أن تكون مؤسسة على القيم الأخلاقية الإسلامية، مثل الثقة والصدق والحزم والعدل واحترام القانون، والعطف والتسامح، وينبغي على كل مسلم أن يكون واعياً اجتماعياً، ويوفر لمن هم تحت مسؤوليته ما يحتاجونه بلا إسراف، و فيما يتعلق بمنظمات الأعمال فإنه ينبغي أن تحترم الحق الشرعي لجميع الأطراف المعنية المتعاملة معها، مثل المساهمين والموظفين والموردين، فضلاً عن البيئة.



## الاطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية للشركات

تمهيد: لقد فرضت المسؤولية الاجتماعية نفسها مؤخرًا بقوة في محيط العلاقات الاقتصادية سواء الوطنية منها أو الدولية، ولعل السبب في ذلك يرجع إلى الضغوطات التي تعرضت لها منظمات الأعمال من طرف الجمعيات والمنظمات غير الحكومية والمجتمع المدني بضرورة تحملها لمسؤولياتها اتجاه حماية البيئة وتحقيق رفاهية العامل، تحسين مستوى معيشة أفراد المجتمع وهو ما يعكس دور ومساهمة منظمات الأعمال في التنمية المستدامة.

### 1. مفهوم المسؤولية الاجتماعية: هناك عدة تعريفات للمسؤولية الاجتماعية للشركات، تختلف باختلاف

وجهات النظر في تحديد شكل هذه المسؤولية:

- تعريف بيتر دراكر: المسؤولية الاجتماعية هي التزام المؤسسة اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه (فلاق، 2018، ص119)
- تعريف دافيد دونوك: هي ضرورة التزام منشآت الأعمال اجتماعيًا اتجاه المجتمع التي تعمل به، وذلك من أجل رفع مستوى الرفاهية للمجتمع بفئاته المختلفة. (أبو النصر، 2015، ص32)
- المسؤولية الاجتماعية هي التزام من قبل الشركة بتحقيق التوازن بين أطراف متعددة ولكنها مترابطة وتتمثل في مصالح واحتياجات الشركة (المنتجة للسلع والخدمات) والعاملين فيها، والبيئة المحيطة والمجتمع. (أبو النصر، 2015، ص32)
- تعريف البنك الدولي: هي التزام أصحاب النشاطات التجارية بالإسهام في التنمية المستدامة من خلال العمل مع المجتمع المحلي بهدف تحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم الاقتصاد والتنمية في آن واحد تكون مدمجة في الأنشطة المستمرة للمؤسسة. (الحموري، المعاينة، 2015، ص17)
- تعريف منظمة الأمم المتحدة: تعرف المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال بأنها تحلي المنظمات بروح المواطنة في كل من الحقوق والواجبات وذلك عن طريق اعتناق واستصدار عدد من القيم والمبادئ المتفق عليها عالميًا في ممارسات المنظمات في مجال حقوق الإنسان وفي ظروف العمل وحماية البيئة (فلاق، 2018، ص123)

- تعريف الاتحاد الأوروبي: المسؤولية الاجتماعية هي مفهوم تقوم منظمات الاعمال بمقتضاه بتضمين اعتبارات اجتماعية وبيئية في اعمالها وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح على نحو تطوعي. (فلاق، 2018، ص124)

**2. نظريات المسؤولية الاجتماعية:** وضع SECCH سنة 2007 مجموعة من النظريات للمسؤولية الاجتماعية على أساس العلاقة بين المجتمعات والشركات، هذه النظريات هي: (العصيمي، 2015، الصفحات 14-17)

**1.2 النظرية النفعية:** تعمل الشركة وفق هذه النظرية كجزء من النظام الاقتصادي والذي يعمل بديناميكية معينة من أجل تعظيم الأرباح، لذلك يتم دمج المسؤولية الاجتماعية للشركات في هذا النظام بعد ادراك أهمية المسؤولية على النظام الاقتصادي. وتقسم هذه النظرية الى عدد من النظريات هي:

- نظرية التكلفة الاجتماعية: تربط هذه المسؤولية الأسباب بالنتائج، على أساس أن المجتمع يتأثر بالقوى غير الاقتصادية للشركات، لذلك يجب على هذه الشركات قبول المشاركة الاجتماعية.

- نظرية التوظيف (الاستخدام): تعتبر المؤسسة منظمة استثمارية تسعى الى الربح، لذلك توظف مسؤولياتها الاجتماعية كاستراتيجية دفاعية داخلية ضد القوى الخارجية لتحقيق التوازن بين سعيها للربح وتقديم الخدمات الاجتماعية.

**2.2 النظرية الإدارية:** تؤكد هذه النظرية على ضرورة وضع اعتبارات المسؤولية الاجتماعية عند اتخاذ القرارات الإدارية في الشركة وتقسم هذه النظرية الى نظريات فرعية:

- الأداء الاجتماعي للشركة: يقيس مساهمة المتغير الاجتماعي في الأداء الاقتصادي للشركة، لذلك على إدارة الشركة وضع الاعتبار للعناصر الاقتصادية والاجتماعية على حد سواء، على أساس ان الشركة تعتمد على المجتمع في نموها واستمراريتها.

- المحاسبة الاجتماعية، والتدقيق والتبليغ: وتعني الربط بين الأداء الاجتماعي للشركة مع الهدف الرئيسي لها .

**3.2 نظرية العلاقة:** تعود جذور هذه النظرية الى شبكة العلاقات المعقدة في البيئة التي تعمل فيها الشركات، وقد قسم SECCH هذه النظريات الى نظريات فرعية هي:

-نظرية المجتمع-منظمات الاعمال: ترى ان المسؤولية الاجتماعية للشركات تمثل التفاعل بين وحدتين رئيسيتين هما: المجتمع والشركة. ومن مقاييس هذا التفاعل تطوير القيمة الاقتصادية في المجتمع، لذلك يجب ان تعكس المسؤولية الاجتماعية للشركات مدى قوتها في المجتمع.

-نظرية المواطنة العالمية للشركة: فعلى الشركة التصرف من منطلق المسؤولية كمواطن صالح في مجتمع ما، وتطور علاقاتها مع أصحاب المصالح من حولها.

- نظرية العقد الاجتماعي: فالمسؤولية الاجتماعية للشركات مشتقة من الشرعية الأخلاقية وقبول المجتمع نشاطات هذه الشركات.

### 3. أنواع المسؤولية الاجتماعية: تقسم المسؤولية الاجتماعية الى نوعين: (أبو النصر، 2015، ص38)

1.3. مسؤولية اجتماعية داخلية: وتتمثل في اسهام المنظمة في تنمية قدرات العاملين بها وتطويرها والمحافظة عليهم ووقايتهم من أي مخاطر قد يتعرضون لها في بيئة العمل وتحسين مستوى معيشتهم.

2.3. مسؤولية اجتماعية خارجية: وتتمثل في اسهام المنظمة في تحسين أحوال أسر العاملين وفي المشاركة في خدمة المجتمع وتنميته.

4. أهمية المسؤولية الاجتماعية: ان المنظمة الصحيحة لا يمكن ان تنمو وتزدهر في مجتمع مريض ملئ بالمشكلات ويعاني من التخلف والفقر والبطالة، لهذا فإذا ما أرادت أي منظمة ان تبقى في البيئة المحيطة عليها ان تساهم في تلبية حاجات المجتمع والمساهمة في حل مشكلاته. وبالتالي تبرز أهمية المسؤولية فيما يلي: (مدحت محمد أبو النصر، 2015، ص42)

- ✓ زيادة فرص البقاء أمام المنظمة.
- ✓ المحافظة على العملاء الحاليين
- ✓ تحسين صورة وسمعة المؤسسة
- ✓ تدعيم قدرة النظام الفرعي للنشاط التجاري أو الصناعي على النمو والاستمرارية بتحقيقه عوائد للمجتمع.
- ✓ الاستفادة من الموارد المالية والبشرية للمنظمات في حل مشكلات المجتمع.
- ✓ منح المنظمات الفرصة لحل المشكلات الاجتماعية التي فشلت الحكومة في علاجها
- ✓ تحسين نوعية الحياة بالمجتمع.
- ✓ زيادة الوعي بأهمية الاندماج بين منظمات المجتمع
- ✓ زيادة التكافل الاجتماعي والانتماء في المجتمع

5. المؤيدون والمعارضون للمسؤولية الاجتماعية: ان هناك موقف مؤيدة لان تتبنى المنظمة مزيدا من الأدوار الاجتماعية وفي المقابل نجد من يعارض هذا التوجه لمنظمات الاعمال، ويعتبره مهددا لوجودها واستمراريتها في السوق، وفيما نستعرض آراء الطرفين: (العامري، 2010، الصفحات 69-73)

### 1.5 المؤيدون لتبني المسؤولية الاجتماعية:

- ✓ يتوقع الجمهور من منظمات الاعمال ان تلعب دورا كبيرا في تحقيق أهدافه عبر عدة مجالات، وهذا لكون المؤسسة جزء لا يتجزأ من المجتمع الذي تعيش وتنمو وتزدهر فيه.
- ✓ ان الأرباح ستزداد على المدى البعيد من خلال تبني المنظمة دورا اجتماعيا أكبر، حيث ان رضا المجتمع ومد جسور التعاون والتفاهم والثقة معه يمثل مدخلا مهما ذي مردود مستقبلي كبير.
- ✓ ان الالتزامات الأخلاقية تملئ على منظمات الاعمال ان يكون لها دورا اجتماعيا، حيث أن الالتزام الاجتماعي يمثل حالة موازنة معقولة اتجاه النقد الموجه الى الاعمال بكونها تهم فقط بزيادة الأرباح وتوسع الاستثمار على حساب العديد من المتطلبات الأساسية للعاملين والمجتمع بشكل عام.
- ✓ الصورة العامة للمنظمة ستكون أفضل حينما تلعب دورا اجتماعيا أو تمارس نشاطا ثقافيا ينعكس مستقبلا على زيادة المبيعات ويعزز الميزة التنافسية للمؤسسة.
- ✓ بيئة أفضل ونوعية حياة أرقى للمجتمع ككل .
- ✓ تقلل من إجراءات الحكومة وقوانينها المتعلقة بالتدخل في شؤون الاعمال لان الاحجام عن القيام بهذا الدور يولد الدافع لدى الحكومة بسن العديد من التشريعات والقوانين التي تقيد من حرية المنافسة وازدهار الاعمال.
- ✓ الموازنة بين مسؤولية المنظمة ونفوذها، حيث أن المسؤولية الاجتماعية تقلل من النقد الموجه لهيمنة منظمات الاعمال على القرارات المتعلقة بحياة الناس.
- ✓ استغلال الموارد التي تمتلكها المنظمة، حيث ان منظمات الاعمال وخصوصا الكبيرة منها تتمتع بموارد مالية وموارد فنية كبيرة يمكن من خلالها تقديم إنجازات اجتماعية هائلة.

## 2.5 المعارضين لتبني المسؤولية الاجتماعية: وتمثل في:

- ✓ ان تبني دورا اجتماعيا أكبر من قبل منظمات الاعمال الخاصة يؤدي الى خرق قاعدة تعظيم الأرباح التي هي جوهر وجود منظمات الاعمال الخاصة، لانها وجدت أساسا للعمل وتقديم سلع وخدمات ودفع الضرائب للدولة.
- ✓ ذوبان الأهداف الأساسية الاقتصادية للمؤسسة واضمحلالها مع مرور الوقت وزيادة مطالبة المجتمع والدولة للمنظمات الى تبني اهداف اجتماعية أخرى فتصبح عاجزة عن الارتقاء بالانتاجية ويضعف أدائها الاقتصادي.
- ✓ تحميل المنظمات كلفة عالية جراء الأنشطة الاجتماعية المتزايدة حيث ان قدرة المنظمة مهما كانت مواردها فهي محددة، فإذا ما حملت بأهداف اجتماعية تتجاوز هذه القدرة او تحد منها فإن المنظمة ستعرض للمخاطر.
- ✓ سلطة إضافية أكبر ستمتع بها منظمات الاعمال تعزز من نفوذها وقدرتها لهذا، فإذا كانت منظمات الاعمال تمتلك الموارد الاقتصادية فإن تعزيز هذه الموارد بسلطة اجتماعية إضافية سيجعل منها قوة كبيرة في المجتمع.
- ✓ تفتقر منظمات الاعمال الى المهارات الكافية التي تمكنها من النهوض بالدور الاجتماعي بشكل صحيح من جانب ومن جانب آخر فإن هناك مؤسسات متخصصة بهذا الدور الاجتماعي يجب ان يعزز دورها وان تركز منظمات الاعمال دورا أكبر للاداء الاقتصادي وتعزيز المنافسة وتنشيط الاقتصاد.

## 6. فوائد المسؤولية الاجتماعية: تتمثل في: (أبو النصر، 2015، ص ص 43-44)

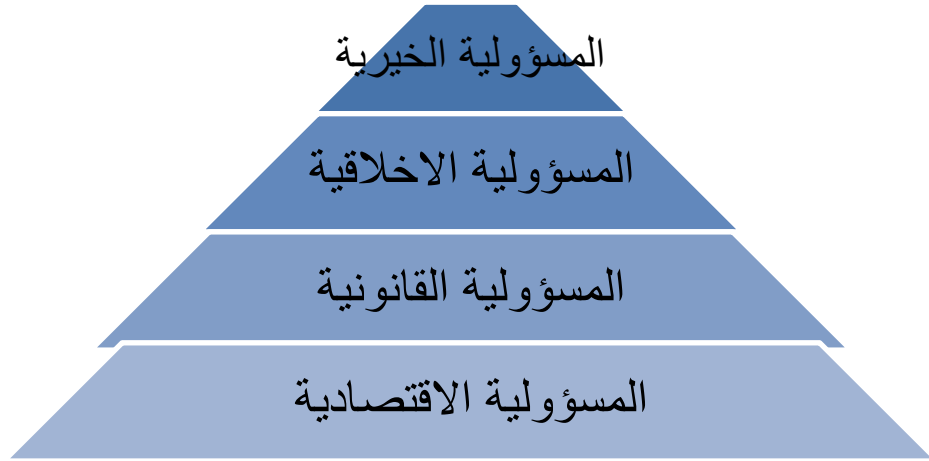
- ✓ اثبتت البحوث والدراسات ان الشركات التي تطبق فكر المسؤولية الاجتماعية نمت بمعدل أربعة أضعاف عن تلك التي لم تتبع هذا الاتجاه.
- ✓ تشير التقارير الاقتصادية الدولية الى ان الشركات التي تحقق مفهوم المسؤولية الاجتماعية يزيد معدل الربحية فيها عن 18% عن تلك التي ليس لها برامج في المسؤولية الاجتماعية.
- ✓ تشير استطلاعات الرأي الى ان 73% من قادة الاعمال في أوروبا يؤمنون ان الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يمكن ان يساهم بشكل فعال في زيادة الإنتاجية والربحية للشركات التي لديها برامج في المسؤولية الاجتماعية.

- ✓ اشارت الدراسات التي قامت بها "منظمة تسخير الاعمال التجارية لصالح المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الامريكية الى ان الشركات التي توازن بين مصالحها ومصالح حاملي الأسهم حققت معدلات نمو ومعدلات تولي عمالة ماهرة تفوق الشركات الأخرى بنسبة أربعة أضعاف.
- ✓ أثبتت البحوث والدراسات الى ان تثقيف الموظف بمفهوم المسؤولية الاجتماعية واشراكه في بعض برامجها ساهم في تخفيف الأعباء عن الشركات وزيادة الإنتاجية وخفض التكاليف التي يتسبب بها الغياب والفواتير الصحية بنسبة 30%
- ✓ ان التزام المؤسسة بثقافة العطاء (المسؤولية الاجتماعية) يساعد في جذب العاملين الذين يحملون بداخلهم قيما تجاه هذا العمل، ويساعد على استمرارهم في العمل.
- ✓ ان التزام المؤسسات بمسؤولياتها الاجتماعية يساهم في بناء علاقات قوية مع الحكومات مما يساعد في حل المشكلات أو النزاعات القانونية التي قد تتعرض لها هذه المنظمات اثناء ممارستها لنشاطها.
- ✓ تسهيل الحصول على الائتمان المصرفي خاصة مع استحداث بعض المؤشرات التي تؤثر على القرار الائتماني للبنوك "مؤشر داو جونز" للاستدامة الذي اطلق سنة 1999 ويهتم بترتيب الشركات العالمية وفقا لدرجة مراعاتها للابعاد الاجتماعية وللاعتبارات البيئية خلال ممارستها لنشاطها الاقتصادي.
- ✓ اثبتت البحوث والدراسات ان هناك علاقة إيجابية وقوية بين الأداء الاجتماعي والأداء البيئي والأداء المالي للمنظمة، بمعنى أنه اذا تحسن الأداء الاجتماعي على سبيل المثال فإنه يحدث تحسن في الأداء البيئي والأداء المالي لهذه المنظمة.
- ✓ اثبتت البحوث والدراسات ان الشركات التي لا تهتم بتقديم برامج للمسؤولية الاجتماعية والتي لا تراعي البعد الأخلاقي في أنشطتها والتي لا تحافظ على البيئة من التلوث او تساهم في تلوثها او تقدم سلع او منتجات تسبب ضررا او امراضا، او تستغل الأطفال او المرأة او المهجرين في ظروف عمل غير مناسبة فإن المجتمع وخاصة العملاء أو المستهلكين يتخذون ضد هذه الشركات مواقف سلبية مثل المقاطعة والتحول الى منتجات شركات أخرى.

✓ أظهرت دراسة أجرتها (corporate giving guidelines) أن 76% من المستهلكين يفضلون التعامل مع المؤسسات التي تطبق برامج المسؤولية الاجتماعية أكثر من تعاملهم مع المؤسسات صاحبة العلامات التجارية الشهيرة، كما أظهرت ذات الدراسة ان الموظفين في المؤسسات التي تطبق برامج في المسؤولية الاجتماعية لديهم ولاء لمؤسساتهم بنسبة تصل الى 87% أكثر من أكثر من الموظفين في المؤسسات الأخرى. (المعاينة، الحموري، 2015، ص32)

7. مستويات المسؤولية الاجتماعية: يعتبر هرم ارشي (1991) من أوائل نماذج المسؤولية الاجتماعية للشركات حيث أشار الى ان هناك 4 مستويات للمسؤولية الاجتماعية:

الشكل (01) يوضح هرم ارشي كارول



المصدر: المصدر: طاهر محسن منصور الغالي، إدارة واستراتيجية منظمات الأعمال المتوسطة والصغيرة، الطبعة الاولى، دار وائل، الأردن،، 2009، ص 45.

يرى ارشي كارول ان المسؤولية الاجتماعية تتدرج في أربعة مستويات تتمثل في:

1. المسؤولية الاقتصادية: يقصد بها قيام المنظمة بتقديم السلع أو الخدمات التي أنشأت من أجلها على ان تكون حريصة وملتزمة بتقديم هذه السلع والخدمات بكفاءة وفعالية دون مغالاة او احتكار أو هدر لموارد المجتمع مع مراعاة مواصفات الجودة الشاملة في تلك السلع أو الخدمات التي تقدمها،

2. المسؤولية القانونية: ويقصد بها احترام المنظمة للوائح والتعليمات المنظمة للعمل بها والتي وضعتها لنفسها، واحترام قوانين العمل في المجتمع، واحترام قوانين المجتمع الأخرى بصفة عامة، وعدم اقرار أي جرائم في حق العاملين أو العملاء أو المجتمع. كما يجب على المنظمة احترام المواثيق والمعاهدات الوطنية والإقليمية والدولية مثل الإعلان العالمي لحقوق الانسان، والعهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية.

3. المسؤولية الأخلاقية: ويقصد بها قيام المؤسسة بعمل ما هو صحيح وعادل مع عدم الاضرار بالآخرين مثل الالتزام بالأخلاق الحميدة و باحترام الأديان السماوية ومراعاة ثقافة المجتمع وذلك في كل تصرفاتها مع العاملين واسرهم ومع العملاء ومع المنظمات الأخرى المنافسة لها والمجتمع بشكل عام. كما تشمل المسؤولية الأخلاقية مراعاة المنظمة القيم والأخلاقيات المهنية وقيم و أخلاقيات العمل والإدارة عند قيامها بإنتاج السلع او تقديم الخدمات وعلى المنظمة ان تحترم وتلتزم بمواثيق الشرف او الدساتير الأخلاقية للمهن التي ينتمي اليها العاملون بها مثل ميثاق الشرف لمهنة المحاماة، ميثاق الشرف لمهنة الخدمة الاجتماعية، ميثاق الشرف لمهنة الاعلام.

4. المسؤولية الخيرية: ويقصد بها قيام المنظمة بعمل الخير وتقديم الإعانات والمساعدات للمجتمع بما يساهم في تحسين نوعية الحياة لسكان هذا المجتمع، وخاصة للفئات الفقيرة والمحتاجة وذلك بالتبرع للجمعيات الخيرية، تقديم المساعدات للايتام، الأرامل، المعاقين، بناء المساجد، تقديم اعانات المدارس القرآنية، وغيرها.

ويعكس الوضع المتسلسل لهذه للمسؤوليات طبيعة الترابط الموجود فيما بينها، اذ لا يمكن للشركة من ان تتحمل مسؤولية الأنشطة الخيرية قبل تحمل المسؤوليات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية تجاه المجتمع.

### 8. أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

يوجد 3 ابعاد للمسؤولية الاجتماعية وهي: (الحموري، المعاينة، 2015، ص ص 85-101)

1. البعد الاقتصادي: يشير البعد الاقتصادي الى الالتزام بممارسات أخلاقية داخل المؤسسات مثل الحكومة المؤسسية، منع الرشوة والفساد، حماية حقوق المستهلك، الاستثمار الأخلاقي.

أ/ حوكمة المؤسسات: هي " النظام الذي يتم بموجبه توجيه ومراقبة منظمات

الاعمال" (السعيد، 2005، ص 11-12) وبالتالي فهي تمثل القوانين التي تحدد العلاقة بين إدارة الشركة وكل الأطراف المرتبطة بها مثل العمال، العملاء، حاملي الأسهم، الموردين، المنظمين، والمجتمع ككل. لهذا فإن الحوكمة المؤسسية الجيدة هي التي توفر لكل من المجلس والإدارة التنفيذية الحوافز المناسبة للوصول الى الأهداف التي تصب في مصلحة المؤسسة، وتسهيل إيجاد عملية مراقبة فعالة، وبالتالي تساعد المؤسسة على استغلال مواردها بكفاءة.

ومن اجل الحفاظ على علاقة ناجحة بين أصحاب رأس المال واعضاء مجالس إدارة المؤسسات يجب ان تتوفر درجات عالية من الثقة بين الطرفين، وهذا يتطلب توافر 4 مبادئ من مبادئ الحوكمة:



- ✓ الشفافية: يجب على أعضاء مجلس الإدارة أن يوضحوا بشكل جلي لأصحاب رأس المال والمودعين الرئيسيين سبب اتخاذ أي قرار مادي.
- ✓ المساءلة: يجب ان يكون أعضاء مجلس الإدارة في موضع المساءلة عن قراراتهم، والمحاسبة من قبل المساهمين، بأن يخضعوا أنفسهم للفحص والمراجعة.
- ✓ العدالة: يجب ان يحظى كل المساهمين بالمساواة من قبل أعضاء مجلس الإدارة، والإدارة التنفيذية على نحو عادل بعيد عن الانحياز أو المصالح الخفية.
- ✓ المسؤولية: يجب على أعضاء مجلس الإدارة أداء واجباتهم بشرف واستقامة ونزاهة. لهذا على المؤسسات، أن تقوم بتبني وتطبيق مبادئ المساءلة والشفافية والسلوك الأخلاقي، واحترام مصالح الأطراف المعنية، وسيادة القانون، في اتخاذ القرارات وتنفيذها، وتطوير دليل للحوكمة المؤسسية خاص بها. ويمكن تحقيق ذلك من خلال مايلي:
- تطوير الاستراتيجيات والاهداف التي تعكس وتوضح التزامها بالمسؤولية الاجتماعية
- اظهار التزام القيادة والمساءلة.
- خلق وتعزيز البيئة والثقافة حيث يتم من خلالها ممارسة مبادئ المسؤولية المجتمعية
- انشاء نظام من الحوافز الاقتصادية وغير الاقتصادية مرتبط بالاداء في المسؤولية الاجتماعية.
- استخدام الموارد المالية والطبيعية والبشرية بكفاءة.
- تعزيز العدالة في تمثيل الفئات الأقل تمثيلا في المناصب العليا في المؤسسة.
- تحقيق التوازن بين احتياجات المنظمة وأطرافها المعنية بما في ذلك الاحتياجات الفورية واحتياجات الأجيال المقبلة.
- انشاء عمليات اتصال ذات اتجاهين مع الأطراف المعنية والتي تأخذ بعين الاعتبار مصالح الأطراف المعنية، تساعد في تحديد مجالات الاتفاق والاختلاف، وفي التفاوض لحل النزاعات المحتملة.
- تشجيع المشاركة الفعالة لكافة مستويات العاملين في اتخاذ القرارات في المنظمة بشأن قضايا المسؤولية الاجتماعية.

- التوازن في المستوى السلطة والمسؤولية وقدرة الأشخاص الذين يتخذون القرارات نيابة عن المؤسسة.
- مراجعة وتقييم عمليات الحوكمة المؤسسية بصفة دورية.
- متابعة تنفيذ القرارات للتأكد من اتباعها وذلك لتحديد قابلية المسائلة عن نتائج أنشطة وقرارات الم
- نظمة سواء كانت إيجابية أو سلبية.

ب/حماية مصالح المستهلكين: فالمؤسسات التي تقدم منتجات أو خدمات للعملاء والمستهلكين، يترتب عليها مسؤوليات اتجاههم، تتضمن هذه المسؤوليات، توفير معلومات دقيقة، واستخدام أساليب نزيهة وشفافة ومفيدة في التسويق، والعمليات التعاقدية، وتعزيز الاستهلاك. كما تستلزم التقليل من مخاطر العمل الناتجة عن عملياتها، من خلال تطوير وتوزيع ودعم وتوفير المعلومات الكافية عن تلك العمليات. وترتبط المسؤولية الاجتماعية في هذا السياق بما يلي:

- ممارسات التسويق العادلة
  - حماية الصحة والسلامة
  - الاستهلاك المستدام
  - حماية البيانات والخصوصية
  - الحصول على الخدمات والمنتجات الأساسية
  - تسوية المنازعات والتعويضات
  - اتخاذ جميع الخطوات المعقولة لضمان سلامة وجودة السلع والخدمات.
- ج/الاستثمار الأخلاقي: وهو الاستثمار الذي يأخذ بعين الاعتبار القيم الجوهرية للمؤسسة، وتأثيرها على عملية صناعة القرار الاستثماري، ويوجد عدة أنواع من الاستثمار الأخلاقي، أهمها:
- ✓ الانتقاء السلبي: يهتم هذا النوع من الاستثمار الأخلاقي بجميع الفرص الاستثمارية، ويقوم بحظر المشاركة في بعض الاستثمارات.
  - ✓ الانتقاء الإيجابي: ينظر هذا النوع من الاستثمار الأخلاقي الى جميع الفرص الاستثمارية المتاحة لايجاد فرص استثمارية مسؤولة مجتمعيا وأخلاقيا.

✓ الالتزام المؤسسي: يهدف هذا النوع من الاستثمار الأخلاقي، الى تغيير ممارسات المؤسسات، التي يسهم بها هذا الاستثمار، من خلال اجراء الحوار، عقد الاجتماعات، لتحفيزهم على الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية.

✓ الاستثمار المركب: وهو الاستثمار الذي يدمج بين الأنواع الثلاثة السابقة وبالتالي فالاستثمار الأخلاقي يفتح المجال امام المستثمرين لتجنب الاستثمارات غير المرغوب فيها، من جهة، ويتيح الفرصة لدعم الاستثمار الذي ينتهج سياسة مسؤولية اجتماعية وأخلاقية مماثلة، من جهة أخرى.

2. البعد الاجتماعي: لا بد للمؤسسة ان تسهم في تحقيق رفاهية المجتمع الذي تعمل فيه وتحسين ورعاية شؤون العاملين فيها، بما ينعكس إيجاباً على زيادة انتاجيتهم وتنمية قدراتهم الفنية، وتوفير الامن المهني لهذا ي والوظيفي والرعاية الصحية والمجتمعية لهم. ولتحديد القضايا المجتمعية، ذات الصلة ضمن أولوياتها، التي تسعى الى تحقيقها، ينبغي على المؤسسة ان تهتم بما يلي:

أ/ ممارسات التشغيل والعمل العادلة: وتتحقق بتعزيز قيم المؤسسة، الى جانب الابعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للاستدامة، وعبر الاستثمار في نوعية الحياة العملية، عن طريق تنظيم مكان العمل تنظيمًا ملائمًا، وعبر الممارسات في مكان العمل وظروف الاستخدام، وتنمية الموارد البشرية وادارتها. فالممارسات العمالية المسؤولة مجتمعيًا تعد ضرورية للعدالة المجتمعية، والاستقرار المؤسسي.

ب/ المساهمة في المجتمع المحلي: تهتم المسؤولية الاجتماعية، بالكيفية التي تدير بها المؤسسة الآثار المترتبة، على أعمالها في المجتمعات، والمجموعات التي تعمل في نطاقها، ويمكن ان تكون هذه الآثار إيجابية أو سلبية وبالتالي فالاسلوب الذي تدير به المؤسسة هذه الآثار يؤثر حتماً على رفاهية المجتمع المحلي. لهذا على المؤسسة ان تكون على معرفة ووعي تامين بالمجتمع المحلي، بحيث يتم توجيه جهودها بشكل مباشر الى أولويات واحتياجات هذا المجتمع وتظهر الاحترام لحقوق أفرادها في اتخاذ القرارات المتعلقة بحياة مجتمعاتهم وبالتالي فهي بذلك تسهم في تنمية المجتمع المحلي.

ومن المجالات الرئيسية لتنمية المجتمع المحلي، التي يمكن للمؤسسة ان تسهم فيها، نجد:

- خلق فرص العمل
- توفير الخدمات الصحية

- رعاية الشباب من خلال الأندية الثقافية والرياضية
  - الالتزام بالتبرع بنسبة معينة من أرباحها قبل خصم الضرائب لخدمة القضايا المجتمعية
  - تنمية المناطق الحضرية من خلال الشراكة مع الحكومة، لتحسين البيئة في المدن الداخلية.
  - حماية البيئة من خلال خفض انبعاثات الغازات وكمية النفايات وإعادة تشجير الغابات.
3. البعد البيئي: ويتمثل في واجب المؤسسة لتغطية الآثار المترتبة على عمليات ومنتجات المؤسسة، والقضاء على الانبعاثات والنفايات وتحقيق أقصى قدر ممكن من الكفاءة والإنتاجية من الموارد المتاحة، وتقليل الممارسات التي قد تؤثر سلباً على تمتع البلاد والأجيال القادمة بهذه الموارد.
- لهذا على المؤسسة ان تعي جميع الجوانب البيئية المباشرة وغير المباشرة، ذات الصلة في تأدية نشاطاتها، وتقديم خدماتها، وتصنيع منتجاتها، كما وعليها استخدام معايير معينة لمعرفة تلك الجوانب البيئية، ذات الأثر المتميز، لتتمكن بالتالي من التحسين الفعال لأدائها البيئي. ومن الواجب على تلك المعايير المحددة، من قبل المؤسسة نفسها، ان تكون شاملة، مثبتة (ممكن اثباتها)، ويتم التوثيق بكتابة التقارير، لتحسن الأداء الوظيفي للبيئة.
- وتستطيع المؤسسة تطوير أدائها البيئي، من خلال منع التلوث، الذي يشمل انبعاثات الغازات المضرة في الهواء، والمواد التي يتم تصريفها في المياه، وإزالة المخلفات السائلة والصلبة والتقليل من استخدام الكيماويات السامة والخطرة، وغيرها من القضايا.
- ومن العناصر الرئيسية للمسؤولية البيئية نذكر:
    - تبني مواصفات أداء بيئية، وقواعد ومقاييس معيارية، للعمليات والإدارة تخضع لأقصى درجات الحماية البيئية.
    - تسهيل التطور التكنولوجي البيئي، وعملية تحويله وتناقله.
    - تعزيز الوعي البيئي
    - فتح قنوات الحوار مع الأطراف المعنية، والتواصل معهم حول القضايا البيئية.
9. **عناصر المسؤولية الاجتماعية**: تتكون المسؤولية الاجتماعية من عناصر مترابطة ينمي كل واحد منها الآخر، ويرتبط به ويدعمه ويتكامل معه لتشكيل اطار متكامل يسعى لتحقيق تنمية وتقدم المجتمع دون قصور من أي طرف من الأطراف. وتتمثل هذه العناصر في: (عباس، 2016، الصفحات 32-34)

أ/الاهتمام: وتتضمن الارتباط العاطفي بالجماعة وحرص الفرد على سلامتها وتماسكها واستمرارها وتحقيق أهدافها. وللاهتمام مستويات منها:

- الانفعال مع الجماعة: حيث يساير الفرد وبصورة آلية حالتها الانفعالية لمجرد أنه يعتبر نفسه في قلب المسؤولية فيتعاون ويتفاعل بحماس تلقائيا مع الجماعة .

- الانفعال بالجماعة: فيحدث بصورة ارادية، حيث يأتي تضامنه مع الجماعة بناء على قناعة ذاتية منه، فيجعل أهدافها محور اهتمامه ويتفاعل معها بصدق وشفافية والتوحد مع الجماعة، ويسعى لاجل مصلحتها وي بذل كل جهده من اجل اعلاء مكانتها.

ب/الفهم: ويتضمن فهم الفرد للجماعة والقوى النفسية المؤثرة في أعضائها وفهمه لدوافع السلوك الذي تنتهجه خدمة لأهدافها، وأيضا استيعابه للأسباب التي جعلته يتبنى مواقفها، والفهم الصحيح يدعم المشاركة من جانب الفرد في القيام بمسؤولياته. وهو أيضا يشترط الالتزام بأخلاقيات المجتمع ومسايرة المعايير والاهتمامات الاجتماعية ومقاومة الضغوط.

ج/المشاركة: تظهر المشاركة في قدرة الفرد على القيام بواجباته وتحمل مسؤولياته أي مشاركة الفرد في اعمال تساعد في تحقيق الهدف الاجتماعي، حيث يكون مؤهلا اجتماعيا لذلك، ولها ثلاث جوانب:

- التقبل: تقبل الفرد للأدوار الاجتماعية التي يقوم بها والملائمة له في اطار ممارسة سليمة.

- التنفيذ: ينفذ الفرد العمل وينجزه باهتمام وحرص ليحصل على النتيجة التي ترضيه وترضي الآخرين.

- التقييم: يقيم كل فرد عمله وفقا لمصلحة المعايير العامة والأخلاق.

ومنه يمكن القول ان المسؤولية الاجتماعية هي دليل على التفاعل والانتماء للجماعة وللمجتمع وللوطن ككل، فعناصر المسؤولية الاجتماعية التي تبرز مدى الفهم والاهتمام أو المشاركة هي بمثابة انعكاس لاستجابة كافة الفئات الاجتماعية نحو التطلع لمستقبل افضل.

### 10. المبادئ الأساسية للمسؤولية الاجتماعية: لقد تعددت المحاولات لوضع مبادئ للمسؤولية

الاجتماعية للشركات وفيما يلي بعضا منها:

● اقترح BOWEN أن هناك مبدئين أساسيين للمسؤولية الاجتماعية للشركات وهما:

- بقاء منظمات الاعمال مرتبط بتحقيق الرضا للمجتمع، لذلك يجب ان تعمل هذه المنظمات

في اطار ما يساهم في زيادة هذا الرضا.

-منظمات الاعمال هي رمز للأخلاقيات في المجتمع،لذا يجب ان تعمل كل ما يعكس الأخلاقيات الجيدة.

◆ قام WOOD: بتوسيع الفكرة واقترح ثلاث مبادئ للمسؤولية الاجتماعية للشركات:  
-منظمات الاعمال ماهي الا وحدات اجتماعية،لذلك هي ملزمة بمسؤولية اتجاه مجتمعيها.  
-منظمات الاعمال مسؤولة اتجاه مخرجات مجال نشاطها التجاري في المجتمع.  
-المديرون التنفيذيون في الشركات هم قدوة للإلتزام بالأخلاقيات في قراراتهم وانعكاساتها على المجتمع.

◆ قدمت BENCH-MARKS: عددا من المبادئ للمسؤولية الاجتماعية للشركات:

-علاقة جديدة بين الشركات والمجتمعات المحلية  
-نظم مستدامة للإنتاج ونظام عادل للتوزيع  
-المشاركة في عمليات صنع القرار للشركات  
-حفظ وحماية البيئة للأجيال الحالية والمستقبلية  
-احترام كرامة كل شخص  
-ميثاق محكم لسلوك الشركات والموردين  
-وضع سياسة لحقوق الانسان على أساس الإعلان العالمي لحقوق الانسان  
-الالتزام بمبدأ ان كل عامل له الحق في الرعاية والاهتمام  
-سياسات متوازنة لحوكمة الشركات

◆ كما ساهمت المنظمات الدولية غير الحكومية في وضع اطار لمبادئ المسؤولية الاجتماعية

للشركات،ومن هذه المنظمات نجد منظمة الأمم المتحدة،منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية،والبنك الدولي،منظمة المعايير الدولية،وفيما يلي عدد من هذه المبادئ :

-التنمية والتطوير في كل المجالات التي تحقق منافع اجتماعية

-الشفافية في تخطيط وتنفيذ العمليات

-الأداء المبني على الأهداف والقابلية للقياس

-مكافأة الأداء الجيد،وتأنيب الأداء الضعيف

-المرونة والابداع لتحقيق الأهداف

-تفعيل أدوات المراقبة والتقارير

-استمرارية التطوير.

### 11. استراتيجيات تعامل منظمات الاعمال مع قضايا المسؤولية الاجتماعية

بناءً على التحليل الذي تقوم به المنظمة لقضايا المسؤولية الاجتماعية، فإنها تتعامل مع هذه القضايا

بأربعة استراتيجيات رئيسية نلخصها فيما يلي: (كافي، 2017، الصفحات 98-99)

أ/ استراتيجية الممانعة (المعركة): بموجب هذه الاستراتيجية فإن إدارة المنظمة تتجنب الالتزام بأي دور

اجتماعي وبيئي، وتتحاشى الانفاق على الأنشطة الاجتماعية والبيئية، ويتم التركيز على الأولويات

الاقتصادية.

ب/ الاستراتيجية الدفاعية: تهتم منظمة الاعمال وفقاً لهذه الاستراتيجية بالقيام بأقل ما هو مطلوب منها

قانونياً، أي الحد الأدنى القانوني والمفروض كدور اجتماعي وبيئي، من خلال مواجهة المسؤوليات

الاقتصادية والقانونية.

ج/ استراتيجية التكيف: تنطلق هذه الاستراتيجية بالالتزام منظمات الاعمال بالمسؤوليات الاقتصادية

والقانونية ثم تراعي بعد ذلك المتطلبات الأخلاقية من خلال الاهتمام بالقيم والأعراف السائدة

والسلوكيات المقبولة اجتماعياً في بيئتها الداخلية التي تمثل ثقافة المؤسسة، وكذلك بالنسبة للمجتمع الذي

تعمل فيه.

د/ استراتيجية المبادرة التطوعية: تتبنى منظمات الاعمال بموجب هذه الاستراتيجية دوراً اجتماعياً وبيئياً

واسع جداً، بحيث تأخذ مصالح المجتمع وتطلعاته وحماية البيئة في جميع قراراتها. وهذا النوع من

الاستراتيجيات يحمل في طياته المسؤولية الخيرة، حيث يأخذ زمام المبادرة في توفير المتطلبات الاجتماعية

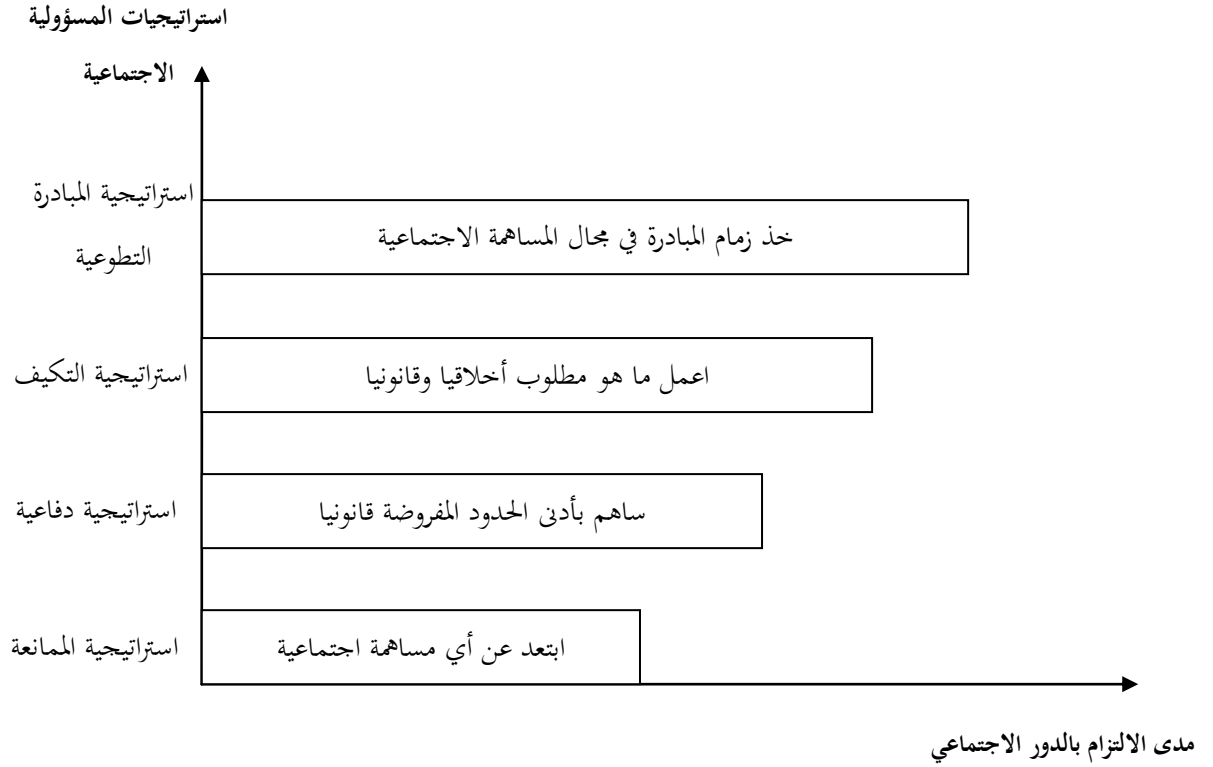
والبيئية علاوة على بناء قاعدته بكل المسؤوليات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية.

كما تمكن هذه الاستراتيجية المنظمة الاستعداد للتعامل مع المسائل الموجهة إليها بكل مرونة، مع

إمكانية الاستجابة للضغوط الخارجية والتهديدات وكذا التشريعات الحكومية.

والشكل الموالي يلخص مختلف استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية:

## الشكل (2): تدرج استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية



المصدر: طاهر محسن منصور الغالي، إدارة واستراتيجية منظمات الأعمال المتوسطة والصغيرة، الطبعة الأولى، دار وائل، الأردن، 2009، ص 99.



## المسؤولية الاجتماعية ووظائف منظمات الاعمال

**تمهيد:** ان التزام المؤسسة بمسؤولياتها الاجتماعية يقتضي ان تمارس كافة وظائفها وأنشطتها في ظل أطر من الاخلاقيات والقيم لهذه الوظائف المتمثلة في وظيفة الإنتاج والتسويق، التمويل، إدارة الموارد البشرية، البحث والتطوير، المحاسبة.

فالادارة العليا للمنظمة التي تتابع باهتمام هذه الجوانب الاجتماعية والسلوكية، فإنها لاتسمح بأن تكون هناك خروقات للجوانب الأخلاقية أو تعارض بين آليات عمل هذه الإدارات الفرعية وقراراتها والرؤية المرسومة للمنظمة في بيئتها من خلال تبنيتها لدور اجتماعي أكبر والتزامها بسلوك أخلاقي قوي.

**1. المسؤولية الاجتماعية لوظيفة الإنتاج والعمليات:** لقد تطورت أساليب عمل إدارة الإنتاج بشكل كبير، وأصبحت القرارات المتخذة في هذه الإدارة ذات تأثير كبير على مستقبل منظمة الاعمال بشكل شامل، فلم تعد إدارة الإنتاج دائرة مغلقة تعمل ضمن إجراءات فنية وتكنولوجية منعزلة عن الظواهر السلوكية التي تجسد العلاقة مع الأطراف الأخرى.

لهذا فعند ممارسة عملية الإنتاج أو التصنيع او تقديم الخدمة يجب مراعاة حقوق ومصالح وأهداف الأطراف والجهات الأخرى داخل المنظمة وخارجها، وهذا يتطلب ضرورة ان يلتزم نشاط الإنتاج بأخلاقيات وقيم العمل في كل القرارات التي تتخذ في مراحل وخطوات تصميم المنتج وتخطيط العملية الإنتاجية حتى مرحلة استخدام المنتج والانتفاع به.

وتتجسد المسؤولية الاجتماعية في وظيفة الإنتاج من خلال (فلاق، 2018، ص146-152)

**1.1- اختيار الموقع المناسب** الذي يأخذ بعين الاعتبار عدة عوامل، من حيث تكلفة النقل، توفر المواد بالكمية المناسبة والجودة الملائمة، الأيدي العاملة، كذلك درجة توفر طرق المواصلات والاتصال، الظروف السائدة من حيث الحروب واللاستقرار، درجة توفر الخدمات الحكومية كالامن والمطافئ والمستشفيات.

**2.1 تصميم المنتج:** ويشمل تحديد المواصفات الفنية والتقنية لمحتوى ومكونات السلعة أو الخدمة وخصائصها، وما يترتب عليها من تغليف وتعبئة ونقل وتخزين واستخدام وصيانة وغيرها بما يحقق منفعة فعلية أعلى من المتوقعة لدى العميل.

ولابد للمنظمة عند اتخاذ القرارات المرتبطة بجوانب تصميم المنتج ان تلتزم بالمعايير والضوابط الأخلاقية التالية:

- ✓ القوانين والتشريعات الصادرة بشأن المواصفات الفنية للمنتج.
- ✓ الأسس والضوابط الفنية في تحديد واستخدام المواد والخامات المستخدمة في الإنتاج.
- ✓ اشتراطات تحقيق السلامة والأمن والسلامة في تناول المنتج واستخدامه.
- ✓ خصائص ومتطلبات الذوق العام والمظهر الخارجي للمنتج.
- ✓ التركيب الفني للمنتج والحفاظة على صحة المواطن وحمايتها ورعايتها.
- ✓ الاحتياطات الفنية اللازمة لتجنب احتمالات تعرض الأفراد والمجتمع والبيئة لمخاطر الاستخدام أو التلوث أو العدوى وغيرها.
- ✓ متطلبات الترشيد الاقتصادي لتكلفة تصميم وإنتاج المنتج.

**3.1 تصميم مواقع الإنتاج:** والتي تفترض ان تأخذ بعين الاعتبار العديد من الجوانب أولها سلامة العاملين وسهولة حركتهم وحركة معدات العمل في الموقع خاصة ان هذه الجوانب تنعكس على كلفة الإنتاج وبالتالي أسعار هذه المنتجات، كذلك فإن بيئة العمل لها أثر نفسي كبير على العاملين (نظافة، تهوية، ضوء). فمثلا اختيار الموقع بالقرب من السوق والمدن المكتظة يؤثر سلبا على البيئة، فلا نتوقع ان تكون المنتجات بنوعية ممتازة من كافة النواحي اذا كان العاملون يعانون من عدم نظافة المكان بسبب التصميم الرديء لتصريف مخلفات الإنتاج في المصنع او عدم التهوية والضوضاء العالية في المكاتب الإدارية، لهذا فإن المنظمات ذات الشعور العالي بالمسؤولية الاجتماعية لا تهمل هذه الجوانب وتعيد النظر فيها باستمرار.

**4.1 تكنولوجيا العمليات المستخدمة:** ويقصد بها كل الأساليب الفنية التي تستخدم في معالجة الخامات أو تشغيل المعدات أو تقديم الخدمة أو تخزين ونقل المنتجات وما يترتب عليها من تأثيرات سلبية وإيجابية. مثل تجنب استخدام أساليب فنية من التقنية والتكنولوجيا ينتج عنها بواقي ومخلفات ضارة بالصحة. أو استخدام تكنولوجيا ينتج عنها ضوضاء أو تلوث.

**5.1- تصميم الوظائف:** تتجسد المسؤولية الاجتماعية في اطار تصميم الوظائف باهتمام إدارة الإنتاج بالعاملين كأفراد ومجموعات وبشكل غير مباشر بالمستهلك لاحقا.

فالعامل الى جانب أنه يعاني من تلوث البيئة الخارجية مثله مثل بقية الناس فإنه يعاني أيضا من تلوث بيئة العمل. لهذا حرصت منظمات الاعمال المعنية بحماية البيئة في مختلف الدول على انشاء إدارة خاصة ببيئة العمل ينحصر هدفها الأساسي في العمل من اجل حماية العمال الصناعيين والحد من الإصابات المهنية وذلك بتوفير معدات السلامة المهنية للحفاظ على حياة العاملين مثل القفازات والنظارات الواقية والقفعات والملابس الواقية والاحذية وغيرها من المستلزمات.

**6.1 تخطيط ورقابة الإنتاج:** يمكن لإدارة الإنتاج والعمليات ان تركز مسؤولياتها الاجتماعية وسلوكها الأخلاقي باتجاه مختلف الفئات ذات المصلحة من خلال الفلسفة التخطيطية وآليات الرقابة التي تعتمدها في النظام الإنتاجي للمنظمة. وهذا الامر يأتي منسجما مع طبيعة البيئة التي تعمل فيها المنظمة من جانب ومدى توفر القدرات البشرية للقيام بهذه المهمة ومن جانب آخر فان خطط الإنتاج والرقابة عليها يفترض ان تعزز من قدرات المنظمة ورغبتها في التطور والتحسين المستمر لذلك لابد ان تراعي إشكالية استخدام المواد الأولية ونوعيتها والمواد المعادة للتصنيع وطبيعة الاجهاد الذي يتعرض له العاملون في موقع العمل كذلك ان تأخذ هذه الخطط بالنظر الاعتبار ساعات العمل الاجتماعية وفترات الراحة للعاملين في النظام الإنتاجي.

فالمنظمة هنا تردي تجسيد منظورها الأخلاقي والسلوكي وتحمل مسؤوليتها اتجاه الأطراف من خلال الخطط التي تتبناها وآليات الرقابة التي تعتمدها.

**7.1 تخطيط ورقابة الطاقة:** يمكن للمنظمة ان تعكس سلوكا أخلاقيا وتحملا للمسؤولية اتجاه المجتمع في مجال تخطيط ورقابة الطاقة من خلال سياسات العمل والتوظيف والفصل والاستغناء عن العاملين وأسلوب وطرق التعاقد مع المنظمات والشركات الأصغر وطرق تقديم خدمات معينة للمجتمع في حالات الطوارئ والكوارث والاحذ بعين الاعتبار حاجات السوق وتغطيتها بالمنتجات ذات النوعية المقبولة والاسعار التي تتيح للجميع إمكانية الحصول على المنتج أو الخدمة.

**8.1 الصيانة وتجنب الإخفاق:** ان الصيانة لسيات موضوعا فنيا تتحمل المنشأة من خلاله تكاليف إضافية ويجب تخفيضها عبر الزمن بل هي التزام أخلاقي واجتماعي، فالحرص على تدنية التكاليف بتقليل عمليات الصيانة قد يجلب مشاكل بل كوارث أحيانا. بالاضافة الى ذلك فان المنظمة مطالبة بمتابعة إشكالية حدوث الإخفاق الداخلي أو الخارجي لعملياتها الإنتاجية وما تحدثه من آثار بيئية أو اجتماعية

أو نفسية على العاملين أو ما تسببه من ضرر على المستهلك والنفقات الأخرى، ومثال على ذلك حوادث تسرب الغاز والأبخرة السامة التي تؤثر على الإنسان والبيئة المحيطة.

**9.1 أخلاقيات الجودة:** يعد موضوع الجودة بعدا تنافسيا مهما على الصعيد العالمي وخاصة في ضوء معايير الايزو، فقد تحولت هذه المعايير من كون الجودة موضوعا داخليا يخص المنظمة وامكاناتها الفنية والانتاجية الى اعتباره فلسفة أخلاقية ومسؤولية للعمل تعطي منتجا أو خدمة للزبائن والبيئة ولا تؤثر سلبا عليها، ومن هذا المنطلق أصبحت المؤسسات تتسابق دوما نحو الالتزام بمعايير الجودة بل وتتفوق عليها وتقدم سلعا بمواصفات عالية وبأسعار معقولة ومناسبة لهذه المنتجات.

وبما ان الجودة الشاملة التزاما ذو بعدين داخلي وخارجي فإن البعد الداخلي لها يشير الى وعي العاملين بأهمية الجودة والتزامهم الأخلاقي اتجاه السلوكيات والآليات التنظيمية المؤدية لها بحيث يؤدي هذا الى تنمية الولاء لدى العاملين وتعزيز المشاركة بإيجابية في القرارات والعمل واندماج أكبر بين العاملين والإدارة من جانب والعاملين والمنظمة من جانب آخر. أما البعد الخارجي فإنه يتجسد بتقديم منتجات ذكية آمنة سهلة الاستخدام لها القدرة على اشباع حاجات الزبون المتجددة.

فالمنظمة ذات الرؤية التكاملية ترى في الجودة مجموعة من الابعاد المتداخلة والتي يتطلب الامر الوفاء بالتزاماتها جميعا وهي: (الطائي، العجيلي، الحكيم، 2009، الصفحات 77-78)

- ✓ الأداء: يشير هذا البعد الى الخصائص الأساسية في المنتج
- ✓ الهيئة: وهي تضيف قيمة للمنتج مثل توافر السيطرة للتحكم عن بعد في جهاز التلفزيون .
- ✓ المعولية: وتشير الى الاتساق، والثبات في الأداء في أداء المنتج وعدم تكرار الأعطال وان يكون جاهزا وقت الطلب.
- ✓ المطابقة: تمثل تطابق المنتج مع مواصفات التصميم
- ✓ المتانة: تشير الى معدل العمر الاقتصادي للمنتج قبل الاستهلاك أو الاستبدال.
- ✓ الجمالية: تشير الى الهيئة الخارجية للمنتج، والشعور الذي تثيره لدى المستهلك.
- ✓ التقمص العاطفي: تعبر عن درجة تمكن المجهز من فهم الحاجات البشرية للزبون وتحديددها، وتلبية تلك الحاجات في المنتج.
- ✓ الاحترافية: يقصد بها احتراف المهنة وقدرة المجهز على تقديم منتج خالي من العيوب، ودعم الزبون (خدمات بعد البيع).

✓ السلامة: تعني ضآلة مقدار الضرر أو الأذى الذي يمكن ان يسببه المنتج الى الزبون في اثناء الاستخدام أو بعده، او انعدام ذلك المقدار.

✓ إمكانية تقديم الخدمة: تعني سهولة التصليح وسرعته وحسن تصرف القائم بعملية التصليح وكفاءته.

✓ الادراك: تعني قدرة الزبون على ادراك ما يراه في المنتج اعتمادا على خبراته السابقة، وسمعة المؤسسة.

✓ الكمال: وتعني درجة خلو المنتج من العيوب.

كما حددت ابعاد الجودة في صنفين: (بوحروود، 2015، الصفحات 35-36)

✓ جودة التصميم: وتشير الى احتواء السلعة على خصائص محددة مسبقا

✓ جودة الانسجام: وهي الدرجة التي ينسجم بها السلعة مع متطلبات التصميم أو الملائمة للتصميم وهذه الأخيرة تتأثر بعدة عوامل منها:

- قدرات المعدات المستخدمة في انتاج السلعة

- تدريب العاملين ومهاراتهم

- الدرجة التي يتطابق بها التصميم مع الإنتاج

- درجة مراقبة التصميم لتحقيق الانسجام

- دافعية العاملين

**2. المسؤولية الاجتماعية في اطار وظيفة التسويق:** ان بداية الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية ظهرت في

اطار أنشطة التسويق المختلفة على اعتبار ان التسويق هو حلقة الوصل بين المستهلك والمنظمة.

فالأنشطة التسويقية وفق اتجاهاتها الحديثة تحاول ان تجري موازنة لمصالح الفئات المختلفة في المجتمع

كمستهلكين مباشرين يشعرون احتياجاتهم الإنسانية وكفئات مختلفة في المجتمع لها مصلحة مباشرة وغير

مباشرة من وجود منظمات الاعمال. (العامري، 2010، الصفحات 242-243)

فالتسويق يعتبر المجال الحيوي المهم الذي تمارس من خلاله منظمات الاعمال دورها الاجتماعي وسلوكها

الأخلاقي في المجتمع. وبالتالي فالمسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الاعمال في الاطار التسويقي تتجسد في

مختلف آليات التسويق والأنشطة الفرعية المكونة له والتي تشمل:

1.2 حماية المستهلك ودراسة سلوكه: تمثل منظمات حماية المستهلك الجهة الضاغطة على المؤسسات لكي تأخذ بعين الاعتبار وتطور من إمكاناتها وسلوكياتها وهي تتعامل مع فئات المستهلكين ثم تطور مفهوم حماية المستهلك ليشمل العديد من الأبعاد وردت في الإعلان الشهير لحقوق المستهلك الذي أصدره الرئيس جون كندي عام 1956 والذي حدد فيه الحقوق الرئيسية:

أ/ حق الأمان: ويقصد به ان تكون جميع المنتجات آمنة عند الاستخدام ومزودة بنشرة إيضاحية تتضمن تعليمات كاملة وصریحة عن كيفية الاستخدام وان المنتج قد تم فحص جودته ومعالجته من قبل المصنع. كما تتحمل المؤسسة مسؤولية تصحيح أخطائها بحق المستهلكين عند بيع منتجات تحتوي على عيوب ويكون ذلك بدفع تعويضات للمتضررين من استخدام بعض المنتجات، سحب المنتجات من السوق.

ب/ حق الحصول على المعلومات: فمن حق المستهلكين الحصول على المعلومات الكافية عن السلع والخدمات التي يشترونها بحيث يستطيع من خلال هذه المعلومات اتخاذ قرار سليم مقارنة مع سلع أخرى منافسة وتشمل هذه المعلومات:

✓ الاهتمام بتوفير النشرات الإيضاحية التي تحتوي على تعليمات كاملة بشأن استخدام المنتج

✓ الاستعداد لتزويد المستهلكين بكافة المعلومات الصادقة والتأثيرات الجانبية للمنتج.

✓ يجب ان تكون هذه المعلومات كافية ومراقبة وتعطي نتائج دقيقة

ج/ حق الاختيار: ويقصد به ان يكون للمستهلك الحق في اختيار المنتج المقدم من منظمات الاعمال

والبائعين والتي يعتقد انها ترضي رغبته وتشبع احتياجاته. ويتجسد هذا الحق في قوانين منع الاحتكار

أو تكوين كارتلات للتأثير على المنافسة العادلة والشريفة في السوق.

د/ حق سماع رأي المستهلك: ان هذا الحق يعني ان يكون هناك من يستمع للمستهلك ويتخذ الإجراءات

المناسبة للتعامل مع الشكاوي التي يتقدم بها المستهلكون.

د/ حق توعية المستهلك: وذلك باعطاءه الحق في معرفة كافة حقوقه كمستهلك وتزويده بالمعلومات

الكافية لاتخاذ قراره الاستهلاكي بحرية تامة وبحيث تتحقق أهدافه التي يسعى اليها من خلال اقتناء السلع

أو الخدمات .

هـ/ حق الخدمة: وتتضمن الحق في التعامل النزیه وسرعة الاستجابة وملاءمة السلع والخدمات المباعة من

قبل المصنعين أو المنتجين لاحتياجات المستهلكين.

2.2 التسعير: يمكن لمنظمة الاعمال ان تجسد دورها الاجتماعي والتزامها الاخلاقي من خلال

السياسات السعرية التي تنتهجها لسلعها وخدماتها المعروض في السوق.

وتجسد المسؤولية الاجتماعية في سياسة التسعير من خلال:

✓ مراعاة بعض الشرائح الاجتماعية عند تسعير المنتج مثل الطلاب أو المعوقين. فعلي والاشارة

✓ ان تلتزم منظمات الاعمال وخصوصا التجارية منها بايضاح السعر الفعلي بوضوح والاشارة

بوضوح اذا ماكانت هناك ضريبة للمبيعات.

✓ ان لايجمل المستهلك تكاليف أخطاء داخلية سواء كانت إدارية أو فنية.

3.2 التغليف والتعبئة: تستطيع منظمة الاعمال ان تؤدي خدمة اجتماعية كبيرة لمجتمعها وتظهر التزاما

أخلاقيا عميقا وهي تراعي النواحي التالية في مجال التعبئة والتغليف للمنتجات: (العامري، 2010،

الصفحات 249-250)

✓ ان تكون عملية التعبئة والتغليف للمنتجات بكلفة معقولة تناسب والكلفة الكلية للمنتج.

✓ من خلال عملية التحسين المستمر وعملية تحليل القيمة يجب ان لا يكون التحسين في العبوة او

الغلاف بهدف تخفيض التكلفة على حساب القيمة الأدائية للمنتج.

✓ ان تتسم عملية التعبئة والتغليف بالوفاء بمتطلبات النواحي الأمنية وسلامة المنتج والمستهلك من

حيث احكام الاغلاق واحتمالات المخاطرة بفقدان المحتوى او تفاعله مع عناصر الطبيعة

الخارجية والتسبب في تلوث او تسمم.

✓ وضع العلامة التجارية بشكل واضح وغير مخل بالاعراف والعادات والتقاليد وان يكون الملصق

الاستعلامي مستوفيا كافة الشروط وخاصة من ناحية تزويد المستهلك بالمعلومات الضرورية عن

تاريخ الإنتاج والمكونات الضرورية وفترة الصلاحية وغيرها من المعلومات الهامة.

✓ ان يرفق المنتج بنشرة ارشادية تخص كيفية الاستعمال والاجزاء التفصيلية للمنتج والمشاكل

المحتملة عند التشغيل وكيفية حلها وغير ذلك .

4.2 التوزيع المادي: يشمل التوزيع المادي أنشطة فرعية متعددة يمكن ان تمارس من خلال التسويق

وبالتالي على المنظمة ان تؤدي دورا مسؤولا ومواقف أخلاقية تجسد العلاقة الطيبة مع مختلف الفئات:

✓ تغطية أجزاء السوق بشكل كامل ومختلف المناطق وعدم حرمان فئات معينة او القرى او المناطق

البعيدة من المنتجات خصوصا اذا كانت أساسية.

- ✓ متابعة الوسطاء والتأكد من عدم قيامهم بممارسات تضر بالمستهلكين وسمعة المنظمة.
  - ✓ توفير شروط السلامة في المستودعات والمخازن .
  - ✓ اختيار وسيلة النقل المناسبة لطبيعة المنتج أو المادة المنقولة فالشاحنات المبردة لنقل الأغذية والحاويات المحكمة لنقل المواد المشعة... الخ
- 5.2 الإعلان والترويج: يفترض من منظمات الاعمال ان تعطي القدوة الحسنة والمثال الذي يحتذى به في تبنيتها لمسؤولية اجتماعية واخلاقية من خلال هذه البرامج الاعلانية والترويجية، حيث لا بد من مراعاة ما يلي:
- ✓ ان تستخدم لغرض الدعاية البحتة لمنتجات الشركة ولا تستغل لأغراض أخرى مثل الرشوة أو وسيلة للمقايضة.
  - ✓ ان تكون ممثلة بشكل فعلي للمنتج الأصلي وان تمارس الشركة الغش من خلال عرض عينات من نوع معين يختلف عن المنتج الفعلي الذي يروج له .
  - ✓ ان لا تحمل كلفة الهدايا الترويجية على الأسعار وبالتالي تشكل عبئا على المستهلكين.
- 6.2 خدمات مابعد البيع: تعتبر خدمات مابعد البيع ذات أهمية كبيرة حيث تمثل قدرة منظمة الاعمال على تقديم خدمة متكاملة للمستهلك لا تنتهي بمجرد تحقيق عملية البيع بل تمتد الى مابعد ذلك. لذلك يمكن ان تجسد المنظمة مسؤولياتها والتزامها الأخلاقي من خلال:
- ✓ تعزيز الثقة من خلال العلاقات الجيدة مع مختلف الأطراف المتعاملة مع المنظمة وذلك بتوفير خدمات مابعد البيع بشكل جيد.
  - ✓ ان تكون كلفة خدمات مابعد البيع معقولة ولا ترهق الزبون الذي اقتنى المنتج .
  - ✓ سهولة الحصول على خدمة مابعد البيع دون عناء، أي ان تقوم المنظمة بتوفير أماكن في المناطق المختلفة يستطيع المستهلك التعامل معها بسرعة عند الحاجة.
  - ✓ ان تكون خدمة مابعد البيع خلال الفترة التي تلي شراء المنتج مجانية أو بسعر رمزي مع التزام منظمة الاعمال باستبدال المنتج او تبديل جزء رئيسي فيه عند حصول عطل مفاجئ ناتج عن خلل في التصميم مثلا.
- المسؤولية الاجتماعية ووظيفة إدارة الموارد البشرية**: يمكن لمنظمات الاعمال ان تجسد مسؤولياتها الاجتماعية وسلوكياتها الأخلاقية اتجاه الموارد البشرية من خلال وسائل عديدة تغطي مجمل الأنشطة:



1. التعيين والاستقطاب: تعد عمليتي التعيين والاستقطاب ذات أهمية كبيرة كونها تعطي وعاء مناسباً لاستقطاب الكم والنوع من الافراد والذين يتم المفاضلة بينهم لاختيار الأنسب والأفضل للوظائف الشاغرة، وكلما كانت عملية الاستقطاب سليمة انخفضت جهود ونفقات أنشطة الموارد البشرية، وتتجسد المسؤولية الاجتماعية في هذه الوظيفة من خلال:
- ✓ صدق الإعلان عن الأماكن الشاغرة في المنظمة
  - ✓ الموثوقية في الإجراءات والأساليب المعتمدة في عملية التعبئة والاستقطاب
  - ✓ احترام المنظمات المنافسة وعدم اتباع أساليب غير مشروعة لجذب العاملين.
  - ✓ الاطلاع على جميع الطلبات المقدمة للحفاظ على مبدأ تكافؤ الفرص للجميع
  - ✓ الحفاظ على سرية البيانات والمعلومات الشخصية للمرشحين والالتزام بالرد وفق اعتبارات قانونية واخلاقية.
  - ✓ نزاهة التعامل مع المكاتب التي توفر اليد العاملة لمنظمات الاعمال وان يكون هذا التعامل مبني على الوضوح والثقة بحيث ينعكس إيجاباً على هذه المكاتب كمنافذ اجتماعية وإنسانية لحل مشكلة البطالة في المجتمع.
  - ✓ الموازنة الصحيحة والعادلة التي تخدم مصالح المنظمة والعاملين والأطراف الأخرى في عمليات الاستقطاب من داخل المنظمة او من خارجها، حيث ان هذا الامر يعطي فرصاً متكافئة للعاملين لاشغال مناصب أعلى في المنظمة وفق جدارتهم وكفاءتهم من جهة ومن جهة أخرى لا يحرم المنظمة من الاستفادة من القدرات والخبرات للأفراد من خارجها .
2. الاختيار والتعيين: ويتضمن: ان هذه الأنشطة اذا ما اتسمت بالمسؤولية والمصداقية والشفافية والعدالة والنزاهة والاحترام فانها تمثل استثماراً في الجوانب الاجتماعية ينعكس إيجاباً على الموارد البشرية وادارتها في المنظمة. ومن الصور التي تجسد المسؤولية الاجتماعية في نشاط الاختيار والتعيين نجد:
- ✓ الابتعاد عن التمييز بكافة اشكاله واعتماد طرق واضحة وشفافة وعادلة.
  - ✓ توفير جو ملائم للمقابلة من ناحية احترام الموعد وتوقيت المقابلة.
  - ✓ عدم الاستهانة بقدرات وشخصيات المرشحين.
  - ✓ الابتعاد عن التوظيف على أساس المحسوبية
  - ✓ اتاحة فرص متساوية لجميع المرشحين بعرض قابلياتهم ومهاراتهم.

✓ ان تراعي الاعتبارات القانونية وسياسات التوظيف واجراءاته وقوانينه السائدة في البلد.  
3. التدريب والتطوير: تعتبر أنشطة التدريب والتطوير من الأنشطة المهمة التي تعزز من قدرات المؤسسات على المدى البعيد حيث تمثل استثمارا في الأصول المعرفية التي أصبحت ميزة تنافسية. وتتجسد المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية فيما يلي:

- ✓ النظر الى أنشطة التدريب والتطوير كحق للعاملين يعزز كفاءة المنظمة
  - ✓ وجود ميزانية خاصة بالتدريب والتطوير
  - ✓ عدم استغلال برامج التدريب والتطوير لتبذير الموارد أو اقصاء العاملين
  - ✓ ان يكون التدريب والتطوير ضمن برامج هادفة لمواكبة التطور العلمي
  - ✓ يفترض ان تكون أنشطة التدريب والتطوير معززة للمسار الوظيفي محققة انسجاما لمصلحة العاملين والتوجهات التطويرية في المنظمة.
4. الاجور والمكافآت: تتجسد في الأجور والمكافآت جوانب مسؤولية اجتماعية كبيرة وجوانب أخلاقية متعددة وتشمل:

- ✓ عدم التمييز في الأجور والرواتب والمنافع بين الرجال والنساء.
  - ✓ أن تراعي إدارة الموارد البشرية اختيار الطرق المناسبة لدفع الأجور والمكافآت.
  - ✓ يفترض ان تتسم الأجور والمكافآت بالعدالة والكفاءة والمساواة وان تكون قادرة على تحفيز العاملين وزيادة انجذابهم للعمل والابداع فيه.
  - ✓ عدم التمييز في الأجور والرواتب والمنافع بين الرجال والنساء.
5. تقييم أداء العاملين: فتقييم أداء العاملين هو من صميم عمل إدارة الموارد البشرية ويترب عليه أمور مهمة تتعلق بالاجور والترقية وغيرها.
- وفي اطار إجراءات عملية التقييم يمكن للمنظمة ان تتحمل مسؤولياتها الاجتماعية وتتبنى سلوكيات أخلاقية ترضي مختلف الأطراف كما يلي:

- ✓ ان تجتهد المنظمة بوضع معايير دقيقة لتقييم الأداء متسمة بقدرتها على تجسيد الجانب الموضوعي والسلوكي والذاتي في مختلف الاعمال التي ينجزها العاملون.
- ✓ الابتعاد عن التحيز في التقييم من خلال التأكيد على توفر الخصائص الموضوعية والإنسانية في المقومين وعدم تأثرهم بعوامل الدين والمذهب والصدقة والقرابة.

- ✓ ان تناط عملية التقييم بأشخاص من ذوي الخبرة وادراك ولديهم القدرة على التعامل مع الآخرين.
  - ✓ ان اهم التزام أخلاقي في عملية تقييم أداء العاملين هو الموضوعية والابتعاد عن إعطاء تقييم متساهل للجميع.
  - ✓ ان تستخدم إدارة الموارد البشرية مختلف أساليب تقييم الأداء التقليدية منها والحديثة.
- وبالتالي تلعب إدارة الموارد البشرية دورا حيويا بمساعدة المؤسسة على تبني برامج المسؤولية الاجتماعية، لا بل ان الموارد البشرية تدير عملية تطبيق خطة المسؤولية الاجتماعية وتراقب عملية تنفيذها بشكل استباقي بالإضافة الى عملية توثيق العمليات. إدارة الموارد البشرية تساعد في برامج المسؤولية الاجتماعية من خلال الجوانب التالية:
- تطبيق وتشجيع الممارسات الخضراء: فتشجيع الممارسات الخضراء يساعد على تقليل النفقات البيئية وتحفيز وتشجيع الاخلاق المؤسسية العالية والممارسات المستدامة، التي تعزز المسؤولية. ومن اجل تفعيل عملية تطبيق الممارسات الخضراء لابد من:
    - تدوير الورق والعلب المعدنية والزجاجات الفارغة في المكتب
    - تشجيع عملية خفض استهلاك الطاقة من خلال تسهيل إجراءات الدوام واتخاذ الإجراءات اللازمة لتشجيع الموظفين وتمكينهم من استخدام سيارات بعضهم البعض للقدوم الى العمل والعودة منه.
    - تفعيل عملية التواصل عن بعد بشكل اكبر في المؤتمرات والاجتماعات والعمل في المواقع.
  - تعزيز ثقافة المسؤولية الاجتماعية: ان خلق ثقافة التغيير والمسؤولية الاجتماعية يبدأ من خلال إدارة الموارد البشرية، عبر اعداد مجموعة من الموظفين الملتزمين القادرين على بث الحماس وروح المنافسة في المؤسسة .
  - الاحتفال بالنجاحات وتوضيح قيمة المسؤولية الاجتماعية للموظفين والمجتمع: ان الاحتفال بالنجاحات ضروري لضمان ولاء الموظفين، وذلك بالاشادة بنجاح هذه المبادرات وإعطاء البرنامج معنى حقيقي، إذ ان الاحتفال بهذه النجاحات والاعلان عنها يساهم في إنجاح عملية

تطبيق المسؤولية الاجتماعية، ويدرك المجتمع المحلي الدور الهام الذي تضطلع به المؤسسة في خدمة القضايا المجتمعية.

**المسؤولية الاجتماعية في الوظيفة المالية والمحاسبية:** تعد الإدارة المالية والمحاسبية من الوظائف ذات أهمية كبيرة في المؤسسة حيث أنها تتعامل مع الموارد المالية وكيفية توفيرها واستثمارها بطرق كفؤة وفعالة لغرض تحسين الوضع التنافسي لمنظمات الأعمال. تتجسد المسؤولية الاجتماعية ضمن هذه الوظيفة في الأنشطة التالية:

أ/الاستثمار: لا بد ان تراعي في الاستثمار جوانب أخرى أخلاقية واجتماعية بعيدا عن المعيار الاقتصادي وتقييم الآثار التي ستنتج عن هذا الاستثمار. وقد ميز الباحثين بين عدة مجالات لا يعد الاستثمار فيها استثمارا اجتماعيا واهمها:

- ✓ عمليات توزيع وبيع السلاح
- ✓ انتاج الخمور والمشروبات الكحولية
- ✓ الصناعات ذات الصبغة النووية
- ✓ الاعمال التي تهمم حقوق النقابات العمالية
- ✓ الاعمال التي لاتدعم المجتمع المحلي
- ✓ الاعمال ذات السجل غير مشرف فيما يتعلق بالسلامة المهنية وصحة العاملين
- ✓ الاعمال التي تتسبب بالانبعاثات الغازية وتلويث البيئة.

ب/التدقيق: يتحمل المدقق كمهني مسؤوليات عديدة في أدائه لمهامه :

- تحمل المسؤولية كاملة بنزاهة وعدالة وشفافية.
- يتقبل المدقق الالتزامات كاملة في اطار خدمة المصلحة العامة بنزاهة وثقة.
- الحفاظ على الموضوعية بعيدا عن أي صراع للمصالح.
- الموضوعية والاستقلالية بحيث تعكس التقارير المقدمة من قبل المدقق الحقائق كاملة بموضوعية وتجرد تام.
- الالتزام باعتماد الأدوات المهنية الفنية والمعايير الأخلاقية وان يطبقها في جميع الظروف والاحوال.

- يلاحظ ضرورة الالتزام بالمبادئ الأساسية للمدونات المهنية في المنظمات التي يقوم بتدقيق أعمالها والالتزام بمبادئ الإفصاح التام.

ج/المحاسبة والمالية: يفترض بالمحاسب المالي والإداري في المؤسسة ان يقيم أنشطته واجراءاته في اطار اخلاقيات نظرية عامة. وتجدر الإشارة في هذا المجال الى أن اهم القضايا الأخلاقية التي تحيط بالممارسات المحاسبية تقع ضمن اطار التلاعب في تقارير الدخل وتزوير الوثائق أو السماح أو غرض النظر عن أعمال محاسبية مشكوك فيها فضلا عن أعمال الغش والتجاوز على الكشوفات الضريبية والحكومية.

وتجدر الإشارة الى ان المحاسبة الضريبية تتحمل مسؤوليات كبيرة اتجاه الحكومة ومشروعية دفع الضرائب من قبل منظمة الاعمال وفقا لأدائها المالي الصحيح خلال العام.

**المسؤولية الاجتماعية في وظيفة البحث والتطوير:** لقد أصبحت وظيفة البحث والتطوير من أهم الوظائف في المؤسسة خاصة مع سرعة التطور التكنولوجي وتنامي ثورة المعلومات والمعرفة حيث يساهم في بقاء المؤسسة وتطورها فمن خلاله تستطيع المؤسسة تقديم المزيد من المنتجات الجديدة أو تحسين منتجات موجودة أساسيا وكذلك ادخال تعديلات جوهرية على العمليات الإنتاجية. وإذا كان نشاط البحث والتطوير ذو فوائد مادية ومردود مالي عالي فإن لهذا النشاط آثار جانبية قد تكون سلبية يجب على منظمات الاعمال ان تتحملها وتعالج آثارها.

وتتجسد المسؤولية الاجتماعية من خلال هذا النشاط في :

- يجب ان يوجه لخدمة البشرية بشكل عام والمجتمع الذي تعمل فيه المنظمة على وجه الخصوص وان لا يكون مقتصرًا على جوانب ضيقة ومحددة تخدم الجوانب المادية والربحية في المنظمة.

- أن لا تتخلى منظمات الاعمال عن مسؤولياتها لمعالجة الآثار الناجمة عن هذا النشاط حيث ان مخلفات التجارب والاضرار التي تحدثها للعاملين أو للبيئة والمجتمع بشكل عام تتطلب من المؤسسة موقف يملئ عليها تحمل تلك الاضرار.

- ان تراعي القضايا الأخلاقية والسلوكية والمعايير المهنية خاصة فيما تعلق بالتجارب ذات الآثار الاجتماعية والنفسية مثل تلك التي تجري على الحيوانات في البحار.

- ان تمتنع عن اجراء التجارب على البشر إلا في حدود ما تسمح به الأخلاقيات والشرائع الدينية.

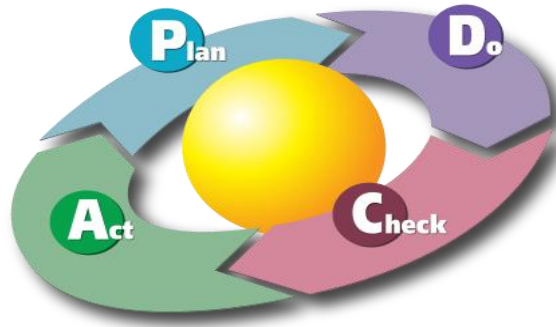
- ان تهتم المؤسسة بالعاملين في مجال البحث والتطوير باعتبارهم موارد بشرية نادرة تخلق ميزات تنافسية لها وتشكل دعامة أساسية للمجتمع.
- ان تراعي منظمات الاعمال فتح قنوات تواصل مع الجامعات ومراكز البحوث من اجل التعاون العلمي والفكري وربط الجهات الاكاديمية والبحثية بوحدات الإنتاج بالمجتمع وخصوصا في الدول النامية. ويتحمل الباحثون في مجال البحث والتطوير مسؤوليات اجتماعية وأخلاقية كبيرة يمكن ان تتضمن مايلي:(الغالي، العامري، 2010، ص295)
- ✓ أن يلتزم بالنزاهة والأمانة والصدق في ارجاع الأفكار والاقتراسات الى أصحابها والحرص على الأمانة العلمية في نقل الأفكار.
- ✓ عدم انتهاك المعايير المهنية والتقيد بأساليب البحث العلمي المنهجية والمعرفة وفقا للتخصصات المختلفة.
- ✓ أن يكون محايدا غير متحيزا إلا للحقيقة، حتى لو جاءت النتائج غير متوافقة مع رغباته وآرائه وميوله الشخصية.
- ✓ أن يتحلى بالروح النقدية ويتقبل الآراء المخالفة والنقاش العلمي باعتبار أن ذلك يساهم في تطوير البحث العلمي.
- ✓ أن يحترم زملاء المهنة وأن يكون متواضعا ومنسجما مع من يعمل معهم حيث أن هذا يشكل جانبا مهما لتطوير الأفكار الجماعية والرؤى المشتركة التي تساهم في تعزيز الانتماء لمهنة البحث العلمي.
- ✓ تسخير جهوده لعمل الخير وأن لا يكون أداة لالحاق الضرر بالناس والبيئة من خلال بحوثه العلمية.
- ✓ عدم تضليل المنظمة التي يعمل فيها من خلال طلب المزيد من الانفاق دون وجود نتائج إيجابية.
- ✓ أن يكون نواة لخلق فرق عمل بحثية تساهم في تعزيز البحوث النظرية منها والتطبيقية والتطويرية.

## أسس تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات

تمهيد: يشتمل النظام الإداري الخاص بالمسؤولية الاجتماعية، على اطار منظم يتم مراقبته باستمرار ومراجعته بانتظام، لتوفير التوجيه الفعال لادارة المؤسسة، كرد أو استجابة للمتغيرات الداخلية والخارجية.

1. تنفيذ المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة: ان اطار تنفيذ نظام المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات يسير وفقا لحلقة ديمينغ في إدارة الجودة الشاملة ويرمز لها بـ PDCA والتي اقترحها Demming وEdward وذلك في أوائل الخمسينات من القرن العشرين. حيث يتم تنفيذ وتطبيق المسؤولية الاجتماعية عبر اربعة مراحل أساسية: التخطيط، التطبيق، الفحص (التحقق)، التحسين. والشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل (3) حلقة ديمينغ



المصدر: مدحت محمد أبو النصر، إدارة الجودة الشاملة: استراتيجية كايزن اليابانية في تطوير المنظمات، الطبعة الأولى، المجموعة العربية للتدريب، مصر، 2015، ص 79

2. مراحل تنفيذ المسؤولية الاجتماعية: يهدف هذا الاطار الى مساعدة أصحاب المصلحة وأعضاء مجالس الإدارات، والمديرين والموظفين وغيرهم على تقييم الآثار التي تحدثها المؤسسة في المجتمع، والتحديات الفرص المرتبطة مع هذه التأثيرات .

ويمكن تنفيذ المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة عبر أربعة مراحل التي يمكن ترجمتها الى ست مهام رئيسية نوجزها في فيما يلي: (، المعاينة، 2015، الصفحات 124-156)

أولا مرحلة التخطيط وتتضمن مايلي:

أ/تقييم الوضع الحالي للمؤسسة بما يخص برامجها للمسؤولية الاجتماعية: ان التقييم الملائم

للمسؤولية الاجتماعية، يؤدي الى ابراز مايلي:

● قيم المؤسسة وأخلاقيها

● المحركات الداخلية والخارجية التي تحفز المؤسسة لاتباع نهج نظامي، في مجال المسؤولية الاجتماعية

● القضايا الرئيسية للمسؤولية الاجتماعية والتي تؤثر على او من الممكن ان تؤثر على المؤسسة.

● أصحاب المصلحة الرئيسيين الذين يجب اشراكهم

● الهيكل الحالي المعتمد في صنع القرارات، ونقاط القوة ووجه القصور في هذا الهيكل، لدى تطبيق

النهج المتكامل للمسؤولية الاجتماعية.

● الموارد البشرية، والآثار المترتبة على تطبيق مثل هذا النهج

وبالتالي فان عملية التقييم تحدد المخاطر الرئيسية والفرص، ومن ثم يتم تتويج هذه الجهود، بتحليل شامل

ودقيق للفجوة الموجودة في مجال المسؤولية المجتمعية، لتحديد نقاط القوة ومكامن الضعف. وتعد هذه

المعلومات ذات أهمية كبيرة لتحديد الأولويات، وترويج نهج المسؤولية الاجتماعية داخل المؤسسة

وخارجها.

ب/وضع استراتيجية خاصة بالمسؤولية الاجتماعية: ان عملية تقييم المسؤولية الاجتماعية في

المؤسسة، تؤدي الى بناء قاعدة للمعلومات تستطيع المؤسسة استخدامها لتطوير خطة استراتيجية

للمسؤولية الاجتماعية، ويساعد هذا التقييم على تحديد اتجاهات المؤسسة ومجالاتها على المدى

البعيد، بالإضافة الى تمكين المؤسسة من تحقيق النجاح، باستخدام مواردها، ضمن البيئة التي تنافس

فيها، وتلبية احتياجات السوق، وتوقعات أصحاب المصلحة.

ج/تطوير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات: يتم تطوير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية

من خلال الخطوات التالية:

✓ الحصول على دعم الإدارة العليا والموظفين

✓ دراسة ما تفعله المؤسسات الأخرى بما يخص المسؤولية الاجتماعية.

✓ اعداد مصفوفة بالإجراءات المقترحة

✓ وضع أفكار للمضي قدما بما يخص المسؤولية الاجتماعية.

✓ اتخاذ القرار فيما يتعلق بتحديد الاتجاه والنهج ونقاط التركيز التي يجب العمل بها.



ثانياً مرحلة التنفيذ وتتضمن مايلي:

أ/ تطوير واعداد التزامات وموائق المسؤولية الاجتماعية: تعمل المؤسسة على تطوير واعداد التزامات وموائق المسؤولية الاجتماعية عبر تفعيل الخطوات التالية:

✓ مسح للالتزامات الحالية فيما يخص المسؤولية الاجتماعية

✓ فتح الحوار مع أصحاب المصالح الرئيسيين

✓ تحديد وتطوير الالتزامات من خلال مجموعة العمل

✓ اعداد نسخة أولية للخطة

✓ التشاور مع أصحاب المصالح

✓ مراجعة الالتزامات بشكل نهائي والعمل على نشرها

ب/ تنفيذ الالتزامات: تشير عملية تنفيذ الالتزامات الى القرارات والعمليات، والممارسات والنشاطات

اليومية، التي تؤكد ان المؤسسة تتحلى بالروح المطلوبة، وتسعى لتحقيق الرسالة المنشودة من التزامات المسؤولية الاجتماعية، وبالتالي تحقيق الاستراتيجية الموضوعية في هذا الشأن.

كما ان تطبيق التزامات المسؤولية الاجتماعية يمر بالخطوات التالية:

✓ تطوير هيكلية متكاملة لصنع القرار فيما يخص المسؤولية الاجتماعية.

✓ اعداد وتنفيذ خطة عمل للمسؤولية الاجتماعية.

✓ تحديد أهداف قابلة للقياس، وتحديد مقاييس الأداء.

✓ تشجيع الموظفين وغيرهم ممن تنطبق عليهم الخطة على المشاركة.

✓ تصميم وتنفيذ تدريب خاص بالمسؤولية الاجتماعية.

✓ وضع آليات لمعالجة مشاكل مقاومة التغيير.

✓ وضع خطط لتفعيل الاتصالات الداخلية والخارجية.

ثالثاً: مرحلة التحقق: ان التحقق من التقدم الحاصل، واعداد تقارير المسؤولية الاجتماعية، تثل أداة هامة

جدا للقياس، اذا ما تم تنفيذ الالتزامات بالشكل المطلوب، كما انه من الضروري منح أصحاب المصلحة الفرصة للاطلاع على أداء المؤسسة، ومدى تحقيقها لالتزامها، والآثار المترتبة على ذلك.

يتم التحقق من التقدم الحاصل، واعداد تقرير بذلك من خلال مايلي:

- قياس الأداء والتحقق منه

- اشراك وادماج أصحاب المصلحة

- اعداد وتقديم تقرير الأداء

**رابعا: مرحلة التحسين:** تقيس عملية التقييم مدى الإنجاز او التطور الكلي الذي تم تحقيقه، وفقا للنهج

المعتمد للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة والذي يشكل أساسا لعملية التحسين والتطوير.

فالغاية الأساسية من التقييم هي التعلم، وان المؤسسات المتعلمة هي تلك التي يستند وجودها على

المعلومات الجديدة، والتكيف مع الميزات والمنافع المستدامة.

والجدول التالي يلخص مراحل تطبيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

### الجدول (1) اطار مراحل تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات

المرحلة	تحديد المهام	نقاط التحقق من العمل
متى	ماذا	كيف
<b>أولا: مرحلة التخطيط</b>	تقييم الوضع الحالي للمؤسسة بما يخص برامجها للمسؤولية الاجتماعية	1. تأسيس فريق عمل 2. تطوير ووضع تعريف عملي للمسؤولية الاجتماعية 3. استعراض وثائق المؤسسة، والعمليات والأنشطة. 4. تحديد واشراك أصحاب المصلحة الرئيسيين
	وضع استراتيجية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة	1. الحصول على دعم الإدارة العليا والموظفين 2. دراسة ما تفعله المؤسسات الأخرى بما يخص المسؤولية الاجتماعية. 3. اعداد مصفوفة بالإجراءات المقترحة 4. وضع أفكار للمضي قدما بما يخص المسؤولية الاجتماعية. 5. اتخاذ القرار فيما يتعلق بتحديد الاتجاه والنهج ونقاط التركيز التي يجب العمل بها.
<b>ثانيا: مرحلة التنفيذ</b>	تطوير واعداد التزامات المسؤولية الاجتماعية التي يجب المضي بها	1. عمل مسح للالتزامات الحالية فيما يخص المسؤولية الاجتماعية. 2. فتح الحوار مع أصحاب المصلحة الرئيسيين. 3. تشكيل مجموعة عمل هادفة الى تحديد وتطوير الالتزامات . 4. اعداد نسخة أولية للخطة. 5. التشاور مع أصحاب المصالح الذين من المحتمل تأثرهم بهذه الالتزامات. 6. مراجعة الالتزامات بشكل نهائي والعمل على نشرها.
	تنفيذ الالتزامات	1. تطوير هيكلية متكاملة لصنع القرار فيما يخص المسؤولية الاجتماعية. 2. اعداد وتنفيذ خطة عمل للمسؤولية الاجتماعية.

<p>3. تحديد أهداف قابلة للقياس، وتحديد مقياس الأداء.</p> <p>4. تشجيع الموظفين وغيرهم ممن تنطبق عليهم الخطة على المشاركة.</p> <p>5. تصميم وتنفيذ تدريب خاص بالمسؤولية الاجتماعية.</p> <p>6. وضع آليات لمعالجة مشاكل مقاومة التغيير.</p> <p>7. وضع خطط لتفعيل الاتصالات الداخلية والخارجية.</p>		
<p>1. قياس الأداء والتحقق منه</p> <p>2. اشراك وادماج أصحاب المصلحة</p> <p>3. اعداد وتقديم تقرير الاداء</p>	<p>التحقق من التقدم الحاصل، وتقديم تقرير خاص بذلك.</p>	<p>ثالثا: مرحلة التحقق</p>
<p>1. تقييم الأداء</p> <p>2. تحديد الفرص المتاحة للتحسين</p> <p>3. اشراك أصحاب المصلحة</p>	<p>التقييم والتحسين</p>	<p>رابعا: مرحلة التحسين</p>
<p>العودة الى الخطة والبدء بدورة جديدة</p>		<p>التدقيق</p>

المصدر: صالح الحموري، رولا المعاينة، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة، الأردن، 2015، ص126.

## المسؤولية البيئية لمنظمات الاعمال

**تمهيد:** أصبحت البيئة تحدي استراتيجي أمام منظمات الأعمال، حيث يعتبر تبني معالم الاستراتيجية البيئية نقطة البداية للانطلاقة السليمة لتكريس البعد البيئي في المنظمة، مما يساعد على تطوير الأداء البيئي بالتوازي مع سياسة المنظمة البيئية التي تسعى الى الحد من استنزاف الموارد البيئية.

### أولاً: الإدارة البيئية

لقد شهد العالم خلال العقود الأخيرة اهتماماً دولياً واضحاً بقضايا البيئة والمشكلات المرتبطة بها، إذ أدركت الدول خطورة التلوث والاضرار التي يمكن ان تسببه الى الموارد الطبيعية والبشرية. وقد كان مؤتمر ستوكهولم سنة 1972 حول بيئة الانسان بداية الاهتمام الرسمي لارساء قواعد للتعاون الدولي لحل مشاكل البيئة والتي نتجت عنها اصدار المواصفة الدولية ايزو 14000 والخاصة بالبيئة.

**1. تعريف الإدارة البيئية:** هي إدارة الموارد الطبيعية والبشرية من اجل تحقيق التنمية المستدامة المتواصلة للإنسان ومجتمعه في أي مكان وبما يضمن تحسين جودة حياته وحياة الأجيال المستقبلية في مجتمعه. كذلك تعرف الإدارة البيئية في مفهومها الشامل بأنها "عبارة عن هيكل المؤسسة، مسؤولياتها، وسياساتها، ومواردها المستخدمة في حماية البيئة وإدارة الأمور البيئية، ويحدد نظام الإدارة البيئية استراتيجية المؤسسة اتجاه القضايا البيئية، وأهداف برامج البيئة، وتطوير برامج للأداء البيئي. (كافي م.، 2014، صفحة 175)

**2. خصائص الإدارة البيئية:** يؤمن تطبيق نظم الإدارة البيئية للمنظمة إطار عمل يهدف لتحقيق مستوى عال من الأداء البيئي، لذا فإن قيام المنظمة بوظائفها بشكل جيد يعود لخصائص نظام الإدارة البيئية التي تعمل على وتمثل في:

- ✓ تساعد المؤسسة على تحقيق كفاءة الأداء البيئي ذاتياً
- ✓ ارتباطها بنظام الجودة على المستوى الداخلي للمؤسسة.
- ✓ تتضمن جانباً أخلاقياً، أساسه المبدأ التطوعي لحماية البيئة والمحافظة عليها.
- ✓ لها بعد استراتيجي وفق منظور استدامة المنافع البيئية المتحققة من الطبيعة.
- ✓ تتم على مستويين، على المستوى الكلي الذي يجسد دور الحكومات اتجاه المسؤولية البيئية وعلى مستوى المؤسسة التي يبرز مساهمتها في استدامة التنمية البيئية المستهدفة.

## ثانيا: الأداء البيئي

إن كفاءة أداء المؤسسة مرهون بمستوى كفاءة أدائها البيئي أيا كان موقعها في العملية التنموية، كما تختلف كفاءة العناصر المختلفة في الأداء من فترة لأخرى، لذا فإن الأمر يقتضي التحسين المستمر في أدائها وفعالية أنظمة قياس وتقييم الأداء البيئي، لتحديد المستوى الحقيقي لأداء المؤسسة، وتوفير مختلف المعلومات على جميع المستويات بغية توجيه قرارات المؤسسة وسياستها.

## 1. تعريف الأداء البيئي:

عرف الأداء البيئي كذلك بأنه: "كل النشاطات والعمليات التي تقوم بها المنظمة سواء بشكل إجباري أو اختياري، من شأنها منع الأضرار البيئية والاجتماعية الناتجة عن نشاطات المنظمة الإنتاجية أو الخدمية أو التخفيف منها" (الشحادة، 2010، صفحة 283)

كما يعرف الأداء البيئي كذلك بأنه: "كل النشاطات والعمليات التي تقوم بها المنظمة سواء بشكل إجباري أو اختياري، من شأنها منع الأضرار البيئية والاجتماعية الناتجة عن نشاطات المنظمة الإنتاجية أو الخدمية أو التخفيف منها". (عثمان، 2008، صفحة 05)

والجدول التالي يلخص الجوانب التي يشملها الأداء البيئي:

جدول رقم (02): مصفوفة الأداء البيئي

الخارجية	الداخلية	محور داخلي/خارجي محور العمليات/النتائج
العلاقة مع أصحاب المصلحة	تحسين المنتجات والعمليات	العمليات
التأثيرات البيئية وصورة المؤسسة	الملاءمة التنظيمية والتأثيرات المالية	النتائج

Source : Arab Lyasmine, Impact de la certification environnemental ISO 14031 sur la performance environnemental d'une entreprise algérienne –cas de l'Entreprise Nationale des Industries de l'Electroménager (ENIEME), mémoire magistère (non publiée), département science économique, Université Mouloud Mammeri, Tizi Ouzou, 2011/2012, P 83.

وحسب منشورات منظمة الأمم المتحدة الصادرة في عام 1991 تم تحديد مجالات الأداء البيئي، كما يلي: (سعيد، 2013، صفحة 43)

● أنشطة معالجة تدفق الملوثات الى المياه.

● أنشطة معالجة تسرب الغاز الى الجو

● أنشطة معالجة النفايات الصلبة

● أنشطة معالجة الحوادث الناجمة عن التلوث.

● أنشطة إعادة التصنيع

2. مؤشرات الأداء البيئي: يساهم الاهتمام بالأداء البيئي في تحقيق مزايا هامة منها المساهمة في خفض التكاليف للمحافظة على الميزة التنافسية الموجودة أو تحقيق مزايا تنافسية جديدة، المحافظة على الصحة العامة للمجتمع والتي بدورها تحسن الصورة العامة للمؤسسة، وهناك عدة مبادرات لتحديد مؤشرات الأداء البيئي منها ISO 14031، إرشادات مبادرة إعداد التقارير العالمية GRI وإرشادات الكفاءة البيئية لمجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة (WBCSD)، ويمكن تقسيم مؤشرات الأداء البيئي كما يلي: (قراوي، العايب، 2020، الصفحات 55-56)

أ. مؤشرات الإدارة البيئية: تعبر عن أهداف الإدارة المتعلقة بالجانب البيئي للمؤسسة من خلال الرؤية والاستراتيجية؛

ب. مؤشرات الحالة البيئية: توفر معلومات عن الحالة المحلية، الإقليمية الدولية أو العالمية للبيئة مثل نسبة التلوث في الهواء؛

ج. مؤشرات الأثر البيئي وتنقسم إلى:

- مؤشرات تشغيلية بيئية: تتعلق بالمقاييس الفنية للمنتج/العملية ومقاييس استعمال المنتج/العملية وتصريف المنتجات؛

- مؤشرات الأثر البيئي: تتعلق بالمخرجات مثل إجمالي المخلفات، استهلاك المواد، المياه والطاقة وانبعثات الغازات.

3. أهمية تقييم الأداء البيئي: إن تقييم الأداء البيئي في المؤسسات يرجع إلى مجموعة من الأسباب أهمها ما يلي: (بمينة، بوزيان، 2019، صفحة 646)

- كثرة معدلات تلوث البيئة ومن ثم زيادة حجم الالتزامات البيئية مما أدى إلى تزايد الدعاوى القضائية التي كسبها أصحابها ضد الكثير من المؤسسات التي تتسبب أعمالها التشغيلية في الإضرار بالبيئة؛

- وقوع العقوبات والغرامات المالية من قبل السلطات الحكومية على المؤسسات المخالفة للقوانين والنظم البيئية، أدى إلى إلزام المؤسسات بضرورة الإفصاح الكافي عن أدائها البيئي بصورة دورية منتظمة؛

- زيادة الاهتمام بالصحة والأمان والبيئة، نتيجة اهتمام المؤسسات بالبيئة وتقييم الأداء الإلزامي لها؛
  - انتشار الوعي البيئي، بسبب اهتمام المجتمع والأطراف ذات المصلحة بالمعلومات المالية وغير المالية المتعلقة بالأداء البيئي والتي تنشرها المؤسسات، بهدف تقييم المسؤولية البيئية للمؤسسات بصورة موضوعية، مما ينعكس على قرارات المستثمرين؛
  - زيادة طلب الإدارة على معلومات التكاليف البيئية، بهدف الكشف عن مقدرة المؤسسات على تحقيق أهداف استراتيجية، والتي تتمثل في تقديم منتج ذو جودة عالية وبسعر مناسب ودون الإضرار بالبيئة (إنتاج منتجات صديقة للبيئة).
- ويعتبر تقييم الأداء البيئي بمثابة أسلوب يهدف الى تحديد وقياس، تحليل وتتبع تكاليف ومنافع الأنشطة والبرامج البيئية التي تقوم بها المؤسسات لحماية البيئة من اضرار نشاطها، وذلك في ضوء مجموعة من الأهداف والمتطلبات والمعايير، بهدف دعم وترشيد القرارات المختلفة بشأن تحسين وتطوير أدائها البيئي بالإضافة الى خدمة أهداف الأطراف أصحاب المصالح. (مهوات، 2015)

### ثالثاً: المسؤولية البيئية

1. نشأة وتطور المسؤولية البيئية: (محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال، 2019، ص 105-107)

مع التطور الحضاري والاقتصادي الذي حققه العالم بعد الثورة الصناعية، ظهرت جوانب سلبية تم الشعور بها وإدراكها من قبل السكان المحليين حيث تلوثت الأرض والماء والهواء نتيجة الاستنزاف غير العقلاني للموارد الطبيعية وحصول عدة حوادث رئيسية منها: تسرب المواد الكيميائية السامة، واكتشاف مواقع عدة نووية خطيرة، هذا مازاد الوعي البيئي العام فدفع المواطنين لتحفيز الحكومات لأخذ التدابير اللازمة لتخفيض التلوث.

كما استحدثت وطورت عدد من التشريعات والمعالجات الصناعية في تلك الدول لمواجهة التلوث ومنها بريطانيا بصدور قانون الصحة العامة 1936، قانون حماية الأنهار سنة 1951.

ومع توالي التشريعات البيئية صدر كتاب "silent spring" للكاتبة "راشيل كاريسون" حيث أنها أول من وجهت الأنظار نحو البيئة واندثار العالم بالاحطار المتزايدة من جراء استخدام المعالجات الكيماوية في العمليات الصناعية.

فتزايد الوعي البيئي العام دفع المواطنين ليكونوا حافزا مهما للحكومات والمنظمات للأخذ بتدابير كفيلة تحمّل من ذلك التلوث. والجدول الموالي يوضح الجهات الضاغطة التي تستهدف حماية البيئة وتحسينها:

الجدول (3) التأثيرات البيئية لمختلف جهات الضغط

التأثيرات البيئية	جهات الضغط
القوانين والتعليمات الحكومية	الحكومة
هناك ادراك ووعي كبير لمفهوم البيئة ومدى تأثير المستهلكين عليها، فقبول مفهوم المنتجات الخضراء من قبل الصناعيين والمستهلكين وطالبي التجهيز ستحد من الفضلات وتسيطر على الملوثات وتقلل كلف الطاقة	المجهزين والمستهلكين
من خلال تفحص السجلات البيئية الأساسية للمنظمات	المستثمرين
عن طريق ممارسات التوظيف التي تتطلب مهارة عالية للموظفين لتشغيل معدات معقدة يمكن بواسطتها السيطرة على التلوث.	العاملين
الشكاوي التي ترافق الضوضاء والروائح والازعاج	الجماعات المحلية
استخدام أسلوب مسح المخاطر البيئية من قبل البنوك وشركات التأمين	هيئات التمويل
النتائج غير مقنعة عن مختلف نشاطات المنظمات ذات المنتجات الخضراء	المنظمات

المصدر: محمد فلاق، مواطنة منظمات الاعمال، الطبعة الأولى، دار الأيام، الأردن، 2018، ص 180.

وقد أشارت الكاتبة "راشيل كاريسون" في كتابها الى ان استخدام الموارد الطبيعية دون مراقبة أو اهتمام سيكون له آثار خطيرة جدا وينذر بمستقبل ملوث ومشاكل في صحة الانسان. هذا ما دعى الجمعية العامة للأمم المتحدة عام 1968 الى اقتراح عقد مؤتمر الأمم المتحدة (استوكهولم) للبيئة في السويد في سنة 1972 وهو المؤتمر العالمي الأول حيث ركز على قضية وحيدة وهي ان يكون بمثابة مرشد مساعد للعنصر البيئي الحديث.

نتيجة الجهود الحثيثة التي قادتها الحركة البيئية آنذاك، فقد تكونت وكالات بيئية. مثل وكالة حماية البيئة الأمريكية. كما شهدت الفترة ما بين (1970-1980) بداية تحقيق تكامل بين البيئة والنشاط الإنساني وأطلق عليها بمرحلة المقاومة والتكيف.



2. مفهوم المسؤولية البيئية: حسب منظمة البيئة الكندية (ENGO) فإن منظمة الاعمال يكون لها مسؤولية بيئية عندما تتحقق فيها نقطتين أساسيتين: (فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال، 2019، صفحة 111)

✓ ان تصبح منظمة اعمال ذات قوة اكبر من الدولة وبذلك يصبح لها مسؤولية اتجاه المجتمع.

✓ الثانية المتعلقة بالبيئة والتي تتحقق عندما تكون غايتها هي تدعيم حمايتها.

وبالتالي فإن منظمات الاعمال المسؤولة بيئيا هي التي تسطر أنشطتها على أساس مبادئ بيئية بما يساعد المجتمع على المحافظة عليها.

يمكن تعريف المسؤولية البيئية لمنظمات الاعمال على انها مهمة تغطية الآثار البيئية للعمليات الإنتاجية للمؤسسات، تخفيض التلف، الانبعاثات، تعظيم كفاءة إنتاجية مواردها، تقليص الممارسات التي يمكن ان تكون لها آثار بيئية مستقبلا. (قادري، صالح، 2020، صفحة 58)

وتظهر المسؤولية البيئية من خلال استراتيجية القائمين على اعمال الشركات التي يصنعونها من اجل الوصول الى مستوى معين من الأداء البيئي بما يدعم مبادئ النمو المستدام. وبذلك يعرفها Huckle على "أنها الزامية صناع القرار على وضع قرارات تسمح بحماية وتحسين سلامة البيئة، واتخاذها ضمن اهتماماتهم الأولية" (زيدان، يعقوبي، 2012، الصفحات 4-5)

وبذلك فمجالات المسؤولية البيئية هي تلك المساهمات والمسؤوليات الطوعية والإجبارية الملقاة على عاتق المنظمة تجاه حماية البيئة والاستغلال الرشيد للموارد الطبيعية وتحقيق استدامتها ومنع وتقليل التلوث البيئي. (كافي، 2017، صفحة 89)

وتتلخص معظم مجالات المسؤولية البيئية في ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم(4) مجالات المسؤولية البيئية

العناصر الفرعية	المجالات الرئيسية
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ الاقتصاد في استخدام المواد الخام ومنع الاستخدام التعسفي لها.</li> <li>■ الاستخدام العقلاني لمصادر الطاقة</li> <li>■ المساهمة في اكتشاف والبحث عن الطاقات البديلة النظيفة.</li> <li>■ المساهمة في تمويل المشاريع البيئية مثل انشاء الحدائق والمحميات الطبيعية وحماية التنوع البيولوجي والغابات</li> </ul>	المساهمة في حماية الموارد الطبيعية
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ تجنب والتخفيف من مسببات تلوث الأرض والهواء والمياه واحداث</li> </ul>	المساهمة في حماية البيئة

الضوضاء.	
■ التصميم الأخضر للمنتجات وعمليات تشغيلها بطريقة تؤدي الى تقليل	
المخلفات.	
■ تسيير النفايات وإعادة استعمالها لتقليل من آثارها السلبية على البيئة.	

المصدر: هبة مصطفى كافي، التسويق الأخضر كمدخل لحماية البيئة المستدامة في منظمات الاعمال، الطبعة الأولى، الفا للنشر، الجزائر، 2017، ص90.

**3. دوافع تبني المسؤولية البيئية من قبل منظمات الاعمال:** لقد أصبح المنتج الصديق للبيئة عالميا خاصة بعد أن أضحت صحة الانسان مهددة جراء التلوث الكبير المحيط بها، كما يعتبر من المتطلبات الأساسية للانضمام الى OMC نتيجة لذلك قامت العديد من المنظمات بدمج البعد البيئي بشكل طوعي في برامج عملها وذلك للأسباب:

أ/ الأسباب الداخلية لتبني المسؤولية الاجتماعية: وتمثل في :

- ✓ تحقيق مزايا تسويقية ووفورات مالية لمنظمات الاعمال
- ✓ تقليل كمية المخلفات الصناعية (النفايات الصلبة والسائلة)
- ✓ حماية الأنظمة البيئية واستخدام أكفأ الموارد الطبيعية من المياه والأرض والطاقة .
- ✓ تبني منظمة الاعمال المسؤولية البيئية يساهم في زيادة التعاون مع السلطات التشريعية والرقابية، مما يسهل حل المشكلات البيئية الخاصة بالمنظمة والتخلص من تلك المخلفات.
- ✓ تحسين الأداء من الناحية البيئية ودفع العاملين للتعرف على المتطلبات البيئية وتحسين قدرتهم على رفع مستوى الأداء البيئي.

ب/ الأسباب الخارجية لتبني المسؤولية الاجتماعية: وتمثل في:

- ✓ المتطلبات الحكومية: تتمثل في حماية المؤسسة من التعرض للمخالفات القانونية نتيجة لعدم الالتزام بتطبيق التعليمات الصادرة عن الجهات الحكومية.
- ✓ المستهلكين: نتيجة لوعي المستهلك أصبح يبحث عن المنتجات الأكثر أمان على صحته وأقل خطر على البيئة المحيطة به مما أدى الى ظهور العديد من المنتجات الخضراء والمنتج الصديق للبيئة.
- ✓ المساهمين والمقرضين: حيث ان الضغوطات المتزايدة من جانب تلك الفئة على أداء منظمة الاعمال دفعها لتقديم معلومات واضحة على الأداء المالي والبيئي نتيجة لقناعتهم بأن

الممارسات البيئية قد يترتب عليها غرامات مالية تصل في بعض التشريعات الى حد اغلاق تلك المنظمة.

✓ المتعاقدين: يطلب المتعاقدين من إدارة المؤسسة ان يكون منتجها الذي تم تصنيعه طبقا لمواصفات بيئية معينة، وان تكون مدخلات الإنتاج من مصادر صديقة للبيئة مما يمكنها من التأكد من سلامة الإجراءات الخاصة بعمليات الإنتاج.

#### رابعا: المواصفة القياسية ISO14000

يهدف نظام الإدارة البيئية الى زيادة الاهتمامات البيئية في كافة جوانب العملية الإدارية في منظمات الاعمال مع ضرورة تحمل كل فرد في المنظمة المسؤولية صوب البيئة والمجتمع عن طريق توفير اطار عمل تكون فيه الأهداف البيئية احدى المدخلات الرئيسية لعملية اتخاذ القرارات. كما يرمي هذا النظام الى مساعدة منظمات الاعمال في انجاز عملياتها في ضوء الأهداف المحددة، بما في ذلك التوافق مع القوانين وإدارة المخاطر البيئية. (فلاق، 2018، صفحة 189)

1. نشأة وتطور المواصفة ISO14000: يعد مؤتمر "ري ودي جانيرو" 1992 نقطة تحول رئيسية في مجال الاهتمام الدولي بالبيئة ونظم إدارة جودتها. وبداية من سنة 1991 بدأ العمل من اجل تطوير مقاييس عالمية للإدارة البيئية والتي مرت عبر المراحل: (هبة، 2017، الصفحات 164-165)

1. شكلت في أوت 1991 مجموعة استشارية من قبل المنظمة الدولية للتقييس ISO مختصة بتطوير مقاييس دولية وذلك لوضع مدخل عام للإدارة البيئية مماثل لمقاييس إدارة الجودة ISO9000.

2. قامت المنظمة الدولية للتقييس بتشكيل لجنة فنية (TC-207) لانجاز مواصفات إدارة البيئة وكلفت كندا بتحمل أمانة السر لهذه اللجنة. وشارك في هذه اللجنة 64 دولة أي 60% من الدول الأعضاء كما يشارك فيها ممثلين عن الصناعة وكذا ممثلين عن مؤسسات حكومية وغير حكومية معنية بشؤون البيئة بلغ عددها 120 مؤسسة.

3. تم تقسيم اللجنة الى 7 لجان فرعية تتكون كل لجنة فرعية من مجموعات عاملة ينصب عمل اللجنة الفنية الفرعية بالآتي:

(SC1) تسمى بنظام إدارة البيئة

(SC4) تقويم الأداء البيئي

(SC2) التدقيق البيئي

(SC5) تقدير دورة حياة المنتج

(SC3) التصنيف البيئي

(SC6) المصطلحات والتعاريف

(SC7) الجوانب البيئية في مقياس المنتج

4. تم تحديد الهيكل العام لهذه السلسلة بحيث شمل على أكثر من 20 مواصفة انفرادية تغطي الجوانب الآتية: أنظمة إدارة البيئة ، التدقيق البيئي، تقويم الأداء البيئي ومؤشراته، تقدير دورة حياة المنتج، المصطلحات والتعاريف المعتمدة في هذا المجال، الجوانب البيئية في مقياس المنتج.
5. قامت المنظمة الدولية للتقييس بربط هذه السلسلة من المواصفات مع سلسلة مواصفات الايزو 9000 بحيث تشكل نظاما إداريا واحدا متكاملا خاضعا لعملية تدقيق واحدة وقد تم بالفعل تشكيل لجنة ارتباط بين اللجنة الفنية ( ISO TC176) المعنية بإصدار سلسلة مواصفات ISO9000 واللجنة الفنية (ISO TC207) المعنية بإصدار سلسلة مواصفات ISO14000.
6. الزمت المنظمة العالمية المواصفات (ISO14000) المنظمات التي ترغب في تبني هذه المواصفة على ادخال أسس المواصفة ضمن هيكلها التنظيمي وان تحدد هذه المنظمات سياسة واضحة اتجاه حماية البيئة والحفاظ عليها، وان تطبق ذلك بشكل فعلي.
2. هيكل سلسلة المواصفات **ISO14000**: تشمل سلسلة المواصفات ISO14000 مجموعة وثائق ارشادية باستثناء المواصفة ISO14001 التي تعتبر مواصفة إلزامية تقدم المتطلبات الخاصة بنظام الإدارة البيئية، ومنذ صدورها أجريت عليها عدة تعديلات، خاصة سنة 2004 ليتوافق مع متطلبات نظام ISO9001:2000 .

أ. ISO14000:2004: مبادئ ارشادية للإدارة البيئية

ب. ISO14001:2004: متطلبات نظام الإدارة البيئية

ت. ISO14004:2004: تعليمات وتقنيات مساندة

ث. ISO140015:2001: إرشادات اجراء التقييم البيئي

نشرت منظمة الايزو أول مقياس خاص بنظام الإدارة البيئية ISO14000 في جوان 1996 ثم نشرت بقية المقاييس في فترات لاحقة وخلال 8 اعوام وصل عدد الشركات المتبنية لها (90569 شركة) من 127 بلد في العالم لغاية ذات الفترة رغم تبنيها طوعيا ومرد ذلك للكلف المنخفضة الناتجة عن استعماله.

**3. أهداف سلسلة المواصفات ISO14000 :** تسعى هذه السلسلة الى تحقيق الأهداف التالية:

- ✓ انشاء مداخل عامة لادارة البيئة مشابهة لتلك الخاصة بإدارة الجودة في المؤسسة.
- ✓ تعزيز قدرات المنظمات لانجاز تحسينات في الأداء البيئي والقدرة على قياسها.
- ✓ تسهيل التجارة الدولية وإزالة العوائق التجارية غير الجمركية
- ✓ تقليل التدقيق المزدوج الذي يقوم به الزبائن والهيئات الحكومية والمنظمات والمسجلين.

#### خامسا: تخضير منظمات الاعمال

يقصد بتخضير المنظمات ان تكون عملياتها ومنتجاتها وخدماتها المختلفة أكثر انسجاما وودية مع البيئة، وبما يجعل البيئة ومطالبها واحدة من الأنشطة والأدوات التي تعتمد عليها المنظمة لتحسين مركزها وحصلتها في السوق وتقوية صورتها في اذهان الجمهور والمجتمع. (فلاق، 2018، صفحة 191)

فالمسؤولية البيئية ترتكز في مضمونها على تخضير المنظمات عبر تغيير سياساتها وبرامجها بما يجعلها أكثر انسجاما مع هذا التوجه وذلك عبر تبنيها لرسالة ورؤية تتلائم مع مطالب البيئة.

ويتم تحويل المؤسسات الى منظمات خضراء عبر مستويين: (فلاق، 2018، الصفحات 191-193)

#### أ/ تخضير المنظمة داخليا:

- تطبيق مبدأ الملوث الدافع وتحويل تكاليف التلوث الخارجية الى تكاليف التلوث الخارجية الى تكاليف داخلية، والاستعداد لقبول التحول المسؤول بيئيا من النظرة الموارد البيئية الحرة (كالهواء والماء والتربة والانهار والمحيطات) كعناصر حرة ومجانية الى كونها سلعا ذات تكلفة ضرورية من اجل تجديدها واعادتها الى ما كانت عليه.
- التدقيق الداخلي البيئي: وذلك من خلال اعتماد التقييم الدوري الداخلي للمنظمة وفق معايير بيئية محددة ترتبط بطبيعة الاعمال المنظمة.

● تقييم الأداء البيئي: ويتم تقييم الأقسام والمدبرين والعاملين على أساس مدى المساهمة في خفض التلوث واشكاله المختلفة كجزء من اهتمام المنظمة بتحقيق الكفاءة والفاعلية.

ب/تخصير المنظمة خارجيا: ويشمل مايلي:

● الامتثال للقوانين المتعلقة بالبيئة والمحافظة عليها: فمع ان الكثير من هذه القوانين ظهرت بعد

تفاقم المشكلات البيئية الا انها مثلت في جوانب عديدة منها معالجة لاحقة لهذه

المشكلات، حيث ان بعض هذه القوانين ساهم في الحد من استخدام بعض المواد الكيميائية

والبعض الآخر ينظم التعامل مع الملوثات والنفايات.

● تحمل منظمات الاعمال لمسئوليتها عن التلوث: فالانتقال من مبدأ المجتمع يدفع ثمن التلوث الى

من يلوث يدفع، جعل منظمات الاعمال تتحول شيئا فشيئا نحو تقليل آثارها السلبية على البيئة

وتحمل مسئوليتها كاملة اتجاهها.

● التبنى والانسجام مع الاتجاهات والممارسات البيئية: فالمنظمات التي تسعى لأن تكون حضراء

لابد ان تنسجم مع الاتجاهات والممارسات البيئية المتزايدة من اجل الحد من التلوث والمشاركة

في الحماية والمحافظة على البيئة.

## المسؤولية الأخلاقية لمنظمات الاعمال

تمهيد: أصبح موضوع المسؤولية الأخلاقية من المواضيع التي تحظى باهتمام متزايد من قبل الجميع، حكومات، شعوب منظمات اعمال، هذا الاهتمام ينطلق من ضرورة الالتزام بالمبادئ والقيم السلوكية الأخلاقية على الصعيد الفردي في الوظيفة أو الجماعي وكذلك منظمات الاعمال. لهذا أصبحت المنظمات تتسابق لإصدار مدونات أخلاقية، وتعيد صياغة الأهداف والسياسات بطريقة تبرز فيها المسؤولية الأخلاقية للمنظمة.

**أولا : أخلاقيات العمل في المؤسسة:** ان اتباع الاخلاق هو امر يجب ان يحرص عليه كل شخص ولكن إدارة المؤسسة لن تعتمد على مدى التزام العاملين بأخلاقيات العمل بناء على قناعاتهم الشخصية بل لابد ان تلزمهم بذلك كجزء من متطلبات العمل. لأن عدم الالتزام بأخلاقيات الاعمال يؤثر على أداء المؤسسة لذلك من الأهمية بمكان تحديد ماهو أخلاقي وما هو غير أخلاقي في نظام المؤسسة لكي يلتزم به الجميع.

### 1.1 تعريف أخلاقيات العمل:

- **الاخلاق لغة:** هو الطبع والسجية، والمرأة والدين ويفسر ابن منظور ذلك بقوله "وحيقته، أي الخلق، أنه لصورة الانسان الباطنة، وهي نفسه، وأوصافها ومعانيها المختصة بما بمنزلة الخلق لصورته الظاهرة وأوصافها ومعانيها ولهما أوصاف حسنة وقيحة" وفي هذا المعنى يقول الراغب الأصفهاني "الخلق في الأصل شيء واحد (السكرانة، 2014، صفحة 18)

- **الاخلاق في الاصطلاح:** عرف العلماء الاخلاق من عدة أوجه نوجزها فيما يلي: (السكرانة، 2014، الصفحات 19-20)

- عرفها عبد الكريم زيدان: بأنها "مجموعة من المعاني والصفات المستقرة في النفس وفي ضوئها وميزاتها يحسن الفعل في نظر الانسان أو يقبح، ومن ثم يقدم عليه أو يحجم عنه.
- وقد عرف مفهوم الاخلاق في الإسلام بأنها عبارة عن علم الخير والشر والحسن والقبح وله قواعده التي حددها الوحي لتنظيم الانسان وتحديد علاقته بغيره على نحو يحقق الغاية من وجوده في هذا العالم على اكمل وجه.

وهناك عدة تعريفات لأخلاقيات العمل نذكر منها: (العامري، 2010، الصفحات 134-135)

- هي مجموعة من المبادئ والقيم الأخلاقية التي تمثل سلوك منظمة ما وتصنع محددات على قراراتها.
  - هي الدراسة والتحليل المنهجي للعمليات التي يتم من خلالها تطوير القرار الإداري بحيث يصبح هذا القرار خياراً أخلاقياً آخذاً في الاعتبار ماهو صحيح وجيد للفرد وللمجموعات وللمنظمة.
  - هي المبادئ والمعايير، التي تعتبر أساساً للسلوك المستحب، من أفراد العمل ويتعهد أفرادها بالالتزام بها.
  - هي مجموعة عامة من المعتقدات والقيم والمبادئ التي تحكم سلوك الفرد في اتخاذ القرارات وتميز بين ماهو صواب أو خطأ، جيد أو سيء حلال أو حرام.
- وتجدر الإشارة الى انه لا يمكن الفصل بين اخلاقيات العمل والأخلاق العامة للفرد لهذا على الفرد ان يتعامل مع مشاكل العمل من منطلق المعايير الأخلاقية العامة التي يؤمن بها ومن هذه القيم نجد:

- ✓ الأمانة
- ✓ اطاعة النظم
- ✓ احترام الآخرين
- ✓ المساعدة والتعاون
- ✓ الصدق
- ✓ العدل
- ✓ الرحمة
- ✓ الولاء
- ✓ التحكم في النفس
- ✓ الشجاعة

- 2.1. أهمية أخلاقيات الأعمال: تحاول منظمات الاعمال ان تعطي لنفسها صبغة الممارسات الأخلاقية القويمة في جميع أفعالها وأنشطتها وذلك لدورها في نجاح المنظمة. ومن فوائدها نذكر:
- ✓ الارتباط الإيجابي بين الالتزام الأخلاقي والممارسات الأخلاقية والمردود الاقتصادي والمالي الذي تحققه منظمة الاعمال والذي سينعكس عليها في المدى الطويل.



- ✓ ان تجاهل السلوك الأخلاقي وعدم الالتزام بالمعايير الأخلاقية قد يكلف المنظمة كثيراً، حيث يضع التصرف الأخلاقي منظمة الاعمال في مواجهة دعاوي قضائية.
- ✓ يعزز السلوك الأخلاقي والالتزام به سمعة المنظمة على صعيد بيئة عملها المحلية أو الإقليمية بل وحتى العالمية إذا كانت متوجهة لتصدير منتجاتها.
- ✓ ان الالتزام بالمعايير الأخلاقية أصبح ضرورة للولوج الى السوق العالمي والحصول على شهادات التميز المعروفة مثل ISO14000.

### 3.1.1. اتماط السلوكيات والاخلاقيات في العمل: هنالك مجموعة من أنماط السلوكيات التي تكون

موجودة في العمل منها السلبي والايجابي وهي تشمل مايلي: (السكرانة، 2014، صفحة 48)

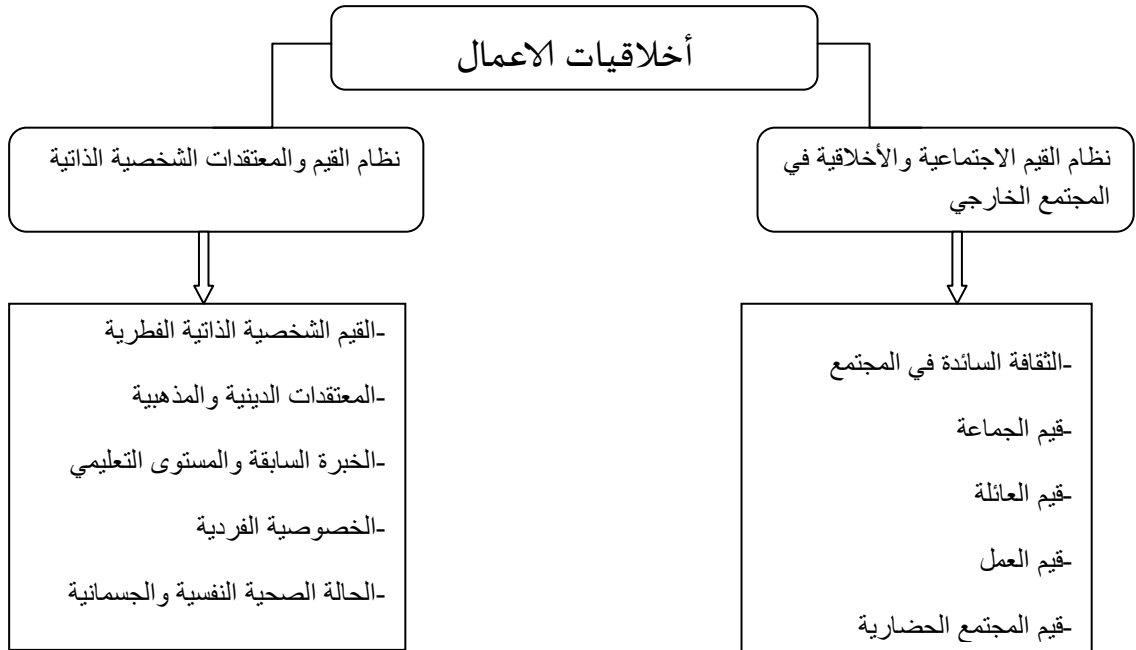
- نقل الاشاعات بين مجموعات العمل
- مشاركة الزملاء والتعاون معهم في انجاز العمل
- الاتصال من خلال القنوات الرسمية
- الاعتراف بالخطأ في عمل ما لم يكن ليكتشف لولا اعترافك
- الاستفادة من إنجازات الآخرين
- الالتزام بمواعيد انجاز المهام
- تقدير مشاعر الافراد والجماعات
- التعامل مع التغيرات بإيجابية
- ارباك الآخرين بسبب ما تتخذه من إجراءات واعمال
- دعم أفكار وآراء الآخرين الجديدة
- الحفاظ على أدوات وأجهزة العمل
- حل المشاكل المشتركة بين الآخرين
- الحفاظ على الموثيق والاسرار
- الحفاظ على جو وبيئة آمنة للعمل
- التقليل من المحسوبية والتعالي في محيط العمل.

### 4.1.1. مصادر الأخلاقيات في منظمات الاعمال: إذا كانت الاخلاق تشير الى النظام القيمي والمعايير

الأخلاقية التي يستند لها المدراء في قراراتهم المختلفة آخذين بعين الاعتبار ما هو صحيح أو خطأ، فإن

ما نريد أن نؤكد عليه هنا هو أن الاخلاق لدى هؤلاء المدراء تتجسد بسلوكيات أخلاقية تراعي عدم خرق القانون والقواعد والمعايير والمعتقدات في المجتمع من جانب وكذلك القوانين والمدونات الأخلاقية المعمول بها من جانب آخر وبشكل عام يمكن ان تستند المسؤولية الأخلاقية الى ركنين أساسيين:  
 الأول: نظام القيم الاجتماعي والأخلاقي والأعراف والتقاليد السائدة في المجتمع.  
 الثاني: النظام القيمي الذاتي المرتبطة بالشخصية والمعتقدات التي تؤمن بها والخبرة الحياتية والشكل الموالي يوضح ذلك:

#### الشكل رقم (4) مصادر الاخلاقيات في الاعمال



المصدر: بلال خلف السكارنة، اخلاقيات العمل، الطبعة الرابعة دار المسيرة، الأردن، 2014، ص57

وإجمالاً يمكن ان نحدد مصادر أخلاقيات الاعمال التي تتجسد في السلوك الأخلاقي الحميد أو السيء بالآتي: (السكارنة، 2014، الصفحات 58-64)

❖ العائلة والتربية البيئية: تمثل العائلة الأساس الذي يبنى عليه السلوك لدى الفرد لذلك اهتمت الأديان والمجتمعات الحضارية ببناء العائلة، لان الفرد يبدأ باكتساب سلوكه الحسن او السيء من الاسرة، لهذا لا يتوقع من العائلات المفككة التي لا تحترم بعضها البعض ولا تحترم العمل المشروع والكسب الحلال ان تبني فردا صالحا يتمتع بأخلاقيات ملتزمة في ميدان عمله.

❖ ثقافة المجتمع وقيمه وعاداته: حيث يتأثر سلوك الفرد بمؤثرات خارجية كثيرة أهمها ثقافة

المجتمع، و المجتمعات الإنسانية تتباين في نوع ثقافتها و إعطائها أولويات لقيم معينة دون أخرى كذلك العادات و التقاليد الموروثة.

❖ التأثير بالجماعات المرجعية: تعد الجماعات المرجعية مصدر مهم للسلوك الفردي الأخلاقي وغير الأخلاقي وقد يكون التأثير بها سببا في اتخاذ قرارات كارثية أحيانا. ويمكن ان تكون هذه المرجعيات سياسية أو دينية أو أدبية أو عشائرية أو عسكرية أو غيرها.

في اطار المنظمة يمكن ان يكون الفرد عرضة للتأثير من قبل هذه المرجعيات وبالتالي قد يسلك سلوكا يضر المنظمة التي يعمل فيها أو يتسبب في اضرار للمجتمع.

❖ المدرسة ونظام التعليم في المجتمع: يلعب النظام التعليمي دورا مهما في المجتمع وفي تكوين القيم الأخلاقية وتنمية السلوك الأخلاقي لدى الأفراد. حيث تعمل الدولة على وضع برنامج تعليمي يبدأ برياض الأطفال وينتهي بالدراسات العليا يتجسد فيه السلوك الأخلاقي النابع من قيم وعادات المجتمع الامر الذي يساهم في تطوير السلوك الإيجابي وتعزيز المسؤولية والمساءلة والإخلاص في العمل والصدق فيه.

❖ الاعلام والصحافة: بما ان الصحافة هي مرآة المجتمع، فغذا لم تكن حرة وصادقة ومهنية فإن بعدا واحدا سيطغى عليها وتصبح بالتالي ذات تأثير سلبي كبير على المجتمع .

❖ مجتمع العمل الأول: يؤثر مجتمع العمل بكل مكوناته على الافراد ويغير من أخلاقياتهم ويفرض عليهم سلوكيات جديدة، وبالأخص مجتمع العمل الأول. حيث نجد ان بعض المؤسسات قد تحولت فعلا الى مجتمع صالح ومناخ نظيف تنمو فيه السلوكيات الصحيحة وترفض الفاسد منها. فان البعض الآخر من المنظمات قد يكون عكس هذه الحالة تماما.

❖ القوانين واللوائح الحكومية والتشريعات: ان القانون يحدد ويضع المعايير المقبولة في مجال الاعمال التي تعمل بدورها على توجيه المدراء وعليه فإن وجود هذه القوانين يخلق قنوات لسلوك المنظمات مما يجبرها على السير باتجاه القواعد الأخلاقية التاريخية في مجال الاعمال. وبالتالي تعد القوانين رادعا للسلوكيات غير المقبولة، اما اللوائح الحكومية فهي تمثل مجموعة المعايير المحددة من قبل السلطات للممارسات المقبولة وغير المقبولة، لذلك تصدر السلطات اللوائح الهادفة الى الحد من التلوث او تقليل الضوضاء في المدن الكبيرة، فهذه تعبر عن مساهمة الحكومة في ترسيخ المسؤولية الأخلاقية اتجاه المجتمع.

❖ الخبرة المتراكمة والضمير الإنساني الصالح: تعتبر الخبرة التي يتمتع بها الفرد مصدرا مهما لتكوين سلوكياته في العمل وتمتعه بأخلاقيات معينة اتجاه الإشكالات والقضايا المطروحة. كما ان المديرين ذوي الضمير الإنساني الصالح والمتفتح يفكرون دائما بمستقبل العمل ويعملون على حماية سمعتهم الشخصية وسمعة منظماتهم.

❖ جماعات الضغط في المجتمع المدني: تشكل جماعات الضغط مصدرا مهما لقواعد السلوك الأخلاقي للعاملين في منظمات الاعمال. حيث تمارس الكثير من جماعات الضغط تأثيرا في سن الكثير من القوانين وقواعد العمل أو قد تتجه لتعزيز اتجاهات واخلاقيات معينة تسترشد بها الإدارات عند اتخاذ قراراتها. ولعل أوضح الأمثلة على ذلك نجد:

جماعات الضغط في نقابات العمال، جمعيات حماية المستهلكين، جمعيات الدفاع عن حقوق المرأة، جمعيات حماية البيئة، جماعة السلام الأخضر، أطباء بلا حدود..... الخ

#### ثانيا: المسؤولية الأخلاقية:

ان التزام الشركات بمسؤولياتها الأخلاقية هو مطلب جوهري ذو أبعاد اجتماعية واقتصادية وأخلاقية في الوقت ذاته. حيث يساعدها في التغلب على التحديات وتقديم خدمة استثنائية للعملاء والاحتفاظ بالموظفين ذوي الكفاءة والمهارات العالية.

**1.2 تعريف المسؤولية الأخلاقية:** هي مجموعة القواعد والضوابط التي تشكل من مصادر محددة وتصبح اطارا مرجعيا من المعايير، تحكم منهج تفكير وتصرف وسلوك الأفراد في المنظمة للتمييز بين ما هو مقبول وما هو غير مقبول، وما هو صحيح وما هو غير صحيح بما يترتب عليه السلوك الوظيفي المنضبط أخلاقيا وقيميا من وجهة نظر المجتمع والمنظمة. (فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال، 2019، صفحة 133)

**2.2 المنظمة الأخلاقية:** هي المنظمة التي تناضل من أجل اتباع المبادئ الأخلاقية الهادفة الى النجاح ضمن المعايير الأخلاقية والقيم المثلى. ويحاول المديرين الاخلاقيين تحقيق أهداف المنظمة المرتبطة بالربح واتباع السلوك القانوني والأخلاقي في آن واحد (فلاق، مواطنة منظمات الاعمال ، 2018)

3.2 مقومات بناء المنظمة الأخلاقية: (فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال، 2019، صفحة 149)

لقد طرح Daft في كتابه للإدارة ثلاث ركائز أساسية إذا أرادت أي منظمة أعمال الاخذ بها لتكون منظمة أخلاقية ومسؤولة اجتماعيا وهي الأفراد، القيادة، بنية المنظمة وأنظمتها:

- الافراد: لا بد ان يتسم الافراد بالصدق والاستقامة وان تنعكس تلك السمات في قراراتهم وسلوكياتهم.
  - القيادة: ان عملية صياغة القيم الأخلاقية في المنظمة يتم في اطار الثقافة التنظيمية والافراد هم الذين يدعمونها في اطار الأفعال والتصرفات التي يمارسونها.
  - الأنظمة والهياكل: ويستخدمها المدراء في المنظمات لتشكيل القيم وتعزيز السلوكيات الأخلاقية المنظمة والتحول بالمنظمة لتصبح منظمة أخلاقية.
- والجدول التالي يلخص ركائز السلوك الأخلاقي في منظمات الأعمال:

الجدول (05) مقومات بناء الاخلاقيات في الاعمال

المنظمة الأخلاقية		
الاخلاق الفردية	القيادة الأخلاقية	بنية المنظمة وأنظمتها
<ul style="list-style-type: none"> <li>• النزاهة</li> <li>• الكرامة</li> <li>• روح الإيحاء بالثقة</li> <li>• العدالة عند المعاملة للآخرين</li> <li>• التصرف الأخلاقي</li> <li>• سعي دائم لتطوير الذات أخلاقيا</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• نموذج للمروسين.</li> <li>• تنمية القيم الأخلاقية في المنظمة.</li> <li>• بث ونقل القيم والممارسات عبر الأقسام في المنظمة.</li> <li>• مكافأة العاملين ذوي السلوك الأخلاقي.</li> <li>• تحجيم ومكافأة السلوكيات غير الأخلاقية.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ثقافة المنظمة</li> <li>• دستور أخلاقي مكتوب</li> <li>• التزام أخلاقي بعيد المدى</li> <li>• تعيين مسؤول عن الجوانب الأخلاقية.</li> <li>• تدريب وبرامج تدريبية في الجوانب الأخلاقية.</li> <li>• آليات تشجيع الإفصاح عن الجوانب اللاأخلاقية.</li> </ul>

المصدر: طاهر محسن منصور الغالي، إدارة واستراتيجية منظمات الاعمال المتوسطة والصغيرة، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، 2009، ص116.

كما يمكن لمنظمات الاعمال ان ترتقي بأدائها الأخلاقي وتطوير سلوكيات التفاعل الإيجابي من خلال:  
(الغالي، 2009، صفحة 113)

- ✓ الإدارة العليا وجهودها المبذولة لتطوير الجوانب الأخلاقية في العمل والنشاط، وان تعطي هذه الإدارة القدوة الحسنة في التصرف الأخلاقي للعاملين.
- ✓ التدريب الأخلاقي: وذلك عبر اعداد برامج تدريبية تخص تدريب العاملين على معرفة الجوانب الأخلاقية في القرارات التي يتخذونها وكذلك إمكانية تمييز الجوانب الأخلاقية في المواقف الغامضة والمعقدة.
- ✓ التدقيق الأخلاقي: هي أساليب وطرق ومنهجيات يتم بموجبها فحص مختلف جوانب السلوك الأخلاقي في المنظمة. وقد يجرى هذا الفحص بشكل دوري للتأكد من وجود المعايير الأخلاقية السليمة، وكذلك اعتماد السلوكيات الأخلاقية في العمل على مختلف المستويات وفي جميع الظروف والمواقف. ويمكن كذلك تشجيع هذا السلوك الأخلاقي من خلال حوافز مجزية للعاملين.

#### 4.2 الإشكالات الأخلاقية: ومن ابرزها:

- ✓ وضع أجزاء قديمة بزخرفة جديدة وبيعها كونها جديدة تماما
- ✓ التأثير على المنافسة في السوق بطرق غير مشروعة
- ✓ تسريب معلومات ذات علاقة بالزبائن ونشاطاتهم الى أطراف أخرى
- ✓ سحب العاملين الممتازين من المنافسين بطرق غير قانونية
- ✓ قبول الهدايا والرشوة من قبل العاملين
- ✓ سرقة موجودات المنظمة
- ✓ إساءة استخدام موارد المنظمة وتسخيرها للأغراض الشخصية
- ✓ استغلال المناصب الإدارية لتحقيق مصالح شخصية.
- ✓ استخدام التعسفي للموارد البيئية
- ✓ رمي مخلفات العمليات الإنتاجية الضارة.

## المواصفة القياسية ايزو 26000 وفقا للدليل الارشادي

تمهيد: نتيجة ظروف العولمة والتحديات العالمية المتزايدة، أصبحت حماية البيئة والتغيرات المناخية والصحية والأمن والتخفيف من حدة الفقر من القضايا الهامة، فازدادت بذلك الحاجة لإعداد وتطوير مواصفة قياسية دولية تحاطب الجوانب الإنسانية والاجتماعية للمؤسسات والتي تأتي في اطار مساهمات وجهود منظمة الايزو في عمليات التنمية المستدامة بأبعادها الثلاثة: النمو الاقتصادي، والتكامل البيئي والعدالة الاجتماعية.

1. اعداد المواصفة من قبل المنظمة الدولية للتقييس: بدأنشاط المنظمة الدولية للتقييس ISO عام

1947 ويشترك في عضويتها 163 هيئة مواصفات قومية من مختلف الدول.

تعمل منظمة الايزو على رفع المستويات القياسية ووضع المعايير والأسس والاختبارات ومنح الشهادات المتعلقة بها من اجل تشجيع تجارة السلع والخدمات على مستوى عالمي في شتى المجالات ما عدا الالكترونيات حيث توجد هيئة خاصة بهذا المجال تسمى IEC .

2. نشأة المواصفة القياسية ايزو 26000: (فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال،

2019، ص 159-160)

في بداية 2003 قامت منظمة الايزو بتكوين مجموعة استشارية استراتيجية لتختص بالمسؤولية الاجتماعية بهدف المساعدة في تقرير ما اذا كانت مشاركة الايزو في مجال المسؤولية الاجتماعية قد تضيف أية قيمة للمبادرات والبرامج القائمة بالفعل.

وقد اشتملت المجموعة على ممثلين من كل أنحاء العالم ممن يمثلون قطاعا عريضا من اهتمامات أصحاب المصالح، التي تشتمل على المنظمات التجارية والحكومية والبيئية والعمال والمستهلكين الى جانب المنظمات غير الحكومية.

بعد 18 شهرا من المناقشات المكثفة والتطوير أعدت المجموعة تقريرا شاملا يتضمن اطلالة عامة على

المبادرات العالمية الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية وعلى بعض القضايا المحددة التي يجب على الايزو ان تضعها في الاعتبار.

في جانفي 2005 صوت 37 عضوا في الايزو على اقتراح لاعداد مواصفة قياسية جديدة حول المسؤولية الاجتماعية الذي يعد الوثيقة الأساسية لتقدم الخطوط الارشادية الرئيسية لاعداد المواصفة. وقد حصل الاقتراح على اغلبية كافية ضمت 32 دولة. وقد أعربت هذه الدول عن استعدادها للمشاركة في اعداد مواصفة قياسية خاصة بالمسؤولية الاجتماعية. وقد تم اعداد خطة عمل سارت عليها المنظمة:

✓ اعداد مسودة عمل أولية ثم الانتهاء منها في مارس 2006

✓ اعداد مسودة المواصفة القياسية الدولية iso26000 في نوفمبر-ديسمبر 2007

✓ اعداد مسودة نهائية للمواصفة القياسية الدولية في سبتمبر 2008.

✓ اصدار المواصفة القياسية الدولية في ديسمبر 2008.

✓ أخيرا تم اصدار المواصفة في 1 نوفمبر 2010

وقد اعتمدت المواصفة iso26000 من قبل 9 دول عربية

هي: الجزائر، مصر، تونس، المغرب، السعودية، الأردن، الامارات العربية المتحدة، اليمن وسوريا.

**3. تعريف المواصفة ISO26000:** هي معيار دولي اطلقتها المنظمة الدولية للتقييس في 1 نوفمبر

2010 ليقدم توجيهات بخصوص المسؤولية الاجتماعية، والهدف منه هو المشاركة في عملية التنمية

المستدامة العالمية من خلال تشجيع الشركات والمنظمات الأخرى على المشاركة في ممارسة المسؤولية

الاجتماعية لتحسين هذه الممارسة على عمال هذه الشركات والمنظمات وبيئتها الطبيعية ومجتمعها .

وتتضمن المواصفة العناصر التالية: (فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال، 2019، الصفحات

161-162)

✓ المقدمة: تعرض معلومات عن محتوى المواصفة القياسية الارشادية والأسباب التي تدعو

لاعدادها.

✓ البند الأول: المجال: يقوم هذا الجزء بتعريف موضوع المواصفة القياسية الارشادية ومدى تغطيتها

وحدود قابليتها للتطبيق.

✓ البند الثاني: المراجع القياسية: يحتوي هذا الجزء على قائمة بالوثائق التي يجب قراءتها بما يرتبط

بالمواصفة القياسية الارشادية.

✓ البند الثالث: المصطلحات والتعاريف: يحدد هذا الجزء المصطلحات المستخدمة في المواصفة

القياسية الارشادية والتي تتطلب تعريفا.



✓ البند الرابع: سياق المسؤولية الاجتماعية الذي تعمل فيه كل منظمات الاعمال: يناقش هذا الجزء السياق التاريخي والمعاصر للمسؤولية الاجتماعية كما يتناول المواضيع ذات الصلة التي تهم الأطراف المعنية.

✓ البند الخامس: مبادئ المسؤولية الاجتماعية ذات الصلة بمنظمات الاعمال: يحدد هذا الجزء مجموعة من مبادئ المسؤولية الاجتماعية المستمدة من مصادر متنوعة، ويقدم التوجيه فيما يختص بهذه المبادئ.

✓ البند السادس: التوجيه بشأن الموضوعات والقضايا الجوهرية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعي: يقدم هذا الجزء التوجيه بشكل منفصل بشأن مجموعة من المواضيع والقضايا الجوهرية وربطها بالمنظمات.

✓ البند السابع: توجيه منظمات الاعمال بشأن تطبيق المسؤولية الاجتماعية: يقدم هذا الجزء توجيهها عمليا بشأن تطبيق وإدماج المسؤولية الاجتماعية في المنظمة، بما يشمل على سبيل المثال السياسات والممارسات والمناهج وتحديد الموضوعات وتقييم الأداء واعداد التقارير والتواصل.

✓ ملاحق ارشادية: تحتوي المواصفة القياسية الارشادية على ملاحق عند الحاجة اليها وهي:

- الملحق A الخاص بقائمة لمبادرات تطوعية وأدوات متعلقة بالمسؤولية الاجتماعية التي تعالج جانب واحد أو أكثر من المواضيع الأساسية أو دمج المسؤولية الاجتماعية في جميع أنحاء المنظمة.

- الملحق B يقدم اختصارات المصطلحات المستعملة في الايزو 26000.

✓ بيان بالمراجع المتصلة بالموضوع: ان المنظمة الدولية للتقييس عند اعدادها للمواصفة ترجو منها تصور واقع وأداء منظمات الاعمال عند أخذها بمفهوم المسؤولية الاجتماعية الذي يمكن ان يحقق إدامة ميزتها التنافسية.

**4. مبادئ المسؤولية الاجتماعية وفقا للمواصفة ايزو 26000:** تهدف المنظمة من خلال ممارستها لسلوك المسؤولية الاجتماعية الى المساهمة في التنمية المستدامة من جهة والى تحقيق ميزة تنافسية من جهة أخرى. وحتى تطبق هذه المنظمات المسؤولية الاجتماعية وتحقق أهدافها ينبغي ان تطبق 07 مبادئ المذكورة في المواصفة ايزو: (النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات، 2015، الصفحات

المبدأ الأول: القابلية للمساءلة ويقصد به ضرورة استجابة منظمة الاعمال للمساءلة عن تأثيراتها على المجتمع والبيئة.

المبدأ الثاني: الشفافية: يقتضي هذا المبدأ ان تتحلى المؤسسة بالشفافية في قراراتها وأنشطتها التي تؤثر على المجتمع والبيئة وذلك من خلال الإفصاح على نحو واضح ودقيق عن سياساتها وقراراتها وأنشطتها التي تكون مسؤولة عنها.

المبدأ الثالث: السلوك الأخلاقي: يجب ان يبنى سلوك المنظمة على أخلاقيات الأمانة والصدق والعدل، وذلك فيما يتعلق بالإنسان والحيوان والبيئة في كل الأوقات.

المبدأ الرابع: احترام أصحاب المصالح: ويقصد به ان تحترم المنظمة وتأخذ في اعتبارها مصالح كل الافراد من مالكين وعاملين وعملاء وان تعترف بحقوقهم القانونية ومصالحهم الشرعية.

المبدأ الخامس: احترام سلطة القانون: فسلطة القانون هي تلك المتعلقة بالقوانين والقواعد المكتوبة والمعلنة طبقا لإجراءات راسخة ومحددة في سياق المسؤولية الاجتماعية وعلى المنظمة ان تنصاع لكافة القوانين والقواعد المطبقة.

المبدأ السادس: احترام الأعراف الدولية للسلوك: فعلى المنظمة ان تحترم المعايير الدولية للسلوك مع الالتزام بمبدأ احترام سيادة القانون وذلك في المواقف التي لا توفر الحد الأدنى من حماية المجتمع أو البيئة.

المبدأ السابع: احترام حقوق الانسان: على المنظمة ان تحترم هذه الحقوق وتعترف بأهميتها من خلال احترام وتعزيز الحقوق الموضوعية في الميثاق الدولي لحقوق الانسان (الحق في الحياة والحرية، المساواة اما القانون، الحق في التعليم.....). هذا وينبغي على المؤسسة القيام بما يلي:

✓ احترام وتعزيز الحقوق الموضوعية في الميثاق الدولي لحقوق الانسان.

✓ القبول بأن هذه الحقوق تعد عالمية وعمامة وتعد جزءا لا يتجزأ من الحقوق المطبقة في كافة الدول والثقافات والمواقف.

✓ أن تحذو خطوات نحو العمل على احترام حقوق الانسان في البلاد التي لا تحمي فيها حقوق الانسان وان تعمل على الابتعاد عن الاستفادة من هذه المواقف.

✓ أن تلتزم بمبادئ احترام الأعراف الدولية للسلوك اذا كان القانون الوطني او تطبيقه لا يوفر حماية كافية لحقوق الانسان.

## طبيعة وفلسفة المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية

**تمهيد:** عرفت المحاسبة الاجتماعية اهتماما كبيرا في منتصف التسعينات، ومع الدخول في الالفية الجديدة بدأت كل من المحاسبتين الاجتماعية والبيئية تتكاملان معا وتحوزان على اهتمام علم الإدارة والمحاسبة والبيئة لتصبح المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية هي البديل لها.

**1. مفهوم محاسبة المسؤولية الاجتماعية:** هناك العديد من التعريفات التي قدمها الباحثون لمحاسبة المسؤولية الاجتماعية نذكر بعض منها فيما يلي:

- ❖ هي نظام محاسبي يختص بعملية قياس الصفقات أو العمليات التي تحدث فيما بين المنظمة والبيئة الاجتماعية من حولها، ومن ثم الإفصاح عن الآثار التي تترتب عليها لجميع الأطراف ذات العلاقة، وان الهدف الرئيسي بها يتمثل في قياس التكاليف والفوائد الاجتماعية لمنظمات الاعمال والافصاح عنها. (فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال، 2019، صفحة 192)
- ❖ هي مجموعة الأنشطة التي تختص بقياس وتحليل الأداء الاجتماعي لوحدة محاسبية معينة وتوصيل المعلومات اللازمة للفئات والطوائف المختصة بذلك لغرض مساعدتهم في عملية تقييم واتخاذ القرارات وتقييم الأداء الاجتماعي للشركات (القنيعي، 2020، الصفحات 129-149).
- ❖ هي فرع من فروع المحاسبة يهتم بالافصاح عن مختلف جوانب الأداء الاجتماعي للمنظمة حيال مختلف فئات أصحاب المصالح.
- ❖ هي أسلوب اداري-محاسبي متطور يظهر في تحليله النهائي مدى مساهمة كل عضو من أعضاء الهيكل التنظيمي في الربح او الخسارة.

**2. مبادئ نظام محاسبة المسؤولية الاجتماعية:** وتتمثل في:

- أن على المنشأة التزامات اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه وبأنها أي المنشأة تقبل تحمل هذا الالتزام
- ان الموارد الاقتصادية للمجتمع نادرة ومحدودة، ولأنها كذلك يتوجب استغلالها بشكل يؤدي الى تعظيم العائد الاجتماعي المحقق من الاستثمار الاجتماعي.

- لا يمكن اعتبار الموارد الاقتصادية العامة التي تستنفذها المؤسسة في نشاطها التشغيلي كالماء والهواء سلعة مجانية وإنما موارد اقتصادية - اجتماعية يتوجب على المؤسسة تعويض المجتمع عما تستنفذه منها.

- للمجتمع الحق في الاطلاع على مدى تنفيذ المؤسسة لالتزاماتها تجاهه وذلك ضمن الأسس والمبادئ المتعارف عليها للافصاح المحاسبي.

3. أهداف محاسبة المسؤولية الاجتماعية: ان لمحاسبة المسؤولية الاجتماعية أهداف عديدة تتمثل في: (جربوع، يوسف، 2007، صفحة 247)

- ✓ تقديم المعلومات التي تسمح بتقييم أثر أنشطة المؤسسة في المجتمع.
- ✓ تشجيع المؤسسات للأخذ بعين الاعتبار تأثير النشاطات الاقتصادية في البيئة الاجتماعية من خلال قياس التأثيرات السلبية والايجابية لهذه النشاطات وعدها جزءا من اهتمامات المحاسبة والافصاح عن ذلك في القوائم المالية.
- ✓ تحديد وقياس صافي المساهمة الاجتماعية للمؤسسة عن طريق مقارنة التكاليف والمنافع الاجتماعية .
- ✓ المساعدة في تحديد ما اذا كانت استراتيجية المؤسسة والأنشطة التي لها تأثير مباشر على الموارد ومراكز الافراد وقطاعات المجتمع، تتماشى مع الأولويات الاجتماعية من ناحية والطموح المقبول للأفراد من ناحية أخرى.
- ✓ تقييم الأداء الاجتماعي للمؤسسة وذلك من خلال تحديد ما اذا كانت استراتيجية المؤسسة وأهدافها تتماشى مع الأولويات الاجتماعية من جهة ومع طموح المؤسسة والافراد بتحقيق نسبة معقولة من الأرباح من جهة أخرى.
- ✓ توفير البيانات الملائمة عن الأداء الاجتماعي للمؤسسة ومدى مساهمتها في تحقيق الأهداف الاجتماعية لكل أطراف المجتمع.
- ✓ توصيل المعلومات الاجتماعية ونتائج القياس المحاسبي الى الطوائف الاجتماعية المستفيدة من خلال قوائم اجتماعية تستحدث لهذا الغرض.
- ✓ مساعدة إدارة المؤسسة في وضع البرامج الاجتماعية وتحديد مساهمتها اللازمة في ضوء الأهداف التي تسعى الى تحقيقها.

## 4. مجالات المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية: يوجد اربع مجالات رئيسية للأداء الاجتماعي التي

تشملها المحاسبة على المسؤولية الاجتماعية وهي موضحة في الجدول التالي:

## الجدول رقم(06) مجالات المحاسبة على المسؤولية الاجتماعية

المجال	نوع الأنشطة التي يشملها
العاملين	يتضمن هذا المجال تأثير أنشطة المنظمة على الأشخاص العاملين فيها كموارد بشرية تساهم بصورة فعالة في تحقيق أهداف المنظمة وبالتالي فهي تشمل الأنشطة التي تعمل على تحسين ظروف العاملين، ويمثل هذا مجالا داخليا من مجالات المحاسبة الاجتماعية.
البيئة	يشمل مجموعة من الأنظمة الاجتماعية التي تهدف الى الحد من الآثار السلبية الناجمة عن ممارسة المنظمة لنشاطها، والتي تؤثر على البيئة وذلك للمحافظة على سلامة البيئة المحيطة بالمنظمة والمحافظة على الموارد الطبيعية.
حماية المستهلك	يشمل الأنشطة التي تهدف الى تحقيق رضا المستهلك والمحافظة على هذا الرضا كزيادة أمان المنتج، وعدم خداع المستهلك والصدق في الإعلان، وتوفير البيانات اللازمة عن المنتج من حيث طريقة الاستخدام وحدودها والمخاطر المرتبطة ومدة صلاحية الاستخدام.
المجتمع	يشمل الأنشطة التي تهدف الى تحقيق فائدة للمجتمع كتشغيل المعاقين والعجزة، افساح المجال أمام طلبة الجامعات للتدريب، إقامة حضانات للأطفال، المساهمة في الرعاية الصحية، دعم الجمعيات الخيرية، وكل هذا يهدف الى تنمية وتحقيق الرفاهية الاقتصادية للمجتمع

المصدر: وهبية مقدم، تقييم مدى استجابة منظمات الاعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، أطروحة دكتوراه في علوم

تسيير، جامعة وهران، 2013/2014، ص 175.

## 5. القياس المحاسبي للتكاليف: ان توفير المعلومات الاجتماعية بالشكل الذي يحقق الهدف من

استخدامها لا يمكن ان يكون إلا من خلال عملية قياس ما يترتب عن الأنشطة الاجتماعية من

تكاليف ومنافع، لذلك فإن المشكلة الحقيقية التي تواجه بناء أي نموذج للمحاسبة عن المسؤولية

الاجتماعية هي مشكلة قياس كل من التكاليف والمنافع للمسؤولية الاجتماعية.

1.5 قياس التكاليف الاجتماعية: لقد اختلف الباحثون في تحديد مفهوم التكاليف الاجتماعية، فهي في رأي البعض تمثل التضحية (الفائدة) للمجتمع على شكل موارد مستنفذة (مضافة) من قبل الوحدة الاقتصادية نتيجة لتعاملاتها ذات التأثير الاجتماعي.

وهناك من يرى ان التكاليف الاجتماعية تمثل ما ينفق (ما ينبغي انفاقه) لإزالة الضرر الناتج عن مزاوله الوحدة الاقتصادية لنشاطاتها مثل التلوث.

لذا تكمن المشكلة الأساسية التي تواجه المحاسبة الى ان هناك اختلاف بين وجهة النظر المحاسبية ووجهة النظر الاقتصادية في قياس هذا النوع من التكلفة.

- وجهة النظر المحاسبية: تعتبر ان التكلفة الاجتماعية تمثل المبالغ التي تنفقها المؤسسة نتيجة اضطلاعها بمسؤولياتها الاجتماعية بصفة اختيارية أو الزامية والتي لا يطالبها نشاطها الاقتصادي بالإضافة الى عدم حصولها على منفعة او عائد اقتصادي مقابل هذه التكاليف.

- وجهة النظر الاقتصادية: تعتبر ان التكلفة الاجتماعية هي قيمة ما يتحمله المجتمع من اضرار نتيجة لممارسة المؤسسة لنشاطها الاقتصادي، فهي بذلك تعبر عن قيمة الموارد التي يعنى بها المجتمع من أجل انتاج السلع والخدمات او يعتمد على تكلفة الفرصة البديلة.

2.5 قياس المنافع الاجتماعية: تمثل تلك المزايا أو المردود الذي يحصل عليه المجتمع نتيجة قيام المؤسسة بأنشطتها الاقتصادية والاجتماعية من خلال ايفائها بالتزاماتها تجاه كل من العاملين لديها والمنتفعين من السلع والخدمات المنتجة من قبلها والبيئة المحيطة والمجتمع بشكل عام.

فالمنافع الاجتماعية هي الفوائد التي يتحقق معظمها لأطراف خارج المشروع والعديد من هذه المنافع يصعب قياسها نقدياً (كتحقيق انطباع حسن عن المشروع).

يعتبر قياس العائد الاجتماعي المشكلة الجوهرية التي تواجه المحاسبة الاجتماعية والافصاح عنها فمثلا كيف يمكن تقدير قيمة نقدية للمنفعة التي يحصل عليها المجتمع من جراء قيام المؤسسة بتشجير المنطقة المحيطة بها.

6. الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية: هو عرض البيانات المتعلقة بالنشاط الاجتماعي للوحدة الاقتصادية بشكل يمكن من تقويم الأداء الاجتماعي للمؤسسة.

1.6 أساليب الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية: تميز عقد السبعينات من القرن الماضي بعدد من المحاولات النظرية والعملية للإفصاح عن البعد الاجتماعي للمؤسسات بحيث تعددت وجهات النظر بين الباحثين: (العايش، 2018، صفحة 47)

1. أسلوب عرض النشاطات الاجتماعية في تقرير منفصل عن التقارير المالية، ويتضمن المبالغ التي أنفقت على كل نشاط من الأنشطة الاجتماعية، ويعرض متزامنا مع القوائم المالية، ولا يتضمن المنافع التي حققتها تلك النشاطات.
2. أسلوب عرض النشاطات الاجتماعية ضمن القوائم المالية دون الاعتماد على تحليل التكاليف والمنافع من هذه الأنشطة، ويتخذ هذا التقرير شكل وصفي لا يحتوي على قيم مالية، ومن ثم تبوب النشاطات الاجتماعية في هذا الأسلوب الى اربع مجموعات: العاملين، البيئة، المجتمع، المستهلكين.
3. أسلوب عرض النشاطات الاجتماعية ضمن القوائم المالية مع اظهار جميع المبالغ التي انفقت على كل نشاط، ويعتمد هذا الأسلوب على الإفصاح عن المعلومات الكمية والنشاطات المنجزة وعن قياس المنفعة من هذه النشاطات بما يتناسب مع قيمة ما أنفق.
4. أسلوب عرض الأنشطة الاجتماعية بشكل منفصل عن القوائم المالية متضمنة التكاليف ومنافع الأنشطة الاجتماعية، وتطلق عليها اسم قائمة التأثير الاجتماعي وفيها يتم الإفصاح عن كل المنافع والتكاليف وصافي العجز أو الفائض الاجتماعي الذي تحقق للمجتمع.

## 2.6 مزايا الإفصاح المحاسبي الاجتماعي: وتتمثل في:

- تحسين سمعة المؤسسة وصورتها، وقيمتها في السوق.
- زيادة رضا الموظفين، وبالتالي اخلاصهم واندماجهم مع المؤسسة.
- قلة الدعاوي المدنية والجنائية ضد المؤسسة الملتزمة بالاداء الاجتماعي.
- يوفر تطبيق محاسبة المسؤولية الاجتماعية الفرصة لادخالها البعد البيئي في أنظمة السياسات القومية، وهذا يوفر ميزتين:

- توفير معلومات على قدر كبير من الأهمية تستخدمها الجهات المختصة بوضع الخطط التنموية على المستوى القومي.
- توفر الفرصة لتحسين الأسس والأساليب المتبعة في قياس الناتج المحلي الإجمالي وكذلك

- معدلات النمو المحققة فيه وذلك يتماشى مع النظام المعد بيئيا لقياس هذا الناتج والذي اقترحه الأمم المتحدة عام 1993.

7. **قياس الأداء الاجتماعي**: ظهرت أولى المحاولات لقياس الأداء الاجتماعي على يد **carroll** سنة 1979م حيث وضع نموذج يحدد مفهوم الأداء الاجتماعي كترابط بين ثلاثة أبعاد: مبادئ المسؤولية الاجتماعية، طريقة ممارسة هذه المبادئ (التحسيس الاجتماعي) وقيمها الاجتماعية. لتظهر فيما بعد العديد من الدراسات التي تناولت تفسير مفهوم الأداء الاجتماعي.

**1.7 نماذج تفسير مفهوم الأداء الاجتماعي**: من أهم النماذج المفسرة لمفهوم الأداء الاجتماعي نذكر مايلي: (مقدم، زايري، 2012، ص ص 218-241)

أ/ **نموذج Carroll**: يركز هذا النموذج على ثلاث أبعاد هي:

- **البعد الأول**: يتضمن الغايات التي تود المنظمة تحقيقها من ممارسة المسؤولية الاجتماعية، ولا يتضمن هذا فقط تحقيق المردودية الاقتصادية واحترام القوانين، إنما ممارسة سلوك أخلاقي يناسب المعايير والترقيات المجتمعية.

- **البعد الثاني**: هو التوعية الاجتماعية، ويتم قياسها من خلال أربعة مواقف هي: الرفض، الالتزام الاجتماعي، التكيف، الاستجابة (الاستباقية).

- **البعد الثالث**: وهو الأكثر عملية، ويضم قائمة مفتوحة من المجالات التي تغطيها المسؤولية الاجتماعية، وفقا للفترة الزمنية المتاحة للمنظمة وللقطاع الذي تنشط فيه المنظمة، حيث يمكن أن يتعلق الأمر بالمجالات الاجتماعية والبيئية والجوانب المتعلقة بالمساهمين وكذا جودة وأمن المنتجات.

ب/ **نموذج wood**: ترى بأن الأداء الاجتماعي هو ناتج عن تشكيلة تنظيمية ممثلة من خلال مجموعة من الالتزام بالمبادئ، والأنظمة الداخلية، والنتائج الملاحظة، هذه المكونات الثلاثة تربط المنظمة بالمجتمع.

فالأداء الاجتماعي وفقا ل **wood** هو مجموعة من التصنيفات التي تعكس نشاطات منظمات الاعمال في شقها المتعلق بآثار ونتائج هذه النشاطات على المجتمع وعلى أصحاب المصلحة وعلى المنظمة ذاتها، تتحدد طبيعة هذه النتائج من خلال الترابطات العامة والخاصة والتي تحدد مبادئ المسؤولية الاجتماعية.



## الشكل(05) نموذج الأداء الاجتماعي لمنظمات الأعمال المقترح من طرف wood

نتائج وآثار الأداء	أنظمة التفاعل الاجتماعي	مبادئ المسؤولية الاجتماعية
الآثار على الأشخاص وعلى المنظمات	التقييم البيئي: جمع المعلومات الضرورية من أجل التفاعل مع المحيط الاجتماعي والبيئي والسياسي والقانوني والأخلاقي	الشرعية: المنظمة التي تتعسف في استعمال الحق الذي يمنحه لها المجتمع تختفي.
الآثار على البيئة الطبيعية والمادية	إدارة العلاقة مع أصحاب المصلحة: الالتزام الفعال اتجاه طلبات وترقيات أصحاب المصلحة الدائمين.	المسؤولية العامة: المنظمات مسؤولة عن آثار نشاطاتها الأولية والثانوية.
الآثار على الأنظمة الاجتماعية والمؤسسية	إدارة التحديات التي تواجه جمهور المجتمع: إقامة أنظمة داخلية تسمح للمنظمة بالاستجابة الجيدة للإنشغالات الاجتماعية أو السياسية المؤثرة.	حرية التصرف الإدارية: المسيرين والعمال هم الأطراف الفاعلة أخلاقيا

المصدر: زايري بقاسم، وهيبية مقدم، الحاجة الى تصميم لوحة قيادة من أجل دمج المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال ومقياس الأداء تجاهها، المؤتمر العلمي الدولي الأول حول سلوك المؤسسة الاقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعي، 20-21 نوفمبر 2012 جامعة ورقلة، ص223.

ج/نموذج (Decock et Good): عرض (Decock et Good) خمس قياسات للأداء

الاجتماعي وهي:

- تحليل محتوى التقارير السنوية
- مؤشرات التلوث
- مؤشرات السمعة
- بحوث الاستقصاء
- المعطيات المحصل عليها من المنظمات المعنية.

2.7 مؤشرات قياس الأداء الاجتماعي: هناك 4 مؤشرات أساسية: (بن العايش، 2018)

1. مؤشر الأداء الاجتماعي للعاملين بالمؤسسة: ويشمل جميع تكاليف الأداء بخلاف الاجر الأساسي

الذي تقدمه المؤسسة للعاملين فيها بغض النظر عن مواقعهم التنظيمية وأنواع أو طبيعة أعمالهم. وتقوم المؤسسة بالالتزام بتوفير كافة العوامل اللازمة لخلق وتعميق حالة الولاء وانتماء العاملين كالاهتمام كالاهتمام بحالتهم الصحية وتكوينهم وتحسين وضعهم الثقافي.

2. مؤشر الأداء الاجتماعي لحماية البيئة: وتشمل كافة تكاليف الأداء الاجتماعي المضحي بها لحماية

أفراد المجتمع المحيط الذي تعمل المؤسسة داخله حيث تحاول جاهدة رد الاضرار عن البيئة المحيطة والمتولدة عن أنشطتها الصناعية، وهذه تشمل على تكاليف حماية تلوث الهواء والبيئة البحرية.

3. مؤشر الأداء الاجتماعي للمجتمع: ويتضمن كافة تكاليف الأداء التي تهدف الى اسهامات المؤسسة

في خدمة المجتمع مشتملة بذلك على التبرعات والمساهمات للمؤسسات التعليمية والثقافية والرياضية والخيرية ثم تكاليف الاسهامات في برامج التعليم والتكوين الاجتماعي ومشاريع التوعية الاجتماعية.

4. مؤشر الأداء الاجتماعي لتطوير الإنتاج: وتشمل كافة تكاليف الأداء التي تنصب في خدمة

المستهلكين حيث تتضمن تكاليف الرقابة على جودة الإنتاج وتكاليف البحث والتطوير ثم تكاليف ضمانات المتابعة مابعد البيع وتكوين وتطوير العاملين وغيرها من الخدمات التي تحقق حالة الرضا عن المنافع المتأتية من المنتجات والخدمات المقدمة للمستهلكين.

## تطبيقات المسؤولية الاجتماعية في الشركات العالمية

تمهيد: تشير الدراسات الى قيام القطاع الخاص في الدول العربية بدور اجتماعي وانساني،الذي يعد صورة من صور التكافل الاجتماعي والعطاء والتراحم التي تميز المجتمعات العربية.

كما نجد ان الشركات الكبرى في الدول المتقدمة نجحت الى حد كبير في تبني برامج المسؤولية الاجتماعية ووصل البعض منها الى مرحلة ابتكار برامج جديدة ليس فقط على المستوى المحلي والقومي بل على المستوى العالمي عبر فروعها المنتشرة على مستوى دول العالم.وفيما يلي اخترنا بعض هذه الشركات لدراسة برامجها وتحليلها:

## أولاً: المسؤولية الاجتماعية في شركة ميكروسافت:

أ/التعريف بالشركة: شركة مايكروسوفت هي من كبرى شركات البرمجيات في العالم، وقد احتلت المرتبة الأولى في قائمة أفضل 100 شركة تمارس أنشطة المسؤولية الاجتماعية في العالم الصادرة من معهد "Reputation" وهو أحد المؤسسات الاستشارية العالمية والمتخصص في رصد إسهامات المؤسسات، والذي يقوم بتصنيف المؤسسات على مستوى العالم من ناحية إسهاماتها في المسؤولية الاجتماعية.

تقوم شركة مايكروسوفت بالعديد من الأنشطة والبرامج في خدمة المجتمع، وفي إطار ذلك فإنها تعمل على تشجيع الموظفين لديها على العمل التطوعي في خدمة المجتمع، وذلك من خلال:

- ✓ منح الموظفين الذين يرغبون في الاشتراك بالعمل التطوعي وقت مدفوع الأجر.
- ✓ إتاحة فرص للموظفين للاشتراك في فريق العمل التطوعي في الشركة.
- ✓ استخدام موارد وأدوات الشركة في العمل التطوعي.

## ب/ مبادرات شركة مايكروسوفت: من أهم هذه المبادرات ما يلي:

✓ مبادرة **Hooray for Giving!**: العطاء والمنح متأصل في ثقافة مايكروسوفت. تعمل مايكروسوفت على تشجيع الموظفين لديها على العمل التطوعي في خدمة المجتمع، من خلال منح الموظفين الذين يرغبون في الاشتراك بالعمل التطوعي وقت مدفوع الأجر، وإتاحة فرص للموظفين للاشتراك في فريق العمل التطوعي في الشركة، واستخدام موارد وأدوات الشركة في العمل التطوعي.

عندما بدأ برنامج المنح في عام 1983، شارك ما يقرب من 200 موظف في مايكروسوفت في تجميع 17,000 دولار للمؤسسات غير الربحية. اليوم، يشارك أكثر من 35,000 موظف في الحملة، وهو ما يقرب من 65% من إجمالي القوى العاملة الأمريكية في مايكروسوفت بلغت قيمة تبرعات المنظمات خلال 30 حملة تم إطلاقها منذ عام 1983 حوالي 1 مليار دولار والتي صبت في أكثر من 31,000 من المنظمات غير الربحية في جميع أنحاء العالم.

✓ **مبادرة YouthSpark Microsoft**: قامت مايكروسوفت قامت بإعادة توجيه معظم الجهود الخاصة بالمواطنة في الشركة إلى قطاع الشباب ، مع إطلاق مبادرة Microsoft YouthSpark وهي مبادرة على مستوى المؤسسة تهدف إلى ربط 300 مليون شاب بفرض التعلم والتوظيف وبناء الأعمال الخاصة بالتعاون مع الحكومات والمؤسسات غير الحكومية والشركات الأخرى بهدف تضيق الفجوة في الفرص المتاحة أمام الشباب بين المالكون لامكانية الوصول للتكنولوجيا والمهارات وبين الذين لا يملكونها.

وقد وفرت هذه المبادرة العديد من الخدمات منها:

- منح الشباب، موقع دولي مخصص للمنح فائقة الصغر والذي يعمل على جمع المنح والمساهمات للمؤسسات غير الربحية التي تعمل على قضايا الشباب في أنحاء العالم
  - محور مركزي لمبادرة YouthSpark وهو مساحة على الإنترنت يمكن من خلالها للجميع الوصول إلى جميع الخدمات والبرامج والموارد المقدمة للشباب والتي توفرها مايكروسوفت وشركائها من المنظمات غير الربحية.
  - مبادرة مايكروسوفت الخيرية: وهي مجتمع دولي على الإنترنت يمكن الشباب من التعاون، والابتكار ودعم بعضهم البعض في استخدام التكنولوجيا لتحقيق الفارق لمجتمعاتهم.
- تتجاوز مبادرة YouthSpark أفكار المنح والمساهمات التقليدية حيث تضم مجموعة واسعة من البرامج العالمية التي تدعم الشباب بإمكانيات الوصول للتكنولوجيا، والحصول على تعليم أفضل وإلهام الشباب لتخيل الفرص التي يمكنها أن تطلق كامل قدراتهم.

### ✓ **مبادرات الطاقة النظيفة:**

تطمح Microsoft إلى تمكين مستقبل مستدام كل شخص في عالم محدود الموارد. وتركز عمل الاستدامة البيئية في ثلاثة مجالات أساسية: الكربون والطاقة والمياه والنظم البيئية. تعمل على خلق المنتجات والأجهزة المستدامة، فقد ابتكرت لحل المشاكل البيئية التحديات مع التكنولوجيا ، ودفع السياسات التي تساعد على خلق أكثر استدامة مستقبل، وتؤمن الموارد المياه باستخدام الإدارة المستدامة بوضع أهدافاً ذات مغزى ، وتعمل على تحسين كفاءة

استخدام المياه لدينا ، وتطوير الابتكار وحلول لتحديات المياه. منها Silicon Valley الجامعي أول تكنولوجيا حاصلة على شهادة net-zero water ، وستكون جميع المياه غير الصالحة للشرب في المبنى تأتي من الأمطار أو المياه المعاد تدويرها في الموقع.

### ثانيا: المسؤولية الاجتماعية في شركة تويوتا

أ/ التعريف بالشركة: تعتبر شركة تويوتا اول شركة مصنعة للسيارات في العالم حيث انتجت أكثر من 10.74 مليون سيارة في عام 2019 محملة المركز الثاني بعد فولسفاغن حيث تجاوزت مبيعاتها 273 مليار دولار سيارة سنويا .

هذا وتعد تويوتا من الشركات الرائدة عالميا في مجال مبيعات السيارات الكهربائية الهجينة في جميع أنحاء العالم حيث قامت الشركة بإنتاج سيارات تعمل بالوقود المجهن الذي يؤدي الى تخفيض استهلاك الطاقة وتقليل نسبة الانبعاثات الغازية والملوثات في الجو ، وتمكنت من بيع ما يقارب مليون سيارة من هذا النوع وهو ما مكنها من التفوق على شركة جنرال موتورز الأمريكية في إنتاج هذا النوع من السيارات. ب/ مبادرات الشركة: في سياق تطبيق المسؤولية الاجتماعية قامت شركة تويوتا بالعديد من الأنشطة الاجتماعية التي كان لها الأثر الإيجابي على البيئة والمجتمع الذي تنشط فيه وعملت على تعزيز الثقة مع زبائنها. ومن أهم هذه الأنشطة نذكر:

✓ وضع برنامج المنح لدعم الأنشطة البيئية التي تنفذها المنظمات غير الهادفة للربح والذي بدأ عام 2000 تحت شعار "التكنولوجيا البيئية والمساهمة في تنمية الموارد البشرية للحفاظ على البيئة"

✓ برنامج تويوتا لتوعية الشباب الصيني بموضوعات الحماية البيئية منذ عام 2005.

✓ برنامج منع التصحر بالصين منذ عام 2001.

✓ مشروع حماية الغابات باليابان

✓ المساهمة في وضع برامج تعليمية بيئية للأطفال والبالغين في اليابان منذ عام 2005

✓ مبادرة استعادة الغابات الممطرة في الفلبين وذلك بالتعاون مع المنظمات غير الحكومية الصينية في أنشطة غرس الأشجار في مقاطعة كاجايان بالفلبين.

✓ مبادرة **TOGETHER GREEN** بالولايات المتحدة الأمريكية منذ عام 2008

لتمويل مشاريع المحافظة على البيئة وتشجيع العمل التطوعي.

✓ التعاون مع دولة البرازيل في ترميم والحفاظ على الغابات في المحيط الأطلسي للمناطق الأكثر تضررا في البرازيل.

✓ معالجة مياه الصرف الصحي والتخلص من مياه الأمطار بالطرق البيئية السليمة.

- ✓ تستخدم الشركة خبراتها لتصنيع البرامج التي تعمل على النهوض بالعلوم والتكنولوجيا وتدعم تنفيذ البرامج التعليمية في جميع انحاء العالم وذلك من خلال:
- المشروع التعليمي بجنوب افريقيا، وذلك بتدريس المعلمين وتدريبهم على أساليب تدريس اللغة الإنجليزية والرياضيات والعلوم.
  - قامت باجراء برنامج للمنع الدراسية في الصين منذ عام 2006 بالتعاون مع مؤسسة "سونج تشينج لينج" لمساعدة الطلاب في وسط وغرب الصين الذين يواجهون صعوبات اقتصادية في استكمال دراستهم الجامعية.
  - مؤسسة تويوتا للمنع الدراسية بكوريا: بدأت منذ 2005 بالتعاون مع مؤسسات المجتمع المدني في تقديم منح دراسة لطلاب المدارس الفقيرة بواقع 45 طالبا في السنة.

#### رابعا: المسؤولية الاجتماعية في شركة جوجل "google"

هي شركة تقنية أمريكية، تعتبر من كبريات شركات الخدمات الالكترونية المرتبطة بالانترنت خاصة البحث المعلوماتي والبريد الالكتروني والاعلان، وقد اقرن اسمها بأشهر محرك بحث جعلها ضمن أقوى العلامات التجارية عالميا.

بدأت فكرة انشاء شركة جوجل في يناير 1996 في اطار انجاز بحث دراسي من طرف الطالبان "لاري بيدج" و "سيرجي برين" في جامعة ستانفورد بولاية كاليفورنيا الامريكية، وتركز على تطوير أسلوب جديد للبحوث على شبكة الانترنت. ولما نجح المشروع أسس الطالبان الشركة بتاريخ 4 سبتمبر 1998 في ولاية كاليفورنيا.

بلغت قيمة رأس مال الشركة حتى جوان 2015 أكثر من 23 مليار دولار، ووصلت أرباحها الصافية 17.7 مليار دولار وتجاوز عدد موظفيها 57 ألف شخص، وواصلت تطورها بتقديم منتجات جديدة مثل غوجل كروم، يوتيوب، اندرويد، جوجل ارث، جي ميل إضافة الى استحواذها على شركات أخرى وإبرام شراكات جديدة.

وتدعيما لفكر المسؤولية الاجتماعية، أنشأت الشركة سنة 2004 قسما متخصص في تقديم الخدمات الاجتماعية برأس مال مبدئي قدره مليار دولار، ويركز على نشر الوعي بالتغيرات المناخية والصحة ومكافحة الفقر.

هذا وقد صنفت شركة جوجل من أفضل بيئات العمل في العالم حيث تولي اهتماما خاصا لمبادئ المسؤولية الاجتماعية الداخلية وذلك بهدف بناء نفسها من الداخل عبر الاهتمام بموظفيها وتحسين مستوى معيشتهم وتحقيق رفاهيتهم وذلك من خلال إطلاق البرامج التالية:

- التدريب والتعليم: حيث خصصت الشركة حوالي 50 مليون دولار لمساعدة الأطفال والأشخاص في المجتمعات المهمشة والمحرومة في عدة مناطق من العالم. ومن خلال هذه المهارات والدورات التي توفرها الشركة تغيير نمط حياة المجتمعات وتحسين مستوى معيشة أفرادها.
- التوظيف ومحاربة البطالة: تبرعت شركة جوجل بحوالي 1.5 مليون دولار ، وهو مشروع يركز بشكل أساسي على مساعدة الشباب في العثور على الوظائف والمطابقة بين مهارات الشباب والوظائف الموجودة في السوق في الوقت الحالي.
- الأنشطة الخيرية: قامت الشركة بالتبرع بنسبة 1% من أرباحها للمشاريع الخيرية، كما يعمل لدى المنظمة 8000 وكيل قانوني في 30 دولة لوقف الاتجار بالبشر واستغلال الأطفال .
- استخدام الطاقة المتجددة: تلعب الشركة دورا بارز على صعيد ترشيد استخدام الطاقة وزيادة الاعتماد على الطاقة النظيفة والمتجددة حيث يستخدم مركز البيانات طاقة أقل بنسبة 50% من المؤسسات الأخرى في العالم ، كما خصصت أكثر من مليار دولار لمشاريع الطاقة المتجددة، وتمكين الشركات الأخرى من تقليل تأثيرها البيئي.
- كما أبرمت google اتفاقية لاستثمار أكثر من 1.5 مليار دولار في مشاريع الطاقة المتجددة مثل الرياح على نطاق واسع والالواح الشمسية على الاسطح . وحصلت google بذلك على الشهادة الخضراء على أكثر من 4 ملايين قدم مربع من المباني التابعة لها بواسطة LEED. (google environmental report, 2016).
- انبعاثات الكربون: تعمل شركة جوجل على زيادة نطاق عملياتها في السحابة، وهي منصة خالية من الكربون ولها آثار بيئية إيجابية وقد استطاعت ان تحقق انخفاض في كثافة الكربون من سنة 2009 الى سنة 2015 بأكثر من 50%.

## خامسا: المسؤولية الاجتماعية في شركة فودافون

أ/التعريف بالشركة: شركة فودافون بمصر تعتبر من الشركات الرائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر. وتهدف للتواصل وتنمية المجتمع وزيادة وتيرة التقدم في مصر. وقد كانت فودافون بمصر إحدى أولى الشركات التي أنشأت قسم متخصص بأنشطة المسؤولية الاجتماعية في مصر. ويعكس هذا إلترام الشركة بالمسؤولية الاجتماعية على أعلى مستوى، وكونها جزءاً لا يتجزأ من استراتيجيتها للعمل. وقد تأسس قسم المسؤولية الاجتماعية بالشركة عام 2004، ومنذ هذا التاريخ وهو يعنى بالمشروعات الخيرية ومبادرات تنمية المجتمع.

تسعى فودافون لدعم المجتمع المحلي من خلال اهتمامها بالعديد من القضايا الاجتماعية الرئيسية، التي تعتبرها ذات أهمية قصوى مثل التعليم والصحة وقضايا البيئة ورعاية الأيتام والإغاثة في حالات الكوارث.

ب/مبادرات فودافون: من أهم مبادراتها

- ❖ مبادرة فودافون "العلم قوة"
- ❖ مبادرة وجبتي في مدرستي
- ❖ دمج ذوى القدرات الخاصة بالمجتمع وفي سوق العمل
- ❖ مبادرة الصديق الأمثل: تجربة رائدة لنشر ثقافة الرياضات الموحدة
- ❖ المشاركة المجتمعية والمساهمة في جهود الإغاثة أو الطوارئ
- ❖ خيمة فودافون الخيرية تسعد باستضافة 3000 طفل يتيم خلال شهر رمضان الكريم
- ❖ أوبريت الليلة الكبيرة في حفل فودافون الخيري السنوي للأطفال
- ❖ الاحتفال بيوم اليتيم: تقليد سنوي تحرص عليه فودافون بمشاركة آلاف الأطفال
- ❖ قوافل فودافون الطبية تجوب محافظات مصر للعلاج بالمجان
- ❖ دعم منظمات المجتمع المدني وتنمية قدراتها: برنامج الحاسب الآلي
- ❖ تطوير قنوات المشاركة الإيجابية وفرص العمل التطوعي لموظفي فودافون بصفة دائمة
- ❖ من خلال أكثر من 500 موظف: 5000 ساعة عمل تطوعي لخدمة مجتمعنا هذا العام
- ❖ بناء الشراكات وتبادل الخبرات في العمل التنموي والمسؤولية الاجتماعية

، حيث نجحت فودافون في طرح العديد من المبادرات الناجحة والاستفادة من خبرات فودافون العالمية في هذا المجال مما ساهم في نشر فكر المسؤولية الاجتماعية في مصر. وحرصت فودافون دائماً على إطلاق حوارات مجتمعية والتواصل الدائم مع كافة الأطراف المعنية بالعمل التنموي من جهات حكومية ومنظمات مجتمع مدني والجهات المانحة والعديد من الشركات الكبرى العاملة في مصر بهدف تبادل الخبرات وتشجيع الشركات الأخرى على الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية في مصر.



مبادرة الطاقات النظيفة: حشدت شركة فودافون مصر أنشطتها الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات لتحقيق أهداف الأمم المتحدة للتنمية المستدامة. أطلقت الشركة العديد من المبادرات لتوفير المنتجات والخدمات التي تمكن مجتمع أكثر استدامة، وتعزيز بيئة أكثر حضرة وكفاءة بيئية. تنمية المجتمع مع التركيز على رفاهية الأطفال وتنمية الشباب؛ وتطوير منتجات وخدمات مستدامة للعملاء ذوي الاحتياجات الخاصة. في مارس 2019، أطلقت شركة فودافون مصر عرضاً لإنشاء محطة للطاقة الشمسية في مصر، مما يجعلها أول شركة تنتج الطاقة بدلاً من مجرد استهلاكها. تستهدف فودافون مصر نسبة أعلى من استخدام الطاقة النظيفة من خلال زيادة اعتمادها على الطاقة المتجددة من 13% إلى 100% بحلول عام 2025 وفقاً للهدف 7 من أهداف التنمية المستدامة بشأن الطاقة النظيفة وبأسعار معقولة.

والجدول الموالي يلخص اهم أنشطة المسؤولية الاجتماعية لشركة فودافون:

#### الجدول (7) بعض برامج المسؤولية الاجتماعية لشركة فودافون

م	المشروعات	الفئات المستهدفة	نطاق وهدف المشروع	الشركاء
1	حملة لبناء 2000 عيادة مدارس موجودة بجميع أنحاء مصر	الأطفال الفقراء	<ul style="list-style-type: none"> <li>تجديد 300 مدرسة في 29 محافظة.</li> <li>مادرة مدرستي جددت أكثر من 4000 فصل وحمام ومكتبة وملعب، واستفاد منها أكثر من 100000 طفل، هدفه الآن هو الحفاظ على صحة أطفالنا في تلك المدارس بالإضافة إلى مدارس أخرى.</li> </ul>	المدارس والادارات التعليمية المعنية
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>العودة إلى المدرسة.</li> <li>اصلاح وترميم المدارس في مصر.</li> </ul>	الطلاب الفقراء	<ul style="list-style-type: none"> <li>توزيع أكثر من 30 ألف حقيبة مدرسية بمستلزمات "كراسات، اقلام رصاص، محايات، مساطر، برايات"، على الطلاب الفقراء في المحافظات المختلفة</li> <li>"مائة الف تلميذ" يعيشون في</li> </ul>	المحافظات المستهدفة

	المناطق الاكثر فقرا في القرى النائية في جميع انحاء مصر ● ترميم 200 فصل دراسي ومرحاض ومكتبة وفناء. ● ترميم 147 مدرسة في 27 محافظة في مصر			
3	● التبرع بمعدات طبية لوحدة الليزر ● مرضى القلب ● الطلاب الفقراء	● 100 الف تلميذ يعيشون في المناطق الاكثر فقرا في القرى النائية في جميع انحاء مصر	معهد القلب القومي	
4	اسوان الانسانية-يناير 2010 بالفيضان	● مساعدة الاسر التي تأثرت بالفيضانات اثناء هذه الازمة وتقديم الطعام وخطوط فودافون وهواتف للأسر المتضررة وتقديم اعانات مالية للجمعيات الاهلية المحلية التي تعمل على دعم الاسر المشردة والتي تساهم في اعادة بناء منازلهم.	محافظة اسوان والجمعيات الاهلية المعنية	
5	توصيل مياه نظيفة للمنازل	العائلات المتحتاجة	محافظة الجيزة	المناطق العشوائية والفقيرة بمحافظة الجيزة

المصدر: مدحت محمد أبو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات: المواصفة القياسية ISO26000، المجموعة

العربية للتدريب والنشر، الطبعة الأولى، مصر، 2015، ص ص 159-160

وفي اطار تشجيع المؤسسات في مصر على تبني برامج للمسؤولية والمساهمة في التنمية، قامت الحكومة المصرية ممثلة في وزارة الاستثمار بتأسيس المركز المصري للمسؤولية الاجتماعية سنة 2009، ووضع مؤشر المسؤولية الاجتماعية للشركات SP/EGXESC في عام 2010، وذلك لدفع الشركات التي تتعامل مع البورصة المصرية من قيامها بدورها التنموي اتجاه المجتمع. (أبو النصر، 2015، ص 155)

وبهذه الخطوة اصبحت مصر أول دولة عربية وأفريقية في تطبيق هذا المؤشر، والثانية على المستوى العالمي بعد الهند.

## مسارات المسؤولية الاجتماعية

## تمهيد:

لقد حدد كل من فيليب كوتلر ونانسي لي سنة 2005 في كتابهما عن المسؤولية الاجتماعية للشركات ستة خيارات اجتماعية مؤسسية تختار منها ما يناسبها ويناسب المجتمع المحيط بها، امام أي منظمة اذا ارادت ان تتحمل مسؤوليتها الاجتماعية اتجاه خدمة وتنمية هذا المجتمع.

**1. الترويج للقضايا:** يعد الترويج احد العناصر الأربعة للمزيج التسويقي التي تشمل المنتج، التسعير، التوزيع، الترويج. وهو يتضمن نقل معلومات حول منتج او ماركة تجارية او شركة . وتتحسد فكرة الترويج للقضايا في قيام شركة ما بتقديم الأموال او موارد مؤسسية لزيادة الوعي والاهتمام بقضية اجتماعية بعينها او مساندة جمع التبرعات او المشاركة او استقطاب المتطوعين لصالح احدى القضايا. ومن الممكن ان تنظم الشركة الترويج وتديره بمفردها مثل قيام شركة ذي بودي شوب بالترويج لغرض حظر استخدام الحيوانات في تجارب مواد التجميل او قد شريكا رئيسيا في احد الجهود او يمكن ان تكون واحدا من رعاة عديدين مثل رعاية حملة حافظوا على جمال أمريكا سنة 2003 التي شارك فيها كل من شركة LYSOL وشركة Pepsi Cola ومركز إطارات وخدمة فايرستون Firestone. والجدول التالي يلخص بعض الأمثلة لمبادرات ترويج للقضايا:

## الجدول (08) امثلة لمبادرات ترويج للقضايا

المؤسسة	القضية	الجماهير المستهدفة	الانشطة	الشركاء الرئيسيون
الخطوط الجوية البريطانية (بريتش ايروايز)	الأطفال المحتاجون حول العالم	المسافرون على رحلات الخطوط الجوية البريطانية	- توفير مظاريف لجمع قطع النقود الصغيرة. - الترويج لفريق العاملين على الرحلات الجوية مع الشركة على الويب	منظمة اليونيسيف
ول-مارت	مستشفيات الأطفال	الزبائن في المتاجر	الترويجات التي يقوم بها الموظفون في المتاجر التابعة للشركة.	شبكة معجزة الاطفال
ذا بودي	استخدام	-صناع	-المواد المطبوعة	-جماعات حقوق

شوب	الحيوانات في تجارب مستحضرات التجميل	السياسات -صناعة مواد التجميل -الزيائن	-العلاقات العامة -الالتماسات -لصق بطاقات على العبوات. -الشارات -موقع الانترنت	الحيوانات
جونسون اند جونسون	النقص في اعداد المرضات		-الإعلان -مواد الاستقطاب -الاحداث الخاصة -العلاقات العامة -موقع الانترنت	-اتحادات التمريض المهنية. -الكليات والجامعات -نظم الرعاية.

المصدر: مدحت محمد أبو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات: المواصفة القياسية ISO26000، المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة الأولى، مصر، 2015، ص73.

**2. التسويق الاجتماعي:** لقد أصبح التسويق الاجتماعي ثروة مهمة في عالم المال والاعمال لانها تحقق أرباحا معنوية من خلال الترويج للاسم وارباحا معنوية للمجتمع وفيما يلي بعض التعريفات: (كافي، 2017، صفحة 313)

-عرف kotter التسويق الاجتماعي بأنه "تصميم وتنفيذ والرقابة على برامج معدة للتأثير على قبول الأفكار الاجتماعية، ويشتمل على تخطيط المنتج، التسعير، الاتصالات، التوزيع، وبحوث التسويق".  
- shewchuk عرف التسويق الاجتماعي بأنه "عملية بيع الأفكار، وبصورة أكثر تفصيلا هو خلق وتنفيذ الرقابة على تنفيذ البرامج المصممة للتأثير على التغيير الاجتماعي، ويستخدم العديد من المبادئ الخاصة بالتسويق التجاري مثل تحديد الجماهير المستهدفة وتقدير الحاجات وتطوير المنتجات وقياس النتائج.

فالتسويق الاجتماعي هو نشاط ترويجي للأفكار والقيم الإنسانية الإيجابية ويهدف الى تحسين الظروف المعيشية للأفراد من خلال الترويج لأساليب إيجابية في الحياة ولسلوكيات مهمة لإنقاذ البشر وإنقاذ المجتمع من المادية الجامدة.

والتسويق الاجتماعي هو امتداد للتوجه المجتمعي للتسويق ولكنه أحدث منه واشمل، حيث يركز على:  
(الطائي، 2006، صفحة 05)

- المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية والاعتبارية للتسويق
- سلوك القائمين على التسويق وأخلاقياتهم
- محاسبة أصحاب المصلحة في المؤسسة

وتقوم الشركة بدعم تصميم وتنفيذ حملة لتغيير السلوك بهدف تحسين الصحة العامة أو السلامة أو البيئة أو رفاهية المجتمع. وما يميز هذا النمط من التسويق انه يركز على تغيير السلوك نحو الأفضل باتجاه هدف اجتماعي يصب في المصلحة العامة للمجتمع.

ولقد تم تطبيق نهج التسويق الاجتماعي في البداية بالبلدان الصناعية، بما في ذلك استراليا وكندا والولايات المتحدة الأمريكية والأمم المتحدة، ومن ثم في البلدان النامية، حيث تم تنفيذ التسويق الاجتماعي أصلا في اطار البرامج المتعلقة بالصحة والتركيز على قضايا تنظيم الاسرة ومكافحة التدخين وتعاطي المخدرات والكحول وإدارة الطاقة أو السلامة على الطرقات. (حفصي، 2018، الصفحات 169-185) والجدول التالي يعطي امثلة لمبادرات التسويق الاجتماعي:

#### الجدول (09) امثلة لمبادرات التسويق الاجتماعي

الشركة	السلوك المرغوب	الجماهير المستهدفة	نماذج للأنشطة	الشركاء الرئيسيون
بامبرز pampers	وضع الأطفال على ظهورهم عند النوم لمنع حدوث متلازمة الوفاة المفاجئة عند الأطفال	الآباء والامهات ومن يرعون الأطفال	شعار "النوم على الظهر عند النوم" مكتوب على حفاظات الأطفال حديثي الولادة	مؤسس إس أي دي إس هيلث كندا
كريست crest	ضمان صحة فم جيدة للأطفال	الأطفال في المرحلة الابتدائية بدرجة أساسية	-التوعية -العناية بالفم -أدوات صحة الفم	-الاتحاد الأمريكي للأسنان. -نوادي البنين والبنات

سترات نجاة موسناج Mustang life vests	الباس الأطفال سترة نجاة على الشاطئ والارصفة البحرية وفي القوارب	الاسر التي يوجد بها أطفال صغار	-إعلانات الشوارع -كوبونات الخصم -برامج الاستعارة	-مستشفيات الأطفال. -خدمات الطوارئ الطبية. -الائتلافات الحكومية المحلية.
دول Dole	التخلص من القمامة بصورة سليمة	-الأشخاص الذين يتناولون الوجبات السريعة. -الأشخاص الذين يتراوح عمرهم بين 16 و24. -الأشخاص الذين يقودون السيارة يوميا.	-نقطة الشراء -الاحداث الخاصة	-وزارة النقل في تكساس. -حافظوا على جمال تكساس

المصدر: مدحت محمد أبو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات: المواصفة القياسية ISO26000، المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة الأولى، مصر، 2015، ص73.

### 3. العمل التطوعي الاجتماعي: يعد العمل التطوعي ركيزة أساسية في بناء وتنمية المجتمع ونشر التماسك

الاجتماعي بين المواطنين، وهو ممارسة ارتبطت ارتباطا وثيقا بكل معاني الخير والعمل الصالح. وتكمن الأهمية الكبرى للعمل التطوعي في انه يعمل على مشاركة المواطنين في قضايا مجتمعتهم، كما انه يربط بين الجهود الحكومية والأهلية العاملة على تقدم المجتمع، كما انه من خلال هذا العمل يمكن التأثير الإيجابي في المواطنين، وتعليمهم طريقة للحياة قائمة على تحمل المسؤولية الاجتماعية، كما ينعكس على حركة المجتمع وتقدمه لتحقيق التكامل والعطاء الاجتماعي والانساني. (حمزة، 2015، صفحة 13)

و يعرف العمل التطوعي بأنه "المجهود الذي يقوم به الفرد بصفة اختيارية عن طريق المساهمة بتقديم خدمة دون مقابل من أي نوع"

وقد يأخذ العمل التطوعي شكل جهد او مال او وقت او خبرة يتم تقديمه دون اجبار بهدف تحقيق خير للأخرين . (النصر، 2015، صفحة 81)

ففي الدول المتقدمة نجد الكثير من المؤسسات تشجع موظفيها والمتعاملين معها على التطوع بوقتهم من اجل مساندة المنظمات والقضايا المجتمعية المحلية، ويتلقون الدعم من خلال عدة وسائل مثل الوقت المدفوع الاجر وبرامج التطوع لتوفيق قواعد بيانات.

والنشاط يمكن ان يأخذ احد الشكلين :

- ان يكون جهدا مستقلا بذاته: كأن يقوم موظفوا شركة تعمل في مجال التكنولوجيا المرتفعة بتعليم الشباب في المدارس المتوسطة مهارات الحاسب الآلي.
  - ان يكون في اطار شركة مع منظمة غير هادفة للربح مثل عمل موظفي شركة شل shell مع مؤسسة ذي أوشين كونسير فانسي في مشروع لتنظيف الشواطئ.
- والجدول التالي يقدم امثلة لأنشطة تطوعية مجتمعية مؤسسية لعدة شركات مثل شركة شل ،شركة أي بي أم ،شركة أي تي آند تي للاتصالات اللاسلكية.

#### الجدول (10) أمثلة لأنشطة تطوعية مجتمعية مؤسسية

الشركة	مثال لقضية مدعومة	أمثلة لأنشطة	أمثلة للدعم
شل	حماية البيئة	إزالة الأعشاب الضارة والفضلات من المناطق الساحلية،دراسة الطيور المائية	تنظيم الأنشطة وتمويل الموظفين للإشتراك في برامج محددة
أي بي إم	تدريب الشباب في سن المدرسة	تدريب الطلاب، كل على حدى، بواسطة موظفي أي بي إم المتطوعين	تقديم برمجيات تدعم التدريب الالكتروني الآمن
تمبرلاند	منظمات المجتمع المحلي	الإشتراك في فعاليات خدمة مجتمعية شديدة التأثير	مايصل الى 40 ساعة من الخدمة المجتمعية مدفوعة الاجر في السنة التقويمية الواحدة
إيه تي آند تي للاتصالات اللاسلكية	الصليب الأحمر والمنظمات الخيرية الأخرى المختارة من قبل الموظفين	تطوع فرع للعمل من اجل جماعة محددة تعمل لخدمة المجتمع	تقديم هبات للمنظمات الخيرية التي يتطوع فيها الموظفون

المصدر: مدحت محمد أبو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات: المواصفة القياسية ISO26000، المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة الأولى، مصر، 2015، ص82.

**4. التسويق المتصل بالقضايا:** تلزم الشركة بتقديم مساهمة او التبرع بنسبة مئوية من الإيرادات لقضية محددة بناء على مبيعات المنتجات. وعادة ما يكون العرض في هذا النوع لفترة زمنية مععلن عنها ومنتج محدد ومن أجل مؤسسة خيرية محددة.

وغالبا ما تدخل الشركة في شراكة مع احدى المنظمات غير الهادفة للربح وتقيم الاثنان علاقة مفيدة لكليهما تهدف لزيادة مبيعات منتج معين وتوليد دعم مالي للمؤسسة الخيرية .  
والجدول الموالي يوضح امثلة لحملات تسويق مرتبط بالقضايا:

## الجدول(11)أمثلة لحملات تسويق مرتبط بالقضايا

الشركة	القضية	الجماهير المستهدفة	العرض	الشركاء الرئيسيون
كيو في سي QVC	الإقلاع عن التدخين	أسرة وأصدقاء النساء المدخنات	يتم التبرع ب5دولارات مع كل دبوس فضي من دبابيس "دائرة الأصدقاء"	مؤسسة الإرث الامريكي
لايسول	منع القاء القمامة في الشوارع وتنظيفها	مشترى المطهرات المنزلية ومنتجات التنظيف	يتم التبرع ب0.5 دولار مقابل منتجات لايسول محددة مرتبطة باسترداد قيمة الكوبونات	حافظوا على جمال امريكا
أمريكان إكسبريس	الجوع	عملاء بطاقات الائتمان والعملاء المحتملون	التبرع مقابل طلبات اصدار البطاقات والمعاملات	المنظمات الخيرية المعنية بالاغاثة من الجوع

المصدر: مدحت محمد أبو النصر،المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات:المواصفة القياسية iso26000،المجموعة العربية للتدريب

والنشر،الطبعة الأولى،مصر،2015،ص76.



## مفاهيم مرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية

تمهيد: يرتبط مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات بالعديد من المفاهيم الحديثة التي فرضتها التحديات والتحويلات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتي جعلت المنظمات تفكر في كيفية التعامل مع هذه الظروف مما ساهم في بروز مفاهيم جديدة مثل: مواطنة منظمات الاعمال، التسويق الاخضر، الاقتصاد الأخضر، خلق القيمة المشتركة، مؤشر التنافسية المسؤولة، الميزة التنافسية المستدامة..... وغيرها

### 1. مواطنة منظمات الاعمال: يركز مفهوم مواطنة الشركات على مساعدة الدول على خلق بيئة

اقتصادية أفضل. فالشركات لا تستطيع العمل في دول تعاني من الفشل وعدم الاستقرار والفساد وانعدام الديمقراطية. كما ان الشركات التي تعمل في بيئة تنافسية لا يمكنها العمل في أسواق تشوبها غياب لحقوق حماية الملكية وعدم كفاية الأنظمة القانونية كما تسودها الأنظمة الاقتصادية غير الرسمية وآليات التنفيذ الضعيفة. (ليتشمان، 2018)

وبالتالي يعبر مفهوم مواطنة الشركات على " تبني التركيز الاستراتيجي من قبل المؤسسة للقيام بمسؤولياتها الاقتصادية والاجتماعية والأخلاقية المتوقعة منها من قبل أصحاب المصلحة" وهذا يعني ان مواطنة المؤسسات هي مجموعة المسؤوليات التي تمتد على نطاق واسع نسبيا يبدأ من المالكين ويمتد الى الأطراف الأخرى وصولا الى المجتمع (العمرى، شيخ، 2019، الصفحات 201-214).

من خلال التعريف يتضح لنا ان هذا المصطلح يصف دور ومسؤوليات المنظمات اتجاه المجتمع، كما نجده أحيانا يستخدم كمرادف لمصطلح المسؤولية الاجتماعية.

فالمؤسسات المواطنة تتاح لها فرص أكثر في الحصول على رؤوس أموال وتحسين وضعها في السوق وتقوية سمعتها وزيادة قدرتها التنافسية. لهذا حتى تكون الشركة مواطنا صالحا فان ذلك يعني المشاركة بالوقت والجهد على كافة المستويات من اجل تحسين ظروف المجتمعات التي تعمل فيها.

وبالتالي يطلق على منظمات الاعمال المواطنة كل مؤسسة تمتاز بالخصائص التالية: (بلمهدي، صحراوي، 2015، صفحة 549)

✓ تسعى لتحقيق الأرباح وتوفير مناصب شغل ودفع الضرائب.

✓ تكون ممارساتها تستجيب للمعايير الأخلاقية.

✓ تحسن تعاملها مع موظفيها ومنحهم حقوقهم كاملة

✓ تساهم في الحفاظ على البيئة وعدم تلويثها.

✓ تقوم بأعمال خيرية لصالح المجتمع

في المقابل نجد مصطلح آخر يعبر عن المعنى نفسه لكن على مستوى الفرد ألا وهو "سلوك المواطنة التنظيمية" يعبر عن جهود إضافية وتصرف اختياري وعفوي يتجاوز حدود الوصف الوظيفي ويتخطى الدور الرسمي، حيث يعمل الفرد طواعية وبدافع ذاتي دون أي حافز خارجي، وذلك بهدف تحقيق أهداف المنظمة ومساعدة العاملين والتعامل معهم. (فلاق، مواطنة منظمات الأعمال، 2018، صفحة 25) وبالتالي فالمؤسسة المواطنة ينمو فيها ويتعرع سلوك المواطنة التنظيمية ويمثل جزء من ثقافة المؤسسة.

**2. حوكمة الشركات:** برز مفهوم الحوكمة نتيجة لانتشار الفساد الناجم عن الممارسات المالية

الخاطئة، وسوء استغلال المناصب والصلاحيات في ظل غياب الرقابة والمحاسبة.

والحوكمة هي ترجمة للكلمة الانجليزية "**Governance**" ويقصد بها الإدارة الرشيدة والحاكمة لذا

يطلق على اصطلاح "**corporate governance**" لفظ حوكمة الشركات.

ويشير مفهوم حوكمة الشركات الى القوانين والقواعد والمعايير التي تحدد العلاقة بين إدارة الشركة من

ناحية وأصحاب المصالح أو الأطراف المرتبطة بالشركة من ناحية أخرى، بحيث يضمن الممولون حسن

استغلال الإدارة لأموالهم وتعظيم الربحية، وتحقيق الرقابة الفعالة. (سيار، 2010)

تعرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية حوكمة الشركات بأنها ذلك النظام الذي يتم من خلاله توجيه

وإدارة الشركات ويحدد من خلاله الحقوق والمسؤوليات بين مختلف الأطراف مثل مجلس الإدارة والمديرين

والمساهمين وغيرهم من أصحاب المصالح. كما أنه يحدد قواعد وإجراءات اتخاذ القرارات المتعلقة بشؤون

الشركة وكذلك تحديد الهيكل الذي يتم من خلاله وضع أهداف الشركة ووسائل تحقيقها وآليات الرقابة

على الأداء. (العزيمي، 2013)

وبالتالي يتركز مفهوم الحوكمة على ضبط كافة العمليات والقرارات الصادرة عن المؤسسات وفق ما

تقتضيه القواعد المهنية وأخلاقيات الاعمال بما يتوافق مع الأنظمة والتشريعات المعمول بها في الدول، وهو

ما يعكس طبيعة العلاقة بين الحوكمة المؤسسية والمسؤولية الاجتماعية حيث يحددان مسؤوليات المؤسسة

اتجاه أصحاب المصالح من المستثمرين والمساهمين وغيرها.

ومن هنا يمكن تحديد خصائص الحوكمة المؤسسية كما يلي: (زرqون، العمري، 2013، ص87)

- الانضباط: أي اتباع السلوك الأخلاقي المناسب والصحيح
- الشفافية: أي تقديم صورة حقيقية لكل ما يحدث
- الاستقلالية: أي لا توجد تأثيرات وضغوط غير لازمة للعمل
- المسؤولية: أي وجود مسؤولية أمام جميع الأطراف ذوي المصلحة في المنشأة
- المساءلة: أي إمكانية تقييم وتقدير اعمال مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية
- العدالة: أي يجب احترام حقوق مختلف المجموعات أصحاب المصلحة في المنشأة
- المسؤولية الاجتماعية: أي النظر الى الشركة كعون اقتصادي جيد

وتجدر الإشارة الى ان تطبيق الحوكمة يحتاج الى بيئة حاضنة تساعد على التطبيق الفعال والتي يتوجب ان تتوفر فيها الآليات التالية :

- ✓ التشريعات واللوائح
- ✓ الرقابة المؤسسية
- ✓ القضاء المستقل
- ✓ الشفافية والمساءلة والمحاسبة
- ✓ اصلاح الهيئات والأجهزة الحكومية
- ✓ تشكيل أقسام ولجان الحوكمة والرقابة
- ✓ اتباع المعايير الدولية لقياس الأداء

**3. الاقتصاد الأخضر:** يعرف برنامج الامم المتحدة للبيئة الاقتصاد الأخضر على أنه الاقتصاد الذي ينتج عنه تحسن في رفاهية الانسان والمساواة الاجتماعية في حين يقلل بصورة ملحوظة من المخاطر البيئية وندرة الموارد الايكولوجية. كما أنه يعرف بأنه الاقتصاد الذي تقل فيه انبعاث الكربون وتزداد كفاءة استخدام الموارد كما يستوعب جميع الفئات الاجتماعية. (برنامج الأمم المتحدة للبيئة، 2011) فتحقيق الاستدامة يركز بالكامل تقريبا على اصلاح الاقتصاد عبر تخضيره. ويبين تقرير "نحو اقتصاد أخضر" - الناتج الرئيسي من مبادرة الاقتصاد الأخضر - ان تخضير الاقتصاديات يمثل محركا جديدا للنمو، كما يبين أنه مولد لوظائف جديدة وأنه استراتيجية حيوية لاستئصال الفقر المستديم.

وفي الاقتصاد الأخضر يجب ان يكون النمو في الدخل وفرص العمل مدفوعا من جانب الاستثمارات العامة والخاصة التي تقلل انبعاث الكربون والتلوث، وتزيد من كفاءة استهلاك الموارد والطاقة وتمنع خسارة خدمات التنوع البيولوجي.

#### 4. الاستثمار الأخلاقي: فلسفة استثمارية تسعى الى تحقيق التوازن بين مراعاة الأخلاقيات لدى ممارسة

المنظمة لنشاطاتها وحجم العائد على الاستثمار. كما يمكن تعريفه بأنه القرار المتخذ بالاستثمار في المنظمات التي تعمل بشكل أخلاقي، وتقدم منافع اجتماعية وحساسية اتجاه البيئة، ويطلق عليه أيضا اسم الاستثمار الواعي مجتمعيًا. (الحموري، المعاينة، 2015، صفحة 252)

وعموما يمكن تقسيم المعايير التي تحدد الاستثمار الأخلاقي الى مجموعتين رئيسيتين، ترتبط المجموعة الأولى بالآثار الإيجابية، بينما ترتبط المجموعة الثانية بالآثار السلبية والجدول التالي يلخص ذلك:

#### الجدول (11) المعايير التي تحدد الاستثمار الأخلاقي

ذات أثر إيجابي وتؤدي الى الاستثمار في	ذات أثر سلبي وتؤدي الى تجنب الاستثمار في
المؤسسات التي تدعم	حمية البيئة
الحد من التلوث	التسلح والأسلحة النووية
إعادة التدوير	استغلال الحيوانات بشكل جائر
السلامة المهنية	خرق حقوق الانسان
ممارسات العمل الاخلاقية	الممارسات التي تخرب البيئة
	ضعف ممارسات العمل الاخلاقية

المصدر: صالح الحموري، رولا المعاينة، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات (من الالف الى الياء)، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة، الأردن، 2015، ص 253

#### 5. التسويق الأخضر: يعتبر التسويق الأخضر نهج جديد ظهر نتيجة الضغوطات التي تمارسها المنظمات

غير الحكومية ومنظمات المجتمع المدني على المؤسسات الخاصة لدفعها نحو التغيير في ممارساتها التسويقية التقليدية نحو الأفضل مراعية البعد البيئي والايكولوجي.

فالتسويق الأخضر هو نشاط تسويقي خاص بمنظمة معينة يهدف الى خلق تأثير إيجابي أو إزالة التأثير السلبي لمنتج معين على البيئة.

كما يعرف التسويق الأخضر على انه "ممارسة كافة الأنشطة التي تعمل على تخطيط وتنفيذ سياسات تسويقية هدفها تقديم منتجات ذات مواصفات بيئية معينة تساهم في إرضاء الأشخاص بشأن اهتماماتهم البيئية ومنافعهم من جهة ،ومن تحقيق أهداف المؤسسة من جهة أخرى" (كافي، التسويق الأخضر كمدخل لحماية البيئة المستدامة في منظمات الاعمال، 2017، صفحة 133).

فالتسويق الأخضر ينطلق من ثلاثة قواعد أساسية هي حماية البيئة، وإرضاء الزبائن وتحقيق هدف الربحية كما يركز على أساس الابداع التسويقي البيئي وبالتالي فهو يساهم وبشكل أساسي في تعزيز الموقع التنافسي وتمييز المؤسسة عن غيرها من المؤسسات المنافسة.

وتجدر الإشارة الى ان تبنى المؤسسة لفلسفة التسويق الأخضر في ممارساتها وأنشطتها يدل على اهتمامها والتزامها بمسئوليتها الاجتماعية والتي تنعكس إيجاباً على المؤسسة والمجتمع والبيئة.

**6. التسويق المسؤول اجتماعياً:** هو احد أنواع التسويق الذي تتجسد فيه المسؤولية الاجتماعية، وتظهر بشكل جلي في مختلف الآليات والأنشطة الفرعية المكونة له بشكل يضمن الالتزام المسؤول والأخلاقي لمختلف النشاطات والقرارات المتعلقة بالاطار التسويقي، بحيث يشمل على :

✓ حماية المستهلك ودراسة سلوكه

✓ التسعير

✓ التعبئة والتغليف

✓ الإعلان والترويج

✓ خدمات ما بعد البيع

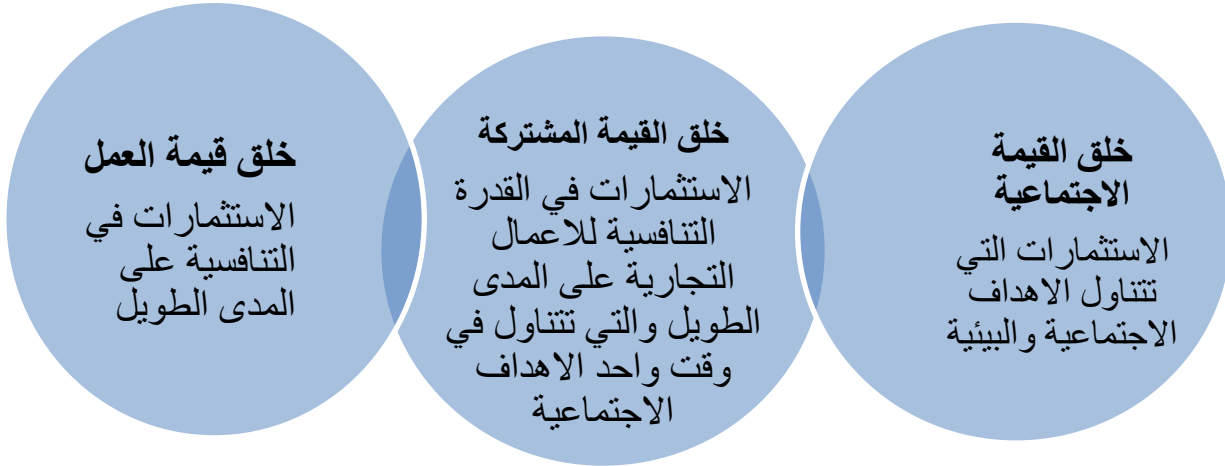
**7. خلق القيمة المشتركة:** يعتبر خلق القيمة المشتركة من المفاهيم الحديثة التي تسعى منظمات الاعمال المعاصرة الى تطبيقها وذلك بخلق قيمة اقتصادية لها الى جانب قيمة اجتماعية التي تترجمها في شكل اعمال خيرية تقدمها للمجتمع او حل مشاكل البيئة والحفاظ عليها.

تعرف القيمة المشتركة (shared value) على أنها "السياسات والممارسات العملية التي تعزز تنافسية المؤسسة وتحسن في نفس الوقت في الشروط الاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات التي تمارس فيها المؤسسة النشاط". (porter and kramer, 2011, p06)

تعرف أيضا بأنها "عملية خلق قيمة اقتصادية من خلال خلق قيمة اجتماعية، وهذا يمثل احدي القوى الدافعة للانتاجية، الابداع، النمو، والطريقة الوحيدة لاسترجاع المؤسسة لشرعيتها في المجتمع". والقيمة

المشركة لا تعبر عن القيام بالاعمال الخيرية لصالح المجتمع وإنما "تبحث عن تحقيق الأرباح من خلال حل المشاكل المجتمع وهذا ما يمثل أعلى مستويات الرأسمالية مما يسمح بتطور المجتمعات بشكل أفضل ونمو المؤسسات بشكل أسرع" (schitt.j, 2014,P22-24)

### الشكل (06) نموذج خلق القيمة المشتركة



**المصدر:** شيباني عبد القادر، فلاق محمد، واقع تبني منظمات الاعمال لأنموذج خلق القيمة المشتركة ودوره في تحقيق أهداف التنمية المستدامة- شركة Novartis أنموذجا-مجلة الاقتصاد والبيئة، المجلد 03، العدد 03، أكتوبر 2020 ص 44-62.

يتضح من خلال الشكل (06) ان عملية خلق القيمة المشتركة تستلزم تداخل القيم الاقتصادية والاجتماعية معا وعلى المنظمات التي تسعى للنمو والبقاء في السوق واكتساب ميزة تنافسية مستدامة أن تستثمر في الأهداف الاجتماعية والبيئية.

وقد اقترح Micheal Porter 3 مراحل أساسية يتوجب على المؤسسات الاقتصادية اتباعها لخلق قيمة اقتصادية واجتماعية: (اسحاق، 2020)

1. إعادة تصور المنتج والسوق: وهنا تقوم المؤسسة بالاستخدام الأمثل لوظيفة البحث والتطوير من اجل تقديم مستويات جديدة من الابداع والابتكار على مستوى المنتجات، بحيث يعاد تصميمها حتى تلي حاجة اجتماعية غير مشبعة، تحل مشكلة يواجهها المجتمع، أو تحل مشكل متعلق بالبيئة والحفاظ عليها.
2. إعادة تعريف الإنتاجية في سلسلة القيمة: بعد إعادة تصميم المنتج تتجه المؤسسة الى إعادة تعريف مفهوم الإنتاجية على مستوى سلسلة القيمة بحيث تبحث المؤسسة عن مصادر خفض التكلفة او خلق القيمة وهذا على مستوى كل نشاط من الأنشطة الأساسية أو الأنشطة الداعمة، ومن بين مداخل تحقيق تلك هو البحث عن كيفية خفض الفاقد من المياه المستخدمة، خفض نسبة استخدام الكهرباء، خفض نسبة انبعاث الكربون، رفع إنتاجية العامل، وكل هذا دون خفض الكميات المنتجة.
3. بناء العناقد الصناعية المدعمة: بعد إعادة تصميم المنتج وإعادة تعريف مفهوم الإنتاجية على مستوى سلسلة القيمة، يتوجب على المؤسسات التوجه نحو انشاء شبكة علاقات مع كل الأطراف المؤثرة على سيرورة العمل على مستوى المؤسسة بحيث تتجه هذه الأخيرة الى ابرام اتفاقيات وشراكة مع معظم أصحاب المصالح كالدولة والجهات الحكومية، المنظمات غير الحكومية، الموردين والبنوك، جمعيات حماية المستهلك، حتى تستفيد المؤسسة من الأثر الجماعي للقيام بالاعمال.

### 8. التنافسية المسؤولة: (الحوري، المعايطه، 2015، ص 258)

هي كل عمل مؤسسي تقوم به المؤسسات لخدمة المجتمع وتحسين أوضاع العاملين وأسرهم والرفع من مستوى أدائهم وتبني البرامج التدريبية، إضافة الى المحافظة على البيئة، والسعي لوضع الحلول لمشكلاتها عن طريق وضع الاستراتيجيات وتشجيع الدراسات البيئية المحلية والإقليمية.

تعد التنافسية المسؤولة وسيلة لفهم كيفية قيام السياسات العامة والاعمال التجارية وكذا المجتمع المدني بالمساهمة في بناء اقتصاد قادر على توجيه برامج تهتم بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية وانعكاساتها في رفع القدرة التنافسية للاقتصاد المحلي مما يساهم في تحقيق التنمية المستدامة.

وقد تم اصدار مؤشر يطلق عليه "مؤشر التنافسية المسؤولة" وهو عبارة عن معيار يقيس مدى تبني الشركات والمؤسسات لممارسات ومبادرات تدعم بيئة العمل، وترفع الأداء، وتحسن أوضاع البيئة والمجتمع اللذين تعمل بهما، وفق معايير التنافسية.

وعلى الصعيد العربي تم اطلاق "المؤشر العربي للتنافسية المسؤولة" وهو مشروع طرحته مجموعة القيادة العربية للاستدامة، سنة 2009 لتقييم التنافسية المسؤولة على المستوى الإقليمي في منطقة الشرق

الأوسط بالنسبة الى 15 دولة عربية مشاركة. ويعتمد هذا المؤشر على : بيئة العمل ،السياسة البيئية،سياسة العمل،الحوكمة،المنتج والخدمة المبتكرة،الموهبة،التواصل مع المهنيين.

**9.المعيار SA1000:** هو معيار يشجع المنظمات على تطوير،المحافظة على،واستخدام ممارسات مقبولة مجتمعيًا في مكان العمل،تم تطوير هذا سنة 1997 من قبل "المساءلة الاجتماعية الدولية" يبسط هذا المعيار تعقيدات صناعة النقل،والمواثيق المؤسسية،لخلق لغة مشتركة ومعيار لقياس مستوى الامتثال الاجتماعي،ويمكن استخدامه من قبل أي مؤسسة في أي قطاع،وهو أداة مفيدة في القياس والمقارنة والتحقق من المساءلة الاجتماعية في مكان العمل.(الحموري،المعاينة،2015،ص255) ويتطلب هذا المعيار الامتثال للعناصر الثمانية التالية:

✓ عمالة الأطفال

✓ العمل القسري والجبري

✓ الصحة والسلامة

✓ حرية النقابات المهنية والحق في المفاوضات الجماعية

✓ التمييز بين الموظفين

✓ ممارسة الانضباط

✓ ساعات العمل

✓ المكافآت

**10. الميزة التنافسية المستدامة:** ان بناء الميزة التنافسية المستدامة يتطلب فهم حاجات الزبائن والعمل على تلبيتها باستمرار مع توطيد العلاقة معهم من خلال دمج هذه الاحتياجات والرغبات ضمن أعمال واستراتيجيات المؤسسة وثقافتها التنظيمية.

وتشير الميزة التنافسية الى المجالات التي يمكن للمنظمة ان تنافس غيرها بطريقة أكثر فعالية،فهي تمثل

نقطة قوة تتسم بها منظمة الاعمال دون منافسيها في احد أنشطتها الإنتاجية أو التسويقية أو

التمويلية،أو فيما يتعلق بمواردها وكفاءتها البشرية.(فلاق،المسؤولية الاجتماعية لمنظمات

الاعمال،2019،ص256)



ولقد عرف بورتر الميزة التنافسية لمنظمات الاعمال على أنها "تنشأ أساساً من القيمة التي تستطيع منظمة ما أن تخلقها لربائنها بحيث يمكن ان تأخذ شكل أسعار أقل بالنسبة لاسعار المنافسين بمنافع متساوية ،او بتقديم منافع مترادفة في المنتج تعوض بشكل واسع الزيادة السعرية المفروضة".

وقد أشار "محمد فلاق" في كتابه "المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال" الى ان التزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية يحقق لها إدامة الميزة التنافسية في العديد من الجوانب: ففي الجانب الإنساني تحقق المؤسسة الميزة التنافسية عبر تأسيس علاقة إنسانية متبادلة مع المجتمع، تدام الميزة التنافسية هنا على الدور الذي يمكن ان تمارسه أي منظمة كانت بوصفها وحدة مستقلة تعمل في مجتمع ومدى مساهمة تلك الوحدة في مجتمعها مثلها مثل المدرسة والمنظمة الخيرية، فالعلاقة التي تتكون في بيئة المؤسسة هي التي تشكل المجتمع، لذلك فهناك التزامات اجتماعية وإنسانية تقع على عاتق تلك المنظمات. أما في الجانب القانوني فيلاحظ استناده على نظرية الإذعان، ومضمونه ان المجتمع يقدم تفويضا للمنظمة بنسبة الحد الأدنى والذي يسمح بوجود المنظمة قانونيا كمنظمة مستقلة وذات كيان معنوي.

وتؤثر المسؤولية الاجتماعية للشركة على إدامة الميزة التنافسية إيجاباً من خلال الجوانب التالية:

- ان قيام المنظمة بدورها اتجاه المسؤولية الاجتماعية يضمن الى حد ما دعم جميع أفراد المجتمع لأهدافها ورسالتها التنموية والاعتراف بوجودها والمساهمة في إنجاح أهدافها وفق ما تم التخطيط له، الى جانب سد احتياجات المجتمع ومتطلباته الحياتية والمعيشية الضرورية، إضافة الى خلق فرص عمل جديدة، مما يجعل المجتمع ممثلاً بآفراده ومنظماته يدعم جميع اعمال المؤسسة بما يحقق لها ميزة تنافسية على غيرها من منظمات.
- تمكن المسؤولية الاجتماعية المنظمة من تقليص تكاليف التشغيل، وتحسين الصورة العامة لأصناف المنتجات وسمعتها، وزيادة المبيعات، وإخلاص العملاء، وزيادة الإنتاجية والنوعية، مما يؤدي الى وضعها في موقف تنافسي أفضل من غيرها من المنافسين.
- ان احترام المنظمة لمسؤوليتها الاجتماعية سواء أكان ذلك على صعيد البيئة الداخلية (العاملين) أو البيئة الخارجية (أفراد المجتمع) سيضمن دعم المجتمع لها، والاقبال عليها، وبالتالي تعاضم قيمتها السوقية وتزايد أرباحها وتحقيق التفوق على المنافسين.

## المراجع:

- 1- أحمد إبراهيم حمزة، العمل الاجتماعي التطوعي، الطبعة الأولى، دار المسيرة، الأردن، 2015.
- 2- إبراهيم العسل، التنمية في الإسلام: مفاهيم، مناهج، تطبيقات، المؤسسة الجامعية للدراسات، لبنان، 1996.
- 3- بلال خلف السكارنة، أخلاقيات العمل، الطبعة الرابعة، دار وائل، الأردن، 2014.
- 4- بوحروود فتحية، إدارة الجودة في منظمات الاعمال: النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، دار المسيرة، الأردن، 2015.
- 5- حميد الطائي، مبادئ التسويق الحديث: مدخل شامل، دار اليازوري للنشر، الأردن، 2006.
- 6- السعيد ناصر، دور النظام المصرفي في ضمان الشفافية والافصاح، النشرة المصرفية العربية، اتحاد المصارف العربية، 2005.
- 7- مدحت محمد أبو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات: المواصفة القياسية iso26000، المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة الأولى، مصر، 2015.
- 8- مدحت محمد أبو النصر، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى، المجموعة العربية للنشر، مصر، 2015.
- 9- محمد عاصي العجيلي، وآخرون، نظم إدارة الجودة في المنظمات الانتاجية والخدمية، دار اليازوري، الأردن، 2009.
- 10- صالح الحموري، رولا المعاينة، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة، الأردن، 2015.
- 11- طاهر محسن منصور الغالي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر، الأردن، 2005.
- 12- طاهر محسن منصور الغالي، إدارة واستراتيجية منظمات الاعمال المتوسطة والصغيرة، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن، 2009.
- 13- عايد عبد الله العصيمي، المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة، دار اليازوري، الاردن، 2015.
- 14- محمد فلاق، مواطنة منظمات الاعمال، الطبعة الأولى، دار الأيام للنشر، الأردن، 2018.
- 15- محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال، دار اليازوري، الأردن، 2019.
- 16- منال محمد عباس، المسؤولية الاجتماعية بين الشراكة وآفاق التنمية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2016.
- 17- مصطفى يوسف كافي، اقتصاديات البيئة، دار مؤسسة رسلان للطباعة، دمشق، 2014.
- 18- زاهد الديري، سعادة الخطيب، إدارة المؤسسات الاجتماعية، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة، الأردن، 2011.
- 19- هبة مصطفى كافي، التسويق الأخضر كمدخل لحماية البيئة المستدامة في منظمات الاعمال، الطبعة الأولى، الفان للنشر، الجزائر، 2017.

## ثانيا: الاطروحات والرسائل

- 20- الجعافرة، أحمد فلاح، أثر أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية في المكونات ذات البعد الاستراتيجي للمصارف في الأردن، رسالة ماجستير، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، الأردن، 2009.

- 21- الحمدي، فؤاد محمد، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك "دراسة تحليلية لآراء عينة من المديرين والمستهلكين في عينة من المنظمات المصنعة للمنتجات الغذائية في الجمهورية اليمنية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة المستنصرية، العراق، 2003.
- 22- الطيرة، خالد، أثر إدراك الإدارة والعاملين للمسؤولية الاجتماعية للمنظمة على المزايا التنافسية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، مصر، 2012.
- 23- محمد فلاق، مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال: دراسة ميدانية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الحاصلة على شهادة الإيزو 9000، أطروحة دكتوراه، علوم تسيير، غير منشورة، جامعة حسيبة بن بوعللي الشلف، 2014.
- 24- مسان كرومية، المسؤولية الاجتماعية وحماية المستهلك في الجزائر: دراسة حالة المؤسسات العاملة بولاية المسيلة، أطروحة دكتوراه علوم، تخصص إدارة الافراد وحوكمة الشركات، غير منشورة، جامعة تلمسان، 2013.
- 25- وهيبه مقدم، تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، غير منشورة، جامعة وهران، الجزائر، 2014.
- ثالثا: المجالات والدوريات**
- 26- أحلام قروي وعبد الرحمان العايب، دور بطاقة الأداء المتوازن في تقييم الأداء البيئي للمؤسسة الاقتصادية-دراسة حالة شركة الاسمنت لعين الكبيرة- مجلة وحدة بحث تنمية الموارد البشرية، جامعة سطيف، المجلد 11، العدد 01، جوان 2020.
- 27- العمري أصيلة، شيخ عبد القادر، اسهامات المسؤولية الاجتماعية في تعزيز سلوكيات المواطنة في منظمات الأعمال، مجلة المنهل الاقتصادي، المجلد 02، العدد 01، جوان 2019، جامعة الوادي
- 28- بن يمينة فاطمة الزهرة وبوزيان عثمان، تقييم الأداء البيئي للمؤسسات من خلال بطاقة الأداء المتوازن-دراسة حالة مؤسسة الاسمنت سعيدة-، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 5، العدد 02، جامعة طاهري محمد بشار، أوت 2019.
- 29- بلمهدي عبد الوهاب، حاج صحراوي، دور المسؤولية الاجتماعية كآلية لتحقيق مواطنة المؤسسة-دراسة حالة مؤسسة عين الكبيرة بسطيف، مجلة تنمية الموارد البشرية، العدد 11، ديسمبر 2015.
- 30- بن العايش فاطمة، مدى تطبيق القياس والافصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد 10، العدد 02، 2018.
- 31- ثامر البكري، المسؤولية الاجتماعية واستدامة رأس المال الفكري بالاشارة الى هجرة العقول العربية، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، جامعة حسيبة بن بوعللي بالشلف، العدد 08، جوان 2012
- 32- جربوع يوسف، مدى تطبيق القياس والافصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية في الشركات بقطاع غزة، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد 15، العدد 01، السنة 2007.

- 33- حواس مولود، حفصي هدى، مساهمة حملات التسويق الاجتماعي في تحقيق التغيير الاجتماعي- عرض بعض التجارب الدولية النموذجية، مجلة التنمية الاقتصادية، جامعة الوادي، المجلد 3، العدد 05، جوان 2018.
- 34- حرشي إسحاق، خلق القيمة المشتركة كمفهوم جديد في أخلاقيات الأعمال الشركات: منظور تحليلي، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والإدارة، المجلد 04، العدد 2020، ص 01، ص 157-172.
- 35- مدحت محمد أبو النصر: "المواصفة القياسية ISO 26000 عن المسؤولية الاجتماعية"، مجلة القاهرة للخدمة الاجتماعية، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية، العدد 25، القاهرة، 2013.
- 36- عبد الرزاق قاسم الشحادة، القياس المحاسبي لتكاليف الأداء البيئي للشركة السورية العامة للأسمدة وتأثيره في قدرتها التنافسية في مجال الجودة، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 26، العدد الأول، كلية الاقتصاد، جامعة سوريا، 2020.
- 37- شيباني عبد القادر، فلاق محمد، واقع تبني منظمات الأعمال لأنموذج خلق القيمة المشتركة ودوره في تحقيق التنمية المستدامة- شركة Novartis- أنموذجا، مجلة الاقتصاد والبيئة، المجلد 03، العدد 03، أكتوبر 2020، ص 44-62.
- رابعا: الملتقيات والندوات
38. المؤتمر الدولي الثالث حول: المسؤولية الاجتماعية ومنظمات الأعمال، جامعة بشار، الجزائر، يومي 15-16 فيفري 2012.
39. المؤتمر العلمي الدولي الأول حول: سلوك المؤسسة الاقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية، جامعة قاصدي مرياح بورقلة، 20-21 نوفمبر 2012.
40. المؤتمر الثالث حول حاكمية الشركات والمسؤولية الاجتماعية: تجربة الأسواق الناشئة، جامعة اليرموك الأردن، يومي 17-18 أفريل 2013.
41. المؤتمر الدولي حول: دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة-الواقع والرهانات- جامعة حسينية بن بوعللي، الشلف، يومي 14-15 نوفمبر 2016.
42. المؤتمر الدولي، المسؤولية المجتمعية للجامعات العربية، جامعة الزرقاء، عمان، يومي 19-20 أفريل 2017.
43. المؤتمر الدولي الرابع عشر حول: سلوكيات المواطنة والمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال في الوطن العربي "الواقع وآليات التجسيد" جامعة حسينية بن بوعللي الشلف، 27-28 نوفمبر 2018.

خامسا: المراجع بالغات الأجنبية:

1. Archie B, carool, "The pyramid of corporate social responsibility", *Business Horizons journal*, july-august, 1960
2. J.cramer: *corporate social responsibility and globalization*, Greenleaf publishing, Sheffield, UK, 2006?
3. Li, J. and wang, H. *An Empirical examination of competitive advantage and corporate sociale responsibility. A Chinese banking Industry investigation* 2007.
4. *European commission, promoting a european framework for corporate social responsibility*, 2001
5. porter. M, Kramer, M, *Creating shared value how to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth*, Harvard business review, 2011.
6. *sustainability reporting guideline , global reporting*, 2000-2011
7. Schmitt. j, *social innovation for business success Germany: springer fachmedien wieisbaden*, 2014.
8. [www.globalreporting.org/G3.1 guidelines-incl-technicalprotocol](http://www.globalreporting.org/G3.1_guidelines-incl-technicalprotocol)
9. google environmental report(2016) : [www.research-methodology.net](http://www.research-methodology.net) 31/08/2021