

محاضرة : المسؤولية الاجتماعية

لقد عرف محيط المؤسسة الاقتصادية خلال السنوات الأخيرة تحولات عميقة وسريعة على المستوى الاقتصادي، التكنولوجي وحتى السياسي والاجتماعي، هذه التحولات فرضت على العديد من المؤسسات توسيع نطاق أعمالها مما يضعها في موقف يجعلها بحاجة ماسة للتكيف مع هذه التحولات، ففي ظل تزايد الاهتمامات بالبيئة والمجتمع من مختلف المنظمات غير الحكومية والجمعيات وغيرها من قوى الضغط التي تتعامل معها المؤسسة زادت التطلعات الاجتماعية لهذه الأخيرة وباتت ملزمة اجتماعيا بالاهتمام بهذه الأطراف وأخذها بعين الاعتبار في تطبيق سياساتها وقراراتها إلى جانب سعيها لتعظيم الأرباح، لأنه لم يعد الربح هو الهدف الوحيد الذي يقودها نحو التميز والاستمرارية.

من هذا المنطلق بات تقييم المؤسسة لا يعتمد فقط على مراكزها المالية وإنما أيضا على انشغالاتها ذات الطابع الاجتماعي والأخلاقي لذا كان لابد عليها من تبني وانتهاج مفهوم المسؤولية الاجتماعية الذي يعد إحدى السبل للاهتمام والاستجابة لاحتياجات البيئة والمجتمع ومصالح الأطراف الأخرى، ويعتبر مفهوم المسؤولية الاجتماعية من المفاهيم المستخدمة في الآونة الأخيرة في عالم الاقتصاد والأعمال، و سنحاول التعرف عليه في هذه المحاضرة.

اولا: مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

أصبح موضوع المسؤولية الاجتماعية من المواضيع المهمة التي أثارت ولا تزال تثير جدلا كبيرا في الأوساط العلمية والأكاديمية حيث تشعبت البحوث في إطار المسؤولية الاجتماعية وطرحت وجهات نظر متعددة، وسنحاول فيما يلي التطرق إلى جوانب مختلفة متعلقة بالمسؤولية الاجتماعية من تعريف، تطور مفهوم، أهمية، ابعاد، مجالات:

1. تعريف المسؤولية الاجتماعية:

نظرا للمعاني المتعددة للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، وعدم وجود اتفاق حول وجود معنى محدد لها، فقد أدى ذلك إلى تعدد التعاريف المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية لاختلاف الدراسات والأبحاث العلمية المتعلقة بها وسنتطرق إلى بعض منها فيما يلي:

يعرفها Holmes بأنها: "التزام منظمة الأعمال تجاه المجتمعات التي تمارس أنشطتها وأعمالها فيها عن طريق المساهمة بمجموعة من الأنشطة الاجتماعية مثل: محاربة الفقر، تحسين خدمات الصحة، مكافحة التلوث، خلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان وغيرها"¹.

أما David Growther فقد بين طبيعة هذه الالتزامات والاهتمامات التي تأخذها المؤسسة بعين الاعتبار إلى جانب تحقيقها للربح فعرّفها بأنها "هي الفلسفة التي تدمج فيها المؤسسة الاهتمامات الاجتماعية والبيئية والاقتصادية في قيمها وثقافتها وإستراتيجيتها وعملياتها التجارية وفي تفاعلها مع أصحاب المصلحة على أساس طوعي وذلك بطريقة شفافة وخاضعة للمساءلة من أجل إنشاء ممارسات أفضل داخلها"². عرفها البنك الدولي بأنها: "التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة والتنمية في آن واحد"³.

وحسب المنظمة الدولية للمعايير ISO: "المسؤولية الاجتماعية هي مسؤولية المؤسسة عن آثار قراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة، من خلال التزامها بالشفافية والسلوك الأخلاقي الذي يجب أن:

- يتسق مع التنمية المستدامة ورفاهية المجتمع؛
- أن يأخذ بعين الاعتبار توقعات أصحاب المصلحة؛
- أن يأخذ بعين الاعتبار القانون المعمول به، ويتفق مع معايير السلوك العالمية؛
- يتكامل في جميع أنحاء المنظمة والممارسة في علاقاتها"⁴.

¹ طاهر محسن منصور الغالبي وصالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر، ط2، الأردن، 2008، ص 49.

² Growther David, Aras Guler, Corporate Social Responsibility, Ventuspublishing, 2008, Download free books at BookBooN.com, p 11.

³ صالح السحبياني، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية: حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية، المؤتمر الدولي حول القطاع الخاص في التنمية: تقييم واستشراف، 23-25 مارس، بيروت، لبنان، 2009، ص4.

⁴ AN INTRODUCTION TO ISO 26000 AND SOCIAL RESPONSIBILITY, BULLETIN No. 90/2014, the International Trade Centre, p5.

2. التطور التاريخي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية:

لقد مرت المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال عبر حقبة تاريخية ليست بالقصيرة، وبالتالي فقد تأثرت بالعديد من المتغيرات الفكرية والفلسفية والتطبيقية، والتي انعكست بالتالي على مقدار قبولها وتنفيذها، أو مدى انحسارها إلى زوايا ضيقة، أو تجاهلها في بعض الحالات، لذا يصعب تحديد مراحل دقيقة لتطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة وذلك لتداخل الأحداث وتأثيراتها المتبادلة، وقد حدد Hay et all⁵، ثلاث مراحل لتطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية وهي:⁵

أ- مرحلة تعظيم الأرباح (1800-1920): وفي هذه المرحلة كانت المسؤولية الأساسية للأعمال هي تعظيم الأرباح، التوجه نحو المصلحة الذاتية، وأن النقود والثروة هي الأكثر أهمية، ورفع شعار "ما هو جيد لي جيد للبلد"، وقد ارتبطت هذه المرحلة مع قيام المشاريع الصناعية واعتقاد رجال الأعمال أنهم يمتلكون هدفا واحدا وهو تحقيق الربح، إلا أن هذه الفكرة لم تصمد طويلا أمام الأزمات الاقتصادية التي شهدتها العالم مثل: انخفاض الأجور، ظروف العمل الغير ملائمة، تأثيرات نقابات العمال.... ليكون هناك منظور آخر للمسؤولية الاجتماعية.⁶

ب- مرحلة إدارة الوصاية (من أواخر العشرينات حتى بداية الستينات): وفيها كانت المسؤولية الأساسية للأعمال هي تحقيق الربح الملائم الذي يحقق المصلحة الذاتية ومصالح الأطراف الأخرى مثل المساهمين، العاملين..... وان النقود مهمة ولكن الأفراد مهمون أيضا والشعار المعمول به هو "ما هو جيد للشركة جيد للدولة"، أي توسيع مفهوم المسؤولية الاجتماعية ليشمل أطرافا أخرى، وأن تلبية حاجات المجتمع هو معيار مهم في وجود المؤسسة ونجاحها.

ج- مرحلة إدارة نوعية الحياة (من أواخر الستينات حتى الوقت الحاضر): في هذه الفترة كانت المسؤولية الأساسية للأعمال تقوم على أن الربح ضروري ولكن الأفراد أهم من النقود وهذا ما يحقق المصلحة الذاتية للمؤسسات ومصالح المساهمين والمجتمع ككل، وأن "ما هو جيد للمجتمع جيد للدولة"، والمعنى من تسميتها مرحلة نوعية الحياة هو تقديم المزيد من السلع والخدمات بما يتناسب مع الارتقاء النوعي الحاصل في مستوى الحياة، تحقيق نتائج مباشرة أو غير مباشرة تساهم في تحقيق النمو الاقتصادي وانعكاساته على جوانب متعددة في المجتمع.⁷ إذا فقد تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية كنتيجة طبيعية لإخفاق المؤسسة في الاستجابة لاحتياجات بيئتها الاجتماعية ومصالح الأطراف الأخرى، وللمشكلات الكثيرة والأزمات العديدة التي ارتبطت بحريتها ونظرتها

⁵ نجم عبود نجم، أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال، دار الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2006، ص 201-202.

⁶ ثامر ياسر البكري: التسويق والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، صص18-19.

⁷ محمد الصيرفي، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، دار الوفاء لندنيا للطباعة والنشر، ط1، 2007، الإسكندرية، مصر صص56.

الضيق لمصلحتها الذاتية على حساب المجتمع الذي تعمل فيه، لهذا لم يكن ممكناً الاستمرار خاصة بعد أن بدأت المؤسسات تواجه ظروفًا جديدة ووعيًا اجتماعيًا وبيئيًا ومفاهيم جديدة تقوم على المسؤولية الاجتماعية من أجل مراعاة مصالح الأطراف الأخرى ومصلحة المجتمع.

3. أهمية المسؤولية الاجتماعية.

إذا أرادت المؤسسة أن تبقى في البيئة المحيطة بها، فلا بد عليها أن تساهم في تلبية حاجيات المجتمع وتحمل مسؤوليتها تجاهه، وتشير الدراسات إلى أهمية التزام المؤسسات بالمسؤولية الاجتماعية لأنها تساهم في تحقيق الآتي:⁸

- زيادة التكافل الاجتماعي، والانتماء في المجتمع؛
- تحقيق الاستقرار الاجتماعي؛
- تحسين نوعية الحياة في المجتمع؛
- زيادة الوعي بأهمية الاندماج بين المؤسسات؛
- إيجاد بيئة اجتماعية أفضل؛
- زيادة فرص البقاء أمام المؤسسة؛
- المساهمة في تحسين قيمة أسهم المؤسسة في الأجل الطويل، حيث تقل مخاطر الاستثمار؛
- تحسين الصورة العامة للمؤسسة، وتحسين سمعتها؛
- المحافظة على الزبائن الحاليين وكسب زبائن جدد؛
- زيادة ربحية المؤسسة؛
- تدعيم قدرة المؤسسة على النمو والاستمرارية؛
- تجنب التصادم مع اللوائح والنظم الحكومية؛
- التعاون مع الدولة في حل المشاكل الاجتماعية؛
- الاستفادة من الموارد المالية والبشرية للمؤسسة لحل المشاكل الاجتماعية.

⁸ مدحت محمد أبو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات (المواصفة القياسية iso26000)، المجموعة العربية للتدريب والنشر، ط1، القاهرة، مصر، 2015، ص42.

4. أبعاد المسؤولية الاجتماعية

إن شمولية محتوى المسؤولية الاجتماعية جعلت الباحث (Carroll،B،Archie) يحدد ضمن بحوثه الرائدة أربعة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية في شكل هرمي متسلسل يبين طبيعة مسؤوليات المؤسسة تجاه المجتمع التي هي جزء منه، فالمسؤولية الاجتماعية عند Carroll: "تشمل المسؤولية الاقتصادية، القانونية، الأخلاقية والخيرة"⁹، التي يتوقعها المجتمع من المؤسسة والتي لا بد أن تأخذها بين الاعتبار"، فهي تمثل مجموع الأبعاد الأربعة، وتتمثل هذه الأبعاد في:¹⁰

1. المسؤولية الاقتصادية: كشرط أساسي لوجود المؤسسات لا بد أن يكون لها مسؤولية اقتصادية تجاه المجتمع الذي يسمح بتواجدها فهو يتوقع بل يتطلب منها العمل بكفاءة وفعالية لتحقيق الأرباح من خلال تقديم سلع وخدمات تلبي احتياجاته مع الأخذ في الاعتبار مصالح الأطراف الأخرى وذلك بالاستناد لمبادئ المنافسة العادلة والاستفادة من التطور التكنولوجي وبما لا يلحق الضرر بالبيئة والمجتمع، فالأرباح ضرورية لمكافأة مستثمرين والمالكين وكذلك لنمو الأعمال التجارية، ومحفزات لنجاح الأعمال وتحقيق ربحية مستدامة، وتستند جميع المسؤوليات الأخرى على هذه المسؤولية.

2. المسؤولية القانونية: وتتمثل في التزام المؤسسات بالقوانين واللوائح التي تنظم جوانب عملياتها وتعكس وجهة نظر المجتمع كقوانين حماية المستهلك، حماية البيئة، قوانين العمل،،، ومن بين التوقعات الهامة للأعمال التجارية: الأداء بطريقة تتفق مع توقعات الحكومة والقانون، الوفاء بجميع الالتزامات القانونية تجاه جميع أصحاب المصلحة، توفير المنتجات التي تلي على الأقل الحد الأدنى من المتطلبات القانونية، بمعنى أن تؤدي المؤسسة أعمالها التجارية في إطار المتطلبات القانونية كوفاء "للعقد الاجتماعي" بينها وبين المجتمع، وتعكس المسؤولية القانونية وجهة نظر "الأخلاق المقننة" أي تجسيد المفاهيم الأساسية للعمليات العادلة التي حددها المشرعون¹¹، ويعتبر الباحثون كلا من البعد الاقتصادي والقانوني القاعدة الأساسية لبروز الدور الاجتماعي الأكبر في المستويين الآخرين.

3. المسؤولية الأخلاقية: وتتمثل المسؤوليات الأخلاقية للمؤسسة بالتوقع المجتمعي من المؤسسات بإدارة شؤونها بطريقة عادلة وموضوعية، أي الأداء بطريقة تتفق مع التوقعات والأعراف الاجتماعية والمعايير الأخلاقية

⁹ Archie B. Carroll. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business Horizons, July-August 1991, p4.

¹⁰ Archie B. Carroll, Carroll 's Pyramid of CSR: Taking Another Look, Carroll International Journal of Corporate Social Responsibility, 1: 3, 2016, p p 2-4.

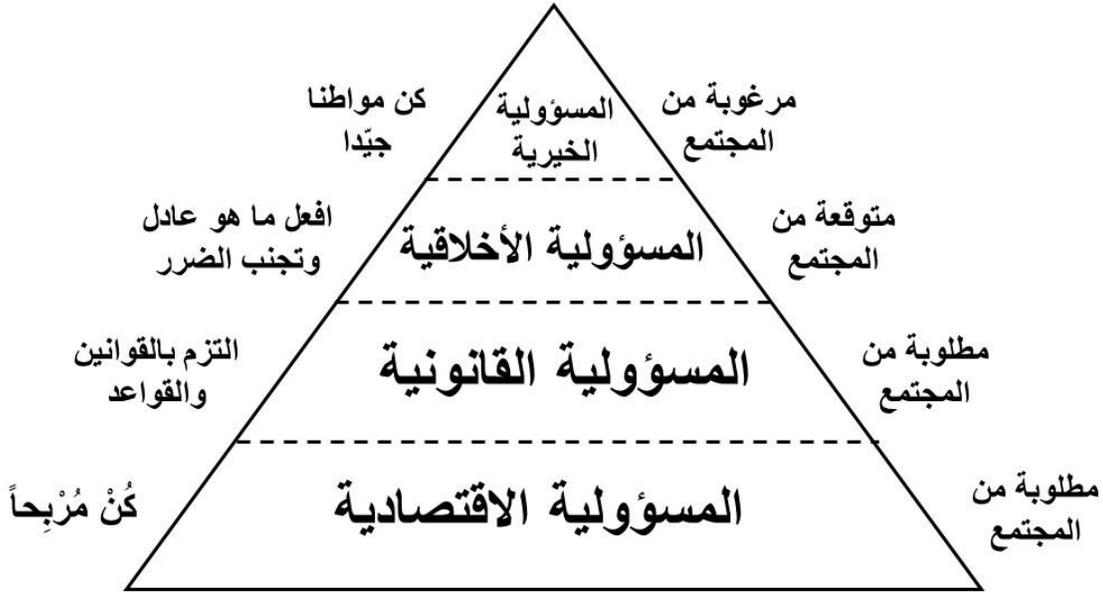
¹¹ Archie B. Carroll, The Pyramid of Corporate Social Responsibility, op cit, p5.

للمجتمع واحترام المبادئ العالمية في الفلسفة الأخلاقية في نشاطاتها مثل الحقوق والعدالة، والعمل كمواطن صالح.

4. المسؤولية الخيرية أو طوعية: وتشمل الأعمال الخيرية للمؤسسة وهي جزء من التوقعات اليومية للمجتمع من المؤسسة من المبادرة والمشاركة في الأنشطة الاجتماعية الغير ملزمة بها قانونيا ولكن بدافع أخلاقي، مثل التبرعات والتطوع والتنمية المجتمعية لصالح المجتمع ككل، كطريقة عملية لإثبات مواطنتها الصالحة.

والشكل الموالي يوضح لنا "هرم كارول للمسؤولية الاجتماعية:

شكل (1): هرم كارول للمسؤولية الاجتماعية



Source : Archie B. Carroll, Carroll's Pyramid Of CSR : Taking Another Look, Carroll International journal Of Corporate Social Responsibility, p5.

ويوضح لنا الهرم أربعة مستويات متكاملة ومتراصة للمسؤولية الاجتماعية يجب أن تضطلع بها إدارة المؤسسة لكي تستطيع التطور والنمو والبقاء، وتشير هذه المستويات إلى الأبعاد الرئيسية للمسؤولية الاجتماعية وظرفها كارول بشكل هرمي لتوضيح الترابط فيما بينها من جهة وتوضيح استناد كل بعد على البعد الآخر من جهة أخرى وهذا منطقي فلا يمكن للمؤسسة أن تقوم بمبادرات طوعية إذا لم تتحمل مسؤوليتها الاقتصادية والقانونية والأخلاقية أولاً.¹²

ثانياً: مواصفة المسؤولية الاجتماعية ISO26000

لقد أصدرت منظمة ISO العديد من المبادئ والمعايير منها ما تستخدمه المؤسسات لإعداد المبادئ التوجيهية لبرامج المسؤولية الاجتماعية نذكر منها مواصفة المسؤولية الاجتماعية ISO26000.

1. تعريف المواصفة:

تعرف منظمة (ISO) مواصفة (ISO26000) بأنها: " وثيقة تم تأسيسها باتفاق جماعي وموافق عليه من قبل هيئة معروفة والتي تقدم للاستخدام العام أو متكرر، القواعد والمبادئ التوجيهية والخصائص بالنسبة للأنشطة أو نتائجها، التي تهدف إلى تحقيق الدرجة الأمثل من النظام في سياق معين"¹³.

وعرفت أيضاً بأنها: "مواصفة عالمية تقدم الإرشادات العامة للمبادئ الأساسية للمسؤولية الاجتماعية والمواضيع والقضايا المرتبطة بها، كما أنها تتطرق للوسائل التي تمكن المنظمة من إدخال مفهوم المسؤولية الاجتماعية ضمن إطار الاستراتيجيات والآليات والممارسات والعمليات بها".¹⁴

وهي "مواصفة اختيارية تم اعتمادها مؤخراً عام 2011، تهدف إلى تعميم مبدأ العدالة الاجتماعية والاقتصادية ضمن معايير أخلاقية عالمية تحترم الحقوق والواجبات من خلال مشاركة جميع قطاعات المجتمع، بشكل فاعل في عملية التنمية المستدامة، كما تهدف إلى التوصل إلى فهم مشترك لمبادئ وممارسات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على المستوى الدولي".¹⁵

إنّ فهي مواصفة دولية تقدم الإرشادات العامة للمبادئ الأساسية للمسؤولية الاجتماعية والوسائل التي تمكن المؤسسات من إدخال هذا المفهوم ضمن الاستراتيجيات والآليات والعمليات بها.

¹² طاهر محسن منصور الغالبي وصالح مهدي محسن العامري: المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، مرجع سابق، ص 83.

¹³ المواصفة القياسية الدولية، ايزو 26000، الترجمة الرسمية 2010: ISO26000 .

¹⁴ Guest Author, ISO 26000 and the Definition of Social Responsibility, March 14th, 2011, on the web site: <http://www.triplepundit.com>

¹⁵ مدحت محمد ابوالنصر، مرجع سابق، ص 91.

2. مجالات الاهتمام الرئيسية للمواصفة القياسية ISO26000 في المسؤولية الاجتماعية:

حددت المنظمة الدولية للتوحيد القياسي ISO سبعة مجالات تمثل القضايا أو الموضوعات الرئيسية للمواصفة القياسية ISO26000 في المسؤولية الاجتماعية، كما يبينها الشكل (2) الموالي:

الشكل (2): المواضيع السبعة المحورية للمسؤولية الاجتماعية.



SOURCE: https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/discovering_iso_26000-ar.pdf

أي تتناول المواصفة القياسية ISO 26000 سبعة مواضيع أساسية للمسؤولية الاجتماعية:

- الحوكمة المؤسسية؛
- حقوق الإنسان؛
- الممارسات العمالية؛

• البيئة؛

• ممارسات التشغيل العادلة؛

• قضايا المستهلك؛

• إشراك وتنمية المجتمع.

ويمكن توضيح محتويات هذه المواضيع أو مجالات فيما يلي:¹⁶

المجال الأول: الحوكمة التنظيمية

1. الشكوى القانونية؛

2. المحاسبية؛

3. الشفافية؛

4. السلوك أو التصرف الأخلاقي؛

5. الاعتراف بأصحاب المصالح وباهتماماتهم.

المجال الثاني: الحقوق الإنسانية

1. الحقوق المدنية والسياسية؛

2. الحقوق الاجتماعية والاقتصادية والثقافية؛

3. الحقوق الرئيسية في العمل.

المجال الثالث: ممارسات العمل

1. التوظيف وعلاقات التوظيف؛

2. أحوال العمل والحماية الاجتماعية؛

¹⁶ مدحت محمد أبو النصر، مرجع سابق، ص ص 93-96.

3. الحوار الاجتماعي؛

4. الصحة والسلامة في العمل؛

5. التنمية والموارد البشرية.

المجال الرابع: البيئة

1. تحديد وإدارة الجوانب والأنشطة والسلع والخدمات البيئية؛

2. تدعيم/ تحفيز الاستهلاك والإنتاج المستدام؛

3. الاستخدام المستدام للموارد؛

4. تحديد التغيير في المناخ والتعامل السليم في هذا الشأن؛

5. تعظيم قيمة الخدمات الإيكولوجية للنظم البيئية.

المجال الخامس: ممارسات التشغيل العادلة

1. محاربة الفساد والرشاوي؛

2. السلوك السياسي المسؤول؛

3. التنافس الشريف؛

4. تحفيز/ تدعيم المسؤولية الاجتماعية خلال سلسلة تقديم السلع والخدمات؛

5. احترام حقوق الملكية.

المجال السادس: قضايا المستهلك

1. المعاملة العادلة وممارسات التسويق والمعلومات بشكل موضوعي وأمين؛

2. حماية الصحة والسلامة للمستهلكين؛

3. وجود نظام أو آلية لإرجاع أو استبدال المنتج؛

4. تزويد المستهلك بالمنتج بشكل بيئي واجتماعي سليم؛

5. تقديم سلع وخدمات نافعة؛

6. خدمة المستهلك وتوفير التدعيم لذلك؛

7. حماية بيانات وخصوصية أسرار المستهلك؛

8. سهولة الحصول على والوصول إلى السلع والخدمات؛

9. الاستهلاك المستدام؛

10. التعليم والوعي.

المجال السابع: مشاركة المجتمع والتنمية

1. المساهمة في أنشطة المجتمع المحلي والمجتمع الأكبر؛

2. المساهمة في التنمية الاجتماعية؛

3. المساهمة في التنمية الاقتصادية؛

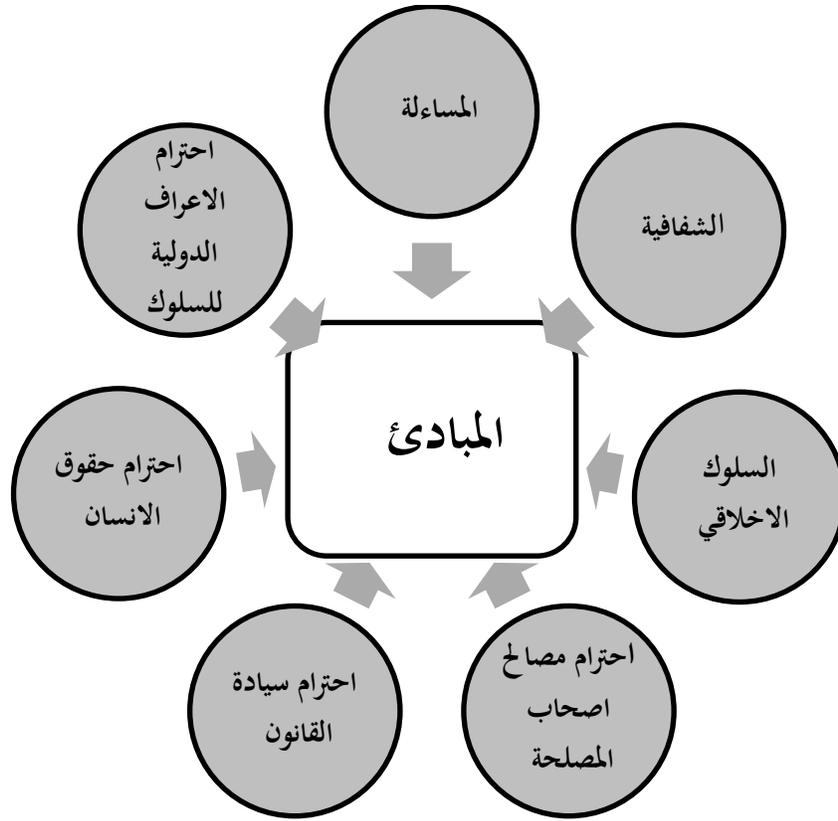
4. الاهتمام بقضايا المجتمع المحلي.

3. مبادئ المسؤولية الاجتماعية وفق مواصفة ISO26000:

تستند المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على مجموعة من المبادئ العالمية الأساسية المستندة على مبادئ

المواصفة الدولية للمسؤولية الاجتماعية ISO26000، كما موضح في الشكل الآتي:

الشكل (3) مبادئ المسؤولية الاجتماعية



المصدر: صالح الحموري ورولا المعاينة: المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015، ص71.

ويمكن شرح هذه المبادئ فيما يلي: 17

1. مبدأ القابلية للمساءلة: أن تكشف المؤسسة وبشكل منتظم للجهات المتحكمة والسلطات القانونية، والأطراف المعنية، بطريقة واضحة وحيادية وأمانة والى حد ملائم السياسات والقرارات والإجراءات -ومن ضمنها الفحص والتدقيق الملائمين والأخذ في الإجراءات التصحيحية -التي تتحمل مسؤوليتها، بشكل مباشر وأيضا الآثار المتوقعة لما سبق على الرفاهية المجتمعية وعلى التنمية المستدامة.

2. مبدأ الشفافية: أن تفصح المؤسسة على نحو واضح ودقيق وتام عن سياساتها وقراراتها وأنشطتها، بما في ذلك التأثيرات المعروفة والمحتملة على البيئة والمجتمع وأن تكون هذه المعلومات متاحة للأشخاص المتأثرين، أو محتمل تأثرهم بشكل جوهري من قبل المؤسسة وان تقدم المعلومات للجهات الرقابية في الوقت المناسب وان تكون معلومات فعلية وان تتاح على نحو واضح وموضوعي وذلك لتمكين الأطراف المعنية من تقييم تأثير قرارات وأنشطة المؤسسة بدقة على مصالحهم وثيقة الصلة.

3. مبدأ السلوك الأخلاقي: أن تتصرف المؤسسة في جميع الأوقات بشكل أخلاقي في معاملتها من حيث الأمانة والعدل والتكامل وذلك فيما يتعلق بالأشخاص والحيوانات والبيئة والالتزام بتناول مصالح الأطراف المعنية.
4. مبدأ احترام مصالح الأطراف المعنية (أصحاب المصلحة) : أن تقر المؤسسة وتتقبل أن هناك تنوعا بالمصالح للأطراف المعنية، وتنوعا في أنشطة ومنتجات المؤسسة الرئيسية والثانوية، وغيرها من العناصر، التي قد تؤثر على تلك الأطراف المعنية.
5. مبدأ الإذعان القانوني - احترام سيادة القانون: أي أن تلتزم المؤسسة بجميع القوانين واللوائح السارية المحلية والدولية المكتوبة والمعلنة، والمنفذة طبقا لإجراءات راسخة ومحددة والإمام بها.
2. مبدأ احترام الأعراف الدولية: أن تحترم المؤسسة الاتفاقيات الدولية والحكومية واللوائح التنفيذية والإعلانات والمواثيق، والقرارات، والخطوط الإرشادية، عند قيامها بتطوير سياساتها وممارساتها للمسؤولية الاجتماعية.
7. مبدأ احترام الحقوق الأساسية للإنسان: إن تنفذ المؤسسة السياسات والممارسات، التي من شأنها احترام الحقوق الموجودة، في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان - الإعلان العالمي لحقوق الإنسان هو وثيقة حقوق دولية تمثل الإعلان الذي تبنته الأمم المتحدة 10 ديسمبر 1948 في قصر شايوفي باريس-، ويتحدث الإعلان عن رأي الأمم المتحدة عن حقوق الإنسان المحمية لدى كل الناس، ويتألف من 30 مادة ويظهر رأي الجمعية العامة بشأن حقوق الإنسان المكفولة لجميع الناس.

محاضرة الأداء الاجتماعي

إن مؤشر قياس أداء المؤسسات لم يعد يقتصر على الأداء الاقتصادي فحسب بل أصبح الأداء الاجتماعي هو الأهم سعياً من المؤسسة للموازنة بين أهدافها وأهداف ورغبات المجتمع، وقد تزايد الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في الآونة الأخيرة، والمطالبة بتحمل هذه المؤسسات مسؤوليتها تجاه المجتمع، وإن يكون لها دور أكبر من مجرد الإنتاج وتحقيق الأرباح، حيث تصاعدت تأثيرات المجتمع وضغوطاته لأن يكون لهذه المؤسسات مزيداً من الأدوار الاجتماعية، فرغم أن هدفها الأساسي اقتصادي، لكن لا يمنع أن يؤخذ في الاعتبار التوازن بين الجانب الاقتصادي بمضمونه الربحي، والجانب الاجتماعي بمضمونه الأخلاقي؛ لتحقيق نمو اقتصادي على المستوى الاستراتيجي للمؤسسة، فلد أن الأوان لوضع مقياس أو مؤشر للمسؤولية الاجتماعية لأداء المؤسسات في المجتمع، يتناسب مع الأداء الاقتصادي وهو الأداء الاجتماعي، والذي سنحاول التعرف عليه فيما يلي:

أولاً: تعريف الأداء الاجتماعي

- ويعرف الأداء الاجتماعي بأنه : "ترجمة لما تقدمه المؤسسة للمجتمع الذي تنشط فيه، لترسيخ قيم اجتماعية تتعلق ب: تحسين حياة الفقراء والزبائن وعائلاتهم، توفير الفرص لمختلف شرائح المجتمع، وتحسين جودة المنتجات التي تقدمها المؤسسة للمجتمع"¹⁸.
- ويعرفه فريق عمل الأداء الاجتماعي بأنه: "الترجمة الفاعلة للرسالة الاجتماعية للمنظمة- (الغرض الاجتماعي الأساسي للمنظمة) - إلى ممارسة فعلية، ولا يمثل الأداء الاجتماعي قياس النتائج فحسب؛ بل يعنى أيضاً بالأعمال والإجراءات التصحيحية التي تتخذ لتحقيق تلك النتائج."¹⁹

¹⁸ السلسلة التوجيهية للأداء الاجتماعي، موجز حول تقدم الأداء الاجتماعي، العدد الأول، الرقم 1، سبتمبر 2006، ص 1.

¹⁹ seep network(October 2006), Social performance working group, social performance glossary, p 29.

[http : //www.arabic.microfinancegateway.org/sites/default/files/mfg-ar-glossary-of-social-performance-26262_0.pdf](http://www.arabic.microfinancegateway.org/sites/default/files/mfg-ar-glossary-of-social-performance-26262_0.pdf)

- ويقصد بالأداء الاجتماعي : "نجاح منظمة الأعمال في تحقيق أهدافها الاجتماعية والموضوعة والمحددة سلفاً، ويقسم الأداء الاجتماعي إلى قسمين داخلي وخارجي، ففي حين يرتبط الأداء الداخلي بالمالكين والعاملين، فإن الأداء الخارجي نعني به الأداء تجاه الزبائن، المجتمع المحلي، الحكومة، وذوي الاحتياجات الخاصة.²⁰
- ويعرف الأداء الاجتماعي، أو الحد الأدنى الاجتماعي بأنه: " الترجمة الفعالة للرسالة الاجتماعية لمؤسسة ما إلى ممارسة تتماشى مع القيم الاجتماعية المقبولة المرتبطة بخدمة أعداد أكبر من الفقراء والمعزولين؛ وتحسين جودة وملائمة الخدمات المالية؛ وخلق مزايا للعملاء؛ وتحسين المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.²¹
- و الأداء الاجتماعي حسب *Clarkson* يعبر عن " قدرة المؤسسة على تسيير وإرضاء مختلف أصحاب المصالح".²²

ثانياً: الفرق بين الأداء الاجتماعي وتقييم الأثر الاجتماعي.

غالباً ما يتم الخلط بين مفاهيم "الأداء الاجتماعي" و"تقييم الأثر" ويتم استخدامهما بشكل متبادل. ولكن هناك فرق هام، فالآثار تشير إلى النتائج أو التغييرات التي يمكن أن تعزى مباشرة إلى البرامج، ويعد تقييم الأثر مجرد عنصر واحد في عملية الأداء الاجتماعي.

أما الأداء الاجتماعي فهو يشمل العملية الكاملة التي يخلق من خلالها الأثر، وتتضمن تحليل الأهداف المعلنة للمؤسسة، وفعالية النظم والخدمات في تلبية هذه الأهداف، والنتائج ذات الصلة لتعزيز إدارة الأداء والنمو الاجتماعي وخلق نظم وممارسات لضمان أنها أفضل في جودة الخدمات، وعلاقات المؤسسات مع الزبائن والمجتمع.²³

²⁰ مقدم مهيبة، تقييم استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري، مرجع سابق، ص161.

²¹ عز اوي محمد وآخرون، دوافع تبني منظمات الأعمال أبعاد المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية كمييار لقياس الأداء الاجتماعي، الملتقى الدولي الثالث حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية والجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، 14-15 فيفري 2012، ص10.

²² برني لطيفة: أثر تمكين العاملين في تحسين الأداء الاجتماعي للمؤسسات الجزائرية (دراسة مقارنة بين المستشفيات العمومية وبين العيادات الاستشفائية الخاصة لولاية بسكرة، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015، ص157.

²³ عز اوي محمد وآخرون، مرجع سابق، ص11.

ثالثاً: المؤشرات التي تقيس الأداء الاجتماعي

إن تقييم أداء مؤسسات الأعمال اليوم لا يعتمد فقط على المؤشرات المالية بل أصبح أكثر شمولية باعتداده على معايير مالية وغير مالية ومن ضمن المعايير الغير المالية تأتي المعايير الاجتماعية في المقدمة، فتقييم الأداء الاجتماعي هو معيار للحكم على مدى وفاء المؤسسة بالتزاماتها ومسؤوليتها الاجتماعية، أي الحكم على الفوائد الاجتماعية لنشاطها الاقتصادي، فلم يعد إصدار التقارير عن الأداء الاجتماعي للمؤسسات أمراً اختيارياً بل أصبح مفروضاً عليها، حيث أن مسؤولية المؤسسة يحددها أدائها الاجتماعي، وما تقدمه من منافع للمجتمع.²⁴

ويعتمد تقييم الأداء الاجتماعي للمؤسسة على معرفة أداء المؤسسة تجاه مختلف أصحاب المصالح، كما يلي:²⁵

1-المسؤولية الاجتماعية اتجاه المساهمين: تعظيم قيمة السهم وتحقيق أقصى ربح ممكن، حماية أصول المؤسسة، الحق في الحصول على المعلومات الكافية عن أداء المؤسسة، التعامل العادل مع المساهمين من دون أي تمييز، إشراك المساهمين في القرارات الهامة للمؤسسة.

2-المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين: وتتضمن احترام قوانين العمل، وضمان حق العامل في التدريب والتكوين المستمر، وحقوقها النقابية، وإشراكه في اتخاذ القرارات، تحقيق الأمن الوظيفي والأمن من حوادث العمل، إصدار مدونة لسلوك وأخلاقيات المهنة لضبط سلوك العاملين، منح مكافآت وحوافز الأفراد العاملين وفق مبدأ كفاءة وجدارة العاملين، توزيع حصة على العاملين من الأرباح السنوية.

3-المسؤولية الاجتماعية اتجاه الزبائن: تتمثل في تقديم المنتجات بأسعار مناسبة ونوعية جيدة، الإعلان الصادق، وتقديم منتجات آمنة، تقديم إرشادات واضحة بشأن المنتج واستخداماته، التزام المؤسسات بمعالجة الأضرار التي تحدث بعد البيع، والالتزام بالتطوير المستمر للمنتجات، والالتزام بعدم خرق قاعدة العمل مثل الاحتكار.

4-المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين: ينظر إلى العلاقة ما بين الموردين ومنظمات الأعمال على أنها علاقة مصالح متبادلة لذلك يتوقع الموردون أن تحترم المؤسسات تطلعاتهم ومطالبهم المشروعة التي يمكن تلخيصها بالاستمرار في التوريد وخاصة لبعض أنواع المواد الأولية اللازمة للعمليات الإنتاجية، وأسعار مقبولة

²⁴حارس كريم العاني: دور المعلومات المحاسبية في قياس وتقييم الأداء الاجتماعي للمؤسسات الصناعية-مداخلة ضمن المؤتمر العلمي الرابع حول الريادة والإبداع: استراتيجيات الأعمال في مواجهة تحديات العولمة، جامعة فيلادلفيا، 2005.

²⁵ظاهر محسن منصور الغالي وصالح مهدي محسن العامري، الإدارة والأعمال، دار وائل للنشر، ط2، 2008الاردن، 2008، صص99، 101.

للموارد المجهزة لمؤسسات الأعمال بالإضافة إلى تسديد الالتزامات، والصدق في التعامل، وتدريب الموردين على مختلف طرق تطوير العمل.

-المسؤولية اتجاه المنافسين: تنتظر المؤسسات الاقتصادية والمتنافسة من بعضها البعض عدالة المنافسة ووضوح آلياتها والاتفاق على إجراءاتها وأن لا تكون منافسة غير عادلة وشريفة.

6-المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع المحلي : يعتبر المجتمع المحلي بالنسبة لمؤسسات الأعمال شريحة مهمة إذ تتطلع إلى تجسيد متانة العلاقات معه وتعزيزها ، الأمر الذي يتطلب منها مضاعفة نشاطاتها تجاهه ، من خلال بذل المزيد من الرفاهية العامة ، والتي تشمل المساهمة في دعم البنية التحتية، إنشاء الجسور والحدائق، المساهمة في الحد من مشكلة البطالة، دعم بعض الأنشطة الرياضية والترفيهية، احترام العادات والتقاليد، دعم مؤسسات المجتمع المدني ، تقديم العون لذوي الاحتياجات الخاصة ، الدعم المتواصل للمراكز الصحية والعلمية ، رعاية الأعمال الخيرية.

7-المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة: ربط الداء البيئي برسالة المنظمة، حماية البيئة من الأضرار الناتجة عن نشاط المؤسسة، المساهمة في حملات البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية، تبني سياسة بيئية رشيدة.

8-المسؤولية اتجاه الحكومة: تعتبر الحكومة من المستفيدين، وتعطي لها المؤسسات الاقتصادية أهمية كبيرة باعتبارها الممثل القانوني للدولة، من خلال الالتزام بالتشريعات والقوانين الحكومية.

9-المسؤولية اتجاه جماعات الضغط: تمثل جماعات الضغط فئات كثيرة وعديدة ازدادت بسبب التقدم التكنولوجي والسياسي والثقافي والاجتماعي في أي بلد من البلدان، ومن أهم مطالبها التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك والتعامل الصادق مع الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى.

10-المسؤولية اتجاه الأقليات وذوي الاحتياجات الخاصة: لا يخلو مجتمع من المجتمعات من وجود أقليات عرقية أو دينية أو مذهبية أو أي نوع آخر من الأقليات، كذلك توجد شرائح ذوي الاحتياجات الخاصة سواء كانت شريحة النساء أو الشباب أو الأطفال أو كبار السن، وتنتظر هذه الشرائح من المؤسسات أدوارا مختلفة تجاهها تساهم في تلبية هذه الاحتياجات الخاصة.

