

المحور التاسع: أخلاقيات الأعمال والحوكمة والمسؤولية الاجتماعية

تعتبر المسؤولية الاجتماعية من القضايا الأساسية التي أخذت أهمية كبيرة من قبل منظمات الأعمال، إذ استع دور هذه الأخيرة من التركيز على الجانب الاقتصادي ليشمل جوانب التنمية الاجتماعية وحتى البيئية حيث أصبحت كل من الحكومة والمنظمات الاقتصادية تسخر جهودها لجعل المجتمع يستفيد من هذا التعاون، وحتى تتحقق المسؤولية الاجتماعية لابد على الأفراد والمنظمات من الاستجداد والعمل بسلوك أخلاقي أثناء مزاوله المهام أي لابد عليهم من العمل وفق أخلاقيات الأعمال.

أولاً: مفهوم المسؤولية الاجتماعية

1. تعريف المسؤولية الاجتماعية

تعددت تعاريف المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال ونذكر منها:

المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال هي تعبير عن مسؤوليتها تجاه تأثير القرارات والأنشطة التي تقوم بها على البيئة والمجتمع والتي تنعكس في سلوك خلقي من خلال¹:

- التنمية المستدامة بما فيها الصحة ورفاهية المجتمع؛
- الأخذ بعين الاعتبار ما تتوقعه المجموعات الضاغطة؛
- احترام القوانين مع مراعاة المعايير الدولية؛
- جعلها ضمن ثقافة المنظمة وعلاقتها.

وتعرف أيضاً على أنها عملية إدماج الاهتمامات البيئية والاجتماعية لمنظمات الأعمال بشكل طوعي مع أنشطتها التجارية وعمليتها وتفاعلها مع ذوي المصلحة².

كما تعرف على أنها التزام أصحاب النشاطات التجارية بالإسهام في التنمية المستدامة من خلال العمل مع المجتمع المحلي بهدف تحسين المستوى المعيشي بأسلوب يخدم الاقتصاد ويخدم التنمية في آن واحد³.

ومنه فالمسؤولية الاجتماعية تتمثل في قدرة المنظمة سواء التي تعمل في القطاع العام أو القطاع الخاص على خلق علاقة جيدة فما بينها وبين المجتمع المحيط بها والمحافظة على تلك العلاقة بما يحقق تطور المجتمع وازدهاره وأمانه، وذلك من خلال الالتزام بأفضل الممارسات في مجالات عمل المنشأة المختلفة وبالشكل الذي يكفل الموازنة بين مصالحها ومصالح المجتمع.

2. أهمية المسؤولية الاجتماعية

تمكن أهمية المسؤولية الاجتماعية فيما يلي¹:

¹ يوسف نجم، أهمية المسؤولية الاجتماعية في جذب الزبائن في البنوك الإسلامية، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، التخصص MBA، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2019، ص 23.

² محمد قادري، دور المسؤولية الاجتماعية والبيئية للمؤسسة الاقتصادية في دعم نظم الإدارة البيئية حالة الشركات القطرية، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات، المجلد 04، العدد 06، جوان 2016، المركز الجامعي أحمد زبانة غليزان، الجزائر، ص 35.

³ سامية طوبال، أمين فروخي، ممارسات المسؤولية الاجتماعية في البنوك التجارية: دراسة حالة البنك الأهلي الأردني، مجلة الاستراتيجية والتنمية، المجلد 04، العدد 15، ديسمبر 2018، كلية الدراسات الاقتصادية والتجارية وعلوم الإدارة، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، ص 236.

1.2 بالنسبة للمؤسسة:

- تحسين صورة المؤسسة في المجتمع وخاصة لدى العملاء والعمال باعتبارها مبادرات طوعية تجاه المجتمع؛
- من شأن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تحسين مناخ العمل كما تؤدي إلى بعث روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف؛
- تمثل المسؤولية الاجتماعية تجاوبا فعالا مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع كما أن هناك فوائد أخرى تتمثل في المردود المادي والأداء المتطور جراء تبنيها.

2.2 بالنسبة للمجتمع:

- الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص وهو جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة؛
- تحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع؛
- زيادة الوعي بأهمية الاندماج التام بين المؤسسات ومختلف الفئات ذات المصلحة؛
- الارتقاء بالتنمية انطلاقا من زيادة تثقيف وانتشار الوعي الاجتماعي وهذا ما يساهم في الاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية؛
- زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع، مع توليد شعور عالي بالانتماء من قبل الأفراد ذوي الاحتياجات الخاصة كالمعوقين وقليلي التأهيل.

3.2 بالنسبة للدولة:

- يؤدي الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية؛
- المساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها من المجالات التي تجد الدولة الحديثة نفسها قادرة على القيام بأعبائها بعيدا عن تحمل المؤسسات الاقتصادية الخاصة دورها في هذا المجال؛
- تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهامها الصحية والثقافية والاجتماعية.

ثانيا: مبادئ المسؤولية الاجتماعية

تقوم المسؤولية الاجتماعية على تسعة مبادئ أساسية يمكن تلخيصها فيما يلي:

1. **الحماية وإعادة الإصحاح البيئي:** بفضل تقديم المؤسسة لمنتجات وخدمات وممارسة العمليات والأنشطة اليومية التي تراعي البيئة مع الترويج للتنمية المستدامة؛
2. **القيم والأخلاقيات:** حيث يقع على عاتق منظمات الأعمال تطوير وتطبيق المواصفات والممارسات الأخلاقية المتعلقة بالتعامل مع أصحاب المصلحة؛

¹ فاطمة الزهراء نويجي، دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية بالتطبيق على مجموعة من المؤسسات الجزائرية، أطروحة دكتوراه، تخصص إدارة أعمال وتنظيم، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2020، ص80.

3. **المساءلة والمحاسبة:** الكشف عن البيانات وتقديم المعلومات الضرورية لطالبيها من أصحاب المصلحة في أي وقت يحتاجونه لاتخاذ القرارات؛
4. **تقوية وتعزيز السلطات:** تحقيق الموازنة بين مصالح المستخدمين والعملاء والمستثمرين والموردين، المجتمع وغيرهم من أصحاب المصلحة؛
5. **الأداء المالي والنتائج:** تعويض المساهمين والعوائد مع المحافظة على الأصول والممتلكات وتعزيز النمو على المدى الطويل؛
6. **مواصفات موقع العمل:** اعتبار العاملين شركاء قيمين في العمل من خلال احترام حقوقهم وتوفير بيئة عمل آمنة وصديقة وخالية من المضايقات؛
7. **العلاقات التعاونية:** فلا بد أن تتسم ممارسات منظمات الأعمال بالعدالة والأمانة مع مختلف الشركاء؛
8. **المنتجات والخدمات ذات جودة:** أي الاستجابة لحاجيات وحقوق الزبائن بتوفير منتجات وخدمات ذات قيمة وجودة عالية؛
9. **الارتباط المجتمعي:** أي تعميق العلاقات مع المجتمع والتعاون والمشاركة لجعله المكان الأفضل للحياة وممارسة الأعمال.

ثالثاً: أبعاد المسؤولية الاجتماعية

تتمثل أبعاد المسؤولية الاجتماعية فيما يلي¹:

1. **البعد الاقتصادي:** يقوم هذا البعد على ضرورة تحقيق أعلى الأرباح بما يحقق أعلى سعر لكل سهم والحفاظ على أعلى كفاءة ممكنة في العمليات والحفاظ على أفضل وأقوى وضع منافس للشركات الأخرى وضرورة أن تكون الشركة مربحة بشكل مستمر؛
2. **البعد القانوني:** يبرز هذا البعد أهمية عمل الشركة ضمن توقعات الحكومة والقانون وتمثل لتعليمات الأنظمة المحلية والدولية وأن تعمل في نطاق قانوني يضمن عدم التعدي على الشركات الأخرى وضرورة الوفاء بالالتزامات القانونية، وتقديم البضائع والخدمات بما يحقق أقل مستوى للمتطلبات القانونية؛
3. **البعد الخيري:** ضرورة عمل الشركة في إطار خيري يحقق توقعات المجتمع وضرورة أن يشارك المدراء والموظفون في الأنشطة التطوعية والخيرية داخل مجتمعهم وتقديم المساعدة للمؤسسات التعليمية الخاصة والعامة والمساهمة التطوعية في تلك المشاريع التي تعزز نوعية الحياة للمجتمع.
4. **البعد الأخلاقي:** من المهم أن يتم تنفيذ الأعمال بطريقة تتفق مع توقعات الأعراف والأخلاق السائدة في المجتمع وضرورة احترام الأعراف الجديدة التي يتبناها المجتمع وعدم تحقيق أهداف الشركة بما ينتهك هذه القيم والأخلاق وأن تقدم الشركة المنتجات والخدمات التي تحقق هذه القيم والأخلاق، ومن المهم أن يتعدى الالتزام بهذه القيم والأخلاق مجرد التزام بالقوانين والأنظمة.

¹ هاني ريعي، برامج المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في محافظة الخليل - الإشكاليات وسبل التطوير، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية الدراسات العليا، جامعة الخليل، فلسطين، 2020، ص31.

والشكل الموالي يوضح هرم كارول لأبعاد المسؤولية الاجتماعية:

الشكل رقم (01): هرم كارول للمسؤولية الاجتماعية



المصدر: هاني ربيعي، برامج المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في محافظة الخليل - الإشكاليات وسبل التطوير، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية الدراسات العليا، جامعة الخليل، فلسطين، 2020، ص31.

رابعا: العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال

تظهر المسؤولية الاجتماعية ضمن مستويات أخلاقيات الأعمال كما يلي¹:

المستوى العام: وهو المستوى الذي تحدد فيه المنظمة موقفها الأخلاقي تجاه الاقتصاد ككل، أي دور الأعمال في تنظيم المجتمع على الصعيد المحلي والدولي، والنتائج التي سيتم التوصل إليها من خلال مشروعها الاقتصادي؛

مستوى المسؤولية الاجتماعية: هذا المستوى تتخذه المنظمة عند صياغة وتطبيق استراتيجيتها، والنتائج والقضايا التي ستواجهها كيانات المنظمة في ذلك، وهو يتعلق بمدى الالتزامات الممكن تقييد المنظمة بها وتأثير ذلك على استمالة الطلب لأصحاب المصالح المختلفين؛

المستوى الفردي: وهذا المستوى متعلق بسلوك وأفعال الأفراد ضمن المؤسسة.

وحسب الباحث "Patrich Murphy" تم وضع سبع خصائص أو قواعد أساسية يجب أن تتوفر في المؤسسات المتبنية للمسؤولية الاجتماعية بغرض التوجه نحو الأخلاق:

¹ ابتسام منزري وآخرون، تبني أخلاقيات الأعمال كمدخل نحو الاستجابة للمسؤولية الاجتماعية وترسيخها في المؤسسات الاقتصادية - مؤسسات خضراء من التجربة الأمريكية، ورقة بحث مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الدولي حول "المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال كدعامة لتعزيز الأداء الاجتماعي لمنظمات الأعمال والتنمية المستدامة"، جامعة الشهيد لخضر حمة بالوادي يومي 26 و 27 سبتمبر 2021، ص ص 13، 14.

القاعدة الأولى: المؤسسات التي لديها توجه أخلاقي تضع الأفراد أولاً؛

القاعدة الثانية: يجب على المديرين وضع نموذج سلوكي موحد زيادة عن القانون؛

القاعدة الثالثة: المديرون مسؤولون عن كل ما يقومون به انطلاقاً من الأساليب إلى نتائج التصرفات والقرارات المتخذة.

القاعدة الرابعة: ينبغي على المؤسسات غرس تصور أخلاقي (كأولوية عليا) لدى المديرين والموظفين.

القاعدة الخامسة: ينبغي على المديرين تبني مجموعة جوهرية من المبادئ الأخلاقية.

القاعدة السادسة: تبني التوجه نحو أصحاب المصلحة ضروري لعملية صنع القرارات الأخلاقية.

القاعدة السابعة: مؤسسات الأعمال ملزمة بوضع صيغة أولية لنموذج صنع قرارات أخلاقية.

ومما سبق نجد أن أي منظمة أعمال كانت لا يمكنها تحقيق كل أبعاد المسؤولية الاجتماعية دون تبني أخلاقيات أعمال حقيقية، فنجد العديد من المنظمات تعتبر المسؤولية الاجتماعية مجرد حيلة تسويقية مبتكرة عن طريق استغلال الفكرة الجيدة الرائجة بين أفراد المجتمع لجذبهم بها وتوسيع قاعدة زبائنهم وزيادة أرباحها وتعظيم مصالحها، وهذا فإظهار نية تبني المسؤولية الاجتماعية سيكون مجرد تحسين لصورتها وسمعتها، وعليه فإنه لا بد لمنظمات الأعمال من تكريس أخلاقيات الأعمال في سبيل تحقيق المسؤولية الاجتماعية.

حيث تسعى المنظمات إلى محاولة تحقيق المسؤولية الاجتماعية نظراً للدور الكبير الذي تلعبه هذه الأخيرة سواء بالنسبة للأفراد أو المنظمة أو المجتمع، حيث أن المسؤولية الاجتماعية ينظر إليها على أنها الالتزام الأخلاقي والتصرف المسؤول اتجاه أصحاب المصلحة ومن أهم الأطراف المستفيدة من برامج المسؤولية الاجتماعية نجد كل من الأفراد والمنظمات والمجتمع ، وحتى تتحقق المسؤولية الاجتماعية لابد على الأفراد والمنظمات من الاستجداد والعمل بسلوك أخلاقي أثناء مزاوله المهام أي لابد عليهم من العمل وفق أخلاقيات الأعمال.