

أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية

على ربحية المؤسسات الاقتصادية

الطالبة/ مناصر خديجة*

Abstract:

L'objectif de cette étude est de démontrer l'influence de la responsabilité sociale sur la rentabilité des entreprises économiques. L'étude a montré que le rendement des entreprises est influé par la responsabilité sociale à long et court terme. Et ceci dépend de la stratégie pratiquée par l'entreprise; et aussi de la taille de l'entreprise et du secteur à qui elle appartient.

Les mots clés: la responsabilité sociale, l'entreprise économique, La rentabilité.

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى إثبات الأثر الذي يعكسه تبني أبعاد المسؤولية الاجتماعية على ربحية المؤسسات الاقتصادية، وقد توصلت الدراسة إلى أن ربحية المؤسسات تتأثر بمدى تبني مبادئ المسؤولية الاجتماعية على المدى البعيد والقريب إذا ما تم وضع خطط ل كيفية التعامل معها بما يتماشى مع إستراتيجية المؤسسة على اختلاف حجمها والقطاع الذي تنتمي إليه بحيث إذا حاولت الاستثمار في بعض العوامل فإن ذلك سيؤثر بالإيجاب على ربحيتها.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، المؤسسة الاقتصادية، الربحية.

مقدمة:

ظهرت المسؤولية الاجتماعية نتيجة حدوث تغير في اتجاهات المجتمع ونظرتة لواجبات ومسؤوليات المؤسسات بعد الثورة الصناعية التي شهدتها أوروبا، فظهرت مؤسسات إجتماعية وتجمعات غير رسمية تمارس ضغوطات متزايدة من بينها: جمعيات حماية المستهلك، جمعيات حماية البيئة. . . الخ، ففي الوقت الذي كانت تسعى فيه المؤسسة الاقتصادية إلى تحقيق الربح بأسهل الطرق لم تكن تراعي الآثار البيئية والاجتماعية التي يمكن أن تنجر عنها من تلوث للبيئة واستنزاف للموارد الطبيعية والبشرية ما أدى الجهات المعنية إلى فرض قوانين وعقوبات صارمة على المؤسسات الاقتصادية.

أثبتت الدراسات أنه إذا ما اهتمت أي مؤسسة اقتصادية بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية والبيئية سيساهم إلى حد ما في إبراز دورها الاجتماعي وتعميق هيمنتها في الوسط الذي تنمو فيه، وبالتالي رفع درجة تنافسيتها وتوطيد علاقاتها مع المجتمع المدني، الموردين وحتى المساهمين.

إن تطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية يعني على المؤسسة الاقتصادية صرف مبالغ ضخمة في الوقت الراهن من أجل دعم مشروع أو عمل خيري تظهر نتائجه على المدى البعيد، الأمر الذي يؤدي إلى تحسين صورة المؤسسة وجذب المتعاملين إليها، إن صرف مثل هذه المبالغ المالية يوقع المؤسسات في خسائر مالية ويؤثر بشكل كبير على فوائدها، هذا الأمر لا يمكن أن نلاحظه في المؤسسات الكبيرة والعمومية، لكن على عكس ذلك يظهر جليا في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ذات رأس مال المحدود والتي لا يمكن أن تغطي نفقاتها.

على ضوء ما سبق، نطرح التساؤل: هل تطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية يعتبر مصاريف إضافية تؤثر على ربحية المؤسسة؟

ونضع الفرضيات الآتية:

- يعتبر تبني المسؤولية الاجتماعية تكاليف قد تعيق نمو المؤسسة؛ خصوصا إذا تبنت مشاريع خيرية مختارة عشوائيا بما لا يتماشى مع أولوياتها؛
- وأن قيام المؤسسة الاقتصادية بالمسؤولية الاجتماعية يختلف حسب حجم وطبيعة نشاط المؤسسة فهي من اختصاص المؤسسات الكبيرة، وعليه فإن بعض المؤسسات غير معنية بالمسؤولية الاجتماعية.

(1) مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

ظهرت المسؤولية الاجتماعية منذ النصف الثاني من القرن الماضي بعد ظهور عدة عوامل؛ ففي ظل زيادة حدة المنافسة تغير مفهوم تحقيق الربح كهدف أحادي إلى العمل على تحقيق رفاهية الزبون وتحسين جودة المنتجات خصوصا بعد ظهور جمعيات تطالب المؤسسات الاقتصادية بالحد من استنزاف الموارد الطبيعية والبيئية من بينها جمعيات حماية المستهلك وجمعيات حماية البيئة... ليتعدى بذلك دورها إلى أكثر من تحقيق الربحية وتصبح مواطنًا صالحًا تعمل على تحقيق أهداف اجتماعية وبيئية.

حقيقة إن تبني مبادئ المسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى ارتفاع تكاليف على مستوى البدء، وقد أسفرت نتائج إحدى الدراسات أن أغلب المؤسسات إذا ما لم تنتهج سياسة محكمة ووضعت خطط واستراتيجيات لتبني هذه المبادئ حتما سيؤدي إلى فشلها وبالتالي، فقدان مكانتها في المجتمع الذي تعمل فيه¹.

(1-1) تعريف وسمات المسؤولية الاجتماعية:

لو اتبعنا الأسلوب التقليدي في البحث عن سبل ضمان استمرارية المؤسسة الاقتصادية وضمان ربحيتها اعتبر تعظيم الربحية هو الهدف النهائي لنشاط أي مؤسسة، حيث كان يعتمد عليه في تقييم المؤسسة، ومع تطور حاجات المجتمع وتطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية ظهرت طرق تفسير حديثة ترمي إلى تحقيق أهداف أخرى على غرار تعظيم الربحية قد تتعدد إلى تحقيق الأرباح على المدى الطويل بدلا من أرباح قصيرة الأجل².

إذ لم يعد تقييم المؤسسة يعتمد في بناء سمعتها على مراكزها المالية فقط، فقد ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على إنشاء بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية التكنولوجية والإدارية³. لهذا الغرض أصبح إدماج العنصر الاجتماعي والبيئي في ثقافة المؤسسة مرهونا بتلك الأهداف التي تحققها. لهذا تخصص المؤسسات الكبيرة مبالغ سنوية من أجل دعم مشروع اجتماعي محقق بذلك دعم النمو الاقتصادي والاجتماعي من جهة ومن جهة أخرى محاولة تحقيق هذه الأهداف بما يتماشى مع إستراتيجيتها، وغالبا ما يكون اختبارها للمبادرات التي تساندها وترعاها اختبارا عشوائيا قائما على البريق الإعلامي لتلك المبادرات⁴. إذ وجد أن نسبة 86% من الزبائن يتعاملون مع المؤسسات التي لديها دور في خدمة المجتمع كما أن 64% شجعون فكرة أن تكون المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من معايير تقييم المؤسسات.

✦ تعريف المسؤولية الاجتماعية:

كان الإسلام السباق إلى حث المجتمعات على تبني مبادئ المسؤولية الاجتماعية فيما يعرف بالتكافل الاجتماعي، ومع تطور حاجات المجتمع وتساعد تأثيراته وضغوطه الناتجة عن النقد المستمر لمفهوم تعظيم الربح منذ النصف الثاني من القرن العشرين ألزم المؤسسات على تبني المزيد من الالتزام للطلب الاجتماعي. فعمدت العديد من المبادرات على الصعيد الدولي لتحديد نطاق مفهوم وأبعاد المسؤولية الاجتماعية، من بين هذه المبادرات:

- مبادرات عالم الأعمال، مثل غرفة التجارة الدولية بشأن التنمية المستدامة؛
 - مبادرات منظومة الأمم المتحدة والمنظمات الحكومية، إعلان المبادئ الثلاثية حول الشركات متعددة الجنسيات والسياسة الاجتماعية الصادر عن منظمة العمل الدولية؛
 - المبادرات الصادرة عن المنظمات الحكومية، توجهات منظمة العفو الدولية في مسائل حقوق الإنسان في المؤسسات؛
 - والميثاق العالمي للمسؤولية الاجتماعية الصادر عام 1999 لدعم روح المواطنة المؤسسية.
- غير أنه لم يتم التوصل إلى تعريف موحد ودقيق لمفهوم المسؤولية الاجتماعية نتيجة الأبعاد والآثار الناجمة عن تصرفات المؤسسة، ومن هذه التعاريف:
- هي الالتزام المستمر من قبل المؤسسات بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين الظروف المعيشية للعمال، عائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل (تعريف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة)؛
 - هي ممارسات الأعمال التجارية المتسمة بالانفتاح والشفافية القائمة على مبادئ أخلاقية واحترام الموظفين والمجتمع والبيئة، وصُممت تلك المسؤولية لإتاحة قيمة مستدامة للمجتمع عامة إضافة إلى المساهمين (تعريف المنتدى الدولي لقادة الأعمال)؛
 - هي ترجمة لقرارات المؤسسة ونشاطاتها تجاه المجتمع والبيئة من خلال تبني سلوك شفاف وأخلاقي يساهم في تحقيق التنمية المستدامة بما في ذلك الصحة والرفاهية في المجتمع، يأخذ بعين الاعتبار توقعات أصحاب المصالح، يحترم القوانين السارية ويتوافق مع المعايير الدولية، يدمج في المؤسسة ككل ويتم ممارسته وتطبيقه في مستوياتها الإدارية المختلفة (تعريف مواصفة الإيزو 26000)⁵؛
 - وتعني التصرف بالمساءلة، ليس فقط أمام أصحاب حقوق الملكية، ولكن أمام أصحاب المصلحة الأخرى بمن فيهم الموظفين والزبائن والحكومة الأخرى والشركاء والمجتمعات المحلية والأجيال القادمة.
- يعد مفهوم المساءلة مكونا رئيسيا من المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، كما تعتبر التقارير أداة تسعى عن طريقها المؤسسات لطمأنة أصحاب المصلحة بأنها تعنى باستمرار بما يشغلهم على نحو استباقي وإبداعي عبر كل ما تقوم به من عمليات.
- وخلاصة القول يمكن أن نعرف المسؤولية الاجتماعية على أنها استثمار المؤسسة في تحقيق رفاهية المجتمع والمحافظة على البيئة بما يتماشى مع مصالح أصحاب المصلحة من أجل تحقيق التنمية المستدامة في إطار حلقة ثلاثية الأبعاد اجتماعية، اقتصادية وبيئية.

⊕ سمات المسؤولية الاجتماعية:

اتسمت المسؤولية الاجتماعية بمجموعة من الخصائص:

- هي جزء لا يتجزأ من المؤسسة:

مع التوجه الجديد للمؤسسات في ظل انفتاح السوق وزيادة حدة المنافسة والتوجه نحو الاقتصاد الأخضر أصبحت إستراتيجية المؤسسة الاقتصادية والمسؤولية الاجتماعية يصبان في نفس الاتجاه وهو البقاء والاستمرارية: فأصبحت المؤسسات تعني بتوظيف العمال وتحسين ظروف العمل من أجل إنتاجية أكبر.

- الاستدامة:

تعني المسؤولية الاجتماعية بتحقيق دائرة أعمال تكاملية تكون فيه مخرجاتها العمل الاجتماعي مصبا لموارد جديدة لها ولغيرها من المؤسسات، على عكس العمل الخيري الذي هو في الغالب يهدف إلى العطاء فقط ولا يخدم بالضرورة المجتمع، لهذا فهو يمكن أن يكون غير دائم، فمثلا لو قامت مؤسسة بدعم منطقة بمواد غذائية فهي تقوم بعمل خيري، أما إذا دعمتها من خلال تكوين مؤسسة غير ربحية وتدريب أصحابها ومشاركتهم في الأرباح فهي بذلك تكون قد قامت بمسؤوليتها الاجتماعية الذي تتضح أهدافه واستدامته⁶.

- وعوائد المسؤولية الاجتماعية غير كمية:

ليس بالضرورة الحصول على عائد مادي من القيام بالمسؤولية الاجتماعية فمثلا محاولة رسم انطباع حسن في المجتمع من خلال عملية التشجير أو تكوين العمال ستكون نتائجه غير مادية وستظهر بعد فترة طويلة، مما يصعب قياس المنفعة المتوخاة من جراء القيام بها، لهذا ذهب الباحثون إلى قياس تكاليف المسؤولية الاجتماعية فقط.

من خلال التعريفات السالفة الذكر، نستخلص:

- وجود علاقة مع أصحاب المصلحة: إذا ما تبنت المؤسسات مبادئ المسؤولية الاجتماعية تكون بذلك قد حققت برامج وأنشطة اجتماعية تتناسق مع أهدافها الاقتصادية، مما يؤدي إلى تحقيق هدفها الرئيسي الذي أنشأت من أجله؛
- العلاقة مع المصلحة الذاتية: إن المسؤولية الاجتماعية هي التزام أصحاب المؤسسات بالمصلحة الذاتية التي تهتم بمصالح الأطراف الأخرى من غير حملة الأسهم كمصالح العاملين، الموردين، الموزعين، المنافسين؛
- العلاقة مع سلوك المؤسسة: إن المسؤولية الاجتماعية هي مجموعة التزامات طوعية-استجابة اجتماعية -أو غير طوعية-مفروضة قانونا- التي تتسجم مع قواعد ومتطلبات البيئة؛
- والعلاقة مع أخلاقيات الإدارة: أي أن المسؤولية الاجتماعية توضح أخلاقيات الإدارة وانتهاج المعايير والمواصفات الدولية ما يسمح للوصول إلى المستوى المطلوب لتحقيق رغبات الزبون.

1-2) المؤيدون والمعارضون للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة:

أظهرت الدراسات أن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية يختلف على حسب البيئة الخارجية، فهناك من توليها اهتماما كبيرا بما ينماشى مع أهدافه الداخلية من أجل تحقيق إستراتيجية الاستمرارية على المدى الطويل، وهناك من يراها على أنها ضغط من السلطات نحو حماية البيئة.

⊕ المؤيدون للمسؤولية الاجتماعية:

ظهر هذا الاتجاه حصيلة لأخلاقيات المسؤولين والأفراد العاملين أو من خلال الدور الذي تلعبه المؤسسات، ما يساعد على ضمان استمراريته عليها الإنتاج على حسب متطلبات المجتمع، لذلك فهي ملزمة على تبني المسؤولية الاجتماعية وإعطاء الأولوية للمجتمع في تحقيق أهدافها⁷، ويتجلى ذلك من خلال:

- يرى أنصار هذا الرأي أن الأرباح على المدى البعيد يمكن أن تزداد من خلال تبني المؤسسة للدور الاجتماعي أكبر؛
- إن انتهاز المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية في المدى القصير يملئ نتائجها في تحقيق الأرباح على المدى البعيد؛
- إن أداءها الحالي حيال المجتمع هو شكل من أشكال الثقافة في المجتمع وما يتطلبه من تنفيذ؛
- وتعطى المسؤولية الاجتماعية أهمية الالتزام أخلاقيا تجاه المجتمع والموظفين، من خلال الحفاظ على متطلبات المستهلك وحماية العمال مما يعطيها مكانة أكبر في السوق، لينعكس مستقبلا من خلال زيادة المبيعات وتعزيز الميزة التنافسية والسمعة، وبالتالي تعزيز قوتها التأثيرية على المجتمع.

إذا نظرنا إلى الجانب البيئي بالرغم من التطور التكنولوجي، يبقى هناك تأثيرات سلبية لهذا سنت الدولة القوانين والتشريعات الإحساس بروح المسؤولية لتخصيص جانب من عوائدها لتغطية هذه الآثار، مثلما حدث في اليابان التي تجد نفسها منسجمة مع الدولة حيث كانت المبادرة إلى تبني برامج المسؤولية الاجتماعية، غير أنها في بعض الدول أثرت على المنافسة الدولية⁸. والوقاية من المشكلة أفضل من علاجها، لذا إن الأخذ بعين الاعتبار المجتمع في إستراتيجية المؤسسة يؤدي إلى تجنب المشاكل الآتية قبل تفاقمها.

⊕ ومعارضى المسؤولية الاجتماعية:

إذا ما نظرنا إلى الاتجاه الأول نلاحظ أن المؤسسة تدور في حلقة مغلقة، والأهداف الثانوية تفوق تحقيق الهدف الأحادي للمؤسسة، إضافة إلى أن الأرباح المحققة لا تعود أساسا إلى المسيرين، إنما هي من حق المالكين والمستثمرين، وبالتالي محاولة إنفاق الأموال واستثمارها فيما يحقق لهم ثمرا في رأس المال. ومن الحجج على ذلك ما يلي⁹:

- لا تمتلك قوة القانون في إلزامية التنفيذ من قبل المؤسسات، لأنه عمل تطوعي لا يحدد بالقانون؛
- ذوبان الأهداف الأساسية للمؤسسة ومرور الزمن ومع زيادة مطالبة المجتمع بتبني أهداف اجتماعية تصبح المؤسسة عاجزة عن الارتقاء بالإنتاجية؛

- إن تبني المسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى زيادة إنفاق المؤسسة في هذا المجال وبحملها تكاليف عالية، كما أن أثره تتحقق على المدى البعيد وأحيانا لا تتحقق أصلا حسب المقولة الشهيرة كل ما هو جيد للمؤسسة هو جيد لأمريكا لكن ليس كل ما هو جيد لأمريكا هو جيد للمؤسسة؛
- محدودية الخبرة والمهارة المتاحة في معالجة المشكلات الاجتماعية التي تعترض عملها؛
- وتعد المسؤولية الاجتماعية مسألة معقدة وصعبة، لأن القرارات المتعلقة بها تكون معقدة، ومتضمنة العديد من المتغيرات التي يصعب استيعابها في الكثير من الأحيان خصوصا في المؤسسات الصغيرة.

3-1) أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

حددت مجموعة من القضايا التي تعتبر أبعاد المسؤولية الاجتماعية، والتي قد تظهر كانتقادات توجه للمؤسسات واعتبارها أهداف للإجراءات الحكومية، وفيما يلي أبعاد مفهوم المسؤولية الاجتماعية¹⁰:

- البعد الاقتصادي:

في هذا المجال يركز المديرون على تعظيم الأرباح للمالكين بغض النظر عن الأهداف الاجتماعية والتي إذا ما قدروا أن ينفقوا عليها من الأموال والتي قد تخفض من الأرباح نتيجة لهذا الصرف على هذا الجانب مما يلحق بالمالكين.

- البعد الاجتماعي:

على المؤسسة أن تحقق الرفاهية في المجتمع التي تعمل فيه، وتحسين ورعاية شؤون العاملين فيها، بما يعكس إيجابا على زيادة إنتاجيتهم وتنمية قدراتهم الفنية وتوفير الأمن المهني والوظيفي والرعاية الصحية.

- والبعد البيئي:

لا بد على المؤسسة أن تراعي الآثار البيئية المترتبة عنها والقضاء على الانبعاثات السامة والنفايات، وتحقيق أقصى قدر من الكفاءة والإنتاجية من الموارد المتاحة وتقليل الممارسات التي قد تؤثر سلبا على تمتع البلاد والأجيال القادمة بهذه الموارد، وعلى المؤسسة أن تعي جميع الجوانب البيئية ذات الصلة في تأدية نشاطاتها¹¹.

جدول 01: أبعاد المسؤولية الاجتماعية وعناصرها

العناصر الرئيسية	العناصر الفرعية	
الاقتصادي	المنافسة العادلة	- منع الاحتكار وعدم الإضرار بالمستهلكين؛ - واحترام قواعد المنافسة وعدم إلحاق الأذى بالمنافسين.
	التكنولوجيا	- استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي؛ - استخدام التكنولوجيا النظيفة في معالجة الأضرار التي تلحق بالمجتمع والبيئة.
القانوني	قوانين حماية المستهلك	- حماية المستهلك من المواد الضارة؛ - وحماية الأطفال صحياً وثقافياً.
	السلامة والعدالة	- التقليل من إصابات العمل؛ - تحسين ظروف العمل ومنح العمل لصغار السن؛ - منع التمييز على أساس الجنس والدين؛ - وتوظيف المعوقين.
الاجتماعي	حماية البيئة	- منع التلوث بجميع أنواعه؛ - صيانة المواد وتمييزها؛ - والتخلص من المنتجات بعد استهلاكها.
	المعايير الأخلاقية والقيم الاجتماعية	- مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف؛ - مراعاة حقوق الإنسان؛ - واحترام العادات والتقاليد ومراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك.
	نوعية الحياة	- نوعية المنتجات والخدمات المقدمة؛ - والمساهمة في تلبية الحاجات الأساسية للمجتمع.

المصدر: ويلية فريدة، «دور الميزانية الاجتماعية في تسيير الموارد البشرية: دراسة حالة مؤسسة نفطال-الوكالة التجارية الخروب»، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية (تخصص تسيير الموارد البشرية)، كلية العلوم الاقتصادية علاقة وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2012، ص 9.

من خلال الجدول نلاحظ أن ضمان استمرار المؤسسة ونجاحها مرتبط ارتباطاً وثيقاً بمتطلبات المجتمع، خاصة في الأبعاد الاقتصادية، والقانونية حيث تمثل هذه الأبعاد مطالب أساسية للمجتمع يجب تلبيتها من قبل المؤسسة. وأن إسهاد أي بعد على آخر يمثل حالة واقعية، فلا يمكن أن نتوقع من المؤسسة مبادرات إذا لم تكن قطعت شوطاً في إطار تحملها لمسؤوليتها الاقتصادية والقانونية والاجتماعية، لذا فالمؤسسة خاضعة لنظام أوليات فهي ملزمة بتحقيق الأرباح والعوائد الاقتصادية، و لكي تستمر في العمل يجب أن تحترم القوانين وتبعد نفسها من المساءلات القانونية، كما أن التقيد بالقيم الأخلاقية والاجتماعية ومراعاة نوعية الخدمات من شأنها أن تعزز صورتها أمام المجتمع. وحسب الجدول على المؤسسة أن تأخذ بعين الاعتبار:

- البيئة وما ترتبط بها من عناصر مثل السيطرة على التلوث وذلك من خلال القيام بإجراءات ملموسة وإعادة تصنيع المواد الناتجة عن العمليات الإنتاجية والمساهمة في إعادة بناء البيئة؛
- توفير الفرص المتكافئة في التوظيف من خلال تشغيل وإتاحة الفرصة للعاملين في المؤسسة في الترقى في السلم الوظيفي وتشغيل المرأة؛
- الاهتمام بالأفراد، وذلك من خلال تحسين الظروف المعيشية للعمال وضمان حقوقهم وتوفير فرص العمل لهم؛
- التكنولوجيا الحديثة: من خلال الاهتمام بتطوير المنتجات وإعادة التصنيع بالإضافة إلى ضمان المنتجات الآمنة ذات النوعية الجديدة.
- المنافسة العادلة من خلال منع الاحتكار واحترام قواعد المنافسة وعدم إلحاق الضرر بالمنافسين.

1-4) فوائد تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة:

إن التأثير الذي تحدثه أي مؤسسة اقتصادية على المجتمع يعتمد على السياسات العامة والممارسات المستخدمة في التحديث المجتمعي من خلال:

- التوظيف:

إن دور المؤسسات كجهات مُستخدمة يُعد من أهم مصادر التنمية الاقتصادية فهي تقوم بتوظيف الأفراد بصورة مباشرة من خلال تعيين موظفين دائمين أو موظفين بموجب عقود، وبطريقة غير مباشرة من خلال مورديهم والعقود الخارجية، وممارسة المؤسسات الأجنبية في الاعتماد على العمال المغتربين بدلاً من العمالة المحلية أو قيامها بالتميز بين الشريحتين فيما يتعلق بالمعاملة والأجور يدل على عدم مراعاة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات أو المجتمع الذي تقوم المؤسسة من خلاله بتحقيق أهدافها.

- توفير الموارد والمشتريات:

التأثير الاقتصادي للأموال التي تنفقها المؤسسات والاستعانة بمصادر خارجية والاستيراد قد يكون كبيراً. وبالتالي، فإن توفير الموارد من مؤسسات موجودة في المجتمعات المحلية قد يؤدي إلى حفز التنمية الاقتصادية للمجتمع المحلي.

- تحديد مواقع المرافق والإدارة:

المجتمعات التي تختارها المؤسسات المستثمرة لإقامة مواقع مرافقها التشغيلية تحصل على دفعة لاقتصادياتها من خلال إيرادات الضرائب المحلية، وإنشاء مؤسسات الأعمال التجارية المحلية وتوفير فرص عمل ومثل هذه المؤسسات تعزز الجهود المحلية لإنعاش الاقتصاد وتدعم المؤسسات المحلية.

- الاستثمار المالي:

قيام المؤسسات باستثمار الأموال على أساس قصير أو طويل الأمد يعود على المجتمعات المحلية بالعديد من الفوائد. ووسائل الاستثمار النافع تشمل شراء الأسهم في أسواق الأوراق المالية المحلية، والتعامل مع مصارف تنمية المجتمعات المحلية أو الاستثمار في صناديق القروض لتنمية المجتمع المحلي.

- الأعمال الخيرية والاستثمار في المجتمع المحلي:

يتضمن هذا المجال توجيه الأموال النقدية والموارد إلى الأنشطة التي تؤدي إلى حفز إيجاد الوظائف وتوليد الدخل في المجتمع المحلي، مثل التدريب بغرض الإعداد للتوظيف، وتوفير السكن بتكلفة معقولة، تطوير وتوسيع مؤسسات الأعمال التجارية الصغيرة، والإنعاش الاقتصادي، والاستثمار في تعليم الشباب أو تعزيز الظروف الصحية للشباب في المجتمع المحلي. وتقوم المؤسسات بهذه الأنشطة من خلال التبرع للمؤسسات المعنية بتطوير المجتمع المحلي، وبالشراكة مع الوكالات غير الربحية وتصدر برامج الإنعاش الاقتصادي.

- تعزيز التنافسية:

توجب المسؤولية الاجتماعية على المؤسسات تطبيق الممارسات المسؤولة في جميع هذه الحالات، لأن تطبيقها يحقق الميزة التنافسية المستدامة للأعمال، ويستجيب لتطلعات وتوقعات الزبائن والمتعاملين.

- تخفيض تكاليف التشغيل:

هناك عدة مبادرات تسعى إلى تحسين الأداء البيئي وتؤدي إلى خفض التكاليف مثل تقليل انبعاث الغازات، والتخلص من النفايات من خلال إعادة تدويرها، وفي مجال الموارد البشرية (جداول العمل المرنة والتناوب على الوظائف وغيرها من البرامج المتصلة بمكان العمل التي تؤدي إلى خفض نسبة غياب العمال)¹².

- والتحكم في المخاطر:

المشاركة في البرامج الخاصة بمواطنة الشركات وفي الجهود المبذولة لتحسين الأوضاع البيئية من شأنها تخفيض حجم الغرامات وتخفيض الأحكام الصادرة ضد المؤسسات التي تخالف القانون. حيث إن المؤسسة التي تتعرض لغرامات نتيجة رفع دعاوى قضائية ضدها يمكنها تخفيض هذه الغرامات الحدك إذا ما أظهرت أنها تقيم بحمد مشاكة لتحنب المشاكل التي عرضتها لهذه الغرامات. والمواطنون يكونون على استعداد أكبر لمغفرة الخطأ عندما يتبين أن الشركة لم تقم بإحاطات غير مسئلة لم تسعوا لاختفاء أفعالها، فأعلنت كما ف. وسعما لمنع المشكلة من الحدوث. ويمكن للممارسات التجارية المسؤولة أن تمنع حدوث الكثير من الكوارث.

(2) المسؤولية الاجتماعية وربحية المؤسسات:

يمكن تحقيق ربحية المؤسسات في كثير من الأحيان من خلال إجراء مقارنة بين التكاليف والربح المتوقع. ولكن إذا أدخلنا متغير "المسؤولية الاجتماعية"، فإن الأمر يختلف.

(1-2) الربحية واستمرارية المؤسسة:

تعتبر الربحية هدفا لضمان استمرارية المؤسسة الاقتصادية ومؤشرا ماليا لنجاحها وكفاءتها الإدارية في استخدام الموارد الموجودة يتم تحقيقها من خلال:

- ترتيب مصادر الأموال بشكل يمكن ملاك المشروع من الحصول على الأموال المطلوبة بأقل ما يمكن من التكاليف والمخاطر؛

- واستثمار الأموال المتحصل عليها من الأصول بطريقة تمكن المؤسسة كلها وكوحدة من تحقيق عائد لا يقل في مستواه عما يستطيع ملاكها تحصيله من استثمار أموالهم في مشاريع أخرى تتعرض لنفس الدرجة من المخاطر.

إذن لو عرفنا الربحية لوجدنا أنها عبارة عن العلاقة بين الأرباح التي تحققها المؤسسة والاستثمارات التي ساهمت في تحقيق هذه الأرباح، لكن إذا نظرنا إلى الاستثمارات في مجال المسؤولية الاجتماعية نجد أنها استثمارات معنوية لا يمكن قياس المنفعة الناجمة عنها، خصوصا وأن عوائدها بعيدة المدى، وهذا راجع لكون العوائد الاجتماعية قد تكون في صورة سلوكية تؤثر على النواحي النفسية والمعنوية¹³، كما أنها غير كمية يصعب قياسها بالوحدات النقدية.

لهذا لا يجب أن ينظر إليها كهدف وحيد بل مع مجموعة من الأهداف الاجتماعية الأخرى، نظرا لحاجة المجتمع لكليهما، حيث وجه العديد النقاد إلى عدم اعتبار ربحية المشروع كمعيار لنجاح وكفاءة الإدارة وهذا نظرا للأسباب التالية¹⁴:

- عدم صلاحية الربحية كمعيار لمشاركة المشروع في تحقيق رغبات المجتمع: يعتبر الربح الهدف النهائي الذي ينبغي أن يسعى إليه المشروع من وجهة نظر المجتمع، كما أن تحقيق رغبات المجتمع تعتبر ربح معنوي يصعب على المؤسسة قياسها، لذلك لا يمكن اعتبار أن الربحية وحدها ضمان لكفاءة وفعالية المؤسسة؛

- عدم توافق تعظيم الربح مع النظريات الحديثة لاقتصاديات المشروع إذ أغفلت النظرة التقليدية أهمية دور المشروع في تحقيق التوازن المطلوب بين احتياجات ورغبات الأطراف المتعددة بالمجتمع، الأمر الذي قاد رواد النظرية الحديثة لاقتصاديات المشروع إلى الخروج عن مفهوم تعظيم الربح إلى تحقيق الربح العادل مع تأكيد أهمية دور المشروع في تحقيق أهداف متعددة بجانب هدف الربحية؛

- والدقة النسبية لمعيار الربحية: يمثل رقم الربح محصلة لمجموعة من المبادئ والفروض والسياسات المطبقة في المؤسسات على اختلاف أنواعها، الأمر الذي يضيف عليها ضلالا من التحفظ لعدم إمكانية التوصل للربح الحقيقي.

2-2) علاقة المسؤولية الاجتماعية بالربحية

تختلف الآراء حول العلاقة بين الربحية والمسؤولية الاجتماعية بين الإيجاب والسلب وانعدام العلاقة وهذا حسب الأبعاد والمعايير المستعملة:

✦ نظرية وجود علاقة سلبية بين المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والربحية:

تبنى المسؤولية الاجتماعية يعني تكبد المؤسسة المزيد من التكاليف التي تؤدي إلى التقليل من الأرباح وثروة المساهمين، في دراسة أجريت على مجموعة من المؤسسات سنة 1985 أثبتت أن انتهاج المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية يقلل من قدرتها التنافسية لأن هذه المؤسسات تدفع تكاليف إضافية في مشاريع المسؤولية الاجتماعية والتي لا تدفعها المؤسسات المنافسة الأخرى التي لا تنتهج المسؤولية الاجتماعية، وقد استعملوا تكاليف مشاريع التقليل من التلوث كمثال على ذلك¹⁵. وهكذا استنتج هؤلاء الباحثون أنه حتى لو كانت هناك مكاسب اقتصادية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات فهي قليلة جداً مقارنة مع تكاليفها الضخمة ومنه فانتهاج المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى إنقاص ربحية هذه المؤسسات.

✦ نظرية وجود علاقة ايجابية بين المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والربحية:

أثبتت العديد من الدراسات أن توجد علاقة ايجابية بين تبني المسؤولية الاجتماعية والربحية وهذا يرجع إلى الأسباب التالية:

- تخفيض التكاليف الضخمة الناتجة عن العقوبات والضرائب، والتعرض للمخاطر وبالتالي زيادة ربحية المؤسسة؛
- والاستثمار في المسؤولية الاجتماعية لا يكلف الكثير ولكن له مردودية كبيرة، فمثلاً استثمار المؤسسة في تطوير علاقتها مع الموظفين لا يكلف الكثير لكنه يؤدي إلى مردودية كبيرة عبر زيادة إنتاجية ووفاء العمال؛

وكما وجدت بعض الأبحاث أن المؤسسات التي تطبق المسؤولية الاجتماعية تكون عادةً لديها شعبية كبيرة عند المجتمع، وهذا ما يؤدي إلى زيادة عدد زبائنها وارتفاع قيمة أسهمها، كما قد تفضلها بعض الحكومات بمنحها إعفاءات ضرائبية وامتيازات قانونية. إن تبني مبادئ المسؤولية الاجتماعية يعود بالإيجاب على المؤسسة مهما اختلف حجمها ويحسن من ربحيتها، عند مستويات لا تزيد عن قدرتها على تحمل هذا النوع من المسؤولية لأنه قد يحول ربحها إلى خسارة، وبالتالي إضعاف قدرتها المالية بسبب الارتفاع الهائل للتكلفة، لذا عليها أن تتبنى الوسطية في تطبيقها للمسؤولية الاجتماعية بما يتوافق مع أهدافها وأولوياتها.

2-3) العوامل المؤثرة على ربحية المؤسسات الاقتصادية:

هناك العديد من العوامل التي إذا ما سعت المؤسسة إلى إتباعها ستؤثر على ربحيتها، في حين يمكن أن تخلف آثاراً سلبية على الجانب الاجتماعي والبيئي، ومع ذلك أثبتت الدراسات أن من أهم العوامل التي ساعدت المؤسسات الاقتصادية على النجاح والاستمرارية بما يتماشى مع مبادئها الاجتماعية والأخلاقية¹⁶:

- العلاقة مع الموظفين:

إن تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية يساعد المديرين على فهم تأثير المسؤولية الاجتماعية على سمعة المؤسسة، وأن اهتمام المؤسسة بتحسين علاقتها مع الموظفين يؤدي إلى ارتفاع الإنتاجية وانخفاض معدل غيابات العمال وزيادة ولاء الموظفين للمؤسسة كما أن تحسين جودة المنتجات يؤدي إلى زيادة المبيعات وبالتالي زيادة الربحية.

- الحفاظ على البيئة واستعمال الطاقة المتجددة:

أثبتت الدراسات أن استعمال الطاقة المتجددة وتقنيات إعادة التصنيع يزيد من تحسين الإنتاج غير أن هذا يكلفها مصاريف على المدى القصير، كما أن الالتزام بقوانين البيئة يقلص من مصاريف الضرائب، وهذا يؤدي إلى زيادة الربحية على المدى البعيد. ففي دراسة حول مدى تأثير بعد الحفاظ على البيئة على ربحية المؤسسات "قام دويل، هارت، ويونج" عام 2000، وجد أن الشركات التي تتخذ معايير بيئية صارمة لديها قيمة سوقية أعلى بكثير من غيرها من المؤسسات التي تتبع معايير أقل صرامة أو فقيرة.

- وتطبيق مبادئ الحكم الراشد:

أثبتت الدراسات أن تطبيق مبادئ الإفصاح والشفافية من شأنه أن يعزز ثقة المجتمع المدني على المدى القريب بالمؤسسة ما يساعد على رفع القيمة السهمية لها. فهناك تأثير مبادئ الحكم الراشد على الأداء المالي للمؤسسات، كون الاستدامة تنتج أفضل أداء مالي عبر تقليل التكاليف وزيادة الإيرادات وأن الحكم الراشد والتزامها بالمسؤولية الاجتماعية أنتجت فوائد مالية.

جدول 02: الآثار الاقتصادية الناجمة عن تبني المسؤولية الاجتماعية

المعايير	تطبيق المعيار	الوسائل المستعملة في التطبيق	الفوائد المتوخاة على المدى القصير	الفوائد المتوخاة على المدى الطويل
حمية البيئة	نعم	الابتداع اندخال التكنولوجيا الانتاج النظيف	ارتفاع في المبالغ الموجهة للاستثمارات اتخفاض النتائج المالية للمؤسسة	زيادة الحصة السوقية تحسن النتيجة المالية للمؤسسة
	لا	دفع ضرائب ورسم بيئية	النتيجة المالية لا تتأثر	فقدان الحصة السوقية تدهور النتيجة المالية للمؤسسة
جودة المنتجات وجودة العلاقات مع الزبائن	نعم	الإبداع عمليات الرقابة على الجودة	ارتفاع في المبالغ الموجهة للاستثمارات اتخفاض النتائج المالية للمؤسسة	ريح حصص سوقية تحسن النتيجة المالية للمؤسسة
	لا	فقدان زبائن تدهور هوامش الربح	فقدان زبائن تدهور هوامش الربح	تدهور النتيجة المالية للمؤسسة
الإدارة والموارد البشرية	نعم	برامج تكوين وتدريب العمال	اتخفاض الإنتاجية	تحسين الشفافية والنتائج
	لا		اتخفاض الإنتاجية ارتفاع تكاليف تسريح العمال	تدهور النتائج
تطبيق مبادئ الحكم الراشد	نعم	تطبيق مبادئ الإفصاح والشفافية	الادارة الرشيدة للمؤسسة	ارتفاع القيمة السهمية للمؤسسة
	لا		فقدان القدرة على التحكم في المؤسسة	تدهور القيمة السهمية للمؤسسة عدم مواكبة المنافسة
الاندماج في الوسط الاجتماعي	نعم	طرف ذو صلة في التنمية المحلية	الاتصال الجند مع الأطراف الفاعلة في المجتمع المحلي	انخراط الشركاء المحليين في مشروع المؤسسة
	لا			

المصدر: العايب عبد الرحمان، «التحكم في الأداء الشامل للمؤسسة الاقتصادية في الجزائر في ظل تحديات التنمية المستدامة»، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، 2011، ص 67.

يوضح الجدول مدى تحقيق أهداف المؤسسة من جراء التقيد بعناصر المسؤولية الاجتماعية، وقد أوضح الباحث أن تطبيق مبادئ الحكم الراشد ومحاولة الاندماج في الوسط الاجتماعي يعزز ثقة الزبائن والوسط الاجتماعي على المدى القصير، أما كل من حماية البيئة والارتقاء بالمنتجات والموارد البشرية فهي تشكل تكاليف على المدى القريب في حين تظهر نتائجها على المدى البعيد.

خلاصة القول، إذا ما أرادت أي مؤسسة أن تحقق مبادئ المسؤولية الاجتماعية عليها أولا توطيد العلاقة مع المجتمع المدني من خلال مبادئ الإفصاح والشفافية ثم الارتقاء إلى جودة المنتجات سيساعد المؤسسة على تحقيق أرباح على المدى البعيد.

خاتمة:

في محيط تسوده التغيرات ومتطلبات وأساسيات النجاح أصبح ضمان استمرارية المؤسسة لا يقتصر فقط على تحقيق الأرباح فقط إذ أن المؤسسة الناجحة هي التي تجمع بين تحقيق الأهداف الاجتماعية والاقتصادية والبيئية فيما يعرف بالمسؤولية الاجتماعية. وفي المقابل، إن الاهتمام بهاذين الهدفين لها تأثير سلبي على تحقيق الربحية خصوصا في ظل العولمة وحدة المنافسة.

إن الوصول إلى نتائج إيجابية على المدى البعيد من خلال تبني مبادئ المسؤولية الاجتماعية يوجب على المؤسسة بناء ركيزة قوية على المدى القصير تساعد على تحقيق منفعة معنوية عن طريق توثيق العلاقة مع المجتمع المدني والموظفين وبالتالي تعزيز ثقة الزبائن.

من النتائج المتوصل إليها:

- أن تحقيق الربح المادي على المدى القصير لا يعكس بالضرورة نجاح المؤسسة وبقيائها على المدى البعيد كما أنه لا يعتبر معيار لقياس كفاءتها، إذ أن ضمان المنافسة العادلة والاهتمام بالأفراد والمجتمع كلها عوامل من شأنها أن تحدد ربحية المؤسسة يمكن أن نسميه الربح العدل أو المناسب -
- إن تقيد المؤسسة الاقتصادية بمبادئ المسؤولية الاجتماعية يحقق لها أرباحا بما يتماشى مع أهدافها وأولوياتها لأنه إذا ما تعدت ذلك سوف تصبح تكاليف من شأنها أن تعيق نموها؛ لذا على المؤسسة أن تتبنى الوسطية في ذلك.
- أن طبيعة نشاط وحجم المؤسسة لا يعكس بالضرورة مدى تبنيتها للمسؤولية الاجتماعية وإنما مدى وضع الخطط والاستراتيجيات لذلك،
- وأن تطبيق بؤار المسؤولية الاجتماعية يكلف المؤسسة مصاريف على مستوى البدء لكنها تنعكس بالإيجاب في المستقبل وقد أثبتت الدراسات أنه يمكن تعزيز العلاقة بالمجتمع المدني من خلال الارتقاء بجودة المنتج وإدارة الموارد البشرية والحكم الراشد التي يمكن أن تؤثر بالإيجاب على الربحية في المدى القريب.

وبناء على نتائج التحليل، هناك مجموعة من التوصيات التي نقدمها:

- ضرورة قيام المؤسسات بوضع خطط واستراتيجيات واضحة لتنفيذ برامج مستدامة تعود بالفائدة والنفع على المجتمع، ووضع هذه الخطط والاستراتيجيات ضمن رسالتها ورؤيتها وثقافتها؛
- يتطلب من المؤسسات بناء نظام تقييم متقدم، وذلك لتعتمد عليه في تقييم أداءها المتعلق بأنشطة المسؤوليات الاجتماعية بشكل دوري، الأمر الذي سيعزز لديها إمكانية التحسين المستمر في التزاماتها الاجتماعية.
- وإنشاء قسم متخصص يعني بإدارة المسؤولية الاجتماعية، لاسيما في ظل احتدام حدة التنافس بين المؤسسات فيما يخص أنشطة المسؤولية الاجتماعية، وما يمكن أن يؤثر ذلك على الصورة الذهنية، ويزيد من فرص التميز.

الهوامش والمراجع:

- 1 حسين الأسرج عبد المطلب، «المسؤولية الاجتماعية للشركات: الأفاق والتحديات من أجل التنمية في الدول العربية»، مجلة جسر التنمية، الكويت، العدد 23، نوفمبر 2012، ص 18.
- 2 سالمى رشيد، «المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين الالتزام البيئي وتعظيم الربح»، مجلة البحوث والدراسات العلمية، جامعة المدينة، مارس 2012.
- <http://www.univ-medea.dz/fr/publication-communication/publications-labo-lmfi>
- 3 عمر شريف & بومدين مروان، «المسؤولية الاجتماعية كدافع لتبني سياسة بيئية مسؤولة من طرف منظمات الأعمال» مقدمة إلى الملتقى الدولي حول «منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية»، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، يومي 14 و15 فيفري 2012.
- 4 صادق جعفر، «لمحات من واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات في مملكة البحرين، ط. إصدارات الدائرة التطوعية، النمامة، 2007.
- 5 مقدم وهيبه، «تحسين الأداء البيئي والاجتماعي للمؤسسات الصناعية من خلال تبني المواصفة الدولية ايزو 26000 للمسؤولية الاجتماعية»، 2014/05/04،
- <http://ieffpedia.com/arab/>
- 6 خالد الكلاب، «المسؤولية الاجتماعية للشركات»، 2014/02/06،
- <http://www.alyoum.com>
- 7 ثامر ياسر البكري، «التسويق والمسؤولية الاجتماعية»، ط. دار وائل، عمان، 2001، ص 53.
- 8 سالمى رشيد، مرجع سبق ذكره.
- 9 طاهر محسن منصور، «المسؤولية الاجتماعية واخلاقيات الاعمال»، ط. دار وائل، عمان 2005، ص 72.
- 10 محمد الصيرفي، «المسؤولية الاجتماعية للإدارة»، ط. دار الوفاء، الإسكندرية، 2007، ص 27.
- 11 عبد الرزاق مولاي لخضر، «أثر تبني المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للشركات»، مداخلة مقدمة في الملتقى الدولي حول «الأداء المتميز للمنظمات والحكومات»، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، يومي 22 و23 نوفمبر 2011، كتاب الملتقى، ص 234.
- 12 روبرت ريكوبيرو (ترجمة)، «كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع والاتجاهات والقضايا الراهنة»، مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، جنيف، 2004، ص 84.
- 13 سعدون مهدي الساقى & عبد الناصر نور، «محاسبة المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال»، <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/ARADO/UNPAN006101.pdf>.
- 14 سمير عبد الغني محفوظ، «إدارة المشروعات الاقتصادية»، ط. دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2011، ص 65.
- 15 بن سالم عامر & بلخضر محمد العربي، مداخلة بعنوان «تحليل طبيعة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والربحية» مقدمة إلى الملتقى الدولي حول «منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية»، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، يومي 14 و15 فيفري 2012.
- 16 ارجع إلى:
- العايب عبد الرحمان، «التحكم في الأداء الشامل للمؤسسة الاقتصادية في الجزائر في ظل تحديات التنمية المستدامة»، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، 2011، ص 67.
- عزاوي عمر ومولاي لخضر عبد الرزاق، «مداخلة بعنوان دوافع تبني منظمات الأعمال أبعاد المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية كمعيار لقياس الأداء الاجتماعي»، مداخلة مقدمة الى الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، يومي 14 و15 فيفري 2012.