

دور ثقافة المنظمة في تعزيز مبدأ المسؤولية الاجتماعية للشركات

دراسة سوسيو اقتصادية

أ. بن لحبيب بشير - جامعة

الأغواط

ملخص :

في ظل التغيرات والتحولات الذي يشهدها الاقتصاد العالمي، زالت كل الحواجز التي تفصل بين الدول، حيث وجدت المنظمات نفسها في عالم واسع الكل فيه مرتبط بالكل، وأي تغيير يحدث ولو كان يبعد مسافة قارة سيؤثر بالمنظمة بشكل أو بآخر، وهكذا أصبحت المنظمة مواطناً من مواطني المجتمع. وكأي مواطن من المواطنين فإن للمنظمة حقوق كما عليها واجبات. ولعل من أهم واجباتها والتي تبرز يوماً بعد يوم "خدمة المجتمع والمساهمة في التنمية المستدامة له".

فالمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال لا تعني تقديم المساعدات والإعانات للجمعيات الخيرية في الأعياد والمناسبات فحسب، بل يتجاوز معناها الحقيقي ذلك بأشواط كبيرة، لتصبح سلوك حميداً يجب على المنظمات أن تتحلى به باستمرار باعتبارها مواطناً صالحاً في المجتمع. ومن هنا يظهر أهمية أن تكون المسؤولية الاجتماعية مترسخة في ثقافة المنظمة وقيم العاملين بها، تضمن لها التكيف و مع متطلبات البيئة الخارجية ، وعمليات التكيف والتلاؤم هذه قد تصبح أعرافاً وعادات وتقاليد تسيّر عليها المنظمة في انجاز عمليات تقديم الخدمة في أوقات لاحقة.

Résumé:

À la lumière des changements et des transformations que, dans l'économie mondiale, encore toutes les barrières qui séparent les deux pays, où ils ont trouvé les organisations elles-mêmes dans un monde vaste dans lequel tout le monde est lié à l'ensemble, et tout changement qui se passe, même si ce est juste un autre continent affecterait l'organisation sous une forme ou une autre, et ainsi de l'organisation est devenu un citoyen de la communauté . Comme tout citoyen des citoyens de l'organisation que les droits et les devoirs. Peut-être l'une des tâches les plus importantes et qui se distinguent jour après jour, "servir la communauté et contribuent au développement durable pour lui."

La responsabilité sociale des organisations d'affaires ne signifie pas pour fournir une aide et des subventions aux organismes de bienfaisance dans les fêtes et occasions spéciales, mais dépasse aussi le vrai sens si grand de loin, pour devenir un comportement bénigne des organisations doit lui montrer constamment comme un bon citoyen dans la communauté. Ici il est démontré l'importance d'être la responsabilité sociale enracinée dans la culture du personnel et les valeurs organisation,

leur garantissant l'ajustement et avec les exigences de l'environnement extérieur, et les processus d'adaptation et de l'adaptation de ceux-ci peut devenir normes, coutumes et traditions vont par l'organisation à remplir les processus de prestation de services dans les derniers temps....

مقدمة:

يكتسب الدور الاجتماعي للشركات في الدول العربية أهمية متزايدة بعد تخلي عديد من الحكومات عن كثير من أدوارها الاقتصادية والخدمية، حيث سعى عدد كثير من الشركات إلى تبني برامج فعالة للمسؤولية الاجتماعية تأخذ في الاعتبار ظروف المجتمع والتحديات التي تواجهه. ولاشك أن المسؤولية الاجتماعية تعد حجر الزاوية، وأداة مهمة للتخفيف من سيطرة العولمة وجوهرها، كما أصبح الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية مطلباً أساسياً لتحقيق التنمية على الصعيدين الاجتماعي و التنظيمي، من هنا بدأت تتبلور ثقافة المسؤولية الاجتماعية، و أصبحت منظمات الأعمال تغير من نظرتها للمجتمع و البيئة، في محاولة منها لتحسين صورتها من جهة و للعب دور فعال و ايجابي في المجتمع من جهة أخرى.

التزام المنظمة بهذا الواجب أو ما يعرف بالمسؤولية الاجتماعية ليس قانونياً في أغلب الأحيان، وإنما أخلاقياً بالدرجة الأولى، ولأنه كذلك فعليه أن يكون مترسخاً في قيم المنظمة وثقافتها التنظيمية حتى يتعدى الشعارات الفضفاضة والوعود الإعلامية ليصبح طقساً من طقوس المنظمة وتقليداً حميداً تسعى المنظمة من خلاله للالتزام به كخطوة أولى والإبداع فيه بالمستقبل من أجل تعظيم أرباحها و الحفاظ على مكانتها في ظل الحديث عن التحولات السريعة التي يشهدها الاقتصادي العالمي. و في ضوء ذلك تطرح الورقة الإشكالية التالية: كيف تساهم ثقافة المنظمة في تعزيز مبدأ المسؤولية الاجتماعية للشركات؟ للإجابة على هذه الإشكالية، سوف يتم تقسيم الورقة البحثية إلى ثلاثة محاور تأتي كما يلي:

أولاً: ثقافة المنظمة.

ثانياً: المسؤولية الاجتماعية للشركات.

ثالثاً: تغيير ثقافة المنظمة من أجل تعزيز مبدأ المسؤولية الاجتماعية.

رابعاً: أهمية الثقافة التنظيمية في تكريس مبدأ المسؤولية الاجتماعية.

.....

أولاً : ثقافة المنظمة

1- مفهوم ثقافة المنظمة

عرف "Peters Et Waterman" "ثقافة المنظمة بأنها: "نظام القيم داخل المنظمة، الذي يتضح من خلال الإنتاج الثقافي لأعضائها و يحدد الحكايات والأساطير و الشعارات الموجودة في المنظمة"¹.

كما عرف "Hofstede" "ثقافة المنظمة بأنها: "مجموعة الرموز و المثل العليا و الطقوس و الشعائر و القيم الموجودة داخل المنظمة"².

وهناك تعريفات تظهر دور وظيفة الثقافة في المنظمة منها قول "شاين" بأن ثقافة المنظمة هي نمط الافتراضات الأساسية التي تبتكرها أو تكتشفها أو تكتسبها جماعة معينة، حيث تستفيد منها في التغلب على المصاعب التي تواجهها في عمليات التكيف الخارجي و التكامل الداخلي، و تكون ملزمة لكل أعضاء الجماعة، و يتم تلقينها لكل عضو جديد باعتبارها الأسلوب السليم للإدراك و التفكير و الشعور في التعامل مع تلك المصاعب"³.

2- مكونات ثقافة المنظمة:

تحتوي ثقافة المنظمة مكونات أساسية هي:

- أ- القيم: وهي تلك المبادئ التي يحرص الفرد على اكتسابها والحفاظ عليها، والتي تسمح لكل الأفراد بتقييم الأشياء أو الحكم عليها والتأثير فيها. تكتسب هذه القيم من المجتمع من خلال التعليم، الملاحظة، الإقتداء... إلخ. وتجدد الإشارة إلى أن هناك قيم فردية وقيم جماعية. تتجسد أهمية القيم في كونها دستوراً مرجعياً يسمح بتصور القرار والسلوك والفعل، كما يسمح أيضاً بالتعبير عن الإدراك الحسن من السيئ في السلوكيات، سواء على مستوى تسيير الأفراد أو نظام المكافآت أو مراقبة التسيير.⁴
- ب- الخرافات أو الأساطير: هي كل ما يروى من قصص وحكايات عن المنظمة في تاريخها، وهي بمثابة أسس المنظمة وكل ما يتعلق بإنشائها، تحافظ الأساطير على القيم وترسخها. ومنها حكايات تأسيس المنظمة.

¹ I. J. Peters Et R. H. Waterman : **Le Prix D'excellence** : Edition Dunod ; Paris :1999 ;P:2

² GEERT HOFSTEDÉ ;&AL : **measuring organizational cultures ; a qualitative and quantitative study across twenty cases** ; administrative science quarterly ;june 1990,p:290

³ EDGAR H . SCHEIN ; **organizational culture and leadership** ; sanfrancisco: jossey _bossinc , 1991,p:9.

⁴ سليمة سلام، ثقافة المؤسسة والتغيير، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل اقتصادي، جامعة الجزائر، الجزائر، 2003-2004، ص5.

ج- الرموز: يمثل الرمز علاقة خاصة بمعلومة تتعلق بالنظام الثقافي كنمط اللباس، المكافآت والعلاقات التي تميز نظام المشاركة في النشاط الرمزي للمنظمة، ويبرز تطور الرموز والإشارات إلى درجة تصبح مشابهة للثقافة أحياناً. تمثل الرموز مرجعية المنظمة في تكيفها وتلائمها مع البيئة.¹

د- الطقوس: تولد الطقوس من الرموز بشكل يجعلها تحقق تطوير الشعور بالانتماء للمنظمة، وإعطاء أهمية للأحداث التي تحمل القيم الأساسية، وتثبيت وبقاء الثقافة وذلك لتفادي التقلبات الناتجة عن تقلب الأنماط.² والطقوس بشكل عام هي عادات وتصرفات مجتمعية ذات جذور دينية أو خرافية أو قبلية،³ وتمثل الطقوس في المنظمة عادات وتصرفات يعتاد الأفراد على القيام بها مثل طريقة إعداد الاجتماعات، الرحلات الجماعية وغيرها من الطقوس التي تهدف إلى تثبيت الثقافة داخل المنظمة.

هـ- الأبطال أو البطولات: ويقصد بالأبطال، الأفراد سواء كانوا مؤسسي المنظمة أو العاملين بها، والذين يساهمون في نجاح المنظمة وتميزها، ويجعلون النجاح جزءاً من ذاكرة المنظمة، ويمارسون تأثيراً مستمراً في المنظمة.

و- الشبكة الثقافية: تعتبر الهيكل الخفي للمنظمة وتهتم بربط عناصر المنظمة ببعضها ببعض. تتكون الشبكة الثقافية من تعزيز القيم وترويج الأساطير، والحصول على معلومات حول السير الحقيقي للمنظمة، وربط صداقات وإيجاد مؤيدين ومساندين. ولا تعمل الشبكة الثقافية بشكل جيد إلا إذا توفر شرطان وهما أن تكون للمنظمة ثقافة منسجمة، وأن يصنع الأبطال هذه الشبكة.⁴

3- وظائف ثقافة المنظمة:

يرى الباحثون أن لثقافة المنظمة العديد من الوظائف، وفيما يلي بعض من هذه الوظائف:⁵

- تزود المنظمة والعاملين فيها بالإحساس بالهوية: كلما كان من الممكن التعرف على الأفكار والقيم التي تسود في المنظمة كلما كان ارتباط العاملين قوياً برسالة المنظمة وزاد شعورهم بأنهم جزء حيوي منها.

¹ نفس المرجع ، ص 6.

² نفس المرجع. ص 7.

³ سعد بن محمد العتيبي، إدارة التغيير: البعد الغائب! أثر الثقافة المجتمعية وثقافة التنظيم في نجاح أو فشل التغيير، ورقة عمل مقدمة في الملتقى الإداري الثالث: إدارة التغيير ومتطلبات التغيير في العمل الإداري- نحو إدارة متغيرة فاعلة، جدة، السعودية، 29-30 مارس 2005، ص 179.

⁴ سليمة سلام، مرجع سبق ذكره، ص 5.

⁵ أسعد أحمد محمد عكاشة، أثر الثقافة التنظيمية على مستوى الأداء الوظيفي في فلسطين: دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات Paltel ، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، الجامعة الإسلامية، غزة: فلسطين، 2008، ص 23.

- **تقوية الالتزام برسالة المنظمة:** إن تفكير الناس عادةً ينحصر حول ما يؤثر عليهم شخصيًا إلا إذا شعروا بالانتماء القوي للمنظمة بفعل الثقافة العامة المسيطرة، وعند ذلك يشعرون أن اهتمامات المنظمة التي ينتمون إليها أكبر من اهتماماتهم الشخصية، ويعني ذلك أن الثقافة تذكرهم بأن منظماتهم هي أهم شيء بالنسبة لهم.

- **دعم وتوضيح معايير السلوك:** وتعتبر هذه الوظيفة ذات أهمية خاصة بالنسبة للعاملين الجدد، كما أنها مهمة بالنسبة لقدامى العاملين أيضًا، فالثقافة تقود أقوال وأفعال العاملين، مما يحدد بوضوح ما ينبغي قوله أو عمله في كل حالة من الحالات، وبذلك يتحقق استقرار السلوك المتوقع من الفرد في الأوقات المختلفة. و تقوم ثقافة المنظمة كذلك ب:¹

- تحقيق التكامل الداخلي بين أفراد المنظمة من خلال تعريفهم بكيفية الاتصال فيما بينهم والعمل معا بفعالية.

- تحقيق التكيف بين أفراد المنظمة والبيئة الخارجية ذوي العلاقة بالمنظمة.

- القيام بدور المرشد للأفراد والأنشطة في المنظمة لتوجيه الفكرة والجهود نحو تحقيق أهداف المنظمة ورسالتها.

4 - أثر الثقافة على المنظمة:

تملك الثقافة مجموعة من القيم القادرة على تشكيل توجهات الأفراد بالإضافة إلى التأثير على أهم العناصر التنظيمية. ويمكن تبين أثر الثقافة على المنظمة في الآتي:²

4-1 التأثير على النمط الإداري: نمط الإدارة يكشف عن الأساليب التي ينتهجها المديرون من أجل تحقيق أهداف المنظمة، وهو كغيره من العناصر يتأثر بالعوامل الذاتية والموضوعية، لكن يبقى المناخ السائد من قيم واعتقادات مترسخة في المنظمة هو الموجه الرئيس الذي يؤثر في قرارات المديرين من أجل تحقيق أهدافهم.

4-2 التأثير على الاستراتيجيات التنظيمية: إن العلاقة بين الثقافة التنظيمية والإستراتيجية التنظيمية علاقة تداخل و تشابك فالتأثير بينهما متبادل إلى حد يصعب معرفة أيهما أكثر تأثيراً في الآخر.

¹ محمد عجيبة، الإبداع في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية: دراسة لصفات ومعوقات ومحفزات الإبداع، رسالة ماجستير في علوم التسيير، جامعة سعد دحلب، البليدة، الجزائر، 2004-2005، ص 52.

² بهاء الدين المنجي العسكري، إدارة التغيير في منظمات الأعمال: التجربة الماليزية نموذجاً، رسالة ماجستير في العلوم الإدارية، الأكاديمية العربية، كوبنهاغن: الدنمارك، 2010، ص - ص 76-77.

3-4 التأثير على أداء التنظيم: وذلك عن طريق وضع أهداف ونشاطات واضحة يسهل فهمها وتبنيها من قبل الموظفين لتأديتها في أحسن الظروف، ونجاح هذه العملية رهين بتجاوب سلوكيات العمال معها إيجاباً.

4-4 التأثير على العلاقات ونظم المعلومات: تلعب الثقافة التنظيمية دوراً في إنعاش العلاقات العمودية والأفقية بين الموظفين والقيادة، كما توفر نظم المعلومات والاتصال وتيسر أشكال المعاملات داخل إطار المنظمة.

4-5 الحفاظ على هوية المنظمة: هي من بين الأسباب التي تدل على عراقية المنظمات، ومن بين أسباب قدرتها على الصمود، وتماسك نسيجها لفترة طويلة، مما يرسخ هويتها على خلاف المنظمات الضعيفة.

4-6 الحفاظ على استقرار المنظمة: إن الشعور المشترك لدى الموظفين بالانتماء للمنظمة والعمل على إتباع سياساتها وتحقيق أهدافها يساعد على استقرارها وتطورها.

4-7 تدعم التوجهات الأخلاقية السائدة: تفرض المنظمة على الموظفين مقاييس أخلاقية معينة بمثابة الرقابة لا يمكن تجاوزها، وإن إتباع أي نمط آخر خارج هذا الإطار سيدفع بقوة مضادة إلى إلزامها بالتقيد بالمعايير السائدة بقوة.

ثانياً : المسؤولية الاجتماعية للشركات :

1- مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

لم يكن مفهوم المسؤولية الاجتماعية في النصف الأول من القرن العشرين معروفاً بشكل واضح، حيث تحاول منظمات الأعمال تعظيم أرباحها وبشتى الوسائل، ونورد هنا أهم التعاريف المقدمة للمسؤولية الاجتماعية أهمها:

عرف دريكر (Drucker) عام 1977، المسؤولية الاجتماعية على أنها التزام المنظمة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه¹.

أما (Holmes) فقد عرفها عام 1985، على أنها: "التزام على منظمة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات

¹ صالح السحيباني، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية: حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية، ورقة عمل مقدمة في المؤتمر الدولي حول القطاع الخاص في التنمية: تقييم واستشراف، المعهد العربي للتخطيط، بيروت، لبنان، 23-25 مارس 2009، ص 4.

وغيرها.¹ أما (Robbins1999) فيرى أن المسؤولية الاجتماعية تستند إلى اعتبارات أخلاقية تركز على الأهداف على نحو التزامات بعيدة الأمد آخذة في الاعتبار مبادرات منظمة الأعمال الحقيقية للوفاء بهذه الالتزامات وبما يعزز صورتها في المجتمع.²

أما منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، فقد عرفت المسؤولية الاجتماعية للمنظمة على أنها: التزام هذه الأخيرة بالمساهمة في التنمية الاقتصادية، مع الحفاظ على البيئة والعمل مع العمال وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع بشكل عام بهدف تحسين جودة الحياة لجميع هذه الأطراف.³ ومن جهته الاتحاد الأوروبي يرى أن المسؤولية الاجتماعية هي مفهوم تقوم المنظمات بمقتضاه بتضمين اعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالهم. وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح على نحو تطوعي.

2- مبادئ المسؤولية الاجتماعية :

تستند المسؤولية الاجتماعية للمنظمات على المبادئ الأساسية الآتية:⁴

1-2 مبدأ الإذعان القانوني: أن تلتزم المنظمة بجميع القوانين واللوائح السارية المحلية والدولية المكتوبة والمعلنة والمنفذة طبقاً لإجراءات راسخة ومحددة والإمام بها.

2-2 مبدأ احترام الأعراف الدولية: أن تحترم المنظمة الاتفاقيات الدولية والحكومية واللوائح التنفيذية والإعلانات والمواثيق والقرارات والخطوط الإرشادية عند قيامها بتطوير سياساتها وممارساتها للمسؤولية الاجتماعية.

3-2 مبدأ احترام مصالح الأطراف المعنية: أن تقرر المنظمة وتقبل أن هناك تنوعاً بالمصالح للأطراف المعنية وتنوعاً في أنشطة ومنتجات المنظمة وغيرها من العناصر التي قد تؤثر على تلك الأطراف.

4-2 مبدأ القابلية للمسائلة: أن تكشف المنظمة وبشكل منتظم للجهات المتحكمة والسلطات القانونية والأطراف المعنية بطريقة واضحة وحيادية وأمانة وإلى حد ملائم السياسات والقرارات

¹ نفس المرجع ، ص 7.

² وفاء التيمي، واقع تبني المسؤولية الاجتماعية في التسويق للشركات المنتجة لمستحضرات التجميل: دراسة ميدانية مبنية على آراء مجموعة من مديري شركات إنتاج مستحضرات التجميل، مقال منشور في المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، الجامعة الأردنية، الأردن، المجلد 6، العدد 3، 2010، ص 353.

³ Marie-françoise Guyonnaud et Frédérique Willard, **Du management développement durable des entreprises, environnemental au** ADEME, France, Mars 2004, P: 05

⁴ مولاي لخضر عبد الرزاق وبوزيد سايج، دور الاقتصاد الإسلامي في تعزيز مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات، الملتقى الدولي حول الاقتصاد الإسلامي: الواقع ورهانات المستقبل، المركز الجامعي غرداية، الجزائر، 23-24 فيفري 2011، ص - ص 6-7.

والإجراءات -ومن ضمنها الإجراءات التصحيحية - التي تتحمل مسؤوليتها بشكل مباشر وأيضاً الآثار المتوقعة لما سبق على الرفاهية المجتمعية وعلى التنمية المستدامة.

2-5 مبدأ الشفافية: أن تفصح المنظمة 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 المحتمل تأثرهم بشكل جوهري من قبل المنظمة.

2-6 مبدأ احترام الحقوق الأساسية للإنسان: أن تنفذ المنظمة السياسات والممارسات التي من شأنها احترام الحقوق الموجودة في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان.

3- أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات:¹

تتضمن المسؤولية الاجتماعية عدة أبعاد منها البعد الاقتصادي، القانوني، الإنساني، الأخلاقي، والبيئي، وتتركز في بعض المجالات خاصة العمل الاجتماعي، مكافحة الفساد، التنمية البشرية، التشغيل والمحافظة على البيئة وتستند المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى نظرية أصحاب المصالح، التي تنص على أن الهدف الأساسي لرأس المال يتمثل في توليد وتعظيم القيمة لكل أصحاب المصالح، من حملة أسهم، شركاء، موردين، موزعين، وعملاء وأيضاً العاملين، وأسرههم والبيئة المحيطة والمجتمع ككل.

إن شمولية محتوى المسؤولية الاجتماعية أخذت بالباحث carroll إلى أن المسؤولية الاجتماعية تضم أربعة عناصر جوهرية رئيسية وهي: **الاقتصادي و الأخلاقي و القانوني والخيرية** وفي إطار ذلك طور مصفوفة بين فيها هذه العناصر الأربعة وكيف يمكن أن تؤثر على كل واحد من المستفيدين في البيئة.

إن مسؤولية الشركة الاجتماعية الشاملة هي حاصل مجموع العناصر الأربعة و التي أوردتها carroll بشكل معادلة²:

--

¹ صالح سليم الحموري، المسؤولية الاجتماعية المجتمعية بين النظرية والتطبيق:

<http://www.forum.yemenbest.com/showthread.php?t=151>

17/09/2014 , 21:25h

² محمد عاطف محمد ياسين، واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية دراسة تطبيقية لأراء عينة من مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا كلية العلوم الإدارية والمالية، الأردن ، 2008 ، ص33.

المسؤولية الاجتماعية الشاملة = المسؤولية الاقتصادية + المسؤولية القانونية + المسؤولية الأخلاقية + المسؤولية الخيرية.

الشكل رقم (1) يوضح: هرم المسؤولية الاجتماعية



3-1 المسؤولية الاقتصادية:

تمثل مسؤوليات أساسية يجب أن تضلع بها منظمات الأعمال إذ أن إنتاج السلع والخدمات ذات القيمة للمجتمع بتكلفة معقولة ونوعيات جيدة، وفي إطار هذه المسؤوليات تحقق المنظمة العوائد و الأرباح الكافية بتعويض مختلفة مساهمات أصحاب رأس المال والعاملين وغيرهم¹.

3-2 المسؤولية القانونية:

هذه مسؤوليات عادة ما تحددها الحكومات بقوانين وأنظمة تعليمات يجب أن لا تخرقها منظمات الأعمال وان تحترمها، وفي إطار هذه المسؤوليات يمكن الإشارة إلى إتاحة فرص العمل بصورة متكافئة للجميع دون تمييز بسبب الجنس أو القومية أو غيرها.

3-3 المسؤولية الأخلاقية:

يفترض في إدارة منظمات الأعمال أن تستوعب الجوانب القيمية والأخلاقية والسلوكية والمعتقدات في المجتمعات التي تعمل فيها و في حقيقة الأمر فـات هذه الجوانب لم تؤطر بعد بقوانين

¹ رابعة سالما لنسور، أثر تبني أنماط المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية -دراسة ميدانية في المصارف التجارية العامة في الأردن، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية الأعمال، 2010، ص17.

ملتزمة لكن احترامها يعد أمراً ضرورياً لزيادة سمعة المنظمة في المجتمع وقبولها فعلى المنظمة أم تكون ملتزمة بعمل ما هو صحيح و عادل و نزيه¹.

3-4 المسؤولية الطوعية:

وهذه مبادرات طوعية غير ملتزمة للمنظمة تبادر فيها بشكل إنساني و تطوعي من خلال برامج لا ترتبط بالعمل بشكل مباشر وقد تكون لعموم المجتمع أو لفئات خاصة به ككبار السن و غيرها ولا تتوخى إدارة منظمات الأعمال من هذه البرامج ارتباطها المباشر بزيادة الأرباح أو الحصة السوقية أو غيرها.

4- اتجاهات المسؤولية الاجتماعية:

يمكن نشر المسؤولية الاجتماعية للمنظمات من خلال ثلاثة اتجاهات كما يلي²:

4-1 المساهمة المجتمعية التطوعية:

ويلقى هذا المجال معظم الاهتمام في الدول التي تكون فيها الحوار حول المسؤولية الاجتماعية للمنظمات حديثاً نسبياً، ومن الممكن أن يتضمن ذلك الهبات الخيرية وبرامج التطوع والاستثمارات المجتمعية طويلة المدى في الصحة أو التعليم أو المبادرات الأخرى ذات المردود المجتمعي؛

4-2 العمليات الجوهرية للأعمال وسلسلة القيمة:

غالباً ما تكون رؤية وقيادة الأفراد والمنظمات الوسيطة ضرورية لإدخال المسؤولية الاجتماعية للمنظمات. وتستطيع أي منظمة من خلال التفاعل النشط مع موظفيها من خلال تحسين الظروف والأوضاع وتعظيم فرص التنمية المهنية. ومن ذلك تطبيق إجراءات لتقليل استهلاك الطاقة وتقليل المخلفات ذات التأثير السلبي على البيئة.

4-3 حشد التأييد المؤسسي وحوار السياسات والبناء المؤسسي:

على الصعيد الداخلي تضع قيادات المسؤولية الاجتماعية للمنظمات الرؤية وتهيئ المناخ العام الذي يمكن العاملين من تحقيق التوازن المسؤول بين المتطلبات المتعارضة لزيادة الأرباح والمبادئ، أما على الصعيد الخارجي فإن الكثير من رؤساء الإدارات وكبار المديرين يقودون مشاركة الأعمال في قضايا التنمية بمفهومها الأوسع ويؤيدون المبادرات وغيرها من المبادرات.

¹ نفس المرجع السابق، ص 17.

² فؤاد محمد حسين الحمدي ، المرجع السابق ، ص 09

5- مجالات المسؤولية الاجتماعية:

تغطي المسؤولية الاجتماعية أطرافاً مختلفة في المنظمة، يمكن توضيحها في الجدول الموالي:
الجدول رقم 1: مجالات المسؤولية الاجتماعية.

العنصر	بعض ما يجب أن تدركه الإدارة من دور اجتماعي تجاهه
المالكون	حماية أصول المنظمة، تحقيق أكبر ربح ممكن، رسم صورة جيدة للمنظمة تعظيم قيمة السهم والمنظمة ككل، زيادة حجم المبيعات.
العاملون	عدالة وظيفية، رعاية صحية، رواتب و أجور مدفوعة، إجازات مدفوعة، فرص تقدم و ترقية، تدريب مستمر، إسكان للعاملين و نقلهم، ظروف عمل مناسبة.
الزبائن	أسعار مناسبة، الإعلان الصادق، منتجات آمنة و بنوعية جيدة، إرشادات بشأن استخدام المنتج ثم التخلص منه أو من بقاياها.
المنافسون	معلومات صادقة، عدم سحب العاملین من الآخرين بوسائل غير نزيهة، منافسة عادلة
المجهزون	أسعار عادلة، الاستمرارية في التجهيز، تسديد الالتزامات المالية و الصديق في التعامل.
المجتمع	خلق فرص عمل، احترام العادات و التقاليد، توظيف المعوقين، دعم الأنشطة الاجتماعية، دعم البنية التحتية، الصديق في التعامل ، المساهمة في حالة الكوارث.
البيئة	التشجير و قيادة المساحات الخضراء، المنتجات غير الضارة، الحد من تلوث الماء و الهواء و التربة، الاستخدام الأمثل للموارد و خصوصاً غير المتجددة منها.
الحكومة	الالتزام بالقوانين، إعادة التأهيل و التدريب، تكافؤ الفرص بالتوظيف، حل المشكلات الاجتماعية ، تسديد الالتزامات الضريبية.
جماعات الضغط	التعامل الصادق مع الصحافة، احترام أنشطة جماعات حماية البيئة، التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك، احترام دور النقابات العمالية و التعامل الجيد معها.

المصدر: محمد الصيرفي، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، مصر، 2007، ص- ص : 70-72.

6- المزايا المحققة من تطبيق المسؤولية الاجتماعية:

تكلف المسؤولية الاجتماعية المنظمة مصاريف كبيرة ولكنها في الوقت نفسه تحقق لها العديد من المزايا والتي تفوق في أغلب الأحيان ما تحملته من تكاليف، ومن هذه المزايا ما يلي:¹

¹ نihal المغربل ويسمين فؤاد، المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر: بعض التجارب الدولية، ورقة عمل رقم 138، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، سبتمبر 2008، ص 5.

- تحسين سمعة المنظمات والتي تُبنى على أساس الكفاءة في الأداء، والنجاح في تقديم الخدمات، والثقة المتبادلة بين المنظمات وأصحاب المصالح ومستوى الشفافية الذي تتعامل به هذه المنظمات، ومدى مراعاتها للاعتبارات البيئية واهتمامها بالاستثمار البشري. ويسهم التزام المنظمات بمسئوليتها الاجتماعية بدرجة كبيرة في تحسين سمعتها.

- تسهيل الحصول على الائتمان المصرفي خاصة في ضوء استحداث بعض المؤشرات التي تؤثر على القرار الائتماني للبنوك وتتضمن هذه المؤشرات مؤشر داو جونز للاستدامة. والذي أُطلق عام 1999 ويُعنى بترتيب المنظمات العالمية وفقاً لدرجة مراعاتها للأبعاد الاجتماعية وللاعتبارات البيئية خلال ممارستها لنشاطها الاقتصادي.

- استقطاب أكفأ العناصر البشرية حيث يمثل التزام المنظمات بمسئوليتها تجاه المجتمع الذي تعمل به عنصر جذب أمام العناصر البشرية المتميزة خاصة بالنسبة للمنظمات عابرة القارات أو كبرى المنظمات المحلية التي تعمل في مجالات متخصصة وتستخدم تكنولوجيا حديثة.

- بناء علاقات قوية مع الحكومات مما يساعد في حل المشكلات أو النزاعات القانونية التي قد تتعرض لها المنظمات أثناء ممارستها لنشاطها الاقتصادي.

- حسن إدارة المخاطر الاجتماعية التي تترتب على قيام المنظمات بنشاطها الاقتصادي، خاصة في إطار العولمة. وتتمثل هذه المخاطر في الالتزام البيئي واحترام قوانين العمل وتطبيق المواصفات القياسية، والتي تمثل تحدياً للمنظمات، خاصة الصغيرة والمتوسطة.

أما المزايا التي يحققها المجتمع من وراء تبني منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية: فتتمثل في القدرة على الحصول على الخدمات التي يحتاجها في مختلف الجوانب الضرورية مثل الخدمات التعليمية أو الصحية أو الثقافية أو الاقتصادية في المجتمع.¹

7- أهمية المسؤولية الاجتماعية:

للمسؤولية الاجتماعية أهمية كبيرة بالنسبة للمنظمة والمجتمع والدولة على حد سواء أهمها:²

7-1 بالنسبة للمنظمة:

تحسين صورة المنظمة في المجتمع وترسيخ المظهر الإيجابي خصوصاً لدى الزبائن والعاملين وأفراد المجتمع بصفة عامة؛ إذا ما اعتبرنا أن المسؤولية الاجتماعية مبادرات طوعية للمنظمة تجاه أطراف متعددة

¹ خالد بن يوسف برقاي، آراء الشباب الجامعي حول المسؤولية الاجتماعية دراسة استطلاعية لآراء طلاب وطالبات جامعة أم القرى بمكة المكرمة، الملتقى السنوي لمراكز الأحياء بمكة المكرمة، مكة المكرمة: السعودية، 1429، ص8.

² طاهر محسن، منصور الغالي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل، الأردن، 2006، ص52.

ذات مصلحة مباشرة أو غير مباشرة، ومن شأن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للمنظمة تحسين مناخ العمل، كما تؤدي إلى بعث روح التعاون والترابط بين المنظمة و مختلف الأطراف ذات المصلحة.

2-7 بالنسبة للمجتمع:

زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع مع توليد شعور عالي بالانتماء من قبل الأفراد ذوي الاحتياجات الخاصة كالمعوقين وقليالي التأهيل والأقليات والمرأة والشباب. كذلك الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفير نوع من العدالة الاجتماعية وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص الذي هو جوهر المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، تحسين نوعية الحياة في المجتمع سواءً من ناحية البنية التحتية أو الناحية الثقافية. ازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين منظمات المجتمع المختلفة ومختلف الفئات ذات المصلحة.

- كون المسؤولية الاجتماعية مرتبطة بمفاهيم أساسية كتقليل السرية بالعمل والشفافية والصدق في التعامل وهذه تزيد من الترابط الاجتماعي وازدهار المجتمع على مختلف المستويات.

3-7 بالنسبة للدولة:

تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل إدامة مهماتها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية.

- يؤدي الالتزام بالمسؤولية البيئية إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المنظمات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية، والمساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها من المجالات التي تجد الدولة الحديثة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها جميعًا بعيدًا عن تحمل المنظمات الاقتصادية الخاصة دورها في هذا الإطار.

ثالثاً: تغيير ثقافة المنظمة من أجل تعزيز مبدأ المسؤولية الاجتماعية

رغم أن جذور المسؤولية الاجتماعية وقيمها متأصلة في الدين الإسلامي ومرتسخة فيه إلا أن منظمات الأعمال في الجزائر للآن ما زالت للأسف لم تدرك أهميتها ولا مقدار النفع الذي تعود به على المجتمع وعلى المنظمات نفسها على حد سواء. ولهذا يلاحظ أن هذه المنظمات قد تحاول أن تقوم بمسؤوليتها تجاه المجتمع الذي تنشط فيه ولكنها تفشل في ذلك، ويرجع السبب في ذلك في كثير من الأحيان إلى ضعف ثقافتها التنظيمية واهتزازها، وهذا ما يدفع الإدارة العليا في الكثير من المنظمات إلى محاولة تغيير ثقافتها التنظيمية لتمهد الأرضية لتطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية بنجاح.

1- أثر ثقافة المنظمة على المسؤولية الاجتماعية :

المسؤولية الاجتماعية هي طريقة تنظر فيها المنظمات في تأثير عملياتها في المجتمع وتؤكد مبادئها وقيمها في أساليبها وعملياتها الداخلية وفي تفاعلها مع قطاعات أخرى¹. وهي بذلك تتجاوز المفهوم السطحي الدعائي للعمل الخيري لتصبح جزءاً من ثقافة المنظمة.

وتتصف المسؤولية الاجتماعية بالطابع الطوعي والإرادي الذي يميز التزام المنظمة بمسؤوليتها الاجتماعية، بحيث تصبح جزءاً من ثقافة المنظمة وليست نتيجة التزامات قانونية أو تعاقدية، هذا الالتزام الطوعي له قيمة معنوية تعود بالفائدة على المنظمة خلال مدة زمنية معينة، بحيث تنتظر المنظمة مقابل يكون على شكل اعتراف بدورها الإيجابي من طرف جميع الأطراف التي تتعامل معها² ويؤكد الطابع الدائم للمسؤولية الاجتماعية على التزام المنظمة والذي يجعل من المسؤولية الاجتماعية أحد ركائز إستراتيجيتها، الأمر الذي يتطلب تغييراً في ثقافتها التنظيمية.³

2- الحاجة للتغيير الثقافي في المنظمة:

تكمن الحاجة للتغيير الثقافي في تحويل الثقافة الضعيفة إلى ثقافة قوية والمقصود بالثقافة القوية تلك الثقافة التي تحظى بقبول العاملين وتزرع فيهم قيم وتقاليد مشتركة تؤسس على العمل الجماعي وتشجع على التغيير والتحسين المستمر كما تزرع بينهم صلة ترابط وثيقة تنظم وتوحد سلوكهم داخل المنظمة وتخلق مناخ عمل ملائم.

وبالنسبة للمسؤولية الاجتماعية، يجب على المنظمة عند تغيير ثقافتها التنظيمية أن تجعل خدمة المجتمع والسهر على المصلحة العامة من قيم ومبادئ الثقافة التنظيمية الجديدة.

3- الخطوات العملية لإحداث التغيير الثقافي:

- للقيام بعملية التغيير الثقافي، يجب القيام بمجموعة من الخطوات، من أهمها:⁴
- لا سبيل للبقاء والاستمرار في ظل التحولات المحلية والدولية إلا بتغيير السلوكات والاتجاهات والقيم والافتراضات اتجاه العمل والوقت والنظام والسلطة والمنظمة والقادة والأفراد، وبالإقلاع عن الخلط بين العلاقات الإنسانية والشخصية، وهدف ومصالح المنظمة، مع التأكيد على أهمية التقويم المستمر.
 - قيام الإدارة بدراسة وفهم الثقافة السائدة قصد التعرف على الجوانب الإيجابية والسلبية، والعمل على استثمار ما هو إيجابي والتخلص من كل ما هو سلبي.

¹ صالح السحيباني، مرجع سبق ذكره، ص: 4.

² محمد عادل عياض، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة: دخل لمساهمة منظمات الأعمال في الاقتصاد التضامني، الملتقى الدولي حول الاقتصاد التضامني، جامعة تلمسان، الجزائر، 2005، ص3.

³ نفس المرجع أعلاه. ص5

⁴ علي عبد الله، التحولات وثقافة المؤسسة، ورقة عمل مقدمة في الملتقى الوطني الأول حول: الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة، البليدة، الجزائر، 2001-2002، ص، ص 13-14

- إسهام القيادات الإدارية بأنماط السلوك الإيجابي المرغوب والمطلوب باعتبارهم القدوة والمثل في المنظمة، وأن يتعلموا شيئاً مهماً وهو كيفية حب العاملين وتقييمهم والنظر إليهم كمورد وليس كتكلفة.
- العمل بجد للتخلص من الاعتقادات الخاطئة وممارسات الإدارة بالأزمات وإحلالها بمبادئ إدارة الأزمات.
- وضع نظام فعال للاتصال لتسهيل حركة الأفكار والممارسات بالشكل الذي يشري وينمي ثقافة المنظمة.
- تثمين وتفعيل نظم الاختيار والتعيين والتدريب والترقية وتقييم الأداء والحوافز باعتبارها الركائز الأساسية لزرع الانضباط والنظام والمسؤولية وتنمية روح الالتزام، والانتماء والولاء وتدريب العاملين على الإبداع والابتكار وإبداء الرأي والرقابة الذاتية والعمل الجماعي.
- الأقلمة والمواءمة الاجتماعية.
- نقل الأفراد الذين يقاومون التغيير والذين تتسم اتجاهاتهم بالسلبية أو إحلالهم بأفراد راغبين في التغيير ولهم الاستعداد للتكيف.

4- عوامل نجاح التغيير الثقافي:

- يرتبط نجاح التغيير الثقافي في المنظمة بمجموعة من العوامل منها:
- مؤهلات ومهارات المسيرين والمشرفين وقدرتهم على التغيير الثقافي.
- القيام بنشر وتبني قيم سليمة بين الإدارة وبين العاملين تقوم على الصراحة، الثقة والمصلحة المتبادلة، مما سيساعد على توجيه التغيير وجهة سليمة وتحقيق النتائج الإيجابية المرغوب فيها.
- يرتبط نجاح التغيير الثقافي أيضاً باتجاهات العاملين وهي عبارة عن مجموعة من أفكار وآراء الأفراد حول الأشياء المحيطة بهم، إذ يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار عند التخطيط للتغيير ففي البداية على الإدارة التقرب من العاملين ومحاولة اكتشاف اتجاهاتهم حول كل ما يتعلق بالمنظمة وخصوصاً الأمور المرتبطة بالتغيير الذي سيحدث. ودوماً يكون هناك اتجاهات إيجابية وأخرى سلبية، وبالتالي يجب أن تستغل الإيجابية لخدمة مشروع التغيير، أما السلبية فعلى الإدارة محاولة تعديلها وتصحيحها في إطار التغيير الثقافي.¹

- الأخذ بعين الاعتبار نظرة الأفراد للتغيير وقيمهم واتجاهاتهم ودوافعهم والاستفادة من الجوانب الإيجابية لهذه العوامل ومحاولة تعديل وتصحيح الجوانب السلبية لها.

5- مجالات التغيير المؤسسي نحو المسؤولية الاجتماعية:

¹ سامية موزاوي، مكانة تسيير الموارد البشرية ضمن معايير الإيزو وإدارة الجودة الشاملة، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص إدارة الأعمال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2003-2004، ص 22.

التغيير المؤسسي كما أسلفنا هو) نشاط يهدف أساسا إلى إحداث تغييرات في بعض أو جميع العناصر التي تتكون منها المؤسسة من أجل مواجهة بعض التغييرات والأحداث المؤثرة فيها والتي تحدث بداخلها أو خارجها في البيئة التي تعيش في كنفها، وذلك من أجل تحسين قدرتها على حل المشكلات وتطوير نفسها والتكيف مع المتغيرات البيئية الداخلية والخارجية، ويتم هذا الأمر عن طريق إدخال التغيير المناسب في المجال المادي والبشري أو الاثنين معا بما يتماشى ويتوافق مع التغيير البيئي الحادث) ، وعلى هذا الأساس تبرز مجالات أساسية عديدة للتغيير حتى تستوعب تجسيد المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة وفيما يلي سنحاول صياغة أبرزها وفقا لتقديرنا وبأسلوبنا الخاص الذي يتوافق مع غاية البحث:¹

¹ عمر وصفي عقيلي، الإدارة: أصول وأسس ومفاهيم، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 1997، ص 356.

5-1- المدخل الوظيفي لتجسيد المسؤولية الاجتماعية عن طريق التغيير المؤسسي:

وهنا تستجيب المؤسسة لبيئتها من خلال تغيير فلسفة ورسالة المؤسسة من جهة وكذا تغيير أهدافها وإستراتيجيتها من جهة مقابلة، في هذا الإطار على يمكن للتغيير أن يمس تحجيم بعض النشاطات التي تفرز آثارا مجتمعية إلى أدنى حد ممكن، وفي المقابل تطوير النشاطات الفاعلة في تحسين الصورة الاجتماعية للمؤسسة إلى أقصى حد ممكن. كما يجب على المؤسسات أن تعيد النظر في صياغة أهدافها بما يتوافق والتغيرات المستمرة وهنا نشدد ضرورة اعتماد التغيير كإستراتيجية مثمرة على المدى البعيد وبالتالي مرافقته المستمرة لجميع مراحل المؤسسة حيث نرفع درجة مرونة أهداف المؤسسة لضغوط أصحاب المصالح (من عمال، مساهمين، مجتمع...) ².

5-2- المدخل الإنساني لتجسيد المسؤولية الاجتماعية عن طريق التغيير المؤسسي:

وهذا من خلال رفع المستوى الثقافي في المؤسسة نحو فعالية الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية ، من خلال الاستعانة بعنصر بشري أكثر كفاءة ووعيا مع محاولة تحديث ثقافة العنصر البشري الأصلي عن طريق الدورات التدريبية والتكوينية والحملات التحسيسية التوعوية.

إن التفصيل في مواطن إحداث التغيير بالمؤسسة نحو تجسيد مسؤوليتها الاجتماعية يفتح نقطا عديدة لا تتسع مساحة البحث لاحتوائها، لذا نكتفي بالإشارة إلى أبرزها فيما يلي:³

- عملية التغيير نحو الالتزام بمبادئ المسؤولية الاجتماعية يجب أن تكون طوعية إرادية، نابعة من القناعة العميقة بضرورتها.

- عدم الخلط بين العمل الخيري التطوعي والمسؤولية الاجتماعية.

² محمود فريد الصحن وآخرون، مبادئ الإدارة ، الدار الجامعية الإسكندرية، مصر ، 2002، ص 318 .

³ أحمد سيد مصطفى، إدارة السلوك التنظيمي رؤية معاصرة ، الدار الجامعية الإسكندرية ، 2000، ص 472-

- اعتبار المسؤولية الاجتماعية استثمارا ومن ثم تكريس كل الوسائل لتفعيله
مما تقدم يتضح أن التغيير المقترح لا يمكن أن يحدث إلا إذا كانت المؤسسة جاهزة لاحتوائه وهو ما
يفتح أمامنا مناقشة إشكالية جاهزية بيئة الأعمال بالجزائر لتكريس مبادئ المسؤولية الاجتماعية.

رابعا : أهمية الثقافة التنظيمية في تكريس مبدأ المسؤولية الاجتماعية

تشير التجارب الدولية إلى اختلاف درجة تبني الشركات لبرامج المسؤولية الاجتماعية من حيث
المفهوم وعدد المبادرات المنفذة والقضايا التي تتبناها هذه المبادرات. ففي الولايات المتحدة الأمريكية
يتفاوت تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات بين الشركات بدرجة كبيرة. فهناك شركات تطبق
برامج المسؤولية الاجتماعية لسنوات طويلة لدرجة الوصول إلى مرحلة ابتكار برامج جديدة، بينما لا تزال
بعض الشركات في المراحل الأولى من تبني هذا المفهوم. فالشركات الكبرى مثل شركة فورد أو جنرال
موتورز أصبحت تضع معايير خاصة بها لقياس مدى نجاحها في تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية. كما
نجحت هذه الشركات في تبني برامج ناجحة للمسؤولية الاجتماعية ليس فقط على المستوى المحلي ولكن
عالميا من خلال سلاسل القيمة التي تعمل هذه الشركات من خلالها.

ويشجع الاتحاد الأوروبي قيام نوع من الشراكة بين قطاع الأعمال من ناحية والحكومات
وأصحاب المصالح من ناحية أخرى. وينبع اهتمام بلدان الاتحاد الأوروبي بمفهوم المسؤولية الاجتماعية من
سعيها نحو تحقيق نمو مستدام وزيادة فرص العمل اللائق ومواجهة التحديات الناجمة عن تزايد المنافسة
العالمية. كما يسعى الاتحاد أيضا نحو إقامة مجتمع قائم على تكافؤ الفرص وتوفير مستوى معيشي مرتفع
وبيئة أفضل. وتعتقد بلدان الاتحاد الأوروبي أن قطاع الأعمال يستطيع المساهمة بفعالية في تحقيق هذه
الأهداف من خلال تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية ووضعه على رأس أجندة أولويات الشركات
الأوروبية سواء العالمية أو المحلية وبغض النظر عن حجمها. إلا أن الاتحاد لا يؤيد أن يتم ذلك من خلال
فرض مزيد من القواعد والإجراءات أو سن القوانين حتى لا تزيد من أعباء الشركات وترفع تكلفة تطبيق
برامج المسؤولية الاجتماعية.¹

كما أكدت هذه التجارب على أهمية مساندة الحكومات للشركات ومساعدتها على تبني برامج
فعالة للمسؤولية الاجتماعية للشركات وتقديم المشورة الفنية لبناء قدرات هذه الشركات في هذا
المجال. ففي سنغافورة على سبيل المثال قامت الحكومة بسن القوانين واللوائح اللازمة لتنظيم وتشجيع
مشاركة الشركات في برامج المسؤولية الاجتماعية. كما قامت بتبني برنامجا للعقد الاجتماعي بين
الشركات وأصحاب المصالح. ومن ثم يغلب الطابع الإلزامي وليس التطوعي على تجربة المسؤولية

¹ عسكر الحارثي، ثقافة المسؤولية الاجتماعية من أين تبدأ؟، ورقة عمل قدمت الى ملتقى العطاء العربي الثاني، أبوظبي

في الفترة من 6-7 يناير 2009، ص 6

الاجتماعية للشركات في سنغافورة، خاصة في ضوء القيود الصارمة التي تفرضها الحكومة على التزام الشركات بالمعايير الدولية وبأفضل الممارسات في مجال الحوكمة. وفي عام 2004 أطلقت الحكومة المبادرة الوطنية الثلاثية وذلك من أجل رسم إستراتيجية للمسؤولية بين الشركات.

وعلى الرغم من غياب إحصاءات دقيقة ودورية عن برامج المسؤولية الاجتماعية وأثرها على تنمية المجتمع، إلا أن المؤشرات والدراسات تؤكد على الأثر الإيجابي لبرامج المسؤولية الاجتماعية على تنمية المجتمع والتنمية البشرية والبيئة ومكافحة الفساد وعلى أداء الشركات ونشاطها ومؤشراتها المالية والعاملين بها وغيرهم من أصحاب المصالح. وقد أشارت التجارب الدولية أيضا إلى أن الترويج لمفهوم "فكر المشاركة" يعد من أهم العوامل التي تساعد على نجاح المشاركة الاجتماعية لرأس المال، حيث إن اعتماد خطط الإنتاج والتسويق على فكر المشاركة سوف ينعكس على أسلوب إدارة الشركات وعلى مستوى الخدمات التي تقوم بتقديمها وعلى حقوق العاملين بها.

وعند صياغة الشركات للرسالة التي تسعى لتحقيقها وعند رسم خططها التسويقية لابد وأن تتضمن بشكل واضح الأهداف الاجتماعية التي تسعى الشركة للمساهمة في تحقيقها وتحديد الفئات التي تستهدفها من خلال برامج المسؤولية الاجتماعية.¹

مما سبق يمكن القول بأن المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص لا تعني مجرد المشاركة في الأعمال الخيرية و عمل حملات تطوعية و إنما تتسع لتشمل مسؤوليتهم تجاه أفراد المجتمع المتعاملين معهم و العمل على فتح باب رزق للشباب فخلقهم لمشاريع الشباب لاستيعاب البطالة مثلاً يعد من أسمى ما يمكن أن يقوموا به من عطاء ، فيجب أن يكون للقطاع الخاص العربي دورا تنمويا أساسيا و أن يصبح العطاء من أجل التنمية جزء لا يتجزأ من أنشطة هذا القطاع ، وكي تصبح المسؤولية الاجتماعية مؤثرة فهي في حاجة لأن تأخذ شكل تنظيمي و مؤسسي له خطة و أهداف محددة بدلا من أن تكون جهودا عشوائية مبعثرة و خيرية قد تؤدي إلى الإتكالية و هذا يستدعي وضع خطة تغيير مجتمعي لنهضة المجتمع العربي²

¹ عسكر الحارثي ، المرجع السابق ،ص 6

² عسكر الحارثي ، المرجع السابق ،ص 7

خاتمة:

لم يعد تقييم منظمات الأعمال يعتمد على ربحيتها فحسب، ولم تعد تلك المنظمات تعتمد في بناء سمعتها على مراكزها المالية فقط، فقد ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والاجتماعية عبر أنحاء العالم. وكان من أبرز هذه المفاهيم مفهوم المسؤولية الاجتماعية. وقد أصبح دور المنظمات الريادية محورياً في عملية التنمية، وهو ما أثبتته النجاحات التي تحقّقها الاقتصاديات المتقدمة في هذا المجال، وقد أدركت المنظمات الريادية أنّها غير معزولة عن المجتمع، وتنبهت إلى ضرورة توسيع نشاطاتها لتشمل ما هو أكثر من النشاطات الإنتاجية.

في حين أصبح نجاح المنظمة اليوم مرتبط بمدى نجاحها في خدمة مجتمعها إلى حد بعيد، لهذا فرض على المنظمات أن تتحلّى بروح المسؤولية اتجاه مجتمعها. وتسهر على تقديم الأفضل دوماً وليس أحياناً. وهذا لا يتحقق إلا عن قناعة تامة، فالمسؤولية الاجتماعية لا يمكن فرضها وإنما يجب أن تنبع من قيم المنظمة ومبادئها. ولأن ثقافة المنظمة، تجسد الروح أو الإطار المعنوي والثقافي للمنظمة، فلا بد أن يبدأ العمل على تبني المسؤولية الاجتماعية منها، فإذا كانت ثقافة المنظمة قوية وقيمها متماسكة سهل على القائمين في المنظمة تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية، وإن كانت ضعيفة مهتزة القيم وجب تغييرها وتقوية مواطن الضعف فيها وتضمين مبادئ وقيم المسؤولية الاجتماعية فيها.

وفي الأخير، يمكن القول أن نجاح المنظمة في إرساء وبناء ثقافة تنظيمية قوية يساهم بشكل كبير في تفعيل مبدأ المسؤولية الاجتماعية تكون بذلك قد قطعت شوطاً كبيراً في رحلتها نحو خدمة المجتمع والنجاح في تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية.

