

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة: مدخل لمساهمة منظمات الأعمال في الاقتصاد التضامني

محمد عادل عياض

كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية جامعة قاصدي مرباح-ورقلة

aiadmohammedadel@yahoo.fr

المقدمة:

تعتبر منظمة الأعمال (ونقصد بها المنظمات الخاصة الهادفة للربح) خلية من خلايا المجتمع. فهي تستمد إحتياجاتها (موارد مادية وبشرية) من المجتمع، كما تقوم بتسويق منتجاتها في نفس المجتمع. وعليه، فإن على هذه المنظمات مسؤوليات تجاه هذا المجتمع، بحيث لن يكون هدفها هو تحقيق الأرباح القصوى، بل الهدف هو التوازن بين الأرباح الممكن تحقيقها والوفاء بالتزاماتها تجاه المجتمع والبيئة.

ففي ستينيات القرن الماضي، ظهرت حركات إجتماعية عديدة طرحت عدة تساؤلات حول شرعية النشاط الذي تقوم به المؤسسات الرأسمالية (وخاصة الشركات متعددة الجنسيات) وأخلاقيات مسيرتها. فهي تقوم بإستغلال بشع وغير عقلاني للموارد الطبيعية وللعمال وتهتم فقط بتعظيم الأرباح مع إهمال الآثار السلبية لنشاطها على العمال (الأمن، الصحة، التسريح،... إلخ) وعلى محيطها الخارجي (المستهلكين، تلوث البيئة،... إلخ). وإزداد نشاط الحركات المناهضة للمؤسسات الرأسمالية مع مطلع تسعينيات القرن الماضي مع نمو وإزداد قوة المنظمات غير الحكومية وإكتست بعدا عالميا مع إشتداد موجة العولمة.

أمام هذا الضغط المتزايد، بدأ إهتمام منظمات الأعمال بالجوانب الإجتماعية التي تتعدى حدود المنظمة لتشمل بيئتها التي تعيش فيها. كما أنه، وإلى جانب التقارير المالية التقليدية التي تعكس النتائج الاقتصادية للمؤسسة، أصبح هناك "تقرير حول المسؤولية الإجتماعية والبيئية" تعدّه المؤسسات والذي يعكس النشاطات والمساهمات التي قامت بها في سبيل خدمة المجتمع وحماية البيئة.

أهمية "المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة La Responsabilité Sociale de l'Entreprise

(RSE)" تتجلى من خلال أبعادها المختلفة والتي نذكر منها:

- توفير خدمات علاجية ووقائية للعاملين، بالإضافة للإنفاق على برامج السلامة والأمن الصناعي؛

- توفير خدمات التعليم والتدريب المستمر للعاملين؛

- الحفاظ على/وخلق وظائف عمل جديدة؛

- مساعدة العمال المسرحين في البحث عن مناصب عمل جديدة أو إنشاء مؤسسات مصغرة؛

- المساهمة في تكوين الشباب من خلال التمهين (Apprentissage)؛

- إدماج ذوي الإحتياجات الخاصة (المعاقين،... إلخ) في سوق العمل؛

- حماية المستهلك من خلال الإلتزام بالمواصفات السلعية ومحاربة الغش؛

- دعم الجمعيات (الرياضية، الثقافية، الفنية، محو الأمية، حماية البيئة،... إلخ)؛

- نشر القيم والممارسات السامية (حقوق الإنسان، الديمقراطية، محاربة الفساد والآفات الاجتماعية، التكافل الاجتماعي، محاربة الفقر،... إلخ).

إن إلتزام منظمات الأعمال بمسؤوليتها الاجتماعية يجعلها تساهم في الإقتصاد التضامني جنباً إلى جنب مع المنظمات التي تنتمي إلى هذا القطاع الثالث في الإقتصاد من خلال التبرعات التي تقدمها لهذه المنظمات غير الهادفة للربح. وعندها ترتقي منظمة الأعمال لتصبح "مؤسسة مواطنة Entreprise citoyenne" تقيم بتطوير وتنمية المجتمع الذي تستمد منه مدخلاتها وتصرف فيه مخرجاتها.

وليس أدل على ضرورة إهتمام منظمات الأعمال بالأهداف الاجتماعية (إضافة إلى الأهداف الإقتصادية طبعاً) من المقولة الشهيرة لـ "هنري فورد" والتي مفادها أنه: "لا يمكن للمؤسسة أن تعيش من دون أرباح، لكن المؤسسة التي تعيش من أجل الربح ستموت". وعليه، سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية التطرق إلى المحاور الأساسية التالية:

- المفهوم والأساس النظري للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة؛
- أسباب وإيجابيات إلتزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية؛
- مجالات وحدود المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة؛
- مكونات سياسة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة؛
- دور المؤسسة في المجتمع؛
- نماذج رائدة.

I- المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة: مفاهيم وأساسيات نظرية

في مطلع تسعينيات القرن الماضي، لم تكن المؤسسات تتحدث إطلاقاً على "المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة". لكن الوضع تغير بعد انعقاد "مؤتمر الأرض" في مدينة "ريو دي جانيرو" سنة 1992، والذي تركّز فيه النقاش حول قضايا البيئة وآفاق التنمية الدولية. الأمور تطورت بشكل ملفت للنظر، حيث أصبح اليوم النقاش العالمي يدور حول المفهوم المتكامل "للتنمية المستدامة" الذي يربط التنمية الاقتصادية بآثارها الاجتماعية والبيئية، ونالت المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة حيزاً هاماً من النقاشات في "مؤتمر جوهانسبرغ" سنة 2002.

1- مفهوم وتعريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

بالرغم من أن عدداً كبيراً من المؤسسات تدرك اليوم أهمية "المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة"، إلا أنه لم يتم حصر مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة بصورة مقبولة من طرف الجميع.

من بين المفاهيم والتعاريف التي تعطى للمسؤولية الاجتماعية نذكر ما يلي:

- حسب موسوعة التسيير والإدارة فإن "المسؤولية الاجتماعية للمنظمة هي مفهوم يشمل مجموع الآثار (النتائج) الإنسانية والاجتماعية لنشاطها"¹؛

1- Robert Le Duff et autres, Encyclopédie de la Gestion et du Management, Paris: Editions DALLOZ, 1999, P 1082.

- منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ترى "أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة هي إلتزام هذه الأخيرة بالمساهمة في التنمية الاقتصادية، بالموازاة مع الحفاظ على البيئة والعمل (الحوار) مع المستخدمين، عائلاتهم، المجتمع المحلي والمجتمع بشكل عام بهدف تحسين جودة الحياة لجميع هذه الأطراف"¹؛
- حسب المجموعة الأوروبية المشتركة فإن "مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة يعني بالأساس أن تقرر المؤسسة، بمبادرة منها وبمحض إرادتها، بأن تساهم في الرقي بالمجتمع وبجعل البيئة أكثر نقاءً"²؛
- يقصد بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة "مجموع إلتزاماتها تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، ومنشأ هذه الإلتزامات العلاقة المتبادلة بينها وبين المجتمع وكيفية تلبية حاجاته وتحقيق أهدافه"³؛
- "هي مساهمة المؤسسة في تحقيق التنمية المستدامة من خلال التوفيق بين الأهداف الاقتصادية، البيئية والاجتماعية، وذلك من خلال مراعاة ما ينتظره المتعاملون معها منها ومع تعظيم القيمة للمساهمين"⁴؛
- بالرغم من تعدد التعاريف واختلافها، إلا أن هناك نقاطا مشتركة بينها تتمثل في:
 - الإجماع على الدور المهم الذي يمكن أن تلعبه المؤسسة في المجتمع بصفقتها عضوا فيه؛
 - إلتزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية هي الآلية التي من خلالها تساهم في تحقيق التنمية المستدامة للمجتمع؛
 - الطابع "الطوعي والإرادي" الذي يميز إلتزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية، بحيث تصبح

1- Marie-françoise GUYONNAUD et Frédérique WILLARD. Du management environnemental au développement durable des entreprises, France: ADEME, Mars 2004, P 05. Source: <http://194.117.223.129/servlet/getBin?name=CA5E776686803FD351A19464BE56E4FB1116836514983.pdf>, (Page consulté le 01/09/2005).

2- Yvon PESQUEUX. Un modèle Européen de la RSE, France: CNAM, P02. Source: www.halshs.cnrs.fr/docs/00/03/20/11/PDF/Mod%81eeurodelarSI.pdf, (Page consulté le 01/09/2005).

3. سرمد كركب الجليل، المسؤولية الاجتماعية للإستثمار الأجنبي المباشر، مجلة علوم إنسانية، العدد 18، فبراير 2005، المصدر: www.ulumsania.net، (تاريخ الإطلاع 2005/09/01).

4- RNCAN de Développement durable, Responsabilité sociale des entreprise. Source: www.nrcan-mcan.gc.ca/sd-dd/csr-rse/rse_f.html, (Page consulté le 01/09/2005).

جزءاً من ثقافة التسيير بها وليست نتيجة إلتزامات قانونية أو تعاقدية؛ هذا الإلتزام الطوعي له قيمة معنوية تعود بالفائدة على المؤسسة خلال مدة زمنية معينة، بحيث تنتظر المؤسسة مقابلاً يكون على شكل إعترااف بدورها الإيجابي من طرف جميع الأطراف التي تتعامل معها؛

- الطابع "الدائم" الذي يؤكد على إلتزام المؤسسة والذي يجعل من المسؤولية الاجتماعية أحد ركائز إستراتيجيتها، الأمر الذي يتطلب تغييراً في ثقافة التسيير بها؛

- عنصر "الشفافية" والذي يركز على جمع ونشر المعلومات داخل وخارج المؤسسة، مما يسمح بتوثيق وترسيم الممارسات الجيدة للمؤسسة وتتبع التطورات الحاصلة بها؛

- القدرة على إشراك أطراف أخرى تهتم بالمؤسسة وتتعامل معها، لأن المؤسسة ستصبح "مواطنة" وبالتالي سترتبط بعلاقات عديدة مع أفراد المجتمع (المحيط) الذي تعمل فيه.

تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة مع نمو إحتياجات المجتمع وتطورها بمرور الزمن، كما أن لكل مؤسسة أن تقوم بتحديد مسؤوليتها تجاه المجتمع على ضوء القيم والمبادئ التي تدافع عنها. وبالرغم من أن العناصر الأساسية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة هي نفسها في جميع أنحاء العالم، إلا أنه يمكن ملاحظة إختلاف في وجهات النظر. فطبيعة وأهمية الرهانات مختلفة بين القطاعات الصناعية ومختلفة من مكان لآخر؛ فمثلاً الرهانات التي تواجه مؤسسة بترولية تختلف تماماً عن تلك التي تواجهها مؤسسة للصناعات الصيدلانية، كما أن الإهتمام بمشاكل مرضى "السيدا" في أماكن العمل سيكون مرتفعاً أكثر في المؤسسات المتواجدة في جنوب إفريقيا. فبما أنه لا يوجد تعريف جامع للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، فليست هناك مقارنة يتفق عليها الجميع، وليست هناك مؤشرات لقياسها تصلح لجميع المؤسسات.

ولتجاوز هذا الإشكال، قام "مجلس الأعمال العالمي من أجل التنمية المستدامة World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)" بإعداد دليل يتكون من 12 نقطة لمساعدة المؤسسات للسير في ظل الرهانات الاجتماعية المنتظرة منها. بإعتباره وسيلة ومقاربة مفاهيمية في وقت واحد، فإن هذا الدليل يجب أن يكيف حسب تقييم كل مؤسسة ووضعيتها الخاصة بها. و يجب التأكيد مرة أخرى على أن أهمية الجهد الذي تبذله أي مؤسسة

في إطار تحقيق رؤيتها لمسؤوليتها الاجتماعية تتوقف على وضعيتها الخاصة بها.¹ إن تحديد مفهوم دقيق للمسؤولية الاجتماعية يعد أمرا في غاية الصعوبة والتعقيد. فبالرغم من ذلك البعد الاجتماعي العميق بمضامينه واتجاهاته، فإن مفهوم المسؤولية الاجتماعية ينطوي على العديد من المعاني والمرادفات والتي تكون بحملها قابلة للتغير والتعديل المستمر؛ ناهيك عن اختلاف المفهوم باختلاف المجتمعات والدول والحكومات والفئات السياسية من أحزاب ومنظمات وغيرها.

رغم كل الاختلافات والتباينات في مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، إلا أن هناك جانبين يمكن التركيز عليهما: الأول قانوني والثاني إنساني.²

الجانب القانوني: ينطلق أساسا من العلاقة القائمة بين المجتمع والمنظمة، ومضمون هذه العلاقة أن المنظمة أيا كانت فإن لها عمليات تنفذها وسلوكا تمارسه وأهدافا تحققها؛ وبالتالي، لا بد أن يكون لذلك آثاره التي تمتد لتغطي كل المجتمع أيا كانت تلك الآثار. ويستند الجانب القانوني على نظرية الإذعان، ومضمونه أن المجتمع يقدم تفويضا للمؤسسة بنسبة الحد الأدنى والذي يسمح بوجودها قانونيا كمنظمة مستقلة وذات كيان معنوي.

الجانب الإنساني: يقوم هذا المفهوم للمسؤولية الاجتماعية على الدور الذي يمكن أن تمارسه أي منظمة بوصفها وحدة مستقلة تعمل في مجتمع ومدى مساهمة تلك الوحدة في مجتمعتها مثلها مثل المدرسة والمركز الطبي والمؤسسة الخيرية. فالعلاقة التي تتكون في بيئة المنظمات هي التي تشكل المجتمع؛ لذا، فهناك التزامات اجتماعية وإنسانية تقع على عاتق تلك المنظمات.

2- الأساس النظري لمفهوم المسؤولية الاجتماعية

2-1- نظرية العقد الاجتماعي

إن التطور الفكري لمفهوم ونظرية المسؤولية الاجتماعية لشركة الأعمال في المجتمع يعود

1- Björn STIGSON, La responsabilité sociale des entreprises : un nouveau paradigme, ISUMA, 2002, P32. Source : www.isuma.net/v03n02/stigson/stigson_f.pdf, (Page consulté le 01/09/2005).

2- سرمد كوكب الجميل، مرجع سابق الذكر.

في الأساس إلى نظرية العقد الاجتماعي، فما هي طبيعة العلاقة بين المؤسسة والمجتمع الذي تعمل فيه؟ تستند نظرية العقد الاجتماعي على بناء فلسفي يتمثل في البعد القانوني للعقد الاجتماعي وضمن معطيات وفروض تدور حول العلاقة بين المؤسسة والمجتمع: المآل الذي تقدمه المؤسسة لمجتمعها الذي تعمل فيه وما يقدمه المجتمع للمؤسسة؟ فإذا كان المجتمع قد قدم للمؤسسة الحقوق والضمانات في العمل، فإنه قد وفر للمؤسسة وجودها بين ظهرائه المجتمع؛ إنه امتياز حق الوجود والعمل والضمان، فماذا يمكن للمؤسسة أن تقدم للمجتمع ضمن مفهوم العقد الاجتماعي؟ ماهي الالتزامات الاجتماعية والأخلاقية والإنسانية التي يمكن للمؤسسة أن تلتزم بها؟

إن صيغة العلاقة المتبادلة التعاقدية الطوعية والتي تمثل الرعاء الذي يمكن للمؤسسة أن تنمو فيه، والذي يكون المجتمع قد منحه إياها، لا بد أن ينعكس بشكل تغيرات اجتماعية وثقافية ومنظمية، ويخلق أعرافاً ومعايير يمكن أن يعتمد عليها المجتمع (عادات إستهلاكية جديدة مثلاً). ورغم عمق العلاقة وتعقيداتها، يبقى السؤال: كيف يمكن أن يتكيف المجتمع مع تلك الأعراف والتقاليد الجديدة وما هو منشأها؟ وهل تتعارض مع القيم العليا في المجتمع؟ وكيف يمكن وقفها أو التعامل معها؟

ولكن المشكلة أن الشركات متعددة (متعددة) الجنسيات المخترقة للحدود توجد في مجتمعات كثيرة، وأن كل تلك المجتمعات بعيدة كل البعد عن قيمها وأعرافها ومؤثراتها، فكيف يمكن للشركة أن تلقى قبولا في تلك المجتمعات المضيفة؟ وهل تعتبر هذه الشركات أداة للعولمة الثقافية بعد أن أصبحت حجر الأساس في العولمة الاقتصادية؟¹

2-2- التفسير الإستراتيجي للمسؤولية الاجتماعية

لقد ذهب البعض إلى تفسير تلك العلاقة بين المؤسسة والمجتمع بأنها إستراتيجية في طبيعتها. قد يكون هذا التفسير مقبولا بالنسبة للمؤسسات الوطنية؛ لكن إعطاء هذا التفسير للعلاقة بين الشركة متعددة الجنسية والمجتمع المضيف لها يتطلب نقاشاً أوسع. قد يكون الأمر

1- نفس المرجع السابق.

بسيطا ضمن المفهوم الإستراتيجي القائم على الفرص والتهديدات، ولكن أخذ المفهوم الإستراتيجي بأبعاده ومضامينه المتعددة والعميقة يعد غاية في الخطورة. وهذا ما حصل في العديد من الدول السبابة في هذا المجال ومنها دول شرق آسيا، فقد تخرجت مرارة الأزمة المالية في عشية وضحاها وخرجت الشركات متعددة الجنسية من دون أية خسارة تذكر، والسبب هو المفاهيم الإستراتيجية وعمليات التنوع والانتشار التي كانت تمارسها الشركات متعددة الجنسية. إذن أين المسؤولية الاجتماعية القائمة على العقد القانوني والإنساني؟ ناهيك عن أثر تلك المفاهيم في تفكيك البنى الاجتماعية وتحويلها إلى أنماط تتعامل معها على أساس تعظيم ربح الشركة وتقليل مخاطرها.

2-3- الفئات المهتمة (Les parties intéressées) بالمؤسسة والمسؤولية الاجتماعية

ترتبط المؤسسة بعدد كبير من الفئات التي يستلزم التعامل معها، ولغرض فهم العلاقة بين المؤسسة وهذه الفئات لا بد من فهم طبيعة عمل المؤسسة والمتعاملين معها. ومن هنا، لا بد من تحديد المسؤولية الاجتماعية وأبعادها؛ إذ لكل فئة من الفئات الكثيرة هدفها الذي تعمل على تحقيقه، فقد تلتقي الأهداف وقد تتضارب. وتوزع هذه الفئات إلى: العاملين، المديرين، المالكين، العملاء، الموردين، البنوك، المجتمع ومنظمات غير الرسمية أو شبه الرسمية والحكومة. لذا فالدخل في تحديد منفعة كل فئة من هذه الفئات مسألة غاية في التعقيد والتشابك، لأن كثيرا من المنافع التي تحققها قد لا تكون معروفة ومفصّل عنها. فما هو موقف هذه الفئات من المؤسسة وما هي توجهاتها؟

كذلك الأمر يختلف فيما إذا كانت هذه الفئات منظمة أم غير منظمة، كبيرة، متوسطة أم صغيرة. الأمر يطرح بجدية أكثر بالنسبة للشركات متعددة الجنسية، فما هي طبيعة العلاقة بين الفرع والحكومة في الدولة المضيفة؟ وما هي طبيعة العلاقة بين الحكومة والشركة الأم في الدولة الأم؟¹

1- نفس المرجع السابق.

II- لماذا تلتزم المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية؟ وما الفائدة من ذلك؟

من أجل البقاء والتطور في ظل البيئة الاقتصادية الحالية، على المؤسسات أن تتفاعل مع التوجهات الاجتماعية والبيئية التي غيرت من ظروف النشاط على مستوى جميع الأسواق وفرضت ظروف تنافسية جديدة. وهذا ما أشار إليه تقرير صدر في أبريل 2002 من طرف "برنامج الأمم المتحدة للبيئة" و"مجلس الأعمال العالمي من أجل التنمية المستدامة" و"معهد الموارد العالمي (WRI) World Resource Institute" تحت عنوان "أسواق الغد: التوجهات العامة وآثارها على الأعمال Tomorrow's Markets : Global Trends and their Implications for Business" والذي ربط بين المؤشرات الاقتصادية، البيئية والاجتماعية من جهة، وتطور مجمل الأسواق من جهة أخرى، بهدف مساعدة المؤسسات على إكتشاف رهانات المستقبل.¹

1- أسباب ودوافع إلتزام المؤسسات بمسؤوليتها الاجتماعية

هناك مجموعة من العوامل تدفع وتساعد على إلتزام المؤسسة بأن تكون "مواطنة" في المجتمع، نذكر منها:²

- تطور إهتمامات وتطلعات المواطنين، المستهلكين، السلطات العمومية والمستثمرين في ظل العولمة والتحولات الصناعية الكبيرة؛
- أثر التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال على شفافية وانتقال المعلومات الخاصة بنشاطات المؤسسات؛
- ضغط المجتمع المدني من خلال المنظمات غير الحكومية وجمعيات المستهلكين والتي تقوم بحشد الرأي العام ضد الممارسات غير الإنسانية وغير الأخلاقية لبعض المؤسسات، خاصة مع إتساع الهوة بين الفقراء والأغنياء، إرتفاع معدلات البطالة وتدهور البيئة؛
- ضغط ذو طابع تجاري يمارسه المستثمرون المهتمون بتفادي أي مخطر مالي ينتج عن

1 - Marie-françoise GUYONNAUD et Frédérique WIL LARD, Op.Cit. P 05.

2- Auteur inconnu. Responsabilité sociale de l'entreprise, P 39. Source : www.geneve.ch/agenda21/pme/doc/pdf_fiche07a1.pdf . (Page consulté le 01/09/2005).

- ممارسات بعض المؤسسات والتي تتناقى مع المسؤولية الأخلاقية، الاجتماعية والبيئية. وبالتالي، أصبح المعيار الاجتماعي يؤثر بشكل أكبر في قرارات الاستثمار للأفراد أو الهيئات؛
- القناعات والقيم الشخصية لمسؤولي المؤسسات وإدراكهم للأهمية الاقتصادية للرهانات الاجتماعية والبيئية التي تواجه المؤسسة؛
 - الرغبة في إستباق وضع السلطات العمومية لآليات قانونية ملزمة تحكم مجال المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

2- الفوائد والإيجابيات للمؤسسة

- أظهرت دراسة أجريت على عشر مؤسسات في كندا إنتهجت "سياسة مواطنة Politique de citoyenneté" وإتبعته ممارسات مسؤولة إجتماعيا، أن يحمل النتائج التي حققتها هذه المؤسسات كانت:¹
- تحسين شهرة وصورة المؤسسة؛
 - حصول المؤسسة على دعم المجتمع في ممارسة أنشطتها، خاصة تلك المؤسسات التي تستغل الموارد الطبيعية والتي تمكنت من الحصول على إعتراف وشهادة بأنها "مواطن متعاون Citoyen corporatif"، والذي يعتبر بمثابة "رخصة العمل Licence to operate" للمؤسسة،² وهو مصطلح يستعمله الأنجلوسكسون للدلالة على إعتراف المجتمع بالدور الإيجابي للمؤسسة؛
 - بناء أو تحسين صورة المؤسسة أمام المستثمرين، "مؤسسات التصنيف المالي Agences de notation financière" والبنوك؛
 - التقليل من/وتسيير المخاطر القانونية، التجارية والتشغيلية وكذلك المخاطر المرتبطة بصورة المؤسسة؛

1 - Groupe de travail interministériel sur la responsabilité sociale des entreprises. Responsabilité sociale des entreprises : Principaux enseignements, Québec : Ressources naturelles Canada, Avril 2003, P 39. Source : www.nrcan-mcan.gc.ca/sd-dd/pubs/csr-rsc/tdm_f.html . (Page consulté le 01/09/2005).

2- Alain CHAUVEAU et Jean-Jacques ROSÉ, L'entreprise responsable, France: Editions d'Organisation, 2003, P46.

- الرفع من معنويات العاملين، وبالتالي تحسن إنتاجيتهم، زيادة صدقهم، ولائهم وتحفزهم؛
 - جذب والحفاظ على العمال المهرة؛
 - تسهيل الحصول على الموارد والفوز بالعروض، وهي ميزة تنافسية معتبرة؛
 - تحسين القدرة على دخول السوق وجذب الزبائن؛
 - تطبيق قيم المؤسسة، والتي من بينها "القيام بأفضل شيء La bonne chose à faire"؛
 - وحسب المؤسسات التي تمت عليها الدراسة، فإن أفضل شيء يمكن القيام به المؤسسة هو أن تكون مسؤولة اجتماعيا؛
 - تلبية تطلعات الأطراف المتعاملة مع المؤسسة بشكل مستمر ومتطور؛
 - تقليل التكاليف وتحسين النتائج المالية، وقد أثبت العديد من الباحثين أن المؤسسات التي إلتزمت بمسؤوليتها الاجتماعية تحسنت وضعيتها المالية بشكل واضح؛¹
 - تطوير العلاقات مع الأطراف المهتمة بالمؤسسة، تسوية النزاعات وتسيير المشاكل؛
 - المساهمة الثمينة في التخطيط الإستراتيجي، والفهم الجيد لمتطلبات "النمو المستدام La croissance durable" الذي هو بمثابة رهان إستراتيجي للمؤسسة؛
 - تحفيز الإبداع وإبداء الآراء؛
 - تسريع عملية منح الرخص من خلال تحسن العلاقة مع الهيئات التنظيمية للدولة.
- كل هذه النتائج ستساهم في نهاية الأمر في تعزيز تنافسية المؤسسة وفي بلوغ المؤسسة للهدف الإستراتيجي الأسمى والمتمثل في "البقاء".

III- مجالات وحدود المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

1- مجالات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

يمتد مفهوم المسؤولية الاجتماعية إلى أكثر من بعده المفهومي والمصطلحي. وعودة إلى

1- Commission des finances publiques. Responsabilité sociale des entreprises et investissement responsable. Québec : Assemblée Nationale du Québec, Mai 2002, P 15.

مختلف التعاريف الواردة أعلاه، لا بد من القول أن تلك الالتزامات التي تتحملها الشركة تجاه المجتمع لا تتحدد بحدود معينة، وهي واسعة الأبعاد والتوجهات والمنطلقات.

ولقد قامت "CSR Europe"، وهي شبكة من الشركات متعددة الجنسيات تهتم بترقية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة في أوروبا، بإعداد "مصفوفة مواضيع ومجالات تطبيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة". من خلال هذه المصفوفة يمكننا الوقوف على المجالات التي يمكن للمؤسسة العمل فيها إذا أرادت أن تمارس مسؤوليتها الاجتماعية في الواقع. يمكن تلخيص هذه المجالات ومحتوياتها في ما يلي:¹

- حماية البيئة: بالإهتمام بـ "الفعالية الإيكولوجية éco-efficacité"، "لامادية Dématérialisation" المنتج، تسيير الموارد والفضلات، الوقاية من التلوث،...²
- أمن المنتجات وعملية الإنتاج: أمن المنتجات من التمرين إلى التوريد مروراً بالإنتاج، التشغيل، مسؤولية المؤسسة عن سلوك مورديها والمتعاقدين معها من الباطن،...
- تطوير المناخ الاجتماعي والحوار: تساوي الفرص، التنوع، ظروف العمل، التكوين والتدريب المستمرين، إجراءات التوظيف، نظام الحوافز، الحماية الاجتماعية، الصحة والعائلة، العلاقات الاجتماعية (الشركاء الاجتماعيين، النقابات،...)، تسيير التغيير الصناعي (مراعاة أثر التغيير التكنولوجي على مناصب العمل)،...
- احترام حقوق الإنسان: في مكان العمل من خلال: احترام القواعد العالمية لقانون العمل سواء في المؤسسة أو لدى المتعاقدين معها، عدم تشغيل الأطفال، تبني "التجارة الأخلاقية أو العادلة Commerce éthique ou équitable". خارج مكان العمل من خلال أثر المؤسسة على المجتمعات: التهميش الاجتماعي، الفقر، الحق في التعليم، التغذية، الحرية،...
- معايير أخلاقيات الأعمال: الرشوة، تضارب المصالح، تبييض الأموال، الاستثمار في الدول ذات الأنظمة القمعية،... وهو أحد أهم مجالات المسؤولية الاجتماعية، ويتضمن المعايير

1- Alain CHAUVEAU et Jean-Jacques ROSÉ, Op.Cit. P 48.

2- Elisabeth LAVILLE, L'entreprise verte : le développement durable change l'entreprise pour changer le monde. Paris : Editions Village Mondial. 2002. PP 151-152.

الرقابية والتدقيقية التي لا بد من الالتزام بها وخاصة في ظل ما نتج عن التخصصية، تخفيف القيود، التحرر المالي والاقتصادي والعولة؛¹

- الاندماج في المجتمع ودعم التنمية المحلية: الشراكة، الرعاية والهبات، دعم إنشاء المؤسسات ومناصب الشغل، دعم مشاريع الشباب،...؛

- الإفصاح والحوار مع الأطراف المهمة: تقارير متخصصة (بيئية، إجتماعية، ...)، تقارير إجمالية (التنمية المستدامة)، الإقتراب من/والتحاور مع الأطراف المهمة بالمؤسسة، الإتصال الداخلي والخارجي؛

- الانضمام إلى المعايير والإشهادات الخاصة بالمسؤولية الإجتماعية والتنمية المستدامة: المعايير البيئية (ISO 14000، EMAS، ...)، المعايير الإجتماعية (SA 8000، OIT، ...)، المعايير العامة الموضوعة من طرف منظمات دولية (المبادئ الموجهة للشركات متعددة الجنسيات الموضوعة من طرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية)، معايير الإفصاح (AA 1000، GRI)، ...).

فالمسؤولية الإجتماعية للمؤسسة هي العمل على احترام قوانين العمل وحفظ لحقوق العاملين والإنسان وليس إستغلاله؛ إنما تفويض للممارسات الفاسدة السائدة في المجتمع وليس اعتماد الفساد وسيلة للربح وبناء القدرة؛ إنما إحترام للقوانين والأعراف والقيم؛ إنما الإفصاح عن الأنشطة والآليات والشفافية في التعامل؛ إنما احترام النظام السياسي لا العمل على تقويضه (خاصة بالنسبة للشركات المتعددة الجنسيات).

يمكن ترتيب الأبعاد سابقة الذكر في شكل التزامات للشركة تجاه مجتمعها تتمحور حول ما يلي:²

- الالتزامات التنموية: ويقصد بها التزامات الشركة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وذلك بتحقيق الأهداف التنموية والسياسات التي تتبناها الدول وتعمل بها نحو تحقيق النمو والتنمية.

1 فريد النجار، إدارة الأعمال الاقتصادية العالمية، الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، 2004، ص 485-487

2- سرمد كوكب الجميل، مرجع سابق الذكر.

لهذا، لا بد من أن تسهم الشركة، أيا كانت طبيعة نشاطها، في تحقيق تقدم اقتصادي واجتماعي وبنيي كعمل مساند للتنمية المستدامة. إن حماية البيئة، تقديم الخدمات العامة، نقل التكنولوجيا مع العمل على ممارسة التقاليد المتعارف عليها في قطاع الأعمال كلها تمثل دليلا يمكن أن يساهم في تحقيق المزيد من التنمية والتقدم.

- الالتزامات السياسية والاجتماعية: إن مسؤولية الشركة تجاه مجتمعها تتبع من العلاقة بينها وبين المجتمع الذي يضيفها. ويقصد بالالتزامات السياسية والاجتماعية ما يلي: احترام النظم والقوانين والإجراءات والتقاليد الإدارية، احترام القيم العليا والثقافية والأهداف، عدم التدخل في الأنشطة السياسية والحكومية.

- الالتزام بحماية المستهلك: إن الانتشار الكبير للأعمال في العالم وفرض ظاهرة تغطي الحدود بهدف التوسع والبحث عن الأسواق والزبائن فرض قيودا والالتزاما على المؤسسة يتمثل في "مسؤولية حماية المستهلك" والتي تتضمن: الالتزام والأمان، حماية المنافع الاقتصادية للزبون (الحماية من تضليل الإعلان، مؤشرات الأسعار، الحماية في التعاقدات)، الخدمات المالية، حماية العدالة، توفير المعلومات والحد الأدنى من الثقافة.

- الالتزام بالممارسات الجديدة والناشئة: لقد أفرزت التغيرات والتطورات عناوين جديدة في ممارسات المؤسسات والحكومة، هي أساسا في صلب المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات أيا كانت وطنية أم أجنبية ومنها: حاكمية المؤسسة، معايير أخلاقيات الأعمال، حقوق العاملين.

2- تحديد الحدود

في أي نقاش حول المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تطرح إشكالية تحديد أبعاد هذه المسؤولية وحدودها، لأنه ليس بالسهل تحديد المؤسسة مسؤولة عنه وتجاه من هي مسؤولة. وعليه، يجب إيجاد التوازن الجيد بين: الحد الأدنى وهو ألا تلتزم المؤسسة بأكثر مما يفرضه عليها القانون، والحد الأقصى وهو الالتزام بمسؤوليات تتجاوز إختصاصات المؤسسة وطاقاتها.¹

1- Björn STIGSON, Op.Cit, P 34.

وعليه، لا يوجد هناك إتفاق عالمي حول حدود مسؤولية المؤسسة، وتحديد هذه الحدود هو موضوع نقاش مستمر، معقد ويتطور بشكل سريع على مستوى الراي العام. من بين المواضيع المطروحة للنقاش في هذا المجال نذكر:¹

- مدى مسؤولية المؤسسة عن ممارسات وسلوكيات مورديها والمتعاملين معها من الباطن، ودرجة الرقابة التي يمكن أن تمارسها عليهم؟

- بالنسبة للمؤسسات التي تعمل في مناطق محرومة في دول تنتهك حقوق الإنسان أو تعاني من صراع على السلطة، ما هي حدود مسؤوليتها عن الخلل الموجود في المجتمع؟ في مثل هذه الحالات، فإن الحد الأدنى من مسؤولية المؤسسة، والذي يوصي به الميثاق العالمي للأمم المتحدة، هو أن تحرص على عدم إستغلال هذا الوضع وأن لا تكون متورطة في إنتهاك لحقوق الإنسان.

بسبب هذا الغموض الذي يكتنف حدود هذه المسؤولية، إتسعت آمال ومتطلبات الاطراف المهتمة بالمؤسسة وإختلفت باختلاف البلدان والثقافات التي ينتمون إليها، كما أنها تختلف من قطاع صناعي إلى آخر. ومنه، فإن تحديد حدود لدور مسؤولية المؤسسة تجاه الحكومات أو المجتمع المدني هو في كثير من الاحيان موضوع حوار وتفاوض يأخذ في الحسبان المعطيات المحلية. لذا، يجب على المؤسسة أن تدرس أولا المعطيات الثقافية ومستوى تطور المجتمعات التي من الممكن أن تتعامل معها حتى تعرف أبعاد وحدود المسؤولية الاجتماعية التي ستلتزم بها؛ لأن الآمال التي يعلقها مجتمع محروم يعاني من مختلف أمراض التخلف على مؤسسة عالمية جاءت لتستثمر عنده تختلف جذريا عن متطلبات مجتمع آخر متطور من نفس المؤسسة.

والأسئلة التي تطرح عادة في هذا المجال هي: ما هو دور كل من المؤسسة والحكومة في توفير الخدمات الاجتماعية، التعليم والصحة ؟ كيف يمكن للمؤسسة أن تتأقلم مع مختلف الثقافات المحلية للمجتمعات التي تعمل فيها؟

1- Auteur inconnu. Op.C'it. P 39

VI- عناصر سياسة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة ودعائنها

المؤسسة التي تختار وتقرر بناء سياسة لمسؤوليتها الاجتماعية هي على وعي بالدور الذي يمكن أن تلعبه -من خلال سلعتها وخدماتها- في الإزدهار الاقتصادي وتنمية المجتمع الذي تشتغل فيه. فهي لا تكتفي فقط بالعمل على التقليل من الآثار السلبية لنشاطها على البيئة والمجتمع، بل تلتزم بشكل جدي بتطوير نظم عمل "نظيفة" و"صديقة للبيئة" والعمل على تطوير المجتمع بشق الطرق الممكنة.¹

1- بناء سياسة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

تختلف خطوات وتفاصيل برنامج العمل الذي تنتهجه المؤسسة في سياستها للإلتزام بمسؤوليتها الاجتماعية بالأساس حسب حجمها. فالمسؤولية الاجتماعية للشركات الكبرى تختلف عن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كما أنها تختلف أيضا بين المؤسسات المحلية أو الوطنية والشركات متعددة الجنسيات والتي تتعامل مع مجتمعات وثقافات مختلفة. لكن، هناك جملة من العناصر المشتركة يجب أخذها في الحسبان عند بناء سياسة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة وهي:²

أ- الاستجابة الأفضل لمتطلبات الزبائن في مجال البيئة والمجتمع

• بناء نظام فعال للإستماع للزبائن:

- تنظيم وإستغلال المعلومات الصاعدة من العاملين الذين هم على علاقة مباشرة مع الزبائن؛
- وضع نظام لتسيير ملاحظات وإحتياجات الزبائن.

1 كريستيان انجن-زوكي، جونار س. استكلند وزاماراك شاليتزي، المؤسسات المطلوبة لتحقيق ما هو أكثر من النمو: عن طريق تسهيل إدارة الأصول البيئية والاجتماعية تعزز المؤسسات من التنمية المستدامة، مجلة التمويل والتنمية، جوان 2003، ص ص 42-43.

2- ADEME, Développement Durable : les PME se mobilisent, France : ADEME, Juin 2004. Source : <http://194.117.223.129/service/getBin?name=CASE776686803FD351A19464BE56E4FB1116836333706.pdf>. (Page consulté le 01/09/2005).

- تطوير أنظمة الإنتاج، المنتجات والخدمات:
- استعمال تكنولوجيا نظيفة وإقتصادية؛
- استعمال مواد أقل استهلاكاً للطاقة وأقل احتواء للمكونات الخطيرة؛
- إسترجاع الأغلفة وبقايا المنتجات لدى الزبائن لتسهيل عملية التسيير لديهم.
- بناء الثقة:
- الإهتمام بشفافية الاسعار؛
- الإعلام بخصائص المنتج: المكونات، الأثر في الطبيعة، إحترام المواصفات، الحصول على شهادات.
- ب- تفعيل دور العاملين والرفع من مستوى الحافز لديهم
- القيام بعمليات تشخيص للموارد البشرية:
- تقدير الإحتياجات في الكفاءات -ضمان رسملة وإنتقال المعارف- تقييم سياسة الأجور والمكافآت.
- الوقاية من المخاطر في الداخل:
- تقييم المخاطر المهنية -وضع برنامج للوقاية- تحسين توافق مناصب العمل مع الأفراد.
- تشجيع السياسة الإجتماعية:
- تكثيف وقت العمل للأفراد الذين يخضعون لظروف خاصة وقاهرة؛
- السهر على عدم التفرقة بين العمال؛
- تشجيع توظيف الأشخاص ذوي الإحتياجات الخاصة قدر الإمكان.
- ج- تطوير علاقات التأزر مع المحيط المحلي
- البحث عن شركاء:
- الإقترب من مؤسسات أخرى بهدف التعاون على إنجاز مشاريع لا يمكن الدخول فيها بشكل فردي؛
- إبرام إتفاقيات مع مؤسسات التعليم والتكوين للإستفادة من المعرفة التقنية لديهم ولمعرفة إحتياجات الكفاءات لدى المؤسسة؛

- تطوير دفاتر الشروط بالتشاور مع الموردين.
- العمل على التعريف والاعتراف بنشاط المؤسسة لدى الأعران المحليين:
- نشر المستجندات الإجماعية و/أو البيئية عن طريق وسائل الإعلام المحلية؛
- إدماج المؤسسة في الحياة المحلية: رعاية نشاطات محلية، تقديم مساعدات، هبات، قروض،...
- تنظيم أبواب مفتوحة على المؤسسة.
- الاستفادة من السياسات المحلية للتنمية المستدامة:
- تحديد الإعانات المقترحة من طرف السلطات المحلية؛
- الإخراط في البرامج المشتركة الخاصة باليقظة التكنولوجية، الإدماج المهني والإيكولوجيا الصناعية.

2- الإفصاح والتعريف بسياسة المؤسسة في مجال المسؤولية الإجماعية

تعتبر الشفافية من بين أهم النقاط التي تركز عليها الأطراف المهتمة بالمؤسسة (مساهمين، زبائن، موردين، حكومة، منظمات المجتمع المدني،...)، وذلك من أجل الوقوف على مستوى المردودية الإقتصادية، البيئية والإجماعية للمؤسسة.

أحست المؤسسات بالضغط الذي نتج عن التطور في القوانين والمعايير والمواصفات الهادفة إلى إلزامها بمسؤوليتها الإجماعية. فالإتحاد الأوروبي دعا كل المؤسسات المسجلة في البورصة والتي تشغل أكثر من 500 عامل إلى إعداد تقرير يستند إلى معايير إقتصادية، بيئية وإجماعية؛ كما دعاها إلى الإعلان عن مدى إلزامها بتوجيهات منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية للشركات متعددة الجنسيات أو أي توجيهات مشابهة.¹ كما أن "القانون حول التنظيمات الإقتصادية الجديدة La loi sur les nouvelles régulations économiques" المعتمد سنة 2001 في فرنسا يلزم المؤسسات المسجلة في البورصة بأن ترفق بتقريرها المالي السنوي جزءا

1- Björn STIGSON, Op.Cit, P 35.

خاصا بمردوديتها البيئية والاجتماعية.¹ والأمر نفسه بالنسبة لألمانيا التي سنت هذا الإجراء منذ ثمانينيات القرن الماضي.²

مثل هذه الإجراءات التي تفرض إعداد جداول ومعطيات مالية حول النشاطات البيئية والاجتماعية للمؤسسة، أدت إلى ظهور أشكال متعددة من التقارير حول المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، تعدها كل منها حسب الحدود التي تراها لمسؤوليتها الاجتماعية. كما أن العديد من المؤسسات تقوم بنشر مثل هذه التقارير بمبادرة منها وبدون أن تكون هناك أي تشريعات تلزمها بذلك، إدراكا منها بأهمية مثل هذه التقارير أمام الرأي العام المحلي والعالمي. هذا التعدد في أشكال التقارير حول المسؤولية الاجتماعية قد يؤدي إلى تشويش الصورة أمام الأفراد والمنظمات المهتمة بالقضايا الاجتماعية والبيئية؛ وبالتالي قد تتحول هذه التقارير -بقصد أو عن غير قصد- إلى وسيلة للمنافسة غير الشرعية.

لمعالجة هذا الإشكال، ظهرت عدة دعوات إلى إتفاق عالمي حول طبيعة المعلومات الواجب الكشف عنها، الشكل الذي تعرض به ودرجة صدقية عملية التقييم والمراجعة للمعلومات المصرح بها. وقد يكون ظهور هيئة تحمل إسم "مبادرة الإفصاح العالمي Global Reporting Initiative (GRI)" تهدف للبحث في إعداد إطار لتقارير المؤسسات حول مفهوم للمسؤولية الاجتماعية متفق عليه على المستوى الدولي، الحل الأمثل لهذا الإشكال.³

كما أن للمكاتب والهيئات المتخصصة في: المراجعة، الإشهاد عن المواصفات والتصنيف، دورا هاما في توفير المعلومات حول جودة منتوجات، خدمات، إجراءات وسلوكيات المؤسسات. لكن في كثير من الأحيان يطرح التساؤل حول مصداقية التقارير التي تصدرها هذه الهيئات خاصة بعد فضائح مكتب المحاسبة العالمي الشهير مع شركة Enron. وعليه، يجب توفير الشفافية التامة مع إمكانية الوصول إلى مصادر المعلومات والتأكد من مدى فعالية وسائل التقييم المستعملة. وبالتأكيد، فإن إستقلالية هذه الهيئات المتخصصة عامل مهم في

1- Commission des finances publiques, Op.Cit. P 16.

2- Björn STIGSON, Op.Cit. P 35.

3- Commission des finances publiques, Op.Cit. P 16.

زيادة مصداقيتها وبالتالي في درجة الثقة في التقارير التي تصدرها والشهادات التي تمنحها للمؤسسات عن سياستها الاجتماعية والبيئية.¹

هذا الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية والتقرير عنها من طرف المؤسسات كان نتيجة إدراك مسيريهي لأهمية هذا الجانب في تشكيل صورة المؤسسة في المجتمع. وقد أجرت مجلة "فاينانشل تايمز Financial Times" سنة 2000 دراسة من أجل معرفة المؤسسات الأكثر إحتراما في العالم؛ ومن بين القضايا التي طرحت أثناء إستجواب 720 مسير عبر العالم هي مدى أهمية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة بالنسبة لهم، فاجاب 70% منهم بأنها "مهمة جدا".

إن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تنشط على المستوى الوطني أو المحلي هي أيضا مدعوة للإفصاح عن نشاطها في مجال المسؤولية الاجتماعية، حتى وإن كانت التشريعات لا تلزمها بذلك، وذلك بهدف إظهار صورة "المؤسسة المواطنة" أمام الرأي العام المحلي والوطني.

3- عوامل نجاح سياسة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

هناك مجموعة من العوامل يجب مراعاتها لضمان نجاح المؤسسة في سياسة مسؤوليتها الاجتماعية:

- إن وضع سياسة للمسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة في المؤسسة ينطلق من إلتزام ومن المشاركة الفعالة للقيادة العليا. وعليه، فإن الأمر يتطلب تغييرا في ثقافة التسيير في المؤسسة بحيث تصبح المسؤولية الاجتماعية في صميم إستراتيجيتها؛²
- يكتسي الحوار مع الأطراف المهتمة بالمؤسسة، والتي يجب البحث فيها والتشخيص الجيد لها، أهمية كبيرة في تحديد ما ينتظره كل منها من المؤسسة. هذا الحوار يتطلب إستثمارا في الوقت أهم بكثير من الإستثمار في الموارد المالية، ويلعب دورا حيويا للمؤسسة التي تريد أن

1- EUROCADRES. Responsabilité sociale des entreprises et management Européen. Bruxelles : EUROCADRES. Décembre 2001. P 02. Source : www.europa.eu.int/comm/employment_social/social/csr/pdf2/081-SPTUEU_Eurocadres_EU_020128_fr.pdf. (Page consulté le 01/09/2005)

2- Auteur inconnu, Op.C'it. P 37.

- تواكب طلبات وتطلعات المجتمع؛¹
- لا يمكن للمؤسسة أن تلي تطلعات كل الأطراف والتي قد تكون متعارضة فيما بينها؛ وعليه، وفي مرحلة أولى، عليها أن تعطي الأولوية للأطراف المؤثرة وتلك التي يتوقع أن تؤثر في إستمراريتها وتطورها؛
 - على المؤسسة أن تجمع في برنامج عمل واحد بين نشاطات للعدالة الاجتماعية، حماية البيئة والفعالية الاقتصادية. هذا النوع من برامج العمل يوفر للمؤسسة عددا من المرتكزات المختلفة يتم التوليف بينها تبعا لتطلعات الأطراف المعنية.²

V- المسؤولية الاجتماعية في أرض الواقع: المؤسسة في المجتمع

1- مالذي يريده المجتمع من المؤسسة ؟

من خلال نتائج دراسة أجريت بداية سنة 1999 حول ما يتطلع إليه المستهلكون الفرنسيون من الشركات سنة 2000، تبين أن 94% من المستجوبين يفضلون أن تستثمر العلامات المشهورة في نشاطات لفائدة الشباب والبيئة، كما أن 90% منهم يأملون أن تدعم شركات الأعمال القضايا الإنسانية. إستطلاع آخر قامت به مؤسسة " Business in the Community" بين أن 80% من البريطانيين يولون الأهمية لنشاطات المواطنة التي تقوم بها المؤسسات عندما يرغبون في الشراء، وأن 85% منهم يهتمون بهذا الأمر عندما يبحثون عن عمل. في منتصف 1999 خلص إستطلاع حول موقف الأوروبيين (من كل الأعمار، من الجنسين، من كل الفئات المهنية) من إلتزامات المواطنة التي تقوم بها المؤسسات أن قرابة 90% من الأوروبيين يفضلون أن تستثمر المؤسسات في حل مشاكل المجتمع، كما أن 90% منهم أيضا صرحوا بأنهم متوجهون بشكل كبير نحو شراء منتجات المؤسسات التي يدركون مستوى "إستثمارها المجتمعي" Investissement sociétal وأنهم سيكونون أكثر إرتباطا بالمؤسسات التي

1- EUROCADRES, Op.Cit. P 03.

2- ADEME, Op.Cit.

يعملون بها في حالة إلزامها بالقيام بنشاطات تضامنية. كما أن المجال الأول الذي يفضل الأوروبيون (20% منهم) أن يوجه إليه الاستثمار المجتمعي للمؤسسة هو: تحسين التعليم والتكوين المهني، الحد من الفقر، توفير السكن والقضاء على التهميش الاجتماعي؛ في حين جاء دعم الاستثمار في البحث الطبي في المركز الثالث (9%) بعدما كان يحتل الصدارة قبل بضعة سنوات مع قضايا الرعاية الصحية.¹

هذه الإحصائيات تبين مدى الأهمية التي يوليها المجتمع لدور المؤسسة فيه وآماله المعلقة عليها، فقد تم تجاوز مرحلة طلب جودة المنتج أو الخدمة إلى مرحلة أعلى وهي أمله في أن تساهم المؤسسة في جودة الحياة بشكل عام، وهم مستعدون لمكافئتها على ذلك.

2- المؤسسة جاز محبوب

إن لأي مؤسسة أثر على المجتمع الذي تعمل فيه؛ في حالة التسيير الجيد له، فإن هذا الأثر سيكون مصدر فوائد مهمة للمؤسسة والمجتمع معا. هذا الأمر يشكل عقيدة الشركات الأنجلوسكسونية وثقافة البروتستانت بشكل عام.² وحسب هذه المقاربة، فإنه ليس من السيئ أن تجمع المال لكن شريطة أن يستفيد المجتمع الذي سمح لك بجمعه بجزء منه. فإذا كان للمؤسسات أثر إيجابي أولي على المجتمع عن طريق مناصب الشغل والمنتجات والخدمات التي توفرها، فإنها أيضا مطالبة بالقيام بمبادرات "كريمة" لمساعدة المجتمع المدني. فمن خلال برنامج الاستثمار في المجتمع، والذي يمكن أن يأخذ شكل هبات مالية أو عينية أو عمال متطوعين وخبرات مهنية توضع تحت تصرف منظمات المجتمع المدني، تبرهن المؤسسة على أرض الواقع على إلزامها بمسؤوليتها الاجتماعية وعلى إهتمامها بتطلعات الأطراف المهتمة بها. للمؤسسة أيضا آثار سلبية على المجتمع، ونذكر في المقام الأول الأضرار البيئية لنشاطها. وعليه، فإن أي برنامج جيد للاستثمار في المجتمع يجب أن يعمل على التقليل إلى الحد الأدنى من

1- Alain CHAUVÉAU et Jean-Jacques ROSÉ, Op.Cit. PP 192-193.

2- Aurélian ACQUIER, Jean-Pascal GOND et Jacques IGALÉNS, Des fondements religieux de la responsabilité sociale de l'entreprise à la responsabilité sociale de l'entreprise comme religion. France : IAE de Toulouse, Mai 2005, P 05. Source : www.univ-tlse1.fr/IAE/files/168_pdf.pdf. (Page consulté le 01/09/2005).

هذه الأضرار أو التعويض عن أثارها السلبية. وبالتالي ستتصرف المؤسسة كـ "جار" أو "مواطن جيد".

3- الاستثمار الاجتماعي: أداة إستراتيجية للمؤسسة

يعتبر الاستثمار الاجتماعي جزءاً من إستراتيجية المؤسسة؛ وبالتالي، يجب العمل فيه بحرفية عالية كأى استثمار آخر. وحتى يتم التأكد من أن هذا البرنامج سيعود بفوائد حقيقية على المجتمع والمؤسسة في آن واحد، يجب وضع إجراءات عمل صارمة. ويمكن في ذلك تتبع الخطوات التالية:¹

- يجب أولاً ضمان الدعم الكامل من قمة الهرم التسييري في المؤسسة؛
 - بعد ذلك يتم النظر فيما تقوم به المؤسسة حالياً في هذا المجال؛
 - البحث في إحتياجات المجتمع؛
 - إيجاد نقطة التقاطع المشتركة بين هذه الإحتياجات وأهداف تطوير المؤسسة؛
 - تحديد الموارد الواجب تخصيصها (موازنة وأفراد)؛
 - تعيين "مسير المجتمع Community manager" أو "مسؤول العلاقات مع المجتمع" الذي يسهر على تنفيذ هذا البرنامج والذي يقدم تقاريره مباشرة للإدارة العامة.
- يقوم "مسير المجتمع" ببناء خطة عمل (أهداف وغايات)، تخصيص الموارد، إختيار الشركاء (جمعيات، تعاونيات،...)، تصميم مؤشرات لقياس فعالية الخطة والنشاطات المعتمدة، إعداد تقارير للإتصال الداخلي والخارجي. بإختصار، فإن برنامج الاستثمار الاجتماعي يسير مثله مثل بقية قطاعات نشاط المؤسسة.

VI- نماذج رائدة تستحق الذكر

1- النموذج الأمريكي: دعم جمعيات العمل الخيري والإنساني²

قام أوائل كبار الرأسماليين الأمريكيين بإنشاء جمعيات خيرية بمحرد تكوينهم لثروات

1- Alain CHAUVEAU et Jean-Jacques ROSÉ, Op.Cit, PP 193-194.

2- Ibid.

هائلة، نذكر على سبيل المثال: Rockefeller, Carnegie, Ford.... يعتبر هذا الأمر بالنسبة لهم واجبا اجتماعيا، لكنه أيضا وسيلة للحفاظ على المصالح وتحسين الصورة أمام المجتمع. هذا التقليد تواصل مع الأثرياء الجدد مثل Ted Turner (CNN) و Bill Gates الذي أسس مع زوجته "La Gates' Foundation" وهي أكبر منظمة خيرية في العالم تعمل في مجال الصحة بمخصصات تصل إلى 21.8 مليار دولار.

وحسب التقرير السنوي "Giving USA" فإنه قد تم التبرع سنة 2000 بـ 203.45 مليار دولار على شكل هبات من طرف أفراد، مؤسسات وجمعيات، وهو ما يمثل 2% من الناتج الداخلي الخام للولايات المتحدة الأمريكية في تلك السنة. هذا السخاء يعود بالأساس إلى طبيعة النظام الأمريكي أين حضور الدولة ضعيف نسبيا في الرعاية الاجتماعية والتعليم، كما أن النظام الجبائي الأمريكي يشجع مثل هذه المبادرات. ولا يمكن إغفال العامل الديني، خاصة إذا علمنا أن قرابة ثلث هذه الهبات تذهب إلى الكنيسة.

كما أن كل الشركات الأمريكية الكبيرة وضعت إستراتيجيات للنشاط الخيري تمر عادة عبر الجمعيات. فمثلا "Bank of America"، وهو أكبر بنك أمريكي، تبرع بـ 91 مليون دولار (تعادل 0.92% من الربح قبل الضريبة) و3 ملايين ساعة عمل تطوعي من موظفيه سنة 1998 لفائدة 1400 برنامج للتعليم، 3300 منظمة لتنمية المجتمع، 3000 جمعية لخدمة الأفراد و 1100 منظمة ثقافية. بنك أمريكا ليس الحالة الوحيدة في أمريكا، فحسب تصنيف قام به "مجلس الأولويات الاقتصادية Council on Economic Priorities" فإن أكبر المتبرعين لسنة 1998 هم: General Motors (75 مليون دولار تمثل 1% من الربح قبل الضريبة)، Johnson & Johnson (67 مليون دولار)، Philip Morris (60 مليون دولار)، General Electric (59 مليون دولار).

وبينت دراسة أجراها "مركز المواطنة المشتركة في جامعة بوسطن The Center for corporate Citizenship at Boston College" تم خلالها إستجواب قرابة 157 مسؤول علاقات مع المجتمع في شركات عديدة، أن الوجهة الأساسية لهذه الهبات هي نحو النظام التعليمي، ثم

الميادين التالية مرتبة حسب الأهمية: التنمية الاقتصادية المحلية، التكوين المهني، التعليم العالي، الصحة، محاربة الأمية، رعاية الطفولة، النقل، البيئة ومشكلة السكن.

2- نموذج أكثر تطوراً

حتى وإن كان العمل الخيري للمؤسسات الأمريكية لا يزال في أعلى مستوياته، إلا أن هناك تطوراً لربطه بشكل أوسع مع فائدة المؤسسة. فمثلاً شركة IBM راجعت بشكل جذري إستراتيجيتها للإستثمار في المجتمع منذ سنة 1995 بإعلانها لبرنامجها العالمي "إعادة إبتكار التعليم Reinventing education"؛ بحيث أصبحت أعمال الرعاية التي تقوم بها مركزة على مساهمة تكنولوجيا المعلومات في التعليم والتربية. ويعتبر تطوير التعليم أمراً أساسياً في تحقيق النمو الاقتصادي.¹ فالإستثمار الإجتماعي عوض عمليات التبرع النقدية التقليدية. فشركة IBM تعمل مع شركائها في المجالات التي يمكن أن يحدث فيها تغيير جذري في أنظمتها وأين يمكن للتكنولوجيا والخبرة الشركة (وليس السيولة النقدية فقط) أن تساهم في تحقيق هذه التغييرات الإستراتيجية. فهذه الشركة تركز على الإستثمارات الإجتماعية المرتبطة بنشاطها والتي تعود بالفائدة عليها: تحسين المستوى الدراسي للطلاب، خلق الكفاءات الضرورية في المجتمع لشغل مناصب عمل مرتبطة بتكنولوجيا المعلومات والتدليل على دور تكنولوجيا الإعلام الآلي في توفير موارد جديدة.

3- النموذج البريطاني: الإستفادة المتبادلة²

المؤسسات البريطانية تقترب في شكل إستثمارها الإجتماعي لطريقة شركة IBM، فهي عادة ما تبتعد عن العمل الخيري الذي يأخذ شكل التبرعات النقدية، وتتوجه نحو أسلوب الفائدة المشتركة والذي يعبر عنه بـ "ستفيد-مستفيد Gagnant-Gagnant". فمثلاً هناك

1- Eric A. HANUSHEK, L'importance de la qualité de l'enseignement. Finances et Développement, Juin 2005, PP 15-19

2- Alain CHAUVEAU et Jean-Jacques ROSÉ, Op.Cit. PP 194-195

نموذج الرعاية الثقافية الذي ابتكرته مؤسسة Arts & Business والتي تقوم بإرسال مسيرتها، المحاسين ومشغلي الكمبيوتر لديها إلى الجمعيات الثقافية التي تستفيد من خبراتهم، والمقابل يأتي الفنانون إلى المؤسسة لمساعدة المسيرين على أن يكونوا أكثر إبداعاً وأوسع أفقاً، تحسين لغة مخاطبتهم وطريقة تعاملهم مع الآخرين أو لاكتساب طرق عمل جديدة. مثال آخر عن هذه المقاربة هو برنامج التريبة المالية للشباب والمراهقين والذي تشترك في تمويله مجموعة من البنوك البريطانية، يركز هذا البرنامج على تحقيق ثلاث أهداف:

- تحسين قدرات ومستوى معارف المراهقين الذين يعانون من مشاكل إجتماعية بهدف محاربة التهميش والإقصاء؛

- تطوير برنامج لتعليم الشباب كيفية تسيير مالىتهم الشخصية؛

- تنشئة الأطفال المتدربين على أن يكونوا مستهلكين مسؤولين وتعليمهم كيفية تسيير مالىتهم الخاصة.

وبشكل عام، فإن كبريات الشركات البريطانية ملتزمة بالقيام بنشاطات لفائدة المجتمع. فمثلاً هناك نادي، يسمى "PerCent Club"، يضم 158 مؤسسة يهدف على الأقل إلى استثمار 0.5% من الأرباح قبل الضريبة في هذا النوع من النشاطات، مع إستهداف الوصول إلى نسبة 1% في سنة 2000 بلغ حجم تبرعات أعضاء هذا النادي 371.6 مليون جنيه إسترليني (ما يعادل 610 مليون يورو)، 71% منها تمت بشكل نقدي. الثلاث الأكثر سخاء: Loyds TSB (61 مليون يورو)، RioTinto (42.7 مليون يورو)، British Telecom (39.6 مليون يورو).

4- العمل التطوعي للأجراء: أداة مهمة للإستثمار الإجتماعي¹

حتى وإن كانت الهبات النقدية ولا تزال تمثل الشكل السائد لمساعدة المؤسسة للمجتمع، إلا أن العمل التطوعي للأجراء بدأ يأخذ مكانة وأهمية إستراتيجية بالنسبة للمؤسسات. لذا، فإن 50% من كبريات الشركات الأمريكية تمنح وقتاً حراً لمستخدميها من

1- Ibid.

أجل استثماره في خدمة المجتمع. هذا الإشراف للأجراء له عدة فوائد:

- بالنسبة للمجتمع، الذي يستفيد من كفاءات ومؤهلات جديدة؛
- بالنسبة للمؤسسة: على المستوى الخارجي تظهر في المجتمع (من خلال مستخدميها المتطوعين) بصورة المواطن الجيد بشكل أفضل من الذي تحققه العطاءات المالية، على المستوى الداخلي يزداد إنضباط وولاء المستخدمين والذين يجدون نفسا وروحا جديدة في هذه النشاطات التطوعية.

فمؤسسة Lucent Technologies الأمريكية تمول كل سنة يوما عالميا للتعاون يشارك فيه 10 آلاف مستخدم ومتقاعد في مشاريع لخدمة المجتمع في 25 مدينة في الولايات المتحدة الأمريكية و17 بلدا آخر. بينما وضعت شركة Hewlett-Packard برنامجا يسمح لمستخدميها بمساعدة المتدربين في التعليم الابتدائي بواسطة الرسائل الإلكترونية.

في فرنسا، قام رئيس مؤسسة Axa بتأسيس "معهد الرعاية التضامنية Institut du Mécénat de Solidarité" والذي يضم مئات المؤسسات الملتزمة بهذا النوع من الرعاية؛ وضمن برنامج "Axa 2000"، تطوع 30000 متعاون مع المؤسسة من أجل المساهمة في أكثر من 1000 برنامج للرعاية الاجتماعية موزعة على 40 دولة.

الخاتمة:

الزمن يتغير، وتتغير معه تطلعات وآمال المجتمع المعلقة على المؤسسة. في السابق، كان دور هذه الأخيرة يتركز على الأداء الاقتصادي؛ فهي موجودة من أجل إنتاج السلع وتقديم الخدمات، الأمر الذي ينتج عنه إنشاء مناصب الشغل وتراكم الثروة. لكن، ونتيجة للتراكبات المتفاعلة مع التطورات الحاصلة، تؤكد أن هناك ارتباطا وثيقا بين النمو الاقتصادي وحماية البيئة والعدالة الاجتماعية. فالمؤسسة مدعوة لتحمل مسؤوليتها الاجتماعية والتي توفق بين النمو الاقتصادي ومتطلبات حماية البيئة وتحقيق العدالة الاجتماعية.

المجتمع يريد أن يتحكم في آثار التطور الاقتصادي للمؤسسات وأن يأخذ نصيبه

المستحق من هذا التطور من أجل ضمان جودة الحياة كعكس لمساهمة المؤسسة بأن تشتغل فيه. ولذا، فمختلف قوى المجتمع تضغط من أجل توجيه منظمات الأعمال نحو ممارسة نشاطها على ضوء القيم والمسؤولية الاجتماعية، وهو الأمر الذي تساهم من خلاله في تحقيق التنمية المستدامة.

إن منظمات الأعمال في وقتنا الراهن لا يمكن أن تكفي بمحرد إمضاء صك بصرف للتباهي في الأعمال الخيرية أو لدعم الرفاهية الثقافية لبلداتها. فبسبب ضغط منظمات المجتمع المدني والأطراف المهتمة، على المؤسسات أن تستثمر أكثر في دعم الأنشطة المفيدة للمجتمع الذي تعمل فيه، وفي نفس الوقت تعود بالفائدة على المؤسسة في حد ذاتها. فالأمر هنا لا يتعلق بإحسان أو رحمة وشفقة، بل هي عملية استثمار يستفيد منها الطرفان المؤسسة والمجتمع في إطار المنفعة المتبادلة.

لكن هذا الاستثمار في المجتمع يجب أن يتم في أعلى درجات الشفافية مع الأخذ في الحسبان موقف شركاء المؤسسة في المجتمع. الشفافية مطلوبة لأن المخطر على المؤسسة سيكون أكبر لو تعمدت إظهار هذه الصورة الجيدة لإخفاء حقيقة أخرى أبشع تتمثل في قيام المؤسسة بأعمالها بشكل يتنافى مع قواعد المسؤولية والقيم. كما أن موقف الشركاء مهم لأن المؤسسة تستثمر في المجتمع إلى جانب الدولة، الجماعات المحلية، المنظمات غير الحكومية ومنظمات دولية بالنسبة للشركات متعددة الجنسيات، والذين هم شركاء للمؤسسة في تنمية المجتمع. يمكن للمؤسسة أن تستثمر في المجتمعات التي تعمل بها بعدة أشكال (هبات وتبرعات مالية، عينية، رعاية، عمال متطوعون، مساهمة تكنولوجية،...) وفي عدة مجالات (تربية، تعليم، تكوين، صحة، سكن، بيئة، فقر، رياضة، ثقافة،...)، وغير قنوات متعددة (مباشرة، عبر جمعيات،...).

لكن، ألى يعد طرح موضوع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة في ظل واقع المؤسسة الاقتصادية الجزائرية نوعا من الترف الفكري ما دامت هذه الأخيرة عاجزة عن تحقيق الفعالية الاقتصادية؟ ما هو حجم وأهمية الاستثمار المجتمعي الذي تقوم به المؤسسات الجزائرية الكبرى؟

ما هو دور الدولة في تشجيع المؤسسات على المساهمة في تنمية المجتمع ؟ وما هي الأدوات والسياسات الكفيلة بذلك؟ إلى أي مدى يمكن أن يضمن الفرد الجزائري جهد المؤسسات في خدمة المجتمع خاصة وأن وعيه البيئي غائب وهو في وضع صعب يجعله يغلب مصلحته الخاصة على مصلحة المجتمع ككل ؟ هل منظمات المجتمع المدني الجزائري تقوم بالدور الذي أنشأت من أجله ؟ هل تتوفر لهذه المنظمات الضمانات القانونية والتنظيمية وإمكانيات العمل الضرورية ؟ أليست نقطة البداية هي في توثيق العلاقة بين المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الناجحة ومنظمات المجتمع المدني الهادفة والفاعلة؟

قائمة المراجع:

- باللغة العربية:

- 1- فريد النجار، إدارة الأعمال الاقتصادية العالمية، الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، 2004.
- 2- كريستيان ايجن-زوكي، جونار س. استكلند وزامارك شاليتري، المؤسسات المطلوبة لتحقيق ما هو أكثر من النمو: عن طريق تسهيل إدارة الأصول البيئية والاجتماعية تعزز المؤسسات من التنمية المستدامة، مجلة التمويل والتنمية، جوان 2003.
- 3- سرمد كوكب الجميل، المسؤولية الاجتماعية للاستثمار الأجنبي المباشر، مجلة علوم إنسانية، العدد 18، فبراير 2005، المصدر: www.uluminsania.net، (تاريخ الإطلاع 09/01/2005).

- باللغة الأجنبية:

- 4- Robert Le Duff et autres, Encyclopédie de la Gestion et du Management, Paris: Editions DALLOZ, 1999.
- 5- Alain CHAUVÉAU et Jean-Jacques ROSÉ, L'entreprise responsable, France: Editions d'Organisation, 2003.
- 6- Elisabeth LAVILLE, L'entreprise verte: le développement durable change l'entreprise pour changer le monde, Paris: Editions Village Mondial, 2002.

- 7- Eric A.HANUSHEK, L'importance de la qualité de l'enseignement, Finances et Développement, Juin 2005
- 8- Commission des finances publiques, Responsabilité sociale des entreprises et investissement responsable, Québec : Assemblée Nationale du Québec, Mai 2002.
- 9- Marie-françoise GUYONNAUD et Frédérique WILLARD, Du management environnemental au développement durable des entreprises, France : ADEME, Mars 2004. Source : <http://194.117.223.129/servlet/getBin?name=CA5E776686803FD351A19464BE56E4FB1116836514983.pdf>, (Page consulté le 01/09/2005).
- 10- Yvon PESQUEUX, Un modèle Européen de la RSE, France : CNAM, Source : www.halshs.ccsd.cnrs.fr/docs/00/03/20/11/PDF/Mod%E8leurodelarSE.pdf, (Page consulté le 01/09/2005).
- 11- RNCAN de Développement durable, Responsabilité sociale des entreprises. Source : www.nrcan-rncan.gc.ca/sd-dd/csr-rse/rse_f.html, (Page consulté le 01/09/2005).
- 09- Björn STIGSON, La responsabilité sociale des entreprises : un nouveau paradigme, ISUMA, 2002. Source : www.isuma.net/v03n02/stigson/stigson_f.pdf, (Page consulté le 01/09/2005).
- 12- Auteur inconnu, Responsabilité sociale de l'entreprise. Source : www.geneve.ch/agenda21/pme/doc/pdf_fiche07a1.pdf, (Page consulté le 01/09/2005).
- 13- Groupe de travail interministériel sur la responsabilité sociale des entreprises, Responsabilité sociale des entreprises : Principaux enseignements, Québec : Ressources naturelles Canada, Avril 2003. Source : www.nrcan-rncan.gc.ca/sd-dd/pubs/csr-rse/tdm_f.html, (Page consulté le 01/09/2005).
- 14- ADEME, Développement Durable : les PME se mobilisent, France : ADEME, Juin 2004. Source : <http://194.117.223.129/servlet/getBin?name=CA5E776686803FD351A19464BE56E4FB1116836333706.pdf>, (Page consulté le 01/09/2005).
- 15- EUROCADRES, Responsabilité sociale des entreprises et management Européen, Bruxelles : EUROCADRES, Décembre 2001. Source : www.europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/pdf2/081-SPTUEU_Eurocadres_EU_020128_fr.pdf, (Page consulté le 01/09/2005).
- 16- Aurélian ACQUIER, Jean-Pascal GOND et Jacques IGALENS, Des fondements religieux de la responsabilité sociale de l'entreprise à la responsabilité sociale de l'entreprise comme religion, France : IAE de Toulouse, Mai 2005. Source : www.univ-tlse1.fr/IAE/files/168_pdf.pdf, (Page consulté le 01/09/2005).