

إشكالية إدارة السلوك الأخلاقي في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة من خلال ممارسات المسؤولية الاجتماعية

The problem of managing ethical behavior in small and medium enterprises through social responsibility practices.

تاريخ الارسال: 10/04/2017 تاريخ القبول: 12/06/2017

بوزيان عثمان

جامعة طاهر مولاى (سعيدة) – الجزائر
bouzianeeco@grande mail.com

مغربي عبد القادر

جامعة طاهر مولاى (سعيدة) – الجزائر
megharbi_abdelkader@hotmail.com

الملخص: على المؤسسات النظر إلى الأخلاق بصفة عملية أكثر من كونها قواعد ثابتة، فهي تواجه الكثير من المواقف التي تحتاج إلى قرارات أخلاقية، وعلى وجه الخصوص في المراحل المبكرة من إنشائها، حيث من الضروري أن يتبنى أفراد المؤسسة تلك الأخلاقيات، و يجب أن تتجلى أخلاقيات الأعمال في تصرفات وسلوكيات كل فرد سواء اتجه المؤسسة أو اتجاه الأطراف المتعاملة معها، لذلك يحاول هذا البحث إبراز أهمية تبني المؤسسات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية كقرار استراتيجي يتم تنفيذه وتفعيله بأنشطتها المختلفة لأن المسؤولية الاجتماعية والسلوك الأخلاقي يمكن البحث عنهما والنظر إليهما في المؤسسة من خلال آليات عمل الإدارات والقرارات التي تتخذها، وقد خلصت الدراسة أن تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية يكمن في النموذج الاقتصادي نفسه و بالمصلحة الذاتية التي لم تعد قادرة بأشكالها القديمة على مجاراة التطور في المفاهيم والممارسات الجديدة فتحولت إلى نمط المصلحة الذاتية الأكثر توازنا من خلال تطبيق أخلاقيات الأعمال.

الكلمات المفتاح: المسؤولية الاجتماعية، أخلاقيات الأعمال، المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، الذكاء الاقتصادي.

Abstract : The economic environment is constantly evolving and changing. Small and medium enterprises must cope with these changes and adapt to them in ways that enable them to respond smartly to the challenges and opportunities offered by the external environment. These institutions should view ethics more as a practical rather than a static rule. These institutions face many situations that require ethical decisions, especially in the early stages of their establishment, where it is essential that members of the institution adopt those ethics, and business ethics must be reflected in The study concluded that the .the behavior and behavior of each individual development of the concept of social responsibility (CSR) is a social and social responsibility. Lies in the economic model itself and the self-interest that is no longer able in old forms to keep up with the development of new concepts and practices and turned into the style of self-interest more .balanced through the application of the business ethics

Key words: Social responsibility, business ethics, small and medium enterprises, economic intelligence.

المقدمة

إن جوانب السلوك الأخلاقي وضرورة العمل بأخلاقيات الأعمال لا ترتبط بمجتمعات محددة، بل إنها أصبحت موضوعاً حيويًا مهماً تواجهه المؤسسات في الدول المتقدمة والنامية، كما ارتبط مفهوم الأخلاقيات بالعديد من المواضيع والمهام المتعلقة بالمؤسسة والموارد وطاقت بشرية كالإدارة والعاملين والعمل والقيادة والمديرين فهو يرشد ويعزز السلوك الجيد، وهذا المفهوم أصبح من الأمور المهمة لشغل الوظيفة في المؤسسة إذ يتم التأكيد عليها من إدارتها لأنها تعد بمثابة الرقابة الذاتية للفرد الذي يستطيع أن يميز بين الصواب والخطأ في سلوكه أثناء العمل، و أصبح موضوع الأخلاق أكثر حساسية وأكثر مسؤولية في المؤسسات الفردية والأعمال الصغيرة التي تدار من قبل شخص واحد يفرد بدوره باتخاذ القرارات التي يمكن أن تؤثر على الآخرين الذين يكونون خارج نطاق سيطرته إذ أن جوهر أخلاقيات الأعمال تتعلق بمختلف أصحاب المصلحة (العاملين، المستثمرين، الزبائن، الدائنين، المجهزين، الموزعين، بالإضافة إلى كافة أفراد المجتمع)¹، كما أن المؤسسات الحديثة تمثل كيانات اجتماعية و تنظيمية وجدت من أجل تسهيل المعاملات داخل وخارج المؤسسة، و بما أن المحيط الخارجي في تطور و تغير مستمر، فلا بد على هذه المؤسسات أن تواكب هذه التغيرات و تتأقلم معها بطرق تمكنها من الاستجابة الذكية للتحديات و الفرص التي يقدمها المحيط الخارجي، و هي في نفس الوقت تواجه ضغوطات اجتماعية و ببنية من طرف المجتمع المدني، و الناتجة عن المخلفات السلبية التي تفرزها أنشطتها، و هذا ما يجعل المؤسسة مطالبة بأن تلعب دور اجتماعي و ببنئي حتى تحافظ على مكانتها في السوق، ومن هنا تبلورت فكرة حوكمة المؤسسات و المسؤولية الاجتماعية كوسيلة هامة لإعادة تشكيل الانسجام و التوافق بين العقلانية الاقتصادية و التخفيف أو الحد من الأضرار التي تسببها الممارسات الاقتصادية الخاطئة و الانعكاسات السلبية للعلمة و كذا توجيه اهتمام المؤسسات الاقتصادية صوب قضايا المجتمع و البيئة، حتى لا يكون تحقيق الربح عائدًا عن أمور غير مقبولة أخلاقياً أو قانونياً كتشغيل الأطفال والإخلال بالمساواة في الأجور وظروف وشروط العمل، والحرمان من الحقوق الأساسية للفرد، حيث تحتاج عملية نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية إلى غرسها في كل عامل داخل المؤسسة، و لن يقتنع العامل بأهمية ممارسة برامج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة و مساهمته فيها إلا إذا كان له نصيب كاف من هذه المسؤولية و استشعر أهميتها في حياته المهنية و من ثم أهميتها في المجتمع و البيئة و لدى أصحاب المصلحة ككل، و هذه المسؤولية لا تتوقف عند حدود التنظيمات الإدارية و التشريعات القانونية، بل تتعدى إلى أمور أخلاقية كثيرة متعددة الأبعاد.

مشكلة البحث: على ضوء ماسبق برزت مشكلة الدراسة من خلال تلمس الباحث واستشعاره بتقصير أغلبية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية فيما يتعلق بإسهام المسؤولية الاجتماعية في تجسيد السلوك الأخلاقي في المؤسسات الاقتصادية، لذلك يأتي هذا البحث لمناقشة مشكلة الكيفية التي يمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تقوم بمسؤوليتها في اتخاذ القرارات الأخلاقية من جهة مختلف أصحاب المصلحة من خلال ممارسات المسؤولية الاجتماعية، و هذا ما يؤدي بنا إلى طرح السؤال الآتي للمشكلة البحثية :

¹ Hisrich,R.D. and Peters,M.P, Entrepreneurship, McGraw-Hill, Irwin, 2002, p 23.

كيف يمكن إدارة السلوك الأخلاقي في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة من خلال ممارسات المسؤولية الاجتماعية ؟

ولحل هذه المشكلة تم صياغة عدد من الأهداف التي يسعى البحث للإجابة عليها ومنها استعراض اهم أسباب المعضلة الأخلاقية التي تواجه مشاريع الأعمال في اتخاذ القرارات الإدارية، وكذلك تحديد أبعاد المنظور الأخلاقي للقرارات التي يتخذها أصحاب المؤسسات الصغيرة و المتوسطة .

منهج و هيكلية البحث : تنتهج هذه الدراسة منهجين الأول المنهج الوصفي الذي يعتمد على وصف العلاقة القائمة بين المفاهيم الواردة في الدراسة وصفاً علمياً دقيقاً، بهدف تحديد ملامحها والصفات الخاصة بها تمهيداً لتحليلها، وثانياً المنهج التحليلي التقني الذي يعتمد على تحليل العلاقات التي تم وصفها، ثم بيان النتائج بصورتها الواقعية سواء سلبية أم ايجابية، ومن ثم تقييم ما افرضه التحليل للعلاقات بين المفاهيم الأساسية في هذا البحث من اجل الخروج بالتوصيات الملائمة.

المحور الأول: المدخل الاستراتيجي لأخلاقيات الأعمال في المؤسسات الصغيرة

والمتوسطة رؤية معاصرة: إن أخلاقيات الأعمال تعتبر المرآة العاكسة لاقتصاد السوق فهي احد المؤشرات المهمة التي تعكس صحة وعافية الاقتصاد بصفة عامة والمؤسسات بصفة خاصة، و تعتبر أخلاقيات الأعمال قضية صعبة ومهمة في المؤسسات التي ترتبط بالأداء الاجتماعي الذي بدوره يعطي مؤشرا عن مدى استجابة المؤسسات اجتماعيا وما تنتجها من أعمال ذات مسؤولية اجتماعية تجاه مختلف الأطراف ذات العلاقة (أصحاب المصلحة) لذلك من الضروري النظر إلى الأخلاق كونها مبادئ معيارية وليست نظرية أو فلسفة أو أسلوب يعطي وصفا لأحكام معينة فضلا عن أن صعوبة تحديد السلوك الصحيح والخاطئ أدى إلى ظهور مشكلة الأخلاق، فالأخلاق فرع من فروع الفلسفة التي تتعامل مع الأشياء التي يحكم عليها بالصح أو الخطأ، وقد ينظر إلى الأخلاق كونها مجموعة من المبادئ التي تحدد ما هو صحيح أو خاطئ، والتي يمكن أن يستخدمها الفرد عند القيام بعمل يمتلك فيه الحرية في تحديد الاختيارات التي توجه سلوكه الأخلاقي²، ويتفق kuratko مع المفهوم السابق في كون الأخلاق مجموعة من المبادئ التي تصف القواعد الأخلاقية التي تفسر ما هو حسن وصحيح وما هو غير حسن وخاطئ³، وبنفس الاتجاه عرف Daft الأخلاق بأنها مجموعة المبادئ والقيم الأخلاقية للمبادئ والقيم التي تهيم على سلوك الأفراد والجماعات مع احترام لما هو صائب أو خطأ⁴، كما انتقد Peter Drucker في مقال له تحت عنوان " ما هي أخلاقيات الأعمال " المهتمين بأخلاقيات الأعمال في ذلك الوقت باختصار موضوع أخلاقيات الأعمال إلى مستوى أقل بكثير مما يجب أن تكون عليه، و أن نسختهم من أخلاقيات الأعمال هي شكل من أشكال الإفتاء في قضايا الضمير التي تضيفي الشرعية على المدافعين على الأعمال وفي نفس الوقت تضر و تسيء للمؤسسات⁵، وعلى ذلك عرفت أخلاقيات الأعمال على أنها معايير السلوك التي يسترشد بها المديرون عند اتخاذ قراراتهم أو ممارسة تصرفاتهم التنظيمية،

² Laudon,K. C. & Laudon,J.P. Management Information System ,10thed, Person International Edition, G6 , (2007).

³ kuratko,D. F. , Introduction to Entrepreneurship,8th ed, South- Western, 2009, p531.

⁴ Daft,R.L,New Era Management,Thomson Business Information , 2008 , p 140.

⁵ Drucker, Peter F. (b), what is "business ethics"? , THE MCKINSY QUARTERLY,AUTUMN 1981.

والغرض منها يتمثل في تمكين الأفراد من المفاضلة والإختيار بين بدائل السلوك المختلفة، كما يمكن تعريف أخلاقيات العمل في المؤسسة بأنها "اتجاه الإدارة وتصرفها اتجاه موظفيها وزبائنها والمساهمين والمجتمع عامة وقوانين الدولة ذات العلاقة بتنظيم عمل المؤسسات إذ ينطبق هذا التعريف بذاته على عمل الأفراد"⁶، ومن جهة أخرى يرى Schermerhorn أخلاقيات الأعمال تمثل مبادئ مهمة للسلوك المرتبطة بمعايير السلوك الجيد أو الغير جيد أو السلوك الصحيح والسلوك الخطأ في تصرفات الأفراد والجماعة⁷، وهذا التعريف يتفق مع ما جاء به Beekun حيث أشار إلى أن الأخلاق هي « سلسلة من المبادئ المحددة مسبقا والتي تصف ما يجب أن يقوم به الفرد وما لا يجب القيام به، وتمييز بين التصرفات الصائبة والخطئة لذلك الفرد⁸، أما Daft فيشير إلى أنها مجموعة المبادئ السلوكية والقيم التي تحكم سلوك الفرد أو الجماعة في التمييز بين الصواب والخطأ⁹، أما Van Valock فيعرف أخلاقيات الأعمال بأنها الدراسة المنهجية للخيار الأخلاقي التي يتم من خلالها اختيار ما هو جيد¹⁰، كما يعرفها Pride, W. & Ferrell على أنها "المبادئ والمعايير التي تحدد السلوك المقبول في المؤسسة من وجهة نظر أصحاب المصالح"¹¹.

المحور الثاني: المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال ضمن مبادئ الفكر

الإداري: إن الحديث عن المسؤولية الاجتماعية يرتبط بشكل صريح أو ضمني بالحديث عن أخلاقيات الأعمال، حيث لا شك في أن هناك علاقة قوية بينهما، كما أن الأدبيات الحديثة في الإدارة تشتمل على فصل نمطي يحمل عنوانا مشتركا هو: المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال فالمسؤولية الاجتماعية هي الحد الأدنى الأخلاقي المطلوب الالتزام به لضمان امتثال المؤسسات للقانون وللمعايير وللقيم الاجتماعية¹²، و الممارسة الأخلاقية لا بد أن تتشكل بما لا يقل عن ثلاثة عوامل، متمثلة في¹³: الامتثال للإطار القانوني، تحديد ما يعتقد أنه حق، القدرة على تنفيذ ما يعتبر معايير السلوك الأخلاقي، فبظهور مفهوم "المسؤولية الاجتماعية" لم يعد تقييم مؤسسات القطاع الخاص يعتمد على ربحيتها فحسب، ولم تعد تلك المؤسسات تعتمد في بناء سمعتها على مراكزها المالية فقط، وتنبهت إلى ضرورة توسيع نشاطاتها لتشمل ما هو أكثر من النشاطات الإنتاجية، كالمشاركة الاجتماعية من خلال بعض الأنشطة والبرامج التي تخدم بها المجتمع مثل مراعاة احتياجات المجتمع والاهتمام بأسر العاملين ودعم المؤسسات الخيرية و المؤسسات الناشئة والحفاظ على البيئة، و المساهمة في تطوير المنتزهات والمحميات وتشجيع المبادرات البيئية، ومما زاد تنامي هذا الاهتمام هو تراجع دور

⁶ الاونكتاد، السياسات العامة للأعمال وهايكال التنظيم الأساسية، المنهج الدولي لمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، المجمع العربي للمحاسبين القانونيين، عمان، الأردن، 2001، ص 194.

⁷ Schermerhorn, John R., Management and Organizational Behavior, Prentice Hall Inc., New Jersey, USA, 1996, p48.

⁸ فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وإنعكاساتها على رضا المستهلك، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، بغداد، 2006، ص 58.

⁹ Daft, Richard L, Management, 4th ed. Dryden Press, Orlando, USA, 1997, p142.

¹⁰ نجم عبود نجم، أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال، مؤسسة وارق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 18.

¹¹ Pride, W. & Ferrell, O.C. Marketing Concepts ad Strategies, 3rd edn, Houghton Mifflin Co. New York. 2003.

¹² عرابية رايح و بن داودية وهيبه، "المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في التنمية - عرض تجارب بعض الشركات العالمية"، مداخلة بالملتقى الدولي الثالث بعنوان: المؤسسات والمسؤولية الاجتماعية يومي: 14 - 15 فيفري 2012، جامعة بشار، كلية العلوم الاقتصادية.

¹³ Gu Huimin, Chris Ryan, «Ethics and corporate social responsibility-An analysis of the views of chines hotel managers», international journal of hospitality management, volume 30, n°4, 2011, , p876.

الدولة إلى حد كبير في العملية الإنتاجية والإنمائية، وعدم قدرتها على مواصلة الدعم الاجتماعي للفئات الضعيفة، وكذا فشل الرأسمالية في تحقيق العدالة الاجتماعية وتركيزها على المعيار الربحي والمادي، وهذا كله من أجل خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية عبر أنحاء العالم.¹⁴

ففي - سنة 1985- طرح **Holmes** وجهة نظر ترى في المسؤولية الاجتماعية التزاما أخلاقيا وإنسانيا وأدبيا تتحمله المؤسسات اتجاه المجتمع العاملة به وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية كمحاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث وخلق فرص العمل وحل مشاكل الإسكان وغيرها¹⁵؛ كما عرفها **Floriane Bouyoud**: "مجموعة من الالتزامات القانونية والأخلاقية التي تحدد إستراتيجية مؤسسة ما في بيئتها تجاه أصحاب المصالح المعنيين مع ضمان استمراريتها ونموها الاقتصادي، وهذا من أجل الموافقة في الحاضر بين الأداءات الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية دون الإضرار بالأداءات المستقبلية"¹⁶، كما اختلف تعريف المسؤولية الاجتماعية من هيئة لأخرى، حيث عرفت **مؤسسة المعاييس العالمية ISO** للمسؤولية الاجتماعية بأنها "مسؤولية المؤسسة عن الآثار المترتبة عن أثر النشاطات التي تقوم بها (منتجات أو خدمات) على المجتمع والبيئة عبر الشفافية والسلوك الأخلاقي المتناسق مع التنمية المستدامة ورفاه المجتمع فضلا عن الأخذ بعين الاعتبار توقعات المساهمين"¹⁷، أما **المجلس العالمي للأعمال** من أجل التنمية المستدامة فعرف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات بأنها "التزام المؤسسات المتواصل بالسلوك الأخلاقي وبالمساهمة في التنمية الاقتصادية، وفي الوقت ذاته تحسين نوعية حياة القوى العاملة وأسرها فضلا عن المجتمعات المحلية والمجتمع عامة".¹⁸ كما أن المسؤولية الاجتماعية تمتد إلى اتجاهين أحدهما داخلي يسهم في تطوير العاملين وتحسين نوعية العمل والآخر خارجي يعمل على معالجة المشكلات التي يعاني منها المجتمع ويساهم في خلق قيم وأنماط اجتماعية إيجابية في المجتمع، ويعرفها **المنتدى الدولي لقادة الأعمال** بأنها: "تعني المسؤولية للمؤسسات ممارسات الأعمال التجارية المتسمة بالانفتاح والشفافية والقائمة على مبادئ أخلاقية واحترام الموظفين والمجتمع والبيئة، وصممت تلك المسؤولية لإتاحة قيمة مستدامة للمجتمع عامة إضافة إلى المساهمين"¹⁹، كما عرفها **مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة (WBCSD)** "بأنها الالتزام المستمر من قبل المؤسسات بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل"²⁰، وبشكل عام فإن المسؤولية الاجتماعية هي التزام مستمر من قبل المؤسسات بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق

¹⁴ علوي فاطمة، "المسؤولية الاجتماعية بين المبادرة والشرعية"، مداخلة بالملتقى الدولي الثالث بعنوان: المؤسسات والمسؤولية الاجتماعية يومي: 14 - 15 فيفري 2012، جامعة بشار، كلية العلوم الاقتصادية.

¹⁵ طاهر محسن منصور الغالي، صالح مهدي محسن العامري، "المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية الأردنية"، مجلة العلوم الإنسانية، عمان، العدد 13، 2002، ص216.

¹⁶ Ivan Rodic, RSE-le développement d'un cadre européen, mémoire de fin d'études, institut européen de l'université de Genève, 2007, PP 15-16.

¹⁷ ISO 26000, « Working Group on Social Responsibility », Working definition, Sydney, February 2007

¹⁸ Frank Hond & al, Managing corporate social responsibility in action talking, (Corporate social responsibility series), Ashgate Publishing Company, USA, 2007, p: 10.

¹⁹ worldbank.org/.../0,,print:Y~isCURL:Y~contentMDK pagePK:64257043~piPK:437376~theSitePK:1052299,00.html

²⁰ Conseil mondial des entreprises pour le développement durable (WBCSD), Répondre aux attentes en évolution: la responsabilité sociale des entreprises, 1999,

التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والمجتمع ككل، كما أن الربط بين عوامل ثلاثة يعد محددًا هامًا للمسؤولية الاجتماعية، هي: التطور الاقتصادي، التماسك والترابط الاجتماعي والبيئة²¹، كما عرض بعض الباحثين عناصر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في إطار عام يغطي مجموعة من الأبعاد²² و لقد اجمع العديد من الباحثين على أن المؤسسات تمارس عددا من المسؤوليات الاجتماعية والتي تنحصر ضمن تصنيفين هما: الأخلاقية والإنسانية تجاه المجتمع المحلي والموظفين والزبائن والموردين والبيئة والمساهمين. وتعتبر المسؤولية الأخلاقية مسؤولية إلزامية وتتعدى في كونها الإيفاء بالالتزامات القانونية والاقتصادية²³.

المحور الثالث: التغيير المؤسسي نحو المسؤولية الاجتماعية كمنهج لتفعيل

ممارسات أخلاقيات الأعمال في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

إن المسؤولية الاجتماعية والسلوك الأخلاقي يمكن البحث عنهما والنظر إليهما في المؤسسة من خلال آليات عمل الإدارات والقرارات التي تتخذها، و التفاعل الإيجابي لمختلف أنشطة ووظائف المؤسسة (والمتمثلة بالإنتاج والعمليات، التسويق، إدارة الموارد البشرية، الإدارة المالية والمحاسبة، إدارة الموارد المعلوماتية والأصول المعرفية وإدارة البحث والتطوير وكذلك إدارة العلاقات العامة) لكي تكون القرارات المتخذة من قبل المؤسسة ذات أبعاد سلوكية إيجابية وكذلك لا تؤثر سلباً على مصالح أي من الفئات التي تتعامل معها المؤسسة، في البدء لابد من التأكيد على أن الممارسة الأخلاقية في المؤسسات كانت أسبق لدى الأفراد من ممارسة المسؤولية الاجتماعية، حيث إهتم الأفراد بتجنب الرشوة والغش والسرقة في معاملاتهم ونشاطاتهم في الماضي وظلت حتى وقتنا الحاضر، في حين أن الكثير من المفاهيم الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية ارتبطت بالتطورات الحديثة في المجتمع، كما هو الحال في الدعوات المتمثلة في مسؤولية المؤسسات اتجاه حماية المستهلك (تجنب التضليل والخداع فيما يخص الإعلانات، إجبارية إعلام المستهلك بخصائص ومميزات المنتج المعروض للاستهلاك ومطابقته للمعايير المعتمدة والمواصفات القانونية)، والمسؤولية اتجاه حماية البيئة (تجنب مسببات التلوث)، حيث أن هذه المفاهيم وغيرها أصبحت تمثل موقفا اجتماعيا ووعيا جديداً، وعليه يمكن القول أن ظهور المسؤولية الاجتماعية وتطور مفهومها يرجع لمعرفة المؤسسات بالزامية تطبيق وممارسة هذه المفاهيم، فلقد ازداد مفهوم المسؤولية الاجتماعية في تسليطها الضوء على الأخلاقيات ومفهوم المسؤولية الاجتماعية يهتم بشكل أساسي بالبيئة الخارجية بينما الأخلاقيات تهتم بالبيئة الداخلية والخارجية للمؤسسات، وهذا ما أكدته مقولة اشتهرت هي أن سر نجاح المؤسسات هو الأمانة والتعامل العادل²⁴، فالمسؤولية الاجتماعية هي ذلك السلوك الأخلاقي الذي يرتبط بقضايا التلوث البيئي، البطالة، التضخم، وزيادة الفقر لدى بعض الأقليات الاجتماعية، وتنشأ المسؤولية الاجتماعية في هذا الجانب من عدم قيام

²¹ Freeman: R.E, « Astakeholder Theory of the modern corporation, in : T.beauchamp and N. Bowie », Editors,Ethrical Theory and business (6th ed) prentice – Hall, Upper saddle River, NJ; 2001, PP56-65.

²² بن مسعود نصر الدين و كنوش محمد، " واقع أهمية وقيمة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية مع دراسة استطلاعية على إحدى المؤسسات الوطنية"، مداخلة بالملتقى الدولي الثالث بعنوان: المؤسسات والمسؤولية الاجتماعية يومي: 14 _ 15 فيفري 2012، جامعة بشار، كلية العلوم الاقتصادية.

²³ فالج عبد القادر الحوري وآخرون، "إدارة الصورة الذهنية لمؤسسات الأردنية في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية".مجلة كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة العلوم التطبيقية، ص: 06-07، تاريخ تصفح المقال 2016/09/25 من الموقع www.kantakji.com، إدارة-الصورة-الذهنية-للمؤسسات-الأردنية-في-.

²⁴ Ivancevich, J.M.; Lorenzi, P.; Skinner, S.J. and Crosby, P.B. Management Quality and Competitiveness, Boston: McGraw Hill, Irwin. 1997, PP. 75-81.

المؤسسات بتنفيذ واجباتها تجاه المجتمع²⁵، ويرى كذلك أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هي التزام مستمر من قبل المؤسسات بالسلوك الأخلاقي وبالمساهمة في التنمية الاقتصادية وفي الوقت ذاته تحسين نوعية حياة القوى العاملة وأسرهم فضلاً عن المجتمعات المحلية والمجتمع عامة و تقوية الروابط بينها و الذي ينعكس بدوره على نجاحها و تحسين أدائها المستقبلي كما أن الربط بين عوامل ثلاثة يعد محددًا هامًا للمسؤولية الاجتماعية، هي: التطور الاقتصادي، التماسك والترابط الاجتماعي والبيئة، فالمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات هي الالتزام الأخلاقي والتصرف المسؤول تجاه مجموعة من الأطراف وهم أصحاب المصلحة ومن أهم الأطراف المستفيدة من برامج المسؤولية الاجتماعية نجد كلا من المجتمع والبيئة، وهذا يعكس أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية جاء ليعزز دور ومكانة المؤسسات في المجتمع ليس فقط ككيان اقتصادي إنما أيضا ككيان اجتماعي يساهم في حل مشكلات المجتمع والحفاظ على البيئة التي يعمل في إطارها.

تتعدد اتجاهات المسؤولية الاجتماعية و سبل نشرها لشساعة موضوعها وتنوع أشكالها و إتسامها بالديناميكية و التحول حسب الظروف الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية للمجتمعات و وفق إمكانيات المؤسسة و السمات التي يتمتع بها ملاكها؛ وإجمالاً نجد على رأس تلك التوجهات مايلي²⁶:

- سلسلة القيم للوظائف و العمليات الجوهرية: فتبني المقاول للمسؤولية الاجتماعية لآد أن يكون وفق منظور إستراتيجي فعلي مجسد من خلال الممارسات وضمن كل وظيفة تقوم بها المؤسسة سواء أكانت وظائف أساسية ومراكز فعلية لخلق القيمة أو وظائف ثانوية مكملة لها(والتي تتعت بمراكز تشتيت القيمة رغم أنها في حقيقتها وظائف دعم مساندة لسابقتها). إذ لا تخلق القيمة إلا من خلال التكامل الوظيفي داخل المؤسسة و إحترام موثائق الشرف. فتعزز البعد الداخلي للمسؤولية الاجتماعية هو السبيل لنجاح البعد الخارجي لها في هذا السياق أكد كل من Capron et Lanoizel²⁷ -2004 على ضرورة التفرقة بين إستراتيجيات الجوهرية اللازمة و الواجبة للمساهمة في التنمية المستدامة (les stratégies substantielles) و الاستراتيجيات الرمزية (les stratégies symboliques) التي يساير من خلالها المقاول المستجدات من أجل مجرد الحضور لتحقيق نوع من الشهرة ولتحسين صورة المؤسسة أمام المجتمع. إضافة إلى ذلك في سنة 2006 نشر مقال لكل من Porter Kramer²⁸ يفرقان فيه من خلال أبحاثهما بين ممارسة المسؤولية الاجتماعية وفقا لإستراتيجية متكاملة « strategic » و بين مجرد الاستجابة « responsive »، لهذا كان القول أن المسؤولية الاجتماعية وجدت تطبيقها في المجال الاقتصادي وبلغت الوحدات الاقتصادية، ولاشك في أن الأخلاقيات هي أبعد عن الحسابات الاقتصادية لأنها تقتنر بالنزوع الأخلاقي للإنسان سواء كان مديرا أو غير ذلك، حيث أن الأخلاقيات تعتبر من

²⁵ شجاع الدين، عبد المؤمن، "المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الإدارة"، مجلة جمعية المجمع العربي للمحاسبين القانونيين، عمان، (2001)، ص 185 .

²⁶ بن سفيان زهرة و بودي عبد القادر، "المسؤولية الاجتماعية للمقاول و مؤسسته الخاصة في تحقيق التنمية المستدامة"، تاريخ تصفح المقال 2016/09/25 من الموقع jefpedia.com/.../المسؤولية-الاجتماعية-للمقاول-و-مؤسسته-الخاصة...، ص20.

²⁷ Moez BEN YEDDER, Férid ZADDEM, « La Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE), voie de conciliation ou terrain d'affrontements? », Revue multidisciplinaire sur l'emploi, le syndicalisme et le travail (REMET), vol. 4, N° 1, 2009.

²⁸ Porter M.E., Kramer M.R., « Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility », Harvar d Business Review, December 2006, pp. 78-92.

نوع الحالات المطلقة، أي أن الأخلاق أولا حتى لو تضاربت مع المصالح الأساسية التقليدية للمؤسسة، في حين أن المسؤولية الاجتماعية هي من نوع الحالات النسبية، أي بالمقارنة مع المصالح والأطراف ذات العلاقة بالمؤسسة، ومن المؤكد أن الأخلاقيات في السلوك العام للأفراد في المجتمع تعمل على دعم المسؤولية الاجتماعية، كما تمثل أساسا قويا للتطور نحو مفاهيم جديدة لأخلاقيات الأعمال التي تطورت فيما بعد.

مما تقدم و من التحليل يمكن التوصل إلى مجموعة من الاستنتاجات المهمة:

-إن مفهوم المسؤولية الاجتماعية هو وليد المصلحة الذاتية الذكية و ليس نتاجا مباشرا لرؤية أخلاقية-اجتماعية بالأصل، فهي وليدة النموذج الاقتصادي القائم على الكفاءة أي تعظيم الربح، لهذا يمكن القول أن ظهور و تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية يكمن في النموذج الاقتصادي نفسه و بالمصلحة الذاتية التي لم تعد قادرة بأشكالها القديمة على مجارة التطور في المفاهيم و الممارسات الجديدة فتحوّلت إلى نمط المصلحة الذاتية الذكية الأكثر توازنا.

إن المسؤولية الاجتماعية الشاملة والسلوك الأخلاقي يمكن البحث عنهما والنظر إليهما في المؤسسة من خلال آليات عمل الإدارات والقرارات التي تتخذها، و التفاعل الإيجابي لمختلف أنشطة ووظائف المؤسسة لكي تكون القرارات المتخذة من قبل المؤسسة ذات أبعاد سلوكية إيجابية وكذلك لا تؤثر سلباً على مصالح أي من الفئات التي تتعامل معها المؤسسة ، و هذا يتم من خلال اتخاذ العديد من القرارات التي من شأنها يتم تجسيد ملامح المسؤولية الاجتماعية. و على ضوء النقاش المثار في هذه الورقة نخلص إلى أن أداء المؤسسات بالجزائر لا يزال بعيدا كل البعد عن المفاهيم النظرية الحديثة و ليس جاهزا بعد لتجسيد المسؤولية الاجتماعية بالمستوى المطلوب لإحداث نقلة نوعية في البلد ولتحقيق هذا الغرض نقترح من جهتنا يجب على المؤسسات الصغيرة أن تبني برامج عمل علمية محددة في مجال المسؤولية يمكن تقييمها وقياس مردودها، حيث يتعين على كل مؤسسة أن تُضمّن الرسالة الخاصة بها سياستها في تحمل مسؤوليتها الاجتماعية تجاه مختلف أصحاب المصالح، على النحو الذي يؤكد على حماية أصولها وعلى المؤسسات أن تلتزم بمجموعة من القواعد الأخلاقية التي تحددها مجالس إدارات هذه المؤسسات و يقرها حملة الأسهم ويتم إعلانها للتطبيق بكل شفافية.

قائمة المراجع باللغة العربية:

- (1) الاونكتاد ، السياسات العامة للأعمال و هياكل التنظيم الأساسية ، المنهج الدولي لمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية ، المجمع العربي للمحاسبين القانونيين، عمان ، الأردن، 2001.
- (2) بن سفيان زهرة و بودي عبد القادر ، "المسؤولية الاجتماعية للمقاول و مؤسسته الخاصة في تحقيق التنمية المستدامة"، تاريخ تصفح المقال 2016/09/25 من الموقع iefpedia.com/... الاجتماعية-للمقاول-ومؤسسته-الخاصة-...-
- (3) بن مسعود نصر الدين و كنوش محمد، " واقع أهمية وقيمة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية مع دراسة استطلاعية على إحدى المؤسسات الوطنية"، مداخلة بالملتقى الدولي الثالث بعنوان: المؤسسات والمسؤولية الاجتماعية يومي: 14 _ 15 فيفري 2012، جامعة بشار، كلية العلوم الاقتصادية.
- (4) سامية عزى، واقع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر دراسة ميدانية لمؤسسات خاصة متنوعة النشاط بمدينة بسكرة، أطروحة دكتوراه العلوم في علم الاجتماع تخصص تنمية، 2014/12/16.
- (5) شجاع الدين، عبد المؤمن، " المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الإدارة "، مجلة جمعية المجمع العربي للمحاسبين القانونيين، عمان، 2001.

- (6) طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، "المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية الأردنية"، مجلة العلوم الإنسانية، عمان، العدد 13، 2002.
- (7) عبد القادر نويبات و عبد الوهاب جباري، "دور و مكانة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية الإقتصاد الوطني"، مداخلة بالملتقى الدولي بجامعة طاهر مولاي-سعيدة- 2004.
- (8) عرابة رابع و بن داودية وهيبه ، "المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في التنمية - عرض تجارب بعض الشركات العالمية- " ، مداخلة بالملتقى الدولي الثالث بعنوان: المؤسسات والمسؤولية الاجتماعية يومي: 14 _ 15 فيفري 2012، جامعة بشار، كلية العلوم الاقتصادية.
- (9) علوي فاطمة، " المسؤولية الاجتماعية بين المبادرة والشرعية"، مداخلة بالملتقى الدولي الثالث بعنوان: المؤسسات والمسؤولية الاجتماعية يومي: 14 _ 15 فيفري 2012، جامعة بشار، كلية العلوم الاقتصادية.
- (10) عنابي بن عيسى و فاطمة الزهرة قسول، "إدارة السلوك الأخلاقي والمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات"، مداخلة بالملتقى الدولي الثالث بعنوان: المؤسسات والمسؤولية الاجتماعية يومي: 14 _ 15 فيفري 2012، جامعة بشار، كلية العلوم الاقتصادية.
- (11) فالج عبد القادر الحوري وآخرون، "إدارة الصورة الذهنية لمؤسسات الأردنية في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية"، مجلة كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة العلوم التطبيقية، ص: 06-07، تاريخ تصفح المقال 2016/09/25 من الموقع www.kantakji.com/... إدارة-الصورة-الذهنية-للمؤسسات-الأردنية-في-ا
- (12) فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وإنعكاساتها على رضا المستهلك، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، بغداد، 2006.
- (13) نجم عبود نجم، أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال، مؤسسة وارق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
- (14) يوسف حميدي، مستقبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل العولمة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية. فرع التحليل الاقتصادي، السنة الجامعية 2007/2008 .
- قائمة المراجع باللغة الفرنسية:**

- 1) Archie B CAROLL & Kareem M SHABANA, « The business case for corporate social responsibility: a review of concepts , research and practice », International journal of Management review, USA, 2010.
- 2) Conseil mondial des entreprises pour le développement durable (WBCSD), Répondre aux attentes en évolution: la responsabilité sociale des entreprises, 1999,
- 3) Daft, Richard L, Management, 4th ed. Dryden Press, Orlando, USA, 1997, p142.
- 4) Daft,R.L,New Era Management,Thomson Business Information , 2008 , p 140.
- 5) Drucker, Peter F. (b), what is "business ethics"? , THE MCKINSY QUARTERLY,AUTUMN 1981.
- 6) Frank Hond & al, Managing corporate social responsibility in action talking, (Corporate social responsibility series), Ashgate Publishing Company, USA, 2007.

- 7) Freeman: R.E, « Astakeholder Theory of the modern corporation, in : T.beauchamp and N. Bowie », Editors,Ethrical Theory and business (6th ed) prentice – Hall, Upper saddle River, NJ; 2001.
- 8) Gu Huimin,Chris Ryan, «Ethics and corporate social responsibility- An analysis of the views of chines hotel managers», international journal of hospitality management ,volume 30, n°4, 2011.
- 9) Hisrich,R.D. and Peters,M.P, Entrepreneurship, McGraw-Hill, Irwin, 2002.
- 10) ISO 26000 , « Working Group on Social Responsibility », Working definition, Sydney, February 2007
- 11) Ivan Rodic, RSE-le développement d'un cadre européen, mémoire de fin d'études, institut européen de l'université de Genève, 2007.
- 12) Ivancevich, J.M.; Lorenzi, P.; Skinner, S.J. and Crosby, P.B. Management Quality and Competitiveness, Boston: McGraw Hill, Irwin. 1997.
- 13) kuratko,D. F. , Introduction to Entrepreneurship,8th ed, South-Western, 2009.
- 14) Laudon,K. C. & Laudon,J.P. Management Information System ,10thed, Person International Edition, G6 , (2007).
- 15) Moez BEN YEDDER, Férid ZADDEM, « La Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE), voie de conciliation ou terrain d'affrontements? » ,Revue multidisciplinaire sur l'emploi, le syndicalisme et le travail (REMEST), vol. 4, N° 1, 2009.
- 16) Porter M.E., Kramer M.R., « Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility », Harvar d Business Review, December 2006.
- 17) Pride, W. & Ferrell, O.C. Marketing Concepts ad Strategies, 3rd edn, Houghton Mifflin Co. New York.2003.
- 18) Schermerhorn, John R., Management and Organizational Behavior, Prentice Hall Inc., New Jersey, USA, 1996.
- 19) worldbank.org/.../0,,print:Y~isCURL:Y~contentMDK:pagePK:64257043~piPK:437376~theSitePK:1052299,00.html