

المحاضرة السابعة: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة وأخلاقيات الأعمال

أولاً: المسؤولية الاجتماعية

1- تعريف المسؤولية الاجتماعية:

* هي الأخذ بعين الاعتبار مصالح الغير عند صناعة المؤسسة لقراراتها، سواء كان هذا الغير داخل المؤسسة أو خارجها.
* يرى برايد وفيريل أن المسؤولية الاجتماعية تشير إلى التزام المؤسسات من أجل تعزيز أثرها الإيجابي وتقليل تأثيرها السلبي على المجتمع.
* هي التزام المؤسسات الاقتصادية تجاه المجتمع والذي يأخذ بعين الاعتبار توقعات المجتمع من المؤسسات في صورة اهتمام بالعاملين وبالبيئة، بحيث يمثل هذا الالتزام ما هو أبعد من مجرد أداء الالتزامات المنصوص عليها قانوناً.

2- تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية: تمتد المسؤولية الاجتماعية من داخل المؤسسة إلى خارجها، بوصفها تمثل القرارات التي تتخذها المؤسسة لتحقيق منافعها الاقتصادية والفنية المباشرة، وبنفس الوقت المنافع الأخرى المرتبطة بالمجتمع لتمتد إلى إنجاز هدف واحد أو أكثر من أهدافها المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية، وبهذا يمكن القول أنها تمتد إلى إتجاهين هما:
- المسؤولية الداخلية: وترتبط بالأفراد والموارد التي يتم استخدامها والمرتبطة بالأداء المتحقق للعمل داخل المؤسسة، وأي نشاط من شأنه أن يساهم في تطوير العاملين وتحسين نوعية حياة العمل.

- المسؤولية الخارجية: تتمثل في الحالات المرتبطة بالمشكلات التي يعاني منها المجتمع، والتي تعد جميعها بمثابة مؤثرات سلبية على مدخلات المؤسسة نحو تحقيق أهدافها الاجتماعية.

وقد تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية منذ ظهوره حسب ثلاثة مراحل حددت كل مرحلة مفهوماً وفق المؤشرات والمفاهيم السائدة لدى المدراء، تتمثل هذه المفاهيم في: المفهوم الكلاسيكي، المفهوم الإداري والمفهوم البيئي (المحيطي)، ويمكن تلخيص المفاهيم الثلاثة من خلال الجدول التالي:

المؤشرات	المفهوم الكلاسيكي	المفهوم الإداري	المفهوم البيئي
الاقتصادية	- تحقيق المنفعة الذاتية. - ما هو جيد لي جيد للمجتمع. - تعظيم الربح. - النقود والثروة هي الأكثر أهمية. - دع المشتري يأخذ الحذر بنفسه. - العمل يباع ويشترى. - الإدارة مسؤولة تجاه المالكين.	- المنفعة الذاتية ومنفعة المساهمين. - ما هو جيد للمؤسسة جيد للمجتمع. - الربح معقول. - النقود مهمة، ولكن الأفراد أيضاً. - لا يجوز خداع المستهلك. - العمل يجب أن ينظم وبشكل صحيح. - مسؤولة تجاه أطراف متعددة.	- منفعة المساهمين والمجتمع. - ما هو جيد للمجتمع جيد للمؤسسة. - الربح ضروري ولكن... - المجتمع أكثر أهمية. - دع البائع يأخذ الحذر. - كرامة العاملين وتحقيق رضاهم. - مسؤولة تجاه العاملين والمجتمع.
التكنولوجيا	- مهمة جداً. - تطبيق المبدأ المادي.	- مهمة ولكن الأفراد لهم أهمية. - المادية والإنسانية.	- الأفراد أكثر أهمية منها. - المبدأ الإنساني.
الاجتماعية	- مشاكل العاملين خاصة بهم وليس بالعمل. - صارمة تجاه الإنسانية، وتدير العمل وفق مصالحها.	- العاملون بحاجة إلى ما هو أبعد من حاجاتهم الاقتصادية. - تنظيم العمل وفق القيم الاجتماعية للمساهمين في العمل.	- الإدارة توظف الرجل بمجمله. - مساهمات المجموع هي الأساس في نجاح العمل.
السياسية (الحكومة)	- من الأفضل أن تتدخل الحكومة بالحد الأدنى.	- التعامل مع الحكومة أمر لا بد منه.	- المؤسسة الاقتصادية والحكومة يعملان سوية لتجاوز مشكلات المجتمع
البيئية	- السيطرة على البيئة متروك للقضاء والقدر.	- إمكانية السيطرة والمعالجة للبيئة المحيطة.	- يجب المحافظة على البيئة لأنها تمثل الحياة النوعية.
الجمالية	- ما هي القيم الجمالية؟	- نعم للقيم الجمالية ولكن ليس لنا.	- يجب المحافظة عليها وإنجاز الجزء الذي يخص المؤسسة.

- 3- أبعاد المسؤولية الاجتماعية: يقسم هذا الاتجاه المسؤولية الاجتماعية إلى سبعة أبعاد هي:
- أ- بعد اقتصادي: ويتكون من الأرباح، إختراق السوق، ولاء المستهلك، الشهرة والاستقرار المالي.
- ب- بعد بيئي: ويشمل السيطرة على التلوث وإصلاح البيئة، وإعادة استخدام المخلفات.
- ج- التمييز: ويشمل توظيف الأقليات دون تمييز من أي نوع كان.
- د- البعد الشخصي: ويشمل الأمان والأخطار المهنية، مستويات المرتبات والاجور، التدريب والتعليم، التشاور.
- هـ- المنتجات: ويشمل سلامة المنتجات، الجودة، تطوير المنتجات.
- و- مشاركة المجتمع المحلي: ويشمل النشاطات الخاصة بالمجتمع، الصحة العامة، التعليم والفن.
- ل- أخرى.

ثانياً: أخلاقيات العمل

1- تعريف أخلاقيات العمل: هي التزام الشركات بسياسات وممارسات الأعمال المناسبة فيما يتعلق بالأمور التي تثير الجدل، مثل تداول العملة، والرشوة، والمسؤولية الاجتماعية والالتزامية للشركات، وفي أغلب الأحيان يحدد القانون الأخلاقيات التي يجب الالتزام بها تجاه هذه الأمور.

تضمن أخلاقيات العمل وجود مستوى معين من الثقة بين المستهلكين والشركات العاملة في السوق، على سبيل المثال في سوق الأندية الرياضية عند رغبة الأندية شراء لاعبين على الأندية الغنية أن تراعي أساسيات الشراء النظيف، وذلك من خلال عدم ضخ أموال كبيرة لإبقاء فرصة للأندية الصغيرة لتتمكن من شراء اللاعبين.

تلجأ الشركات لضبط أخلاقيات العمل من خلال توجيه المدراء والموظفين للإبلاغ عن أية حوادث يتم ملاحظتها أو يتعرضون لها تنافياً الأخلاقيات المنصوص عليها ضمن لوائح الشركة، ولكن لا تنجح هذه الطريقة في العديد من الشركات، وذلك بسبب تخوف الموظفين من فقدان ثقة زملائهم أو التفكير في الانتقام، لذلك يجب أن يتم وضع قوانين وعقوبات صارمة لمنع وقوع مثل هذه الحوادث.

2- أهمية أخلاقيات الأعمال: لاتباع أخلاقيات الأعمال أهمية كبيرة في نجاح الشركات. وتظهر أهميتها في العديد من الجوانب وأبرزها:

- تساعد أخلاقيات العمل في السيطرة على الممارسات الخاطئة في الأعمال، إذ تضع هذه الأخلاقيات قواعد ومبادئ معينة ينبغي على الأعمال اتباعها بدقة، ويؤدي انتهاكها إلى عقوبة، يضمن تنفيذ هذه المبادئ أن الأعمال التجارية لا تنغمس في أي ممارسات غير عادلة مثل التسويق الأسود، وتقديم إعلانات مضللة.

- تضمن أخلاقيات العمل أن الأعمال تعمل من أجل رفاهية موظفيها الذين يعملون معها، إذ لا ينبغي أن ينحصر هدف العمل فقط بتعظيم الأرباح والنمو الأعلى، بل ينبغي التركيز على الموظفين. تضمن هذه الأخلاقيات أن تقدم الأعمال تعويضاً نقدياً أفضل وظروف عمل جيدة لموظفيها، والمشاركة النشطة في صنع القرار، ومعالجة الشكاوى، وتقديم الترقيات حسب تقدمهم.

- توفر أخلاقيات العمل مبادئ للعمليات التجارية التي تتطلب بموجبها تقديم منتجات ذات جودة أفضل وبأسعار معقولة. وتضمن أن يوفر العمل دعماً أفضل للعملاء ومعالجة جميع الشكاوى، ما يساعد الشركات في تحسين مستويات رضا عملائها.

- تعمل أخلاقيات العمل على تحسين الإنتاجية والربحية لكل عمل تجاري. وذلك لأنها تضمن عدم وجود هدر للموارد، واستخدام كل مورد بكفاءة.

- تعزز أخلاقيات العمل النزاهة بين الموظفين وتساهم في اكتساب ثقة أصحاب المصلحة الرئيسيين مثل المستثمرين والمستهلكين. وعندما تقود الإدارة الشركة بطريقة أخلاقية، يتبع الموظفون تلك الخطوات. إذ يتخذون قرارات أفضل في وقت أقل مع مراعاة أخلاقيات العمل كمبدأ إرشادي؛ هذا يزيد الإنتاجية والروح المعنوية للموظفين، بالإضافة إلى أداء الأعمال بفعالية وعلى أعلى مستوى من الاحترافية، ويعزز الولاء للشركة.

3- تقييم مستوى أخلاقية الشركة: إن مصداقية الشركة تحتم عليها أن تؤسس لثقافة تحث على تفادي الأساليب المشبوهة، بحيث تمنع تضخمها إلى فضائح كبرى لا تدمر سمعة الشركة ومصداقيتها فحسب، بل وتضع كامل الشركة وعملياتها تحت الخطر ، بالتالي يجب طرح الأسئلة لمعرفة مستوى أخلاقية الشركة بشكل كاف.

أ- هل تتماشى حوافز الشركة مع سياساتها؟

معظم الشركات تتحدث بحماس عن الأخلاق لدرجة تجعل منها أهدافاً معلنة لها، لكن تحفيز الموظفين هو ما يجب النظر إليه حقاً. على سبيل المثال، إن ربط المكافآت المالية بالقدرة على الفوز بصفقة، يؤدي إلى سلوك غير أخلاقي ويشجع على إساءة استخدام النظام في الشركة، لهذا يجب ربط المكافآت المالية بأهداف ونتائج أوسع من ذلك، وتشمل أموراً مثل رضا العملاء والمعرفة بالمنتجات، بالإضافة إلى النجاح في إتمام الصفقات، أما غياب هذا النوع من الربط بين الحوافز والأخلاق، فهو أمر يندرج بالخطر.

ب- من تتم ترقيته؟

يجب أن يروج للسلوك الأخلاقي بالقدوة الجيدة، فهل تكافئ الشركة مخالفي القوانين بترقيتهم؟ إذا كان ذلك فإن ترقيته من يتجاهلون المبادئ الأخلاقية، عندما تسنح لهم الفرصة ما هو إلا دليل أمام الجميع أن الشركة تريد نتائج فقط ولا يهتم كيف يتم الحصول عليها، وفي حين يكون لدى شركة ما سياسة أخلاقية جيدة، لكنها تبقى مجرد حبر على ورق ما لم ترتبط بأفعال موظفيها. وعندما تكافئ الشركة مخالفي القواعد، لن يطول الأمر بها قبل أن يستنتج الموظفون أنها قواعد وجدت لتُخرق.

ج- كيف هي نبذة خطاب الإدارة العليا؟

هل يؤكد موظفو الإدارة العليا في الشركة على أهمية التحلي بعقلية الفوز بأي ثمن حتى لو كان بطرق غير أخلاقية؟ هل يتحدثون أكثر عن زيادة الأرباح وتحقيق الأهداف ربع السنوية؟ أم عن زيادة القيمة على المدى الطويل؟ إن النبذة الصحيحة لخطاب الإدارة العليا يساعد في تحديد الأهداف الصحيحة للشركة.

د- هل تحمي الشركة الموظفين الذين يقعون في أخطاء أخلاقية؟

يجب تحميل أي شخص يسلك طرقاً مشبوهة مسؤولية تصرفاته عند اكتشاف أمره، أما حماية الشركة لموظفين صدرت عنهم تصرفات غير أخلاقية، فهي مجرد مؤشر على ضعف موقفها الأخلاقي، لأن المساءلة مهمة. ويقدر المدعون في المحكمة تعاون الشركات في التبليغ عن موظفيها الذين يتصرفون بطرق مشبوهة وغير أخلاقية ، وفي بعض الأحيان يتخذون قراراً بعدم محاكمة المؤسسة إذا تم الكشف عن أسماء المتورطين في السلوك المخالف للقانون. ومع ذلك، قد يدفع خوف الشركة من الإضرار بسمعتها إلى إخفاء السلوك غير الأخلاقي لموظفيها.