المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال

مفهوم المسؤولية الاجتماعية

يشير مفهوم المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية إلى التزام المنظمات بتعظيم الآثار الايجابية وتقليل الآثار السلبية لممارساتها وتقوية القيم السائدة في المجتمع .وقد حدد بيركويتز وآخرون (Berkowitz and Others)مفهوم المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية ضمن ثلاثة مفاهيم أساسية لمسؤوليات المنظمة تمثلت في :

أ-المسؤولية تجاه تحقيق الأرباح: وتشير إلى أن مسؤولية المنظمة كانت متمثلة فقط في تحقيق الأرباح للمالكين وحملة الأسهم، وهذه المسؤولية القاصرة تؤيد ما جاء به الاقتصادي Friedman.

ب-المسؤولية تجاه أصحاب المصالح: نتيجة الانتقادات الموجهة لأهداف الربحية كمسؤولية وحيدة تركز عليها المنظمة، ظهر ما يسمى بالمسؤولية تجاه أصحاب المصالح والتي تركز على ضرورة الاهتمام بتلبية أهداف أصحاب المصالح من مستهلكين،عاملين،مجهزين،موزعين،...وغيرهم.

- المسؤولية تجاه المجتمع: وقد انتشر هذا المفهوم في الأعوام الأخيرة، ويشير إلى ضرورة التزام المنظمة بالمسؤولية تجاه البيئة والمجتمع بشكل عام وذلك من خلال الاهتمام بما تطرحه الجماعات ذات العلاقة مثل والتي تنادي بتعزيز السلوكيات الإيجابية تجاه البيئة مثل " Green Peace " جماعة السلام الأخضر والتسويق الأخضر" Green Marketing " .

- **المجلس العالمي للأعمال من أجل التنمية المستدامة:** عرف المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية على أنها:

(الالتزام المستمر من قبل شركات الأعمال بالتصرف أخلاقيا و المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية و العمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة و عائلاتهم و المجتمع ككل).

أهمية المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية في المنظمات

يمكن أن نفرز عدة أوجه ايجابية لإدراك المسؤولية الاجتماعية والتي تتجسد أهميتها من خلال المردود المتحقق للجهات الثلاث الرئيسية التي ستجني الفائدة من هذا الالتزام ونعني بها هنا المجتمع والدولة والمنظمة؛ وبالنسبة للمنظمة هناك فوائد تتنوع بين المردود المادي والأداء المتطور والقبول الاجتماعي والعلاقة الايجابية مع المجتمع، بالإضافة إلى:

- -تحسين علاقات أصحاب المصالح
- -تحسين الوضع بين المستثمرين
- -تخفيض تكاليف التشغيل الداخلية
- -تحقيق تنسيق أفضل في العمليات
- -تحديد التأثيرات غير المالية
- -تحديد أفضل للأسبقيات
- -التكيف المستمر
- -تحديد الإمكانات الكامنة

بذلك يمكن القول، أن المنظمات إذا ما تبنت فلسفة المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية، فإن ذلك سيعزز من سمعتها وعلامتها التجارية، كما أن ذلك سينمي درجة الرضا لدى أصحاب المصالح من خلال الاستماع لآراء ووجهات نظر الجمهور وجماعات الضغط، وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية للمنظمة مما يعزز ريادتها في السوق، ومن ثم تحقيق التفوق التنافسي بين المنظمات، وهذا ما سعت إلى تحقيقه العديد من المنظمات العالمية من خلال تبنيها لفلسفة المسؤولية الاجتماعية كإستراتيجية عمل لها.

أبعاد أو مجالات المسؤولية الاجتماعية

البعد	العناصر الرئيسية	العناصر الفرعية
الاقتصادي	المنافسة العادلة	منع الاحتكار وعدم الإضرار بالمستهلكين. احترام قواعد المنافسة وعدم إلحاق الأذى بالمنافسين.
	التكنولوجيا	استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي والخدمات التي يمكن أن يوفرها. استخدام التكنولوجيا في معالجة الأضرار التي تلحق بالمجتمع والبيئة.
القانوني	قوانين حماية المستهلك	عدم الاتجار بالمواد الضارة على اختلاف أنواعها. حماية الأطفال صحيا وثقافيا. حماية المستهلك من المواد المزورة والمزيفة.
	حماية البيئة	منع تلوث المياه والهواء والتربة. التخلص من المنتجات بعد استهلاكها. منع الاستخدام التعسفي للموارد. صيانة الموارد وتنميتها.
	السلامة والعدالة	منع التمييز على أساس العرق أو الجنس أو الدين.ظروف العمل ومنع عمل الأحداث وصغار السن. إصابات العمل.التقاعد وخطط الضمان الاجتماعي. عمل المرأة وظروفها الخاصة.المهاجرين وتشغيل غير القانونيين.عمل المعوقين.
الأخلاقي	المعايير الأخلاقية	مراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك. مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف. مراعاة حقوق الانسان.
	الأعراف والقيم الاجتماعية	احترام العادات والتقاليد؟ مكافحة المخدرات والممارسات اللاأخلاقية.

مسؤوليات المنظمات الاجتماعية والأخلاقية			
المسؤولية اتجاه المجتمع	**المسؤولية اتجاه حماية المستهلك**	**المسؤولية الأخلاقية**	**المسؤولية اتجاه حماية البيئة**
إنجاز المشاريع الأساسية تقديم الهبات والتبرعات توفير فرص العمل للنساء وللمعاقين المساهمة في دعم الأنشطة الثقافية والحضارية المساهمة في دعم الاقتصاد المحلي	التبيين السعر الضمان التعبئة والتغليف التوزيع الإعلان المقاييس والأوزان النقل والتخزين	تناسق أهداف الشركة مع أهداف المجتمع عدم احتكار المنتجات وجود دليل عمل أخلاقي للمنظمة تشجيع العاملين على الإبلاغ عن الممارسات السلبية عدم التحايل بالأسعار	الالتزام بالتشريعات البيئية الاقتصاد في استخدام الموارد الاقتصاد في استخدام مصادر الطاقة تجنب مسببات التلوث آلية التخلص من النفايات المساهمة في اكتشاف مصادر جديدة للمواد الخام والطاقة

المسؤولية الاجتماعية والأداء الاجتماعي للمنظمات

- كثر الحديث في الآونة الأخيرة عن المسؤولية الاجتماعية على الصعيد العالمي والإقليمي والمحلي، لما لهذا المفهوم من دور فاعل في دعم العمل التنموي، وبالتالي تفعيل دور القطاع الخاص في أداء واجباته تجاه المجتمع بحتمية الواجب الاجتماعي والأخلاقي، كون هذا القطاع يعمل ويستفيد من هذا المجتمع، وبالتالي عليه التزامات وواجبات أخلاقية يجب الوفاء بها، رغم أن هدف القطاع الخاص في أساسه المعيار الربحي والمادي، لكن لا يمنع أن يؤخذ في الاعتبار التوازن بين الجانب الاقتصادي بمضمونه الربحي، والجانب الاجتماعي بمضمونه الأخلاقي؛ لتحقيق نمو اقتصادي على المستوى الاستراتيجي للمنشأة أو الشركة، فلد آن الأوان لوضع مقياس أو مؤشر للمسؤولية الاجتماعية لأداء الشركات الاجتماعي في المجتمع، يتناسب مع الأداء الاجتماعي والإقتصادي.

لماذا تتبنى منظمات الأعمال هذا المفهوم ؟

- تعد المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية من القضايا الأساسية التي أعطى لها أهمية كبيرة من قبل المنظمات على اختلاف أشكالها وطبيعة ملكيتها، فقد كان الاعتقاد سائدًا بأن المنظمات الحكومية أو منظمات القطاع العام هي فقط التي تتحمل جانب المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية، ومع تغيير دور الدولة وكثرة منظمات القطاع الخاص وزيادة عدد العاملين فيها وارتفاع الأرباح التي تحققها، فرض دورًا اجتماعيًا جديدا لهذا القطاع للتعويض عن تضاؤل دور القطاع العام ومن أهم ما دفع الشركات إلى تبني المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية ما يأتي:
- أن نصف الشركات المائتين والخمسين الكبرى في العالم باتت تصدر تقارير مستقلة خاصة بالمسؤولية المؤسسية تجاه المجتمع كإجراء معياري.
- تعتبر معايير الاستثمار المجتمعي أخلاقية بالدرجة الأولى، كما أنها تتصل بالأداء بعيد المدى للمؤسسات.
- يعتقد مزيد من المستثمرين بأن معايير الاستثمار المجتمعي ضرورية لتمييز الشركات ذات الأداء الإداري الجيد والمؤهلة لاحتلال مواقع بارزة في المستقبل.
- يعتبر الاستثمار المسؤول مجتمعياً هذه الأيام جزءاً مهماً ومتنامياً من المسؤولية المجتمعية للمؤسسات.

- بات استيعاب الثقافة المؤسسية لمسألة الربط بين مسؤولية المؤسسات تجاه المجتمع والاستراتيجيات المؤسسية يشكل تحدياً كبيراً اليوم. فالمستثمرون والعملاء أصبحوا اليوم أكثر تنوراً كما أنهم شرعوا بالتدريج في إظهار تفضيلهم تجاه المنتجات والخدمات والشركات التي تولي اهتماماً للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات.
- أن عمليات نشر القيم الإنسانية في الأعمال تعمل على تهيئة مناخ العمل الإبداعي الخصب للعاملين، وتتيح لهم فرص الارتقاء الوظيفي، مما يعني تطوير الأداء المؤسسي إلى أعلى درجاته.
- ومع عمليات دمج القيم الإنسانية في الأنظمة الإدارية سننجح بتطوير الأداء المؤسسي، ورفع التنافسية المهنية، وتحفيز الموارد البشرية.
- الشركات مضطرة لبذل جهد أكبر لحماية سمعتها؛
- هناك عدد متزايد من المنظمات الغير حكومية التي تراقب أداء الشركات ومدى مساهمتها في تنمية المجتمعات المحيطة بها.
- أصبح بالإمكان تسجيل الأخبار المحرجة في أي مكان في العالم و بثها.
- التغير المناخي وربما يكون المحرك الأكبر للنمو في صناعة المسؤولية المجتمعية للمؤسسات.

الخاتمة

- **المسؤولية الاجتماعية** هي نظرية أخلاقية تقترح أن أي كيان، سواء كان منظّمةً أو فردًا، يقع على عاتقه العمل لمصلحة المجتمع ككل. فالمسؤولية الاجتماعية هي أمرٌ يتعيّن على كل منظمّةٍ أو فرد الالتزام بها للحفاظ على التوازن ما بين الاقتصاد والنُظم البيئية. يمكن إيجاد موازنة بين التنمية الاقتصادية، بالمعنى المادي، ورفاهية المجتمع وسلامة البيئة، على الرغم من طعن العديد من التقارير خلال العقد الأول من القرن الواحد والعشرين بهذا. تعني المسؤولية الاجتماعية الحفاظ على التوازن بين الاثنين. فهي لا تنطوي على مؤسسات الأعمال وحسب، بل على كل من تؤثّر أعماله على البيئة. إنه مفهوم يهدف إلى ضمان تأمين رعايةٍ صحية للأشخاص الذين يعيشون في المناطق الريفية وإزالة جميع العقبات المتمثّلة في المسافة والوضع المالي، إلخ. يمكن أن تكون هذه المسؤولية سلبية، عند تجنّب الانخراط في أعمال ضارّة اجتماعيًا، أو يمكن أن تكون إيجابية، من خلال انخراطها بأنشطة تسعى إلى تحقيق الأهداف الاجتماعية مباشرةً. لا بد من توارث المسؤولية الاجتماعية بين الأجيال لأن أفعال جيلٍ واحد تنعكس تبعاتها على الأجيال التي ستأتي من بعده.