

المحاضرة العاشرة: الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية للشركات

أولاً- تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركة

عرف البنك الدولي المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال على أنها التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع المجتمع المحلي بهدف تحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم الاقتصاد ويخدم التنمية في آن واحد، كما عرفت أيضاً على أنها مسؤولية المنظمة الأخلاقية تجاه مجاميع معينة من أصحاب المصالح الذين يتأثرون بصورة مباشرة بنشاطات المنظمة ولقد حدد البنك الدولي معايير مسؤولية المنظمات تجاه المجتمع بأنها:

- الإدارة والأخلاق الجيدة للشركة

- واجبات المنظمة تجاه العاملين والبيئة.

- مساهمتها في التنمية الاجتماعية.

وترى الحكومة الكندية أن المسؤولية الاجتماعي ما هي إلا طريقة تدمج بها المؤسسة انشغالات اجتماعية وبيئية واقتصادية في قيمتها، ثقافتها، اتخاذ قراراتها، استراتيجيتها وفي أنشطتها بطريقة شفافة ومسؤولة أي بطريقة تأسس من خلالها تطبيقات مثالية لخلق الثروة وتحسين المجتمع.

وعرف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسؤولية الاجتماعية على أنها "الالتزام المستمر من قبل شركات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل".

- أما المنظمة العالمية للمعايرة فتعتبر المسؤولية الاجتماعية بأنها نشاطات تحمل المنشأة المسؤولية الناجمة عن أثر نشاطها على المجتمع ومحيطه لتصبح نشاطاتها منسجمة مع منافع المجتمع والتنمية المستدامة، وترتكز المسؤولية الاجتماعية على السلوك الأخلاقي واحترام القوانين والأدوات الحكومية وتدمج مع النشاطات اليومية للمنشأة.

إن المنحى الذي مر به مفهوم المسؤولية الاجتماعية بعد ظهوره كفكرة في الأدب الأكاديمي الأمريكي كان مواكباً للتطور في المجتمعات والأنظمة الاقتصادية التي ساهمت في بلورته وتعميق فهمه وممارسته، وبالرغم من الكم الهائل من التعاريف والمصطلحات التي نسبت للمسؤولية الاجتماعية، فإن غاية واحدة تركزها وهي تفعيل المسؤولية نحو المجتمع والبيئة وأصحاب المصلحة من أجل تنمية مستدامة، وتحويل بيئة الأعمال من الطابع التنافسي الأناني إلى بيئة تشاركية مسؤولة عن ضخ القيم الأخلاقية واحترام القوانين والتشريعات التنظيمية وممارسة المواطنة الجيدة.

ثانياً- أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركة

ساهمت الدراسات والأبحاث التي تناولت تعريف المسؤولية الاجتماعية في تتبع جوهر هذا المفهوم والأبعاد الممكن تحقيقها، إضافة الى إظهار التغيرات التي شابت العلاقة بين الأعمال التجارية ومفاهيم الاخلاق والبيئة مما سمح التوصل عبر مختلف مراحل تطور المسؤولية الاجتماعية الى أبعاد كل مرحلة التي يمكن توضيحها في الجدول:

الأبعاد العشرة للمسؤولية الاجتماعية كنتيجة لتطورها عبر المراحل المختلفة

العدد	البعد
1	الالتزام نحو المجتمع
2	اصحاب المصلحة
3	تحسين نوعية الحياة
4	التطور الاقتصادي
5	الممارسات التجارية الاخلاقية
6	الالتزام القانوني
7	الطوعية
8	حقوق الانسان
9	حماية البيئة
10	الشفافية و المساءلة

غير أن دراسات كارول كانت أكثر إسهاماً في توضيح الأبعاد الحقيقية للمسؤولية الاجتماعية، اقترح سنة 1979 أول نموذج يتناول الأبعاد الاقتصادية والقانونية والأخلاقية وهذا الخيرية لهذا المفهوم، وفسر هذه الأخيرة من خلال القراءة الهرمية للنموذج وربطها بمجموعة من المسؤوليات تختلف في أهميتها لكن تصب في مفهوم الشركة "كرجل أعمال مسؤول". ويمكن توضيح ما توصل اليه كارول في الشكل التالي:

هرم المسؤولية الاجتماعية للشركات



حسب كارول فانه يجب الانتقال من مرحلة الى أخرى الى غاية الوصول الى قمة الهرم أي المسؤولية الخيرية، فالأهمية الكبرى تكمن في انتهاج مسؤولية اقتصادية بالحفاظ على وجود منافسة قوية من خلال الكفاءة والابتكار، والمستوى الثاني هو احترام الإطار القانوني (تجاري، العمل....)، بينما يشير المستوى الثالث الى المسؤولية الأخلاقية، حيث يرى كارول أن القرارات التي تتخذ لا يجب أن تترك لتحكيم الأفراد فهي تستند على قوانين وقيم موضحاً العلاقة الجوهرية بين الأخلاق والقانون، كما يجب على الشركة أن تتجاوز مجرد تطبيق القانون وتتصرف أخلاقياً بما يتماشى والأعراف والاتجاهات، والوصول للقمة يعني بلوغ الزاوية الخيرية للمسؤولية الاجتماعية، ويسمى هذا اختياري وسمي لدى البعض بالمسؤولية التقديرية، فالشركة رائدة في بنيتها تدفع بحدود مسؤوليتها الاجتماعية بما يناسبها، إن القراءة الهرمية للنموذج لا تقترح حلاً في حالة التعارض بين المسؤولية الاقتصادية والأخلاقية، وتعتب تحقق الأنواع الأربعة من المسؤوليات تحقيق للمسؤولية الشاملة.

- المسؤوليات الاقتصادية: تاريخياً، تم إنشاء منظمات الأعمال ككيانات اقتصادية مصممة لتوفير السلع والخدمات لأعضاء المجتمع، وتقرر دافع الربح كحافز أساسي لريادة الأعمال. كانت منظمة الأعمال هي الوحدة الاقتصادية الأساسية في المجتمع. وعلى هذا النحو، كان دورها الرئيسي هو إنتاج السلع والخدمات التي يحتاجها المستهلكون ويريدونها وتحقيق ربح مقبول في هذه العملية. في مرحلة ما، تحولت فكرة دافع الربح إلى فكرة الحد الأقصى للأرباح، وبقيت هذه الفكرة ثابتة منذ ذلك الحين، حيث تعتمد جميع مسؤوليات قطاع الأعمال الأخرى على المسؤولية الاقتصادية للشركة لأنه بدونها تصبح بقية المسؤوليات غير موضوعية ومثيرة للجدل.

- المسؤوليات القانونية: لم يسمح المجتمع للشركات بالعمل بدافع الربح فقط، ولكن يجب على الشركات الامتثال للقوانين واللوائح التي أصدرتها الحكومات الفيدرالية والوطنية والمحلية باعتبارها الأرضية التي يجب على الشركات أن تعمل في ظلها، وكتنفيذ جزئي "للعقد الاجتماعي" بين قطاع الأعمال والمجتمع، يُتوقع من الشركات متابعة مهامها الاقتصادية في إطار القانون. وتعكس المسؤوليات القانونية وجهة نظر "الأخلاق المقننة" بمعنى أنها تجسد المفاهيم الأساسية للعمليات العادلة على النحو الذي حدده المشرعون. يتم تصويرهم على أنهم الطبقة التالية في الهرم لتصوير تطورهم التاريخي، ولكن يُنظر إليهم بشكل مناسب على أنهم يتعايشون مع المسؤوليات الاقتصادية كمفاهيم أساسية للنظام الحر للمؤسسة.

- المسؤوليات الأخلاقية: على الرغم من أن المسؤوليات الاقتصادية والقانونية تجسد المعايير الأخلاقية حول الإنصاف والعدالة، إلا أن المسؤوليات الأخلاقية تشمل تلك الأنشطة والممارسات التي يتوقعها أو يحظرها أعضاء المجتمع حتى لو لم يتم تقنينها في القانون. تجسد المسؤوليات الأخلاقية تلك المعايير أو القواعد أو التوقعات التي

تعكس الحرص على ما يعتبره المستهلكون، الموظفون، المساهمون والمجتمع على أنه عادلة أو منصف أو تتماشيا مع احترام أو حماية الحقوق المعنوية لأصحاب المصلحة.

- المسؤوليات الخيرية: يشمل العمل الخيري أعمال الشركة التي تستجيب لتوقعات المجتمع بأن تكون المؤسسات مواطن صالح. وهذا يشمل المشاركة في أنشطة وأعمال أو برامج لتعزيز رفاهية الإنسان أو الشهرة. من أمثلة هذه الأعمال الخيرية التبرعات المالية أو بوقت الموظفين التنفيذيين، المساهمات في الفنون أو التعليم أو المجتمع...إلخ. ولعل السمة المميزة بين المسؤوليات الخيرية والأخلاقية هي أن الأولى ليست متوقعة بالمعنى الأخلاقي، فالمجتمعات ترغب في أن تساهم الشركات بأموالها ومرافقها ووقت الموظفين في البرامج أو الأغراض الإنسانية، لكنها لا تعتبر الشركات غير أخلاقية إذا لم توفر المستوى المطلوب. لذلك، فإن الأعمال الخيرية أكثر تقديرية أو طوعية من جانب الشركات على الرغم من وجود التوقعات المجتمعية التي توفرها الشركات دائماً، ومن الأسباب البارزة للتمييز بين المسؤوليات الخيرية والأخلاقية هو أن بعض الشركات تشعر أنها مسؤولة اجتماعياً إذا كانوا مجرد مواطنين صالحين في المجتمع، هذا التمييز يشير إلى أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تشمل التبرعات الخيرية ولكن على سبيل المثال لا الحصر. في الواقع، يمكن القول هنا أن الأعمال الخيرية مرغوبة للغاية وذات قيمة ولكنها في الواقع أقل أهمية من الفئات الثلاث الأخرى للمسؤولية الاجتماعية.

ثالثاً- مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركة

حددت المنظمة الدولية للتقييس ISO أن هناك سبعة مبادئ للمسؤولية الاجتماعية للشركات:

1 - المسائلة: يجب أن تكون منظمة الأعمال مسؤولة عن تأثيرها على المجتمع والاقتصاد والبيئة، خاصة العواقب السلبية الكبيرة لأفعالها وتقبل التدقيق المناسب وتستجيب له، وتتخذ الإجراءات المناسبة لمنع تكرار هذه الآثار السلبية غير المقصودة وغير المتوقعة في المستقبل.

2 - الشفافية: يجب أن تكون منظمة الأعمال شفافة في قراراتها وأنشطتها التي تؤثر على المجتمع والبيئة، وتفصح بطريقة واضحة، دقيقة وكافية عن السياسات، القرارات والأنشطة التي تكون مسؤولة عنها، بما في ذلك آثارها المعروفة والمحتملة في المستقبل على المجتمع والبيئة.

3- السلوك الأخلاقي: يجب أن تتصرف منظمة الأعمال بشكل أخلاقي، وأن يستند سلوكها على قيم الأمانة والإنصاف والنزاهة، تنطوي هذه القيم على اهتمام بالناس والحيوانات والبيئة والالتزام بمعالجة تأثير أنشطتها وقراراتها على مصالح أصحاب المصلحة.

4- احترام مصالح أصحاب المصلحة: يجب على منظمة الأعمال احترام مصالح أصحاب المصلحة والنظر فيها والاستجابة لها، على الرغم من أن أهداف مؤسسة الأعمال قد تكون مقيدة بمصالح مالكيها أو أعضائها أو عملائها، فقد يكون للأفراد أو المجموعات الأخرى حقوقاً أو مطالب أو مصالح محددة التي يجب أن تأخذ بعين الاعتبار بشكل جماعي، ويشكل هؤلاء الأفراد أو المجموعات أصحاب المصلحة في منظمة الأعمال.

5- احترام سيادة القانون: يجب أن تلتزم منظمة الأعمال باحترام سيادة القانون، والأهم من ذلك عدم تعارض سيادة القانون مع الممارسة التعسفية للسلطة.

6- احترام المعايير الدولية للسلوك: يجب أن تحترم منظمة الأعمال قواعد السلوك الدولية، مع الالتزام بمبدأ احترام سيادة القانون. في الحالات التي لا ينص فيها القانون أو تنفيذه على ما يكفي المعايير البيئية أو الاجتماعية، يجب على الشركة أن تسعى جاهدة لاحترام معايير السلوك الدولية كحد أدنى.

7 - احترام حقوق الإنسان: يجب على منظمة الأعمال احترام حقوق الإنسان والاعتراف بأهميتها دولياً، من خلال تعزيز الحقوق المنصوص عليها في المواثيق الدولية للحقوق واحترامها في جميع البلدان والثقافات والأوضاع، والالتزام بمبادئ الحقوق الدولية وقواعد السلوك في حال غياب القوانين الملزمة بشأن ذلك.

رابعاً- دراسة العلاقة بين حوكمة الشركات والمسؤولية الاجتماعية

تُمارس المسؤولية الاجتماعية المقاربة الاجتماعية لحوكمة الشركات، وتُعتبر مطلباً منها، من خلال عدة آليات رئيسية مترابطة:

1- المسؤولية الاجتماعية كممارسة للمقاربة الاجتماعية للحوكمة:

- **بناء الثقة والسمعة:** تُعزز المسؤولية الاجتماعية الشفافية والمساءلة، مما يُبني الثقة مع أصحاب المصلحة وهو ما يترجم بسمعة إيجابية تُعزز جاذبية المستثمرين والعملاء والموظفين المتميزين للشركة، وهو ما يُعدّ هدفاً أساسياً للحوكمة.

- **إدارة المخاطر:** بإدراج المسؤولية الاجتماعية تُحدد الشركة وتُدير مخاطرها الاجتماعية والبيئية، وهو ما يُقلل احتمالية حدوث أزمات أو فضائح قد تُلحق ضرراً بسمعتها ومكانتها المالية، وهو أمر حاسم في الحوكمة الفعّالة.

- **الاستدامة:** تُركز المسؤولية الاجتماعية على الاستدامة البيئية والاجتماعية، مما يُضمن استمرارية الشركة على المدى الطويل. هذه الرؤية طويلة الأمد تُتماشى مع مبادئ الحوكمة الرشيدة التي تهدف إلى تحقيق قيمة مستدامة.

- **الاستجابة للمجتمع:** تُساعد المسؤولية الاجتماعية الشركات على الاستجابة لمخاوف المجتمع، مما يُحسن علاقاتها مع البيئة المحيطة بها. هذا يُقلل من الصراعات ويُعزز التعاون، وهو ما يُعدّ مهماً في الحوكمة الشاملة.

- الابتكار: قد تُحفز المسؤولية الاجتماعية الابتكار في المنتجات والعمليات، مما يُعزز الكفاءة والتنافسية، هذا يُساهم في خلق قيمة مضافة للشركة، وهو هدف أساسي للحوكمة.

2- المسؤولية الاجتماعية كمتطلب من متطلبات حوكمة الشركات:

- الالتزام القانوني والأخلاقي: هناك في بعض الدول قوانين تلزم الشركات بدمج المسؤولية الاجتماعية في ممارساتها، حتى من دون قوانين إلزامية، فإنها تُعتبر التزامًا أخلاقيًا من جانب الشركات تجاه المجتمع، الحوكمة الفعّالة تتطلب الالتزام بالقانون والأخلاق.

- جذب الاستثمارات: تُفضّل العديد من المستثمرين المسؤولين بيئيًا واجتماعيًا الشركات الملتزمة بالمسؤولية الاجتماعية، مما يُسهّل حصولها على التمويل، مما يعزز مرونة الشركات وقدرتها على النمو، وهو ما تُعززه الحوكمة.

- القدرة التنافسية: الشركات التي تُدمج المسؤولية الاجتماعية في استراتيجياتها تكون أكثر قدرة على المنافسة، لأنها تجذب العملاء والموظفين الذين يُقدرون هذه القيم، تُعزز الحوكمة القدرة التنافسية للشركة.

- الحد من المخاطر: كما ذكرنا سابقًا، تُقلل المسؤولية الاجتماعية من المخاطر المالية والسمعية التي قد تُواجه الشركة، تُعتبر إدارة المخاطر عنصرًا حاسمًا في الحوكمة.