

المحتويات :

1. مفاهيم ومصطلحات.
2. خصائص المسؤولية المجتمعية.
3. مبادئ المسؤولية المجتمعية.
4. أبعاد المسؤولية المجتمعية.
5. أهميتها بالنسبة للمؤسسات.
6. عوامل تؤثر في أدائها.
7. فوائدها للمؤسسات والمجتمع.
8. أسس نجاح الشركات في المسؤولية المجتمعية.

المسؤولية المجتمعية :

تعني المسؤولية المجتمعية للشركات أشياء مختلفة حسب رؤية الشركة لها، وكيفية تعريفها لها. فبالنسبة لبعض الشركات

- تعتبر المسؤولية المجتمعية وسيلة لتسويق المنتج.
- بينما ينفذها آخرون لأسباب سياسية.
- ويرى آخرون أنها التزام أخلاقي تجاه المحتاجين .

لكنها:

- مسؤولية تجاه البيئة.
- مسؤولية تجاه أخلاقيات العمل.
- مسؤولية تجاه تنمية المجتمعات المحلية .

يقول دانييل فرانكلين...العالم الأمريكي المشهور في مجال المسؤولية المجتمعية؟ تعتبر المسؤولية المجتمعية للمؤسسات الآن الاتجاه السائد، بعد أن كانت استعراضا لفعل الخير في السابق. إلا أن عددا قليلا من المؤسسات يمارسها بصورة جيدة ؟ إن المؤسسات وخصوصا الكبيرة منها مطالبة الآن وأكثر من أي وقت مضى بتحمل المسؤولية وإن تبادر هذه المؤسسات بمأسسة ذلك من خلال خططها الإستراتيجية، وأن لا تقتصر نشاطاتها في هذا المجال على مجرد تقديم بعض التبرعات ورعاية وتنظيم المؤتمرات وتقديم المبادرات في إطار العلاقات العامة أو قسم التسويق دون وضع الخطط ودراسة الحاجات لنصل إلى ما يسمى بمفهوم "التبرعات الذكية".

البعد الأخلاقي المجتمعي في إدارة المؤسسات يأخذ على عاتقه الانتقال بالعمل من مفهوم تقديم الخدمة التطوعية إلى تطبيق أوسع يقوم على تبني مفهوم المسؤولية المجتمعية التي تركز على التأمل الدائم في محطات المرور المنجزة بالمؤسسة والتأكد من حاجة المجتمع للخدمة المقدمة (الانتقال من مفهوم الترف المؤسسي إلى مفهوم سد الحاجة الفعلية للمجتمع) ، والقدرة على تشخيص مصادر قوتها لإدامتها ودراسة سبلاتها لتلاشيها بهدف القبول والتحسين المستمر وتبني سياسة التغيير والتجدد الدائم ورسم السيناريوهات الأكثر ملائمة للمستهدفات المتوخاة وقياس اثر خدماتها المضافة على المجتمع والبيئة وقدرتها على التنبؤ بمخاطر التنفيذ المتوقعة التي تعترض تحقيق أهدافها الكبرى.

تعريف المسؤولية المجتمعية :

التعريف الأول : الايزو 26000

هي الأفعال التي تقوم بها المؤسسة، لتحمل مسؤولية أثار أنشطتها، على المجتمع والبيئة، حيث تكون هذه الأفعال متماشية مع مصالح المجتمع والتنمية المستدامة، وتكون قائمة على السلوك الأخلاقي، والامتثال للقانون المطبق والجهات العاملة فيما بين الحكومات، وتكون مدمجة في الأنشطة المستمرة للمؤسسة.

التعريف الثاني : مؤسسة العمل الدولية

بأنها المبادرات الطوعية، التي تقوم بها المؤسسات، علاوة على ما عليها من التزامات قانونية. وهي طريقة تستطيع أن تنظر بها أية مؤسسة في تأثيرها على جميع أصحاب المصلحة المعنيين، وتعد المسؤولية المجتمعية للمؤسسات تكملة للوائح الحكومية، أو السياسة المجتمعية، وليست بديلاً عنهما.

التعريف الثالث : منتدى قادة الأعمال

هي أن تقود مؤسستك للعمل بانفتاح وشفافية مع موظفيك وعلاقاتك الخارجية المجتمعية من أجل استدامة مؤسستك في المجتمع وديمومة مؤسستك مع كافة المساهمين .

التنمية المستدامة :

هي عملية تطوير الأرض والمدن والمجمعات وكذلك الأعمال التجارية بشرط أن تلبي احتياجات الحاضر بدون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية حاجاتها.

مفهوم التبرعات الذكية :

التي تضمن وصول المبادرات إلى سد الحاجات بعد إجراء الدراسات المعنية ووضع آليات قياس لمدى النجاح .

حوكمة المؤسسات :

هي العلاقات بين الإدارة ومجلس الإدارة ومساهميها والجهات الأخرى التي لها التزام بالمؤسسة أيضاً تبين الآلية التي توضح من خلالها أهداف المؤسسة والوسائل لتحقيق ومراقبة تلك الأهداف.

إذن يتبين لنا أن جميع التعريفات تريد أن توضح أن المسؤولية المجتمعية عبارة عن ثقافة الالتزام بالمسؤولية ضمن أولويات التخطيط الاستراتيجي للمؤسسة، وتوفير الدعم والمساندة التامة من قبل الإدارة العليا تجاه التنمية المستدامة بإبعادها الثلاث الاقتصادية والاجتماعية والبيئية.

بالنظر إلى جميع التعاريف نجد إنها تشمل على مجموعة الخصائص من أهمها :

1. الإقرار بطواعيتها (عدم الالتزام بها).
2. تكامل السياسات المجتمعية والبيئية والاقتصادية، في الأعمال الإدارية اليومية للمؤسسة.
3. عملية تشاركية تقوم بها المؤسسات.
4. تقوم بها مختلف المؤسسات، بغض النظر عن طبيعة عملها.

مبادئ المسؤولية المجتمعية :

1. مبدأ الإذعان القانوني:
هو مبدأ التزام المؤسسات باللوائح والقوانين والتشريعات المحلية والدولية المكتوبة والمعلنة.
2. مبدأ احترام الأعراف الدولية:
هو احترام المؤسسة للاتفاقيات الدولية والحكومية والإعلانات والمواثيق والقرارات عند قيامها بتطوير سياساتها للمسؤولية المجتمعية.
3. مبدأ احترام مصالح الأطراف المعنية:
إقرار المؤسسة أن هناك تنوع بالمصالح للأطراف المعنية.
4. مبدأ الشفافية:
أن تبين المؤسسة بشكل واضح عن سياساتها وأنشطتها والتأثيرات المعروفة والمحتملة على البيئة والمجتمع.
5. مبدأ احترام حقوق الإنسان:
أن تكون السياسات والممارسات التي تنفذها المؤسسة من شأنها احترام حقوق الإنسان.

أبعاد المسؤولية المجتمعية :

1. البعد الاجتماعي:
لا بد للمؤسسة أن تساهم في تحقيق رفاهية المجتمع الذي تعمل فيه وتحسين ورعاية شؤون العاملين فيها بما ينعكس إيجاباً على زيادة إنتاجيتهم وتنمية قدراتهم الفنية وتوفير الأمن المهني والوظيفي والرعاية الصحية والمجتمعية لهم، ويعد النمط الإداري المنفتح الذي تعمل به المؤسسة حاسماً حيث أن لاعتبار سلوكها الاجتماعي تأثير يتجاوز حدود المؤسسة نفسها.
2. البعد البيئي:
لا بد للمؤسسة أن تراعي الآثار البيئية المترتبة على عمليات منتجاتها والقضاء على الانبعاثات السامة والنفائات، وتحقيق أقصى قدر من الكفاءة والإنتاجية من الموارد المتاحة وتقليل الممارسات التي قد تؤثر سلباً على تمتع البلاد والأجيال القادمة بهذه الموارد. وعلى المؤسسة أن تعي جميع الجوانب البيئية المباشرة وغير المباشرة ذات الصلة في تأدية نشاطاتها، وتقديم خدماتها وتصنيع منتجاتها، كما وعليها استخدام معايير معينه لمعرفة تلك الجوانب البيئية ذات الأثر المتميز، لتتمكن بالتالي من التحسين الفعال لأدائها البيئي. ومن الواجب على تلك المعايير المحددة من قبل المؤسسة نفسها أن تكون شاملة، مثبتة (ممكن إثباتها) وموثقة ومعمول بها.
3. البعد الاقتصادي:
البعد الاقتصادي للمسؤولية المجتمعية لا يشير إلى الربح كجانب من جوانب الأعمال التجارية، إنما يشير إلى الالتزام بممارسات أخلاقية داخل المؤسسات مثل الحكومة المؤسسية، ومنع الرشوة والفساد، وحماية حقوق المستهلك، والاستثمار الأخلاقي. وضمن هذا السياق فعلى المؤسسات أن تقوم بتبني وتطبيق مبادئ المساءلة

والشفافية والسلوك الأخلاقي، واحترام مصالح الأطراف المعنية، واحترام سيادة القانون في اتخاذ القرارات وتنفيذها وتطوير دليل للحكومة المؤسسية خاص بها.

أهمية المسؤولية المجتمعية بالنسبة للمؤسسات :

1. المؤسسة المسؤولة مجتمعيًا تكون فيها مبادئ المساءلة والشفافية والسلوك الأخلاقي، واحترام مصالح الأطراف المعنية، واحترام سيادة القانون مطبقة.
2. المؤسسة المسؤولة مجتمعيًا تلبي جميع المعايير القانونية المطلوبة لصحة وسلامة المستهلك.
3. المؤسسة المسؤولة مجتمعيًا تحقق التوازن في مستوى السلطة والمسؤولية.
4. المؤسسة المسؤولة مجتمعيًا تشجع المشاركة الفعالة، للعاملين الذكور والإناث، في اتخاذ القرارات.
5. المؤسسة المسؤولة مجتمعيًا تأخذ في الحسبان عوامل، مثل تحقيق الحد الأمثل، من علاقات العمل داخل المؤسسة، والقدرة على الابتكار.
6. المؤسسة المسؤولة مجتمعيًا لا تتخبط في أية ممارساتٍ خادعة للمستهلك .
7. أن المسؤولية المجتمعية ترفع بالتأكيد من الميزة التنافسية لأي مؤسسة لأنها تضمن استمرارية ثقافة الإبداع، وتجذب وتساهم في المحافظة على الموظفين المؤهلين، كما أنها تدعم الأداء المالي، وهذه العوامل مجتمعةً نتيجتها السمعة الطيبة للمؤسسة.

عوامل تؤثر على أداء المسؤولية المجتمعية :

1. السمعة العامة للمؤسسة .
2. القدرة لجذب و الاحتفاظ بالموظفات و الموظفين والأعضاء الداعمين .
3. الروح المعنوية السائدة في بيئة العمل ومعدل الإنتاج .
4. وجهة نظر المستثمرين، المتبرعين، ... الخ.
5. القدرة على جذب والاحتفاظ بالزبائن .
6. العلاقة بالشركاء (الحكومة، أجهزة الإعلام، المجهزون...الخ).

فوائد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والمجتمع :

1. تعزيز موقعها وسمعتها داخل المجتمع.
2. تحقيق عوائد طويلة الأجل في الاستثمار الاجتماعي .
3. تتيح الفرصة لابتكار واختبار منتجات وخدمات جديدة.
4. تدريب وتطوير مهارات السكان المحليين بحيث يصبح لديهم روافد يحتاجونها لدخول سوق العمل.
5. تزيد انتماء المجتمع والمتعاملين لها.

أسس نجاح الشركات في المسؤولية المجتمعية :

1. احترام العاملين داخليا والأفراد خارجيا .
2. مساندة المجتمع ودعمه .
3. حماية البيئة داخليا(ما تنتجه الشركة) وخارجيا (ما تتعامل معه) .

أمثلة على الالتزام بالمسؤولية المجتمعية :

1. على سبيل المثال أيضا, النهج الذي اتبعته شركة ارامكس في الحفاظ على البيئة والعاملين داخل الشركة و المشاركة في حل بعض المشاكل المجتمعية ومن الأمثلة عليها, قامت شركة ارامكس بدعم عدد من طلاب الجامعة والتكفل بدفع جميع المصاريف الدراسية ومقابل ذلك أن يقوم كل طالب جامعي بتدريس أربع طلاب من طلاب المدارس وذلك من خلال عقد محاضرات منظمة.
2. واجهت " ستاربكس " مشاكل عدة مع المجتمع المدني وعملائها وذلك لتأثير زراعة القهوة على البيئة والدخول الزهيدة لمزارعي القهوة , ومن خلال الشراكة مع جماعة الحفاظ على البيئة " كونسيرفیشن انترناشيونال " بذلت جهود للتقليل من الاثر الذي تخلفه مزارع القهوة على البيئة وذلك من خلال استخدام القهوة المزروعة بالظل وعدم إلقاء لب حبوب القهوة في الأنهار, وتوفير المأوى للعمالة المستخدمة في زراعتها.
3. حققت شركة "هاينز" المصنعة لأسماك التونة ربحا هائلا وذلك لاستجابتها للخلاف البيئي الدائر حول قتل الدلافين أثناء القيام بصيد اسماك التونة . فنظمت جمعيات البيئة حملات مقاطعة ضد شركة "هاينز" فقررت الشركة أن تصطاد من المناطق التي لا تعيش فيها الدلافين. فعند قيامها بذلك عززت علامتها التجارية وكسبت ترحيب وتهنئة أنصار البيئة.