

المسؤولية الاجتماعية

لقطاع الأعمال والحقوق العمالية

سلسلة كراسات عمالية
كراس (12): "المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال والحقوق العمالية"
إعداد: د. رسلان خضور

مدير التحرير: عبده الأسدي
الإخراج: محمد غيث الحاج حسين
تصميم الغلاف: زكريا شريف

الطبعة الأولى: كانون الأول/ ديسمبر 2011

إصدار: الاتحاد الدولي لنقابات العمال العرب – المعهد العربي للدراسات العمالية
الجمهورية العربية السورية – ساحة التحرير – دمشق

هاتف الاتحاد: 4444974 – 4459544

فاكس: 4420323

موقع الاتحاد: www.icatu56.org

البريد الإلكتروني: icatu@net.sy

المعهد العربي للدراسات العمالية – دمشق – الديماس

هاتف المعهد 3225574 – 3225576

فاكس المعهد 3227400

البريد الإلكتروني: ails99@icatu.org

° الآراء الواردة في الكراس تعبر عن رأي السادة الكتّاب ولا تعبر عن رأي الاتحاد
الدولي لنقابات العمال العرب ولا المعهد العربي للدراسات العمالية.

المسؤولية الاجتماعية
لقطاع الأعمال والحقوق العمالية

د. رسلان خضور

المحتوى

7	قبل المقدمة	
9	المقدمة	
17	مفهوم ودلالات المسؤولية الاجتماعية	[1]
25	موقع الحقوق العمالية في إطار المسؤولية الاجتماعية	[2]
35	لماذا المسؤولية الاجتماعية؟؟	[3]
43	آليات ممارسة المسؤولية الاجتماعية	[4]
57	مكاسب ودوافع قطاع الأعمال للالتزام بالمسؤولية الاجتماعية	[5]
75	المبادرات المحلية في مجال المسؤولية الاجتماعية	[6]
81	المبادرات والتجارب العالمية في مجال المسؤولية الاجتماعية	[7]
89	دور الدولة في تحفيز المسؤولية الاجتماعية	[8]
97	دور النقابات العمالية في ممارسة المسؤولية الاجتماعية	[9]

قبل المقدمة

يمكن الحديث عن المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال في ظل أوضاع وظروف عادية، أما في الظروف غير العادية وفي ظل الملزمات الكبرى والأزمات الكبرى التي تمر بها الدول وسواء كانت هذه الأزمات اقتصادية أم سياسية أم اجتماعية أم كلها مجتمعة فإنه يمكن الحديث عن المسؤولية الوطنية لقطاع الأعمال، حيث تصبح المسؤولية الاجتماعية جزء من المسؤولية الوطنية. هناك قول يردد كثيراً لا أعرف مصدره وتاريخ إطلاقه يقول "رأس المال جبان" أي أنه يحاول الهرب أو يهرب بسرعة إلى ملاذات آمنة عندما يشعر أن هناك أخطاراً تتهدده أو أن هناك فرصاً أفضل لتحقيق أرباح أعلى

في أماكن أخرى أو في نشاطات أخرى وبغض النظر عن الآثار السلبية التي يمكن أن تترتب جراء ذلك على المجتمع الذي كانت تعمل فيه أو الذي ستنتقل إليه، إلا إنني أعتقد أنه ليس هناك من رأس مال جبان بقدر ما هناك أصحاب رؤوس أموال جبناء. فصفة الجبان هذه تطلق على كائنات حية لديها إحساس وشعور ورأي وإرادة، في حين أن رأس المال لا يملك شيئاً من ذلك، بل هو مجرد شيء جامد يتحرك بإرادة البشر الذين يملكونه أو يديرونه. والأوطان هي بالتأكيد ليست مجرد حيز جغرافي لجمع الأرباح والحصول على العوائد والمكاسب أو تكديس الثروات من قبل قطاع الأعمال، بل هي إلى جانب ذلك بل وقبله المكان الذي يفترض أن يجسد فيه قطاع الأعمال مفهوم المواطنة المؤسسية بكل أبعادها من حقوق والتزامات ومسؤوليات.

المقدمة

قبل حوالي أربعة عقود من الزمن وفي الحقبة الزمنية التي كانت ألمانيا تمارس وعلى نطاق واسع فلسفة اقتصاد السوق الاجتماعي، وحيث كانت ثقافة اقتصاد السوق الاجتماعي هي السائدة حتى في ثنايا قطاع الأعمال، كتب رئيس أكبر مصرف الماني-الدويتشه بنك- هيرمان جوزيف آبس عام 1973: "إن الربح هو شرط ضروري لبقاء المشروع على قيد الحياة، وأن أهمية الربح بالنسبة للمشروع كأهمية الهواء الذي يستنشقها الإنسان، ولكن كما أن الإنسان لا يعيش من أجل استنشاق الهواء فقط، كذلك لا يعمل المشروع من أجل تحقيق الربح فقط، فوظيفة المشروع تقديم

خدمات للمجتمع وخلق فرص عمل أيضاً وليس تحقيق ارتفاع اسعار الأسهم فقط” [1]

وكتب الكاتب الالماني أولريش شيفر في آخر فقرة من كتابه “انهيار الرأسمالية”: “إن مستقبل النظام الرأسمالي يتوقف على مدى التغير الذي سيطرأ على الأخلاقية السائدة في المجتمع وعلى إدراك الجميع أن مبدأ المسؤولية الاجتماعية لا يقل أهمية عن مبدأ السوق الحر. أما إذا تجاهل المجتمع هذه الحقيقة فإن اقتصاد السوق معرض للمصير نفسه الذي تعرضت له الاشتراكية: الانهيار والاختفاء عن الوجود” [2].

هذه شهادات مهمة لواقع الحال ولدى الأهمية البالغة للبعد الاجتماعي في النشاط الاقتصادي لقطاع الأعمال. وكم نحن بحاجة لهذه الفلسفة في فهم كنه النشاط الاقتصادي للبشر، وخاصة في زمن

¹ هنا نذكر بأن ألمانيا قد تراجعت خلال العقد المنصرم وبفعل تداعيات العولة عن الكثير من المكاسب الاجتماعية التي تحققت في تلك الحقبة. للمزيد حول الموضوع انظر : هورست أفهيلد، اقتصاد يغدق فقراً ، ترجمة عدنان عباس علي ، سلسلة عالم المعرفة (335)، الكويت 2007 .

² انظر : اولريش شيفر ، انهيار الرأسمالية، ترجمة عدنان عباس علي ، سلسلة عالم المعرفة، يناير 2010 ، ص. 439.

الأزمات الاقتصادية الحالية التي تجوب اقتصاديات العالم، سواء في البلدان النامية أو في البلدان الصناعية المتقدمة، حيث توسعت ليبرالية السوق الرأسمالية المتوحشة المنفلتة من عقابها والتي تحاول إضعاف مؤسسات الدولة أو إلغاء دورها أحياناً وتهميش النقابات العمالية التي تعمل لتلوين النشاط الاقتصادي لقطاع الأعمال بألوان وأبعاد اجتماعية.

إلى جانب هذه الفلسفة في فهم النشاط الاقتصادي هناك فلسفة أخرى يقودها الاقتصادي الأمريكي وحامل جائزة نوبل في الاقتصاد ميلتون فريدمان الذي يتبنى هدف تعظيم الربح لقطاع الأعمال حيث يرى أن الهدف الأساسي لقطاع الأعمال هو تحقيق مصالح المالكين بتعظيم الأرباح وتعظيم قيمة الأسهم وليس مطلوباً من قطاع الأعمال أن يمارس أي نشاطات اجتماعية .

يتفق معظم الاقتصاديون المعاصرون على أن ليس للنمو الاقتصادي قيمة إذا لم يكن مرتكزاً على غايات وأهداف إنسانية، فرفاهية أفراد المجتمع ورفع مستوى معيشتهم هي غاية التنمية والهدف الأول للنمو الاقتصادي. ولا يمكن لمؤسسات قطاع الأعمال أن تنمو وتتطور بشكل مستدام ما لم تبتعد عن النشاطات المترافقة

بأضرار اجتماعية وما لم يكون لها غايات وأهداف إنسانية في مجتمعاتها. والشركات التي تتجاهل بعدها الاجتماعي تعرض نفسها لردود أفعال وضغوط اجتماعية تؤثر في مستقبل نشاطاتها.

وتأسيساً على هذا الفهم لدلالات النمو والتنمية الاقتصادية ظهر قبل عقدين من الزمن مصطلح جديد في حياتنا الاقتصادية هو "التنمية المستدامة" والتي تنطلق من مبدأ أساسي يعتمد على تلبية احتياجات ومتطلبات الأجيال الحالية دون المساس بقدرات الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها ومتطلباتها. والتنمية المستدامة بمفهومها الواسع تعكس منظومة متكاملة تشمل ثلاثة مكونات: المكون الأول اقتصادي يهدف تأمين نمو متواصل في الناتج الإجمالي من السلع والخدمات، والمكون الثاني اجتماعي يهدف تحقيق عدالة وإنصاف في توزيع الدخول والثروات بحيث يكسب الجميع من ثمار التنمية والنمو الاقتصادي ويتم الارتقاء بمستوى ونوعية حياة البشر، و المكون الثالث بيئي يضمن حماية البيئة ويحد من التلوث واستنزاف الموارد البيئية بحيث تحفظ حقوق الأجيال القادمة في الموارد الطبيعية. وتعد المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال أحد

قنوات تحقيق التنمية المستدامة بمعناها الواسع ، بل أن الهدف الرئيسي للمسؤولية الاجتماعية هو المساهمة في التنمية المستدامة. وهذه عملية معقدة في إطار تحقيق التوازن بين البعد الاقتصادي والبعد الاجتماعي والبعد البيئي لنشاطات قطاع الأعمال. وانطلاقاً من ذلك يؤكد مجلس الأعمال العالمي بأن دور قطاع الأعمال في التنمية المستدامة يستند إلى أعمدة ثلاثة: نمو اقتصادي متواصل، تنمية مجتمعية، حماية الموارد الطبيعية والبيئية.

لم يتحقق الكثير في البعد الاجتماعي من "اقتصاد السوق الاجتماعي" الذي نحاول تطبيقه في سورية منذ عدة أعوام بسبب عدم وجود السياسات والمؤسسات والآليات القادرة على ترجمة الشق الاجتماعي (تأمين مشاركة عادلة ومنصفة في نتائج النشاط الاقتصادي لجميع أو للغالبية العظمى من أفراد المجتمع) إلى واقع ملموس وممارسته على الأرض. ولعدم مساهمة قطاع الأعمال في هذا البعد بشكل فاعل ، وإذا كان رجال الأعمال يريدون اقتصاد سوق عليهم أن يلتزموا بمتطلباته الاجتماعية. وأحد أشكال الممارسة الفعلية للمكون الاجتماعي في اقتصاد السوق الاجتماعي هي المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال الخاص.

وهنا قد يكون مفيداً التذكير بأن اقتصاد السوق الاجتماعي يجسد منظومة اقتصادية سياسية اجتماعية متكاملة تأخذ بالمؤشرات والمعايير الاجتماعية للتنمية الاقتصادية (العدالة الاجتماعية والإنصاف والأمن والتماسك الاجتماعي... إلخ) إلى جانب المؤشرات والمعايير الاقتصادية (معدلات نمو الناتج، ارتفاع متوسط نصيب الفرد من الدخل القومي، معدلات العائد والربحية... إلخ). وتجمع منظومة اقتصاد السوق الاجتماعي بين أسس ومعايير الكفاءة الاقتصادية وفعالية السوق ومرونته في الاستخدام الأمثل للموارد لتحقيق الرفاه المادي من خلال الأخذ بقوانين السوق في العرض والطلب والربح والخسارة وحرية التملك والنشاط الاقتصادي وإتاحة المعلومات والفرص أمام الجميع والشفافية وتوفير البيئة التنافسية والشفافية ومنع الاحتكار، وبين الإنصاف والعدالة في توزيع الثروات والدخول وتأمين شبكات الأمان والحماية الاجتماعية عبر تدخل الدولة ومراقبتها للاحتكارات وتدخلها عبر قنوات توزيع وإعادة توزيع الدخول لضمان الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي. وبهذا المعنى تسعى منظومة اقتصاد السوق الاجتماعي لتجنب إخفاقات السوق في تحقيق الاستقرار والتوازن

وعدالة التوزيع ولتجنب إخفاقات التخطيط المركزي للاقتصاد في تحقيق الاستخدام الأمثل للموارد وتحقيق معدلات نمو عالية. ويتطلب اقتصاد السوق الاجتماعي دولة قوية، إلا أنها ليست بالضرورة الدولة التي تمتلك وتنتج، وإن كان يجب أن تمتلك المشاريع الاستراتيجية، بل الدولة القادرة على الضبط والتدخل المستمر وقادرة على التحكم عبر السياسات الاقتصادية والمالية والنقدية لضمان بيئة اقتصاد سوق تنافسية تطلق المبادرات وتحقق الكفاءة والفعالية من جهة وتحقق العدالة الاجتماعية والأمن الاجتماعي من جهة أخرى، بحيث يعوض تدخل الدولة قصور وإخفاقات السوق دون أن تحل الدولة محل آليات السوق.

ولا يشكل اقتصاد السوق الاجتماعي نظاماً ناجزاً مكتملاً، بل ينشأ ويتطور ويتبلور في سياق التطور التاريخي للمجتمع وفي إطار الشروط الخاصة لكل دولة.

وتتزايد أهمية المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال في ظل اقتصاد السوق الاجتماعي. كون هذه المسؤولية جزءاً من الترجمة الحرفية للشق الاجتماعي في اقتصاد السوق.

ولا تعني المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال تخلي الحكومات عن مسؤولياتها الاجتماعية بالتأكيد، بل يأتي ذلك انسجاماً مع اقتصاد السوق الاجتماعي ومع التشاركية بين العام والخاص. فقطاع الأعمال معني بالدرجة الأولى بالنشاط الإنتاجي وتعظيم أرباحه، إلا أنه يجب أن يكون مسؤولاً اجتماعياً، على الأقل، عن المشاكل التي يتسبب بها وأن لا يحقق الأرباح على حساب العاملين والبيئة و المجتمع. ويفترض أن لا يكون نشاط الشركات معزولاً عن أهداف المجتمع والأهداف التنموية.

1 | مفهوم ودلالات المسؤولية الاجتماعية

لكل حقبة تاريخية من حقبة تطور المجتمعات البشرية مفاهيمها ومصطلحاتها التي تعكس تفاعلاتها وأزماتها ونجاحاتها وإخفاقاتها. ولعل مفهوم المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال واحداً من تلك المفاهيم التي لم تكن معروفة قبل عقود قليلة والتي أصبحت متداولة على نطاق واسع عالمياً قبل نهاية الألفية الثانية ومع بدايات الألفية الثالثة. ويمكن القول أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية لا يزال في إطاره الأدبي والمعنوي أكثر منه في بعده التطبيقي العملي. وهناك تعاريف مختلفة صادرة عن مؤسسات دولية وإقليمية وعن أفراد تحاول توضيح المفهوم الذي لم يصل بعد

إلى مستوى المصطلح ، فهناك من يضع المسؤولية الاجتماعية في إطار القيم الدينية الأخلاقية وهناك من يضعها في إطار العمل الطوعي وتقديم التبرعات والهبات للجمعيات الخيرية ومن يضعها في إطار حل المشاكل الاجتماعية.

ونفهم المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال على أنها مسؤولية قطاع الأعمال العام والخاص ، ولكننا سنركز في دراستنا هذه على مسؤولية قطاع الأعمال الخاص.

تعني المسؤولية الاجتماعية أن يكون البعد الاجتماعي والأخلاقي إلى جانب البعد الاقتصادي وتحقيق نمو في الأرباح والعوائد هو المحدد لسلوك قطاع الأعمال ، بحيث يكون التزامه الدائم بمتطلبات التنمية المجتمعية وتحسين نوعية ومستوى وظروف الحياة لأفراد المجتمع أحد معايير تقييم أدائه.

وتعني المسؤولية الاجتماعية ضمان التزام قطاع الأعمال بالقوانين والمعايير الأخلاقية في إطار نشاطاته ذات التأثير على العاملين، على المستهلكين، على البيئة والمجتمعات المحلية وعلى المجتمع ككل.

وكون المسؤولية الاجتماعية تهتم بجوانب التنمية المجتمعية وبالجوانب الأخلاقية للنشاط الاقتصادي إلى جانب اهتمامها بالربحية التجارية وكونها التزام تجاه العاملين وتجاه العملاء والمستهلكين والمجتمع ككل، فإنها يمكن أن تفهم على أنها استثمار طويل الأمد في المجتمع أكثر من كونها عملاً خبيراً أو إنفاقاً يرتب تكاليف على الشركات.

وبناء على بدأت تظهر آليات جديدة لتقييم أداء قطاع الأعمال، فالتقييم التقليدي يستند بشكل أساسي على معدلات الأرباح وتحقيق مصالح المالكين وحملة الأسهم، إلا أن معطيات الواقع والأزمات الاقتصادية والاجتماعية والحراك الشعبي المتجلي باحتجاجات وتظاهرات في أغلب مدن العالم في الشرق والغرب وفي الشمال والجنوب يفرض معايير جديدة للتقييم. وهناك ملامح لظهور ثقافة جديدة تقول أنه يجب ألا يتم تقييم أداء قطاع الأعمال بناء على الربحية فقط، بل بناء على دور هذا القطاع في عملية التنمية المجتمعية أيضاً.

وانطلاقاً مما تقدم نفهم المسؤولية الاجتماعية على أنها التزام متواصل من قبل قطاع الأعمال في التنمية المجتمعية يتجاوز حدود

الأعمال الخيرية. وهي ليست مجرد عمل طوعي فقط، ويجب ألا تفهم على أنها عطاءات، بل هي إحدى واجبات والتزامات قطاع الأعمال الخاص تجاه المجتمع. ويمكن من خلالها الوصول إلى علاقة متوازنة يستفيد منها المانح والمتلقي. وبالتالي يجب ألا تقتصر المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال أو تقزم على شكل صدقات أو تبرعات أو المساهمة في دعم فريق رياضي أو حفل فني أو تنظيم نشاطات اجتماعية،. هذه هي الأشكال البدائية للمسؤولية الاجتماعية، المفهوم أعم وأشمل وأعمق من ذلك .

أكثر من جهة دولية ساهمت في السنوات القليلة الماضية بتحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية ودعمت تطبيقه وممارسته على أرض الواقع.

- ناقشت الجمعية العامة للأمم المتحدة في دورتها الاستثنائية التي عقدت في جنيف عام 2001 مشروع " المبادرات الاجتماعية للشركات" من أجل مواجهة الفقر. وأطلق الأمين العام السابق للأمم المتحدة (كوفي أنان) مبادرة خاصة بتفعيل الدور الاجتماعي للشركات وصدر على شكل تقرير سمي " الميثاق العالمي للمسؤولية الاجتماعية" تضمن عشرة مبادئ توجيهية لدعم المسؤولية الاجتماعية للشركات ومساهمتها الطوعية في التنمية المستدامة،

والعمل على تحقيق معايير دولية لسلوك الشركات في الاقتصاد العالمي. وقد ركزت المبادئ العشر على تعميق مفهوم المواطنة المؤسسية ومبادئ وحقوق العمل الأساسية، حقوق الإنسان، محاربة الفساد و حماية البيئة.

- بلور لاتحاد الأوروبي إطار عمل موحد للترويج للمسؤولية الاجتماعية للشركات ظهر على شكل ما سمي بالورقة الخضراء التي نشرت عام 2001. وقد حدد الاتحاد الأوروبي مفهوم المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال على انه "سلوك تقوم على أساسه الشركات بتضمين الاعتبارات الاجتماعية والبيئية في نشاطاتها وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح بشكل طوعي" [3].

- وتعني المسؤولية الاجتماعية بحسب البنك الدولي للإنشاء والتعمير: التزام أصحاب النشاطات الاقتصادية بالمساهمة وبدوافع ذاتية في التنمية المستدامة من خلال العمل مع مكونات المجتمع المحلي لتحسين مستوى معيشة الناس بما يخدم الاقتصاد والتنمية معاً [4].

3 انظر , Williams and Aguilera 2008

4 انظر بابا عبد القادر، وهيبية مقدم، المسؤولية الاجتماعية ميزة استراتيجية خالقة للقيمة، دراسة حالة شركة سونطراك، جامعة موستاغانم، الجزائر.

- مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة حدد مفهوم المسؤولية الاجتماعية على أنه "التزام مستمر من قبل قطاع الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في التنمية والسعي لتحسين الظروف المعيشية للعاملين وللمجتمعات المحلية والمجتمع ككل" [51].
- منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD قدمت في عام 2001 مجموعة من الإرشادات غير الملزمة للشركات متعددة الجنسيات تتناول: حقوق الإنسان، الإفصاح ومكافحة الفساد، الضرائب، علاقات العمل، حماية البيئة وحماية المستهلك [61].
- يمكننا التفريق بين اتجاهين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية:
 - يرى الاتجاه الأول ضرورة وجود إطار تنظيمي للمسؤولية الاجتماعية وإلزام الشركات بضوابط تنظيمية من قبل الدولة من خلال تعليمات وموائق.
 - في حين ينظر الاتجاه الثاني إلى المسؤولية الاجتماعية على أنه نشاط طوعي لا يتطلب قوانين أو ضوابط تنظيمية أو قواعد محددة تلزم الشركات بمسؤولياتها تجاه المجتمع وكون المسؤولية طوعية

⁵ WBCSD (world Business Council for Sustainable Development), 1999, Meeting exchanging expectations

⁶ انظر الاسرج، حسين، المسؤولية الاجتماعية للشركات، جسر التنمية، منشورات المعهد العربي للتخطيط، العدد التسعون، شباط 2010، الكويت.

سيؤدي وضع الضوابط إلى المزيد من البيروقراطية والروتين، إضافة إلى أن وضع القواعد والضوابط يجعل الشركات تلتزم بما هو مطلوب منها فقط دون زيادة.

إذا نظرنا إلى المفهوم "مسؤولية اجتماعية- social responsibility" نرى أن المسؤولية يترتب عليها التزامات قانونية وعدم الوفاء بهذه الالتزامات يترتب المساءلة القانونية الجنائية والمدنية والإدارية لقطاع الأعمال غير الملتزم بذلك، في حين ترى بعض جهات النظر التي استعرضناها أن المطلوب من الشركات هو واجب أخلاقي طوعي وغير ملزم قانونياً. وانطلاقاً مما تقدم نعتقد أن للمسؤولية الاجتماعية مستويين متلازمين مستوى إلزامي وآخر طوعي. ويجب التفريق بين المسؤولية ذات الطابع الإلزامي (دفع الضرائب، الالتزام بحقوق العاملين، تسجيل العاملين في التأمينات، المسؤولية تجاه البيئة ..) والمسؤولية ذات الطابع الطوعي (الأعمال الخيرية، المساهمة في البحث والتطوير، مسؤوليات تجاه العاملين وتجاه المجتمع).

إذاً للمسؤولية الاجتماعية جوانب اقتصادية، قانونية، إنسانية، أخلاقية وما هي إلا طريقة عمل للمؤسسات تضيء الصبغة

الأخلاقية على نشاطاتها و تكون القضايا الاجتماعية والبيئية جزء من سياساتها وممارساتها.

واضح أن البعد الأخلاقي يحتل موقعاً متميزاً في إطار المسؤولية الاجتماعية. وهنا يمكننا التأكيد بأن الأخلاق ليست مكون هامشي من مكونات النشاط الاقتصادي بل هي مكون مهم من مكونات السوق والعلاقات الاقتصادية والتجارية. وما يلفت النظر في الكثير من الكتابات والأدبيات¹⁷ التي نشرت في العقود الأخيرة هو التركيز على الجوانب الأخلاقية في إطار النشاط الاقتصادي لقطاع الأعمال. وربما تكون العودة إلى الأبعاد الأخلاقية في النشاط الاقتصادي ناجمة عن افتقاد المجتمعات التي نعيشها إلى الممارسات الأخلاقية ومن يفتقد شيئاً يبحث عنه ويحاول استعادته.

⁷ للمزيد انظر : Joseph Desjardins, An introduction to Business Ethics, forth edition, McGaw-Hill, 2011

2 | موقع الحقوق العمالية في إطار المسؤولية الاجتماعية

يمكننا تبويب مجالات المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال ضمن خمسة محاور رئيسية. ويتضح من خلال استعراضنا لتلك المحاور والمجالات أن حقوق العاملين وأنظمة العمل تمثل أحد أهم محاور هذه المسؤولية :

المسؤولية تجاه التشريعات والقوانين

المبدأ الأول من مبادئ المسؤولية الاجتماعية هو احترام القواعد القانونية والالتزام التام بالأنظمة والقوانين واللوائح وتقاليد

وأعراف المجتمع وإدارة النشاطات والأعمال وفق مبادئ وقواعد أخلاقية وتجنب نشاطات الفساد أو القيام بأعمال فاسدة والمساهمة في مكافحة الفساد ولعل حوكمة الشركات وأخلاقيات الشركات جزء من هذه المسؤولية .

المسؤولية تجاه العاملين

يمثل الاهتمام بالعاملين وحقوقهم مجالاً داخلياً للشركات لممارسة المسؤولية الاجتماعية ويعد استثماراً حقيقياً للشركات تحصل على عوائده في الأمدين القصير والبعيد. وتتجسد المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين بالجوانب التالية:

- ضمان حقوق العاملين المادية والمعنوية وعدم اللجوء إلى الفصل التعسفي وضمان تعويضات البطالة.
- الالتزام بأنظمة العمل المتعلقة بالرواتب والأجور والحد الأدنى منها وأماكن العمل الصحية والإجازات مدفوعة الأجر وعمالة الأطفال.
- ضمان تكافؤ الفرص أمام جميع العاملين في الترقى دون تمييز على أساس الجنس أو العرق أو الدين، بحيث يكون التمييز على أساس الكفاءة والمهارات الفردية التي يتمتع بها العاملين فقط.

موقع الحقوق العمالية في إطار المسؤولية الاجتماعية

- تأمين ظروف عمل مناسبة وتوفير متطلبات الأمن والأمان في العمليات الإنتاجية وتوفير الأمن الصناعي تفادياً لحوادث العمل.
- المساهمة في التأمينات الاجتماعية بنسبة تتناسب مع رواتب وأجور العاملين تضمن لهم الحصول على مرتب تقاعدي يضمن لهم حياة كريمة بعد حصولهم على التقاعد.
- تأمين نظام للضمان الصحي و الرعاية الصحية يساهم في طبابة لائقة بالعاملين
- الاهتمام بالتكوين المهني وتنمية المهارات الفنية والإدارية بشكل مستمر من خلال توفير البرامج التدريبية الداخلية والخارجية للعاملين.
- المساعدة في تأمين سكن لائق للعاملين وتأمين وسائل نقل جماعية. واضح أن المسؤولية تجاه العاملين تصب في تحسين مستوى ونوعية الظروف المعيشية للعاملين وعائلاتهم. وهذا يعكس بذات الوقت التوجهات الحديثة في علم الإدارة التي ترى أنه كلما تمتعت قوة العمل بمؤهلات عالية وتدريب جيد وبمستوى وظروف معيشية أعلى كلما كانت القيم المضافة وبالتالي الأرباح المتولدة في منظمات الأعمال أكبر .

المسؤولية تجاه المجتمع

تساهم هذه المسؤولية في مساعدة الحكومات على معالجة المشاكل الاجتماعية وذلك من خلال: المساهمة في تنمية وتطوير المجتمعات المحلية والمناطق الأقل تطوراً والأكثر فقراً، الالتزام بدفع الضرائب المستحقة وعدم التهرب الضريبي، التبرع للمؤسسات والجمعيات الخيرية والمنظمات غير الحكومية وتقديم الإعانات للفقراء ومساعدتهم، إقامة معاهد تعليم وتدريب وتقديم منح دراسية، تقديم إعانات في المجالات الصحية (بناء مستوصفات ومراكز طبية)، المساهمة في النشاطات الثقافية (إقامة مكتبات ونشر كتب)، المساهمة في بناء المنشآت الرياضية ودعم الأنشطة الرياضية، تقديم الإعانات والمساعدات في حالات الكوارث الطبيعية والاجتماعية.

المسؤولية تجاه العملاء والمستهلكين

يخدم هذا النوع من المسؤولية قطاع الأعمال قبل غيره كونه يساهم في تحسين سمعتها التجارية والصناعية وزيادة قدرتها

موقع الحقوق العمالية في إطار المسؤولية الاجتماعية

التنافسية وبالتالي حصتها في الأسواق الداخلية والخارجية وتحقق من خلال ذلك هدفها الرئيسي بزيادة الأرباح. وتتجسد المسؤولية تجاه العملاء والمستهلكين في تأمين متطلبات الأمن والأمان في المنتجات، الالتزام بالشفافية والنزاهة، عدم الغش وتقديم منتجات آمنة عند الاستعمال وغير مؤذية صحياً، توفير البيانات المتعلقة بالمنتجات وكيفية استخدامها وكيفية التخلص منها بشكل آمن عند الانتهاء منها، تحديد فترة صلاحية المنتجات ومكوناتها وبلد المنشأ بشكل واضح وصريح، إعلان وترويج صادق وأمين عن المنتجات، توفير خدمات ما بعد البيع والالتزام بفترة الضمان، إصدار فواتير صحيحة تتضمن المواصفات الفعلية للمنتج، الاستجابة لشكاوي العملاء .

المسؤولية تجاه البيئة

إن حماية البيئة والمحافظة عليها ليست مسؤولية الحكومات فقط بل مسؤولية الجميع بما في ذلك قطاع الأعمال. ويقصد بحماية البيئة مجموعة الإجراءات التي تقود إلى المحافظة على البيئة

وتحسينها وتخفف من الأضرار البيئية أو تزيلها وتقلل من الأضرار البشرية والحيوانية والنباتية والأضرار بالبيئة الطبيعية، وكل ما من شأنه إتاحة إمكانيات التنمية المستدامة للأجيال القادمة. وتشمل حماية البيئة: حماية الهواء والتربة ومصادر المياه والغابات والحياة البرية ومكافحة التلوث البيئي ومنعه ودرء الأخطار البيئية الناجمة عن النشاطات الإنتاجية، استخدام التكنولوجيا البيئية والالتزام بالصناعات النظيفة بيئياً وإنتاج منتجات صديقة للبيئة، والحد من مخلفات المصانع الكيميائية المدمرة للبيئة، إنشاء الحدائق البيئية، الاستخدام الأمثل للموارد الطبيعية. وبهذا المعنى تكون المسؤولية تجاه البيئة مسؤولية أمام الأجيال الحالية والأجيال القادمة.

وقد يكون أحد أهم التزامات قطاع الأعمال تجاه البيئة هو القيام باستثمارات بيئية، التي تعد أحد أدوات تحقيق النمو المستدام والتنمية المستدامة، ومن الاستثمارات البيئية تدوير النفايات الصلبة والسائلة وإقامة محطات معالجة المياه الملوثة ومعالجة الهواء الملوث واستخدام وسائل نقل صديقة للبيئة و تغيير بنية التجهيزات والمعدات المستخدمة في الإنتاج بهدف تخفيف

موقع الحقوق العمالية في إطار المسؤولية الاجتماعية

الانبعاثات والنفائات وزيادة الكفاءة وتحسين استخدام المواد الأولية والاستثمار في الطاقات المتجددة، كطاقة الرياح والطاقة الشمسية والطاقة الحيوية.

لقد أصبح الاهتمام بحماية البيئة نشاطا لا مفر منه بالنسبة للشركات، لتجنب ضغوط الأحزاب والجمعيات البيئية ومنظمات المجتمع المدني، حيث تحولت الاهتمامات الشخصية إلى حركات جماعية منظمة استطاعت تحميل الشركات مسؤولية نشاطاتها الضارة بالبيئة. وهناك الكثير من الأحداث التي كان لها آثار كارثية على البيئة وعلى البشر، كتسرب النفط من منصات شركة النفط الأمريكية اكسون في آلاسكا عام 1989 وحادثة مصنع الكيماويات في بوبال في الهند عام 1984 والتي نجم عنه حوالي 15000 ضحية. إضافة إلى الأضرار المستمرة و الناجمة عن تلوث الهواء والمياه والتربة في مناطق كثيرة من العالم.

لقد تم تطوير الكثير من المعايير البيئية المرتبطة بإنتاج السلع والخدمات التي تفرضها منظمة التجارة العالمية وجهات دولية أخرى وقد لا تستطيع الكثير من الشركات الاستمرار بدون الالتزام بتلك المعايير.

وللتعرف على مدى ممارسة المسؤولية الاجتماعية بدأت تتبلور مجموعة من المعايير التي تساعد في قياس مختلف جوانب هذه المسؤولية:

- مدى الالتزام بأخلاقيات العمل وظروف وشروط العمل والأمان وبالواجبات تجاه العاملين.
- مدى الالتزام بمعايير حماية البيئة واستنزاف الموارد الطبيعية (استهلاك المياه والطاقة، معالجة مخلفات العمليات الإنتاجية الصلبة والسائلة)
- مدى الاندماج في المجتمع (المساهمة في خلق فرص العمل و في التنمية المجتمعية
- مدى الاستثمار في البحث والتطوير (نسبة الإنفاق على البحث والتطوير من إجمالي الأرباح)
- مدى احترام حقوق الإنسان ومراعاة القواعد الأخلاقية (عدم التورط في الرشوة والفساد).

وهناك معايير دولية لقياس المسؤولية الاجتماعية للشركات
فقد أصدرت منظمة **International Organisation for**
Standardization (ISO) معيار عالمي جديد هو الأيزو

موقع الحقوق العمالية في إطار المسؤولية الاجتماعية

ISO 26000 الذي بدأ العمل به في أواخر 2008 ويشمل المجالات التالية: حقوق الإنسان، الحقوق العمالية وممارسات العمل، حماية البيئة، حقوق المستهلك، التنمية والمشاركة المجتمعية. هذا إضافة إلى المعايير والمواصفات المتعلقة بالإدارة البيئية ISO 14000 والمعايير العالمية للمساءلة الاجتماعية.

واضح أن القضايا المتعلقة بالحقوق العمالية وممارسات العمل تشكل ركناً أساسياً من أركان المسؤولية الاجتماعية وهي في ذات الوقت استثماراً داخلياً للشركات تستطيع من خلاله تحقيق مكاسب.

المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال والحقوق العمالية

3 | لماذا المسؤولية الاجتماعية؟؟

لعله من المسلمات أن يؤدي تراجع الدور الاجتماعي لقطاع الأعمال والتفاوت الكبير في توزيع الدخل والثروات إلى أزمات اقتصادية وسياسية وإلى تمزيق وحدة المجتمع ، ويمكن للمسؤولية الاجتماعية أن تساهم ولو بجزء يسير في إعادة التوزيع لصالح الإنصاف والمساهمة في تحقيق الاستقرار والسلم الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والبيئي.

إن عدم تحمل قطاع الأعمال لمسؤولياته ولتبعات نشاطاته وأفعاله تجاه البيئة والمجتمع خلال العقود الماضية قد مهد الطريق لظهور مفهوم المسؤولية الاجتماعية والاهتمام بتطبيقه ليس على المستوى

المحلي بل وعلى المستوى العالمي. كما أن السلوك غير المسؤول لقطاع الأعمال في أغلب النشاطات المحلية والدولية فرضت تبني أسس ومبادئ المسؤولية الاجتماعية لضمان الممارسات الأخلاقية والاجتماعية في النشاط الاقتصادي للشركات وللتمكن من وضع آليات وسياسات لتجسيدها ممارسة على أرض الواقع بحيث تصبح جزءاً من الثقافة المجتمعية. ولعل الاحتجاجات التي انطلقت في أغلب الدول العربية مع بداية عام 2011 تعد دافعاً مهماً للاهتمام بالجوانب الاجتماعية التي يفترض أن يتحمل قطاع الأعمال جزء منها إلى جانب المؤسسات الحكومية الرسمية. ويوماً بعد آخر تصبح المسؤولية الاجتماعية ضرورة ومكملة للدور الحكومي في تحقيق التنمية المستدامة بأبعادها البيئية والاجتماعية والاقتصادية. وأمام قطاع الأعمال خيارين لممارسة مسؤولياته الاجتماعية إما رضوخاً لضغوط المجتمع بأحزابه ومنظماته الأهلية إضافة إلى المؤسسات الحكومية أو رغبة منه في خلق سمعة طيبة تحقق له قبولاً اجتماعياً .

وقد كان للتحديات التي فرضتها العولمة في ظل انفلات السوق الحر من كل الضوابط والنشاط المتزايد للشركات متعددة الجنسيات

وتحرير التجارة وتنامي ظاهرة الفقر والإفقار على نطاق واسع دوراً مهماً في انتشار وتبني المسؤولية الاجتماعية على المستوى العالمي. وكان لردود أفعال مناهضي العولمة وخاصة في الدول الصناعية المتقدمة الدور الأهم في الضغط على قطاع الأعمال والمنظمات الدولية لتبني المسؤولية الاجتماعية. وهناك أعداد متزايدة من الهيئات والمنظمات غير الحكومية النشيطة التي تراقب أداء الشركات تجاه البيئة وتجاه العاملين والمجتمع.

جملة من الأسئلة تطرح نفسها: هل المسؤولية الاجتماعية هي مسؤولية الحكومة ومؤسساتها لوحدها؟؟ أم أن المسؤولية الاجتماعية هي مسؤولية كل مؤسسات الدولة ، بما فيها مؤسسات قطاع الأعمال العام والخاص؟؟ وهل هذه المسؤولية للتعويض عن الدور الاجتماعي للدولة في هذه المرحلة؟ أم أن المسؤولية الاجتماعية تساهم في العدالة الاجتماعية؟ والعدالة هذه أحد مكونات التنمية المستدامة التي تخدم قطاع الأعمال قبل غيره.

بالتأكيد قطاع الأعمال ليس مؤسسات خيرية، بل مؤسسات تسعى لتحقيق أكبر عائد وأقصى ربح ممكن وليس من المقبول

التخلي عن هدف تحقيق الأرباح. ولكن هل يجب أن تكون هذه الأرباح على حساب المجتمع؟؟

تؤسس الشركات للقيام بأنشطة اقتصادية تستطيع من خلالها تحقيق أهدافها المعلن عنها في عقد التأسيس والنظام الأساسي والسجل التجاري أو الصناعي والمستندات الأخرى التي حصلت عليها من المؤسسات الحكومية لمزاولة نشاطاتها. وأغلب الالتزامات والمسؤوليات الاجتماعية غير واردة في تلك الوثائق. وقد يكون من المفيد التفريق بشكل واضح بين الأنشطة الاقتصادية والأنشطة الاجتماعية للشركات وكذلك تحديد الأنشطة الاجتماعية الإلزامية (حماية البيئة، الإلتزام بقوانين العمل، .. الخ) وتلك الأنشطة الطوعية التي يمكن أن تقوم بها الشركات (الأعمال الخيرية وغيرها).

وانطلاقاً من مبدأ المواطنة الذي يضمن لأفراد المجتمع حقوقهم ويرتب عليهم التزامات فإن مبدأ المواطنة هذا ينطبق على الشركات ككيانات اجتماعية لها حقوق وعليها التزامات وواجبات، والتزامها بالمسؤولية الاجتماعية يعد جزء من مبدأ المواطنة. وإذا كان من حق الشركات على الدولة توفير بيئة أعمال مناسبة بما

فيها البنية التحتية والتشريعات والقوانين التي تؤمن مناخاً ملائماً للنشاط الاقتصادي، فإن من واجبها الالتزام بحقوق المجتمع من خلال المحافظة على حقوق العاملين وحماية البيئة والمحافظة عليها والمشاركة في تنمية المجتمعات المحلية التي تنشط فيها. وكون الشركات كيانات اجتماعية تتمتع بمبدأ المواطنة فمن الطبيعي أن تساهم في تنمية المجتمع وليس فقط في تحقيق الأرباح، فنظرية تعظيم قيمة الأسهم وتعظيم الأرباح على حساب أي اعتبارات أخرى، والتي سادت خلال العقود المنصرمة، قد انهارت تماماً مع الأزمة المالية- الاقتصادية العالمية الأخيرة.

بالتأكيد ليس من مهام قطاع الأعمال الخاص أن يضع سياسة اجتماعية شاملة، فهذه مهمة من مهمات المؤسسات الحكومية، ولكن قطاع الأعمال الخاص كما أن له حقوق عليه التزامات تجاه المجتمع ولديه مسؤوليات اجتماعية مطالب بأن يضطلع بها. خاصة في ظل النتائج التوزيعية غير المرضية للسوق وإخفاقاته في مجال التوزيع. والتشاركية بين العام والخاص المطروحة لدينا وفي الكثير من دول العالم بصيغتها الحالية لا تعني التشاركية في

المكاسب وتقاسم الأرباح بل تعني أيضاً وعلى قدم المساواة التشاركية في الواجبات والمسؤوليات الاجتماعية.

ومن أسباب تزايد الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية في السنوات الأخيرة هو تزايد التفاوت في توزيع الدخل والثروات وانتشار البطالة والفقر والتهميش لشرائح واسعة في المجتمع وتزايد الشراكات والتشاركات بين الحكومة والقطاع العام من جهة وقطاع الأعمال الخاص والمجتمع المدني من جهة أخرى.

وإذا كان قطاع الأعمال الخاص قد حل في كثير من المجالات محل القطاع العام الذي تقلص دوره في الكثير من البلدان، فإن ذلك يرتب عليه مسؤولية اجتماعية تتناسب مع حجمه ووزنه في الاقتصاد الوطني، ففي سورية وفي العام 2009، مثلاً، ساهم قطاع الأعمال الخاص بنحو 70٪ من الدخل الوطني، ولا تتعدى نسبة مساهمة هذا القطاع في الضرائب 30 ٪ من إجمالي الإيرادات الضريبية، و90.7٪ من إجمالي العاملين يعملون في القطاع الخاص، إلا أن نسبة تسجيل العاملين في التأمينات الاجتماعية متدنية، حيث تصل نسبة التسجيل (بحسب مؤسسة التأمينات الاجتماعية)

بين 30-50% من العاملين في هذا القطاع، و 57% من إجمالي التكوين الرأسمالي يقوم به القطاع الخاص. وتقع أعباء تكاليف التأمين الصحي والاجتماعي بشكل كبير على عاتق عنصر العمل.

الدولة مكونة من حكومة، قطاع أعمال خاص وعام، مواطنين مستهلكين، جمعيات، أحزاب، نقابات... الخ. ولا يمكن أن تكون المسؤولية الاجتماعية مسؤولية الحكومات لوحدها، وإن كان عليها أن تطلع بالدور المحوري والأساسي. أي أن المسؤولية الاجتماعية ليست مسؤولية السلطة الحاكمة فقط، بل مسؤولية مؤسسات المجتمع المختلفة أيضاً. ونظراً لأن أحجام بعض الشركات وخاصة تلك المتعددة الجنسيات يفوق حجم اقتصاديات بعض الدول أو حجم الحكومات فإن ذلك يرتب عليها مسؤوليات إضافية تجاه مجتمعاتها.

ولعل ضرورات توازن المصالح بين المالكين وحاملي الأسهم والإدارة والعاملين والمستهلكين والمجتمع هو أحد دوافع تبني المسؤولية الاجتماعية.

إن الشركات التي تعمل على تحقيق الأرباح عليها أن تسعى كي تكون مقبولة اجتماعياً من خلال التزامها بقواعد المسؤولية

المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال والحقوق العمالية _____

الاجتماعية، ومن مصلحة الشركات، وخاصة الكبيرة و المساهمة
منها الإفصاح عن أدائها في مجال المسؤولية الاجتماعية إلى جانب
إفصاحها عن قوائمها المالية كون هذا يجعلها أكثر قبولاً في
مجتمعاتها.

4 | آليات ممارسة المسؤولية الاجتماعية

نعتقد، من حيث المبدأ، أن تبني المسؤولية الاجتماعية وممارستها من جانب قطاع الأعمال لا تتم بالوعظ والأمنيات ولذلك لا بد من توفير آليات لضمان ترجمة المفهوم إلى واقع. وبعض هذه الآليات ذو طبيعة إلزامية وبعضها الآخر ذو طبيعة تنظيمية وتحفيزية.

لا يوجد حتى الآن طريقة أو منهجية موحدة ومحددة ومتفق عليها للكيفية التي يمكن من خلالها أن تلتزم الشركات بمسؤولياتها الاجتماعية. وهناك بعض المبادرات والأسس التي تساعد على ذلك: ميثاق غرفة التجارة الدولية بشأن التنمية

المستدامة، مبادرات منظمات الأمم المتحدة (إعلان المبادئ الثلاثية حول الشركات متعددة الجنسيات، السياسة الاجتماعية الصادرة عن منظمة العمل الدولية) المبادئ التوجيهية لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بشأن نشاط الشركات متعددة الجنسيات.

بالتأكيد لم تعد الطريقة التقليدية في تقديم المعونات والأعمال الخيرية من قبل قطاع الأعمال (التاجر أو الحجي في السوق)، رغم الدور الكبير الذي لعبته في السابق، تتناسب مع عصر تسود فيه الشركات الكبيرة و المساهمة والقابضة، وبالتالي لا بد من إيجاد كيانات قانونية مؤسساتية تؤكد الالتزام المؤسسي بالمسؤولية الاجتماعية وتقوم بالدور الاجتماعي لقطاع الأعمال، أي أن هناك حاجة لكيانات مؤسساتية تتناسب والعصر الذي نعيش.

ولعله من المفيد تطوير مفهوم المسؤولية الاجتماعية، الذي يفهمه البعض على أنه مجرد أعمال خيرية، إلى نشاطات أكثر شمولاً تتناول العاملين والمستهلكين والبيئة والمجتمع. بحيث تكون المسؤولية الاجتماعية جزء من فلسفة وثقافة ومبادئ واستراتيجية الشركات.

ليس المطلوب من قطاع الأعمال الإحسان على الفقراء فقط، بل المطلوب منه الالتزام بواجباته المنصوص عليها في القوانين تجاه

المجتمع أولاً ومن ثم القيام بنشاطاته الطوعية تجاه المجتمع. والطريقة المثلى إلى ذلك هي خلق كيانات قانونية خاصة بالمسؤولية الاجتماعية وتخصيص ميزانيات محددة. بمعنى آخر إضفاء الطابع المؤسسي على نشاطات المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال. ولعل إنشاء صناديق المسؤولية الاجتماعية (مؤسسات التنمية والخدمة المجتمعية) يعد واحداً من أهم آليات ممارسة المسؤولية الاجتماعية. فإنشاء مؤسسات وصناديق دائمة يجعل قطاع الأعمال أكثر قدرة على القيام بمهامه الاجتماعية.

ونظراً لشخصنة الأعمال الاجتماعية لدى معظم الشركات وعدم استمراريتها، والتي تأخذ أحياناً نوعاً من المنفعة للشركات أو الأفراد الذين يقدمون مساعدات اجتماعية، فإن تأسيس مؤسسات وصناديق تقوم بالدور الاجتماعي بتمويل من الشركات ونيابة عنها، ينتقل الموضوع من مجرد تقديم صدقة أو عون أو تبرع إلى توفير بنية مؤسسية مستدامة لمواجهة التحديات الاجتماعية (الفقر والبطالة والحرمان، والتخلف)، أي الانتقال من الجهود الفردية المباشرة لأفراد ومؤسسات إلى مرحلة أكثر تنظيماً وأكثر فاعلية تستند إلى العمل المؤسسي لمساعدة شرائح اجتماعية تعاني من مشاكل مالية،

صحية، أو مساندة أشخاص مبدعين ومساعدة المجتمعات المحلية عبر كيانات متخصصة تعمل في إطار كيانات مؤسسية مستمرة أكثر فاعلية وأكثر تنظيماً وأكثر جماعية.

وعند دمج المسؤولية الاجتماعية باستراتيجية عمل الشركات يتم عملياً توليد قيمة اجتماعية لمجمل نشاط هذه الشركات. وذلك من خلال تخصيص جزء من أرباحها لتقدم إلى النشاطات الاجتماعية (نشاطات صحية، تعليمية وبحثية، منح دراسية، تدريبية، اجتماعية، مساعدات مباشرة، حماية البيئة..... إلخ) عبر المؤسسات و الصناديق التي تنشأ لهذه الغاية.

وبقدر ما تكون المسؤولية الاجتماعية جزء من استراتيجية الشركة وجزء من فلسفتها وثقافتها وتقوم بذلك بمحض إرادتها بعيداً عن الضغوط والإكراه، بقدر ما تكون أكثر نجاحاً وتأثيراً في المجتمع. بمعنى آخر أن تكون الشركات هي صاحبة المبادرة للوفاء بمسؤولياتها الاجتماعية وفق مبادئ استراتيجية استباقية (proactive strategy) لا أن تنتظر تعليمات أو ضغوط تلزمها بتحقيق الحد الأدنى المطلوب للوفاء بالمسؤوليات الاجتماعية وفق مبادئ

استراتيجية دفاعية (Defensive strategy). وكما تضع الشركات الخطط والأهداف وتعمل على تحقيقها في مجال الإنتاج والتسويق يمكنها وضع أهداف محددة في مجال المسؤولية الاجتماعية مبنية بحسب المجال (في مجال العمل وحقوق العاملين، في مجال تنمية المجتمعات المحلية، في مجال حماية البيئة، أعمال خيرية... إلخ) مع تحديد فترة زمنية لتحقيق الأهداف الموضوعية، كتقديم 100 منحة دراسية خلال خمس سنوات أو الوصول إلى معالجة كامل المياه الملوثة الناجمة عن الشركة خلال عامين، إتمام تسجيل كافة العاملين في الشركة في التأمينات الاجتماعية خلال عام.

ولا يمكن تعزيز مبادرات المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال الخاص والعام إلا بتأسيس مؤسسات أو صناديق أهلية غير هادفة للربح ممولة من قبل الشركات وتقديم خدماتها لمختلف فئات وشرائح ومناطق المجتمع السوري، بحيث تأخذ المسؤولية الاجتماعية شكلاً تنظيمياً مؤسسياً لها أهداف واضحة وبرامج عمل محددة مما يجعل تأثيرها أكبر. ويمكن أن تقوم هذه المؤسسات والصناديق بتقديم خدماتها في مجالات عدة منها:

1) تنمية المجتمعات المحلية: البيئة، الصحة، التعليم، المساعدات العاجلة ومحاربة الفقر لبعض الشرائح. تقديم دعم وعلاج صحي للقرى النائية والفقيرة، تمويل مشاريع ذات صلة مباشرة بالمحافظة على البيئة.

2) في مجال الإبداع والمعرفة: تقديم الدعم للجامعات والمراكز البحثية والأهلية والثقافية والتراثية، تقديم منح دراسية للحصول على الماجستير والدكتوراه للمتفوقين ورعاية المتفوقين والمبدعين والمبتكرين، تمويل أبحاث وباحثين.

3) نشر ممارسات وثقافة المسؤولية الاجتماعية لقطاع العمال.

المهمة الأساسية لهذه المؤسسات والصناديق تعزيز المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال العام والخاص ونشر خدماتها في مختلف الأقاليم والمحافظات السورية. ويجب أن يكون لهذه المؤسسات والصناديق مجالس إدارة أو مجالس أمناء تقوم على إدارتها. ويمكن الاستفادة من تجارب الدول الأخرى التي سبقتنا في هذا المضمار.

يمكن أن يكون لكل قطاع أو مجال إنتاجي أو خدمي صندوق للمسؤولية الاجتماعية (قطاع البنوك، قطاع التأمين، الصناعات الكيماوية، شركات تجارة السيارات، غرف التجارة والصناعة

والسياحة، سوق الأوراق المالية.... إلخ). ويمكن للشركات الكبرى أن يكون لها صناديقها الاجتماعية الخاصة بها. وقد يكون إنشاء إدارة معنية بالمسؤولية الاجتماعية في كل شركة خطوة تنظيمية متقدمة لممارسة المسؤولية الاجتماعية، حيث تقوم هذه الإدارات بإعداد تقارير دورية تتضمن كل السياسات والإجراءات و المؤشرات الرئيسية للأداء الاجتماعي. وتستطيع الشركات من خلال هذه التقارير طمأنة أصحاب المصالح جميعاً بأنها تهتم بشكل مستمر بمصالح الجميع.

إن إنشاء هذا النوع من المؤسسات والصناديق يجسد آليات جديدة لممارسة الأنشطة الاجتماعية ويعكس مستوى أكثر تطوراً من العمل الجماعي الذي يوحد جهود قطاع الأعمال من أجل التأثير الأكثر فعالية في التنمية المجتمعية وتحقيق نتائج أفضل. ومن شأن ذلك أن يحفز ويجلب الدعم لتلك المشاريع أو لمشاريع جديدة ويحسن إدارتها.

قد يكون من المفيد إيجاد آليات لقياس الآثار التنموية والاجتماعية والبيئية قصيرة وبعيدة المدى المترتبة على ممارسة المسؤولية الاجتماعية، سواء الآثار على الشركات نفسها أو على المؤشرات التنموية والاجتماعية أو على المجتمعات المحلية التي تنشط فيها هذه الشركات على المدى الطويل. وقد يكون هناك صعوبات

تعرض تقييم الآثار الناجمة عن تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية على بعض المتغيرات، مثل، أسعار الأسهم، القيمة السوقية للشركة، العائد على الاستثمار، معدل الربح، فكما هو معلوم معدل الربح يرتبط بعوامل عدة منها سمعة الشركة، وسمعة الشركة مرتبطة بالثقة والجودة والشفافية والمحافظة على البيئة وضمان حقوق العاملين.

كيف يمكن لقطاع الأعمال أن يكون ملتزماً بمسؤولياته الاجتماعية

* تتجسد المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال في ثلاث محاور: المسؤولية تجاه العاملين، المسؤولية تجاه المجتمع، المسؤولية تجاه البيئة.

– المسؤولية تجاه العاملين داخل منظمات الأعمال: القيام بأعمالها ونشاطاتها وابتكار منتجات جديدة وتحقيق الأرباح، إيجاد فرص عمل، تنمية رأس المال البشري (برامج تدريب وتعليم مجاني، بحوث وتطوير مهارات)، تسجيل العاملين لديها في التأمينات الاجتماعية، التأمين الصحي والتأمين الاجتماعي. الاهتمام بظروف وشروط العمل والالتزام بالصحة والسلامة في أماكن العمل، الحقوق الأساسية للعاملين ، ...)

- المسؤولية تجاه البيئة: من خلال المساهمة في حماية البيئة وتنميتها. والبيئة كمرفق اجتماعي يستخدمه ويستنزفه قطاع الأعمال لتحقيق أرباحه وجزء كبير من هذه الأرباح هو على حساب البيئة، أي على حساب المجتمع. فعندما يقوم قطاع الأعمال بنشاطاته الإنتاجية ويحسب تكاليف الإنتاج يحسب التكاليف الداخلية الخاصة (**Privet – Internal Cost**) ويتجاهل التكاليف الاجتماعية أو التكاليف الخارجية (**Social Cost-External cost**) (الناجمة عن نشاطاته والتي يتكبدها المجتمع ككل ولا تحسب ضمن تكاليف الإنتاج ، حيث جزء كبير من تكاليف الإنتاج تكون على حساب استنزاف وتلويث البيئة (الهواء والماء والتربة والضوضاء)، أي على حساب المجتمع ككل.
- المسؤولية المجتمعية والأخلاقية: من خلال دفع الضرائب المترتبة على الأرباح، الاستثمار الاستراتيجي في الأعمال الخيرية والمجتمعية (المساهمة بالأبحاث العلمية، الاهتمام بنوعية المنتجات والخدمات غير الضارة صحياً وبيئياً، تقديم برامج تدريبية للعاطلين عن العمل كعاملين محتملين مستقبلاً، مساعدة الفقراء).

ومن المفيد التفريق بين التكاليف الاقتصادية والتكاليف الاجتماعية التي تتحملها الشركات، ويستتبع ذلك التفريق بين العوائد الاقتصادية والعوائد الاجتماعية التي تجنيها الشركات من جراء التزامها بالمسؤولية الاجتماعية، وبالتالي من مصلحة الشركات الإفصاح عن التكاليف الاجتماعية والأعباء المالية للمسؤولية الاجتماعية بشكل منفصل، فأغلب الشركات لا تهتم بالإفصاح عن الأنشطة الاجتماعية في التقارير والقوائم المالية. والنظم المحاسبية المطبقة لا تشمل في غالبيتها على طرق وأساليب خاصة بمحاسبة الأنشطة الاجتماعية للشركات. وما ينشر عن الأنشطة الاجتماعية لا يتعدى الأعباء المالية للأغراض الضريبية، والتي تنشر كجزء من الأنشطة الاقتصادية للشركة. ولعل النقص في النظم المحاسبية بخصوص المعلومات الخاصة بالأنشطة الاجتماعية هو أحد أسباب عدم إمكانية الشركات الإفصاح في تقاريرها المالية عن أنشطتها الاجتماعية وبالتالي عدم القدرة على تقييم نشاطاتها الاجتماعية بشكل موضوعي. وبما أن المسؤولية الاجتماعية أصبحت أحد مؤشرات تقييم الأداء فإنه من الضروري أن تقوم الشركات بالإفصاح عن المعلومات المتعلقة بذلك

للتمكن من تقييم الأداء وفقاً لمفهوم المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال ولتقييم مدى قبول الشركة اجتماعياً. وهذا يتطلب:

- تحديد الأنشطة الاقتصادية والأنشطة الاجتماعية للشركة بشكل واضح وصريح.
- التفريق الواضح والصريح في سجلات ودفاتر الشركة وقوائمها المالية بين التكاليف الاقتصادية والتكاليف الاجتماعية.
- قياس العوائد الاجتماعية الناجمة عن النشاطات الاجتماعية وقد يكون هناك الكثير من التحديات التي تعترض قياس وتقييم الأنشطة الاجتماعية للشركات بسبب وجود تداخل بين الأنشطة الاجتماعية والأنشطة الاقتصادية وصعوبة الفصل في كثير من الأحيان بين التكاليف الاقتصادية والتكاليف الاجتماعية التي تتحملها الشركات، وبالتالي صعوبة تحديد العوائد والمنافع الناجمة عن كل نشاط وتحديد العوائد داخل الشركة والعوائد في المجتمع الذي تنشط فيه الشركة.

(1) التكاليف الاجتماعية: تتمثل التكاليف الاجتماعية بالمبالغ التي تتحملها الشركة عند قيامها بنشاطات اجتماعية سواء بشكل طوعي أو تطبيقاً للقوانين الصادرة عن الدولة. ويمكن تقسيم هذه التكاليف إلى:

- تكاليف الخدمات الاجتماعية للعاملين في الشركة (نفقات التأمينات الاجتماعية، نفقات المساهمة في المناسبات الاجتماعية للعاملين، نفقات إعانة وإصابات عمل، نفقات علاجية للعاملين، نفقات تدريب وتأهيل و تثقيف، نفقات أنشطة رياضية، نفقات أمن صناعي وحماية للعاملين، ... إلخ)
- تكاليف الخدمات الخاصة بالعملاء والمستهلكين (نفقات تحسين جودة المنتجات، نفقات البحث والتطوير، إلخ)
- تكاليف خدمات المجتمع وحماية البيئة (التبرعات والإعانات الخيرية للجمعيات الخيرية والمشافي والنوادي الرياضية، التبرعات للمؤسسات البحثية والتعليمية، نفقات معالجة تلوث المياه والهواء والتربة، نفقات مساعدة الفقراء وذوي الاحتياجات الخاصة، إلخ)

وهنا يجب التفريق بين التكاليف الاجتماعية التي تتحملها الشركة نتيجة التزامها بمسؤولياتها الاجتماعية وبين مفهوم التكاليف الاجتماعية (الخارجية) بالمفهوم الاقتصادي الكلي والذي يعني تلك التكاليف والخسائر التي يتحملها المجتمع ككل نتيجة النشاط الاقتصادي لقطاع الأعمال، كتلوث مياه الأنهار والبحار وتلوث الهواء والتربة والضوضاء، هذه

التكاليف لا تدخل في حسابات الشركات ولا تعد تكاليف اجتماعية بالنسبة لها مادامت لا تدفع مقابل تلك الأضرار لكن المجتمع ككل هو من يتحمل تلك الأضرار ، وبالمقابل تحقق الشركات الأرباح على حساب المجتمع ككل. ولو تم حساب تلك التكاليف لانخفضت أرباح الشركات ، لذلك من الطبيعي أن تلتزم الشركات بمسؤولياتها الاجتماعية كي تخفف من النتائج السلبية الناجمة عن نشاطاتها الاقتصادية. ويمكن ترجمة الأضرار الصحية وأضرار تلوث المياه والتربة والهواء أو جزء منها إلى قيمة نقدية تمثل التكاليف الاجتماعية وتحولها إلى تكاليف داخلية تتحملها الشركات. ويمكن اعتبار التكاليف التي تتكبدها الشركات لتجنب الآثار الخارجية وللوقاية من التلوث البيئي تكاليف اجتماعية وجزء من التكاليف الداخلية للشركات، ومن هذه التكاليف تكاليف محطات معالجة المياه الملوثة وتجهيزات تنقية الهواء ومعالجة النفايات الصلبة والمخلفات السامة ونفقات التشجير .

(2) المنافع الاجتماعية: ينجم عن ممارسة الشركات لمسؤولياتها الاجتماعية مكاسب وعوائد منها ما هو لصالح الشركات يتمثل في زيادة قدراتها التنافسية وزيادة أرباحها ومنها ما هو مكاسب

لصالح العاملين في الشركات ومنها مكاسب لصالح البيئة و المجتمع الذي تنشط فيه. ونظراً للصعوبات التي تعترض قياس تلك العوائد بشكل مباشر ودقيق وصعوبة تحديد المستفيدين المباشرين أحياناً يمكن اعتبار النفقات الاجتماعية التي تنفق لصالح العاملين والعملاء مكاسب لهم واعتبار قيمة نفقات الخدمات المجتمعية التي أنفقتها قطاع الأعمال مكاسب ومنافع اجتماعية.

15 | دوافع ومكاسب قطاع الأعمال

للتزام بالمسؤولية الاجتماعية

ما هي المكاسب التي يجنيها قطاع الأعمال الخاص من جراء التزامه بالمسؤولية الاجتماعية؟؟ هل تؤثر المسؤولية الاجتماعية سلباً على عوائد الشركات وأرباحها؟؟

هل المسؤولية الاجتماعية مجرد أعباء إضافية؟؟ أم أنها يمكن أن تساهم في خلق قيم تنافسية جديدة للشركات ويكون هناك مكاسب مادية أيضاً إلى جانب المكاسب المعنوية والتي تترجم هي الأخرى بمكاسب مادية؟؟

وما هي دوافع الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية؟؟ من زاوية قطاع الأعمال نفسه.

هناك أسباب كثيرة تدفع قطاع الأعمال لجعل المسؤولية الاجتماعية هدفاً من أهدافه، وكون منظمات الأعمال كيانات اجتماعية فمن الطبيعي أن تساهم في التنمية المجتمعية بكل أبعادها، وفي ذات الوقت هي وسيلة تستطيع من خلالها منظمات الأعمال تحسين سمعتها وصورتها بما يضمن لها الدعم الداخلي والخارجي لأهدافها المتعلقة بتحقيق الأرباح والعوائد المجزية وتحقيق مزايا تنافسية ترقى بأدائها الاقتصادي والاجتماعي.

القناعة السائدة لدى الكثير من أصحاب الأعمال هي أن الأعمال الاجتماعية هي مسؤولية الحكومات فقط، وأن المستفيد من أي نشاط اجتماعي هو المتلقي للمنح وللمساعدات فقط ولا يستفيد المانح شيئاً من ذلك، إلا أن معطيات الواقع تقول غير ذلك. فلا يمكن للشركات أن تتجاهل أن القدرات التنافسية والأداء المالي وأسعار الأسهم وتحقيق الأرباح في ظل عالم متعولم تتأثر وبشكل كبير بما يريده المستهلكون وبمدى التقيد بأخلاقيات الأعمال وبمدى الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية. ولن تكون الشركات مقبولة اجتماعياً ما لم

تحقق قيمة اجتماعية مضافة إلى جانب تحقيق معدلات عائد مرتفعة على الاستثمار. ويمكن اعتبار المسؤولية الاجتماعية استثماراً مستقبلياً وليس مجرد عبء أو تكلفة غير ذات جدوى، بمعنى آخر هي مشروع استثماري مشترك طويل الأجل يكسب منه المانح والمتلقي وله عوائد على المدى الطويل. والجانب الاجتماعي والأخلاقي في الأعمال هو وسيلة للإدارة الجيدة لمنظمات الأعمال ينجم عنها مكاسب اقتصادية لاحقاً. هناك علاقات متبادلة بين منظمات الأعمال والمجتمع. ولا يمكن لمنظمات الأعمال أن تحقق شروط النجاح والاستمرار على المدى الطويل بدون توفر بيئة حاضنة لها، وتعد مساهمة منظمات الأعمال في تنمية المجتمعات المحلية التي تنشط فيها أحد أهم حوامل هذه البيئة، وهي لا تفعل ذلك من منطلق أخلاقي أو وطني فقط بل لأنها تتوقع عوائد من وراء ذلك. فالمحيط المضطرب اجتماعياً يهدد عمل الشركات ووجودها. وكلمما كانت الشركة كياناً فاعلاً في محيطها (تساهم في خلق فرص العمل، تساهم في تأهيل وتكوين العاملين، تطور مستوى منتجاتها، تحترم حقوق العاملين وحقوق الإنسان، تساهم في حماية البيئة، تقوم بنشاطات خيرية طوعية) كلما حققت اندماجاً أكثر في المجتمع.

بمعنى آخر هناك دوافع وأسباب داخلية تجعل قطاع الأعمال أكثر وعياً وأكثر التزاماً بالمسؤولية الاجتماعية.

وقد كان للشركات متعددة الجنسيات والعابرة للقوميات دوراً مهماً في ممارسة المسؤولية الاجتماعية وذلك انطلاقاً من قناعاتها بضرورة تحسين الصورة السيئة التي تكونت في المجتمعات التي تنشط فيها خلال العقود الماضية. فممارسة هذه المسؤولية يحقق لها مكاسب جمة في تلك المجتمعات تتجسد في تحسين الصورة الذهنية السيئة لدى أفراد المجتمعات التي تنشط فيها و تكسب الرأي العام في هذه المجتمعات كما يساعدها ذلك في خلق مزايا تنافسية جديدة. ويمكن للبلدان النامية والمتقدمة على السواء الاستفادة من الخبرات المتراكمة لدى هذه الشركات بخصوص برامج المسؤولية الاجتماعية الأكثر فعالية والأكثر تأثيراً وكيفية وضع وتنفيذ تلك البرامج وأساليب المتابعة الإفصاح وإعداد التقارير.

لاشك أن أهداف الشركات هي توليد الأرباح، وتوليد الأرباح مرتبط بخلق القيم التي تساهم في توليد تلك الأرباح. وينطوي مفهوم المسؤولية الاجتماعية تحت مظلة توليد القيم التي تحقق

مكاسب لأصحاب المصالح المرتبطة بالشركات (المالكين، العاملين، المجتمع، البيئة).

إن خلق القيمة في منظمات الأعمال لم يعد مرتبطاً بالجوانب المادية المالية فقط (العلاقة بين سعر بيع المنتج وتكاليف مدخلات الإنتاج)، بل تعداه إلى المصادر غير المالية المختلفة التي لها دوراً في خلق القيمة، فهناك مصادر معنوية لخلق القيمة تتجسد في العلاقة مع المجتمع والبيئة، العلاقة مع العاملين ومع المستهلكين، إضافة إلى الإبداع وقدرات وكفاءة الإدارة وقيمة العلامة التجارية. وبالتالي فإن القيمة النهائية للشركات لا تتحدد بالربح والجوانب المالية فقط، بل بتفاعل مجموعة من العوامل المادية والاجتماعية. ومسؤولية الشركات هي ليس فقط توليد الأموال بل توليد القيم الاجتماعية التي توزع بشكل منصف بين جميع المساهمين في خلق تلك القيم.

تكمن أهمية المسؤولية الاجتماعية في كونها استثماراً طويل الأجل يعود على الشركات بزيادة في الإنتاج والربح والحد من الصراعات بين الإدارة والعاملين ويزيد من انتماء العاملين لشركاتهم ويحد من الصراعات بين الشركات ومحيطها الاجتماعي.

لقد أثبتت دراسات عديدة أن العلاقة الجيدة للشركات مع المجتمعات المحلية هو مؤشر جيد لنشاط الشركات، والعلاقات غير الجيدة مع المجتمعات المحلية لها منعكسات سلبية على الشركات وأرباحها.

كما أثبتت هذه الدراسات أن هناك علاقة إيجابية بين تحمل الشركات لمسؤولياتها الاجتماعية وبين ما تحققه الشركات من أرباح. ويعود ذلك إلى تحسن العلاقة بين الإدارة والعاملين وارتفاع إنتاجية العاملين، وكذلك تحسن العلاقة بين الإدارة وعملاء الشركات، إضافة إلى تحسن سمعة الشركات داخل مجتمعاتها وتحسن علاقتها بالحكومات [8].

وتتجلى دوافع قطاع الأعمال للالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في النقاط التالية:

- أحد عوامل نجاح الشركات واستمراريتها واستدامة تقدمها هو الاهتمام بالبعد الاجتماعي للعاملين في هذه الشركات، ولدى أغلب الشركات الناجحة عالمياً برامجها وسياساتها الاجتماعية تجاه

8 انظر: Posnikoff,j, Disinvestment from south africa, Contemporary economicpolicy, Vol. 15, Issue 1. 1997.

العاملين فيها وتجاه المجتمع المحلي الذي تنشط فيه. ويتمتع العاملون في هذه الشركات برضا وظيفي مرتفع مما ينعكس إيجاباً على إنتاجية العاملين وبالتالي على مجمل نشاط الشركة. فكما هو معلوم فإن ارتفاع إنتاجية العمل مرتبط وبشكل وثيق بالثقة بين العاملين والإدارة ، فالعامل الذي يشعر بالتزام إدارته بحقوق العمل ويتأمن ظروف العمل ويتقدير إدارته المتواصل لجهوده سيجعله يبذل مجهوداً أكبر ويتفانى في عمله ويستمر لفترة طويلة ويشعر بالولاء لمؤسسته. وعندما يرى العامل أن إدارته لا تقوم بمسؤولياتها تجاه العاملين ولا تحترم حقوق العاملين وأخلاقيات الإدارة فإن ذلك لن يحفزه على تطوير عمله وزيادة كفاءته و يكون في حالة بحث دائم عن بديل آخر في مؤسسة أخرى. وهذا يعني الطرد للكثير من الكفاءات. فالثروة الحقيقية المولدة للقيم المضافة وللأرباح هم العاملون.

إن التزام الشركات بمسؤولياتها الاجتماعية يضمن دعم معظم أفراد المجتمع لأهدافها ونشاطاتها التنموية والمساهمة في الوصول إلى أهدافها، بما في ذلك أهدافها الربحية. فالالتزام الاجتماعي من قبل شركة ما تجاه المستهلكين يعني تقديم سلع وخدمات تراعي شروط الصحة والسلامة والأمان وتحترم ثقافة المستهلك وخصوصياته

الاجتماعية والدينية وأعرافه وعاداته وتقاليده. وهذا من شأنه تحسين سمعة الشركات ويدفع المستهلكون لتفضيل منتجاتها وخدماتها ويقومون بالدعاية المجانية لها. وتكتسب السمعة أهمية كبيرة في عالم تعد فيه السمعة والصورة الذهنية التي يكونها المستهلكون أصولاً معنوية هامة للشركات تترجم بمكاسب مادية.

– ثقة أفراد المجتمع والمستثمرين بالشركات التي تلتزم بمسؤولياتها الاجتماعية يرفع من قيمة أسهم هذه الشركات في سوق الأوراق المالية، فالمستثمرون يتأثرون بالمؤشرات المالية وغير المالية للشركات وهم يؤثرن أيضاً بأسعار أسهمها. فالمستثمر الذي يفكر بشراء سهم شركة ما سيدرس موقفها المالي من حيث الربح والخسارة وستكون ثقته أكبر بالشركة فيما إذا كانت تهتم بأخلاقيات العمل في الشركة، فأخلاقيات عمل الشركة تؤثر في جذب المستثمرين والمساهمين والشركة الملتزمة اجتماعياً وأخلاقياً ستكون قوائمها المالية دقيقة وصادقة ويمكن الاعتماد عليها، ومن شأن ذلك أن يرفع الطلب على أسهمها.

– إن احترام حقوق العاملين يجعلهم أكثر ولاءً ويحفزهم على العمل ويزيد الثقة بين العاملين وإدارة الشركات ويستقطب الكفاءات وهذا ينعكس على شكل زيادة في إنتاجية العمل وتوليد مزيد من الأرباح.

وهذا يعني بالنتيجة النهائية ميزة تنافسية للشركة. ويمكن القول بأن ارتفاع مستوى ولاء العاملين للشركة التي يعملون فيها يعد من أهم المنافع التي تجنيها الشركات من التزامها بالمسؤولية الاجتماعية. إذ أن تحقيق ميزة تنافسية يعد واحداً من الدوافع التي تدفع الشركات للالتزام بالمسؤولية الاجتماعية. والميزة التنافسية تعكس المجالات التي تستطيع الشركة أن تنافس غيرها من الشركات بطريقة أكثر فاعلية وتمثل مصدر قوة للشركة تجاه منافسيها في أحد أنشطتها الإنتاجية أو التسويقية أو التمويلية أوفي مجال مواردها البشرية أو موقعها الجغرافي. وبهذا المعنى لاترتبط الميزة التنافسية بالمعايير المادية كخفض التكاليف وتحسين الجودة فقط ، بل هناك معايير أخرى أخلاقية ، بشرية وقيمية تميز الشركة عن غيرها ويمكن أن تترجم لاحقاً أداءً كمياً.

إذاً لم تعد تعني المزايا التنافسية للشركات ميزة التكلفة والسعر وميزة نوعية وجودة منتجاتها فقط، بل تتسع لتشمل معايير أخرى أخلاقية ومجتمعية وبيئية تميزها عن غيرها من الشركات. فخلق القيمة للشركة وتنميتها لايتحقق فقط من خلال معيار الأرباح المحققة فقط، بل تنمو هذه القيمة نتيجة تفاعل المعايير المادية

والمعايير ذات الطابع الاجتماعي، والتي يصعب قياسها بشكل كمي

أحياناً لتحديد مقدار مساهمتها في خلق وتنمية قيمة الشركة.

– التزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية يساعدها في كسب ثقة المصارف والحصول على الائتمان المصرفي من مؤسسات التمويل المحلية والدولية وخاصة في ظل وجود مؤشرات ومعايير دولية ترتب الشركات بناءً على التزاماتها الاجتماعية والبيئية. وقد تحجم مؤسسات التمويل والمصارف عن تمويل المشاريع غير المنسجمة مع المعايير والتشريعات البيئية ومعايير العمل الدولية. وبالتالي فإن إلتزام قطاع الأعمال بالمعايير البيئية يعد مدخلاً للحصول على تمويل من مؤسسات التمويل الدولية.

– يشكل التزام الشركات بمسؤولياتها الاجتماعية عامل جذب للموارد البشرية المتميزة ويجعلها مركزاً لاستقطاب العناصر البشرية الأكثر كفاءة التي ترفع من قدرة الشركات على الابتكار والتجديد والتميز، خاصة وأن هناك تنافس في سوق العمل بين الشركات على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي على الموارد البشرية المؤهلة والأكثر كفاءة.

– إن التزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية يمنحها سمعة دولية تساعدها على الانضمام إلى سلاسل التوريد العالمية ودخول أسواق الدول الصناعية المتقدمة ويساعدها على الوفاء بالالتزامات التي تفرضها

- بعض التكتلات الاقتصادية والمنظمات الدولية التي تشترط شروطاً بيئية واجتماعية للدخول في علاقات تجارية واقتصادية معها.
- يترتب على المسؤولية الاجتماعية تكاليف تتحملها الشركات إلا أنها تستطيع تعويض هذه التكاليف على المدى الطويل من خلال مستوى ربحية تتحقق بفعل السمعة الجيدة الناجمة عن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية.
- قد تكون المسؤولية الاجتماعية مدخلاً لتحسين صورة قطاع الأعمال الخاص (أو بعض رجال الأعمال)، الذي يعاني في معظم دول العالم من سمعة سيئة نتيجة بعض الممارسات المرتبطة بنشاطاته. إضافة إلى أن ممارسة المسؤولية الاجتماعية يخفف من التوتر والضغط ويخلق بيئة أكثر أمناً لممارسة الأعمال خاصة في ظل تراجع دور الدولة في تقديم الكثير من الخدمات الاجتماعية.
- إضافة إلى ذلك فإن قوانين السوق تفرض نفسها فيما يخص المعايير البيئية المفروضة وفقاً لقوانين وتشريعات محلية أو وفقاً لاتفاقيات دولية، ففي حال عدم قيام الشركات بتلبية طلبات العملاء وفقاً للمعايير البيئية يمكن أن يتحول هؤلاء إلى موردين آخرين. كما أن عدم تطبيق المعايير البيئية سيؤثر سلباً على القدرة التنافسية للمنتجات في الأسواق العالمية التي تشترط منتجات صديقة للبيئة.

لقد أصبح السلوك البيئي للشركات جزءاً مهماً من السياسات التجارية وتفضيلات الأفراد في الدول المستوردة ، فالاتحاد الأوروبي وكذلك منظمة التجارة العالمية دمجوا البعد البيئي والمعايير البيئية في السياسات التجارية. وأصبح ينظر إلى السلع والخدمات البيئية كصناعة ذات سوق واعدة. وبالتالي لا بد من الالتزام بالمعايير البيئية التي من شأنها رفع مستوى القدرة التنافسية للمنتجات الوطنية، خاصة وأن الكثير من الاتفاقيات الدولية تفرض لوائح ومعايير بيئية إلزامية. وبالتالي يصعب دخول الأسواق العالمية ورفع القدرة التنافسية بدون التوافق مع تلك المعايير. فإلى جانب عامل انخفاض التكلفة والعوامل الأخرى دخل عامل آخر مهم في معادلة التجارة الدولية هو العلامات التجارية الفارقة التي تهتم بتطبيق المعايير البيئية العالمية.

يمكننا تلخيص المكاسب التي يجنيها قطاع الأعمال جراء التزامه بمسؤولياته الاجتماعية بالنقاط التالية:

- * تحسين سمعة الشركات مما يحسن قيمتها الاجتماعية.
- * استقطاب قوة عمل أكثر كفاءة.
- * بناء علاقات قوية وثقة متبادلة وتحقيق تقارب مع الحكومات ومكونات المجتمع المختلفة.

- * الاستفادة من الاستقرار والسلام الاجتماعي.
- * تعطي المسؤولية الاجتماعية قيمة مضافة للمساهمين.
- * إخلاص أكبر من قبل العملاء وبالتالي زيادة المبيعات.
- * زيادة الإنتاجية وتحسين النوعية نتيجة الرضا الوظيفي لدى العاملين الذي ينعكس إيجابياً على إنتاجيتهم وعلى تحسين نوعية المنتج.
- * تسهيل دخول الأسواق العالمية التي تشترط معايير بيئية
- * دعم أفراد المجتمع للمؤسسات التي تتحمل مسؤولية اجتماعية.
- * تكوين سمعة طيبة والسمعة الطيبة ركن هام من أركان نجاح الشركات.
- * يمكن تعويض تكاليف المسؤولية الاجتماعية على المدى المتوسط والطويل من خلال السمعة التجارية الجيدة.
- هذه المكاسب الناجمة عن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع والعاملين والبيئة تساهم في زيادة المكاسب و الربحية في الأمْد الطويل ، ولا يمكن أن تتحقق خلال الأمد القصير ، كما هو حال الصفقات التجارية الآنية سريعة المدود لكنها غير قابلة للاستدامة.
- ولكي تستطيع الشركات تحقيق مكاسب مستدامة يجب أن لا يكون التزامها بالمسؤولية الاجتماعية تكتيكياً أو انصياعاً للضغط

المختلفة، بل يجب أن يكون جزء من استراتيجياتها، بحيث يتم ترتيب أولويات التنمية المجتمعية المستهدفة من قبل الشركات وكيفية الوصول إلى أهداف محددة من خلال برامج زمنية ووضع بعض المؤشرات لقياس مدى النجاح في تحقيق الأهداف. ويجب أن تكون المسؤولية الاجتماعية هدفاً ووسيلة. هدفاً كون الشركات كيانات اجتماعية يجب أن يكون لها دور في تنمية المجتمع التي تنشط فيها، ووسيلة تستطيع من خلالها تحسين صورتها أمام مستهلكي منتجاتها والمجتمع مما يرفع أداؤها الاقتصادي وتحقق من خلال ذلك مزايا تنافسية.

وسيكون من المفيد للشركات أن تصرح وأن تعرف بنشاطاتها والتزاماتها الاجتماعية بحيث تكون أحد أدوات العلاقات العامة لديها. هناك دراسات عديدة حاولت تقييم أداء الشركات من خلال المقارنة بين الأرباح المحققة من قبل الشركات التي تتبنى سياسات وبرامج المسؤولية الاجتماعية وبين تلك التي لا تتبنى برامج للمسؤولية الاجتماعية. وقد تبين أن الشركات التي لا تتبنى برامج المسؤولية الاجتماعية إذا شعرت أن الأرباح الناجمة عن هذه البرامج

يمكن أن تتجاوز التكاليف المترتبة على الالتزام بتلك البرامج. وهناك بعض الأمثلة التي تبين المكاسب المالية التي حققتها شركات ملتزمة بالمسؤولية الاجتماعية^[9]:

- ففي بريطانيا ارتفع الادخار في أسهم الشركات الملتزمة بالمسؤولية الاجتماعية خلال العقد الأخير من القرن الماضي من 200 مليون جنيه استرليني إلى أكثر من 2 مليار جنيه استرليني والأهم من ذلك هو أن قيمة أسهم هذه الشركات خلال الثلاث سنوات الأخيرة قد تضاعف .
- بدأ عدد المستثمرين، الذين يشترطون على الشركات التي يستثمرون فيها الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية، بالتزايد. ففي بورصات الولايات المتحدة الأمريكية وصلت نسبة الأصول الاستثمارية التي تخضع لشروط المسؤولية الاجتماعية إلى 10% من إجمالي الاستثمارات.
- بحسب دراسة لجامعة هارفارد فإن الشركات الملتزمة بالمسؤولية الاجتماعية يزيد معدل الربح فيها 18% عن تلك الشركات التي لا تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية. وزاد معدل نمو الشركات الملتزمة اجتماعياً بمعدل أربعة أضعاف.

⁹ انظر: بابا عبد القادر، وهيبة مقدم، مرجع سبق ذكره، ص.15

وللتوضيح نذكر أن هناك دراسات أخرى ترى أن العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والأرباح ليست دائماً إيجابية بسبب ارتفاع تكاليف المسؤولية الاجتماعية الناجمة عن التبرعات ودعم جهود التنمية المجتمعية والتخلي عن إنتاج المنتجات الضارة بالبيئة.

من الضروري تقييم أداء المسؤولية الاجتماعية والتقييم يحتاج إلى معايير قياس. ومن حيث المبدأ ما يصعب قياسه يصعب تطويره لذلك من الضروري وضع أهداف محددة ووضع معايير محددة لقياس أعمال المسؤولية الاجتماعية والآثار الناجمة عنها. والتقييم هنا يجب أن يكون بالنسبة للشركة وبالنسبة للمجتمع ، أي تحليل الأداء الاقتصادي للشركة للتعرف على الأثر على عوائد وتكاليف الشركة نفسها (تحسين صورة الشركة، القدرة على دخول الأسواق الخارجية، تخفيض تكلفة الوحدة، زيادة كفاءة الشركة، زيادة رضا الزبائن، زيادة رضا العاملين، التميز عن الشركات الأخرى) وكذلك الأثر على المجتمع ككل (الوفاء بالمتطلبات البيئية، المشاركة في التنمية المحلية، مدى تجسيد مواطنة الشركة).

ورغم الصعوبات التي تواجهه قياس الآثار الناجمة عن ممارسات المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال هناك بعض المؤشرات

المستخدمة لقياس مدى نجاح برامج المسؤولية الاجتماعية التي تتبناها الشركات. ومن هذه المؤشرات مؤشر الأسواق المالية التابع للفايننشال تايمز الذي يقيس مدى التزام الشركات بالمعايير البيئية وبمبادئ حقوق الإنسان. وهناك مبادئ توجيهية تقوم الشركات بتابعها لتقييم أدائها في مجال المسؤولية الاجتماعية وتشمل تقييماً داخلياً وخارجياً لأداء الشركات مستخدمة الميثاق العالمي وقواعد مبادرة التجارة الأخلاقية ومبادئ منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، مبادئ وأسس إصدار شهادات تفيد بالالتزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية، حيث تساعد هذه المبادئ على فحص وتقييم برامج المسؤولية الاجتماعية التي تنفذها الشركات وبشكل خاص فيما يتعلق بالمسؤولية تجاه البيئة. ومن هذه الشهادات نظم مراجعة الإدارة البيئية، معايير الاتحاد الأوروبي للعلامات البيئية^[10]. وتساعد المعلومات والبيانات الخاصة بالتقييم في الوصول إلى استخلاصات واستنتاجات تساعد في التطوير يستفيد منها قطاع الأعمال نفسه والمؤسسات الحكومية والمجتمع ككل.

¹⁰ انظر المواقع الالكترونية:

http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index_en.htm,
<http://www.ftse.com/ftse4good>

المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال والحقوق العمالية

6 | المبادرات المحلية

في مجال المسؤولية الاجتماعية

يمارس قطاع الأعمال الخاص في المجتمع السوري وفي أغلب المجتمعات العربية بعض من نشاطات للمسؤولية الاجتماعية. ورغم أن هذه النشاطات متجذرة ومتوارثة عبر الأجيال إلا أنها لا تزال تأخذ أشكالاً بدائية، حيث تقوم هذه المجتمعات على التضامن والتكافل الاجتماعي المستند إلى المعتقدات الدينية والثقافة المجتمعية السائدة وينتشر ما يمكن أن يطلق عليه شبكات الحماية الاجتماعية الطبيعية التي تنطلق من الوازع الديني والأخلاقي والإنساني وترتبط بالمبادرات الفردية للأشخاص القائمين عليها

وتأخذ أشكال مختلفة (تقديم إعانات ومساعدات عينية ونقدية للفقراء أو تقديم تبرعات لعلاج مرضى فقراء). وترتبط أحياناً بمناسبات دينية (عيد الأضحى، عيد الفطر، إلخ). وهذه الأشكال من الفعل الاجتماعي لقطاع الأعمال ممتاز ولاشك ويجب تقديرها وتحفيزها والمحافظة عليها كإرث تاريخي، إلا أنها لم تعد تفي أو تتناسب مع المعطيات الحالية لدور قطاع الأعمال ومساهمته في الفعل التنموي للمجتمع في القرن الواحد والعشرين. فالتعامل مع ظاهرة الفقر ومشاكل الفقراء ومشاكل البيئة تحتاج إلى أكثر من معونات وصدقات. فهذه الأشكال من المساهمات الاجتماعية لا ترقى إلى مستوى المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال. فهي لا تأخذ بعداً مؤسسياً ولا تتبع منهجية محددة وواضحة ولا تنظمها ضوابط أو آليات معينة. وبالتالي تبقى رهينة المزاج الشخصي وأحياناً النفوذ و"البريستيج" الاجتماعي. ويبقى سلوك ونشاط بعض الشركات فيما يخص المسؤولية الاجتماعية في إطار العلاقات العامة الهادفة خلق صورة إعلامية تلمع صورة الشركة وتروج وتسوق إيجابياً لها ولعلامتها التجارية ولنشاطاتها في المجتمع الذي تنشط فيه.

لا شك أن هناك نوايا حسنة في ممارسة المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال في سورية وفي كثير من الدول العربية إلا أنها غير ناضجة بعد ولا تزال دون المستوى المطلوب ، ومعظم المبادرات فردية ، شخصية وعلاقات عامة. وعدد الشركات التي تتبنى مفهوم المسؤولية الاجتماعية وتمارسه لا يزال محدوداً والغالبية العظمى من الشركات ، والتي غالبيتها شركات صغيرة ومتوسطة ، ليس لديها معرفة كافية بالمفهوم وبكيفية ممارسته. ومعظم ما تقوم به الشركات المحلية التي تتبنى المسؤولية الاجتماعية يبقى في إطار الأعمال الخيرية (تقديم طعام ولباس..) وتقديم بعض الإعانات ورعاية بعض المناسبات ، التي ليس لها تأثير كبير في جوانب التنمية المجتمعية والبيئة والفقر والبطالة.

وتتسم النشاطات الاجتماعية للشركات بالطابع العشوائي غير المنظم والمبعثرة ، الفردي ، غير الملموس أحياناً ، ويتبنى بعض من رجال الأعمال برامج المسؤولية الاجتماعية لتحقيق غايات سياسية لنيل تأييد في الانتخابات البرلمانية أو المجالس المحلية وتأتي في بعض الأحيان للتباهي وتتركز في مجال العمل الخيري وغير المعلن

في الغالب ولا يتم الإفصاح صراحة عن حجم النفقات التي تنفق على النشاطات الاجتماعية ضمن ميزانيات الشركات. وليس هناك من حوافز لتشجيع الشركات على القيام بنشاطات اجتماعية. وقد تركز بعض الشركات على المجالات التي يكون فيها بريق إعلامي. وقد يحقق هذا النشاط العشوائي لقطاع الأعمال أهدافاً قصيرة الأجل كالدعاية الإيجابية إلا أن الآثار الاجتماعية والاقتصادية والبيئية والثقافية والعلمية متواضعة ولا تقاس ولا تتابع أو تستكمل. وهذا لا يعني التقليل من أهمية هذه النشاطات إلا أن النتائج ستكون أفضل عندما تصبح المسؤولية الاجتماعية جزء من استراتيجية الشركة وتكون مؤطرة في إطار مؤسستي.

قد تكون الشركات الكبيرة هي الأكثر قدرة على ممارسة المسؤولية الاجتماعية من ناحية الامكانيات المالية والتنظيمية والبشرية. والمشكلة في سورية وفي أغلب الدول العربية هي أن أغلب الشركات هي شركات صغيرة ومتوسطة وبالتالي تكون اقل قدرة على تنفيذ برامج لها تأثير كبير في المجتمعات التي تنشط فيها، ويعود ذلك لأسباب تتعلق بتكلفة هذه البرامج أو بسبب عدم توفر الموارد البشرية المؤهلة في هذا المجال. كما أن انتشار اقتصاد الظل وعلى

نطاق واسع في الكثير من الدول العربية يعيق هو الآخر تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية على نحو فعال.

هذه المساهمات الفردية لقطاع الأعمال في المسؤولية الاجتماعية سيكون لها أثر أكبر وأفضل عند مواجهة التحديات الاجتماعية عبر مبادرات جماعية تشاركية بين قطاع الأعمال والحكومة وفي إطار مؤسساتي.

هناك بعض الشركات المحلية التي أصبحت تعي مسؤولياتها الاجتماعية وبدأت بتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية ولديها بعض النشاطات، فعلى سبيل المثال ، يملك اتحاد غرف التجارة برامج للتدريب والتأهيل. وبعض الشركات لديها برامج تقديم إعانات للفقراء وتقديم تكاليف علاج للمرضى الفقراء وتقديم تبرعات للجمعيات الخيرية.

ورغم انتشار بعض أشكال النشاط الاجتماعي لقطاع الأعمال هناك الكثير من المعوقات التي تعوق انتشار المسؤولية الاجتماعية تتمثل في:

- محدودية أو عدم وجود ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى أغلب الشركات ونشر هذه الثقافة يحتاج إلى جهود وسنوات طويلة.

- بدائية الأشكال التنظيمية والمؤسسية لجهود معظم الشركات.
- غياب العمل الاجتماعي التنموي المتجسد بمشاريع تنموية يمكن أن تؤثر بشكل واضح في مستويات المعيشة.
- تواضع الخبرات والمعارف المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية والخلط بين الأعمال الخيرية والمسؤولية الاجتماعية.

7 | المبادرات والتجارب العالمية في مجال المسؤولية الاجتماعية

هناك العديد من المبادرات والتجارب العالمية التي تشير إلى تزايد اهتمام الدول والمنظمات الدولية بالمسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال وكذلك تزايد عدد الشركات الوطنية ومتعددة الجنسيات التي تطبق برامج المسؤولية الاجتماعية. وتشكل هذه التجارب خزاناً معرفياً يمكن الاستفادة منه .

- الميثاق العالمي للأمم المتحدة: عبارة عن مبادرة دولية دعت بموجبها الأمم المتحدة الشركات إلى المشاركة الطوعية في التنمية

المستدامة والالتزام بروح المواطنة المؤسسية. ويتضمن الميثاق عشرة مبادئ أساسية في مجالات معايير العمل وحقوق العاملين وحماية البيئة ومحاربة الفساد وحقوق الإنسان. إلا أن هذه المبادئ هي مبادئ طوعية وليست إلزامية وهي مجرد دعوة من قبل الأمم المتحدة للشركات لممارسة المسؤولية الاجتماعية، إذ أنه لا توجد معايير محددة تبين مدى التزام الشركات بهذه المبادئ رغم أنها تتعلق بحقوق العمل وحماية البيئة وحقوق الإنسان ومكافحة الفساد، وهذه قضايا تتطلب إلزام أكثر مما هي قضايا طوعية.

– دليل منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD): دليل صدر عام 2001 عن منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية موجه للشركات متعددة الجنسيات ويتضمن مجموعة إرشادات وتوجيهات شاملة تحكم نشاط هذه الشركات وتهدف إلى التأكد من أن الشركات تلتزم السياسات والنظم الاجتماعية السائدة وتساهم في تحقيق التنمية المستدامة في المجتمعات التي تنشط فيها وتسعى إلى خلق الثقة بين الشركات متعددة الجنسيات والدول. وتغطي هذه التوجيهات حماية البيئة وحماية المستهلك وحقوق العمل وحقوق الإنسان ومكافحة الفساد. إلا أن ما يعيب هذه الإرشادات والتوجيهات أنها غير ملزمة وهي لا تتعدى كونها دليل عمل لهذه الشركات.

- إعلان منظمة العمل الدولية بخصوص الشركات متعددة الجنسيات والسياسة الاجتماعية: يهدف الإعلان إلى تشجيع الشركات متعددة الجنسيات إلى المساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في البلدان التي تنشط فيها. ويتضمن الإعلان مبادئ طوعية غير ملزمة متعلقة بجوانب اجتماعية يجب على الشركات احترامها (إتاحة فرص التوظيف والمساواة في المعاملة، توفير فرص التدريب والأمان والاستقرار للعاملين، توفير ظروف مناسبة للمعيشة والعمل).
- برنامج البنك الدولي التدريبي حول المسؤولية الاجتماعية: يقدم البنك الدولي برنامجاً تدريبياً من خلال شبكة المعلومات الدولية حول نماذج المسؤولية الاجتماعية وتأثير ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في تنافسيتها. يهدف البرنامج توفير الكفاءات والمهارات لدى الشركات لتمكينها من القيام بمسؤولياتها الاجتماعية.
- إلى جانب هذه المبادرات هناك العديد من التجارب لبعض الدول في تطبيق المسؤولية الاجتماعية.
- الاتحاد الأوروبي: في إطار سعي الاتحاد الأوروبي لإقامة مجتمع يستند إلى نمو مستدام ومستوى معيشي مرتفع وبيئة أفضل وقدرة

عالية على مواجهة تحديات المنافسة العالمية ترى دول الاتحاد أن قطاع الأعمال يستطيع المساهمة في تحقيق هذه الأهداف من خلال تبنيه برامج المسؤولية الاجتماعية، بحيث تكون هذه المسؤولية جزء من استراتيجيات الشركات. لذلك يعمل الاتحاد على تشجيع قطاع الأعمال على تحقيق أهداف اجتماعية محددة وذلك انطلاقاً من أن دور الشركات لا يقتصر على تحقيق النمو الاقتصادي وإنما يتعداه إلى توفير فرص العمل وتحقيق أهداف التنمية المستدامة. ويعمل الاتحاد على تحقيق ذلك من خلال التشجيع وليس من خلال الإلزام أو فرض إجراءات أو قواعد أو سن قوانين كي يجنب الشركات الأعباء ويرفع تكاليف تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية. وقد اهتم الاتحاد الأوروبي بتنفيذ ما هو وارد بالمبادرات والمواثيق الصادرة عن المنظمات الدولية المذكورة آنفاً. ويعمل الاتحاد على إرساء قواعد عامة وبرامج محددة للإعلان عن أفضل الممارسات وأفضل الابتكارات في مجال المسؤولية الاجتماعية. ومن أجل دعم المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال والترويج لها على المستوى الاقليمي والدولي فقد طرح الاتحاد في عام 2001 ما يسمى بالورقة الخضراء والتي تناقش هذه المسؤولية. كما قام بمراجعة خطة الاتحاد للتنمية الاقتصادية والاجتماعية لعام

2010 والتي تعرف باستراتيجية لشبونة، حيث ضمنها مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

وعلى مستوى ممارسات الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي فقد أحدثت بريطانيا في عام 2000 وزارة خاصة للمسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال. ويتمحور دور هذه الوزارة في تشجيع وتنمية المسؤولية الاجتماعية ومساعدة الشركات والمؤسسات الحكومية وتحفيزها على تنفيذ البرامج المتعلقة بها. كما ألزم قانون الشركات البريطاني لعام 2006 الشركات البريطانية بالإفصاح والإبلاغ عن النشاطات الاجتماعية والبيئية.

وتملك الدانمارك تجربة تعد من التجارب الناجحة في مجال المسؤولية الاجتماعية، حيث أطلقت منذ العام 1994 حملة لترويج المسؤولية الاجتماعية، وخصصت بحدود 131 مليون كرونة دانمركية خلال الفترة 1995-1999 للتعريف بالمسؤولية الاجتماعية ونشرها، وتم اختيار مجموعة من الشركات العامة والخاصة التي أبدت رغبتها في المشاركة ببرامج المسؤولية الاجتماعية. وأحدثت الحكومة الدانمركية مؤشراً اجتماعياً لقياس مدى مساهمة الشركات العامة والخاصة في المسؤولية الاجتماعية، حيث يأخذ هذا المؤشر قيماً بين الصفر للشركات التي لا تساهم في

أي نشاط من نشاطات المسؤولية الاجتماعية و100 نقطة للشركات النشيطة جداً . وتمنح الشبكة القومية لمديري الشركات التي أنشئت عام 1996 جائزتين سنويتين للشركات الأفضل في تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية، حيث تمنح إحدى الجائزتين لشركة قطاع عام والأخرى لشركة قطاع خاص [11].

- تختلف التجربة في الولايات المتحدة الأمريكية عنها في دول الاتحاد الأوروبي، حيث يتفاوت أداء الشركات بشكل كبير في مجال المسؤولية الاجتماعية. بعض الشركات لم تبدأ بعد بأي نشاط والبعض الآخر يطبقها منذ سنوات وأصبح لديه تجارب وابتكارات جديدة في الممارسة. وهناك بعض الشركات الكبرى (جنرال موتورز، فورد) التي تضع معايير خاصة بها لقياس نجاحاتها في تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية.
- وفي الدول العربية هناك بعض التجارب في مجال المسؤولية الاجتماعية، ففي مصر تبني اتحاد الصناعات المصرية "مبادرة الميثاق العالمي". وتعد مصر أول دولة عربية تتبنى هذه المبادرة. وبحسب

¹¹ انظر: Rosdahl, Anders. 2002. *The policy to promote social responsibility of enterprises in Denmark*. The Danish National Institute of Social Research. Working Paper no. 10.

التقرير السنوي للميثاق العالمي فقد وصل عدد الشركات المصرية التي انضمت إلى الميثاق عام 2006 بحدود 63 شركة. وتم في عام 2008 وبالتعاون مع برنامج الأمم المتحدة الإنمائي إطلاق المبادرة القومية للمسؤولية الاجتماعية للشركات التي أسست لإنشاء الشبكة المصرية للمسؤولية الاجتماعية الهادفة إلى تحفيز الشركات المصرية على الالتزام بمبادئ الميثاق العالمي للأمم المتحدة والمساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية. وتنفذ الشركات المصرية برامج عديدة في مجال حماية البيئة والتدريب ومكافحة الفقر والتنمية البشرية ومكافحة الفساد وإنشاء مركز الشفافية في وزارة الاستثمار.

- تجربة "مؤسسة الامارات للاتصالات" التي قدمت دعماً مالياً كبيراً لمشاريع التكافل الاجتماعي، مثل، مشروع زايد للاسكان وصندوق الزواج الخيري.

- الكثير من دول العالم تملك تجارب في مجال المسؤولية الاجتماعية تتفاوت في نجاحاتها، مثل، التشيلي، البيرو، المكسيك، الهند، البرازيل، تايلاند، الفلبين، سنغافورة .

تشير التجارب الدولية إلى اختلاف وتفاوت درجات تبني الدول والشركات لبرامج المسؤولية الاجتماعية. وأكدت التجارب أن

نجاح قطاع الأعمال متوقف على مساندة ومساعدة الحكومات للشركات من خلال تقديم الاستشارات وفي بناء القدرات. وتؤكد أغلب الدراسات على الآثار الإيجابية لبرامج المسؤولية الاجتماعية التي يمكن التعرف عليها من خلال مؤشرات التنمية المجتمعية والتنمية البشرية والبيئية وعلى آثارها على نشاط الشركات وعلى أداء العاملين فيها.

8 | دور الدولة في تحفيز المسؤولية الاجتماعية

على الأرجح لن تتحول المسؤولية الاجتماعية إلى ممارسة على الأرض بشكل تلقائي و عفوي ولن يؤدي الوعي والوعظ لوحده لتصبح النشاطات الاجتماعية جزءاً من سياسات الشركات وإستراتيجيتها، فقطاع الأعمال يعتقد أن المسؤولية الاجتماعية هي عملية اختيارية يختار منها ما يناسبه ويترك ما لا يناسبه، لذلك يجب توفير حوافز مادية ومعنوية و أشكال مختلفة للتحفيز والتنظيم والإلزام. وقد بدأت تتبلور أشكال إلزام قانونية محلية ودولية تلزم قطاع الأعمال على

القيام بمسؤولياته الاجتماعية. وما يضمن الممارسة الميدانية لهذه المسؤولية هو وجود أشكال تنظيمية للتحفيز و قوانين وتشريعات.

وللمؤسسات الحكومية دور مهم في توفير مناخ ملائم للشركات وتحفيزها على الالتزام بمسؤولياتها الاجتماعية وفي تنمية هذه المسؤولية والمحاسبة عليها وفي تحفيز قطاع الأعمال على القيام بمسؤولياته الاجتماعية المتعلقة بحماية حقوق العاملين و حماية البيئة وعدم الدخول في نشاطات الفساد وتطبيق الحوكمة، وذلك من خلال المساهمة في وضع الضوابط والمحفزات .

ويتجلى دور الدولة في توفير الجوانب القانونية والتشريعية وفي العقوبات وفي تحفيز الشركات على الالتزام بمسؤولياتها الاجتماعية من خلال: حوافز ضريبية ، تعاقدات حكومية، حوافز معنوية، تحفيز التنافس بين الشركات في مجال المسؤولية الاجتماعية، قوانين حماية البيئة، قوانين حماية العاملين والمستهلكين، تشجيع إنشاء صناديق الدعم الاجتماعي. ومن مهام الدولة تطوير أنظمة العمل والآليات ووضع المعايير لممارسة المسؤولية الاجتماعية. ومن المهم قيام الدولة بنشر الوعي المجتمعي من خلال حملات الترويج للمسؤولية

دور الدولة في تحفيز المسؤولية الاجتماعية

الاجتماعية وزيادة الوعي بأهمية المسؤولية الاجتماعية وتنظيم برامج تدريبية لتدريب متطوعين أو القائمين على نشاطات المسؤولية الاجتماعية في الشركات والتوضيح للمسؤولين ومتخذي القرار كيف يساعد تبني المسؤولية الاجتماعية في التأثير في بيئة الأعمال وفي وصول الشركات إلى سلاسل التوريد العالمية.

ومن مسؤوليات الدولة خلق الأرضية المناسبة للتحويل المجتمعي تجاه المسؤولية الاجتماعية. و إلزام الشركات الكبرى بأن يكون لها سياسة واضحة تجاه المسؤولية الاجتماعية وخاصة تلك التي يكون لنشاطاتها آثاراً سلبية على البيئة والموارد الطبيعية.

وكآلية عملياتية لممارسة المسؤولية الاجتماعية يمكن أن تساعد الدولة وتساهم في تأسيس صناديق للمسؤولية الاجتماعية للشركات (صناديق للتدريب، صناديق للبحث والتطوير، صناديق لحماية البيئة،... إلخ)

ولعله من المفيد أن يكون أحد معايير تقييم الشركات هو مستوى أدائها للمسؤولية الاجتماعية. وأن يكون هناك تفريق وتمييز بين الشركات بناء على التزامها بمسؤولياتها الاجتماعية

من عدمه ، وهناك أكثر من طريقة لمكافحة الشركات ذات الالتزام الاجتماعي وتمييزها وتحفيزها . ومن طرائق وأساليب التحفيز للقيام بالمسؤولية الاجتماعية :

- استبعاد التبرعات والمساهمات الاجتماعية للشركات المقدمة لمؤسسات البحث العلمي وصناديق النشاطات الاجتماعية والجمعيات الخيرية المشهورة من الوعاء الخاضع للضريبة بشرط أن لا تزيد عن نسبة محددة من الأرباح الصافية (10% مثلاً).
- تقديم جوائز معنوية للشركات التي تتبنى المسؤولية الاجتماعية (إطلاق جائزة وطنية للمسؤولية الاجتماعية)
- إطلاق مؤشر المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- إعطاء نقاط تمييز في مجال المشتريات والتعاقدات الحكومية بحسب موقع الشركات في مؤشر المسؤولية الاجتماعية.
- ولمتابعة وتقييم نشاط الشركات في مجال المسؤولية الاجتماعية قد يكون من المهم تأسيس مركز لرصد المسؤولية الاجتماعية للشركات لدى وزارة الاقتصاد والتجارة يمكن أن يطلق عليه "المركز السوري للمسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال" يرصد الأداء الاجتماعي للشركات .

ومن خلال هذا المركز يتم إطلاق المؤشر الوطني للمسؤولية الاجتماعية للشركات، بحيث ترتب الشركات بحسب التزامها بالأبعاد الاجتماعية والبيئية في نشاطاتها. بحيث يتضمن هذا المؤشر مجموعة قواعد أساسية :

- مدى احترام حقوق العاملين وحقوق العمل
 - مدى الالتزام بالمعايير البيئية وحقوق البيئة
 - مدى الابتعاد عن ممارسات ونشاطات الفساد
 - مدى المساهمة في التنمية المجتمعية والأعمال الإنسانية
- يحدد هذا المؤشر مدى التزام الشركات بمسؤولياتها الاجتماعية ويصنفها ويرتبها بناء على ذلك في قوائم تبين الأفضل والأسوأ أداءً. وقد أطلقت مؤشرات من هذا النوع في بعض الدول (الهند، مصر، الولايات المتحدة الأمريكية).

ويمكن اعتماد جائزة سنوية للمسؤولية الاجتماعية من قبل جهة حكومية (وزارة الاقتصاد، مثلاً) لتشجيع الشركات على تنفيذ برامج ذات فائدة مجتمعية وتحفيزها على اتباع أفضل الممارسات التي تساهم في إغناء القيمة الاجتماعية لنشاطاتها بما يعزز قدراتها التنافسية.

وإلى جانب الضغوط والتحفيز من قبل الحكومات يمكن أن تلعب الأحزاب والجمعيات البيئية ومنظمات المجتمع المدني المختلفة دوراً مهماً في وضع حد لطمع الشركات ولتجاوزاتها تجاه المجتمع والبيئة و دوراً مهماً أيضاً في جعل التميز لقطاع الأعمال ليس فقط من حيث حجم الأرباح والقدرة التنافسية ونمو السوق وإنما أيضاً من حيث المسؤولية الاجتماعية. وقد يكون التعاون بين المؤسسات الحكومية ومؤسسات المجتمع المدني وقطاع الأعمال نفسه أفضل ما يمكن فعله لممارسة المسؤولية الاجتماعية.

وإلى جانب دور الدولة تلعب وسائل الإعلام بأشكالها المختلفة دوراً مهماً في نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية وفي تسليط الضوء على المشاكل الاجتماعية الملحة وإبراز الدور الاجتماعي للشركات والتعريف بتجارب الشركات الناجحة والرائدة في العمل الاجتماعي. وقد يكون مفيداً وبمساعدة حكومية تنظيم حملات ترويج واسعة للمسؤولية الاجتماعية لزيادة وعي الشركات بمكاسب تبني المسؤولية الاجتماعية في الأمد المتوسط والطويل.

ولا يقتصر دور وسائل الإعلام في نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية على مستوى مؤسسات قطاع الأعمال فقط، وإنما على

دور الدولة في تحفيز المسؤولية الاجتماعية

مستوى المجتمع ككل وذلك من خلال نشر المعارف والممارسات الخاصة بها و نشر الوعي بأهمية ودور هذه المسؤولية في استقرار المجتمع وتطوره والمساهمة في خلق جو تنافسي بين الشركات في مجال المسؤولية الاجتماعية وخلق التواصل والحوار على مستوى المجتمع حول كل جوانب تلك المسؤولية.

وللتمكن من نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية بشكل منهجي في المجتمع فإنه من المهم تطوير مقررات دراسية جديدة حول المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال تدرس في المعاهد والجامعات السورية. ويمكن الاستفادة من خبرات العديد من الجامعات في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا، التي بدأت بإضافة مقررات دراسية في مجال المسؤولية الاجتماعية إلى برامجها الأكاديمية.

المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال والحقوق العمالية

9 | دور النقابات العمالية في ممارسة المسؤولية الاجتماعية

معلوم إن الدور الأساسي والمحوري للنقابات العمالية هو الدفاع عن مصالح العمال وإلزام قطاع الأعمال بالحقوق العمالية واحترام قواعد وقوانين العمل. وإذا ما نظرنا إلى مبادئ ومحاور المسؤولية الاجتماعية نجد إن الكثير من المبادئ والمطالب التي تنادي بها النقابات العمالية تتلاقى مع مبادئ المسؤولية الاجتماعية، حيث تحتل قواعد ومعايير العمل وحقوق العمال موقعاً متميزاً في نشاطات المسؤولية الاجتماعية. وهناك مناطق مشتركة ونقاط التقاء

كثيرة بين ما تسعى النقابات العمالية لتحقيقه وبين ما تهدف المسؤولية الاجتماعية الوصول إليه.

لقد تعرضت النقابات العمالية خلال العقود الثلاثة الأخيرة في ظل العولة وفي ظل تحرير التجارة على المستوى العالمي وانفلات الأسواق من عقابها إلى عمليات تهيميش وإقصاء ممنهجة من قبل الرأسمالية التي تزداد توحشاً. وإنطلاقاً من المناطق المشتركة بين ما تسعى النقابات العمالية لتحقيقه وبين ما تصبوا المسؤولية الاجتماعية الوصول إليه، يمكن للنقابات العمالية أن تستعيد دورها بعد التهيميش الذي تعرضت له خلال العقود المنصرمة من خلال الدور الهام الذي يمكن أن تلعبه بالتعاون والتنسيق مع الحكومات ومع الأحزاب ومنظمات المجتمع المدني في الضغط على قطاع الأعمال و/أو التعاون معه لجعل المسؤولية الاجتماعية جزء من ثقافته ولتلمزه بممارسة الشق غير الطوعي على الأقل من هذه المسؤولية. وتأتي المبادرات والمواثيق الدولية، التي تتأسس منذ أكثر من عقدين من الزمن، لتعزز جهود النقابات العمالية.

وبقدر ما تكون النقابات العمالية أكثر استقلالية عن الأحزاب السياسية وغير متماهية مع إدارات السلطة التنفيذية بقدر ما تكون

_____ دور النقابات العمالية في ممارسة المسؤولية الاجتماعية

أكثر قدرة على القيام بدورها، فالتماهي مع الإدارات الحكومية يجعل النقابات العمالية مؤسسات بيروقراطية مترهلة تضيع الكثير من حقوق العاملين وتبتعد عن العدالة الاجتماعية والأمن الاجتماعي. هذه الاستقلالية والبعد عن التماهي يمنح النقابات ندية عالية في حوارها مع الحكومة ومع قطاع الأعمال.

خلاصة القول

لقد أثبتت الأحداث وحركة الاحتجاجات الواسعة التي حدثت خلال العام 2011 في الدول العربية وفي دول عديدة من العالم بما في ذلك الدول الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية (حركة احتلوا وول ستريت) أن قطاع الأعمال المستحوز على الدولة وعلى قراراتها إضافة إلى نشاطاته غير المنضبطة وغير الأخلاقية في كثير من الأحيان كانت المحرك لتلك الأحداث ذات الخلفية الاجتماعية المرتبطة بالفقر والبطالة والعدالة الاجتماعية والإنصاف وإتاحة الفرص.

إن التزام قطاع الأعمال بمسؤولياته الاجتماعية التي لا تقف عند التبرعات الخيرية، بل تتجاوزها إلى مبادئ أساسية يلتزم بها قطاع

الأعمال وإلى مجالات واسعة للعمل المجتمعي يجنب المجتمع كوارث وأزمات اقتصادية واجتماعية وسياسية وبيئية تكون نتائجها السلبية أكبر بكثير من التكاليف المتواضعة المترتبة على هذه المسؤوليات . وتكون الفوائد للجميع بما في ذلك قطاع الأعمال نفسه.

سلسلة كراسات عمالية

سلسلة كراسات عمالية تصدر عن المعهد العربي للدراسات العمالية بدمشق التابع للاتحاد الدولي لنقابات العمال العرب. المعهد العربي للدراسات العمالية، مؤسسة عربية بحثية غير حكومية، تأسس عام 1999، في منطقة الديماس بدمشق، وكان هذا المعهد قُدم من الرئيس السوري الراحل حافظ الأسد كهدية للعمال العرب.

غاية المعهد البحث العلمي حول مختلف جوانب العمل النقابي والعمالي على المستويين العربي والعالمي، إضافة إلى استقطابه لعقد ورشات عمل ودورات تدريبية للنقابيين العرب، وليس للمعهد أي ارتباط حكومي، وهو هيئة لا تتوخى الربح التجاري.

ترحب «سلسلة كراسات عمالية» بمساهمات الكتاب حول مختلف القضايا النقابية والعمالية العربية، بما فيها الدراسات الاقتصادية التي تناقش أبعاد وتداعيات الأوضاع الاقتصادية على العمال وسوق العمل في الوطن العربي.

* يراعى في المساهمات ألا تكون قد نشرت أو مقدمة للنشر في مطبوعات أخرى، وأن تكون موثقة بطريقة علمية: اسم المؤلف، عنوان الكتاب، الطبعة، مكان النشر، دار النشر، تاريخه، رقم الصفحة.

* يقدم النص مطبوعاً ورقياً مع القرص الممغنط (الديسك). وتلتزم هيئة التحرير بإعلام الكاتب عن قبولها أو اعتذارها عن نشر المادة، خلال أربعة أسابيع من استلام المادة.

* تصرف مكافأة للمواد المنشورة، مع التقدير أن العمل البحثي لا يمكن أن يقارن بثمن.

صدر من سلسلة كراسات عمالية

- (1) ثقافة العمل في الدول العربية
(أحمد عاطف حسن)
- (2) الحد من الفقر في البلدان العربية
(د حيدر رشيد)
- (3) دور الحركة العمالية العربية في المحافظة على البيئة
(م عدنان موسى)
- (4) التنمية والحوار الاجتماعي
(د عبد القادر عزوز)
- (5) التجسس الاقتصادي في عصر العولمة
(د سمير صارم)
- (6) الاتحاد العام التونسي للشغل ولعب دور الحزب المعارض
(توفيق المديني)
- (7) الحياة العمالية في مصر قبل وبعد 25 يناير 2011
(عبد الوهاب خضر)
- (8) الحركة النقابية الفلسطينية بين عامي (1919-2011)
(حسام شحادة)
- (9) الإعلام النقابي العربي. . . نحو أفق جديد
(فؤاد عبد العزيز)
- (10) الاقتصاد الفلسطيني بعد احتلال مديد
(نبيل السهلي)
- (11) الأمن الغذائي العربي (التحديات والإمكانيات)
(د. ابراهيم سعيد)

