

أهمية الحوكمة في تحقيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

د. محمد زرقون، جامعة ورقلة

Zergounemed@gmail.com

أ. جميلة العمري، جامعة ورقلة

djamilalamri@gmail.com

أ. أم السعد جوهرة بليلة، جامعة ورقلة

المخلص: تهدف هذه الورقة البحثية إلى إبراز مفهوم وحوكمة وأهميتها في تحقيق المسؤولية الاجتماعية للشركات، من خلال التطرق إلى الإطار المفاهيمي لكل من الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية ومن ثم تبيان صلة الربط بينهما وتحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية. حيث تسعى المؤسسات الاقتصادية إلى الاهتمام بالجوانب الاجتماعية التي تتعدى مسؤوليتها الاقتصادية الهادفة إلى تعظيم أرباحها لتشمل المحيط، والأطراف المتعاملة معها من موردين، عاملين، عملاء، منافسين... الخ. في سبيل خدمة المجتمع كافة، لهذا أصبحت الشركات اليوم تسعى لتحسين صورتها من جهة وللعب دور فعال وإيجابي في المجتمع من جهة أخرى. وعليه أرتبط مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات بمفاهيم أخرى ذات العلاقة، والمتمثلة في مصطلح حوكمة الشركات الذي يعتبر من المصطلحات الحديثة في مجال إدارة الأعمال.

مما وجب على الشركات اليوم تطبيق الحوكمة من أجل تحقيق المسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصالح وبالتالي الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع عند القيام بممارسة أعمالها، مما يمكن القول بأن الحوكمة تمثل الصورة والمجسم الحقيقي لتطبيق المسؤولية الاجتماعية في المجال حوكمة المؤسسات. **الكلمات المفتاح:** الحوكمة، المسؤولية الاجتماعية، أبعاد المسؤولية الاجتماعية، أصحاب المصالح، الأداء، المنظمات.

Résumé:

Le but de cet article est de mettre en évidence le concept de gouvernance et son importance dans la réalisation de la responsabilité sociale des entreprises, en abordant chacun du cadre conceptuel de la gouvernance et de responsabilité sociale, et ensuite de démontrer le lien de connexion entre eux et de déterminer les dimensions de la responsabilité sociale. Les institutions économiques, qui cherche à prêter attention aux aspects sociaux qui vont au-delà de la responsabilité économique visant à maximiser leurs profits à comprendre l'océan,

et les parties ont travaillé avec les fournisseurs, les employés, les clients, les concurrents, etc. Au service de la société dans son ensemble, pour cela est devenu entreprises d'aujourd'hui cherchent à améliorer son image d'une main et de jouer un rôle actif et positif dans la société de l'autre. Par conséquent, associée à la notion de concepts de responsabilité sociale de l'autre pertinentes représenté en termes de gouvernance d'entreprise, qui est l'un des termes de gestion d'entreprise moderne .

Qui sont entreprises aujourd'hui l'application de la gouvernance afin de parvenir à la responsabilité sociale envers les parties prenantes et donc l'engagement de la responsabilité sociale envers la communauté lorsque vous faites l'exercice de son activité, qui pourrait être soutenu que la gouvernance représentent la véritable image stéréo et pour l'application de la responsabilité sociale dans le domaine de la gouvernance d'entreprise.

Mots clés: la gouvernance, Responsabilité sociale des entreprises, Dimensions de la responsabilité sociale, Les parties prenantes, performance, Organisations.

المقدمة

تعاضم الإهتمام اليوم بمفهوم الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية في العديد من الإقتصاديات مع تفاقم الأزمة العالمية، لذلك شهدت الشركات تطورت سريعة في بيئة إستثمارية تتسم بالدينامكية ،حيث لم تعد الشركات تسعى لبناء سمعتها فقط بل التركيز على الربح وتحقيق أهدافها هي الفكرة الأساسية التي يتم التركيز عليها لإعادة تشكيل الانسجام والتوافق بين العقلانية الاقتصادية والأخلاقيات من أجل الحصول على أخلاقيات الأعمال والحث على تطبيق الحوكمة في كافة الوحدات الاقتصادية مع التأكيد على مسؤوليتها الاجتماعية أتجاه المجتمع كافة، بسبب غياب دور الحوكمة فيها وضعف الرقابة على أسلوب الإدارة في المؤسسات وعدم التطبيق الفعال لآليات الحوكمة و غياب الدور الاجتماعي للشركات، مما أدى إلى ضياع حقوق المساهمين والعاملين فيها، وبالتالي وجب على هذه المؤسسات تبني الحوكمة وبرامج فعالة للمسؤولية الاجتماعية تأخذ في الاعتبار ظروف المجتمع والتحديات التي تواجهه، والتي تساعد على خلق بيئة قادرة على التعامل مع

التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية مما لاشك أن الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية تعد حجر الزاوية، وأداة مهمة للتخفيف من حدة هذه المشاكل.

إذا ما إلتزمت المؤسسات بفلسفة الحوكمة و أهميها في تحقيق المسؤولية الاجتماعية فان ذلك سيتم نحو الإلتزام اجتماعي والمساءلة اجتماعية، وليس فقط أمام أصحاب الشركات، بل أمام أصحاب المصالح بمن فيهم الموظفين والعملاء والحوكمة والشركاء وبالتالي يمكن اعتبار المسؤولية الاجتماعية وسيلة تسعى من خلالها الشركات إلى إدارة وتنظيم علاقاتها بالأطراف الفاعلة معها وبتطبيق الجيد لمبادئ الحوكمة، مما سيعزز من سمعتها، وبالتالي التزم المؤسسات الاقتصادية بتوفير البيئة المناسبة، وعدم تبديد الموارد، لرفع من حصتها في السوق. وفي ضوء ذلك يمكننا طرح الإشكالية التالية:

إلى أي مدى تساهم الحوكمة في تحقيق المسؤولية الاجتماعية للشركات ؟
قمنا بدراسة وعرض هذا الموضوع عبر تجزئته إلى المحاور الأساسية التالية:

✓ المحور الأول: الإطار النظري لحوكمة الشركات؛

✓ المحور الثاني: الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية؛

✓ المحور الثالث: أبعاد المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بحوكمة الشركات.

أولاً: الإطار النظري لحوكمة الشركات.

1- مفهوم حوكمة الشركات.

تطرق العديد من الاقتصاديين والمحللين والخبراء إلى أهمية ومدى تأثير مفهوم حوكمة الشركات في العديد من النواحي الاقتصادية والقانونية والاجتماعية الهادفة إلى صالح الأفراد والمؤسسات والمجتمعات ككل بما يعمل على سلامة الاقتصاديات وتحقيق التنمية الشاملة في كل من الدول المتقدمة والناشئة على حد سواء ؛ وهو الأمر الذي دعا إلى تعاظم الاهتمام بآليات ومعايير وتطبيقات حوكمة الشركات.

تجدر الإشارة إلى إنه على المستوى العالمي لا يوجد تعريف أوحده متفق عليه بين كافة الاقتصاديين والقانونيين والمحللين من حيث الافتقار إلى تعريف موحد لهذا Corporate Governance Encyclopedia وهذا ما تؤكد عليه موسوعة المفهوم، ولكن قد يرجع ذلك إلى تداخله في العديد من الأمور التنظيمية والاقتصادية والمالية والاجتماعية للشركات وهو الأمر الذي يؤثر على المجتمع والاقتصاد ككل.

ولكن في مجمله يمكن إيجاز أهم التعاريف المتعلقة بحوكمة الشركات فيما يلي: I

❖ بأنها مجموعة القواعد الطموحة الموجهة لإعانة ومساعدة المسيرين في الإلتزام بالتسيير الفاعلة عبر نشاطات هؤلاء في مجال التسيير، والتي أصبحت من المتطلبات المثلى في كل المحيطات الاقتصادية والتي لا تستبعد أي عنصر من النشاط الإنساني.

❖ كما يلاحظ أن كلمة الحوكمة مشابه لكلمة الرقابة، لذلك عرفت بأنها: "الإجراءات المستخدمة بواسطة ممثلي أصحاب المصلحة في المؤسسة، لتوفير إشراف على المخاطر ورقابة المخاطر التي تقوم بها الإدارة." ❖ كما يصف تقرير منظمة التعاون و التنمية الاقتصادية عام 1992 حوكمة الشركات كما يلي: "يعتمد اقتصاد دولة ما على ريادة وكفاءة الشركات، وهكذا فإن الفاعلية التي تؤدي بها مجالس الإدارة لمسؤولياتها تحدد الوضع التنافسي للدولة، وهذا هو جوهر أي نظام لحوكمة الشركات." وتواصل المنظمة في توثيق بسيط و محكم في جملة بسيطة ولكنها شهيرة عملية الحوكمة وهي: حوكمة الشركات هي نظام بمقتضاه تدار و تراقب الشركات " 2

❖ **تعريف الحوكمة على ضوء الممارسات الأخلاقية ووفق منظور السلوك الأخلاقي والمهني:** بمقتضى مراعاة الضمير المهني والعامل الأخلاقي لممارسة أعمال الإدارة يأخذ مفهوم الحوكمة أبعاداً أخلاقية سلوكية كما يلي: " النظام الذي يتم من خلاله توجيه أعمال المنظمة ومراقبتها على أعلى مستوى من أجل تحقيق أهدافها والوفاء بالمعايير اللازمة للمسؤولية والنزاهة والشفافية" ❖ فتعرف مؤسسة التمويل الدولية IFC الحوكمة بأنها: " هي النظام الذي يتم من خلاله إدارة الشركات والتحكم في أعمالها " 3

من خلال هذا التعريف يتضح لنا بأن مفهوم الحوكمة يحمل في طياته العديد من المفاهيم السلوكية والمسؤولية الاجتماعية وخاصة التوازن في تحقيق مصالح كافة أطراف المشروع الإقتصادي، ومن أهمها: الانضباط والشفافية والمساءلة والمسؤولية والعدالة والمسؤولية الاجتماعية و مما سبق يمكن أن نعرف حوكمة الشركات بأنها " النظام الذي يتم من خلاله توجيه أعمال المؤسسة و مراقبتها على أعلى مستوى من أجل تحقيق أهدافها و الوفاء بالمعايير اللازمة للمسؤولية والنزاهة والشفافية." **2- أهداف حوكمة الشركات.**

تحقق حوكمة الشركات الجيدة كثيراً من الأهداف من أهمها: 4

- تحقيق الشفافية والعدالة وحماية حقوق المساهمين في الشركة وهذا يتم من خلال إيجاد قواعد وأنظمة وضوابط تهدف تحقيق الشفافية والعدالة؛
- إيجاد ضوابط وقواعد وهياكل إدارية تمنح حق مساءلة إدارة الشركة أمام الجمعية العامة وتضمن حقوق المساهمين في الشركة؛
- تنمية الاستثمارات وتدفعها من خلال تعميق ثقة المستثمرين في أسواق المال؛
- العمل على تنمية المدخرات وتعظيم الربحية وإيجاد فرص عمل جديدة؛
- العمل على الأداء المالي الجيد من خلال محاسبة الإدارة أمام المساهمين؛

- فرض الرقابة الجيدة والفاعلة على أداء الوحدات الاقتصادية لتطوير وتحسين القدرة التنافسية للوحدات الاقتصادية؛

- العمل على محاربة التصرفات غير المقبولة سواء كانت في الجانب المادي أو الإداري أو الأخلاقي؛
- توفير فرص عمل جديدة؛

- جذب الاستثمارات سواء الأجنبية أم المحلية والحد من هروب رؤوس الأموال الوطنية للخارج؛

- الشفافية في إجراءات المحاسبة والمراجعة المالية لتقليل وضبط الفساد في الشركة؛

- تطوير وتحسين ومساعدة أصحاب القرار مثل المديرين ومجالس الإدارة على بناء إستراتيجية متطورة تخدم الكفاءة الإدارية والمالية للشركة؛

- العمل على تحفيز الأيدي العاملة في الشركة وتحسين معدلات إنتاجهم، وتعميق ثققتهم بالشركة؛
- زيادة المعلومات والخبرات والمهارات نتيجة العمل بالحوكمة.

وفي الأخير أن من أهم أهداف حوكمة الشركات العمل على مساءلة ومحاسبة ومحاربة الفساد الإداري والمالي في الشركة بكل أشكاله، والعمل بشتي الوسائل المتاحة لجذب الاستثمارات المحلية والأجنبية سواء بالتشريعات او القوانين والامتيازات الممنوحة للمستثمرين، بالإضافة إلى تطبيق مبدأ الأخلاق الحميدة الجيدة والمعاملات الإنسانية والاقتصادية بين المتعاملين مع الشركات، فالجوانب الأخلاقية في عمل الشركات هي الأكثر ملائمة لدعم الحوكمة الجيدة والناجحة.

3- خصائص حوكمة الشركات.

لحوكمة الشركات مجموعة من الخصائص هي: 5

▪ **الانضباط:** أي إتباع السلوك الأخلاقي المناسب و الصحيح؛

▪ **الشفافية:** أي تقديم صورة حقيقية لكل ما يحدث، ويجب أن تركز على المصادقية والوضوح والإفصاح والمشاركة.

▪ **الاستقلالية: Independence** و التي تتحقق من خلال : 6

* وجود رئيس مجلس إدارة مستقل عن الإدارة العليا.

* وجود مجلس إدارة إشرافي مستقل عن مجلس الإدارة التنفيذي.

* وجود لجنة مراجعة يرأسها عضو مجلس إدارة مستقل.

▪ **المساءلة: Accountablite:** تعني باختصار الحساب عن أعمال معينة أو المسؤولية عن أداء العمل أو تولي المنصب،(7) إمكان تقييم و تقدير أعمال مجلس الإدارة و الإدارة التنفيذية، بحيث يتيح نظام الحوكمة مساءلة الشركة أمام جميع المساهمين، و تقدم إرشادات لمجلس إدارة الشركة في كيفية وضع إستراتيجية الشركة ومراقبة الإدارة.

▪ **المسؤولية Responsabilité:** المسؤولية أمام جميع الأطراف ذوي المصلحة في المنشأة و تعني أن الشركة تدرك حقوق جميع الأطراف المهتمة بالشركة و التي تتضمنها اللوائح و القوانين و أيضا تشجع على التعاون المشترك بينها و بين تلك الأطراف.

▪ **العدالة Fiâmes:** يجب احترام حقوق مختلف مجموعات أصحاب المصلحة في المنشأة و تعني أن الشركة تتعهد بحماية مصالح المساهمين و تؤكد على معاملتها المتساوية لهم بمن فيهم صغار المساهمين.

▪ **المسؤولية الاجتماعية:** المسؤولية تجاه أصحاب المصالح، أي النظر إلى الشركة كعون اقتصادي جيد.

4- أدوات الحوكمة ووسائلها.

- حتى يتم تطبيق قواعد الحوكمة وتحقيق أهدافها بشكل فعال لا بد من توافر الآتي:8
- إحساس رئيس وأعضاء مجلس الإدارة بحجم المسؤولية الملقاة على عاتقهم وجسامتها.
 - وجود هيكل تنظيمي يحدد الواجبات والمسؤوليات في الشركة بشكل دقيق ومتوازن.
 - توفير نظم محاسبية ومالية فعالة تضمن تشغيل عملية اتخاذ القرار الإداري بكفاءة عالية.
 - إيجاد مدونة أخلاق أو ميثاق شرف يتميز بالنزاهة والموضوعية.
 - توفير بيئة اقتصادية واجتماعية وقانونية تتصف بكل مقومات الكفاءة والصدق والعدالة.
 - الالتزام بالمعايير الدولية للمحاسبة والتدقيق لضمان عملية المقارنة وتحقيق الرقابة وتسهيلها.

ثانيا: المسؤولية الاجتماعية.

1- تعريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

شهد مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات تغيرات جوهرية على مر الزمن، ولا يزال يتطور مع تطور المجتمع وتوقعاته.من خلال السياسات والأنشطة الخاصة بأعمالها التجارية قصد تحسين أثرها في المجتمع وفي ما يلي أمثلة لبعض التعاريف:

- **تعرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية** " المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة على أنها التزام هذه الأخيرة بالمساهمة في التنمية الاقتصادية، مع الحفاظ على البيئة والعمل مع العمال وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع بشكل عام بهدف تحسين جودة الحياة لجميع هذه الأطراف.9
- **تعريف معهد الأمم المتحدة لبحوث التنمية الاجتماعية على أنها** "السلوك الأخلاقي لمؤسسة ما اتجاه المجتمع وتشمل سلوك الإدارة المسؤول في تعاملها مع الأطراف المعنية التي لها مصلحة شرعية في مؤسسة الأعمال وليس مجرد حاملي الأسهم. 10
- **تعريف منظمة المقاييس العالمية ISO للمسؤولية الاجتماعية بأنها** "مسؤولية المنظمة عن الآثار المترتبة لقراراتها وانشطتها على المجتمع والبيئة عبر الشفافية والسلوك الاخلاقي المتناسق مع التنمية المستدامة ورفاه المجتمع فضلا عن الاخذ بعين الاعتبار توقعات المساهمين (ISO26000). 11

• كما تعرف أيضا " إلتزام المؤسسة بالمصلحة الذاتية المتتورة التي تهتم بمصلح الأطراف الأخرى غير حملة الأسهم كمصالح العاملين، الموردين، الموزعين، المنافسين، الزبائن... الخ"12 أي أنه على المؤسسة الإهتمام بالتزاماتها الإجتماعية إتجاه العاملين و الزبائن وغيرهم. تمثل المسؤولية الاجتماعية نشاطا مرتبطا ببعدين أساسيين أحدهما داخلي يتمثل في إسهام المؤسسة في تطوير العاملين وتحسين حياتهم، والبعد الثاني خارجي ويتمثل في مبادرات المؤسسات في التدخل لمعالجة المشاكل التي يعاني منها المجتمع.

وكما يشير مصطلح المسؤولية الاجتماعية إلى الاستجابة الاجتماعية حيث يتضمن المصطلح الأول نوعا من الإلزام بينما يتضمن المصطلح الثاني إلى وجود دافع أو حافز أمام رأس المال لتحمل المسؤولية الاجتماعية، فقد حددها ضمن ثلاثة مفاهيم أساسية تحدد لمسؤوليات الشركات وهي:13

(1) المسؤولية تجاه تحقيق الأرباح Profit Responsibility

وتشير إلى أن مسؤولية المنظمة كانت متمثلة فقط في تحقيق الأرباح للمالكين و لحملة الأسهم، وهذه المسؤولية القاصرة تؤيد ما جاء به الاقتصاديFriedman .

(2) المسؤولية تجاه أصحاب المصالح Stakeholder Responsibility

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

(3) المسؤولية تجاه المجتمع Societal Responsibility

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

ومن التعاريف السابقة يمكن أن نستخلص تعريف للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة بأنها " هي عبارة عن ما تقوم به المؤسسات وتقدمه للمجتمع طبقا لتوقعاته مع ضمان مراعاة حقوق الموارد البشرية وقيم المجتمع وأخلاقياته والالتزام بالقوانين ومكافحة الفساد والشفافية والإفصاح".

2- لمحة تاريخية حول نشأة المسؤولية الاجتماعية.

إن المسؤولية الاجتماعية هي ليست نتاجا للقضايا المعاصرة و المعروفة لدينا بشكل دقيق ، أو أنها ترتبط بالجوانب الذاتية للموضوع فقط ، إذ أن علاقتها ترتبط بالمتغيرات الأساسية الحاصلة في المجتمع و بشكل

موضوعي ، و بالتالي فإنها ليست ظاهرة جديدة ، أو حالة سطحية تمثل الاستجابة للضغوط الاجتماعية الطارئة ، و التي يمكن تهدئتها أو معالجتها من خلال القيام بأنشطة العلاقات العامة .

فنشوء فكرة المسؤولية الاجتماعية بعدة مراحل التي تشكل إطار لتطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية،

كالتالي:14

• **مرحلة إدارة تعظيم الأرباح (1800-1920):** في هذه المرحلة كانت المسؤولية الأساسية للأعمال هي

تعظيم الأرباح و التوجه نحو المصلحة الذاتية الصرفة، و رفع شعار "ما هو جيد لي جيد للبلد".

• **مرحلة إدارة الوصاية، من أواخر العشرينات حتى بداية الستينات:** خلال هذه الفترة كانت مسؤولية

الأعمال الأساسية هي تحقيق الربح الملائم الذي يحقق المصلحة الذاتية و مصالح الأطراف الأخرى مثل

المساهمين و العاملين، أما الشعار خلال هذه الفترة فهو "ما هو جيد للشركات جيد للبلد".

• **مرحلة إدارة نوعية الحياة للفترة من أواخر الستينات حتى الوقت الحاضر:** تقوم المسؤولية الأساسية

للأعمال على أن الربح ضروري و لكن الأفراد أهم من النقود، و هذا يحقق المصلحة الخاصة للشركة و

مصالح المساهمين و المجتمع ككل، الشعار هو "ما هو جيد للمجتمع هو جيد للبلد".

3- أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

تتضمن المسؤولية الاجتماعية عدة أبعاد منها البعد الاقتصادي، القانوني، الإنساني، الأخلاقي، والبيئي،

وذلك حسب **Carroll** فإن الأبعاد الأربعة للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة غير مستقلة عن بعضها وهي

تخص المؤسسة ككل وتمثل في: 15

(1) **المسؤولية الاقتصادية:** باعتبار المؤسسة وحدة اقتصادية أساسية في المجتمع يجب أن تنتج سلع

وخدمات مطلوبة من المجتمع مع تحقيق الربح.

(2) **المسؤولية القانونية:** تخص الالتزامات القانونية وجملة التشريعات موحدة في إطار تنظيمي على

المؤسسة احترامه والتقيده به.

(3) **المسؤولية الأخلاقية:** مجموع سلوكيات ونشاطات ليست بالضرورة موحدة في إطار قانوني ولكن كأعضاء

في المجتمع ننتظر من المؤسسة القيام بها.

(4) **المسؤولية التطوعية:** وهي المنافع والمزايا التي يرغب المجتمع الحصول عليها من المؤسسة كالدعم

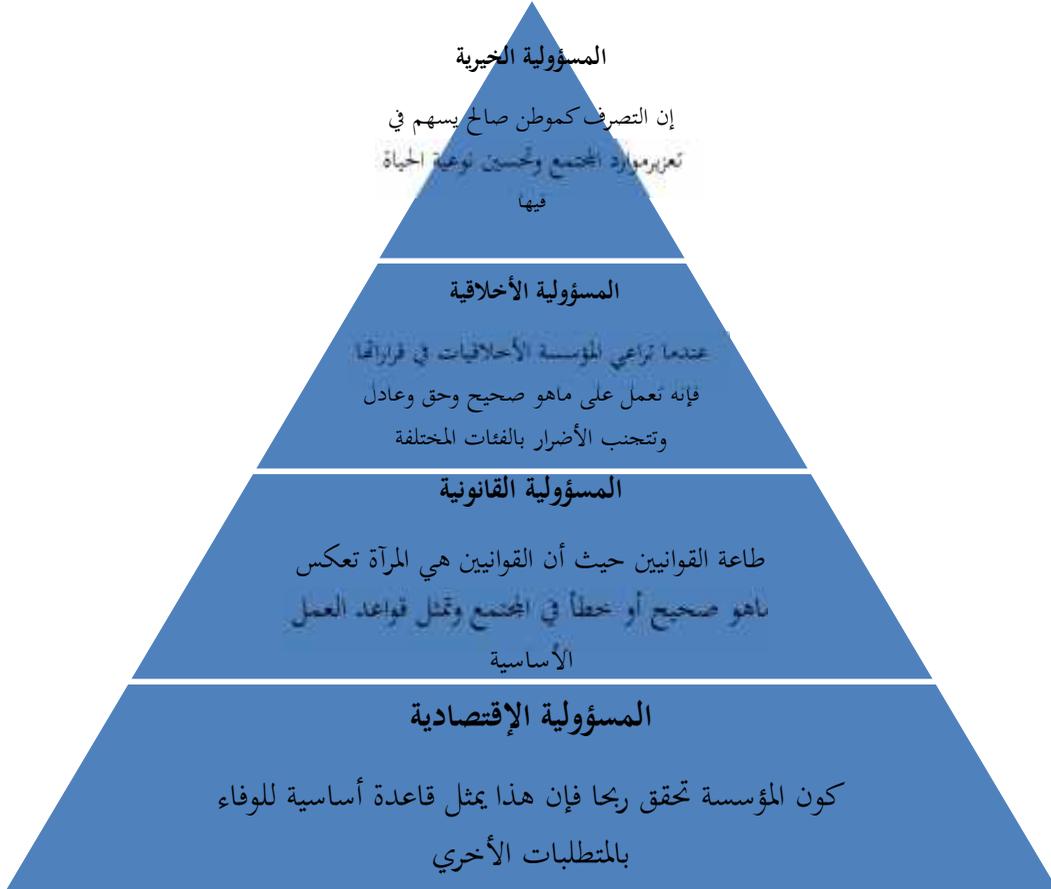
المقدم لمشاريع المجتمع المحلي والأنشطة الخيرية.... الخ.

وفي هذا الإطار أشار كارول إلى شمولية محتوى المسؤولية الاجتماعية ، حيث طور مصفوفة هرمية بين

فيها أربعة أبعاد رئيسية هي الاقتصادي والأخلاقي والقانوني والخير لها، وكيفية تأثير كل واحد على الآخر

كما يوضحه الشكل التالي:16

الشكل رقم (01): يوضح هرم Carroll للمسؤولية الاجتماعية.



المصدر: ظاهر محسن المنصور الغالبي، د. صالح مهدي محسن العامري، "المسؤولية الاجتماعية

وأخلاقيات الأعمال: الأعمال والمجتمع"، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، 2008، ص. 93.

4- أهمية المسؤولية الاجتماعية.

هناك وجهات نظر متعارضة حول تبني المؤسسات لمزيد من الدور الاجتماعي، وعلى العموم هناك اتفاق

عام بكون المسؤولية الاجتماعية بحدود معينة تمثل عملية مهمة ومفيدة للمؤسسات في علاقتها مع

مجتمعاتها لمواجهة الانتقادات والضغوط المفروضة عليها ومن شأن الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية تحقيق

مزايا بالنسبة للمؤسسة والمجتمع والدولة وأهمها ما يلي: 17:

(1) بالنسبة للمؤسسة:

- تحسين صورة المؤسسة في المجتمع وخاصة لدى العملاء والعمال وخاصة إذا اعتبرنا أن المسؤولية

تمثل مبادرات طوعية للمؤسسة اتجاه أطراف مباشرة أو غير مباشرة موجود المؤسسة؛

- تحسين مناخ العمل نتيجة الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة ، كما تؤدي إلى بعث روح التعاون و الترابط بين مختلف الأطراف؛

- تمثل المسؤولية الاجتماعية تجاوبا فعالا مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع كما أن هناك فوائد أخرى تتمثل في المردود المادي و الأداء المتطور من جراء تبني هذه المسؤولية.

(2) بالنسبة للمجتمع:

- الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة و سيادة مبدأ تكافؤ الفرص و هو جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة ؛

- تحسين نوعية الخدمات المفيدة للمجتمع؛

- ازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين المؤسسات ومختلف الفئات ذات المصالح؛

- الارتقاء بالتنمية انطلاقا من زيادة تثقيف و الوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد و هذا يساهم بالاستقرار السياسي و الشعور بالعدالة الاجتماعية .

(3) بالنسبة للدولة:

- تخفيض الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهامها و خدماتها الصحية و التعليمية و الثقافية و الاجتماعية الأخرى؛

- يؤدي الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب و عي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة و الصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية؛

- المساهمة في التطور التكنولوجي و القضاء على البطالة وغيرها من الآلات التي تجد الدولة الحديثة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها جميعا بعيدا عن تحمل المؤسسات الاقتصادية الخاصة دورها في هذا الإطار.

ثالثا: أهمية الحوكمة بالنسبة للمسؤولية الاجتماعية الشركات

1. مجال تطبيق المسؤولية الاجتماعية: المؤسسة التي تود ممارسة مسؤوليتها الاجتماعية يجب أن تعمل في المجالات التالية:18

- احترام البيئة: مكافحة التلوث، إدارة الفضلات، الاستغلال العقلاني للمواد الأولية.

- الأمان عند عملية الإنتاج وتحقيق الأمان في خصائص المنتجات.

- إثراء المناخ والحوار الاجتماعي: تكافؤ الفرص، ظروف العمل، أنظمة الأجور، التكوين المهني...

- احترام حقوق الإنسان: في أماكن العمل، القوانين الدولية لحقوق العامل، مكافحة عمل الأطفال...

- الالتزام بأخلاقيات الإدارة: مكافحة الرشوة وتبويض الأموال.

- الاندماج في المجتمع من خلال التنمية المحلية، والتعاون مع أصحاب المصالح.

أهمية الحوكمة في تحقيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات
- الانضمام إلى المقاييس العالمية للبيئة ISO 14000، المعايير الاجتماعية...
2. العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والحوكمة.

يرتبط مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات بمفاهيم أخرى ذات العلاقة وهي أيضا من المصطلحات الحديثة في مجال إدارة الأعمال، من هذه المصطلحات الحوكمة، التي تركز على ضبط كافة العمليات والقرارات الصادرة عن المؤسسات وفق ما تقتضيه القواعد المهنية وأخلاقيات العمل. وبما لا يتعارض مع الأنظمة والتشريعات المعمول بها في مناطق عمل المؤسسات. وعليه، فإن مفهوم الحوكمة يتقاطع مع المسؤولية الاجتماعية في تحديد مسؤوليات المؤسسة تجاه قطاع أصحاب المصلحة من المستثمرين والمساهمين. وبالتالي نعني بحوكمة المؤسسة هي توزيع السلطات داخل المؤسسة، فهي أسلوب وطريقة الحكم والقيادة ونموذج التسيير في المؤسسة العمومية والخاصة على حد سواء واسلوب الحوكمة نشير من خلاله الى اشكال التنسيق والتشاور والمشاركة بين كل اصحاب المصالح في المؤسسة والشفافية في اتخاذ القرار.

ولهذا ركزت الحوكمة على النموذجين التنظيميين للشركات: من الناحية التنظيمية هناك مفهومين (نموذجين لحوكمة المؤسسة) هما: 19

أ- نموذج (le modèle actionnaril) (shareholder) في هذا النموذج الهدف الاساسي هو تعظيم حصص المساهمين اي خلق قيمة للمساهمين وبذلك فإن المؤسسة هي المسؤولة بشكل اساسي امام مساهمها.

ب- نموذج (stakeholder) في هذا النموذج هدف المؤسسة هو الدفاع وحماية مصالح كل أصحاب المصالح أي الأطراف المستفيدة (La stakeholder) وهي أطراف يمكنها أن تؤثر وان تتأثر بأهداف المؤسسة. ويشكل ملموس فان أصحاب المصالح هم الاشخاص او الاطراف الذين لهم مصالح ومنافع في الجانب التنظيمي ويمكنهم التأثير على هذا الجانب ويعرفون أيضا بأنهم الأفراد او الجماعات في داخل او خارج المؤسسة الذين لهم متطلبات اتجاهها ولهم حقوق ومنافع في نشاطات المؤسسة السابقة الحالية والمستقبلية اذا في هذا النموذج لا تكون مسؤولية المؤسسة فقط اتجاه المساهمين وانما اتجاه كل اصحاب المصالح فيها.

❖ أصحاب المصالح: هم صاحب المصلحة أو الطرف المستفيد (la partie prenante) هو كل طرف داخلي أو خارجي عن المؤسسة ومسؤول عن الإدارة الجيدة للمؤسسة، مثل:

- بالنسبة للأطراف الداخليين: المسيرين، الأجراء، الموظفون.
- بالنسبة للأطراف الخارجيين: الزبائن، الموردين، الوسطاء، المليون، البنوك، شركات التأمين، المساهمون، المؤسسات غير الحوكمية، مواطنو المجتمع المحلي للبيئة....

- المساهمون والمستثمرون.

❖ **المسؤولية تجاه أصحاب المصالح (المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات):** ظهر جدل كبير في مجال حوكمة المؤسسة ومازال هذا الجدل مستمرا حول من هي الأطراف التي ينبغي أن تستفيد من مكاسب المؤسسة هل هي كل أطراف المستفيدة (أصحاب المصالح) أم المساهمين أم الزبائن، أولئك الذين يدافعون عن "فكرة أصحاب المصالح" يستمدون آراءهم من البراهين والدلائل التالية:

- خلق القيمة يكون أقوى عندما تتوزع أرباحه، فمثلا المشروع الذي يلبي حاجات موظفيه و ترقية مساهمية له قيمة مضاعفة لأنه يستهدف في وقت واحد مجموعتين من أصحاب المصالح.
- على غرار المساهمين، فإن الأجراء والموردين والممولين يتحملون أيضا نسبة من المخاطر التي تميز المشاريع فلم الحق أيضا في اقتسام المكاسب.

من خلال ما سبق عرفنا بأن هناك مدرستان فكريتان محددتان، الأولى أعطت الأهمية إلى تعظيم قيمة المساهمين كسب من أسباب الوجود، وكخط إرشادي رئيسي لإدارة الشركة، والثانية تعمل على أفضل استغلال وتحسين لقيمة "أصحاب المصالح"، أي أن الفكرة وجود الشركة قائمة على تلبية المصالح وطموح كل من يساهم في نجاحها، وخاصة أولئك الذين يتأثرون بقوة بنشاطاتها سواء كانوا من مستثمريها، أو مزودها، أو مجتمعاتها المحلية، ومن خلال هذه الرؤية فإن مسؤولية الشركة هي أكبر من توليد المال فحسب، فعليها توليد القيم وتوزيعها بطريقة ترضي مصالح وتوقعات جميع المشاركين الرئيسيين في عملية خلق القيم وهذا ما يصطلح عليه بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.

3. المسؤولية الاجتماعية استنادا إلى خصائص حوكمة الشركات:

تتصف حوكمة الشركات بعدة مميزات كما ذكرنا سلفا ومن بين أهم هذه المميزات المسؤولية الاجتماعية، حيث تعمل الحوكمة على جعل المؤسسات مسؤولة على القيام بالمسؤولية الاجتماعية و الحفاظ على بيئة نظيفة لأن من أجل البقاء و التطور في ظل البيئة الاقتصادية الحالية، على المؤسسات أن تتفاعل مع التوجهات الاجتماعية والبيئية التي غيرت من ظروف النشاط على مستوى جميع الأسواق و فرضت ظروف تنافسية جديدة. و هذا ما أشار إليه تقرير صدر في أبريل 2002 من طرف " برنامج الأمم المتحدة للبيئة" و " مجلس الأعمال العالمي من أجل التنمية المستدامة و" معهد الموارد العالمي" تحت عنوان " أسواق الغد: التوجهات العامة و آثارها على الأعمال " والذي ربط بين المؤشرات الاقتصادية، البيئة و الاجتماعية من جهة، و تطور مجمل الأسواق من جهة أخرى، بهدف مساعدة المؤسسات على اكتشاف رهانات المستقبل.

الخاتمة

بعد أن كان هدف المؤسسة الأساسي هو هدف اقتصادي، أصبحت القضايا الاجتماعية اليوم تشكل أهمية بالغة بالنسبة للمؤسسة بصفة عامة ومصحة الأفراد والمجتمع بصفة خاصة كما يجب أن يكون المحيط الذي تعمل فيه محور اهتمامها، لذلك فإن الاهتمام المتزايد بموضوع حوكمة الشركات وبتطبيق مبادئها. ساهم بشكل فعال في الاهتمام بالعامل البشري داخل المؤسسة، بعد أن كان الاهتمام فقط بالمساهمين كطرف ذا مصلحة بالنسبة للمؤسسة وباعتبارهم رأس مال هام. وبالتالي زاد الاهتمام بالمجتمع من خلال المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، إذ أن من مزايا تطبيق الحوكمة الجيدة في إدارة المؤسسات بشكل جيد، توفير فرص عمل بناء الثقة في الاقتصاد. ومنع تبديد الموارد مما يساهم في منع وقوع الأزمات. وباعتبار المسؤولية الاجتماعية وسيلة هامة، ضرورية، إستراتيجية و الأكثر ملائمة في الإطار الحديث للحوكمة من أجل قيادة المؤسسة نحو أهدافها.

إن ما يمكن أن تقدمه المسؤولية الاجتماعية اليوم و غدا يجب أن يفكر فيه من جانب خلق الترابط و التناسق مع القيادة وحوكمة المؤسسات متجاوزين بذلك فحص مدى تطابق الوثائق و الإجراءات مع ما تفرضه الأنظمة والتشريعات القانونية والمعايير الدولية. كما أن المسؤولية الاجتماعية تعتبر كوسيلة قيادة أساسية تساهم في تطوير التطبيقات السليمة لحوكمة الشركات، رغم أنه قد تنشأ مشكلات نتيجة عن فهم ناقص للقضايا الاجتماعية الرئيسية المتعلقة بالأعمال، ولعل السبب الرئيسي في ذلك هو اعتقاد رجال الأعمال بأنها لا تعود بالنفع إلا على المجتمع وقد تكون مكلفة ودون جدوى لمعظم المؤسسات.

ولكن المؤسسات المدركة لهذه القضايا الاجتماعية يجب عليها أن تحسب حساب المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحيط من العملاء والعاملين والمتعاملين مع المؤسسة، فقد يهملون ذلك ويركزوا في أغلب الأحيان على فهم تفضيلات المستهلكين وتحقيقها حتى ولو كان ذلك يتنافى مع المسؤولية الاجتماعية للمجتمع.

النتائج والتوصيات:

وفقا للنتائج التي تم التوصل إليها من خلال هذه الورقة البحثية وذلك لأهمية للمسؤولية الاجتماعية اتجاه

المجتمع يمكن ذكره في مايلي:

1. تحقق رفاهية وثروة المؤسسة والمجتمع التي تتحلّى بالمسؤولية من خلال أهم الوسائل حوكمة الشركات التي يمكنها تحقيق ذلك لأنها ترسي القيم الديمقراطية و العدل و المسؤولية و الشفافية و تضمن نزاهة المعاملات وتعزز سيادة القانون ضد كل أشكال الفساد؛
2. دمج الإرادي للانشغالات الاجتماعية و البيئية للمؤسسات مع الأهداف التجارية و مع العلاقات لكل الأطراف ذات المصلحة الداخلية و الخارجية.
3. إن وضع للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات حيز التطبيق يسمح لهذه الأخيرة بتحديد إستراتيجية جديدة؛

4. يجب أن تحظى المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية بالقدر الكافي من الاهتمام، وضرورة الإفصاح عن الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة؛
5. التشديد على ضرورة الاهتمام المسؤولية الاجتماعية وتطبيق حوكمة الشركات للمؤسسة وتبنيها وخاصة من طرف المؤسسات العمومية؛
6. مساهمة التشريعات في دعم المسؤولية الاجتماعية و تطبيق حوكمة الشركات للمؤسسة دون الحد من قدرتها على المبادرة والقيام بالأعمال المختلفة.
7. مكافحة الفساد الإداري في الحكومة من خلال تطبيق مفهوم الحوكمة؛
8. ربط العلاقة بين المؤسسات الاقتصادية والقطاع الحكومي على وضع خطة إستراتيجية من شأنها تطبيق المسؤولية الاجتماعية وتحديد نمط أداءها؛
9. محاولة حث وتشجيع المؤسسة الاقتصادية على إدراك أهمية المسؤولية الاجتماعية في حوكمة المؤسسة؛
10. خلق وإدارات ووحدات قانونية تكون مهمتها الالتزام المؤسسي بالمسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال تخصيص ميزانية خاصة مستقلة لتدعيم أنشطتها؛
11. بث الوعي العام عبر المؤتمرات والندوات ووسائل الإعلام وورش العمل بشأن المسائل المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية بما في ذلك تشجيع مختلف القطاعات الحكومية على المشاركة الفعالة؛
12. تشديد عملية المراقبة على تطبيق المسؤولية الاجتماعية من شأنها تعزيز ملكية الشركات.

قائمة المراجع والهوامش:

1. زرزار العياشي ، شقرق سمير، **حوكمة الشركات :المفهوم ، الخصائص ، الركائز و الأهمية الاقتصادية**، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني الثالث بعنوان :سبل تطبيق الحكم الراشد بالمؤسسات الاقتصادية الوطنية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة.
2. طارق عبد العال حماد :**حوكمة الشركات، تطبيقات الحوكمة في المصارف**، الدار الجامعية،2005، ص3-9.
3. محمد محسن يوسف،**محددات الحوكمة ومعاييرها**،بنك الإستثمار القومي يناير 2007ص4.
4. مناور حداد، **دور حوكمة الشركات في التنمية الاقتصادية**، المؤتمر العلمي الأول حول حوكمة الشركات ودورها في الإصلاح الإقتصادي،(15-16) تشرين الأول 2008،جامعة دمشق،ص10-11.
5. سميحة فوزي، **تقييم مبادئ حوكمة الشركات في مصر العربية** ،ورقة عمل ابريل ،2003.
6. عبد العزيز صالح جبوتور، **الإدارة الإستراتيجية**: إدارة جديدة في عالم متغير، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2004، ص: 166.
7. طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري،**المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال**،دار وائل للنشر، الطبعة الأولى،عمان،الأردن،2005،ص 54.
8. فيصل محمود الشواررة، **قواعد الحوكمة وتقييم دورها في مكافحة ظاهرة الفساد والوقاية منه في الشركات المساهمة العامة الأردنية**، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية -المجلد - 25 العدد الثاني،2009، ص128-129.

9. Marie-françoise, GUYONNAUD et Frédérique WILLARD, **Du management environnemental au développement durable des entreprises**, France : ADEME, Mars 2004, P 05 .

10. مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، "كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع: الاتجاهات والقضايا الراهنة"، منشورات الأمم المتحدة، نيويورك وجنيف 2004، ص 27.

11. فالح عبد القادر الحوري د. ممدوح الزيادات أ.هايل عابنه، ادارة الصورة الذهنية للمنظمات الاردنية في اطار واقع المسؤولية الاجتماعية"دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية" كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة العلوم التطبيقية، ص 6.

12. نجم، عبود نجم، أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 201.

13. فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك (دراسة تحليلية لآراء عينة من المديرين والمستهلكين في عينة من المنظمات المصنعة للمنتجات الغذائية في الجمهورية اليمنية)، أطروحة دكتوراه ، جامعة المستنصرية، 2003، ص 37-38.

14. محمد فلاق ، قدور بناقلا، ورقة بحثية تحت عنوان "المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات الجزائرية" جيزي، موبيليس، نجمة" التحول من العمل الخيري إلى العطاء الذكي"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - جامعة الشلف-

15. فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك (دراسة تحليلية لآراء عينة من المديرين والمستهلكين في عينة من المنظمات المصنعة للمنتجات الغذائية في الجمهورية اليمنية)، مرجع سبق ذكره.

16. طاهر محسن المنصور الغالبي، د.صالح م هدي محسن العامري، "المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال: الأعمال والمجتمع"، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، 2008 ، ص 93.

17. مولاي لخضر عبد الرزاق و بوزيد سايح ، دور الاقتصاد الإسلامي في تعزيز مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات، الملتقى الدولي: الاقتصاد الإسلامي: الواقع والرهانات ، جامعة غرداية - الجزائر، فيفري 2011، ص 08.

18. www.managemarket.com.

19. مقم وهبية، دور المسؤولية الاجتماعية لمنشآت الأعمال في دعم الإدارة البيئية لتحقي التنمية المستدامة، <http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/topics/68347/posts/159111>

20. صديقي خضرة، المسؤولية الاجتماعية في ظل حوكمة الشركات، مداخلة في ملتقى، ملف وردي موجود في الأنترنت