



المسئولية المجتمعية للشركات: مفهوم واحد أم مفاهيم متعددة؟

مفهوم المسئولية المجتمعية للشركات

يعتبر مفهوم "المسئولية المجتمعية للشركات" مفهوماً يتطور تدريجياً من دون أن يكون هناك تعريف عالمي موحد له.

فمجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة يعرف المسئولية المجتمعية علي أنها: " الالتزام الدائم للشركات للتصرف أخلاقياً والمساهمة في التنمية المستدامة وفي نفس الوقت تحسين جودة حياة الموظفين وعائلاتهم والمجتمع المحلي".

أما البنك الدولي فقد عرفه علي أن " إلتزام الشركات بالمساهمة في التنمية المستدامة، من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم، والمجتمع المحلي والمجتمع ككل؛ لتحسين مستوى معيشة الناس، بأسلوب يخدم التجارة، ويخدم التنمية في آن واحد"

في حين تعرفها منظمة العمل الدولية بأنها المبادرات الطوعية، التي تقوم بها الشركات، علاوة على ما عليها من التزامات قانونية. وهي طريقة تستطيع أن تنظر بها أية شركة في تأثيرها على جميع أصحاب المصلحة المعنيين، وتعد المسئولية المجتمعية للشركات تكملة للوائح الحكومية، أو السياسة المجتمعية، وليست بديلاً عنهما".

أما مفوضية الاتحاد الأوروبي فتعرفه كالتالي: " مفهوم تقوم من خلاله الشركات بدمج الاعتبارات الاجتماعية والبيئية طوعياً في عملياتها وفي تعاملها وتواصلها مع الأطراف المعنية".

ومجملًا، نجد أن معظم التعاريف التي تعتمد على المؤسسات العالمية تمتلك بعض العناصر المشتركة وهي الاعتبارات البيئية والاجتماعية والإقتصادية وأصحاب المصلحة والعمل التطوعي.

وقد اختارت الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة استخدام مصطلح "المسئولية المجتمعية" بدلاً من "المسئولية الاجتماعية" حيث أن الأول هو مصطلح أشمل يشمل مراعاة الجوانب الاجتماعية والبيئية والإقتصادية.



مفاهيم أخرى متعلقة بمفهوم "المسئولية المجتمعية للشركات"

ظهرت العديد من المفاهيم سواء متنافسة أو متكاملة لمفهوم المسئولية المجتمعية للشركات والتي يتداخل الكثير منها مع السمات الأساسية ومبادئ "المسئولية المجتمعية للشركات"، ولكنها تختلف فيما تركز عليه كل منهم.

بعض المفاهيم البديلة/المكاملة تشمل مواطنة الشركات Corporate Citizenship، والاستدامة Sustainability، وإدارة أصحاب المصلحة Stakeholder Management، وأخلاقيات العمل Business Ethics، والرأسمالية الواعية Conscious Capitalism، وخلق قيمة مشتركة Creating Shared Value، والأعمال الموجهة نحو الهدف purpose-driven businesses وغيرها من المفاهيم والمصطلحات. جاءت أهم المفاهيم المرتبطة بـ "المسئولية المجتمعية للشركات" كما يلي:

١. أخلاقيات الأعمال BUSINESS ETHICS:

هي مجموعة من أدوات ونظم الإدارة تساعد في خلق إطار لقيم الشركة ومواءمة أفعال الموظفين مع هذه القيم لمنع وكشف سوء السلوك.

ظهر هذا المفهوم في بداية الثمانينات تزامنا مع الفضائح الأخلاقية لشركات كبرى مثل شركة Enron. ولم يتم الاتفاق إذا ما كانت أخلاقيات الأعمال جزء من مفهوم المسئولية المجتمعية أم العكس. أحد أوجه التمييز بين المسئولية المجتمعية للشركات وأخلاقيات الأعمال هو أن المسئولية المجتمعية للشركات تشير إلى إجراءات على مستوى الشركات أو الأعمال في حين ترتبط أخلاقيات الأعمال بشكل أكبر بالسلوك الفردي والإجراءات داخل الإطار التنظيمي للأعمال.

٢. إدارة أصحاب المصلحة STAKEHOLDER MANAGEMENT:

هي عملية تحديد المجموعات الأساسية والمعنية لأصحاب المصلحة للشركة وإيجاد طرق التفاعل والمشاركة معها. قدمت هذه الإدارة منهج لتحليل توقعات أصحاب المصلحة عند تطبيق المسئولية المجتمعية وأخلاقيات الأعمال. تتضمن الإدارة الفعالة لأصحاب المصلحة تحديد خمسة أسئلة رئيسية:

١. من هم أصحاب المصلحة في المنظمة؟
٢. ما هي مصالحهم؟
٣. ما هي الفرص والمخاطر التي يقدمها أصحاب المصلحة للشركة؟
٤. ما هي المسؤوليات (الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والخيرية) التي تتحملها الشركة تجاه أصحاب المصلحة؟ ويتضمن هذا السؤال بعد من أبعاد المسئولية المجتمعية للشركات.
٥. ما هي الإجراءات والاستراتيجيات التي ينبغي للإدارة اتخاذها لمعالجة التحديات والفرص المتاحة لأصحاب المصلحة على أفضل وجه؟



٣. حوكمة الشركات CORPORATE GOVERNANCE

هي القواعد والنظم والإجراءات التي تضمن من خلالها مجالس الإدارات في الشركات تحقق أفضل حماية وتوازن بين مصالح مديري الشركة والمساهمين فيها وأصحاب المصالح الأخرى المرتبطة بها وتشمل النزاهة والشفافية وأخلاقيات العمل.

٤. مواطنة الشركات CORPORATE CITIZENSHIP:

هو الالتزام بالسلوكيات الأخلاقية في استراتيجيات الشركات وعملياتها وثقافتها. وهي تعني أيضاً إدارة العلاقة بين الشركة والمجتمع الذي يستضيفها على كل المستويات.

ظهر هذا المصطلح في أواخر ١٩٩٠ وأوائل ٢٠٠٠. تم استخدامه من قبل مجتمع الأعمال كبديل للمسئولية المجتمعية للشركات. لقد تطرقت إلى كون الشركات مواطنًا تمامًا مثل البشر. كان المصطلح أكثر حيادية وأقل اتهامًا من مصطلح المسئولية المجتمعية. تم استخدام مفهوم مواطنة الشركات من قبل البعض بطريقة محدودة والبعض الآخر بطريقة أوسع. اقتضت الطريقة المحدودة على العلاقات المجتمعية للشركات وتبنيها للدور والأنشطة التي من خلالها تتفاعل الشركات مع المنظمات غير الحكومية والمواطنين وأصحاب المصلحة الآخرين على مستوى المجتمع المحلي. أما وجهة النظر الأوسع نطاقًا لمواطنة الشركات التي ظهرت كبديل عن المسئولية المجتمعية للشركات في عام ١٩٩٨ هي المواطنة العالمية للشركات نظرًا لأنه من المفترض أن تتصرف الشركات بشكل مناسب كلما عملت في جميع أنحاء العالم.

٥. التنمية المستدامة:

التنمية التي تلبى احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال المستقبلية على تلبية احتياجاتهم الخاصة. بدأ مفهوم الاستدامة مع الاهتمام بالبيئة الطبيعية وتم تقديمه لأول مرة في عام ١٩٧٢ من قبل خبراء البيئة، لكن قدم رسمياً في عام ١٩٨٧ كمفهوم واضح للمرة الأولى عندما قدمت اللجنة العالمية المعنية بالبيئة والتنمية، برئاسة بروننتلاند، تقريراً تحت عنوان "مستقبلنا المشترك". عرفت فيه التنمية المستدامة على النحو السابق.

٦. الخط الثلاثي الأدنى / القيم الأساسية الثلاثة / الحصيلة الثلاثية TRIPLE BOTTOM LINE:

هو مصطلح قدمه الكاتب الإنجليزي جون إلكينجتون في عام ١٩٩٤، حيث يشار إلى الربح أو الخسارة المسجلة في البيان المالي للشركات بـ "الخط الأدنى Bottom Line".

يشير المصطلح إلى مجموعة العوامل المالية وغير المالية التي يجب استخدامها لقياس الأداء الإجمالي للشركة. ويحدد هذا المفهوم الناس وكوكب الأرض والأرباح كثلاثة مجالات ينبغي على الشركة قياس نجاحها



فيها، حيث يعني المفهوم ان قياس نجاح الشركة لا يرتبط فقط بالأرباح المالية، بل يعتمد كذلك على الفوائد البيئية والاجتماعية.

- الأساس الاقتصادي "الأرباح Profit": تكوين الثروة المادية.
- الأساس الاجتماعي "الناس People": نوعية حياة الناس والإنصاف بين الناس والمجتمعات والأمم.
- الأساس البيئي "الكوكب Planet": الحفاظ على البيئة الطبيعية وحمايتها.

٧. استدامة الشركات CORPORATE SUSTAINABILITY

تعرف باستراتيجيات وقرارات الأعمال التي تحقق للشركة النجاح على المدى الطويل. وبمعنى آخر فإنها تعني القدرة على المحافظة على وضع محدد، وعادة ما يتم ربطها مع البيئة والأنظمة الإنسانية والبيولوجية.

توسعت الشركات في استخدام لغة الاستدامة بشكل متزايد لوصف مساعيها المسؤولة اجتماعيا، حيث بدأ استخدام مفهوم الاستدامة بشكل متبادل مع المسؤولية المجتمعية للشركات عندما قدم جون إكينجتون في عام ٢٠٠٩ مفهوم الخط السفلي الثلاثي وربطه بفكرة الاستدامة.

قد تفضل الشركات مصطلح "الاستدامة" لأنه أكثر حيادية من مصطلح "مسئولية" ولا تركز على السلوك السيئ كما هو الحال في مصطلح "أخلاقيات العمل". إنه مصطلح بسيط ومباشر: اعطني بالحاضر واعتن بالمستقبل وتركز على المنظور البعيد المدى.

٨. إيجاد القيمة المشتركة للشركات CREATING SHARED VALUE:

يقصد بها استراتيجية إدارة الشركات التي بموجبها تجد الشركة في التحديات البيئية والاجتماعية فرصة لنمو أعمالها وإستثمارتها بدلا من التركيز علي مبدأ رد الجميل أو عدم الإضرار بالمجتمع، وذلك من خلال التركيز علي تعظيم القدرة التنافسية للشركة من خلال إيجاد حلول للتحديات البيئية والاجتماعية التي من شأنها أن تؤدي الي اجتذاب عملاء جدد أو فتح أسواق جديدة أو خفض التكاليف أو جذب المواهب البشرية وغيرها.

ظهر هذا المفهوم في ٢٠٠٦ في مقال للمؤلفان "مايكل بورتر" و "مارك كرامر" للربط ما بين القدرة التنافسية للشركة ونشاطها في المسؤولية المجتمعية. أكد المفهوم الجديد علي أن تحقيق نجاح الشركة في الأجل الطويل لا يقتصر علي الأداء المالي للشركة في الأجل القصير وتم الربط ما بين نجاح الشركة والتطور المجتمعي. "خلق قيمة اقتصادية عن طريق خلق قيمة اجتماعية". من خلال تحويل التحديات البيئية والاجتماعية لفرص تجارية للأعمال ثم تقوم بالابتكار نحو معالجة هذه الفرص. يمكن أن يتم ذلك إما من خلال إعادة تصور للمنتجات والأسواق أو تحسين الإنتاجية في سلاسل القيمة أو تمكين تطوير المجتمعات المحلية.

هي تعتبر بمثابة مرحلة ما بعد المسئولية الاجتماعية للشركات وتتجاوزها. كما يختلف هذا المفهوم مع مفهوم المسئولية المجتمعية، حيث أن مفهوم المسئولية المجتمعية يتركز أكثر على محور التكلفة والمسئولية في حين تركز خلق القيمة المشتركة أكثر حول خلق فرص جديدة وأسواق جديدة لذلك يتركز حول محور "الربح".

٩. الاستثمار المسئول RESPONSIBLE INVESTMENT:

هو نوع من الاستثمار الذي يهدف الي تحقيق عائد مادي مع مراعاة المعايير البيئية والاجتماعية والحوكمة ويمكن إيجازه في مصطلح "Doing No Harm" أو مبدأ "عدم الإضرار". يتم استخدام عمليات فحص بقائمة سلبية من خلال تجنب الاستثمار في شركات تكون منتجاتها وممارساتها التجارية ضارة بالأفراد أو المجتمعات أو البيئة.

غالبًا ما يشار إليها باسم المسئولية الاجتماعية للشركات (CSR)، وهذا يركز على مشاركة المجتمع والعتاء الخيري. كما أنه يتطرق إلى مشاركة الموظفين وتطويرهم وتدريبهم وبياناتهم الاجتماعية مثل صحة الموظف / الموارد البشرية / التوازن في الحياة.

١٠. الاستثمار المسئول إجتماعيا SOCIAL RESPONSIBLE INVESTMENT:

هو الاستثمار الذي يهدف الي تحقيق عائد مادي مع مراعاة المعايير البيئية والاجتماعية والحوكمة ويهدف الي تعزيز التنمية المستدامة. وتزامن ظهور هذا النوع في فترة التسعينات مع ظهور وتنامي مفهوم الاستدامة. وبالتالي تم الانتقال من "Doing No Harm" الي "Doing Good". وبالتالي يراعي هذا الاستثمار معايير المسئولية المجتمعية ومعايير الاستدامة إلى جانب المعايير المالية التقليدية. يتم استخدام عمليات فحص إيجابية لاختيار الاستثمار في شركات مريحة تقدم مساهمات إيجابية للبيئة أو المجتمع، مثل الاستثمار في مشاريع الطاقة المتجددة أو «الطاقة النظيفة». يتم قياس أداء الشركات مقارنة بنظيراتها لتحديد ما يعرف باسم الفرص الاستثمارية «الأفضل في فئتها Best in Class» استناداً إلى المسائل التي تتعلق بالبيئة والمجتمع والحوكمة.

١١. الاستثمار المستدام SUSTAINABLE INVESTMENT:

هو الاستثمار المسئول إجتماعيا. وقد يطلق عليه أيضا مسميات أخرى مثل «الاستثمار القائم على القيم» و«الاستثمار الأخلاقي»، و«الاستثمار ذو المردود الاجتماعي».

١٢. الإستثمار الأخضر Green Investment:

هو أحد أنواع الاستثمار المستدام ولكن يركز على الاستثمار في الشركات أو المشروعات التي تعزز الحفاظ على الموارد الطبيعية واكتشاف وإنتاج مصادر طاقة بديلة.



١٣. الاستثمار ذو الأثر IMPACT INVESTMENT

الاستثمارات التي تهدف إلى إحداث تأثير اجتماعي وبيئي إيجابي وقابل للقياس إلى جانب عائد مالي. وهذا الاستثمار يهتم بتحقيق الهدفين بشكل متوازن. فهي استثمارات هادفة ترمي إلى حل مشاكل اجتماعية أو بيئية وتحقيق عائد مالي معقول في نفس الوقت. وقد ظهر هذا النوع من الاستثمارات في عام ٢٠٠٧.

١٤. الأعمال الموجهة نحو الهدف PURPOSE-DRIVEN BUSINESSES

هي الفكرة أن الأعمال تركز على الحاجة المجتمعية إلى جانب تشغيل مؤسسة مربحة.

١٥. الأعمال التجارية الشاملة INCLUSIVE BUSINESS

هي شركات تقوم بأعمال تجارية مع قاعدة الهرم الاقتصادي (سكان العالم الذي يعيش الفرد منهم على ٨ دولارات في اليوم أو أقل). تخلق الشركات الشاملة فرصاً اقتصادية جديدة للسكان ذوي الدخل المنخفض ولكنها لا تسعى بالضرورة إلى تحقيق أهداف تعظيم الربح. توفر هذه الشركات فرصاً لكسب العيش وسد الفجوات للسكان ذوي الدخل المنخفض من خلال طرق تكتفي ذاتياً مالياً وتجارياً من خلال إدماج هؤلاء السكان في سلاسل القيمة سواء كموردين أو موظفين أو موزعين أو تجار تجزئة أو عملاء. وقد تم تعريفها لأول مرة من قبل قمة مجموعة العشرين^١ في عام ٢٠١١. تختلف عن مفهوم المسئولية المجتمعية التي قد لاتتعلق بأهداف الشركة، إلا أن الشركات الشاملة تهدف الي تمكين أصحاب المشاريع الصغيرة من خلال إقامة علاقات تعاون في سلسلة القيمة وتوفير التكنولوجيا والابتكارات التي من شأنها أن تساعد هؤلاء أصحاب المشاريع الصغيرة على زيادة الربحية والإنتاجية والقدرة التنافسية.

١٦. الإستثمار الإجتماعي للشركات CORPORATE SOCIAL INVESTING

شكل من أشكال المسئولية المجتمعية للشركات حيث تستخدم الشركات الأموال أو الموارد للمشاريع التي تعمل على تحسين العالم من حولهم دون فائدة مالية مباشرة للشركة.

١٧. العائد الإجتماعي للاستثمار SOCIAL RETURN ON INVESTMENT (SROI)

هو طريقة منهجية لدمج القيم الاجتماعية والبيئية والاقتصادية وغيرها في عمليات صنع القرار لتقييم النتائج والأثر الاجتماعي الذي يخلفه المشروع مما يعطي قيمة مالية واضحة تمكن من التخطيط الاستراتيجي السليم وإظهار القيمة الاجتماعية للمشروع بكل شفافية. يهدف، من خلال مقارنة التكاليف والأرباح الاقتصادية والبيئية والاجتماعية، إلى إدارة الأثر الاجتماعي لخفض مستوى عدم المساواة الاجتماعية والتدهور

^١ مجموعة العشرين هي منتدى للتعاون الاقتصادي والمالي بين الدول الأعضاء (الاتحاد الأوروبي، الأرجنتين، أستراليا، البرازيل، كندا، الصين، فرنسا، ألمانيا، الهند، وإندونيسيا، إيطاليا، اليابان، المكسيك، روسيا، السعودية، جنوب أفريقيا، كوريا الجنوبية، تركيا، بريطانيا، الولايات المتحدة) و جهات ومنظمات دولية تلعب دوراً محورياً في الاقتصاد والتجارة في العالم وتجتمع سنوياً في إحدى الدول الأعضاء فيها.



البيئي وتحسين مستويات الرفاهية والسلامة والصحة لأصحاب المصلحة. تم تطوير هذه المنهجية من قبل منظمة علمية متخصصة في بريطانيا Social Value UK في عام ٢٠٠٩، وانتشر استخدام هذه المنهجية عالمياً لشموليتها.

١٨. مشاركة الشركات المجتمعية CORPORATE COMMUNITY INVOLVEMENT

شكل من أشكال المسؤولية المجتمعية للشركات يهتم بالاستثمار في المجتمع المباشر للشركة وتحسينه وبالأخص من خلال البرامج الاجتماعية التي يمكن لموظفي الشركة التطوع فيها.

١٩. القيمة الممزوجة BLENDED VALUE:

هو إطار مفاهيمي يستعرض أن القيمة التي تنشئها الشركة على أنها موحدة وشاملة بدلاً من كونها عناصر منفصلة (بيئية ، اجتماعية ، مالية ، إلخ). وبالتالي يتم من خلاله تقييم المنظمات غير الربحية والشركات والاستثمارات بناءً على قدرتها على توليد مزيج من القيمة المالية والاجتماعية والبيئية.

٢٠. مؤسسة الشركات CORPORATE FOUNDATION

هي كيانات قانونية مستقلة غير هادفة للربح تنشأها الشركات بمساهمات هيكلية أو هبات للتركيز على مهمة المنفعة العامة.

٢١. الأعمال الخيرية للشركات CORPORATE PHILANTHROPY

التبرع بالموارد لإحداث تأثير اجتماعي أو اقتصادي نيابة عن شركة. ينطوي الأعمال الخيرية على مشاركة محدودة من قبل الشركات على عكس أنشطة المسؤولية المجتمعية والتي قد تنعكس على إجراءات وسلوكيات الشركة وتتطلب إشراك كافة أصحاب المصلحة بما في ذلك الموظفين والمجتمع.

٢٢. المسؤولية المجتمعية الخارجية للشركات EXTERNAL CSR:

جهود المسؤولية المجتمعية للشركات الموجهة نحو عوامل خارج الشركة: البيئة ، المجتمع المحلي ، العملاء ، الموردين ، إلخ

٢٣. المسؤولية المجتمعية الداخلية للشركات INTERNAL CSR:

جهود المسؤولية المجتمعية للشركات الموجهة نحو العوامل داخل الشركة.