

الفصل الخامس : المسؤولية الإجتماعية لمنظمات الأعمال

1

1. مفهوم المسؤولية الإجتماعية لمنظمات أعمال

2

المسؤولية الإجتماعية لمنظمات أعمال هي إلتزام اصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة والتنمية في آن واحد.

2. أنماط المسؤولية الاجتماعية

3

- النمط الإقتصادي : منشآت الأعمال يجب أن تركز على تعظيم الربح بغض النظر عن أي مساهمة إجتماعية التي تعتبر نواتج ثانوية لتعظيم الربح.
- النمط الإجتماعي : يعرض المنشآت كوحدات إجتماعية تضع المجتمع و متطلباته في مركز اهتماماتها عند اتخاذ القرارات.
- النمط الإقتصادي – الإجتماعي : و يرى أن المنشآت لا تمثل مصالح جهةٍ واحدة (المالكين) وانما هناك جهات أخرى مثل الحكومة و المجتمع ترتبط معها بالتزامات معينة.

3. عناصر المسؤولية الاجتماعية

4

يوجد عدد كبير من العناصر التي تختلف توقعاتها لما يجب أن تؤديه المنظمة تجاهها وهم : المالكون ، العاملون، الزبائن، المنافسون، الموردون ، المجتمع، البيئة، الحكومة، جماعة الضغط الاجتماعي....

4. المحاسبة و المسؤولية الإجتماعية

5

أ. مفهوم المحاسبة والمسؤولية الإجتماعية

المحاسبة عن المسؤولية الإجتماعية هي “ مجموعة الأنشطة التي تختص بقياس و تحليل الأداء الإجتماعي لمنظمات الأعمال و توصيل تلك المعلومات للفئات و الطوائف المختصة بغرض مساعدتهم في اتخاذ القرارات و تقييم الأداء الإجتماعي لتلك المنظمات “ (الصبان، 1987)

6

- تحديد وقياس صافي المساهمة الاجتماعية للمنظمة : وتشمل المنافع الخاصة والداخلية للمنظمة والمنافع الخارجية (الاجتماعية) التي لها على فئات المجتمع.
- تقييم الأداء الاجتماعي للمنظمة : من خلال تحديد ما إذا كانت إستراتيجية المنظمة واهدافها تتماشى مع الأولويات الاجتماعية من جهة ومع طموح المنظمة من جهة أخرى (تحقيق نسبة معقولة من الأرباح).
- الإفصاح عن الأنشطة التي تقوم بها المنظمة والتي لها آثار اجتماعية و ذلك من خلال توفير البيانات اللازمة عن هذه الأنشطة للأطراف الداخلية والخارجية قصد ترشيد القرارات المتعلقة بهذا النوع من الأنشطة.

ج. مجالات المحاسبة الاجتماعية

7

- مجال العاملين : ويتضمن تأثير أنشطة المنظمة على العاملين فيها من ناحية تحسين أوضاعهم و ظروفهم (علاج مجاني، أمن وسلامة مهنية...)
- مجال البيئة: ويشمل مجموع الأنشطة الاجتماعية التي تهدف إلى الحد من الآثار السلبية لنشاط المنظمة على البيئة.
- مجال حماية المستهلك : يشمل الأنشطة التي تهدف إلى تحقيق رضا المستهلك (زيادة أمان المنتج، توفير البيانات اللازمة عن المنتج...)
- مجال المجتمع : يشمل مجموع الأنشطة التي تهدف إلى تحقيق فائدة لفئات من المجتمع كتشغيل المعاقين ، توفير فرص تدريب للطلبة، إقامة حضانة لأطفال المنطقة...

5. المسؤولية الاجتماعية و حقوق العملاء

8

1. **حق الأمان :** أي ان المنتج يباع اليوم تحت ظل المساءلة القانونية وتحمل المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلك.
2. **حق الحصول على المعلومات :** أي المعلومات المطلوبة في اتخاذ قرار الاختيار يجب أن تتصف بالكفاية و الدقة والمصداقية.
3. **حق الاختيار:** أي توفير الفرصة للمستهلك لاختيار أنواع مختلفة من المنتجات و بأسعار تنافسية. وإذا كانت الصناعة تعمل في ظروف غير تنافسية و تعتمد على تنظيمات حكومية فإنه يجب توفير سلع و خدمات ذات نوعية تحقق الاشباع و بأسعار معتدلة.
4. **حق سماع رأي المستهلك .**

1. **حق التمتع ببيئة نظيفة :** و يعني حق العيش و العمل في بيئة سليمة غير ملوثة و خالية من المخاطر للأجيال الحالية و القادمة.
2. **حق إشباع حاجياته الأساسية :** من غذاء و كساء و رعاية صحية و تعليم...
3. **حق التعويض :** عن التضليل أو السلع الرديئة أو الخدمات غير المرضية...
4. **حق التثقيف :** أن يكون للمستهلك الحق في اكتساب المعارف و المهارات المطلوبة لممارسة الاختيارات الواعية بين السلع و الخدمات من خلال الحصول على برامج توعوية و دورات تدريبية...

6. المسؤولية لمنظمات العمال في الدول العربية

أصبح لدى الشركات في بعض الدول العربية تاريخ طويل من الإسهام في تنمية المجتمعات المحلية لتلك الشركات. لكن لا تزال هناك حاجة لتوسعة نطاق الإدراك للمسؤولية الاجتماعية الواقعة على مؤسسات الأعمال في الدول العربية. ففي ضوء الأحوال الاقتصادية في هذه الدول وفي ضوء تدني مستوى أرباح معظم الشركات فإن عدداً صغيراً نسبياً من الشركات هو الذي يدرك المنافع التي يمكن الحصول عليها من خلال التركيز على القضايا الاجتماعية. ومن أمثلة الأنشطة الاجتماعية لهذه الشركات :

المؤسسات الخيرية، العمل مع البلديات، ...