

Wahiba Mokadem

Faculty of Economic, Commercial, Financial and Management Sciences,
University of Abdelhamid Ben Badis,
Mostaganem, Algeria.
Email: wahiba.mokadem@yahoo.com

Bishr Muhamed Muwafak (Orcid 0000-0005-1085-1525)

Applied Science University, Sitra, Bahrain.
Islamic Economics and Finance Pedia.
Email: bishrmm@gmail.com - Bishr.mohd@asu.edu.bh

Received October, 2020; Accepted December, 2020

Abstract: The experiences of countries that relate to corporate social responsibility differ greatly, and the reason for these differences is due to several reasons, including: the economic, social, and cultural policies of the country, the degree of government intervention in corporate activity, and the degree to which governments cover societal needs. Therefore, we find a difference between the theoretical approaches to social responsibility in both European countries and the USA. This research aims to explain these two approaches, by looking at each approach in an analytical manner and then deducing the differences between them, and this is to give an overview of the advantages and disadvantages of each approach and highlight their significant contributions.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR); Implicit Corporate Social Responsibility; Explicit Corporate Social Responsibility; The American Approach, The European Approach.

Type: Research paper



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

DOI: 10.51325/ijbeg.v4i1.22

الفرق بين المقاربات النظرية للمسؤولية الاجتماعية للشركات بين كل من دول الاتحاد الأوروبي و الولايات المتحدة الأمريكية ملخص البحث :

تختلف تجارب الدول في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل كبير، و سبب هذه الاختلافات يعود لعدة أسباب منها: السياسات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للدولة و درجة التدخل الحكومي في نشاط الشركات، و درجة تغطية الحكومات للمتطلبات المجتمعية، لذلك نجد اختلافا بين المقاربات النظرية للمسؤولية الاجتماعية في كل من الدول الأوروبية و الولايات المتحدة الأمريكية. يهدف هذا البحث إلى شرح هاتين المقاربتين، من خلال التعرض لكل مقارنة بشكل تحليلي و مفصل و من ثم استنتاج أوجه الاختلاف بينهما، و يتيح ذلك التعرف على مزايا و عيوب كل تجربة و استفادة من التجريبتين معا نظرا لأهميتهما.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية للشركات، المسؤولية الاجتماعية الضمنية، المسؤولية الاجتماعية العلنية، المقاربة الأمريكية، المقاربة الأوروبية.

1.1 تمهيد:

تسعى الشركة التي تمارس المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى أن يكون لها تأثير إيجابي على المجتمع ، والبيئة و في نفس الوقت تحقق منافعتها الاقتصادية. حيث أن المؤسسة تسعى لتحقيق التوازن في أدائها و التزاماتها تجاه أصحاب المصلحة ، أي موظفيها و عملائها و مورديها و المساهمين و كل الفاعلين الذين لهم علاقة بها. وبالتالي فإن الشركات تتعهد بإدماجها لبرامج المسؤولية الاجتماعية على أساس طوعي و خارج أي إطار قانوني ملزم. يبدو هذا التعريف العام و غيره من التعريفات المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية واضحا لكنه في نفس الوقت فضفاضا مما يجعل منه يحتمل تفسيرات مختلفة و مقاربات نظرية مختلفة باختلاف ثقافات الدول و أنظمتها الاقتصادية و توجهاتها الاجتماعية و حتى الدينية. إذن يمكن لأي دولة أن تكيف مفهوم المسؤولية الاجتماعية لشركاتها بما يتناسب مع خصوصيتها و مبادئها و أهدافها.

من هذا المنطلق، فإن هناك العديد من التجارب الدولية في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات، و لكل تجربة خصائصها التي تتفرد بها، و نظرا للنجاح الذي حققته الشركات الأوروبية و بدرجة أكبر الشركات الأمريكية في مجال المسؤولية الاجتماعية ، فإننا في هذه الدراسة سنلقي الضوء على هاتين التجريبتين بشيء من التحليل من أجل الاستفادة منهما و معرفة سبل نجاحهما و أجه القصور فيهما.

2.1 الإشكالية:

التعرض للظاهرة البحثية المدروسة كان بالتركيز على تساؤل أساسي هو : ما هو الفرق بين المقاربات النظرية للمسؤولية الاجتماعية للشركات بين التجربة الأوروبية و التجربة الأمريكية؟ و تفرع عن هذا السؤال الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية و هي:

- ما هو واقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية في الشركات الأوروبية؟
- ما هو واقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية في الشركات الأمريكية؟
- ما هي أهم الاختلافات بين التجريبتين الأمريكية و الأوروبية ؟

3.1 الفرضيات:

تعتبر التجريبتين الأمريكية و الأوروبية رائدتين في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات، و لكن لكل تجربة خصائصها و مزاياها و نقائصها، لذا يمكن أن نقول أن المقاربتين الأمريكية و الأوروبية مهمتين لأنهما حققنا نجاحا و تميزا في مجال سياسات و برامج المسؤولية الاجتماعية، أما الاختلافات بينهما فهي تتعلق بشكل أساسي بدرجة الحرية الممنوحة للشركات في اختيار و ممارسة البرامج المسؤولة.

4.1 أهمية البحث:

تكمن أهمية هذا البحث فيما يلي:

توضيح واقع ممارسة المسؤولية الاجتماعية للشركات في كل من دول الاتحاد الأوربي و الولايات المتحدة الأمريكية من خلال عرض تجاربهما في هذا المجال

دراسة المقاربة النظرية للمسؤولية الاجتماعية في كل دولة على حدة ثم تحديد الفرق بينهما.

عرض التجريبتين الأمريكية و الأوروبية يتيح للدول الأخرى و للشركات أيضا أن تستفيد منهما، من خلال التركيز على مزايا كل تجربة و تجنب سلبياتها. بدراسة و تحليل المقاربتين، يمكن للباحثين استخراج مقاربة نظرية أكثر فعالية في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات. تكمن الأهمية العلمية للبحث في إثراء المكتبة العربية ببحوث تتعلق بهذا الموضوع الذي تقل فيه الدراسات العربية كثيرا على الرغم من أهميته.

5.1 المنهجية العلمية للبحث:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي من خلال تحليل الظاهرة موضوع الدراسة باللجوء إلى المراجع الأساسية و البحوث السابقة التي تطرقت إلى موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات، و تم تحليل المعلومات الواردة فيها، و التوصل إلى نتائج تجيبنا عن الإشكالية المطروحة. حيث تم الاعتماد على في الكتب و المقالات العلمية و بحوث الملتقيات الدولية ، بالإضافة إلى بعض المقالات الالكترونية.

6.1 خطة البحث:

- من أجل التعرض لمحاوور الدراسة تم تقسيم البحث إلى العناصر التالية:
- أولا: المقدمة، و نتعرض من خلالها للإطار المنهجي للدراسة
 - ثانيا: نظرة عامة عن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات
 - ثالثا: المسؤولية الاجتماعية في دول الاتحاد الأوربي: السياسات و الممارسات:
 - رابعا: طبيعة و أسس المسؤولية الاجتماعية للشركات في الولايات المتحدة الأمريكية:
 - خامسا: أوجه الاختلاف بين المقاربات النظرية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات بين دول الاتحاد الأوربي و الولايات المتحدة الأمريكية
 - سادسا: الخاتمة، و فيها عرض لنتائج الدراسة و توصياتها.

2. نظرة عامة عن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات:

ظهر مفهوم المسؤولية الاجتماعية منذ حقبة زمنية بعيدة، حيث يمكن تتبع العديد من الأدلة على اهتمام القطاع الخاص في المجتمع والقضايا الاجتماعية لعدة عقود، و يرجح الباحثون أن نشأة المفهوم تعود إلى ثلاثينيات القرن الماضي من خلال مجادلات (Merrick. E Dodd) حول دور المدراء. فقد ادعى دود أنه إلى جانب المسؤولية الاقتصادية لمدراء الشركات تجاه أصحاب الملكية، تقع على عاتقهم مسؤولية تجاه المجتمع، لأن الشركات تعمل ضمن قانون يرخص لها ويشجعها على العمل بشكل أساسي خدمة للمجتمع وليس لتكديس الربح لأصحاب الشركات فقط غير أن الأدبيات الصريحة حول المسؤولية الاجتماعية هي إلى حد كبير نتاج سنوات الخمسينيات من القرن الماضي بحسب كارول (سعادة و الخالدي، 2019، صفحة 7). ونظرا لازدياد أهمية المسؤولية الاجتماعية فقد ظهر العديد من التعريفات التي حاولت تحديد التعريف الدقيق للمسؤولية الاجتماعية، نذكر منها:

- تعريف منظمة المقاييس العالمية ISO والتي عرفت بها بأنها: مسؤولية المنظمة عن الآثار المترتبة لقراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة عبر الشفافية والسلوك الأخلاقي المتناسق مع التنمية المستدامة ورفاه المجتمع فضلا عن الأخذ بعين الاعتبار توقعات المساهمين، فالمسؤولية الاجتماعية تعد التزاما على منظمة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة في مجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر، وتحسين الخدمات الصحية، ومكافحة التلوث، وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها.
- و يعرفها البنك الدولي المسؤولية أنها التزام أصحاب النشاطات الاقتصادية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع المجتمع المحلي لتحسين مستوى معيشة السكان بأسلوب يخدم الاقتصاد و يخدم التنمية في آن واحد، كما أن الدور التنموي الذي يقوم به القطاع الخاص يجب أن يكون بمبادرة داخلية و قوة دفع ذاتية من داخل صناع القرار في المؤسسة.
- و عرفها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة الاجتماعية على أنها الالتزام المستمر من قبل شركات الأعمال بالتصرف أخلاقيا و المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية و العمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة و عائلاتهم و المجتمع ككل.

و من خلال التعاريف السابقة ، يمكن أن نخلص إلى التعريف التالي : المسؤولية الاجتماعية هي التزام منظمة الأعمال بالقيام بدورها تجاه كل أصحاب المصلحة سواء كانوا شركاء داخليين : عمال، مساهمون، أو خارجيين: الموردون، المنافسون، المجتمع، المستهلكون...، مع التأكيد على أهمية الحفاظ على البيئة و تحقيق التنمية المستدامة و المساهمة بشكل فعال لحل مشكلات المجتمع و تجنب الإضرار به، و دون إهمالها للمكاسب المادية التي قامت من أجلها.

و من جهة أخرى فقد جاء (Carroll) بنقطة نوعية في توسيع مفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث ميز بين أربعة أبعاد رئيسية لهذا المفهوم، البعد الأول هو الجانب الاقتصادي حيث تمارس المؤسسة أنشطة اقتصادية لتحقيق الكفاءة و الفعالية حيث تستخدم الموارد بشكل رشيد لتنتج سلع و خدمات بنوعية راقية و توزع العوائد بشكل عادل على عوامل الإنتاج المختلفة، بتحقيق ذلك تكون قد تحملت مسؤولية اقتصادية.

أما البعد الثاني فهو المسؤولية القانونية حيث يندرج في هذا الإطار الالتزام الواعي و الطوعي بالقوانين و التشريعات الحاكمة لمختلف الجوانب في المجتمع سواء كان هذا في الاستثمار أو الأجور أو العمل أو البيئة أو المنافسة أو غيرها.

البعد الثالث هو المسؤولية الخيرية (Corporate Philantrophy) الذي يشتمل على التبرعات و الهبات و المساعدات الاجتماعية الخيرية التي تخدم المجتمع و لا تهدف إلى الربح، كما قد تتبنى المنظمة قضية أساسية من قضايا المجتمع و تعمل على دعمها و متابعتها.

البعد الرابع هو المسؤولية الأخلاقية التي تراعي من خلاله المنظمة الجانب الأخلاقي في كل قراراتها و مسارها في الصناعة التي تعمل فيها، تجنباً لأي ضرر يلحق المجتمع (الشرنوبي، 1999، الصفحات 42-47).

و جدير بالذكر أنه يجب أن تلتزم منظمات الأعمال بممارسة عدد من المسؤوليات الاجتماعية تجاه كل أصحاب المصلحة، خصوصا الذين تربطهم بها مصالح مباشرة و يؤثرون و يتأثرون بنشاطاتها، و من بين أصحاب المصلحة الذين يجب أن تمارسهم الشركات مسؤولياتها تجاههم هم: المالكون أو المساهمون، العمال، الزبائن، المجتمع المحلي ، البيئة.

و أظهرت العددي من البحوث أن برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات تزيد الأرباح في الأجل الطويل، وتجذب العملاء، وتحافظ على الموظفين والكفاءات. فالموظفون الجيدون يتطلعون إلى العمل في وظائف لها أثر اجتماعي إيجابي في شركات تشاركهم نفس القيم، وتسمع لأرائهم، وتقدر إنجازاتهم. ومن الآثار الإيجابية للمسؤولية الاجتماعية أيضا زيادة ثقة المجتمع بمنتجات الشركة وخدماتها وبرامجها، فضلا عن دورها البارز في الحد من المخاطر التجارية والقانونية ورفع قدرتها على زيادة رأس المال.

3. المسؤولية الاجتماعية في دول الاتحاد الأوروبي: السياسات و الممارسات:

تعرف المفوضية الأوروبية المسؤولية الاجتماعية للشركة على أنها مفهوم تدمج فيه الشركة بين الاهتمامات المجتمعية والبيئية في عملياتها التجارية وفي تعاملها مع أصحاب المصلحة على أساس طوعي. كما تدرك الشركة بشكل متزايد أن السلوك المسئول يؤدي إلى النجاح في عالم اجتماعيا الأعمال، وربط البعض مفهوم المسؤولية الاجتماعية بالقرارات الإستراتيجية التي تقوم بها منظمات الأعمال، حيث يرون أن المسؤولية الاجتماعية للشركة هي الشعور بالالتزام من جانب الشركات نحو وضع معايير اجتماعية محددة أثناء عملية صنع القرار الإستراتيجية (النويقة، 2016، صفحة 120).

و من خلال هذا التعريف يمكن أن نستخلص رؤية دول الاتحاد الأوروبي للمسؤولية الاجتماعية، حيث أن التعريف يركز على:

- المسؤولية الاجتماعية هي عمل طوعي و ليس إلزامي
- المسؤولية الاجتماعية تهتم بالجوانب الاجتماعية و البيئية التي يجب أن تكون مدمجة في نشاطات الشركة.
- المسؤولية الاجتماعية تكون تجاه أصحاب المصالح
- المسؤولية الاجتماعية ترتبط بالقرارات الإستراتيجية للشركة

و على المستوى الأوروبي، تمت الاستجابة للجدل المثار حول المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في أواسط التسعينات، لما طلبت اللجنة الأوروبية من المنظمات احترام الجوانب الاجتماعية. " كما صدر قرار للبرلمان الأوروبي لسنة 1999 دعا إلى خلق مدونة سلوك، تنظم الجوانب المتعلقة باحترام البيئة و حقوق العمل و حقوق الإنسان من طرف المنظمات الأوروبية، من أجل دعم موضوع المسؤولية الاجتماعية كعنصر مهم في أجندة لشبونة" (Conseil des barreaux de l'union Européenne (CCBE), 2008, pp. 6-7).

و صدرت سنة 2001 (الورقة الخضراء للمسؤولية الاجتماعية) من طرف اللجنة الأوروبية. و هو ما جعل المسؤولية الاجتماعية في جدول أعمال منظمات الأعمال الأوروبية، حيث "تغطي هذه الورقة مجموعة من المواضيع مثل إعادة هيكلة المنظمات من منظور المسؤولية الاجتماعية. إيجاد توازن بين العمل والحياة الشخصية. مدونات قواعد السلوك و الحقوق الاجتماعية. و هدفها هو إثارة النقاش و الجدل بخصوص المسؤولية الاجتماعية لمنظمات

الأعمال الأوروبية، وحثها على إدماج الاهتمامات الاجتماعية و البيئية جنباً إلى جنب مع اهتماماتها الاقتصادية. وضمت هذه الورقة الخضراء تبياناً لمفهوم المسؤولية الاجتماعية بشقيها الداخلي والخارجي، وذكراً لأهم مجالاتها مع عرض نهج شامل لتبني المسؤولية الاجتماعية في المنظمات.

وشددت اللجنة الأوروبية من خلال هذه الورقة الخضراء على أهمية وجود "نهج شامل" للمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال. و ذلك من خلال (promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises, 2010)

- تطوير التدريب المناسب للموظفين لأهداف جديدة للمسؤولية الاجتماعية.
- التشجيع على الإبلاغ ومراجعة الحسابات التي نشرتها المنظمات عن مسؤوليتها الاجتماعية من خلال وضع القواعد العامة لنشر مثل هذه المعلومات، و تقييمها و التأكد من مصداقيتها.
- ينبغي تشجيع الحوار مع موظفي المنظمة و إشراكهم في اتخاذ مختلف القرارات الإدارية.
- تشجيع المعايير الأخلاقية استجابة لرغبات المستهلكين، حيث تقترح هذه الورقة آليات للتحقق من درجة الامتثال للقيم في عمليات الإنتاج.
- زيادة الاستثمار المسؤول اجتماعياً، حيث أن صناديق الاستثمار المسؤول اجتماعياً يمكن أن تكون أداة جيدة لتعزيز المسؤولية الاجتماعية.
- تظهر الورقة خضراء أهمية الحاجة إلى ضمان مزيد من التقارب بين المؤشرات التي وضعتها المؤسسات والمعايير المستخدمة من قبل المحللين لتقييم الأداء الاجتماعي والبيئي.
- كما أن إقامة منتدى أوروبي متعدد الأطراف في سنة 2002 سمح بتبادل الخبرات حول المسؤولية الاجتماعية ووضع مبادئ مدونة السلوك، و الوصول إلى اتفاق حول طرق تقييم المسؤولية الاجتماعية.

و في سنة 2006 نشرت اللجنة الأوروبية دراسة بعنوان: "إقامة شراكة من أجل النمو و التوظيف: جعل أوروبا قطب للتميز في مجال المسؤولية الاجتماعية للمنظمات". بهدف ترقية المسؤولية الاجتماعية في المنظمات الأوروبية من خلال تأسيس تحالف يشكل الإطار السياسي العام للمبادرات الجديدة أو الموجودة سابقاً في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات الكبيرة و المتوسطة و الصغيرة. و الأمر لا يتعلق بأداة قانونية، و لكن وسيلة لتحفيز قدرات منظمات الأعمال الأوروبية و أصحاب المصلحة و إشراكهم في التنمية المستدامة و النمو الاقتصادي و خلق مناصب الشغل.

و في سنة 2011 عرضت اللجنة الأوروبية إستراتيجية جديدة للمسؤولية الاجتماعية تمتد إلى غاية 2014 تدعو من خلالها الدول الأعضاء إلى تبني توجيهات الأمم المتحدة في مجال الاقتصاد و الحقوق الإنسان لتطبيقها بشكل قانوني. كما غيرت تعريف المسؤولية الاجتماعية إلى اعتبارها مسؤولية الشركات تجاه الممارسات التي تقوم بها في المجتمع.

و تنعكس السياسات الحكومية الأوروبية في مجال المسؤولية الاجتماعية من خلال دور أساسي و هو خلق تأطير للعلاقة ما بين الحكومة، القطاع الخاص، و المجتمع المدني. ففي مجال علاقة الحكومة بالقطاع الخاص، ركزت الحكومات على سياسات تهدف إلى رفع الوعي لدى قطاع الأعمال، تشجيع وتسهيل المبادرات الطوعية، و بناء القدرات، و الالتزام بالمعايير الدولية للمسؤولية و ، الشفافية، و التقييم والمحاسبية، و الضرائب، و المساعدات. و من

السياسات التي تم إتباعها لتحفيز المسؤولية، وربما يمكن أن نلتزم فيها جانب رقابي، إلزام الشركات بإصدار تقارير دورية للمسؤولية، على أن تتضمن هذه التقارير إصدار معلومات كافية حول سياسات الشركة في مجال المسؤولية، تعرض فيها الشركة مدى التزامها بالقضايا الاجتماعية.

تتبع حكومات دول الاتحاد الأوروبي عامة إستراتيجية أصحاب العلاقة المتعددين في تحديد سياسات المسؤولية الاجتماعية. وبالرغم من طوعية ممارسة المسؤولية الاجتماعية للشركات إلا أن الحكومات الأوروبية تمارس نوعا غير مباشر من التدخل لدفع الشركات نحو الممارسة المسؤولية، هذا التدخل يكون في شكل: إصدار تشريعات، أو تقديم تسهيلات للشركات المسؤولة، أو الدعوة إلى الشركة في مجال المسؤولية الاجتماعية، أو من خلال تحسين سمعة الشركات المسؤولة و دعمها إعلاميا.

4. طبيعة و أسس المسؤولية الاجتماعية للشركات في الولايات المتحدة الأمريكية:

عرفت جمعية الإداريين الأمريكيين المسؤولية الاجتماعية بأنها استجابة إدارة الشركات العملية إلى التغير في توقعات المستهلكين و الاهتمام العام بالمجتمع مع الاستمرار بانجاز المساهمات الفريدة للأنشطة التجارية الهادفة إلى خلق الثروة الاقتصادية (الصيرفي، 2007، صفحة 17).

و قد بدأ اهتمام الولايات المتحدة الأمريكية بالمسؤولية الاجتماعية للمنظمات من خلال "المطالبة المتزايدة من قبل السلطات العمومية و الهيئات و الجمعيات المحاسبية لمنظمات الأعمال بالإفصاح عن البيانات ذات المضمون الاجتماعي خصوصا بعد التطور الكبير في المجال الصناعي، و زيادة التلوث. مما استدعى ضرورة الإفصاح عن الأداء لمعرفة مدى قيام المنظمات بمسؤوليتها الاجتماعية. كما حدث توجه للمشاريع نحو أخذ التكاليف الاجتماعية بالحسبان عند تحديد التكلفة الفعلية لأنشطتها " (مركز مراس للاستشارات الادارية، 2010، صفحة 45).

و يتفاوت تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية لرأس المال بين المنظمات في الولايات المتحدة الأمريكية بدرجة كبيرة. حيث تطبق بعض المنظمات المسؤولية الاجتماعية لسنوات طويلة جدا وصلت معها إلى درجة الاحترافية و الخبرة و الابتكار، بينما لا تزال بعض المنظمات في المراحل الأولى من تبني هذا المفهوم، فمثلا الشركات الكبرى مثل: (Ford) و (General Motors) أصبحت تضع معايير خاصة بها لقياس مدى نجاحها في تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية، كما حققت برامج ناجحة للمسؤولية الاجتماعية محليا و عالميا، من خلال سلاسل القيمة التي تعمل هذه المنظمات من خلالها" (المغربيل و فؤاد، 2008، صفحة 17).

و تمتلك الولايات المتحدة الأمريكية ثقافة محددة للغاية للأعمال التجارية و تولى أهمية كبيرة لريادة الأعمال، حيث تتمتع الولايات المتحدة الدولة ذات الجذور البروتستانتية بقوة روح الرأسمالية و بثقافة مؤسسية قوية للغاية، ترى أن خلق الثروة من طرف الشركات يكفي للمشاركة في المصلحة العامة للمجتمع.

وبالتالي فإن الولايات المتحدة لديها مجموعة أخف من لوائح والتزامات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات. ومع ذلك يتزايد عدد رجال الأعمال الذين يدرجون المسؤولية الاجتماعية للشركات في أنشطتهم، مدركين للقيمة المضافة التي يمكن أن تخلقها من الناحية الإستراتيجية بالإضافة إلى دورها في تحسين صورة الشركات. و لكن يبقى هذا النهج طوعي وفردى.

فعلى سبيل المثال، تحاول العديد من الشركات الأمريكية الانخراط في المجتمعات المحلية والتواصل مع المجتمعات التي تحتاج إلى المساعدة ومساعدتها من خلال المشاريع التطوعية والعمل الخيري، هذه الأخيرة تعد مشاريع مسؤولة اجتماعيا شائعة في الشركات الأمريكية الكبيرة.

فمثلا تضمن شركة T&AT أن تدفع لموظفيها يوماً واحداً سنوياً حتى يتمكنوا من التطوع في منظمة من اختيارهم، ومؤسسة بيل وميليندا غيتس هي أيضاً مثال على الأعمال الخيرية للشركات: إنها مؤسسة تهدف إلى مكافحة الجوع والفقر وتحسين التعليم وتوسيع نطاق التقنيات الرقمية. العلامات التجارية الأخرى مثل Coca-Cola أو ماكدونالدز تمول الأحداث الخيرية أو الأحداث الرياضية مثل الألعاب الأولمبية.

في الدول الأوروبية تتميز المسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل أكبر بوجود توجيهات تنظيمية و تشريعات مثل: التزامات إعداد التقارير ، والبصمة الكربونية ، و غير ذلك، حيث تعتبر الحكومات الأوروبية مهندسا لرفاهية المواطنين ،بينما في الولايات المتحدة الأمريكية ينظر إلى تنظيم الاقتصاد عامة و تنظيم ممارسة المسؤولية الاجتماعية على أنه تدخل غير مشروع في الأنشطة الاقتصادية و الحرية الخاصة للشركات و الأفراد.

و هذا يعني إلى أن الأمر متروك للشركات لتحديد القضايا الاجتماعية أو البيئية والانخراط فيها، وبالتالي فإن الأمر متروك لها لاختيار كيفية حلها. إذن يجب أن يكون لدى الشركات خيار يتعلق برغبتها في ممارسة المسؤولية الاجتماعية أولاً بكل حرية و بطريقة ممارستها لهذه المسؤولية.

و بالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية للشركات في الولايات المتحدة هي بالأساس مسألة خاصة و هي أمر يتعلق أيضاً بالعلاقة بين المستهلك والشركة. فهناك أشبه ما يسمى باليد الخفية التي تقرر رغبة الشركة الالتزام المسؤول من عدمه، فإذا كان المستهلكون يفضلون منتجات شركة ذات نشاط قوي في المسؤولية الاجتماعية للشركات ، فسوف يزداد الطلب على سلع و خدمات هذه الشركة ، مما يمنح الشركات ميزة تنافسية. و تحصل بذلك على دافع لممارسة المسؤولية الاجتماعية.

إن يميز المفهوم "المتحرر" للمسؤولية الاجتماعية للشركات بترك الحرية للشركات في اختيار و تطبيق إستراتيجية المسؤولية الاجتماعية من دون تعقيدات قانونية أو إجراءات تنظيمية كما هو معمول به في أوروبا و قد حققت الشركات الأمريكية مكاسب من هذا التوجه الحر من خلال تحسين صورتها و تحسين العلاقات مع أصحاب المصلحة.

و لكن من ناحية أخرى، يطرح هذا مشكلة تحديد متطلبات المصلحة العامة. ففي الولايات المتحدة الأمريكية لا يوجد تنظيم واضح في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات مما يصعب من تحديد المشاكل الاجتماعية والبيئية. فمثلا لا يمكن معرفة أين يجب أن تتصرف الشركات؟ و ما هو مجال العمل الذي ينبغي منحه الأولوية؟ و كيف تتصرف؟ فالدعم و التوجيه الحكومي مفقود في الولايات المتحدة. مما أقلق الكثير من المتخصصين الأمريكيين في مجال المسؤولية الاجتماعية.

و على العكس من ذلك، ففي أوروبا تدفع العديد من القيود والحوافز القانونية الشركات للحد من بصمتها البيئية أو اعتماد ظروف عمل أفضل في الخارج أو تحسين دورها المسؤول عامة ، و بما أن هذا القيد غير موجود أو بالكاد موجود في الولايات المتحدة، فإن الشركات ليس لديها الدافع لتحسين ممارساتها خاصة إذا كان هذا لا يجلب لها ميزة تنافسية.

فإلى جانب القوانين الأساسية القائمة بشأن التلوث أو التمييز العنصري أو التحرش الجنسي في العمل، لا يوجد نظام حوافز أو إطار تنظيمي لتوجيه ابتكارات و موارد الشركات تجاه ممارسات المسؤولية الاجتماعية، و بدون ضغوط من المستهلكين يمكن للشركات بكل بساطة تجاهل المسؤولية الاجتماعية بالكامل في الولايات المتحدة الأمريكية.

ولكن مع ظهور الاتجاهات الاستهلاكية المسؤولة، يبدو من الصعب بشكل متزايد الاستغناء عن المسؤولية الاجتماعية للشركات. لذلك من غير المستبعد أن تتجه الولايات المتحدة الأمريكية لتنظيم ممارسات المسؤولية الاجتماعية مستقبلاً (Monti, 2016).

5. أوجه الاختلاف بين المقاربات النظرية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات بين دول الاتحاد الأوروبي و الولايات المتحدة الأمريكية:

هناك العديد من الاختلافات المرتبطة برؤية كلا من دول الاتحاد الأوروبي و الولايات الأمريكية المتحدة لجوهر المسؤولية الاجتماعية، ففي المقاربة الأمريكية و على الرغم من أن التزامات الشركات تنحصر في الجوانب الاقتصادية والقانونية، فإنه يتم التركيز أيضا و بشكل طوعي على "الالتزام الأخلاقي و"الخيرى. بينما في السياق الأوروبي، ووجود نظام رفاه متقدم، ينظر إلى توفير الخدمات الاجتماعية كمسؤولية للدولة. فإما أن تسن الدولة القوانين التي تضمن السلوك المسؤول من خلال برامج حكومية، أو أن تدعم الفئات المحرومة اجتماعيا واقتصاديا. وعليه فمعظم الممارسات الاعتيادية للشركات الأوروبية التي من الممكن أن تصنف كجزء من المسؤولية ليست جزء من السياسات المعلنة للشركات (مسؤولية اجتماعية ضمنية) ، إنما تتضمنها الأعراف وتقاليده العمل و الالتزام بالإطار القانوني لعمل الشركات في أوروبا. هذا ما جعل مفهوم المسؤولية يظهر في الولايات المتحدة الأمريكية وكأنه اكتشاف جديد سبقت أوروبا إليه (سعادة و الخالدي، 2019، صفحة 11)

و هذا يظهر أن الإطار القانوني والنسيج المؤسسي في أوروبا تضمن الكثير من القضايا التي ظهرت ضمن شعارات المسؤولية بناء على نماذج تتضمن علاقات مختلفة للثقة بين المجتمع و السلطة من تلك التي كانت متبعة في الولايات المتحدة الأمريكية الأكثر ليبرالية اقتصاديا ، فعلى سبيل المثال فيما يتعلق بالبعد الخيري للمسؤولية ، في الولايات المتحدة الأمريكية تقدم الشركات مبادرات لرعاية الفنون والثقافة، أو لتمويل التعليم الجامعي، على خلاف السياق الأوروبي الذي تعتبر فيه الدولة الراعي الرئيسي للفن والثقافة ويؤهلها لذلك المستوى المرتفع من الضرائب المفروضة على الشركات. فبرزت بشكل كبير التشريعات الأوروبية وتوجيهات النقابات الداعمة للفئات الاجتماعية المختلفة والضامنة لحقوقها مما شكل توجه الشركات نحو الممارسات التي تتعلق بالقضايا الاجتماعية والبيئية ومصحة الاقتصاد الكلي.

فالمسؤولية كسياسة طوعية لا تزال ظاهرة حديثة ومنتشرة في السياق الأوروبي، بسبب الأشكال المختلفة تاريخيا من علاقات الثقة والسلطة لدول الرفاه الاجتماعي الأوروبية، على عكس النموذج الليبرالي كما في الولايات المتحدة الأمريكية. وكنتيجة لهذا الاختلاف، تم التقريب بين المسؤولية العلنية وهي تعبر عن النموذج الأمريكي والمسؤولية الضمنية التي تعبر عن النموذج الأوروبي. المسؤولية العلنية تفترض أن على الشركات مسؤولية تجاه قضايا ملموسة اجتماعياً، وهذا يتضمن برامج واستراتيجيات تقوم بها الشركات بشكل طوعي وبدافع ذاتي. على عكس هذا النموذج، نجد المسؤولية الضمنية ويعمل هذا الشكل سواء في المؤسسات الرسمية وغير الرسمية ويعبر عن التزام الشركات بالحاجات الجماعية للمجتمع (سعادة و الخالدي، 2019، الصفحات 17-18).

و خلال العقد الأخير تولت الحكومات الأوروبية تحفيز وقيادة المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال تبني سياسات عامة لتشجيع الشركات على التصرف بطريقة مسؤولة ومستدامة. واتخذ صانعو القرار الأوروبيون مبادرات لتشجيع المسؤولية الاجتماعية للشركات على نطاق واسع، على عكس الولايات المتحدة الأمريكية حيث السياسات

المخصصة لهذا المجال محدودة. كما أن "الشركات في أوروبا أكثر تقبلا للعمل مع الحكومة لتحسين ظروف العمال، و معتادة على العمل في بيئة منظمة. و بشكل عام هناك مجموعة من الخطوط العريضة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية و التي تشكل محور خلاف بين أوروبا و الولايات المتحدة الأمريكية و هي كما يلي (Capron, 2006, pp. 2-3) :

ظهرت المسؤولية الاجتماعية تنظيرا وممارسة في الولايات المتحدة الأمريكية قبل ظهورها في أوروبا، غير أن هذا يكون صحيحا فقط عند الحديث عن المسؤولية الاجتماعية بشكلها الصريح.

ترجع أصول المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى الجذور الأخلاقية و الدينية. أما في أوروبا فهي تقع ضمن النطاق السياسي و هي بذلك لا تأخذ الجوانب الأخلاقية بعين الاعتبار .

تعرف المسؤولية الاجتماعية في أوروبا على أنها مساهمة المنظمات في تحقيق التنمية المستدامة. في حين لا يشار إلى التنمية المستدامة كثيرا في أمريكا عند الحديث عن المسؤولية الاجتماعية.

و بالإضافة لهذه الاختلافات، يمكن أن نضيف الاختلافات التالية:

ظهر مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية في محيط اقتصادي يتسم بالرأسمالية. حيث لا تتدخل الدولة إلا في حدود ضيقة لتنظيم بعض الجوانب الاجتماعية و هذا يختلف عما هو معمول به في الدول الأوروبية حيث تتدخل الدولة بشكل بارز في دعم و تشجيع برامج المسؤولية الاجتماعية.

كما تختلف المقاربات النظرية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية بين كل من أوروبا و الولايات المتحدة الأمريكية. "حيث تهدف المسؤولية الاجتماعية وفقا للمفهوم الأمريكي إلى إصلاح نتائج النشاطات الاقتصادية، في حين تركز الرؤية الأوروبية على اعتبار برامج المسؤولية الاجتماعية شكلا من أشكال تجنب و إدارة المخاطر" (Rodié, 2007, p. 43).

يسيطر في أوروبا الاعتقاد باعتبار المسؤولية الاجتماعية مساهمة للمنظمات في مجال التنمية المستدامة، و هذا لن يتحقق إلا من خلال وضع إستراتيجية حكومية تقود هذا المفهوم إلى تحقيق الاستدامة و ذلك يمكن أن يكون من خلال تخصيص الشركات لمبالغ مالية من إجمالي أرباحها تذهب لتمويل مشاريع مجتمعية و ذات أثر تنموي ايجابي على المجتمع و البيئية (البعد السياسي للمسؤولية الاجتماعية). أما بالنسبة للشركات الأمريكية فيعني تطبيق المسؤولية الاجتماعية كضرورة إدارية من أجل تحسين سمعة الشركة و تقليل المخاطرة و بالتالي تحقيق أرباح أكبر و في هذا البعد لا تتعدى أهداف البرامج هذه الغايات الترويجية والتسويقية والتي عادة ما يكون لها أثر محدود على المجتمع (البعد الأدائي للمسؤولية الاجتماعية).

5. الخاتمة:

بالرغم من أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات لم يعد موضوعا حديثا في مجال غدارة الأعمال، إلا أنه ما يزال يحتاج إلى تنظير و تدقيق و إثراء من طرف الباحثين و المفكرين و كتاب الإدارة، و قد يجمع الباحثون على أن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي التصرفات المسؤولة و الأخلاقية التي تلتزم بها الشركات تجاه مجتمعاتها و تجاه البيئة التي تعمل بها، بل و تجاه كل أصحاب المصلحة الذين تتعامل معهم، و لكن المشكلة هو كيف تؤدي هذه المسؤولية الاجتماعية؟

الإجابة عن هذا السؤال تستدعي دراسة الرؤى و التوجهات الاقتصادية في كل بلد، حيث أن هذه التوجهات تؤثر بشكل أو بآخر على طرق ممارسة برامج المسؤولية الاجتماعية، و هذا هو الحال بالنسبة لممارسات المسؤولية

الاجتماعية في كل من الولايات المتحدة الأمريكية و الاتحاد الأوروبي. حيث تتأثر هذه الممارسات بخصائص الأنظمة الاقتصادية للدولتين و بدرجة التدخل الحكومي في الدولة و علاقة الحكومة بمتطلبات المجتمع و درجة الحرية الممنوحة للشركات في مجال ممارسة العمل المجتمعي المسؤول.

و في ختام هذه الدراسة يمكن أن نلخص أهم الاختلافات التي تميز الفرق بين المسؤولية الاجتماعية في الدول الأوروبية و المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية:

جهود كل من دول الاتحاد الأوروبي و الولايات المتحدة الأمريكية بارزة في تطوير المسؤولية الاجتماعية للشركات، لكن لكل منهما طريقته الخاصة، ففي أوروبا تحرص على الحكومات على مرافقة الشركات في مسعاها المسؤول بشكل دائم و تنظيمي و تشريعي، أما في أمريكا فترك الشركات لاختيار استراتيجياتها في مجال المسؤولية الاجتماعية بكل حرية.

ترجع أصول المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى الجذور الأخلاقية و الدينية التي تميزها. أما في أوروبا فهي تقع ضمن النطاق السياسي و نقصد بذلك أن الشركات ملزمة إلى حد ما بمجازاة الحكومة التي تقرض عليها الوفاء بمتطلبات المسؤولية الاجتماعية وفق أطر تنظيمية و تشريعية، إذن فالمسؤولية الاجتماعية في أوروبا لا تأخذ الجوانب الأخلاقية بعين الاعتبار .

تمارس الشركات الأوروبية ما يسمى بالمسؤولية الاجتماعية الضمنية و التي نقصد بها أن برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات تكون مدمجة في إطار إستراتيجية حكومية عامة، بينما تمارس الشركات الأمريكية ما يسمى بالمسؤولية الاجتماعية العلنية، حيث أن الشركات هي المسؤولة بشكل مستقل عن برامج المسؤولية الاجتماعية.

تتصف برامج المسؤولية الاجتماعية في الشركات الأوروبية ببعدها السياسي لأن هذه البرامج موجهة و منظمة و مقننة من الحكومة، بل و تتم بالاشتراك معها، و يكون هدفها الأساسي هو تحقيق متطلبات المجتمع، أما برامج المسؤولية الاجتماعية في الشركات الأمريكية تتصف بالبعد الأدائي بمعنى أن الهدف من ورائها هو أن تحسن هذه الشركات سمعتها و صورتها في ذهنية المتعاملين معها و بالتالي تكتسب ميزة تنافسية.

تتميز برامج المسؤولية الاجتماعية في أوروبا بنوع من التقيد حيث تتدخل الحكومة فيها بشكل كبير من خلال التنظيمات و القوانين، بينما تمنح الحركة كاملة للشركات الأمريكية في اختيار برامجها المسؤولة دون أي ضغوط أو قوانين أو تعليمات (المسؤولية الاجتماعية المتحررة).

تعمل الحكومات الأوروبية على تحفيز وقيادة المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال تبني سياسات عامة لتشجيع الشركات على التصرف بطريقة مسؤولة و مستدامة. و اتخذ صانعو القرار الأوروبيون مبادرات لتشجيع المسؤولية الاجتماعية للشركات على نطاق واسع، على عكس الولايات المتحدة الأمريكية حيث السياسات المخصصة لهذا المجال محدودة.

تهدف المسؤولية الاجتماعية وفقا للمفهوم الأمريكي إلى إصلاح نتائج النشاطات الاقتصادية، في حين تركز الرؤية الأوروبية على اعتبار برامج المسؤولية الاجتماعية شكلا من أشكال تجنب و إدارة المخاطر .

و في الأخير يمكن أن نعرض بعض التوصيات و المقترحات المتعلقة بالدراسة:

تحتاج المقاربات النظرية للمسؤولية الاجتماعية في دول الاتحاد الأوروبي و الولايات المتحدة الأمريكية إلى المزيد من البحث و الدراسة و التحليل من قبل الباحثين من أجل فهم أفضل و من أجل معرفة إيجابيات و سلبيات كل مقاربة.

على الرغم من اختلاف المقاربتين، إلا أن الشركات الأوروبية و الأمريكية حققت نجاحا كبيرا في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات، لذلك يمكن الاستفادة من مزايا كل مقاربة و تجنب السلبيات فيهما. يعتبر درجة تدخل الدولة في سياسات و برامج المسؤولية الاجتماعية الحد الفاصل الذي يميز بين المقاربتين فبين تدخل مفرط و حرية تامة قد تتأثر ممارسات المسؤولية الاجتماعية سلبا، فالتوسط هو المطلوب في هذه الحالة. ليس من الضروري أن نلتزم بمقاربة دون أخرى، فيمكن للدول العربية أن تضع لنفسها نظرية خاصة بممارسة المسؤولية الاجتماعية، تتجنب من خلالها مساوئ المقاربتين و تستفيد من مزاياهما.

المراجع

- المغربيل ن، & فؤاد بي. (2008). *المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر: بعض التجارب الدولية*. المركز المصري للدراسات الاقتصادية، مصر.
- ايمان سعادة، و رجا الخالدي. (2019). *واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات الفلسطينية و سبل توجيهها نحو دعم التنمية الاجتماعية*. فلسطين: معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية (ماس).
- صلاح الشرنوبى. (1999). *التنظيم و الادارة في قطاع الأعمال (مدخل المسؤولية الاجتماعية)*. مصر: مركز الاسكندرية للكتاب.
- عطا الله بشير النويقة. (2016). *أثر أخلاقيات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة*. مجلة دراسات (العلوم الادارية)، المجلد 43 (العدد 1).
- محمد الصيرفي. (2007). *المسؤولية الاجتماعية للإدارة*. الاسكندرية، مصر: الوفاء لنديا الطباعة و النشر.
- مركز مراس للاستشارات الادارية. (2010). *تحرير مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات*. سلسلة تطوير المسؤولية الاجتماعية للشركات، مجلس المسؤولية الاجتماعية بالرياض، الرياض.

References

- Almugharbel, N., & Fouad, Y. (2008). The social responsibility of capital in Egypt: some international experiences. *The Egyptian Center for Economic Studies*, Egypt. (in Arabic)
- Atallah Bashir Al-Nuwaiqa. (2016). The impact of business ethics and social responsibility in enhancing skills in commercial banks operating in the Makkah region. *Journal of Studies (Administrative Sciences)*, 43(1). (in Arabic)
- Capron, M. (2006). Une vision européenne des différences USA/Europe continentale en matière de RSE :pourquoi la RSE en Europe est un objet politique et non pas éthique,. *le séminaire international de Montréal sur la RSE*.
- Conseil des barreaux de l'union Européenne (CCBE). (2008). *la responsabilité des entreprises et le role de la pofession Européens*. guide a l'attention des avocats Européens, Bruxelles.
- Meraas Management Consulting Center. (2010). Liberalizing the concept of corporate social responsibility. *Corporate Social Responsibility Development Series, Social Responsibility Council in Riyadh, Riyadh, KSA*. (in Arabic)

- Monti, N. (2016). *Comment les entreprises Américains conçoivent-elles la RSE*. Retrieved 5 13, 2020, from Youmatter: <https://youmatter.world/fr/rse-etats-unis-usa-reglementation-differences-france/>
- Muhammad Al-Sayrafi. (2007). *Management social responsibility*. Alexandria, Egypt: *Alwafa world of printing and publishing*. (in Arabic)
- Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises. (2010). Consulté le 13, 2011, sur SENAT: www.senat.fr/ue/pac/E1776.html
- Rodié, I. (2007). *Responsabilité sociale des entreprises-le développement d'un cadre européen*; mémoire présenté pour l'obtention du diplôme d'étude européennes, Genève.
- Saadeh Iman , and Khalidi Raja. (2019). *The reality of Palestinian corporate social responsibility and ways to direct it towards supporting social development*. Palestine: *The Palestinian Economic Research Institute (MAS)*. (in Arabic)
- Salah Al-Sharnoubi. (1999). *Organization and management in the business sector (introduction to social responsibility)*. Egypt: *Alexandria Book Center*. (in Arabic)