دار المنظومة
DAR ALMANDUMAH
الرواد في قواعد المعلومات العربية

العنوان: مستقبليات المسؤولية الاجتماعية
المصدر: مجلة الدراسات المالية والمصرفية
الناشر: الاكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية - مركز البحوث المالية والمصرفية
المؤلف الرئيسي: صويلح، محمد فخري محمد
المجلد/العدد: مج24, ع2
محكمة: لا
التاريخ الميلادي: 2016
الصفحات: 24 - 25
رقم MD: 776792
نوع المحتوى: بحوث ومقالات
اللغة: Arabic
قواعد المعلومات: EcoLink
مواضيع: المسؤولية الاجتماعية، استشراف المستقبل، التكافل الاجتماعي في الإسلام، منظمات الأعمال
رابط: http://search.mandumah.com/Record/776792

© 2021 دار المنظومة. جميع الحقوق محفوظة.
هذه المادة متاحة بناء على الإتفاق الموقع مع أصحاب حقوق النشر، علما أن جميع حقوق النشر محفوظة. يمكنك تحميل أو طباعة هذه المادة للاستخدام الشخصي فقط، ويمنع النسخ أو التحويل أو النشر عبر أي وسيلة (مثل مواقع الانترنت أو البريد الالكتروني) دون تصريح خطي من أصحاب حقوق النشر أو دار المنظومة.

مستقبليات المسؤولية الاجتماعية

د. محمد فخري صويلح*

* دكتوراه في القانون الخاص - خبير المصرفية الإسلامية ومحكم معتمد - الأردن.

ظهرت المسؤولية الاجتماعية في قاموس المصطلحات التجارية، والمعرفية خلال سنوات القرن الماضي لتفرض لنفسها بعداً آخر -غير الربحية والمنفعة- على المفاهيم المتداولة في عالم الأعمال، وحاول هذا المفهوم أن يفرض لنفسه موقعاً متقدماً عند دراسة الشركات والمنشآت الاقتصادية.

لكنها في حقيقتها - أي المسؤولية الاجتماعية - تمثل ضرورة إنسانية، تهذب السلوك الجمعي للشركات، وتضعه في إطار أخلاقي وقيمي، ذلك أن المسؤولية الاجتماعية واجب أخلاقي نبيل تجاه المجتمع المحلي والإقليمي والدولي، وتجاه الأرض التي نعيش عليها من الناحية البيئية والإنسانية، إلا أن هذا الواجب يجد تأصيله وشتاته في الشريعة الإسلامية، وفي الأخلاق المجتمعية في البيئات العربية والشرقية عموماً، وكذلك فإن رصيداً وطنياً واجتماعياً واقتصادياً يضاف لتلك الشركات والمؤسسات التي تؤدي واجباتها في إطار المسؤولية الاجتماعية، كما هو الحال في الرصيد الإنساني والمعرفي، بل والمصلحي لدى الشركات في العالم أجمع.

وقد تم تناول المسؤولية الاجتماعية في العديد من الدراسات والبحوث التطبيقية، بل وفي خطط الشركات والمؤسسات ذات الصلة بالمسؤولية الاجتماعية.

كما تناولته المنظمات الداعمة لأنشطة المسؤولية الاجتماعية وكذلك الدول التي تدعم تعزيز هذا المفهوم، والذي يعزز الإطار الانساني للشركات والمنظمات الربحية.

وتجيء هذه الورقة ساعية نحو تقديم مخطط وإطار يرسم صورة مستقبليات المسؤولية الاجتماعية من عدة محاور، والتي يرجو الباحث أن تمثل إضافة في الفكر الإنساني والاجتماعي.

تحاول هذه الورقة في إطار تأصيلها للمحور الثالث من محاور المؤتمر الدولي العلمي الأول للمسؤولية الاجتماعية، والذي يتناول تأطير نظرة استشرافية لواقع المسؤولية الاجتماعية، من خلال دراسة مستقبليات المسؤولية الاجتماعية استناداً إلى مرتكزات خمسة، ما بين القانوني والشرعي والمعرفي والاجتماعي والاقتصادي، ذلك أن تكامل هذه المرتكزات واجتماعها يؤمن دافعاً نحو مستقبل واثق للمسؤولية الاجتماعية في إطار عالم متغير.

وتحاول هذه الورقة من خلال بنائها لمنظومة المرتكزات، وربطها فيما بينها تكوين مضامين في الوجدان الانساني والمعرفي تستجيب للتحديات المعاصرة، وتواجه أي تحد قانوني أو شرعي أو معرفي أو اجتماعي أو اقتصادي يمكن أن يعوق دور المسؤولية الاجتماعية كإحدى روافع العمل المجتمعي، وباعتبارها إطاراً أخلاقياً ذا رسالة متقدمة ومرامي رائدة.

وبتحقيق المرتكزات الخمسة والتي سبق الإشارة لها، فإن مستقبل المسؤولية الاجتماعية في إطار المجتمعات العربية والإسلامية سيؤدي رسالة ناهضة متكاملة ذات جدور روحية ودينية، وهو ما يميزها عما يقدمه الغرب في تعاطيه مع المسؤولية الاجتماعية والذي يتناول المرتكزات الأربعة دون مرتكز البعد الديني والشرعي.

النتائج والتوصيات:

تخلص الورقة إلى مجموعة من النتائج والتوصيات والدروس المستفادة من تجارب المسؤولية الاجتماعية للشركات العالمية بشأن الدور الذي تستطيع كل من الحكومة والقطاع الخاص والشركات الاضطلاع به لتشجع مساهمة الشركات في برامج المسؤولية الاجتماعية، فالمسؤولية الاجتماعية واجب ديني وقانوني واجتماعي واقتصادي، يضيف ولا ينقص، يبني ولا يهدم، ولذلك فعلى الجميع أفراداً وشركات، بل وعلى الدولة أن تتكافل جهودهم، ويحتضنوا المبادرات البناءة والتي تهدف إلى البناء والتكامل وصولاً إلى تحقيق أغراض المسؤولية الاجتماعية وعلى رأسها رد قليل من الجميل للمجتمع، وإعادة صياغة العلاقة بين أفراده على أساس التكافل والعدالة المجتمعية.

التوصيات:

وعليه فإن الباحث يضع التوصيات أدناه موضع البحث والمناقشة والاستفادة ليسأل الله جل وعلا أن يديم الفضل والوصل بين أفراد مجتمعاتنا على أساس وحدة الحال، والتظافر والتعاون المجتمعي.

* إن أداء واجبات المسؤولية الاجتماعية وممارساتها الراشدة واجب ديني وفضيلة إسلامية سبق الإسلام بها الأفكار والنظم المعاصرة، وواجب المسلمين أداء موجبات هذه المسؤولية استجابة لأمر الله وأمر رسوله صلى الله عليه وسلم، وهي باب للأجر الأخروي يستحق البذل ومزيد العطاء.

* حث الإسلام على أداء واجبات المسؤولية الاجتماعية، ونظم كيفية هذا الأداء من خلال أدوات محددة بدقة مثل: فقه الزكاة والصدقات وفقه الوقف والوصايا والحقوق الواجبة للعمال والمتعاملين والإحسان والسماحة وأداء الحقوق.

* المسؤولية الاجتماعية في الإسلام تتعدى العمل الخيري والتطوعي أو الهبات المالية إلى بناء المساجد والمراكز التعليمية والصحية وكفالة الأيتام والأرامل ورعاية المسنين، ورعاية وحماية الموارد الطبيعية، وإعمار الأرض، والحفاظ على البيئة مما يفسدها.

* دعوة المفكرين في الاقتصاد والإدارة إلى البحث ودراسة هذا المفهوم من أجل تطويره وتحفيزه من حيث الماهية والمفاهيم ذات الصلة، والأدوات التي يمكنها تعزيز ترسيخ مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

* دعوة الفقهاء إلى التأصيل الشرعي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، حتى يحظى بالاهتمام الواجب من طرف المسلمين.

* دعوة رجال الأعمال المسلمين إلى ضرورة المشاركة بفعالية ومبادرة في برامج وفعاليات المسؤولية الاجتماعية بروح إسلامية وتقديم نموذج رائد فيها يستند على المنظومة القيمية للمسلمين.

* على الدولة أن توفر مناخاً ملائماً ومحفزاً لقيام الشركات بنشاطها ومواجهة تحديات المنافسة المحلية والعالمية لما تنتجه وتقدمه، وبحيث لا تكون كلفة برامج المسؤولية الاجتماعية عبئاً عليها وتكلفة إضافية.

* إعطاء القدوة الحسنة والنموذج الإيجابي للشركات من خلال الإفصاح والشفافية عن سياسات الحكومات المختلفة وتوفير المعلومات وإتاحتها وتشجيع الشراكة بين القطاعين العام والخاص.

* تهيئة الشركات قبل فرض الزامية القيام بواجبات المسؤولية الاجتماعية حتى يحقق الأمر نوعاً من الرضا والقبول الأولي، وذلك تشجيعاً للشركات على التزامها بمسؤوليتها الاجتماعية اتجاه مختلف أصحاب المصالح من خلال الحوافز الضرورية، والامتيازات الخاصة بالمناقصات الحكومية لفترة محددة وربطها بتحقيق أهداف اجتماعية بعينها.

* تنظيم حملات واسعة النطاق للترويج لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات خاصة الصغيرة منها والمتوسطة بأهمية هذه البرامج وأثرها على أرباح الشركات في المدى المتوسط والطويل.

* ترتيب أولويات التنمية الاجتماعية التي يتعين على قطاع الأعمال استهدافها وتحديد أكفأ الطرق للتعامل معها.

* تحديد إطار زمني لتنفيذ هذه الإستراتجية واختيار بعض المؤشرات التي تقيس مدى نجاح برامج الإستراتيجية في تحقيق الأهداف المرجوة منها.

* على كل شركة أن تضمن الرسالة الخاصة بها سياساتها في تحمل مسؤوليتها تجاه مجتمعها على نحو يؤكد على حماية أصول الشركة واحترام حقوق أصحاب المصالح المشتركة.

* ضرورة مراعاة الاعتبارات البيئة أثناء ممارسة الشركات لنشاطها الاقتصادي.

* تقديم الدعم للشركات المحلية خاصة في مجال تدريب المدربين وتأهيلهم في مجال رسم وتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية.

* ايلاء البعد القانوني والتشريعي أهمية خاصة في تنميط وتقنين مفهوم المسؤولية الاجتماعية وما يتربط بها من أدوات ومناشط وأساليب تقييم ورقابة.

* التهيئة المجتمعية من خلال الاهتمام الكافي بالبعد المعرفي والاجتماعي بالاعتبار المجتمع هو الحاضنة الحقيقية، وهي المقدم والمتلقي لفعاليات وممارسات المسؤولية الاجتماعية.