



حُسَيْنُ عَبْدِ الْمُطَلِّبِ الْأَسْرَجُ
باحث اقتصادي
وزارة الصناعة والتجارة الخارجية
المصرية

مُبادراتُ المسؤولةِ الاجتماعيةِ مِنَ الفَهِمِ الصَّحِيحِ لِلدِّينِ الإِسْلامِيِّ

إنَّ الاهتمامَ بالمسؤوليةِ الاجتماعيةِ ليستْ بعيدةً عن دِيننا السَّميحِ، الذي حثَّ الناسَ على التعاونِ مِن أجلِ خيرِ المجتمعِ، والحفاظِ على البيئةِ، وركَّزَ على أهميةِ الاهتمامِ بحُسنِ استغلالِ المواردِ، وعدمِ الإسرافِ والتبذيرِ، وعدمِ إهمالِ حقِّ الأجيالِ القادمةِ. ويكتسبُ الدورُ الاجتماعيُّ للشركاتِ في منطقتنا العربيةِ أهميةً بالغةً؛ باعتبارها حجرَ الزاويةِ، وأداةً مهمَّةً للتخفيفِ من سيطرةِ العولمةِ وجموحها؛ حيثُ يمثُلُ القطاعُ الخاصُّ والشركاتُ الجزءَ الأكبرَ والأساسَ في النظامِ الاقتصاديِّ الوطنيِّ، وعليه أصبحَ الاهتمامُ بالمسؤوليةِ الاجتماعيةِ مطلباً أساساً للحدِّ من الفقرِ؛ من خلالِ التزامِ المؤسساتِ الاقتصاديةِ (شركاتٍ محليةٍ أو مؤسساتٍ دوليةٍ) بتوفيرِ البيئةِ المناسبةِ، وعدمِ تبديدِ المواردِ، والقيامِ بعملياتِ التوظيفِ والتدريبِ، ورفعِ القُدراتِ البشريةِ، وتمكينِ المرأةِ، ورفعِ قُدراتِها ومهاراتِها بما يُؤهلُّها للمشاركةِ في عمليةِ التنميةِ المستديمةِ، ومساندةِ الفئاتِ الأكثرِ احتياجاً.

وتنطلقُ هذه المبادراتُ مِنَ الفَهِمِ الصَّحِيحِ لِلدِّينِ الإِسْلامِيِّ الَّذِي أعطى أوْلىةً للعملِ الخيريِّ والمسؤوليةِ الاجتماعيةِ كما في قولهِ تعالى: (وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى) (سورة المائدة: ٣)، وقولهِ عزَّ وجلَّ: (وَآتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَى وَالْيَتَامَى وَالْمَساكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ) (البقرة: ١٧٧)، (وَ فِي أَمْوالِهِمْ حَقٌّ لِلْسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ) (الذاريات: ١٩) وذلك كُلهُ ابتغاءَ مَرْضاةِ اللَّهِ تعالى، وليس لأبي غرضٍ دُنْيويٍّ؛ كقولهِ تعالى (مَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ) (سورة الزلزلة: ٧)، فضلاً عما يُمكنُ أن ينالهُ المتطوِّعُ في الحياةِ مِن بركةٍ، وسكينةٍ نفسيةٍ، وسعادةٍ روحيةٍ لا تُقدَّرُ بثمنٍ (فَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْرًا فَهُوَ خَيْرٌ لَهُ) (سورة البقرة: ١٨٤)، كما أن عملَ الخَيْرِ، وإشاعتهِ، وتثبيتتهِ مِنَ المقاصدِ الشرعيةِ؛

فحقوق المسلم كلها مسؤوليات اجتماعية، وإن كان الفرد مطالباً بمسؤولية اجتماعية فعلية مستوى الجماعات والشركات والبنوك تكون المسؤولية أعظم¹.

إضافة إلى هذه الدلائل القرآنية نجد كذلك مثلها في السنة النبوية الشريفة؛ فنجده صلى الله عليه وآله وصحبه وسلم يشير إلى الأخوة والعدالة الاجتماعية اللتين تعكسان مفهوم المسؤولية الاجتماعية في قوله "المسلم أخو المسلم، لا يظلمه ولا يسلمه، من كان في حاجة أخيه كان الله في حاجته، ومن فرج عن مسلم كربة فرج الله عنه بها كربة من كرب يوم القيامة، ومن ستر مسلماً ستره الله يوم القيامة" (متفق عليه). ويؤصل مفهوم المسؤولية الاجتماعية ويدعمها بقوله "مثل المؤمنين في توادهم وتراحمهم وتعاطفهم مثل الجسد الواحد إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الجسد بالسهر والحمى" (متفق عليه).

وإذا كان المجتمع بمؤسساته وقطاعاته وأفراده كافة مطالباً بتحمل نصيبهم من هذه المسؤولية؛ فإن أكثر الكتابات المهمة بهذا الشأن تعتبر أن أهم القطاعات - التي يتوقع منها الكثير في الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية - قطاع الشركات والمنشآت التجارية؛ فدورها لا ينحصر في استغلال الموارد المتاحة لها بما يخدم أهدافها الاقتصادية فحسب؛ بل إن مسؤوليتها تمتد إلى مواجهة الحاجات الاجتماعية، وهو دور يتجاوز حدود الشركة وعاملها إلى المجتمع والتأثير فيه، وهو في حقيقته التزام أخلاقي، واعتراف بفضل المجتمع عليها في الرفاهية التي وصلت إليها. وإن من الأمثلة الخالدة في تاريخنا الذي يمثل جانباً من المشاركة في مسؤولية التجار تجاه مجتمعهم؛ ما فعله عثمان بن عفان رضي الله عنه (كما ورد في صحيح البخاري) قال النبي صلى الله عليه وسلم: (من يشتري بعرومة فيكون دلوها فيها كدلاء المسلمين؟ فاشترأها عثمان رضي الله عنه). وفي صحيح البخاري: باب مناقب عثمان رضي الله عنه، قال النبي صلى الله عليه وسلم: (من يحفر بعرومة فله الجنة، فحفرها عثمان، وقال: من جهز جيش العسرة فله الجنة، فجهزه عثمان...). ويبدو أن بعرومة كانت أولاً عيناً، وحفر فيها عثمان رضي الله عنه بعراً، أو لعل العين كانت تجري إلى بعرفوسعها، أو طولها فنسب حفرها إليه².

ولنقرأ هذا البيان النبوي الذي من خلاله تتضح مراتب الأعمال وقيمتها في منظور الإسلام الحنيف: يقول الرسول محمد صلى الله عليه وسلم: (أحب الناس إلى الله أنفعهم للناس، وأحب الأعمال إلى الله عز وجل سرور تدخله على مسلم، أو تكشف عنه كربة، أو تقضي عنه ديناً، أو تطرد عنه جوعاً، ولأن أمشي مع أخي المسلم في حاجة، أحب إلي من أن أعتكف في المسجد شهراً، ومن كف غضبه ستر الله عورته، ومن كظم غيظاً ولو شاء أن يمضيه

اراجع: نعيمة يحيوي، فعالية التنمية المستدامة والمسؤولية الاجتماعية في مواجهة ظاهرة البطالة (دراسة استقرائية في المنظور الإسلامي)،

ص 8 متاح في: <http://www.csrna.net/index.php/khwv/finish/1--/72>

2 عادل رشاد غنيم، المسؤولية الاجتماعية ضرورة حياة، جريدة اليوم، العدد 14945، مايو 16، 2014، ص 6

أَمْضَاهُ، مَلَأَ اللَّهُ قَلْبَهُ رِضَى يَوْمِ الْقِيَامَةِ، وَمَنْ مَشَى مَعَ أَخِيهِ الْمُسْلِمِ فِي حَاجَتِهِ حَتَّى يُشْبِتَهَا لَهُ، أَثَبَتَ اللَّهُ تَعَالَى قَدَمَهُ يَوْمَ تَزَلُّ الْأَقْدَامُ، وَإِنَّ سُوءَ الْخُلُقِ لَيُفْسِدُ الْعَمَلَ كَمَا يُفْسِدُ الْخَلُّ الْعَسَلَ).

وهناك عدة تعريفات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، وكلها تدور حول المعنى ذاته؛ وهي تحمل الشركات لمسئوليتها تجاه أصحاب المصالح من حملة الأسهم المستهلكين، والعُملاء، والموردين، والعاملين، والبيئة، والمجتمع¹، وفي ما يلي مجموعة من هذه التعريفات:

• يرى البعض المسؤولية الاجتماعية على أنها: تذكير للمؤسسات بمسئولياتها وواجباتها إزاء مجتمعها الذي تنتسب إليه، بينما يرى البعض الآخر: أن مقتضى هذه المسؤولية لا يتجاوز مجرد مبادرات اختيارية تقوم بها الشركات صاحبة الشأن بإرادتها المنفردة تجاه المجتمع، وهناك آخرون يرون المسؤولية الاجتماعية بمثابة صورة من صور الملائمة الاجتماعية الواجبة على الشركات.

• عرّف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسؤولية الاجتماعية على أنها: "الالتزام المستمر من قبل شركات الأعمال بالتصرف أخلاقياً، والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية، والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، والمجتمع المحلي والمجتمع ككل"².

• عرّف البنك الدولي مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ومجتمع الأعمال بصفة عامة على أنها "التزام أصحاب النشاطات التجارية 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"³.

• عرّفت الغرفة التجارية العالمية المسؤولية الاجتماعية بأنها: "جميع المحاولات التي تساهم في تطوع الشركات لتحقيق التنمية؛ وذلك لاعتبارات وأسباب أخلاقية واجتماعية، وتعتمد المسؤولية الاجتماعية على المبادرات الحسنة من القطاع الخاص؛ سواء أكان شركات، أو رجال أعمال؛ دون وجود إجراءات ملزمة قانونياً، وبهذا فإن المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال الإقناع والتعليم".

ومن الملحوظ في الآونة الأخيرة أن هناك بعض الجهود الفردية لبعض شركات القطاع الخاص - وخاصة أصحاب الشركات الكبرى - الذين أصبحوا على وعي بمسئولياتهم الاجتماعية؛ ولكن معظم هذه الجهود غير مؤثرة، أو محسوسة، أو ملموسة. وقد بدأ العديد من الشركات العربية في تبني توجه المسؤولية الاجتماعية للشركات بقوة؛

¹ UNIDO and the World Summit on Sustainable Development, Corporate Social Responsibility: Implications^{1c} for Small and Medium Enterprises in Developing Countries, Vienna, 2002,p5

² World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).. Meeting changing expectations: Corporate social responsibility,1999,p 3

³ World Bank, Opportunities and options for governments to promote corporate social responsibility in Europe and Central Asia: Evidence from Bulgaria, Croatia and Romania. Working Paper, March 2005..p1

كالشركات المحلية الرائدة، والرعايا المقيمين متعددي الجنسية، والقليل من المشروعات الصغيرة المتوسطة ذات الرؤية المستقبلية. وإحدى خصائص هذه الحركة هي المشاركة العربية في الاتفاق العالمي، وفي شبكة دولية من الشركات، والمنظمات غير الحكومية، ومنظمات أخرى أنشأتها الأمم المتحدة.

ويمكن القول ب: أن هناك وعياً واسعاً بمفهوم ومدى أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات في المنطقة، وقد اشتركت مؤسسات كثيرة في المنطقة في نشاطات اجتماعية؛ أدت إلى زيادة ثقة المستهلكين، وتنمية المجتمع، واستقطاب الموظفين، والاحتفاظ بهم، وتحسين الأداء المالي ولكن من دون أن تنظم هذه النشاطات بشكل رسمي تحت مظلة المسؤولية الاجتماعية. وبرغم ذلك فإن مستوى المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في الدول العربية لم يصل بعد إلى ما وصل إليه في الدول الكبرى؛ فرغم الإكثار من النقاش عن دور القطاع الخاص في التنمية؛ -و خاصة بعد تقلص دور الدولة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في العقود الأخيرة من القرن الماضي-؛ إلا أن هذا الدور مازال في طوره الأول دون تطور فعّال، ولم يتم حتى الآن تحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأبعادها بشكل محدّد وقاطع في هذه الدول، كما لم يتم إضفاء الصفة النظامية عليها من قبل جهات التشريع؛ مما أدى لخضوع مفهوم المسؤولية الاجتماعية ومدلولاتها لتفسيرات متعددة؛ منها من يرى أنه مجرد تذكير للمنشآت بمسؤولياتها.¹

و هناك أسباب عديدة تُعوق انتشار المسؤولية الاجتماعية للشركات من أهمها:-

- عدم وجود ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى معظم الشركات السعودية؛ فمن الملحوظ أن عدد الشركات المتبنية لهذه الثقافة يمثّلون قلة من الشركات الكبرى، في حين أن الغالبية يجهلون تماماً هذا المفهوم.
- إن معظم جهود هذه الشركات غير منظمّة؛ فالمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص كي تكون مؤثرة في حاجة إلى أن تأخذ شكلاً تنظيمياً ومؤسسياً له خطة وأهداف محدّدة، بدلاً من أن تكون جهوداً عشوائية مُبعثرة.
- غياب ثقافة العطاء للتنمية؛ حيث أن معظم جهود الشركات تنحصر في أعمال خيرية غير تنموية مرتبطة بإطعام فقراء، أو توفير ملابس، أو خدمات لهم؛ دون التطرّق إلى مشاريع تنموية تُغيّر المستوى المعيشي للفقراء بشكل جذريّ ومستديم.
- قلة الخبرات والمعرفة والقُدرة العلمية على وضع المقاييس والمعايير لقياس الجهودات؛ فهناك حتى الآن خلط بين الأعمال الخيرية، والمسؤولية الاجتماعية. اللهمّ ارزقنا رُشدنا وألهمنا الصواب.

¹ عسكر الحارثي: ثقافة المسؤولية الاجتماعية من أين تبدأ؟ ورقة عمل قُدّمت الى ملتقى العطاء العربي الثاني، أبوظبي في الفترة من 6-7 يناير 2009، ص 6.