

تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات لمراجعة الأدبيات

أحمد أيمن أحمد محمد السخاوي*

الملخص:

لا يعد مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات من المفاهيم الحديثة في بيئة الأعمال الحالية، حيث يعود هذا المفهوم إلى ثلاثينيات القرن العشرين، ومنذ ذلك الحين شهد مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات العديد من الاسهامات من قبل العديد من الباحثين والمهنيين لتوضيح السمات الأساسية لهذا المفهوم، ومن هنا يهدف البحث إلى استعراض جانب من التطور الذي حدث في مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، من خلال مراجعة الأدبيات، وقد توصل البحث إلى عملية مستمرة لا دوراً ثابتاً تقوم به المنظمة فيما يتعلق بفئات معينة مع إعطاء أولويات محددة سلفاً لهذه الفئات، ومن جهة أخرى تقدم التعريفات السابقة وصفا لظاهرة المسؤولية الاجتماعية للشركات، لكنها لا تقدم أي توجيهات بشأن كيفية إدارة التحديات ضمن هذه الظاهرة.

* باحث بمركز البحوث والاستشارات لقطاع النقل البحري - الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري.

المقدمة:

تمثل طبيعة العلاقة بين الشركات والمجتمع المحور الرئيسي الذي يعتمد عليه مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، ولعل من أول المحاولات التي أُلقت الضوء على هذه العلاقة هو ما ذكره Davie Packard أحد مؤسسي شركة Hewlett Packard Company (معروفة أيضاً بالعلامة التجارية HP) عام 1939 "أعتقد أن الكثير من الناس يعتقدون خطأ أن الشركة موجودة ببساطة لكسب المال، على الرغم من أن هذه نتيجة هامة من وجود الشركة، لكن علينا أن نذهب أعمق في تحديد الأسباب الحقيقية لوجودنا، ومن ثمَّ يمكن استنتاج أن اجتماع مجموعة من الأفراد كمؤسسة أو ما نسميه الشركة - بحيث أن يكونوا قادرين على إنجاز أشياء بشكل جماعي لا يستطيعون إنجازها بشكل منفرد - يساهمون في المجتمع، على الرغم من أن العبارة تبدو مبتذلة ولكنها أمر أساسي" (Goodpaster 2007).

انطلاقاً مما ذكره Packard عام 1939 يمكن القول بأن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات ظهر في بيئة الأعمال منذ زمن طويل، ويمكن الاستدلال على ذلك أيضاً من ظهور بعض المحاولات من الباحثين في فترة ثلاثينيات وأربعينيات القرن العشرين للتطرق لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، مثل Chester Barnard عام 1938 في كتابه "وظائف السلطة التنفيذية" بالإضافة إلى J. M. Clark عام 1939 في كتابه "الرقابة الاجتماعية في إدارة الأعمال" وفي نفس الإطار Theodore Kreps عام 1940 في كتاب "قياس الأداء الاجتماعي لرجال الأعمال" (Carroll 1999).

في حين ظهرت بعض المحاولات الأكاديمية للتعرف على مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات قبل خمسينيات القرن العشرين، يعتبر Howard R. Bowen هو المؤسس الحقيقي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، حيث يظهر ذلك في محاولته الإجابة على التساؤل "ما المسؤوليات تجاه المجتمع التي من المتوقع أن يتحملها رجال الأعمال؟" عام 1953 في كتابه "المسؤوليات الاجتماعية لرجال

الأعمال" والذي يعد الكتاب الأول الذي يتناول المسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل واضح (Carroll 1999) .

على الرغم من أن النقاش حول العلاقات بين الشركات والمجتمع ومن ثمّ مسؤوليات الشركات الضمنية تجاه المجتمع مستمرة على مدى عقود، لا يوجد حتى الآن توافق في الآراء حول تعريف واحد لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات (Carroll 1999; McWilliams and Siegel 2001; Kakabadse et al. 2005; Dahlsrud 2006; Uddin et al. 2008; Okoye 2009; Freeman and Hasnaoui 2011) ومن ثمّ شهد مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات تطورات على مدار العقود السابقة، ومن هنا شهد تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات إسهامات عديدة من قبل مجموعة واسعة من الباحثين والجهات الأكاديمية والمهنية، ومن ثمّ تراكم كم كبير من التعريفات، وللتعرف على التطور الذي حدث في هذا المفهوم يتناول البحث جانب من التطور في المحاولات الأكاديمية والمهنية لتعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات، وذلك من خلال استعراض وتحليل بعض التعريفات وفقا لتسلسلها الزمني.

المنهجية:

تعتمد منهجية البحث على اولا: تجميع جزء من تعريفات المسؤولية الاجتماعية للشركات (ملحق رقم 1)، وذلك من خلال مراجعة المقالات العلمية والتي تم نشرها بالدوريات العلمية العالمية او المواقع الرسمية للجهات المهنية على شبكة الانترنت في الفترة من عام 1953 وحتى عام 2015. ثانيا: تحليل المحتوى لهذه التعريفات بالاعتماد على المنهجية المتبعة في دراسة Dahlsrud عام 2008، حيث قامت دراسة Dahlsrud بتحديد 5 ابعاد لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات (البعد البيئي - البعد الاجتماعي - البعد الاقتصادي - بعد أصحاب المصالح - البعد الطوعية) وتبويب التعريفات المختلفة وفقا لها، ومن ثم اعتمدت دراسة Dahlsrud على الكلمة والجملة كوحدة تحليل، ويوضح الجدول رقم (1) منهجية تحليل المحتوى المتبع في الدراسة.

جدول رقم (1) منهجية تحليل المحتوى

البعد	بيوب التعريف وفقا لهذا البعد إذا كان يشير إلى	مثال للكلمات أو الجمل التي تشير إلى البعد
البعد البيئي	البيئة الطبيعية	<ul style="list-style-type: none"> • بيئة أنظف • المحافظة على البيئة
البعد الاجتماعي	العلاقة بين الشركة والمجتمع	<ul style="list-style-type: none"> • مساهمة في إيجاد مجتمع أفضل • إدماج الاهتمامات الاجتماعية في العمليات التشغيلية. • النظر في النطاق الكامل للتأثير على المجتمع
البعد الاقتصادي	الاقتصادي الاجتماعي بما في ذلك وصف المسؤولية الاجتماعية للشركات من ناحية عملية الشركة	<ul style="list-style-type: none"> • المساهمة في التنمية الاقتصادية • الحفاظ على الربحية • عمليات التشغيل
بعد أصحاب المصالح	أصحاب المصالح أو مجموعات أصحاب المصالح	<ul style="list-style-type: none"> • التفاعل مع أصحاب المصلحة • الموظفين والموردين والعملاء والمجتمع.
البعد التطوعي	إجراءات لا ينص عليها القانون	<ul style="list-style-type: none"> • على أساس القيم الأخلاقية • بخلاف الالتزامات القانونية • تطوعي

المصدر: إعداد الباحث اعتمادا على منهجية دراسة Dahlsrud عام 2008

النتائج:

اظهر تحليل المحتوى للتعريفات الموضحة في الملحق رقم (1) والتي يبلغ عددها 55 تعريف، أن بعد اصحاب المصالح من اكثر الابعاد التي ركزت عليها التعريفات، حيث بلغ وزنة النسبي حوالي 85%، وبالمثل البعد الاجتماعي للمسؤولية الاجتماعية للشركات، فقد بلغ وزنة النسبي 84%، وبلي ذلك البعد الاقتصادي وزن نسبي 76%، وتعد هذه الابعاد الثلاثة من اكثر الابعاد التي ركزت عليها التعريفات السابقة، في حين مثل الوزن النسبي للبعد التطوعي حوالي 40%، واخيرا البعد البيئي بوزن نسبي 35%، وفيما يلي استعراض لأبرز التعريفات خلال فترة التحليل.

تعتبر محاولة Bowen عام 1953 لتعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات من أول المحاولات التي حددت معالم مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، حيث أشار إلى أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تتضمن التزام رجال الأعمال لمواصلة اتباع السياسات واتخاذ القرارات أو اتباع مسارات العمل (Lines Of Action) التي تكون مرغوبة في إطار أهداف وقيم المجتمع (Carroll 1999; Okoye 2009). وفي نفس السياق عرف Davis عام 1960 المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها القرارات والإجراءات المتخذة من قبل رجال الأعمال لأسباب على الأقل تتجاوز بشكل جزئي المصالح الاقتصادية المباشرة للشركة (كما ورد في Carroll 1999).

والجدير بالذكر في تعريف Davis الإشارة إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها تتجاوز المصالح الاقتصادية (Beyond Economic Interest) للشركة، وقد تبنى العديد من الباحثين هذا الفكر عند تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات، حيث ورد مصطلح تجاوز المسؤولية الاقتصادية والقانونية (Beyond economic and legal obligations) في العديد من التعريفات مثل تعرف McGuire 1963

وتعريف كل من Davis and Blomstrom 1966 وتعريف Davis 1967 وتعريف كل من Jones 1980 وتعريف Eells and Walton 1974 وتعريف كل من Piacentini et al. 2000 وتعريف Kilcullen and Kooistra 1999 وتعريف كل من McWilliams and Siegel 2001 وتعريف Lea 2002.

ومن جهة أخرى أوضح Harold Johnson عام 1971 أن الشركة تحقق مفهوم المسؤولية الاجتماعية عندما تقوم إدارتها بتحقيق التوازن بين مصالح الأطراف المختلفة، بدلاً من السعي فقط لتعظيم أرباح مساهميها، مع الأخذ في الاعتبار مصالح العاملين والموردين بالإضافة إلى المجتمعات المحلية (Local Communities) والمجتمع ككل (كما ورد في Carroll 1999).

بالإضافة إلى ما تقدم قام Carroll عام 1979 بتعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات، بأنها تشمل على توقعات المجتمع الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والاختيارية (Discretionary) من المنظمة في لحظة زمنية محددة (Carroll 1979)، وعلى الرغم من تطرق Carroll لتعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات في مقاله Corporate social responsibility: Will industry respond to cutbacks in social program funding? عام 1981، بالإضافة إلى مقاله عام 1991 تحت عنوان (The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders) لم يتغير تأكيد Carroll على أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تتكون من أربع مسؤوليات أساسية وهي المسؤولية الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والطوعية أو الخيرية للمنشأة.

وفي سياق آخر عرف كلٌّ من Coombs and Holladay 2012 المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها مجموعة من الإجراءات التطوعية التي تنفذها الشركة في سعيها نحو تحقيق رسالتها والتزاماتها نحو أصحاب المصلحة، بما في ذلك الموظفين والمجتمعات المحلية والبيئة والمجتمع ككل.

بالإضافة إلى ما تقدم من توضيح اهتمام الباحثين بتعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات، اهتمت المنظمات الدولية أيضاً بتعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات، حيث ذكرت مفوضية الجماعات الأوروبية (Commission of the European Communities) عام 2003 أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات يتمثل في أن المؤسسة مسؤولة عن تأثيرها على جميع أصحاب المصلحة ذوي الصلة، بالإضافة إلى الالتزام المستمر من قبل رجال الأعمال للتصرف بنزاهة ومسئولية، والمساهمة في التنمية الاقتصادية مع تحسين نوعية الحياة للقوى العاملة وعائلاتهم، وكذلك المجتمع المحلي والمجتمع ككل (Commission of the European Communities 2003).

ويعد تعريف مفوضية الجماعات الأوروبية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات عام 2003 متطابق مع تعريف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة (World Business Council for Sustainable Development) عام 2000.

وفي نفس السياق بالنظر لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في السنوات الأخيرة من منظور المنظمات الدولية لا نجد اختلافاً كبيراً عما كان عليه الوضع في السابق، حيث قامت مفوضية المجتمعات الأوروبية عام 2010 بالإشارة إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها مفهوم يُمكن الشركات من دمج الجوانب

الاجتماعية والبيئية في عملياتها التجارية وتفاعلها مع أصحاب المصلحة وذلك على أساس طوعي (كما ورد في دراسة كلٍّ من Mujtaba and Frank 2013).

ومن جهة أخرى قامت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بتعريف مسئولية الشركات بأنها تتطوي على البحث عن الملاءمة الفعالة بين الشركات والمجتمعات التي تعمل فيها، ومن ثمَّ تشير المسئولية الاجتماعية للشركات إلى الإجراءات المتخذة من قبل الشركات لرعاية وتعزيز هذه العلاقة (Organisation for Economic Co-operation and Development 2015 "Online").

الخلاصة:

تأسيساً على ما تقدم من استعراض بعض تعريفات ومفاهيم المسئولية الاجتماعية للشركات، يري الباحث أنه يمكن استنتاج التالي:

- على الرغم من تعدد التعريفات وتنوع العبارات المستخدمة في تعريف المسئولية الاجتماعية للشركات، إلا أن هذه التعريفات تدور حول وصف العلاقة بين الشركات والمجتمع أو أصحاب المصالح.
- تركيز التعريفات السابقة على أن مسئولية الشركات لم تعد تقتصر فقط على كلٍّ من مسئوليتها الاقتصادية (تحقيق الربح) ومسئوليتها القانونية (الالتزام بالقوانين والتشريعات المفروضة عليها)، بل تتسع لتشمل مسئوليات أخلاقية بجانب مسئوليتها فيما يتعلق بزيادة رفاهية المجتمع، بعبارة آخر يقوم مفهوم المسئولية الاجتماعية للشركات على زيادة نطاق مساءلة الشركات من حملة الأسهم ليشمل جميع أصحاب المصالح.

- يتضح تأثير التطور في بيئة الأعمال العالمية بوضوح على تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات، حيث كانت التعريفات في البداية تستخدم مصطلح رجال الأعمال باعتبارهم المسؤولين عن تحقيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات - وذلك في الفترة قبل ظهور الشركات المساهمة - وبظهور دور الشركات المساهمة في بيئة الأعمال، تم استبدال مصطلح رجال الأعمال بمصطلح الشركات.
- ازداد الاهتمام بالأبعاد البيئية في تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات في السنوات الأخيرة عما كان عليه الوضع في البداية، الأمر الذي يفسر حصوله على وزن نسبي حوالي 35% مقارنة بباقي الأبعاد.
- العمل الخيري للشركات (Corporate Philanthropy) هو جزء من المسؤولية الاجتماعية للشركات، فالعمل الخيري للشركات يشير أساساً إلى فكرة "رد الجميل" أي إعادة الشركة للمجتمع بعضاً من الثروة التي نشأت بفضل مدخلات المجتمع، ومن ثمَّ فإن قيام الشركة بالعمل الخيري لا يعني بالضرورة أن الشركة تطور استراتيجية شاملة لتقييم تأثيرها على المجتمع، فضلاً عن تصميم الخطط والسياسات والأدوات اللازمة لتحسين الأداء العام تجاه المجتمع.
- يتسم مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنه يشير إلى عملية مستمرة لا دوراً ثابتاً تقوم به المنظمة فيما يتعلق بفئات معينة مع إعطاء أولويات محددة سلفاً لهذه الفئات، وذلك من منطلق أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات لا يمكن أن يكون مفهوم ساكن، حيث إن البيئة التي يعيش فيها أفراد المجتمع تتسم بالديناميكية.

- تقدم التعريفات السابقة وصفا لظاهرة المسؤولية الاجتماعية للشركات، لكنها لا تقدم أي توجيهات بشأن كيفية إدارة التحديات ضمن هذه الظاهرة، ولعل من أبرز هذه التحديات كيفية تضمين الشركات مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في استراتيجياتها بالإضافة إلى عملياتها اليومية.

جدول رقم (1)

تطور مفهوم وتعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات

التعريف / المفهوم	العام	الباحث
المسؤولية الاجتماعية للشركات تتضمن التزام رجال الأعمال بمواصلة اتباع السياسات واتخاذ القرارات أو اتباع مسارات العمل (Lines Of Action) التي تكون مرغوبة في إطار أهداف وقيم المجتمع.	1953	Bowen
المسؤولية الاجتماعية للشركات تتمثل في القرارات والإجراءات التي يتخذها رجال الأعمال لأسباب على الأقل تتجاوز المصالح الاقتصادية أو المباشرة للشركة.	1960	Davis
تعني المسؤولية الاجتماعية للشركات قيام رجال الأعمال بضمان وجود نظام اقتصادي داخل الشركة يلبي توقعات المجتمع، ومن ثمَّ تنطوي المسؤولية الاجتماعية للشركات على الموقف العام تجاه الموارد الاقتصادية والبشرية في المجتمع، والرغبة في استخدام تلك الموارد لأغراض اجتماعية واسعة وليس مجرد لمصالح فرد أو مجموعة أفراد أو شركة.	1960	Frederick
فكرة المسؤوليات الاجتماعية تتمثل في أن المؤسسة ليس لديها التزامات اقتصادية وقانونية فحسب، بل أيضا مسؤوليات تجاه المجتمع تتجاوز هذه الالتزامات.	1963	McGuire

التعريف / المفهوم	العام	الباحث
تشير إلى تحمل الشخص المسؤولية عن الآثار المترتبة على قراراته وأفعاله على النظام الاجتماعي بأكمله، أي بمعنى آخر يطبق رجال الأعمال مفهوم المسؤولية الاجتماعية عندما ينظرون إلى احتياجات ومصالح الآخرين الذين قد يتأثرون بأنشطة الشركة، ومن ثمَّ فإنَّ مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات يتجاوز المصالح الاقتصادية الضيقة للشركات.	1966	Davis and Blomstrom
مضمون المسؤولية الاجتماعية ينبع من حرص الفرد على العواقب الأخلاقية لأفعاله والتي قد تؤثر على مصالح الآخرين، ومن ثمَّ فإنَّ مفهوم المسؤولية الاجتماعية يتسع ليشمل التأكيد على تأثير الإجراءات المؤسسية على النظام الاجتماعي بأكمله.	1967	Davis
المفهوم الجديد للمسؤولية الاجتماعية يقوم على وجود علاقة ارتباط قوية بين الشركة والمجتمع، وأن مثل هذه العلاقة يجب أن تأخذ في الاعتبار من قبل مديري الشركة.	1967	Walton
الشركة تحقق مفهوم المسؤولية الاجتماعية عندما تقوم إدارتها بتحقيق التوازن بين مصالح الأطراف المختلفة، بدلا من السعي فقط لتعظيم أرباح مساهميها، ومن ثمَّ الأخذ في الاعتبار مصالح العاملين والموردين بالإضافة إلى المجتمعات المحلية (Local Communities) والمجتمع ككل.	1971	Johnson

الباحث	العام	التعريف / المفهوم
Davis	1973	يشير مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى عدم اقتصر استجابة الشركة للمتطلبات الاقتصادية والتقنية والقانونية الضيقة للشركة، حيث يجب على الشركة تقييم عملية صنع القرار داخل الشركة وما يترتب عليها من آثار على النظام الاجتماعي الخارجي، بطريقة من شأنها تحقيق المنافع الاجتماعية جنباً إلى جنب مع المكاسب الاقتصادية التقليدية التي تسعى لها الشركة، وهو ما يعني أن المسؤولية الاجتماعية تبدأ من حيث ينتهي القانون، ولا تعتبر الشركة مستوفية مسئوليتها الاجتماعية إذا اقتصر التزامها بالحد الأدنى من المتطلبات القانونية.
Eilbert and Parket	1973	لعل أفضل طريقة لفهم المسؤولية الاجتماعية للشركات هي التفكير في الأمر على نحو حسن الجوار، حيث ينطوي هذا المفهوم على وجهين، الأول عدم فعل الأشياء التي تفسد المجتمع، ومن جهة أخرى المساعدة في حل مشاكل المجتمع.
Eells and Walton	1974	المسؤولية الاجتماعية للشركات تمثل في أوسع معانيها الاهتمام باحتياجات وأهداف المجتمع التي تتجاوز مجرد المنافع الاقتصادية للشركة.
Backman	1975	المسؤولية الاجتماعية عادة ما تشير إلى الأهداف والدوافع التي يجب أن تعطى اهتمام كبير من قبل رجال الأعمال، بجانب تلك الأهداف والدوافع المتعلقة بالأداء الاقتصادي مثل تحقيق الأرباح.

الباحث	العام	التعريف / المفهوم
Sethi	1975	المسئولية الاجتماعية تعني الارتقاء بسلوك وأداء الشركات ليتطابق مع المعايير الاجتماعية والقيم السائدة وتوقعات المجتمع من الشركات.
Fitch	1976	يتم تعريف المسئولية الاجتماعية للشركات باعتبارها محاولة جادة لحل المشاكل الاجتماعية الناجمة كلياً أو جزئياً من قبل الشركة.
Carroll	1979	يشتمل مفهوم المسئولية الاجتماعية للشركات على توقعات المجتمع الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والاختيارية (Discretionary) من المنظمة في لحظة زمنية محددة.
Jones	1980	تكمن فكرة المسئولية الاجتماعية للشركات في التزام الشركات في تحقيق مصلحة جميع أطراف المجتمع وليس فقط مصلحة المساهمين وذلك بخلاف الالتزامات التي يقرها القانون على الشركات، ومن هنا يمكن استنتاج أن المسئولية الاجتماعية للشركات هي مسئولية اختيارية تتحملها الشركة تجاه نطاق واسع من الأطراف بحيث تتجاوز المساهمين لتشمل على سبيل المثال العملاء والموظفين والموردين وباقي الأطراف أصحاب المصالح في الشركة.
Carroll	1983	المسئولية الاجتماعية للشركات تنطوي على ممارسة الشركة نشاطها بحيث تكون مريحة اقتصادياً، وملتزمة بالقانون والأخلاقيات السائدة في بيئة الأعمال وداعمة للمجتمع التي

الباحث	العام	التعريف / المفهوم
		تعمل فيه، وبالتالي تتكون المسؤولية الاجتماعية للشركات من أربعة أبعاد وهي البعد الاقتصادي والبعد القانوني والبعد الأخلاقية والبعد التطوعي أو الخيري.
Epstein	1987	تتعلق المسؤولية الاجتماعية للشركات في المقام الأول باتخاذ الشركة قرارات من شأنها تحقيق منافع للأطراف أصحاب المصالح وليس اتخاذ قرارات تؤثر سلبا على مصالحهم، ومن ثم فإن التركيز الرئيسي للمسئولية الاجتماعية للشركات يتمثل في وضع مجموعة من الإجراءات المعيارية لأنشطة الشركات.
Wood	1991	الفكرة الأساسية للمسئولية الاجتماعية للشركات هي أن الشركة والمجتمع كيانان متشابكة ومترابطة وليس كيانان مستقلة.
Frederick et al.	1992	يشير مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى أن الشركات يجب أن تكون مسؤولة عن أي آثار لأنشطتها على المجتمع والبيئة.
Bonne and David	1992	فلسفة الإدارة وسياساتها وإجراءاتها وأفعالها التي تضع رفاهية ومصحة المجتمع ضمن أهدافها الأساسية.
Reder	1994	تشير المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى كل من الطريقة التي تتفد بها الشركة عملياتها الداخلية، وأيضا تأثيرها على المجتمع المحيطة بها.

التعريف / المفهوم	العام	الباحث
المسئولية الاجتماعية للشركات تتمثل في معاملة أصحاب المصالح في الشركة بطريقة أخلاقية أو بطريقة مسؤولة اجتماعيا، وانطلاقا من وجود أصحاب المصلحة داخل وخارج الشركة، فبالتالي عند تحمل الشركة مسؤوليتها الاجتماعية سيؤدي ذلك لتحقيق التنمية البشرية (Human Development) لأصحاب المصالح داخل وخارج الشركة.	1998	Hopkins
المسئولية الاجتماعية للشركات هي درجة الالتزام الأخلاقي للشركات تجاه المجتمع والتي تتجاوز الالتزام بالقوانين والتشريعات السائدة في المجتمع.	1999	Kilcullen and Kooistra
تعريف المسئولية الاجتماعية للشركات كعقد بين المجتمع والشركة، حيث يمنح المجتمع الشركة حق مزاوله أنشطتها، وفي المقابل تتحمل الشركة مجموعة من الالتزامات، بجانب التصرف بطريقة مقبولة من وجهة نظر المجتمع.	1999	Woodward- Clyde
الالتزام المستمر من قبل الشركات للتصرف بنزاهة ومسئولية، بجانب المساهمة في التنمية الاقتصادية، مع العمل على تحسين نوعية الحياة للقوى العاملة وعائلاتهم وكذلك المجتمع المحلي والمجتمع ككل.	2000	World Business Council for Sustainable Development
تشير المسئولية الاجتماعية للشركات إلى ربط عملية اتخاذ القرار في الشركات بالقيم الأخلاقية السائدة في المجتمع والالتزام بالقانون واحترام الناس والمجتمع والبيئة.	2000	Business for Social Responsibility

الباحث	العام	التعريف / المفهوم
Piacentini et al.	2000	المسؤولية الاجتماعية للشركات تتمثل في تحمل الشركة بشكل تطوعي مسؤوليات تتجاوز مسؤولياتها الاقتصادية والقانونية.
Commission of the European Communities	2001	المسؤولية الاجتماعية للشركات تشير إلى دمج الشركات الأبعاد الاجتماعية والبيئية في عملياتها التشغيلية والتفاعل مع أصحاب المصالح بشكل تطوعي، حيث يكمن جوهر المسؤولية الاجتماعية للشركات في قيام الشركات بشكل تطوعي بالمساهمة في بناء مجتمع أفضل وبيئة أنظف.
Marsden	2001	يدور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات حول السلوك الأساسي للشركات بالإضافة إلى مساءلة الشركات عن التأثير الكلي لأنشطتها على المجتمع الذي تعمل فيه، ومن ثم فإن المسؤولية الاجتماعية للشركات ليست نشاطاً اختيارياً ولا عملاً خبيراً تقوم به الشركة، وانطلاقاً من ذلك تعتبر الشركة قد أوفت بمسئوليتها الاجتماعية عندما تدير أنشطتها بشكل مريح مع الأخذ في الاعتبار جميع الآثار البيئية والاجتماعية والاقتصادية الإيجابية والسلبية لها على المجتمع.
McWilliams and Siegel	2001	المسؤولية الاجتماعية للشركات هي عبارة عن مجموعة من الإجراءات التي تتخذها الشركات من أجل تحقيق بعض المنافع للمجتمع، وذلك بخلاف السعي لتحقيق مصالح الشركة أو الالتزام بالقوانين.

التعريف / المفهوم	العام	الباحث
يمكن تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات ببساطة على أنها مجموعة من الممارسات الإدارية التي تضمن تقليل الشركة للآثار السلبية لأنشطتها على المجتمع مع تعظيم آثارها الإيجابية.	2001	Pinney
المسؤولية الاجتماعية للشركات يمكن تعريفها بأنها مجموعة من الممارسات والسلوكيات التي تتبناها الشركات تجاه العمال والبيئة، حيث تعد هذه الممارسات والسلوكيات جزء لا يتجزأ من عملياتها.	2001	Foran
المسؤولية الاجتماعية للشركات هي كيفية التعامل مع العمال وجميع أصحاب المصالح والبيئة.	2001	Jackson and Hawker
التزام الشركة باستخدام مواردها لصالح المجتمع، من خلال المشاركة الملتزمة بوصفها عضواً في المجتمع، مع الأخذ بعين الاعتبار المجتمع ككل وتحسين رفاهيته، بدون النظر إلى مكاسب مباشرة للشركة من ذلك.	2001	Kok et al.
يدور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات حول تحمل الشركات مسؤوليات تتجاوز التزاماتها القانونية وأهدافها الاقتصادية، ومن ثمّ تمتد مسؤولية الشركة للعديد من المجالات، حيث يمكن إجمال هذه المجالات في منهج المحصلة الثلاثية (Triple Bottom Line Approach) وهي الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية.	2002	Commission of the European Communities
المسؤولية الاجتماعية للشركات يمكن تعريفها على أنها إدماج القضايا الاجتماعية والبيئية في عمليات وأنشطة	2002	Lea

الباحث	العام	التعريف / المفهوم
		الشركات، بما في ذلك التعامل مع أصحاب المصالح.
Amnesty International – Business Group (UK)	2002	يقوم مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات على إدراك الشركات أن قدرتها على الاستمرار في توفير السلع والخدمات وتحقيق نتائج مالية مرغوبة يعتمد على مدى تقبلها من المجتمع الدولي، والذي يعتبر بشكل متزايد حماية حقوق الإنسان شرطاً للترخيص للشركات للعمل.
Smith	2002	تكامل العمليات التشغيلية وقيم الشركة مع مصالح جميع أصحاب المصلحة، بما في ذلك العملاء والموظفين والمستثمرين، والبيئة، بحيث تظهر في سياسات وإجراءات الشركة.
Baker	2003	المسؤولية الاجتماعية للشركات هي كيفية إدارة الشركة لعملياتها وأنشطتها بما يحقق أثراً إيجابياً على المجتمع.
Business for Social Responsibility	2003	المسؤولية الاجتماعية للشركات هي تحقيق النجاح التجاري بطرق تحترم القيم الأخلاقية السائدة في المجتمع بالإضافة إلى احترام الناس والمجتمع والبيئة الطبيعية.
Ethics in Action Awards	2003	المسؤولية الاجتماعية للشركات هي مصطلح يصف التزام الشركة بالوفاء بمسئوليتها أمام جميع أصحاب المصالح، حيث يجب على الشركة النظر في تأثير قراراتها على المجتمع والبيئة، بجانب تحقيق التوازن بين احتياجات أصحاب المصالح مع أهدافها في تحقيق أرباح.

التعريف / المفهوم	العام	الباحث
ينظر إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها مساهمة الشركات في تحقيق التنمية المستدامة، والتي تم تعريفها بأنها التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها الخاصة، ومن ثمَّ يعتمد مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات بصفة عامة على التركيز على كيفية تحقيق التكامل بين الاحتياجات الاقتصادية والبيئية والاجتماعية.	2003	Strategis (Dahlsrud 2006)
المسؤولية الاجتماعية للشركات هي الطريقة التي تدير وتحسن الشركة بها الآثار الاجتماعي والبيئي لها، وذلك لتوليد قيمة لكل من المساهمين وأصحاب المصالح فيها، وذلك من خلال تحسين استراتيجيتها وعملياتها الداخلية.	2003	CSR Europe
باعتبار الشركة عضو في المجتمع فإن عليها مسؤولية حماية حقوق الإنسان وذلك ضمن نطاق أنشطتها بالإضافة إلى نطاق تأثيرها.	2003	Corporate Responsibility Coalition
المسؤولية الاجتماعية للشركات هي التزام رجال الأعمال بالإسهام في التنمية الاقتصادية المستدامة، من خلال العمل مع الموظفين وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين نوعية الحياة، بطرق تخدم مصالح رجال الأعمال وتحقق التنمية.	2005	World Bank
أنها طريقة تنظر فيها المنشآت في تأثير عملياتها في المجتمع وتؤكد مبادئها وقيمها في أساليبها وعملياتها الداخلية وفي تفاعلاتها مع قطاعات أخرى.	2006	International Labor Office

الباحث	العام	التعريف / المفهوم
International Organization for Standardization	2007	مسئولية الشركة عن أثار قراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة، من خلال الالتزام بأخلاقيات السائدة في المجتمع والمساهمة في التنمية المستدامة، ورفاهية المجتمع والاحذ في الاعتبار توقعات أصحاب المصلحة، بجانب الامتثال بالقوانين المعمول به بما يتفق مع المعايير الدولية للسلوك، ويتكامل في جميع أنحاء المنظمة.
European Commission (Mujtaba and Frank 2013)	2010	تعرف المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها مفهوم يمكن الشركات من دمج الجوانب الاجتماعية والبيئية في عملياتها التجارية وتفاعلها مع أصحاب المصلحة وذلك على أساس طوعي.
Sprinkle and Maines	2010	المسئولية الاجتماعية للشركات تتكون من مجموعة من الأنشطة التي تركز على تحقيق الرعاية والرفاهية لأصحاب المصالح في المنشأة بخلاف المستثمرين مثل الهيئات الخيرية والعاملين والموردين والعملاء والأجيال القادمة.
Coombs and Holladay	2012	تعرف المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها مجموعة من الإجراءات التطوعية التي تتفرضا الشركة في سعيها نحو تحقيق رسالتها والتزاماتها نحو أصحاب المصلحة، بما في ذلك الموظفين والمجتمعات المحلية والبيئة والمجتمع ككل.
Kabir and Akinnusi	2012	قيام المنشآت طوعية بتضمين العمليات الرئيسية لها لبعض الأنشطة والبرامج الاجتماعية والبيئية، بهدف خدمة أصحاب المصالح.
Organisation for Economic Cooperation	2015	مسئولية الشركات تتطوي على البحث عن الملائمة الفعالة بين الشركات والمجتمعات التي تعمل فيها، ومن ثمّ تشير المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى الإجراءات المتخذة من

التعريف / المفهوم	العام	الباحث
قبل الشركات لرعاية وتعزيز هذه العلاقة.		and Development
تعرف المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها تكامل عمليات وأنشطة وقيم الشركات مع مصالح جميع الأطراف أصحاب المصالح في الشركة بما في ذلك المستثمرين والعملاء والموظفين والبيئة، بحيث ينعكس ذلك في سياسات وإجراءات الشركة.	2015	CSRwire
هي ترجمة لقراراتها ونشاطاتها تجاه المجتمع والبيئة من خلال تبني سلوك شفاف وأخلاقي يسهم في تحقيق التنمية المستدامة، ويأخذ في الاعتبار توقعات أصحاب المصالح، ويحترم القوانين السارية، ويتوافق مع المعايير الدولية.	2015	ISO 26000

المصدر: إعداد الباحث اعتماداً على الدراسات السابقة.

المراجع:

1. Amnesty International–Business Group (UK) 2003. Why do Human Rights Matter to Business?
2. Backman, J. 1975. Social responsibility and accountability. New York: New York University Press.
3. Baker, M. 2003. Corporate Social Responsibility – What does it mean?
4. Bonne, Le, and David LK. (1992). Management, New York McGraw– Hill, Inc, P 73.
5. Bowen, H. R. 1953. Social responsibilities of the businessman: Harper.
6. Business for Social Responsibility. 2000. Introduction to Corporate Social Responsibility.
7. ———. 2003. Issues in Corporate Social Responsibility.
8. Carroll, A. B. 1979. A three–dimensional conceptual model of corporate performance. The Academy of Management Review Vo 1.4 (No.4).
9. ———. 1983. Corporate social responsibility: Will industry respond to cutbacks in social program funding? Vital Speeches of the Day 49:604–608.
10. ———. 1999. Corporate Social Responsibility Evolution of a Definitional Construct. Business & Society 38 (3).

11. Commission of the European Communities. 2001. Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibilities, COM (2001) 366 final, Brussels.
- 12.———. 2002. Corporate Social Responsibility – Main Issues, MEMO/02/153, Brussels.
13. Coombs, W. T., and S. J. Holladay. 2012. Managing Corporate Social Responsibility A Communication Approach: A John Wiley & Sons, Ltd., Publication.
14. Corporate Responsibility Coalition (CORE) 2003. About the Need for Corporate Responsibility.
15. CSR Europe 2003. What is Corporate Social Responsibility?
16. CSRwire. [Online] Available from: <http://www.csrwire.com/categories> [Accessed 2015/3/25].
17. Dahlsrud, A. 2006. How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions. Corporate Social Responsibility and Environmental Management 15 (1).
18. Davis, K. 1960. Can business afford to ignore social responsibilities? California Management Review 2 (3):70–76.
- 19.———. 1967. Understanding the social responsibility puzzle: What does the businessman owe to society?: Business Horizons.

- 20.———. 1973. The case for and against business assumption of social responsibilities. *Academy of Management Journal* 16:312–322.
21. Davis, K., and R. L. Blomstrom. 1966. *Business and Its Environment*: McGraw–Hill
22. Eells, R., and Walton, C. 1974. *Conceptual foundations of business* (3rd ed.). Burr Ridge, IL: Irwin.
23. Eilbert, H., and Parket, I. R. 1973. The current status of corporate social responsibility. *Business Horizons* 16: 5–14.
24. Epstein, E. M. 1987. The corporate social policy process: Beyond business ethics, corporate social responsibility, and corporate social responsiveness. *California Management Review* 29: 99–114.
25. Ethics in Action Awards. 2003. *What is Corporate Social Responsibility?*
26. Fitch, H. G. 1976. Achieving corporate social responsibility. *Academy of Management Review* 1:38–46.
27. Foran T. 2001. *Corporate Social Responsibility at Nine Multinational Electronics Firms in Thailand: a Preliminary Analysis*, report to the California Global Corporate Accountability Project. Nautilus Institute for Security and Sustainable Development: Berkeley, CA.

28. Frederick W, Post J, and Davis KE. 1992. Business and Society. Corporate Strategy, Public Policy, Ethics, 7th edn. McGraw-Hill: London.
29. Frederick, W. C. 1960. The growing concern over business responsibility. California Management Review 2: 54-61
30. Freeman, I., and A. Hasnaoui. 2011. The Meaning of Corporate Social Responsibility: The Vision of Four Nations. Journal of Business Ethics 100:419-443.
31. Goodpaster, K. E. 2007. Conscience and Corporate Culture (Blackwell Publishing, Oxford).
32. Hopkins M. 1998. The Planetary Bargain: Corporate Social Responsibility Comes of Age. Macmillan: London.
33. International Labor Office (2006), Central Initiative on Corporate Social Responsibility, Subcommittee on Multinational Enterprises, Governing Body, Session 295, Document No. 1.
34. ISO 2007, <https://www.iso.org/standard/39601.html> [Accessed 15/3/2015].
35. ISO 26000, <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html> [Accessed 15/3/2015]
36. Jackson P, Hawker B. 2001. Is Corporate Social Responsibility Here to Stay?

37. Johnson, H. L. 1971. Business in contemporary society: Framework and issues. Belmont, CA: Wadsworth
38. Jones, T. M. 1980. Corporate social responsibility revisited, redefined. California Management Review: 59–67.
39. Kabir, M. & D. AKinnusi, (2012). Corporate social and environmental accounting information reporting in Swaziland. Social Responsibility Journal, 8 (2): 156–173.
40. Kakabadse, N. K., C. Rozuel, and L. Lee–Davies. 2005. Corporate social responsibility and stakeholder approach: a conceptual review. Int. J. Business Governance and Ethics 1 (4).
41. Kilcullen M and Kooistra JO. 1999. At least do no harm: sources on the changing role of business ethics and corporate social responsibility. Reference Services Review 27(2): 158–178.
42. Kok, P., Wiele, T., Mckenna, R. and Brown, A. (2001), “A corporate social responsibility audit within a quality management framework”, Journal of Business Ethics, Vol. 31 No. 4, pp. 285–97.
43. Lea R. 2002. Corporate Social Responsibility, Institute of Directors (IoD) member opinion survey. IoD: London.
44. Marsden C. 2001. The Role of Public Authorities in Corporate Social Responsibility.

<http://www.alter.be/socialresponsibility/people/marchri/en/displayPerson>.

45. McGuire, J. W. 1963. *Business and society*. New York: McGraw-Hill.
46. McWilliams A, Siegel D. 2001. Corporate social responsibility: a theory of the firm perspective. *The Academy of Management Review* 26(1): 117-127.
47. Mujtaba, B. G., and F. J. Cavico. 2013. Corporate Social Responsibility and Sustainability Model for Global Firms. *Journal of Leadership, Accountability and Ethics* 10 (1):58-75.
48. Okoye, A. 2009. Theorising Corporate Social Responsibility as an Essentially Contested Concept: Is a Definition Necessary? *Journal of Business Ethics* 89 (4):14.
49. Organisation for Economic Co-operation and Development [Online] Available from: <http://www.oecd.org/corporate/mne/corporateresponsibility/frequentlyaskedquestions.htm> [Accessed 2015/3/25].
50. Piacentini MG, MacFadyen L, Eadie DR. 2000. Corporate social responsibility in food retailing. *International Journal of Retail and Distribution Management* 28(10): 459-469.

51. Pinney C. 2001. *Imagine Speaks Out. How to Manage Corporate Social Responsibility and Reputation in a Global Marketplace: the Challenge for Canadian Business.*
52. Reder A. 1994. *In Pursuit of Principle and Profit: Business Success through Social Responsibility.* Putnam: New York.
53. Sethi, S. P. 1975. Dimensions of corporate social performance: An analytic framework. *California Management Review* 17:58–64.
54. Smith, K. (2002), ‘‘ISO considers corporate social responsibility standards’’, *The Journal for Quality and Participation*, Vol. 25 No. 3, p. 42.
55. Sprinkle, G & L. Maines, (2010). *The benefits and costs of corporate social.*
56. Uddin, M. B., M. R. Hassan, and K. M. Tarique. 2008. Three Dimensional Aspects of Corporate Social Responsibility. *Daffodil International University Journal of Business and Economics* Vol. 3 (No.1).
57. Walton, C. C. 1967. *Corporate social responsibilities.* Belmont, CA: Wadsworth.
58. Wood, D. J. 1991. Corporate Social Performance Revisited. *The Academy of Management Review* 16 (4):691–718.

59. Woodward–Clyde. 1999. Key Opportunities and Risks to New Zealand’s Export Trade from Green Market Signals, final paper, Sustainable Management Fund Project 6117. New Zealand Trade and Development Board: Auckland.
60. World Bank, (2005). Opportunities and options for Governments to promote Corporate Social Responsibility in Europe and Social Responsibility, 1999. Responsibility. Business Horizons, 53: 445–453
61. World Business Council for Sustainable Development. 2000. Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense. World Business Council for Sustainable Development: Geneva.