



يهدف البحث إلى التعرف على مدى التزام مصرف الرشيد في بغداد بتطبيق المسؤولية الاجتماعية وفقاً لـ ISO 26000 من خلال قياس وتشخيص الفجوة بين الواقع الفعلي في المصرف ومتطلبات المواصفة، ولأجل تحقيق هذا الهدف اعتمد منهج دراسة الحالة واعتمدت قائمة الفحص لغرض قياس الفجوة.

ية: المسؤولية الاجتماعية، ISO 26000.

## MEASUREMENT OF SOCIAL RESPONSIBILITY ACCORDING TO THE STANDARD ISO 26000 CASE STUDY IN RUSHED BANK/BAGHDAD.

Areej Said Khalil

Assis. Prof. Dr. Technical College of Management/baghdad, Middle technical University, Baghdad, Iraq, Dr.arejsaeed@yahoo.com

### ABSTRACT

Objective the research is to identify Over the Commitment of a Rushed Bank in Baghdad has applied social responsibility in accordance with ISO 26000 by measuring and diagnosing the gap between the actual reality in the bank and the requirements of the standard.

**Keywords:** Social Responsibility, ISO 26000.

### INTRODUCTION

تعد المسؤولية الاجتماعية للمنظمة التزام مستمر بالعمل والتصرف الأخلاقي الذي يسهم في التطور الاقتصادي وتحسين نوعية حياة العمل فضلاً عن أفراد البلد والمجتمع بشكل عام. وعلى هذا الأساس يهدف البحث إلى تحقيق القدرة على رسم سياسة المسؤولية الاجتماعية وفقاً لمتطلبات المواصفة العالمية الأيزو 26000 في مصرف الرشيد ومن خلال تطبيق نظم أو برامج أو سياسات تساعد على تحقيق ذلك الهدف إذ تعد المواصفة القياسية الدولية أيزو 26000 إحدى أهم الأدوات التي تسهم في بلورة المسؤولية الاجتماعية وتحقيق التنمية المستدامة في المنظمة الخدمية (مصرف الرشيد) للوقوف على الواقع التطبيقي للمسؤولية الاجتماعية ضمن المنظمة (عينة البحث) ومستويات تطبيقها.

### منهجية البحث SEARCH METHODOLOGY

يعرض هذا المبحث مشكلة البحث وأهدافه وأهميته، فضلاً عن منهج البحث وحدوده والأداة المستخدمة في تحليل البيانات والمعلومات، وكما يأتي:

#### Search Problem :

نظراً لما حصل من تغير اجتماعي وبيئي كبير على المستوى العالمي والمحلي، تطلب من المنظمات اليوم أن تنتظر إلى تحقيق الحياة النوعية للأفراد وامتدت وظائفها إلى أرجاء المجتمع ولم تعد تقتصر على حدود المنتج أو الخدمة. إذ إنها أصبحت مسؤولة عن ما يجب أن تؤديه تجاه المشكلات الاجتماعية المترتبة عن أداءها لأنشطتها وملزمة بتبني المسؤولية الاجتماعية بجانب مسؤوليتها الاقتصادية. مما سبق نستطيع طرح السؤال الرئيس (ما مدى التزام المنظمة المبحوثة بأداء المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع) ومن السؤال الرئيس تنبثق التساؤلات التالية:

1. إلى أي مدى تتوافق متطلبات المسؤولية الاجتماعية على وفق المواصفة الدولية ISO 26000 مع الواقع الفعلي في المنظمة المبحوثة؟
2. ما هو اثر المسؤولية الاجتماعية في الموقع التنافسي للمنظمة المبحوثة بين المنظمات العراقية؟
3. ما هي الفرص والتحديات التي تقف أمام المنظمة المبحوثة عند قيامها بالمسؤولية الاجتماعية في المجتمع؟



### ثانياً: أهداف البحث Search Goals

يهدف البحث إلى تحقيق الآتي:

1. العمل على إدخال منظومة المسؤولية الاجتماعية ضمن هيكلية المنظمات العاملة في مجال الخدمة العامة ومنها المنظمة المبحوثة.
2. قياس وتشخيص الفجوة بين الواقع الفعلي للمسؤولية الاجتماعية في المنظمة المبحوثة وبنود المواصفة ISO 26000.
3. محاولة معرفة واقع ومدى إدراك العاملين في المنظمة المبحوثة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية.
4. تجسير الفجوة من خلال تقديم بعض التوصيات لإدارة المنظمة المبحوثة في تطبيق بنود المسؤولية الاجتماعية على وفق المواصفة ISO 26000.

### أهمية البحث Search Importance

تتمثل أهمية البحث بالآتي:

1. يلقي البحث نظرة شاملة عن موضوع المسؤولية الاجتماعية والتي أصبحت بمثابة ثقافة جديدة في مجتمعنا والعوامل التي تحول دون تطبيقها.
2. أن نجاح هذه المنظمات اليوم يعتمد بالدرجة الأساس على ما تستطيع أن تقدمه للمجتمع ومستوى ظروف العمل للعاملين ومستوى المعيشة.
3. أن كثير من المدراء أصبحوا يدركون حقيقة أن نجاح منظماتهم يعتمد على الطريقة التي يتعاملون بها مع مجتمعهم أي قدرتهم على التكيف معه.
4. أهمية المنظمة المبحوثة (مصرف الرشيد) كونه نظام مفتوح يؤثر ويتأثر بالمحيط المتغير الذي يعمل فيه وان المساءلة عن دوره في تحمل مسؤوليته تجاه المجتمع له دور في تطوير الخدمات المقدمة من قبله.
5. مما يزيد من أهمية البحث أن النتائج التي سيتم التوصل إليها قد تفتح آفاقاً جديدة لمزيد من الدراسات المستقبلية في مصرف الرشيد.

### منهج البحث Search Curriculum

لأغراض الإجابة عن تساؤلات البحث وأهدافه تم اعتماد منهج دراسة الحالة بوصفه المنهج المناسب لمثل هذه المشكلات والتي تتضمن المعيشة الميدانية والمشاركة المباشرة والملاحظات والأسئلة للوصول إلى البيانات الحقيقية للبحث،

### Search Limits

تم اختيار مصرف الرشيد مكان التطبيق موضوع البحث فيه وللمدة من 2017/5/20 ولغاية 2017/7/20 إذ تم إجراء المعاينة الميدانية والتي في ضوءها تم تقييم واقع المسؤولية الاجتماعية في المنظمة المبحوثة.

### Search Tool

تم اعتماد قائمة الفحص (check list) التي استعملت في تشخيص فجوة عدم المطابقة بين الواقع الفعلي للمسؤولية الاجتماعية في مصرف الرشيد/ بغداد والمسؤولية الاجتماعية وفق المواصفة القياسية الدولية ISO 26000 الصادرة من المنظمة الدولية للتقييس عام 2010. وقد صيغت فقراتها من ضمن المواصفة الدولية نفسها، إذ استعمل مقياس (ليكرت) الخماسي للتعرف على مدى مطابقة التنفيذ الفعلي للمتطلبات مقارنة بالمواصفة القياسية مع تحديد أوزان لإجابات الأسئلة الواردة في قوائم الفحص عن طريق تخصيص وزن محدد لكل فقرة من فقرات المقياس وكما موضحة في (الجدول، 1).

(1): مقياس ليكرت الخماسي لمدى (درجة) المطابقة مع المواصفة القياسية.

فقرات المقياس	( )
مطبق كلي موثق كلي	4
مطبق كلي موثق جزئي	3
مطبق كلي غير موثق	2
مطبق جزئي موثق جزئي	1
غير مطبق غير موثق	0

وقد تم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

1. النتيجة: هي حاصل ضرب الوزن × التكرار.
2. الوسط الحسابي المرجح: مجموع (الأوزان × تكراراتها) / مجموع التكرارات.
3. النسبة المئوية لمدى المطابقة: مجموع (الأوزان × تكراراتها) / مجموع التكرارات × أعلى وزن في المقياس. إذ إن أعلى وزن في المقياس هو (4) درجات ويمثل حالة المطابقة التامة مع متطلبات المواصفة.
4. حساب حجم الفجوة: 100 - النسبة المئوية لمدى المطابقة.



## الجانب النظري للمسؤولية الاجتماعية THEORETICAL FRAMEWORK OF SOCIAL RESPONSIBILITY

تمهيد

تعد المسؤولية الاجتماعية تجسيداً للتطورات المتلاحقة في الاهتمام بزبائن المنظمات سواء العامة أو الخاصة فقد شهد موضوع المسؤولية الاجتماعية في الفترة الأخيرة انتشاراً واسعاً، واهتماماً كبيراً من قبل الباحثين ومن قبل رجال الأعمال على حد سواء. وازداد الاهتمام بها بعد تخلي العديد من الحكومات عن الكثير من أدوارها الاقتصادية والخدمية مما جعل شركات القطاع الخاص تتبنى برامج فاعلة للمسؤولية الاجتماعية آخذة بعين الاعتبار ظروف المجتمع والتحديات التي تواجهه كون المسؤولية الاجتماعية ركن أساسي ومطلب للتنمية الدول وتوفير بيئة ملائمة توفرها شركات القطاع الخاص بكافة أنواعه للمجتمع الذي تعمل به.

### مفهوم المسؤولية الاجتماعية Concept of Social Responsibility

أورد العديد من الكتاب والباحثين مفاهيم مختلفة للمسؤولية الاجتماعية وكل من وجهة نظره، و(الجدول، 2) يوضح ذلك.

#### (2): مفهوم المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر بعض الكتاب والباحثين

ت	اسم الباحث والسنة	المفهوم
2	Al-Bakri, 2001	التزام متخذ القرار في انتهاج أسلوب للعمل يؤمن من خلاله حماية المجتمع وإساعده ككل فضلا عن تحقيق منفعته الخاصة
3	Daft,2002	هي واجب إدارة المنظمة الرئيسي في اتخاذ القرارات المهمة والأفعال بطريقه تحقق رفاهية المجتمع ومصالح
4	Hamdi, 2003	التزام أخلاقي بين المنظمة والمجتمع تسعى من خلاله المنظمة إلى تقوية الروابط بينها وبين المجتمع مما يعزز مكانتها في أذهان المستهلكين والمجتمع بشكل عام والذي ينعكس بدوره على نجاحها وتحسين أدائها مستقبلاً
5	Al-Galiby & Amery, 2006	هي مبادرات والتزامات المنظمة والتي لها تأثير إيجابي على المجتمع أو بعض الفئات في إطار أربعة مستويات هي اقتصادية، قانونية، أخلاقية، وخبره
6	Daft,2008	التمييز بين ما هو صحيح وخاطئ مما يجعل المنظمة تكون أكثر مواطنة عند أداء عملها
7	Al-Azzawi, 2009	الالتزام المستمر من قبل المنظمات بالسلوك الأخلاقي والمساهمة في تحسين نوعية حياة العاملين والالتزامات المجتمع
8	Al-Ja'afra, 2009	القيام بأعمال تكسب المنظمة من خلالها الثقة و الاحترام من كافة أصحاب المصالح والعمل بأسلوب شريف وأخلاقي والكفاح من أجل جعل المنظمة مكاناً عظيماً للعمل
9	Kurde , 2010	تعبير عن درجة الاهتمام والفهم والمشاركة وتنمو تدريجياً عن طريق التربية والتطبيع الاجتماعي داخل الفرد
10	AL-Asragh, 2010	هي الالتزام من جانب المنظمة تجاه المجتمع الذي تعمل في كنفه عن طريق الاهتمام بمجموعه من النشاطات الاجتماعية مثل: محاربة الفقر وتحسين الخدمات وغيرها
11	Al-Hassan,2014	التزام الشركة اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية والسلوك الأخلاقي الذي يربط بقضايا التلوث البيئي والبطالة ومكافحة الفقر وتحسين الخدمات الصحية، وخلق فرص عمل وحل مشاكل المواصلات وغيرها
12	Al-Awadi,2016	هي المجالات التي يرغب المجتمع من المنظمات التي تتحمل بعض مسؤولياتها كأنشطه البرامج التدريبية ود البرامج التعليمية والبحوث والمساهمة في تطوير وتحديث بعض المناطق في المجتمعات المحلية

: من إعداد الباحثة بالاستناد إلى ما ورد في الأدبيات.

مما ورد في (الجدول، 2) أعلاه يلاحظ أن هذه المسؤولية ما هي إلا واجب والتزام من جانب منظمات الأعمال تجاه المجتمع بشرائحه المختلفة آخذة بنظر الاعتبار التوقعات بعيدة المدى لهذه الشرائح ومجسده إياها بصور عديدة يغلب عليها طابع اهتمام العاملين بالبيئة شرط أن يكون هذا التوجه طوعاً ومتجاوزاً للالتزامات المنصوص عليها قانوناً.

### ثانياً: أهمية المسؤولية الاجتماعية Social Responsibility The Importance of

تتمثل أهمية المسؤولية الاجتماعية بالآتي: (Abdelkader, 2009)

1. تعمل على تحسين صورة المنظمة في المجتمع وخاصة لدى الزبائن والعاملين، إذ أن المسؤولية الاجتماعية تمثل مبادرات تطوعية للمنظمة تجاه المجتمع.
2. تعظيم عوائد الدولة في حال وعي المنظمات بأهمية المسؤولية الاجتماعية.
3. تحقيق أرباح للمنظمة على المدى طويل الأجل.
4. تعمل على خلق ظروف بيئية ملائمة لبقاء ونمو وتطور المنظمات.

**أبعاد المسؤولية الاجتماعية Dimension of Social Responsibility**  
يوضح الشكل (1) أبعاد المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال.



**(1): أبعاد المسؤولية الاجتماعية في منظمة الأعمال.**

**SOURCE:** Al-Awadi, Amir GhanemWadi, (2016), Productivity and its role in achieving the philosophy of cleaner production according to the entrance of CSR / applied study of the views of a sample of the employees of the General Company for Iraqi Cement, *PhD thesis in Business Administration*, Karbala University, p:56.

1. البعد الاجتماعي: يمثل المجتمع المحلي شريحة مهمة من المستفيدين إذ تسعى المنظمات إلى تكوين صورة جيدة لها بهدف خلق تلاؤم بينها وبين المجتمع، وقد فهمت المنظمات أن هناك حاجة لإنشاء علاقات مع المجتمعات المحلية في الأماكن التي تعمل فيها، فالأداء الاجتماعي الجيد لها يعكس العلاقات الجيدة مع مجتمعها. هذا لا يعني أن تتخلى المنظمات عن حقها الطبيعي في تحقيق الربح على أن لا يكون هناك تعارضاً بين هدف تحقيق الربح ومصلحة المجتمع، أو تفضيل تحقيق الربح على مسؤوليتها تجاه مجتمعها وبالتالي يتعين على المنظمات العامة والخاصة أن تجعل هدف جلب المنافع وتحقيق الرفاهية العامة فوق كل اعتبار.

وهناك طرق وأساليب متعددة يوضح بواسطتها المجتمع عما يريده من تلك المنظمات العاملة في المجتمع وكما يأتي: (Al-Bakri, 2006)

أ- دعم البنى التحتية للمجتمع التي تكون قواعد ومرتكزات أساسية للارتقاء بالمجتمع وتحسين ظروف حياته مثل تغيير الطرق وإنشاء الجسور والمنتزهات والمساحات الخضراء وغيرها.

ب- توفير وظائف للعمل بشكل متواصل للقضاء على البطالة وتوظيف نسبة للفئات الخاصة كالمعوقين وذوي الاحتياجات الخاصة وبالتالي زيادة الاستقرار والأمن الاجتماعي.

ج- إن المنتج المحلي يتوقع أن تبادر المنظمات إلى المساهمة في أعمال الإغاثة في حالة الكوارث الطبيعية كالزلازل والفيضانات.

د- الالتزام بنصوص وروح الأنظمة في تجنب التخلص من نفايات الإنتاج، بما لا يؤدي إلى تلوث الماء والهواء.

هـ- دعم المؤسسات التعليمية والثقافية والرياضية والاجتماعية والنسائية وما شابه ذلك من مؤسسات باعتبارها تؤدي واجباً وخدمة مهمة لجميع أطراف المجتمع وتهدف إلى الارتقاء بالمجتمع وزيادة رفاهيته، كإتاحة فرص التدريب والتكوين المهني بالمؤسسة لأفراد المجتمع وبخاصة طلاب المؤسسات المهنية.

و- احترام عادات وتقاليد المجتمع وعدم التجاوز على الآداب العامة والسلوك ومحاربة الفساد الإداري أو تحقيق أرباح على حساب صحة المستهلك.

تسعى الدول كافة بغض النظر عن درجة تقدمها الاقتصادي إلى تحقيق التنمية من خلال مرافقه أو منظماتها الإنتاجية والخدمية ولو بدرجات متفاوتة، ويمكن أن تتحقق تلك النتيجة في ظل نظام إداري جيد وإدارة كفوءة وواعية، من خلال الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة وتلبية الحاجات الفعلية للمستهلكين.

2. البعد الخيري (التطوعي): يرتبط العمل التطوعي كممارسة إنسانية بجميع معاني الصلاح والتوجه الحسن نحو خدمة المجتمع منذ أن أوجد الله الإنسان على هذه الأرض، وتطور معنى هذا المفهوم بعد مجيء الرسالات السماوية والأديان والتي كان آخرها الإسلام، الذي مابرح يحث الناس على ضرورة أن يقدموا أفضل ما لديهم عرفانا بفضل الله حتى أصبح التطوع بالأعمال دليل على الإيمان.

ونتيجة للعلاقة المتوطدة ما بين العمل التطوعي والمجتمع، ظهرت إسهامات عديدة في مجال معالجة مشاكل اجتماعية كالأمية والبطالة والتسول وغيرها، عدا عن دوره المهم في موضوع الحماية الاجتماعية كإعانة المسنين والأرامل وذوي



الاحتياجات الخاصة وحماية البيئة، ومساهمته في حالات الإنقاذ عند حصول الكوارث وغيرها (Al-Shahrani, 2006). وبالإمكان تشخيص نوعين من التطوع هما التطوع الفردي والتطوع المؤسسي.

3. البعد الاقتصادي: هناك من يرى بأن المنظمات عبارة عن وحدات اقتصادية تهدف إلى تحقيق الربح، وهذا سينعكس إيجاباً على محيطها الخارجي (مجتمعها) ويتمثل هذا البعد بمسؤوليات رئيسية مهمة في عمل المنظمات، لتوفير المنتجات المهمة في حياة المجتمع بتكلفة اقتصادية مناسبة وبنوعية ذات مواصفات جيدة، ومن خلال سياسة الإنتاج هذه بإمكان المنظمة زيادة الأرباح والعوائد بالنسبة لأصحاب المصالح والعمالين وغيرهم فضلاً عن مسؤولياتها تجاه توفير الظروف المناسبة للعمل ووضع الإجراءات المناسبة لحماية العمال من أخطار وأضرار العمل وتوفير مناصب العمل.

تدفع المنافسة في كثير من الأحيان إلى خلق اقتصاديات كبيرة تقوم من خلالها المنظمات الكبيرة بإزاحة بعض المنظمات صغيرة الحجم من المنافسة مما يخلق ويزيد من حدة البطالة وتقضي بعض المشكلات الاجتماعية كانت المنظمات طرفاً فيها، فإحساس وشعور المنظمات بمسؤوليتها الاقتصادية مهم بشكل خاص بالنسبة للموظفين وتثير قضايا مثل توفير بيئة عمل ملائمة، تنوع مكان العمل، توفير العدالة الوظيفية وإتاحة بعض فرص التقدم للعمالين وغيرها من الأمور.

يهدف هذا البعد إلى تحقيق الآتي: (Sulaiman, 2009), www.hrm-group.com.

- أ- تأمين العمل للشرائح الاجتماعية الأقل حظاً وبما يوفر لها قدرة اقتصادية ومكانه اجتماعية.
- ب- نشر ثقافة الالتزام بالأنظمة والقوانين في المجتمع.
- ج- وضع الخطط وبرامج العمل لحماية حقوق المستهلك وتعزيزها وتنميتها ووسائل تحقيق ذلك.
- د- القضاء على التمييز في الوظائف والمهن.
- هـ- الدعم المادي والفني للمشاريع الصغيرة والمتوسطة لتشجيع الشباب الخريجين على العمل الحر.
- و- موافقة المساهمين للعمل بالاستدامة.
- ز- ضمان حماية المجتمع وذلك يتم توفير الإمكانية المادية للفئات المستهدفة لرعاية أنفسهم وأسرهم.
- ح- دعم ورفع كفاءة منظومة البحوث والدراسات الاجتماعية.

والبعد الاقتصادي عبارة عن أنشطة وعمليات وبرامج وسياسات اقتصادية تهدف إلى تحقيق التزام المنظمة الاجتماعي دون الإخلال بالالتزامات المالية وزيادة رأس المال عن طريق زيادة المبيعات وتطوير جودة المنتج.

4. البعد القانوني: إن القانون يتم بإلزام رسمي وهو بهذا أداة فرض وإلزام يمكن أن يقاضي فيعاقب بالجزاء أو التعويض الملائم، إذن فالقانون هو أدنى ما يمكن من الفضائل المقبولة اجتماعياً وخلقياً.

فالبعد القانوني يمثل جانب من مسؤوليات عادة ما تحددها الحكومات بقوانين وأنظمة وتعليمات يجب أن لا تخترقها المنظمات وتعمل على احترامها، ويمكن النظر للبعد القانوني على أنه خضوع والتزام المنظمات بالقوانين والتشريعات واللوائح والأنظمة التي تسنها الدولة لتشجيعها على انتهاج سلوك مقبول نحو مجتمعها ورفض الأعمال غير المشروعة، بهذا تكسب المنظمات ثقة مجتمعها، فإذا شعر أصحاب المصالح بأن المنظمة تتحرف عن مسؤوليتها فإنهم يسعون لدفع المشروع لإيجاد قوانين تضبط سلوكها أو يشاركون في التشريع للضغط عليها للامتثال لتلك القوانين، فالبعد القانوني يعمل بمثابة الحامي ما بين المنظمة والمجتمع من جهة، وما بين المنظمات فيما بينها من جهة أخرى وما ينجر عليها من صراعات وتآزمات (Al-Bakri, 2006).

ولهذا فالقاعدة القانونية تلزم المتعاقد بضرورة تنفيذ التزاماته وهي تتضمن تكليفاً صريحاً بالأمر بفعل معين وهو تنفيذ الالتزام.

5. البعد الثقافي: تمثل المعرفة والتراث الفكري وهي تعبر عن خصائص حضارية وإمكاناتها أن تؤثر على العديد من العناصر التنظيمية وكذلك على العاملين بالمنظمة ويتضح دور الثقافة التنظيمية فيما يأتي (Askaree, 2010):

- أ- تؤثر على نمط الإدارة.
- ب- تؤثر على الاستراتيجيات التنظيمية.
- ج- تؤثر على أداء المنظمة.
- د- التأثير على كفاءة التنظيم وفاعليته.
- هـ- تساعد على تكوين هوية للمنظمة.
- و- تدعم استقرار المنظمة كنظام اجتماعي.
- ز- تعتبر قوة مؤثرة داخل التنظيم.

ح- يتأثر إدراك الشركات للمسؤولية تجاه المجتمع بالجانب الثقافي الذي يميز ذلك المجتمع. فالعناصر الثقافية السائدة في مجتمع ما هي التي تحدد ثقافة المنظمات وثقافة الأفراد فيه، لذا فمن المنطقي بروز فروقات ثقافية أساسية بين الأفراد في المجتمعات المختلفة. ويتأثر البعد الثقافي بعدد من العناصر كاللغة وتباين استخداماتها



في التعبير بين مجتمع وآخر، والفضاء الفاصل بين الأفراد، والاهتمام بالوقت، وأثر الدين في حياة الفرد والعقود والاتفاقيات وطريقة الالتزام بها إلى آخره من العناصر الثقافية السائدة. وفي دراسة مهمة حول الأبعاد الثقافية للمجتمعات قام (Hofstede) بتحديد القيم الاجتماعية للثقافات المختلفة وفق تصنيف أطلق عليه (تصنيف الأبعاد الثقافية)

(Classification cultural dimensions) (Hofstede, 1984, 1991).

6. يتضمن المفهوم الأخلاقي عدة معاني، تدور معظمها حول قواعد السلوك الإنساني، من حيث ما هو مقبول وغير مقبول لدى الآخرين، ويتفق المختصين والباحثين في تعريف الأخلاقيات من حيث المضمون والجوهر، وإن اختلفوا من حيث الشكل والمنهج، حول ما يلزم، وما لا يلزم لإنجاز الأعمال (George and Kaler, 2003).  
تعتبر الأخلاق عن طائفة من النماذج المتحققة أو المتصورة لما ينبغي أن يكون عليه السلوك الصحيح وغير الصحيح، فهي موازين ومبادئ تهيمن على السلوك الإداري، والمتعلقة بما هو صحيح أو خطأ، وهي تمثل خطوطاً توجيهية للمدير في صنع القرار وإن أهميتها تزداد بالتناسب مع آثار ونتائج القرار، فكلما كان نشاط المدير أكثر تأثيراً في الآخرين، كلما ازدادت أهمية أخلاقيات ذلك المدير، فالأخلاقيات هي معايير ومقاييس أخلاقية تستخدم لتمييز الصواب من الخطأ، وفي مجال الأعمال تكون الأخلاقيات بمثابة مقاييس ومعايير للقيم والسلوكيات الأخلاقية التي تحكم القرارات التي يتم اتخاذها والتدابير التي تنفذ في موقع العمل (Stralser, 2008)

وقد أولى العديد من الكتاب والباحثين اهتماماً واسعاً بموضوع الأخلاق وسعوا إلى محاولة وضع تعريفاً محدداً لها فمنهم من يعرفها بأنها "نمط وصفي يحدد معايير سلوك الفرد وما هو جيد أو رديء وما هو صحيح أو خطأ في ذلك السلوك" (Schermerhorn, 2001).

وهذا التعريف يتفق مع ما جاء به (Beekun) إذ أشار إلى أن الأخلاق هي: "سلسلة من المبادئ المحددة مسبقاً للفرد والتي تصف ما عليه فعله وما عليه تركه، والتمييز بين التصرفات الصائبة والخاطئة لذلك الفرد" (Beekun, 1996).

إذ تركز المنظمات المعاصرة على الأهداف والمبادئ والقيم والأخلاقيات في تطوير أداء الأفراد العاملين، الذين أصبحوا الآن أفضل مورد من موارد المنظمة ويمثلون رأس مال فكري (معرفي)، يتم التركيز عليهم وبناءهم بناءً روحياً وفكرياً من خلال تزويدهم بالمعارف والمهارات والقدرات والسلوك في إطار ثقافة المنظمة (Hussain and Al-gameel, 2009).

7. البعد البيئي: دلت تجارب العديد من دول العالم، أن للبعد البيئي دور حيوي ومرتكز مهم في توضيح سياسة المنظمة، بعد أن أثبتت السياسات المهمة بالبعد الاقتصادي دون غيره، عن كوارث ممكن أن تهدد تطوعات وآمال الأجيال التي سوف تأتي بعدنا. إن التخطيط للسياسة البيئية للمنظمة، أصبح الشغل الشاغل والهم الأكبر في تفكير الإدارة العليا باتجاه تحقيق واحد من أهم أبعاد المسؤولية الاجتماعية، على اعتبار أنها تمثل المنافع التي تعين على تحقيق المسؤولية الاجتماعية للمنظمة، دونما إهمال للمكاسب المالية.

وبعد أن أدرك مدراء المنظمات أن المسؤولية المجتمعية لا تنحصر في داخل المنظمة وإنما تتجاوز حدودها لتصل إلى جهات خارجية متعددة، ظهر مفهوم أطلق عليه "المفهوم البيئي" أو "نموذج البيئة الاجتماعية"، والذي عد المفهوم الأكثر تجددًا وارتباطًا بالبيئة، وقد أجريت عدة دراسات وأبحاث مختلفة من قبل عدد من الباحثين (Al-Bakri, 2001).

**معوقات تطبيق المسؤولية الاجتماعية: Obstacles to the Application of Social Responsibility**

يمكن تقسيم معوقات تطبيق المسؤولية الاجتماعية إلى ثلاثة أقسام، (Al-Mgarbil, and Foaad, 2008):

### 1. المعوقات الإدارية: Administrative obstacles

إن نجاح العملية الإدارية في المؤسسات والهيئات والمنظمات الاجتماعية، والقدرة على تطبيق المشاريع والبرامج وتقديم الخدمات بمهارة ودقة عالية وحسب متطلبات المستفيدين ضمن الميزانية المقررة مع مراقبة عمليات التقييم للوصول إلى أفضل تطبيق ممكن، مرتبط بقدرة هذه المنظمات على تذليل وقهر الصعاب التي تواجهها، فإذا ما استطاعت هذه المنظمات من مقاومة العقبات التي تواجهها، عندها ستتمكن من الثبات والاستقرار في مجال تقديم الخدمات للمجتمع الذي تعيش فيه. ومن ضمن هذه المعوقات نذكر منها ما يأتي:

- عدم وجود دائرة للعلاقات والإعلام في بعض المنظمات.
- نقص الدورات التعريفية لرؤساء الأقسام والتشكيلات الإدارية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية.
- ضعف الشعور بأهمية العمل ببرامج المسؤولية الاجتماعية.
- عدم إشراك الإدارة العليا لباقي الإدارات في عملية اتخاذ القرارات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.

هـ- ضعف التوجه الإعلامي بين إدارة المنظمة والمجتمع

### 2. المعوقات القانونية Legal obstacles وهي كما يأتي :

- التقيد بفعاليات وممارسات معينة ورد فيها نص قانوني.
- غياب التشريعات والقوانين التي تنظم السياسة الاجتماعية والأخلاقية في المنظمة.



ج- عدم وضع اللائحة الأخلاقية، والتي تحدد فيها قواعد السلوك.

د- عدم الالتزام بالقوانين واللوائح والنظم المعمول بها

### 3. لمعوقات المالية Financial obstacles

يمكن القول إن أهداف المنظمة في الوقت الحاضر قد اختلفت عن أهدافها التقليدية، في سعيها ضمن أهدافها للحصول على أقصى العوائد الممكنة، وأصبح هذا الهدف غير مقبول من جانب أغلب المنظمات. لكن بالإمكان تضمين هذا الهدف مع الأهداف المعلنة للمنظمة وهي إمكانية تحقيق أرباح معقولة وليس أقصاها وعلى حساب عوامل متعددة داخل المجتمع. ومع ذلك فلا زالت هناك بعض المعوقات مثل:

أ- إن هدف بعض المنظمات هو زيادة الأرباح فقط.

ب- الاعتقاد الخاطئ بأن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى تقليل أرباح المنظمة وإضعافها في المنافسة الدولية.

ج- ضعف التعزيز المالي الذي يحول دون الإسهام في نشاطات المسؤولية الاجتماعية.

د- عدم إمكانية التوافق بين الأعمال المربحة وأعمال المنظمة المتعاونة اجتماعياً.

وفي دراسة استقصائية (George and Kaler, 2003) وجد أن العوائق التي تحول دون تنفيذ المسؤولية الاجتماعية شملت ما يأتي:

- الممارسات التنافسية التجارية.

-

-

- التنظيم المترخي.

هـ . السياسة العامة المرتبكة.

- البيروقراطية المفرطة.

ز- الافتقار إلى الالتزام.

ح- الإدارة التنفيذية غير المهنية.

ط- عدم كفاية تقييم المبادرات الهادفة للمسؤولية الاجتماعية للشركات.

كما أورد (Al-Qarni, 2014) معوقات أخرى تعيق تطبيق المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وهي :

### 1. المعوقات التنظيمية والتشريعية:

أ- عدم وجود هيئة حكومية مشرفة تشرف على تنظيم عمل المسؤولية الاجتماعية وتضع لها الأنظمة والقوانين.

ب- عدم وجود عقوبات قانونية على الشركات التي تحجم عن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

ج- لا تشترط الأنظمة على الشركات الإفصاح عن المعلومات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية.

د- غياب التخطيط الاستراتيجي لأعمال المسؤولية الاجتماعية.

هـ- تعتبر ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الشركات جهوداً ضائعة ولا تملك أي شكل تنظيمي وليس لها خطة أو أهداف واضحة.

### 2. المعوقات العلمية والمهنية:

أ- عدم كفاية البرامج التعليمية في مجال معرفة وتطبيق المسؤولية الاجتماعية.

ب- عدم وجود نشرات إرشادية متخصصة تعزز من ممارسة المسؤولية الاجتماعية.

ج- ضعف التوعية بأهمية تطبيق المسؤولية الاجتماعية.

د- عدم وجود معايير وإرشادات لقياس وعرض الآثار الاجتماعية لنشاطات الشركات.

### 3. المعوقات الثقافية والاجتماعية:

أ- النقص الإعلامي في إشاعة ثقافة المسؤولية الاجتماعية للشركات.

ب- لا يهتم أصحاب المصالح في الشركات بالمعلومات ذات الطابع الاجتماعي.

ج- غياب ثقافة المسؤولية الاجتماعية القائمة على أساس التكافل.

د- غياب ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى أغلب صناعات القرار في المنشآت.

هـ- عدم وجود دعم كافٍ لروح العمل الجماعي والتطوعي لدى موظفي الشركات.

### 4. المعوقات المالية والإدارية

أ- عدم وجود حوافز حكومية كافية للشركات لتبني سياسات اجتماعية وبيئية.

ب- لا يوجد استعداد من قبل الشركات بتحمل تكاليف إضافية نظير الوفاء بمسؤوليتها الاجتماعية والبيئية.

ج- تتجنب الشركات الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية والبيئية التي قد تدين الشركة عن أثرها البيئي وفقاً للقانون.



أما أبرز التحديات التي تواجه انتشار المسؤولية الاجتماعية للمنظمات فقد أوضحها (AL-Asragh, 2010) بالآتي:

1. عدم وجود ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى معظم المنظمات.
2. معظم جهود المنظمات غير منظمة فالمسؤولية للقطاع الخاص كي تكون مؤثره بحاجة إلى إن تأخذ شكل تنظيمي ومؤسسي له خطة وأهداف محددة بدلاً من أن تكون جهوداً عشوائية مبعثرة.
3. غياب ثقافة العطاء للتنمية إذ أن معظم الجهود تنحصر في أعمال خيرية غير تنموية مرتبطة بإطعام الفقراء وتوفير الخدمات لهم دون النظر إلى مشاريع تنموية تغير المستوى المعيشي للفقراء بشكل جذري ومستدام.
4. قلة الخبرات والمعرفة والقدرة العلمية على وضع المقاييس والمعايير لقياس الجهود، إذ ن هناك خلط حتى الآن بين مفهوم الأعمال الخيرية والمسؤولية الاجتماعية.

**مزايا تطبيق المسؤولية الاجتماعية Advantages of Social Responsibility :**  
 يمكن للمنظمة تحقيق فوائد هامة في مجال تكامل المسؤولية الاجتماعية مع قراراتها وأنشطتها (United Nations publication, 2004) مثل:

1. المساهمة في الصالح العام، وتعزيز المجتمع المدني والمنظمات.
2. زيادة ولاء الموظفين والعملاء خصوصاً في ظل وعي العملاء لتفضيل الشركات المهتمة بالمسؤولية الاجتماعية.
3. مكافحة الفقر وتحسين الأوضاع البيئية المتردية الناتجة عن نشاط الشركات.
4. إعانة منظمة الأعمال في استقطاب وتعيين وتطوير مواردها البشرية والحفاظ عليها.
5. اعتماد النزاهة في التعامل والقضاء على الفساد.
6. إنعاش المنظمة بواسطة تطبيق الاستدامة.
7. الالتزام بالمعايير الدولية المتمثلة بحسن تطبيق المسؤولية الاجتماعية كاستثمار بعيد المدى يعود بالنفع على منظمة الأعمال والمجتمع بكافة مكوناته.

**مجالات المسؤوليات الاجتماعية Areas of Social Responsibility :**  
 تقع المسؤولية الاجتماعية على عاتق أطرافاً مختلفة في المنظمة وكما موضح في (الجدول، 3).

**(3): مجالات المسؤولية الاجتماعية.**

العنصر	بعض ما يجب إن ندرکه الإدارة من دور اجتماعي تجاهه
المالكون	حماية أصول المنظمة، تحقيق أكبر ربح ممكن، رسم صوره جديدة للمنظمة، تنظيم قيمة السهم، والمنظمة للكل، زيادة حجم المبيعات
العاملون	عدالة وظيفية، رعاية صحية، رواتب وأجور مدفوعة، إجازات مدفوعة، فرص تقدم وترقية، تدريب مستمر، أسكان العاملين ونقلهم، ظروف عمل مناسبة
الزبائن	أسعار مناسبة، الإعلان الصادق، منتجات آمنة وبنوعيه جيدة، إرشادات بشأن استخدام المنتج ثم التخلص منه ومن بقاياها
المنافسون	معلومات صادقه، عدم سحب العاملين من الآخرين بوسائل غير نزيهة، منافسة عادلة ونزيهة
المجهزون	أسعار عادلة، الاستمرارية في التجهيز، تسديد الالتزامات المالية للمجهزون والصدق في التعامل
البيئة	التشجير وقيادة المساحات الخضراء، المنتجات غير ضارة، الحد من تلوث الماء والهواء والتربة، الاستخدام للموارد وخصوصاً غير المتجددة منها
الحكومة	الالتزام بالقوانين، إعادة التأهيل والتدريب، تكافؤ الحكومة الفرص بالتوظيف، حل المشكلات الاجتماعية، تسديد الالتزامات الضريبية
جماعات الضغط	التعامل الصادق مع الصحافة، احترام الأنشطة جماعات حماية البيئة، التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك، احترام دور النقابات العمالية والتعامل الجيد معها

Source:( Al-Sirafi, 2007).

### APPLIED SIDE

فيما يأتي تحليل لاستمارة الفحص بما يخص المنظمة المبحوثة المتمثلة بمصرف الرشيد وحسب بنود المواصفة أيزو 26000

**: القابلية للمساءلة:** ويقصد بهذا المبدأ إن المنظمة ينبغي إن تكون مستجيبة للمساءلة عن تأثيراتها على المجتمع والبيئة ويجب إن تقبل وتوافق على الفحص والتدقيق الملائمين وان توافق أيضاً على مسؤوليتها في التجاوب مع هذا الفحص والتدقيق.





## (4): قائمة فحص وتحليل الفجوة لمطابقة متطلبات الايزو 26000/ القابلية للمساءلة.

أولا	القابلية للمساءلة	مطبق كلياً وموثق كلياً	مطبق كلياً وموثق جزئياً	مطبق كلياً غير موثق جزئياً	مطبق جزئياً موثق جزئياً	غير مطبق غير موثق
1	يتم إعلان آليات المساءلة الإدارية في المنظمة لجميع الموظفين	✓				
2	تركز آليات المساءلة الإدارية على تعزيز المسؤولية في نفوس الموظفين		✓			
	الأوزان	4	3	2	1	0
	التكرارات	1	1	0	0	0
	النتيجة	4	3	0	0	0
	الوسط الحسابي المرجح	$4 = 2 \div 7$				
	النسبة المئوية لمدى المطابقة	$\%88 = 100 \times (4 \times 2) \div 7$				
	حجم الفجوة	$\%12$				

سجلت قائمة الفحص مستوى تطبيق المتطلب (أولاً) في (مصرف الرشيد) مطابقة بمقدار (4) درجة من (5) وبنسبة تطبيق وتوثيق (%88) وذلك لوجود تطبيق كلي وتوثيق كلي للمتطلب (1) إذ يتم إعلان آليات المساءلة الإدارية في المنظمة لجميع الموظفين ومطبق كلي وموثق جزئي في متطلب (2) تركب آليات المساءلة الإدارية على تعزيز المسؤولية في نفوس الموظفين كما يؤشر وجود فجوة عدم مطابقة بمقدار (%12).

**ثانياً: الشفافية:** يقصد من هذا المبدأ إن المنظمة ينبغي إن تتحلّى بالشفافية في قراراتها وأنشطتها التي تؤثر على المجتمع والبيئة.

## (5): قائمة فحص وتحليل الفجوة لمطابقة متطلبات الايزو 26000/ الشفافية.

ثانياً	الشفافية	مطبق كلياً وموثق كلياً	مطبق كلياً وموثق جزئياً	مطبق كلياً غير موثق جزئياً	مطبق جزئياً موثق جزئياً	غير مطبق غير موثق
1	تسهّم المنظمة بحل المشاكل الاجتماعية بشفافية					✓
2	يتم التعامل بشكل واضح وشفاف مع الأجهزة الرقابية والتشريعية والإعلامية في حالة طلب أي معلومات ذات صلة بنشاط المنظمة				✓	
3	تؤكد الإدارة العليا على أن الأدوار والمسؤوليات والصلاحيات تكون معلومة لكل داخل المنظمة	✓				
	الأوزان	4	3	2	1	0
	التكرارات	1	0	0	1	1
	النتيجة	4	0	0	1	0
	الوسط الحسابي المرجح	$2 = 3 \div 5$				
	النسبة المئوية لمدى المطابقة	$\%42 = 100 \times (4 \times 3) \div 5$				
	حجم الفجوة	$\%58$				

سجلت قائمة الفحص مستوى تطبيق المتطلب (ثانياً) في (مصرف الرشيد) مطابقة بمقدار (2) درجة من (5) وبنسبة تطبيق (%42) وذلك لوجود تطبيق غير مطبق وغير موثق في متطلب (1) وهو إسهم المنظمة بحل المشاكل الاجتماعية بشفافية وكذلك وجود تطبيق جزئي وتوثيق جزئي في متطلب (2) وهو التعامل بشكل واضح وشفاف مع الأجهزة الرقابية والتشريعية والإعلامية في حالة طلب أي معلومة ذات صلة بنشاط المنظمة كما يؤشر وجود فجوة بمقدار (%58).



: يقصد بهذا المبدأ إن تتصرف المنظمة بشكل أخلاقي في جميع الأوقات.

(6): قائمة فحص وتحليل الفجوة لمطابقة متطلبات الايزو 26000/ السلوك الأخلاقي.

ثالثا	السلوك الأخلاقي	مطبق كلي وموثق كلي	مطبق كلي موثق جزئي	مطبق كلي غير موثق	مطبق جزئي موثق	غير مطبق موثق
1	تلتزم المنظمة بالمبادئ الأخلاقية والتي يحددها النظام الإداري			✓		
2	تعمل المنظمة على الحفاظ على سلوك العاملين فيها ضمن الأطر القانونية		✓			
3	تمتنع المنظمة عن الالتفاف على القانون حتى لو اثر ذلك على تحسين أدائها			✓		
4	يوجد دليل مكتوب لأخلاقيات وسلوك المهنة في المنظمة			✓		
5	يتخذ مجلس إدارة المنظمة إجراءات تضمن تطبيق دليل الأخلاقيات والتزام جميع الموظفين به			✓		
	الأوزان	4	3	2	1	0
	التكرارات	1	1	3	0	0
	النتيجة	4	3	6	0	0
	الوسط الحسابي المرجح	$3 = 5 \div 13$				
	النسبة المئوية لمدى المطابقة	$\%75 = 100 \times (4 \times 5) \div 15$				
	حجم الفجوة	25%				

سجلت قائمة الفحص مستوى تطبيق المتطلب (ثالثا) في (مصرف الرشيد) مطابقة بمقدار (3) درجة من (5)، وبنسبة تطبيق وتوثيق (75%) وذلك لأنه مطبق كلي وغير موثق في المتطلب (1) إذ تلتزم المنظمة بالمبادئ الأخلاقية التي يحددها النظام الإداري ومطبق كلي وموثق جزئي في متطلب (2) وهو تعمل المنظمة بالحفاظ على سلوك العاملين فيها ضمن الأطر القانونية ومطبق كلي وموثق كلي في متطلب (3) تمتنع المنظمة عن الالتفاف على القانون حتى لو اثر ذلك على تحسين أدائها ومطبق كلي وغير موثق في متطلب (4) و(5)، قد بلغ حجم الفجوة (25%).

: يقصد بهذا المبدأ إن تحترم المنظمة وان تضع في اعتبارها وتتجاوب مع مصالح أطرافها المعنية على الرغم من إن أهدافها قد تكون مقصورة على مصالح مالكيها أو أعضائها أو عناصرها الأساسية.

(7): قائمة فحص وتحليل الفجوة لمطابقة متطلبات الايزو 26000/ احترام مصالح الأطراف.

رابعاً	احترام مصالح الأطراف الأخرى	مطبق كلي وموثق كلي	مطبق كلي موثق جزئي	مطبق كلي غير موثق	مطبق جزئي موثق	غير مطبق موثق
1	توضح المنظمة مفهوم المسؤولية الاجتماعية بشكل واضح للمستفيد من خدماتها		✓			
2	تشارك إدارة المنظمة مع العاملين والملاك بترسيخ مبادئ المسؤولية الاجتماعية			✓		
3	إجراء الحوارات مع الزبون وأصحاب المصالح الآخرين من خلال لقاءات عمل تعقد لهذا الغرض لأجل إيجاد الحلول للمتطلبات غير الواضحة والتي تتعارض مع المتطلبات القانونية والشفافية المعتمدة			✓		
4	تقوم المنظمة بإجراء مراجعة شاملة لطلبات الزبون وأصحاب المصالح قبل التعاقد مع أي منهم			✓		
	الأوزان	4	3	2	1	0



0	0	3	1	0	التكرارات
0	0	6	3	0	النتيجة
2=4÷9					الوسط الحسابي المرجح
%56=100×(4×4)÷9					النسبة المئوية لمدى المطابقة
%44					حجم الفجوة

سجلت قائمة الفحص مستوى تطبيق المتطلب (رابعا) في (مصرف الرشيد) مطابقة وتوثيق مقداره (2) درجة من (5) وبنسبة تطبيق وتوثيق(56%) وذلك لأنه مطبق كلي وموثق جزئي في متطلب (1) توضح المنظمة مفهوم المسؤولية الاجتماعية بشكل واضح للمستفيد من خدماتها ومطبق كلي وغير موثق في متطلب (2)، (3)، (4)، وقد بلغ حجم الفجوة (%44).

: **رام سيادة القانون:** يقصد من هذا المبدأ إن المنظمة ينبغي إن توافق وان تحترم سيادة القانون بشكل إلزامي، والقصد من سيادة القانون هيمنته لاسيما انه لا يحق لأي فرد أو منظمة إن تكون فوق القانون الذي تخضع له الحكومة.

**(8): قائمة فحص وتحليل الفجوة لمطابقة متطلبات الايزو 26000/ احترام سيادة القانون.**

خامسا	احترام سيادة القانون	مطبق كلي وموثق كلي	مطبق كلي وموثق جزئي	مطبق كلي غير موثق	مطبق جزئي موثق	غير مطبق غير موثق
1	يتم تطبيق التعليمات والقواعد في المنظمة بنزاهة			✓		
2	تسهل القوانين والأنظمة الموجودة في المنظمة انجاز العمل			✓		
3	تتبنى المنظمة فكرة إصدار قوانين وتعليمات جديدة تضمن للعاملين حقوقهم		✓			
	الأوزان	4	3	2	1	0
	التكرارات	0	1	2	0	0
	النتيجة	0	3	4	0	0
2=3÷7					الوسط الحسابي المرجح	
%58=100×(4×3)÷7					النسبة المئوية لمدى المطابقة	
%42					حجم الفجوة	

سجلت قائمة الفحص مستوى تطبيق المتطلب (خامسا) في (مصرف الرشيد) مطابقة وتوثيق مقداره (2) درجة من (5)، وبنسبة مطابقة (58%) وذلك لأنه مطبق كلي وغير موثق في المتطلب (1) يتم تطبيق التعليمات والقواعد في المنظمة بنزاهة (2) تسهل القوانين والأنظمة الموجودة في المنظمة انجاز العمل ومطبق كلي وموثق جزئي في متطلب (3) تتبنى المنظمة فكرة إصدار قوانين وتعليمات جديدة تتضمن للعاملين حقوقهم، أما حجم الفجوة فقد بلغ (%42).  
: **احترام المعايير الدولية للسلوك:** يقصد f هذا المبدأ إن المنظمة ينبغي إن تحترم المعايير الدولية للسلوك مع الالتزام بمبدأ احترام سيادة القانون.

**(9): قائمة فحص وتحليل الفجوة لمطابقة متطلبات الايزو 26000/ احترام المعايير الدولية للسلوك.**

سادسا	احترام المعايير الدولية للسلوك	مطبق كلي وموثق كلي	مطبق كلي وموثق جزئي	مطبق كلي غير موثق	مطبق جزئي موثق	غير مطبق غير موثق
1	الالتزام بالقوانين والتشريعات لضمان متطلبات السلامة البيئية والخدمية			✓		
2	تنظر المنظمة للتشريعات والقوانين بأنها مكملة بعضها البعض الأخر		✓			



			✓		تبلغ المنظمة العاملين فيها بأهمية تلبية متطلبات الزبون القانونية والتنظيمية	3
			✓		تطبيق القوانين والأنظمة والتعليمات في المنظمة على الجميع دون تمييز	4
0	1	2	3	4	الأوزان	
0	0	1	3	0	التكرارات	
0	0	2	9	0	النتيجة	
3=4÷11					الوسط الحسابي المرجح	
92=100×(4×3)÷11					النسبة المئوية لمدى المطابقة	
8%					حجم الفجوة	

سجلت قائمة الفحص مستوى تطبيق المتطلب (سادسا) في (مصرف الرشيد) مطابقة مقدارها (3) درجة من (5)، وبنسبة مطابقة (92%) وذلك لأنه مطبق كلي وغير موثق في متطلب (1) الالتزام بالقوانين والتشريعات لضمان متطلبات السلامة البيئية والخدمية ومطبق كلي وموثق جزئي في متطلب (2) تنظر المنظمة للتشريعات والقوانين بأنها مكمله بعضها البعض الآخر و(3) تبلغ المنظمة العاملين فيها بأهمية تلبية متطلبات الزبون القانونية والتنظيمية و(4) تطبق القوانين والأنظمة والتعليمات في المنظمة على الجميع دون تمييز. وقد بلغ حجم الفجوة (8%).

: يقصد من هذا المبدأ إن المنشأة ينبغي إن تحترم حقوق الإنسان ويجب إن تعترف بأهمية هذه الحقوق وعموميتها.

(10): قائمة فحص وتحليل الفجوة لمطابقة متطلبات الايزو 26000/ احترام حقوق الإنسان.

سابعاً	احترام حقوق الإنسان	مطبق كلي وموثق كلي	مطبق كلي وموثق جزئي	مطبق كلي غير موثق جزئي	مطبق جزئي موثق جزئي	غير مطبق غير موثق
1	تتوافر المصادقية والثقة بين الإدارة والأفراد العاملين في المنظمة	✓				
2	تتوافر طرائق للتقليل من ضغوطات العمل	✓				
3	يوجد نظام تعويضات ومكافآت معتمد من قبل مجلس الإدارة ومعروف لدى العاملين بالمنظمة	✓				
	الأوزان	4	3	2	1	0
	التكرارات	0	3	0	0	0
	النتيجة	0	9	0	0	0
3=3÷9						
75=100×(4×3)÷9						
25%						

سجلت قائمة الفحص مستوى تطبيق المتطلب (سابعاً) في (مصرف الرشيد) مطابقة وتوثيق مقدارها (3) درجة من (5)، وبنسبة توثيق (75%) وذلك لأنه مطبق كلي وموثق جزئي في متطلب (1) تتوافر المصادقية والثقة بين الإدارة والإفراد العاملين في المنظمة (2) تتوافر طرائق للتقليل من ضغوطات العمل (3) يوجد نظام تعويضات ومكافآت معتمد من قبل مجلس الإدارة ومعروف لدى العاملين بالمنظمة، أما حجم الفجوة فقد بلغ (25%).

ويمكن تلخيص نتائج قائمة الفحص الخاصة بمتطلبات البحث كما في (الجدول، 11).



(11): خلاصة نتائج مستوى مطابقة التنفيذ الفعلي لمتطلبات المواصفة ISO 26000 في مصرف الرشيد العراقي.

المتطلبات	درجات التقييم التكرارات	معدل التنفيذ الوسيط الحسابي المرجح	النسبة المئوية معدل الالتزام	الفجوة
القابلية للمساءلة	2	4	%88	%12
الشفافية	3	2	%42	%58
السلوك الأخلاقي	5	3	%75	%25
احترام مصالح الأطراف	4	2	%56	%44
احترام سيادة القانون	3	2	%58	%42
احترام المعايير الدولية للسلوك	4	3	%92	%8
احترام حقوق الإنسان	3	3	%75	%25
الإجمالي	3	3	%69	%31

إعداد الباحثة استناداً إلى بيانات الجانب العملي.

## الاستنتاجات والتوصيات CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

### Conclusions :

بعد الانتهاء من الإطار النظري والعملي للبحث ظهرت أهم الاستنتاجات وهي:

1. يتضح إن المعدل الإجمالي المتحقق من قياس مدى توافر متطلبات المسؤولية الاجتماعية في مصرف الرشيد/ بغداد وفق المواصفة الدولية ISO 26000:2010 حصلت على نسبة (69%) ومعدل تنفيذ (3) أي انه يقترب من مطبق كلي موثق جزئي مما ولد فجوة بمقدار (31%)، وهذا ما يجيبنا عن التساؤل الأول من تساؤلات البحث.
2. أن مصرف الرشيد في بغداد ينظر للقوانين والتشريعات التي تضمن متطلبات السلامة البيئية والخدمية بأنها مكمله بعضها البعض الآخر ويهتم بتلبية متطلبات الزبون القانونية والتنظيمية كما يطبق الأنظمة والتعليمات على الجميع، إلا انه يحتاج إلى الاهتمام أكثر بعملية التوثيق لكيفية التزامه بتطبيق هذه القوانين والتشريعات.
3. يسهم دعم الإدارة العليا في نجاح تطبيق المسؤولية الاجتماعية بشكل كبير وفاعل، وسرعة الحصول على شهادة المطابقة من الجهات المانحة.
4. ضعف إسهام المصرف بحل المشكلات الاجتماعية بشفافية من حيث التعامل مع الأجهزة الرقابية والتشريعية والإعلامية في حالة طلب معلومات ذات صلة بالموضوع.
5. تم التوصل من خلال المقابلات الشخصية أن مصرف الرشيد في بغداد يمتلك مستلزمات التأهيل للحصول على الشهادة، إلا انه يواجه بعض المشكلات الداخلية في التوثيق لبعض متطلبات المواصفة فضلاً عن بعض التحديات الخارجية التي تعيقه، وهذا ما يجيبنا عن التساؤل الثالث من تساؤلات البحث.

### ثانياً: التوصيات Recommendations

1. على إدارة مصرف الرشيد/ بغداد أن تسعى إلى سد الفجوة في المسؤولية الاجتماعية وفق المواصفة ISO 26000 على وفق النتائج التي جاء بها البحث.
2. ضرورة العمل على حل المشكلات الاجتماعية بشفافية والتعامل مع الأجهزة ذات العلاقة بمصداقية من حيث تزويدها بالمعلومات ذات الصلة بنشاط المصرف.
3. تبني سياسة للمسؤولية الاجتماعية في مصرف الرشيد/ بغداد موضحاً فيها الأهداف وتتضمن التزاماً بالتحسين المستمر وان تكون السياسة الموضوعية مفهومة ومبلغة للجميع.
4. تشكيل فريق عمل يتبنى تهيئة مستلزمات تطبيق المواصفة ISO 26000 ويعمل على تلبية متطلباتها مرتبطاً بالإدارة العليا لتسهيل الدعم بالموارد والصلاحيات.
5. توثيق المعلومات جميعها والخاصة بتحسين وتطوير المسؤولية الاجتماعية وحفظها بوصفها معلومات موثقة وتحديثها بشكل دوري.



## Refrences

- I. Abdelkader, M. M. (2009). *Moral Thinking and Its Relation to Social Responsibility and Some Changes*. MSc. Theses, Faculty of Education Psychology, Islamic University of Gaza, Palestine, p:117.
- II. Al- Askaree, B. A. (2010). *Change Management in Business Organizations: Malaysian Experience as a Model*. MSc. Theses of Administrative Sciences, Arab Academy, Copenhagen: Denmark, pp: 76-77
- III. AL-Asragh, H. (2010). *Corporate Social Responsibility*. Arab Planning Institute in Kuwait, Bridge Development, 90: 16-18.
- IV. Al-Awadi, A. G. (2016). *Productivity and Its Role in Achieving the Philosophy of Cleaner Production According to the Entrance of CSR / Applied Study of the Views of a Sample of the Employees of the General Company for Iraqi Cement*. PhD. Thesis in Business Administration, Karbala University, p: 56, 98.
- V. Al-Azzawi, M. (2009). *Environmental Auditing and Its Impact on Achieving Social Responsibility of Economic Units: a Study Applied to the General Company for Passenger Transport*. Study for Obtaining the Legal Accounting Certificate, Research Submitted to The Board of Trustees in Arab Institute of Certified Public Accountants, p. 53.
- VI. Al-Bakri, T., Y. (2001). *Marketing And Social Responsibility*, 1<sup>st</sup> Ed., Dar Wael Publishing, Amman, pp. 25-30.
- VII. Al-Bakri, T. Y. (2006). *Marketing Principles and Contemporary Concepts*. Dar Al-Yazouri Scientific Publishing and Distribution, Amman, Jordan, pp. 233-235.
- VIII. Beekun, R. I. (1996). *Islamic Business Ethics*. Herndon: International Institute of Islamic Thought, p: 2.
- IX. Daft, R. (2002). *Organizational Theory and Design*. West Publishing Co., New York, p: 143.
- X. Daft, R. (2008). *New Fray of Management*. 2<sup>nd</sup> ed., Masonohio: South Western, p: 15.
- XI. Al-Galiby, T. & Al-Amery, S. (2006). *Social Responsibility and Business Organizations and Transparency of the Information System, an Empirical Study of a Sample of Jordanian Commercial Banks*. Second Arab Conference, 3-8 November, Arab Organization for Administrative Development, p: 166.
- XII. George, D. & Kaler, J. (2003). *Introduction to Business Ethics*. First Edition, Publisher Chapman & Hall, p: 79-92, 250.
- XIII. Hamdi, F. M. H. (2003). *The Marketing Dimensions of the Social Responsibility of the Organizations and Their Implications for Satisfaction Consumer*. PhD. Thesis Business Philosophy, Faculty of Management and Economics, Mustansiriya University, pp. 40
- XIV. Al-Hassan, M. & Mohamed, S. (2014). *The Role of Social Responsibility in Improving the Performance of the Organization/ Case Study of NAFTAL Unit-Batna*. MSc of Science in Management, Faculty of Economic, Commercial and Management Sciences, Algeria, p. 7.
- XV. Al-Hussain, H. A. (2011). *Corporate Social Responsibility: Challenges and Prospects for Development in Arab Countries*. Available at <http://mpa.ub.uni-muenchen.de.pdfpp>: 16-18.
- XVI. Hussain, L. S. & Al-gameel, R. S. (2009). *Social Responsibility Towards Employees and their Reflection on Work Ethics, a Study of the Views of a Sample of Employees of Some Hospitals in the City of Mosul*. Research Presented to the Third Scientific Conference of the Faculty of Economics and Administrative Sciences, p: 8.



- XVII. Al-Ja'afra, A. F. (2009). *The Impact of Business Ethics and Social Responsibility in the Components of the Strategic Dimension of Banks in Jordan*. PhD. in Management, Amman University, Amman, Jordan, p: 342.
- XVIII. Kurde, A. A. (2010). *The Role of Corporate Social Responsibility in Supporting Environmental Management Systems*, p:2.
- XIX. Al-Mgarbil, N. & Foad, Y. (2008). *Social Responsibility of Capital in Egypt: Some International Experiences*, Paper No. 138 Egyptian Center for Economic Studies, Cairo, p: 5
- XX. Al-Qarni, A. A. (2014). Obstacles to disclosure of corporate social responsibility in Saudi Arabia. *The Jordanian Journal of Business Administration*, 10(3): 255-263.
- XXI. Schermerhorn, R. J. (2001). *Management*, 6<sup>th</sup> Edition, John Wily & Sons, Inc., p: 116.
- XXII. Al-Shahrani, M. A. (2006). *Volunteerism and Its Relation to Community Security/ Field Study Introduction*. MSc. Thesis of Social Sciences, Naif Arab University for Security Sciences, Riyadh (Saudi Arabia), pp. 3-4.
- XXIII. Al-Sirafi, M. (2007). *Social Responsibility of Management*. 1<sup>st</sup> ed., Dar Al-wafaa Printing and Publishing, Alexandria, Egypt, p: 70.
- XXIV. Stralser, S. (2008). *One-day MBA*. Jarir Bookstore, 6<sup>th</sup> Edition, p: 59.
- XXV. Sulaiman, S. (2009). *ISO 26000 Community Responsibilities*. www.hrm-group.com.
- XXVI. United Nations Publication, (2004). *Disclosure of Corporate Impact Data on Community Trends and Current Issues*. United Nations Conference on Trade and Development. pp: 10-15.

**(1): بنود مواصفة ISO26000 للمسؤولية الاجتماعية.**

البند	الهدف منه	شرح محتوى البند
البند 1	المجال	تقدم المواصفة دليلاً إرشادياً لجميع أنواع المنشآت وتهدف إلى مساعدة المنشآت للمساهمة في التنمية المستدامة
البند 2	التعريفات	المسؤولية الاجتماعية: كما تعرفها المواصفة هي مسؤولية المنشأة تجاه تأثيرات قراراتها وأنشطتها في المجتمع والبيئة، وذلك من خلال سلوك شفاف وأخلاقي من شأنه المساهمة في التنمية المستدامة متضمنة صحة ورفاه المجتمع، مع الأخذ في الاعتبار توقعات الأطراف المعنية، التماشي مع القوانين المطبقة ومعايير السلوك الدولية، والتكامل بين المنشأة وممارساته المختلفة من خلال العلاقة بينها. أصحاب المصلحة: ويقصد به الفرد أو المجموعة التي تكون لها مصلحة أو تكون معنية بأي نشاط أو قرار خاص ويمكن التركيز على خمسة أطراف من أصحاب المصالح وهم: الدولة، الزبائن، ممثلو المستخدمين، الموردون والمعاقدون، والمنظمات غير حكومية. المستهلك: شخص من العامة "يشترى المنتجات أو الخدمات لأغراض الخاصة. العميل: منشأة أو فرد يشتري المنتجات والخدمات لأغراض تجارية خاصة أو عامة. "الموظف": هو فرد في علاقة معينة تعرف "علاقة توظيف" في القانون الدولي البيئة: المحيط الطبيعي الذي تعمل به المنشأة ويشمل (الهواء والماء والأرض والموارد الطبيعية والكائنات النباتية والحيوانية والأشخاص والعلاقات البيئية فيما بينهم). السلوك الأخلاقي: السلوك المتماشي مع مبادئ السلوك الصحيح أو الجيد المتفق عليه ضمن سياق موقف محدد والمتماشي أيضاً مع المعايير الدولية للسلوك. توقعات للسلوك: توقعات لسلوك تنظيمي مسنول مجتمعياً مشتق من القانون الدولي ومبادئه المتعارف عليها ومن الاتفاقات بين الحكومات المعترف بها عالمياً. المنشأة: كيان أو مجموعة من الناس والمرافق، تقوم على ترتيب المسؤوليات والسلطات والعلاقات والأهداف المحددة. الحوكمة المنظمة: النظام الذي "تقوم المنشأة من خلاله باتخاذ وتنفيذ القرارات طبقاً لأهدافها المبدأ: قاعدة أساسية لصنع القرار أو السلوك. المنتج: سلعة أو بند معروضة للبيع أو جزء من خدمة تقدمها المنشأة. الخدمة: إجراء تتخذه المنشأة لتلبية طلب أو حاجة. الطرف المعني: فرد أو مجموعة لها اهتمام بأي نشاط أو قرار خاص بالمنشأة. الشفافية: الانفتاح على القرارات والأنشطة التي تؤثر على المجتمع والاقتصاد والبيئة" والاستعداد لتوصيلها وذلك بأسلوب واضح ودقيق وتام.
البند 3	فهم المسؤولية الاجتماعية	استخدام مصطلح المسؤولية الاجتماعية بشكل موسع في أوائل السبعينيات وكان التركيز على المسؤولية الاجتماعية في الماضي بشكل أساسي نحو الأعمال التجارية وان المصطلح الأكثر شيوعاً هو (المسؤولية الاجتماعية للشركات) بعد ذلك طبقت المسؤولية الاجتماعية على جميع المنظمات "وليس فقط المنظمات التجارية وبذلك أدركوا أنهم المسؤولون أيضاً في المساهمة بالتنمية المستدامة". "وتعكس عناصر المسؤولية الاجتماعية توقعات المجتمع في وقت معين، لذا فهي عناصر ذات طبيعية متغيرة وان اهتمامات المجتمع تتغير، فان توقعاته فيما يتعلق بالمنشآت تعكس هذه الاهتمامات". أما خصائص المسؤولية الاجتماعية هي رغبة المنشأة في دمج وإدراج



موضوعاتها الاجتماعية والبيئية في عملية صنع قراراتها " وان تكون مسئولة عن قراراتها على المجتمع والبيئة إذ يقتضي ذلك سلوك أخلاقي يتسم بالشفافية مما يسهم في التنمية المستدامة امتثالا بالقانون المطبق الذي يتفق مع المعايير الدولية للسلوك		
حددت المواصفة سبعة مبادئ للمسؤولية الاجتماعية وهي: القابلية للمساءلة، الشفافية، السلوك الأخلاقي، احترام مصالح الأطراف المعنية، احترام سلطة القانون، احترام الأعراف الدولية للسلوك، احترام حقوق الإنسان	مبادئ المسؤولية الاجتماعية	البند 4
المسؤولية الاجتماعية تهتم بالتأثيرات المحتملة والفعالية الخاصة بأنشطة المنشأة وقراراتها وان الأنشطة اليومية المستمرة والمنتظمة تعد هي السلوك الأهم الواجب تناوله ويجب أن تكون المسؤولية الاجتماعية جزء متكامل من الإستراتيجية التنظيمية وذات مهام محددة وقابلة للمساءلة على كافة مستويات المنشأة ويجب أن ينعكس على القرارات المتخذة ويتم دارسته عند تنفيذ الأنشطة"، "وتعد المشاركة مع الأطراف المعنية أمرا أساسيا في المسؤولية الاجتماعية وينبغي أن تقوم المنشأة بتحديد الأطراف المعنية بقراراتها وأنشطتها ويمكنها من خلال ذلك فهم تأثيراتها وتحديد كيفية تناولها بينما يمكن للأطراف المعنية مساعدة المنشأة في تحديد مدى صلة مواضيع معيئة بأنشطتها، إلا أن الأطراف المعنية لا تحل محل باقي المجتمع في تحديد المعايير والتوقعات الخاصة بالسلوك	الاعتراف بالمسؤولية الاجتماعية والتعرف على أصحاب المصالح والتفاعل معهم	البند 5
يحتوي هذا البند على المجالات السبعة الأساسية للمسؤولية الاجتماعية والواجب تبيينها من قبل المنظمات هي: الحوكمة المنظمة، حقوق الإنسان، ممارسات العمال، البيئة، الممارسات التشغيلية العادلة مع الأفراد، قضايا المستهلك، مشاركة وتنمية المجتمع.	الموضوعات الرئيسية للمسؤولية الاجتماعية	البند 6
يوضح هذا البند إرشادات مهمة من اجل إدارة جيدة للمسؤولية الاجتماعية في المنظمة ويمكن أن تتم هذه الإدارة من خلال أربع خطوات هي: التزام الإدارة العليا، تحديد وتحليل تطلعات أصحاب المصلحة، مرحلة التنفيذ والممارسة، التقييم والمتابعة، والمراجعة.	دليل إرشادي حول تكامل المسؤولية الاجتماعية	البند 7