

الوعي الجماهيري محفز رئيس لتنامي الممارسات المسؤولة مجتمعيًا وسط المؤسسات



عصام بابكر كوكو

مدير العلاقات العامة - سوداني

بريد الكتروني: esamb@sudani.sd

الأخلاق ، ودعا فيه الرسول صلي الله عليه وسلم الى التحلي بالصدق والأمانة فمن غشنا ليس منا ، واستوصانا بفعل كل ما هو خير يعمل على اسعاد البشرية ويحافظ على الحرث والنسل حتى يعيش الناس بسلام ورحمة ومحبه وتكافل ، وفي هذا النهج تسمق القيم والمعايير الأخلاقية التي اهلناها فغشعنا في زيل القائمة و أزمان إنطفاء الفاعلية وفقدان البوصلة ، فقد استعاد الغرب هذه القيم في نموذج المسؤولية المجتمعية الحديث والذي يدعو للعودة للأخلاق في ممارسة النشاط الإقتصادي ، فالمسؤولية المجتمعية هي قضية أخلاقية بامتياز ، فحينما تنتزل القيم الفاضلة في نشاط المؤسسات في مساراتها الإقتصادية والإجتماعية والبنية يشكل ذلك منظومة كاملة تساهم في تحسين نوعية الحياة للناس في كوكبنا الأرض وتمكن الإجيل من الإستمتاع بموارد مستدامة .



فقد بذلت جهود طيبة في الغرب الأوربي والأمريكي طورت النموذج الحالي للمسؤولية المجتمعية ، والذي ينبغي ان نتعامل معه وفق المنظور القيمي والفكري والثقافي لمجتمعنا ، ومن باب الإنساني الحسن الذي يساعدنا في ترتيب أوضاعنا بشكل أكثر علمية و لا يمكن أن ننزل باي حال من الأحوال في عصر العولمة ومجتمع المعلومات عن التوجهات العالمية في هذا المجال فالسوق والفضاءات مفتوحة على مصرعيها والشركات عابرة القارات تتجول في عقر دارنا ، كما ان ما يدعو اليه من شفافية وحوكمة وعدالة وحماية بيئة ومناهضة للرشوة والفساد وعمالة الأطفال والضلوع في ممارسات تنتهك حقوق الإنسان ومراعاة حقوق جميع أصحاب المصلحة ، تجعل من تبنيتها وافراد مساحات واسعة لها من باب الأخذ بالحكمة ، فهي ضالة المؤمن أنا وجدها فهو أحق بها ، وفق وعي عميق وتبصر .

قد نرى هنا وهناك نماذج مشرقة لمؤسسات مسؤولة مجتمعيًا في محيطنا العربي ، وتشهد بين الفينة والأخرى مناشط تسعى لتعزيز مفهومها ووضع خارطة طريق لتتهدي بها الشركات في رحلتها نحو المسؤولية المجتمعية ، الا أن المتابع لهذه المسارات عن قرب يرى أن البون لا زال شاسعا بين النظرية والتطبيق وبين ما نأمله وما هو موجود على أرض الواقع ، فلا زالت بعض المؤسسات في مرحلة ابداء النوايا الحسنة ، وبعضها يقدم مشروعات وبرامج من واقع المسؤولية الخيرية لها ، أو ترسم بعضها مشروعات تنزي برداء المسؤولية في إطار حملات التسويق والعلاقات العامة لتحسين الصورة الذهنية وبناء السمعة الحسنة في نفس قصير ، فهذه النتائج حتما سوف تتحقق بشكل أخلاقي ومقبول مجتمعيًا اذا تبنت هذه المؤسسات المسؤولية المجتمعية كنهج إداري واستراتيجي ، وتكاملت في رؤيتها ورسالتها الأبعاد الإجتماعية والإقتصادية والبيئية ، وعززت وجودها في عملياتها الجوهرية ونشاطها اليومي بشكل مستدام .

ولعل ما يحفز مؤسساتنا للسير في هذا الإتجاه ان الدراسات والبحوث اثبتت ان المؤسسات والشركات التي تبنيتها حققت ارباحا عظيمة وتطور ملموس ، وساهم ذلك في بناء سمعة حسنة لها جعلت لها القبول وسط المجتمعات التي تعمل فيها ، وقل إنتقاد العملاء لها عند

صحيح أن مفهوم المسؤولية المجتمعية يعتبر جديدا نسبيا في كثير من دولنا ، ولكن حينما تقلب النظر في موروثنا الفكري والثقافي الإسلامي الحي ، يظهر اليك بجلاء أنه لا عذر لشركاتنا، فهي مأمورة بالاستئقاء من منهلنا العذب ديننا الخاتم الذي جاء ليكمل مكارم

مرورها بأزمات , وجذبت لها خبرات و عمالة ماهرة تتحمس للشركات المتشربة لقيم المسؤولية ، وغيرها من المكاسب الكثيرة التي لا يتسع المجال لذكرها في هذا المقال .

ولعل من أهم الأسباب التي دفعت الشركات في الغرب للتقدم صوب المسؤولية المجتمعية الوعي الجماهيري الكبير, الذي جعل الجماهير أكثر معرفة وتمسكا بحقوقها مما جعل الشركات تحسب لها ألف حساب حتى لا تتعرض منتجاتها للمقاطعة والنقد الحاد , ويظهر ذلك في التنامي الكبير وسط الجماعات المناهضة للعولمة وجمعيات حقوق المستهلك والنقابات الفئوية القوية وجماعات السلام الأخضر , ويدعم ذلك التوجه الرشيد سياسات حكومية مشجعة وتشريعات واضحة تحكم حركة الشركات والمؤسسات .

دفع الوعي الجماهيري الشركات لتعديل سياستها لتتقف مع مصالح المجتمع وأصحاب المصلحة وقد ذكر البروفسير مدحت محمد ابو النصر جملة من النماذج في كتابه المسؤولية الإجتماعية للشركات والمنظمات الموصفة القياسية iso 26000 حاصرت فيه الجماهير الشركات مما جعلها تستجيب للإنتقادات , ونذكر منها على سبيل المثال :

- في عام 1989م وجهت إنتقادات كثيرة لشركة إكسون لبطء إستجابتها لتطهير الكارثة التي تسبب فيها تسرب الزيت , واتهمها المجتمع بالتخاذل نظرا لعدم إستجابتها بشكل كاف لهذه الأزمة .
- في عام 1995م هبطت مبيعات شركة شل في ألمانيا بنسبة 70% بعد حملات السلام الأخضر التي شنت ضدها بسبب منصة البترول الخاصة بها في بحر الشمال.
- وفي عام 1997م تعالت الدعوات بمقاطعة منتجات شركة نايك ردا على تشغيلها للأطفال وتسخير العمالة .
- كما أشارت أحدث دراسة بعنوان المرصد السنوي للمسؤولية الإجتماعية للشركات أن 27% من المستهلكين في 25 دولة عاقبوا الشركات عن الممارسات التجارية غير المسؤولة , وأن 27% منهم فكروا في القيام بذلك , كما أشارت دراسة أخرى أجرتها شركة إستراتيجية تعمل في إستعلامات التسويق الى أن 80% من المستهلكين الإستراتيجيين عاقبوا الشركات على السلوك غير الأخلاقي, وغالبا ما يأخذ العقاب شكل تحول المستهلكين لمنتجات شركة منافسة , وهذا يؤكد بجلاء اهمية الوعي الجماهيري بالمفهوم في دفع الشركات نحو المسؤولية المجتمعية والإستدامة .

وفي تصنيف الشركات في توجهها نحو المسؤولية المجتمعية تأتي الشركات التي تخاف من الإنتقادات في زيل القائمة , وتبقي الشركات التي تجعلها نهج إداري وتتشرب قيمها ابتداءا هي الشركات المسؤولة مجتمعا حقا وتسحتق من التحية والتقدير , فمزيد من الوعي يعني مزيد من الممارسات المسؤولية مجتمعية ولنا عودة.