

المحاسبة عن المسئولية الاجتماعية عبارة عن : مجموعة الأنشطة التي تختص بقياس وتحليل الأداء الاجتماعي لمنظمات الأعمال وتوصيل تلك المعلومات للفئات والطوائف المختصة وذلك بغرض مساعدتهم في اتخاذ القرارات وتقييم الأداء الاجتماعي لتلك المنظمات. وبالتالي فإن المحاسبة الاجتماعية تهتم بوظيفة قياس الأداء الاجتماع للمنظمات والتقرير عن نتائج القياس بما يكفل إجراء تقييم للأداء الاجتماع لأي منظمة من قبل المجتمع.

أهداف المحاسبة الاجتماعية

- ١- تحديد وقياس صافي المساهمة الاجتماعية للمنظمة والتي لا تشمل فقط على عناصر التكاليف والمنافع الخاصة والداخلية للمنظمة وإنما أيضاً تتضمن عناصر التكاليف والمنافع الخارجية (الاجتماعية) والتي لها تأثير على فئات المجتمع.
- ٢- تقييم الأداء الاجتماعي للمنظمة وذلك من خلال تحديد ما إذا كانت أهداف المنظمة تتمشى مع الأولويات الاجتماعية من جهة ومع طموح المنظمة بتحقيق نسبة معقولة من الأرباح من جهة أخرى.
- ٣- الإفصاح عن الأنشطة التي تقوم بها المنظمة والتي لها آثار اجتماعية وذلك بتوفير البيانات الملائمة عن الأداء الاجتماع للمنظمة ومدى مساهمتها في تحقيق الأهداف الاجتماعية من تعليم وصحة العاملين والحد من تلوث البيئة واستهلاك الموارد الطبيعية ، فضلاً عن إيصال هذه البيانات للأطراف الداخلية والخارجية ، كل ذلك من أجل ترشيد القرارات الخاصة والعامّة المتعلقة بتوجيه الأنشطة الاجتماعية وتحديد النطاق الأمثل لها سواء من وجهة نظر المستخدم أو من وجهة نظر المجتمع.

مجالات المحاسبة الاجتماعية

- ١- مجال العاملين. يتضمن هذا المجال تأثير أنشطة المنظمة على الأشخاص العاملين فيها، وبالتالي تشمل الأنشطة التي تعمل على تحسين وضع وظروف العاملين بشكل عام كتقديم العلاج للعاملين وتحسين ظروف العمل وتقديم وسائل الأمن الوظيفي والصناعي.
- ٢- مجال البيئة. ويشمل مجموعة الأنشطة الاجتماعية التي تهدف إلى الحد من الآثار البيئية الناجمة عن ممارسة المنظمة نشاطها والتي تؤثر على البيئة وذلك للمحافظة على سلامة البيئة المحيطة بالمنظمة والمحافظة على الموارد الطبيعية. مثال : تلوث المياه والهواء والتربة والتلوث الضوضائي.
- ٣- مجال حماية المستهلك. وتشمل الأنشطة التي تهدف إلى تحقيق رضا المستهلك وذلك بالاهتمام بزيادة أمان المنتج وعدم خداع المستهلك والصدق في الإعلان وتوفير البيانات اللازمة عن المنتج من حيث طريقة الاستخدام ومدة الصلاحية والمخاطر وحدودها.
- ٤- مجال المجتمع. تشمل الأنشطة التي تهدف إلى تحقيق فائدة للجمهور بشكل عام كتشغيل المعاقين والعجزة وإفساح المجال أمام طلاب الجامعات للتدريب وإقامة حضارة لأطفال المنطقة والمساهمة في الرعاية الصحية ودعم الجمعيات الخيرية.

المسئولية الاجتماعية وحقوق المجتمع

تقوم منظمات الأعمال بوظائفها الاقتصادية والتقليدية والتي تتمثل في تحقيق الربح وتوسيع نطاق فرص التوظيف وإعادة الاستثمار بهدف تحقيق التوسع مستقبلاً ، فضلاً عن ذلك تقوم هذه المنظمات على تنمية مجتمعاتها من خلال تحسين جوانب البيئة التي تمارس أنشطتها خلالها ، وهنا يثور التساؤل عن الكيفية التي تنتهجها منظمات الأعمال للمساعدة على تحسين مجتمعاتها المحلية ؟

في الواقع ورغم أن عملية المشاركة داخل المجتمع تتسم بارتفاع العبء من حيث الوقت والتكلفة فإن كثير من المنظمات تعتبرها بمثابة دور هام يتعين الاضطلاع به ، ففي ظل ارتفاع درجة التنافسية تتوافر لدى المنظمات الرغبة في الظهور بصورة الجهات التي تستهدف المزيد من الربح وكذلك الرغبة في تحسين أوضاع الخدمات البلدية في المناطق التي تتواجد بها.

ولذلك تقوم هذه المنظمات بإنشاء مؤسسات خيرية تكون مسؤولة عن الاضطلاع بالأنشطة الاجتماعية بدلاً من أن تقوم هذه المنظمات بمهام بصورة مباشرة ، وتقوم هذه المؤسسات الخيرية بمساندة وتدعيم المستشفيات والمشروعات التي تستهدف رعاية الأطفال والمطبوعات والأبحاث ، فضلاً عن إعطاء منح دراسية للدراسة في الداخل والخارج ، ومنح الجوائز مقابل الانجازات العلمية والثقافية وشراء الأعمال الفنية لوضعها في متاحف الدولة الرسمية كما تركز هذه المؤسسات على المشروعات التعليمية والطبية. ومن ناحية أخرى تقوم منظمات الأعمال بمشاركة البلديات بالمساعدة في اتخاذ القرارات الخاصة بالإفناق على البنية الأساسية وتحسينها ، فضلاً عن مساندة المجتمعات المحلية في فترات الكوارث الطبيعية وذلك بتجميع الأموال والأجهزة الطبية والغذاء والملابس وتقديمها لضحايا الفيضانات مثلاً.

ويلاحظ أن جميع منظمات الأعمال سواء كانت كبيرة الحجم أو صغيرة أو متوسطة تقدم إسهامات كبيرة للمجتمعات المحلية وتقوم هذه المنظمات بتقديم المنح المالية والعينية ويتراوح حجم المنحة حسب حجم المنظمة والموارد المتاحة لها ، كما أن المنظمات صغيرة ومتوسطة الحجم تمارس نشاطاً فاعلاً في مجال مساندة الأطفال والأسر الفقيرة وتمويل العلاج الطبي مثل عمليات زراعة الأعضاء البشرية.

المسئولية الاجتماعية وحقوق العملاء (المستهلكين)

١- حق الأمان. على المنظمة أن توفر للمستهلك حق الحماية ضد المنتجات والخدمات التي تنتجها والتي تكون سبباً في إحداث الأضرار والحوادث الصحية في حياته ، فالمنظمة سابقاً كانت تلتزم في إنتاجها بمعايير السلامة والأمان من الناحية القانونية ، أما الآن فأصبح الالتزام بهذه المعايير نابعاً ليس فقط من القانون ولكن من تحمل المنظمة لمسئوليتها الاجتماعية تجاه المستهلك وحمايته من المنتجات الضارة والهدامة لحياته ولصحته.

٢- حق الحصول على المعلومات. تلتزم المنظمة بأن توفر للمستهلك الحماية من التضليل والغش التجاري والإعلان المضلل والمعلومات غير الصحيحة على الأغلفة والعبوات ، كما يجب أن تتصف هذه المعلومات بالكفاية والدقة والمصداقية ، لأن المستهلك بناءً على هذه المعلومات سوف يتخذ قراره بشراء السلعة أو الخدمة ، ووفقاً لهذه المعلومات يعقد المقارنات ويقوم المنتجين وبالنهاية يصدر قراره بالشراء ولذلك كان لزاماً تزويد المستهلك بالمعلومات الحقيقية التي تساعده على قيامه بالاختيار السليم

٣- حق الاختيار. في ظل الصناعة التي تعمل في ظروف غير تنافسية ومعتمدة بإجراءات وتنظيمات حكومية فإنه يتم توفير سلع وخدمات ذات نوعية تحقق الإشباع للمستهلك وبأسعار عادلة ، أما الصناعة التي تعمل في ظروف تنافسية يجب أن تُوفّر للمستهلك حق الاختيار وتوفير الفرص لاختيار أنواع مختلفة من المنتجات وبأسعار تنافسية ، أما إذا انعدم حق الاختيار للمستهلك هنا السوق تسودها حالة

الاحتكار من قبل الباعة ودائماً يعملون على تحقيق مصالحهم وأهدافهم بغض النظر عن المستهلك ، ولذلك يجب على منظمات الأعمال أن تقدم في إطار مسؤوليتها الاجتماعية للعملاء السلع والخدمات بأسعار تنافسية مع ضمان الجودة.

٤- حق سماع رأي المستهلك. يجب على منظمات الأعمال إفساح المجال لسماع رأي المستهلك حول السلعة أو الخدمة التي تقدم إليه وخاصة إذا كانت السلعة التي تقدم إليه معرضة للتلف أو ضارة بحياته ، ولا يجب أن يترك المستهلك يأخذ حذره ، ويجب أن يكون هدف المنظمة فقط بيع السلعة وإتمام الصفقة ، كما أن حق سماع رأي المستهلك يضمن للمنظمة التأكد والتثبت من المزايا والفوائد التي يحصل عليها المستهلك وبما ينسجم مع سياسات الإنتاج والتسويق التي تتبعها المنظمة في تطويرها لمنتجاتها وخدماتها التي تقدم إليه.

٥- حق التعويض. يكون للمستهلك الحق في الحصول على تسوية عادلة لمطالبه المشروعة كالتعويض عن التضليل عن السلع الرديئة أو الخدمات غير المرضية ، ويتطلب ذلك توفير خدمات ما بعد البيع فضلاً عن ضمان السلعة أو الخدمة لفترة معينة بعد البيع إذ أن ذلك سيعزز من ثقة المستهلك في تعامله مع السوق ويوفر درجة من الاستقرار.

٦- حق الشكيف. يكون للمستهلك حق اكتساب المعارف والمهارات المطلوبة لممارسة الاختيارات الواعية بين السلع والخدمات ، ولذلك لابد من إقامة برامج تثقيفية ودورات تدريبية لضمان هذا الحق للمستهلكين وتعميم ثقافة توعية المستهلكين بحقوقهم المشروعة باستخدام وسائل الإعلام وفي كافة مراحل الفرد التعليمية.