

المسؤولية الاجتماعية للمنظمات كألية استراتيجية للمساهمة في تحقيق الرفاهية للمجتمعات.

THE SOCIAL RESPONSIBILITY OF ORGANIZATIONS AS A STRATEGIC MECHANISM TO CONTRIBUTE TO THE WELL-BEING OF SOCIETIES.

ط/د. بوخاتم لخضر،

جامعة الجزائر 3، مخبر الاقتصاد والرقمنة، الجزائر، boukhatem.lakhdar@univ-alger3.dz

الملخص

في العقود الأخيرة أصبحت المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تلعب دورا كبيرا على مستويات عديدة، وخاصة في مساعدة المجتمعات على النمو وتحقيق التنمية، حيث هدفت هذه الدراسة لتعرف على أبرز ممارسات المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحقيق الرفاه الفردي والجماعي داخل المجتمعات التي تنشط فيها.

وتوصلت هذه الدراسة إلى أن المسؤولية الاجتماعية أصبحت تمثل أداة استراتيجية في تحقيق الرفاهية سواء للأفراد أو المجتمعات، وذلك من خلال مجموعة الممارسات الموجهة لتحسين من جودة الحياة والحفاظ على الموارد ومعالجة الظواهر السلبية في المجتمعات.

الكلمات المفتاحية : المسؤولية الاجتماعية، المنظمات الاقتصادية، الرفاهية.

ABSTRACT

In recent decades, the social responsibility of organizations has played a great role on many levels. Especially in helping societies to grow and achieve development, where this study aimed to identify the most prominent practices of social responsibility and their role in achieving individual and collective well-being within the societies in which it is active.

This study concluded that social responsibility has become a strategic tool in achieving well-being, whether for individuals or societies. And that is through a set of practices directed to improve the quality of life, conserve resources and address negative phenomena in societies.

Key words: social responsibility, economic organizations, well-being.

1. المقدمة:

منذ ظهورها سعت المنظمات الاقتصادية لتقديم مجموعة من الخدمات والمنتجات المتنوعة لصالح المجتمعات التي تنشط فيها مقابل تحقيق أكبر قدر من الأرباح الممكنة، حيث استمرت هذه العلاقة على هذا المنوال لمدة طويلة من الزمن، غير أنه بفضل ازدياد شدة المنافسة وانفتاح الأسواق العالمية على بعضها البعض، تغيرت نوعية العلاقة بين المنظمات والمجتمعات وأصبحت أكثر ترابطا وعمقا ولم تعد قائمة على تحقيق الربح فقط، حيث ظهرت عديدة الالتزامات من المنظمات نحو كافة مكونات البيئة التي تنشط فيها، ومع منتصف القرن الماضي ظهر مفهوم المسؤولية الاجتماعية لينظم ويؤطر مجموعة الممارسات التي تقوم بها المنظمات نحو المجتمعات بشكل أكثر احترافية.

وجاء تزامن التزام المنظمات بمفهوم المسؤولية الاجتماعية مع تعاظم الاهتمام برفاهية الأفراد والمجتمعات في العقود الأخيرة من قبل الدول والمنظمات العالمية، حيث شكل التحسين من مختلف مؤشرات الحياة تحدى كبير على الصعيد العالمي والمحلي، فتم التوجه بقوة لزيادة الاستثمار في توفير أفضل الظروف والفرص خاصة من المنظمات الاقتصادية لصالح كافة مكونات المجتمع، والعمل على تقليل من حجم الظواهر السلبية التي أصبحت تهدد استقرار كثير من الدول على غرار الفقر، البطالة وضعف التنمية، كل هذا جاء في اطار العمل على تحسين من مستوى الرفاهية العامة والفردية.

1.1 إشكالية الدراسة: لقد أصبحت المنظمات الاقتصادية تتنافس بكل قوة في سبيل مساعدة المجتمعات على تحسين من مختلف مؤشرات الحياة والوصول إلى مستوى عالي من الرفاهية، ومن أجل هذا تنوعت الأساليب والمداخل المعتدة في سبيل تحقيق ذلك الهدف، حيث برزت المسؤولية الاجتماعية كأداة استراتيجية تعتمد عليها المنظمات نحو كافة أصحاب المصالح المختلفين من أجل مساعدتهم في تحسين من جودة الحياة ووصول إلى مختلف الأهداف الموضوعية، ومما سبق يمكن طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى مساهمة المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في تحقيق الرفاهية للمجتمعات؟

ومن أجل الإجابة على الإشكالية تم طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو مفهوم المسؤولية الاجتماعية؟ وماهي أبرز مقاربتها؟
- ما هو مفهوم الرفاهية؟ وما هي أبرز عواملها؟
- ما هي أبرز الممارسات التي يتم اعتمادها من قبل المنظمات في اطار المسؤولية الاجتماعية من أجل تحقيق الرفاهية؟

2.1 أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في أنها تسلط الضوء على المسؤولية الاجتماعية كموضوع أصبح يلقى اهتماما كبيرا خاصة في العقود الأخيرة، كما تحاول هذه دراسة معالجة دور المسؤولية الاجتماعية كألية استراتيجية في تحقيق التنمية ومساعدة الأفراد والجماعات على تحقيق الرفاهية.

3.1 أهداف الدراسة: يمكن ذكر أبرز أهداف الدراسة على النحو التالي:

- التعرف على أبرز المفاهيم المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية والرفاهية؛
- إبراز دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الرفاهية لصالح المجتمعات؛
- تشجيع المنظمات الاقتصادية على تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية لتحقيق مفهوم الرفاهية سواء لصالح الأفراد أو حتي لصالح المجتمعات بشكل عام.

4.1 منهج الدراسة: لتعرف على مختلف مكونات الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي، حيث تم تقديم شرح نظري لمختلف مفاهيم المسؤولية الاجتماعية والرفاهية، ومن ثم تم العمل على تحليل العلاقة بين المتغيرات، وتوضيح تأثير ممارسات المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في تحقيق الرفاه الفردي والجماعي.

5.1 هيكل الدراسة: للإحاطة بمختلف الجوانب لهذه الدراسة، والإجابة على الإشكالية ومختلف الأسئلة الفرعية تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة محاور رئيسية، حيث خصص المحور الأول للتعريف بمختلف أساسيات المسؤولية الاجتماعية، وخصص المحور الثاني لمعالجة مختلف الجوانب المتعلقة بمفهوم الرفاهية، بين تم معالجة تأثير المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الرفاهية في المحور الثالث، فيما تم عرض أبرز نتائج التي توصل إليها في خاتمة الدراسة.

2. المسؤولية الاجتماعية للمنظمات: من خلال هذا الجزء من الدراسة سيتم التعرف على أبرز الأطر النظرية التي تناولت مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات، وإبراز المقاربات التي تناولت هذا المفهوم وذلك كما يلي:

1.2 نشأة المسؤولية الاجتماعية: في العقود الأخيرة شهد مفهوم المسؤولية الاجتماعية اهتمام كبير سواء من قبل الباحثين أو المنظمات، وجاء هذا الاهتمام للدور الكبير الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية في تأثير في مختلف جوانب الحياة الاقتصادية، الاجتماعية، البيئية، السياسية وحتى على صورة وسمعة المساهمين في نشاطات المسؤولية الاجتماعية، ويعود ظهور هذا المفهوم لأول مرة مع منتصف الثاني للقرن العشرين وبالتحديد سنة 1953 أين قدم "H. Bowen" كتابه الذي حمل العنوان "Social Responsibilities of The Businessman" "المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال"، حيث روج الكاتب لضرورة مساهمة رجال الأعمال في النهوض بالمجتمع عبر

الالتزام بتقديم مجموعة متنوعة من المساعدات، (Garriga & Mele, 2004, p. 51). ومنذ ذلك الحين أصبح ينظر لمفهوم المسؤولية الاجتماعية سواء كموضوع علمي أكاديمي أو على المستوى العملي الميداني بمزيد من الاهتمام، وارتفعت المساهمة العملية في هذا المجال عبر عديد الباحثين بشكل متتالي وكبير، ويعد المفكر الأمريكي "M. Friedman" من أشهر الباحثين المعتنقين للفكر الرأسمالي الذين كتبوا في مجال المسؤولية الاجتماعية وعبر مقاله الذي حمل عنوان "The social responsibility of business is to increase its profits" "المسؤولية الاجتماعية للأعمال تكمن في زيادة الأرباح"، ويرى الباحث أن المسؤولية الاجتماعية تقع على عاتق الأفراد وليس على المنظمات، فالفرد هو من يتحمل المسؤولية باعتباره شخص حقيقي أما المنظمة فهي شخصية معنوية لا تتحمل شيء، لهذا يجب على المسيرين عدم انفاق موارد المنظمات على أعمال خيرية بل عليهم أن يركزوا على زيادة الأرباح لصالح حملة الأسهم (Friedman, 2007, p. 173)، وجاءت هذه الأفكار لكي توسع النقاش بشكل أكبر على من يتحمل المسؤولية الاجتماعية الأفراد أو المنظمات، واستمر تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية بتطور الأعمال وحملت عديد الأسماء على غرار مواطنة المنظمات، استدامة المنظمات (Garriga & Mele, 2004, p. 51)، وجدير بالذكر أن المسؤولية الاجتماعية ورغم العدد الكبير من الأبحاث التي تناولت هذا الموضوع مازالت تلقى نقاشات كبيرة ودراسات متنوعة سواء من طرف الأفراد أو حتي الهيئات الدولية.

2.2 تعريف المسؤولية الاجتماعية: تم تعريف المسؤولية الاجتماعية من عديد الباحثين والمنظمات، ويمكن تناول أبرز التعريفات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية على النحو التالي:

- تعريف مجلس الأعمال العالمي لتنمية المستدامة (WBCSD): تمثل المسؤولية الاجتماعية التزام مستمر من قبل المنظمات نحو المجتمع، وذلك بتصريف بشكل أخلاقي والمساهمة في تحسين الاقتصاد والتنمية مع تحسين من مستوى جودة الحياة بالنسبة للعمالة بشكل مستمر. (Hopkins, 2014, p. 2)
- حسب الاتحاد الأوروبي: هي عبارة على مفهوم تقوم بموجبه الشركات بدمج الاهتمامات البيئية والاجتماعية في أعمالها التجارية على أساس تطوعي والمساهمة في تأثير في المجتمع بشكل إيجابي. (Hopkins, 2014, p. 2)
- حسب "Peter Drucker": هي الممارسات التي تساهم في تحويل المشاكل الاجتماعية إلى فرص ومزايا اقتصادية، وتطوير القدرات الإنتاجية والكفاءات البشرية، والمساهمة في إنشاء فرص عمل جديد وتطوير من حجم الثروة. (Carroll , 1999, p. 268)

- حسب "Archie Carroll": هي ممارسات مؤطرة يتم فيها تبني مجموعة من المسؤوليات من قبل المنظمات اتجاه المجتمع، وتتمثل هذه المسؤوليات في الجانب الاقتصادي، القانوني، الأخلاقي والخيري. (Carroll , 1999, p. 289)

3.2 أهمية المسؤولية الاجتماعية: للمسؤولية الاجتماعية أهمية كبيرة سواء كان ذلك بالنسبة لمنظمة أو حتى للمجتمع ويمكن توضيح هذه الأهمية من خلال ما يلي:

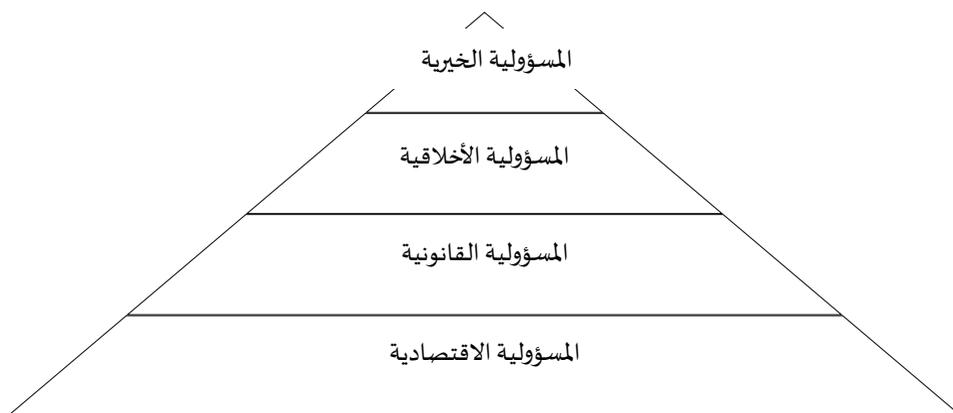
1.3.2 أهمية بالنسبة للمنظمات: إن المنظمات تطبق المسؤولية الاجتماعية ليس فقط لمساعدة المجتمع الذي تنشط فيها على تحقيق التنمية بل أيضا تسعى لتحقيق مجموعة من المصالح وراء ذلك، فالمسؤولية الاجتماعية تستعمل كأداة لتحسين صورة وسمعة المنظمة في البيئة التي تنشط فيها وتحسين العلاقة مع مختلف أصحاب المصالح على غرار الزبائن، الجمعيات، الهيئات، وغيرها من الأطراف الأخرى، (Soroka & Mazurek-Kusiak, 2014, p. 118) وتلعب المسؤولية الاجتماعية دورا كبيرا في زيادة من تنافسية المنظمة عبر جلب فوائد عديدة لمنظمة على غرار زيادة القدرة في الحصول على مصادر تمويل متنوعة والفوز بصفقات وأعمال داخل البيئة التي تنشط فيها، وتشير الدراسات أن المنظمات التي تخصص جزء من أموالها للقيام بالمسؤولية الاجتماعية هم الأكثر عرضة لزيادة الثقة من العملاء ومختلف أصحاب المصالح المتنوعين، وهذا ما ينعكس أيضا على منتوجات وخدمات التي تصبح أكثر انتشار ورواجا، فنتحسن مؤشرات الأداء المالي والقيمة السوقية لمنظمة على المدى البعيد. (Kavaliauskèa & Stancikasb, 2014, p. 797)

2.3.2 أهمية المسؤولية الاجتماعية للمجتمع: تلعب مسؤولية الاجتماعية للمنظمات دورا مهما في تحسين وازدهار الحياة العامة للمجتمعات وذلك على كافة الأصعدة، فعبء المسؤولية الاجتماعية يستفيد المجتمع من مجموعة خدمات متنوعة على غرار مشاريع صحية وتعليمية، كما يستفيد من الدعم المادي والمعنوي لمختلف الجمعيات والهيئات، وتضمن المسؤولية الاجتماعية للمجتمع حماية البيئة من التلوث ودعم الجهود التي تنادي باستخدام الموارد الطبيعية بشكل يضمن استدامتها وتشجيع على استعمال المواد القابلة لإعادة التدوير، ويتفق أغلب الباحثين على أن المسؤولية الاجتماعية عبر مختلف أنشطتها تساهم في تحسين من جودة الحياة العامة للأطراف المحيطة بالمنظمة بشكل عام وخاصة القوى العاملة لديها عبر التكفل بهم وبأسرهم.

في العقود الأخيرة أصبحت المسؤولية الاجتماعية تمثل عامل مهما في تحقيق التفوق والتميز بالنسبة لمنظمة سواء من ناحية المعنوية أو حتى المالية، كما أنها أصبحت تمثل محورا استراتيجيا في تحسين من مختلف جوانب الحياة للمجتمع المحلي.

4.2 مكونات المسؤولية الاجتماعية: يختلف عديد الباحثين في النظر للمسؤولية الاجتماعية وهذا الاختلاف انعكس بشكل مباشر على مستوى الأبعاد المكونة لهذا المفهوم، ويعتبر نموذج " A. Carroll" من أشهر النماذج التي وصفت مكونات المسؤولية الاجتماعية ويمكن توضيحه من خلال الشكل الموالي:

الشكل 1: هرم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات



Source: (Carroll, 1991, p. 42)

ويمكن توضيح ما ورد في الشكل السابق على النحو التالي: (Carroll, 1991, pp. 41-42)

- المسؤولية الاقتصادية: على مدار التاريخ تم انشاء المنظمات الاقتصادية لتوفير السلع والخدمات للمجتمع مقابل تحقيق الربح كحافز أساسي، وتعتبر المسؤولية الاقتصادية أساس تحقيق المسؤوليات الأخرى حيث لا يمكن للمنظمات تحقيق المسؤوليات الأخرى في حال لم تكن مربحة.
- المسؤولية القانونية: على المنظمات أن تمارس أعمالها وفقا للقوانين التي تنظم الحياة الاقتصادية داخل المجتمع الذي تنشط فيه، ويعد الامتثال للقوانين أمر تنظيميا واخلاقيات بين المنظمات والمجتمع أو ما يمكن التعبير عنه بالعقد الاجتماعي، ويتم تنفيذ المسؤولية القانونية من خلال احترام القوانين وتقديم السلع والخدمات وفقا لما نصت عليه المتطلبات القانونية.
- المسؤولية الأخلاقية: يمثل هذا البعد قدرة المنظمة على الابتعاد على الممارسات المحضرة من قبل المجتمع حتى وإن لم يتضمنها القانون، ويعتبر هذا البعد من اصعب الابعاد في عملية التنفيذ حيث عادة لا يكون محدد بدقة، فالمسؤولية الأخلاقية تشير إلى

قدرة المنظمات على الالتزام وتنفيذ الاعمال بما يتوافق مع الضوابط والسلوكيات العامة المنتشرة في المجتمع.

- المسؤولية الخيرية: تشير المسؤولية الخيرية لمجموعة الاعمال الصادرة من المنظمة التي تستجيب لتوقعات المجتمع، وتهدف إلى تعزيز رفاهية المجتمع، وتشمل هذه المسؤولية دعم مختلف مكونات المجتمع من الجمعيات، الهيئات والمؤسسات في عديد المجالات سواء كانت تعليمية، صحية وغيرها، وما يميز المسؤولية الخيرية أنها تطوعية.

5.2 مقاربات المسؤولية الاجتماعية: شهد مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات عديد المقاربات والنظريات والتي حملت مجموعة من الاختلافات، ويمكن توضيح أبرزها على النحو التالي: 1.5.2 نظرية المساهم "Sharholder": تقوم أفكار هذه المقاربة على أن المنظمات الاقتصادية لا تملك أي التزام خيري وتطوعي اتجاه المجتمعات التي تنشط فيها، ويعتبر "M.Friedman" من أبرز المنظرين لهذه النظرية، ويرفض المفكر الأمريكي المسؤولية الاجتماعية في شكلها التطوعي حيث يرى أنها تشكل عبئ على المستثمرين (Windsor, 2006, p. 103)، ويرى أنصار هذه المقاربة أن المسؤولية الاجتماعية لمنظمة تكمن في خدمة مصالح المساهمين والمستثمرين والبحث عن تعظيم الثروة، وأن المسؤولية الاجتماعية يجب أن تمارس عن طريق الأفراد الطبيعيين من خلال توجيه جزء من ارباحهم نحو خدمة المجتمعات.

2.5.2 نظرية أصحاب المصالح "Stakeholders": تعتبر من أشهر النظريات المفسرة للمسؤولية الاجتماعية حيث بدأت في الانتشار بشكل كبير مع بداية منتصف الثمانينات القرن الماضي، وجاءت هذه النظرية لتفسر المسؤولية الاجتماعية من خلال الأطراف التي تتعامل مع المنظمة سواء بشكل مباشر (العمال، المساهمون، المؤسسات المالية، الزبائن، الموردون وغيرهم) أو بشكل غير مباشر (الجمعيات، الهيئات، السلطات المحلية والحكومية)، حيث يتوجب على المنظمة أن تقدم الرعاية والاهتمام المناسب لمختلف أصحاب المصالح كل بما يتوافق مع أهدافه ومصالحه والمساهمة في اشباع الحاجيات المتنوعة، فحملة الأسهم مثلا وهم من أصحاب المصالح التقليديين يبحثون على تعظيم الأرباح وهنا يجب على المنظمة أن تهدف إلى زيادة الأرباح والعمل على توسع، بينما ترغب الجمعيات مثلا والتي تعتبر مكون أساسي في فئة أصحاب المصالح الغير مباشرين في الحصول على مساعدات مالية ولوجستيكية لتحسين من رفاهية المجتمع، وتعتبر نظرية المصالح هي النظرية أكثر رواجاً لدى الباحثين، حيث من خلال مختلف الابعاد المشكلة لها يتم الحكم على المنظمة في استعمال المسؤولية الاجتماعية. (Jamali, 2008, p. 217)، وتلزم هذه المقاربة المنظمات ان تشرك في أعمالها مختلف أصحاب المصالح وعدم التركيز على تعظيم الأهداف المالية

فقط بل يجب التركيز على الابعاد الغير المالية في الأنشطة المختلفة على غرار الحفاظ على البيئة ودعم الأنشطة الاجتماعية. (Costa & Menichini, 2013, p. 152)

3. ماهية الرفاهية: أصبح موضوع الرفاهية من بين المواضيع التي تتناول بكثرة سواء على المستوى الاقتصادي، الاجتماعي، النفسي، الثقافي وغيرها، حيث سيتم عبر هذا الجزء من الدراسة التعرف على أبرز الجوانب لهذا الموضوع وذلك على النحو التالي:

1.3 تعريف الرفاهية: يعتبر مفهوم الرفاهية من بين المفاهيم والمواضيع التي شهدت اختلاف كبير من قبل الباحثين، وتشير الدراسات إلى أن أول المحاولات التي سعت لتعريف مفهوم الرفاهية بشكل أكاديمي تعود لدراسات التي قام بها "N. Bradburn" وذلك سنة 1969، حيث ربط الباحث مفهوم الرفاهية بالجوانب النفسية للفرد والمجتمعات وأشار إلى أن الرفاهية هي نفسها السعادة، وعرفها بأنها عبارة عن حالة تحدث عندما يكون مستوى التأثير الإيجابي للفرد أعلى من التأثير السلبي، وسيكون الفرد أو المجتمع منخفض الرفاهية في حال كان التأثير السلبي أعلى من الإيجابي، (Dodge, et al., 2012, p. 223)، بعد ذلك توالى الدراسات والمحاولات التي سعت لإثراء موضوع الرفاهية وركز عديد الباحثين على أن الرفاهية تتجاوز مفهوم السعادة على غرار الباحثين "Shah and Marks"، اللذان ركزا على أن مفهوم الرفاهية يتجاوز مفهوم الشعور بسعادة إلى تطوير من القدرات الشخصية بشكل مستمر، وشعور بالرضا عن مختلف جوانب الحياة، والمساهمة في تطوير المجتمع، (Dodge, et al., 2012, p. 225)، كما تعرفها " منظمة الاقتصاد الجديد"، "New Economics Foundation" بأنها حالة ديناميكية تحدث عندما يكون الفرد قادرا على إشباع حاجياته المادية والمعنوية، مما يجعله قادرا على تطوير والإبداع والعمل المثمر، وبناء علاقات متميزة مع الآخرين وتحقيق القيمة المضافة للمجتمع، (OECD, 2013, p. 26)، ويتبين من التعاريف الواردة أن الرفاهية هي مزيج من العوامل المعنوية والمادية المرتبطة ببعضها البعض والتي تساهم في الحصول على الرضا والسعادة من الحياة.

2.3 أهمية الرفاهية: للرفاهية تأثيرا بالغا على كافة المستويات والمجالات، لهذا أصبحت تشكل تحدي كبير للدول والمنظمات في تحقيق أقصى مدى من الرفاهية لصالح المجتمعات، حيث بينت الدراسات أن الرفاهية تساعد في دعم السلوكيات الإيجابية وتطوير من قيمة المجتمعات، وطورت عالمة النفس "B. Fredrickson"، نموذجا يبرز أهمية الرفاهية في تأثير على مختلف المؤشرات التي تقيس جودة المجتمعات على غرار التعليم، الصحة، البحث وغيرها، وتوضح الباحثة أن شعور بالخوف وعدم الرضا والغضب بشكل مستمر، إنما هي سلوكيات تبرز في حالة عدم الرفاهية وتؤثر بشكل مباشر على ازدهار المجتمعات، بينما في حال الرفاهية يتجه الفرد والمجتمع

نحو البحث عن اكتشاف فرص جديد وبعث مبادرات متنوعة، وزيادة الوعي بالبحث توليد المعرفة وتطوير من قيمة الموارد، وزيادة من مستوى الإنتاجية وتماسك المجتمع، كل ذلك يحدث نتيجة للمجموعة المشاعر الإيجابية، (Quick & Abdallah, 2015, p. 4)، ويظهر تأثير الرفاهية بشكل كبير على مختلف المؤشرات الاقتصادية، وتشير الأرقام والتقارير الصادرة على الصعيد الدولي، أن الدول التي يكون فيه مستوى الرفاهية عالية تكون فيه المؤشرات الاقتصادية المتنوعة على غرار (الدخل الفردي، القوة الشرائية، جودة الحياة، مستويات الفقر والبطالة) أفضل من الدول التي تعاني من نقص في مستوى الرفاهية، كما تلعب الرفاهية دورا كبيرا في تطوير من سلوكيات الأفراد والجماعات وتوجيهه نحو الوحدة والتماسك وزيادة الشعور بالولاء، فالرفاهية لديها تأثير وأهمية جوهرية في تحقيق الاستقرار والتنمية المستدامة التي تبحث عنها كل الدول والمجتمعات على حد سواء.

3.3 أنواع الرفاهية: لقد تنوعت التقسيمات التي تناولت الرفاهية، وجاء هذا التنوع نتيجة للإسهامات الكبيرة التي عالجت مفهوم الرفاهية، ويمكن ذكر أبرز هذه الأنواع على النحو التالي:

1.3.3 الرفاهية الفردية: يتعلق هذا النوع من الرفاهية بالفرد أو الشخص بشكل منفرد، حيث يتم تعريفها بأنها حالة شخصية يكون فيه الفرد في حالة شعور إيجابي ورضا عن الحياة الشخصية، وهي بناء متعدد الأوجه يشمل الرفاهية العاطفية والصحية، الأداء الإيجابي، الشعور بالاحترام وتقدير الذات والقدرة على تلبية الحاجيات الشخصية بشكل مستمر، (Musek & Polic, 2014, p. 4752)، والرفاهية الفردية من الصعب أن تحدث بمعزل عن الرفاهية الجماعية والعامية، والفرد حتى وإن تمتع بالعوامل الشخصية التي تساعد على تحقيق الرفاهية فإنه لن يصل للدرجة عالية من الرفاهية بدون تفاعل مع مجموعة من المتغيرات الخارجية والتي تكون مكون رئيسي في المجتمع، على غرار العلاقات، جودة البيئة العامة.

2.3.3 الرفاهية الاجتماعية: شكل مفهوم الرفاهية الاجتماعية محور الاهتمام لعدد الباحثين والهيئات والمنظمات الدولية، وذلك بسبب أهميته وتأثيره الكبير في تحقيق التنمية على الصعيد الكلي، فمنظمة الصحة العالمية اعتبرت الرفاه الاجتماعي مكون أساسي في تحقيق الصحة العامة للأفراد، وقدمت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية تعريفا للرفاهية الاجتماعية، حيث اعتبرتها حالة عن الازدهار والتماسك الجماعي، والسلوكيات الإيجابية الصادرة من المجتمع والتي تعزز المشاركة التنظيمية وتأمين الرأس المال الاجتماعي في المجتمع، (Cicognani, 2014, p. 6193)، وتظهر الرفاهية الاجتماعية من خلال العدالة والتنمية المتوازنة والمساواة بين الجنسين وعدم التمييز والاضطهاد، وسهولة على كافة الحقوق الأخرى على غرار الحقوق السياسية، وبشكل عام

يعتبر الوصول للرفاهية الاجتماعية من أهم وأكبر التحديات التي تواجه البلدان على سواء في الماضي والحاضر وحتى في المستقبل.

3.3.3 الرفاهية الاقتصادية: تعرف بأنها ذلك الجزء من الرفاهية الاجتماعية الذي تحكمه وتؤثر به العوامل الاقتصادية في ضوء الإمكانيات الاقتصادية من خلال الاستغلال الأمثل للموارد الاقتصادية المتاحة وتحقيق أقصى إشباع ممكن من السلع والخدمات كافة لعموم أفراد المجتمع، (الجبوري و خضير، 2014، صفحة 182)، ويتضح من التعاريف الوارد أن الرفاهية الاقتصادية هي جزء من الرفاهية الاجتماعية وتنتج نتيجة لمجموعة من العوامل والمؤثرات الاقتصادية وتساعد الفرد على تحقيق الإشباع الأمثل لمختلف حاجياته المتنوع، ومن مؤشريها الناتج المحلي الخام، معدلات النمو، الدخل الفردي، مستويات الفقر، البطالة والمستوى المعيشي للمجتمع.

4.3 عوامل تحقيق الرفاهية: من أجل تحقيق الرفاهية يجب أن تتوفر مجموعة من العوامل التي تساعد في ذلك، وحددت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ثلاثة محاور رئيسية تشكل أساس تحقيق الرفاهية ويمكن ذكرها على النحو التالي: (OECD, 2013, p. 27)

- الظروف المعيشية المادية (الرفاه الاقتصادي): يعتبر من اهم العوامل التي تساعد في الوصول لحالة الرفاهية للأفراد والمجتمعات، يساعد هذا البعد في تحديد طبيعة الاستهلاك والوصول لتلبية الحاجيات والاختيارات التي يرغب فيها من طرف المعني.
- جودة الحياة: هي مجموعة الصفات الغير مالية المشكلة من القيم والمهارات والثقافات التي تميز الأفراد، وتساعد هذه الصفات في تطوير من جودة الحياة والمساهمة في الوصول إلى حالة الرفاهية.
- استدامة النظم الاجتماعية والاقتصادية والطبيعية: يشكل هذا العامل الاطار الذي يعيش فيه المجتمع، وهو أمر مهم في الرفاهية حيث يجب أن يتميز بالاستدامة، ويعتمد مفهوم الاستدامة على مجموعة الأنشطة التي يقوم بها الأفراد والجماعات التي تؤثر بشكل إيجابي على مختلف النظم، ويضمن هذا البعد تماسك ووحدة المجتمعات والحفاظ على المقومات الطبيعية والبيئية وتطوير من المكتسبات الاقتصادية.
- و تبقى التقسيمات التي تناولت العوامل التي تساهم في تحقيق الرفاهية عديدة ومتنوعة، حيث هناك من قسمها إلى عوامل مادية (الدخل الفردي، القدرة على إشباع الحاجيات) و عوامل معنوية (التقدير، طبيعة العلاقات، الانسجام مع المجتمع وغيرها من العوامل المعنوية الأخرى)، كما هناك من يصنف العوامل من خلال أربعة أبعاد رئيسية، وتشمل العوامل الاقتصادية،

الاجتماعية، المادية، النفسية والعاطفية، كل هذه التصنيفات ورغم تنوعها تبين أن الرفاهية حالة تنتج عن تواجد وتكامل مجموعة من العوامل المتنوعة، وليست حالة تنتج من العدم.

5.3 مؤشرات الرفاهية: الرفاهية هي حالة يمكن قياسها وتقييمها عبر اعتماد مجموعة من المؤشرات، التي تساعدنا في معرفة هل يتمتع الفرد أو المجتمع بالرفاهية أو لا، ورغم صعوبات حصر المؤشرات التي تمت صياغتها من قبل الباحثين والهيئات الدولية، إلا أنه يمكن ذكر أبرز المؤشرات بشكل عام على النحو التالي:

احترام الذات، الصحة الجيدة، الأمان الاقتصادي، المشاركة الهادفة في المجتمع والحياة الأسرية، قلة الضغوطات، بيئة صحية وأمنة، التعلم المستمر، الحرية، القدرة على الإنجاز، العلاقات المتميزة والحب والاحترام من قبل الآخرين، القدرة على الوصول والتمتع بمختلف الموارد المادية والاجتماعية على حد سواء.

تبين المؤشرات السابقة أن الرفاهية تظهر نتيجة لاكتساب مجموعة من القدرات المادية والمعنوية بشكل متكامل، فلا يمكن الوصول لحالة الرفاه سواء للفرد أو المجتمع من خلال الاعتماد على الوضعية والجوانب المالية فقط، بل يجب اكتساب الجوانب المعنوية والتي تنطلق من الشعور والرضا الداخلي على غاية الرضا عن العلاقات مع كافة مكونات المجتمع الخارجية والتي يتم التفاعل معها بشكل مستمر.

4. دور المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في تحقيق الرفاهية: بعد التعرف على مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات ومفهوم الرفاهية، سيتم من خلال هذا الجزء التعرف على دور المسؤولية الاجتماعية وأبرز ممارستها في تحقيق الرفاهية.

إن الوصول إلى تحقيق الرفاهية على الصعيد العام يعتبر غاية كل الدول، المؤسسات والهيئات التي تدير المجتمعات، حيث تتظافر الجهود بين القطاع العام والخاص لتسخير مختلف الإمكانيات التي تساعد على تحسين من مختلف المؤشرات التي تساهم في تحقيق الرفاه، وتتنوع المداخل التي يتم اعتمادها في سبيل ذلك فهناك من يركز على تحقيق النمو الاقتصادي، التنمية الاجتماعية، دعم الحريات، والعمل على دمجها في اطار رؤية استراتيجية متكاملة، وتعتبر المسؤولية الاجتماعية المطبقة من قبل المنظمات من الأدوات والأليات التي تعتمد بقوة من أجل مساعدة المجتمعات على تحقيق الرقي والازدهار ومعالجة كل المؤشرات والظواهر السلبية، فالمسؤولية الاجتماعية تسعى للمساهمة في تنمية الأفراد والجماعات في المجتمعات والأسواق التي تنشط فيها من منطلق تطوعي، وهذا بدوره ينعكس بشكل مباشر على مضاعفة فرص الوصول على مفهوم الرفاهية،

1.4 المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحسين من جودة الحياة: لقد فهمت المنظمات منذ مدة طويلة أن الاهتمام بكافة مكونات وعناصر البيئة المحيطة بها يعد أمرا استراتيجيا ومحوريا في تحقيق النمو، لهذا دمجت الكثير من المنظمات ممارسات المسؤولية الاجتماعية ضمن فلسفتها وقيمها، فأصبحت المنظمات تخصص جزء من أرباحها واستثماراتها لمساعدة المجتمعات على الازدهار وتحقيق التنمية عبر تحسين مختلف مؤشرات جودة الحياة، فالمسؤولية الاجتماعية تساهم في تحسين من جودة الحياة والتي تعتبر من أبرز مؤشرات الرفاهية عبر عدة ممارسات على غرار دعم المؤسسات والهيئات التعليمية لتحسين من جودة التعليم وتوفير فرص ومنح تعليمية داخل المجتمعات التي تنشط فيه، كما تساعد المنظمات في إطار المسؤولية الاجتماعية في توفير الدعم الفني ولوجستي لصالح الجمعيات والهيئات الخيرية، وتبين عديد التقارير أن المنظمات تدعم وتمول بشكل كبير المبادرات والأنشطة الثقافية من أجل مساعدة المجتمعات على التطور، وعلى سبيل المثال تلتزم منظمة "Salesforce" وهي واحدة من أبرز المنظمات في مجال التكنولوجيا بالمساعدة في تحسين من جودة الحياة داخل المجتمعات التي تنشط فيها عبر تنفيذ مجموعة من الأعمال الخيرية وفقا لنموذج خاص بالمنظمة، والذي يسمى "1-1-1"، حيث تتعهد المنظمة بمنح 1% من قيمة المنتجات، 1% من قيمة الأسهم و 1% من وقت العاملين إلى صالح المجتمع والمنظمات الغير الربحية، حيث تشير الإحصائيات أن المنظمة ساهمت بما قيمته 260 مليون دولار في شكل منح وتبرعت لأكثر من 40 ألف منظمة تعليمية غير ربحية، ووفرت برامج تعليمية عبر الأنترنت في مجال علوم الحاسوب لصالح الطلبة بشكل مجاني، كما ساهم العاملين بالمنظمة بحوالي 3.8 مليون ساعة عمل تطوعية لصالح المجتمع، (Gavin, 2019)، ويقوم "معهد السمعة" "the Reputation Institute" بتصنيف المنظمات الأكثر التزاما بالمسؤولية الاجتماعية بالاعتماد على مجموعة من المعايير المتنوعة، حيث احتلت المنظمة الدنماركية "Lego" المركز الأول في العالم متبوعة بكل من "Nature"، "Microsoft"، "Google"، حيث استطاعت هذه المنظمات في بعد المساهمات الاجتماعية بتقديم مجموعة متنوعة من الخدمات الخيرية في المجالات الثقافية، التعليمية، الصحية وغيرها عبر عديد البلدان في العالم، ويشير التقرير إلى التقدم الكبير الذي نالته "Danone" المختصة في الصناعات الغذائية، حيث سعت المنظمة لدعم الجهود في حماية الطفولة وساهمت في بناء مركز شامل لرعاية الطفولة في الأرجنتين والتي تعتبر مركز مهم في الحصول على المواد الأولية لمنظمة، (Valet, 2019)، وتبقى الأمثلة في هذا المجال عديدة ومتنوعة ويصعب حصرها، وتبرز كلها الدور الكبير الذي تساهم به المنظمات في تحسين من جودة الحياة مع أصحاب المصالح الخارجين، وهذا التحسن بدوره يعود بالفائدة على المنظمات على المدى البعيد من خلال الاستفادة من يد عاملة متمكنة، مجتمع متماسك يتمتع بقدرة شرائية

عالية وغيرها من الأبعاد الأخرى، ولا يتوقف دور تأثير المسؤولية الاجتماعية على أصحاب المصالح الخارجين، بل تساعد ممارسات المسؤولية الاجتماعية في تحسين من رفاهية العمال، فالعاملين ينتظرون أن تظهر المنظمة المسؤولية الاجتماعية تجاههم من خلال ضمان الحصول على التحفيز المادي والمعنوي، وتقديم فرص التنمية الشخصية والتوازن بين العمل والحياة، وضمان السلامة والصحة المهنية، والمشاركة والتمكين وكذلك التقاعد الجيد، (Krainz, 2015, p. 148)، كما يسعى حملة الأسهم والمستثمرين في إطار العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والوصول إلى حالة الرفاهية إلى تحقيق أكبر قدر من الأرباح الممكنة وتعظيم الثروة في إطار ممارسات عادلة وأخلاقية، وبشكل عام يظهر أن المسؤولية الاجتماعية تلعب دورا كبيرا في تحقيق الرفاهية على الصعيد الجزئي من خلال التأثير في حياة الأفراد وطاقم العمل أو على الصعيد الكلي من خلال المساهمة في تحقيق التنمية وضمان المساعدات لصالح المجتمعات التي ستساعدهم على تحسين من مختلف مؤشرات التي تقيس وتؤثر على مستوى جودة الحياة.

2.4 المسؤولية الاجتماعية ودورها في المحافظة على الموارد: يرى عديد من الباحثين والهيئات على غرار منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية أن الحفاظ على الموارد من الهدر وضمان استدامتها يعتبر عاملا رئيسيا في ضمان تحقيق الرفاهية لصالح الأفراد والمجتمعات، لهذا توجهت المنظمات وفي إطار مفهوم المسؤولية الاجتماعية لتفاعل مع البيئة ومختلف الموارد بطريقة صحية وفعالة بعيد عن الاستغلال المفرط، فأصبح التنافس والابتكار في هذا المجال مرتفعا خاصة في العقود الأخيرة لإنتاج منتوجات وخدمات بأقل قدر ممكن من الموارد وتلوث لضمان بيئة صحية وسليمة لصالح المجتمعات، وتعتبر المنظمة اليابانية "TOYOTA" من أشهر المنظمات في العالم التي التزمت بإيجاد أفضل الطرق والأليات التي تساعدنا بان تكون صديقة للبيئة سواء في عملية التصنيع أو حتي في المخرجات النهائية، وهذا ما تبينه مجموعة القيم والمبادئ التي تحكم المنظمة أن تحقيق الأرباح الاقتصادية لا يجب أن يكون على حساب مصلحة ورفاهية الأفراد والجماعات، ولذلك مع حلول سنة 2015 تم اطلاق برنامج "تحدي البيئة 2050"، حيث يقوم هذا البرنامج على تحسين من مؤشرات استغلال الموارد والحفاظ على البيئة والمساهمة في تحقيق الرفاهية، وذلك من خلال تطوير المنتوجات وتقديمها بشكل خالي من انبعاثات الكربون بنسبة لا تقل عن 90% بالمقارنة مع سنة 2010، كما يحتوى البرنامج على زيادة الاعتماد على مفهوم إعادة التدوير، وتحسين من عملية التصنيع بالاعتماد على مفهوم الطاقة المتجددة، كما تلزم المنظمة بتقليل من عملية استغلال المياه حيث بدأت المنظمة في تجميع مياه الأمطار ومعالجة المياه الملوثة واستغلالها في مختلف مراحل التصنيع (Simão & Lisboa, 2017, pp. 190-191)، وسارعت عديد المنظمات الأخرى عبر مختلف الدول العالمية في صياغة نموذج أعمال يقوم على تطوير من تقنيات

المتعلقة باستغلال الطاقات المتجددة، وتقليل من التلوث والانبعاثات السامة وعملية الهدر للموارد، كل هذا يحدث من أجل ضمان الوصول إلى مناخ وبيئة صحية تضمن الحفاظ على المقومات والقدرات الطبيعية، ووفقًا لمجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة، فإن المسؤولية الاجتماعية تلعب دورا بالغا الأهمية للاستدامة التنموية الاقتصادية ورفاه المجتمعات عبر تشجيع المنظمات الاقتصادية على الالتزام بممارسة الأنشطة وفقا لمعايير أخلاقية وقانونية اتجاه المحافظة على البيئة والموارد، من خلال تقليل الأعباء على البيئة ومستويات التلوث التي تهدد صحة الأفراد، (Zelazna, Bojar, & Bojar, 2020, p. 2)، ولقد فهت المنظمات أن تحقيق النمو السريع لا يجب أن يحدث على حساب البيئة والإنسان، فالإنسان كائن اجتماعي يتفاعل مع مختلف العوامل المحيطة به، يحتاج إلى أن يعيش في ظل بيئة تتمتع بكامل مقوماتها تساعده على تمتع والعيش بصحة جيدة، والوصول لمختلف الموارد وتمتع بها، وهذا بدوره ما ينعكس على مستوى وحالة الرفاهية.

3.4 المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحسين الوضعية الاقتصادية: تعتبر الأوضاع والمؤشرات الاقتصادية من بين أبرز العوامل التي تؤثر في الرفاهية الفردية والجماعية، وهذا ما يتفق عليه كافة المختصين في مجال الرفاهية سواء كانوا باحثين أو منظمات مختصة على غرار المركز العالمي للتنمية المستدامة، ومنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية، وفي هذا الإطار برزت ممارسات المسؤولية الاجتماعية للمنظمات كألية استراتيجية تساعد المجتمعات على تحسين من مختلف الأوضاع الاقتصادية وبالتالي الوصول إلى مستوى مرتفع من الرفاهية، ويحدث ذلك من خلال التزام المنظمات بالعمل على تحقيق معدلات نمو عالية وزيادة الاستثمار في تطوير الأعمال وفتح فروع جديدة وهذا ما ينجر عنه إنشاء فرص عمل متنوعة وتقليل من مختلف الظواهر السلبية التي تؤثر على مستوى جودة الحياة والرفاهية العامة على غرار الفقر والبطالة، كما تعمل المنظمات في اطار المسؤولية الاجتماعية على مساعدة العاملين لديها على تحسين من مستوى الدخل بشكل مستمر سواء كان ذلك في زيادة من حجم الرواتب أو توزيع جزء من الأرباح السنوية، وعبر المسؤولية الاجتماعية تسعى المنظمات لرفع من المستوى المعيشي لصالح المجتمعات من خلال الالتزام بتقديم منتجات وخدمات بأسعار عادلة، ويتم العمل على تأثير في مستوى الرفاهية عبر مساعدة الدول والمجتمعات على زيادة مستوى الاحتياطات النقدية، ويحدث ذلك من خلال الإبداع والابتكار في الخدمات والمنتجات وتصديرها إلى الأسواق الخارجية، كل هذا يساهم بشكل مباشر وغير مباشر على حالة ومستوى الرفاهية الخاصة والعامة.

لقد بات من المؤكد أن تأثير المسؤولية الاجتماعية للمنظمات أصبح بالغ الأهمية في تحقيق مستوى عالي من الرفاهية سواء تعلق ذلك لأصحاب المصالح الداخليين من عمال وحملة اسهم

ومستثمرين إلى أصحاب المصالح الخارجين من عملاء وجمعيات وكافة مكونات المجتمع الأخرى، ورغم الاختلافات الحاصلة في المقاربات حول ممارسات المسؤولية الاجتماعية للمنظمات، حيث هناك من يرى أنها تشكل عبئ غير مبرر على المنظمات وأن الأعمال الخيرية والتطوعية يجب أن يتحملها المستثمرين وحملة الأسهم بشكل فردي، وبين الرأي الآخر الذي يصر على أن المنظمات يجب أن تتجاوز العمل على تعظيم الأرباح فقط، إلى أن تلعب دورا تنمويا داخل البيئة التي تنشط فيها والمساهمة في تحقيق الرفاهية الفردية والجماعية، وأن هذا العمل سيعود في النهاية بالفائدة على كافة أعمال المنظمة، من خلال تحسين سمعتها ومستوى التنافسية لديها، والحصول على مجتمعات تمتع بأنماط استهلاكية عالية ومتنوعة وغيرها من الفوائد الأخرى العديدة.

5. الخاتمة:

لم تعد المنظمات اليوم تلعب دور اقتصاديا فقط، بل أصبحت مطالبة بان تلعب دورا فعال اتجاه كافة مكونات البيئة التي تنشط فيها في إطار خيري تطوعي، وجاء هذا التغيير نتيجة لظهور مفهوم المسؤولية الاجتماعية التي أصبحت تمثل أداة استراتيجية تضمن التواصل الفعال بين المنظمة وبيئتها، من خلال المساهمة في تحسين من وضعية المجتمع عبر مختلف المبادرات التي تقوم بها، ويأتي في إطار استراتيجي تشاركي يهدف إلى الوصول على مستوى عالي من الرفاهية لصالح الأفراد والجماعات على حد سواء.

1.5 نتائج الدراسة: يمكن ذكر أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة على النحو التالي:

- المسؤولية الاجتماعية عبارة على مجموعة من الممارسات القانونية، الأخلاقية، الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية والتعليمية التي تنفذ من قبل المنظمات اتجاه كافة مكونات المجتمع وأصحاب المصالح؛
- تمثل المسؤولية الاجتماعية إطارا فعالا في التواصل بين المنظمة والبيئة الخارجية؛
- المسؤولية الاجتماعية تمثل استثمارا استراتيجيا لصالح المنظمة في تحسين من سمعة وصورتها داخل البيئة التي تنشط فيها؛
- الرفاهية تحدث من خلال إشباع الحاجيات المادية والمعنوية لصالح الفرد والجماعة؛
- تؤثر الرفاهية على مستوى قدرة المجتمع على زيادة من مستوى الإبداع والابتكار الكلي وتحقيق معدلات نمو اقتصادية واجتماعية عالية؛
- تعتبر المسؤولية الاجتماعية من أبرز الأليات التي تساعد المجتمعات في تحقيق الرفاهية، من خلال التزام المنظمات بتقديم مساعدات مالية، فنية، لوجستية؛

- تضمن المسؤولية الاجتماعية المساهمة في تحقيق المحافظة على الموارد واستغلالها بطريقة فعالة مما يضمن الوصول إلى التنمية المستدامة والتي تعتبر بدورها محدد رئيسي في مفهوم الرفاهية الجماعية والاجتماعية؛

2.5. الاقتراحات:

- إن الوصول إلى حالة الرفاهية سيعود بالفائدة على الجميع بما فيها المنظمات الاقتصادية، لهذا يجب على المنظمات أن تستثمر في تحسين الأوضاع والظروف المعيشية لكافة مكونات المجتمع من خلال مفهوم المسؤولية الاجتماعية؛
- تعتبر ممارسات المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في الجزائر متواضعة، وهذا ما تبينه التقارير الدولية لهذا يجب على المنظمات في الجزائر أن تتبنى المسؤولية الاجتماعية في مختلف أنشطتها بشكل أكبر، والاستثمار في تحسين مختلف مؤشرات الحياة.

6. قائمة المراجع:

1.6. المراجع العربية:

مهدي الجبوري، وسعدون خضير. (2014). قياس و تحليل العالقة بين الرفاهية الاجتماعية والنمو الاقتصادي في العراق. *مجلة الادارة والاقتصاد*, 3(11)، 181-205.

2.6. المراجع الأجنبية:

- Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution Of A Definitional Construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295.
- Carroll, A, B. (1991), The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders, *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Cicognani, E. (2014). Social Well-Being. In M. A.C., *Encyclopedia Of Quality Of Life And Well-Being Research*. Dordrecht: Springer.
- Costa, R., & Menichini, T. (2013). A Multidimensional Approach For CSR Assessment: The Importance Of The Stakeholder Perception. *Expert Systems With Applications*, 40(1), 150-161.
- Dodge, R., Daly, A., Huyton, J., & Sanders, L. (2012). The Challenge Of Defining Wellbeing. *Journal Of Wellbeing*, 2(3), 222-235.
- Friedman, M. (2007). *The Social Responsibility Of Business Is To Increase Its Profits*. In *Corporate Ethics And Corporate Governance* . Berlin, Heidelberg: Springer.
- Garriga, E., & Mele, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping The Territory. *Journal Of Business Ethics*, 53, 51-71.
- Gavin, M. (2019, 06 06). *3 Examples Of Corporate Social Responsibility That Were Successful*. Retrieved From Harvard Business School

- Online: <https://Online.Hbs.Edu/Blog/Post/Corporate-Social-Responsibility-Examples>
- Hopkins, M. (2014). What Is CSR All About? *ASPIRARE*, 1.
- Jamali, D. (2008). A Stakeholder Approach To Corporate Social Responsibility: A Fresh Perspective Into Theory And Practice. *Journal Of Business Ethic*, 82, 213-231.
- Kavaliauskė, M., & Stancikas, A. (2014). The Importance Of Corporate Social Responsibility In Lithuania's Finance And Telecommunication Industries. *Procedia - Social And Behavioral Science*, 110, 796-804.
- Krainz, K. D. (2015). Enhancing Wellbeing Of Employees Through Corporate Social Responsibility Context. *Megatrend Review*, 12(2), 137-153.
- Musek, J., & Polic, M. (2014). Personal Well-Being. In M. A.C., *Nyclopedia Of Quality Of Life And Well-Being Research*. Dordrecht: Springer.
- OECD. (2013). *Economic Well-Being In OECD Framework For Statistics On The Distribution Of Household*. Paris: OECD Publishing,.
- Quick, A., & Abdallah, S. (2015). *Why Personal Wellbeing Is Good For The Nation's Health*. United Kingdom: Novacrof.
- Simão, L., & Lisboa, A. (2017). Green Marketing And Green Brand – The Toyota Case. *Procedia Manufacturing*, 12, 183-194.
- Soroka, A., & Mazurek-Kusiak, A. (2014). The Importance Of Corporate Social Responsibility Of Enterprises In Business . *Oeconomia*, 13(2), 117-125.
- Valet, V. (2019, 08 17). *The World's Most Reputable Companies For Corporate Responsibility 2019*. Retrieved From www.Forbes.Com: <https://www.Forbes.Com/Sites/Vickyvalet/2019/09/17/The-Worlds-Most-Reputable-Companies-For-Corporate-Responsibility-2019/?Sh=47421ff2679b>
- Windsor, D. (2006). Corporate Social Responsibility: Three Key Approaches. *Journal Of Management Studies*, 43(1), 93-114.
- Zelazna, A., Bojar, M., & Bojar, E. (2020). Corporate Social Responsibility Towards The Environment In Lublin Region, Poland: A Comparative Study Of 2009 And 2019. *Sustainability Journal*, 12(11), 1-13.