



4

الكتاب العربي في المسؤولية المجتمعية

إعداد

د. نعيمة إبراهيم الغنّام

رئيسة مكتب الخبراء الشبكة
الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية

من إصدارات

الشبكة الإقليمية
للمسؤولية الاجتماعية

2020



بِسْمِ
اللَّهِ
الرَّحْمَنِ
الرَّحِيمِ

الكتاب العربي
إفي المسؤولية
المجتمعية

إعداد
الدكتورة نعيمة إبراهيم الغنام
رئيسة مكتب خبراء الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية

من إصدارات
الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية
الجزء الرابع - ٢٠٢٠م

لجنة مشروع
الكتاب العربي في المسؤولية المجتمعية

• بروفيسور يوسف عبدالغفار
إشراف عام

• أ.د علي آل إبراهيم
رئيس التحرير المسؤول

• د. نعيمة الغنام
رئيسة الهيئة الاستشارية

• أ. خديجة بابكر محمد
المنسق العلمي

• أ. حسن جاسم الجاسم
المستشار اللغوي

• أ. عبدالرحمن فضلو الشنقيطي
المدقق اللغوي

• أ. أمجد سيد مكنن عبداللّٰه
المستشار الإعلامي

Harmony Design

المحتويات

رقم الصفحة	المقال	ت
5	الكتاب العربي في المسؤولية المجتمعية.... مساهمة علمية البروفيسور يوسف عبدالغفار رئيس مجلس إدارة الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية	1
6	دراسات عربية في المسؤولية المجتمعية الدكتورة نعيمة إبراهيم الغنم رئيسة مكتب خبراء الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية	2
8	وسائل الإعلام ودورها في تدعيم التنمية المستدامة من وجهة نظر أساتذة الجامعة	3
11	أثر أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة	4
17	تفعيل المسؤولية الاجتماعية للمقاولات الصغرى والمتوسطة في تحقيق التنمية المستدامة	5
21	برامج المسؤولية المجتمعية - المملكة العربية السعودية «أنموذجاً»	6
25	تقييم وتحليل ممارسة منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية (دراسة تطبيقية عن شركات القطاع الخاص في مدينة مصراتة)	7
32	دور المسؤولية الاجتماعية بالشركات الخاصة في تمويل أنشطة العمل الطوعي في السودان	8
36	دور المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية في فلسطين	9
43	صعوبات تطور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في لبنان	10
46	الإقتصاد التضامني والتنمية الاجتماعية الإمكانيات والواقع في موريتانيا	11
50	الفروق في المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية في منطقة حائل بالمملكة العربية السعودية في ضوء عدد من المتغيرات	12
54	أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات على ولاء العملاء دراسة على شركات المنتجات الغذائية السودانية	13

60	المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر (دراسة ميدانية)	14
64	أثر المسؤولية الاجتماعية في الأداء: دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة السورية	15
68	واقع أهمية وقيمة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية	16
72	المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين وانعكاسها على أخلاقيات العمل «دراسة لأراء عينة من منتسبي بعض مستشفيات مدينة الموصل»	17
75	المسؤولية المجتمعية في الجامعات العربية «جامعة القدس المفتوحة أنموذجاً» الواقع والمأمول - دراسة وصفية تحليلية	18
79	سياسات وبرامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الموارد البشرية في منظمات الأعمال - دراسة حالة ثلاثة شركات عربية»	19
86	معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية - (من وجهة نظر مدققي الحسابات وإدارات الشركات)	20
93	إدارة الصورة الذهنية للمنظمات الأردنية في اطار واقع المسؤولية الاجتماعية «دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية»	21

الكتاب العربي في المسؤولية المجتمعية... مساهمة علمية

بقلم : بروفيسور يوسف عبدالغفار

المشرف العام على مشروع «الكتاب العربي في المسؤولية المجتمعية»

- تمتد مسيرة «الكتاب العربي في المسؤولية المجتمعية» في إصداره الرابع، والذي يأتي في إطار «برنامج الدكتور طلال أبوغزاله الفكري للمسؤولية المجتمعية» ليساهم في جهود دعم المكتبة العربية بمؤلفات متخصصة.
- وفي الحقيقة، إن التحفيز في الإستمرار في هذا المشروع العربي يعود إلى أمرين: أولهما، الحاجة إلى توفير كتب ومؤلفات متخصصة في مجالات المسؤولية المجتمعية. فمازالت المكتبة العربية تفتح أبوابها أمام الجهود العلمية لرفدها بهذه الكتب المتخصصة، ومازال الطريق أمامنا طويلا. أما الأمر الثاني، هو ماتحقق من شراكة مع «مجموعة طلال أبوغزاله» في دعم هذا المشروع العربي، والذي وجد قبولا واسعا من قبل المتخصصين في مجالات المسؤولية المجتمعية والتنمية المستدامة.
- ولقد جرت العادة، أن يتشارك في تأليف الإصدار، ضمن سلسلة إصدارات «الكتاب العربي في المسؤولية المجتمعية» ثلة من الخبراء والمتخصصين العرب، كما حدث في الثلاثة أجزاء الأولى. ولكن، في هذا الجزء الرابع، والذي أشرفت على إعداده للنشر الدكتورة نعيمة الغنام رئيسة الهيئة الإستشارية لمشروع «الكتاب العربي في المسؤولية المجتمعية»، أن يتم إستعراض جهود الباحثين ودراساتهم بإشراف الدكتورة نعيمة الغنام، حيث قامت بعرض هذه البحوث والدراسات والتي أعدها باحثون عرب لهم مساهمات علمية ومهنية معروفة في مجالات المسؤولية المجتمعية، ووضعها في أطر علمية محددة، يستطيع حينها المتخصص أن يتفاعل معها بإيجابية. فشكرا لمعدة هذا الكتاب، والذي بذلت فيه جهدا كبيرا في جمع هذه الدراسات والبحوث لتكون من بيئات عربية متنوعة ومتعددة، ليسير الكتاب في نهج تعزيز ممارسات المسؤولية المجتمعية في المنطقة العربية.
- كما أود أن أتقدم بالشكر الجزيل لكل الباحثين العرب، الذي تم إختيار دراساتهم وبحوثهم لاستعراضها في هذا الإصدار النوعي، حيث أن ثمار هذه الجهود لايمكن توظيفها والإستفادة منها في بناء مجتمعاتنا وتتميتها، دون تعاون الباحثين العرب بعضهم بعضا، فهم صفوة الأمم وقادة الرأي فيها.
- وختاماً، الشكر المستحق للقائمين على «برنامج الدكتور طلال أبوغزاله الفكري للمسؤولية المجتمعية» الرائد مهنيا ومجتمعا، والذي حققنا معه، أن يكون هذا المنتج العلمي منبرا علميا للباحثين العرب، وكذلك الشكر لهيئتي الإشراف العام والهيئة الإستشارية لمشروع «الكتاب العربي في المسؤولية المجتمعية». والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

دراسات عربية في المسؤولية المجتمعية

بقلم : الدكتورة نعيمة إبراهيم الغنّام

يقول المفكر الإسلامي الدكتور مصطفى محمود «قيمة الإنسان هي ما يضيفه إلى الحياة بين ميلاده وموته» الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله، وعلى آله وصحبه ومن وآله.

يحتل البحث العلمي مكاناً مميّزًا في العقود الأخيرة، على مستوى البحوث بكافة فروعها ومجالاتها العلمية، والإنسانية. إن كانت نظرية أو بحوث تطبيقية. وحتى يركز البحث العلمي على أساس متين يتوجب العمل على تكوين قاعدة ممتدة تقدر البحث العلمي وتقهمه، وتدرك أهدافه وحدوده، وأنماطه، وأدواته. ولهذا الكتاب هدفان:

أولهما، نشر بحوث الباحثين في مجال الإنسانية، والمسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالمجتمع، وكذا بأهداف التنمية المستدامة، وتبنيها سواء على مستوى الشركات والمنظمات، أو المجتمع بمشاربه المتنوعة. ثانيهما، مساعدة الباحثين، والطلاب على تكوين نظرة نقدية للبحث وتمكنهم أن يكونوا أكثر قدرة على تحديد نواحي القوة والضعف وتجنبها في البحوث المستقبلية.

وعند نشر هذه الأبحاث أخذنا في الاعتبار؛ أن تكون هذه الدراسات عونًا للتذكير بمعاني المفاهيم البحثية من تحديد المشكلة وفروضها وكذا معامل الارتباط، والانحراف المعياري للحصول على معنى الدلالة بالمنهجية البحثية القائمة على البحث والتحميص والإحصاء؛ وللحصول على صحة الحقائق بالدلائل العلمية وفقا لنوع البحث.

وقد وقفنا في تنوع دراسات هذا الكتاب والتي في مجملها عن المسؤولية الاجتماعية ومنها: أخلاقيات العمل - إدارة الصورة الذهنية للمنظمات - الاقتصاد التضامني - الإعلام - الشركات (الكبرى، الصغرى والمتوسطة) - التنمية المستدامة - السياسات والبرامج.

وقد كانت رغبتنا الأكيدة في نشر بعض الدراسات من كل وطننا العربي إلا أننا لاحظنا من خلال متابعتنا لبعض دول الخليج أن الدراسات محدودة عن المسؤولية المجتمعية.

وأتقدم بأسمى آيات العرفان بجميل التوجيه، وصادق العون لسعادة الأستاذ علي بن عبدالله آل إبراهيم نائب رئيس الشبكة الإقليمية بالبحرين لتفضله اقتراح فكرة تدوين هذه الدراسات في كتاب.

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين

الكتاب العربي في المسؤولية المجتمعية

4

إعداد
الدكتورة نعيمة إبراهيم الغنّام
رئيسة مكتب خبراء الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية

وسائل الإعلام ودورها في تدعيم التنمية المستدامة من وجهة نظر أساتذة الجامعة^١

أعدته للنشر: الدكتورة نعيمة إبراهيم الغنّام
رئيسة مكتب خبراء الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية

المقدمة :

تطورت وسائل الإعلام عبر الحقب التاريخية، إلى أن اتسعت حالياً لتشمل جميع وسائل التواصل الاجتماعي، واستخدمت كافة الأجهزة الإلكترونية في سبيل نشر الأحداث والمعلومات والقضايا. وبما أن الإعلام وسيلة فاعلة قادرة على التأثير في الرأي؛ بدأت الأبحاث تتعمق في هذا المجال الحيوي دور الإعلام التنموي في تحقيق التنمية المستدامة ، حيث يعد الإعلام التنموي فرعاً أساسياً من فروع النشاط الإعلامي ويعود الفضل في تأسيسه إلى (ويلبير شرام)^١ (Wilperschram) الذي أبرز دور هذا الإعلام في أحداث التغيير والتطور الاجتماعي. قامت الباحثتان د.ربيعة مانع زيان الحمداني من المديرية العامة لتربية صلاح الدين، والدكتورة وفاء كنعان خضر من جامعة تكريت كلية التربية للعلوم الإنسانية بإجراء دراسة بعنوان: وسائل الإعلام ودورها في تدعيم التنمية المستدامة من وجهة نظر أساتذة الجامعة

١ . سالم برقوق جامعة الجزائر . زبييري رمضان جامعة سعيدة الإعلام التنموي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة ، مجلة دراسات كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية (١١٢، ٩٦) مجلد ٢ جامعة قسطنطينة (٢٠١٦)

أهداف الدراسة :

يهدف البحث الحالي إلى :

- 1- تحديد أهم الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في تدعيم التنمية المستدامة من وجهة نظر أساتذة الجامعة؟
- 2- التعرف على دور وسائل الإعلام في تدعيم التنمية المستدامة من وجهة نظر أساتذة الجامعة؟
- 3- التعرف إلى سبل تفعيل دور وسائل الإعلام في تدعيم التنمية المستدامة من وجهة نظر أساتذة الجامعة؟

حدود البحث:

اقتصرت البحث على عدد من أساتذة الجامعة (ذكور - إناث) جامعة تكريت، للعام الدراسي ٢٠١٧م-٢٠١٨م

أهمية البحث:

- ندرة الأبحاث والدراسات التي أجريت في هذا المجال وخاصة على المستوى المحلي .
- مواكبة التطور الإعلامي المعاصر من خلال اعتماد الانفتاح المقنن بدل الاندماج الشمولي.
- إعادة وتعزيز الثقة في نفوس أفراد مجتمعاتنا بإعلام أصيل يمكن التعويل عليه عند السعي في طريق تحقيق الأهداف الأساسية والسامية لدعم التنمية المستدامة.
- تحديد خطوات منهجية عملية فعّالة للإعتماد عند تطبيق، وكذلك عند وضع المناهج التربوية والتعليمية بما يساهم في تطوير وتنمية الإعلام العربي.
- التعرف على دور وسائل الإعلام لتدعيم التنمية المستدامة.
- تحديد أهم الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام لتدعيم التنمية المستدامة.

مشكلة الدراسة :

تتحدد مشكلة الدراسة في الأسئلة الآتية:

- 1- ما الدور الأساسي المناط بوسائل الإعلام في تدعيم التنمية المستدامة في ظل الإنفتاح العالمي من وجهة نظر

أساتذة الجامعة ؟.

٢- ما مدى قيام وسائل الإعلام بدورها من وجهة نظر أفراد العينة في دعم وتحقيق التنمية المستدامة؟.

٣- ما سبل تفعيل وسائل الإعلام لتدعيم التنمية المستدامة؟.

منهج البحث:

اعتمدت هذه الدراسة على منهج البحث الوصفي التحليلي وذلك لمناسبته لأهداف البحث.

مجتمع وعينة البحث: تألفت عينة البحث من (١٥٠) مدرسا، ومدرسة من أساتذة جامعة تكريت، وقد اختيرت بطريقة عشوائية عينة من ست كليات . للعام (٢٠١٧/٢٠١٨).

أداة البحث:

لتحقيق أهداف البحث وللإجابة عن أسئلة الدراسة قامت الباحثان بإعداد أداة البحث، إذ تم توجيه استبيان استطلاعي مفتوح على عينة مكونة من (٤٠) أستاذ جامعي، تضمن عدة أسئلة لتحديد أهم الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام لتحقيق التنمية المستدامة، وكذلك التعرف على أهم السبل لتفعيل دور وسائل الإعلام لتحقيق التنمية المستدامة.

وفي ضوء ما تقدم وبعد تحليل استجابات العينة في الدراسة الاستطلاعية واطلاع الباحثين على الأدبيات، والدراسات السابقة ؛ تبين أنه من الأفضل بناء أداة (لقياس دور وسائل الإعلام لتدعيم التنمية المستدامة) تتلاءم مع خصائص مجتمع البحث. وبناءً على ما جاء في الإطار النظري ومن خلال تفرغ بيانات الاستبيان الموجه لأفراد العينة، تم تحديد أبعاد المقياس وبناء فقراته، وتم صياغة (٣٣) فقرة موزعة على الأدوار الثلاثة الآتية: الدور البنائي (١٢) فقرة ، والدور الوقائي (١١) فقرة، والدور العلاجي (١٠) فقرات وتم عرض فقرات المقياس على مجموعة من الخبراء في مجال التربية وعلم النفس، والإعلام، لاستخراج الصدق الظاهري، وقد اعتمد على نسبة اتفاق (٨٠٪) فما فوق لغرض قبول الفقرة وبذلك استبقيت الفقرات جميعها، ماعدا

ثلاث فقرات استبعد المقياس وقد تم تعديل طفيف لبعض الفقرات، وبهذا أصبح المقياس مؤلف من (٣٠) فقرة بدائل (كثيرا، احيانا، نادرا) إذ حدد لهذا المقياس الدرجات (١،٢،٣) على الترتيب.

وتم حساب القوة التمييزية للفقرات من خلال اختيار عينة عشوائية طبقية بلغت (١٠٠) من مجتمع البحث وبالاستعانة بالحقيبة الإحصائية (spss) تم معالجة البيانات باستخدام الاختيار التائي (T-test) لعينتين مستقلتين بهدف اختبار الفروق بين المجموعتين (العليا، والدنيا) لكل فقرة من فقرات المقياس، أظهرت النتائج من خلال مقارنة القيمة التائية بالقيمة الجدولية البالغة (١,٩٦٠) إن جميع الفقرات مميزة عند مستوى دلالة (٠,٠٥) وبدرجة حرية (٩٨) وتم كذلك التأكد من الاتساق الداخلي للاستبانة وكذا استخراج الثبات.

النتائج:

نتائج السؤال الأول والثاني:

- حصول الإعلام في دوره على درجة متوسطة غير كاف؛ قد يكون نتيجة ضعف التطور المواكب للتقدم الحضاري المعاصر من قبل المؤسسات والجهات الفاعلة في هذا المضمار. واقترب أسلوب التعامل إلى النمطية وإلى التنظيرية البعيدة عن الواقع بحيث تكون ذات صبغة أقرب إلى الجفاف.
- ضعف الوعي مما أدى ذلك إلى التعامل مع الإعلام وكأنه مطلب ثانوي وليس له الدور الخطير والمهم.
- أن أكثر وسائل الإعلام الموجودة في الساحة هي إما وسائل إعلام للدعاية التجارية أصلا واستغلت لأجل مقاصد مادية.
- أو وسائل إعلام ذات مقصد سياسي طائفي أو مذهبي، فهي تدعو في حقيقتها إلى ما يشبه الدعاية لنفسها من جهة، وتشويهه أو إضعاف مستوى وقيمة غيرها.

نتائج السؤال الثالث:

دور وسائل الإعلام في تحقيق التنمية المستدامة من وجهة نظر أساتذة الجامعة ؟

وقد تبين أننا بحاجة إلى تغير جذري في الإعلام وهذا التغير ينبغي أن يقوم على أسس متينة وقواعد رصينة مدروسة بعناية ودقة وأن يكون هناك إعلامٌ جاد بطرح متوازن ولعل أهم ما يمكن تأصيله في هذا المضمار هو ما يتعلق بناحيتين أساسيتين هما:

- ما يتعلق بالمؤسسات الحكومية والرسمية .
 - ما يتعلق بالمؤسسات غير الحكومية كالمؤسسات الشعبية والخيرية والإنسانية .
- التوصيات والمقترحات:

١- ضرورة التنسيق بين مختلف الأجهزة التي تتحمل مسؤولية الدعوة بخطط متوازنة ومدروسة تحقق الانسجام والالتزان والتوافق لتحقيق الهدف المشترك والقضاء على الازدواجية والتضارب بين البرامج المختلفة

٢- إننا بحاجة إلى سلطة تنفيذية لوضع رؤية شاملة لإستراتيجية إعلامية تتصدى للتحديات التي تواجهها مجتمعاتنا العربية بكافة مستوياتها والعمل على توحيد الآراء التي تصب للصالح العام.

٣- وضع خطة مزدوجة للمواجهة الفكرية تسير في اتجاهين متوازيين أحدهما: توضيح المفاهيم الأساسية للتنمية المستدامة والكشف عن الأخطاء الشائعة وثانيها: مناقشة الأفكار الهدامة، وإبراز الرد العلمي عليها.

٤- ضرورة تضافر الجهود وتوحيد الرؤى للقضاء على معوقات التنمية المستدامة.

٥- ضرورة تبني وسائل الإعلام الإذاعية والتلفزيونية والصحفية والشبكية قضايا التنمية المستدامة وربطها بالإطار المرجعي المنسجم مع متطلبات المجتمع وتخصيص البرامج القادرة على توعية الجمهور لتلك القضايا.

للاستزادة يرجى الاطلاع على الموقع الإلكتروني التالي:

http://www.ressjournal.com/Makaleler/530750579_26.pdf

أثر أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة

أعدته للنشر: الدكتورة نعيمة إبراهيم الغنّام
رئيسة مكتب خبراء الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية

المقدمة :

إن أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية حظيت في العقود الأخيرة باهتمام كبير في العالم، وبدأت تتعالى الأصوات التي تطالب بتطبيق وممارسة أخلاقيات الأعمال التي أصبحت موضوعاً مهماً تواجهه منظمات الأعمال في الدول المتقدمة والنامية. ونستعرض هنا دراسة من إعداد الباحث عطا الله بشير النويقة من قسم إدارة الأعمال بجامعة الطائف بالمملكة العربية السعودية في البحث المعنون (أثر أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة).

مشكلة البحث:

بات من المتفق عليه أن منظمات الأعمال ليست بشركات خيرية وأن هاجسها الأول تحقيق أعلى معدلات للربحية، ومن هنا تبلورت فكرة وجوب تذكير هذه المنظمات بمسئولياتها الأخلاقية والاجتماعية حتى يكون تحقيق الربح عائداً لأُمور مقبولة أخلاقياً وقانونياً. علاوة على ذلك، فإن الدور الرئيس الذي تلعبه المنظمات، كونها المصدر الرئيس للثروة والتحديث وتوليد فرص العمل، يحتم عليها القيام بواجباتها الاجتماعية وفقاً للمفاهيم الحديثة، كما أن التطورات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في عصر يتسم بالتغير السريع تحتم عليها ذلك أيضاً ومن هنا، فإن مشكلة الدراسة تتبلور في التساؤل التالي:

1. هل يوجد أثر لأخلاقيات الأعمال (الاستقلالية والموضوعية، الأمانة والاستقامة، النزاهة والشفافية) في تعزيز الميزة التنافسية (تخفيض التكلفة، زيادة المرونة وزيادة الابتكار) في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة؟
2. هل يوجد أثر للمسؤولية الاجتماعية (المسؤولية نحو العملاء، المسؤولية نحو البيئة، المسؤولية نحو المجتمع) في تعزيز الميزة التنافسية (تخفيض التكلفة، زيادة المرونة وزيادة الابتكار) في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة؟
3. هل يوجد تأثير لمتغيري أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية معاً في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة؟
4. هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية في ضوء الأبعاد المدروسة؟

أهمية البحث

تتبع أهمية البحث من أهمية المتغيرات المدروسة والمتمثلة بأخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية وذلك من خلال:

1. توضيح مدى تأثير أخلاقيات الأعمال (الاستقلالية والموضوعية، الأمانة والاستقامة، النزاهة والشفافية) في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة.
2. توضيح مدى تأثير أبعاد المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية نحو العملاء والمسؤولية نحو البيئة والمسؤولية نحو المجتمع) في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة.
3. تستمد أهميتها من أهمية المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال ومدى مساهمتها في تحقيق ميزة تنافسية لهذه المنظمات وبالتالي تحقيق مستويات أداء عالية.
4. أهمية القطاع المصرفي السعودي الذي أصبح شريكاً أساسياً في تفعيل الرأسمالية الاقتصادية والاجتماعية والاقتصاد الوطني والقومي على أسس ثابتة ومتمينة تؤمن التنمية المستدامة.
5. يمكن أن تسهم نتائج هذه الدراسة في توجيه أنظار متخذي القرار في البنوك التجارية وفي القطاع المصرفي نحو مفهومي أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية ودورهما في تحقيق مستويات أداء عالية وتميز منظمات الأعمال في الأطر التنافسية.
6. بناء على نتائج الدراسة سوف يتم تقديم توصيات لإجراء دراسات لاحقة ذات فائدة أكبر لتطوير أداء البنوك التجارية السعودية العاملة في منطقة مكة المكرمة.

أهداف البحث:

يسعى هذا البحث إلى توضيح الإطار العام لأخلاقيات

الأعمال والمسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية والتعرف على جوانبها المختلفة، كذلك التعرف على أثر أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية وذلك من خلال استقصاء آراء الباحثين من المديرين العاملين في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة من خلال تحقيق الأهداف التالية:

1. التعرف على مستوى متغيرات الدراسة أخلاقيات الأعمال (الاستقلالية والموضوعية، الأمانة والاستقامة، النزاهة والشفافية) للمسؤولية الاجتماعية بأبعادها (المسؤولية نحو العملاء والمسؤولية نحو البيئة والمسؤولية نحو المجتمع) والميزة التنافسية (تخفيض التكلفة، زيادة المرونة وزيادة الابتكار) في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة.
2. تحليل أثر أخلاقيات الأعمال في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة.
3. تحليل أثر المسؤولية الاجتماعية في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة.
4. تحليل أثر أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية معا في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة.
5. تحليل العلاقة بين المتغيرين المستقلين (أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية).
6. قديم بعض التوصيات العلمية لاقتراح دراسات مستقبلية حول موضوع البحث.

فروض البحث

الفرض الأول: Ho1: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (≥ 05.0) لأخلاقيات الأعمال (الاستقلالية والموضوعية، الأمانة والاستقامة، النزاهة والشفافية) في تعزيز الميزة التنافسية (تخفيض التكلفة، زيادة المرونة وزيادة

الابتكار) في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة، ويتفرع منها الفروض التالية:

1. Ho1 لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى α (≥ 05.0) لأخلاقيات الأعمال (الاستقلالية والموضوعية، الأمانة والاستقامة، النزاهة والشفافية) في زيادة المرونة في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة، ويتفرع منها الفروض الفرعية التالية:

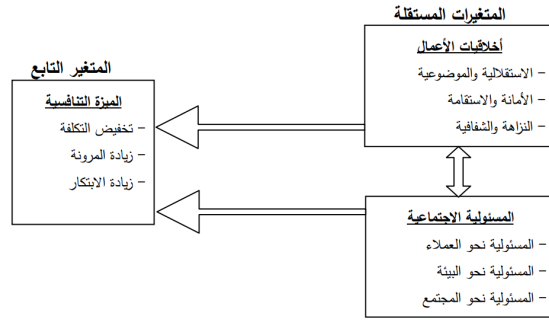
2. Ho2 لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى α (≥ 05.0) لأخلاقيات الأعمال (الاستقلالية والموضوعية، الأمانة والاستقامة، النزاهة والشفافية) في زيادة المرونة في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة.

3. Ho3 لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى α (≥ 05.0) لأخلاقيات الأعمال (الاستقلالية والموضوعية، الأمانة والاستقامة، النزاهة والشفافية) في زيادة الابتكار في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة.

الفرض الثاني: Ho2 لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 05.0)$ للمسؤولية الاجتماعية (المسؤولية نحو العملاء والمسؤولية نحو البيئة والمسؤولية نحو المجتمع) في تعزيز الميزة التنافسية (تخفيض التكلفة وزيادة المرونة وزيادة الابتكار) في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة، ويتفرع منها الفروض الفرعية التالية:

1. Ho1 لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى α (≥ 05.0) للمسؤولية الاجتماعية (المسؤولية نحو العملاء والمسؤولية نحو البيئة والمسؤولية نحو المجتمع) في تخفيض التكلفة في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة.

2. Ho2: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى α



مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة، من العاملين في الإدارة العليا من مختلف البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة. وتبين المعلومات الديمغرافية أن عدد العاملين فيها لجميع المستويات الوظيفية بلغ عام ٢٠١٤ نحو ١٣,٥ ألف عامل (مؤسسة النقد العربي السعودي، النشرة الإحصائية السنوية، ٢٠١٤). ولأغراض هذه الدراسة التي تركز على العاملين في الإدارة العليا، قام الباحث بتقدير عدد العاملين في هذه الإدارات من خلال الاستبيان الذي تم توزيعه لجمع بيانات الدراسة، حيث وجد أن ١٤,٦٪ من العاملين يشغلون مواقع مدير فما فوق، وعليه يمكن القول أن مجمل مجتمع الدراسة يمثل نحو ٩٣,٥ من العاملين في المستويات الإدارية أو الوظائف الإشرافية العليا في البنوك التجارية.

نوع عينة الدراسة وحجمها :

تم اختيار أسلوب العينة العشوائية البسيطة لجمع بيانات الدراسة، حيث تم سحب عينة مقدارها ١٥٠ عنصر من المديرين العاملين في البنوك السعودية في منطقة مكة المكرمة، بمستوى معنوية ٠,٠٥، وقد تم استعادة نحو ١٤٠ استبيان منها، أو ما ٩٣,٣٪ نسبته.

الأساليب الإحصائية :

للإجابة عن أسئلة الدراسة ولاختبار الفرضيات استخدم الباحث أساليب الإحصاء الوصفي والتحليلي، وذلك

للمسؤولية الاجتماعية (المسؤولية نحو العملاء ≥ 05.0) والمسؤولية نحو البيئة والمسؤولية نحو المجتمع) في زيادة المرونة في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة. H_03 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى α (≥ 05.0) للمسؤولية الاجتماعية (المسؤولية نحو العملاء والمسؤولية نحو البيئة والمسؤولية نحو المجتمع) في زيادة الابتكار في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة.

الفرض الثالث H_03 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \geq 05.0$) لأخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية معا في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة
الفرض الرابع H_04 : لا توجد علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \geq 05.0$) بين متغيري أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية.

المنهجية والإجراءات:

لغايات تحقيق الأهداف المرجوة من الدراسة تبنت الدراسة منهجية البحث الوصفي، والميداني التحليلي، فعلى صعيد البحث الوصفي، تم إجراء المسح المكتبي والاطلاع على الدراسات والبحوث النظرية والميدانية في مجال أدبيات الموضوع من أجل بلورة الأسس والمنطلقات التي يقوم عليها الإطار النظري. أما على صعيد البحث الميداني التحليلي، تم إجراء المسح الاستطلاعي لعينة من أفراد مجتمع الدراسة وطلب منهم الإجابة على فقرات الاستبانة المصممة لهذه الدراسة ومن ثم تم تحليل البيانات المجمعة من خلال الاستبانة باستخدام برمجية الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وبعد تحليل البيانات واستخلاص النتائج الأولية تم اختبار فرضيات الدراسة التي تم وضعها لغايات تحقيق أهداف الدراسة بالطرق الإحصائية المناسبة.

باستخدام (SPSS) الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية وفيما يلي الأساليب الإحصائية التي استخدمت:

1. الإحصاء الوصفي (Descriptive Analysis) تضمن استخدام التكرارات والنسب المئوية لوصف عينة الدراسة واستخدام المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري.
2. ألفا كرونباخ: Alpha - Cronbach: لقياس ثبات الاستبانة
- 3 تحليل الانحدار المتعدد: لاختبار أثر أبعاد المتغير المستقل (أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية) مجتمعة على كل بعد من أبعاد المتغير التابع (الميزة التنافسية)
4. الانحدار التفاعلي لاختبار أثر أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية معا في تعزيز الميزة التنافسية.
5. معامل ارتباط بيرسون لاختبار العلاقة بين المتغيرين المستقلين (أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية).

النتائج

1. إن مستوى أبعاد أخلاقيات الأعمال كل على حده (الاستقلالية والموضوعية، الأمانة والاستقامة، النزاهة والشفافية) في القطاع المبحوث كان مرتفعا وفقا لوجهة نظر أفراد العينة..
2. إن مستوى أبعاد المسؤولية الاجتماعية كل على حده (المسؤولية نحو العملاء، المسؤولية نحو البيئة، المسؤولية نحو المجتمع المحلي) في القطاع المبحوث كان مرتفعا وفقا لوجهة نظر أفراد العينة.
3. إن مستوى أبعاد الميزة التنافسية كل على حده (تخفيض التكلفة، زيادة المرونة وزيادة الابتكار) في القطاع المبحوث كان مرتفعا وفقا لوجهة نظر أفراد العينة.
4. أظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لأخلاقيات الأعمال (الاستقلالية والموضوعية، الأمانة والاستقامة، النزاهة والشفافية) على تحقيق الميزة التنافسية

(تخفيض التكلفة، زيادة المرونة وزيادة الابتكار) في البنوك التجارية في منطقة مكة المكرمة . حيث بينت النتائج أن البنوك وانطلاقا من أخلاقيات الأعمال تحرص على تجنب أي علاقات قد تبدو أنها تفقد الموضوعية والاستقلال عند القيام بالأعمال، وتعمل على مقاومة التأثيرات الجانبية عند القيام بتنفيذ الأعمال والتجرد في التفكير والحيادية أثناء تأدية الأعمال وعدم التحيز، كما تبين بأنها تحرص على الأمانة والاستقامة ومراعاة توازن المصالح والانحياز لمصلحة البنك، وأن أخلاقيات الأعمال تزيد قدرتها المهنية على تحسين العمل وإتقانه وحفظ الأسرار، كذلك تبين أهمية التحلي بالصدق في أداء الواجبات والنزاهة والعفة أثناء تأدية العمل، بالإضافة إلى التحلي بالعدل عند القيام بالأعمال.

5. أظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للمسؤولية الاجتماعية (المسؤولية نحو العملاء، المسؤولية نحو البيئة، المسؤولية نحو المجتمع المحلي) على تحقيق الميزة التنافسية (تخفيض التكلفة، زيادة المرونة وزيادة الابتكار) في البنوك التجارية في منطقة مكة المكرمة. حيث بينت النتائج أن البنوك تحرص على تقديم خدمات من السهل الحصول عليها من جانب العملاء، وتقدم خدمات آمنة عند الاستعمال . كذلك تبين بأن البنوك تقدم مساهمات أو تبرعات لصالح المجتمع المحلي وهي تقدم الدعم المادي لإقامة المناسبات الدينية والوطنية في المجتمع المحلي، إضافة إلى أنها تقدم التمويل للمنشآت التي تقام في المجتمع المحلي.

6. أظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير معنوي لتفاعل أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية معا في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة ويظهر ذلك من خلال قيمة - البالغة

٣. التأكيد على أهمية النزاهة والشفافية بهدف التأكد من الحيادية والبعد عن أي تأثيرات جانبية، وذلك لتأثيرها الواضح على الميزة التنافسية من وجهة نظر عينة الدراسة.
٤. العمل على إيجاد وتفعيل مدونات أخلاقية خاصة بالبيئة والالتزام بها من الجميع.
٥. التأكيد على أهمية قيام البنوك التجارية في منطقة مكة المكرمة بدعم مؤسسات المجتمع المدني، وزيادة مساهمتها في إنشاء مراكز تعليمية وترفيهية وصحية.
٦. ضرورة فهم ودراسة وتحليل العناصر المكونة للمبادئ الأخلاقية والمسؤولية الاجتماعية باعتبار ذلك من أهم المرتكزات لضمان نجاح البنوك وديمومتها، خاصة في ظل تنوع وتشعب وتعقد المخاطر المتعلقة بأعمالها.
٧. العمل على تطوير مناهج (أخلاقيات) الأعمال في الجامعات الرسمية والخاصة التي تدرس تخصص إدارة الأعمال. للاستزادة يرجى الاطلاع على الموقع الإلكتروني التالي:
<https://journals.ju.edu.jo/DirasatAdm>
 > article

(٢٠٢٠، ٢) وهي اكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى $\alpha \geq 0.05$.

٧. أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة (ارتباط) موجبة ذات دلالة إحصائية بين أخلاقيات الأعمال بأبعادها المختلفة (الاستقلالية والموضوعية، الأمانة والاستقامة، النزاهة والشفافية) والمسؤولية الاجتماعية بأبعادها المختلفة (المسؤولية نحو العملاء، المسؤولية نحو البيئة، المسؤولية نحو المجتمع).

التوصيات:

١. وضع وتعزيز أخلاقيات الأعمال، وضرورة أن تقوم البنوك التجارية في منطقة مكة المكرمة بتحديد السياسات الأخلاقية وتوزيعها عبر البنك، وتدريب العاملين فيها على تعزيز قدرتهم لمواجهة المشاكل الأخلاقية الصعبة.
٢. اهتمام البنوك التجارية في منطقة مكة المكرمة بالموضوعية والاستقلالية والقدرة على مراعاة توازن المصالح والتحقق من القدرة على العمل وإتقانه.

تفعيل المسؤولية الاجتماعية للمقاولات الصغرى والمتوسطة في تحقيق التنمية المستدامة^١

أعدته للنشر: الدكتورة نعيمة إبراهيم الغنّام
رئيسة مكتب خبراء الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية

المقدمة :

تسعى الشركات والمؤسسات الاقتصادية دائما إلى الحصول على أكبر قدر ممكن من الأرباح والعوائد، إلا أن هذا الأمر لا يعفيها من تطبيق مسؤولياتها المجتمعية، فالعالم يتسم بالسرعة وتشابك المصالح، ويشهد تطورات جوهرية غيرت مسار التفكير في شتى الاتجاهات. وفي هذا الجانب نقدم لكم دراسة من إعداد الباحث السيد محمد القواق من جامعة محمد الخامس، الرباط، المغرب. والذي يبين لنا أن تقييم عمل المقاول لم يعد يتوقف على أساس رقم الأعمال الذي تحققه، بل أصبح من الضروري الالتفات إلى البيئة ومحيط المقاول ومدى مساهمتها في التنمية المستدامة والاقتصاد الأخضر. لذلك تنامت المسؤولية الاجتماعية في العديد من المقاول، عبر وضع برامج تطوعية تحقق تحسين الجودة الاجتماعية والبيئية لأنشطتها، بعيدا عن الالتزامات البيئية والقانونية، دون المساس للفعالية الاقتصادية والمالية.

١. محمد القواق ورقة عمل بعنوان : دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم إستراتيجية التنمية المستدامة مقدمة للمؤتمر الدولي الثالث عشر حول : - الواقع والرهانات- يومي ١٤ و ١٥ نوفمبر ٢٠١٦.

هدف البحث:

هدفت هذه الورقة البحثية إلى اختبار العلاقة بين تبني المقاوله الصغرى والمتوسطة لبرامج المسؤولية الاجتماعية والبيئية، وتحقيق التنمية المستدامة، وتبيان مدى التزام هذه الشركات بمسؤولياتها اتجاه المجتمع، وكيف أن مكانة المقاوله التي تطبق مفهوم المسؤولية الاجتماعية في بيئتها العملية ونشاطها الخارجي تتعاظم وتتزايد شعبيتها بشكل إيجابي، ويزيد ولاء الجمهور لها مما يدعم تنافسيتها الاقتصادية. كل ذلك من خلال الاعتماد على المنهج التحليلي والمنهج المقارن.

تساؤلات البحث:

تطرح الورقة التساؤلات التالية: ما هو المقصود بالمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص؟ وما هي آليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة؟ وكيف يمكنها المساهمة في التنمية المستدامة؟ وما هي الدوافع التي تشجع هذه المؤسسات على الاضطلاع بمسؤوليتها الاجتماعية؟ وما هي التحديات التي تواجهها للقيام بدورها الاجتماعي؟

آليات واستراتيجيات:

لكي تنجح المقاوله الصغرى والمتوسطة في تبني وتفعيل برامج المسؤولية الاجتماعية على أرض الواقع، فإن عليها وضع استراتيجيات لتطوير المسؤولية الاجتماعية. شأنها شأن المقاوله الكبرى. تبني على ثلاثة مراحل أساسية تتمثل في: مرحلة التخطيط، ومرحلة التنفيذ، ومرحلة المتابعة والتحسين المستمر. معوقات تفعيل المسؤولية الاجتماعية من طرف المقاوله الصغيرة والمتوسطة على الرغم من ازدياد الوعي لدى الدول العربية بأهمية وتفعيل تطبيق المسؤولية الاجتماعية، فإن المقاوله الصغرى والمتوسطة لدى هذه الدول لا زالت نسبة تبنيها لبرامج المسؤولية الاجتماعية ضعيفة نسبياً مقارنة بنظيرتها الأجنبية، فهناك عدة عقبات تقف كحاجز أمام الشركات العربية في تطبيق

أضحى موضوع المسؤولية الاجتماعية للمقاوله يفرض نفسه اليوم في عالم الأعمال وكذلك على المستوى الأكاديمي، سيما بعد تزايد الضغوط الشعبية والكوارث والفضائح الأخلاقية والتطورات التكنولوجية المتسارعة، وتقشي وتنوع المخاطر المهددة للبيئة وتهميش الأبعاد الاجتماعية، مما مهد الطريق لتنامي الأزمات الدولية على الرغم من تواجد كثير من الاتفاقيات الأممية التي تؤدي إلى حفظ كرامة العمال أثناء القيام بواجبهم داخل المقاوله، مما جعل العديد من الشركات والمقاوله تسعى إلى تبني برامج فعالة للمسؤولية الاجتماعية للمقاوله، كما أصبح الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية مطلباً أساسياً للحد من الفقر من خلال التزام المؤسسات الاقتصادية من شركات محلية أو مؤسسات دولية بتوفير البيئة المناسبة للعمل، وعدم تبديد الموارد، والقيام بعمليات التوظيف والتدريب ورفع القدرات البشرية، ومساندة الفئات الأكثر احتياجاً. لكن كون المقاوله مسؤولة اجتماعياً ليس معناه فقط الوفاء تماماً بالتزامات العمل الجارية، بل تتجاوز ذلك إلى الاستثمار أكثر في الرأسمال البشري والبيئة والعلاقات مع أصحاب المصالح.

أهمية البحث:

تتبع أهمية الموضوع في كونه يعالج أحد المواضيع الراهنة، ويركز على الاهتمامات الاجتماعية والبيئية التي تعتبر المعايير الأساسية في تحقيق التنافسية والاستدامة، والزيادة في المكاسب لنسبة للشركات، ويحتل مرتبة مهمة ضمن الأولويات التي تشغل الرأي العالمي خصوصاً بعد تنامي وتزايد المخاطر المهددة للبيئة، بسبب السياسات الاقتصادية التي تجري وراء الربح المادي، دون الالتفات للجوانب البيئية والاجتماعية. إضافة إلى أن الموضوع يعطي للمقاولات شرعية أكثر، ويضمن لها صورة أفضل لدى الرأي العام، من خلال القيام بدورها اتجاه المجتمع.

مسؤوليتها، ويمكن تلخيص هذه المعوقات في عدم تواجد موظفين مؤهلين بالقدر الكافي للقيام بالمساهمة في تنزيل برامج المسؤولية الاجتماعية على أرض الواقع نظرا لنقص المعلومات لديهم بهذا الخصوص، زيادة على الثقافة العربية الأصلية المدافعة عن القيم الأبوية التقليدية، التي تقلل من الأداء الاقتصادي والتي تركز السلطة في أيدي أصحاب العمل لذلك تعمل هذه الثقافة على قمع تطور الحركات والتفاعلات بين مختلف الجهات المعنية وخاصة النفقات كما تعرقل بحكم الواقع فرص الحوار الاجتماعي. وعطفا على ما سبق فإن تفعيل المسؤولية الاجتماعية على الصعيد العربي تواجهه الهشاشة المالية والهيكلية البشرية للشركات؛ نظرا لكون المقاول الصغرة والمتوسطة هي السائدة بنسبة كبيرة، وبالطبع فإن الضعف الذي تعانيه هذه المقاول لا يجعلها تفكر في إدخال أساليب جديدة على إدارتها بشكل جدي ومن ثم التخطيط بدل الحدس. كذلك فإن موضوع تكوين أرباب المقاول والعمال حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية لا يؤخذ بالجدية المطلوبة من قبل السلطات بشكل عام.

كما يشير بعض القادة إلى أن قواعد قانون الأعمال تشير إلى مبدأ أن هدف المقاول هو تحقيق أقصى قدر من الأرباح لتحقيق رضا المساهمين الذين يتحملون بمفردهم الأخطار الناجمة عن الإفلاس. ومن الناحية العلمية يرفض رجال الأعمال تقديم التزامهم الطوعي تجاه المسؤولية الاجتماعية على أساس أنهم يحتاجون أولا للتركيز على الجوانب الاقتصادية للتصدي للمنافسة الشرسة التي تتميز بها الأسواق التي يعملون فيها. ومجمل القول هو أن رجال الأعمال يرفضون الاندماج في المسؤولية الاجتماعية للمقاول على أساس ما يلي:

- المسؤولية الاجتماعية هي مرادفة للتكاليف الإضافية.
- لا يتوقعون منها أي فائدة أو عوائد مربحة.
- نقص الموارد المالية.

- ليست ذات أولوية.
- عدم توفر الوقت المخصص لها.
- المسؤولية الاجتماعية تخص الشركات الكبرى والمتعددة الجنسيات.

إضافة إلى ما ذكر فإن العديد من الشركات تعتبر المسؤولية الاجتماعية مجرد أعمال خيرية، وقد ذهب أحد الباحثين إلى تقسيم المعوقات التي تحول دون ممارسة المؤسسات لأداء دورها الاجتماعي كما يجب، إلى معوقات إدارية ومعوقات قانونية ومعوقات مالية. فعلى المستوى الإداري نجد نقص الخبرة لدى العاملين بالشركات بخصوص الأمور الاجتماعية والأخلاقية؛ وضعف الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية، الذي هو في الواقع مرتبط بفلسفة الإدارة العليا تجاه المجتمع والبيئة المحيطة، وضعف الاهتمام ببرامج المسؤولية الاجتماعية؛ وعدم وجود اتصال فاعل من قبل الإدارات مع الجمهور.

إضافة لما سبق لخص الباحث أسباب تدني التزام قادة المقاول المغربية والعربية بالمسؤولية الاجتماعية في حقيقة ما يعتقدون، كون هذه المسؤولية هي مرادفة في المقام الأول لزيادة التكلفة، والحال أن المقاول مطالبة لعمل والكفاح من أجل الحفاظ على قدر من التنافسية تضمن لها استمرارية إلى أبعد مدى.

وعلى المستوى القانوني يمكن الحديث عن غياب تواجد دستور اجتماعي أخلاقي داخل منظمات الأعمال، كما هو الشأن لدى كبرى الشركات العالمية، زد على ذلك عدم احترام الأنظمة القانونية والتشريعات المحلية في سبيل تحقيق المكاسب المادية؛ وعدم وجود سياسية اجتماعية أخلاقية التي هي وظيفة من وظائف التخطيط الاستراتيجي؛ والتي يمكن أن تشجع المقاول على لزوم الأعمال المشمولة بالقيم.

في حين تتمثل العوائق المالية في كون أن هدف بعض الشركات ينحصر في تحقيق الأرباح فقط دون الأخذ لاعتبار الجوانب

نتائج البحث:

- أظهرت الدراسة أنه لا يوجد هناك تعريف واحد متفق عليه للمسؤولية الاجتماعية.
- تزايد الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات في مختلف البلدان وأصبح لها الأولوية من حيث تحويل الشركات إلى شركاء في التنمية المستدامة.
- تحمل المقاوله لمسؤولياتها يحقق العديد من الفوائد للمجتمع المحلي والشركات معا.
- لا زال هناك غموض وعدم دراية كافية من جانب كل الأفراد والمجتمع العربي ككل بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات وأبعادها ومدى تطورها وكذلك بمدى فعاليتها وكيفية بلورتها والإفادة منها.

التوصيات:

- لتفعيل مبدأ المسؤولية الاجتماعية أوصى الباحث بما يلي:
- تنمية خبرات العاملين وتحفيزهم على الإبداع والاعتماد على الذات من خلال إيفاد البعض منهم لحضور المؤتمرات والدورات المتعلقة بالتخصصات التي ينتمون إليها.
- العمل على استقطاب خبراء في الميدان من أجل تعزيز قدرات العاملين.
- تشجيع السلوكيات الصديقة للبيئة من قبل الموظفين، وذلك عبر الترويج للتوعية بأهمية الحفاظ على الماء والكهرباء والمواد الاستهلاكية، واستخدام أدوات موفرة للماء والكهرباء والمحافظة على كل الموارد.
- قيام الجهات المعنية بتنظيم دورات تدريبية وندوات لصقل الخبرات في مجال المسؤولية الاجتماعية للمقاولات.
- مقالة باللهجة المغربية، يقصد بها مشروع أو شركة صغيرة للاستزادة يرجى الاطلاع على الموقع الإلكتروني التالي:
<https://www.academia.edu/32000662/>

الاجتماعية؛ كما أنه يسود هناك اعتقاد لدى قادة الأعمال على أن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يؤدي حتما إلى ضعف وانخفاض الأرباح المالية للشركات، كما يسجل هناك صعوبة التوفيق بين الربح كهدف أساسي بالنسبة للشركات وانفتاحها على المستوى الاجتماعي.

ومن بين الأسباب التي تعيق تفعيل المسؤولية الاجتماعية على الصعيد العربي بشكل عام والمغربي بشكل خاص ضعف التشريعات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية، فقد تم صياغة العديد من التشريعات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية إلا أن تلك التشريعات تبقى غير ملزمة. وقد عمد الإتحاد العام لمقاولات المغرب إلى طرح ميثاق المسؤولية الاجتماعية للشركات تناول مبادئ المسؤولية الاجتماعية الأساسية من احترام حقوق الإنسان والتحسين المستمر لظروف التشغيل والعمل والعلاقات المهنية، وحماية البيئة، وتفاذي الرشوة، واحترام قواعد المنافسة الشريفة، وتعزيز حكامه وشفافية المقاوله، واحترام حقوق الزبائن والمستهلكين، وتشجيع المسؤولية الاجتماعية للمزودين المباشرين وغير المباشرين، وتنمية الالتزام المجتمعي. ومن الأسباب كذلك ضعف ثقافة المقاوله في المساهمة في القضايا الاجتماعية والبيئية بحيث تختلف هذه الثقافة من مقاوله إلى أخرى بالنظر إلى الموروث الثقالي لدى مؤسسيها على اعتبار أن ثقافة المقاوله تكون عادة مستنبطة من ثقافة صاحبها وما له من قيم ومعتقدات، كما أن قلة الاهتمام للمحاسبة على المسؤولية الاجتماعية من طرف المنظمات النقابية يعتبر سببا محوريا في ضعف التزام المقاوله ذا المسؤولية الطوعية. بحيث يبقى من أدوارها دفع المقاوله إلى القيام بالمسؤولية المجتمعية، بيد أن الواقع يوضح ضعف اهتمام النقابات المهنية بهذا الموضوع مما يسبب تدني اهتمام المقاوله بمسؤوليتها المجتمعية

برامج المسؤولية المجتمعية - المملكة العربية السعودية «أنموذجاً»^١

أعدته للنشر: الدكتورة نعيمة إبراهيم الغنّام
رئيسة مكتب خبراء الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية

المقدمة :

يقول البروفيسور سامي نصار «إن تحقيق أهداف التنمية المستدامة بحلول عام ٢٠٣٠ رهن تفعيل المشاركة الاجتماعية وتوجيه الجهد الرئيسي فيها نحو إنجاز هذه الأهداف، ولن تكون هناك مشاركة اجتماعية دون شيوع روح المسؤولية الاجتماعية، بمعنى شعور أفراد المجتمع ومنظماته بضرورة العمل لمصلحة المجتمع والقيام بأدوارهم - طوعية - نحو تحقيق التوازن الاجتماعي من خلال مبادراتهم للإسهام في كافة مناشط المجتمع الاقتصادية والثقافية والاجتماعية» ومن هنا تنبع أهمية هذا البحث المعنون ب: برامج المسؤولية المجتمعية - المملكة العربية السعودية «أنموذجاً». من إعداد الباحث د. الرمضي بن قاعد الصقري. المشرف العام على الشبكة السعودية للمسؤولية المجتمعية، والذي يتصدى لقضية المسؤولية المجتمعية؛ حيث يعكس صورة وضع برامج المسؤولية المجتمعية في المملكة العربية السعودية.

١. الصقري، الرمضي بن قاعد. (٢٠١٦). برامج المسؤولية المجتمعية - المملكة العربية السعودية «أنموذجاً». ورقة عمل قدمت في المؤتمر الدولي العلمي الأول للمسؤولية المجتمعية - الواقع واستشراف المستقبل بقاعة مركز الفيصل للمسؤولية المجتمعية ، الدوحة قطر. في الفترة من ١٩-٢١ مارس ٢٠١٦م.

هدف الدراسة :

١. التعرف على برامج المسؤولية الاجتماعية في القطاع الخاص تجاه العاملين.
 ٢. التعرف على برامج المسؤولية الاجتماعية في القطاع الخاص تجاه المجتمع .
 ٣. رصد معوقات برامج المسؤولية الاجتماعية في القطاع الخاص.
 ٤. التعرف على مقترحات القطاع الخاص في المسؤولية الاجتماعية. وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الاستطلاعية، لعدم وجود دراسات سابقة ناقشت واقع المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص بالمملكة، كما أنها وصفية حيث تصف واقع برامج المسؤولية الاجتماعية في منظمات القطاع الخاص بالمملكة العربية السعودية.
- استخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي، بالإضافة إلى أدوات أخرى منها الزيارات الميدانية والمقابلات.

مجتمع وعينة الدراسة :

طبقت هذه الدراسة على الشركات العاملة بالمملكة العربية السعودية المصنفة بالدرجة الأولى والدرجة الممتازة على عينة قوامها (٢١١) شركة، وتصنف الغرفة التجارية الصناعية الشركات والمؤسسات إلى خمس فئات بحسب رأس المال هي: فئة الدرجة الأولى، وفئة الدرجة الثانية، وفئة الدرجة الثالثة، وفئة الدرجة الرابعة. أما الفئة الخامسة هي فئة الدرجة الممتازة.

مجالات الدراسة :

طبقت هذه الدراسة في ثلاث مناطق رئيسية بالمملكة العربية السعودية؛ هي المنطقة الوسطى في الرياض والغربية في جدة والشرقية في حاضرة الدمام، والجبيل، نظراً لمكانتها الاقتصادية والتجارية، حيث تحتوي على أغلب منظمات القطاع الخاص، بحيث تم أخذ عينة تتناسب مع عدد الشركات ومجال تصنيفها، ونوعية نشاطها (صناعية، تجارية، خدمية).

تقصت الدراسة آراء ٢١١ مسؤولاً في المؤسسات والشركات السعودية كان من بينهم ١١ رئيس مجلس إدارة، و١٣ نائب رئيس مجلس إدارة، و٢٦ مديراً تنفيذياً، بينما استطلعت آراء ٦٢ مديراً عاماً في العينة المختارة. وتوزعت بقية الآراء على: ٤٧ رئيس قسم، مشرفان عامان، مساعداً مدير، ١٢ علاقات عامة، وواحد عضو مسؤولية اجتماعية، و٢٣ عرفوا أنفسهم بأخرين، ولم يحدد ١٢ شخصاً استطلعت آراؤهم مساهم الوظيفي.

وتوصل الباحث إلى أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية لا يزال غير واضح للشركات، وبرامج المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين تتمركز حول الرعاية الصحية، وتوفير السكن أو تقديم بدل عنه، وأن البرامج المقدمة للعاملين تتركز على المسؤولية القانونية وهي أدنى درجات المسؤولية الاجتماعية. وأغلب برامج المسؤولية الاجتماعية هي استقطاب المواطنين (السعودي). وكذلك عدم التوازن في برامج المسؤولية الاجتماعية، حيث ترتفع برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع، بينما يتدنى الاهتمام بالعاملين والبيئة .

أهم البرامج التي نفذت في إطار المسؤولية الاجتماعية: برامج التدريب والتوظيف، ودعم الجمعيات الخيرية، مما يؤكد اختلاط مفهوم المسؤولية الاجتماعية مع مفهوم العمل الخيري الذي يتم بدوافع دينية، أو تحت ضغوط اجتماعية .

نتائج الدراسة :

وتبين من خلال الدراسة أن ٨٠ مؤسسة وشركة من العينة لا يوجد بها إدارة للمسؤولية الاجتماعية، وهو ما يعادل ٣٨ ٪ من العينة، في حين تبين أن ٢٥ ٪ من الشركات تسند المهمة إلى العلاقات العامة (٥٣)، و ١٨ ٪ يقوم بها مجلس الإدارة، بينما في ١١ ٪ من العينة تسند المهمة إلى إدارة أو قسم المسؤولية الاجتماعية، وفي ٧ ٪ يقوم بالمهمة المدير التنفيذي. وتبين أن ٣٣ ٪ من الشركات المشاركة في الدراسة تعتمد على

أسلوب الدعم المالي فقط للمسؤولية الاجتماعية، في حين أن ٢٨٪ من الشركات لم تشارك أصلاً و ١٣٪ تشارك مع جهات أخرى، ومثلها قالت إنها تعتمد على تنفيذ البرامج كاملة. توصيات ومقترحات

١. خلص الباحث إلى توصيات تتعلق بالقطاع الحكومي وتشمل:
 - إيجاد كيان قانوني كمظلة رسمية وذات استقلالية بالمشاركة مع منظمات القطاع الخاص ومنظمات المجتمع المدني لتنظيم التشريعات وتحديد الأولويات والاحتياجات لبرامج المسؤولية الاجتماعية في المجتمع.
 - تحديد الاحتياجات والأولويات ومن ثم إعداد إستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية بالمملكة بالمشاركة مع القطاع الخاص ومنظمات المجتمع المدني.
 - اعتماد المسؤولية الاجتماعية كأحد المعايير الأساسية التي تعطي منظمات القطاع الخاص بعض الحوافز والامتيازات والإعفاءات عند التعامل مع القطاع الحكومي.
 - أن تتولى كافة الجهات ذات العلاقة مثل وزارة التجارة والصناعة والشؤون الاجتماعية ووزارة المالية ووزارة العمل ومنظمات المجتمع المدني تكثيف التوعية بالمسؤولية الاجتماعية من خلال كافة القنوات الممكنة للمجتمع والقطاع الخاص.
 - أن تتولى وزارة الثقافة والإعلام وكافة الجهات الإعلامية ومنظمات المجتمع المدني دورها التوعوي في نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية.
 - تشجيع تسهيل الاستثمار للمنظمات في مجالات التدريب والتخطيط، وإتاحة المجال للموظفين الحكوميين المختصين في هذا المجال بالمساهمة في نشر التوعية المجتمعية والتوعية لقطاع الأعمال في هذا المجال.
 - تضمين المسؤولية الاجتماعية في المناهج التعليمية في

التعليم العام من المراحل الإعدادية والثانوية وكذلك التعليم العالي، وإيجاد تخصص فرعي في الجامعات للمسؤولية الاجتماعية بكافة الدرجات العلمية وبنفس الوقت استحداث وظائف في الوزارات الخدمية بهذا التخصص.

- إنشاء أقسام وإدارات مختصة للمسؤولية الاجتماعية في الجهات الحكومية وشبه الحكومية تعمل على تحديد الأولويات، وتسهيل قنوات التواصل مع منظمات القطاع الخاص، وتقديم الاستشارات والتسهيلات لها.
 - تأهيل منظمات المجتمع المدني بصفقتها من ينفذ ويستفيد من أغلب هذه البرامج لاستيعاب هذا المفهوم والعمل على تسويقه والاستفادة منه وإعداد برامج مسؤولية اجتماعية تناسب منظمات القطاع الخاص بحسب مجالاتها وتعزيز الشفافية.
 - إيجاد مؤشر محلي تدخل فيه كافة المنظمات الاقتصادية بحسب مساهماتها وأثرها في المجتمع وفق عدة مسارات حتى يكون دافعاً معنوياً للمنظمات.
 - إيجاد جائزة للمسؤولية الاجتماعية لمنظمات القطاع الخاص، في ثلاثة مجالات لتكون من معززات التنافس في هذا المجال على المستوى العربي.
- أما على صعيد منظمات القطاع الخاص فقد قدم الباحث التوصيات التالية:
- أن تسعى الإدارات العليا بالمنظمات الاقتصادية إلى زيادة الوعي بأهمية المسؤولية الاجتماعية في أقسامها الداخلية، وإدراجها ضمن إستراتيجياتها.
 - إنشاء أقسام أو إدارات في الهياكل التنظيمية للمنظمات الاقتصادية وتخصيص ميزانيات لهذه الأقسام لتخطيط وصياغة وتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية وفق أولويات واحتياجات المجتمع.

- زيادة فعالية الشراكة الاجتماعية في تنفيذ هذه البرامج، سواء مع منظمات اقتصادية مماثلة أو مع منظمات مجتمع مدني أو حكومي.
- إصدار المنظمات الاقتصادية التي لديها برامج المسؤولية الاجتماعية تقارير دورية عن نشاطها في المسؤولية الاجتماعية حتى يتم قياسها.
- معاملة المسؤولية الاجتماعية على أنها استثمار بحد ذاته وأنها ليست تكلفة أو عطاء إنما هي أحداث أثر ومنفعة متبادلة للشركات والمجتمع في آن واحد، وإحدى أدوات التنمية المستدامة.
- للاستزادة يرجى الاطلاع على الموقع الإلكتروني التالي:
<https://csrsa.net post/531>

تقييم وتحليل ممارسة منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية

(دراسة تطبيقية عن شركات القطاع الخاص في مدينة مصراتة)^١

أعدته للنشر: الدكتورة نعيمة إبراهيم الغنّام
رئيسة مكتب خبراء الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية

المقدمة :

إن المسؤولية الاجتماعية تعد من أهم المقاييس التي تستخدم في الحكم على مدى تميز وتفوق منظمات الأعمال، الأمر الذي دفع بالعديد من الشركات للعمل نحو تعزيز برامج المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل في مختلف المجالات. لا سيما في الإنتاج والعمليات، وذلك انطلاقاً من مبدأ الالتزام بالواجبات الاجتماعية والأخلاقية تجاه البيئة والمجتمع.

١. فتحي التريكي وأحمد بازينة، ٢٠١٦ تقييم وتحليل ممارسة منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية - المجلد (٤) العدد (١) ديسمبر ٢٠١٦

١. هل تعكس بيئة العمل الداخلية (هيكل المدخلات، هيكل الأنشطة والعمليات، وهيكل المخرجات) لشركات القطاع الخاص التزامها بمسؤوليتها الاجتماعية؟
٢. هل تلتزم شركات القطاع الخاص بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه القضايا الإنسانية والبيئية للمجتمع؟
٣. هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية ونتائج الأعمال بشركات القطاع الخاص؟

أهمية الدراسة :

يعتبر موضوع المسؤولية الاجتماعية من المواضيع التي تطرح بقوة على المستوى الدولي، وأصبحت المسؤولية الاجتماعية جزءاً لا يتجزأ من الاستراتيجيات التي تتبناها معظم المنظمات والشركات الدولية، وبالتالي فإن أهمية هذه الدراسة تتبع أساساً من أهمية الموضوع نفسه، كما تأتي أهمية هذه الدراسة من كونها تقدم وصفاً علمياً لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وأبعادها، وطرق تقييم أداء الشركات لمسؤوليتها الاجتماعية، كما تستمد هذه الدراسة أهميتها أيضاً باعتبارها إسهاماً متواضعاً يهدف به الباحثان للتعرف على مدى التزام شركات القطاع الخاص في ليبيا بمسؤوليتها الاجتماعية، ومن المتوقع أن تساهم نتائج هذه الدراسة في تعزيز المبادئ والسلوكيات الأخلاقية والاجتماعية للشركات الليبية بما يعزز مواكبة التطورات والارتقاء بمستوى التفاعل الاجتماعي مع البيئة والمجتمع الذي تعمل فيه هذه الشركات.

فرضيات الدراسة :

بالاستناد إلى مشكلة الدراسة، ومن أجل الوصول إلى إجابة لتساؤلاتها فقد تم صياغة فرضيات الدراسة ضمن ثلاث فرضيات رئيسية؛ تتضمن الفرضية الرئيسية الأولى تحليل

ذكر الباحثان فتحي الطاهر التريكي وأمحمد مصطفى بازينة من قسم إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة مصراتة- ليبيا بأنه ونظراً للتزايد الملحوظ في منظمات القطاع الخاص في ليبيا، خصوصاً بعد النجاحات التي حققتها على مستوى الحجم والربحية، وفي ظل فشل واستمرارية تدني الدور الاقتصادي والاجتماعي للشركات الحكومية، الأمر الذي فرض لها دوراً اجتماعياً جديداً، وبشكل يساهم في تحقيق أهدافها أو تطلعاتها الاجتماعية، كما وأن مؤشر أداء المنظمات لم يعد مقتصرًا على الأداء الاقتصادي والمالي فحسب، وإنما أصبح للأداء الاجتماعي دور محوري في قياس الأداء، الأمر الذي يجذب الانتباه لمحاولة التعرف على مفهوم المسؤولية الاجتماعية، ومحاولة التأسيس العلمي والفكري لهذا المفهوم، ومن ثم إمكانية إيجاد مؤشرات أو معايير لقياس وتقييم أداء الشركات في ممارساتها لمسؤوليتها الاجتماعية، وكل ذلك يدفع بالباحثين نحو محاولة تقييم أداء شركات القطاع الخاص في مجال تطبيق أو ممارسة المسؤولية الاجتماعية.

مشكلة الدراسة :

يكتسب الدور الاجتماعي لشركات القطاع الخاص بشكل عام أهمية متزايدة، حيث لم يعد تحقيق معايير الميزة التنافسية يعتمد على قوة المراكز المالية للشركات فحسب؛ بل ظهرت مفاهيم حديثة للمنظمات تتطلب خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة لبيئة الأعمال، بما يعكس الدور الاجتماعي لهذه الشركات، وعليه فإن مشكلة الدراسة تتبلور من خلال طرح التساؤل التالي:

ما هو مستوى التزام شركات القطاع الخاص بمدينة مصراتة بمسؤوليتها الاجتماعية؟

ويتفرع من هذا السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

٢. تقييم ممارسة الشركات موضوع الدراسة لمسؤوليتها الاجتماعية وفق معايير ومؤشرات علمية.
٣. نشر ثقافة الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في الشركات وفي المجتمع ككل.

منهجية الدراسة :

تستخدم هذه الدراسة منهجية وصفية تحليلية، حيث تركزت أعمال المنهج الوصفي على وصف المفاهيم الواردة في الدراسة وصفاً علمياً دقيقاً، وتحديد ملامحها وصفاتها الخاصة بها تمهيداً لتحليلها، بمعنى أن عملية الوصول إلى النتائج في هذه الدراسة قد تمت وفقاً لتسلسل منطقي ابتداءً من وصف العلاقة القائمة بين المفاهيم الأساسية.

بينما تركزت أعمال المنهج التحليلي بعملية إجراء المسح الاستطلاعي لعينة من شركات القطاع الخاص بمدينة مصراتة والطلب منهما لإجابة على فقرات الاستبانة المصممة لهذا الغرض، ومن ثم تم تحليل البيانات المُجمعة باستخدام برمجية الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) بالطرق الإحصائية المناسبة.

تصميم الدراسة ومنهجية تحليل البيانات :

مصادر جمع البيانات:

تم الحصول على البيانات اللازمة لتحقيق أهداف الدراسة بالاعتماد على مصدرين هما: البيانات الثانوية؛ وذلك من خلال مراجعة الدوريات والكتب والمنشورات المتعلقة بموضوع الدراسة، والتي تعنى بموضوع المسؤولية الاجتماعية لشركات الأعمال، سواء على مستوى نشاطها وعملياتها الإنتاجية، أو على مستوى القضايا الإنسانية والبيئية للمجتمع، والتي رأى الباحث بأنها تفيد في إثراء الدراسة بشكل علمي، ولمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة تم الاعتماد على البيانات

وقياس مدى التزام شركات القطاع الخاص في مدينة مصراتة بواجبها ومسؤوليتها الاجتماعية المتعلقة بأنشطتها وعملياتها الإنتاجية، وتتضمن الفرضية الرئيسية الثانية تحليل وقياس مدى التزام هذه الشركات بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه القضايا الإنسانية والبيئية في المجتمع الذي تعمل فيه هذه الشركات، وتتضمن الفرضية الرئيسية الثالثة قياس اتجاه العلاقة بين التزام شركات القطاع الخاص بمدينة مصراتة بمسؤوليتها الاجتماعية ونتائج أعمالها. وعليه تمت صياغة فرضيات الدراسة بالصورة العدمية على النحو التالي:

H01: لا تلتزم شركات القطاع الخاص بمدينة مصراتة بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه عناصر بيئتها الداخلية (هيكل المدخلات، والأنشطة والعمليات، والمخرجات).

H02: لا تلتزم شركات القطاع الخاص بمدينة مصراتة بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه القضايا الإنسانية والبيئية في المجتمع.

H03: لا توجد علاقة دالة إحصائية بين التزام شركات القطاع الخاص بمدينة مصراتة بمسؤوليتها الاجتماعية ونتائج أعمالها.

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل واقع التزام شركات القطاع الخاص العاملة في مدينة مصراتة بمسؤوليتها الاجتماعية، وذلك في إطار تحليل جوانبها المتعلقة بالأنشطة والعمليات، وجوانبها المتعلقة بالبيئة والمجتمع، وعلى مسيرة تحقيق هذا الهدف الرئيسي تنبثق مجموعة من الأهداف الفرعية التي يمكن إجمالها بالآتي:

١. المساهمة في بيان المفهوم العلمي للمسؤولية الاجتماعية، ومحدداتها، وأهميتها بالنسبة للشركات.

الخماسي لقياس اتجاهات المستجيبين حول فقرات الاستبيان، وتم توصيف درجات القياس، وتحديد الأوزان الترجيحية.

**جدول رقم (١) توصيف درجات مقياس ليكرت
الخماسي وأوزانها الترجيحية**

درجة كبيرة جداً	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة	درجة ضعيفة جداً
٥	٤	٣	٢	١

مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من كافة شركات القطاع الخاص بمدينة مصراتة، أما عينة الدراسة فتحددت بعدد (٥) شركات؛ اثنان منها تنتمي لقطاع الصناعة (شركة المدينة للطلاء والمعاجين، وشركة النسيم للمواد الغذائية)، وتنتمي شركات العينة الأخرى لقطاع الخدمات (شركة مستشفى الأمل، شركة البحر المتوسط للنظافة، وشركة قصر الخليل للمقاولات)، ويرى الباحثان بأن أسلوب المعاينة الاجتهادية (Judgment Sampling) الذي تم استخدامه لاختيار شركات العينة من المتوقع أن يعطي نتائج أكثر وضوحاً، وفي نفس الوقت فإن تأثيره على خاصية التعميم سيبقى في حدود المقبول.

وبحكم المعرفة الشخصية للباحثين بإدارة شركات العينة، فقد تم إرسال استمارات الاستبيان إليها باستخدام البريد مباشرة، وقد أعطى الباحثان الوقت الكافي للمستجيبين للإجابة على أسئلة الاستبيان، حيث تراوحت المدة بين توزيع الاستمارات وتجميعها حولي (٧) أيام، وقد بلغ عدد الاستمارات المجمع (٦٥) منها (٥٨) استمارة صالحة للتحليل من أصل (٧٠) استمارة، أي حوالي نسبة (٨٥،٨٢%) من عدد الاستمارات الموزعة، وهي نسبة جيدة يمكن الاعتماد

الأولية والتي تم تجميعها من خلال استمارة استبيان كأداة رئيسية صممت خصيصاً لهذا الغرض، بحيث تغطي كافة الجوانب المتعلقة بتساؤلات المشكلة، وفرضياتها أو أهدافها.

أداة جمع البيانات:

توفر نظرية المعرفة العديد من الطرق والأدوات التي يمكن الاعتماد عليها في الوصول إلى البيانات، ومن هذه الطرق الملاحظة، والمقابلات الشخصية، والجدول الإلكتروني، والاستبيان، وتعتبر الاستبيانات من أهم وأبرز الوسائل الفعالة لجمع البيانات، لذلك فقد استخدمت في الدراسة الحالية كوسيلة لجمع البيانات التي تتطلبها مشكلة الدراسة، وقد تم تصميمها بمراعاة المبادئ العامة في صياغة الاستبيان بعد الاطلاع على الأدب الإداري، والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، مع الأخذ بالاعتبار كل ما يتماشى، ويتسق، ويتواءم مع البيئة المحلية، وبذلك استطاع الباحثان تصميم أسئلة مغلقة لقياس وتحليل ممارسة منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية بحيث تساعد هذه الأسئلة المستجيب على اتخاذ قرار سريع من خلال الاختيار بين البدائل المتاحة لكل سؤال، وقد قام الباحثان بتصميم وطرح الخيارات بطريقة جامعة مانعة، بحيث تمنع المستجيب من استعمال خيارين أو أكثر، وأنها شاملة لجميع البدائل.

وعلى الرغم من مزايا الأسئلة المغلقة، إلا أنها قد تضع تقييداً لبعض المستجيبين حتى في الحالات التي تكون فيها الخيارات محددة بدقة، وتفادياً لذلك فقد تم وضع فقرة مفتوحة في نهاية الاستبيان بشكل يتيح للمستجيبين المشاركة وإبداء ملاحظاتهم عن أي أبعاد وعناصر أخرى يرون أنها متعلقة بموضوع الدراسة، ولم يتطرق لها الباحثان في الأسئلة المغلقة. وتماشياً مع هذه المبادئ فقد تم اعتماد مقياس ليكرت

عليها في تحليل بيانات الدراسة.

اختبار فرضيات الدراسة :

يتناول هذا الجزء اختبار فرضيات الدراسة، بالاعتماد على البيانات المجمعة من الاستبانات الموزعة على الشركات عينة الدراسة، وذلك باستخدام أساليب الإحصاء الاستنتاجي (المعلمية، وغير المعلمية)، وذلك بهدف التحقق من صحة الفرضيات أو رفضها.

• اختبار الإشارة :

يعد اختبار الإشارة (Sign Test) من ضمن الاختبارات اللامعلمية التي تُجرى عندما لا تتوفر خاصية التوزيع الطبيعي في البيانات، وهو اختبار مقابل لاختبار (t) الأحادي (One Sample T Test) الذي يُجرى عندما تتبع البيانات التوزيع الطبيعي، وحيث أن نتائج اختبار خاصية التوزيع الطبيعي (S.W) (K.S) والمتعلقة بمتغيرات فرضية الدراسة الأولى تشير إلى أن بيانات متغير هيكل المدخلات، ومتغير هيكل الأنشطة والعمليات، ومتغير هيكل المخرجات لا تتبع التوزيع الطبيعي، وعليه تم استخدام اختبار الإشارة للتحقق من الفرضية الرئيسية الأولى للدراسة، وتمت صياغة قاعدة الرفض والقبول لهذا الاختبار على النحو التالي:

$$3 = \text{Median} : H_0$$

$$3 \neq \text{Median} : H_1$$

وتقضي قاعدة القرار بأنه إذا كانت قيمة مستوى المعنوية المشاهد (Sig < 0.05)، فهذا يشير إلى عدم رفض الفرضية الرئيسية الأولى للدراسة. أما إذا كانت قيمة مستوى المعنوية المشاهد (Sig > 0.05) فهذا يدل على رفض الفرضية الرئيسية الأولى، وقبول الفرضية البديلة لها.

• اختبار (t) حول متوسط عينة واحدة (One Sample T Test):

يعد اختبار (t) حول متوسط عينة واحدة من ضمن الاختبارات المعلمية التي تستخدم عندما تتوفر خاصية التوزيع الطبيعي للبيانات، وحيث أن نتائج اختبار خاصية التوزيع الطبيعي (S.W) (K.S) والمتعلق بالآثار المترتبة عن ممارسة المسؤولية الاجتماعية، تشير إلى أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، وعليه تم استخدام اختبار (t) لمتوسط عينة واحدة للتحقق من الفرضية الرئيسية الثانية للدراسة، وتمت صياغة قاعدة الرفض والقبول لهذا الاختبار على النحو التالي:

$$H_0 : \mu = 3$$

$$H_1 : \mu \neq 3$$

وتقضي قاعدة القرار بأنه إذا كانت قيمة مستوى المعنوية المشاهد للاختبار (Sig < 0.05)، فهذا يشير إلى عدم رفض الفرضية الرئيسية الثانية. أما إذا كانت قيمة مستوى المعنوية (Sig > 0.05) فهذا يدل على رفض الفرضية الرئيسية الثانية، وقبول الفرضية البديلة لها.

• معامل ارتباط سبيرمان Spearman Correlation:

يستخدم معامل ارتباط سبيرمان Spearman Correlation لقياس قوة الارتباط عندما تكون بيانات أحد المتغيرين أو كليهما لا تتبع التوزيع الطبيعي، ومن خلال الاختبار الإحصائي المرافق لقيمة معامل الارتباطي مكن إقرار أو عدم إقرار وجود علاقة خطية دالة إحصائياً بين متغيرات الدراسة، ويوضح الجدول رقم (٨) نتائج مصفوفة ارتباط سبيرمان.

جدول (٢) مصفوفة ارتباط Spearman الفرضية الرئيسية الثالثة

H ₀₃	المدخلات	الأنشطة والعمليات	المخرجات	نتائج الأعمال
المدخلات	1.000			
الأنشطة والعمليات	0.561**	1.000		
المخرجات	0.709**	0.686**	1.000	
نتائج الأعمال	0.732**	0.731**	0.819**	1.000

نتائج الدراسة وتوصياتها :

تشير البيانات المتعلقة بنتائج اختبار فرضية الدراسة الرئيسية الأولى إلى أن مستوى المعنوية لاختبار الإشارة كانت جميعها أقل من (٠,٠٥) لأبعاد البيئة الداخلية المتمثلة في هيكل المدخلات وهيكل الأنشطة والعمليات وهيكل المخرجات. فيما يخص هيكل المدخلات تشير النتائج إلى أن الشركات تلتزم بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه أبعاد هذا العنصر حيث أن رسالة الشركات تنص على أوجه ممارستها لمسؤوليتها الاجتماعية عند صياغة الخطط الاستراتيجية طويلة المدى، كما يتضح أن الهيكل التنظيمي في هذه الشركات يتضمن وحدة تختص بالمتابعة والإشراف على ممارسة الشركات لمسؤوليتها الاجتماعية، ويتم تخصيص مبالغ مالية في ميزانياتها لبرامج وخطط المسؤولية الاجتماعية.

أما فيما يتعلق بالتزام الشركة بمسؤوليتها الاجتماعية حول عنصر الأنشطة والعمليات التي تمارسها فقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن الشركات تلتزم باللوائح والقوانين المحلية والدولية المتعلقة بممارسة المسؤولية الاجتماعية، وتساهم ماليا في دعم المشروعات الخيرية وتلتزم بالأعراف والتقاليد المجتمعية وتقوم بتنفيذ أغلب المبادرات الاجتماعية التي طرحتها.

وفيما يخص هيكل المخرجات لشركات القطاع الخاص فتشير النتائج إلى أن الشركات تحقق أرباحاً معقولة عند ممارستها لأعمالها وتحرص على تأمين العاملين بها وتقديم الخدمات العلاجية لهم، كما تحصلت أغلب الشركات على شهادات الجودة (الأيزو)، وأنها تقوم بدفع الضرائب المستحقة عليها تجاه الدولة.

كما تشير النتائج الخاصة باختبار فرضية الدراسة الرئيسية الثانية والمتعلقة بمدى التزام الشركات بمسؤوليتها الاجتماعية

تجاه البيئة والمجتمع إلى أن مستوى المعنوية المرافق لاختبار (t) هو أقل من ٠,٠٥، وعليه يتم رفض هذه الفرضية وقبول الفرضية البديلة لها،

وتشير البيانات الموضحة بالجدول رقم (٢) والذي يبين مصفوفة ارتباط سبيرمان بين عناصر البيئة الداخلية (المدخلات، الأنشطة، والعمليات، المخرجات) ونتائج أعمال الشركة إلى أن عنصر المدخلات يرتبط بمعامل ارتباط موجب قدرة ٠,٧٣، مع نتائج أعمال الشركة، وهذا يعني أن الشركات التي تتضمن رسالتها رؤية واضحة ومحددة نحو مسؤوليتها الاجتماعية وتخصص مبالغ مالية لدعم برامج وخطط ممارسة المسؤولية الاجتماعية فيما يخص عناصر بيئتها الخارجية كل ذلك سينعكس إيجابياً على نتائج أعمالها، كما أن نتائج أعمال الشركة ترتبط إيجابياً بالمسؤولية الاجتماعية المتعلقة بالأنشطة والعمليات وبمعامل ارتباط قدره ٠,٧٣، أيضاً، وبالتالي كلما تقيدت الشركة بمسؤوليتها الاجتماعية من خلال القوانين واللوائح المحلية ودعمت المشروعات الخيرية والأنشطة العلمية والبحثية رغم أنها تمثل تكلفة في المدى القصير إلا أن ذلك سينعكس إيجابياً على نتائج الأنشطة والأعمال في المدى الطويل .

أما فيما يخص نتائج أعمال الشركة وعلاقتها بممارسة مسؤوليتها الاجتماعية ضمن هيكل المخرجات فقد أشارت النتائج الموضحة بالجدول رقم (٢) إلى أن معامل الارتباط يبلغ حوالي ٠,٨٢، وبمستوى معنوية أقل من ٠,٠١، وهذه العلاقة القوية يمكن تفسيرها من خلال أن التزام الشركات بمسؤوليتها الاجتماعية فيما يخص المخرجات والتي من بينها عمليات التأمين على العاملين وتقديم الخدمات العلاجية لهم وصرف مرتبات تضمن مستويات معيشية مقبولة، كل هذه

- دعم القيام بورش العمل والملتقيات العلمية المتعلقة بنشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية بين الشركات داخل المجتمع.
- كمقترح للبحث والتطوير توصي الدراسة بقياس وتقييم وتحليل ممارسات المسؤولية الاجتماعية لدى شركات القطاع العام، وأيضاً استخدام أسلوب المعاينة العشوائية بدلاً من أسلوب المعاينة الاجتهادية المستخدمة في هذه الدراسة وذلك للوقوف بشكل أكثر دقة على ممارسات المسؤولية الاجتماعية لمعظم الشركات، كما يقترح الباحثان القيام بدراسة أثر التزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية على التنمية المستدامة كونه محورياً ركزت عليه الكثير من الدراسات ولم تتطرق إليه الدراسات في البيئة المحلية.

للاستزادة يرجى الاطلاع على الموقع الإلكتروني التالي:

<http://mdr.misuratau.edu.ly/bitstream/pdf.194/607/123456789/handle>

تولد درجات جيدة من الرضا والانتماء للمؤسسة وبالتالي ستعكس ايجابياً على الإنتاجية وتحقيق الإيرادات، مما يعني انسجام أهداف الشركة مع أهداف العاملين.

وبالاستناد على ما سبق فإن الدراسة تقدم التوصيات التالية :

- زيادة الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية وجعلها محورياً أساسياً في أعمال الشركة وأن يكون النص عليها صريحاً وواضحاً من قبل الشركات في رسالتها ورؤيتها وأهدافها.
- تتضمن المسؤولية الاجتماعية للشركات أبعاداً مختلفة تقع ضمن عناصر بيئتها الداخلية والخارجية منها ما يتعلق بالمدخلات وهيكل الأنشطة والعمليات والمخرجات وبالتالي نوصي الشركات بزيادة التركيز على تبني مفاهيم المسؤولية الاجتماعية المتعلقة بمختلف تلك العمليات في المدى القصير وستعود بنتائج أكثر ايجابية في المدى البعيد وستعكس إيجابياً على المواءمة بين تحقيق أهداف الشركة وأهداف العاملين بها.

دور المسؤولية الاجتماعية بالشركات الخاصة في تمويل أنشطة العمل الطوعي في السودان^١

أعدته للنشر: الدكتورة نعيمة إبراهيم الغنّام
رئيسة مكتب خبراء الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية

المقدمة :

العمل الطوعي في السودان كانت بداياته الفعلية مرتبطة بإرث وثقافة وعادات وتقاليد أهل السودان، وعُرف الخيرين من أهل السودان في مجال التعليم وفي مجال رعاية الأيتام ورتق النسيج الاجتماعي. كل هذا كان يستمد قوته من إرث وقيم المجتمع السوداني الأصيل الذي تميز في مجال التطوع وعمل الخير ومساعدة الآخرين وتمثل ذلك في الأشكال التقليدية كالفرع والنفير والتعاون وإغاثة الملهوف، وإكرام الضيف إيواء ابن السبيل. ونقدم هذه الدراسة من إعداد الباحث حبيب الله مصطفى حبيب الله من دولة السودان بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير، في العمل الطوعي في الرسالة المعنونة: دور المسؤولية الاجتماعية بالشركات الخاصة في تمويل أنشطة العمل الطوعي في السودان. جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.. كلية الدراسات العليا، معهد تنمية الأسرة والمجتمع .

١ . حبيب الله مصطفى حبيب الله، دور المسؤولية الاجتماعية بالشركات الخاصة في تمويل أنشطة العمل الطوعي في السودان - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، كلية الدراسات العليا. معهد تنمية الأسرة والمجتمع، الخرطوم، ٢٠١٦.

المقدمة :

٢. توضيح العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وأنشطة العمل الطوعي.

٣. الوقوف على ما تقوم به المسؤولية الاجتماعية من تمويل للعمل الطوعي.

٤. الأثر المتوقع من إنزال المسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة موضع التطبيق بدعم ثابت ومقدر لأنشطة العمل الطوعي بعيداً عن النظريات غير الملائمة في مجال العمل الطوعي.

٥. معرفة مدى تقبل وتفعيل المجتمع السوداني للخدمات التي تقدمها شركات القطاع الخاص من خلال العملية التطوعية أو منظمات المجتمع المدني السودانية.

٦. تعزيز أساليب جديدة في دعم العمل الطوعي من خلال المسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة في المجتمع.

أهمية البحث :

الأهمية العلمية: البحث فيه إضافة للنشاط البحثي في مجال المسؤولية الاجتماعية.

ويساهم البحث أيضاً في تقييم أنشطة المسؤولية الاجتماعية التي تقوم بها شركات القطاع الخاص.

الأهمية العملية: يساهم في تقديم مقترحات للشركات الخاصة لتفعيل مسؤوليتها الاجتماعية تجاه منظمات العمل الطوعي.

فروض البحث :

١. دور المسؤولية الاجتماعية في تمويل أنشطة العمل الطوعي يؤدي إلى ترقية وتجويد الأداء في كافة مجالاته.

٢. عدم وجود تنسيق فعال وتحديد أدوار بين كيانات العمل الطوعي والمسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة.

٣. مساهمة الشركات الخاصة عبر المسؤولية الاجتماعية يحقق لها جودة بمعايير عالمية.

٤. هناك اهتمام من الأجهزة العليا للشركات الخاصة للمسؤولية الاجتماعية.

منهج البحث :

منهج البحث وصفي والسبب في اختيار هذا المنهج لأنه يمكن

والذي يذكر لنا أن العمل الطوعي في السودان مرّ بعدة مراحل وعرفت المؤسسة التكايا والمسايد والخلوي واستقبال وإيواء طلاب العلم من الدول المجاورة. خلال فترات السلطنة الزرقاء التركية المهدية تلتها فترة الاستعمار البريطاني المصري، حين دخلت البعثات التبشيرية والإرساليات المسيحية، والتي ساهمت في إنشاء الجمعيات والأندية وكان غرضها نشر النصرانية في السودان.

مشكلة البحث :

تتلخص مشكلة البحث في محاولة ربط مجهودات العمل الطوعي وأنشطته بالمسؤولية الاجتماعية للشركات والاستفادة من تمويل المسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة. وحاول الباحث الإجابة على السؤال الآتي : ما هو دور شركات القطاع الخاص في تحقيق المسؤولية الاجتماعية من خلال تمويلها في العمل الطوعي بولاية الخرطوم.

أسئلة البحث :

١. ما مدى وعي الشركات الخاصة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص؟

٢. ما هي الأنشطة التي تحقق مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة؟

٣. ما هو دور المسؤولية الاجتماعية في دعم أنشطة العمل الطوعي؟

٤. ما هو مستقبل العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة بالسودان والعمل الطوعي؟

الهدف الرئيسي :

يهدف البحث إلى تسليط الضوء على أهمية دور المسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة في تمويل أنشطة العمل الخير (العمل الطوعي).

ومن الهدف العام نخلص إلى الأهداف الفرعية:

١. بيان أهمية وعي شركات القطاع الخاص بالمسؤولية الاجتماعية.

الباحث من الوقوف على الحقيقة من البيانات ذات الصلة بموضوع المسؤولية الاجتماعية خاصة في مجال تمويل أنشطة المنظمات ويساهم في تحليلها للوصول لنتائج علمية مفيدة.

أدوات البحث:

المصادر الثانوية:

أ- الكتب والمراجع، ورش العمل، الندوات والسيمنارات، المجلات العلمية.

ب- الإنترنت.

ت- التقارير، الدراسات والبحوث السابقة.

المصادر الأولية:

أ- المقابلة.

ب- الملاحظة.

حدود البحث:

أ. الحدود الزمانية: من عام ٢٠١٤م حتى ٢٠١٦م.

ب. الحدود المكانية: ولاية الخرطوم.

ت. الحدود الموضوعية: الموظفين، المسؤولين عن المسؤولية الاجتماعية في الشركات الخاصة

مجتمع وعينة البحث:

يقصد بمجتمع البحث هنا المجموعة الكلية من العناصر «شركات خاصة تعمل في المسؤولية الاجتماعية» والتي يسعى الباحث بتعميم النتائج عليها لإرتباطها بالمشكلة المطروحة قيد البحث ويتكون مجتمع البحث من (١٠) شركات خاصة نشطة في مجال المسؤولية الاجتماعية بولاية الخرطوم والمستهدف في كل مؤسسة هي الإدارة المكلفة والمسؤولة عن المسؤولية الاجتماعية وتنفيذ برامجها وأنشطتها.

عينة البحث عينة عشوائية حيث تم اختيار المدراء أو الموظفين المسؤولين عن إدارة قسم المسؤولية الاجتماعية بكل شركة خاصة على انفراد ليكون مجموع المقابلات عشرة بنسبة ١٠٪ ويتم جمع البيانات المطلوبة.

وتم إجراء هذه الدراسة في الفترة من ٢٠١٤-٢٠١٦ ومن

المعوقات التي واجهت الباحث قلة الشركات العاملة في مجال المسؤولية الاجتماعية، الإجراءات البيروقراطية في مقابلة المسؤولين، تباعد المسافات بين هذه الشركات.

وحتى يتمكن الباحث من الخروج بنتائج مفيدة حرص على تنوع عينة الدراسة لتكون من:

• شركات خاصة في مجال الاتصال: ثلاث شركات «سوداني، أم تي ان ، زين»

• شركات خاصة في مجال البترول: شركتان «النيل الكبرى، بتروناس».

• شركات خاصة في مجال الدهانات: «بوهيات المهندس».

• البنوك في مجال المال والصرافة: أربعة بنوك «بنك أم درمان الوطني، بنك الخرطوم، بنك النيل، بنك فيصل الإسلامي السوداني».

الرابط بينها جميعاً نشاطها في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة ودورها الفاعل في المجتمع.

نتائج البحث:

١- الدور الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية في دعم العمل الطوعي ومجالاته يؤدي إلى ترقية وتجويد الأداء.

٢- وجود أقسام للمسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة مع اختلاف مسمياتها وأنشطتها وعمرها في المجال الخدمي.

٣- وجود خطة واضحة واهتمام من الإدارات العليا لهذه المؤسسات ببرامج المسؤولية الاجتماعية جعلها تخصص نسبة ثابتة (٢٪ و١٪) من الأرباح لدعم المجتمع والكلية الطوعية.

٤- المجالات التي تعمل المسؤولية الاجتماعية عليها هي نفسها مجالات العمل الطوعي.

٥- اهتمام هذه المؤسسات بالمسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى تقليل حدة الفقر.

٦- أفراد مساحة للتخطيط والتوثيق لمشروعات المسؤولية الاجتماعية التي تقوم بها هذه المؤسسات وربطها وتضمينها بالميزانية.

٧- يوجد تنسيق بين هذه المؤسسات العاملة في المسؤولية الاجتماعية وبين الكيانات الطوعية إلا أنه قليل جداً .
٨- حققت هذه المؤسسات التي تساهم في المسؤولية الاجتماعية وعبر ذات البرامج جوائز عالمية في تطبيق معايير الجودة العالمية (ISO) في عدة مجالات ونال عدد منها جوائز وطنية.

التوصيات:

- ١- إحكام وتجويد الأدوار بين هذه الشركات الخاصة والكيانات الطوعية لوجود فجوة بين المنظمات والشركات.
- ٢- صياغة خطة موحدة بين كيانات العمل الطوعي الوطنية وهذه الشركات مع وضع غايات ذات دلالة وأهداف واستراتيجيات يمكن بعدها تقييم النتائج وقياس أثر البرنامج.
- ٣- توجد مشكلة في التنسيق بين الشركات الخاصة والكيانات الطوعية الوطنية فلا بد من إنشاء جسم تنسيقي وزيادة درجة التنسيق بمستوى الثقة المطلوبة.
- ٤- إنشاء صندوق المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركات الخاصة دعماً للعمل الطوعي وحث الشركات التي لا تقوم بواجبها تجاه المسؤولية الاجتماعية بتطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمساهمة لحل مشكلة التمويل التي تعيق العمل الطوعي.
- ٥- تنظيم مندييات وملتقيات مشتركة بين العمل الطوعي والمسؤولية الاجتماعية تتمثل في المؤتمرات العلمية، المعارض، الندوات والمسابقات والجوائز الوطنية باختيار

- أفضل شركات خاصة وكيان طوعي وطني نفذاً عملاً مشتركاً وتكلم بالنجاح وظهر فيه دعم المسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة للعمل الطوعي الوطني.
 - ٦- الترويج للمسؤولية الاجتماعية وبث ثقافتها لأن هنالك قصور في وسائل الوعي والترويج لها.
 - ٧- إدخال المسؤولية الاجتماعية كمنهج يدرس في كليات الاقتصاد والدراسات الإنسانية.
 - ٨- عكس تجارب هذه الشركات السودانية كنماذج مشرفة في فهم المسؤولية الاجتماعية وتطبيقها على أرض الواقع والخروج بتجربتها في دعم الكيانات الطوعية كابتكار وفكرة سودانية مبدعة لم يتوصل لها العالم حتى الآن لحل معضلة التمويل.
 - ٩- مضاعفة الاهتمام من الإدارات العليا لهذه الشركات الخاصة بزيادة نسبة المسؤولية الاجتماعية من الأرباح السنوية كلما سمحت بذلك الميزانية لتعم الفائدة لها وللمجتمع في ذات الوقت.
 - ١٠- الرجوع إلى مراكز البحث العلمي التي لها معرفة جيدة بالمسؤولية الاجتماعية عالمياً ومحلياً ورعايتهم وتشجيعهم لصياغة وكتابة مواد علمية وكتب تكون بمثابة مراجع توثق لمن أراد معلومة من الباحثين والطلاب وحتى الشركات الخاصة التي تدخل جديدة في المنافسة والسوق.
- للاستزادة يرجى الاطلاع على الموقع الإلكتروني التالي:
[=https://www.google.com/search?q](https://www.google.com/search?q)

دور المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية في فلسطين^١

أعدته للنشر: الدكتورة نعيمة إبراهيم الغنّام
رئيسة مكتب خبراء الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية

المقدمة :

سعت هذه الدراسة إلى استعراض دور المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية في فلسطين» من إعداد الباحث رائد محمد حلس، باحث في الشؤون الاقتصادية مركز التخطيط الفلسطيني - غزة. ٢٠١٦م

هدفت الدراسة إلى التعرف على مفهوم المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص والتعرف على أهم المبادئ التي تركز عليها وأسباب تناميها في المجتمع ومدى تبني مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني لها ومعرفة تأثيرها ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية. وتناولت أقسام الدراسة مفهوم المسؤولية الاجتماعية والمبادئ التي تركز عليها، وتحليل ومناقشة تأثير المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص في فلسطين ودورها في التنمية الاقتصادية.

١. رائد حلس، ٢٠١٦ «دور المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية»، مؤتمر كلية إدارة المال والأعمال الأول - جامعة فلسطين، الذي عقد في الجامعة اليوم السبت ١٢ مارس ٢٠١٦، فلسطين.

١. مشكلة الدراسة

في ظل تسارع وتيرة تطور العصر الحديث في مجال الأعمال يبرز مفهوم المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص الذي أصبح جزءاً أصيلاً في الفكر الإداري للمؤسسات من منطلق تقديم الواجب وتعميق هذه التجربة الإدارية والأخلاقية لدى مؤسسات القطاع الخاص في فلسطين وتبني هذه المؤسسات دور أكبر تجاه البيئة التي تعمل فيها، عليه تتمثل مشكلة الدراسة في تحليل الدور الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص في تحقيق التنمية الاقتصادية المنشودة، وبالتالي يمكن صياغة المشكلة في السؤال الرئيسي التالي:

ما هو دور المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية في فلسطين؟

وينبثق عن السؤال الرئيس عدة أسئلة فرعية وهي:

- ما هي المبادئ التي تركز عليها المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص؟
- ما هي الأسباب التي أدت إلى تنامي مفهوم المسؤولية الاجتماعية؟
- هل يمكن للمسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص من لعب دور مؤثر في تحقيق التنمية الاقتصادية في فلسطين؟

٢. أهمية الدراسة وأهدافها

تكمن أهمية الدراسة في أنها تعالج قضية من أكثر القضايا المعاصرة أهمية وتحدياً على الساحة الاقتصادية والاجتماعية، وتتجلى أهميتها في طبيعة الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها وأهمها:

- التعرف على مفهوم المسؤولية الاجتماعية
- التعرف على أهم المبادئ التي تركز عليها المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص وأسباب تناميها في المجتمع.

- التعرف على مدى تبني مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.
- التعرف على تأثيرات المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية.
- تقديم نتائج وتوصيات تساهم في إثراء التجربة الفلسطينية في مجال المسؤولية الاجتماعية.

٣. منهجية الدراسة

من أجل الإجابة على تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وذلك لوصف المفاهيم الواردة في الدراسة وصفاً علمياً دقيقاً، بهدف تحديد ملامحها وصفاتها الخاصة بها وتفسيرها من أجل التوصل إلى نتائج الدراسة والخروج بالتوصيات الملائمة.

المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني في التنمية الاقتصادية

١. دور القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية

تتميز مؤسسات القطاع الخاص في فلسطين بأنها الأقدر على لعب دور أساسي في الانعاش الاقتصادي، نظراً لما تتميز به هذه المؤسسات فهي الأكثر إنتاجية في فلسطين، وتتسم بالقدرة على مواجهة الأزمات والتعالي من أثارها، وتشكل هذه الميزات فرصاً وأرضاً خصبة للنمو على المدى المتوسط والطويل، وذلك في عدة مجالات تشمل قطاع الصناعة والتكنولوجيا والزراعة والسياحة والطاقة والانشاءات.

وفي ظل تبني السلطة الوطنية الفلسطينية نظام السوق الحر، تزداد مشاركة القطاع الخاص في الأنشطة الاقتصادية المختلفة من حيث الإنتاج وتقديم الخدمات، وبالتالي ترتفع نسبة مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي.

٢. دور القطاع الخاص في مواجهة البطالة

يواجه الاقتصاد الفلسطيني، وخاصةً في قطاع غزة، عدداً من

مجموعة الاتصالات الفلسطينية، شركة باديكو القابضة، وبنك فلسطين.

أ. مجموعة الاتصالات الفلسطينية

تقدم مجموعة الاتصالات الفلسطينية العديد من الأنشطة والبرامج الاجتماعية وتنفيذ المشاريع الداعمة لشرائح وقطاعات مختلفة في المجتمع الفلسطيني، وذلك ضمن التزامها الراسخ بالمشاركة الفاعلة في عملية التنمية الشاملة والمستدامة في فلسطين.

وفي هذا السياق فقد أشارت مجموعة الاتصالات الفلسطينية خلال تقريرها السنوي للمسؤولية الاجتماعية ٢٠١٣، أنها قدمت ٧ مليون دينار توزع هذا المبالغ على النحو التالي (مجموعة الاتصالات الفلسطينية، ٢٠١٣، ص٤-٣):^١

- دعم المبادرات والعمل المجتمعي المتنوع في مجالات التعليم والقطاعات المختلفة بهدف تعزيز نمو وتطور المجتمع الفلسطيني.
- برنامج حياة كريمة الذي يهدف تمكين الأسر المستورة عبر إيجاد مشاريع صغيرة مدرة للدخل.
- الدعم التكنولوجي للمؤسسات المدنية والمجتمعية.

ب. شركة باديكو القابضة

تعتبر باديكو القابضة المسؤولية الاجتماعية ركيزة أساسية وجوهرية تُعبر عن التزام الشركة الراسخ تجاه مختلف شرائح المجتمع الفلسطيني، من هذا المنطلق قدمت شركة باديكو القابضة مجموعة من الأنشطة والبرامج خلال العام ٢٠١٤، وذلك على النحو التالي (باديكو القابضة، ٢٠١٤):^٢

- تبني برامج الدعم والتمكين للشباب.
- دعم المبادرات الثقافية والريادية والفكرية.

١ مجموعة الاتصالات الفلسطينية، التقرير السنوي للمسؤولية الاجتماعية 2013.

٢ باديكو القابضة، التقرير السنوي 2014.

المعيقات والاختلالات التي تعيق نموّه وتطوّره، ولعل أهم هذه المعوقات هو الحصار الخانق المفروض على قطاع غزة، نتيجة الوضع السياسي القائم، بالإضافة إلى الخلل الهيكلي في كافة القطاعات الاقتصادية الذي رافق هذا الاقتصاد منذ النشأة. وتُعتبر مشكلة البطالة، وما ينتج عنها من آثار اقتصادية واجتماعية، هي الانعكاس الحقيقي لهذه المعوقات والاختلالات، والتي تُعتبر بذات الوقت التحديّ الأول الذي تستهدفه البرامج والخطط الاقتصادية التي تتبناها الحكومة من أجل دفع الاقتصاد نحو التطور والنمو.

٣. المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص في فلسطين

على الرغم من أن مؤسسات القطاع الخاص في فلسطين تساهم بالنسبة الأكبر في الناتج المحلي الإجمالي والتشغيل ولها دورها الفعال في مواجهة مشكلة البطالة إلا أن المسؤولية الاجتماعية لهذه المؤسسات لم ترق إلى الدور المطلوب، نظراً لغياب الأطر التشريعية والتنظيمية والمؤسسية التي من شأنها تعزيز مفهوم المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص، إضافة إلى عدم وجود مفهوم واضح ومتكامل للمسؤولية الاجتماعية في فلسطين، يضاف إلى ذلك أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات لا يقتصر فقط على مساهمة هذه المؤسسات في التشغيل ومواجهة البطالة فقط بل يجب مراعاة حقوق الانسان، والبيئة، وتقديم الخدمات الصحية والتعليمية، ودعم النشاطات الثقافية، والالتزام بالمبادئ الإنسانية والأخلاقية. وقد وجد الباحث صعوبة في قياس أثر المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص في فلسطين بشكل عام، لذلك استعرض بعض تجارب المؤسسات الكبرى من مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني وقياس مدى التزامها بالمسؤولية الاجتماعية ودورها في التنمية الاقتصادية، والشركات هي:

• تبني المواهب والمشاريع الفنية والإبداعية.

• تقديم مساعدات مالية لدعم وإغاثة غزة بعد العدوان الأخير على القطاع.

• دعم الأنشطة الاقتصادية والتنمية.

• دعم البرامج الإذاعية.

ج. بنك فلسطين

يخصص بنك فلسطين ما نسبته ٥% من أرباحه السنوية الصافية لدعم المشاريع التنموية وأنشطة المسؤولية

الاجتماعية، من خلال مساهمته في تطوير عدة مجالات تتركز في قطاعات مختلفة منها، التعليم، الشباب والإبداع،

الصحة والبيئة، الثقافة والفنون، التنمية والشؤون الاقتصادية وعلاقات المغتربين، المساعي الإنسانية وشؤون المرأة، كما

يعمل بنك فلسطين على تشجيع موظفيه على العمل التطوعي، من خلال المشاريع التنموية والمبادرات الإنسانية التي يقودها

مع المؤسسات الشريكة (بنك فلسطين، ٢٠١٤، ص ٣٧).^٢

ويشير التقرير السنوي لبنك فلسطين ٢٠١٤، إلى أن البنك دفع لتحمل مسؤولياته الاجتماعية في قطاع غزة بمبلغ ٢،٢٩٢،٨٠٦

دولار وهو ما يشكل ٣٩،٥% من أرباح البنك الصافية (بنك فلسطين، ٢٠١٤، ص ٣٧).^٣

وفقاً لما سبق يمكن القول أن ما تقوم به المؤسسات الكبرى من مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني ما هو إلا عبارة عن

اجتهادات منها واعتقاد بأنها تمارس مسؤوليتها الاجتماعية من خلال تقديم الدعم للبرامج والأنشطة والمبادرات

والإعانات والتبرعات، إلا أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية مفهوم أعم وأشمل من هذه الأنشطة والبرامج، إذ أنه يرتبط

بأمور عديدة منها المحافظة على البيئة، وشفافيتها وممارستها

للعدالة والحكم الصالح، وتجنب التلاعب بالأسعار، وبجودة الخدمات والمنتج والأسهم .

وعليه نستنتج أن المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص في فلسطين لا تزال في طور النضوج، لذلك فإن

مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني بحاجة إلى مزيد من الوقت لتقوم به في هذا المجال، إذ لا يمكن الإدعاء بالتزامها

بالمسؤولية الاجتماعية ما لم يتم تقليل مخاطر التشغيل بشكل عام، وزيادة رضا المجتمع المحلي في جو من الشفافية تحقق

فيه هذه المؤسسات أهدافها، الأمر الذي سينعكس إيجاباً على الصورة العامة (زغب، ٢٠١١، ص ٥).^٤

٤. آليات تعزيز المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص في فلسطين

في ظل تنامي القناعة بضرورة أن يلعب القطاع الخاص الفلسطيني دوراً مهماً في التنمية الاقتصادية، فإن هذا يترتب عليه مسؤوليات

اجتماعية وعدم الوقوف عند حد التبرعات والمساهمة في الأعمال الخيرية والحملات التطوعية التي تقوم بها هذه المؤسسات،

بحيث تشمل المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني مراعاة حقوق الإنسان، وتعزيز النزاهة والمسائلة

والحكم الصالح ومحاربة الفساد، والمحافظة على البيئة ومنع التلوث من خلال مساهمة مؤسسات القطاع الخاص في الأنشطة

البيئية بالإضافة إلى مساهمة القطاع الخاص في التشغيل كونه يعد من أهم مصدر من مصادر التنمية الاقتصادية.

وعليه فإن تعزيز المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص في فلسطين يتطلب شراكة حقيقية بين جميع أطراف

التنمية (الحكومة، ومؤسسات القطاع الخاص، ومؤسسات المجتمع المدني والإعلام)، ولكل طرف من هذه الأطراف

^٥ أحمد زغب، دور القطاع الخاص الفلسطيني في تعزيز مبادرات المسؤولية المجتمعية، ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر المسؤولية المجتمعية، جامعة القدس المفتوحة، نابلس، الذي عقد بتاريخ ٢٦ سبتمبر ٢٠١١.

^٣ بنك فلسطين، التقرير السنوي، ٢٠١٤.

^٤ بنك فلسطين، المرجع السابق

- تؤكد كل مؤسسة من مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني على سياستها الخاصة بتحمل المسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصالح مع مراعاة حماية أصول المؤسسة واحترام حقوق أصحاب المصالح.
- مساهمة مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني في التنمية الاقتصادية ومحاربة البطالة من خلال خلق فرص عمل جديدة للعاطلين عن العمل باعتباره الملاذ الوحيد لحل مشكلة البطالة في فلسطين.
- تطوير ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني من مجرد المشاركة في الأعمال الخيرية والتبرعات والحملات التطوعية إلى المساهمة الفعلية في التنمية المستدامة.
- تبني المبادرات التي تطلقها مؤسسات المجتمع المدني لتعزيز المسؤولية الاجتماعية وذلك لتحقيق الشراكة الإستراتيجية مع مختلف القطاعات وفئات المجتمع.
- ضرورة التزام مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني بمجموعة من القواعد الأخلاقية التي تحددها مجالس إدارات هذه المؤسسات ويقرها حملة الأسهم ويتم إعلانها بكل شفافية وتلتزم المؤسسات بتطبيقها.
- تقوم مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني بإعداد توجيهات استرشادية للمسؤولية الاجتماعية.
- مراعاة حقوق الإنسان والاعتبارات البيئية أثناء ممارسة القطاع الخاص لنشاطه الاقتصادي الأمر الذي يؤدي إلى تحقيق المسؤولية الاجتماعية لهذه المؤسسات.
- تهتم مؤسسات القطاع الخاص بتلبية التزاماتها تجاه عملائها وأن تسعى جاهدة لتلبية رغباتهم وحماية حقوقهم.
- ضرورة أن تتبنى مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني البرامج التنموية والاجتماعية والاقتصادية في المجالات الصحية والثقافية

دوره المنوط به لتعزيز المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني وذلك على النحو التالي:

أ. دور الحكومة

- إن تفعيل دور الحكومة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص ، يتطلب ما يلي (الأسرج، ٢٠١١، ص١٠): ٦:
- تقوم الحكومة على حث وتشجيع مؤسسات القطاع الخاص التي تتبنى المسؤولية الاجتماعية من خلال توفير البنية التحتية اللازمة لأداء مؤسسات القطاع الخاص للمسؤولية الاجتماعية وبشكل خاص توفير الدراسات والمعلومات على ضوء الاحتياجات الفعلية للمجتمع.
- تقوم الحكومة بتسيير الإجراءات المرتبطة بأداء مؤسسات القطاع الخاص للمسؤولية الاجتماعية، من خلال تقديم محفزات وإعفاءات ضريبية ومنح امتيازات خاصة بالمناقصات الحكومية للمؤسسات على ضوء تميزها في المسؤولية الاجتماعية.
- تقوم الحكومة بتشجيع وتفعيل الشراكة الحقيقية بين القطاعين العام والخاص في مجال المسؤولية الاجتماعية.
- منح الجوائز المعنوية لمؤسسات القطاع الخاص لتشجيع المؤسسات على المساهمة في برامج المسؤولية الاجتماعية.
- توفير المناخ الملائم لمؤسسات القطاع الخاص لممارسة نشاطها ومواجهة تحديات المنافسة المحلية والدولية.

ب. دور مؤسسات القطاع الخاص

- يقتصر دور مؤسسات القطاع الخاص على تبني برامج عمل علمية محددة في مجال المسؤولية الاجتماعية يمكن تقييمها وقياس مردودها، ولتفعيل هذا الدور يتطلب ما يلي (الأسرج، ٢٠١١، ص١١): ٧:

٦. حسين الأسرج، تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدول العربية، ورقة عمل، أكتوبر ٢٠١١،

٧. الأسرج، المرجع السابق

والتطوعية والإنسانية للفئات المحتاجة من شرائح المجتمع.

ج. دور المجتمع المدني

يعتمد دور المجتمع المدني في مجال المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص القيام بالأعمال التالية (جامعة القدس المفتوحة، ٢٠١١): ٨:

- تنظيم حملات واسعة النطاق للترويج لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ومحاولة تحديد مفهوم واضح ومتكامل للمسؤولية الاجتماعية، وذلك للعمل على زيادة الوعي لدى مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني، بأهمية هذه البرامج وأثرها على أرباح المؤسسات على المدى المتوسط والطويل.
- تحديد أولويات التنمية التي يتعين على مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني التركيز عليها واستهدافها.
- مشاركة مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني والحكومة على تحمل المسؤولية الاجتماعية من خلال بناء إستراتيجية وطنية واقعية لتعزيز النزاهة والمسائلة والحكم الصالح ومحاربة الفساد.
- تنظيم ورش عمل تضم صناعات القرار لتحديد معايير أداء المسؤولية الاجتماعية.

د. دور الإعلام

يكتسب دور الإعلام في تعزيز المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص أهمية كبيرة، وتتجلى أهميته من خلال الوسائل المتعددة التي يمتلكها لنشر مفردات الوعي بالمسؤولية الاجتماعية وتسليل الضوء على فوائدها ودورها في تحقيق التنمية، ولتفعيل هذا الدور يتطلب ما يلي: (الأسرج، ٢٠١١، ص١٢)، ٩، (جامعة القدس المفتوحة، ٢٠١١): ١٠:

٨. جامعة القدس المفتوحة، البيان الختامي لمؤتمر المسؤولية المجتمعية للجامعات الفلسطينية،

نابلس، ٢٦ سبتمبر ٢٠١١.

٩. الأسرج، مرجع سابق

١٠. جامعة القدس، مرجع سابق

- تفعيل دور الإعلام في نشر المسؤولية الاجتماعية لدى مؤسسات القطاع الخاص من خلال الإعلان عن الجهود الاجتماعية التي تبذلها أي مؤسسة من مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني وذلك من أجل خلق نوع من المنافسة بين هذه المؤسسات لتحقيق أكبر قدر من المنفعة للمجتمع.
- ضرورة التغطية الإعلامية الجيدة لكافة المؤتمرات والندوات والورش والمبادرات الهادفة إلى نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ومبادئها الصحيحة والمجالات المرتبطة بها، وإعطائها مساحة واسعة في كافة وسائل الإعلام المحلية والترويج لها لتكون حافزاً للمؤسسات القطاع الخاص.

النتائج والتوصيات

١. النتائج

لقد أسفرت الدراسة عن مجموعة من النتائج، أهمها:

١. غياب الأطر التشريعية والتنظيمية والمؤسسية التي من شأنها تعزيز مفهوم المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص، أدى إلى عدم وجود مفهوم ناضج ومتكامل للمسؤولية الاجتماعية لدى مؤسسات القطاع الخاص في فلسطين.
٢. لا يقتصر مفهوم المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني على التبرعات والإعانات ودعم الحملات التطوعية بل يرتبط بأمور عديدة منها المحافظة على البيئة، وشفافيتها وممارستها للعدالة والحكم الصالح، وتجنب التلاعب بالأسعار، وجودة الخدمات، ومراعاة حقوق الإنسان.
٣. يساهم القطاع الخاص بالنسبة الأكبر في التشغيل في فلسطين، إذ بلغت مساهمته في التشغيل بنسبة ٦٦,٨٪ خلال الفترة ٢٠١٤-٢٠٠٠، إلا أن هذه النسبة لا تكفي للحكم على القطاع الخاص بتحمل المسؤولية الاجتماعية بشكل كامل دون مراعاة الاعتبارات المرتبطة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

٤. تبني المسؤولية الاجتماعية لدى مؤسسات القطاع الخاص في فلسطين يحقق فوائد عديدة تتمثل في تحسين ظروف الحياة في المجتمع، وتساهم في الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة، وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص، وتحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع، وتعمل على الارتقاء بالتنمية انطلاقاً من زيادة التثقيف أو الوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد، مما يساهم في تحقيق الاستقرار والشعور بالعدالة الاجتماعية.
٥. هناك غموض وعدم دراية كافية من جانب كل من الأفراد والمؤسسات والمجتمع المحلي ككل بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وأبعادها ومدى تطورها.

٢. التوصيات

- في ظل تنامي الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص، والتي أصبحت جزء من إستراتيجيات هذه المؤسسات للتعامل مع المجتمع والبيئة المحيطة، وبالتالي فإن تفعيل المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص باتت ضرورة ملحة..

ومن هذا المنطلق يوصي الباحث بما يلي:

١. زيادة الوعي لدى المجتمع بشكل عام ومؤسسات القطاع الخاص بشكل خاص بأهمية المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية.
 ٢. العمل على تطوير مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني من مجرد المشاركة في الأعمال الخيرية والتبرعات والحملات التطوعية إلى المساهمة الفعلية في التنمية المستدامة.
 ٣. إطلاق برنامج يهدف إلى تفعيل مشاركة القطاع الخاص وتفعيل الشراكة الحقيقية بين القطاع العام والخاص في مجال المسؤولية الاجتماعية.
٤. العمل على تعزيز ثقافة ممارسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية من خلال عقد البرامج التكوينية التي تعكس مفاهيم وثقافات تطبيقات المسؤولية الاجتماعية.
٥. سن التشريعات التي تكفل عنصري الشفافية والإفصاح لمؤسسات القطاع الخاص التي تتبنى المسؤولية الاجتماعية.
٦. ضرورة أن تتبنى مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني البرامج التنموية والاجتماعية والاقتصادية في المجالات الصحية والثقافية والتطوعية والإنسانية للفئات المحتاجة من شرائح المجتمع.
٧. ضرورة مراعاة حقوق الإنسان والاعتبارات البيئية أثناء ممارسة القطاع الخاص لنشاطها الاقتصادي الأمر الذي يؤدي إلى تحقيق المسؤولية الاجتماعية لهذه المؤسسات.
٨. ضرورة اهتمام وسائل الإعلام بالمسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص ومبادئها الصحيحة والمجالات المرتبطة بها، والعائد على كل من المؤسسات المؤدية لها وعلى المجتمع.
٩. إضافة مساقات دراسية كمتطلبات جامعية عامة تركز على إكساب الطلبة للمفاهيم والمبادئ وقواعد نشر المسؤولية الاجتماعية وفوائدها على المجتمع والمؤسسات المؤدية لها.
١٠. ضرورة وجود إدارات متخصصة للمسؤولية الاجتماعية داخل مؤسسات القطاع الخاص، تتولى تخطيط وتنفيذ البرامج والتنسيق مع الجهات ذات العلاقة، وتبادل الخبرات والتجارب العملية فيما بينها، وتحديد نقاط القوة والضعف لتطبيق أفضل الأساليب جدوى في مجال المسؤولية الاجتماعية.

للاستزادة يرجى الاطلاع على الموقع الإلكتروني التالي:

<http://dspace.up.edu.ps/xmlui/handle/164/123456789>

صعوبات تطور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في لبنان^١

أعدته للنشر: الدكتورة نعيمة إبراهيم الغنام
رئيسة مكتب خبراء الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية

المقدمة :

في واقع الأمر يمكن القول أنه مازال هناك غموض لدى البعض حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص وأبعاده ومدى تطوره، وكذلك مدى فعاليته وكيفية بلورته والاستفادة منه. تقول الدكتورة سهام رزق الله الباحثة في كلية العلوم الاقتصادية بجامعة القديس يوسف ببيروت «المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات مفهوم جديد يحاول أن يشق طريقه منافساً بقوة المفاهيم الاقتصادية التقليدية الساعية إلى تحقيق أعلى معدل أرباح للمؤسسات أياً يكن وقع نشاطها على مختلف العملاء الاقتصاديين من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والبيئية».

١ . رزق الله ،سهام (٢٠١٦) كلية العلوم الاقتصادية في الجامعة اليسوعية <https://newspaper.annahar.com/article/493489>

٤. غياب الضغط من جانب أصحاب المصالح لتطوير المسؤولية الاجتماعية للشركات للمستهلكين، العاملين، المستثمرين، الإعلام، النقابات.
 ٥. عدم وجود حوافز من الدولة لتشجيع تطوير المسؤولية الاجتماعية للشركات (مثل تخفيض الضرائب أو تقديم قروض بفوائد مخفضة للمؤسسات المسؤولة اجتماعياً).
 ٦. غياب أي تقييم للجهود المبذولة من بعض المؤسسات في مجال المسؤولية الاجتماعية أو عربون أو شهادة تقدير تميزها عن سائر المؤسسات المنافسة لها في قطاعاتها.
 ٧. عدم وجود قانون أو أي نوع من التشريعات التي تشجع على التعاون بين القطاعين العام والخاص لتشجيع بعض مبادرات القطاع الخاص مثل المسؤولية الاجتماعية للشركات، ولا سيما بعد تأخير بت اقتراح القانون المتعلق بالشراكة بين القطاعين العام والخاص.
 ٨. افتقاد أطر الحوار بين القطاع الأكاديمي والقطاع المهني، وبين القطاعين العام والخاص حول المسؤولية الاجتماعية للشركات.
 ٩. ضعف حملات التوعية في وسائل الإعلام حول المسؤولية الاجتماعية للشركات التي لا تزال مغمورة.
 ١٠. ندرة برامج تبادل الخبرات مع الشركات المتعددة الجنسيات في مجال المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات بغية تسهيل سبل التزام المعايير الدولية المتصلة بها تدريجياً.
- ويبقى القول إن مفهوم «المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات» لا يزال إلى حد ما جديداً ويثير بعض الحذر في الأوساط الاقتصادية القلقة من انعكاساته على تكلفة الإنتاج وآلية احتساب المردود، خصوصاً عندما تقترن التكاليف بمردود يتخطى الإطار المادي البحت (ليقترن بسمعة وصورة المؤسسة، حسّها الاجتماعي مع المعوزين، حرصها على البيئة

وذكرت أن ٢٥ سبتمبر هو اليوم العالمي الأول الذي اعتمد للمسؤولية الاجتماعية عام ٢٠١٦، بعد إعلانه في كانون الأول ٢٠١٥ خلال المنتدى الإقليمي الثاني للسفراء الدوليين للمسؤولية الاجتماعية الذي نظّمته الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية يومي ٢٧ و٢٨ كانون الأول ٢٠١٥ تحت شعار «أهداف الأمم المتحدة للتنمية المستدامة ٢٠٣٠ الطريق إلى عالم أفضل»، وذلك كمبادرة من الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية دعماً لجهود الأمم المتحدة في نشر أفضل الممارسات في مجال المسؤولية المجتمعية. وتخبرنا الباحثة رزق الله بأنه لا يزال مفهوم المسؤولية الاجتماعية يتقدم ببطء في لبنان نظراً لاعتماده على المبادرة الحرة والطوعية للمؤسسات من دون أي قيد أو رقابة أو تقدير أو تشجيع أو حوافز غير المنافسة بين المؤسسات نفسها على تلميع صورتها إزاء المستهلكين لزيادة حصتها في السوق ليس إلا، الأمر الذي يجعل نمو المسؤولية الاجتماعية خجولاً لأسباب عديدة يمكن تلخيصها بالآتي:

١. مبادرات غير مؤطرة وتطوعية: جميع مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات والخطوات التي قامت بها الشركات اللبنانية اتخذت بشكل طوعي وحر في ظل غياب أي توجيه أو إرشاد أو إشراف من الإدارات الرسمية.
٢. ضعف المعلومات والبيانات حول المسؤولية الاجتماعية للشركات في لبنان: غياب المعلومات بغياب أي مؤسسة رصد للمعلومات المتصلة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات في لبنان سواء في القطاع الخاص أو في القطاع العام.
٣. غياب أي توجيه نحو القطاعات التي تحتاج إلى التدخل الاجتماعي للمؤسسات فيها، مما يحصر مشاريع المسؤولية الاجتماعية للشركات في مجالات محددة (التعليم، الصحة، البيئة...).

المسؤول وتعود بالخير عليه. وعلى الرغم من الصعوبات المذكورة، تجدر الإشارة إلى أن القطاع الخاص لا يزال مبادراً في لبنان، بل ساعياً للتعويض عن أي تقصير رسمي في حق المجتمع الذي يعمل ويربح ويتطور فيه.

للاستزادة يرجى الاطلاع على الموقع الإلكتروني التالي:
<https://www.aljoumhouria.com/ar/news/328229/>

والسلامة العامة وأخلاقيات المنافسة الشريفة...). إلا أن بيت القصيد يبقى في أن الإقتصاد هو قمة العلوم الاجتماعية وليس في حالة صراع مع الشأن الاجتماعي، إلا أن زخم قدرته على المساهمة في العمل الاجتماعي يبقى رهن المردود الذي يحققه جراء إنتاجية عماله وفعالية مؤسساته ومدى احترام الدولة والمجتمع على السواء بحرية المبادرة والريح فيه بعيداً عن التكبير والفرص الذي يصور المسؤولية الاجتماعية عبئاً بدلاً من أن تكون إحدى المبادرات التي تنطلق من الإقتصاد

الإقتصاد التضامني والتنمية الاجتماعية الإمكانات والواقع في موريتانيا

أعدته للنشر: الدكتورة نعيمة إبراهيم الغنّام
رئيسة مكتب خبراء الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية

المقدمة :

العدالة الاجتماعية هي المراد الأسمى الذي تسعى الدول لتحقيقه؛ من أجل التنمية وتحقيق مبادئ حقوق الإنسان والمساواة والمشاركة والتنمية المستدامة. نقدم هنا دراسة من إعداد الباحث الهادي عبدو أبوه، من موريتانيا أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل اقتصادي من جامعة بوبكر بلقايد - تلمسان، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجمهورية الجزائرية. ٢٠١٥م
بعنوان : الإقتصاد التضامني والتنمية الاجتماعية الإمكانات والواقع في موريتانيا

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى:

- محاولة التأسيس النظري للتطور الفكري للاقتصاد التضامني وكذا التنمية الاجتماعية.
- محاولة التوعية بأهمية الاقتصاد التضامني وإمكانياته بشكل عام.
- محاولة لفت الانتباه إلى إمكانيات الاقتصاد التضامني وقدرته على تحقيق التنمية الاجتماعية.
- محاولة الاطلاع على الجهود الرسمية التي بذلت وتبذل حاليا والقدرة الأهلية التضامنية في تحقيق التنمية الاجتماعية في موريتانيا، من خلال استعراض تلك الجهود ووضع المؤشرات الاجتماعية في البلد.

بالإضافة لما سبق يهدف البحث في نهايته إلى التوصل إلى مقترحات وتوصيات مناسبة قد تمكن موريتانيا من خلال آليات الاقتصاد التضامني من إحداث تنمية اقتصادية - اجتماعية حقيقية ومستمرة تراعى خصوصية جميع فئات المجتمع وتعزز الأمن والسلام في البلد.

• إشكالية البحث

إن فشل النماذج الإنمائية التقليدية المعتمدة على النمو الاقتصادي مؤخرا بشكل عام، وفشلها بشكل خاص في منع حدوث الكثير من الأزمات التي فاقت من أوضاع الفقراء بل وضاعفت أعدادهم في بعض الأحيان، وفي إطار الدعوة لمعالجة جديدة تستخدم أدوات شاملة وجامعة، كتلك التي يوفرها الاقتصاد التضامني، وباعتباره الأقرب إلى المجتمع الذي هو هدف المقاربات الإنمائية المتعددة، ولكونه (أي الاقتصاد التضامني) يستثمر التقدم والتطور لتحقيق وإرساء التنمية الاجتماعية، ويحاول من خلال أدوات اقتصادية تحقيق غايات اجتماعية.

طرح الباحث التساؤل الكبير كإشكالية لهذا البحث:

• كيف يمكن لآليات الاقتصاد التضامني أن تحقق تنمية اجتماعية؟

مما يقودنا للأسئلة التالية:

• ما هي حقيقة الاقتصاد التضامني وما هي إمكانياته؟ وما هي التنمية الاجتماعية وما هي مظاهرها ومؤشراتها؟ وما هو الدور الذي من الممكن أن تلعبه آليات الاقتصاد التضامني في التنمية الاجتماعية؟

• ما هي السياسات الاجتماعية التي انتهجتها الدولة الموريتانية منذ العام ١٩٨٥؟ وماذا حققت؟

• ما هي إمكانيات المجتمع الأهلي في موريتانيا التقليدية والحديثة؟

• ما هي وضعية التنمية الاجتماعية في موريتانيا؟

وقد توصل الباحث من خلال ذلك إلى استنتاجات وتوصيات سوف نذكر بعضها على النحو التالي:

ظهر الاقتصاد التضامني بمفهومه الغربي المعاصر تدريجيا، خلال العقود الثلاثة الأخيرة من القرن العشرين، كتعبير عن الرغبة في العودة إلى واحد من المبادئ المؤسسة للاقتصاد الاجتماعي: التضامن، وقد وجد صدق في سياق الأزمات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي أنتجها النظام الرأسمالي وما زال ينتجها.

وفي هذا الإطار، يستند الاقتصاد التضامني إلى الرغبة في وضع الإنسان في صلب العملية الاقتصادية والإنتاجية، من خلال تفعيل مبدأ المساواة أمام الإنتاج والثروة؛ وهو يعمل من داخل مفاهيم ثقافية واجتماعية مغايرة للمنظومة الاقتصادية التقليدية القائمة على ثقافة «السوق ذو التنظيم الذاتي»، حيث يهدف إلى تحقيق الاندماج الاجتماعي وتقوية الروابط الاجتماعية، وتفعيل أنظمة إنتاجية جماعية تعاونية، كمبادئ بديلة عن أو «المصححة الموازية» للمقاربة الرأسمالية

والبيئية تفضي إلى خلق مستويات متعددة من الفرص والتمكين والحماية للإنسان.

• تحليل النتائج

مما يظهر جليا أن إمكانيات الاقتصاد التضامني وآلياته المتعددة واهتماماته متشعبة وشاملة لكل مناحي الحياة، فهو قادر على تقوية المجتمعات في عملية التفاوض من خلال خلق فرص عمل وخدمات جديدة ودفع المستوى المعيشي للناس والحفاظ على البيئة، مما يحقق تنمية اجتماعية مستدامة.

بخصوص موريتانيا، فإن مرحلة ما بعد الاستقلال تكفلت فيها الدولة بالتدخل في كل الأنشطة، وترسيخ المركزية السياسية، والسعي للتصنيع والنمو الاقتصادي، واكتسحت الحكومة نطاق الملكية العامة للمشاريع.

ولم تكن السياسات الاجتماعية للدولة الموريتانية في هذه الفترة ذات أولوية، وكانت محدودة وغير واضحة المعالم، لتشهد منذ الإصلاحات الهيكلية التي بدأت في العام ١٩٨٥ تطورا محدودا، مقتصرة على الحماية الاجتماعية، وبعض السياسات القطاعية المحدودة، فكانت بذلك عبارة عن جهود متفرقة غير متجانسة، أدت إلى فشلها في سد الفوارق وحتى في بعض أهدافها المتواضعة.

يظهر جليا أن موريتانيا تعاني بصورة عامة من القصور في أداء المؤسسات، وبالتالي عدم قدرتها على تلبية الاحتياجات الأساسية والتعامل مع مشاكل الفقر والبطالة والتهميش، ورغم بعض الإنجازات المحدودة في كمها وتغطيتها إلا أن المردود الإجمالي لمختلف السياسات والبرامج بقي محدودا في تقليص الفوارق الاقتصادية- الاجتماعية.

ومن منظور مؤسسي فقد بقيت البنية المؤسسية وإلى وقت قريب تعيش تخبطا ألقى بظلاله على أداء البرامج والاستراتيجيات المنتهجة، - فمثلا - بقي الجهاز المكلف بالتشغيل منذ أمد بعيد

الفردانية المبنية على الأنانية والتنافسية ومراكمة رأس المال. يعتمد الاقتصاد التضامني كحقل (نظري، عملي) في تأدية وظيفته «المجتمعية»، على بعض الآليات التي تتيحها المنافذ المتوفرة ضمن التفاعلات الاجتماعية الكونية الشائعة في عالمنا اليوم، كالسياسات العامة، والأسواق، والتكنولوجيا، والخبرات العالمية العابرة للحدود، وما يقوم به المواطنون العاديون سواء فرادى أو جماعات. ومع أن هذه الآليات منفصلة عن بعضها، إلا أنها تؤثر على بعضها البعض تأثيرا كبيرا. وتتيح فرص عالية تمكن من تخفيف اللامساواة، وتحقيق مبدأ تكافؤ الفرص.

وبالتحديد، فإن حقل الاقتصاد التضامني يشمل بالإضافة إلى المبادرات المجتمعية (فردية أو جماعية)، كلا من الجهود الرسمية التي تبذل بحافز المسؤولية الاجتماعية تجاه المصلحة العامة، وكذا أي شراكة بين الفضاء العام (الدولة) والفضاء الخاص (فرد أو منظمة) لا تهدف إلى الربح، بل هي بحافز المسؤولية الاجتماعية تجاه المصلحة العامة.

وهو يهدف إلى سد حاجة الفقير وتوفير العمل للعاطل وتوزيع أكثر عدالة للدخول عبر آليات عديدة عن طريق سياسات رسمية ومبادرات فردية، هذه الأهداف تعتبر أساسا للتنمية الاجتماعية. وهي في نفس الوقت أهداف اقتصادية.

إن إمكانيات الاقتصاد التضامني يمكنها المساهمة بشكل فعال في التنمية الاجتماعية، إذ أنها تتيح مجموعة كبيرة من أشكال التعاون والتضامن والتعاقد على كافة المستويات وبمختلف الوضعيات تمكن من سد الكثير من حاجيات المجتمعات وتقليص عديد الفوارق، والشواهد التجريبية كثيرة على ذلك شمالا وجنوبا، شرقا وغربا.

وتشكل تنظيمات الاقتصاد التضامني «مثلثا عمليا وعلميا» يتألف من الأهداف الاجتماعية والاستدامة الاقتصادية

الاجتماعي» كوسيلة فعالة لسد الفجوة بين الاقتصاديات غير المنظمة والمنظمة.

الدراسة التي أثبتت أن ثلثي السكان في ولايتين موريتانيتين تُلبى حاجياتهم عن طريق الآليات الاجتماعية التعاونية، إذن ٣٧٪ يجدون حلولاً داخل الأسرة القبلية و٤،٦٪ فقط عن طريق الدولة، كما وصلت نسبة المساكن المجانية في العام ٢٠٠٤ إلى ٦،١٪ من مجموع المساكن على المستوى الوطني.

تصل تقديرات زكاة الماشية في موريتانيا إلى ٤ مليارات و٣٨٢ مليون أوقية أي ما يعادل ١٤ مليون وستة وستون دولاراً، بدون غيرها مما تجب زكاته، مما يوحي بمقدرات مالية كبيرة تحتاج للاستغلال والتنظيم.

يستفيد ٨٠٠,٠٠٠ راع يتواجدون في ٢,٨٨٩ مخيم وقرية من خدمات التجمع الوطني للرابطات الرعوية، وتغطي الجمعيات التعااضدية الرعوية مساحات بعضها يصل إلى ٥٠٠٠ متر مربع، كما تنشط جمعيات التنمية المجتمعية القروية في ٨٥٦ قرية، ويتواجد في نواكشوط لوحده ٧٩٥ هيئة مجتمع مدني.

وصل إنفاق منظمات المجتمع المدني في العام ٢٠١٢ إلى ما يقارب ١,٨ مليار أوقية (٦,٩ مليون دولار أمريكي تقريباً).

للاستزادة يرجى الاطلاع على الموقع الإلكتروني التالي:

<http://dSPACE.univ-tlemcen.dz/economie-solidaire-/1/8445/112/bitstream/developpement-sociale-m>

الشكر والتقدير لزميلتنا الفاضلة الأستاذة صفية محمد الحافظ فتى، رئيسة جمعية أروقة التنمية -موريتانيا لمساعدتي للتواصل مع الباحث.

ضائعا في سراديب الهيكله الوزارية، بدون أية سمة خاصة. ولم يظهر ما يدل على وجود إرهابات مؤذنة بتغيير في النظرة على هذا المستوى إلا بحلول السنوات الأخيرة من عقد الألفين. رأي الباحث «حسب تمييز «إفانز» بين نوعين من الدول، دولة «النهب» ودولة «التنمية». تبدو موريتانيا أقرب لدولة النهب، التي تكون فيها العلاقات بين الحكومة والناس أكثر فردانية ومبنية على المصالح الفردية والعلاقات بين الأشخاص، وهي تقتصر إلى القدرة على منع الأفراد أصحاب المناصب من السعي إلى تحقيق أهدافهم. وتكون الروابط الشخصية هي وحدها مصدر التماسك، ويكون تعظيم المصلحة الفردية مقدما على تحقيق الأهداف الجماعية. وتكون الروابط مع المجتمع روابط مع الأفراد أصحاب المناصب، وليست صلات بين الناخبين وبين الدولة كمنظمة.»

وهذا النموذج يعتبر العثرة الرئيسية أمام التنمية في هذا البلد الفقير، رغم توفر الموارد الطبيعية، وندرة السكان.

وتتعدد آليات التضامن في موريتانيا، إلا أن أكثرها تأثيراً هي التي تتكون نتيجة للروابط الاجتماعية التقليدية كالأسرة، الدين، العلاقات الجوارية... الخ.

آليات التضامن العصرية تتأثر بشكل كبيراً بالبيئة المؤسسية الرسمية وهي في بعض الحالات نتيجة لتفاعلات غير سليمة داخل تلك البيئة.

معطيات عديدة تدعم وتبرز الدور الكبير الذي من الممكن أن تلعبه آليات الاقتصاد التضامني في موريتانيا من أبرزها:

يمثل العاملون في القطاع غير المصنف في موريتانيا حوالي ٨٦,٥٪ من السكان في سن العمل، وهنا نذكر بتوصية منظمة العمل الدولية التي تؤكد على إمكانية استخدام «الاقتصاد

الفروق في المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية في منطقة حائل بالمملكة العربية السعودية في ضوء عدد من المتغيرات

أعدته للنشر: الدكتورة نعيمة إبراهيم الغنّام
رئيسة مكتب خبراء الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية

المقدمة :

إن الاهتمام بالمجتمع وقيمه ومراعاة شعور الآخرين ، والنظر إلى التعددية والفروق الفردية يتطلب وجود أفراد يؤمنون بهذه القيم ويتمتعون بمستوى مقبول من المسؤولية الاجتماعية .
يرى الباحثان : أحمد عبدالمجيد الصمادي من قسم علم النفس، جامعة أم القرى، و الباحث عقل محمد البقعاوي مشرف إرشاد وتوجيه، إدارة حائل التعليمية ، المملكة العربية السعودية
في الدراسة التي نشرت في المجلة الأردنية في العلوم التربوية، مجلد ١١، عدد ١، ٢٠١٥، ٧٣- ٨٢

٣ الجماعات التربوية: تنفذ أغلب الأعمال والنشاطات التربوية في جماعات، لذا أصبحت الجماعات التي ينتمي لها الفرد ذات أثر كبير فيه وفي تنمية المسؤولية الاجتماعية لديه وفي نواحي أخرى من حياته، وتؤدي الجماعة إلى تبني الفرد لقيمتها ومعتقداتها واحترام كل عضو من أعضائها والمشاركة في اختيار قائدها (الهذلي، ٢٠٠٩)

وذكر كل من الهذلي (٢٠٠٩) وفحجان (٢٠١٠) ومشرف (٢٠٠٩).^٢ أهم مظاهر اعتلال المسؤولية الاجتماعية وتدنيها عند الجماعة ومنها:

١. التهاون: وهو فتور في همة العمل وإرادته على غير الوجه الذي ينبغي أن يكون عليه من الدقة والإتقان.
٢. اللامبالاة: وهي قرينة التهاون تصاحبها دائماً لأنهما يصدران من أصل واحد هو تهالك وحدة الشخصية وتشتت وجهتها، واللامبالاة تعني برود يعتلي قدرة الفرد على الاهتمام والتوقع.
٣. العزلة: ويقصد بها العزلة النفسية، وهي أن يكون الفرد في الجماعة حاضراً فيها معدوداً من أعضائها ولكنه غائب عنها، إنه في عزلة من صنعه واختياره، وهي موقف لا انتماء إلى الجماعة واغتراب عن معاييرها وقيمتها.
٤. التفكك: ويكون التفكك الاجتماعي فيما يقع بين أفراد الجماعة من تنازع وافتراق، وهذا التفكك يكون واضحاً لقلة وضعف المشاركة القائمة على الفهم والاهتمام.
٥. التهرب من المسؤولية: يعني إعلان عدم مقدرة الفرد والجماعة على احتمال أعبائها وتكاليها، وهي حالة إعلان وجودية سالبة والتنازل عن الذاتية المتميزة والتخلي عنها.

أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية يحتل أهمية كبيرة لدى كل من الفرد والمجتمع، ويتطلب تعلم المسؤولية الاجتماعية وقتاً طويلاً، لذا يتطلب من مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأُسرة والمدرسة والأندية والمعاهد والجامعات توفير الفرص والبيئة المناسبة لتنمية المسؤولية الذاتية والاجتماعية لدى أبناء المجتمع، لما لها من علاقة وثيقة بالكثير من السلوكيات الايجابية والسلبية التي تسود أي مجتمع.

العوامل المساعدة في نمو المسؤولية الاجتماعية :

من أهم العوامل التي تساعد في نمو وتطور المسؤولية الاجتماعية في أي مجتمع هي:

١. المعلم: ينظر للمعلم كقائد ورائد اجتماعي في مدرسته وبيئته ومجتمعه، وهو قائد لجماعات متعددة من التلاميذ الذين هم مستقبل أي مجتمع، فالمعلم يؤثر في تلاميذه، وينعكس ذلك في تحصيلهم وسلوكهم واتجاهاتهم وميولهم نحو المادة التي يعلمها لهم ونحو عملية التعلم عامة، وبذلك فإن اتجاهاته وميوله سوف تنتقل للتلاميذ. لذلك يجب على المعلم أن يكون ذا مسؤولية اجتماعية عالية بعناصرها الثلاثة (الاهتمام - الفهم - المشاركة) حتى يقوم بدوره في إنماء المسؤولية الاجتماعية لدى الناشئين بأقواله وأفعاله ومظهره وسائر تصرفاته (فحجان، ٢٠١٠)^١
٢. المناهج الدراسية: هي المواد والمناهج الدراسية التي يتعلمها التلاميذ من قراءة وكتابة ومناقشة في المؤسسات التعليمية بالمجتمع، فدراسة هذه المناهج والمواد سواء كانت اجتماعية أو اقتصادية أو تاريخية، فإنها تساعد الدارسين والتلاميذ على التطور والارتقاء العلمي بهم وجماعتهم الهذلي، ٢٠٠٩).^٢

المتغيرات الأخرى لدى عينة من طلاب المرحلة الثانوية بمدينة مكة المكرمة، رسالة ماجستير، كلية التربية، مكة المكرمة: جامعة أم القرى

٢. مشرف، ميسون محمد (٩٠٠٢). التفكير الأخلاقي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية وبعض المتغيرات لدى طلبة الجامعة الإسلامية بغزة، رسالة ماجستير، كلية التربية، غزة، الجامعة الإسلامية.

١. فحجان، سامي خليل (٢٠١٠). (التوافق المهني والمسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بمرونة الأنا لدى معلمي التربية الخاصة، رسالة ماجستير، كلية التربية، غزة، الجامعة الإسلامية.

٢. لهذلي، نائف سراج (٢٠٠٩). (الاتجاه نحو ظاهرة الإرهاب وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية وبعض

مشكلة الدراسة وتساولاتها:

تأتي أهمية دراسة مستوى المسؤولية الاجتماعية لدى طلبة المرحلة الثانوية في منطقة حائل من المملكة العربية السعودية، من أهمية الموضوع نفسه كمؤشر للصحة النفسية، وأهمية الفئة المستهدفة وهي فئة من المراهقين، ونظراً لندرة الدراسات عن هذا الموضوع على الصعيد المحلي في المملكة العربية السعودية (حسب علم الباحثين)، ارتأى الباحثان أنه من الضروري البحث والتقصي عن مستوى إحساس هؤلاء الطلاب بالمسؤولية الاجتماعية ودرجة اختلاف مستوياتها باختلاف بعض المتغيرات الديموغرافية لأسرهم لذا تتلخص مشكلة الدراسة الحالية في غياب المعلومات حول مستوى المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية في منطقة حائل، وغياب المعلومات حول مدى اختلافها باختلاف معدل دخل الأسرة الشهري للطالب ووضع الأسرة الاجتماعي ومستوى تعليم كل من الأب والأم ومنطقة السكن، لذا تهدف الدراسة الحالية للإجابة عن السؤالين التاليين:

١. ما مستوى المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية في منطقة حائل؟
٢. هل يختلف مستوى المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية في منطقة حائل باختلاف (معدل دخل الأسرة الشهري، والوضع الاجتماعي للأسرة، ومستوى تعليم الأب، مستوى تعليم الأم، ومنطقة السكن)؟

أهمية الدراسة:

الأهمية النظرية: تكمن الأهمية النظرية للدراسة الحالية فيما يلي:

١. إثراء الجانب النظري المتعلق بموضوع المسؤولية الاجتماعية، من حيث مستواه واختلافه باختلاف بعض المتغيرات الديموغرافية وفي الثقافة العربية خاصة.

٢. تقديم أدلة علمية جديدة تؤكد عالمية هذا المفهوم، وتعميمه على مجتمعات أخرى كالمجتمع العربي عامة والسعودي خاصة؛ فقد ظهر مفهوم المسؤولية النفسية ولأول مرة في الغرب من خلال نظرية الضبط التي قدمها غلاسر أول مرة عام ١٩٨١ في كتابه (محطات العقل).

٣. تحديد تأثير بعض المتغيرات الشارحة في كل من مستوى المسؤولية الاجتماعية، للمساعدة في ضبط مثل هذه المتغيرات من خلال البرامج الاجتماعية والتربوية المختلفة. الأهمية التطبيقية تكمن الأهمية التطبيقية للدراسة فيما يلي:

١. تساعد هذه الدراسة مؤسسات التعليم المختلفة في المملكة العربية السعودية على تحديد مستوى المسؤولية الاجتماعية لدى طلابها، وبالتالي تساعد في تشخيص الحالة التي عليها
٢. استفادة الباحثين والمهتمين في المجال التربوي من مقياس الدراسة والإطار النظري الذي تقدمه.

٣. تزويد العاملين في الميدان التربوي بمجموعة من الحقائق عن مستوى المسؤولية الاجتماعية تساعدهم في إعداد البرامج التربوية والإرشادية للنهوض بمستوى المسؤولية الاجتماعية لدى الطلبة.

٤. تقديم بعض التوصيات في مجال تحسين مستوى المسؤولية الاجتماعية.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من الطلاب المنتظمين والمقيدين في المرحلة الثانوية بقسميها (الشرعي والطبيعي) بجميع المدارس الثانوية بمنطقة حائل والبالغ عددهم (٨٢٨٤) طالباً، وذلك حتى نهاية الفصل الدراسي الثاني لعام ١٤٣٤ / ١٤٣٥ هـ وفق إحصائية الإدارة العامة للتربية والتعليم في منطقة حائل. تم اختيار عينة الدراسة من طلاب المرحلة الثانوية (الشرعي والطبيعي) من الصفين الثاني والثالث الثانوي والذين يدرسون

- مستوى المسؤولية لدى طلاب المرحلة الثانوية في منطقة حائل في المملكة العربية السعودية، يوصي الباحثان بما يلي:
1. زيادة البرامج الاجتماعية التي تتضمن الأنشطة اللامنهجية التي تستهدف تنمية الحس بالمسؤولية الاجتماعية لدى الطلبة.
 2. الاهتمام بتضمين المناهج الدراسية في وزارة التربية والتعليم ووزارة التعليم العالي لموضوعات اجتماعية ومجتمعية يكسب من خلالها الطالب الحس الاجتماعي والمسؤولية تجاه أفراد مجتمعه.
 3. إعداد برامج إرشادية وتدريبية لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى فئات الشباب باستخدام التقنيات الحديثة ووسائل الإعلام.
 4. تشجيع الطلاب على الاشتراك في الأنشطة المدرسية وتشجيعهم على العمل الجماعي وخلق روح التعاون الذي من شأنه ينمي المسؤولية الاجتماعية.
 5. عقد الورش التدريبية للأهات ذوات التعليم المتدني لتوعيتهن بأساليب تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الأبناء.
 6. زيادة المعونات المالية والعينية للأسر ذات الوضع الاقتصادي المنخفض من قبل الجمعيات الخيرية وأيضاً من خلال مكاتب الضمان الاجتماعي لتحسين أوضاع الأسر من أجل إشراك أبنائها في الأنشطة التي من شأنها تساعد في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الأبناء.
 7. على الوالدين إتاحة مساحة كافية من الحرية لممارسة بعض الأنشطة بجانب الدراسة كما يجب عليهم تنشئة أبنائهم على تحمل المسؤولية ومواجهة المشكلات.
 8. عدم تعميم النتائج خارج حدود الدراسة من حيث الزمان للاستزادة يرجى الاطلاع على الموقع الإلكتروني التالي:
/2015/http://journals.yu.edu.jo/jjes/Issues
pdf.6/Vol11No1

في المدارس الحكومية التابعة للإدارة العامة للتربية والتعليم بمنطقة حائل، حيث تم تقسيم منطقة حائل إلى أربع مناطق جغرافية تمثل الجهات الأربع، ووضعت جميع أسماء المدارس في كل منطقة جغرافية على قصاصات ورق متساوية في الشكل والحجم، ووضعت جميع الوريقات في وعاء، وتم سحب ثلاث مدارس من كل منطقة جغرافية، بلغ مجموع المدارس الثانوية التي اختيرت بالطريقة العشوائية البسيطة ١٢ مدرسة ثانوية، ضمت هذه المدارس ما مجموعه ١١٠٠ طالباً.

خلصت الدراسة الحالية إلى أن مستوى المسؤولية الاجتماعية لطلاب المرحلة الثانوية في منطقة حائل وفي ضوء المعيار الإحصائي المعتمد في هذه الدراسة كان متوسطاً مرتفعاً، ويفسر الباحثان هذه النتيجة بعدة احتمالات من ضمنها قلة اهتمام الأسر ومؤسسات التنشئة الاجتماعية في المملكة العربية السعودية في تنمية مستوى المسؤولية الاجتماعية لدى الأبناء لقلة وعيهم بأهمية مثل هذا المفهوم شأنها شأن الأسر العربية الأخرى، كما أن مشاركة المدرسة كمؤسسة تنشئة اجتماعية ما زال دون المستوى المطلوب، كما يشير بشكل أو بآخر إلى تقلص دور المدرسة في تنمية مثل هذا المفهوم؛ فالمنهاج مشبع بالمحتوى المعرفي التقليدي، وتقل فيه الأنشطة المنهجية واللامنهجية التي من شأنها تطوير مثل هذا المفهوم كالكشفة على سبيل المثال لا الحصر.

وقد أوضح الباحثان أن معظم الدراسات التي أظهرت مستوى عالي من المسؤولية الاجتماعية كانت قد أجريت على طلبة الجامعات وفي مجتمعات غير المجتمع المماثل للدراسة الحالية، كما أن مصادر هذه الاختلافات يمكن ردها ولو جزئياً لاختلاف المحددات المكانية والزمانية لهذه الدراسات.

التوصيات:

من خلال ما توصلت إليه في الدراسة الحالية من نتائج ولرفع

أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات على ولاء العملاء^١

دراسة على شركات المنتجات الغذائية السودانية

أعدته للنشر: الدكتورة نعيمة إبراهيم الغنّام
رئيسة مكتب خبراء الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية

المقدمة :

إن منظمات الأعمال تشهد في الآونة الأخيرة منافسة شديدة في جذب العملاء وكسب ولاءهم ولتحقيق ذلك تعمل العديد من الشركات الرائدة على تبني فلسفة المسؤولية الاجتماعية؛ لأن ولاء العملاء يعتبر عاملاً مهماً لمواجهة التنافس نتيجة التوجهات الحديثة التي تركز على العملاء بدل التركيز على المنتج. ونستعرض هنا دراسة من إعداد الباحثة «ناهد أحمد محمد» المعنونة أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات على ولاء العملاء، دراسة على شركات المنتجات الغذائية السودانية، والتي تقدمت بها لبحث تكميلي لنيل درجة ماجستير العلوم في إدارة الأعمال.

١ . ناهد أحمد محمد، أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات على ولاء العملاء، «دراسة على شركات المنتجات الغذائية السودانية» ، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ٢٠١٥.

مشكلة الدراسة :

نظراً لما تفرضه العولمة من متطلبات على كل منظمات الأعمال مهما كانت جنسيتها وأماكن تواجدها، فإن منظمات الأعمال في السودان مطالبة هي أيضاً بالتحلي بالمسؤولية الاجتماعية وتحقيق التوافق بين أهدافها الاقتصادية والمتطلبات البيئية والاجتماعية كشرط لضمان بقاءها ولا يتحقق ذلك إلا من خلال كسب ولاء العملاء .

ولكي تفوز منظمات الأعمال اليوم برضا وولاء العملاء عليها تبني فلسفة المسؤولية الاجتماعية خاصة وأن العميل أصبح تواقاً لمعرفة الشركات التي تبذل مساع حثيثة فيما يخص المسؤولية الاجتماعية. إذ أن فلسفة المسؤولية الاجتماعية تقوم على ضرورة مراعاة الاعتبارات الاجتماعية والأخلاقية في الممارسات التسويقية، وكذا ضرورة الموازنة بين المصالح المتناقضة المتمثلة بالربحية ومصصلحة المجتمع وتحقيق رضا وولاء العميل. إن معظم الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة تناولت المسؤولية الاجتماعية وولاء العملاء بشكل منفصل خاصة تلك الدراسات التي أجريت في الدول العربية مثل دراسة (وصفي نازل وآخرون ٢٠١١)، ودراسة موسى القريوتي وآخرون ٢٢٠١٤، ودراسة عاملة محسن (٢٠١٠) المشار إليها في هذه الدراسة ..

لذا فإن إجراء دراسة علمية تحليلية تقف على تحديد وبيان أثر المسؤولية الاجتماعية على ولاء العملاء وقياس أبعادهما واختبار العلاقة بينهما يعد مطلباً جديراً بالاهتمام لمعرفة وفي هذه الدراسة يتم التعرف على أوجه القصور في هذه

١- وصفي نازل وآخرون، أثر المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية (دراسة حالة شركة ١٢ جوال في مدينتي نابلس وجنين)، مشروع تخرج، تحت اشراف الدكتور مجيد منصور، جامعة ٢٠١١، النجاح الوطنية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، قسم التسويق.
٢. موسى قاسم القريوتي وآخرون، دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية (١٠ دراسة حالة في شركة زين للاتصالات الخلوية، دراسات، العلوم الإدارية، المجلد ٤١، ٢٠١٤، العدد

الجوانب وللتعرف على العلاقة المحتملة فيما بينها، ويقاس الولاء بصورة أشمل وذلك باضافة بعد ثالث هو (الولاء المعرفي) وبالرغم من أهمية موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات إلا أننا نجد أن الدراسات في السودان تكاد تكون قليلة لتقييم العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وولاء العملاء وقياس الأثر بينهما خاصة على مستوى الشركات الصناعية، ومن هنا تذب الفجوة البحثية، وتأسيساً على ما سبق يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤلات التالية:

تساؤلات الدراسة :

- ١- ما مدى مستوى إدارك عملاء شركات الصناعات الغذائية السودانية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية؟
- ٢- ما هي العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وولاء العملاء؟
- ٣- ما هو أثر المسؤولية الاجتماعية على ولاء عملاء شركات الصناعات الغذائية؟

أهداف الدراسة :

تتمثل أهداف الدراسة في الآتي:

- ١- قياس مستوى إدارك عملاء شركات الصناعات الغذائية السودانية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية؟
- ٢- قياس درجة تأثير المسؤولية الاجتماعية على ولاء عملاء شركات الصناعات الغذائية.
- ٣- دراسة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وولاء العملاء .

أهمية الدراسة :

تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تؤسس نظرياً وتطبيقياً الربط التصوري للعلاقة بين وتعالج موضوعاً يلقي اهتماماً كبيراً في الدراسات الإدارية، في المسؤولية الاجتماعية وولاء العملاء الحديثة النابعة من التحديات التي تواجهها منظمات الأعمال في هذا العصر وخاصة في الدول النامية، كما تكمن أهميتها في تناولها لقطاع هام من قطاعات الاقتصاد في السودان وهو

والذي كان حافزاً في اختيار هذا الموضوع للدراسة.

الأهمية النظرية:

١- تقدم هذه الدراسة أفكار إضافية حول هذا الموضوع .

٢- كما يمكن أن تكون هذه الدراسة مقدمة لدارسات مستقبلية أكثر عمقاً في هذا المنحى.

٣- توضح هذه الدراسة إن العميل أصبح هدفاً استراتيجياً لا بد من جذبها والعمل بكل الوسائل لكسب ولاءه، خاصة وأن منظمات الأعمال اليوم تعيش حالة تنافسية حادة .

الأهمية التطبيقية:

١- أن تخدم هذه الدراسة إدارات التسويق بمنظمات الأعمال السودانية على اختيار الأبعاد المناسبة للمسؤولية الاجتماعية عند تبنيها فلسفة المسؤولية الاجتماعية ضمن خططها التسويقية، والتي تسهم بشكل أكبر في تحقيق ولاء العملاء .

٢- معرفة مدى تأثير برامج المسؤولية الاجتماعية على ولاء العملاء .

٣- الخروج بتوصيات لبحوث مستقبلية.

تنظيم الدراسة:

تتكون هذه الدراسة من خمسة فصول على النحو التالي:

الفصل الأول: الإطار العام للبحث وفيه يتم تناول (مقدمة عامة عن موضوع البحث، مشكلة البحث، أهمية البحث من الناحية النظرية والتطبيقية، أهداف البحث، ومصطلحات البحث).

الفصل الثاني الإطار النظري للبحث: وفيه يتم تناول (مفهوم المسؤولية الاجتماعية، ولاء العملاء والعلاقة بينهما).

الفصل الثالث: منهجية الدراسة وفيه يتم تناول (المنهج المتبع في الدراسة، مجتمع وعينة الدراسة، نظرية الدراسة، نموذج الدراسة، فروض الدراسة، الأساليب الإحصائية المستخدمة).

الفصل الرابع: وفيه يتم تناول: إجراءات الدراسة الميدانية، التحليل الإحصائي، اختبار الفرضيات).

الفصل الخامس ويتناول (ملخص النتائج، مناقشة النتائج، محددات البحث، التوصيات المقترحات لبحوث مستقبلية والخاتمة).

الفرضية الرئيسية: إن العملاء دوماً يبحثون عن الشركات المسؤولة اجتماعياً لذلك فإن برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات لديها تأثير إيجابي على نسبة الشراء، (I Ferre- Maignan and 200, Il) المشار إليه في (Dacin, 1997) ^٢، وأن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي شكل من أشكال الدعم الخيري، أو الممارسات الأخلاقية الإيجابية والتي تؤدي إلى ولاء العملاء. وقال الباحثون في شركة (بارون) أن ٨٨٪ من المستهلكين هم أكثر شراءً من هذه الشركة (Dacin, 1997) ^٣ لأن الناس أو المستهلكين يفضلون مثل تلك الشركات التي تلبي حاجاتهم الاجتماعية، لذلك فإن الفرضية تنص على وجود علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية وولاء العملاء وهذا من واقع دراسة (Farooque 2009) ^٤

الفرضية الرئيسية: توجد علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية وولاء العملاء . وتنبثق منها الفرضيات الآتية:

١- توجد علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية والولاء الموقفي.

٢- توجد علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية والولاء السلوكي.

٣- توجد علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية والولاء المعرفي.

Brown, T.J. and Dacin, P.A. (1997) The Company and the Product: Corporate Associations and Consumer Product Responses. Journal of Marketing, 61, 68-84
<https://doi.org/10.2307/1252190>

٤. المرجع السابق

Farooque et al. Impact of Corporate Social Responsibility On Customer Loyalty And Purchase intention (2009).

أسلوب الدراسة :

والوصول إلى النتائج وتقديم التوصيات وإظهار مساهمات الدراسة اعتمدت الباحثة على نوعين من مصادر جمع البيانات تمثلت في:

- المصادر الثانوية والأوراق البحثية والأطروحات، والبحوث، حيث تم الاعتماد على الكتب والمراجع. والبحوث الأجنبية، ومواقع الإنترنت، المنشورة وغير المنشورة.
- المصادر الأولية وهي المصادر ذات المعلومات الحية المتعلقة بموضوع الدراسة بصورة مباشرة وتمثلت في الاستبانة، حيث تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات، لأنها تعتبر وسيلة فعالة لجمع البيانات وقياس المتغيرات المطلوب دارستها. حيث احتوى القسم الأول من الاستبانة على البيانات الشخصية (النوع، العمر، المؤهل العلمي المهنة، الخبرة العملية).

قياس متغيرات الدراسة :

يحتوي هذا القسم على مصادر قياس متغيرات الدراسة، متغيرات ذات علاقة بالمتغير المستقل المسؤولية الاجتماعية وهي عبارة عن أربعة أبعاد وهي:

- بعد المسؤولية الخيرية والذي يتمثل في أن الشركات تقوم بتقديم هبات لدعم المجتمع كما تسهم في حل المشكلات وتحقيق الرفاه الاجتماعي، ويتكون هذا البعد من أربعة عبارات أخذت من دراسة (خالد الزريقات ٢٠١٠) حيث يوضح الجدول أدناه تلك العبارات .

م	العبارة
١	أعتقد أن الشركة (X) تقدم هبات لدعم المجتمع المحلي .
٢	أعتقد أن الشركة (X) تساهم في حل المشاكل والتخفيف من الأضرار التي تحل بالمجتمع المحلي أثناء الأزمات .
٣	أعتقد أن الشركة (X) تساهم في توفير فرص عمل لذوي الأحتياجات الخاصة .
٤	أعتقد أن الشركة (X) تساهم في دعم البنى التحتية للمجتمع المحلي (كالطرق والمراكز الصحية والمدارس)

المصدر: إعداد الباحثة ٢٠١٥

٢- بعد المسؤولية القانونية ويمثل في الممارسات القانونية

هذه الدراسة اتبعت المنهج الوصفي التحليلي لأنه يتناسب مع الظاهرة موضع البحث لقياس أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات في ولاء عملاء شركات الصناعات الغذائية من حيث ولاءهم نحو المنتجات الغذائية لشركة معينة من خلال ما تقوم به شركات الأعمال من برامج في هذا المنحى وتوضيح العلاقة بينهما. حيث تطرقت الدراسة إلى بعض النماذج والأفكار والنظريات التي توضح وتفسر ولاء العملاء ومفهوم المسؤولية الاجتماعية وتوضيح كيف أنها تؤثر على ولاءهم نحو منتجات شركة معينة. أيضاً تم تصميم الدراسة بشكل يستوعب تلك المفردات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية، حيث تناول الاطار النظري مفهوم وتعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات وعلاقتها، للشركات بولاء العملاء والنظريات المفسرة لها حيث اعتمدت الدراسة على تحليل السيناريو.

مجتمع وعينة الدراسة :

مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من عملاء الشركات السودانية المصنعة للأغذية باعتبار أن القطاع الصناعي يعد من القطاعات الحيوية في الاستثمارات.

عينة الدراسة: تم اختيار عينة الدراسة من طلاب الدراسات العليا (إدارة الأعمال) والبيكالوريوس المستوى الرابع (دراسات تجارية) بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وذلك باستخدام العينة غير الاحتمالية (أسلوب العينة الحصصية) لأنها تناسب مجتمع البحث ولأنها تتيح للباحث جمع، ولأنها تتيح للباحث جمع المعلومات من أفراد المجتمع الموجودين في ظروف مريحة للدارس حيث تم توزيع عدد (٧٠) استبانة لطلاب الدراسات العليا وعدد (١٥٠) استبانة لطلاب دراسات تجارية المستوى الرابع مع العلم إذا كانت العينة ١٠٪ يمكن أن تمثل المجتمع إذا كان المجتمع كبيراً.

أدوات الدراسة ومصادر جمع البيانات :

من أجل الحصول على المعلومات وتحقيق متطلبات الدراسة

٤- بعد المسؤولية تجاه البيئة حيث يمثل في الممارسات البيئية الصحيحة وكيفية الحفاظ على البيئة ويتكون من خمسة عبارات أخذت من دراسة محد فؤاد (٢٠٠٣) حيث يوضح الجدول أدناه تلك العبارات.

م	العبرة
١	أعتقد أن الشركة (x) تساهم مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على تحسين ونظافة
٢	أعتقد أن الشركة (x) تتبع أساليب حديثة في تصميم المنتجات بطريقة تكفل تقليل المخلفات.
٣	أعتقد أن الشركة (x) تتبع تقنيات حديثة للتخلص من النفايات ومخلفات التصنيع.
٤	أعتقد أن الشركة (x) تقوم باكتشاف مصادر جديدة أو بديلة للمنتجات الخام والطاقة المستخدمة حالياً.
٥	أعتقد أن الشركة (x) لديها خطة للطوارئ في حالة حدوث كوارث بيئية.

المصدر: إعداد الباحثة ٢٠١٥

التوصيات:

على ضوء نائج الدراسة التي تم التوصل إليها يمكن الخروج بالتوصيات الآتية:

- توصي الباحثة شركات الأعمال بضرورة تبني فلسفة المسؤولية الاجتماعية ضمن خططها التسويقية، مع التركيز على بعدي المسؤولية الأخلاقية والقانونية، بحيث تكون هذه البرامج برامج عمل علمية حتى تتمكن الشركات من تقييمها وقياس مردودها.

- ضرورة العمل على بناء ثقافة مجتمعية ومؤسسية لتعزيز المعرفة بالمسؤولية الاجتماعية وزيادة وعي العملاء بأهميتها من حيث مساهمتها في المحافظة على البيئة وتحقيق مصالح المجتمعات بفئاتهم المختلفة ومحاربة ممارسات الأعمال التي تتعارض مع المبادئ القانونية، والاخلاقية في الدولة.

الصحيحة التي تلتزم بها الشركات وتطبقها في العملية الانتاجية. ويتكون هذا البعد من أربعة عبارات اخذت من دراسة (خالد الزريقات ٢٠١٠) حيث يوضح الجدول أدناه تلك العبارات.

العبارات المتعلقة بقياس بعد المسؤولية القانونية:

م	العبرة
١	أعتقد أن الشركة (x) تلتزم بممارسة الأعمال التي تتوافق مع القوانين المحلية السارية في المجتمع.
٢	أعتقد أن الشركة (x) تتحمل مسؤولية الأضرار التي قد يتعرض لها العملاء عند استهلاكهم لمنتجاتها.
٣	أعتقد أن الشركة (x) تتحمل مسؤوليتها تجاه أفراد المجتمع المحلي ككل فلا تميز بينهم على أساس العرق أو الجنس أو الدين.
٤	أعتقد أن الشركة (x) تساهم في في الحفاظ على البيئة من خلال القوانين والأنظمة التي تطبقها.

المصدر: إعداد الباحثة ٢٠١٥

٣- بعد المسؤولية الأخلاقية ويمثل في ممارسات الشركة التي تتوافق مع قيم المجتمع واحترام تقاليده. ويتكون من خمسة عبارات، أخذت من دراسة (خالد الزريقات ٢٠١٠) حيث يوضح الجدول أدناه تلك العبارات:

م	العبرة
١	أعتقد ان الشركة (x) تقوم بالترويج لمنتجاتها بشكل أخلاقي.
٢	أعتقد ان الشركة (x) تنجز أعمالها بأسلوب يتوافق مع القيم الأخلاقية للمجتمع المحلي.
٣	أعتقد ان الشركة (x) تحترم عادات وتقاليد المجتمع الذي تعمل فيه.
٤	أعتقد أن رسالة وأهداف الشركة (x) تتوافق مع أهداف وقيم المجتمع.
٥	أعتقد ان الشركة (x) توفر فرص وظيفية عادلة ومتكافئة للجميع.

المصدر: إعداد الباحثة ٢٠١٥

محددات الدراسة :

الشركات السودانية للمفهوم المسؤولية الاجتماعية. العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وولاء العملاء، الاسهامات النظرية والتطبيقية للدراسة، محددات الدراسة، التوصية لإجراء دراسات مستقبلية من طلاب الماجستير. تم اجراء هذه الدراسة على ٢٢٠ طالب. من طلاب الماجستير إدارة الأعمال وطلاب البكالوريوس المستوى الرابع (دارسات تجارية) بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

حيث تم التعرف على مستوى ادراكات العملاء لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وكذلك قياس العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات (المتغير المستقل) وولاء العملاء (المتغير التابع) وذلك لتقديم دراسة تمكن شركات الأعمال السودانية من الاستفادة من نتائجها عند قيامها بتبني فلسفة المسؤولية الاجتماعية والتي من خلالها تستطيع جذب أكبر عدد من العملاء وكسب ولاءهم مما يضمن لها تحقيق أهدافها الاقتصادية والاجتماعية وبالتالي ضمان استمراريتها.

للاستزادة يرجى الاطلاع على الموقع الإلكتروني التالي:

<http://repository.sustech.edu/handle/123456789/12313>

تمت الدراسة على عينة طلاب الماجستير والبكالوريوس (كلية الدارسات التجارية) فقط بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا. - أسلوب السيناريو الافتراضي في مقدمة الاستبيان فيه كثير من المثالية التي لا توجد فعلاً في الشركات السودانية المختلفة.

- تم استخدام الاستبانة فقط كأداة لجمع البيانات ولم تستخدم أداة غيرها وأن أسئلة الاستبيان كانت مغلقة

مقترحات لبحوث مستقبلية :

- ١- المسؤولية الاجتماعية وأثرها في ولاء العاملين.
- ٢- اجراء تطبيقات أخرى لنفس موضوع الدراسة بذات المقاييس المعتمدة على شركات أخرى صناعية (مثل شركات صناعة الأدوية) مع زيادة حجم عينة الدراسة حتى يمكن تعميم نتائجها.

الخاتمة :

تفسير ومناقشة النتائج التي توصلت إليها الدراسة من خلال اختبار فروض الدراسة وتناول الموضوعات التالية: (نتائج دراسات البيانات الديمغرافية، مستوى إدارك عملاء

المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر (دراسة ميدانية)¹

أعدته للنشر: الدكتورة نعيمة إبراهيم الغنّام
رئيسة مكتب خبراء الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية

مقدمة :

منذ مطلع القرن العشرين تطورت فلسفات اقتصادية، تزامنت مع الانفصال المتزايد بين ملكية الدولة لعناصر الإنتاج والملكية الخاصة أو بصيغة أخرى إشراك القطاع الخاص في الإنتاج، فقديمًا كانت الفلسفة الاقتصادية الكلاسيكية تفترض بأن المسؤولية الأساسية للشركات هي توفير السلع والخدمات للمستهلكين، ودفع أجور للموظفين. وتتمثل النظرة التقليدية للشركات، كما أوجزها بعض الاقتصاديين أمثال ميلتون فريدمان في السبعينيات من القرن المنصرم، وجهة النظر الكلاسيكية حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية. إذ يرى أن مسؤولية الشركة تتحقق من خلال سداد الأجور للعاملين مقابل العمل الذي يقومون به، وتقديم السلع والخدمات للمستهلكين مقابل ما يدفعونه من أموال، وسداد الضرائب للحكومات التي تقوم بتوفير الخدمات العامة للمواطنين، واحترام سيادة القانون عن طريق احترام العقود المبرمة، وأن تبني الشركة لفلسفة المسؤولية الاجتماعية سوف يقلل من أرباح الشركة، ويزيد التكاليف، ثم تطورت النظرة تجاه المسؤولية الاجتماعية، فقد شرع المديرين التنفيذيين في الاهتمام بأهداف أخرى إلى جانب تعظيم الأرباح، مثل مصالح المستهلكين، والموظفين والدائنين والمجتمعات المحلية.

وفي هذه الدراسة الميدانية يتم تسليط الضوء على دور الشركات اتجاه المسؤولية الاجتماعية. والتي قام بها:
الباحث أ. أحمد عبد الوهاب - باحث اقتصادي، المركز المصري لدراسات السياسات العامة
و الباحثة أ. نورة حسن الشيخ مساعد باحث بقسم الاقتصاد، المركز المصري لدراسات السياسات العامة .

1 . أحمد عبد الوهاب، نورة الشيخ، المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر، دراسة ميدانية، ورقة عمل، المركز المصري لدراسات السياسات العامة.

تهدف الدراسة إلى:

تجاه المستهلك، وهو إنتاج منتج جيد. مطابق للمواصفات العالمية، وبالنسبة للمجتمع (القوة العاملة) خلق فرص عمل، مع العمل على رفع كفاءة العماله المحلية، وتجاه الموظفين تنحصر في الأجور، وبرامج تدريبية لتنمية مهارات العاملين، وتوفير نظام تأمين، وتجاه البيئة بالاهتمام بالصناعات النظيفة، وبالنسبة للمجتمع حل مشكلات مجتمعية تتعلق بالأمية والصحة، وأطفال الشوارع، والفقر والبنية التحتية.

المبحث الثاني:

المؤشرات التي تستخدم في تقييم الأداء الاجتماعي للشركات

وجه التقييم	طريقة قياس	اساس المعيار
1	المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين	ما يخص العامل = عدد المستفيدين من مساهمة الشركات + اجمالي عدد العاملين معدل نصيب العامل = تكلفة التدريب و التطوير + اجمالي المراتب و الاجور معدل الخطر = عدد الحوادث السنوية + عدد ساعات العمل السنوية معدل دوران العاملين = عدد تاركي الخدمة سنويا+ اجمالي عدد العاملين متوسط حصة العامل = قيمة الأرباح السنوية الموزعة على العاملين+ اجمالي عدد العاملين متوسط الإنفاق = نفقات البحث و التطوير + اجمالي تكاليف الإنتاج
2	المسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء و المستهلكين	نسبة استجابة الشركة = عدد شكاوي العملاء التي عولجت + اجمالي التكاليف الاجتماعية
3	المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة و المجتمع	معدل تكلفة الإنفاق = تكلفة المساهمة المجتمعية+ اجمالي التكاليف المجتمعية التي ساهمت فيها الشركة. معدل الإنفاق = تكلفة مساهمة الشركة في الحفاظ على البيئة المحيطة+ اجمالي ميزانية البحث التطوير للشركات في المنطقة. معدل الإنفاق = تكلفة مساهمة الشركة في تحسين البنية التحتية+ اجمالي تكاليف مساهمة الشركات العاملة في المنطقة.

هناك أعداد كثيرة من المؤشرات التي تستخدم في تقييم الأداء الاجتماعي للشركات وسوف يتم توضيح ذلك كما ورد في الدراسة عن كيفية القياس وماهي الطرق المتبعة في القياس لكي تحدد مدى تفاعل الشركات تجاه المجتمع .

المؤشر المصري لمسؤولية الشركات

قامت في مارس ٢٠١٠ بإطلاق مؤشر للبيئة والحوكمة والمسؤولية المجتمعية للشركات وفقا لما ذكر في الموقع التالي: <http://www.egx.com.eg/Arabic/OverviewS-P-EGX.aspx> الوارد في الدراسة ، وظهر هذا المؤشر عام ٢٠٠٨ حين قامت الهند بإصدار مؤشر للبيئة والحوكمة والمسؤولية الاجتماعية للشركات، وقد تم تقييم المائة شركة المدرجة في البورصة المصرية وفقا لهذا المؤشر وبناءً على معايير أساسية وخاصة بكل من المسؤولية الاجتماعية للشركات والحوكمة، وقد تم التقييم على مرحلتين، الأولى اعتمدت على تقييم

١. توضيح مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، ومقدار العائد المجتمعي من المشروعات الاجتماعية التي تتبناها الشركات وفقا لهذا المفهوم.

٢. طرح بعض الحلول والتوصيات لتشجيع الدور المجتمعي لشركات القطاع الخاص.

٣. مناقشة المسؤولية الاجتماعية كمفهوم للمسؤولية المجتمعية للشركات ، في المبحث الأول.

٤. المبحث الثاني أشكال المسؤولية الاجتماعية للشركات.

٥. المبحث الثالث مقارنة بين الشركات التي تعمل في مصر والشركات العالمية

٦. التوصل إلى نتائج وتوصيات.

المبحث الأول:

مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في إطار التنمية المستدامة

المفهوم: سوف يتم تناول هذا الجزء بشكل مختصر حيث يعني تحمل الشركات مسؤولياتها تجاه أصحاب المصالح من «حملة الأسهم والمستهلكين والعملاء، والبيئة والمجتمع» وبالتالي التزام الشركات طبقا لذلك التعريف ليس فقط بتحقيق الأرباح ولكن يمتد إلى أبعد من ذلك ليصل إلى فئات مختلفة في المجتمع. وي طرح البنك الدولي كما ذكر في الدراسة وفقا للتقرير التاسع للمنظمات الأهلية، والاتحاد الأوروبي ٢٠١١ كما أشارت له الدراسة بأن تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات «هو الالتزام بالإسهام في التنمية المستدامة من خلال تقديم الدعم العيني في شكل خدمات فعلى سبيل المثال وليس الحصر التعليم ومشروعات البنية التحتية والصحة، التي تقدم للعاملين وأسرههم أو المجتمع المحلي أو المجتمع بشكل عام.

وهناك أشكال مختلفة للمسؤولية الاجتماعية للشركات نظرا لاختلاف الجهة المستفيدة من تلك المسؤولية، ومنها المسؤولية

وقد ورد في الدراسة أن هناك عدد من الشركات التي تهتم بتقديم خدمات مجتمعية في مصر، ومن هذه الشركات شركة P&G، وبنك مصر، وشركة فودفون، ومجموعة شركة سكيم، وقد ساهمت في تنمية المجتمع المصري.

ومن الأعمال التي قامت بها مؤسسة بنك مصر:

- تطوير مستشفى المنيا الجامعي، قسم المسالك البولية.
- مستشفى رمد قلاوون تم شراء جهاز تفتيت المياه البيضاء عن طريق الموجات الصوتية.
- تم التبرع بمبلغ ٧٠٠ ألف جنيه لمعهد أسوان.
- تقديم خدمات للمرأة في الصعيد، مشروع التنمية لقرية بني هلال.

شركة P&G قامت بالتالي:

- حرصها على انتاج منتج صديق للبيئة وتطوير منتجاتها لإرضاء المستهلكين
- تقديم برنامج تدريبي «التدريب الطلابي للأعمال في مصر»
- إنشاء مدرسة المقطم للتدوير والقمامة.

المنتفعين من إقامة تلك المدرسة

الأطفال	<ul style="list-style-type: none"> • خفض نسبة الفقر، من خلال الدخل الذي يعود على أسرهم من خلال الدراسة. • أكثر من ١٥٠ طفل تم تعليمه. • بناء الثقة بالنفس والأحترام.
العملاء	<ul style="list-style-type: none"> • حماية استثمارات العملاء في منتجات P&G • ضمان صحتهم. • حصولهم على المنتج الحقيقي.
البيئة	<ul style="list-style-type: none"> • تم إعادة تدوير مليون زجاجة فارغة لمنتجات P&G
الشركة	<ul style="list-style-type: none"> × الحد من الغش في العلامة التجارية وبالتالي حماية العلامة التجارية. × تجنب انخفاض حجم المبيعات. × الحفاظ على سمعة الشركة.

ممارسات الشركات وفقا لمجالات تقييم المؤشر والإفصاح عنها اعتمادا على المعلومات الخاصة بكل شركة، وذلك من خلال المعلومات المتاحة لدى البورصة والمعلومات العامة. بالإضافة إلى اللجوء إلى الوزارات والهيئات الحكومية. أما المرحلة الثانية تم الوصول إلى ترتيب الشركات وفقا لممارسات في مجالات البيئة والمسؤولية الاجتماعية للشركات، بعد ذلك قامت البورصة المصرية بالتعاون مع مؤسسة ستاندر أند بورز بتحويل نتائج المرحلة الثانية إلى مؤشر متحرك من خلال ربط ترتيب الشركات بالقيمة السوقية للسهم ومعدلات التدوال.

ترتيب عام	أسماء الشركات*
1	ليسيكو مصر
2	الشركة المصرية لخدمات التليفون المحمول
3	المصرية للاتصالات
4	النساجون الشرقيون للسجاد
5	المجموعه الماليه هيرمس القابضه
6	سيدي كرير للبتروكيماويات
7	البنك الوطني للتنمية
8	الاسكندرية للزيوت المعدنية
9	اوراسكوم تيلكوم القابضة
10	بنك كريدي اجريكول مصر
11	مصر لصناعة الكيماويات
12	المصرية لخدمات النقل (ابجيترانس)
13	السادس من اكتوبر للتنمية والاستثمار - سوديك
14	اولميك جروب للاستثمارات المالية
15	مدينة نصر للاسكان والتعمير
16	راية القابضة للتكنولوجيا والاتصالات
17	التعيم القابضة للاستثمارات
18	اوراسكوم للانشاء والصناعة
19	البنك التجاري الدولي (مصر)
19	مينا للاستثمار السياحي والعقاري
19	مصر الجديدة للاسكان والتعمير
22	العز الدخيلة للصلب - الاسكندرية
23	بنك التعمير والاسكان
23	القابضة المصرية الكويتية
23	بي تك للتجارة و التوزيع
26	العربية المتحدة للشحن والتفريغ
27	النيل للكبريت
28	حديد عز
29	جى بى اوتو
29	مجموعة طلعت مصطفى القابضة

شركة فودافون - الأعمال التي قامت بها المؤسسة :

- التعليم: برنامج العودة إلى المدارس كل عام، حيث تقوم بتوزيع أكثر من ٣٠ ألف حقيبة مدرسية .
 - التبرع بالدم
 - تطوير منازل بقرية الكوم الأخضر بالمنيا
 - حملة القيادة الآمنة - مبادرة تنمية مهارات القيادة لدى الشباب.
- وهناك شركات أخرى لا يتسع المجال لذكرها.

المبحث الثالث:

مقارنة بين الشركات التي تعمل في مصر والشركات العالمية يتضح من خلال بعض الأمثلة المذكورة أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر غير واضح، فبعض الشركات تقدم الخدمات ليس بهدف تحقيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، ولكن الإنفاق على الجانب المجتمعي كان بهدف التبرع فقط. والبعض يعمل في المشاريع من أجل التهرب من الضرائب، فتأخذ المشروعات الخيرية مجرد غطاء. كما أن نسبة ما تنفقه

الشركات العالمية التي تعمل بمصر لا يذكر بمقدار انفاقها في مجتمعات أخرى متقدمة تعمل بها بخلاف مصر.

التوصيات:

حلول مقترحة لتفعيل مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات:

١. زيادة الوعي المجتمعي بدور الشركات ومسؤولياتها تجاه المجتمع، ومقدار العائد الذي يعود على الشركة والمجتمع في آن واحد.

٢. وضع تشريع ينص على الإفصاح والشفافية، لكي تشر كل شركة ميزانيتها التي تتبرع بها للمشروعات المجتمعية بالإضافة إلى إنجازاتها.

٣. خفض القيود الجمركية على ما يستورد من منتجات تفيد المشروع المجتمعي.

٤. تشجيع الحكومة لشركات القطاع الخاص.

٥. تفعيل الرقابة من قبل الدولة.

للاستزادة يرجى الاطلاع على الموقع الإلكتروني التالي:

<http://www.ecpps.org/attachments/article/459/>

أثر المسؤولية الاجتماعية في الأداء: دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة السورية

أعدته للنشر: الدكتورة نعيمة إبراهيم الغنّام
رئيسة مكتب خبراء الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية

المقدمة :

حاز مصطلح المسؤولية الاجتماعية على اهتمام الكثير من الباحثين وعلماء الإدارة، كما أثار هذا المصطلح جدلاً واسعاً بينهم، وتبلورت حوله في العقود الأخيرة وجهتي نظر رئيسيتين الأولى ترى أن المسؤولية الأساسية للمنظمات هي تعظيم الأرباح بقدر الإمكان وبالتالي خدمة الملاك وتعظيم ثروتهم الأمر الذي سينعكس في النهاية على المجتمع بشكل عام وذلك من خلال السلع والخدمات التي ستقدم له. وصاحب هذا المذهب الإداري الاقتصادي الأمريكي الحائز على جائزة نوبل فيرد مان (Friedman) ١٩٧٠ الذي يرى بأن المديرين هم وكلاء الملاك وبالتالي ليس من صلاحياتهم القيام بأدوار اجتماعية تؤدي إلى الإضرار بثروة الملاك.

١. قدرى إبراهيم (٢٠١٥) أثر المسؤولية الاجتماعية في الأداء: دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة السورية. رسالة دكتوراه، إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد، سزريا ٢٠١٥

المحلي لم يجد الباحث دراسة تناولت هذا الموضوع، وبالتالي تحاول هذه الدراسة المساهمة في ملئ هذه الفجوة وذلك من خلال دراسة أثر المسؤولية الاجتماعية والرضا الوظيفي في أداء الشركات من خلال عينة من العاملين في الشركات المساهمة السورية، إذ تتجسد مشكلة الدراسة بالأسئلة التالية:

١. ما مدى ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الشركات المساهمة السورية؟

٢. ما مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في الشركات المساهمة السورية؟

٣. ما هو مستوى الأداء للشركات المساهمة السورية؟

٤. هل تؤثر ممارسة المسؤولية الاجتماعية في أداء الشركات السورية المساهمة؟

٥. هل يؤثر مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في أداء الشركات السورية المساهمة؟

٦. هل تؤثر ممارسة المسؤولية الاجتماعية في مستوى الرضا الوظيفي للعاملين؟

٧. هل يتوسط الرضا الوظيفي للعاملين العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للمنظمة وأدائها

أهمية الدراسة

تكمُن أهمية الدراسة في ناحيتين، نظرية وعملية :

الأهمية النظرية

تبرز أهمية هذه الدراسة من الناحية النظرية في حيوية الموضوع الذي تطرحه وهو أثر المسؤولية الاجتماعية في أداء الشركات المساهمة السورية، فالعلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والأداء تمثل أحد المواضيع الرئيسية للدراسة والبحث في موضوع المسؤولية الاجتماعية. (Huang Lin et al, 2009) كما تنبثق الأهمية النظرية للدراسة من خلال ما تمثله من إضافة للتراكم المعرفي حول موضوع المسؤولية

حاز مصطلح المسؤولية الاجتماعية على اهتمام الكثير من الباحثين وعلماء الإدارة، كما أثار هذا المصطلح جدلاً واسعاً بينهم، وتبلورت حوله في العقود الأخيرة وجهتي نظر رئيسيتين الأولى ترى أن المسؤولية الأساسية للمنظمات هي تعظيم الأرباح بقدر الإمكان وبالتالي خدمة الملاك وتعظيم ثروتهم الأمر الذي سينعكس في النهاية على المجتمع بشكل عام وذلك من خلال السلع والخدمات التي ستقدم له. وصاحب هذا المذهب الإداري الاقتصادي الأمريكي الحائز على جائزة نوبل فيرد مان (Friedman) ١٩٧٠ الذي يرى بأن المديرين هم وكلاء الملاك وبالتالي ليس من صلاحياتهم القيام بأدوار اجتماعية تؤدي إلى الإضرار بثروة الملاك.

أما وجهة النظر الأخرى فتري أن المنظمات تضخمت بشكل كبير وتزايد تأثيرها في المجتمع، ولم يعد مقبولاً منها الاهتمام فقط بعنصر وحيد من مجتمعتها الذي تعيش فيه وهو الملاك، وبالتالي يجب أن يكون هذا التأثير إيجابياً وفي صالح المجتمع بشكل عام، حيث أن هذه المنظمات تنشأ وتعمل في ظل هذا المجتمع وبالتالي لا يمكنها النجاح والاستمرار بدون القيام بأدوار اجتماعية تجاه هذا المجتمع تجعلها مقبولة لديه وتحظى بالاحترام من قبل مختلف مكوناته، وبالتالي الحفاظ على بقائها واستمرارها.

ونظراً لقلّة الدراسات في هذا المجال كما أوضح الباحث د. قدري عثمان إبراهيم. تقدم بهذه الدراسة كأطروحة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص إدارة الأعمال في جامعة دمشق.

مشكلة الدراسة :

أجريت دراسات قليلة على المستوى العربي لتوضيح طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة الحالية وهي المسؤولية الاجتماعية والرضا الوظيفي والأداء لدراسة تأثير المسؤولية الاجتماعية والرضا الوظيفي في الأداء، كذلك على المستوى

٢. قياس مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في الشركات المساهمة السورية.

٣. تحليل مستوى الأداء في الشركات المساهمة السورية.

٤. قياس أثر المسؤولية الاجتماعية في الأداء في الشركات المساهمة السورية .

٥. قياس أثر الرضا الوظيفي في الأداء في الشركات المساهمة السورية .

٦. قياس أثر المسؤولية الاجتماعية في الرضا الوظيفي في الشركات المساهمة السورية.

٧. دراسة فيما إذا كان الرضا الوظيفي للعاملين يتوسط العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للمنظمة وأدائها.

ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي والاسلوب الارتباطي، وصممت استبانة لجمع البيانات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية والأداء، وزعت على عينة من المديرين في الشركات المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية بلغت (١٠٣) من المديرين.

كما صممت استبانة ثانية لقياس الرضا الوظيفي للعاملين في الشركات المدروسة تكونت من عدة أبعاد ووزعت على عينة قدرها (٢١١) موظف في الشركات المدروسة، حيث استخدم البرنامج الإحصائي. (SPSS:21) لتحليل البيانات التي جمعت بواسطة الاستبانتين كما قام الباحث بالاعتماد على المنهجية النوعية من خلال إجراء مقابلات مع (٢٥) مدير في الشركات المدروسة، والتي من خلالها وباستخدام منهجية تحليل المضمون استنتج واقع المسؤولية الاجتماعية للمنظمة على مستوى التطبيق، وعلاقتها بالمتغيرات المتعلقة بمشكلة الدراسة وأسئلتها الأساسية.

نتائج الدراسة

أجابت هذه الدراسة على السؤال الرئيسي التالي، ما هو أثر المسؤولية الاجتماعية والرضا الوظيفي في أداء الشركات

الاجتماعية للمنظمات وعلاقته وأثره بكل من الرضا الوظيفي والأداء، فعلى الرغم من كثرة الدراسات الأجنبية بشكل عام، إلا أنه مازال هناك قصور من قبل الباحثين على المستوى المحلي والعربي في مناقشة هذا الموضوع.

الأهمية العملية :

١. تركز هذه الدراسة على العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للمنظمة والرضا الوظيفي وأثرهما في الأداء، من خلال عينة من الشركات المحلية تلعب دور هام في الاقتصاد السوري سواء من حيث حجم رأس المال أو من حيث عدد العاملين فيها، وبالتالي فإن نتائجها يمكن أن تكون على قدر كبير من الأهمية من الناحية الاقتصادية والاجتماعية، كونها يمكن أن تساعد هذه الشركات في توضيح الممارسات التي قد تؤدي إلى تحسين قدرتها على مواجهة تحديات المنافسة الحالية والمستقبلية.

٢. دراسة العلاقة بين هذه المتغيرات يمكن أن تساعد متخذي القرارات ورسمي السياسات في الشركات المدروسة والجهات ذات الاهتمام بموضوع المسؤولية الاجتماعية بالتركيز على المجالات التي تحتاج للمزيد من الاهتمام الذي قد ينعكس إيجاباً على التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

٣. قد تدفع نتائج الدراسة الشركات للاهتمام في المسؤولية الاجتماعية والرضا الوظيفي للعاملين فيها الأمر الذي يمكن أن يشكل أرضية صلبة تركز عليها مواكبة التغيرات البيئية والتنافسية، فالباحث يأمل أن تسهم نتائج دراسته في زيادة التلائم بين الشركات المدروسة والمجتمع الذي تعمل به مما يقود لتحسين صورتها الأمر الذي يمكن أن ينعكس على تنافسياتها.

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى تحقيق ما يلي :

١. دراسة مدى ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الشركات المساهمة السورية.

أوصت الدراسة إدارات الشركات المدروسة بالمزيد من الاهتمام فيما يتعلق بدعم المجتمع المحلي في مجالات مثل التعليم، والصحة، والمؤسسات الخيرية، والبنية التحتية، والمساهمة في حل المشاكل والتخفيف من الأضرار التي تحل بالمجتمع أثناء الأزمات. حيث بينت النتائج أن بعد المسؤولية الخيرية كان متوسطه الحسابي منخفض.

وأن تعمل على مراعاة ارتفاع المتطلبات المعيشية، فتعمل على تحقيق التوازن بين هذه المتطلبات وبين الراتب الممنوح للعاملين لديها. لما لذلك من أثر في الرضا الوظيفي لهم، في ظل النتائج التي بينت تأثير الرضا الوظيفي في أداء هذه الشركات. إذ تبين أن بعد الراتب والمكافآت كانت درجته منخفضة.

كما أوصت الدراسة بأن تعمل الشركات المدروسة على رفع مستوى المسؤولية الاجتماعية لديها، إذ تبين من نتائج الدراسة التأثير الإيجابي لذلك في الرضا الوظيفي للعاملين في هذه الشركات، وفي الأداء. و زيادة اهتمام الشركات المدروسة بالرضا الوظيفي للعاملين فيها، لما له من أثر في رفع مستوى أداء هذه الشركات.

للاستزادة يرجى الاطلاع على الموقع الإلكتروني التالي:

<http://mohe.gov.sy/Masters/Message/PH>

المساهمة السورية؟ وبالتالي نتائجها يمكن أن تساعد هذه الشركات في توضيح الممارسات التي تؤدي إلى تحسين قدرتها على مواجهة تحديات المنافسة الحالية والمستقبلية، من خلال زيادة التلاؤم بينها وبين موظفيها والمجتمع الذي تعمل به، الأمر الذي يمكن أن ينعكس على أدائها.

استنتج الباحث وباستخدام منهجية تحليل المضمون واقع المسؤولية الاجتماعية للمنظمة على مستوى التطبيق، وعلاقتها بالمتغيرات المتعلقة بمشكلة الدراسة وأسئلتها الأساسية .

خلصت الدراسة إلى أن الشركات المدروسة تمارس المسؤولية الاجتماعية بدرجة متوسطة حيث بلغ متوسطها الحسابي (٣,٧٢) وبأهمية نسبية قدرها (٧٤,٤٠٪).

توصلت الدراسة أيضاً إلى أن الرضا الوظيفي للعاملين في الشركات المدروسة متوسط بشكل عام حيث بلغ متوسطه الحسابي (٣,٦٣) وبأهمية نسبية قدرها (٧٢,٦٠٪) كما تبين من نتائج الدراسة أن هناك أثر ذو دلالة إحصائية:

١. للمسؤولية الاجتماعية في الرضا الوظيفي

٢. للرضا الوظيفي في الأداء

٣. للمسؤولية الاجتماعية في الأداء

وأن الرضا الوظيفي للعاملين يتوسط العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للمنظمة وأدائها.

واقع أهمية وقيمة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية

أعدته للنشر: الدكتورة نعيمة إبراهيم الغنّام
رئيسة مكتب خبراء الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية

المقدمة :

كشفت مختلف الدراسات والبحوث أن المسؤولية الاجتماعية تعتبر من القضايا الأكثر أهمية وتحدياً للمؤسسات خاصة الاقتصادية منها، حيث أصبح تقييم المؤسسة الاقتصادية غير مبني على الأرباح فحسب ولم تعد في بناء سمعتها تعتمد على المراكز المالية فقط ، فقد ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على خلق ديناميكية عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية عبر أنحاء العالم ،

١ . بن مسعود نصرالدين، كنوش محمد، واقع أهمية وقيمة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية ، دراسة استطلاعية على إحدى المؤسسات الوطنية، ورقة عمل، الملتقى الدولي كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير حول «منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية» (١٤-١٥ فبراير ٢٠١٢)، الجزائر.

توزيع العبارات على مختلف المحاور الخاصة بالدراسة

المحور	الموظفين	الزبائن	الملاك	المنافسين	المجتمع
عدد	١٠	٦	٤	٥	١٥
العبارات	من ١ إلى ١٠	من ١١ إلى ١٦	من ١٦ إلى ٢٠	من ٢١ إلى ٢٥	من ٢٥ إلى ٤٠

تم الاعتماد على استخدام مقياس ليكرت likert في توزيع درجات الأهمية لكل فرد يجيب على أسئلة الاستبيان، حيث (مهم جدا ٥ درجات، مهم ٤ درجات، غير متأكد ٣ درجات، غير مهم ٢ درجة، غير مهم إطلاقا ١ درجة).

ولتحقيق أهداف البحث تم تحليل البيانات التي تم جمعها من الميدان اعتمادا على الشركة المقترحة، وتم الاعتماد على بعض الأساليب الإحصائية باستخدام برنامج spss، وكانت النتائج المحصل عليها على النحو التالي:

• أولا: دراسة الارتباط بين درجة كل عبارة من كل محور مع درجة الكلية للمحور، وكان الغرض من ذلك معرفة صدق الاستبيان أي معرفة مدى الاتساق الداخلي لأداة البحث، ومن مخرجات برنامج spss تم استخلاص النتائج التالية: لوحظ أن معاملات الارتباط الخاصة بمحور الموظفين سجلت أعلى قيمة ٠,٧٠، عند العبارة رقم ٠٢ والتي تشير إلى ضرورة أن تكون الأجور المقدمة إلى العمالة بين الموظفين يجب أن تكون عادلة حسب مستوى كل فرد وحسب جهده المبذول، كما كانت أقل قيمة للارتباط عند العبارة رقم ١٠ حوالي ٠,٤٧، كحد أدنى وهذا ما يدل على إعطاء الأولوية لذوي الاحتياجات الخاصة؛ مثلا توفير مناصب خاصة بهم، وتحفيزهم معنويًا ومادياً، أما بالنسبة للمحور الثاني الزبائن كانت أعلى قيمة للارتباط قد سجلت بقيمة ٠,٦٥، عند العبارة رقم ١٥ والتي تشير إلى ضمان المنتج المباع إلى المستهلك أي تعويض كل عيب يظهر على المنتج، أما أدنى قيمة كانت بـ ٠,٢٠، عند العبارة رقم

ومن أبرز هذه المفاهيم نجد مفهوم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال.

وتأسيسا على ذلك فإن مفتاح ونجاح ونمو المؤسسات الاقتصادية يمكن ربطه بمدى أهمية وإدراك المسؤولية الاجتماعية المرتبطة بعدد من القيم ومعايير الإنسانية السامية، كالتكافل والإحساس بالوطنية اتجاه كل ما له علاقة بالمؤسسة سواء كان موظفا أو عاملا مساهم، مالك، فرد من المجتمع، زبون... ولهذا فإنه متى ما زادت المؤسسة الاقتصادية في فهم وإعطاء أهمية وقيمة لتلك العملية الضميرية زادت عملية تطور وازدهار ورقي المؤسسة في الوطن مما يزيد من ربحيتها وسمعتها.

ولأهمية المؤسسات الاقتصادية ودورها الفعال في تنمية المجتمعات؛ نقدم لكم هذه الدراسة بعنوان: واقع أهمية وقيمة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية من إعداد الباحث أ. بن مسعود نصر الدين والباحث أ. كنوش محمد من جامعة سطيف بالجزائر، دراسة بحثية ٢٠١٢

هدفت الدراسة إلى التعرف على المفهوم السائد للمسؤولية الاجتماعية مع اقتصار ذلك على المؤسسة الاقتصادية باعتبارها العامل الأساسي في ربط أفراد المجتمع مع الحكومة والبيئة، ثم يلي ذلك تحديد مدى أو درجة أهمية هذه المسؤولية من طرف القائمين المتعاملين مع الشركة داخليا وخارجيا، ثم الخروج في الأخير بجملته من التوصيات من خلال دراسة استطلاعية على إحدى المؤسسات الوطنية.

فقد حاول الباحثان، إسقاط أو تحويل الأقوال إلى أفعال من خلال دراسة طبقت على إحدى الشركات الاقتصادية الوطنية ذات صفة عمومية؛ للوصول إلى درجة أهمية المسؤولية الاجتماعية في هذه المؤسسة، لذلك قاما بدراسة استبيان مكون من ٤٠ عبارة مقسمة إلى خمسة محاور أو مجالات شملت كل من الموظفين، الزبائن، الملاك، المنافسين، البيئة والمجتمع.

بدرجات مختلفة، حيث قيمة الأهمية من جانب المنافسون كانت تحتل المرتبة الأولى مقارنة بالموظفين التي احتلت المرتبة الخامسة، بينما درجة الأهمية والإدراك بالنسبة للزبائن كانت الثالثة وقبلها الملاك المرتبة الثانية وبعدها المجتمع المرتبة الرابعة، ولكن عموماً الدراسة الاستطلاعية على هذه المؤسسة حسب إجابات أفراد العينة المدروسة، كانت تدل بأن جميع من له علاقة بالمؤسسة يدرك المسؤولية الاجتماعية ولكن بدرجات متفاوتة وبقيم ضئيلة.

وفقاً للنتائج التي تم التوصل إليها من خلال هذه الدراسة وذلك من الجانب النظري إلى الجانب التطبيقي، يمكن استدرج مجموعة من التوصيات لإعطاء أهمية للمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع على النحو التالي:

- ربط العلاقة بين المؤسسات الاقتصادية والقطاع الحكومي بوضع خطة إستراتيجية من شأنها تطبيق المسؤولية الاجتماعية وتحديد نمط أداءها.
- محاولة حث وتشجيع المؤسسة الاقتصادية على إدراك أهمية المسؤولية الاجتماعية في حوكمة المؤسسة.
- خلق إدارات ووحدات قانونية تكون مهمتها الإلتزام المؤسسي بالمسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال تخصيص ميزانية خاصة مستقلة لتدعيم أنشطتها.
- إعطاء الحق للعمال في المشاركة الخاصة بالقرارات الداخلية والخارجية للمؤسسة.
- بث الوعي العام عبر المؤتمرات والندوات ووسائل الإعلام وورش العمل بشأن المسائل المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية بما في ذلك تشجيع مختلف القطاعات الحكومية على المشاركة الفعالة.
- إجراء المزيد من البحوث والدراسات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية.

١٣ التي تشير إلى التنوع في المنتجات بأسعار مختلفة قابلة للاختيار. فيما يخص المحور الثالث الملاك سجلت قيمة معامل الارتباط الخاصة به كأعلى قيمة في العبارة ١٧ بقيمة ٠,٥٢٣، أما أقل قيمة كانت ٠,٣١ والتي تشير إلى العمل على تحقيق أقصى ربح بأفضل التقنيات. ويأتي المحور الرابع المنافسين، حيث سجلت قيمة الارتباط بنسبة قدرها ٠,٧٢ كحد أعلى في العبارة رقم ٢٤ والتي تشير إلى احترام القانون الخاص بالعمل من حيث الإحترام وأخلاقيات المهنة، وإعطاء قيمة المستهلك وصحته أولى من التنافس على الربح، أما القيمة الأقل كانت في حدود ٠,١٧ والتي تشير إلى التحايل على كيفية الحصول على المناقصات والصفقات الخاصة بالعروض.

وأخيراً المحور الخامس المجتمع الذي سجلت فيه أعلى قيمة بـ ٠,٧٩ عند العبارة التي تشير إلى الجهود المبذولة من أجل عدم تشغيل الأطفال الذين لم يبلغوا سن الرشد، أما الأدنى كانت بحوالي ٠,٢١ حيث تشير إلى تدعيم المؤسسة لبعض النشاطات الاجتماعية.

أما بالنسبة لتوزيع درجة الأهمية للمسؤولية الاجتماعية حسب كل محور من المحاور السابقة فقد ظهرت النتائج التالية:

المحور	عدد العبارات	المتوسط الحسابي الكلي	الأنحراف المعياري الكلي	قيمة ودرجة الأهمية
الموظفين	١٠	٣,٣٥	٠,٧٠	٥
الزبائن	٠٦	٤,٥٥	٠,٤٩	٣
المجتمع	١٥	٤,٣٢	٠,٦٤	٤
الملاك	٠٤	٤,٦٥	٠,٥١	٢
المنافسون	٠٥	٤,٨٧	٠,٢٩	١

نلاحظ من الجدول أنه كل من له علاقة بالمؤسسة سواء كان داخلها أو خارجها إلا وله أهمية بالمسؤولية الاجتماعية ولكن

• تشديد عملية المراقبة على تطبيق المسؤولية الاجتماعية من شأنها تعزيز ملكية الشركات.

ونختتم هذه الدراسة بالقول أن المسؤولية الاجتماعية هي بمثابة روح المواطنة التي تعتمد على ضمير وشخصية الإنسان، ولهذا فإذا كانت هناك أهمية لهذه العملية فسيكون تعاون بين كل ماله علاقة بالمؤسسة مما يسمح بتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم صاحب الشركة من جهة والمستفيدين

من الشركة (العمال، الملاك، المنافسين، أفراد المجتمع، الزبائن...) من جهة أخرى، ومن تم تحسين التجارة والاقتصاد في عملية نزيهة شفافة إلى التنمية والتنمية المستدامة باعتبار أن هناك أخلاق دينية اجتماعية وهكذا يتم الحفاظ على ثروة الأجيال القادمة.

للاستزادة يرجى الاطلاع على الموقع الإلكتروني التالي:
31872=https://iefpedia.com/arab/?p

المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين وإنعكاسها على أخلاقيات العمل

«دراسة لآراء عينة من منتسبي بعض مستشفيات مدينة
الموصل»

أعدته للنشر: الدكتورة نعيمة إبراهيم الغنّام
رئيسة مكتب خبراء الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية

المقدمة :

يذكر لنا نوري موفق، (٢٠٠٧) «بأن الأخلاق شغلت فكر الإنسان منذ أزمنة بعيدة، فما أن بدأت المنافسة بين الناس على مقومات الحياة وظهور الصراع بين الإنسان وأخيه حتى ظهرت ملامح سلوك مذموم وآخر محمود، فكان ذلك انعكاساً لاختلال النظام الحياتي والاقتصادي والاجتماعي والسياسي». وعليه كما نرى في الفترة الأخيرة زيادة اهتمام الدراسات العلمية وبمختلف اختصاصاتها بمفهوم الأخلاقيات لمساهمتها في تعزيز سلوك الفرد مع نفسه أولاً ومن ثم مع المجتمع.

تناول البحث المعد من قبل الباحث د. ليث سعد الله حسين، والباحثة أ. ريم سعد الجميل من كلية الإدارة والاقتصاد بجامعة الموصل، بدون تاريخ؛ دراسة العلاقة بين أبعاد المسؤولية سلوك تجاه العاملين وبين أخلاقيات العمل ضمن إطار نظري يجسد مفاهيم أساسية لبعدي البحث وإطار ميداني لوصف متغيرات البحث واختبار فرضياته. اعتمد هذا الجانب على أداة بحثية رئيسية هي الاستبانة التي وزعت على عينة من منتسبي عدد من مستشفيات مدينة الموصل لجمع البيانات اخضعت لعدد من التحليلات الاحصائية بهدف التوصل إلى عدد من الاستنتاجات ثم صياغة عدد من المقترحات والتوصيات.

تضمن البحث أربعة محاور أساسية تناول الأول منهجية البحث فيما تناول الثاني استعراض مفاهيم المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل والعلاقة بينهما واستعرض المحور الثالث الاطار الميداني للبحث وأخيرا اختتم البحث بخلاصة تضمنت الاستنتاجات والتوصيات في المحور الرابع.

وتضمن كذلك سبعة محاور رئيسية في الأول تم التطرق إلى البناء الروحي للفرد العامل في المنظمة ثم استعراض لأهم المفاهيم ذات العلاقة بالأخلاق وأخلاقيات العمل والمسؤولية الاجتماعية، أما المحور الثالث فقد حدد الأطر الأخلاقية بهدف توضيح أخلاقيات الأعمال وأخلاقيات المواطنة والسلوك الأخلاقي للأفراد العاملين، والرابع والخامس والسادس لكي ينتهي البحث بالاستنتاج الرئيسي في المحور السابع وهو المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل وختاماً توصل البحث إلى بعض الاستنتاجات والمقترحات.

مشكلة البحث:

إن المعضلة الفكرية لأخلاقيات العمل في المنظمات تشير إلى أن أخلاقيات الإدارة والعمل تكاد تكون القضية الصعبة والمهمة في منظمات الأعمال التي ترتبط بالأداء الاجتماعي الذي بدوره يعطي مؤشراً هاماً عن مدى استجابة المنظمات اجتماعياً وما تتجزه من أعمال ذات مسؤولية اجتماعية تجاه أفرادها العاملين لذلك من الضروري النظر إلى الأخلاق كونها مبادئ معيارية وليست نظرية أو فلسفة أو أسلوب يعطي وصفاً لأحكام معينة فضلاً عن أن صعوبة تحديد السلوك الصحيح من الخاطئ بات ينسحب إلى ظهور ما يسمى بمعضلة الاخلاق، عليه يمكن طرح السؤال الآتي للمشكلة البحثية:

1. هل تعد المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين من ضمن البعد الاخلاقي للعمل في المنظمات المبحوثة ؟
2. هل هناك تباين في أبعاد المسؤولية الاجتماعية وأبعاد أخلاقيات العمل من وجهة نظر الأطباء والفنيين والإداريين في المنظمات المبحوثة ؟
3. هل هناك اهتمام لأبعاد معينة للمسؤولية الاجتماعية وأبعاد اخلاقيات العمل من قبل أفراد عينة البحث ؟

أهمية البحث:

يمثل البحث الحالي إسهاماً متواضعاً يربط بين كل من المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين وأخلاقيات العمل من خلال تحليل إطار نظري ضمن أدبيات الإدارة في هذا المجال وتحديد تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية منذ أن كان في عصر الثورة الصناعية الذي يتمثل بتعظيم الربح ثم الاتجاه المتزايد نحو الدخل الاجتماعي و انتهاءاً بتداخله مع مفهوم أخلاقيات الإدارة أو أخلاقيات العمل المفهوم الأوسع والشامل الذي تركز عليه المنظمات المعاصرة اليوم ، عليه يجب أن تهتم كل منظمة مهما كان نوعها وحجمها وبيئة عملها بالجوانب الاخلاقية والمسؤولية الاجتماعية اذ يعد هذا الحقل الآن موضع اهتمام خاصة تجاه الافراد العاملين في تلك المنظمات.

أهداف البحث:

في ضوء المشكلة البحثية وأهمية البحث يمكن صياغة الأهداف البحثية بالآتي :

1. تقديم معالم نظرية للمنظمات قيد البحث عن مفهوم أخلاقيات الإدارة وأخلاقيات العمل ومفهوم المسؤولية الاجتماعية.
2. اقتراح عدد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين في إطار أخلاقيات العمل .
3. تشخيص آراء المبحوثين (أطباء، فنيين، إداريين) حول الاهتمام بأبعاد معينة للمسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل مقارنة بالأبعاد الأخرى .
4. تحليل التباين في إجابات المبحوثين حول أبعاد البحث.

فرضيات البحث:

في ضوء الأهداف البحثية وتحليل معطيات الجانب الميداني للبحث يمكن صياغة الفرضيات الآتية :

1. لا يوجد تباين في إجابات المبحوثين من الأطباء والفنيين والإداريين حول أبعاد المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل.
2. تنال عدد من المتغيرات ضمن أبعاد المسؤولية الاجتماعية وأبعاد أخلاقيات العمل تميزاً واهتماماً من وجهة نظر المبحوثين مقارنة بالمتغيرات الأخرى .

مجتمع البحث وعينته :

تمثل مجتمع البحث في عدد من مستشفيات مدينة الموصل كالمستشفى العام ومستشفى الزهراوي ومستشفى البتول فيما تمثلت عينة البحث بعدد من منتسبي المستشفيات توزعوا على ثلاثة فئات : أطباء (٢٠) وفنيين (١٨) وإداريين (١٠) وبلغت عينة البحث (٤٨) فرداً.

خلال دراسة الإطار النظري والنتائج التي توصل إليها البحث في إطاره العملي، توصل الباحثان إلى عدد من الاستنتاجات والتوصيات . نذكر منها

الاستنتاجات :

١. يعد مفهوم أخلاقيات الإدارة بعامة وأخلاقيات العمل بخاصة من المفاهيم التي نالت اهتمام معظم المنظمات المعاصرة اليوم لأن الاهتمام بالعنصر البشري أصبح المرتكز الأساسي لنجاح المنظمات وتحقيق أهدافها فضلاً عن الاهتمام بمفهوم آخر ألا وهو المسؤولية الاجتماعية التي كانت تعبر في الماضي خلال فترة الستينات عن تعظيم الربح أما في الوقت الحاضر أصبح المفهوم يقترن مع الجانب الاجتماعي للمنظمة.

٢. أظهرت نتائج تحليل ووصف متغيرات البحث أن أغلب فئات عينة البحث من الأطباء والفنيين والإداريين متفقون على أهمية أبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين في المستشفيات وضرورة توفيرها وبالأخص تقديم الخدمات الصحية ومنع تسرب العاملين بأي شكل من الأشكال وبث الروح المعنوية لهم وحثهم دوماً على المزيد من العمل مع مراعاة فئات معينة من العاملين في عملهم كالأفراد كبار السن والنساء والشباب صغار السن فضلاً عن الاهتمام بالحوافز وتعويض إصابات العمل والعمل على مراعاة السلوك الأفضل للعاملين.

٣. كما أظهرت نتائج تحليل وصف متغيرات أبعاد أخلاقيات العمل أن الغالبية العظمى من فئات العينة من الأطباء والفنيين والإداريين متفقون على أهمية هذه الأبعاد ما دام الأفراد يستطيعون تقديم عمل متفان وعمل ذو إتقان مع سلوك يتضمن الإخلاص والنزاهة في عمل الفرد الذي يحاول الحفاظ على مكانته وسمعته مما ينعكس على المجتمع.

٤. أظهرت نتائج تحليل التباين بأن هناك فروق معنوية لإجابات المبحوثين من الأطباء والفنيين العاملين في المستشفيات في حين لم تظهر فروق معنوية لدى الإداريين وكان أهم متغير متميز لدى الأطباء هو ضرورة تقديم خدمات صحية للأفراد العاملين في المستشفيات مقارنة مع الخدمات الأخرى أما العامل المتميز ذو الأهمية بالنسبة للفنيين هو ضرورة إعطاء المزيد من اهتمام للمديرين والمشرفين في المستشفيات وحثهم على المزيد من العمل.

التوصيات :

استناداً إلى ما تقدم من استنتاجات بحثية يتم صياغة عدد من التوصيات وفق الآتي:

١. ضرورة اهتمام المستشفيات بأبعاد المسؤولية الاجتماعية وأبعاد أخلاقيات العمل ضمن إطار الثقافة المنظمة من خلال إنشاء وحدات متخصصة للمسؤولية الاجتماعية بشكل عام وتجاه العاملين بشكل خاص. ووضع خطط متكاملة لذلك.

٢. يجب أن تتبع المستشفيات عدد من المعايير العالمية للأخلاقيات في الإدارة والعمل على ممارستها مع اعتماد فلسفة المقارنة المرجعية لكي تتمكن كل مستشفى من بناء نظام متكامل لأخلاقيات العمل والمسؤولية الاجتماعية مع تطبيق برامج خاصة بالثقافة المنظمة .

٣. ضرورة تزايد الاهتمام من قبل المستشفيات في تقديم خدمات للأفراد العاملين فيها وخاصة الخدمات الصحية ومشاركة العاملين في وضع سياسات المستشفى وتشجيعهم على الاهتمام المتزايد بطبيعة عملهم خاصة الجانب الإنساني لأنهم يتعاملون قبل كل شيء مع أفراد مرضى يحتاجون الرعاية الصحية والعلاجية .

٤. ضرورة تزايد سعي المشرفين والمديرين في المستشفيات لبث روح التعاون ورفع الروح المعنوية للأفراد العاملين وحثهم على المزيد من العمل وممارسة سلوك أفضل تجاه عملهم مع مراعاة تقدمهم في العمل ومنحهم فرص أفضل لتطوير مهاراتهم وخبراتهم.

للاستزادة يرجى الاطلاع على الموقع الإلكتروني التالي:

tslibrary.org/wp-content/uploads/books/229

المسؤولية المجتمعية في الجامعات العربية «جامعة القدس المفتوحة أنموذجاً» الواقع والمأمول

دراسة وصفية تحليلية

أعدته للنشر: الدكتورة نعيمة إبراهيم الغنّام
رئيسة مكتب خبراء الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية

المقدمة

لقد بني مفهوم المسؤولية المجتمعية على نظرية أخلاقية تركز على أن لكل كيان في المجتمع دوراً يقدمه لخدمة هذا المجتمع، والكيان قد يكون جهة حكومية أو غير حكومية، ربحية أو غير ربحية، وحتى أفراد المجتمع أنفسهم من خلال مواظنتهم الصالحة، لأنها بمثابة روح المواطنة التي تعتمد على ضمير وشخصية الإنسان .

ذكر الباحث، د. محمد أحمد شاهين دكتور الفلسفة / إرشاد تربوي ونفسي، عميد شؤون الطلبة / بجامعة القدس المفتوحة في دراسته المسؤولية المجتمعية في الجامعات العربية «جامعة القدس المفتوحة أنموذجاً» الواقع والمأمول، دراسة وصفية تحليلية.

١ . شاهين، محمد أحمد، المسؤولية المجتمعية في الجامعات العربية «جامعة القدس المفتوحة أنموذجاً» دراسة وصفية تحليلية الواقع والمأمول، ورقة عمل، مؤتمر المسؤولية المجتمعية للجامعات الفلسطينية (٢٦/٩/٢٠١١م)، نابلس.

وأكثر من أي وقت مضى بتحمل المسؤولية، وأن تبادر هذه المؤسسات إلى مأسسة المسؤولية المجتمعية من خلال خططها الإستراتيجية التي تتضمن إجراء الدراسات، ووضع آليات قياس ومؤشرات لمدى النجاح. ويكون ذلك بالانتقال من مفهوم تقديم الخدمة التطوعية إلى تطبيق أوسع يقوم على تبني مفهوم المسؤولية المجتمعية، التي تركز على التأمل الدائم في محطات المرور المنجزة في المؤسسة، والتأكد من حاجة المجتمع للخدمة المقدمة. فالمسؤولية المجتمعية هي ثقافة والتزام بالمسؤولية ضمن أولويات التخطيط الإستراتيجي للمؤسسة، وأن توفر الإدارة العليا الدعم ومساندة التنمية المستدامة للمجتمع بأبعادها الثلاثة: الاقتصادية، والاجتماعية، والبيئية. ورغم أن الدور الرئيس لمؤسسات التعليم العالي يتمثل في الرسالة العلمية المعرفية، إلا أن تحديات العصر ومتطلباته فرضت على هذه المؤسسات مسؤوليات وأدوار تطال جوانب مختلفة من الحياة اليومية، وعلى رأسها المسؤولية المجتمعية والفعل الحقيقي والمباشر والمستمر في تنمية المجتمع والقيام بدورها كمؤسسات مجتمعية.

وباعتبار أن التغيرات في المجتمع متواصلة ومتجددة مع ما يشهده العالم من تطور تكنولوجي وفي مجال الاتصالات، وانعكاس ذلك على خصائص الأفراد واتجاهاتهم وسلوكياتهم، فإنه لا بد أن تتجدد وتتطور صيغ المشاركة بين الجامعة والمجتمع، ومن خلال تطوير ما هو قائم من صيغ واستحداث صيغ جديدة تلبى احتياجات ومتطلبات هذا التطور. وبما أن الجامعة مؤسسة تعليم عال فهي أيضاً ملتزمة بنوعية التعليم وحدائته، وكذلك في البحث العلمي الذي يعد وسيلة أساسية لقيادة المجتمع ليصبح شريكاً ومنتجاً وفاعلاً في الحضارة الإنسانية.

بأنه منذ فترة ليست بعيدة بدأ يتبلور مفهوم المسؤولية المجتمعية إزاء القضايا الإنسانية، وأبرزها مكافحة الفقر، والحد من البطالة، وتفعيل دور ذوي الاحتياجات الخاصة في عملية التنمية ودمجهم في المجتمع والبيئة على وجه الخصوص. وحسب ما ذكر الباحث، بأن المفهوم كان - غالباً - في حقبة ماضية أو مغيباً لأسباب متعددة ومتشعبة، أهمها إلقاء هذه المسؤولية على الدولة، باعتبارها المسؤول الوحيد عن تأمين كافة احتياجات المواطنين في حينه. وتعرف المسؤولية المجتمعية في إطارها الواسع على أنها: أي نشاط تقدمه المؤسسات الحكومية أو الأهلية لخدمة المجتمع.

ورغم أن المسؤولية المجتمعية تمس المؤسسات الاقتصادية أكثر مما تمس المؤسسات العامة، باعتبار المسؤولية المجتمعية في هذا الإطار ترتبط بالاستثمار الأخلاقي والمساهمة في التنمية التي تخدم المجتمع والبيئة مع تحقيق العوائد المجدية على الاستثمار، إلا أن النظرة إلى مؤسسات التعليم خاصة غير الربحية منها ارتبطت بالمسؤولية المجتمعية بكل جوانبها ومكوناتها.

وفي ظل التغيرات والمتغيرات العالمية والعربية وفي فلسطين الخاصة، لعدم وجود الدولة بإمكاناتها للقيام بواجباتها ومسؤولياتها تجاه مواطنيها كافة، لا بد من قيام المؤسسات بكافة أشكالها تعليمية كانت أم اقتصادية أم صحية، بأدوار في مجال المسؤولية المجتمعية، ليس من منظور الصدقة والإحسان إنما من منطلق التعليم والتأهيل المجتمعي، وتوفير آليات فاعلة في مجال التصدي للتحديات القائمة، ومحاولة إيجاد حلول للمشكلات التي تقف حائلاً في وجه النمو الاقتصادي ورفاه المجتمع على المدى الطويل.

إن المؤسسات التعليمية وخصوصاً الكبيرة منها مطالبة الآن

أسئلة الدراسة :

١. ما المقصود بالمسؤولية المجتمعية للجامعات؟
٢. ماهي التأثيرات الجامعية في المجتمع ومكوناتها؟
٣. كيف يمكن للجامعة أن تؤدي مسؤوليتها المجتمعية بطريقة فاعلة؟
٤. ما هو واقع أداء جامعة القدس المفتوحة لمسؤوليتها المجتمعية؟
٥. ما المتطلبات اللازمة للجامعة للتغلب على معوقات أدائها لمسؤولياتها المجتمعية بفاعلية؟ .

هدف الدراسة :

إبراز مفهوم المسؤولية المجتمعية للجامعات والمساهمة في إيجاد أدب نظري أولي في مجال المسؤولية المجتمعية للجامعات باعتبارها مفهوماً حديثاً ليس فقط على المستوى المحلي والعربي، بل على المستوى العالمي أيضاً، وهي تهدف بالتالي إلى تحقيق الآتي:

١. توضيح لمفهوم المسؤولية المجتمعية للجامعات كمصطلح حديث .
٢. وضع تصور لأداء المسؤولية المجتمعية للجامعات من خلال تأثيراتها في المجتمع، ومراحل الأداء.
٣. بيان أهمية قيام الجامعات بدورها في المسؤولية المجتمعية .
٤. الوقوف على واقع أداء جامعة القدس المفتوحة ودورها في المسؤولية .
٥. تحديد المتطلبات للتعامل مع معوقات أداء الجامعة لدورها في المسؤولية .

منهجية البحث :

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي من خلال تحديد مصادر الدراسة المتعلقة بالمسؤولية المجتمعية للجامعات وآراء المختصين، من أجل الوصول إلى توجهات عامة في معالجة موضوع الدراسة والإجابة عن أسئلتها.

تعريف المسؤولية المجتمعية للجامعات :

تعرف المسؤولية المجتمعية للجامعات باعتبارها سياسة ذات إطار أخلاقي لأداء مجتمع الجامعة من: (طلبة، وطاقم تدريس، وإداريين، وموظفين) مسؤولياتهم تجاه الأثار التعليمية والمعرفية والبيئية التي تنتجها الجامعة، في حوار تفاعلي مع المجتمع لتعزيز تنمية إنسانية مستدامة. (Jossey & Jossey, 2008).

ويمكن تقسيم التأثيرات الجامعية إلى أربعة أنواع مترابطة من خلال علاقتها المباشرة بالمجتمع والمسؤولية تجاهه، وهي :

أولاً/ آثار تعليمية تربوية، بتحضير الطلبة للمواطنة المسؤولة لتنمية مستدامة.

ثانياً/ آثار معرفية، بمعرفة المسؤولية المجتمعية للنشاطات العلمية والتثقيفية.

ثالثاً/ آثار تنظيمية وبيئية، بتنظيم حياة جامعية مسؤولة عن المجتمع والبيئة.

رابعاً/ آثار مجتمعية، بالمشاركة في التجمعات للتعلم المتبادل من أجل التطوير.

ولأداء الجامعات لمسؤوليتها المجتمعية بطريقة فاعلة، لابد من التعامل مع أربعة محاور للتغيير، هي :

١. التنظيم: بتنظيم حياة جامعية مسؤولة عن المجتمع والبيئة.
٢. التعليم: بتحضير الطلبة للمواطنة المسؤولة لتنمية مستدامة.
٣. المعرفة: معرفة المسؤولية المجتمعية للنشاطات العلمية والتثقيفية.

٤. شراكة: مشاركة مع التجمعات المجتمعية للتعلم المتبادل من أجل التطوير .

ويستدعي ذلك تخطيط وتدرج في أداء دور الجامعة لمسؤولياتها المجتمعية، من خلال:

- ١/ التشخيص: بتحديد موقع المسؤولية المجتمعية للجامعة وطبيعتها في الرؤية والرسالة العامة للجامعة وذلك خلال:
- (أ) تحليل للخطاب المؤسسي (الرؤية، والرسالة، والتشريعات الداخلية، والقوانين، والتشريعات العامة).
- (ب) تحليل القيم وتطويرها والتعبير عنها.
- (ت) تحليل البرنامج أكاديميا (المنهاج، والنشاطات المنهجية، والتدريس طرق التدريس).
- (ث) تحليل العلاقة بين الجامعة والمجتمع.
- (ج) تحليل للنمو الأخلاقي داخل الجامعة. (العلاقات الإنسانية وإدراك الأطراف الأساسية لها) طلبة، وأساتذة وإداريين، وموظفين، ودراسة السلوك الأخلاقي للطلبة ومدى معرفتهم، بالمراجع الأساسية ذات العلاقة بالتطور المجتمعي والبيئي.
- (ح) تحليل للبصمة الأيكولوجيا) المباني، واستخدامات الطاقة، وإدارة المناطق الخضراء.
- (خ) تشخيص ذاتي/ شخصي للإمكانات والاستعدادات.
- (د) تحديد أصحاب المصلحة والأدوار المناطة .
- (ذ) عقد مقارنات هادفة .
٢. التخطيط: لتحديد مناطق التطوير واختيارها وتوضيح خطة العمل.
٣. التنفيذ: بتنفيذ البرامج المحددة من خلال التشخيص والتخطيط لإجراءات تنفيذها.
٤. التقييم : تقييم مستمر وتغذية راجعة .
٥. التواصل: تواصل مع المجتمع ومكوناته في كل مراحل العمر.

مقترحات وتوصيات:

١. التعامل مع النقص في الأدب النظري المتعلق بالمسؤولية المجتمعية من خلال كتابات متخصصة وبحوث منهجية في هذا المجال.
٢. تطوير ثقافة الأفراد والمؤسسات حول المسؤولية المجتمعية بعامة والمسؤولية المجتمعية للجامعات بخاصة.
٣. تأسيس المسؤولية المجتمعية من خلال تضمينها في خطة الجامعة وأهدافها وإجراءاتها وجوانب تقويم أدائها.
٤. تضمين المواد التعليمية خاصة المقررات الدراسية مفاهيم حول المسؤولية المجتمعية، من خلال ربطها، بمحتوى المقرر حيثما أمكن .
٥. وضع الجامعات المسؤولية المجتمعية في صلب استراتيجياتها اعتماداً على دراسات وأبحاث للوقوف على احتياجات المجتمع وفئاته باستمرار.
٦. إنشاء دائرة متخصصة في الجامعة تعنى بمسؤوليتها المجتمعية ومتابعة أداء كل الوحدات في هذا المجال.
٧. عقد المؤتمرات.
- خاتمة: جامعة القدس تقوم بدورها في مجال المسؤولية المجتمعية، وهو دور متميز وفاعل لظروف تتعلق بفلسفة الجامعة، ونشأتها وانتشارها الجغرافي، والتي انعكست على مقدراتها البشرية وأعداد الدارسين فيها.
- للاستزادة يرجى الاطلاع على الموقع الإلكتروني التالي:
file:///D:/dr_mohammadShaheen.pdf

سياسات وبرامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الموارد البشرية في منظمات الأعمال^١

دراسة حالة ثلاثة شركات عربية»

أعدته للنشر: الدكتورة نعيمة إبراهيم الغنّام
رئيسة مكتب خبراء الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية

المقدمة :

كانت المنظمات تمارس نشاطاتها بحرية مطلقة دون الاكتراث بأثار أنشطتها المختلفة والانعكاسات التي قد تسببها هذه الأنشطة على الوسط الذي تعمل ضمنه سواء كانت داخلية أو خارجية، لكن التطور التكنولوجي و العلمي الهائل الذي تشهده بيئة الأعمال اليوم وانتقال المجتمعات إلى مرحلة جديدة في ظل ما يسمى باقتصاد المعرفة يشير بوضوح إلى الدور المهم الذي تلعبه الأعمال في حياة الدول على مختلف المستويات وصارت المنظمات الكبرى تتبارى بمخترعاتها و اكتشافاتها سلعا كانت أو خدمات، و زاد تأثير هذه المنظمات في قرارات حكومات الدولة التي تنتمي إليها مما دعى إلى تبني السياسات الفاعلة التي تنعكس على تنمية المجتمع .

١ . وهيبية مقدم ، ٢٠١١ سياسة وبرامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الموارد البشرية، بحث مقدم إلى الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الأقتصاديات الحديثة، كلية العلوم الأقتصادية والتجارية وعلوم التيسير - جامعة شلف ٢٠١١ .

تذكر الباحثة الأستاذة وهيبة مقدم في دراستها بعنوان: سياسات و برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الموارد البشرية في منظمات الأعمال»دراسة حالة ثلاثة شركات عربية»: بأن مفهوم المسؤولية الاجتماعية ظهر كنتيجة طبيعية للعديد من المظاهر التي ميزت الاقتصاديات الدولية والتي من أهمها:

- تفاقم الكوارث البيئية في السنوات الأخيرة، وأهمال منظمات الأعمال لعلاج هذه الآثار السلبية لنشاطاتها على البيئة والإنسان، واهتمامها بالجانب الربحي بشكل أساسي.
- تزايد الفضائح الأخلاقية والقانونية وقضايا الفساد والرشوة في منظمات الأعمال الكبرى، مما أصبح يهددها بفقدانها لسمعتها وتشويه صورتها أمام عملائها.
- تزايد الوعي لدى جمهور العملاء / المستهلكين، وحرص هذا الجمهور على معرفة كل ما يتعلق بأداء الشركة و طبيعة عملها وتأثيراتها على المجتمع والبيئة.
- تزايد الضغط من قبل المنظمات غير الحكومية، منظمات حماية حقوق الإنسان، وحماية حقوق العمال، ومنظمات حماية البيئة.

وقد تطورت مفاهيم المسؤولية الاجتماعية بشكل كبير، كما امتد نطاق هذه المسؤولية ليشمل أطرافا داخلية وأخرى خارجية، وتعتبر الموارد البشرية من أهم الأطراف المستفيدة والتي يتوجب على المنظمة أن تؤدي مسؤولياتها الاجتماعية تجاهها، والالتزام المسؤول تجاه المورد البشري يعتبر ضرورة من أجل تحسين الأداء الكلي بشكل عام.

مشكلة الدراسة :

أن الموارد البشرية هم طرف من أصحاب المصلحة الذين تتأثر بهم المنظمة وتؤثر عليهم، فإن على المنظمة الالتزام بسلوك مسؤول تجاههم، وهذه المسؤولية لا تتوقف عند حدود التنظيمات الإدارية والتشريعات القانونية، بل تتعدى إلى

أمور أخلاقية كثيرة متعددة الأبعاد، وبغرض التعرف على أهم سياسات وبرامج المسؤولية الاجتماعية قمنا بصياغة الإشكالية التالية:

ما هي مظاهر وأشكال المسؤولية الاجتماعية التي تمارسها المنظمة لمصلحة الموارد البشرية؟

أهمية الدراسة :

من وجهة نظر الباحثة ليس من المقبول أن تهتم المنظمات بالتزاماتها تجاه الأطراف الخارجية مثل المجتمع والبيئة تهمل مسؤولياتها الأساسية والاجتماعية تجاه مواردها البشرية، فالاهتمام بالموارد البشري من شأنه أن يعزز من أدائها الاجتماعي تجاه باقي أصحاب المصلحة، كما أن التزامها المسؤول تجاه العاملين يعتبر أيضا خطوة ايجابية لغرس ثقافة المسؤولية الاجتماعية في المنظمة ككل هذا من جهة.

ومن جهة أخرى تظهر أهمية هذا الموضوع في التعرف بشكل عملي على تجارب كبرى الشركات العربية التي تتميز في مجال إعداد وتطبيق نشاطات متميزة لممارسة المسؤولية الاجتماعية تجاه الموارد البشرية، ومن خلال ذلك نعرض مجموعة من الأفكار والممارسات المسؤولة اجتماعياً تجاه المورد البشري لتكون معيناً لكل المنظمات على وضع برامج مماثلة أكثر فعالية وتميزاً.

خطة البحث :

من أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة تم تقسيم البحث إلى الأقسام التالية:

- أولاً: الإطار المنهجي للدراسة: وتطرقت الباحثة من خلاله إلى تصميم منهجية البحث:المقدمة ثم الإشكالية، والتعرف على المنهج العلمي المستخدم في الدراسة وفي الأخير خطة البحث.
- ثانياً: الإطار النظري للدراسة: تعرضت من خلاله للمفاهيم النظرية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية، تعريفها، نشأتها،

مراحل تطورها، علاقتها بنظرية أصحاب المصلحة، أهميتها. وحيث أن الجوانب النظرية يتم التطرق لها من وقت لآخر من خلال الدراسات التي سبق أن ألقينا عليها الضوء في هذه النسخة من الكتاب والنسخ السابقة أيضا ؛ لذلك سنتناول الإطار التطبيقي كما جاء في دراسة الباحثة .

الإطار التطبيقي للدراسة :

تطرقت الباحثة من خلال هذا الجانب التطبيقي إلى سياسات وبرامج المسؤولية الاجتماعية المطبقة على مستوى إدارة الموارد البشرية في ثلاث شركات عربية من خلال الحالات الثلاث التالية.

الحالة الأولى : شركة الخليج لصناعة البتروكيماويات (البحرين) :

في ٣ نوفمبر ٢٠١١ فازت شركة الخليج لصناعة البتروكيماويات بالجائزة العربية للمسؤولية الاجتماعية عن فئة المؤسسات المتوسطة، وذلك في احتفال أقيم بهذه المناسبة بإمارة دبي بدولة الإمارات العربية المتحدة، ونظمتها (Arabic CSR Network) ملتقى الجائزة العربية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وسط حضور ضم حوالي ٤٢ مؤسسة من ١٠ دول عربية.

١. نبذة عن الشركة :

تأسست شركة الخليج لصناعة البتروكيماويات «جيبك» (GPIC) في ١٥/١٢/١٩٧٩م كنواة للتعاون بين دول مجلس التعاون الخليجي، في مجال صناعة الأسمدة والبتروكيماويات مستفيدة بذلك من الغاز الطبيعي الذي تنتجه البحرين كمادة خام لهذه الصناعة، وقد جاء تأسيس الشركة لتكون مشروعاً مشتركاً مملوكاً بالتساوي بين كل من حكومة مملكة البحرين والمملكة العربية السعودية ممثلة في الشركة السعودية للصناعات الأساسية (سابك) ودولة الكويت ممثلة في شركة صناعة الكيماويات البترولية.

٢. المسؤولية الاجتماعية للموارد البشرية في شركة الخليج لصناعة البتروكيماويات:

للشركة عدة سياسات وبرامج تعنى بالاهتمام بالموارد البشري من أهمها :

١,٢ مفهوم الفريق الواحد :

- تنتهج شركة الخليج لصناعة البتروكيماويات نمطاً إدارياً حديثاً محوره الرئيسي العنصر البشري، حيث يتم إشراك العاملين في مناقشة الرؤية والأهداف والسياسات والاتفاق عليها معهم، ومن ثم نشرها علناً، ونشر البيانات والإحصائيات.
- يتم تأصيل ودعم مبدأ روح الفريق الواحد بصورة يومية في جميع أرجاء الشركة وذلك من خلال الاجتماعات التنسيقية والأنشطة الاجتماعية والفعاليات الخاصة داخل مجمع الشركة وخارجه. وكذا تشكيل اللجان.

٢,٢ التدريب والتطوير :

- تعطي الشركة أهمية كبيرة لتدريب وتطوير موظفيها، وقد استثمرت من أجل ذلك مبالغ كبيرة في مجال التوطين وبرامج تطوير الموظفين، إذ تزيد نسبة البحرينيين في الشركة حالياً على ٨٢٪ علماً بأن هذه النسبة في تزايد مستمر سنوياً.
- ينظم مركز التدريب والتطوير عدداً كبيراً من دورات التنمية في كل عام لضمان وجود قوة عاملة مثقفة قادرة على التعامل مع المتطلبات التقنية العالية لصناعة البتروكيماويات العالمي، تدريب داخلي وخارجي.
- في عام ٢٠٠٨م حصلت «جيبك» على جائزة المركز الأول للشركات المتميزة في تدريب وتنمية الموارد البشرية، والتي تمنحها وزارة العمل بمملكة البحرين، كما نالت الشركة في عام ٢٠٠٩م جائزة أفضل شركة في استخدام حلول التعليم الإلكتروني في الشرق الأوسط.

٣,٢ الصحة والسلامة :

- عينت إدارة الشركة لجنة للصحة تتولى القيام بعمليات تفتيش دورية لمطعم المجمع والنادي التابع لها من أجل ضمان المحافظة على أعلى مستويات النظافة، كما تنظم اللجنة سنويا عددا من المحاضرات المتعلقة بعدد من القضايا الصحية المختلفة.
- قامت الشركة بإشراك المنظمات في تجربتها بتحديث أنظمة التعليم والتدريب والسلامة والبيئة على المستوى الوطني، بما يساهم في المزيد من الدعم للاقتصاد الوطني، كما أن الشركة تتمتع بتمثيل جيد في الفرق واللجان الوطنية التي تتولى مراجعة وتطوير تشريعات السلامة والتدريب والتعليم والبيئة في البحرين.

الحالة الثانية : شركة أبوظبي للمطارات :

حصدت شركة أبوظبي للمطارات منذ تأسيسها في عام ٢٠٠٦، العديد من الجوائز المرموقة من أرقى الهيئات الدولية والمحلية وذلك عن تميزها في المجال التشغيلي وكذلك في المجال التسويقي والتدريب ومبادرات المسؤولية الاجتماعية.

١. نبذة عن الشركة :

تأسست شركة أبوظبي للمطارات في عام ٢٠٠٦ بتفويض من المجلس التنفيذي لأمانة أبوظبي، بغرض إدارة وتشغيل مطار أبوظبي الدولي والإشراف على خطة توسعته، وقد توسعت محفظة أصول شركة أبوظبي للمطارات لتشمل مطار العين الدولي، مطار البطين للطيران الخاص، مطار جزيرة دما ومطار جزيرة صير بني ياس السياحي، بالإضافة لمجموعة من الشركات ذات الأنشطة المتنوعة التي تعتبر أساسية لنمو صناعة الطيران في الإمارات العربية المتحدة.

٢. بعض برامج المسؤولية الاجتماعية للشركة تجاه موظفيها :

- التوطين هو مبادرة تقودها حكومة دولة الإمارات العربية

تبنت الشركة سياسة صارمة لإدارة المخاطر أسفرت عن تحقيق أكثر من ٨ ملايين ساعة عمل دون وقوع أية حوادث مضيعة للوقت، وبذلك تتمتع الشركة بسجل ناصع في إنجازات السلامة يعد مميذا بجميع المقاييس.

- فازت الشركة بثمان جوائز ذهبية متتالية من الجمعية الملكية لمنع الحوادث (RoSPA) بالمملكة المتحدة، كما حصلت الشركة على الجائزة الدولية لقطاع صناعة البتروكيماويات من RoSPA في عام ٢٠٠١م.

وقد تم تتويج هذه الإنجازات بفوز الشركة بكأس السير جورج إيرل من (RoSPA) أيضاً في عام ٢٠٠٥م، والذي يمنح للشركة ذات الأداء الأكثر تميزاً على مستوى العالم في مجال السلامة والصحة المهنية، وفي عام ٢٠٠٨م، فقد حصلت «جيبك» على جائزة روبرت كامبل للسلامة من مجلس السلامة الوطني، بالولايات المتحدة الأمريكية اعترافاً بتقدير الشركة بأنظمة صارمة في مجال الصحة والسلامة المهنية، إلى جانب تطويرها المستمر لهذه الأنظمة، هذا بالإضافة إلى جوائز أخرى كثيرة وهامة.

- يتمتع مجمع «جيبك» الصناعي بوجود مركز صحي متطور ومجهز بأحدث المعدات الطبية، يديره طبيب متمرس ويساعده طاقم طبي من الممرضين المؤهلين، ويقدم المركز خدماته طيلة أيام الأسبوع وعلى مدار الساعة، بما في ذلك خدمات الرعاية الصحية الأولية، والإسعافات الأولية وإجراء الفحوص الدورية لجميع الموظفين.

- تم تدريب أعداد كبيرة من موظفي الشركة وتأهيلهم في الإسعافات الأولية لمساعدة المركز الصحي عند الحاجة، وينظم المركز الصحي بالتنسيق مع نقابة العمال حملات منتظمة للتبرع بالدم دعماً لاحتياجات بنك الدم التابع لوزارة الصحة.

- تشجيع موظفي شركة أبوظبي للمطارات على «تبنى أفكار خضراء» صديقة للبيئة حيث شجعت كافة أفراد قواها العاملة التي يبلغ عددها ٦٠٠٠ موظف على أخذ مواقعهم الصحيحة على هذا الكوكب فيما يتعلق بصداقة البيئة وتبني الأفكار الخضراء.

الحالة الثالثة: شركة سوناطراك الجزائرية:

١. نبذة عن الشركة:

تم إنشاء شركة سوناطراك سنة ١٩٦٣، وهي أهم شركة محروقات في الجزائر وفي أفريقيا، وتعمل في التنقيب والإنتاج والنقل عن طريق الأنابيب والتحويل وتسويق المحروقات ومشتقاتها. وتتوسع سوناطراك في نشاطات توليد الطاقة الكهربائية، الطاقات الجديدة والمتجددة، تحلية مياه البحر، البحث والتعدين، وتعمل سوناطراك في الجزائر وفي عدة مناطق من العالم: في أفريقيا (مالي، النيجر، ليبيا، مصر) وفي أوروبا (إسبانيا، إيطاليا، البرتغال، بريطانيا العظمى) وفي أمريكا اللاتينية (البيرو) وفي الولايات المتحدة الأمريكية.

وترتيبها الأولى إفريقياً والثانية عشر عالمياً، وهي أيضاً رابع مصدر عالمي للغاز الطبيعي المميع GNL، ثالث مصدر عالمي لغاز البترول المميع GPL، وخامس مصدر للغاز الطبيعي.

٢. إستراتيجية سوناطراك تجاه الموارد البشرية:

١,٢ السياسة العامة:

تعتبر شركة سوناطراك من أكثر الشركات الجزائرية التي تهتم بالموارد البشري و بتحسين كفاءته حيث شرعت مؤخراً في تحديث سياستها للموارد البشرية، وهي تتمحور حول وضع أهداف و مؤشرات أداء مناسبة، و القيام بمشاريع تنموية من أجل ضمان أقصى تخصص في الكفاءات. تمنح هذه السياسة عبر نظامها الجديد مكافئة لمساهمات مستخدميها في تطويرها بضمن أجر عادل يعكس الاعتراف

المتحدة، تستهدف من خلالها تنمية القوى العاملة الإماراتية عن طريق توظيف مواطني الدولة.

- أثمرت استراتيجية التوطين الخاصة بها عن تحقيق نسبة توظيف للمواطنين الإماراتيين بلغت ٢٦٪ ضمن القوى العاملة التابعة لها في عام ٢٠٠٩، واستهدفت الشركة رفع نسبة توظيف المواطنين في الشركة إلى ٣٠٪ مع نهاية ٢٠١٠.
- تستعد إدارة الموارد البشرية في الشركة لإطلاق «برنامج الجسر» الأول لتوظيف مواطني دولة الإمارات العربية المتحدة، وهذا البرنامج واحد من المبادرات الرامية لتحقيق عملية توظيف واسعة النطاق لمواطني الدولة، يتم من خلالها ممارسة أدوار هامة في مجالات حيوية مثل خدمة العملاء والإطفاء، ويهدف البرنامج إلى تزويد الخريجين المواطنين بالمهارات اللازمة لبدء حياتهم المهنية في صناعة الطيران.
- تسعى الشركة لوضع أهداف للموظفين بشكل منظم، كما تعتمد إجراءات تساعد على تقييم أداء الموظفين والحصول على آرائهم وتلقي أفكارهم باستمرار.
- باشرت الشركة مبادرة هامة تركز على دعم الأفراد ذوي الاحتياجات الخاصة خلال عملية دمجهم في بيئة عمل الشركات.
- وضعت شركة أبوظبي للمطارات كجزء من التزامها بتطوير الموظفين وتدريبهم والتفاعل معهم، برنامج تدريب شامل لضمان تلبية الاحتياجات التدريبية.
- خلال عام ٢٠٠٩، أشرف قسم التعليم والتطوير في الشركة على تقديم خدمات التدريب لـ ٤٠١٥ موظف.
- بالإضافة لذلك، قامت شركة أبوظبي للمطارات برعاية ١٠٠ طالب لحضور برنامج التدريب الصيفي لمدة ٣ أشهر، وعلى مدار العام.

لمعالجة مشكلة هجرة الإطارات والمهندسين إلى الشركات الأجنبية، وذلك عن طريق توفير كل المتطلبات الضرورية للعمل وتقديم كل التحفيزات التي من شأنها أن تحافظ على الموارد البشرية للمؤسسة.

٢,٦ إصدار مدونة سلوك لمجمع سوناطراك:

في سنة ٢٠١٠ تم الإعلان عن إصدار مدونة سلوك لشركة سوناطراك، تم التذكير في هذه الوثيقة الجديدة بأن مجمع سوناطراك يركز «على محورين تكمليين لقيمه» من أجل تطوره وهما «القيم الجوهرية ومبادئ المؤسسة»، تتعلق القيم الجوهرية بالالتزام لمصلحة البلاد وروح المؤسسة والأخلاقيات والمهنية والثقة وروح الجماعة والحكمة المثالية والبحث عن الجودة والتكافؤ. وتعزيز الممارسات الأخلاقية على مستوى الشركة واحترام أحكام مدونة السلوك.

ومن أهم البنود الواردة في هذه المدونة:

- اعتبار الرشوة عملاً خطيراً يعاقب عليه القانون وتترتب عنه متابعات قضائية وإنهاء علاقة العمل مع المؤسسة.
- إنجاز أي مهام أو أهداف لا يمكن أن يكون بإتباع طرق غير شرعية وغير أخلاقية من طرف الموظفين والشركاء أو من زبائن سوناطراك.
- جاء في المدونة أنه يمنع منعاً باتاً على الموظفين تلقي أي عمولات أو هدايا من أشخاص أو هيئات مقابل منح مزايا معينة، مادية أو غيرها.
- ضرورة التبليغ بأي محاولة لرشوة الموظفين إلى لجنة أخلاقيات المؤسسة.
- يمنع منعاً باتاً التكفل بالنفقات من طرف الزبائن أو هيئات أجنبية لأي موظف إلا إذا كان في إطار التزامات واضحة داخل العقود أو مرخصاً من الجهات المسؤولة.
- وفي ختام هذا الجانب التطبيقي، نلاحظ أن هذه الشركات الثلاث

بالأداء الفردي والجماعي، كما تشجع هذه السياسة الجديدة على اتخاذ المبادرة وتنشيط الممارسات المهنية وربط نظام تسيير الأداء ربطاً مباشراً مع نظام التعويضات.

٢,٢ التوظيف:

تفضل سوناطراك توظيف الكفاءات الشابة من ذوي الشهادات بالحرص على تطوير علاقات وثيقة مع المدارس والجامعات، بتسطير وإعلان فرص التطوير التي تمنحها لموظفيها المستقبليين.

٢,٣ التكوين:

تولي سوناطراك أولوية كبرى لتنمية و تكوين و تطوير الموارد البشرية، حيث أن حوالي ٥٥٪ منهم معنيون بالتكوين سنة ٢٠٠٩، أي بزيادة تفوق ٠٧٪ مقارنة بسنة ٢٠٠٨، فقد ارتفعت الميزانية المخصصة للتكوين التي تقارب ١٠ ملايين دولار بنسبة ٢٠٪ مقارنة بالسنة الماضية.

- مركز تطوير المؤسسة (CPE): يتركز دور هذا المركز على التدريب على التكنولوجيات وتقنيات التسيير، إدارة الأعمال، اللغات، تكوين المكونين، المالية والشؤون القانونية، الإعلام الآلي وأنظمة الإعلام والصحة والسلامة والبيئة.
- المعهد الجزائري للبترول (IAP).
- معهد التكوين نفط وغاز (NAFTOGAZ): يقع مركز التطوير وتطبيق التقنيات البترولية والغازية (نفط وغاز) بحاسي مسعود.

٢,٤ الاهتمام بالتوظيف النسوي:

تهتم الشركة بالتوظيف النسوي، وقد ارتفعت نسبة النساء العاملات بسوناطراك، حيث قدر الارتفاع خلال السنوات الأربع الأخيرة بنسبة ٣٦٪، كما يظهر هذا الاهتمام من خلال إنشاء مرصد التوظيف النسوي.

٢,٥ حل مشكلة هجرة الإطارات:

قامت شركة سوناطراك بوضع إستراتيجية وطنية جديدة

تهتم بالموارد البشرية بشكل كبير، وتلتزم بمسؤولياتها الاجتماعية كاملة أمام موظفيها، ولا شك أن هذا ينعكس من خلال نجاح هذه الشركات وتفوقها وتميزها في أدائها الشامل ككل.

تعرضت الباحثة لبعض التوصيات المتعلقة بموضوع الدراسة:

- من المهم أن تلتزم منظمات الأعمال بكل مسؤولياتها تجاه أصحاب المصلحة عموماً و تجاه مواردها البشرية بشكل خاص، لأن هذا الالتزام يعتبر بمثابة استثمار في المورد البشري.

- يجب على منظمات الأعمال أن تنوع من البرامج المرتبطة بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه مواردها البشرية، و تحاول تطويرها بشكل دائم والإبداع فيها للوصول إلى درجة عالية من الرضا الوظيفي وبالتالي التحسين من أداء المنظمة ككل.
- من المهم أن ترتبط سياسات و برامج المسؤولية الاجتماعية للموارد البشرية بالسياسة العامة التي تنتهجها المنظمة في مجال المسؤولية الاجتماعية على مستوى المنظمة ككل.
- التركيز على التحفيز المادي غير كافٍ، بل يجب تبني

برامج ذات طبيعة اجتماعية وأخلاقية تركز على التحفيز المعنوي للعامل و تكافئ كل مجتهد وفق نظام موضوعي لتقييم الأداء.

- يجب الاهتمام بأخلاقيات الأعمال في المنظمة، محاربة كل السلوكيات غير القانونية و غير الأخلاقية، و من الأفضل إصدار مدونة سلوك في المنظمة لتوضيح منهج العمل و السلوك فيها.

- أهمية الاطلاع على تجارب الشركات الرائدة في مجال الالتزام المسؤول تجاه الموارد البشرية والتعرف على برامجها من أجل الاستفادة منها.

- يجب إبقاء قنوات الحوار و التواصل مفتوحة بين الإدارة و الموارد البشرية، فمن الأفضل أن يحدد العاملون ما يرغبون في تواجده من سياسات اجتماعية و أخلاقية بناء على رغبتهم.

للإستزادة الأطلاع على الموقع الإلكتروني التالي:

mosta.dz/bitstream/handle/123456789/7708/-bib-
lio.univ-http://e

معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية (من وجهة نظر مدققي الحسابات وإدارات الشركات)

أعدته للنشر: الدكتورة نعيمة إبراهيم الغنّام
رئيسة مكتب خبراء الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية

المقدمة :

المسؤولية الاجتماعية لها انتشاراً عالمياً، وهناك حراكاً محلياً على المستوى الوطن العربي لتحقيق الشفافية والمحاسبية على مستوى الشركات والمنظمات. علماً أن أغلب الدول لديها سياسات داخلية على مستوى الشركات الكبرى تنص على مسؤولياتها الاجتماعية بكل شفافية، ولكننا نلاحظ أن البعض ليس على مستوى الشفافية والافصاح مما يؤدي كما نعرف لتعطل تقييم بعض المبادرات سواء على المنظمات الربحية أو غير الربحية .

تأتي هذه الدراسة حسب ما ذكر الباحث حامد أبوسمرة (٢٠٠٩) لتوضح معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية من وجهة نظر مدققي الحسابات وإدارات الشركات، وذلك في الوقت الذي أشارت العديد من الدراسات السابقة إلى وجود ضعف في الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية لتلك الشركات، وخاصة أن المسؤولية البيئية- الاجتماعية للمشروعات المعاصرة أصبحت أمراً مقبولاً عموماً في جميع المجتمعات الحديثة، المتقدمة والنامية، ومن المتوقع أن تزداد مستقبلاً أنشطة ومجالات تلك المسؤولية، وأن يزداد طلب الإفصاح عن آثار تلك الأنشطة، ولا شك أن المحاسبة علم اجتماعي تتطور وظائفها وتتوسع مجالات تطبيقها واستخداماتها تبعاً لتغيرات الوسط وظروف المجتمع.

مشكلة الدراسة :

يعاني المجتمع الفلسطيني كغيره من المجتمعات من ارتفاع نسبة الفقر والبطالة والتلوث البيئي وغيرها من المشكلات الاجتماعية، الأمر الذي يدعو لتضافر جهود جميع أفراد المجتمع ومنظماته للمساهمة في حل هذه المشكلات ومواجهة المخاطر التي تحيط بهم، وذلك عبر الوسائل والأساليب المتاحة، ويبرز هنا دور المحاسبة والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية كإحدى هذه الأدوات التي تساعد المنظمات على الوفاء بواجباتها اتجاه المجتمع والبيئة، وتعمل على استدامة التنمية، وتفتح المجال لبناء مجتمع يعمل كخلية النحل في بناء مستقبل أفضل، وذلك بأن تكاليف اليوم التي تدفعها منظمات الأعمال والمجتمع هي مستقبل الأطفال والأجيال القادمة. ويبرز هنا أيضاً دور المحاسبين في منشآت ومؤسسات المجتمع، الذين يقع على عاتقهم رصد وتسجيل التكاليف والمنافع الاجتماعية والبيئية، والتقرير عنها وتوصيلها إلى مستخدمي القوائم المالية وكل من له مصلحة في داخل المنشأة وخارجها لتساعدهم في اتخاذ القرارات، وتتمثل المشكلة الرئيسية للدراسة في الإجابة عن السؤال التالي:

ما هي معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية؟ وينبثق من هذا التساؤل الرئيس الأسئلة الفرعية التالية:

١. هل يرجع ذلك إلى عدم وجود إلزام وتشريعات بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات؟
٢. هل يرجع ذلك إلى ضعف ثقافة الشركات بقضايا المسؤولية الاجتماعية؟
٣. هل يرجع ذلك إلى ضعف اهتمام الجمعيات المهنية بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية؟
٤. هل يرجع ذلك إلى رغبة الشركات في تجنب زيادة التكاليف المترتبة على الإفصاح عن مسؤوليتها الاجتماعية؟
٥. أم يرجع إلى كل هذه الأسباب مجتمعة أم غيرها من الأسباب؟

وذلك من وجهة نظر مدققي الحسابات وإدارات الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية.

أهمية الدراسة :

تتبع أهمية هذه الدراسة في أنها توضح أهمية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية المنشورة للشركات المساهمة العامة، وتوضح واقع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية للشركات المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية، وتحدد المعوقات التي تحد من الإفصاح عن هذه المسؤولية وذلك من وجهة نظر مدققي الحسابات وإدارات الشركات.

وكذلك الدراسة مهمة للمجتمع بحيث توضح ما يمكن أن تقدمه المحاسبة والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للإنسان والبيئة ومنظمات المجتمع على اختلاف أطيافها، وأيضاً مهمة للمحاسبين والمدققين لتطوير أدائهم في هذا المجال ليقوموا بالواجب المنوط بهم اتجاه المجتمع بقياس ومعالجة وتوصيل بيانات أداء المسؤولية الاجتماعية لمستخدمي القوائم المالية ولكل من له مصلحة في المشروعات التي يعملون بها وأيضاً

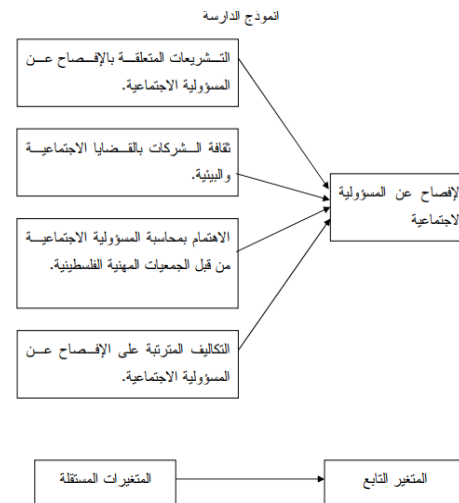
الدراسة مهمة للمنشآت على اختلاف أشكالها لتفعيل البعد البيئي والاجتماعي في برامجها وخططها المستقبلية، بما يعنيه ذلك من تحقيق أهدافها وأهداف المجتمع في التنمية المستدامة، ويحقق استمرارها وإمكانية التقييم الموضوعي لأدائها ومقارنته بأداء المنشآت الأخرى.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة بشكل رئيس إلى التعرف على معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية للشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية ويندرج تحت هذا الهدف الأهداف الفرعية التالية:

1. التعرف على متطلبات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات المساهمة العامة.
2. التعرف على واقع الإفصاح الاجتماعي في تقارير الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية.
3. تحليل أسباب محدودية الإفصاح الاجتماعي في تقارير الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية من وجهة نظر مدققي الحسابات وإدارات الشركات المساهمة العامة.

أنموذج وفرضيات الدراسة:



المتغير التابع

تتمثل متغيرات الدراسة في الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية كمتغير تابع من جهة، ومن الجهة الأخرى تتمثل المتغيرات المستقلة في ضعف التشريعات المتعلقة بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية وضعف ثقافة الشركات المساهمة العامة بالقضايا الاجتماعية والبيئية وضعف الاهتمام من قبل الجمعيات المهنية وزيادة التكاليف المترتبة على الإفصاح الاجتماعي.

فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسة الأولى: محدودية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية.

الفرضية الرئيسة الثانية: تؤثر معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية تأثيراً ذو دلالة إحصائية على تقارير الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية. ومنها تتفرع الفرضيات الفرعية التالية:

1. ضعف التشريعات المتعلقة بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية يعيق من إفصاح الشركات المساهمة العامة عن مسؤوليتها الاجتماعية.
2. ضعف ثقافة الشركات المساهمة العامة بالقضايا الاجتماعية والبيئية يعيق من الإفصاح عن مسؤوليتها الاجتماعية في تقاريرها المالية.

3. ضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية الفلسطينية يعيق من الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة العامة.
4. زيادة التكاليف المترتبة على الإفصاح الاجتماعي يعيق من الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة العامة.

الفرضية الرئيسة الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في

المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية بعد استبعاد مفردات العينة الاستطلاعية ليصبح عدد الشركات الخاضعة للدراسة اثنان وثلاثون شركة مساهمة عامة. وقد تمكن الباحث من استرداد (١١٧) استبيان أي ما نسبته ٧٧,٥ ٪ من الاستبيانات الموزعة، وقد اتضح أن هناك ثمانى استبيانات غير صالحة للتحليل الإحصائي وذلك بسبب عدم الاكتمال أو عدم الجدية في بعضها، وعليه فإن عدد الاستبيانات الصالحة للتحليل الإحصائي في هذه الدراسة هو (١٠٩) استبيان، أي ما نسبته ٧٣,٢ ٪ من عدد الاستبيانات الموزعة.

عدد ونسبة الاستبيانات الموزعة والمستردة والصالحة للتحليل الإحصائي

العينة	الاستبيانات الموزعة	الاستبيانات المستردة	الاستبيانات الصالحة للتحليل	نسبة الصالحة للتحليل
المدققون	117	91	85	72.6%
الشركات	32	26	24	75%
المجموع	149	117	109	73.2%

نتائج الدراسة

نتائج دراسة محتوى تقارير الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية للعام ٢٠٠٨م:

١- من خلال دراسة محتوى التقارير المالية السنوية المنشورة للشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية للعام ٢٠٠٨م، يتضح وجود نواة صلبة فاعلة في مجال نشاطات المسؤولية الاجتماعية والتقرير عنها، على الرغم من أن الإفصاح من قبل معظم الشركات كان متواضعاً وضعيفاً في غالبية مجالات المسؤولية الاجتماعية، ويكاد يكون معدوماً في بعض الشركات التي لها أثر مباشر على البيئة والموارد البشرية والمجتمع والمستهلكين، وبينت الدراسة على سبيل المثال أن مجال تدريب الموارد البشرية قد لاقى اهتماماً جيداً من قبل غالبية الشركات، حيث قامت ٧١ ٪ من الشركات بالإفصاح عن ذلك بشكل كمي أي تقديم معلومات حول عدد الدورات وعدد الموظفين

تقارير الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية بين آراء المبحوثين تعزى إلى المتغيرات التالية: (الجهة التي ينتمي إليها المستجيب، والمكان الذي ينتمي إليه المستجيب، وسنوات الخبرة، والشهادات المهنية، وعدد الدورات في مجال المحاسبة والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية).

مجتمع وعينة الدراسة :

مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من مدققي الحسابات في قطاع غزة والبالغ عددهم (٩٠) مدقق يتوزعون على (٥٩) مكتب وشركة محاسبة وتدقيق وذلك كما يوضحها الملحق رقم (٣)، بالإضافة إلى مدققي الحسابات في الضفة الغربية والبالغ عددهم (١٨٨) مدقق حسابات وفقاً لدليل المدققين المنشور على الموقع الإلكتروني لجمعية مراجعي الحسابات القانونيين الفلسطينية بتاريخ ٢٠٠٩/٧/١٢م، ويتكون مجتمع الدراسة أيضاً من إدارات الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية وذلك حتى تاريخ ٢٠٠٨/١٢/٣١م وعددها (٣٧) شركة مساهمة عامة موزعة على خمس قطاعات .

عينة الدراسة :

تم توزيع عينة استطلاعية بحجم عشرين استبيان بواقع خمسة عشر استبيان على مدققي الحسابات وخمس استبيانات على إدارات الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية، وذلك لاختبار صلاحية الاستبيان للتطبيق على مجتمع الدراسة، وبعد التأكد من صدق وسلامة الاستبيان تم توزيعه على عينة الدراسة، وبعد استبعاد مفردات العينة الاستطلاعية أمكن التواصل مع (١١٧) مدقق حسابات ينقسمون إلى (٣٧) مدقق في الضفة الغربية (و(٨٠) مدقق في قطاع غزة، وكذلك قام الباحث بمسح شامل للشركات

الذين استفادوا منها، أما التقرير عن ذلك نقدياً فلم يتم إلا من قبل تسع شركات أي ما نسبته ٢٦٪ منها.

٢. كان المجال المتعلق بالمسائل البيئية الأقل اهتماماً في تقارير الشركات المساهمة العامة، وخاصة في المحافظة على التربة والهواء والمياه من التلوث، واستخدام الآلات الأقل تلويثاً للبيئة وإعادة تدوير النفايات والمحافظة على الموارد الطبيعية، وقد لوحظ وجود توجه لدى ثلاث شركات لاستخدام الآلات الأقل تلويثاً للبيئة حيث أفصحت عن ذلك بشكل وصفي في تقرير مجلس الإدارة، وأفصحت إحدى الشركات عن ذلك بشكل نقدي في الملاحظات والهوامش على القوائم المالية.

٣. أما في مجال المستهلكين والمنتج فقد أفصحت ٥٠٪ من الشركات عن اهتمامها بجودة المنتج، وبشكل أقل أفصحت ١٨٪ من الشركات حول مجال تسعير وأمان المنتج، وكان ذلك في تقرير مجلس الإدارة، عدا شركة واحدة أفصحت عن جودة المنتج بشكل نقدي.

٤. وفيما يتعلق بمجال المجتمع المحلي والمساهمات الاجتماعية فقد كان جانب التبرعات هو الأكثر بروزاً في تقارير الشركات المساهمة العامة للعام ٢٠٠٨م، حيث أفصحت ٥٠٪ بشكل نقدي عن قيامها بتقديم تبرعات لجهات مختلفة، وقد كان مجال تشغيل ذوي الاحتياجات الخاصة من الجوانب المهملة والمغيبية في تقارير الشركات المساهمة العامة، على الرغم من إلزام الشركات قانونياً بتشغيلهم حسب قانون العمل الفلسطيني رقم (٧) لعام ٢٠٠٠م، وقد كان هناك ضعفاً في مجال الإفصاح عن المساهمة في حل مشكلات المجتمع مثل البطالة والفقير.

نتائج الدراسة الميدانية:

توصلت الدراسة إلى أن هناك العديد من المعوقات التي تعيق

الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية وذلك من وجهة نظر مدققي الحسابات وإدارات الشركات وهي:

١. ضعف التشريعات المتعلقة بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، وتمثل ذلك على سبيل المثال في ضعف رقابة أجهزة السلطة الوطنية الفلسطينية في المجال الاجتماعي والبيئي، وندرة تطبيق العقوبات القانونية على الشركات المساهمة العامة التي تمتنع عن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، وعدم وجود قرارات تشجع الشركات المساهمة العامة على الإفصاح عن مسؤوليتها الاجتماعية، وعدم اشتراط الإفصاح الاجتماعي من قبل الهيئة العامة لسوق فلسطين للأوراق المالية.

٢. ضعف ثقافة الشركات المساهمة العامة بالقضايا الاجتماعية والبيئية، وتمثل ذلك على سبيل المثال في ضعف دور الإعلام في نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية للشركات المساهمة العامة، وعدم طلب معلومات ذات دلالات اجتماعية من قبل أصحاب المصالح في الشركات المساهمة العامة، وضعف ممارسة الشركات المساهمة العامة لمسؤوليتها الاجتماعية والبيئية اتجاه المجتمع والبيئة، وعدم تأثير الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على تقييم الجمعية العمومية للمساهمين لدى نجاح إدارة الشركة.

٣. ضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية الفلسطينية، وتمثل ذلك على سبيل المثال في عدم قيامها بعقد ندوات ومحاضرات وعقد حلقات بحث وورش عمل ودورات متخصصة حول المحاسبة والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، وضعف دورها في توعية المحاسبين والمدققين بأهمية المحاسبة والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، وعدم قيامها بطباعة نشرات تعزز

توصيات الدراسة :

على ضوء النتائج السابقة يمكن تقديم التوصيات التالية:

1. أن يهتم سوق فلسطين للأوراق المالية بالإفصاح عن المعلومات ذات الدلالات الاجتماعية، ويستخدمها في تقييم أداء الشركات المساهمة العامة لما لذلك من أثر على اضطلاع الشركات المساهمة العامة بمسؤوليتها الاجتماعية، وعدم وضع المبادرين والمبدعين في سلة المتقاعسين والمهملين في تأدية واجبهم الاجتماعي والبيئي.
2. أن تهتم الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية بالإفصاح عن مسؤوليتها الاجتماعية، ومعالجة الضعف في المجالات التي لم تلق الاهتمام مثل البيئة والمجتمع المحلي والمستهلكين.
3. تعزيز ثقافة الشركات المساهمة العامة في المجال الاجتماعي والبيئي من خلال الدور الإعلامي الذي يمكن أن تقوم به هذه الشركات.
4. ضرورة تعزيز توجه الشركات المساهمة العامة تجاه المحافظة على البيئة والموارد الطبيعية واستخدام الآلات الأقل تلويثاً للبيئة وإعادة تدوير النفايات، وتجاه المجتمع والموارد البشرية والمستهلكين من خلال القرارات والتوجيهات والحوافز المادية والمعنوية المناسبة.
5. أن تقوم الهيئات الرسمية الحكومية والمنظمات غير الربحية بتطوير مؤشر خاص بالمسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها أسوةً بالعديد من الدول المتقدمة، ومكافئة الشركات المبادرة منها والأكثر عطاءً لبث روح المنافسة بينها في مجال المسؤولية الاجتماعية.
6. تفعيل دور وحدات التفتيش والتوجيه والرقابة التابعة للوزارات الحكومية مثل الصحة والعمل والشؤون الاجتماعية والتمويل كل في مجال عمله للكشف عن أي

من ممارسة المحاسبين في مجال المحاسبة والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

4. زيادة التكاليف المترتبة على الإفصاح الاجتماعي، وتمثل ذلك على سبيل المثال في عدم وجود حوافز حكومية كافية لتبني سياسات اجتماعية وبيئية مرغوبة لدى الشركات المساهمة العامة، وتجنب الإفصاح عن المعلومات التي قد تدين الشركة عن أثرها البيئي وفقاً للقانون، وضعف دور جماعات الضغط الفلسطينية مثل جمعيات حقوق الإنسان وحماية البيئة وحماية المستهلك نحو تحمل الشركات لمسؤوليتها الاجتماعية، وعدم استخدام المعلومات الاجتماعية والبيئية المفصوح عنها في تقييم أداء الشركات المساهمة العامة
5. وبخصوص فقرات الاستبيان بشكل عام فقد وجد أن العوقات المذكورة في استبيان الدراسة تؤثر تأثيراً ذو دلالة إحصائية على تقارير الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية.
6. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة تعزى إلى الجهة التي ينتمي إليها المستجيب لصالح جهة «المدققين» في جميع مجالات الدراسة عدا عن المجال الثالث المتمثل في «ضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية الفلسطينية.
7. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة تعزى إلى الشهادات المهنية وذلك لصالح حملة شهادة CPA في جميع مجالات الدراسة.
8. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة تعزى إلى المكان الذي ينتمي إليه المستجيب، وسنوات الخبرة، وعدد الدورات التي التحق بها المستجيب.

والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في القطاع العام والقطاع الخاص في فلسطين.

١. أثر الإفصاح الاجتماعي والبيئي على المؤشرات المالية (الربحية، الحجم، هيكل رأس المال) في الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية.
٢. تطور الإفصاح والإقرار الاجتماعي والبيئي في الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية.
٣. محاسبة المسؤولية الاجتماعية وأثرها على تحقيق أهداف المنظمات غير الربحية.
٤. محاسبة المسؤولية الاجتماعية في مراكز الرعاية الصحية الفلسطينية في قطاع غزة.
٥. التكاليف الاجتماعية للتلوث الضوضائي في قطاع غزة.
٦. التكاليف الاجتماعية لظاهرة تعاطي المخدرات في قطاع غزة.

للاستزادة، الاطلاع على الموقع الإلكتروني التالي:

<https://www.mobt3ath.com/uplode/book/book-21493.pdf>

تجاوزات لمسؤوليات الشركات المساهمة العامة الاجتماعية والبيئية.

٧. ضرورة قيام الهيئات الرسمية المنظمة لعمل الشركات والهيئات المحلية والمنظمات الناشطة في المجال الاجتماعي والبيئي بالعمل على إصدار قوانين وتعليمات تلزم الشركات في مجال الإفصاح عن ذلك.
٨. تطوير برامج التعليم المحاسبي الجامعي ليحتوي على مقرر المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية
٩. تفعيل دور الجمعيات المهنية في مواكبة تطورات المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية، بما يعنيه ذلك من قيامها بواجباتها تجاه تطوير ورفع أداء وكفاءة المحاسبين نحو طرق وآليات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.
١٠. ضرورة قيام الجمعيات الناشطة في مجال حقوق الإنسان والبيئة بتفعيل دورها تجاه متابعة إفصاح الشركات المساهمة العامة عن مسؤوليتها الاجتماعية والبيئية.

الدراسات المستقبلية المقترحة:

في ضوء نتائج هذه الدراسة يوصي الباحث بالقيام بالدراسات التالية لما فيها من فائدة لتعميق إدراك وتطبيق المحاسبة

إدارة الصورة الذهنية للمنظمات الأردنية في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية

«دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية»

أعدته للنشر: الدكتورة نعيمة إبراهيم الغنّام
رئيسة مكتب خبراء الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية

المقدمة :

لقد كان في فترة من الفترات يعد زيادة ثراء المساهمين أقصى غايات المنظمة التي تسعى للوصول إليها، ولكن شيئاً فشيئاً أصبحت تلك الغاية المعلنة أقل أهمية من ذي قبل وذلك من منطلق المفهوم الجديد لنجاح المنظمة وما تفرضه بيئة الأعمال الحالية من تحديات، ولعل الباحثين وأهل الاختصاص والأدبيات لتؤكد على أهمية الاستثمار في الأنشطة التي تنسجم وتنطلق من مبادئ المسؤولية الاجتماعية التي حددها القانون والقيم الأخلاقية، حتى بلغ الأمر أكثر من ذلك بحيث ذهبت كثير من منظمات الأعمال إلى ما هو أبعد من ذلك أي متجاوزة معايير المسؤولية الاجتماعية التي حددت فيها وذلك لتحقيق مكاسب كثيرة من ضمنها بناء وتعزيز الصورة الذهنية التي مؤداها الميزة التنافسية.

الاتصالات الخلوية في الأردن للمسؤولية الاجتماعية تعزى للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، الخبرة في الوظيفة أو المركز الحالي، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي) لأفراد عينة الدراسة؟

٣. هل يوجد أثر للمسؤولية الاجتماعية (المجتمع المحلي، الموظفين، الزبائن، الموردين، البيئة، المساهمين)، في إدارة الصورة الذهنية (الذاتية، المرغوبة، المدركة)؟

فرضيات الدراسة

الفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى إدراك شركات الاتصالات الخلوية في الأردن للمسؤولية الاجتماعية تعزى للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، الخبرة في الوظيفة أو المركز الحالي، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي) لأفراد عينة الدراسة.

الفرضية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الاجتماعية (المجتمع المحلي، الموظفين، الزبائن، الموردين، البيئة، المساهمين) في إدارة الصورة الذهنية (الذاتية، المرغوبة، المدركة).

أهمية الدراسة

يمكن إجمال أهمية الدراسة في الآتي:

١. تكتسب الدراسة أهميتها من الأهمية المتزايدة لهذا الموضوع الذي أعيد التركيز عليه بقوة في عالم منظمات الأعمال على اختلاف أنواعها وأحجامها، بحيث يدعم هذا الموضوع التوجه المستقبلي للمنظمات قيد البحث في بذل المزيد إزاء مسؤولياتها الاجتماعية.

٢. تستمد الدراسة أهميتها من أهمية قطاع الاتصالات الذي يعد من أكبر القطاعات إسهاما في الاقتصاد الأردني إلى جانب حجم الخدمات التي يقدمها لشريحة كبيرة من المجتمع الأمر الذي كان حافزا لهذه الدراسة لاختيار مثل

دعونا نستعرض معكم دراسة من إعداد الباحث د. فالح عبدالقادر الحوري، والباحث د. ممدوح الزيادات، والباحثة أ. هائل عباينة... بعنوان: إدارة الصورة الذهنية للمنظمات الأردنية في إطار واقع المسؤولية «دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية» من كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة العلوم التطبيقية. قدمت في المؤتمر العلمي الثالث لكلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة ٢٠٠٩م.

ذكر الباحثون أن الصورة الذهنية تتشكل بناءً على مدركات أصحاب المصلحة Stakeholders لأعمال محددة للمنظمة إلى المدى الذي يجعل هذه الصورة تؤثر في ردود فعل أصحاب المصلحة تجاه أعمال ومنتجات وخدمات محددة للمنظمة لذلك فالمنظمات مطالبة بان تدير صورتها الذهنية لتتمكن من خلق الصورة الذهنية الإيجابية أو حتى المثالية التي من شأنها أن تحقق ميزة على منافسيها وحصص سوقية وإن تجذب الزبائن والموظفين الأكفاء والمستثمرين... الخ.

مشكلة الدراسة:

المسؤولية الاجتماعية أصبح ظاهرة مألوفة، ويرى الباحثون أن الدراسات العربية تكاد تكون شحيحة إن لم تكن موجودة على الإطلاق لتقييم العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وإدارة الصورة الذهنية، من هنا كانت هذه الدراسة حافزا نحو إجراء مثل هذه الدراسة التي تتمحور مشكلتها من خلال التساؤل الرئيسي عن مدى وجود علاقة بين المسؤولية الاجتماعية وإدارة الصورة الذهنية لدى شركات الاتصالات الخلوية. ومن أجل توضيح مشكلة الدراسة يمكن إثارة التساؤلات التالية:

١. ما مدى اهتمام شركات الاتصالات الخلوية في تطبيق المسؤولية الاجتماعية؟
٢. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمدى إدراك شركات

هذا القطاع.

٣. الأهمية النظرية والميدانية التي يمكن أن تسهم نتائج البحث فيها سيما في تعويض النقص الكبير في هذين الموضوعين على مستوى العالم العربي بشكل عام والأردن بشكل خاص.
٤. تتبع أهمية هذه الدراسة من إمكانية اطلاع متخذي القرارات في الشركات المبحوثة في ما تتوصل إليه الدراسة من نتائج وتوصيات، تسهم في مساعدتهم في تصور سياسات وبرامج أكثر رقياً وملائمة ومواكبة لبيئة الأعمال الحالية.
٥. تستمد هذه الدراسة أهميتها في كونها تؤسس نظرياً وتطبيقياً الربط المنطقي للعلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وإدارة الصورة الذهنية.

أهداف الدراسة

تتمثل أهداف الدراسة في الآتي:

١. التعرف على مدى اهتمام شركات الاتصالات الخلوية بالمسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصلحة.
٢. تحديد مستوى الفروقات الإحصائية بين الخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة تجاه ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الشركات المبحوثة.
٣. تقييم أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية في إدارة الصورة الذهنية.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتألف مجتمع الدراسة من جميع المراتب الإدارية العاملة في شركات الاتصالات الخلوية العاملة في الأردن ضمن مقراتها الرئيسية في مدينة عمان، والبالغ عددها أربعة شركات وهي: زين، أمنية، أورينج، واكسبرس، إلى جانب زبائن هذه الشركات المنتشرين في مناطق عمان، وأماكن التسوق الرئيسية.

ولقد تم توزيع (٢١٠) استبانة على عينة الدراسة من العاملين في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية، و(٣٥٠) على زبائن

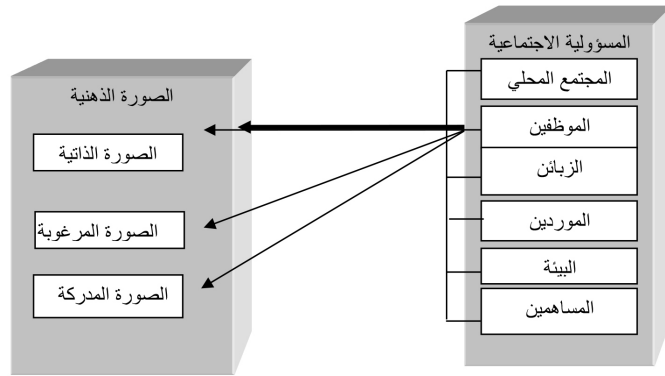
الشركات الأربعة، ليبلغ مجموع الاستبانات الموزعة (٥٦٠) استبانة، تم استرجاع (٥٤٥) استبانة منها، بنسبة استرجاع (٩٧٪)، خضع منها للتحليل (٥٣٧) استبيان، وتكون بذلك نسبة الاستبانات المسترجعة الصالحة للتحليل (٩٦٪) من الاستبانات الموزعة.

وحدة التحليل: تمثل وحدة التحليل في هذه الدراسة مدير عام، نائب مدير، مساعد مدير، مدير دائرة التسويق والمبيعات، مدير دائرة العلاقات العامة، موظف، زبائن الشركات.

نموذج الدراسة

بناءً على مضمون مشكلة الدراسة وأهدافها وفرضياتها، واعتماداً على الدراسات السابقة والأدبيات المتعلقة بموضوع الدراسة، فقد تم تصميم نموذج فرضي يوضح العلاقة المنطقية بين متغيرات الدراسة تعبيراً عن الحلول التي يفترضها الباحث للإجابة على الأسئلة البحثية، ويبين الشكل التالي النموذج المستخدم في هذه الدراسة للمتغيرات المستقلة بأبعادها الستة والمتغير التابع بأبعاده الثلاثة.

نموذج الدراسة:



الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة.

لقد استخدمت الدراسة الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) في تحليل البيانات المختلفة التي تم جمعها. سواء في الإحصاء الوصفي لتحديد قراءات عامة عن خصائص

والاستمرار والتميز يعتمد بالضرورة على ماتقدمه المنظمات المتميزة من أعمال، وإسهامات خيرية يضمن لها السبيل في كسب صورته ذهنية إيجابية في أعين من تتعامل معهم من أصحاب المصلحة والتي مؤداها النجاح والتميز. ٤. أظهرت الدراسة عدم وجود أثر معنوي لأبعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة في الصورة الذهنية الذاتية المتعلقة بالموظفين.

٥. توصلت الدراسة إلى وجود أثر معنوي لأبعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة في الصورة الذهنية المرغوبة. وقد تبين أن متغيري المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين، والموردين قد شكلا التأثير الأكبر، حيث بلغت درجة التأثير - لهذين المتغيرين (٠,٣١٦ ، ٠ ، ٢٤٠)، في حين لم تظهر النتائج معنوية التأثير للمتغيرات الأخرى.

٦. بينت نتائج الدراسة عدم وجود أثر معنوي لأبعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة في الصورة الذهنية المدركة، سوى بعد المسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين الذي أظهر وجود أثرا معنويا.

التوصيات

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة يمكن تقديم التوصيات التالية:

١. مضاعفة الاهتمام من قبل شركات الاتصالات الخلوية الأردنية بمسؤولياتها الاجتماعية، لاسيما في ظل تنامي متطلبات وحاجات المجتمع المحلي من جهة، والمسؤوليات الأخرى التي أصبحت تشكل إلزاما أخلاقيا وقانونيا يقع على عاتق منظمات الأعمال من جهة أخرى، من خلال التنوع في طرق وأساليب أعمالها بهذا الخصوص.
٢. ضرورة بلورة رؤية واضحة فيما يخص المسؤولية الاجتماعية فضلا عن إدراجها ضمن أهدافها الإستراتيجية.

وملامح هيكل مجتمع الدراسة وتوزيعه، إذ تم استخدام التوزيع التكراري، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية لبيان مدى تركيز إجابات عينة الدراسة لمجموع فقرات الدراسة التي تمثل متغيرات الدراسة الرئيسة والفرعية، كما تم استخدام تحليل الانحدار البسيط (Simple Linear Regression) لاختبار الفرضية الرئيسة، وتحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression) لاختبار الفرضيات الفرعية المنبثقة عن الرئيسة.

مناقشة النتائج:

لقد خلصت الدراسة إلى العديد من النتائج التي بينت أثر المسؤولية الاجتماعية في إدارة الصورة الذهنية لشركات الاتصالات الخلوية في الأردن، وفيما يلي عرض لأهم النتائج مع مناقشتها:

١. اتضح من نتائج الدراسة أن هناك اهتمام عالي من قبل شركات الاتصالات الخلوية الأردنية بالمسؤولية الاجتماعية، وهذا ما أفصحت عنه نتائج الدراسة التي بينت تقارب المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين، حيث تبين أن المتوسط الحسابي العام لأبعاد المسؤولية الاجتماعية بلغت (٤,٣٠)، وبانحراف معياري (٠,٢٧)، وقد جاءت هذه النتيجة منسجمة مع فلسفة شركات الاتصالات الخلوية الأردنية تجاه المسؤولية الاجتماعية
٢. توصلت نتائج الدراسة إلى أن شركات الاتصالات الخلوية الأردنية تحسن إدارة صورتها الذهنية بأبعادها الثلاثة، فقد كان ذلك واضحا من نتائج تحليل الاختبار الوصفي التي بينت أن الاجابات كانت عالية ومنتقاربة، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لأبعاد الصورة الذهنية (٤,٢١)، وبانحراف معياري (٠,٣٧).
٣. خلصت الدراسة إلى وجود تأثير معنوي لأبعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة في الصورة الذهنية بأبعادها الثلاثة، وهذه نتيجة طبيعية ولم تكن مفاجئة؛ إذ أن مفتاح البقاء

تقييم متقدم، وذلك لتعتمد عليه في تقييم أداءها المتعلق بأنشطة المسؤوليات الاجتماعية بشكل دوري، الأمر الذي سيعزز لديها إمكانية التحسين المستمر في التزاماتها الاجتماعية.

٦. إنشاء قسم متخصص يُعنى بإدارة المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية بكل أنواعها، لاسيما في ظل احتدام حدة التنافس بين الشركات فيما يخص أنشطة المسؤولية الاجتماعية، وما يمكن أن يؤثر ذلك على الصورة الذهنية، ويزيد من فرص التميز.

للاستزادة يرجى الاطلاع على الموقع الإلكتروني التالي:
www.kantakji.com/media/3203/01020

٣. أفصحت النتائج عن عدم وجود أثر معنوي للمسؤولية الاجتماعية في إدارة الصورة الذهنية الذاتية، وهي الصورة الذهنية المرتبطة بالموظفين على وجه التحديد، مما يعني ضرورة بذل المزيد من قبل الشركات تجاه الموظفين، لأن استقطاب أو بقاء موظفين أكفاء يعتمد بالضرورة على مدى التزام الشركات في مسؤولياتها الاجتماعية حيال موظفيها، فضلا عن بناء جسور الثقة يعتمد بالضرورة على مدى إلتزام الشركات بمسؤولياتها تجاه موظفيها.

٤. يتطلب من شركات الاتصالات الخلوية الأردنية بذل المزيد في إدارة صورتها الذهنية بأنواعها الثلاثة، الذاتية والمرغوبة والمدركة، وذلك عبر الإنخراط أكثر في الأعمال الخيرية.

٥. يتطلب من شركات الاتصالات الخلوية الأردنية بناء نظام

أسماء الباحثين

ت	أسم الباحث	عنوان البحث
١	عطا الله بشير النويقة	أثر أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة
٢	• د. فالح عبد القادر الحوري • د. ممدوح الزيادات • أ.هايل عباينه	إدارة الصورة الذهنية للمنظمات الأردنية في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية
٣	الباحث الهادي عبدو أبوه	الإقتصاد التضامني والتنمية الاجتماعية الإمكانات والواقع في موريتانيا
٤	• أحمد عبدالمجيد صمادي • عقل محمد البقعاوي	الفروق في المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية في منطقة حائل بالمملكة العربية السعودية في ضوء عدد من المتغيرات
٥	ناهد أحمد محمد	أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات على ولاء العملاء دراسة على شركات المنتجات الغذائية السودانية
٦	• أ.أحمد عبدالوهاب • أ. نورة الشيخ	المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر (دراسة ميدانية)
٧	السيد محمد القواق	دور تفعيل المسؤولية الاجتماعية للمقاولات الصغرى والمتوسطة في تحقيق التنمية المستدامة
٨	الدكتور الرمضي بن قاعد الصقري	برامج المسؤولية المجتمعية - المملكة العربية السعودية - أنموذجاً
٩	• د. ليث سعد الله حسين • الأستاذة ريم سعد الجميل	المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين وانعكاسها على أخلاقيات العمل - دراسة لآراء عينة من منتسبي بعض مستشفيات مدينة الموصل
١٠	الدكتور محمد أحمد شاهين	المسؤولية المجتمعية في الجامعات العربية - جامعة القدس المفتوحة أنموذجاً - الواقع والمأمول - دراسة وصفية تحليلية

أثر المسؤولية الاجتماعية في الأداء: دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة السورية	الدكتور قدري عثمان إبراهيم	١١
تقييم وتحليل ممارسة منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية (دراسة تطبيقية عن شركات القطاع الخاص في مدينة مصراتة)	• فتحي الطاهر التريكي • إمام محمد مصطفى بازينة	١٢
دور المسؤولية الاجتماعية بالشركات الخاصة في تمويل أنشطة العمل الطوعي في السودان	حبيب الله مصطفى حبيب الله	١٣
دور المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص في التنمية الإقتصادية في فلسطين	رائد محمد حلس	١٤
سياسات و برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الموارد البشرية في منظمات الأعمال - دراسة حالة ثلاثة شركات عربية	وهيبة مقدم	١٥
صعوبات تطور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في لبنان	سهام رزق الله	١٦
معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية (من وجهة نظر مدققي الحسابات وإدارات الشركات)	الباحث حامد أبوسمرة	١٧
واقع أهمية وقيمة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الإقتصادية	• بن مسعود نصرالدين • كنوش محمد	١٨
وسائل الإعلام ودورها في تدعيم التنمية المستدامة من وجهة نظر أساتذة الجامعة	• د. ربيعة مانع زيان الحمداني • د. وفاء كنعان خضر	١٩



تقوم فكرة البرنامج على إصدار كتب متخصصة في مجالات المسؤولية المجتمعية باللغة العربية، وذلك للعمل على تطوير الفكر التنموي المستدام للمجتمعات العربية، بغرض المساهمة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة من خلال البرامج العلمية الفاعلة والمؤثرة. ويتضمن مقالات علمية رصينة، تكون مرجعا للباحثين، وأصحاب العلاقة من القطاعات الحكومية والخاصة والمجتمعية

www.regionalcsr.com - Email: info@regionalcsr.com

@RegionalCSR

