

المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية ٢٠٠٩

دراسة البنك الأهلي التجاري عن نظرة المجتمع لمفهوم
المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية

أجريت الدراسة بالتعاون مع شركة YouGovSiraj



المحتويات

- ١- مقدمة
- ٢- نتائج رئيسية
- ٣- الوعي
- ٤- الأثر
- ٥- الأولويات
- ٦- نتائج المسح
- ١٢- الديموغرافيا والمنهج

مقدمة

إن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي عملية اندماج الاعتبارات الاجتماعية والبيئية والاقتصادية في عملية اتخاذ القرار في المنظمة. إن ديمومة المنظمة تتطلب بشكل رئيسي المساهمة الإيجابية في مواجهة التحديات الاجتماعية والبيئية كما تتطلب التعاون والانخراط مع المساهمين وأصحاب العلاقة، لإدارة المخاطر المحتملة وبناء مصداقية وثقة في المجتمع بطريقة أكثر فعالية.

هناك وعي واسع بمفهوم ومدى أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات في المنطقة ومنها المملكة العربية السعودية، وقد اشتركت الكثير من المؤسسات في المنطقة في نشاطات اجتماعية أدت إلى زيادة ثقة المستهلكين وتمتية المجتمع واستقطاب الموظفين والاحتفاظ بهم وتحسين الأداء المالي ولكن من دون أن تنظم هذه النشاطات بشكل رسمي تحت مظلة المسؤولية الاجتماعية.

إن إجراء البحوث حول المفاهيم الحالية السائدة هو أمر حيوي لفهم طبيعة المسؤولية الاجتماعية للشركات في السعودية وطريقة التعامل مع هذا الموضوع في وقتنا الحاضر. وباعتباره رائداً في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات، التزم البنك الأهلي التجاري بزيادة الوعي حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية وقد قام بالتعاون مع شركة YouGovSiraj للأبحاث بإجراء دراسة حول إدراك المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية. ونظرة المجتمع السعودي لهذا المفهوم وبدأ البحث في شهر نوفمبر ٢٠٠٨ بهدف استكشاف ومعرفة مواقف وآراء ووجهات نظر شرائح مختلفة في المجتمع من بينها القطاع العام والقطاع الخاص و منظمات المجتمع المدني والإعلام والمستهلكين والموظفين حول تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات. وتظهر هذه الدراسة مستوى الوعي الحالي في السعودية حول مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات وكيفية التعامل معه وأثره على سمعة الشركات والولاء لها وقدرتها على التوظيف، كما تظهر الدراسة الأولويات الاجتماعية الحالية في المملكة.

وتشير النتائج إلى أن هناك وعي واسع بمبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات، غير أن الأولويات غير محددة وتعتمد على المنطقة الجغرافية والحاجات المجتمعية الخاصة. كما أن الرأي السائد بخصوص تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات هو رأي إيجابي جداً من منظور جميع المعنيين الذين تمت مقابلتهم. وتعلق أهمية كبيرة على المساعدات الخيرية لتحسين حياة المحتاجين وكذلك على المبادرات ذات الأثر الإيجابي على البطالة وتلك التي تشجع إقامة المشاريع الصغيرة. ومن الأمور الحاسمة كذلك الحاجة والقدرة على تعريف المعنيين بقيمة استراتيجيات ونشاطات المسؤولية الاجتماعية للشركات بطريقة فعالة تبين لهم كيف أن المسؤولية الاجتماعية تدعم مصالحهم. ولأن البحث كان كمياً ونوعياً في نفس الوقت فقد تم تلخيص النتائج النوعية في الأقسام ذات العلاقة في هذا التقرير بينما تم توضيح البيانات الكمية في قسم "نتائج المسح". وإذا ما تم النظر إلى موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات من زاوية استراتيجية فإنه يمكن أن يصبح مصدراً لتقديم اجتماعي كبير تستخدم فيه الشركات مواردها الكبيرة وخبراتها ورؤاها في نشاطات تخدم المجتمع.

"توسعا في التزام البنك الأهلي بالمسؤولية الاجتماعية للشركات في المنطقة، يسره دعم الجهود الرامية إلى زيادة الوعي والإدراك حول هذا الموضوع في المملكة العربية السعودية ومختلف أرجاء المنطقة. وقد وضعنا هذا الهدف نصب أعيننا عندما قررنا نشر هذه الدراسة لتكون قاعدة ينطلق منها الاهتمام الإيجابي للشركات وقيامها بتطوير وتنفيذ مبادرات المسؤولية الاجتماعية في المملكة"

عبد الكريم أبو النصر
الرئيس التنفيذي للبنك الأهلي التجاري

يشعر ٣٥٪ من عملاء
البنوك بالثقة في التعامل مع بنك يقدم
خدمات اجتماعية

نتائج رئيسية

يقوم الكثيرون من اصحاب العلاقة وبشكل متزايد بتقييم الشركات بناء على الأثر الذي تنتج أعمالها على البيئة وبناء على الأنشطة التي تقوم بها في المجتمعات التي تعمل بها وطريقة معاملتها لموظفيها، وطريقة استجابتها لحاجات المجتمع بشكل عام. ومن خلال المسؤولية الاجتماعية تستطيع الشركات المساهمة في نمو وتنمية المنطقة على المدى البعيد وكذلك في تحقيق المنفعة لها في أعمالها.

• ينظر لأنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية على أنها قضية هامة "لخدمة" المحتاجين في المجتمع من خلال الأعمال الخيرية. إلا أن المشاركين في الاستطلاع أجمعوا بعدم ضرورة تقييد هذه النشاطات بالعمل الخيري.

• الإعتقاد العام بأن الشركات التي تمارس دورها في المسؤولية الاجتماعية تستطيع أن توجد لها سمعة طيبة في المجتمع وتحوز على ولاء عملاءها وموظفيها. فإن المساهمة الاجتماعية للمؤسسات تعزز من الثقة والولاء وتحفز المعنيين على المساهمة شخصيا في هذه المبادرات.

• أن معظم المستثمرين يعتبرون بأن مساهمات الشركات الاجتماعية تسهم في تعزيز إدراكها بأنها ستصبح شركات رابحة ماليا، مما يدفعها لتخصيص جزء من المال لإحتياج المجتمع. علاوة عن أن تقديم هذه الاستثمارات تولد شعورا لدى الشركات بأهمية دورهم في خدمة المجتمع .

• كما أن الشركات القائمة بدورها في المسؤولية الاجتماعية تكون أكثر قدرة على استقطاب الكوادر المؤهلة للعمل بها . إضافة إلى خلق الإحساس بالفخر لدى الموظفين لانتمائهم لهذه الشركات.

• إن أحد الأسباب الرئيسية لعدم قدرة الشركات التي تقوم بدورها في مجال المسؤولية الاجتماعية على تحقيق أهدافها الكاملة تجاه المجتمع، يأتي نتيجة غياب المعرفة بمبادراتها الاجتماعية وبالتالي فإن الإعلام والاتصال للتعريف بدور الشركة في هذا المجال يعد أمرا حيويا.

يعتقد **٦٢٪** من المشاركين في الدراسة أن الخدمات الاجتماعية التي تقدمها المؤسسة تساهم في تطوير علاقة أقوى بين المؤسسة وعملائها.

يعتقد **٤٩٪** من المشاركين في الدراسة أن الشركات المنخرطة في خدمات اجتماعية تتمتع بأخلاقيات عمل جيدة.

يقول **٤١٪** من المستثمرين أنهم سيوصون الآخرين بالتعامل مع بنك من البنوك إذا كان هذا البنك منخرطا في الخدمات الاجتماعية.

الوعي



هناك جهد كبير على مستوى المنطقة لتعزيز المعرفة والوعي بموضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات. وفي المملكة العربية السعودية بشكل خاص، يلتزم البنك الأهلي التجاري بضمان استمرار هذه الجهود. وتميل معظم الشركات المنتسبة بفعالية في المسؤولية الاجتماعية الى التركيز على مواضيع الصحة والسلامة والبيئة والأخلاقيات وحوكمة الشركات والإهتمام بالمجتمعات التي تعمل بها و الإهتمام بتطوير موظفيها. وغالبا ما تقوم هذه الشركات بتصميم برامجها الاجتماعية المتعلقة بهذه المجالات لتناسب مع طبيعة عملها أو العرف السائد في قطاعاتها أو توقعات الجهات المعنية.

المحفزات

- لقد حددت النتائج مجموعة من المحفزات للعمل الاجتماعي للشركات، وعلى الرغم أن الدوافع الرئيسية البارزة التي أظهرتها الدراسة تتمثل في تحسين أو تنمية المجتمع والقيام بالمسؤوليات الدينية تجاه الفقراء والمحتاجين.
- إن الفوائد التي تم تحديدها تتطابق مع هذه العوامل الرئيسية إلا أنها تتضمن أيضا: تعزيز سمعة الشركة، والحصول على ثقة المجتمع، وتقوية علامة الشركة التجارية بهدف الحصول على فرص عمل إضافية، و أن تحوز على رضا الجهات الحكومية المعنية.
- أن الحكومة والجمعيات الخيرية تستجيب مع الشركات المشاركة في خدمات اجتماعية بشكل ايجابي. ولديها إدراك بأن الحكومات لا تستطيع تقديم كافة الخدمات الاجتماعية المطلوبة منها، وبالتالي فإن الحكومات بإمكانها تقديم هذه الخدمات من خلال جهود القطاع الخاص في هذا المجال. إضافة لعامل اتخاذ الحكومات موقفا إيجابيا تجاه الشركات التي تقوم بدورا رئيسيا في المساهمة و المشاركة بتنمية المجتمع.
- وأوضح غالبية المشاركين في الدراسة بضرورة عدم وجود إلتباس بين الاعمال الخيرية و برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات وبالتالي ليس من الضروري أن تكون مثل هذه البرامج مرتبطة بشكل حصري بالتبرعات والاعمال الخيرية الاخرى.

التركيز

- تتركز أنشطة المساهمات الاجتماعية الثلاثة الأولى المطلوبة من قبل المجتمع والتي تم تحديدها في المملكة العربية السعودية في:
 - خلق فرص عمل للعاطلين (٤٩ ٪)، و تشجيع قيام المشاريع الصغيرة (٤٧ ٪)، وتفعيل مكافحة التدخين ودعم الحملات المشابهة (٤٦ ٪).
 - كما وتشمل الأنشطة الأخرى التي تم تحديدها: برامج دعم القطاع الطبي (٣٢ ٪)، تعليم الحاسب الالي ومحو امية التعليم التقني (٣٠ ٪)، وتأهيل ذوي الاحتياجات الخاصة (٤١ ٪).
 - فيما أظهرت الدراسة مستويات الوعي المنخفضة حول الأنشطة الاجتماعية للشركات التي تخص برامج المرأة (١٠ ٪)، والحملات ضد السمنة (١١ ٪)، والإرشاد الوظيفي (١١ ٪).
 - ورغم أن نتائج الوعي بالمتطلبات الاجتماعية الثلاث الأولى التي حددها المشاركون في الإستطلاع من الذكور و الإناث كانت متساوية، إلا أن هناك اختلافا طفيفا في أولويات هذه المتطلبات الثلاث بين الذكور و الإناث، حيث أظهرت الإناث وعيا أكبر بالنشاطات المتعلقة بحملات مكافحة التدخين بمعدل (٥٥ ٪)
 - وفي مدينة الرياض أشارت نتائج الإستطلاع إلى إرتفاع مستوى الوعي بحملات مكافحة التدخين (٥٣ ٪) ودعم وتأهيل الأيتام (٤٧ ٪)، أما في مدينة جدة فقد حظيت المبادرات المتعلقة ببرامج التعليم والتدريب المهني للنساء في رأس القائمة (٤٥ ٪). فيما تعادلت نتائج الوعي بمبادرات تخفيض نسبة البطالة وتشجيع إقامة المنشآت الصغيرة في كلا المدينتين بشكل تقريبي.

النتائج

هدفت الدراسة لتقييم أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات على الجهات المعنية المختلفة ومعرفة ما إذا كان لمبادرات المسؤولية الاجتماعية انعكاسا إيجابيا على سمعة الشركات وصورتها والثقة و الولاء لها. وهو الأمر الذي ظهر جليا في النتائج المستخلصة.

تعد المسؤولية الاجتماعية للشركات من العناصر الرئيسية في تكوين سمعة الشركات، والمشاركة في استراتيجيات واقعية وفعالة لتقديم الخدمة الاجتماعية. وتعزيز السمعة العامة للمنظمة مما يسهل آليات إدارة المنظمة والرفع من قدرتها على استقطاب عملاء جدد وزيادة حصتها في السوق. ومن جانب آخر فإن الإستثمار في النشاط الاجتماعي من الممكن أن يعزز قيمة الشركة في السوق المالي و رفع قدرتها للوصول إلى رأس المال. علاوة عن المزايا الأخرى من بناء القدرة على تحقيق نتائج أفضل في مسائل التوظيف والولاء للمنظمة والاحتفاظ بالموظفين وتعزيز دوافع العمل والإبداع وزيادة الانتاجية. كما أن المشاركة في العمل الاجتماعي مع أصحاب العلاقة بآليات الحوار المفتوح والشراكات الفعالة وإظهار الشفافية من شأنه تحسين علاقات الشركة مع المجتمعات وبالتالي التحفيز على تطوير الأعمال.

يتفق أكثر من **٥٠٪** من العملاء على أن انخراط البنك في خدمات مسؤولية اجتماعية قد ينتج عنه ولاء أكبر للبنك

يشعر **٦٠٪** من المشاركين في الدراسة أن المنظمات المنخرطة في خدمات اجتماعية قادرة على تحفيز الكفاءات العاملة لديها على تقديم أفضل ما عندها لهذه المنظمات.

ولاء المستثمرين والعملاء

- يعتقد أكثر من نصف المشاركين في الاستطلاع (٥٦٪) أن أنشطة المسؤولية الاجتماعية قادرة على إستقطاب مستثمرين جدد. فيما أوضح (٦٢٪) أن هذه النشاطات تساعد على تطوير علاقة أقوى مع الشركة.
- وبين (٦٢٪) من العملاء عن نيتهم بنصح اصدقائهم وعائلاتهم بالتعامل مع البنك الذي يقوم بمساهمات في مجال المسؤولية الاجتماعية.
- أن المستثمرين ينظرون بإيجابية الى الشركات التي تنفذ برامج خدمة اجتماعية. ويعتقد (٤٢٪) منهم أن مثل هذه الشركات تحظى بثقة مساهميها والمستثمرين فيها، كما يعتقد (٦٢٪) أن مثل هذه الشركات قادرة على إستقطاب مستثمرين جدد.
- ويتفق (٥٠٪) من العملاء على تشجيع المساهمة في القضايا الاجتماعية التي تتبناها البنوك التي يتعاملون معها.
- وتشير النتائج النوعية إلى رغبة المشاركين في الاستطلاع في الإنضمام لهذا النوع من ”الأعمال النبيلة“ حيث أنها تشعرهم بأنهم أيضا يقومون بمسؤولياتهم تجاه المجتمع.
- فيما يتفق أكثر من (٥٠٪) من العملاء على أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تقوم على تعزيز الولاء .

إستقطاب الكفاءات الجديدة والاحتفاظ بالموارد البشرية

- يتفق نحو (٦٠٪) من المشاركين في الدراسة على قدرة الشركات التي تمارس دورها في المسؤولية الاجتماعية على استقطاب الكفاءات، كما ويعتقد (٥٨٪) أن هذا الدور يعزز من ولاء الموظفين لشركتهم.
- أن هذا الدور المتمثل في مبادرات المسؤولية الاجتماعية لا يعني بالضرورة أن الشركات المشاركة هي ”شركات منصفة من حيث التوظيف“.
- يعتقد ٦٠٪ من المشاركين في الاستطلاع أن الشركات المساهمة في المسؤولية الاجتماعية قادرة على تحفيز موظفيها في تقديم أفضل ما لديهم للشركة.

تعزيز صورة العلامة التجارية والثقة والسمعة

- يتفق ٦٩٪ من المشاركين في الاستطلاع أن الشركات التي تقوم بمبادرات اجتماعية تصنع لنفسها صورة ايجابية في المجتمع. كما ويعتقد ٥٧٪ منهم أن الشركات تحوز على ثقة المجتمع. ويعتبر ٦١٪ أن هذه المبادرات تعكس تأصيل الاخلاقيات الجيدة .

يعتقد **٥٦٪** من المشاركين في الدراسة أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تستقطب مستثمرين جدد.

الأولويات



في السابق كانت عمليات خدمة المجتمع ورعاية الموظفين وحماية البيئة جزءاً من التجارة والأعمال المنظمة لقرون طويلة. واليوم وضعت لها الأولوية في عمليات قطاع التجارة والأعمال. ورغم التداخل الكبير بين الوعي بالنشاطات الاجتماعية الحالية للشركات في المملكة العربية السعودية وبين القضايا الاجتماعية ذات الأولوية التي تم تحديدها، فقد أعتبرت هذه القضايا غائبة عن الأنشطة الاجتماعية القائمة حالياً. وقد يكون ذلك نتيجة للحاجة الماسة لوجود زيادة الوعي أو نتيجة عدم وجود اتصال وإعلام فعال يروج عن البرامج القائمة.

أولويات المبادرات الاجتماعية

- حددت الشركات المشاركة في هذه الدراسة بأن المبادرات الاجتماعية تعد أنشطة رئيسية وقالت هذه الشركات أنها تتعاون بشكل وثيق مع الدوائر الحكومية لدعم القضايا الاجتماعية. ومن الأمثلة على هذه النشاطات: الزواج الجماعي، اليوم المهني، توفير الوظائف، حماية البيئة، المكتبات المتنقلة، برامج التثقيف الصحي، نشر الثقافة المحلية.
- وترى وسائل الإعلام المشاركة في هذه الدراسة أنها تقوم بأعمال خيرية متنوعة وتروج لمبادرات المسؤولية الاجتماعية للمنظمات الخيرية أو الخاصة البارزة وترعى أنشطة وحملات جمع التبرعات لقضايا محددة.
- حددت عدة مؤسسات من القطاع الخاص ومؤسسات المجتمع المدني برامج معينة قامت بالمشاركة بها. وتشمل هذه البرامج توزيع معونات على المحتاجين والمساعدة في أداء الحج والعمرة وإيواء المشردين وتقديم العناية الطبية للفقراء وتوفير برامج تدريب مختلفة.

يعتقد **٨٣٪** من المشاركين في الدراسة أن البطالة هي القضية الاجتماعية الرئيسية التي ينبغي معالجتها.

المبادرات المطلوبة

- حدد نحو (٨٣٪) من المشاركين قضية البطالة على أنها القضية الرئيسية الواجب معالجتها والتي تعد أهم القضايا الاجتماعية التي تهم المجتمع السعودي.
- وبين المشاركون أن من أهم القضايا التي تحتاج إلى معالجة فورية تتمثل في: خلق وظائف لذوي الاحتياجات الخاصة (٦٥٪) ودعم الأيتام (٦٣٪) وتشجيع إقامة المنشآت الصغيرة (٦٣٪).
- ورغم أن قضايا التعليم الأساسي للأطفال وقضايا المرأة وحقوق الإنسان جاءت في مستويات منخفضة على مقياس الوعي، إلا أنه تم تحديدها ضمن أول عشر قضايا اجتماعية يواجهها المجتمع السعودي اليوم.
- من بين أول خمس قضايا اجتماعية تم تحديدها هناك ثلاث قضايا مشتركة بين الذكور والإناث.
- ولقد أستحوذت قضية خلق الوظائف لتقليل نسبة البطالة على المحور الرئيسي المشترك لفئات الأعمار المختلفة، ورغم أن شريحة ما فوق ٣٦ عاماً حددت قضية التعليم الأساسي للأطفال كقضية رئيسية.
- كما حددت الشريحة العمرية بين ٢١-٢٥ والشريحة العمرية بين ٣١-٣٥ قضايا المرأة باعتبارها قضايا مهمة تحتاج إلى معالجة.

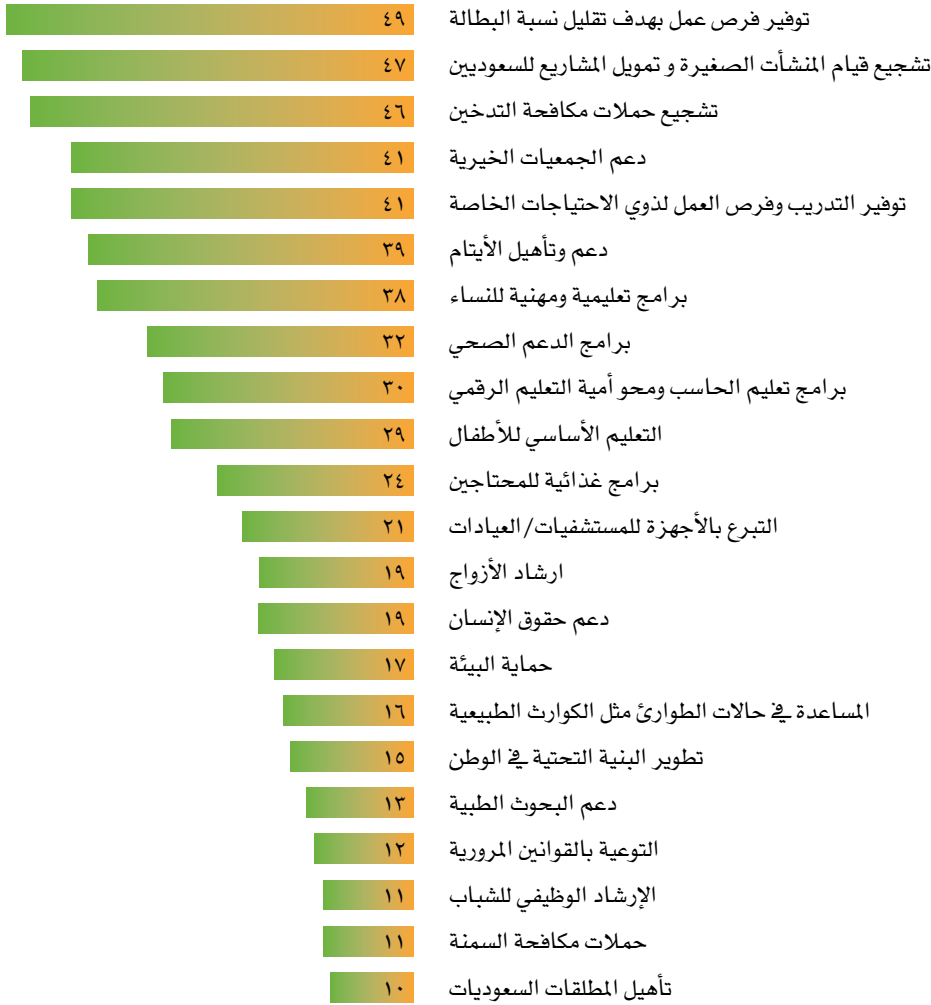
نتائج الإستطلاع

الشكل رقم ١

سؤال: الرجاء ذكر مبادرات المسؤولية الاجتماعية التي تعلم أن الشركات الخاصة أو شبه الخاصة تقوم بها في المملكة العربية السعودية (الرجاء اختيار كل ما ينطبق)

جميع الأرقام هي نسب مئوية

هذا السؤال شمل كافة المشاركين في الدراسة



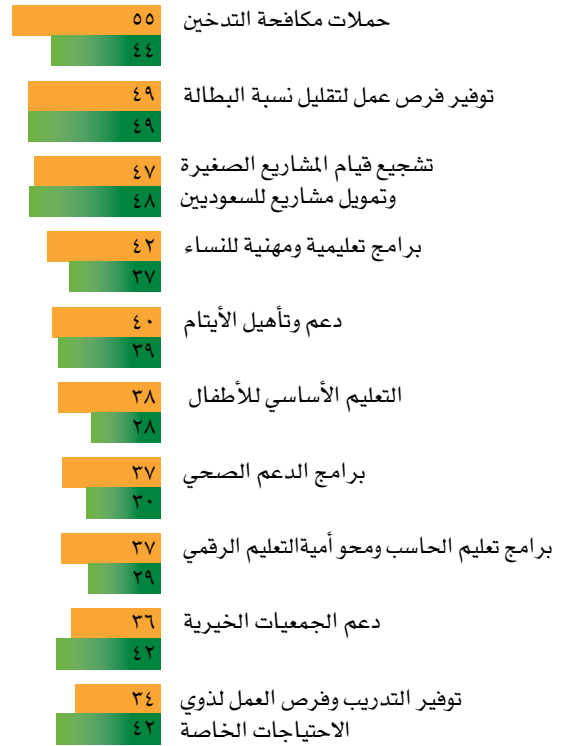
نتائج الإستطلاع

الشكل رقم ٢

سؤال: الرجاء ذكر مبادرات المسؤولية الاجتماعية التي تعلم أن الشركات الخاصة أو شبه الخاصة تقوم بها في المملكة العربية السعودية ؟ (الرجاء اختيار كل ما ينطبق)

جميع الأرقام هي نسب مئوية

التوزيع حسب جنس المستطلعين

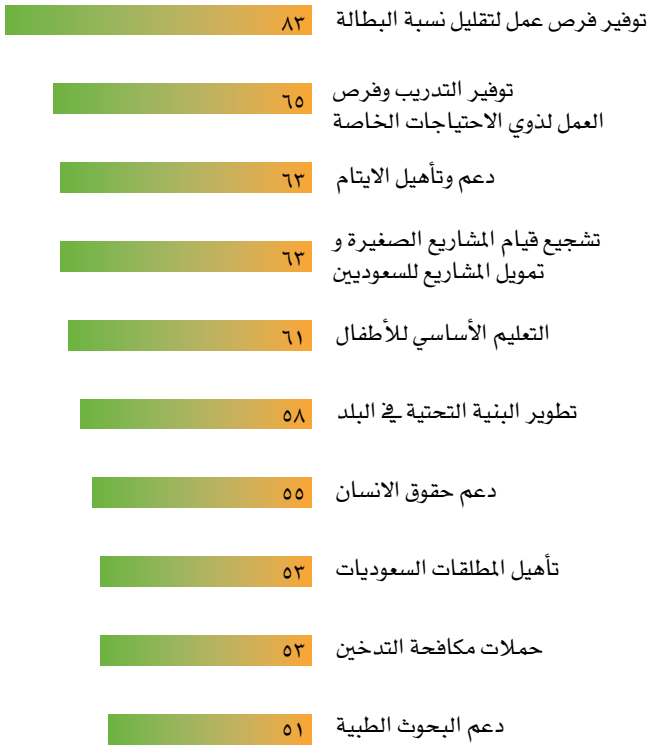


الشكل رقم ٣

سؤال: في رأيك، أي من القضايا الاجتماعية التالية هي الأكثر أهمية لمنفعة المجتمع السعودي ؟ (الرجاء اختيار كل ما ينطبق)

جميع الأرقام هي نسب مئوية

هذا السؤال شمل كافة المشاركين في الدراسة



■ ذكور
■ إناث

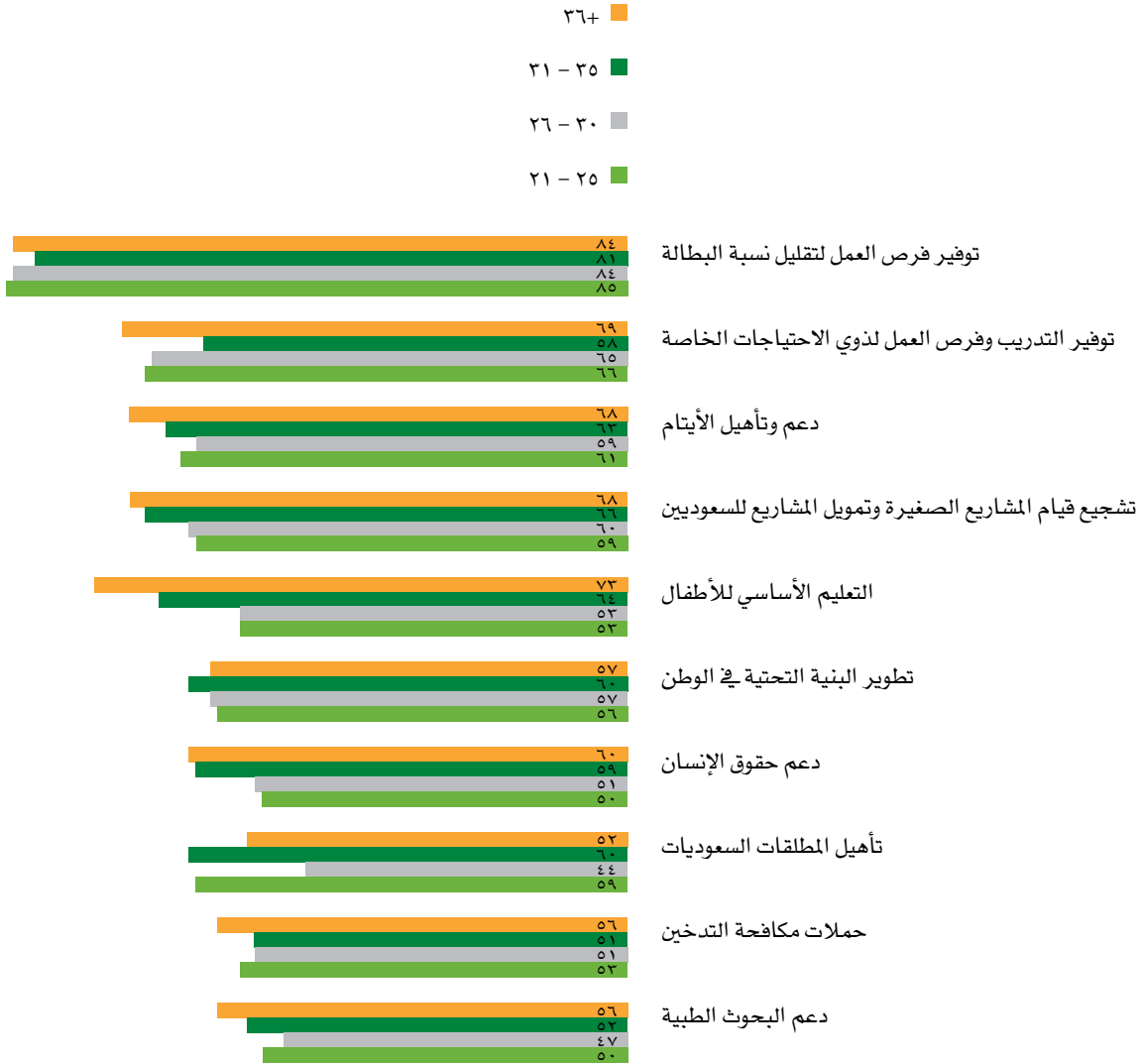
نتائج الإستطلاع

الشكل رقم ٤

سؤال: في رأيك أي من القضايا الاجتماعية التالية هي الأكثر أهمية لمنفعة المجتمع السعودي ؟ (الرجاء اختيار كل ما ينطبق)

جميع الأرقام هي نسب مئوية

حسب الفئة العمرية



نتائج الإستطلاع

الشكل رقم ٥

سؤال: في رأيك أي من القضايا الاجتماعية التالية هي الأكثر أهمية لمنفعة المجتمع السعودي ؟ (الرجاء اختيار كل ما ينطبق)

جميع الأرقام هي نسب مئوية

التوزيع حسب جنس المستطلعين



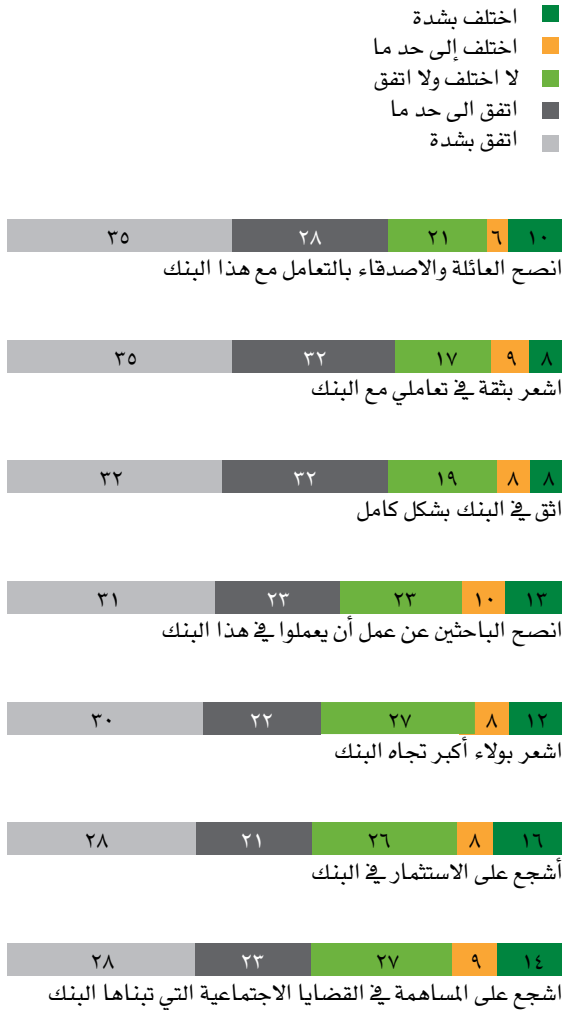
ذكور
إناث

الشكل رقم ٦

سؤال: على مقياس من ١ الى ٥، حيث يمثل الرقم ١ "اختلف بشدة"، والرقم ٥ "وافق بشدة"، كيف تصنف البنك الذي تتعامل معه من النواحي التالية اذا عرفت انه يقوم بنشاطات خدمة اجتماعية؟

جميع الأرقام هي نسب مئوية

العملاء



نتائج الإستطلاع

الشكل رقم ٧

سؤال: على مقياس من ١ الى ٥، حيث يمثل الرقم ١ "اختلف بشدة"، والرقم ٥ "وافق بشدة"، كيف تصنف البنك الذي تتعامل معه من الجوانب التالية اذا عرفت انه يقوم بنشاطات خدمة اجتماعية؟

جميع الأرقام هي نسب مئوية

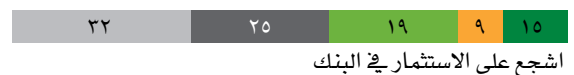
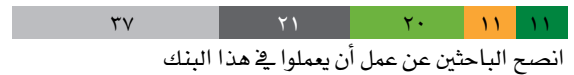
مستثمرون

جميع الأرقام هي نسب مئوية

مستثمرون

- اختلف بشدة
- اختلف إلى حد ما
- لا اختلف ولا اتفق
- اتفق إلى حد ما
- اتفق بشدة

- اختلف بشدة
- اختلف إلى حد ما
- لا اختلف ولا اتفق
- اتفق إلى حد ما
- اتفق بشدة



نتائج الإستطلاع

الشكل رقم ٩

سؤال: على مقياس من ١ الى ٥، حيث يمثل الرقم ١ "اختلف بشدة"، والرقم ٥ "أوافق بشدة"، الرجاء تصنيف الجمل التالية المتعلقة بالشركات التي تقوم بنشاطات خدمة اجتماعية؟

جميع الأرقام هي نسب مئوية

هذا السؤال شمل كافة المشاركين في الدراسة

