

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



الغرفة التجارية الصناعية بالرياض
مجلس المسؤولية الاجتماعية بالرياض

ورقة عمل

ثقافة المسؤولية الاجتماعية من أين تبدأ ؟

مقدمة من

هشام الحارثي

أمين عام مجلس المسؤولية الاجتماعية بالرياض
مدير إدارة خدمة المجتمع
بالغرفة التجارية الصناعية بالرياض

ملتقى العطاء العربي الثاني
أبوظبي في الفترة من ٦-٧ يناير ٢٠٠٩م

المحتويات

<u>الموضوع</u>	<u>رقم الصفحة</u>
مقدمة	٣
المستخلص	٤
المحور الأول : القطاع الخاص في دائرة المسؤولية الاجتماعية	٥
المحور الثاني : المعوقات احيطة بأداء القطاع الخاص للمسؤولية الاجتماعية	٧
المحور الثالث : ركائز نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية	٨
المحور الرابع : الأولويات المفترض البدء بها لأداء المسؤولية الاجتماعية	١٠
المحور الخامس : العائد المنتظر من أداء المسؤولية الاجتماعية	١٢
المحور السادس : تجربة غرفة الرياض في نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية	١٣
المحور السابع : توصيات الورقة	١٦
المراجع	١٧

مقدمة

بالرغم من المكانة المتميزة التي تحتلها "المسؤولية الاجتماعية" في توجهات وخطط المنشآت خاصة الكبرى بالدول المتقدمة واعتبارها عنصرا رئيسيا للتنافسية ومعيارا تقيم به مستوى الشركات والمؤسسات ، إلا أن "أداء المسؤولية الاجتماعية" على مستوى الدول العربية وفقا لأهدافها وأسسها الصحيحة في معظم المنشآت يتم من منظور محدود ينحصر في تقديم التبرعات المالية والعينية لدعم الجمعيات الخيرية ومعاونة بعض الفئات من ذوي الحاجة ؛ دون الدخول في مشروعات تحقق التنمية المستدامة وتتصدي بفاعلية للقضايا الحيوية مثل البطالة والتأهيل والإسكان والحفاظ على البيئة وتنمية مصادرها ، ورفع إنتاجية العاملين وتحقيق الاستقرار الوظيفي ومساندة المشروعات الصغيرة وغيرها .

ومع التسليم بوجود بعض المنشآت التي أخذت بالتوجه الصحيح لأداء المسؤولية الاجتماعية ، إلا أن الامر مازال محدودا ، حيث توجد هوة وتباين بين أداء المسؤولية الاجتماعية وتطبيقها في الدول المتقدمة ، وبين مايجري في بلداننا .

وهذه الأمور ليست راجعة إلى عدم الرغبة في أداء المسؤولية الاجتماعية ، بل انه وفقا لما اكدته الدراسات والمناقشات التي جرت في الفعاليات المحدودة التي أنجزت مؤخرا في المملكة العربية السعودية وبعض الدول العربية الأخرى خلال الثلاث سنوات الماضية فان أهم الأسباب التي أدت إلى ضعف توجه المنشآت لأداء المسؤولية الاجتماعية بالشكل الصحيح هو "ضعف ثقافة المسؤولية الاجتماعية وعدم وضوح مفهومها" .

لذا فإن هذه الورقة المقدمة من مجلس المسؤولية الاجتماعية بالرياض تطرح بعض الجوانب المرتبطة بثقافة المسؤولية الاجتماعية والأولويات المفترض البدء بها في مشروعاتها لتأخذ مسارها الصحيح كإسهام من المجلس لمواجهة هذا الموضوع الحيوي .

والله ولي التوفيق ،،،

المستخلص

أولاً : مشكلة البحث :

رغم انتشار مفهوم المسؤولية الاجتماعية وتزايد الاهتمام بها على المستوى الدولي والرغبة المتزايدة لتفعيل برامجها من خلال القطاع الخاص ، إلا أن مستوى الاهتمام في الدول العربية مازال يسير بخطى بطيئة نتيجة عدم الإلمام الكافي من قبل المنشآت بأبعاد المسؤولية الاجتماعية والخلط بينها وبين العمل الخيري إضافة إلى افتقار البعد عن الجانب التخطيطي والتنظيمي الذي يحدد المسار وأولوياته ، ومن ثم فإن مشكلة البحث في هذه الورقة تتمثل في تلمس ركائز ثقافة المسؤولية الاجتماعية التي من المفترض أن تكون بداية انطلاق القطاع الخاص نحو تنفيذ برامجه لتناسب تطلعات المجتمع .

ثانياً : أهداف الورقة :

- (١) تحديد دور القطاع الخاص في دائرة المسؤولية الاجتماعية.
- (٢) التعرف على المعوقات المحيطة بأداء القطاع الخاص لدوره في المسؤولية الاجتماعية .
- (٣) التعرف على العائد المتوقع للقطاع الخاص نتيجة أدائه الصحيح للمسؤولية الاجتماعية .

ثالثاً : أهمية الورقة :

تكتسب هذه الورقة أهميتها استناداً إلى التنامي المستمر في أهمية المسؤولية الاجتماعية كوظيفة أساسية من وظائف منشآت القطاع الخاص تقوم جنباً إلى جنب مع وظائفها في تقديم الإنتاج والخدمات .

رابعاً : تساؤلات الورقة :

- (١) ما هو موقع القطاع الخاص في دائرة المسؤولية الاجتماعية ؟
- (٢) ما هي المعوقات المحيطة بأداء منشآت القطاع الخاص للمسؤولية الاجتماعية ؟
- (٣) ما هي ركائز ثقافة المسؤولية الاجتماعية التي من المفترض أن يبنى عليها القطاع الخاص برامجه ؟
- (٤) ما هي الأولويات التي يجب أن يبدأ بها القطاع الخاص لبرامج المسؤولية الاجتماعية ؟

خامساً : نطاق الورقة :

منشآت القطاع الخاص بالمملكة العربية السعودية

سادساً : منهج الورقة :

تنتهج هذه الورقة المنهج الوصفي النظري اعتماداً على المصادر الموثقة من التقارير والدراسات الصادرة التي تناولت جوانب من موضوع الورقة ، بهدف التعرف على المتغيرات المرتبطة بمشكلة البحث والتوصل إلى النتائج الرئيسية وصياغة توصيات الورقة على ضوء النتائج المستخلصة .

المحور الأول : القطاع الخاص في دائرة المسؤولية الاجتماعية :

اتجهت الحكومات في معظم دول العالم إلى تهيئة القطاع الخاص ومساندته للقيام بالدور الرئيسي في التنمية الاقتصادية ؛ ورويدا رويدا أصبحت تنيط به أدوارا كانت تقوم بها الحكومات في مجال التنمية الاجتماعية بحيث يجمع القطاع الخاص بين دوره التنموي في المجال الاقتصادي ، ودوره الاجتماعي بالإسهام في مشروعات خدمة المجتمع والتي انطلق منها مفهوم المسؤولية الاجتماعية لتكون الالتزام المستمر من قبل المنشآت بالعمل والتصرف بشكل أخلاقي يساهم في التنمية الاقتصادية ويحسن نوعية حياة القوة العاملة وأسرهم بالإضافة إلى السكان المحليين والمجتمع بشكل عام^١ ، ولتنطلق المسؤولية الاجتماعية من كونها التزام حقيقي من أصحاب النشاطات التجارية للإسهام في التنمية المستدامة من خلال العمل مع المجتمع المحلي بهدف تحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم الاقتصاد ويخدم التنمية في آن واحد^٢ .

ومع الاتجاه العالمي المتزايد للاهتمام بأداء المسؤولية الاجتماعية تغيرت النظرة لمنشآت القطاع الخاص من مجرد منشآت اقتصادية يتحدد نجاحها بمقدار أرباحها ووضعها المالي ، إلى أن تأخذ صفتها كشريك في المجتمع مسؤولة عن أعمال تنفذ خارج النطاق المالي والاقتصادي ، وذلك بتبني منهجا شاملا تدمج فيه مصالح كافة الأطراف ذات الصلة بالمنشأة يأخذ بعين الاعتبار الأضلاع الثلاثة التي عرفها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة وهي النمو الاقتصادي والتقدم الاجتماعي وحماية البيئة ، وبحيث أصبحت المسؤولية الاجتماعية تقدير للنتائج غير النقدية لأعمالها بما يسمى بـ " المحاسبة الاجتماعية " ^٣ ومعيارا مؤسسيا تقيم به أعمال المنشآت ؛ خاصة وقد اتجهت المنظمات الدولية * في ظل هذا الاهتمام العالمي إلى وضع مبادئ ومؤشرات ومعايير لتقييم المنشآت لأدائه منها سلسلة الأيزو ١٤٠٠٠ التي تدعم التنمية المستدامة ، والمساءلة الاجتماعية ٨٠٠٠ وهو معيار للشركات لضمان حقوق العاملين والاتفاق العالمي للأمم المتحدة الذي تضمن عشرة مبادئ بشأن البيئة والعمل وحقوق الإنسان ، وأخيرا معايير ISO 26000 الذي سينشر في منتصف عام ٢٠١٠م وتشمل أربعة جوانب أساسية للمسؤولية الاجتماعية هي الجانب الثقافي ، والجانب الاجتماعي والحضاري ، والجانب البيئي والقانوني ، وجانب يتضمن شروط متعلقة بالتنمية الاقتصادية ، كما سعت بعض الدول مثل بريطانيا إلى إقرار الصفة الإلزامية حيث تضمن قانون الشركات لديها الصادر عام ٢٠٠٦م ما يلزم الشركات بالإبلاغ عن المسائل الاجتماعية والبيئية .

^١ مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة .

^٢ البنك الدولي .

^٣ هيئة الجودة البيئية الدولية ، اضطلاع المجتمع المدني بدوره ، ٢٠٠٣م .

* وفي مقدمتها منظمة الأمم المتحدة ، ومنظمة المقاييس الدولية ، ومنظمة العمل الدولية .

ذلك هو واقع المسؤولية الاجتماعية وتوجهاتها في دول العالم المتقدم والذي من المأمول أن تحذو حذوه الدول العربية والتي تتفوق بجذورها التاريخية وثوابتها الدينية التي تحمل مضامين المسؤولية الاجتماعية وتحث عليها ، ورغم هذه الجذور إلا أن مستوى أداء المسؤولية الاجتماعية للمنشآت القطاع الخاص على مستوى المنطقة العربية لم يصل بعد إلى ما وصلت إليه الدول الكبرى وكثير من دول الاقتصاديات الناشئة مثل الصين والهند والبرازيل وماليزيا وجنوب أفريقيا ؛ رغم تقلص دور الحكومات في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، مع التسليم بوجود بعض الجهود لعدد من المنشآت إلا أنها لم تصل للبعد التخطيطي والمؤسسي المنشود ، واكتفت بالإعراب عن النوايا الحسنة تجاه المجتمع ، كما أن معظم هذه الجهود مرتبطة بأعمال خيرية مثل مساعدة الفئات المحتاجة دون الدخول في مشاريع تنمية تحول الفئات المحتاجة إلى فئات منتجة .

ويشار إلى أن مؤشر داو جونز للاستدامة وهو مؤشر يعد من دلالات تقييم أداء المسؤولية الاجتماعية قد صنف أكبر ١٠٪ من الشركات من أصل ٢٥٠٠ شركة فيما يتعلق بالاستدامة البيئية والاجتماعية وتضمنت القائمة الأخيرة له شركات من البرازيل وهونج كونج وماليزيا وتايلاند إضافة إلى اليابان والمملكة المتحدة وكندا والولايات المتحدة الأمريكية وفنلندا التي احتلت المراكز الخمس الأولى ، إلا أن التصنيف لم يشتمل على أي شركة عربية ^٤ .

وحتى الآن لم يتم تحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأبعادها بشكل محدد وقاطع في الدول العربية ، كما لم يتم إضفاء الصفة النظامية عليها من قبل جهات التشريع ، مما أدى لخضوع مفهوم المسؤولية الاجتماعية ومدلولاتها لتفسيرات متعددة منها من يرى أنه مجرد تذكير للمنشآت بمسؤولياتها تجاه المجتمع ، أو أنها ملاءة اجتماعية واجبة .

وبالرغم مما تقدم إلا أن إحدى الدراسات المهمة التي أجريت مؤخراً على عينة من منشآت قطاع الأعمال السعودي أظهرت أن الشركات السعودية لا زالت في موقع يمكنها من تفعيل المسؤولية الاجتماعية واحتلال مركز ريادي والاسهام بفاعلية في مواجهة التحديات التنموية ، وقد بدأت مجموعة من الشركات السعودية الرائدة في وضع نظام لإدارة النشاطات الاجتماعية ودراسة لكيفية العطاء الاجتماعي بشكل يحمل عائد اجتماعي أكبر وفي نفس الوقت يكون مرتبطاً بنشاط الشركة ^٥ .

مما تقدم تتضح الحاجة الماسة إلى غرس ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى منشآت القطاع الخاص وفقاً لأسس صحيحة يمكن من خلالها الانطلاق نحو مشروعات فعالة تتناسب مع الحجم المنتظر من القطاع الخاص .

⁴ KPMG الاستفتاء الدولي بشأن التقرير عن مسؤولية الشركات ٢٠٠٥ ، خدمات الاستدامة العالمية ، أمستردام .
⁵ آل الشيخ . آسيا ، دراسة بعنوان " الشركات السعودية والمسؤولية الاجتماعية .. التحديات وسبل التقدم ، مكتب تمكين للاستشارات الإدارية والتنموية والمعهد الدولي لاقتصاد البيئة والصناعة بجامعة لند بالسويد ، فبراير ٢٠٠٧م ص ص ٤-٥ .

المحور الثاني: المعوقات المحيطة بأداء القطاع الخاص للمسؤولية الاجتماعية:

يواجه أداء المسؤولية الاجتماعية بمنشآت القطاع الخاص عددا من المعوقات من أبرزها ما يلي :

- (١) ضعف مستوى ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى معظم اصحاب القرار بالمنشآت .
- (٢) وجود فجوة بين مفهوم المسؤولية الاجتماعية والبرامج التطبيقية لتلك المسؤولية نتيجة لعدم وضوح مفهوم المسؤولية الاجتماعية .
- (٣) محدودية الدراسات والفعاليات التي أجريت لإيضاح ثقافة المسؤولية الاجتماعية ، وتأخر الاهتمام بهذا الأمر بالمقارنة بدول أخرى من الاقتصاديات الناشئة مثل الصين والهند والبرازيل وجنوب أفريقيا .
- (٤) ضعف توافر الاستراتيجيات وغياب الشكل التنظيمي المخطط في أداء المسؤولية الاجتماعية وآليات العمل المرتبطة بها.
- (٥) عدم جاهزية القطاع المتلقي الرئيسي (مؤسسات المجتمع المدني) للاستفادة من الإمكانيات التي توفرها المنشآت .
- (٦) عدم توافر كوادرو وحدات إدارية متخصصة ومؤهلة لتخطيط وتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية ، حيث يناط بها غالبا لإدارة العلاقات العامة أو التسويق .
- (٧) عدم توافر معايير أو مؤشرات يتم بها تقييم أداء المسؤوليات الاجتماعية أسوة بالمعايير والمؤشرات التي تقيم بها نتائج الأعمال الاقتصادية .
- (٨) خضوع المنشأة عند التفكير في أداء المسؤولية الاجتماعية لضغوط مؤسسية وإجرائية بشكل أكثر تأثيرا من الضغوط الاجتماعية .
- (٩) ضعف التنسيق بين المنشآت والجهات ذات الصلة بتنظيم أداء المسؤولية الاجتماعية .
- (١٠) غياب المعلومات عن المجالات المطلوب أدائها في إطار المسؤولية الاجتماعية .

١١) ضعف الحوافز المخصصة لتشجيع المنشآت على أداء المسؤولية الاجتماعية والتميز فيها خاصة أخذها في الاعتبار في الحصول على المناقصات والمشتريات الحكومية وغيرها من التيسيرات .

١٢) غياب للإعلام وضغوط السوق على الشركات لممارسة أنشطة المسؤولية الاجتماعية مما يغيب عامل مساعد في إدراج المسؤولية الاجتماعية على اجندة الشركات .

١٣) إهمال البيئة الداخلية بما لا يتفق مع حقوق الإنسان وأخلاقيات العمل مثل تشغيل الأطفال والتفرقة في التعامل وسوء ظروف العمل^٦ .

مما تقدم يتضح مدى الحاجة الماسة لنشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية بين منشآت القطاع الخاص حتى تقوم بهذه المسؤولية بالشكل الصحيح .

المحور الثالث : ركائز نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية :

أصبح من الضروري قيام جهد مشترك لغرس ونشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية وفقا لأسسها الصحيحة بمنشآت القطاع الخاص ، من خلال لجان وملتقيات وبرامج توعوية وإعلامية يشارك في تنفيذها الغرف التجارية الصناعية باعتبارها مسؤولة نظاما عن تطوير القطاع الخاص بالإضافة الجهات الحكومية ذات العلاقة وأجهزة الإعلام والجامعات والشركات الكبرى التي أظهرت تميزا في أداء المسؤولية الاجتماعية ، مع الاستعانة ببعض الخبراء المتخصصين على المستوى العالمي .

وتتمثل الركائز التي يجب أن تبني عليها برامج نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية فيمايلي :

١) توافر القناعة بأن المسؤولية الاجتماعية واجب نحو المجتمع وليس منة أو مساعدة وأن يكون هذا المبدأ راسخا لدى أصحاب المنشأة وكافة المستويات الوظيفية بدءا بالإدارة العليا ومرورا بالمديرين التنفيذيين إلى الموظفين ، وذلك استنادا إلى مفهوم المواطنة .

٢) تعميق مبدأ " الشركة المواطنة " التي ترتبط بشراكة حقيقية مع المجتمع وتوفر آليات عملية له لحل المشكلات التي تواجهه ، وتشمل عناصر المواطنة المشاركة في التنمية المستدامة ، وفي تحديد أولويات الاستثمار في المجتمع طبقا لاحتياجاته الفعلية ، والحفاظة على سلامة بيئة وصحة المجتمع ، ودعم توجهات الدولة في البناء الاقتصادي والاجتماعي .

⁶ آل الشيخ . آسيا ، دراسة بعنوان " الشركات السعودية والمسؤولية الاجتماعية .. التحديات وسبل التقدم ، مرجع سابق ص ٥

(٣) بقاء المسؤولية الاجتماعية بعيدا عن الإلزام في التشريعات الرسمية يؤدي إلى تعاضم توجه المنشآت لأدائها كدليل لمواطنة المنشأة .

(٤) التأكيد بأن المسؤولية الاجتماعية تتعدى تقديم التبرعات في الأعمال الخيرية والتطوعية لتصبح نشاطا رئيسيا من أنشطة المنشأة ويتم وضع خطط وبرامج وأساليب تنفيذ أسوة بالأنشطة الأخرى مثل خطط الإنتاج والتسويق ، ويتم متابعته من قبل أعلى مستوى في المنشأة .

(٥) أن ثقافة المسؤولية الاجتماعية المكتسبة يجب أن تتبلور كمنهج في خطط وسلوك المنشأة وليس مجرد استجابة وقتية أو مسابرة لتوجه ما لدى البعض .

(٦) نضوج الرؤية نحو شمولية برامج المسؤولية الاجتماعية لجوانب متعددة منها الالتزام بالتشريعات ذات العلاقة بالسلامة والبيئة ، ومراعاة حقوق الإنسان خاصة حقوق العاملين بالمنشأة وتحسين ظروف معيشتهم ، والجودة في تقديم السلعة أو الخدمة ، والمنافسة العادلة ، وتطوير المجتمع المحلي وفئاته السكانية .

(٧) أن من مصلحة المنشآت تنفيذ مشروعات إضافية لمشروعاتها الأساسية تتم في إطار المسؤولية الاجتماعية تؤدي إلى ارتفاع مستوى المعيشة وزيادة عدد المنتجين في المجتمع مما يتيح للمنشآت تحقيق تطلعاتها الاستثمارية والتسويقية من خلال زيادة فرص التسويق .

(٨) التعريف بأن كل منشأة مهما كان حجمها حتى لو صغر قادرة على المساهمة في أداء المسؤولية الاجتماعية وفقا لقدراتها وإمكاناتها ، فمجالات المسؤولية الاجتماعية متسعة .

(٩) أن تضع المنشآت في اعتبارها عند سعيها لأداء المسؤولية الاجتماعية أن تؤدي دورها في هذا الإطار دون أن يطلب منها ، وبشكل مجرد عن أية أهداف دعائية ، ودون انتظار لمقابل

المحور الرابع : الأولويات المفترض البدء بها لأداء المسؤولية الاجتماعية:

لضمان نجاح برامج المسؤولية الاجتماعية يجب أن توضع خطوات منهجية لتنفيذ هذه البرامج بما يحقق الأهداف المأمولة منها وفق الأسس الصحيحة للمسؤولية الاجتماعية وتمثل هذه الخطوات فيما يلي :

- (١) وضع بناء هيكلي لأداء المسؤولية الاجتماعية يعتمد على التخطيط والتنظيم متضمنا استراتيجية واضحة ورسالة وأهداف محددة ورؤيا مستقبلية ، وينعكس ذلك في خطط تنفيذية وبرامج زمنية محددة مع الالتزام بالجودة .
- (٢) إنشاء وحدة متخصصة لبرامج المسؤولية الاجتماعية تكون تابعة مباشرة لأعلى سلطة في المنشأة وتمنح لها الصلاحيات المناسبة ، وتتولى وضع الخطط متضمنة المشروعات وبرامج التنفيذ والمتابعة .
- (٣) بناء قاعدة معلومات دقيقة عن الاحتياجات التي من المفترض توجيه برامج المسؤولية الاجتماعية لتلبيتها مما يتيح التخطيط الجيد للبرامج بشكل واقعي.
- (٤) أن يراعى في الأولويات ترتيب القضايا الممكن التصدي لها دون ضرورة القيام بها دفعة واحدة ، مع تنمية مشاريعها تدريجيا ليصبح عدد منها على المدى المستقبلي من المشروعات الكبرى .
- (٥) تحديد العملاء الذين يرتبطون بالمنشأة ، وطبقا لمفاهيم إدارة الجودة الشاملة فإن العملاء ينقسمون إلى عملاء داخليين وهم العاملون بالمنشأة وعملاء خارجيون ومن أبرزهم المستهلكون والموردون والعملاء ذوي الحاجة من فئات المجتمع .
- (٦) وضع خطة شاملة لبرامج المسؤولية الاجتماعية تلبي احتياجات كافة العملاء (أو الأطراف) سواء من العملاء الداخليين (العاملين بالمنشأة) أو العملاء الخارجيين والفئات الاجتماعية .
- (٧) أن تكون نقطة البداية هي الاهتمام بالبيت من الداخل بالعناية بدرجة كبيرة للعملاء الداخليين وهم العاملون بالمنشأة حيث تبين أن كثير من المنشآت تهتم بالعملاء الخارجيين والفئات الاجتماعية من أجل الدعاية والوجاهة الاجتماعية ، وتمثل هذه العناية بإقرار أنظمة لتحسين أوضاع العاملين ورعايتهم مثل نظم الحوافز والادخار والتأمين الصحي الشامل ، ومراعاة عدم تشغيل الأطفال وتحسين بيئة العمل بوجه عام .

(٨) التركيز على تحسين المنتج والبعد عن الغش التجاري والتقليد بالاتجاه إلى معيار السلعة النظيفة .

(٩) فيما يتعلق بفئات المجتمع من ذوي الحاجة ، يجب أن يحدث نقلة نوعية في البرامج بحيث تتضاءل فيها المساهمات المالية لتتحول إلى مشروعات للتنمية المستدامة للفئات القادرة على العمل والكسب .

(١٠) إعطاء جانب من الأولويات لبرامج مبتكرة لخدمة المجتمع ترتبط بالتدريب والقضاء على البطالة واكتساب مهارات التقنية الحديثة من أجل العمل ، ورعاية ابتعاث المتميزين في تخصصات مناسبة للشركة ، وتوفير وسائل التعليم الإلكتروني ، وبرامج البيئة النظيفة ، وتمويل مراكز البحوث العلمية المفيدة للمجتمع ، وبناء مساكن ومراكز للرعاية الصحية محدودي الدخل ، ودعم المشروعات الصغيرة وغيرها .

(١١) على المنشأة أن تقوم بدور إيجابي في علاج المشكلات العامة الموجودة في البيئة التي تعمل بها حتى وإن كانت لا تخصها بشكل مباشر ، لما في ذلك من آثار على أهدافها في المدى البعيد .

(١٢) في حالة وجود فروع للمنشأة بالمناطق الإقليمية داخل الدولة أو خارجها يجب أن توجه أولويات دعم المشاريع بناء على اقتراح إدارات الفروع لقرنها من مجتمعاتها المحلية .

(١٣) السعي قدر الإمكان لجعل المشروعات التي يتم تنفيذها في إطار المسؤولية الاجتماعية ولو في المدى المستقبلي ؛ قادرة على تغطية تكاليف تشغيلها بما يمكنها من الاستمرارية دون التوقف على مساهمة المنشأة .

(١٤) مراعاة التعاون والتنسيق بين المنشأة والمنشآت والمنظمات الأخرى تفاديا للازدواجية في مشروعات زائدة عن احتياجات المجتمع ، وأيضاً من أجل القيام بمشاريع مشتركة ذات أهداف كبرى متسعة للمجتمع .

(١٥) تخصيص ميزانيات منتظمة وقابلة للزيادة لتنفيذ مشروعات المسؤولية الاجتماعية ومن الأفضل جعلها مستقلة وفصلها عن ميزانية المنشأة حتى لا تأثر بعوامل الربح والخسارة أو التعرض للتوقف .

(١٦) التزام المنشآت بإصدار تقرير دوري على الأقل بشكل سنوي متضمناً مشروعات المسؤولية الاجتماعية التي تبنتها وحجم الانجاز والآلية التي اتبعتها للتنفيذ ، مع إيضاح أهم المنافع التي عادت على المجتمع من هذه المشروعات .

المحور الخامس : العائد المنتظر نتيجة أداء المسؤولية الاجتماعية :

هذا المحور يجيب على السؤال الذي يتردد أحيانا ، من هو الذي أكثر حاجة إلى الآخر في المتغيرين .. منشآت القطاع الخاص أم المسؤولية الاجتماعية ؟

لقد تبين من وقائع الأمور وتجارب الشركات والمؤسسات التي التزمت بأداء المسؤولية الاجتماعية أن هذا الالتزام أدى لمنافع لها من أهمها ما يلي :

- (١) كسب احترام عملاء المنشأة الداخليين والخارجيين نتيجة التزامها بالأسس الأخلاقية .
- (٢) اجتذاب المستهلكين نتيجة للسمعة الطيبة التي اكتسبتها المنشأة في مشروعات المسؤولية الاجتماعية وبالتالي زيادة المبيعات وتحقيق المزيد من الأرباح ، وقد أظهرت إحدى الدراسات أن السمعة الجيدة للشركة تحقق أربعة أضعاف النمو في المبيعات وتؤدي إلى كسب عوائد مالية فوق المعدل ^٧ .
- (٣) تقليل التزايدات الداخلية بين الإدارة والعاملين مما يحقق الانتماء والاستقرار الوظيفي وزيادة الإنتاجية وارتفاع الكفاءة الإنتاجية .
- (٤) أن الالتزام بأسس الحفاظ على البيئة والحد من التلوث يجنب المنشأة كوارث وأزمات بيئية واجتماعية تكاليفها أكبر بكثير من تكاليف التزامها بتلك الأسس .
- (٥) الإقبال على شراء أسهم الشركات ، فقد انتشر في بعض الدول اشتراط راغبي الاستثمار في الأسهم التزام الشركات بإخضاع نسبة من الأصول الاستثمارية توجه لمشروعات المسؤولية الاجتماعية .
- (٦) مع بروز قيام المنشآت بالمسؤولية الاجتماعية ، فإن الدولة تقلل من تدخلها بسن التشريعات الملزمة للمنشآت بالإتفاق على أوجه اجتماعية مساندة لجهود الدولة .
- (٧) الاستثمار في مجال المسؤولية الاجتماعية يعزز مكانة المنشأة لدى الجهات القانونية والدوائر الحكومية والمصارف وشركات التأمين .

⁷ <http://www.un.org/arabic/conferences/wssd/summit>

المحور السادس : تجربة غرفة الرياض في نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية:

(١) نبذة تعريفية عن الغرفة

أنشئت الغرفة التجارية الصناعية بالرياض عام ١٣٨١هـ (١٩٦١م) لتقوم بدعم ورعاية القطاع الخاص في منطقة الرياض وتطوير وتنمية أنشطته من خلال خدمات متعددة مثل خدمات الاستثمار والمعلومات والتدريب وتنمية المهارات وتقديم الدراسات التطويرية والاستشارات القانونية والفرص الاستثمارية والتجارية والفعاليات التثقيفية وحل المشكلات التي تواجهها المنشآت .

(٢) المسؤولية الاجتماعية في بؤرة اهتمام الغرفة :

إضافة إلى ما تقدم من مهام ، فقد تصدت الغرفة لمهمة أخرى أولتها جل عنايتها حيث اتجهت ومنذ وقت مبكر إلى القيام بالمسؤولية الاجتماعية كعضو في المجتمع وكقدوة لقطاع الأعمال فأعطت للعمل الاجتماعي أولوية رئيسية في أهدافها وأنشطتها لتكون قدوة يحتذى بها قطاع الأعمال في الالتزام بهذه المسؤولية ، حيث بادرت الغرفة بإنشاء لجنة لأصدقاء المرضى حين صدور الأمر الملكي الذي أعطى للغرف الراغبة حق إنشاء لجان للاهتمام بالمرضى ضمن أنشطتها ومن ثم امتدت اهتماماتها لدعم الجمعيات والمراكز الخيرية والإنسانية بدءاً بطرح الفكرة ثم توفير مقار لها في بداية مراحل التأسيس وتكثيف الجهود لدعمها حتى تتمكن من الوفاء بواجباتها الإنسانية ، وخصصت لتفعيل هذا الدور وتنسيقه إدارة مختصة بمسمى إدارة خدمة المجتمع .

وخلال الفترة الأخيرة تمكنت الغرفة من إحداث نقلة نوعية متميزة في السعي لتفعيل المسؤولية الاجتماعية ونشر ثقافتها وفقاً لأسسها الصحيحة التي تحقق التنمية المستدامة وتتعدى نطاق التبرعات إلى مشروعات تنموية تفيد المجتمع وفئاته والبيئة القائمة والمستقبلية وتمثلت المحاور العملية لهذه النقلة فيما يلي :

— تنظيم أول ملتقى للمسؤولية الاجتماعية على مستوى المملكة

وقد عقد هذا الملتقى عام ٢٠٠٦م بمستوى عال من الرعاية يعكس اهتمام الدولة وتشجيعها لهذا التوجه ، برعاية سمو ولي العهد صاحب السمو الملكي الأمير سلطان بن عبد العزيز حفظه الله ؛ وقد كان هذا الملتقى بمثابة دفعة كبرى في مسيرة الغرفة نحو نشر ثقافة المسؤولية حيث تم من خلاله مناقشة مفهوم وتطبيقات المسؤولية الاجتماعية واستراتيجيات المسؤولية الاجتماعية في الشركات الكبرى والقدرة التنافسية كوسيلة للسمعة الحسنة والربحية ودور المرأة في المسؤولية الاجتماعية مع طرح عدد من الطرق والأساليب التي تستطيع المنشآت السعودية من خلالها تحسين أدائها الاجتماعي والأخلاقي .

– تبني برنامج عمل لتفعيل المسؤولية الاجتماعية :

وقد أطلق علي هذا البرنامج " مسؤولية " ومن أهدافه وضع خطط واستراتيجيات لتبني المسؤولية الاجتماعية في منشآت القطاع الخاص ، ونقل تجارب المسؤولية الاجتماعية بين المنشآت ، وتسهيل الضوء على برامج المسؤولية الاجتماعية الناجحة كنموذج يحتذى به ، واقتراح وتبني برامج ابتكارية جديدة لخدمة المجتمع ، وتقديم خدمات استشارية في مجال المسؤولية الاجتماعية لمنتسبي الغرفة .

– تم اتخاذ خطوات عملية لتحقيق هذه الأهداف منها ما يلي :

0 إنشاء مجلس المسؤولية الاجتماعية : ويعد هذا المجلس المرجعية لأنشطة ومشروعات المسؤولية الاجتماعية التي تتبناها الشركات والمؤسسات لتنمية المجتمع وتلبية احتياجاته ، ويسعى إلى حشد الدعم والمساندة لبرامج التنمية المستدامة في منطقة الرياض خاصة ومناطق المملكة بوجه عام ، ويختص المجلس باقتراح الأنشطة والبرامج الاجتماعية التي يتولاها القطاع الخاص ووضع الخطط المؤدية لتحقيق أهداف المجلس ، ووضع برامج تحفيز المسؤولية الاجتماعية لدى القطاع الخاص ، وإيجاد معايير وأنظمة محلية لتطبيق تلك البرامج والموافقة على تنظيم الملتقيات والندوات التي تخدم ثقافة المسؤولية الاجتماعية .

ويتشرف المجلس بالرئاسة الفخرية من لدن صاحب السمو الملكي الأمير سلمان بن عبد العزيز أمير منطقة الرياض ، وقد شكل المجلس من نخبة من ذوي الخبرة المتعمقة والممارسة والرأي في العمل الاجتماعي والتنموي برئاسة صاحب السمو الملكي الأمير سلطان بن سلمان ، ويسعى المجلس لتعزيز وحفز توجه القطاع الخاص بالمملكة لتبني برامج خدمة المجتمع ، وتوفير قناة تعاون بين القطاع الخاص والقطاع الخيري والاجتماعي في تنفيذ برامج للتنمية المستدامة ، وللمجلس أمانة عامة تتولى التحضير لاجتماعاته وتنفيذ توصياته ممثلة في إدارة خدمة المجتمع بالغرفة .

0 إنشاء لجنة تنفيذية بالغرفة للمسؤولية الاجتماعية ، وتتولى هذه اللجنة إعداد الدراسات حول برامج اقتصادية واجتماعية مستدامة يستعان بها في تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص ، وإعداد دليل إرشادي باحتياجات المجتمع من برامج المسؤولية الاجتماعية

0 تنفيذ برامج توعية لنشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية : منها ، تنظيم ملتقى سنوي للمسؤولية الاجتماعية ، وتنظيم سلسلة من المحاضرات وإصدار كتيبات لنشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية .

0 تنفيذ برامج تأهيلية : تشمل إقامة دورات تدريبية وورش عمل.

0 تنفيذ برامج إعلامية : بالتعاون مع أجهزة الإعلام لتأصيل ثقافة المسؤولية الاجتماعية .

- تبني جائزة الغرفة للمسؤولية الاجتماعية :

تبنت الغرفة جائزة خدمة المجتمع تشجيعاً وتحفيزاً لقطاع الأعمال على أداء واجبهم نحو خدمة المجتمع سواء على مستوى الأفراد أو المنشآت ، وفي إطار ما استجد من مفاهيم وتوجهات نحو تعزيز أداء المسؤولية الاجتماعية ، وتلبية لما أوصى به الملتقى الأول للمسؤولية الاجتماعية ؛ فقد قامت الغرفة بتحويل مسمى هذه الجائزة إلى "جائزة المسؤولية الاجتماعية " وتتيح فروع الجائزة استيعاب البرامج المتميزة التي تتبناها منشآت القطاع الخاص وأصحاب الأعمال .

وتتكون الجائزة من وثيقة منح الجائزة وتحمل اسم الغرفة وشعار الجائزة وإسم الفائز ومبررات المنح ، وهدية تذكارية خاصة بالجائزة تحمل اسم الجائزة والفائز بها وتاريخ الدورة التي منحت فيها الجائزة ، ويتاح للحاصلين على الجائزة استخدام شعار الجائزة على مطبوعاتهم الخاصة والرسمية .

- التنسيق مع الشركات السعودية الرائدة في أداء المسؤولية الاجتماعية :

تم التنسيق من خلال الزيارات واللقاءات مع عدة منشآت كبرى كان لها التميز في أداء المسؤولية الاجتماعية بمبادرات ناجحة وفق أسس صحيحة لخدمة المجتمع في مشروعات مرتبطة بتنميته ومشكلاته ومن هذه المنشآت البنك الأهلي التجاري وشركة الاتصالات السعودية وشركة صافولا وشركة أكسون موبيل وشركة العثيم وغيرها للاستفادة من تجاربها وتعميمها .

- إبرام اتفاقيات تعاون لتبادل الخبرات :

تسعى الغرفة لإبرام اتفاقيات مع شقيقاتها من الغرف التجارية الصناعية في إطار توجهه الغرفة للربط بين الغرف وتبادل الخبرات وتطوير الأفكار في هذا المجال وتم البدء بإبرام اتفاقية في هذا الصدد مع نظيرتها في جدة لتفعيل ثقافة المسؤولية الاجتماعية وتنظيم برامج وأنشطة مشتركة ومتطورة .

- إنشاء قاعدة بيانات لبرامج المسؤولية الاجتماعية :

وهو من الأعمال القائمة حالياً حيث تسعى الغرفة إلى تكوين قاعدة بيانات متكاملة بالشركات والمؤسسات التي تنفذ برامج المسؤولية الاجتماعية ؛ من أجل حصر البرامج التي ينفذها القطاع الخاص في هذا المجال سواء التي تم إنجازها أو في طور التنفيذ أو التخطيط المستقبلي ، من أجل التعريف بها للجهات الأخرى ، والاستفادة منها في إعداد الدراسات والإحصائيات .

- تحقيق التواصل مع الجهات المعنية :

وذلك من أجل تنسيق الجهود التي تعددت من قبل بعض الجهات المعنية منعاً للازدواجية وإحداث الفائدة المرجوة في تحقيق المسؤولية الاجتماعية وتوجيهها بالشكل الأمثل لخدمة المجتمع .

المحور السابع : توصيات الورقة :

- (١) إنشاء مجالس للمسؤولية الاجتماعية او إدارات في الغرف التجارية لوضع إستراتيجية شاملة للمسؤولية الاجتماعية وعمل الدراسات وقواعد البيانات المرتبطة بذلك ، وتحديد مجالات المسؤولية الاجتماعية الأولى بالرعاية ، ومتابعة وتقويم برامج المسؤولية الاجتماعية .
- (٢) القيام بمحملات شاملة للتوعية بثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى كافة شرائح المجتمع ؛ يشارك في تنظيمها الجهات المعنية الحكومية وغير الحكومية للتعريف بالأسس والمبادئ الصحيحة لها والإسهامات غير التقليدية والمجالات التنموية التي يمكن تنفيذها في إطارها والفوائد العائدة منها على تنفيذها .
- (٣) تشجيع المنشآت للالتزام بوضع خطط سنوية منظمة واضحة الأهداف لتنفيذ برامج للمسؤولية الاجتماعية شاملة كافة الأطراف من العملاء والفئات الاجتماعية واحتياجات المجتمع، على أن تتولى تنفيذها وحدة إدارية متخصصة في مجال المسؤولية الاجتماعية .
- (٤) توفير حوافز مجزية من قبل الجهات الحكومية للمنشآت المتفوقة في أداء المسؤولية الاجتماعية مثل الإعفاءات الجمركية والأولوية في المناقصات وغيرها من التيسيرات بالإضافة إلى الرقي بجوائز المسؤولية الاجتماعية التي تمنح للمتميزين بما لا يقل عن الجوائز وأوسمة التقدير الأخرى عالية المستوى دوليا ومحليا .
- (٥) إدخال المسؤولية الاجتماعية ضمن مناهج التعليم العام وإنشاء أقسام للمسؤولية الاجتماعية بالكلليات ذات الصلة ، وتشجيع تنفيذ برامج تدريبية متخصصة لتأهيل وتخريج متخصصين في تخطيط وإدارة برامج المسؤولية الاجتماعية .
- (٦) تعزيز التعاون بين الجامعات ومنشآت القطاع الخاص لتبني برامج مشتركة لتلبية الاحتياجات من برامج المسؤولية الاجتماعية ، والتوسع في إنشاء كراسي في التخصصات على غرار تبني البنك الأهلي السعودي لإنشاء كرسي للمسؤولية الاجتماعية بجامعة الملك سعود .
- (٧) مساندة وسائل الإعلام لبرامج المسؤولية الاجتماعية من خلال توجيه المسؤولية الاجتماعية نحو أهداف اجتماعية إنسانية وأخلاقية وتنموية واضحة ، وعرض النماذج الناجحة .
- (٨) تقييم مستوى أداء المسؤولية الاجتماعية استنادا إلى مدى إسهامها في التنمية المستدامة بالاستثمار في مشروعات تنموية للمجتمع ، والاهتمام بالموارد البشرية وحقوق الإنسان ، والجودة الشاملة وحماية البيئة .

المراجع

- (١) مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية ، دراسة بعنوان كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع ، إصدارات الأمم المتحدة نيويورك وجنيف ، ٢٠٠٤ م .
- (٢) منظمة الأمم المتحدة ، مكتب الاتفاق العالمي ، وثائق الاتفاق العالمي <http://www.unglobalcompact.org>
- (٣) هيئة الجودة البيئية ، دراسة بعنوان " اضطلاع المجتمع المدني بدوره " ، القاهرة ، ٢٠٠٣ م .
- (٤) الغرفة التجارية الصناعية بالرياض ، دراسة عن سبل وآليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص ، ، ٢٠٠٨ م .
- (٥) الغرفة التجارية الصناعية بالرياض ، دور الغرفة التجارية الصناعية بالرياض في تحفيز قطاع الأعمال لأداء المسؤولية الاجتماعية ورقة عمل مقدمة إلى ملتقى المسؤولية الاجتماعية ، الرياض ، مايو ٢٠٠٦ م .
- (٦) الغرفة التجارية الصناعية بالرياض، تقارير وبيانات من إدارة خدمة المجتمع عن برنامج المسؤولية الاجتماعية .
- (٧) آل الشيخ . آسيا ، دراسة بعنوان " الشركات السعودية والمسؤولية الاجتماعية .. التحديات وسبل التقدم ، مكتب تمكين للاستشارات الإدارية والتنمية والمعهد الدولي لاقتصاد البيئة والصناعة بجامعة لند بالسويد ، فبراير ٢٠٠٧ م .
- (٨) بومطيع . خالد جاسم ، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمؤسسات ، مفاهيم وتطبيقات ، الكويت ٢٠٠٨ م .
- (٩) الأغا ، مروان سليم إبراهيم ، العلاقة بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية والتوجه بالتسويق والأداء في المؤسسات الصناعية ، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في إدارة الأعمال ، جامعة أسيوط .
- (١٠) العلوي . سماء ، المسؤولية الاجتماعية للشركات ، نماذج دولية ، البحرين .
- (١١) دحلان ، عبد الله صادق ، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ، منظمة العمل الدولية ، مجلة عالم العمل ، العدد ٤٩ مارس ٢٠٠٤ م .
- (١٢) السلطان ، عبد الرحمن بن سلطان ، أين المؤشر السعودي للمسؤولية الاجتماعية ، مقال منشور بجريدة الرياض ، العدد ١٤٥١٦ ، ١٤ ربيع الأول ١٤٢٩ هـ - ٢٢ مارس ٢٠٠٨ م .
- (١٣) باداود . إبراهيم محمد ، عوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية ، مقال منشور ، جريدة الاقتصادية ، العدد ٥٤٣٧ ، ٣٠ أغسطس ٢٠٠٨ م .
- (١٤) العليان . خليل ، الورقة النظرية لمشروع دراسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في مجموعة مختارة من الدول العربية ، مركز الأردن الجديد للدراسات، عمان ، ٢٠٠٥ م .
- (١٥) عطار . نائلة حسين ، المسؤولية الاجتماعية في الشركات ، مقال منشور في جريدة الاقتصادية العدد ٤٥٥٧ ، ٣/٤/٢٠٠٦ م .
- (١٦) البدر . عبد المحسن بن إبراهيم ، الدور المفقود لقطاع الأعمال في المسؤولية الاجتماعية ، مقال منشور ، جريدة الاقتصادية ، العدد ٥٠١٨ ، ١٩ جمادى الأولى ١٤٢٧ هـ .
- (١٧) البدر . عبد المحسن بن إبراهيم ، مؤشر المسؤولية الاجتماعية للشركات والتنافسية ، مقال منشور ، جريدة الاقتصادية .
- (١٨) العقيل . عقيل محمد ، المسؤولية الاجتماعية في سلوك رجل الأعمال السعودي ، الأسواق العربية، ٩ أكتوبر ٢٠٠٦ م .
- (١٩) فخري ، ناديا متى ، المسؤولية الاجتماعية عناصرها ومظاهرها ، مجلة الجيش اللبناني ، العدد ٢٤٩ .
- (٢٠) شو ، مايلز ، محاضرة عن مواطنة الشركات ، الغرفة التجارية الصناعية بالرياض ، ٢٤ نوفمبر ٢٠٠٨ م .
- (٢١) طاهر . أمينة ، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ، مقال منشور بموقع منتدى الإمارات الاقتصادي ، ٣ ديسمبر ٢٠٠٨ م . <http://www.uaeec.com/articles-action-show-id-327.htm>
- (٢٢) الحمادي . محمد ، ليست صدقة مسؤولية الشركات تجاه المجتمع ، الأسواق العربية ٤ يونيو ٢٠٠٨ م .
- (٢٣) جريدة الاقتصادية ، المسؤولية الاجتماعية للشركات لماذا الآن ؟ تقرير ، العدد ٥٥٣١ ، ٢ ديسمبر ٢٠٠٨ م .
- (٢٤) جريدة الاقتصادية ، تطابق السياسات المعلنة وواقعها السلوكي أكبر تحد يواجه الشركات المنفذة للتنافسية ، تقرير منشور ، الرياض ، العدد ٥٥٣١ ، ٢ ديسمبر ٢٠٠٨ م .