



جمهورية مصر العربية
معهد التخطيط القومي
ماجستير التخطيط والتنمية

دور المسؤولية الاجتماعية للشركات: بعض التجارب الدولية مع التطبيق على مصر

"رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل درجة ماجستير التخطيط والتنمية"

إعداد

مي إسماعيل أحمد حماد

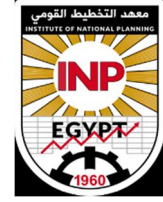
إشراف

أ.د/ محمود محمد عبد الحي صلاح

أستاذ الاقتصاد الدولي والتنمية بمركز العلاقات الاقتصادية الدولية

مدير معهد التخطيط الأسبق

٢٠٢٢ م



جمهورية مصر العربية
معهد التخطيط القومي
ماجستير التخطيط والتنمية

إجازة رسالة ماجستير في التخطيط والتنمية

بعنوان: دور المسؤولية الاجتماعية للشركات: بعض التجارب الدولية مع التطبيق
على مصر

الباحثة: مي إسماعيل أحمد حماد

The Role of Corporate Social Responsibility: Some Countries' Experiences with Application to Egypt

لجنة المناقشة والحكم

- (مُشرفاً ورئيساً) أ.د/ محمود محمد عبد الحي صلاح
التوقيع: أستاذ الاقتصاد المتفرغ بمركز العلاقات الاقتصادية
الدولية مدير معهد التخطيط القومي الأسبق
- (مُحكماً وعضواً) أ.د/ نجوى عبد الله سمك
التوقيع: أستاذ الاقتصاد ووكيل شؤون الدراسات العليا والبحوث
كلية الاقتصاد والعلوم السياسية- جامعة القاهرة
- (مُحكماً وعضواً) أ.د/ فريد أحمد عبد العال
التوقيع: أستاذ التخطيط الإقليمي بمركز التنمية الإقليمية
بمعهد التخطيط القومي

تم إجازة الرسالة بتاريخ / ٢٠٢٢

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَقُلْ
رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

سورة طه (الآية ١١٤)

إهداء

إلى الوالدين فلولاهما لما وُجِرتُ في هذه الحياة، ومنهما
تعلّمت الصمود، مهما كانت الصعوبات.
إلى أستاذتي الكرام، فمنهم استقيتُ الحروف، وتعلّمت
كيف أنطق الكلمات، وأصوغ العبارات.
إلى الزملاء والزميلات، الذين لم يرّخروا جهرًا في سري
بالمعلومات والبيانات.
أهدي إليكم هذا العمل راجيةً من الله جل وعلا أن يجعله
خالصًا لوجهه الكريم.

شكر وتقدير

(الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي هَدَانَا لِهَذَا وَمَا كُنَّا لِنَهْتَدِيَ لَوْلَا أَنْ هَدَانَا اللَّهُ)

سورة الأعراف (الآية ٤٣)

أشكر الله سبحانه وتعالى أولاً وأخيراً الذي منّ علىّ بإتمام هذه العمل المتواضع مع رجائي أن يتقبله مني ويجعله خالصاً لوجهه الكريم، والصلاة والسلام على المبعوث رحمة للعالمين وعلى آله وصحبه وسلم أجمعين. كما أتقدم بجزيل الشكر وعظيم التقدير لأستاذي الفاضل العالم الجليل الأستاذ الدكتور/ محمود محمد عبد الحي صلاح أستاذ الاقتصاد بمركز العلاقات الاقتصادية الدولية ومدير معهد التخطيط القومي الأسبق على قبول سيادته الإشراف على هذه الدراسة، كما أتوجه إليه بوافر الاحترام والاعتراف بالفضل والجميل لما بذله من عظيم الجهد ومساعدتي لإنهاء هذا العمل وما وجهه سيادته من نصح وإرشاد طيلة فترة الدراسة.

والشكر والتقدير موصولاً أيضاً للأستاذة الدكتورة/ نجوى عبد الله سمك أستاذ الاقتصاد ووكيل شؤون الدراسات العليا والبحوث كلية الاقتصاد والعلوم السياسية - جامعة القاهرة، والأستاذ الدكتور/ فريد أحمد عبد العال أستاذ التخطيط الإقليمي بمركز التنمية الإقليمية، على تفضلهما بقبول الاشتراك في مناقشة هذا العمل وإثرائه بملاحظتهما القيمة، وتوجيهي بهذا الشرف الكبير.

كما لا يفوتني أن أسجل عميق شكري وتقديري إلى جميع أساتذتي ممن علموني بمعهد التخطيط القومي داعيةً الله أن ينفع الناس بعلمهم ويرفع درجاتهم في الدارين. كما أدعو الله عز وجل أن يتغمّد الراحلين منهم في رحمته ومغفرته وأن يتقبل أعمالهم خالصة لوجه الله العظيم.

الباحثة

المُستخلص

عنوان الرسالة	: دور المسؤولية الاجتماعية للشركات: بعض التجارب الدولية مع التطبيق على مصر
الباحثة	: مي إسماعيل أحمد حماد
المشرف	: أستاذ دكتور محمود عبد الحي صلاح
الدرجة العلمية	: ماجستير التخطيط والتنمية
الجامعة	: معهد التخطيط القومي
السنة	: ٢٠٢٢

استهدفت الدراسة الحالية دراسة المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر، في ضوء بعض التجارب الدولية والاقليمية وبعض المبادرات المحلية، بدءاً من صياغة إطار نظري ومفاهيمي لماهية المسؤولية الاجتماعية وأهدافها وأطرها وأبعادها المختلفة، وبما يتوافق مع أهداف التنمية المستدامة العالمية وفق رؤية ٢٠٣٠. وتهدف الدراسة، عبر منهج التحليل الوصفي تحديد كيف يمكن للمسؤولية الاجتماعية في مصر الاستفادة من الممارسات الدولية والخبرات المتراكمة وذلك في ضوء تفسير أهمية وأبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات، وفقاً للخبرات الدولية والاقليمية والمحلية لتوجيه شركات التنمية (المجتمع الأهلي والقطاع الخاص إلى جانب الحكومة) للعمل معاً في تطوير وزيادة فاعلية جهود تنمية المجتمعات المحلية. وعبر تصميم واستخدام استمارة تساؤلات متعمقة للتطبيق على قطاع البنوك في مصر والتركيز على حالة ٦ بنوك هي (البنك الأهلي المصري، بنك القاهرة، بنك مصر، البنك التجاري الدولي CIB، بنك قناة السويس، بنك الإسكندرية) فقد تبين أن معايير الحكم على نجاح البنوك، لم تعد معايير مالية واقتصادية فحسب، بل أضيف لها مؤخرًا المسؤولية الاجتماعية والتي تنقسم إلى مسؤولية داخلية تجاه العاملين وخارجية تجاه العملاء. فعلى صعيد العاملين تترجم هذه المسؤولية إلى وجود ميثاق مهني وأخلاقي، يساهم في زيادة إنتاجية العاملين وتنمية روح التعاون بينهم. أما في نطاق العملاء فتتمثل المسؤولية الاجتماعية في اتخاذ كافة التدابير والإجراءات التي تضمن حماية أمن وسرية حسابات العملاء وكافة البيانات. وزيادة رضا العملاء والعاملين على السواء. وخلاصة القول، أن انتشار مبادئ ومجالات المسؤولية الاجتماعية للبنوك، جعلها جزءاً مهماً من خططها التسويقية والدعائية. وهو الأمر الذي جعل غالبية البنوك تنشئ إدارة للمسؤولية الاجتماعية.

الكلمات الدالة: المسؤولية الاجتماعية للشركات - المسؤولية المجتمعية - المسؤولية الاجتماعية للبنوك - التنمية المستدامة - التجارب الدولية - المسؤولية الاجتماعية في مصر.

ملخص الدراسة

استهدفت الدراسة تحليل دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر، في ضوء بعض التجارب الدولية والاقليمية وبعض المبادرات المحلية، بدءاً من صياغة إطار نظري ومفاهيمي لماهية المسؤولية المجتمعية وأهدافها وأطرها وأبعادها المختلفة. وهذا باستخدام، منهج التحليل الوصفي لتحديد كيف يمكن للمسؤولية الاجتماعية في مصر الاستفادة من الممارسات الدولية والخبرات المتراكمة. كما استخدم منهج تحليل المضمون من خلال تصميم استمارة تساؤلات كاستبيان للتطبيق على قطاع البنوك في مصر بالتركيز على حالة ٦ بنوك هي: البنك الأهلي المصري، بنك القاهرة، بنك مصر، البنك التجاري الدولي CIB، بنك قناة السويس، بنك الإسكندرية.

تم تقسيم الدراسة إلى أربعة فصول مسبقة بتمهيد، تناول **الفصل الأول**

الإطار النظري للمسؤولية المجتمعية، تعريف المسؤولية الاجتماعية، مع رصد تطور مفهوم المسؤولية المجتمعية (محلياً ودولياً)، كما يحدد مؤشرات قياس أداء المسؤولية الاجتماعية. كما يبين أهداف المسؤولية الاجتماعية للشركات، والأبعاد المختلفة لها، مع إبراز أهميتها. كما يتعرض هذا الفصل للإطار التشريعي للمسؤولية (القوانين والتشريعات المحلية والدولية)، ويرصد أيضاً المسؤولية المجتمعية في ضوء الخبرات العملية المكتسبة. وقد تم تناول المفاهيم المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، خاصة في ظل الاهتمام البالغ بها في العقد الأخيرة سواء على المستوى الدولي أو الاقليمي أو المحلي، وفي ظل تبني مصر لرؤية التنمية المستدامة بحلول عام ٢٠٣٠؛ كأجندة وطنية تم اعتمادها في فبراير عام ٢٠١٦. وذلك من خلال التأكيد على ترسيخ مبادئ العدالة والاندماج الاجتماعي ومشاركة كافة المواطنين في الحياة السياسية والاجتماعية. كما تركز الرؤية على إعطاء دور أكبر للقطاع الخاص وإفساح المجال له للقيام بدور أكبر في النشاط الاقتصادي في مصر سواء على مستوى الناتج أو التوظيف أو الجوانب الاجتماعية.

وبالنظر إلى جميع التعريفات جاء التعريف الإجرائي للبحث "بأنها التزام مؤسسات الأعمال العامة والخاصة بممارسة أنشطتها التجارية والاستثمارية مع مراعاة البعد الأخلاقي والاجتماعي وحماية المستهلك والنشاطات المتعلقة بالعاملين

والمعاملين معها وأيضًا التزامها تجاه المجتمع بحماية البيئة والتفاعل مع المجتمع المحلي والعمل على تحقيق النمو المستدام مع المساهمة بجانب الدولة في تحقيق العدالة الاجتماعية بما يضمن لها استمرارية في الأسواق وتحقيق أهدافها الخاصة، فهي التزام مؤسسات الأعمال بإدارة أنشطتها على نحو مسؤول. وفي ذات السياق، حملت مؤشرات قياس المسؤولية الاجتماعية للشركات أبعادا عدة في مقدمتها (١) الأداء البيئي؛ (٢) أداء حوكمة الشركات؛ (٣) مؤشرات الأداء الاجتماعي.

وتتناول **الفصل الثاني** بعض التجارب والمبادرات الدولية والإقليمية في المسؤولية الاجتماعية، والذي تناول عدد سبع تجارب تبدأ بالولايات المتحدة الأمريكية، الدنمارك، اليابان، المملكة العربية السعودية، كوريا الجنوبية، الإمارات العربية المتحدة وأخيرا تجربة بنغلاديش «بنك الفقراء»، وصنفت بين تجارب العالم المتقدم وأخرى تجارب البلدان الصاعدة والناشئة. وقد حظيت هذه التجارب، بحالة من التنوع والثراء، التي صحبت معها تجذر فكر المسؤولية الاجتماعية، وتنامي تطبيقها على اختلاف حالة البلدان واقتصاداتها. وقد هدف هذا الفصل، إلى تقديم وبيان بعض التجارب الدولية والإقليمية للشركات التي لها دور بازر في تعزيز المسؤولية الاجتماعية وتطوير برامجها خاصة لتشجيع الشركات الأخرى على تبني برامج وسياسات المسؤولية الاجتماعية واستخلاص الدروس المستفادة.

وتتناول **الفصل الثالث** المسؤولية الاجتماعية في ضوء التجارب المحلية، تحليل دور المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في التنمية المستدامة، مرورًا بالتأكيد على أهمية التوجه نحو المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر، ثم التطرق لتناول العمل اللائق والمسؤولية الاجتماعية للشركات (تقييم دور بعض الشركات والبنوك)، وصولًا إلى عديد من الدروس والخطوات المضيئة في تحليل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية في ظل جائحة كورونا (تجربة مجموعة العربي التي لم تكن ألبته تجربة شخصية، بل كانت تجربة مؤسسية، ترسخت فيها جذور أخلاقيات العمل مع مبادي الإدارة الحديثة والأساليب الاقتصادية الرشيدة، في تحفيز العاملين وتنمية قدراتهم). ويتم تحديد دور القطاع الخاص في تحقيق أهداف التنمية المستدامة بشكل عام من خلال

قدرة الشركات والمنظمات الأخرى على أن تكون محركات للتغيير. وهناك العديد من الطرق التي يمكن للشركات والقطاع الخاص من خلالها تعزيز التنمية المستدامة. وتتناول **الفصل الرابع** المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر - دراسة حالة تطبيقية، حيث تم تحليل عناصر وأبعاد دور البنوك في تحقيق المسؤولية المجتمعية. وفي ضوء ذلك يتناول هذا الفصل بالرصد والتحليل والتقييم الوضع الحالي لدور البنوك في المسؤولية المجتمعية مع التطبيق على (البنك الأهلي المصري - بنك القاهرة - بنك مصر - البنك التجاري الدولي CIB - بنك قناة السويس - بنك الإسكندرية) كي تساعد النتائج والمؤشرات في صياغة توصيات لدور البنوك في تنمية المجتمع المحلي. من خلال ٥ محاور أساسية هي:

١. مدى استيعاب مفهوم المسؤولية الاجتماعية للبنك.
 ٢. دور حوكمة المصارف والبنوك في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للبنك.
 ٣. المسؤولية الاجتماعية للبنك تجاه المجتمع والبيئة.
 ٤. المسؤولية الاجتماعية للبنك تجاه العاملين.
 ٥. المسؤولية الاجتماعية للبنك تجاه العملاء.
- وقد أظهرت الدراسة مجموعة من النتائج الهامة من أهمها ما يلي:**

□ تمثل سياسات المسؤولية الاجتماعية في الوقت الراهن مكونًا مركزيًا من مكونات السياسات الاجتماعية من ناحية، ومن ناحية أخرى، يظل تعزيز دورها في التوظيف وضمان الوصول للعمل اللائق أحد الأهداف الرئيسية لسياسات التنمية المتعلقة بالسكان - التشغيل - التعليم - الصحة - الضمان الاجتماعي - الإسكان والمرافق. وبالتالي، من خلال تعزيز دور المسؤولية الاجتماعية، يمكن لأي اقتصاد تعزيز الأداء الاقتصادي وتحسين مستويات المعيشة معًا.

□ تنطلق أهمية التحول نحو المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر، من حقيقة مفادها "وجود تحديات ومشكلات كبيرة في الاقتصاد المصري مثل البطالة والتضخم والفقر". وبالفعل، فقد أعلنت مصر بين عامي ٢٠٠٤ و ٢٠٠٨، عن إطلاق المبادرة القومية للمسؤولية الاجتماعية للشركات بالتعاون مع البرنامج

الإنمائي للأمم المتحدة، والتي من شأنها إنشاء الشبكة المصرية للمسؤولية الاجتماعية والتي تستهدف تشجيع الشركات الوطنية.

□ أصبحت معايير الحكم على نجاح البنوك ليست فقط ما تعتمد عليه من معايير مالية واقتصادية بحتة بل تم إضافة مقاييس ومعايير أخرى غير مالية متمثلة في برامج خدمة وتنمية المجتمع المحلي. ولعل أكثر عناصر المسؤولية الاجتماعية أهمية في مسؤوليتها تجاه العملاء هو اتخاذ كافة التدابير والإجراءات التي تضمن حماية أمن وسرية حسابات العملاء وكافة البيانات ومعلوماتهم المتعلقة بهم.

□ أن انتشار مبادئ ومجالات المسؤولية الاجتماعية للبنوك جعلها جزءاً مهماً من خططها التسويقية والدعائية مما أسفر عن وجود منافسة داخل القطاع المصرفي في هذا المجال.

□ البنوك التي لا تحمل ضمن أنشطتها وبرامجها وخططها أي نشاطات مجتمعية تعتبر من البنوك التي لديها قصور أمام المجتمع وخاصة الأوساط الحكومية والاقتصادية والمصرفية.

كما خلصت الدراسة بمجموعة من المقترحات والتوصيات، من أهمها ما

يلي:

□ تشجيع المؤسسات المصرفية والبنوك على وضع استراتيجية تتضمن خطاً قصيرة ومتوسطة وطويلة الأجل بأسلوب ومنهج علمي منظم ومحدد الأهداف والغايات لتنفيذ برامج وأنشطة المسؤولية المجتمعية للفئات الاجتماعية المختلفة واحتياجات المجتمع لتنمية الاقتصاد الوطني.

□ تشجيع البنوك على إنشاء وحدة متخصصة إدارياً ومستقلة في مجال المسؤولية الاجتماعية للوفاء بالالتزامات المجتمعية. فحتى الآن هذه المسؤولية تدخل إدارياً ضمن إدارة العلاقات العامة.

□ تكثيف الدورات التدريبية الخاصة بمجال المسؤولية الاجتماعية لكافة موظفي البنوك ويمكن أن يتولى المعهد المصرفي إعداد وتنظيم الدورات التدريبية وكذلك ورش العمل والندوات واستخدامها في التسويق للمؤسسات المصرفية.

- على استراتيجيات البنوك أن توضح احتياجات المجتمع بشكل تفصيلي مع وضع البرامج والأنشطة الملائمة لهذه الاحتياجات وأيضاً توجيه بعض البرامج لدعم ذوي الاحتياجات الخاصة باعتبارهم جزءاً أساسياً وداعماً للمجتمع.
- يجب على البنوك إعداد الدراسات الديموغرافية لكافة الموظفين وذلك للاستفادة من وضع السياسات والإجراءات التي من شأنها أن تمكنهم من الوفاء بمسؤوليتهم المجتمعية تجاه العاملين بها.
- رفع وعي البنوك المحلية الخاصة والحكومية بأن المسؤولية المجتمعية هي كجزء أساسي من استراتيجياتها ويستلزم للقيام بجميع أنشطتها الاقتصادية والربحية الالتزام بالبيئة والمجتمع في دعم المبادرات الصحية والتعليمية والارتقاء بالمجتمع وتنمية الاقتصاد الوطني.

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
ن - ب ب	مقدمة الدراسة
٣٥-١	الفصل الأول الإطار النظري للمسؤولية المجتمعية
٢	تمهيد
٢	١/١ الإطار المفاهيمي للمسؤولية المجتمعية
٩	٢/١ تطور مفهوم المسؤولية المجتمعية (محليا ودوليا)
١٤	٣/١ مؤشرات قياس أداء المسؤولية الاجتماعية
١٨	٤/١ أهداف المسؤولية الاجتماعية للشركات
٢١	٥/١ أبعاد وأهمية المسؤولية المجتمعية
٢٤	٦/١ الإطار التشريعي للمسؤولية (القوانين والتشريعات المحلية والدولية)
٣١	٧/١ المسؤولية المجتمعية في ضوء الخبرات العملية المكتسبة
٧٩-٣٦	الفصل الثاني بعض التجارب والمبادرات الدولية والإقليمية في المسؤولية الاجتماعية
٣٧	تمهيد
٣٧	١/٢ تجربة الولايات المتحدة الأمريكية
٤٧	٢/٢ تجربة الدنمارك
٥٢	٣/٢ تجربة اليابان
٥٩	٤/٢ تجربة المملكة العربية السعودية
٦٦	٥/٢ تجربة كوريا الجنوبية
٦٩	٦/٢ تجربة الإمارات العربية المتحدة
٧٤	٧/٢ تجربة بنغلاديش «بنك الفقراء»

الصفحة	الموضوع
٧٨	٨/٢ الدروس المستفادة
١١٤-٨٠	الفصل الثالث المسؤولية الاجتماعية في ضوء التجارب المحلية
٨١	تمهيد
٨٢	١/٣ المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص ودورها في التنمية المستدامة
٩٠	٢/٣ أهمية التوجه نحو المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر
٩٨	٣/٣ العمل اللائق والمسؤولية الاجتماعية للشركات (تقييم دور بعض الشركات والبنوك)
١١٠	٤/٣ المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية في ظل جائحة كورونا (تجربة مجموعة العربي)
١٤٤-١١٥	الفصل الرابع المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر - دراسة حالة تطبيقية
١١٦	تمهيد
١١٧	١/٤ دور البنوك في تحقيق المسؤولية المجتمعية
١٣٣	٢/٤ دراسة تحليلية لدور البنوك في المسؤولية المجتمعية
١٥٢-١٤٥	■ نتائج الدراسة
١٥٢-١٥١	■ توصيات الدراسة
١٧٦-١٥٣	■ المصادر والمراجع
١٨٥-١٧٧	■ الملاحق
I-VIII	■ ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية
IX	■ مستخلص الدراسة باللغة الإنجليزية

فهرس (الجدول، الأشكال، الملاحق)

أولاً: الجداول:

الصفحة	الجدول	رقم الجدول
٨	أبرز التعريفات المختلفة للمسؤولية الاجتماعية	(١-١)
٢٣	الأبعاد المختلفة للمسؤولية الاجتماعية	(٢-١)
١٣٤	مدى استيعاب مفهوم المسؤولية الاجتماعية للبنوك محل الدراسة	(١-٤)
١٣٧	برامج المسؤولية الاجتماعية في البنوك محل الدراسة	(٢-٤)

ثانياً: الأشكال:

الصفحة	الشكل	رقم الشكل
٢٣	أبعاد المسؤولية الاجتماعية لكارول	(١-١)
٤٢	العلاقات التشابكية للمسؤولية الاجتماعية (الممثلون وساحات التبادل)	(١-٢)
٥٩	توزيع الشركات التي أنفقت ميزانيات على أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) في اليابان	(٢-٢)
٨٣	العلاقة بين الاستدامة والأعمال	(١-٣)
٩١	مشروعات وبرامج المسؤولية المجتمعية للهيئة العامة للرقابة المالية	(٢-٣)

ثالثاً: الملاحق:

الصفحة	الجدول	رقم الملحق
١٧٧	استقصاء حول معايير قياس المسؤولية الاجتماعية للبنوك	(٤-٤)

قائمة الاختصارات (ABBREVIATIONS)

Symbols	Nomenclatures المدلول / المصطلح	
	باللغة الإنجليزية	باللغة العربية
SRB	Social Responsibility of The Businessman	المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال
EIoD	The Egyptian Institute of Directors	مركز المديرين المصري
ER	Economic Responsibility	المسؤولية الاقتصادية
CA	Competitive Advantage	الميزة التنافسية
CA	Cost Advantage	التكلفة الأقل
CSP	Corporate Social Performance	الأداء الاجتماعي للشركات
TRP	Teacher Rewards Program	برنامج مكافآت المعلمين
SERIF	Socially Responsible Investment Fore	الاستثمار المسئول اجتماعيًا
NEEM	The National Network of Enterprise Managers	الشبكة القومية لمديري الشركات
SR	Social Responsibility	المسؤولية الاجتماعية
PS	Positioning Strategies	استراتيجيات تحديد المواقع

مقدمة الدراسة

١-١ تمهيد:

حظي مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات باهتمام بالغ في العقد الأخيرة على كافة الأصعدة والمؤسسات المحلية وهي على جانب كبير من الأهمية وتسهم في التوجه نحو تنمية المجتمع وخاصة المجتمع المحلي. وقد تعاظم دور المسؤولية في الأونة الأخيرة باعتبارها أحد المداخل الرئيسية للمشاركة في التنمية المحلية وذلك في ضوء الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية الراهنة على الصعيدين المحلي والعالمي. وهذه المسؤولية تدعو كافة مؤسسات وأفراد المجتمع بإعادة التأمل في طبيعة المعوقات التي تقف أمام تكاتف الفاعلين في عملية التنمية لتحقيق رفاهية المواطنين وزيادة فاعليتهم في مواجهة المشكلات المجتمعية، والمبادرة في وضع حلول ملائمة بالتنسيق بين كافة الفاعلين في المجتمع مما ينبغي أن تتكامل هذه الجهود مع جهود الدولة وخاصةً أن المجتمع المصري حاليًا يعيش في خضم مجموعة من التحولات والمستجدات المتلاحقة التي تحيط به من جميع الاتجاهات داخليًا وخارجيًا.

وفي ظل المتطلبات الحياتية للمواطن والتي ينبغي أن تسعى هذه المسؤولية إلى تلبية جزء من هذه المتطلبات الأساسية والتي يتطلع فيها إلى إعادة بناء المستقبل مع تحسين مستويات المعيشة. وتسعى الدولة المصرية في هذا الاتجاه مما يسهم في خفض فجوة الدخل ويساهم في تبوء الدولة في مكانة أفضل مما يدعو إلى السعي نحو تقييم الأوضاع الحالية ومساهمة كافة الفاعلين في عملية التنمية. وخاصة بعد تبني مصر لرؤية التنمية المستدامة بحلول عام ٢٠٣٠؛ كأجندة وطنية تم اعتمادها في فبراير عام ٢٠١٦، وتستند هذه الرؤية على مبادئ "التنمية المستدامة الشاملة" و"التنمية الإقليمية المتوازنة"، كما تركز هذه الرؤية على الارتقاء بجودة حياة المواطن المصري وتحسين مستوى معيشته في مختلف نواحي الحياة وذلك من خلال التأكيد على ترسيخ مبادئ العدالة والاندماج الاجتماعي ومشاركة كافة المواطنين في الحياة السياسية والاجتماعية. كما تركز الرؤية على إعطاء دور أكبر للقطاع الخاص وإفساح المجال له للقيام بدور أكبر في النشاط الاقتصادي في مصر سواء على مستوى الناتج أو التوظيف أو الجوانب الاجتماعية.

ويندرج مفهوم وتطبيقات المسؤولية الاجتماعية من خلال هدف الأمم المتحدة إدماج مجموعة من مبادئ المسؤولية البيئية والاجتماعية والأخلاقية في أنشطة الشركات في جميع أرجاء العالم منذ عام ٢٠٠٠. الأمر الذي جعلها تكتسب أهمية متزايدة، وتم تسليط الضوء عليها بكثافة، بغية مساندة الأدوار الاقتصادية والخدمية التي تقوم بها الحكومات. ومن هنا فقد فرضت المسؤولية الاجتماعية للشركات نفسها بقوة مؤخراً في محيط العلاقات الاقتصادية سواء الوطنية منها أو الدولية (الأمم المتحدة، ٢٠٠٠).

وقد ظهر مصطلح المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) لأول مرة في أواخر الستينيات كرد فعل للتحديات العالمية، مثل تغير المناخ، والأزمات المالية، وتضايف التجارة والاستثمارات دولياً. ومما زاد من أهميتها هو إدراك الشركات وبشكل متزايد مسؤولية الأعمال التجارية الدولية تجاه المجتمع، فإلى جانب الهدف الأساسي لهذه الشركات المتمثل في تحقيق الأرباح، توجب عليها تحمل المسؤولية ودمج الإجراءات في نماذج أعمالها لتلبية توقعات العملاء بشأن القضايا البيئية والمجتمعية. وذلك سعياً نحو حل المشكلات المحلية أو حتى العالمية وتحسين الرفاهية الاجتماعية (Chron,2020).

واتصالاً مع أهداف التنمية المستدامة وفق رؤية الأمم المتحدة لعام ٢٠٣٠، أصبحت التنمية المستدامة للمجتمع والأعمال صيغة واضحة في حل كل من المشاكل الاجتماعية ومشاكل الحفاظ على البيئة الآمنة، الضرورية للوجود البشري، والتي يتم في سياقها تسليط الضوء على أفكار المسؤولية الاجتماعية. وعلى الرغم من أن تاريخ أفكار المسؤولية الاجتماعية للشركات ممتد من مئات السنين، إلا أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية والعلاقة مع أصحاب المصلحة لا يزالان موضوع نقاش وثيق الصلة للباحثين والممارسين (Zukauskas, Vveinhardt and Andriukaitienė, 2017).

ومن ثم، احتلت المسؤولية الاجتماعية للشركات (C.S.R) مكانة رئيسية في جدول الأعمال العالمي أكثر من أي وقت مضى، وتزايدت درجة تأثيرها بشكل واضح على أبعاد إستراتيجيات الشركات كونها مفتاح تعزيز القدرة التنافسية في ظل الانفتاح

الكبير على الأسواق العالمية والتطور التكنولوجي السريع. أضف إلى ذلك أنه تم تقديم المبادرة العالمية الرئيسية للمسؤولية الاجتماعية للشركات من قبل الأمم المتحدة في عام ١٩٩٩، حيث دمجت عشرة مبادئ عالمية تشمل مجالات حقوق الإنسان وحقوق العمل والبيئة ومكافحة الفساد وتسعى هذه الاتفاقية إلى أن تساهم جميع الشركات التجارية في التنمية المستدامة، أي تقليل التلوث من خلال الابتكار التكنولوجي وتقليل عدد المعدات التي من شأنها أن تسبب التلوث في المنظمة. كما تمت مناقشة الكفاح النشط ضد الفساد، بهدف إلغاء أعمال الظل غير القانونية (الاقتصاديات الغير رسمية) والرشوة والفساد (Krisnawati, Yudoko & Bangun, 2014).

وفي الجانب المؤسسي، برزت عدة هيئات دولية تعمل على التوجيه نحو المسؤولية الاجتماعية، ومنها المنظمة الدولية للتقييس (International Organization for Standardization) التي أصدرت سنة ٢٠٠٨ المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠ للمسؤولية الاجتماعية. وبالفعل، فقد جاء إدراك العديد من المؤسسات أنها غير معزولة عن المجتمع، وتنبهت إلى ضرورة توسعة نشاطاتها لتشمل إلى جانب النشاطات الإنتاجية، اكتساب الميزة التنافسية، وجعلها المرتكز والداعم الأساسي الذي يقوم عليه أي نشاط اقتصادي يهدف إلى تحقيق أفضلية في السوق، وذلك من خلال الاستحواذ على جزء منه.

ومما زاد من أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات، أنها باتت وبشكل متزايد مكوناً مهماً للشركات. وفقاً لمعهد الحوكمة والمساءلة، نشرت ٨٦٪ من شركات مؤشر S&P 500 تقارير الاستدامة أو مسؤولية الشركات في عام ٢٠١٨. في الواقع، تعد المسؤولية الاجتماعية للشركات مهمة جداً لدرجة أنها أصبحت تخصصاً تجارياً وجزءاً لا يتجزأ من بيان مهمة الشركة (Jagadeesh, 2019).

وتتطلب أهمية تحقيق المسؤولية المجتمعية للبنوك من إن البنك يعد بمثابة مسؤول اجتماعي، تؤثر أنشطته على المجتمع ويتصرف وفقاً لذلك. كما أن تأثير البنوك على استقرار الاقتصاد يتطلب النزاهة والشفافية الواجبة بما في ذلك، إدارة المخاطر القائمة على النشاط ووضع إجراءات التخفيف. وتعزيز الشفافية تجاه العملاء وأصحاب المصلحة حول إدارتها التشغيلية والمنتجات المعروضة. والعمل كمحرك

للاقتصاد، على سبيل المثال تقديم القروض وتقديم المشورة للشركات الناشئة الجديدة. وضمن المسؤولية الاجتماعية للشركات، يمكن التمييز بين ٤ أنواع، أولها العطاء الخيري المباشر مثل التبرع؛ وثانيا المبادرات المستدامة بيئيا مثل الحد من انبعاثات الكربون؛ وثالثها الممارسات التجارية الأخلاقية، وأخيرا التركيز على المسؤولية الاقتصادية (Luxembourg, 2019).

ووفق بيانات البنك المركزي المصري، فقد تصاعد المركز المالي الإجمالي للبنوك بخلاف البنك المركزي لتصل إلى نحو ٨٢٧٤,٦ مليار جنيه في نهاية أكتوبر عام ٢٠٢١. وهو ما يعكس الأداء القوي المستمر لمجموعة البنوك. وبشكل عام، تساهم السياسات المصرفية التي تدرج معايير المسؤولية الاجتماعية في تمويل الهيئات الحكومية والشركات والأفراد، في تشجيع المقترضين على مراعاة الاستدامة في مشروعاتهم. علاوة على ذلك، فإن القطاع المالي، باعتباره صاحب عمل واسع النطاق، يتحمل أيضًا مسؤولية اجتماعية تتمثل في سياسات توظيف على المدى الطويل، فضلاً عن سياسة مكافآت عادلة ومتوازنة. أخيراً، للبنوك أيضًا تأثير بيئي مباشر بسبب استهلاك الطاقة والورق في العديد من الفروع وتنقل الموظفين (البنك المركزي المصري، ٢٠٢١: ٥).

ومن ثم تبرز الحاجة إلى أهمية تقديم مقترحات جادة من شأنها الحث على تعزيز دور المسؤولية الاجتماعية للشركات، بهدف دعم رؤية مصر ٢٠٣٠، والتي تعكسها الخطة الاستراتيجية طويلة المدى للدولة لتحقيق مبادئ وأهداف التنمية المستدامة في كل المجالات، وتوطينها بأجهزة الدولة المصرية المختلفة. وتستند رؤية مصر ٢٠٣٠ على مبادئ "التنمية المستدامة الشاملة" و"التنمية الإقليمية المتوازنة"، وتعكس رؤية مصر ٢٠٣٠ الأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة: البعد الاقتصادي، والبعد الاجتماعي، والبعد البيئي.

١-٢ مشكلة الدراسة:

تم تحديد مشكلة الدراسة من خلال الاطلاع على الآتي:

- الدستور المصري، الذي يهدف في مادته ال ٢٧ من الفصل الثاني، إلى أن النظام الاقتصادي يعمل على تحقيق الرخاء في البلاد من خلال التنمية المستدامة

والعدالة الاجتماعية. ويلتزم النظام الاقتصادي اجتماعياً بضمان تكافؤ الفرص والتوزيع العادل لعوائد التنمية وتقليل الفوارق بين الدخل والالتزام بحد أدنى للأجور والمعاشات يضمن الحياة الكريمة. وتختص المادة ٣٦ بأن تعمل الدولة على تحفيز القطاع الخاص لأداء مسؤوليته الاجتماعية في خدمة الاقتصاد الوطني والمجتمع (الدستور المصري، ٢٠١٤).

■ المادة ١٥ من الفصل الثالث من قانون الاستثمار لعام ٢٠١٧، والفصل الثاني المادة ٢ من لائحته التنفيذية لقانون ضمانات وحوافز الاستثمار، والذي مفادها "يجوز للمستثمر تحقيقاً لأهداف التنمية الشاملة والمستدامة تخصيص نسبة من أرباحه السنوية لاستخدامها في إنشاء نظام للتنمية المجتمعية، خارج مشروعه الاستثماري.

■ **رؤية مصر 2030** حيث تستهدف الأجندة الوطنية للتنمية المستدامة تحقيق التنمية المستدامة الشاملة والمتوازنة على الصعيد المكاني للمحافظات المصرية، وذلك في إطار مجموعة من الركائز، من بينها المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص والبنوك وذلك في ظل سيادة.

■ **البنك المركزي**^١ قام بإنشاء أول وحدة للمسؤولية المجتمعية بهدف الوصول لكافة المستويات ودعم كافة فئات المجتمع. وذلك لصياغة رؤية جديدة حول تفعيل دور البنوك ومشاركتها في تحقيق التنمية المجتمعية.

وبناء على ما سبق أمكن تحديد المشكلة البحثية والتي تمثلت في وجود قصور في تعريف المواطنين والعاملين في القطاع الخاص والقطاع المصرفي بالمسؤولية الاجتماعية وعناصرها المتصلة بأهداف التنمية المستدامة وفق رؤية مصر ٢٠٣٠. وكذلك دعم تعزيز المسؤولية الاجتماعية لتحقيق الكفاءة والفاعلية للشركات المصرية وللجهاز المصرفي بشكل خاص والاقتصاد المصري بشكل عام، وذلك بالتنسيق مع

^١ وذلك كجزء من مهمته الشاملة، دائماً ما يؤكد البنك المركزي المصري التزامه بأن يكون منظمة مسؤولة اجتماعياً ومستدامة ما يساعده ذلك في تحقيق رؤيته المصرفية. وتخضع أنشطة المسؤولية الاجتماعية للبنك المركزي المصري لبيان سياسة المسؤولية الاجتماعية للشركات المكونة من موظفين متطوعين، تجتمع بانتظام وتوفر الإشراف على جميع أنشطة المسؤولية الاجتماعية التي يضطلع بها ويمولها البنك المركزي. وتقدم المجموعة تقاريرها إلى لجنة القيادة العليا للبنك المركزي التي تواجه بمساعدة المنظمات على تطوير نهج استراتيجي تجاه المسؤولية الاجتماعية للشركات. ويتبع البنك المركزي المصري أفضل ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال منح تدقيق التقييم بشكل مستقل.

كافة الفاعلين في المجتمع بعد تحديد أدوارهم بكل وضوح. مما أوجد الدافع لإجراء هذه الدراسة.

١-٣ أهداف الدراسة:

الهدف الرئيسي: تحليل التجارب الدولية والإقليمية والعربية للمسؤولية الاجتماعية للشركات والوصول إلى واقع المسؤولية الاجتماعية في مصر وتحديدًا معايير قياس المسؤولية الاجتماعية للبنوك.

الأهداف الفرعية:

- تحليل واقع وأهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات في بعض التجارب الدولية والإقليمية والعربية.
- التعرف على ملامح المسؤولية الاجتماعية في مصر من خلال المبادرات المحلية.
- تحليل عناصر المسؤولية الاجتماعية للبنوك وبيان أثر ذلك على التنمية المستدامة.
- تقديم معالم نظرية للبنوك عن مفهوم المسؤولية الاجتماعية.
- تحديد رؤية واضحة نحو الدور الاجتماعي الذي تريد أن تتبناه المؤسسات والقضية الرئيسية التي ستهتم بالعمل على المساهمة في معالجتها والمبادرة التي ستقدمها للمجتمع.

١-٤ أهمية الدراسة:

تتبع أهمية موضوع الدراسة انطلاقًا من الاهتمام العالمي والمحلي من خلال توجه الدستور وقانون الاستثمار لسنة ٢٠١٧ وكذلك حاجة قطاع الأعمال إلى إدراك مفهوم المسؤولية المجتمعية والمنافع المترتبة عليه للدولة والمجتمع ككل. بجانب بيان ما يمكن أن تؤديه المسؤولية المجتمعية في إطار الاستراتيجية القومية للتنمية وبناء الميزة التنافسية لقطاع الأعمال والذي يؤدي بدوره إلى دخول قطاع الأعمال لسوق المنافسة العالمية.

وأيضًا الحاجة الملحة إلى سد الفجوة بين منظمات الأعمال ذات الطبيعة الاقتصادية ومنظمات المجتمع المدني ذات الطبيعة الاجتماعية مما يجعلها قوة مساندة إلى النشاط الاقتصادي داخل الدولة ويساهم في علاج التباينات المكانية في جهود

التنمية. وحاجة قطاع الأعمال إلى الأنشطة التي تساهم في كسب رضا المواطنين وولائهم تجاه المجتمع المحلي.

وبصفة عامة تعتبر المسؤولية الاجتماعية هي المساهمات التي تقدمها منشآت القطاع الخاص والعام الأعمال في تحقيق التنمية المستدامة للمجتمع وذلك كونها عائدًا والتزامًا أخلاقيًا تجاه المجتمع، استثمارًا تنمويًا لتحقيق التنمية المستدامة وتعود بالفائدة على قطاع الأعمال العام. وهناك ثلاث توجهات توضح هذا المفهوم وهم: أصحاب المصالح، الاتجاه ديني، واتجاه الاقتصاد السياسي ومن ثم فإن المسؤولية الاجتماعية تعتبر وسيلة وأداة مهمة لتحقيق التنمية الشاملة وترتبط بالأعمال الاجتماعية بشكل أساسي. كما يعتمد المنهج الشمولي للمسؤولية الاجتماعية على بعض القضايا الاقتصادية والاجتماعية منها حقوق الإنسان، الممارسات العمالية، القضايا البيئية، ممارسات التشغيل العادلة، قضايا المستهلك وتنمية المجتمع وأخيرًا الحوكمة.

كما أن الدراسة تمثل اسهامًا متواضعًا يربط بين المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في مصر سواء من القطاع الحكومي والخاص أو ما يمثل شركة مساهمة مصرية وما يترتب على ذلك من تعميق لمفهوم الاستدامة وكذا تتمثل الأهمية عمليًا من خلال تصميم نموذج لقياس وتقييم المسؤولية الاجتماعية للبنوك من خلال إضافة بعد حوكمة المصارف والبنوك وهو ما يعتبر مؤشرًا كميًا مكملًا لتقييم وقياس المسؤولية الاجتماعية.

١-٥ تساؤلات الدراسة:

التساؤل الرئيسي: ما هو واقع المسؤولية الاجتماعية في مصر في ضوء الخبرات المكتسبة من بعض التجارب الدولية وما هو واقع ومعايير قياس المسؤولية الاجتماعية للبنوك؟

التساؤلات الفرعية:

- هل يمكن الاستفادة من الخبرات المحلية والدولية في توجيه شركاء التنمية معا تجاه جهود المسؤولية المجتمعية؟
- هل توجد مهام وأهداف محددة يمكن أن تلعبها المسؤولية الاجتماعية وذلك في ضوء أهداف تنمية المجتمع المصري بالعامه والمجتمع المحلي بخاصة؟

- هل تقوم الشركات والبنوك بتبني استراتيجيات أو خطط عمل محددة عن المسؤولية الاجتماعية في المجتمع؟
- هل تنعكس المسؤولية الاجتماعية للشركات على مخرجات المخططات الاستراتيجية للدولة وخطط التنمية المحلية؟
- هل يوجد مفهوم واضح للمسؤولية الاجتماعية يستجيب إلى الاحتياجات الاجتماعية وبما يتوافق مع استراتيجية التنمية؟
- هل يمكن تحديد الأبعاد الرئيسية والعناصر التي تتكون منها استراتيجية المسؤولية المجتمعية الشاملة؟
- هل يعكس مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات إيجابيا على تنمية المجتمع المحلي وتحسين أداء القطاع الخاص؟

١-٦ المنهج البحثي:

تتبع الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال وصف تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات وأثره على التنمية المستدامة في ضوء الخبرات العملية المكتسبة من خلال عرض وتقييم بعض التجارب الدولية والإقليمية والمبادرات المحلية أيضًا في مجال المسؤولية الاجتماعية وتعيين أوجه الاستفادة من كل تجربة، مع تحليل واقع وتطورات المسؤولية الاجتماعية في مصر وذلك من خلال تجميع البيانات والمعلومات الموثقة التي تم استيفائها ممن العديد من المصادر والمراجع الأجنبية والعربية. كما اتبعت الدراسة منهج تحليل المضمون للوصول إلى معايير المسؤولية الاجتماعية للبنوك المصرية، والوصول إلى آليات وإجراءات مناسبة لدعم المسؤولية الاجتماعية في البنوك.

١-٧ حدود الدراسة:

- **الحدود المكانية:** التطبيق على عينة من البنوك المصرية هي (بنك القاهرة- بنك مصر- البنك الأهلي المصري- البنك التجاري الدولي CIB- بنك قناة السويس- بنك الإسكندرية).
- **الحدود الزمنية:** ٢٠٢١.

- **الحدود الموضوعية:** دور المسؤولية الاجتماعية للشركات: بعض التجارب الدولية مع التطبيق على مصر (عينة من البنوك).

٨-١ مصطلحات الدراسة:

□ **المسؤولية الاجتماعية:** تشير إلى ما تقوم بموجبه الشركات بدمج الاهتمامات الاجتماعية والبيئية في عملياتها التجارية وفي تفاعلها مع أصحاب المصلحة على أساس طوعي. وتتمثل الوظيفة الرئيسية للمؤسسة في خلق القيمة من خلال إنتاج السلع والخدمات التي يطلبها المجتمع، وبالتالي تحقيق ربح لأصحابها ومساهميها بالإضافة إلى رفاهية المجتمع، لا سيما من خلال عملية مستمرة لخلق فرص العمل. ومع ذلك، فإن الضغوط الاجتماعية والسوقية الجديدة تؤدي تدريجياً إلى تغيير في القيم وفي أفق النشاط التجاري.

□ **القطاع المصرفي:** يتخذ البنك المركزي الوسائل التي تكفل تحقيق أهدافه والنهوض باختصاصاته ويشمل ذلك الرقابة على وحدات الجهاز المصرفي ووضع المعايير والضوابط الرقابية التي تكفل سلامة المراكز المالية للبنوك وحسن أدائها لأعمالها وإصدار القرارات اللازمة لتنفيذها وتقييم الجهود التي تبذل بشأن الرقابة على الائتمان الذي تقدمه البنوك والتأكد من تطبيق معايير الجودة الائتمانية والسلامة المالية، مع مراعاة الأعراف المصرفية الدولية.

□ **التنمية المستدامة:** تركز أهداف التنمية المستدامة على القضاء على الفقر وحماية الكون وضمان الرخاء للجميع، كجزء من أجندة جديدة للتنمية المستدامة. من المقرر تحقيق ما مجموعه ١٧ هدفاً و ١٦٩ غاية بحلول عام ٢٠٣٠. وتعيد أهداف التنمية المستدامة صياغة مناقشة المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال تطوير وتقديم حلول لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

٩-١ الدراسات السابقة:

تم اختيار الدراسات السابقة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات وأثرها على المجتمع فيما يتعلق بالأداء الاقتصادي والاجتماعي وكذلك الدراسات التي تناولت المفهوم من خلال دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز الميزة التنافسية. وفيما يلي أهم الدراسات السابقة التي تم الاطلاع عليها:

أولاً: دراسات متعلقة بدور المسؤولية الاجتماعية بتعزيز الميزة التنافسية وحوكمة الشركات:

١- صالحى (٢٠١٥): مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تدعيم الميزة التنافسية" دراسة حالة: مؤسسة نفطال باتنة" رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر. استهدفت الدراسة التعرف على مدى مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تدعيم الميزة التنافسية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة الاستبيان، وخلصت الدراسة إلى أن تحقيق الميزة التنافسية يستوجب تضافر جهود كل من الفرد والمجتمع المحلي والدولة ككل. وأيضاً تحقيق التنمية الاقتصادية يستوجب استغلال كل الموارد الطبيعية والمادية والبشرية بشكل عقلاني لا يمس حقوق الأجيال المستقبلية.

٢- أبو هريبد (٢٠١٧): دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية" دراسة حالة: شركة توزيع كهرباء محافظات غزة"، رسالة ماجستير، أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا، جامعة الأقصى. استهدفت الدراسة التعرف على دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية، وتم ذلك من خلال إجراء أداة الاستبيان شملت العديد من عمال الشركة. وخلصت الدراسة إلى أهمية البعد الاقتصادي في زيادة الاهتمام برفع مستوى رضا العاملين عن سياسات الأجور والحوافز مقابل الجهد المبذول. والبعد القانوني: تبني الفكر الإداري الحديث والذي يركز على أهمية النقابات العمالية وإعطاء الحق للعاملين وذوي العلاقة في المشاركة الخاصة بالقرارات الداخلية والخارجية للشركة. والبعد الأخلاقي: على الشركة التعامل مع الموظفين لديها بعدالة في (الأجور، الترقيات، الحوافز)، واعتماد الأسس المهنية والعلمية كمعيار للتعيينات والترقيات في كل المستويات. والبعد الانساني: حيث يتوجب على الشركة إفساح المجال لعدد من ذوي الاحتياجات الخاصة بالعمل داخل الشركة.

٣- شرفي (ب. ت): دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال: دراسة حالة" مؤسسة سوناطراك"، ورقة بحثية، جامعة منتوري، قسنطينة.

تناولت الدراسة التعرف على مدى تبني منظمات الأعمال الجزائرية ممثلة في مؤسسة سوناطراك لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والتعرف على أثر تبني هذا المفهوم على الميزة التنافسية، من خلال الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على الأرقام والبيانات المنشورة من طرف المؤسسة. وخلصت الدراسة إلى ضرورة إيمان المنظمة بقضية المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع، وأن تكون هناك قناعة ويقين من قبل كل مسؤول فيها ابتداء من أصحاب الشركات، مروراً بمديريها التنفيذيين، انتهاءً بالموظفين حول أهمية هذا الدور.

4- Ashour, Ali, and Allan, (2020): Corporate Social Responsibility and Competitive Advantage: Relationships and Mechanisms, International Journal of Economics and Business Administration.

استهدفت إلى إلقاء الضوء على تطبيقات المسؤولية الاجتماعية للشركات وتحقيق الميزة التنافسية التي تركز على دور سمعة الشركة. وعلى الرغم من أن النتائج أكدت التأثير الإيجابي (المباشر وغير المباشر) للأبعاد الاجتماعية والقانونية والأخلاقية لـ (CSR) على الميزة التنافسية، إلا أن تحليل البيانات لم يدعم أي تأثير كبير للبعد البيئي على الميزة التنافسية (CA) من خلال سمعة الشركة (CR) كمتغير وسيط.

5- Zhao, Meng, He and Gu, (2019): The Influence of Corporate Social Responsibility on Competitive Advantage with Multiple Mediations from Social Capital and Dynamic Capabilities.

استهدفت دراسة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والميزة التنافسية على مدى عقود. أظهرت النتائج أن المسؤولية الاجتماعية للشركات يمكن أن تؤثر بشكل إيجابي على CA بشكل مباشر وغير مباشر بوساطة هيكل وأبعاد التنافسية. وخلقت المسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل غير مباشر ميزة تنافسية من خلال تعزيز البلدان النامية، مثل القدرة على تكامل الموارد وتنظيم القدرة على التعلم، ولكن ليس عن طريق الابتكار والقدرة على التحول.

6- Marin, Martín, and Rubio, (2017): Doing Good and Different! The Mediation Effect of Innovation and Investment on the Influence of CSR on Competitiveness.

حللت الدراسة أدوار الابتكار والاستثمار التي تؤثر بها المسؤولية الاجتماعية للشركات على القدرة التنافسية، ومن خلال استبيان، أظهرت نتائج عدم وجود تأثير مباشر للمسؤولية الاجتماعية للشركات على القدرة التنافسية، ولكن يظهر أن الابتكار والاستثمار يؤثران على تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على القدرة التنافسية بشكل غير مباشر وكبير. وتوضح هذه النتائج التأثير الكلي للابتكار والاستثمار على المسؤولية الاجتماعية للشركات على القدرة التنافسية.

7- Ioanna Boulouta, Christos N. Pitelis (2013): Who Needs CSR? The Impact of Corporate Social Responsibility on National Competitiveness.

استهدفت بيان أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات وبيان تأثيرها على التنافسية الدولية. وعبر منهج التحليل الوصفي، خلصت الدراسة إلى أن هناك علاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وبين التنافسية بشكل رئيسي على مستوى الأعمال، فظهرت أدلة تشير إلى أن المسؤولية الاجتماعية للشركات يمكن أن تكون إيجابية بشكل كبير للمساهمة في التنافسية الوطنية وتم قياس مستويات المعيشة الوطنية أيضًا؛ والبلدان التي تسجل ابتكارات منخفضة نسبيًا يمكن أن تستفيد أكثر، مقارنة بالبلدان المبتكرة للغاية، من خلال تنفيذ استراتيجيات تحديد المواقع (Positioning Strategies) على أساس المسؤولية الاجتماعية للشركات.

8- Marín, Longinos (2012): Competitiveness as a Strategic Outcome of Corporate Social Responsibility, Facultad de Economía Empresa, University of Murcia

استهدفت تحليل تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على القدرة التنافسية كبعد استراتيجي للشركات. وبيّنت النتائج أن المسؤولية الاجتماعية للشركات التي لها تأثير إيجابي على القدرة التنافسية من خلال اختبار تأثير استراتيجية الشركة، والحجم، والصناعة. وأظهرت النتائج تأثيرًا إيجابيًا للمسؤولية الاجتماعية للشركات على القدرة التنافسية، وهو أقوى بالنسبة للشركات الكبيرة والشركات التي تتبع نشاطًا استباقيًا مقابل

إستراتيجية " رد الفعل " (Follow a proactive vs. Reactive strategy) في حين لا تظهر فروق بين الخدمات والصناعات التحويلية.

9-Li, Wenbiao. (2012): Study on the Relationships between Corporate Social Responsibility and Corporate International Competitiveness International Conference on Future Electrical Power and Energy Systems, School of Economics & Trade, Nanchang Institute of Technology, Nanchang, Jiangxi Province, China.

استهدفت دراسة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والتنافسية الدولية. وعبر منهج التحليل الوصفي، بينت الدراسة أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات حث المجتمع كله للانتباه، وتعجيل خطوات نظام الشركات للإصلاح بحيث يتم تضخيم عزم الشركات لتتحد على المسؤولية الاجتماعية.

ثانياً: دراسات متعلقة بالآثار المترتبة على تطبيق المسؤولية الاجتماعية من خلال بعض التجارب:

1-Guillén León and Sergio Afcha, (2020): Incidence of Stakeholders in the Corporate Social Responsibility of Micro, Small and Medium-sized Enterprises of Santa Marta, Facultad de Ciencias de la Administración/ Universidad del Valle, Cali –Colombia.

استهدفت تقديم تصور وتطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية في عينة من ٤٩٩ مؤسسة متناهية الصغر وصغيرة ومتوسطة في مدينة سانتا مارتا (كولومبيا) وفقاً لنظرية أصحاب المصلحة. واعتمدت على استخدام تقنية الترابط لتحليل العوامل الاستكشافية لتحديد أصحاب المصلحة الأكثر أهمية في تنفيذ ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات. وقد وجدت الدراسة أن أصحاب المصلحة المرتبطين بسلسلة القيمة والبيئة وإدارة الشركة يفضلون إجراءات المسؤولية الاجتماعية في الشركات المحلية المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة. وعلى النقيض من ذلك، فإن المجتمع والحكومة ليس لديهم تأثير كبير على تطوير ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة. بالإضافة إلى ذلك، وجد أن حجم

الأعمال بمثابة وسيط مهم لتطوير المسؤولية الاجتماعية للشركات. نظرًا لوجود تأثير مميز لأصحاب المصلحة في تطوير الممارسات المسؤولة في الشركات الصغيرة والصغيرة والمتوسطة في سانتا مارتا، يُقترح الترويج لبرامج تدريبية شاملة حول المسؤولية الاجتماعية في الشركات الأصغر.

٢- **مصطفى (٢٠١٣)**: المسؤولية الاجتماعية وأثرها على الأداء المالي للشركات، دراسة تطبيقية على الشركات المقيدة ببورصة الأوراق المالية المصرية، رسالة ماجستير، القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية. استهدفت الدراسة إلى التعرف على أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للشركات، وذلك من خلال إجراء دراسة تطبيقية على الشركات المقيدة ببورصة الأوراق المالية المصرية، بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهداف الدراسة. وخُصت إلى إصدار وتفعيل مزيد من القواعد واللوائح المنظمة التي تحفز المستثمرين نحو مزيد من الاستثمار الاجتماعي، منح علامة جودة للشركات الحاصلة على مراكز متقدمة بالمؤشر المصري لمسؤولية الشركات لأكثر من خمس أعوام على التوالي يكون شعارها "شركة مصرية ذات مسؤولية اجتماعية مستدامة" بما يدعم أهداف تنافسية الشركات واستدامة الأعمال الاجتماعية.

٣- **المغربيل، فؤاد (٢٠٠٨)**: المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر: بعض التجارب الدولية، ورقة عمل رقم (١٣٨)، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، القاهرة. هدفت للتعرف على مفهوم المسؤولية الاجتماعية لرأس المال وتطوره والمزايا المترتبة عليه وكيفية تقييمه وتنظيمه، كما تتناول أهم التجارب الدولية في هذا المجال كمحاولة للوقوف على أفضل الممارسات للاستفادة منها. وتوصلت لتحديد الدوافع التي تشجع القطاع الخاص في مصر على الاضطلاع بهذه المسؤولية والمجالات التي تحظى باهتمام الشركات المحلية والتحديات التي تواجهها عند تبنيها لبرامج المسؤولية الاجتماعية، التي من شأنها الترويج للمسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر من خلال مشاركة الحكومة والقطاع الخاص والمجتمع المدني.

4- Hortensia, Mircea, Natalia, (2014): Research on Corporate Social Responsibility in the Development Region Center in Romania.

حيث استهدفت رصد مستوى الوعي بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) وتحديد كيفية تخطيط وتنظيم أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات في رومانيا - منطقة مركز التنمية. وقد تم تنظيم وتحليل هذه البيانات التي تم جمعها عن طريق الاستبيان وتوصلت إلى أن ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في المؤسسات التي شملتها الدراسة ليست مفهومة ومستخدمة بشكل كافٍ.

5- Baron, David. (2008): Managerial Contracting and Corporate Social Responsibility, Journal of Public Economics.

سعت لتحليل الإدارة التعاقدية (الحوكمة) وعلاقتها بالمسؤولية الاجتماعية للشركات. ومن خلال منهج الوصف التحليلي خلصت الدراسة إلى أن نظم الحوافز والمكافأة هي أحد العوامل الهامة التي تؤثر على قرار الإفصاح البيئي والاجتماعي، وأن اهتمام الشركات بالقضايا البيئية والاجتماعية سوف يدفع العملاء إلى مكافأة الشركة مباشرة على اهتمامها بتلك القضايا بما ينعكس على الأداء المالي للشركة.

6- Patricia and Rebérioux, (2016): corporate governance and corporate social responsibility: a typology of OECD countries, journal of governance and regulation.

بحثت العلاقات بين حوكمة الشركات والمسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR). ومن خلال منهج التحليل الوصفي، بينت الدراسة أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تتحدد من خلال عوامل عديدة (في مقدمتها عوامل الحوكمة) هي المحددات الرئيسية لسياسات المسؤولية الاجتماعية للشركات والأداء خارج المالي.

7- Kang Kyung, Seoki Lee and Chang Huh, (2010): Impacts of Positive and Negative Corporate Social Responsibility Activities on Company Performance in the Hospitality Industry. International Journal of Hospitality Management.

استهدفت تحليل التأثير الإيجابي أو السلبي للمسؤولية الاجتماعية للشركات على أداء الشركات في صناعة الترميز. وعبر منهج التحليل الوصفي خلصت الدراسة إلى أنه

ينبغي لوضع استراتيجي المسؤولية الاجتماعية للشركات أن يكون حذراً إزاء إمكانية تأثير أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات على أصحاب المصلحة وخاصة المستثمرين؛ حيث يمكن أن يؤثر ذلك على قيمة أسهم الشركة.

التعليق على الدراسات السابقة:

تبين أن هناك كثافة في عرض الدراسات التي تناولت مفهوم وتطبيقات المسؤولية الاجتماعية للشركات، سواء من خلال العناصر الرئيسية كالاستدامة والشمول والانصاف والكفاءة، أو من خلال علاقة المسؤولية الاجتماعية بالقطاع الخاص وتعزيز الميزة التنافسية، ودورها في تحقيق التنمية الاجتماعية، وتعزيز بيئة عمل أكثر توازناً، مع مراعاة البعدين البيئي والاجتماعي معاً. وهناك جهود مبذولة من قبل الباحثين والمؤسسات الدولية لإجراء العديد من الدراسات والأبحاث في مجال المسؤولية الاجتماعية. وتناولت تحليل المسؤولية الاجتماعية بصور متعددة الأبعاد، سواء في سياقها كمفهوم ممتد منذ عقود، أو جوانب أخرى تتعلق بأبعاد المسؤولية الاجتماعية ومؤشرات قياسها وأطرها التشريعية والمؤسسية.

وقد تم اختيار الدراسات والبحوث الأكثر ارتباطاً بموضوع الدراسة مع مراعاة الحداثة، وتحليل البيانات المتوفرة مع الاستفادة منها.

وقد استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة ما يلي:

- تحديد الإطار النظري وجمع المعلومات وتحديد المتغيرات واختيار منهج الدراسة والتعرف كيفية تحليل الأبعاد الخاصة بالمحاور ومتغيرات الدراسة.
- إبراز أهمية المسؤولية الاجتماعية كأداة لتحقيق التوازن بين الدورين الاقتصادي والاجتماعي للشركات التي تناولتها الدراسات السابقة للدول المتقدمة.
- إعداد أهداف الدراسة وأهميتها والمنهج المستخدمة في تطبيقها كما أفادت الدراسات السابقة في صياغة تساؤلات الدراسة.
- وضوح مفهوم المسؤولية الاجتماعية باستخدام العديد من المفردات في الأدبيات السابقة.
- تقديم العديد من المقترحات للاستفادة من منظومة المسؤولية الاجتماعية.

□ استعراض أهداف تطبيق المسؤولية الاجتماعية كأداة للتنمية الاجتماعية والاقتصادية.

□ ضرورة تطبيق المسؤولية الاجتماعية كنهج معاصر في الإدارة السياسية والاقتصادية والاجتماعية للدولة.

ثانياً: الفجوة البحثية:

□ الاستفادة القصوى من الخبرات الدولية والإقليمية وأيضاً المحلية في بلورة رؤية وتصور لتوجيه شركاء التنمية في مصر تجاه جهود الدولة في تعزيز المسؤولية المجتمعية.

□ تحديد الأبعاد الرئيسية والعناصر الشمولية التي تتكون منها استراتيجية المسؤولية المجتمعية في نطاق تحقيق التنمية المستدامة

□ تناول كيفية تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الاقتصاد المصري وأهم أهدافها في سياق أهداف العمل اللائق وجائحة كورونا.

□ إبراز دور المسؤولية الاجتماعية للبنوك في المساهمة نحو تحقيق المساندة الاجتماعية بجانب الدولة على مستوى العاملين بالقطاع المصرفي والمتعاملين معه وأيضاً المساهمة في الحفاظ على البيئة.

١-٠ محتويات الدراسة:

قسمت الدراسة إلى أربعة فصول مسبقة بمقدمة، حيث الفصل الأول الإطار النظري للمسؤولية المجتمعية، الفصل الثاني بعض التجارب والمبادرات الدولية والإقليمية في المسؤولية الاجتماعية، الفصل الثالث المسؤولية الاجتماعية في ضوء التجارب المحلية، الفصل الرابع المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر - دراسة حالة تطبيقية

الفصل الأول

الإطار النظري للمسؤولية المجتمعية

تمهيد

تشير المسؤولية الاجتماعية إلى إطار أخلاقي يبين أن الكيان، سواء كان منظمة أو فرداً، عليه التزام بالعمل لصالح المجتمع ككل. من منظور الأعمال التجارية يمكن تعريفه على أنه الالتزام الثابت بالتصرف بطريقة أخلاقية والمساهمة في التنمية الاقتصادية مع تحسين نوعية حياة موظفي الشركة وعائلاتهم - وكذلك المجتمعات المحلية والبيئة والمجتمع على حد سواء. كما يمكن أن تشمل مبادرات المسؤولية الاجتماعية سياسات أو برامج أو مشاريع محددة داخل الشركات ومع شركاء خارجيين وسوف تختلف حسب الأعمال والحجم والقطاع والجغرافيا.

وعلى الرغم من أن الشركات اليوم أكثر كفاءة وتستخدم موارد أقل لصنع السلع- بفضل التقدم التكنولوجي- لا تزال كثرة من النظم البيئية تعاني لأن حجم النشاط الاقتصادي ينمو كل عام على الرغم من التحسينات البيئية من قبل الشركات الفردية. فالهدف من المسؤولية الاجتماعية للشركات هو زيادة الأرباح طويلة الأجل وثقة المساهمين من خلال العلاقات العامة الإيجابية والمعايير الأخلاقية العالية لتقليل المخاطر التجارية والقانونية والبيئية من خلال تحمل مسؤولية إجراءات الشركات. لا يكفي أن تحقق الشركات ربحاً وأن تلتزم فقط بنص القانون في عملياتها التجارية. وإنما عليها أيضاً التصرف بطريقة أخلاقية ومسؤولة اجتماعياً.

١/١ الإطار المفاهيمي للمسؤولية المجتمعية:

حظي مفهوم المسؤولية الاجتماعية باهتمام كبير في العقود الماضية، حيث أصبح موضوعاً مهماً للبحث في العلوم الاجتماعية، وبالتالي أدى إلى منشورات غنية ومتنوعة. وبات مصدر للنقاش حيث إن أشكاله وممارساته تختلف اختلافاً كبيراً بين الشركات وتشمل مجموعة واسعة من المجالات. وحالياً، بالإضافة إلى الأخلاقيات، يتم النظر بشكل متزايد في مفهوم المسؤولية الاجتماعية في سياق التنمية الاقتصادية والاجتماعية من أجل تعزيز قدرات وثروات الناس والمجتمع.

ومن ثم، أدرك المزيد من قادة الأعمال أن لديهم مسؤولية القيام بأكثر من مجرد تعظيم الأرباح للمساهمين والمديرين التنفيذيين. حيث تقع على عاتقهم مسؤولية

اجتماعية للقيام بما هو أفضل ليس فقط لشركاتهم، ولكن للناس والمجتمع ككل. وأدى هذا الإدراك إلى ظهور الشركات التي تعتبر مسؤولة اجتماعيًا بتطبيقها مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات. (Stobierski, 2021:12).

وفقاً لـ (Göbbels, 2002)، تعتبر المسؤولية الاجتماعية مصطلحاً قيمياً: "إنها تعني شيئاً ما، ولكن ليس الشيء نفسه دائماً للجميع". في كثير من الأحيان، يُنظر إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها الدواء الشافي الذي من شأنه حل فجوة الفقر العالمية والإقصاء الاجتماعي والتدهور البيئي. وتؤكد جمعيات أرباب العمل على الالتزام الطوعي للمسؤولية الاجتماعية للشركات. كما تعتقد الحكومات المحلية وبعض المنظمات غير الحكومية أن الشركات بين القطاعين العام والخاص يمكنها، على سبيل المثال، تجديد الأحياء المجاورة.

كما أدرك العديد من التخصصات الإدارية أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تناسب أغراضها، مثل إدارة الجودة، والتسويق، والاتصالات، والتمويل، وإدارة الموارد البشرية، وإعداد التقارير. ويقدم كل من مسؤولي هذه الإدارات وجهات نظره حول المسؤولية الاجتماعية للشركات التي تتوافق مع أوضاعهم الخاصة والتحديات التي يواجهونها. ولذلك فإن المفاهيم والتعاريف الحالية غالباً ما تكون منحازة نحو اهتمامات محددة (Marrewijk, Marcel van, 2002:6).

وبالفعل، أصبحت قضايا المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) نشاطاً رئيسياً للشركات الكبيرة. وفقاً لـ (Dahlsrud, 2008:22)، هناك ما لا يقل عن ٣٧ تعريفاً للمسؤولية الاجتماعية للشركات. وفي عام ٢٠٠٢، خلصت المفوضية (European Commission, 2002) إلى تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنها مفهوم تقوم بموجبه الشركات بدمج الاهتمامات الاجتماعية والبيئية في عملياتها التجارية وفي تفاعلها مع أصحاب المصلحة على أساس طوعي. وتتمثل الوظيفة الرئيسية للمؤسسة في خلق القيمة من خلال إنتاج السلع والخدمات التي يطلبها المجتمع، وبالتالي تحقيق ربح لأصحابها ومساهمتها بالإضافة إلى رفاهية المجتمع، لا سيما من خلال عملية مستمرة لخلق فرص العمل. ومع ذلك، فإن الضغوط الاجتماعية

والسوقية الجديدة تؤدي تدريجياً إلى تغيير في القيم وفي أفق النشاط التجاري (European Commission, 2002).

وفي عام ٢٠١٠، تم نشر معايير ISO 26000، من قبل المنظمة الدولية للتوحيد القياسي، وهي تحدد المبادئ والإرشادات الخاصة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية. وتقدم هذه المعايير أيضاً إرشادات ومقترحات حول طرق التنفيذ لأنواع مختلفة من المنظمات (الشركات والمنظمات غير الحكومية والنقابات، إلخ) لبدء العمل بطريقة مسؤولة اجتماعياً. بهذه الطريقة، من المتوقع أن تتصرف الشركات الحاصلة على هذه الشهادة بشكل أخلاقي وشفاف وأن تساهم في رفاهية المجتمع. وتتوافق ISO 26000 مع تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) على النحو المحدد في عام ٢٠٠١ من قبل الاتحاد الأوروبي وهذا هو السبب في أنها تعتبر في العديد من المنظمات جزءاً أساسياً من استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركات.

وبشكل عام، تشير المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) إلى تحمل الشركات المسؤولية عن تأثيرها على المجتمع. والمسؤولية الاجتماعية للشركات مهمة للاستدامة والقدرة التنافسية والابتكار لشركات الاتحاد الأوروبي واقتصاداته عامة. كما أن لها فوائد لإدارة المخاطر، وتوفير التكاليف، والوصول إلى رأس المال، والعلاقات مع العملاء، وإدارة الموارد البشرية. وتعزز المفوضية الأوروبية المسؤولية الاجتماعية للشركات في الاتحاد الأوروبي وتشجع الشركات على الالتزام بالإرشادات والمبادئ الدولية. (Commission, 2002) وتم بناء سياسة الاتحاد الأوروبي ذات الصلة على أجندة عمل تهدف إلى:

- تعزيز وضوح المسؤولية الاجتماعية للشركات ونشر الممارسات الجيدة.
- تحسين وتتبع مستويات الثقة في الأعمال التجارية.
- تحسين عمليات التنظيم الذاتي والتنظيم المشترك.
- تعزيز مكافآت السوق للمسؤولية الاجتماعية للشركات.
- تحسين إفصاح الشركة عن المعلومات الاجتماعية والبيئية.
- زيادة دمج المسؤولية الاجتماعية للشركات في التعليم والتدريب والبحث.

• التأكيد على أهمية سياسات المسؤولية الاجتماعية للشركات الوطنية ودون الوطنية.

• موازنة أفضل للنهج الأوروبية والعالمية تجاه المسؤولية الاجتماعية للشركات. ومن منظور منظمة العمل الدولية، كانت المسؤوليات الاجتماعية للأعمال التجارية ومساهماتها في جدول أعمال العمل اللائق، ولا تزال، جزءاً أساسياً من جهود منظمة العمل الدولية لتعزيز التقدم الاقتصادي والاجتماعي. وتعد المسؤولية الاجتماعية للشركات إحدى الطرق المهمة اليوم التي تؤكد بها المؤسسات مبادئها وقيمها، سواء في عملياتها الداخلية أو في تفاعلها مع الجهات الفاعلة الأخرى. بينما تعكس الشركات بشكل متزايد المبادئ التي تقوم عليها معايير العمل الدولية في سياسات المسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة بها، ومن المهم بالنسبة لمنظمة العمل الدولية التأكيد على الطبيعة الطوعية للمسؤولية الاجتماعية للشركات.

وخلال الفترة ٢٠٠٦-٢٠٠٧، نفذت منظمة العمل الدولية مبادرة (InFocus) التي تسعى إلى تعزيز قيادة منظمة العمل الدولية في هذا المجال من خلال تعزيز المبادئ المنصوص عليها في إعلان الشركات متعددة الجنسيات كأساس لسياسة وممارسة جيدة للمسؤولية الاجتماعية للشركات. وتبني هذه المبادرة على دور منظمة العمل الدولية وتكملة فيما يتعلق بحكومات الدول الأعضاء، ووضع معايير العمل وتنفيذها والإشراف عليها، وتعزيز الحوار الاجتماعي ومساعدة البلدان على دعم مبادرة InFocus وسعت إلى إعلام الطرق المتنوعة التي يمكن للمؤسسات من خلالها تفعيل إعلان الشركات متعددة الجنسيات تبني المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال (ILO, 2013: 23):

- تطوير المعرفة حول الجوانب المختلفة للمسؤولية الاجتماعية للشركات.
- تسهيل الحوار في منظمة العمل الدولية لتوضيح القضايا وتبادل الآراء حول ما يشكل ممارسة جيدة للمسؤولية الاجتماعية للشركات.
- تطوير وتوفير التدريب لدعم الهيئات المكونة والجهات الفاعلة الأخرى من أجل تفعيل إعلان الشركات متعددة الجنسيات.

○ تطوير نماذج للممارسات الجيدة حول كيفية قيام المؤسسات، بما في ذلك ضمن هيكل سلسلة التوريد الخاصة بها، بإنفاذ إعلان الشركات متعددة الجنسيات في سياق بلد معين من خلال أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة بها.

○ جمع المعلومات ونشرها من خلال تحديث قاعدة بيانات الأعمال والمبادرات الاجتماعية، ونشر أوراق العمل ودراسات الحالة، ودعم أنشطة الهيئات المكونة لمنظمة العمل الدولية.

○ بناء الحوار مع المنظمات الحكومية الدولية والمشاركة مع المبادرات الدولية الأخرى المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات.

وتعرف منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNID) المسؤولية الاجتماعية، كمفهوم إداري حيث تقوم الشركات بدمج الاهتمامات الاجتماعية والبيئية في عملياتها التجارية والتفاعلات مع أصحاب المصلحة. وتُفهم المسؤولية الاجتماعية للشركات عمومًا على أنها الطريقة التي تحقق الشركة من خلالها توازنًا بين الضرورات الاقتصادية والبيئية والاجتماعية، بينما تتناول في نفس الوقت توقعات المساهمين وأصحاب المصلحة.

وبهذا المعنى، من المهم التمييز بين المسؤولية الاجتماعية للشركات، والتي يمكن أن تكون مفهومًا استراتيجيًا لإدارة الأعمال، والجمعيات الخيرية أو الرعاية أو العمل الخيري. وعلى الرغم من أن الأخيرة يمكن أن تقدم أيضًا مساهمة قيمة في الحد من الفقر، فإنها ستعزز بشكل مباشر سمعة الشركة وتقوي علامتها التجارية، إلا أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات يتجاوز ذلك بوضوح.

كما تم اعتماد أهداف التنمية المستدامة (SDGs) في ٢٥ سبتمبر ٢٠١٥ من قبل ١٩٣ دولة كمتابعة للأهداف الإنمائية للألفية. تركز أهداف التنمية المستدامة على القضاء على الفقر وحماية الكون وضمان الرخاء للجميع، كجزء من أجندة جديدة للتنمية المستدامة. من المقرر تحقيق ما مجموعه ١٧ هدفًا و ١٦٩ غاية بحلول عام ٢٠٣٠ وتحقيق نفس الدعاوات لبذل جهد جماعي من الحكومة والشركات ومنظمات

المجتمع المدني. وتعيد أهداف التنمية المستدامة صياغة مناقشة المسؤولية الاجتماعية للشركات. ومن خلال تطوير وتقديم حلول لتحقيق أهداف التنمية المستدامة، ستكتشف الشركات فرصًا جديدة للنمو وتقلل من ملفات المخاطر الخاصة بها.

وبالنظر إلى أن كل وجهة سياحية تعتمد على مجتمع يعمل بشكل جيد وبيئة صحية واقتصاد مستقر، فإن للقطاع الخاص دور كبير في ضمان هذه الظروف الثلاثة. وتهدف الشركات إلى تحقيق الربح، والاهتمام بالبيئة التي تعمل فيها، وإحداث تأثير اجتماعي إيجابي وغالبًا من خلال برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR). يمكن استخدام أهداف التنمية المستدامة كإطار شامل لتحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية (UNDP, 2015:9).

وتعرف المنظمة الدولية من أجل التنمية المستدامة Hohnen, Paul and Potts, Jason, (2017:13)، المسؤولية الاجتماعية، على أنها مسؤولية المنظمة عن آثار قراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة من خلال سلوك شفاف وأخلاقي يتوافق مع التنمية المستدامة ورفاهية المجتمع؛ يأخذ في الاعتبار توقعات أصحاب المصلحة؛ يتوافق مع القانون المعمول به ويتوافق مع قواعد السلوك الدولية؛ ومتكامل في جميع أنحاء المنظمة.

ويصف (Rahman and Islam, 2019:8) المسؤولية الاجتماعية للشركات وممارسات التنمية المستدامة للبنوك التجارية في بنغلاديش على أنها علاقة تكاملية بين البنوك والشركات، حيث تنفذ البنوك أفكار المسؤولية الاجتماعية للشركات لتحقيق أهداف التنمية المستدامة للبلاد، كما تم التأكيد على زيادة مناصرة أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات بما يتماشى من أهداف التنمية المستدامة لتحقيق التنمية الشاملة.

وتتضح مساهمة أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات في تحقيق أهداف التنمية المستدامة من الدراسة التي أجراها (Vikash.2017)، في مراجعته لمساهمة المسؤولية الاجتماعية للشركات لشركة Target Company، والتي سلطت الضوء على كيفية قيام الشركة بمواءمة أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة بها مع أهداف الاستدامة والتزام الشركة تجاه الأشخاص والبيئة والفريق والمنتج. وقد وجدت دراسة

(BoXia, Olanipekun, Chen, Xie, & Liu,2018:34)، أن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي الوسيلة المناسبة لمعالجة قضايا الاستدامة.

جدول رقم (١-١) أبرز التعريفات المختلفة للمسؤولية الاجتماعية^٢

الجهة	التعريف
الغرفة التجارية العالمية	جميع المحاولات التي تساهم في تطوع المؤسسات لتحقيق تنمية بسبب اعتبارات أخلاقية واجتماعية، وبالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تعتمد على مبادرات رجال الأعمال دون وجود إجراءات ملزمة قانونيا ولذلك فإن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تتحقق من خلال الإقناع والتعليم.
منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD)	التزام المؤسسة بالمساهمة في التنمية الاقتصادية مع الحفاظ على البيئة العمل مع العمال وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل بشكل عام يهدف إلى تحسين جودة الحياة لجميع هذه الأطراف (OECD.)
برنامج الأمم المتحدة للتنمية (UNDP)	ما تقوم به الشركات وتقدمه للمجتمع طبقا لتوقعاته من هذه الشركات على أن تتضمن هذه المسؤولية الاجتماعية مراعاة لحقوق الإنسان وقيم المجتمع وأخلاقياته والالتزام بالقوانين ومكافحة الفساد والشفافية والإفصاح (عبد القادر، ب.ت:٥).
البنك الدولي	التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد (World Bank,2005:12).

وبالنظر إلى هذه التعريفات جاء التعريف الإجرائي للبحث "بأنها التزام مؤسسات الاعمال العامة والخاصة بممارسة أنشطتها التجارية والاستثمارية مع مراعاة البعد الاخلاقي والاجتماعي وحماية المستهلك والنشاطات المتعلقة بالعاملين والمتعاملين معها وأيضًا التزامها تجاه المجتمع بحماية البيئة والتفاعل مع المجتمع المحلي والعمل على تحقيق النمو المستدام مع تحمل جزء بجانب الدولة بتحقيق العدالة

^٢ تصميم الباحثة.

- الاجتماعية بما يضمن لها استمرارية في الأسواق وتحقيق أهدافها الخاصة، فهي التزام مؤسسات الأعمال بإدارة أنشطتها على نحو مسؤول اجتماعيًا وأخلاقيًا.
- أو بعبارة أخرى؛ هي دمج للمعايير الاجتماعية والأخلاقية في الممارسات الاقتصادية للمؤسسة الخاصة؛ إذ أن مساهمة المؤسسة الخاصة في رفاهية المجتمع لا تتوقف عند تحقيق القيمة الاقتصادية بل تستلزم خلق قيمة ثلاثية الأبعاد؛ حيث أن:
- البعد الاقتصادي: يُعنى بخلق القيمة من خلال إنتاج السلع والخدمات، وخلق فرص العمل ومصادر الدخل.
 - البعد الاجتماعي: ويشمل مجموعة متنوعة متعلقة بتأثير ممارسات المؤسسة على مختلف أصحاب المصالح الداخليين والخارجيين ذوي التأثير المباشر وغير المباشر.
 - البعد البيئي: ويتعلق بآثار أعمال وأنشطة المؤسسة على البيئة الطبيعية للمجتمع القائمة فيه.

٢/١ تطور مفهوم المسؤولية المجتمعية (محليا ودوليا)

تطورت منذ مطلع القرن العشرين فلسفات اقتصادية تزامنت مع الانفصال المتزايد بين الملكية والإدارة في الشركات الحديثة. فابتداء كانت الفلسفة الاقتصادية الكلاسيكية تفترض بأن واجب الشركات الأساسي، ان لم يكن الوحيد، هو أن تعظم من ربحيتها دون أن تقوم بأي واجب آخر تجاه المجتمع، الأمر الذي سوف يمكن المشروعات من النمو، ويوفر بالتالي طائفة أوسع من السلع والخدمات للمستهلكين، وسوف يؤمن دفع أجور أفضل للمستخدمين (الأسرج، ٢٠٠٣: ٥).

وقد تتبع Archie B. Carroll (١٩٩٩) تطور بناء المسؤولية الاجتماعية للشركات التي بدأت في الخمسينيات من القرن الماضي، والتي تمثل العصر الحديث للمسؤولية الاجتماعية للشركات. توسعت التعريفات خلال الستينيات وانتشرت خلال السبعينيات. في الثمانينيات، كان هناك عدد أقل من التعريفات الجديدة. وقد بدأت الموضوعات البديلة تتضج وتضمنت هذه الموضوعات البديلة الأداء الاجتماعي للشركات (CSP)، ونظرية أصحاب المصلحة، ونظرية أخلاقيات العمل. في تسعينيات

القرن الماضي، استمرت المسؤولية الاجتماعية للشركات في العمل كبنية أساسية ولكنها تتحول إلى أطر موضوعية بديلة أو تتحول إلى أطر موضوعية بديلة.

وتتمثل النظرة التقليدية للشركات، كما أوجزها ميلتون فريدمان (Milton Friedman) في السبعينات من القرن الماضي، في 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 فلسفة المسؤولية الاجتماعية، من شأنه أن يقلل أرباحها ويزيد تكاليف العمل، كما من شأنه إعطاء قوة اجتماعية للأعمال بشكل أكثر من اللازم (الأسرج، مرجع سابق).

وقد قام علماء الإدارة والاقتصاد بتطوير قواعد ملموسة لقياس المسؤولية الاجتماعية للشركات، ولعل من أبرز أنصار هذا المفهوم رجل الاقتصاد (Paul Samuelson) والذي رأى أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية يمثل البعدين الاقتصادي والاجتماعي معاً، وقد تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية حتى أصبح يدخل ضمن استراتيجيات الشركات وأدائها اليومي، بما يوضح الفهم الجيد لتطورات المجتمع المتغيرة في الحاضر والمستقبل. ومن العوامل التي ساهمت في زيادة الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية، أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١، التي شجعت عددًا كبيرًا من الشركات الكبيرة على الدعم المادي والمعنوي للمتضررين من هذه الأحداث.

وكذلك من أهم الأسباب التي أدت إلى تزايد الحديث عن برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات، زيادة الاهتمام بالقضايا المتعلقة بالفقر، وانخفاض مستوى معيشة بعض الفئات، والبطالة، وهي أمور ظلت لفترة طويلة من الزمن من مسؤوليات الحكومات، ولكن مع تنامي الاهتمام بالتنمية الاجتماعية والتأكيد على أهمية إقامة شراكات بين الحكومة والقطاع العام والقطاع الخاص والمجتمع المدني. وفي ضوء تأكيد

الشركات من أن تدهور مستوى التنمية الاجتماعية يؤدي إلى هروب رأس المال ويؤثر سلبًا على الاستثمار المحلي والأجنبي، زاد الاهتمام بهذا المفهوم.

ويمكن طرح مراحل تطور المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، فيما يلي:

١- مرحلة ما قبل الحرب العالمية الثانية: في هذه المرحلة لم يكن هناك اهتمام بالعاملين لعدم وجود وعي اجتماعي، كما كان يتم تشغيل الأطفال لظروف قاسية وبأجور متدنية، وقد شهدت أيضًا تلك المرحلة استنزافًا للموارد الطبيعية، ومع انهيار المؤسسات الصناعية وتسريح آلاف العاملين أثناء الكساد العالمي، أدى هذا إلى تدخل الدولة لإعادة التوازن الاقتصادي لحماية مصالح العاملين في ضوء أفكار الاقتصادي "جون مينارد كينز".

٢- مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية: في هذه المرحلة نُقلت المسؤولية الاجتماعية من الفكر النظري إلى التجسيد الواقعي، حيث تم تحديد حد أدنى لأجور العاملين، وتم إشراكهم في الإدارة تحت تأثير الأفكار الاشتراكية، إلى جانب ظهور جمعيات حماية المستهلك، وجمعيات حماية البيئة التي كانت كثيرًا ما تشكل قوة ضغط على الحكومات ومن ثم على المؤسسات. ومع ازدهار تكنولوجيا المعلومات وتقدم المجتمعات، أصبح التوجه نحو المسؤولية الاجتماعية هو بداية طريق النمو الاقتصادي للمؤسسات الاقتصادية.

وبنظرة سريعة على تطور المسؤولية المجتمعية، نجد أنه بين الخمسينيات والسبعينيات من القرن الماضي، اتخذت المسؤولية الاجتماعية للشركات جانبًا من العمل الخيري من قبل الشركات، وهو نهج متباين على نطاق واسع يتضمن دعم المنظمات الوطنية غير الربحية وفقًا لتقدير الرؤساء التنفيذيين مع القليل من الشفافية. وبدأت تعريفات المسؤولية الاجتماعية للشركات في التطور والتكاثر بشكل كبير في السبعينيات وأصبحت أكثر تحديدًا في العلاقات التجارية والعامّة. وفي الثمانينيات، أدت المنافسة الأجنبية القوية والتركيز الأكبر على المساهمين إلى قيام العديد من الشركات المدرجة بتبني ضوابط صارمة للجودة، حيث أدى ذلك إلى زيادة الطلب من

أجل ربط العمل الخيري للشركات بالأداء المالي من خلال جهود مثل التسويق المرتبط بالقضية وممارسات الأعمال الأكثر اتساقًا (Carroll, 1999:26).

علاوة على ذلك، أدى الضغط العام لمعالجة القضايا الاجتماعية والاقتصادية والبيئية للشركات إلى تطور ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات، مثل تنفيذ العمل الأخلاقي والعمل الخيري والجهود البيئية والتطوع على سبيل المثال. وفي الوقت الحالي، تعد المسؤولية الاجتماعية للشركات مفهومًا عالميًا أصبح جزءًا أساسيًا من الأعمال في كل من النظرية والتطبيق بقدر ما ينطبق على مختلف المجالات. وفي الواقع، تجلب المسؤولية الاجتماعية للشركات مجموعة متزايدة من الالتزامات الاجتماعية لمنظمات الأعمال ولديها إمكانات هائلة لتقوية المجتمع (Haddiya, Janfi and Guedira, 2020:10).

وقد اهتمت الشركات المحلية—أسوة بالشركات العالمية—بتقييم الآثار المترتبة على نشاطها على العاملين بها ومستوى رفاهيتهم، وعلى المجتمع المحلي والبيئة المحيطة بها، ثم على المجتمع ككل، اقتناعًا منها بأهمية ذلك ومردوده على نشاطها واستثماراتها وأرباحها ونموها واستدامتها. ومع زيادة درجة الوعي بالآثار السلبية للنشاط الاقتصادي على البيئة، والدور الهام الذي تلعبه وسائل الاتصال الحديثة في توعية المستهلكين (المغرب، وياسمين، ٢٠٠٨: ٤).

ووفقًا لقانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ المعدل بتاريخ أول أغسطس ٢٠١٩ بالقانون ١٤١ لسنة ٢٠١٩، تنص مادة (١٥): يجوز للمستثمر تحقيقًا لأهداف التنمية الشاملة والمستدامة تخصيص نسبة من أرباحه السنوية لاستخدامها في إنشاء نظام للتنمية المجتمعية، خارج مشروعه الاستثماري، من خلال مشاركته في كل المجالات الآتية أو بعضها (الجريدة الرسمية، ٢٠١٧).

- اتخاذ التدابير اللازمة لحماية البيئة وتحسينها.
- تقديم خدمات أو برامج في مجالات الرعاية الصحية أو الاجتماعية أو الثقافية أو في إحدى مجالات التنمية الأخرى.
- دعم التعليم الفني أو تمويل البحوث والدراسات وحملات التوعية التي تستهدف تطوير الإنتاج وتحسينه بالاتفاق مع إحدى الجامعات أو مؤسسات البحث العلمي.
- التدريب والبحث العلمي.

ويعد ما ينفقه المستثمر من مبالغ في إحدى المجالات المنصوص عليها في الفقرة السابقة بما لا يجاوز نسبة (١٠%) من أرباحه السنوية الصافية من التكاليف والمصروفات واجبة الخصم وفقا لنص المادة (٢٣) (بند ٨) من قانون الضريبة على الدخل الصادر بالقانون رقم ٩١ لسنة ٢٠٠٥ (الجريدة الرسمية، ٢٠١٧).

وعالميا، فقد تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية على مدار الوقت، فمن المسؤولية الاجتماعية للشركات كنوع من التنظيم الذاتي الذي يقوم به نموذج المؤسسة لمساعدة الشركة على أن تكون مسؤولة اجتماعيًا. وهو المعنى الإداري للمسؤولية الاجتماعية، تتبناه المنظمات لدمج الاهتمامات الاجتماعية والبيئية في عمليات عملها والتفاعل مع أصحاب المصلحة والجمهور. تم تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات أيضًا باسم مواطنة الشركة أو استدامة الشركة. وهو تبني ممارسات وبرامج المستفيدين الاجتماعيين في العمليات التجارية من قبل المنظمات. من خلال ممارسة ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات، يمكن للشركة أن تكون على دراية بنوع تأثير عملياتها على المجتمع والبيئة والاقتصاد (Apaydin, Guoliang, Demirbag, 2020:15).

وهو ما يشير إلى تطور نوعي في مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات من مفهومها الإداري إلى البيئي وصولاً إلى المفهوم الاقتصادي، ثم ما لبث أن أصبحت المسؤولية الاجتماعية لصيقة الصلة بالاستدامة وهو ما أكدته دراسة (SIMIONESCU, 2015)، التي أظهرت أن المسؤولية الاجتماعية باتت لاعباً رئيسياً في الاقتصاد العالمي وقضايا التنمية المستدامة. وفي إطار التفاعل بين "المسؤولية الاجتماعية للشركات" و "التنمية المستدامة" تم تعريف مصطلح التنمية المستدامة عدة مرات من قبل اللجنة العالمية للبيئة والتنمية في عام ١٩٨٧ في تقرير لجنة برونتلاند بعنوان "مستقبلنا المشترك" نشرته مطبعة جامعة أكسفورد، ١٩٨٧. ويعتبر تقرير برونتلاند على نطاق واسع علامة بارزة في التنمية البيئية. تنص على أن التنمية المستدامة هي "التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتهم الخاصة.

وبالتالي، فإن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي إحدى الوسائل الأساسية لتحقيق هدف التنمية المستدامة لجميع الدول، على مستوى ثلاثة مكونات رئيسية للتنمية المستدامة: البيئة والاقتصاد والمجتمع. كما تم تسليط الضوء على عدد من مقترحات التنمية المستدامة الهامة ويمكن من ربط مبادرات التنمية المستدامة والمسؤولية الاجتماعية للشركات. وذلك تأسيساً على أن أهداف التنمية المستدامة تتص وبشكل مباشر على أهداف المسؤولية الاجتماعية للشركات، ولا يوجد تعارض بينهما (Pachauri, 2009:11).

ومما يؤكد ذلك، دراسة (Rahman, Sultana and Rahman, 2020:13)، التي انتهت إلى أن كلا من المسؤولية الاجتماعية للشركات والأعمال الاجتماعية يمكن أن تكون طرقاً مهمة لتحقيق التنمية المستدامة عن طريق القضاء على الفقر والبطالة وعدم المساواة، ومنع التدهور البيئي وما شابه ذلك لأن كلا المفهومين يهدفان إلى حل المشكلات الاجتماعية. وأن مزيجاً من هذين المفهومين من المرجح أن يقدم حلولاً مستدامة للمشاكل الاجتماعية.

وعليه، فقد تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى منظور متعدد الأبعاد يراعي المعايير البيئية والاجتماعية والاقتصادية معاً، وهو ما يطلق عليه استدامة الشركات.

٣/١ مؤشرات قياس أداء المسؤولية الاجتماعية

على الرغم من عدم وجود تعريف عالمي متفق عليه للمسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR)، غالباً ما يتم تصنيف المنظمات من حيث أداء المسؤولية الاجتماعية للشركات. ومع ذلك، فقد تم تحديد ثغرتين في أدبيات المسؤولية الاجتماعية للشركات. أولاً، منهجيات التقييم مشكوك فيها وغالباً ما تفتقر إلى أساس علمي، وثانياً، تمثيل أصحاب المصلحة غير واضح أو مفقود تماماً (Bahurmoz, 2020).

وتاريخياً، كان أحد أهم العوائق التي تحول دون تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات هو صعوبة تحديد كيفية قياس تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات وعائد الاستثمار. ولكن حساب عائد الاستثمار ليس ممكناً فحسب، ولكنه أيضاً مشابه لعدد

الشركات التي تقيس بالفعل فعالية استراتيجيات الشركة أو التسويق الأخرى (Finkelstein, Emily, 2020:18).

ولذلك، فقد عُدّ القياس الدقيق للأداء الاجتماعي للشركة تحديًا يستدعي اهتمام العديد من أصحاب المصلحة. وفي جميع أنحاء العالم، تعتبر الشركات كيانات اقتصادية للغاية وقوية ولديها عمليات في البلدان المتقدمة والناشئة، وبالتالي يُطلب منها التصرف بشكل أخلاقي ووفقًا للشواغل الاجتماعية. وقد أثرت الأزمات المالية لعام ٢٠٠٨ على سمعة العديد من الشركات وأعطت المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) أهمية أكبر. بالإضافة إلى متطلبات الاقتصاد العالمي المستدام، حيث يتعين على الشركات الكشف عن أنشطتها. أثبتت الأدلة أنه بالنسبة لمبادرات الكشف عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، يتم تقييم الشركات وقياسها (Vargas-Preciado, 2017:16).

ووفق (Costea, 2020:25)، فإن المؤسسات على مستوى الدولة تؤثر بشدة على مشاركة الشركة في الإجراءات المسؤولة اجتماعياً. وتؤثر المؤسسات القانونية والسياسية وسوق العمل وسوق رأس المال، بدرجة أقل أو أكبر، على النتيجة النهائية للأداء الاجتماعي للشركات Corporate Social Performance (CSP). وبإلقاء نظرة على الفئة الأولى من المؤسسات، أي المنظمات على مستوى الدولة، فإن دراستهم تصور تفاعلاً سلبياً إلى حد ما بين الشؤون المالية والمسؤولية الاجتماعية للشركات.

وتميل البلدان التي لديها هياكل تنظيمية تعزز المنافسة القوية بين الشركات أيضاً إلى تحمل درجات منخفضة من الأداء الاجتماعي للشركات. وهذا يعني تداول القليل من أداء المسؤولية الاجتماعية من أجل القليل من الكفاءة الاقتصادية. وهذا ليس بأي حال من الأحوال سيئاً كما قد يبدو، نظراً لحقيقة أن نفس الشركات التي تشارك في البداية في هذا النوع من المقايضة ستحصل لاحقاً على تجمع مالي أكثر صحة يمكن من خلاله الاستثمار في الأهداف المتعلقة بالاستدامة. علاوة على ذلك، تميل البلدان ذات المستويات المنخفضة من الفساد إلى جذب المزيد من الشركات الراغبة في المساهمة في الأهداف الاجتماعية. ويجب أن يعكس مؤشر المسؤولية الاجتماعية

الشاملة للشركات المسؤوليات الاقتصادية والقانونية والبيئية والاجتماعية والأخلاقية للشركات. علاوة على ذلك، لكي يكون مثل هذا المؤشر مقبولاً لدى الشركة ولكي يكون "مملوكاً" من قبل إدارتها، يجب أن تتاح لأصحاب المصلحة الفرصة لتحديد الأولويات لكل عنصر من العناصر المكونة له من وجهات نظرهم الشخصية (Bahurmoz, op,cit). وقد قدمت دراسة (Lechuga,2020:17) هيكل رباعي الأبعاد للمسؤولية الاجتماعية للشركات، ضم الموظفين والعلماء والبيئة والمجتمع. وفي الوقت الراهن، تحرص الشركات على ذكر التقدم عندما يتعلق الأمر بمعايير البيئة والحوكمة (البيئية والاجتماعية، والأهداف المتعلقة بالحوكمة). حتى المستثمرين ينضمون إلى مجلس الإدارة، ويلقون نظرة فاحصة على أداء المؤسسات قبل اتخاذ القرارات. حتى أن هناك صناديق استثمار مشتركة توجه الاستثمارات نحو الشركات التي تتمتع بتصنيفات متينة في تحقيق الاهداف الاجتماعية والبيئية. (Perry, 2020:21).

ويُعرّف مؤشر المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنه "أداة إدارة وقياس معياري تمكن الشركات من قياس تأثيراتها على المجتمع والبيئة ومراقبتها والإبلاغ عنها وتحسينها بشكل فعال". تحظى مثل هذه التقييمات بشعبية خاصة في أسواق رأس المال الدولية حيث سعت المؤسسات إلى تقييم القيمة المضافة للمسؤولية الاجتماعية للشركات ونسبتها إلى القيمة المؤسسية لاستثمارات الشركة المسؤولة اجتماعياً (Bahurmoz.OP.CIT:13).

وقد قدمت دراسة (Zhang, 2017)، ثلاثة مؤشرات للمسؤولية الاجتماعية للشركات (١) الأداء البيئي؛ (٢) أداء حوكمة الشركات؛ (٣) مؤشرات الأداء الاجتماعي. كما تم استخدام مقياس جديد للمسؤولية الاجتماعية من قبل Thomson Reuters، يسمى ESG Combined Score من قبل دراسة (Havlinova,)، كذلك، تم تصميم مؤشر المسؤولية البيئية والاجتماعية S&P 500® لقياس أداء الأوراق المالية من S&P 500 التي تلي معايير الاستدامة البيئية والاجتماعية.

وفي منتصف أكتوبر عام ٢٠٢١، أعلنت مؤشرات (S&P Dow Jones) عن تغيير في مؤشرات المسؤولية البيئية والاجتماعية لها. وذلك من أجل تحقيق هدف المؤشرات بشكل أفضل، سيتم دمج تراكب تحليل الوسائط وأصحاب المصلحة في منهجية المؤشر (S&P, 2021).

كما تم تصميم مؤشرات مؤسسة مورجان MSCI للاستثمار المسؤول اجتماعياً (SRI) لتمثيل أداء الشركات ذات التصنيف البيئي والاجتماعي والحوكمة (ESG) المرتفع. تستخدم المؤشرات نهج اختيار "الأفضل في فئته" لاستهداف أفضل ٢٥٪ من الشركات في كل قطاع وفقاً لتصنيفات ESG MSCI الخاصة بهم. يمكن استخدام مؤشرات SRI من قبل المستثمرين المؤسسيين الذين يسعون إلى موازنة القيم الأخلاقية وإدارة المخاطر المالية المحتملة (MSCI, 2021).

ولمسايرة أهداف التنمية المستدامة المعلنة في يناير ٢٠١٦، تم وضع المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل هذه الرؤية، وقد أشار البنك الدولي إلى أن مبادئ استدامة الشركات تتضمن عشر مبادئ هي حجر الأساس لترسيخ الاستدامة في قرارات البنك عبر عملياته الداخلية. سيؤثر استخدام هذه المبادئ بطريقة منهجية بشكل إيجابي على كيفية تشغيل منشآتنا في جميع أنحاء العالم وكذلك عبر سلسلة التوريد الخاصة به. ومؤشر البنك الدولي لعام ٢٠٢١ هو عبارة عن جرد لاعتبارات الاستدامة المستخدمة في إقراض البنك الدولي (البنك) وخدمات التحليل بالإضافة إلى ممارساته المؤسسية. وأهم هذه المبادئ هي:

كن مرئياً للمناخ، ضمان كفاءة الموارد، القضاء على الفساد، كن ذكياً في استخدام الطاقة، تقليل النفقات، تعزيز التنوع والشمول، كن فعالاً في استخدام المياه، تعزيز الإدارة المستدامة للأراضي، ضمان رفاهية الموظفين، إشراك المجتمع والحفاظ عليه (World Bank, 2021).

ولا تتعلق الأنشطة الاجتماعية تجاه المجتمع بأعباء مالية صريحة سواء كانت نتائجها إيجابية (مثل الإنفاق على الدراسة وتدريب بعض الطلاب وكفالة اليتيم) أو سلبية (مثل مساهمة الشركة في التلوث البيئي نتيجة الغبار والأتربة أو الدخان المتطاير

من مزاوله نشاطها) بحيث لا يتم الإفصاح عنها في البيانات المالية المنشورة للشركة. وقد أدى هذا النقص في الأنظمة المحاسبية المتعلقة بجرد المعلومات المتعلقة بالأنشطة الاجتماعية إلى الحد من قدرة الشركات على الإفصاح عن ممارستها للأداء الاجتماعي في تقاريرها المحاسبية والمالية، وبالتالي حرما من فرصة تقييمها بموضوعية.

ومنذ ذلك الحين، أصبحت المسؤولية الاجتماعية الآن من المؤشرات الرئيسية في عملية تقييم الأداء. ولاتخاذ القرارات المتعلقة بالجوانب الاجتماعية لشركات القطاع الخاص، كان لا بد من البحث عن معايير أو مؤشرات قياسية تعالج المشكلات المحاسبية المتعلقة بعملية قياس وتقييم الأنشطة الاجتماعية، والتأكيد على أن الشركات تكشف عن معلومات عن الأداء الاجتماعي (ضروري) لتقييم الأداء وفقاً لمفهوم الشركة المقبولة اجتماعياً (رحيم، ٢٠٠٩م، ص ٣٤).

وقد تم تطوير عدد من المؤشرات التي يمكن استخدامها في قياس الدور الاجتماعي الذي تؤديه الشركات من خلال أنشطتها الاجتماعية والاقتصادية المختلفة المتعلقة بعملها، وقياس دور تلك الشركة في القيام بمسؤولياتها الاجتماعية تجاه جهات متعددة سواء داخلها أو خارجها، وتتم مقارنة تلك المعايير تاريخياً على مدار فترة زمنية للوقوف على تطوير الأداء، أو يتم إجراء المقارنة مع مؤشرات أداء الشركات المماثلة في المجتمع من منظور المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال الخاص.

١/٤ أهداف المسؤولية الاجتماعية للشركات:

تعد المكاسب المتعددة اجتماعيا واقتصاديا من أهم الأسباب والدوافع التي تجعل المؤسسات تتبنى برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات، فهي بالأساس مؤسسات اقتصادية تتمويع تسعى لتحقيق أهدافها الخاصة وأيضاً المحافظة على استقرارها واستمرارها في السوق المحلي والأجنبي بهدف تحقيق العوائد الربحية المنوطة بها، ومن بين تلك المكاسب التي تستفيد منها الشركة ما يلي:

- تحسين سمعة المؤسسة، تسهيل الحصول على الائتمان، استقطاب الكفاءات البشرية، بناء علاقة قوية مع الحكومات، رفع قدرة المؤسسات على التعليم والابتكار، الاستدامة والمشاركة في الاقتصادات الوطنية، ورفع وكفاءات الاقتصاد

المحلى والعمل على تحقيق معدلات نمو مرتفعة تسهم في عملية استقرار الدول. ناهيك عن محاول في التخفيف من الأضرار التي سببتها عولمة الاقتصاد، ومعالجة الآثار السلبية للممارسات الاقتصادية الخاطئة، ولعل من أبرزها (الأسرج، مرجع سابق، ١٤):

- عدم تحقيق العدالة الاجتماعية بين دول العالم.
- إضعاف قدرة الدولة في السيطرة على اقتصادها.
- عدم قدرة الدولة على حماية المنتجين من المخاطر.
- محدودية قدرة الدولة على تحسين المستوى المعيشي للعائلات الفقيرة.
- تزايد ضغوط الهيئات والجمعيات الإنسانية والبيئية التي تعمل على إيقاف التجاوزات التي تؤثر سلباً على حياة الأفراد.
- غياب العدالة في توزيع المكاسب المتأتية من تحرير التجارة الخارجية.
- تزايد حدة الأزمات المالية بسبب تحرير الأسواق العالمية النقدية.
- زيادة البطالة مع تكييف اقتصاديات الدول لمواجهة متطلبات التعامل في الأسواق العالمية والاستجابة لظروف العولمة كضغوط صندوق النقد الدولي
- تحسين البيئات التي تعمل فيها الشركات واستعادة ثقة العاملين والمستهلكين، بما يسهم في رفع الإنتاجية.

ويمكن توضيح أهداف تطبيق المسؤولية الاجتماعية على عدة أصعدة، في مقدمتها، بالنسبة للمؤسسة، تحسين صورة المؤسسة في المجتمع وخاصة لدى العملاء والعمال؛ ما من شأنه التأثير على مناخ العمل، وبعث روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف، كما أنها تمثل تجاوباً فعالاً مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع. كما أن هناك فوائد أخرى تتمثل في المردود المادي والأداء المتطور من جراء تبني هذه المسؤولية. وبالنسبة للمجتمع، تؤدي إلى الاستقرار الاجتماعي على خلفية توفر نوع من العدالة وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص، وهما جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، بالإضافة إلى تحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع، وزيادة الوعي بأهمية الاندماج التام بين المؤسسات ومختلف الفئات ذات المصالح، كما أنها تعمل على الارتقاء

بالانتمية انطلاقًا من زيادة الوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد، وهذا يساهم في الاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية.

أما بالنسبة للدولة: تساعد هذه المسؤولية في تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في أداء مهامها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية؛ حيث يؤدي الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية التي تسهم في التطور التكنولوجي، والقضاء على البطالة وغيرها من الأدوات التي تجد الدولة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها جميعها بعيدًا عن قيام المؤسسات الاقتصادية الخاصة بدورها في هذا الإطار. ومن أهم الفوائد التجارية للمسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها جهد علاقات عامة له مردود إيجابي وفعال في تعزيز القدرة التنافسية للشركة. وتشمل الفوائد التجارية للمسؤولية الاجتماعية للشركات ما يلي (Corporate Finance Institute):

- صورة أقوى للعلامة التجارية والاعتراف والسمعة: تضيف المسؤولية الاجتماعية قيمة للشركات من خلال الحفاظ على سمعة الشركة / أو حقوق ملكية العلامة التجارية.
- زيادة ولاء العملاء والمبيعات: يشعر عملاء الشركة التي تمارس المسؤولية الاجتماعية للشركات أنهم يساعدون الشركة في دعم الأسباب الجيدة في الإنتاج والتسويق وخدمة العملاء.
- وفورات في التكاليف التشغيلية: يؤدي الاستثمار في الكفاءات التشغيلية إلى توفير التكاليف التشغيلية فضلاً عن تقليل التأثير البيئي غير المرغوب فيه.
- الاحتفاظ بالموظفين الرئيسيين والموهوبين: غالبًا ما يبقى الموظفون لفترة أطول ويكونون أكثر التزامًا بشركتهم عندما يدركون أنها تمارس المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- سهولة الوصول إلى التمويل: كثير من المستثمرين أكثر استعدادًا لدعم الأعمال التجارية التي تمارس المسؤولية الاجتماعية للشركات.

- تقليل العبء التنظيمي: يمكن أن تساعد العلاقات القوية مع الهيئات التنظيمية في تقليل العبء التنظيمي للشركة.

كما توجد مزايا أخرى تكمن وراء المسؤولية الاجتماعية للشركات ومن بينها تحسين قيمة العلامة التجارية، حيث إن كونك مسؤولاً اجتماعياً يجلب الاعتراف للشركة، ويدل على أن شركتك هي أكثر من مجرد أرباح. ويبدأ المزيد من الأشخاص في التعرف على شركتك والعمل الجيد الذي تقوم به. كما يبدأ العملاء في الوثوق بعملك، وهذا يبني صورة إيجابية شاملة للعلامة التجارية. ويساعد تبني أهداف المسؤولية الاجتماعية في بناء ولاء العملاء حيث تظهر الأبحاث أن ٥٥ في المائة من المستهلكين على استعداد لدفع المزيد مقابل المنتجات من الشركات المسؤولة اجتماعياً. يريد عملاؤك الشعور بأنهم جزء من شيء ما. حتى لو لم يكن ذلك بشكل مباشر، فإنهم يشعرون بالرضا عن كونهم جزءاً من شركة ذات رؤية واستعداد لفعل الخير. كذلك توجد أهدافاً أخرى تتمثل في إشراك الأجيال الحديثة في المسؤولية وزيادة مستويات العمل التطوعي وجذب المواهب والاحتفاظ بها (Foster Your Business, 2021:23).

٥/١ أبعاد وأهمية المسؤولية المجتمعية:

يُعد تعريف كارول Carroll's (١٩٧٩) الأكثر انتشاراً للمسؤولية الاجتماعية حيث أوضح أن المسؤولية الاجتماعية للأعمال التجارية تشمل التوقعات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والإنسانية التي لدى المجتمع للمنظمات في مرحلة زمنية محددة. ولعل هرم كارول للمسؤولية الاجتماعية للشركات يعد أفضل تبسيط للمستويات الأربعة للمسؤولية المطلوبة من الشركة (وزارة التجارة والاستثمار، ٢٠١٩).

ويذهب Carroll إلى أن النجاح في العمل يستلزم إيجاد علاقة وثيقة بين متطلبات المؤسسات الصناعية والتجارية -من ناحية- ومتطلبات واحتياجات العمل، من ناحية أخرى؛ فكل من المجتمع ومؤسسات العمل المختلفة يتوقع من الآخر دوراً معيناً، ويتعين على كل منهما أداء دوره من أجل تحقيق مصلحة المجتمع.

ووفقاً لـ هرم Carroll للمسؤولية الاجتماعية، فإنها تشمل أربعة أبعاد أساسية

تتمثل فيما يلي:

أ - البعد الاقتصادي: يهدف البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية إلى منع الاحتكار وعدم الإضرار بالمستهلكين، واحترام قواعد المنافسة وعدم إلحاق الضرر بالمنافسين، وأيضاً استفادة المجتمع من التطور التكنولوجي، واستخدامه في معالجة الإضرار التي تلحق بالمجتمع والبيئة. أي قيام الشركات بالاستخدام الأمثل للموارد المتاحة لديها بشكل رشيد وممنهج، لتنتج في النهاية سلعة ذات جودة عالية.

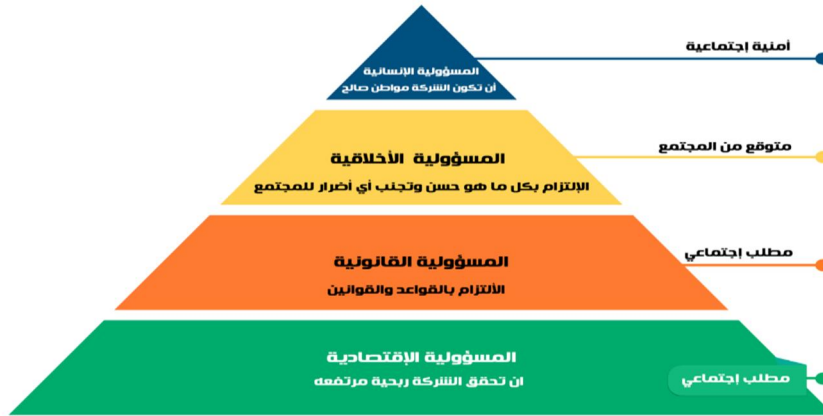
ب - البعد القانوني: يهدف هذا البعد إلى حماية المستهلك من المواد الضارة ومنع التلوث بشتى أنواعه، وصيانة الموارد وتتميتها والتخلص من عوائد المنتجات بعد استهلاكها، وتحسين ظروف وبيئة العمل. أي أنه التزام واعٍ وطوعي من قبل الشركات والمؤسسات بجملة القواعد والقوانين الحاكمة للمجتمع، سواءً اتصل هذا بالاستثمار، أو بالأجور، أو العمل، أو البيئة المنافسة.. إلخ.

ج - البعد الأخلاقي: تهدف مؤسسات ومنظمات الأعمال إلى مراعاة شتى الجوانب والمعايير الأخلاقية في قراراتها ومساراتها الصناعية المختلفة، تجنباً للمساس بالمنظومة الأخلاقية والقيمية للمجتمع الذي تعمل فيه (لغويل، ٢٠١٦: ٥).

د - البعد الاجتماعي: يهدف إلى مراعاة حقوق الإنسان، واحترام العادات والتقاليد ومراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك، وكذلك تحسين نوعية المنتجات والخدمات المقدمة للأفراد، إعادة هيكلة سياسات التوظيف لتوفير فرص عمل متكافئة لأفراد المجتمع؛ كقبول توظيف أفراد من ذوي الاحتياجات الخاصة، وتحقيق الرضا الوظيفي من خلال منح العاملين أجور ومرتبات تحقق لهم مستوى معيشي مناسب؛ واتباع سياسية الترقى للاعتراف بقدرات كل العاملين وتحقيق فرص متساوية للترقى، وأيضاً إعداد برامج تدريب لزيادة مهارات العاملين؛ والمحافظة على معدل دوران العمل للحد من البطالة؛ مع تهيئة ظروف وبيئة العمل الآمنة. أي يشمل كل النفقات والهبات التي تمنحها المؤسسة طوعية، وبدون رغبة في الربح، لخدمة المجتمع، أو لخدمة قضية خيرية معينة.

وهذه الأبعاد تشكل التزام على المؤسسة حول تحقيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات وأيضاً التنمية بكل أبعادها، كم أنها تساهم في تحقيق تقدم اقتصادي واجتماعي وبيئي ولها دور مساند للتنمية المستدامة لتحقيق الأهداف التنموية والسياسات التي تتبناها الدولة لتحقيق النمو والتنمية وهو ما يوضحه الشكل رقم (١) (الفعالي، ٢٠١٥: ٨٢).

شكل رقم (١-١): أبعاد المسؤولية الاجتماعية لكارول



جدول رقم (١-٢) الأبعاد المختلفة للمسؤولية الاجتماعية^٣

البعد	محاورة وأهدافه
المسؤولية الاقتصادية	- الهدف الأساسي للشركات هو تحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح. - تسعى الشركات المسؤولة اجتماعياً إلى خفض تكاليفها التشغيلية. - يجب على الشركات أن تسعى جاهدة لتحقيق أعلى عوائد لمساهميها. - عدم صرف انتباه الشركات عن وظائفها الاقتصادية بسبب المشكلات الاجتماعية.
المسؤولية القانونية	- تسعى الشركات التي تدار بشكل جيد إلى الامتثال لجميع قوانين ولوائح الدولة. - يجب أن تعمل الشركات بشكل صارم ضمن الإطار القانوني للمجتمع. - يجب أن تلتزم الشركات بجميع قواعد وأنظمة الدولة، على الرغم من أنها قد تكون مكلفة بالنسبة لها.
المسؤولية الأخلاقية	- لا ينبغي للشركات المساومة على القواعد الأخلاقية للمجتمع من أجل تحقيق أهداف الشركة. - تقوم الشركات المسؤولة اجتماعياً دائماً بما هو صواب ومنصف وعادل. - يجب على الشركات تجنب إلحاق الضرر بالغير بأي ثمن.
المسؤولية الاجتماعية	- يجب على الشركات المساهمة بالموارد للمجتمع. - تسعى الشركات المسؤولة اجتماعياً إلى تحسين المجتمع. - يجب على الشركات أن تروج بنشاط للعمل التطوعي. - يتعين على الشركات تخصيص موارد لدعم الثقافة والفنون.

^٣ المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على المرجع (Nochai, Rangsang and Nochai, Titida, 2014:5).

في السنوات الأخيرة ظهرت أعداد متزايدة من المقالات والدراسات عبر تخصصات الاقتصاد والمحاسبة والمالية والإدارة لدراسة أهمية النظر في الفوائد الاقتصادية الخاصة والاجتماعية للمسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR). مع تضاعف أصحاب المصلحة ومخاوفهم، وتراكم الأدلة التجريبية، أصبحت المسؤولية الاجتماعية للشركات مجال اهتمام بالغ الأهمية. حيث يتم تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات من قبل مجلس الأعمال العالمي على أنها "الالتزام المستمر من قبل الشركات بالتصرف بشكل أخلاقي والمساهمة في التنمية الاقتصادية مع تحسين نوعية حياة القوى العاملة وأسرههم وكذلك المجتمع المحلي والمجتمع ككل (Verma and Chauhan, 2007:6).

٦/١ الإطار التشريعي للمسؤولية (القوانين والتشريعات المحلية والدولية)

وبصفة عامة أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية هو مفهوم إداري قديم وتم تطويره حتى أصبح يراعي البعد الإنساني والاجتماعي والبيئي تجاه الفرد والمجتمع. وقد أكدت مصر على ذلك من خلال ما جاءت به المادة ٢٦ من الدستور المصري لعام ٢٠١٤ والمُعدل في ٢٠١٩، حيث نصت هذه المادة على «تعمل الدولة على تحفيز القطاع الخاص لأداء مسؤوليته الاجتماعية في خدمة الاقتصاد القومي والمجتمع». وذلك وفق اتجاهات العديد من الدول المتقدمة وبعض الدول النامية من أجل إعلاء مفهوم المسؤولية الاجتماعية كمفهوم ومضمون ورؤية قابلة للتطبيق الواقعي.

وعليه، قامت مصر بإصدار قانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ المعدل (بتاريخ أول أغسطس ٢٠١٩) بالقانون ١٤١ لسنة ٢٠١٩ وتتص مادة (١٥): على أنه يجوز للمستثمر، تحقيقاً لأهداف التنمية الشاملة والمستدامة، تخصيص نسبة من أرباحه السنوية لاستخدامها في إنشاء نظام للتنمية المجتمعية، خارج مشروعه الاستثماري، من خلال مشاركته في كل المجالات الآتية أو بعضها (الجريدة الرسمية، ٢٠١٧):

- اتخاذ التدابير اللازمة لحماية البيئة وتحسينها.
- تقديم خدمات أو برامج في مجالات الرعاية الصحية أو الاجتماعية أو الثقافية أو في إحدى مجالات التنمية الأخرى.

- دعم التعليم الفني أو تمويل البحوث والدراسات وحملات التوعية التي تستهدف تطوير الإنتاج وتحسينه بالاتفاق مع إحدى الجامعات أو مؤسسات البحث العلمي.
- التدريب والبحث العلمي.

ويعد ما ينفقه المستثمر من مبالغ في إحدى المجالات المنصوص عليها في الفقرة السابقة بما لا يجاوز نسبة (١٠%) من أرباحه السنوية الصافية من التكاليف والمصروفات واجبة الخصم وفقا لنص المادة (٢٣) (بند ٨) من قانون الضريبة على الدخل الصادر بالقانون رقم ٩١ لسنة ٢٠٠٥ ويجوز للوزير المختص بالتنسيق مع الوزارات المعنية إنشاء قائمة لأفضل المشروعات الاستثمارية التي تقوم بأنشطة تنمية مجتمعية سواء من الناحية الجغرافية أو القطاعية أو غيرها ويعلن عنه للرأي العام. وفي جميع الأحوال يحظر استخدام المشروعات أو البرامج أو الخدمات المقدمة بنظام المسؤولية المجتمعية لتحقيق أغراض سياسية أو حزبية أو دينية أو تنطوي على تمييز بين المواطنين. وتبين اللائحة التنفيذية للقانون ما يلزم من ضوابط وقواعد أخرى لتطبيق نظام المسؤولية المجتمعية.

كما أن الفصل الثاني من اللائحة التنفيذية لقانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ المادة ٢ وعنوانها «المسؤولية المجتمعية للمستثمر» نصت على «للمستثمر تخصيص نسبة من أرباحه للمشاركة في التنمية المجتمعية خارج مشروعه الاستثماري من خلال مشاركته في كل أو بعض المجالات الآتية:

- ١- اتخاذ التدابير اللازمة لحماية وتحسين البيئة، أو تحسين الظروف البيئية في المجتمع ومعالجة المشاكل البيئية المختلفة، ومنها على سبيل المثال ما يلي:
- إيجاد آليات لإعادة تدوير المخلفات.
 - استخدام محطات معالجة لإعادة استخدام المياه.
 - التخلص من النفايات بطريقة آمنة.
 - خفض انبعاثات غازات الاحتباس الحراري وأي مشروعات للتكيف مع آثار التغيرات المناخية.

٢- تقديم خدمات أو برامج في مجالات الرعاية الصحية أو الاجتماعية أو الثقافية أو في أي من مجالات التنمية الأخرى، من خلال أي من:

- توفير فرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصة.
- رعاية الأنشطة الشبابية والرياضية.
- رعاية الموهوبين والمبتكرين (علميًا، فنيًا، رياضيًا)
- المشاركة في برامج رعاية الأسر الفقيرة، وتحسين معيشة المواطنين.
- تمويل حملات التوعية التي تستهدف الترويج لسبل الهجرة الآمنة أو الحد من الهجرة غير الشرعية، وبرامج التأهيل والتدريب في مجال توفير البدائل الإيجابية للهجرة غير الشرعية مثل برامج ريادة الأعمال أو التدريب من أجل التوظيف بالقطاعات الصناعية والخدمية المختلفة داخل مصر أو خارجها، وخاصة في المحافظات المستهدفة المنتشر بها تلك الظاهرة بالتعاون مع وزارات الشباب والرياضية، القوى العاملة، والدولة للهجرة وشؤون المصريين بالخارج.

٣- دعم التعليم الفني أو تمويل البحوث والدراسات وحملات التوعية التي تستهدف تطوير وتحسين الإنتاج بالاتفاق مع إحدى الجامعات أو مؤسسات البحث العلمي داخليًا أو خارجيًا.

٤- التدريب والبحث العلمي، بما يكفل تحديث التكنولوجيا المستخدمة في الإنتاج وإعداد الدراسات الهادفة لتحسين البيئة وتجنب الأثر البيئي الضار.

ويعد ما ينفقه المستثمر من مبالغ في إحدى المجالات المنصوص عليها في الفقرة السابقة بما لا يجاوز (١٠%) من أرباحه السنوية الصافية من التكاليف والمصروفات واجبة الخصم وفقًا لنص المادة ٢٣ بند ٨ من قانون الضريبة على الدخل». فمادة ٣ «يلتزم المستثمر الذي يخصص جزءًا من أرباحه لإنشاء نظام للتنمية المجتمعية بأن يتقدم إلى الهيئة بتقرير سنوي مدعم بالمستندات المؤيدة لذلك والتي تحددها الهيئة. وتأكيدًا على ما نص عليه الدستور المصري وقانون الاستثمار ولائحته التنفيذية كانت قد أطلقت الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة عام ٢٠١٨ مسابقة اختيار الشركات

الرائدة في مجال المسؤولية المجتمعية، وهدفت المسابقة إلى اختيار الشركات الرائدة في مجال المسؤولية المجتمعية. وذلك لإعداد قائمة بأفضل المشروعات الاستثمارية الخاضعة لقانوني الشركات والاستثمار والتي تقوم بأنشطة تتعلق بمجالات المسؤولية المجتمعية سواء البيئية أو الرعاية الصحية والاجتماعية والثقافية أو التعليم أو مجالات التدريب والبحث العلمي (الهيئة العامة للمناطق الحرة، ٢٠١٩).

وتم تطبيق معايير تم إعدادها متوافقة مع المعايير الدولية ومتماشية مع أفضل الممارسات الدولية للمسؤولية المجتمعية للشركات سواء البيئية أو الاجتماعية أو الحوكمة وبما يتماشى مع مناخ الأعمال المصري ومتطلبات التنمية المستدامة للمجتمع المصري. كم تم تقسيم الشركات المتقدمة إلى أربعة تصنيفات (حجم رأس المال، التوزيع الجغرافي، النشاط الاقتصادي، الملكية الأجنبية والمحلية لرأس المال)، على أن يتم اختيار أفضل خمس شركات في كل تصنيف من التصنيفات المذكورة. ومنح الشركات الرائدة والفائزة بمجموعة من الحوافز الضريبية (وفقاً لنص قانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧) وأخرى إجرائية مقدمة من الهيئة العامة للاستثمار. على النحو التالي:

- تنظيم حفل لتوزيع شهادات تقدير ودروع للشركات الفائزة يتم تغطيته إعلامياً.
- نشر أسماء الشركات الفائزة على موقع الوزارة والهيئة متضمناً صور حفل توزيع شهادات التقدير، مع وضع رابط لموقع كل شركة فائزة.
- توفير مسئول اتصال في مركز خدمة المستثمرين بالهيئة (ISC) لتلبية احتياجات الشركات الفائزة والسعي لإنهاء إجراءاتها بشكل فعال وسريع.
- توفير مسئول اتصال في وحدة حل مشاكل المستثمرين بالوزارة لتلبية احتياجات الشركات الفائزة والسعي لحل مشكلاتها بشكل فعال وسريع.
- إرسال كافة المطبوعات الخاصة بالوزارة والهيئة بريدياً لهذه الشركات وبشكل دوري.
- الأولوية في دعوة الشركات الفائزة لحضور كافة المؤتمرات المنعقدة تحت رعاية الهيئة أو الوزارة.
- ترويج مطبوعات الشركات الفائزة في المؤتمرات التي تشارك بها الهيئة في الخارج كنماذج ناجحة من الشركات العاملة بالاقتصاد المصري.

- حضور ممثل عن الهيئة لأنشطة التوسع أو التجديد للشركات الفائزة مع الإشارة لذلك على موقع الهيئة والوزارة.

وقد كانت «مبادرة المسؤولية المجتمعية للشركات» هي أول مبادرة من نوعها في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، لتشجيع الشركات على تنفيذ المسؤولية المجتمعية في مشروعات في المجالات التي تتعلق بالمسابقة، والمشاركة في برامج رعاية الأسر الفقيرة وتحسين معيشة المواطنين، وتوفير فرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصة ورعاية الموهوبين والمبتكرين. وبالنظر إلى ما سبق نجد أن مصر توافقت مبادئها ومعاييرها وقانونها للمسؤولية المجتمعية مع المعايير الدولية للأيزو 26000 للمسؤولية الاجتماعية للشركات حيث تم نشر معايير ISO 26000 في عام 2010 من قبل المنظمة الدولية للتوحيد القياسي، وهي تحدد المبادئ والإرشادات الخاصة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

وتتوافق ISO 26000 مع تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) على النحو المحدد في عام 2001 من قبل الاتحاد الأوروبي وهذا هو السبب في أنها تعتبر في العديد من المنظمات جزءًا أساسيًا من استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركات. وهناك أيضًا معايير ISO 26000 والتنمية المستدامة: حيث يقوم مفهوم التنمية المستدامة على ثلاث ركائز: الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. وبالتالي، يمكن اعتبار المعايير التي أوصت بها ISO 26000 كمساهمة في التنمية المستدامة لأنها تركز على إنشاء الرفاهية الاجتماعية، والتي تعد أحد الركائز الأساسية للتنمية المستدامة.

وفقًا لـ "المنظمة الدولية للتوحيد القياسي"، يمكن أن يكون للأداء التنظيمي الجيد بشأن المسؤولية الاجتماعية تأثير إيجابي من خلال: -

- الموارد البشرية، حيث أنها تجذب وتحفظ العاملين والأعضاء والمعملاء والمستخدمين.
- التسويق وإشراك العملاء، لأنه يحسن سمعة العلامة التجارية، وزيادة التزام وإنتاجية الموظفين.

- العلاقات مع أصحاب المصلحة مثل الحكومات ووسائل الإعلام والشركات والمجتمعات الأخرى وتصوراتهم حول أداء المنظمة والتزاماتها.
- وهدف الموصفة الصادرة عن منظمة الأيزو الدولية لما يلي:
 - ١- على مستوى أداء المؤسسات تجاه المجتمع، وتتلخص في:
 - مساعدة المؤسسات في مخاطبة مسؤولياتها الاجتماعية، وفي نفس الوقت احترام الاختلافات الثقافية الاجتماعية والبيئية والقانونية وظروف التنمية الاقتصادية.
 - توفير التوجيهات العملية التي تجعل المسؤولية الاجتماعية قابلة للتطبيق والممارسة العملية، وتعزيز مصداقية التقارير المعدة من أجل عرض تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية.
 - التوافق مع الاتفاقات والمبادرات الدولية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات.
 - نشر الوعي بأهمية المسؤولية الاجتماعية ومكاسبها للشركات.
 - العمل المشترك على المستوى الدولي في مجال المسؤولية الاجتماعية وتوحيد ممارساتها ليسهل تقييمها بشكل متماثل في الدول المختلفة.
 - ٢- على مستوى الأداء البيئي والدور التنموي:
 - جعل الممارسات العملية للمسؤولية الاجتماعية أداة لتحقيق التنمية المستدامة، والحفاظ على الإنسان والحيوان والبيئة، والاعتماد على القوانين المنظمة لذلك مثل: حقوق الإنسان وقوانين حماية البيئة.
 - اعتبار كل قضايا التنمية كمكون أصيل لموصفة المسؤولية الاجتماعية.
 - نشر مفاهيم وممارسات المسؤولية الاجتماعية من خلال دمجها في البرامج التنموية والتعليمية والتثقيفية وبرامج البحث العلمي في الجامعات.
- وبالفعل، فقد مارست معظم الشركات منذ فترة طويلة شكلاً من أشكال المسؤولية الاجتماعية والبيئية للشركات بهدف واسع، هو المساهمة في رفاهية. ولكن هناك ضغوط متزايدة لإضفاء الطابع الرسمي على المسؤولية الاجتماعية للشركات باعتبارها تخصصاً للأعمال والمطالبة بأن تحقق كل مبادرة نتائج الأعمال. هذا يتطلب الكثير من المسؤولية الاجتماعية للشركات ويصرف الانتباه عما يجب أن يكون هدفها

الرئيسي: موازنة الأنشطة الاجتماعية والبيئية للشركة مع غرضها التجاري وقيمتها. إذا كانت أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات تخفف من المخاطر وتعزز السمعة وتساهم في نتائج الأعمال، فهذا كله لصالح الاقتصاد والتنمية. ولكن بالنسبة للعديد من برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات، يجب أن تكون هذه النتائج غير مباشرة، وليس سبب وجودها (Rangan and Sohel, 2015:14).

وعلى مستوى علاقة المؤسسات بأصحاب المصلحة:

- تحسين العلاقة بين المؤسسة وباقي أصحاب المصلحة المتعاونين معها، وذلك من خلال خلق حوار مشترك بين الطرفين موضوعه أهمية تحقيق المنافع المتبادلة.
- الالتزام بحقوق كل من العاملين والمستهلكين والموردين، وتحسينها بشكل مستمر، في سبيل أن تتحسن الصورة الذهنية تجاه المؤسسة، وتكالب جهود كافة الأطراف لتحقيق المصلحة العامة.
- عدم إهمال حق المجتمع في استفادته من مزايا تمنحها المؤسسة الاقتصادية الصناعية، مثل عدالة التوظيف، ومنح المساعدات والهبات لمنظمات المجتمع المدني، والمساهمة في تحقيق التنمية بكافة أشكالها (عشاوي، ٢٠١٩، ص ٨٢٠).

وبالتالي فإن الأيزو ٢٦٠٠٠ تهدف إلى مساعدة المؤسسات والشركات على مراجعة وتخطيط استراتيجياتها نحو التوجه لتطبيق المسؤولية الاجتماعية من خلال التوصيات والأهداف والإجراءات. ومن الجدير بالذكر أن ISO 26000 لا تقدم أي شهادة وتعمل كإطار للتفكير والعمل بدلاً من ذلك. هذا يعني أن ISO 26000 يزود المنظمات بالإرشادات، ويوضح لها طرق التحديد والتصرف بطرق مسؤولة اجتماعيًا ولكنها لا تحدد أهدافًا محددة يجب تحقيقها. وبالتالي من الصعب تقييم فعاليتها بطريقة دقيقة وتحديد عائد الاستثمار (ROI). ومع ذلك، من خلال منح المؤسسات مفاتيح إدارة مسؤوليتها الاجتماعية، فإن ISO 26000 تسمح لها بترسيخ نهج منظم للمسؤولية الاجتماعية للشركات والحفاظ عليه. وبالتالي، فهي أداة مفيدة للمنظمات التي

ترغب في تقييم حالة ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة بها، وتحديد مسارات عملها ووضع الإجراءات المناسبة لها.

٧/١ المسؤولية المجتمعية في ضوء الخبرات العملية المكتسبة

بعد العرض السابق للمفاهيم الأساسية للمسؤولية الاجتماعية، وفي ضوء القوانين والتشريعات المحلية وأيضاً المعايير الدولية المتعددة ومنها تتضح اتجاهات المسؤولية الاجتماعية من وجهات النظر الاقتصادية والاجتماعية والسياسية نتطرق لأهم النظريات والخبرات المرتبطة بقضايا المسؤولية الاجتماعية.

١- نظرية أصحاب المصالح:

نظرية أصحاب المصالح لها قدرة في النقاط مختلف الأوجه لبناء المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، وهو ما يسمح للأطراف ذات المصلحة بتوجيه السلوك الاجتماعي للمؤسسة. فهي تؤكد على أن المؤسسة ليست وحدة آلية ولا هي آلة اقتصادية لصنع النقود من أجل حملة الأسهم وإنما هي وحدة اقتصادية اجتماعية تؤثر وتتأثر بأطراف متعددة هم أصحاب المصلحة. وقد ظهر مصطلح أصحاب المصالح " Stakeholders في سنوات الثلاثينات والأربعينيات في المؤسسات الأمريكية، حيث نادى بفكرة أنه يجب على المؤسسة أن تدير علاقاتها مع الممثلين الخارجيين كل من Means et Berle, Dodd ١٩٣٢. وفي التسعينات تم التوسع في انتشار واستخدام المصطلح ولم يكن ظهوره وليد للصدفة وإنما كان نتيجة مجموعة من العوامل ساعدت على ظهوره، منها: -

- التطورات الإدارية التي أدت إلى الانتقال من المفهوم الضيق قصير الأمد للكفاءة إلى المفهوم الأشمل والطويل الأمد الذي يجعل الإدارة معنية بالأداء متعدد المجالات.

- الوعي الاجتماعي للمدراء بأن رضا الزبون ورضا المجتمع هو المصدر الحقيقي للكفاءة، وهذا لن يتحقق بدون مسؤولية اجتماعية للمؤسسة من أجل قبول الزبائن والمجتمع لها (صدوقي، ٢٠١٩).

لذلك، تمثل نظرية أصحاب المصلحة بيئة علاقات وتفاعلات تنظيمية متشابكة مع البيئة الخارجية والداخلية لمنظمة الأعمال، والتي بدون ادارتها بشكل مناسب قد تعيق بقائها واستمرارها. ويوضح الشكل رقم (٢) الأفراد والمجموعات والمنظمات - بحسب فريمان، هاريسون وويكس منظور النظرية- على أنهم أصحاب مصلحة بسبب مشاركتهم في عمليات إنتاج القيمة للشركة. وهم يشملون الموظفين والمديرين والمساهمين والمربين والعملاء والموردين. ويمكن الإشارة إلى أصحاب المصلحة هؤلاء على أنهم أصحاب المصلحة الأساسيون أو أصحاب المصلحة الشرعيين Phillips, Freeman and Wicks,2003:47).

وتقتضئ نظرية أصحاب المصلحة أن "الإدارة لأصحاب المصلحة" تتضمن الاهتمام بمصالح ورفاهية هؤلاء الأصحاب. ومع ذلك، غالباً ما يتم تضمين مجموعات أصحاب المصلحة الآخرين، مثل المجتمعات، أو المجموعات ذات الاهتمامات الخاصة أو المجموعات البيئية، أو وسائل الإعلام، أو حتى المجتمع ككل (Harrison, Bosse and Phillips,2010:13).

ومن منظور أصحاب المصلحة، يتضح انها نظرية بديلة لفهم كيف تخلق الشركات والأفراد القيمة ويتاجرون مع بعضهم البعض. يناقش فريمان وهاريسون وزيجلدوبولوس المفاهيم الأساسية وتنفيذ إدارة أصحاب المصلحة بالإضافة إلى المزايا التي يوفرها هذا النهج للشركات ومديرها (Miles,2017:21). ويقدمون عدداً من الأدوات التي يمكن للمديرين استخدامها لتنفيذ تفكير أصحاب المصلحة، وفهم أصحاب المصلحة بشكل أفضل وخلق قيمة معهم ومن أجلهم. (Harrison, Bosse and Phillips, op,cit.p13)

كذلك، تعزز نظرية أصحاب المصلحة، بزعامة فريمان، طريقة عملية وفعالة وأخلاقية لإدارة المنظمات في بيئة شديدة التعقيد والاضطراب. كما أنها نظرية عملية لأنه يتعين على جميع الشركات إدارة أصحاب المصلحة - سواء كانت جيدة في إدارتها أم لا، فهذه مسألة أخرى. لأن أصحاب المصلحة الذين يتم التعامل معهم بشكل جيد يميلون إلى التعامل بالمثل مع المواقف والسلوكيات الإيجابية تجاه المنظمة، مثل مشاركة المعلومات القيمة (جميع أصحاب المصلحة)، أو شراء المزيد من المنتجات أو

الخدمات (العملاء)، وتوفير الإعفاءات الضريبية أو غيرها من الحوافز (المجتمعات)، وتوفير شروط مالية أفضل (الممولين)، أو شراء المزيد من الأسهم (المساهمين)، أو العمل الجاد والولاء للمنظمة، حتى في الأوقات الصعبة (الموظفون). وتعد نظرية فعالة لأنها تسخر طاقة أصحاب المصلحة من أجل تحقيق أهداف المنظمة Harrison, et al, 2015:23).

٢- اتجاه الاقتصاد السياسي أو الكلاسيكي:

١٣ سبتمبر ١٩٧٠، نشر ميلتون فريدمان أحد أشهر مقالاته في مجلة نيويورك تايمز بعنوان "المسؤولية الاجتماعية للأعمال التجارية هي زيادة أرباحها". في هذا المقال، جادل فريدمان بأن الهدف الوحيد للشركات هو زيادة الأرباح لمساهميها، واعتبر أن أي هدف آخر هو إجراء ضد مصالح المالكين. مثل ميلتون فريدمان، أيد معظم المنظرين الكلاسيكيين الجدد تقليدياً أن المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) لا تتوافق مع المبدأ الكلاسيكي لتعظيم الربح باعتباره الهدف الرئيسي للشركات. وكما قال فريدمان (١٩٧٠)، هناك قيدان فقط لتحقيق هذا الهدف: القانون والأخلاق Jesús & Rivera-Cremades, 2010).

وهي نظرة رأسمالية بحتة لا ترى لقيام الشركات هدفاً سوى الربح، وهو ما لم يؤيده التطور خلال حقبتَي السبعينيات والثمانينيات، وتجادل الرؤية الكلاسيكية للشركات بأن المسؤولية الاجتماعية للشركات غير متوافقة عملياً مع المبدأ الكلاسيكي لتعظيم الربح، حتى أن ميلتون فريدمان (١٩٧٠) وصف المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنها "عقيدة تخريبية بشكل أساسي" في مجتمع حر.

بعبارة أخرى، بالنسبة لميلتون فريدمان وأنصاره، فإن المسؤولية الوحيدة للشركات تقع على عاتق مساهميها. لا يُطلب من الشركات القيام بأي نشاط اجتماعي لأن هذا النوع من الإجراءات يتعلق بالدولة - وإذا رغب المجتمع في ذلك - فإن على المجموعات الاجتماعية الأخرى (مثل المنظمات غير الحكومية) التي أنشأتها أن تقوم بها. لم يبرر فريدمان المسؤولية الاجتماعية إلا في حالة واحدة - عندما يمكن للشركات الاستفادة من بعض القضايا الاجتماعية التي تجعلها أكثر ربحية من خلال دفع ضرائب أقل، أو الحصول على وصول أفضل إلى الموارد، أو شيء مشابه (Jesús García-de-Madariaga & Fernando Rodríguez-de-Rivera-Cremades, Ibid.p24).

وعلى النقيض، فمع تطور بيئة الأعمال وتنامي الدور المجتمعي للشركات، وجد أن المنظور الكلاسيكي أقل وضوحاً، حيث إن التوجهات الإستراتيجية الخارجية والداخلية موجودة بقوة في نظرية وممارسة مسؤولية الشركات الإستراتيجية. وبناءً على ذلك، فإن أفضل وصف للتوجه الإستراتيجي الكلاسيكي هو أنه تكاملي (Heikkurinen, 2018:37).

ومن المهم أن نلاحظ عند تحديد المنظور الكلاسيكي أن هناك عدة نقاط مرجعية لأصحاب المصلح فبحلول نهاية القرن العشرين، بدأت الأمور تتغير، حيث أصبحت بيئة الأعمال مضطربة للغاية وبدأت الشركات في الاستعانة بمصادر خارجية، مما زاد من تعقيد سلسلة التوريد الخاصة بهم. وسمحت تكنولوجيا المعلومات للناس بأن يكونوا أكثر وعياً بأنشطة الشركة والمنظمات غير الحكومية لإرسال رسائلهم. وقد أصبح العملاء أكثر طلباً، لأن المنافسة بين الشركات كانت أصعب من أي وقت مضى. كما أراد الموظفون شيئاً أكثر من مجرد أجر عادل، وأظهرت المؤشرات مثل Dow Jones Sustainability أو FTSE4Good أن الشركات التي ورد ذكرها فيها حققت نتائج أفضل وتحملت مخاطر أقل من الشركات الأخرى (Heikkurinen, Ibid).

٣- اتجاه ديني:

تتنمي المسؤولية الاجتماعية لجذور دينية وعقدية وأخلاقية، فعلى الرغم من أن الهدف من العمل هو الحصول على أقصى ربح للمالكين والمساهمين. فإن هذا السعي لتحقيق الربحية لا يمنح الشركات الحرية في تجاوز القانون أو الإضرار بالجماعات أو الأفراد في هذه العملية. وغالباً ما يتم استخدام المصطلحين بالتبادل، لكن لهما معاني مختلفة. يعد الاختلاف بين أخلاقيات العمل والمسؤولية الاجتماعية مسألة مهمة لكل عمل تجاري. في حين أن الأشكال التي تتخذها الأخلاق والمسؤولية الاجتماعية ستختلف بشكل كبير من شركة إلى أخرى، فإن لكل منها مكان داخل كل مؤسسة. وتعني الأخلاق معرفة الفرق بين الصواب والخطأ والاستمرار في فعل الشيء الصحيح. يمكن أن تستند قرارات العمل الأخلاقية إلى ضميرك أو على أساس المبدأ. في كلتا الحالتين، يتخذ الأفراد قراراتهم الخاصة وفقاً لقوانين معينة أو وفقاً لمعتقداتهم الأساسية (Lena, 2021:22).

ومن هنا، يمكن للدين أن يشكل المعتقدات الشخصية للناس وقيمتهم من خلال العقيدة الدينية ويؤثر بشكل أكبر على صنع القرار والسلوك الاقتصادي بطريقة محسوسة وغير محسوسة ((Gundolf & Filser,2013:37)). كما تناول عدد من الدراسات دور الدين في تحديد وتحفيز السلوك الاقتصادي على المستويين الكلي والجزئي (الشركة). من الناحية الكلية، وجد (Barro and McCleary,2003:78) أن البلدان ذات السكان المتدينين بشدة تميل إلى تحقيق نمو اقتصادي سريع. وتتوافق هذه النتيجة مع الرأي القائل بأن "الدين هو وسيلة للحفاظ على السلوك الفردي الذي يحسن الإنتاجية"، وهذا هو سبب الارتباط بين الأداء الاقتصادي والدين.

هناك أيضاً العديد من الدراسات التي بحثت في دور الدين على مستوى الشركة، حيث توضح الأدبيات آليتين رئيسيتين للربط بين الدين والسلوك. أولاً، ترتبط السمات الشخصية للأفراد ارتباطاً إيجابياً بمعتقداتهم الدينية، مثل النفور من المخاطرة (Hilary & Hui,2009:47)، أو الأمانة أو الثقة أو الأخلاق الراسخة (Swaen & Chumpitaz,2008:72). على أساس هذه الأدبيات، يمكن لهذه السمات الفردية أن تقود عملية صنع القرار على مستوى الشركة، والتي تتأثر بالدين. ثانياً، قد يتوافق السلوك القويم مع المعتقدات الدينية المشتركة للأفراد داخل المجتمع المحلي.

وقد تم التحقق من أن الدين، كمؤسسة غير رسمية، له تأثير كبير على موقف المسؤولية الاجتماعية للشركات مؤخراً (Ibrahim, Howard, & Angelidis, 2014; Mazereeuw-van, Graafland, & Kaptein, 2008)، مما قد يؤدي إلى أن سلوك المسؤولية الاجتماعية للشركات قد ينطلق من تعاليم الدين وأخلاقياته. ومما يؤكد ذلك، ما توصلت إليه دراسة (Nadeem,2018)، أن معايير الدين الإسلامي مثل المشاركة والمراوحة والابتعاد عن الربا ودرء المفساد لها تأثير إيجابي على تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات. ويتم ذلك عن طريق آلية الزكاة.

الفصل الثاني

**بعض التجارب والمبادرات الدولية والإقليمية في
المسؤولية الاجتماعية**

تمهيد

ظهر على مدار العقود الماضية العديد من التجارب الدولية التي تؤكد مدى تزايد الاهتمام بمجال المسؤولية الاجتماعية للشركات؛ حيث سعى كبار المديرين التنفيذيين، وأظهروا ذلك في المؤتمرات عن اهتمامهم بالقضايا المجتمعية والتزامهم بمسؤولية مجتمعية شاملة. وعلى الرغم من زيادة الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، إلا أنها لا تزال في معظم الحالات غير مركزة، وقسرية، وتدعم في حالات كثيرة المشروع المفضل لأحدهم دون رابط فعلي مع الشركة من ناحية، ومن ناحية أخرى، تتفاوت التجارب الدولية في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات من بلد لآخر، وكذلك من مؤسسة لأخرى داخل البلد الواحد.

ومما لا شك فيه أن درجة اتساع ممارسات برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات تنتشر بشكل أكبر في الدول المتقدمة نظرًا لاحتوائها أكبر عدد من الشركات العالمية، والتي تملك رؤوس أموال ضخمة عابرة للقارات، ونسب أرباحها عالية وأيضًا لديها الخبرة والمهارة في مختلف المجالات الإدارية والتنموية؛ وتسعى هذه الشركات وبشكل مستمر عبر نشاطاتها التي تسهم بالابتكار والابداع نحو تطوير برامج المسؤولية الاجتماعية سواء في دولها الأصلية أو في البلدان التي تمارس فيه نشاطاتها.

وعلى هذا النحو، يهدف هذا الفصل إلى تقديم وبيان بعض التجارب الدولية والإقليمية التي لها دور بازر في تعزيز المسؤولية الاجتماعية وتطوير برامجها خاصة لتشجيع الشركات الأخرى على تبني برامج وسياسات المسؤولية الاجتماعية للوقوف على أفضل الممارسات للاستفادة منها.

١/٢ تجربة الولايات المتحدة الأمريكية

تمارس المسؤولية الاجتماعية للشركات دورا مهما في حياة المؤسسات في الولايات المتحدة منذ عقود، فلم تكتف هذه المؤسسات بتحقيق الأرباح، بل امتد الأمر وتنامت قدراتها في التأثير على توقعات المواطنين الأمريكيين أن يتصرفوا بطريقة أخلاقية ومسؤولة اجتماعيًا، وتساعد لجنة إصدار الأحكام في الولايات المتحدة

المنظمات- بالإرشادات- على تسهيل هذا التوقع لدى جميع المواطنين. وهذا يعتبر أمراً حيوياً لنمو الشركات والحفاظ على، وتعزيز، المزايا التنافسية.

في ذات السياق أيضاً، يتعامل المديرون مع مشاكل المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية في كثير من الأحيان دون الحلول المثلى. وغالباً ما يستقر المديرون على الحلول التي تكفي أو تسبب الضرر الأقل؛ وبالتالي، غالباً ما يواجه المديرون المسؤولون عن اختيار المسار الأخلاقي أو المسئول اجتماعياً مشاكل بدون حل واضح، فمنذ تشكيل الاتحاد الأوروبي، حصلت المسؤولية الاجتماعية للشركات على زيادة الاهتمام في أوروبا، ويتضح هذا من خلال تطوير استراتيجيات الاستدامة. فقد تمت الموافقة على استراتيجية التنمية المستدامة لأوروبا في يونيو ٢٠٠١، وذكرت أنه يجب أن يتعايش التماسك الاجتماعي وحماية البيئة والنمو الاقتصادي (Almerinda, 2013, p815).

ومن السمات التي تميز المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية هو غياب القوانين التي تنظم قيام الشركات بالإفصاح وإعداد التقارير، مما كان له أثر سلبي على محدودية تبني الشركات لهذه البرامج. فقد وجدت إحدى الدراسات التي تمت على عينة من الشركات أن هذه الشركات تعلن عن برامج المسؤولية الاجتماعية من خلال المواقع الإلكترونية أو النشرات الصحفية فقط، وقد انتهت الدراسة إلى أن سن القوانين الخاصة بإعداد التقارير ونشرها وتبني سياسة واضحة ومحددة للإفصاح من شأنه أن يساعد على التزام الشركات بتبني برامج فعالة للمسؤولية الاجتماعية فضلاً عن توفير آلية للتقييم وعقد المقارنات المحلية والدولية (المغربل، ٢٠١٢).

أ- بواعث ومنطلقات التوجه نحو برامج المسؤولية الاجتماعية:

ترسخ اهتمام الولايات المتحدة الأمريكية بالمسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال المطالبة المتزايدة والمستمرة من قبل السلطات العمومية والهيئات والجمعيات المحاسبية لمنظمات الأعمال بالإفصاح عن البيانات ذات المضمون الاجتماعي وخاصةً بعد التطور الكبير في المجال الصناعي، وزيادة مستويات التلوث وما صاحبه من أضرار. الأمر الذي استدعى ضرورة الإفصاح عن الأداء، بُغية معرفة مدى قيام

المنظمات بمسؤوليتها الاجتماعية، كما حدث توجه للمشاريع نحو أخذ التكاليف الاجتماعية في الحسبان عند تحديد التكلفة الفعلية لأنشطتها.

وبطبيعة الحال، لا يتم التعامل مع مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات وأنشطة التواصل في مجالات العمل الخيري والإشراف والعمل التطوعي والشؤون البيئية باعتبارها قضية أمثال تنظيمي في الولايات المتحدة الأمريكية. وغالبًا ما تتميز المسؤولية الاجتماعية للشركات في الولايات المتحدة الأمريكية بالمشاركة المجتمعية الطوعية من قبل الشركات لأنها ليست ملزمة بالاضطلاع بممارسات المسؤولية الاجتماعية والبيئية. ويشار إلى هذه السلوكيات الجديرة بالثناء أيضًا باسم مواطنة الشركة. أسواق العمل ورأس المال في الولايات المتحدة غير منظمة إلى حد ما نظرًا لوجود مستويات منخفضة من توفير دولة الرفاهية. وبالتالي، فإن العديد من القضايا الاجتماعية، مثل التعليم أو الرعاية الصحية أو الاستثمار المجتمعي كانت تقليديًا في صميم المسؤولية الاجتماعية للشركات في السياق الأمريكي (Fifka, 2013; Matten and Crane, 2005).

ورغم تفاوت تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في الولايات المتحدة الأمريكية بدرجة كبيرة؛ فهناك شركات تطبق برامج المسؤولية الاجتماعية لسنوات طويلة لدرجة الوصول إلى مرحلة ابتكار برامج جديدة؛ بينما لا يزال هناك بعض المؤسسات في المراحل الأولى من تبني وتطبيق هذه المفهوم. ولعل الشركات الكبرى مثل شركة فورد (Ford) أو جنرال موتورز (General Motors)، قد وضعت بعض المعايير الخاصة بها لقياس مدى نجاحها في تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات، كما نجحت هذه الشركات في تبني برامج ناجحة للمسؤولية الاجتماعية ليس فقط على المستوى المحلي ولكن على المستوى العالمي أيضًا، من خلال سلاسل القيمة العالمية التي تشارك بها، حيث تتراوح درجة تطبيق هذه البرامج بين العمل الخيري واستخدام هذه البرامج كأحد أدوات تقييم أدائها (المغرب، ٢٠٠٨م، ص ١٨). وتغطي هذه البرامج مجالات متنوعة كالتعليم والصحة والتدريب وأيضًا الاهتمام بقضايا البيئة.

وتأسيساً على ذلك، تتبرع الشركات الأمريكية بعشرة أضعاف ما تتبرع به نظيراتها البريطانية (Brammer and Pavelin, 2005) على الرغم من ذلك، في هذه المرحلة من الزمن، تستهلك الولايات المتحدة حالياً حوالي ٢٠٧ في المائة من قدرتها البيئية. ويستخدم المواطن الأمريكي ١١ ضعفاً من الموارد التي يستخدمها المواطن الصيني، و٣٢ ضعف ما يستخدمه المواطن الكيني (Worldwatch, 2015).

ب- سياسات المسؤولية الاجتماعية:

تمتلك الولايات المتحدة الأمريكية سوق عمل يتسم بالكفاءة وعلى درجة عالية من الفاعلية، ورغم ذلك فقد وجدت مظاهر عديدة تؤكد وجود مستويات منخفضة من توفير الرعاية الاجتماعية. ومن ثم، فقد برز العديد من المشكلات الاجتماعية، مثل التعليم أو الرعاية الصحية أو الاستثمار المجتمعي. ويتضح من نشأة المسؤولية الاجتماعية للشركات في الولايات المتحدة الأمريكية، أنها كانت عبارة عن مبادرات للشركات وأنشطة للتواصل داخل المناطق من العمل الخيري، والإشراف، والعمل التطوعي والشؤون البيئية. ولا تعامل كقضية الامتثال التنظيمي في الولايات المتحدة الأمريكية، وغالباً ما تتميز المسؤولية الاجتماعية للشركات في الولايات المتحدة بمشاركة مجتمعية طوعية من جانب الشركات، نظراً لكونها غير ملزمة بالقيام بممارسات المسؤولية الاجتماعية والبيئية. وتشمل المسؤولية الاجتماعية ومواطنة الشركات، بعض السلوكيات المسؤولة والتي تتجاوز متطلبات التقارير المالية، وتتضح هذه السلوكيات بشكل خاص في التسويق، مبادرات الإشراف، والمساهمات الخيرية. وفي الواقع، تتبرع الشركات الأمريكية بعشرة أضعاف تبرعات نظيراتها البريطانية.

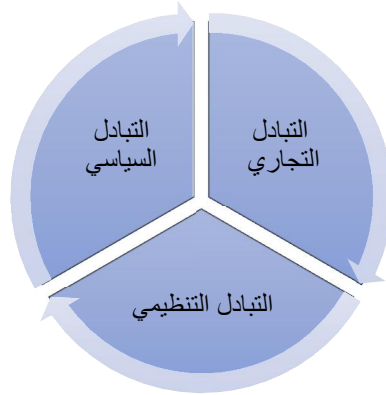
المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) هي شكل من أشكال القانون غير الملزم. لا يشترط القانون أو اللوائح الأمريكية، أي "القانون الملزم"، ولكن تعتبره مع ذلك إلزامية من قبل معظم الشركات بسبب توقعات المستهلك والمعايير الداخلية. من أمثلة مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات السياسات الداخلية مثل الحد من البصمة الكربونية للتخفيف من تغير المناخ، وتحسين سياسات العمل وتبني التجارة العادلة، والمشاركة في العطاء الخيري والجهود التطوعية داخل المجتمع المحيط، والقيام

باستثمارات واعية اجتماعيًا وبيئيًا. ويمكن ملاحظة التوسع في نموذج أعمال المسؤولية الاجتماعية للشركات في عدد الشركات الكبرى التي حسنت الإفصاح البيئي عن طريق نشر تقارير الاستدامة السنوية. على سبيل المثال، "٨٥٪ من الشركات المدرجة في مؤشر S&P 500 نشرت تقارير الاستدامة أو مسؤولية الشركة في عام ٢٠١٧". يعد هذا ارتفاعًا كبيرًا عن عام ٢٠١١، عندما "أبلغت أقل من ٢٠٪ من شركات S&P 500 عن استدامتها ومسؤوليتها الاجتماعية وأداء ESG [البيئي والاجتماعي والحوكمة] والموضوعات والقضايا ذات الصلة". ويوضح معيار حقوق الإنسان للشركات، وهو أول معيار عام لأداء الشركات في مجال حقوق الإنسان، أن شركات النفط والغاز الأمريكية لا تفعل ما يكفي حاليًا لمعالجة حقوق الإنسان من خلال مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات. على سبيل المثال، في ٢٠١٨، سجل المعيار ExxonMobil 18.5 من ١٠٠ وشيفرون عند ٢٨.٨ من ١٠٠. وتشمل العوامل التي تشكل النتيجة الحوكمة والسياسات، وتضمنين الاحترام والعناية الواجبة بحقوق الإنسان، وآليات الانتصاف والتظلم، وحقوق الإنسان الخاصة بالشركات الممارسات والرودود على الادعاءات الخطيرة والشفافية (Forbes,2019).

ومن ثم، فسياسات حكومة الولايات المتحدة بشأن الشركات والسلوكيات المستدامة بيئيًا، قد أرست عديد من المبادئ التوجيهية، بدءًا بمحاولة التواصل لمعرفة جنسية الشركات والكشف عنها، بما يمكن لهذه السياسات أن تغير مواقف الشركات تجاه مسؤوليتها الاجتماعية واستدامتها وتقاريرها حول حوكمة الشركات (Camilleri, 2017).

وفي نفس الصدد، توفر مواطنة الشركات طرقًا للتفكير والتصرف بمسؤولية، ولديها القدرة على إطلاق فوائد كبيرة لكل من الأعمال والمجتمع. ويمكن ربط الممارسات البيئية السليمة بالتحسينات في الأداء الاقتصادي والإنتاجية والكفاءات التشغيلية والجودة العالية والابتكار والقدرة التنافسية. لذلك، يمكن أن تكون مواطنة الشركات (من خلال المسؤولية الاجتماعية والاستدامة البيئية) استراتيجية في مقاصدها وأغراضها (Porter and Kramer,2011). وتعتبر الحكومة الأمريكية المحرك

الرئيسي لسياسة المسؤولية الاجتماعية للشركات. ومع ذلك، هناك جهات فاعلة أخرى داخل المجتمع، مثل المنظمات المدنية والصناعة (Camilleri, 2015). وتستند الحوكمة المجتمعية الأمريكية في جوهرها إلى مجموعة من العلاقات المعقدة والمتشابكة بشكل متزايد (Albareda L, Lozano JM, Ysa T. 2007). فهناك توقعات وتصورات مختلفة داخل كل علاقة مع أصحاب المصلحة، والتي يجب معالجتها من أجل تطوير سياسة المسؤولية الاجتماعية للشركات المناسبة، كما هو موضح في الشكل (٢-٢) يعتمد هذا التشابك بشكل أساسي على الفكرة القائلة بأن التغييرات والأنماط الأخيرة التي تؤثر على الهيكل الاقتصادي والسياسي قد تغير أدوار وقدرات مختلف العوامل الاجتماعية. وعلاقات التبادل بين مختلف الجهات الفاعلة والمحركات التي تشكل سياسة واتصالات المسؤولية الاجتماعية للشركات (Albareda L, Lozano JM, Tencati A, Midttun A, Perrini F. 2008). الشكل رقم (٢-١) العلاقات التشابكية للمسؤولية الاجتماعية (الممثلون وساحات التبادل)



- المجتمع المدني (يفصل المعايير والقيم، ومورد للقوى العاملة والضرائب).
 - الحكومة (المشرع الأساسي للسياسات والخدمة العامة).
 - الصناعة (تقديم السلع والخدمات، الوظائف والضرائب) (Camilleri, 2015).
- وتتجسد ساحة التبادل هذه في نهج الحكومة الأمريكية الشامل لتقديم الدعم والتوجيه في مجالات سلوك الشركات والسلوكيات المستدامة. كما تتمثل أجندة وزيرة الخارجية الأمريكية في ضمان التنسيق الفعال والشراكات مع المكاتب العامة والمكاتب الفردية من أجل تسخير الأدوات الاقتصادية العالمية التي تعزز أهداف السياسة

الخارجية للولايات المتحدة في المبادرات المسؤولة. على سبيل المثال، يقود مكتب الولايات المتحدة للشؤون الاقتصادية والتجارية U.S. Bureau of Economic and Business Affairs (EB) فريق المسؤولية الاجتماعية للشركات. والغرض الأساسي منه هو تعزيز الممارسات التجارية المسؤولة وتعزيز التنمية المستدامة مع بناء الأمن الاقتصادي. يقدم هذا الفريق إرشادات للشركات الأمريكية وأصحاب المصلحة فيها للانخراط في مواطنة الشركات. ويدعم فريق المسؤولية الاجتماعية للشركات في EB المجالات الرئيسية للسلوك المؤسسي المسؤول، بما في ذلك: "المواطنة الصالحة للشركات"، و"حقوق الإنسان"، و"سلاسل العمل والتوريد"، و"مكافحة الفساد"، و"الصحة والرعاية الاجتماعية"، و"المساهمة في نمو وتطوير الاقتصاد المحلي"، و"الابتكار، التوظيف والعلاقات الصناعية"، و"حماية البيئة"، و"إدارة الموارد الطبيعية" بما في ذلك "الشفافية"، و"التجارة وإدارة سلسلة التوريد"، و"الملكية الفكرية" و "التمكين الاقتصادي للمرأة" (Camilleri, 2017).

وتشير المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى المبادرات التي تتخذها الشركات لتقييم آثارها على البيئة وتأثيرها على الرفاهية الاجتماعية. والمسؤولية الاجتماعية للشركات طوعية إلى حد كبير ولا توجد قوانين محددة تحكمها. ومع ذلك، فإن الشركات تنظم نفسها من خلال وضع معاييرها الاجتماعية والبيئية لصالح أصحاب المصلحة. المبادئ التوجيهية العالمية ومبادرات إعداد التقارير، حيث تصدر الشركات بيانات حول مشاركتها في أنشطة الرعاية البيئية والاجتماعية، هي مصادر أخرى لتنظيم المسؤولية الاجتماعية للشركات. التشريع يوجه المسؤولية الاجتماعية للشركات بدرجة أقل بكثير. على الرغم من عدم وجود تشريع محدد يحكم المسؤولية الاجتماعية للشركات، إلا أن هناك قوانين تمسها. على سبيل المثال، يتطلب قانون دود-فرانك لإصلاح وول ستريت وحماية المستهلك لعام ٢٠١٠ من الشركات العامة التي تتداول في بورصة أمريكية كبرى الإبلاغ عن استخدام معادن الصراع في منتجاتها وأيضًا إحصاءات تنوع القوى العاملة لضمان المساواة والاستدامة. كما أن التغييرات في قانون الضرائب الفيدرالي

لتشجيع الشركات على إجراء خصومات خيرية تصل إلى ٥ في المائة من دخلها قد ساعدت أيضاً في تعزيز المسؤوليات الاجتماعية للأعمال (Lowrie, 2019).

ج- تجارب بعض الشركات الأمريكية:

- شركة (Microsoft): في إطار برامج المسؤولية الاجتماعية أقامت شراكة مع الرابطة الأمريكية لكليات المجتمع، حيث كانت ميكروسوفت قلقة من نقص العمالة المؤهلة في مجال تكنولوجيا المعلومات، فأطلقت مبادرة كلفتها ما لا يقل عن ٥٠ مليون دولار، حيث يخصص الموظفون جزءاً من وقتهم لمساعدة الكليات في تطوير المناهج وتوحيدها وتدريب العاملين. كما قام مدير شركة Bill Gates بتأسيس مؤسسة (Bill-et-Melinda-Gates) سنة ٢٠٠٠، وهي مؤسسة خيرية عالمية تتمثل أهدافها في تعزيز الرعاية الصحية، والحد من الفقر المدقع، ومكافحة الإيدز.

- شركة (General Electric): وهي شركة لها برامج واسعة في مجالي الإسكان والتعليم، ولها برامج أخرى ترمي إلى المساعدة على التعافي في اندونيسيا عقب كارثة "تسونامي"، كما عملت الشركة على تقليل انبعاث الغازات الغير مباشرة بما لا يقل عن ١٨.٠٠٠ طن متري سنوياً، فضلاً عن تحسين الإضاءة لموظفي الشركة، وتوفير أموال الشركة، مما أدى إلى تعزيز التزام الشركة لتقديم منتجات صديقة للبيئة، وفي ذات الوقت زادت من إيرادات تقنيات كفاءة الطاقة لديها. (مقدم، ٢٠١٣م، ص ٢٠١). كما يمكننا القول، أن الشركة لها امتداد خارج الولايات المتحدة الأمريكية ودور دولي في ترسيخ المسؤولية الاجتماعية، خاصة في أوقات الأزمات.

- شركة إنتل (Intel): حصلت الشركة على أكثر من ٨٠ جائزة دولية عن أنشطتها في مجال المسؤولية الاجتماعية، ومن أبرز هذه الأنشطة، ما يلي:
 - في مجال الاهتمام بالتنمية البشرية: تبرعت (بحوالي نصف العاملين في الشركة) بأكثر من مليون ساعة كخدمة في المدارس والمؤسسات غير الهادفة للربح وذلك عام ٢٠١٠.

- في مجال الاهتمام بالبيئة: تهتم بإصدار منتجات أقل استخداما للطاقة الكهربائية، على سبيل المثال: خلال الفترة ٢٠٠٨-٢٠١٠، تعتبر الشركة أكبر متبرع لاستهلاك الطاقة النظيفة في الولايات المتحدة الأمريكية.
- في مجال الاهتمام بالأجيال المستقبلية: قامت باستثمار أكثر من مليار دولار خلال الفترة ٢٠٠٠-٢٠١٠ لتحسين العملية التعليمية في العالم بالتعاون مع حكومات الدول، بالإضافة إلى إطلاق مبادرة " التعليم من أجل الابتكار " عام ٢٠١٠ بالتعاون مع الرئيس الأمريكي حينذاك، بإجمالي تكلفة بلغت ٢٠٠ مليون دولار لتحسين مقررات الرياضيات والعلوم في النظام التعليمي في الولايات المتحدة الأمريكية (عراية، ب. ت، ص ١٣).
- شركة كولجيت-بالموليف (Colgate): تقوم الشركة بمجموعة من الأنشطة المجتمعية ومن أمثلتها: قدمت الشركة تبرعات نقدية بلغت حوالي ١٧.٨ مليون دولار عام ٢٠١٠، وتشمل هذه القيمة التبرعات التي تم توجيهها لبرنامج " ابتسامة مشرقة، مستقبل مشرق"، الذي استفاد منه حوالي ٦٥٠ مليون طفل وأسرهم في ٨٠ دولة على مستوى العالم، ويهدف الى تعزيز الوعي حول صحة الفم، كما يقوم البرنامج بتعليم الأطفال العادات الصحية السليمة للحفاظ على صحة الفم، وقدمت تبرعات عينية ومنتجات من الشركة للمؤسسات الخيرية بلغت حوالي ٢١.٩ مليون دولار عام ٢٠١٠ (رابح، ب. ت).
- شركة وول مارت (Wal-Mart): قامت بمجموعة من الأنشطة الاجتماعية، ومن أمثلتها:
 - إعلان الشركة في أبريل ٢٠١٠ عن قيامها بالتبرع بمبلغ ٣.٤ مليون دولار في شكل منح للمنظمات غير الهادفة للربح لمساعدة الأمريكيين على العودة الى العمل من خلال دعم البرامج التدريبية لخلق قوى عاملة ماهرة.
 - تبنت الشركة في عام ٢٠١٠ برنامج لمكافحة الجوع في أمريكا fighting hunger together بمبلغ ٢ مليار دولار في شكل نقدي وعيني، بهدف القضاء على الجوع خلال الفترة ٢٠١٠-٢٠١٥.

- أعلنت في أغسطس ٢٠١١ عن مضاعفة دعمها للعسكريين ليصل الى ٢٠ مليون دولار بحلول عام ٢٠١٥، وعن مساهمتها في خلق فرص عمل للاقتصاد الأمريكي من خلال توظيف أكثر من ١٥ ألف موظف بنحو ١٠٠ فرع جديد للمؤسسة.
- قامت في عام ٢٠١٠ بتمويل برامج تعليمية وصحية للطلاب بقيمة ٨٩ مليون دولار، كما تبنت برنامج مكافآت المعلمين teacher rewards program والذي من خلاله تم توزيع أكثر من ٤٥ ألف بطاقة هدايا على المعلمين بقيمة ٤.٥ مليون دولار لشراء مستلزمات للفصول التعليمية في السنة الدراسية ٢٠٠٩-٢٠١٠.
- إطلاق مبادرة تهدف إلى توفير فرص العمل والتدريب، حيث قامت في عام ٢٠١١ بمنح أكثر من ٦.٥ ملايين دولار في شكل منح لبرامج مصممة لمساعدة العاطلين وتدريبهم وإعدادهم للمرحلة المقبلة في حياتهم المهنية.
- عام ٢٠٠٩ أعلنت عن تقديم منحة لـ AARP foundation بحوالي ١.٥ مليون دولار لمساعدة ٤٥٠ سيدة يزيد عمرها عن ٤٠ سنة للحصول على برامج تدريبية مختلفة لمساعدتهم على إعالة أنفسهم وأسرهم (رايح، ب. ت).
- وأخيراً ففي الولايات المتحدة، على الرغم من سن قانون الشركات بشكل منفصل في كل ولاية على حدة، يمكن القول إن المشرعين والمحاكم قد أيدوا إلى حد كبير مبدأ أولوية المساهمين. وهذا يجعل تبني عمليات صنع القرار المتكاملة والمستدامة من قبل الرؤساء التنفيذيين ومجالس الإدارة أكثر صعوبة ولكنها ليست مستحيلة. ولا يتعارض صنع القرار المتكامل مع واجبات وتقويضات مديري شركة ديلاوير. ومع ذلك، لا يلزم اتخاذ قرار متكامل أو يتم تشجيعه بشكل خاص. علاوة على ذلك، الحد المسموح به يتوقف على ما إذا كان يمكن ربطه في النهاية بمصالح المساهمين. وبالتالي، فإن مبدأ أولوية المساهمين أساسي في تحليل المسؤولية الاجتماعية للشركات في النظام القانوني الأمريكي (Bloch, 2018).

٢/٢ تجربة الدنمارك:

تُعد التجربة الدانمركية من التجارب الناجحة في مجال المسؤولية الاجتماعية، والتي كان لها تأثير إيجابي على سوق العمل، ففي يناير ١٩٩٤ أطلق رئيس الوزراء الدانماركي خطة لترويج المسؤولية الاجتماعية؛ حيث تم اختيار مجموعة من الشركات من القطاعين العام والخاص، التي أعلنت عن رغبتها في المشاركة في بعض البرامج الاجتماعية في مجال التشغيل والصحة.

أ- بواعث ومنطلقات التوجه نحو برامج المسؤولية الاجتماعية:

تعود فكرة المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) إلى القرن العشرين (كريستوفرسن، وجيرانس وكلاارك ميرفي (Kristoffersen, Gerrans, and Clark-Murphy, 2005)). وكانت الشركات تقصص عن معلومات حول جوانب مختلفة من أدائها الاجتماعي والبيئي لأكثر من قرن (Deegan, 2010). وتشمل المسؤولية الاجتماعية للشركات تلك الإجراءات التي تتجاوز المتطلبات القانونية والتي تقلل من الضرر الواقع على الشركة والمجتمع ((Bloom and Gundlach, 2001)).

وأشار المجلس الدانماركي لمسؤولية الشركات إلى تعريف المفوضية الأوروبية للمسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR). على أنها "مسؤولية الشركات عن تأثيرها على المجتمع". ووفقاً للجنة، فإن المؤسسة التي تفي تماماً بمسؤوليتها الاجتماعية "يجب أن تكون لديها عملية لدمج الحقوق والمخاوف الاجتماعية والبيئية والأخلاقية وحقوق الإنسان في عملياتها التجارية واستراتيجيتها الأساسية بالتعاون الوثيق مع أصحاب المصلحة". ويتفهم المجلس الدانماركي لمسؤولية الشركات تعريف المفوضية الأوروبية على النحو التالي: "تظهر الشركات المسؤولية الاجتماعية وتخلق قيمة لكل من المؤسسات والمجتمع من خلال الانخراط في حوار مع أصحاب المصلحة ومعالجة التحديات الاجتماعية والبيئية والاقتصادية بما يتماشى مع المبادئ الدولية المعترف بها (Ioannou and Serafeim, 2014).

وتحتل "البيئة والمناخ" و "الظروف الاجتماعية التي تستهدف أماكن العمل الدانماركية" أعلى الدرجات عند تصميمهم للسياسات، وغالباً ما تكون حالة الشركة من

حيث مراعاة مبادئ الاتفاق العالمي العشرة للأمم المتحدة معياراً مفيداً. وتنقسم هذه المبادئ إلى أربعة مجالات: حقوق الإنسان، ومعايير العمل، والبيئة، ومكافحة الفساد. كما أن "البيئة والمناخ" و"الظروف الاجتماعية التي تستهدف أماكن العمل الدنماركية" هي الموضوعات التي تراعيها الشركات في أغلب الأحيان - ليس فقط من حيث السياسات وترجمتها إلى أفعال، ولكن أيضاً من حيث ما تم تحقيقه على أنه نتيجة أعمال المسؤولية الاجتماعية للشركات (Brian Mikkelsen, 2010:4).

واتساقاً مع هذا الطرح، فإن المسؤولية الاجتماعية للشركات لدى الدانمارك هي مسؤولية منبثقة عن الوحدة الأوروبية، أي أنها جزء لا يتجزأ عنها. وتتعدد متطلباتها في التالي:

- الالتزام بالمعايير الأممية للمسؤولية الاجتماعية للشركات بما يعرف بالمبادئ العشر للأمم المتحدة.
- السير على نهج الاتحاد الأوروبي الموجه نحو تنبي المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- إتباع نهج وحدة السياسات الداخلية مع سياسات الاتحاد الأوروبي وتنفيذها وفق توجهاته.
- تحسين بيئة العمل وعلاقتها بالمجتمع حيث يتم تعريف نتيجة أعمال المسؤولية الاجتماعية للشركات على أساس تأثيرها في المجتمع، بغية أن يساعد النهج القائم على الأعمال تجاه المسؤولية الاجتماعية للشركات الشركات على النمو وتصبح أكثر قدرة على المنافسة وفي نفس الوقت تحسين الظروف الاجتماعية والبيئية في المجتمع.
- الاستفادة من المسؤولية الاجتماعية للشركات القائمة على الأعمال التجارية وتعزيز دورها في زيادة العرض والطلب على المنتجات المستدامة، وتحفيز الابتكار والشراكات، وتزويد من فرص العمل والاندماج الاجتماعي في سوق العمل، وتعزيز ثقة المستهلك في منتجات الشركة وخدماتها.
- محاولة توطيد الصلة بين الشمول الاجتماعي والمسؤولية الاجتماعية للشركات في الدانمارك (Danish Business Authority, 0:4).

ب- سياسات المسؤولية الاجتماعية:

لعبت الحكومة الدنماركية دورًا بارزًا في تشجيع شركاتها على تبني المسؤولية الاجتماعية للشركات. ومن الأمثلة المبكرة على ذلك "استراتيجية سوق العمل الشاملة" التي طورتها الحكومة لمواجهة مشكلة البطالة المتزايدة والإقصاء الاجتماعي، حيث دعت الخطة إلى شراكة بين الشركات الخاصة والشركاء الاجتماعيين. وهذا أحد الأمثلة على استخدام الحكومة الدنماركية للأنظمة والأطر الإدارية لإنشاء "قانون غير ملزم" لتوجيه أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات. وبدلاً من إطار تنظيمي، ينظر نظام "القانون غير الملزم" هذا إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها "إنجازات مضمّنة وتعاونية تتضمن عدم وضوح الحدود بين المجالات الخاصة والعامة والمدنية" (Habisch et al, 2005:26).

كذلك، استخدمت الحكومة الدنماركية الشراكات بين القطاعين العام والخاص، وسياسات الإجازات المرضية، والجوانب الاجتماعية في اتفاقيات المفاوضة الجماعية، والوظائف المدعومة، من بين أدوات أخرى، لتفعيل وتعزيز دور المسؤولية الاجتماعية. ومنذ تلك الأيام السابقة، مرت الحكومة الدنماركية باستراتيجيات مختلفة للمسؤولية الاجتماعية للشركات مع تغير القيادة السياسية. وقد شجعت الحكومات الدنماركية الحديثة الانضمام إلى الميثاق العالمي للأمم المتحدة، ووقعت على إرشادات منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية للمؤسسات متعددة الجنسيات، ووضعت إرشادات النمو المسؤول. على مر السنين، حافظت الحكومة الدنماركية على التزام واضح بتشجيع المسؤولية الاجتماعية للشركات دون استخدام الوسائل التنظيمية (Vallentin, 2015:7).

وفيما يلي عرض لأهم سياسات المسؤولية الاجتماعية لدى الدنمارك:

- ١٩٩٤ أطلقت الحكومة حملة من أجل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تحت شعار "اهتمامنا مشترك" يشمل الشركات والإعلام والشركاء الاجتماعيين والسلطات العمومية.

- ١٩٩٥ أصدرت وزارة البيئة قراراً بشأن وجوب الشركات التي لديها أنشطة ملوثة بشكل خاص في كتابة الإعلانات البيئية وفرض التزامات الإبلاغ البيئي على أكثر من ١٠٠٠ شركة.
- ١٩٩٨ أنشأت الحكومة الدنماركية مؤسسة مستقلة تركز على المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- ١٩٩٩ أطلقت الخارجية الدنماركية برنامج الشراكة بين القطاعين الخاص والعام لتعزيز الشراكات بين القطاعين العام والخاص التي تعمل على تحسين ظروف العمل والمعيشة في البلدان النامية من خلال النهوض بالمسؤولية الاجتماعية للشركات وزيادة فرص الاستثمار والقدرة التنافسية من خلال الابتكار.
- ٢٠٠١ تم تعديل قانون الحسابات السنوية بحيث يمكن للشركات تقديم تقارير إضافية مثل تقرير المسؤولية الاجتماعية للشركات وكذا التقارير المتعلقة بالبيئة.
- ٢٠٠٥ قامت الوكالة الدنماركية لحماية البيئة بنشر دليل إدارة البيئة والذي يحتوي على قاعدة بيانات تضم حوالي ١٠٠ أداة كما أدرجت الحكومة في نفس العام المسؤولية الاجتماعية فضلاً عن موضوعات مثل الابتكار وريادة الأعمال في قائمة تضم ستة أولويات في تحليلها السنوي للنمو الاقتصادي.
- ٢٠٠٦ أطلقت وزارة الشؤون الخارجية بوابة أعمال مكافحة الفساد بالتعاون مع منظمة الشفافية الدولية وشبكة الاستشارات العالمية الاستشارية. كما تم إطلاق بوابة المسؤولية الاجتماعية للشركات التي تمولها الحكومة لتوفير الوصول إلى جميع المعلومات والموارد المتاحة على المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.
- ٢٠٠٨ تم نشر خطة عمل الحكومة للمسؤولية الاجتماعية للشركات.
- ٢٠١٠ إنشاء مجلس المسؤولية الاجتماعية يتبع وزارة الاقتصاد والتجارة.

ج- تجارب بعض الشركات الدانماركية:

كان لدى الشركات الدنماركية الكبيرة تقرير التزام قانوني بشأن تقارير المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) - المعروف أيضاً باسم نموذج الامتثال أو التفسير. وفي عام ٢٠١٥، راجع البرلمان الدنماركي اللوائح بسبب توجيه الاتحاد الأوروبي بشأن

التقارير غير المالية. واعتبارًا من ١ يناير ٢٠١٦، توجب على الشركات الكبيرة في الفئتين C و D تقديم تقارير عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة بهم. وشركات الفئة D هي شركات مدرجة ومؤسسات مملوكة للدولة. وشركات الفئة C التي تتجاوز اثنين على الأقل من حدود الحجم الثلاثة في عامين متتاليين مثل أن يكون (Counsel of Europe, 2017):

١. المبلغ المتبقي ١٥٦ مليون كرونة دانمركية.

٢. الإيرادات ٣١٣ مليون كرونة دانمركية.

٣. متوسط عدد العاملين ٢٥٠ (بدوام كامل).

تُعفى الشركات التابعة من الاضطرار إلى الإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات إذا قامت الشركة الأم بذلك للمجموعة بأكملها. ويتم تقديم نفس متطلبات الإبلاغ أيضًا للمستثمرين المؤسسيين وصناديق الاستثمار المشتركة وغيرها من الشركات المالية المدرجة (المؤسسات المالية وشركات التأمين، وما إلى ذلك) التي لا يغطيها قانون البيانات المالية الدنماركي. وبالنسبة لهذه الشركات، تم إدخال هذا الشرط في الأوامر التنفيذية الصادرة عن هيئة الرقابة المالية الدنماركية^٤.

كما أن هيئة الأعمال الدنماركية قد وضعت إرشادات عدة حول الاستثمارات المسؤولة للمستثمرين المؤسسيين، وقدمت دليل يشرح كيف يجب على المستثمرين تطبيق المتطلبات اللازمة لتجنب الآثار السلبية على سبيل المثال، العناية بحقوق الإنسان ويحدد المستويات الثلاثة للمساءلة التي يمكن أن يخضع لها المستثمرون فيما يتعلق بالآثار السلبية الفعلية أو المحتملة. ويتم تشجيع الشركات الدنماركية على احترام المبادئ التوجيهية للأمم المتحدة بشأن الأعمال التجارية وحقوق الإنسان. وقد تم

^٤ يتعين على الشركات المشمولة بالمتطلبات القانونية أن تنص على: وصف موجز لنموذج عمل الشركة، ووصف لسياسات المسؤولية الاجتماعية للشركات المتبعة. كحد أدنى: السياسات البيئية، بما في ذلك تدابير الحد من التأثيرات المناخية لأنشطة الشركة؛ الظروف الاجتماعية وظروف الموظف؛ احترام حقوق الإنسان؛ وتدابير محاربة الرشوة والفساد. وبالنسبة لكل مجال من مجالات السياسة، يجب تحديد كيفية قيام الشركة بوضع سياسة المسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة بها موضع التنفيذ، ويجب وصف أي أنظمة أو إجراءات في هذا الصدد. يجب أيضًا تقديم تفاصيل عمليات العناية الواجبة المطبقة، إذا كانت الشركة تستخدم مثل هذه العمليات. ويجب وصف المخاطر المتعلقة بأنشطة أعمال الشركة وتضمن تفاصيل حول كيفية إدارة الشركة للمخاطر المعنية. يجب تقديم المعلومات لكل مجال من مجالات السياسة. كذلك، التفاصيل المتعلقة بمؤشرات الأداء الرئيسية غير المالية للشركة. تفاصيل تصف تقييم الشركة للنتائج المحققة لمبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات والتوقعات المستقبلية. يجب تقديم المعلومات لكل مجال من مجالات السياسة. في حالة عدم متابعة الشركة لسياسات المسؤولية الاجتماعية للشركات، يجب الإفصاح عن ذلك.

توضيح ذلك فيما يتعلق بحزم الإغاثة التي تهدف إلى دعم الشركات والعمال الدنماركيين خلال أزمة COVID-19، عندما شجعت الأطراف التي تقف وراء حزم الإغاثة الأعمال الدنماركية على العمل بشكل متسق مع المبادئ التوجيهية للأمم المتحدة (United Nations Office at Geneva, 2020).

٢/٣ تجربة اليابان

تمثل دول آسيا مثالا ناجحًا على التحول الذي استهدف نموًا سريعًا عزز من فرص المشاركة الاقتصادية والاجتماعية بالإضافة إلى التوسع في الخدمات العامة مثل التعليم والصحة واعتماد التكنولوجيا والانتقال إلى نشاطات اقتصادية ذات قيمة مضافة عالية بجانب الجهود في الحفاظ على بيئة خضراء مستدامة وبرامج اجتماعية لتحقيق العدالة والمساواة. وأيضًا دور القطاع الخاص بجانب الدولة لتحقيق دوره المنوط به في توفير الحماية الاجتماعية من خلال برامج المسؤولية الاجتماعية للأفراد وأصحاب المصلحة وأيضًا المجتمع. كما حازت الدول الآسيوية على مراتب متقدمة في تقارير التنافسية والاستدامة الدولية على مدار العقد الماضي.

أ- بواعث ومنطلقات التوجه نحو برامج المسؤولية الاجتماعية:

أصبحت اليابان تهتم بالمسؤولية الاجتماعية، ابتداء من منتصف ١٩٩٠ بدأ عدد متزايد من المنظمات اليابانية في تطوير نظم الإدارة البيئية للحصول على شهادة الأيزو ١٤٠٠١ وبحلول أواخر عام ١٩٩٠ بدأ مصطلح الإدارة البيئية ينتشر في المنظمات اليابانية وبدأت بإعداد التقارير البيئية للكشف عن جهودها في مجال الإدارة البيئية. وقد تزايد في السنوات الأخيرة الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية من قبل المنظمات اليابانية ففي مارس ٢٠٠٣ نشرت منظمة Japan Association of Corporate Executives تقريرًا عن المسؤولية الاجتماعية أظهر قدرًا من الوعي بأهمية المسؤولية الاجتماعية لدى المنظمات اليابانية كما أطلق اتحاد الأعمال الياباني وهو أكبر رابطة تجارية نقاشات حول إدارة المسؤولية الاجتماعية في ٢٠٠٣ وتضم اليابان أكبر عدد من الشركات التي تنشر تقاريرها وفقًا لمبادئ المبادرة الإبلاغ العالمية. وركز العديد من الشركات، بما في ذلك Ricoh و Sony و Panasonic،

على إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات، بما في ذلك إنشاء أقسام مخصصة للمسؤولية الاجتماعية للشركات وتعيين المديرين/ المديرين المسؤولين عن المسؤولية الاجتماعية للشركات. ومع ذلك، فقد ظهر مصطلح المسؤولية الاجتماعية للشركات لأول مرة في اليابان منذ ٥٠ عامًا في قرار صدر عن الرابطة اليابانية لمديري الشركات. ونظرًا لأن المديرين اليابانيين يتمتعون بإحساس قوي بروح الامتثال، بدلاً من وصفها المباشر، فإن تبنينهم للمسؤولية الاجتماعية للشركات ربما يكون أكثر تركيزًا على روح المصطلح بدلاً من المعنى البرامجي بالكامل. ولقد اعتادوا على اقتراح أن المسؤولية الاجتماعية للشركات " لن تُقال إلا عندما لا تضطر إلى القول بأنها تعمل أو نطلق على الأنشطة على وجه التحديد اسم المسؤولية الاجتماعية للشركات. وبالمثل، في حين أن هناك اتفاقًا كبيرًا بين المديرين التنفيذيين اليابانيين على أهمية المساهمة في المجتمع، لم يكن هناك إجماع مماثل صريح حول الطرق التي يجب أن تتحقق بها هذه المساهمة (Witt and Redding, 2012).

وبعد الولايات المتحدة وأوروبا، فقد أصبحت اليابان تدرك أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) وفي الواقع أصبحت اليابان الدولة التي تضم أكبر عدد من المشاركين عالميًا في المبادرات الاجتماعية، والتي تعد حاليًا أكثر أنظمة الإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات شهرة في العالم. ومع ذلك، فإن مجرد عدد المشاركين لا يوضح الكثير. قد يختلف النهج الياباني تجاه المسؤولية الاجتماعية للشركات عن النهج الغربي، نظرًا للاختلافات المتعددة في خصائصها الاجتماعية والاقتصادية (Suzuki & Tanimoto, 2005).

وتدرك العديد من الشركات الآن أهمية الانخراط في المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) لإدارة عملياتها التجارية. فالمسؤولية الاجتماعية للشركات هي نهج يشمل مجموعة واسعة من المكونات مثل حوكمة الشركات وتنوع القوى العاملة. ومن بينها، برزت حماية البيئة كقضية تجارية مهمة في العقود الأخيرة. تركز هذه الدراسة على حماية البيئة ضمن جهود الشركات المقاسة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات والاستثمار المسؤول اجتماعيًا (SRI) (Mika and Toshiyuki, 2020).

ب- سياسات المسؤولية الاجتماعية:

تتصب سياسات المسؤولية الاجتماعية في اليابان على وضع الاستراتيجيات التي توضح أهمية المسؤولية الاجتماعية ودور المنظمات التعليمية والهيئات الصناعية بنشر الوعي اتجاه الافراد والمجتمع والبيئة؛ حيث اتفق القائمون على إدارة الانتاج في الشركات اليابانية على أن المسؤولية الاجتماعية تتوجه بالمُساهمة في تحسين الإنتاج وبشكل غير مباشر. لذلك اتجهت الإدارات لتقوية العمليات الديناميكية الخاصة بالاستراتيجيات التي وضعتها الدولة اتجاه المسؤولية الاجتماعية، حيث إن الهدف منها هو غرس المسؤولية الاجتماعية في النظام الإداري لكافة المنظمات اليابانية، وتعتمد الدولة على عدة مراحل أساسية للوصول إلى الأهداف الاجتماعية المرجوة ويُمكن حصر أهم تلك المراحل في ثلاث مراحل رئيسية:

١. المرحلة الأولى: تختص بصياغة السياسة العامة للمسؤولية الاجتماعية في الدولة، حيث تظهر في تلك المرحلة الرؤى الاستراتيجية التي تحدد طبيعة برامج المسؤولية الاجتماعية التي سيتم وضعها والمُراد القيام بها، بالإضافة إلى الأطراف المستهدفين منها، وتتحدد معالم النشاطات المُراد أدائها.
٢. المرحلة الثانية: هي المرحلة التي يُطلق عليها مرحلة التنفيذ حيث تشمل العديد من الخطوات، ونجد في البداية أنها وجهت اهتماماتها نحو الممارسات الإدارية التي توجهت لتطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية من خلال المنظمات بصفتها على اتصال مُباشر بالعديد من الأفراد العاملين أو القائمين على الأعمال الإدارية، وخلال تلك المرحلة يجب التأكد أن الجميع على وعي بتنفيذ المسؤولية الاجتماعية والخطط الاستراتيجية التي تضعها المنظمة لكل برنامج من برامج المسؤولية الاجتماعية.

٣. المرحلة الثالثة: تتصف تلك المرحلة بقوتها حيث تؤثر على برامج المسؤولية الاجتماعية بشكل واضح كونها المرحلة الأخيرة من مراحل وضع سياسات المسؤولية الاجتماعية في دولة اليابان؛ حيث تقوم تلك المرحلة بالتقييم والتطوير الخاص بالأداء الاجتماعي للمنظمات، ومن خلالها يتم التقييم النهائي عن طريق

كافة المقاييس سواء كانت محاسبية او غير محاسبية المتنوعة، وعند إعداد واكتمال التقرير الخاص بالمسؤولية الاجتماعية تنتهي عملية التقييم بشكل سليم. (مقدم، ٢٠١٣م، ص ٢١٩).

وفيما يلي عرض لأهم أنشطة وبرامج المسؤولية الاجتماعية:

١. تقديم قروض الإسكان للعاملين.
 ٢. المساهمة في الحفاظ على مستويات الحياة الملائمة من خلال تقديم إيرادات الجمعيات.
 ٣. الاهتمام بكافة الاجراءات في مجال الرعاية الاجتماعية بهدف الحصول على الإيجابيات وتأمين عملية التوظيف ذات المدى الطويل للعمالة الماهرة.
 ٤. المشورة الدائمة بين النقابة والإدارة وذلك اعتمادًا على خلق الاتفاقات المتبادلة بينهم، وبالطبع تختلف المشورة باختلاف الشركات.
 ٥. تقديم خدمات النقل والطعام أثناء العمل والإعانات العائلية.
 ٦. استخدام موارد الشركات وذلك بهدف إعادة خلق وعمل تسهيلات إنتاجية لخلق فرص عمل.
 ٧. منح الإعانات التي تساهم في خفض معدلات البطالة وإعطاء حق التأمين الصحي للعاملين ومن ثم وضع خطط تقوم بتعويض العمالة في حالة وقوع اضرار.
 ٨. توجيه قدر كاف من الاموال لتطوير وتقديم برامج البحوث تجاه المسؤولية الاجتماعية مما يمكن المنظمات من خلق العديد من فرص العمل الجديدة.
- تحديد وبلورة ثقافات المنظمات والشركات في ضوء ثقافات المجتمع الياباني التي تميزت بتقديس العمل وتوجيه احترام شديد نحو الكبار.

ج-تجارب بعض الشركات اليابانية:

شركة TOYOTA: أشار الكثير من علماء البيئة أن شركة تويوتا تسير وفق مبدأ حماية البيئة، وتأخذ شعاراً رئيسياً لمسؤولياتها الاجتماعية؛ حيث يسعى القائمين على تلك الشركة إلى الحفاظ على البيئة الأمر الذي يمكنهم من تشييد مجتمع صحي جسدياً وعقلياً، عن الطريق الوقاية من مظاهر التلوث التي يمكن أن تكبد الاقتصادات

والمجتمعات الكثير من الخسائر الناجمة عن الزحف العمراني، والممارسات والنشاطات الصناعية والإنسانية المتزايدة، كما قامت الشركة بالعديد من المبادرات التي من شأنها معالجة الاختلالات البيئية المختلفة. وهي تقوم بمجموعة من الأنشطة المجتمعية كالتالي:

- أنشطة بيئية: المساهمة في التنمية المستدامة للمجتمع والمساهمة الاجتماعية في مجالات مثل التربية البيئية، ودعم العمل البيئي والمحافظة على التنوع البيولوجي، وذلك من خلال:
 - برنامج المنح لدعم الأنشطة البيئية التي تنفذها المنظمات غير الهادفة للربح والذي بدأ منذ عام ٢٠٠٠ تحت شعار " التكنولوجيا البيئية والمساهمة في تنمية الموارد البشرية للحفاظ على البيئة"
 - برنامج تويوتا لتوعية الشباب الصيني بموضوعات الحماية البيئية منذ عام ٢٠٠٥.
 - برنامج منع التصحر بالصين منذ عام ٢٠٠١.
 - مشروع حماية الغابات باليابان.
 - مؤسسة تويوتا في اليابان والتي تقوم بعمل برامج تعليمية بيئية للأطفال والبالغين منذ عام ٢٠٠٥.
 - مؤسسة التنمية المستدامة باليابان التي تقدم برامج التنمية البيئية بالاشتراك مع المنظمات غير الهادفة للربح منذ عام ٢٠٠٩.
 - مشروع تويوتا إيكو للشباب (ماليزيا/ أندونيسيا): إنشاء مجموعة من المدارس الثانوية بالقرب من فروع تويوتا بهدف تخطيط وتنفيذ مشاريع تحسين البيئة، مثل ترشيد استهلاك الكهرباء وتنقية المياه منذ عام ٢٠٠١.
 - مبادرة استعادة الغابات الممطرة (الفلبين): منذ عام ٢٠٠٧ تم التعاقد مع المنظمات غير الحكومية البيئية في أنشطة غرس الأشجار في مقاطعة كاجايان بالفلبين.
- مبادرة القيادة البيئية: بالتعاون مع مجموعة من الدول الأوروبية، حيث تعتبر العوامل الرئيسية لتحسين كفاءة استهلاك الوقود وتكنولوجيا المركبات هي تطوير مهارات القيادة وذلك من خلال تنظيم ورش عمل بيئية تقوم بنظم محاكاة لتعليم قيادة السيارات وذلك منذ عام ٢٠٠٧.

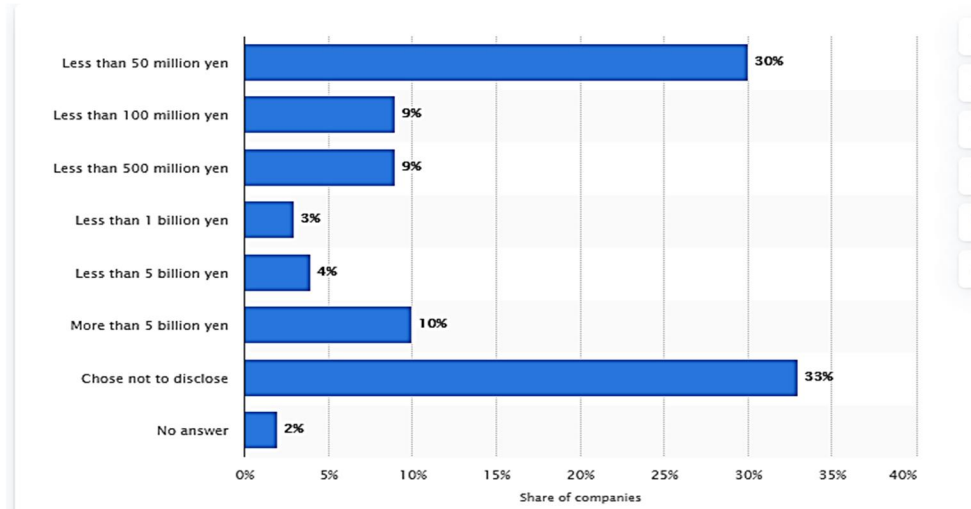
- مبادرة Together Green بالولايات المتحدة منذ عام ٢٠٠٨ لتمويل مشاريع المحافظة على البيئة، وتشجيع العمل التطوعي.
- تساهم شركة تويوتا بالتعاون مع دولة البرازيل في ترميم والحفاظ على الغابات على المحيط الأطلسي، للمناطق الأكثر تضررا في البرازيل عام ٢٠٠٩.
- أنشطة تعليمية: تستخدم شركة تويوتا خبراتها لتصنيع البرامج التي تعمل على النهوض بالعلوم والتكنولوجيا، وتدعم تنفيذ البرامج التعليمية في جميع أنحاء العالم، وذلك من خلال:
 - المشروع التعليمي بجنوب افريقيا: بدأت شركة تويوتا تدريس برنامج تعليمي يستهدف المعلمين، حيث يدرّبهم على أساليب تدريس اللغة الانجليزية، والرياضيات والعلوم.
 - قامت شركة تويوتا بإجراء برنامج للمنح الدراسية في الصين منذ عام ٢٠٠٦ بالتعاون مع مؤسسة سونج تشينج لينج لمساعدة الطلاب في وسط وغرب الصين الذين يواجهون صعوبات اقتصادية في استكمال دراستهم الجامعية.
 - تنظيم ورش عمل لتعزيز روح الابتكار لدى الأطفال باليابان في مجالات العلوم والتكنولوجيا، وتنظيم ورش عمل بين الفنانين والأطفال بالتعاون مع المنظمات غير الهادفة للربح في اليابان لتعزيز الحس الفني للأطفال من خلال تفاعل الأطفال مع الفنانين.
 - مؤسسة تويوتا للمنح الدراسية بكوريا: منذ عام ٢٠٠٥ بدأت بالتعاون مع مؤسسات المجتمع المدني في تقديم منح دراسية لطلاب المدارس الفقيرة بواقع ٤٥ طالبا في السنة.
 - إعداد دورات تدريبية تدرس باللغة البرتغالية في مجال السيارات للبرازيليين قاطني اليابان، كما تم الاحتفال مؤخرا بالذكرى السنوية العاشرة لإعداد تلك الدورات، وقد تخرج فيها أكثر من ٢٠٠ طالب وطالبة.
- وفي الأخير، يتم تحديد النهج الياباني تجاه المسؤولية الاجتماعية للشركات بشدة من خلال عوامل دينية وفلسفية وثقافية وتاريخية واقتصادية وقانونية. ولعله دليل على مفهوم سياق المسؤولية الاجتماعية للشركات، والذي يثير تساؤلات حول طبيعة العلاقات التجارية للشركات اليابانية مع نظيراتها الأجنبية وأسلوب إدارتها أثناء

الاستثمار في الخارج (Krukowska,2014). ويوضح الشكل رقم (١) توزيع الشركات التي أنفقت ميزانيات على أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) في اليابان اعتباراً من فبراير ٢٠٢٠، حسب مبلغ الميزانية، ذكرت حوالي ٣٠ في المائة من الشركات التي شملتها إحصائيات موقع ستاتيسا أنها أنفقت أقل من ٥٠ مليون ين ياباني على أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) اعتباراً من فبراير ٢٠٢٠. قامت العديد من الشركات بدمج النفقات على أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل لا ينفصل عن نفقات التشغيل الرئيسية، مما قد يفسر العدد الكبير من (٣٣ في المائة) من الشركات غير المبلغ (Statista Research Department,2020). ونظراً لأن المجتمع الياباني أقل تشريعاً من الدول الغربية، فبدلاً من القواعد واللوائح المحددة، تستخدم الحكومة في اليابان عادةً إرشادات واقتراحات طوعية للتحكم في أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات التي تضمن العلاقات التعاونية بين الشركات والحكومة (Kokubu et al,2013).

وتواجه اليابان حالياً مجموعة متنوعة من التحديات، بما في ذلك انخفاض معدل المواليد وشيخوخة السكان، والتركيز المفرط لسكانها في منطقة العاصمة طوكيو، ونقلص الاقتصادات المحلية، وتعزيز تكوين أصول الأسرة، وتغير المناخ، والتنوع وإصلاح أسلوب العمل، والتي يمكن الآن إضافة نقشي COVID-19. إذا كنت تتظر إلى الوضع خارج اليابان، فقد اعتمدت الأمم المتحدة أهداف التنمية المستدامة (SDGs) في عام ٢٠١٥. وبدلاً من السعي وراء القيمة الاقتصادية وحدها، يجب على الشركات الآن، أكثر من أي وقت مضى، أن تكون قادرة على المساعدة في حل هذه القضايا الاجتماعية. ومن امثلة ذلك ما قدمه بنك البريد الياباني، الذي حدد الأهداف التي يتعين تحقيقها في أربعة محاور لأهداف التنمية المستدامة: العملاء والأسواق، والمجتمعات الإقليمية، والبيئة، والموظفون (إدارة التنوع). بالإضافة إلى تقديم هذا الالتزام تجاه أصحاب المصلحة لدينا، فإنه يعمل على غرس أهداف التنمية المستدامة هذه داخل الشركة حتى يتمكن جميع الموظفين من التأثير عليهم في مهام أعمالهم. وفي ضوء الأطر الدولية، يقوم بنك البريد الياباني بتطوير عملياته في مجال وضع

سياسات حقوق الإنسان والسياسات البيئية وغيرها من السياسات المطلوبة (JAPAN POST BANK, 2020,p6).

شكل رقم (٢-٢) توزيع الشركات التي أنفقت ميزانيات على أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) في اليابان اعتبارًا من فبراير ٢٠٢٠، حسب مبلغ الميزانية



Source: Statista Research Department (2021).

٢/٤ تجربة المملكة العربية السعودية:

تعتبر المملكة العربية السعودية من الدول العربية الرائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية حيث سعت إلى تعزيز المشاركة في المسؤولية الاجتماعية وحفز القطاع الخاص لأدائها بفاعلية من خلال حزم برامج تحفيزية مثل منها إطلاق الهيئة العامة للاستثمار لمؤشر التنافسية المسؤول وبلغت عدد الشركات المشاركة في المؤشر ٨٠ شركة وطنية وهي الشركات المؤهلة للمنافسة على جائزة الملك خالد للتنافسية المسؤولة -إحدى الجوائز الأربع التي تطلقها مؤسسة الملك خالد الخيرية- التي تمنح لأفضل الشركات في المملكة، بهدف تحسين أداء الشركات في المملكة، وتزويد من تنافسياتها محليًا ودوليًا. ويقوم فريق عمل مؤشر «التنافسية المسؤولة» على تصنيف ودراسة الشركات المرشحة للفوز بالجائزة، وتهتم الشركات بالمؤشر السعودي للتنافسية المسؤولة كونه أحد المؤشرات الفاعلة لقياس القدرة التنافسية للمنشآت، وأداة لتفحص

نقاط القوة والضعف في بيئة الأعمال، وتوجيه السياسات الاقتصادية جزئياً و كلياً، بغية النهوض بتنافسية المنشآت، وخاصة في ظل التحديات والأزمات المتعددة التي تعصف بالاقتصاد العالمي. ويأتي إقبال الشركات على المشاركة في المؤشر دليلاً على تبنيها لمفهوم التنافسية المسؤولة، ورغبة قياداتها في تطوير آليات تطبيقه بما يعود بالمنفعة على الفرد والمجتمع. ويسهم المؤشر السعودي للتنافسية المسؤولة في بناء شركات متألقة وناجحة، خصوصاً في ظل وجود المنافسة التي تستوجب من الشركات الارتقاء بآلية عملها لتلبية معايير المؤشر، إضافة إلى الاهتمام المتزايد بالمحافظة على البيئة من خلال تحري الدقة والشفافية والحرص على سلامة البيئة وعدم الإضرار بها (الحارثي، ٢٠٠٩).

أ- بواعث ومنطلقات التوجه نحو برامج المسؤولية الاجتماعية:

تُعد المسؤولية الاجتماعية سواء داخل أحد المنظمات أو خارج بيئات العمل أحد أهم الأسس التي تُبنى عليها الحياة الاجتماعية، ونجد انها تحظى بأهمية كبرى دولية ومحلية. وهناك وعي وفهم واسع ومتنوع للمسؤولية الاجتماعية للشركات في المنطقة وكذلك داخل المملكة العربية السعودية. وشاركت العديد من المنظمات في المنطقة في الأنشطة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات مما أدى إلى تعزيز ثقة المستهلك وتحسين المجتمع وتوظيف الموظفين والاحتفاظ بهم وتحسين الأداء المالي دون تنظيم هذه المبادرات رسمياً تحت مظلة واحدة من المسؤولية الاجتماعية للشركات. وفي مجال تفعيل المسؤولية الاجتماعية بالمملكة تعد الغرف التجارية الصناعية بالمملكة أحد الكيانات الراسخة في الدولة والتي تعمل بشكل نظامي لتمثيل مصالح القطاع الخاص لدى السلطات العامة، وتنمية وتطوير مؤسسا القطاع الخاص وتفعيل دورها كمكون رئيسي للاقتصاد الوطني حيث اضافت الغرف إلى ذلك بعدا مهما أصبحت تمارسه كمهمة أساسية لها وهو أداء المسؤولية الاجتماعية. ولا شك أن الرصيد الثري من المنطلقات الدينية يعتبر الانطلاقة الهامة التي مهدت لازدهار ثقافة المسؤولية الاجتماعية في المملكة. ومع نمو القطاع الخاص بدأت تتبلور ثقافة المسؤولية الاجتماعية بشكل أكثر تنظيماً ودل على ذلك الكثير من البرامج والخطط

والمبادرات منها: الحملات التوعوية التي تستهدف مختلف شرائح المجتمع سواء تلك التي تهتم بترشيد الاستهلاك أو التي تهتم بالتنظيف الصحي أو الحملات التوعوية بخصوص القوانين المرورية أو النظافة أو الاهتمام بالبيئية من أجل الارتقاء في خدمة المجتمع (الحارثي، ٢٠٠٩).

كما شكّل ظهور الربيع العربي في ٢٠١٠-٢٠١١ نقطة تحول في تطور المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة، مما جعلها في الواجهة السياسية. ففي هذه المرحلة، لا تُفهم المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها ضرورة اقتصادية فحسب، بل تعتبر أيضاً أولوية سياسية أساسية للتماسك الاجتماعي وموقف المملكة الريادي في المنطقة. وهكذا، شرعت الحكومة في نشاطين رئيسيين: تقديم المساعدة السخية للمحتاجين والفقراء، ومع المساعدة المالية المباشرة عمدت إلى بناء نصف مليون وحدة سكنية لذوي الدخل المنخفض (King Abdullah, 2012).

ب- سياسات المسؤولية الاجتماعية:

وجهت المملكة العربية السعودية اهتماماً واسعاً نحو تطبيق المسؤولية الاجتماعية على مستوى جميع الأفراد والمنشآت، كما أن الحكومة القائمة على المملكة العربية السعودية تقوم باعتماد مبدأ التكافل الاجتماعي في تعاملاتها وقوانينها. وهذا المبدأ يُمثل أساس المسؤولية الاجتماعية، كما أن السعودية تتمتع بالأصالة في التعامل مما يساعدها بشكل أساسي على تطبيق واجبات المسؤولية الاجتماعية دون رقيب أو قوانين تتحكم في تلك الشؤون، ولكن المملكة تزداد حرصاً على توسيع هذا المصطلح إلى أكبر حد ممكن. وهناك عدة عوامل ساعدت على ترسيخ هذا الفكر مثل إنشاء وزارة العمل والشؤون الاجتماعية، وكان هذا خلال عام ١٩٧٥، كما أولتها المملكة جميع مسائل الرعاية الاجتماعية ووضع اللوائح التي تقوم بتنظيمها بشكل سليم، وللتأكيد على دور المملكة في تطوير المسؤولية الاجتماعية بين الأفراد عن طريق إنشاء أحد الوزارات المستقلة الخاصة بمتابعة وسائل تطوير الشؤون الاجتماعية وفصلها عن شؤون العمل، وكان هذا بهدف تَقْدِم العمل الاجتماعي عن طريق اتباع بعض من المناهج المتطورة، من ثم فقد حاولت المملكة تعزيز شؤونها الاجتماعية عن طريق وضع برامج التنمية

المستدامة، التي شملت العديد من الأمور الاقتصادية والاجتماعية، وفي مقدماتها وسائل تطوير الشؤون الاجتماعية على مستوى المنشأة أو الحياة الاجتماعية. كما قامت بالاشتراك في العديد المشروعات التنموية في محاولة لتقديم المساعدة، ومن تلك المشروعات تنفيذ وزارة الشؤون الاجتماعية لمشاريع إنتاجية (وزارة الشؤون الاجتماعية، ٢٠٠٩).

ولعل أهم ٣ أنشطة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات التي تم تحديدها في المملكة العربية السعودية هي خلق فرص عمل للعاطلين (٤٩٪)، وتشجيع ريادة الأعمال (٤٧٪) وتنظيم أو دعم حملات مكافحة التدخين (٤٦٪). وتشمل الأنشطة الأخرى التي تم تحديدها ببرامج الدعم الطبي (٣٢٪)، ومحو الأمية الحاسوبية ومحركات التعليم (٣٠٪)، والتدريب لذوي الإعاقة الجسدية (٤١٪). كان هناك انخفاض ملحوظ في الوعي بأنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات فيما يتعلق ببرامج المرأة (١٠٪)، وحملات مكافحة السمعة (١١٪) والاستشارات المهنية (١١٪). في الرياض، تولد حملات مكافحة التدخين (٥٣٪) وأنشطة دعم وإعادة تأهيل الأيتام (٤٧٪) وعيًا أكبر، بينما في جدة، تأتي المبادرات المرتبطة بالبرامج التعليمية والمهنية للنساء (٤٥٪) على رأس القائمة. والوعي للحد من البطالة وتشجيع ريادة الأعمال متطابقان تقريبًا في كلتا المدينتين (Sabri, 2019).

وخلال المرحلة الثانية، تم توسيع معنى المسؤولية الاجتماعية للشركات ليشمل تحسين الإنتاجية والقدرة التنافسية، بما في ذلك زيادة فرص العمل للمواطنين في القطاع الخاص. وكان إنشاء الهيئة العامة للاستثمار في المملكة العربية السعودية (SAGIA) في عام ٢٠٠٠ تنويجًا للالتزام بإضفاء الطابع المؤسسي على الشراكات بين الأعمال والوكالات الحكومية، لا سيما في الأمور المتعلقة بالاستدامة. وتتمثل إحدى أهم أولويات الهيئة العامة للاستثمار في تحقيق النمو الاقتصادي السريع والمستدام وتعزيز فرص الاستثمار في القطاعات الأساسية لحماية رفاة الأجيال القادمة. وتتمثل إحدى المسؤوليات الرئيسية للهيئة العامة للاستثمار في الإشراف على إنشاء المدن الاقتصادية في جميع أنحاء المملكة. بتكلفة تزيد عن ٦٠ مليار دولار، يتم تعزيز اقتصاد المملكة

العربية السعودية من خلال إنشاء العديد من هذه المواقع المتكاملة المصممة لتعزيز التنويع الاقتصادي، وخلق أكثر من مليون فرصة عمل جديدة وتعزيز المساهمات في الناتج المحلي الإجمالي من قبل القطاع الخاص، مع التقليل من السلبية. تجاه التأثير البيئي وتعظيم الحفاظ على الطاقة واستدامتها. لذلك، كان الترشيد الاقتصادي عاملاً دافعاً رئيسياً في تعزيز الحكومة للمسؤولية الاجتماعية للشركات (SAGIA, 2012).

وقد تم البدء في برامج مختلفة لتعزيز الشراكات بين القطاعين العام والخاص وإضفاء الطابع المؤسسي على المسؤولية الاجتماعية للشركات. على سبيل المثال، عقدت غرفة تجارة وصناعة مكة المكرمة، في سبتمبر ٢٠١١، ندوة لمدة يومين حول المسؤولية الاجتماعية للشركات بمشاركة كل من القطاعين العام والخاص، بغرض زيادة الوعي بأهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات (Abu Al-Naja, 2011).

وفيما يلي عرض لأهم إنجازات المسؤولية الاجتماعية لدى المملكة:

- تنظيم أول ملتقى للمسؤولية الاجتماعية على مستوى المملكة عام ٢٠٠٦ ليتناول مفهوم وتطبيقات المسؤولية الاجتماعية واستراتيجيتها في منظمات الأعمال.
- إنشاء مجلس المسؤولية الاجتماعية كمرجعية لأنشطة ومشروعات المسؤولية الاجتماعية التي تتبناها المنظمات لتنمية المجتمع وتلبية احتياجاته كما يختص باقتراح الأنشطة والبرامج الاجتماعية التي يتولاها القطاع الخاص.
- إنشاء لجنة تنفيذية بالغرفة للمسؤولية الاجتماعية تتولى 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.
- تبني جائزة الغرفة للمسؤولية الاجتماعية (جائزة المسؤولية الاجتماعية) والتي ستتيح استيعاب البرامج المميزة التي يتبناها شركات القطاع الخاص.
- إعداد دليل إرشادي لبرامج المسؤولية الاجتماعية.
- التنسيق مع الشركات الرائدة في أداء المسؤولية الاجتماعية للاستفادة من تجاربها وتعميمها.
- إبرام اتفاقيات تعاون لتبادل الخبرات بين مختلف الغرف التجارية الصناعية.

وتتلخص مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات السعودية الذاتية في: (١) العمل الخيري الإسلامي، (٢) الالتزام الاجتماعي (٣) التزام التنمية الوطنية (٥) مواطنة الشركات (٦) التطورات الاقتصادية الوطنية (٧) التنافسية الوطنية (٨) توقعات أصحاب المصلحة و (٩) التوقعات البيئية والعالمية و (١٠) حوكمة الشركات (Saeidi, 2019).

ج- تجارب بعض الشركات السعودية:

- تجربة مصرف الراجحي: تنوعت برامج المسؤولية الاجتماعية لمصرف الراجحي، لتشمل:
 - برامج خدمة المجتمع: من خلال تقديم الرعاية الخاصة للمبادرات والأنشطة المرتبطة بتقديم الخدمات للفقراء والحد من نسب البطالة وتقديم الرعاية للمشاكل الاقتصادية العامة التي تقوم في الأساس على خدمة المجتمع.
 - برامج تحسين البيئة الداخلية: تم تقديم بعض المساعدات الاجتماعية مثل دخول أسرة العاملين ضمن قوائم التأمين الطبي في محاولة في رفع الروح الاجتماعية، ومن ثم تمكين كافة الموظفين في الدخول في عمليات التمويل التجاري والعقاري بهدف إتاحة الرقي الاجتماعي لهم.
 - برامج التنمية المستدامة: وضع اهتمام واسع يشمل ترشيد بعض أساسيات المنظمة مثل: الكهرباء والماء في كافة فروع المصرف وضع وتنفيذ سياسة المكتب الأخضر، إعادة تدوير نفايات الفروع في محاولة لتقليل التلوث ليكون مثال أمام الموظفين يمكنهم اتباعه، وأيضاً تقليل استخدام الأعمال الورقية وتحويلها إلا استخدامات الكترونية.
- البنك الأهلي التجاري: تتمثل برامج المسؤولية الاجتماعية التي يتم اتباعها من قبل البنك، لتضم:
 - برامج فرص العمل: قام البنك بدعم الشباب عن طريق تيسير عملية الحصول على وظيفة في سن مبكرة. من خلال إعادة تأهيل الشباب ليتناسبوا مع احتياجات السوق.
 - برامج الأهلي الاجتماعية: تقديم برامج مبتكرة في محاولة لتقديم بعض الخدمات المجتمعية وأيضاً دعم الجمعيات الخيرية، وأيضاً توفير بعض

الاحتياجات للطلاب في محاولة لرفع نسب التعليم، وإتاحة دخول برامج تقدم اهتمامها نحو ذوي الاحتياجات الخاصة بهدف تطوير القدرة وإمكانية توظيفهم في المستقبل.

○ برامج الأهلّي للتعليم: كان الهدف الرئيسي وراء تكوين تلك البرامج هو رفع الكفاءة التعليمية والتقنية لدى الطلاب ومحاولة إبراز أهمية البحث العلمي ودوره في تطوير مهارات الطلاب، وفي عام ٢٠٠٨م قام البنك بتحديد ووضع كرسيين؛ حيث كان الأول يهتم بالمسؤولية الاجتماعية للشركات وكان هذا بداخل جامعة الملك سعود. فيما كان الكرسي الثاني في قسم البنوك الإسلامية والمالية وكان هذا داخل جامعة الملك فهد للبترول والمعادن، كما قام البنك بتقديم برنامج مبادرة إنجاز وكان هذا بالاشتراك مع أحد المؤسسات الأمريكية (الحارثي، ٢٠٠٩م، ص ١٦).

● تجربة شركة الاتصالات السعودية: قامت الشركة بتقديم برامج المسؤولية الاجتماعية تحت مسمى الوفاء، شملت:

○ برنامج الوفاء الصحي: كان دوره الأساسي يتمثل في تقديم التمويلات الصحية لبعض المراكز المختلفة، كما قامت بتقديم الرعاية والدعم لبعض الأمراض المزمنة وبالتعاون مع وزارة الصحة، وأنشأت الشركة ٢٢ مركزاً طبياً بقيمة ١٠٠ مليون ريال سعودي موزعة في جميع أنحاء المملكة لصالح أكثر من ٣ ملايين زائر. (STC, 2018, p19).

○ برنامج الوفاء التعليمي: عمل على تأهيل نحو أكثر من ٢٣٠٠ شاب وفتاة، ومن ثم قامت الشركة بتقديم كرسي للبحث العلمي داخل جامعة الملك سعود، ومن ثم قامت بتقديم المنح التدريبية للخريجين، كما توجهت لتقديم أحد البرامج التدريبية الخاصة بأسر موظفي الشركة.

○ برنامج الوفاء الاجتماعي: تم إنشائه بهدف دعم المعوقين وذوي الاحتياجات الخاصة وبعض برامج إبراء الذمة عن طريق إعفاء بعض من عملاء الشركة المتوفين من الديون الواقعة عليهم بسبب استخدامهم بعض من خدمات الشركة.

٥/٢ تجربة كوريا الجنوبية:

أدرك المجتمع الكوري أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال أزمته المالية، فقد قدمت هذه الكارثة الاقتصادية التاريخية السياق الذي ولد مطالب مجتمعية وضغوطاً على المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال تحفيز الجهات الفاعلة المحلية (Ahmadjian & Song, 2006).

أ- بواعث ومنطلقات التوجه نحو برامج المسؤولية الاجتماعية:

بدأ الاهتمام بأنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات في كوريا الجنوبية بشكل جدي في منتصف عام ١٩٩٠ (Turban and Greening, 1997). وتشير المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى المساهمات الاجتماعية للشركات والتبرعات للأغراض الاجتماعية. وفي الآونة الأخيرة، أصبحت هذه الأنشطة تشمل إجراءات مربحة تزيد من إيرادات الشركات. نظراً لأن الشركات تتفق مبالغ كبيرة على برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات، ويجب أن تكون هذه الأنشطة الآن جزءاً مهماً من استراتيجيات الشركات. على سبيل المثال، وفقاً لاتحاد الصناعات الكورية، زاد إنفاق الشركات على أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات تدريجياً منذ عام ٢٠٠٢ وهو الآن أكثر من ٣٪ من الدخل العادي (Dawkins, 2004).

بالإضافة إلى ذلك، وسعت الشركات الكورية إنفاقها على المنح الدراسية والتبرعات ودعم الفقراء بأكثر من ألفي مليار وون كوري، مما يشير إلى أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات في استراتيجيات الشركات. على سبيل المثال، أنشأ اتحاد الصناعات الكورية "نادي ١ بالمائة" لتوفير تصور لأنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات في المجتمع. وبهذه الطريقة، قاموا ببناء جو مشترك ونطاق وطني مع توزيعه. وقد ساعد ذلك الشركات الكورية على المشاركة والتعاون بشكل تطوعي في أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات. مع توسع اتجاهات المسؤولية الاجتماعية للشركات، في عام ٢٠٠٩، تم تسجيل ١٧ شركة كورية في مؤشر DJSI العالمي، الذي يقيس استدامة ٣١٧ شركة. وما زالت الشركات الكورية لا تدرك أهمية أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات كاستراتيجية حيوية بينما تعامل الولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي المسؤولية الاجتماعية للشركات كاستثمار، ولا تزال كوريا الجنوبية تعتبره إجراء ضريبياً يتم تنفيذه كرد فعل للضغط الاجتماعي (Peterson, 2004).

ب- سياسات المسؤولية الاجتماعية:

تزايدت مطالبة الشركات بالاضطلاع بأنشطة مسؤولة اجتماعيًا، حظيت المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) باهتمام كبير فيما يتعلق بجذب الأعمال التجارية واستدامتها. في هذا السياق، بذلت كوريا الجنوبية جهودًا كبيرة لتنفيذ أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات. ومن بين ٢٠٠ شركة في كوريا الجنوبية، تم تسجيلها من خلال إجمالي الإيرادات، تعمل أكثر من ٨٦٪ حاليًا على تعزيز أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات، ويدرك ٩٧٪ الآن الحاجة إلى أنشطة مسؤولة اجتماعيًا (Park, 2016). وبالتالي، ترتبط أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات ارتباطًا وثيقًا باستدامتها وكفاءتها. علاوة على ذلك، يزداد النشاط الاجتماعي من أرباح الشركات، مما يؤدي إلى استمرار الاستثمار في المسؤولية الاجتماعية للشركات واستدامة الأرباح. وذلك لأن أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات في كوريا تؤدي إلى تطوير تصور إيجابي عن الشركة للمستهلكين، مما يساعد على استدامة العمل (An, 2013).

وتقدم الشركات الكورية الجنوبية مساهمات اجتماعية أكبر، ففي العقود الماضية تزايد الاستثمار في المسؤولية الاجتماعية للشركات في مجالات جديدة مثل الثقافة والفنون والرياضة. وقد اهتمت الشركات الكورية بشكل أكبر بالمسؤولية الاجتماعية للشركات في السنوات الأخيرة. وقد أصدر اتحاد الصناعات الكورية (FKI)، مؤشر ISO 26000 قرارًا رسميًا في عام ٢٠٠٨ ألزم المنظمة بزيادة المشاركة الاجتماعية للشركات الأعضاء فيها. وبناءً على ذلك، أنشأ FKI لجنة المسؤولية الاجتماعية للشركات المسؤولة عن مراقبة "المسؤولية الاقتصادية" للشركات الأعضاء و "المسؤولية القانونية" و "المسؤولية الأخلاقية" و "المسؤولية الاجتماعية".

وتتمثل سياسات المسؤولية الاجتماعية في كوريا في التالي:

- تعزيز التنمية المستدامة ودعم توسيع المفاهيم داخل الدولة.
- دراسات ومسوحات مختلفة حول المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- الاستجابة لمعايير ISO ٢٦٠٠٠ الدولية.

وتعتمد كوريا على المسؤولية الاجتماعية كونها جزءًا هامًا من الاستثمار، وهو ما أكدته دراسة (Lee, 2020)، التي فحصت العلاقة بين أنشطة المسؤولية البيئية للشركات (CER) وكفاءة الاستثمار كما تم قياسها من خلال الاستثمار المفرط، وما

إذا كانت المنافسة على مستوى الصناعة تؤثر على هذا الارتباط. قمنا بفحص عينة من ٢٢٨٥ شركة غير مالية بنهاية السنة المالية في ديسمبر المدرجة في سوق كوريا للأوراق المالية للفترة (٢٠١٣-٢٠١٨)، وقياس كفاءة الاستثمار من خلال نموذج الاستثمار المفرط. باستخدام النتائج البيئية من خدمة حوكمة الشركات في كوريا لقياس أنشطة CER، تبين أنه في المتوسط، يمكن للشركات تقليل سلوك الاستثمار المفرط من خلال أنشطة CER في كوريا الجنوبية. وعلاوة على ذلك، في الشركات في سوق شديد التنافسية، يظهر الارتباط السلبي بين أنشطة شهادات خفض الانبعاثات والإفراط في الاستثمار، مما يشير إلى أن المنافسة القوية في سوق المنتجات فعالة في مراقبة السلوك الانتهازي الإداري. هذه النتائج قوية، حتى بعد التحكم في إعدادات مختلفة وبدل CER. تشير هذه النتائج أيضاً إلى أن العلاقة بين CER والإفراط في الاستثمار يبدو أنها تعود بالنفع على الشركات السليمة والمستدامة والتي تقدم معلوماتها المالية تتسم بالموثوقية والإفصاح (Dawkins, 2004).

ج- تجارب بعض الشركات الكورية:

- شركة سامسونج: تعتبر من أكبر الشركات في مجال الأجهزة الرقمية والالكترونية، وتهتم الشركة بأداء دورها المجتمعي كما يلي:
 - الرعاية الاجتماعية: تدعم القيادة التعليم العلمي والتفكير الإبداعي الذي يشجع على القيادة ومساعدة أطفال الأسر محدودة الدخل من خلال دعم البنية التحتية للتعليم.
 - الخدمات التطوعية: أطلقت سامسونج مجموعة مساهمات اجتماعية تهدف إلى تشجيع العاملين على المشاركة في خدمة المجتمع. وتوسعت هذه المبادرة لتؤدي إلى إنشاء ثمانية مراكز تطوعية عبر كوريا يعمل بها خبراء الرعاية الاجتماعية الذين يدعمون تطوير برامج الموظفين التطوعية.
 - الثقافة والفنون: تقدم الدعم للكثير من الأنشطة الثقافية والفنية المتنوعة، حيث قدمت مساهمات واسعة للعديد من المتاحف والمعارض في كوريا والعديد من الدول الأخرى التي من بينها الولايات المتحدة وفرنسا.
 - المجال الأكاديمي والتعليم: تمثل سامسونج إحدى الجهات الداعمة الرئيسية لأولمبياد العلوم للشباب في كوريا وهي من أرقى المنافسات العلمية في المدارس

الابتدائية والإعدادية والثانوية، والأولمبياد الوطنية لإبداع الطلاب التي تهدف إلى تشجيع الابتكار بين الطلاب بدءاً من طلاب المرحلة الابتدائية حتى المرحلة الثانوية.

وفي ٢٠٢٠ أطلقت الشركة تقرير الاستدامة الخاص بها-الذي يتم نشره سنوياً منذ عام ٢٠٠٨- نظرة شاملة على نتائج أنشطة إدارة الاستدامة المؤسسية التي تمت طوال عام ٢٠١٩. ومع هذا الإصدار، تسعى الشركة لتقديم قدر من الأمل والمساعدة في خضم الأزمة الصحية العالمية المستمرة. وتهدف الشركة إلى القيام بذلك من خلال مشاركة الأفكار التي اكتسبتها على مدار الخمسين عاماً الماضية لحماية سلامة ورفاهية الموظفين والشركاء، وحل التحديات التي تواجه العملاء والمجتمعات المحلية، وتشمل هذه الجهود:

- إنشاء فريق متخصص في المرحلة المبكرة من الأزمة
- وخلق بيئة عمل تضع السلامة أولاً وفقاً لإرشادات السلطات الصحية في مختلف البلدان
- الحفاظ على سلسلة إمداد آمنة وتزويد المجتمعات المحلية بالدعم الفني والتكنولوجيا والمعرفة والبنية التحتية (Samsung, 2020).

٦/٢ تجربة الإمارات العربية المتحدة

تعدّ الإمارات من بين أكثر بلدان المنطقة اهتماماً بتحقيق الرفاهة الاجتماعية من خلال توفير العديد من الخدمات العامة التي تهدف إلى المحافظة على مستوى متقدم من الاستقرار الاجتماعي وتلبية حاجات المجتمع. وقد شمل ذلك توفير البنية التحتية وتطويرها بناءً على خطة ٢٠٢١. وتستهدف إدارة الاستثمار والمسؤولية الاجتماعية التعاون مع القطاع الخاص لسد الفجوات الاجتماعية وتعزيز دور التنمية المستدامة.

أ- بواعث ومنطلقات التوجه نحو برامج المسؤولية الاجتماعية:

تضاعفت التدابير ذات الصلة بالمسؤولية الاجتماعية في دولة الإمارات العربية خلال السنوات الخمس الأخيرة بصورة ملحوظة، وبلغت تلك التدابير في عام ٢٠١٠

ذروتها نحو تطبيق مبادئ الميثاق العالمي للأمم المتحدة العشرة في ضوء النهج الاستراتيجي الذي ارتأت الحكومة المضي فيه. كما احتلت الإمارات المرتبة الأولى على المؤشر العربي للتنافسية المسؤولة عام ٢٠٠٩ ما يعكس التزام الدولة بالممارسات المسؤولة والمستدامة، حيث تظهر أن ممارسات الأعمال المسؤولة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بتعزيز القدرة التنافسية وتطوير القوى البشرية والابتكار.

وتعتبر المسؤولية الاجتماعية في الإمارات جزءاً لا يتجزأ من العمل في شركاتها، وتعمل المسؤولية الاجتماعية على الاندماج في عالم التجارة والشركات والمعاملات التجارية والمسؤوليات الاجتماعية في جميع مجالات العمل ومع اصحاب الشركات، انطلاقاً من الإدراك الكافي لفهم المشكلات الاجتماعية والاقتصادية (ومن هنا فإن ظروف المعيشة تؤثر فيها ويتأثر بها المجتمع ولذلك نرتقى في هذا لما يعود بتأثير حيوي على الفرد والشركات والمجتمع التي يطبق فيها المسؤولية الاجتماعية أظهرت نجاح كبير خلال تطبيقها في الشركات) وكانت الإمارات ومازالت من أبرز النماذج المتكافئة والداعمة لحملات ومبادرات تدعم الانسان وتحاول إيساعده وتأسيس نموذج مميز في منظومة المسؤولية الاجتماعية (موقع هيئة تنمية المجتمع، دبي).

ب- سياسات المسؤولية الاجتماعية:

اعتمد مجلس أمناء الصندوق الوطني للمسؤولية المجتمعية للشركات، عدداً من السياسات الجديدة لتطوير آليات عمل الصندوق، بما يضمن سرعة تنفيذ المبادرات، وتحقيق الأثر المرجو منها، وأقر مجلس أمناء الصندوق، خلال اجتماعه الأول، عقب تشكيله الجديد، بموجب القرار رقم (١٨) لعام ٢٠٢٠، مجموعة من الضوابط والنظم، لمتابعة وقياس العمل المجتمعي المؤسسي. كما وافق المجلس على إطلاق المؤشر الوطني للمسؤولية المجتمعية، وتشكيل فريق عمل المؤشر، والمعني بتوثيق أداء المؤسسات والشركات في هذا المجال.

ويعتبر الصندوق جهازاً اتحادياً يعنى بوضع الإطار التنظيمي لمساهمات المسؤولية المجتمعية وآلية توثيقها وإدارتها وتوجيهها في الدولة مع وضع الإطار العام للحوافز والامتيازات لممارسة المسؤولية المجتمعية، وتفعيل دور الجهات المعنية لتنظيم

وتحفيز الممارسات ضمن الشركات والمنشآت. وتم انشاءه بناء على قرار مجلس الوزراء رقم ٢ لعام ٢٠١٨ لدعم وتحفيز قطاع الأعمال للمشاركة الفاعلة في ممارسات المسؤولية المجتمعية ذات تأثير إيجابي بما يتماشى مع أولويات وأهداف التنمية المستدامة على الجانب الاقتصادي والاجتماعي والبيئي لدولة الإمارات العربية المتحدة (موقع الصندوق الوطني للمسؤولية المجتمعية للشركات). وأهداف الصندوق هي:

- زيادة الوعي المجتمعي بمفهوم المسؤولية المجتمعية.
 - تفعيل شراكات تنمية مستدامة مع القطاع العام والخاص.
 - تفعيل أطر العمل للمسؤولية المجتمعية.
 - تحفيز الشركات من خلال وضع سياسة عامة للامتيازات.
 - تنظيم وتوجيه مساهمات الشركات نحو المشاريع التنموية المجتمعية.
- وقد حرص الصندوق على تطوير مبادرات تُعزز من تجربة المسؤولية المجتمعية لدى قطاع الأعمال بالدولة، وتطوير حوافز ومؤشرات قياس، تجعلها أكثر مؤسسية ونظامية، ما يُحقق المنفعة للمجتمع، وفي الوقت نفسه، يحقق مصالح القطاع الخاص، مشيراً إلى أن اضطلاع الشركات بأنشطة المسؤولية المجتمعية، ومساهمتها بتطوير محيطها الاجتماعي، ينعكس إيجاباً على مكانتها التنافسية. وأقر المجلس تشكيل ٤ لجان مختصة، وهي اللجنة الاستشارية، ولجنة التدقيق والمخاطر، ولجنة السياسات والاستراتيجيات، ولجنة المشاريع والتمويل، بحيث تتكامل أدوار اللجان فيما بينها، لتطوير ممارسات المسؤولية المجتمعية على مستوى الدولة، وتسهيل مشاركة المؤسسات داخل الدولة في «المؤشر الوطني للمسؤولية المجتمعية»، و«علامة المسؤولية المجتمعية» (موقع الصندوق الوطني للمسؤولية المجتمعية للشركات).

واستندت السياسات المتبعة لترسيخ قيم المسؤولية الاجتماعية على قرار مجلس الوزراء رقم (٢) لسنة (٢٠١٨) في شأن المسؤولية المجتمعية للشركات والمنشآت، الذي يحث على ضرورة تطبيق المسؤولية الاجتماعية داخل كافة الهيئات والمنظمات بالدولة، ولعل الغرض من ذلك هو وضع أطر تنظيمية لتحديد كيفية تطبيق المسؤولية

الاجتماعية داخل المؤسسات الاقتصادية، ومدى مساهمتها الفعالة وقدرتها على تحقيق النجاح المؤسسي، وذلك ما أكدته المادة رقم (٢) التي نصت على الآتي:

- وضع الإطار التنظيمي لمساهمات المسؤولية المجتمعية وآليات توثيقها وإدارتها وتوجيهها في الدولة.

- وضع الإطار العام للحوافز والامتيازات لممارسة المسؤولية المجتمعية.
- تحديد الأدوار والمسؤوليات للجهات المعنية لتنظيم وتحفيز المسؤولية المجتمعية لدى الشركات والمنشآت.

وجاء أيضا نص المادة (٣) على أنه تسري أحكام هذا القرار على كل من:

- جميع الشركات التجارية في الدولة بكافة أشكالها القانونية بما في ذلك البنوك والمصارف وشركات التمويل والشركات التجارية المستثناة من أحكام القانون الاتحادي رقم (٢) لسنة ٢٠١٥ وكذلك فروع الشركات الأجنبية التي تزاوّل نشاطها داخل الدولة.

- الشركات المملوكة بالكامل للحكومة الاتحادية أو المحلية بصورة مباشرة أو غير مباشرة أو تمتلك نسبة من أسهمها.
- المؤسسات والجهات التي ترغب في الإدراج في المنصة ومنها على سبيل المثال الشركات المدنية/الشركات المهنية/المؤسسات الفردية/الشركات العاملة بالمناطق الحرة بالدولة/الجمعيات التعاونية.

وكذلك فيما يختص بالمنصة الذكية للمسؤولية المجتمعية نصت المادة (١١) من نفس القرار على ما يلي:

- ينشئ الصندوق منصة ذكية للمسؤولية المجتمعية، تهدف إلى تنظيم المساهمات الاختيارية في المشاريع والبرامج التنموية المدرجة في المنصة، وتوثيق وتنسيق جهود المسؤولية المجتمعية.

- تحتوي المنصة على ما يأتي:
 - قاعدة بيانات شاملة لكافة الشركات والمنشآت المدرجة وقيم مساهماتها وتصنيفاتها وغيرها.

- المشاريع والبرامج التنموية المقدمة من الجهات المستفيدة في الدولة.
- القطاعات المستفيدة من المساهمات المتاحة وفق الأولويات التنموية في الدولة والتي يُحددها المجلس.

- دراسات حول واقع المسؤولية المجتمعية في الدولة.
 - أدلة تعليمية وتدريبية بشأن إعداد وتنفيذ استراتيجية مؤسسية للشركات والمنشآت في مجال المسؤولية المجتمعية.
 - إفصاح الشركات والمنشآت عن مساهماتهما في المسؤولية المجتمعية.
 - إفصاح الجهات المستفيدة عن مراحل تنفيذ برامج ومشاريع المسؤولية المجتمعية.
 - النماذج الخاصة بالإدراج في المنصة.
 - الحوافز والمزايا التي يتم منحها للشركات والمنشآت المدرجة في المنصة.
 - الشروط والاحكام والضوابط المتعلقة بالحصول على العلامة والجواز الخاص بالمسؤولية المجتمعية الصادرة عن المجلس.
 - أية معلومات وأخبار وبيانات ذات صلة بالمسؤولية المجتمعية.
- وفيما يلي عرض لأهم إنجازات المسؤولية الاجتماعية لدى الإمارات:

٢٠١٠ كشف نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوب عن استراتيجية الإمارات الوطنية ٢٠١١-٢٠١٣ وقد تصدرت المسؤولية الاجتماعية الأولويات السبعة لتلك الاستراتيجية. كما أقر مجلس الوزراء الإماراتي الوطنية ٢٠٢١ وحرص على أن تعطي المسؤولية الاجتماعية ركانزها الأساسية.

٢٠١٠ أعلنت مبادرة "زايد العطاء" عن تأسيس أكاديمية الإمارات للمسؤولية الاجتماعية في العاصمة أو ظبي لتكون الأولى من نوعها في الوطن العربي، ويهدف هذا البرنامج إلى تفعيل مشاركة القطاع الخاص وتبنيه البرامج التنموية، الاجتماعية، الاقتصادية في المجالات الصحية والتعليمية والبيئية الثقافية للفئات المحتاجة من شرائح وترسيخ ثقافة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات.

ج-تجارب بعض الشركات الإماراتية:

- صندوق أبو ظبي للتنمية: تأسس الصندوق كمؤسسة تابعة لحكومة أبو ظبي تتولى مسؤولية تقديم المساعدات الخارجية يتركز نشاط الصندوق في مجالين أحدهما يتضمن تقديم قروض تنموية ميسرة لتمويل مشاريع التنمية الاقتصادية والاجتماعية

في الدول النامية، والثاني يشمل المساهمة الرأسمالية في شركات منتقاة في مختلف القطاعات الحيوية في الدول النامية، بالإضافة إلى استثمار السيولة المتاحة لديه في أدوات مالية متنوعة، قام الصندوق بتمويل نحو ٥٥٠ مشروعاً تنموياً في ٨٨ دولة حول العالم بقيمة إجمالية ٨١ مليار درهم منذ تأسيسه، كما أنه قدم قروضاً ميسرة بقيمة إجمالية بلغت أكثر من ٣٧ مليار درهم، وأدار منحاً تنموية بقيمة ٤٤ مليار درهم، ليرتفع بذلك إجمالي تمويلات الصندوق التراكمية واستثماراته بنهاية النصف الأول من عام ٢٠١٨ إلى نحو ٨٤ مليار درهم منها ٣ مليارات درهم استثمارات في شركة منتقاة في الدول النامية (فريد، ٢٠٢٠، مرجع سابق).

- بنك الإمارات دبي الوطني: اتجه البنك إلى تطبيق كافة مسؤوليته الاجتماعية تجاه الموظفين والعملاء والمجتمع ويؤكد ويدعم وشجع على التطور ونجح في تطبيق هذه المسؤولية وذلك في عام ٢٠١٤، وأعلن بنك الإمارات دبي الوطني أنه سوف يكمل ويواصل النجاح والنظر دائماً بإيجابيه والسير على نفس الخطى مع افتتاح أعماله في مصر تجاه المسؤولية الاجتماعية الواقعة على الشركات في يونيو ٢٠١٧ (بنك الإمارات دبي الوطني، ب. ت).

- مجموعة أغذية: دعمت المجموعة جهود وقرارات الامارات خلال تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات وأطلقت حملة "عطاء من القلب" عام ٢٠٢٠، وأعلنت أنها سوف تواصل جهودها وتشجيعها ف الدعم الاجتماعي وتطبيق وتوفير المسؤولية الاجتماعية للشركات (مجموعة أغذية، ب. ت).

٧/٢ تجربة بنغلاديش «بنك الفقراء»

تعد المسؤولية الاجتماعية للشركات فكرة جديدة نسبياً في بنغلاديش وتحاول جميع المنظمات الاحتفاظ بهذه المسؤولية جنباً إلى جنب مع المسؤوليات الأخرى (Mahbuba & Farzana, 2013). وهناك تاريخ طويل في بنغلاديش للأعمال السخية من العصور القديمة، حيث تضمنت هذه الفعاليات الخيرية مساعدات لفقراء متنوعين وجمعيات خيرية ومنظمات دينية (Alimullah, 2006).

أ- بواعث ومنطلقات التوجه نحو برامج المسؤولية الاجتماعية:

أسس العالم محمد يونس بنك جرامين Grameen Bank في بنغلاديش الحاصل على جائزة نوبل عام ٢٠١٦ من قبل لجنة نوبل النرويجية لكل من البنك ومؤسسه وذلك نظير جهودهما في خلق تنمية اقتصادية واجتماعية من أسفل والتي بدورها سوف تحقق التقدم، حيث ساعد البنك منذ تأسيسه على تخفيف حدة الفقر بصفته بنك القرية أو بنك الفقراء كما يعرف في مصر. وكانت رؤية البنك من خلال مؤسسه ترتكز على اعتبار القروض أو الائتمان حق أساسي من حقوق الإنسان وبالتالي تلك الرؤية تمثل ركيزة في فكره التي ينتقد فيها البنوك التجارية الأخرى والتي تعمل على إقصاء الفقراء من حق الحصول على القروض لأنهم لا يملكون الضمانات الكافية للحصول على القروض مما يعني في طبيته انحياز البنوك التجارية لصالح الأغنياء وتكريس فقر الفقراء ومن هذا المنطلق تم تأسيس بنك فريد من نوعه على أساس ضمان رأس المال الاجتماعي المتمثل في شبكات الحماية الاجتماعية. ويمكن القول بأن بنك جرامين قد اعتبر التوظيف الذاتي للفقراء -مساعدة الفقراء لأنفسهم- هو المحرك الأساسي لعجلة التنمية في المجتمع باعتباره المدخل لتحسين حياة الأسر الفقيرة (مجدي، ٢٠٠٧، ص ٩-١٣).

ويملك الفقراء نحو ٩٤ % من أسهم البنك وتمتلك الحكومة نسبة ٦ %، وبالتالي لا يتطلب البنك الحصول على ضمانات إضافية نظير ما يقدمه من قروض صغيرة إلى الفقراء لتأسيس مشاريعهم الخاصة، ولكن تبقى المسؤولية على عاتق المقترض وتنحصر مسؤولية البنك في مراقبة أداء المقترضين حتى يتمكنوا من السداد (فريد، ٢٠٢٠، ص ٥٣). ويبلغ مجموع المقترضين من البنك ٦.٦١ ملايين مقترض (نسبة النساء تمثل بنحو ٩٧% من خلال ٢٢٢٦ فرع في ٧١٣٧١ قرية ويعمل فيهم ١٨٧٩٥ موظفًا، وبلغ إجمالي القروض التي وزعها البنك منذ تأسيسه ٢٩٠.٣ بليون تكا بما يعادل ٥.٧٢ بليون دولار أمريكي وتم رد ٢٥٨.١٦ بليون تكا (٥.٠٧ بليون دولار) أي أن نسبة سداد القروض ٩٨.٨٥%. وتمول ١٠٠% من إجمالي القروض من إيداعات البنك، و٦٣% من تلك الإيداعات تأتي من المقترضين أنفسهم. وتتميز

تجربة بنك الفقراء بالعديد من السمات كونها مزجت بين الهدفين الاقتصادي والاجتماعي للقضاء على الفقر مركزة على قوة العمل بالإضافة إلى كونها تجربة مؤسساتية إبداعية قائمة على المشاركة في عملية صنع واتخاذ القرار بين العاملين والمتعاملين معاً. ويمكن تلخيص سمات التجربة فيما يلي (مجدي، المرجع السابق، ص ٣١-٦٩).

ب- سياسات المسؤولية الاجتماعية:

تتركز ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات الشائعة في بنغلاديش من قبل مؤسسات مختلفة بشكل أساسي على التخفيف من حدة الفقر، والرعاية الصحية، والتعليم، والنشاطات الخيرية، والإثراء الثقافي، وتنمية الشباب، وتمكين المرأة، ورعاية الرياضة والموسيقى، وما إلى ذلك. كما أبلغت البنوك عن أنشطتها في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات ولكن ٦٠٪ من البنوك شاركت في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات المحدد وفقاً للقانون المالي (Ishita Roy, Amit Kumar Sarker, 2017).

وقد قدم بنك بنغلاديش تعميم المبادئ التوجيهية للمسؤولية الاجتماعية للشركات للقطاع المالي في عام ٢٠٠٨ والتي تؤكد أن الشركات في القطاع المالي قد تخصص نسبة مئوية من الأرباح بعد الضرائب لأنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات. ومع ذلك، لا يمكنهم إنفاق أكثر من ٣٠ في المائة من إنفاق المسؤولية الاجتماعية للشركات على قطاع التعليم، و ٢٠ في المائة على قطاع الصحة، و ١٠ في المائة على إدارة مخاطر المناخ أو الكوارث (Bangladesh Bank, 2019) (Wing, 2020).

وتتمثل الركائز الأساسية لسياسات بنك الفقراء ذات المسؤولية الاجتماعية، في التالي:

- الأولي: مشروع اقتصادي ذو أهداف اجتماعية مائة بالمائة: يقوم البنك على أساس تدوير الأموال واستثمارها من خلال مستويات مختلفة ومتصاعدة من الاستثمارات المشتركة بداية من مستوى المجموعة المكونة من خمسة أفراد وانتهاء بالمستوى القومي، فهو مصرف ذو رأس مال يقارب ١٢.٥ مليون دولار (فريد، ٢٠٢٠، ص ٥٣). وبشأن الأهداف الاجتماعية فتتضح معالمها من خلال الفئات المستهدفة والتي تختلف اختلافا جذريا عن الفئة المستهدفة بالبنوك التجارية الأخرى - كما

ذكرنا سالفاً- فبنك الفقراء يركز على فئة النساء شديداً الفقر وخاصة الريفيات منهن وتمثل نسبتهن ما يقرب من ٩٦.٦٥% والباقي من الرجال الفقراء. فالقاعدة الأساسية لبنك جرامين كلما كان العميل فقيراً ولا يملك أي ضماناً كان الأكثر استحقاقاً بين عملاء البنك. وبالتالي يتم تحديد الفئة المستهدفة بصفتين محددتين هما: فقراء بلا أراضٍ Landless أي لا يمتلكون أرضاً زراعية أو أن ما لديهم يقل عن نصف فدان، والأخرى أنهم بلا ممتلكات Assetless أي أن قيمة ما لديهم من أثاث وممتلكات مقدرة بقيمة الأسعار الجارية لا تساوي فدان واحد. وتتضح أيضاً الأهداف الاجتماعية من خلال تعامل البنك مع عملائه فالبنك لا يستهدف ربحاً على حساب الفقراء ونسبة ما يحصله البنك من فائدة على القروض يعتبر مصاريف إدارية لهدف استمرارية البنك لأداء مهامه المنوط بها في معالجة قضية الفقر.

- الثانية: التركيز الشديد على قضية الفقر: وذلك من خلال دمج القطاع المهمش من المجتمع (الفقراء) في طيات نموذج مؤسسي يستطيعون من التعامل معه ويستمدون منه القوة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية من خلال تعاون ودعم متبادل، وكذلك من خلال تمويل المشروعات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر للفقراء دون أي ضمانات. كما حرص البنك على دمج فئتين جديدتين من الفقراء الأكثر فقراً أو أقل رجاءاً في التزامهم وهما الفقراء المعمدين و(المكافحين) الشحاذين. وقد أسس البنك لكل فئة برنامج خاص بها.

- الثالثة: التركيز على النساء كقوة للعمل: كما ذكرنا سالفاً بأن غالبية المقترضين من بنك جرامين من النساء والتي تراوحت نسبتهن إلى ٩٦.٦٥% من إجمالي المقترضين لذا تعتبر هذه النسبة هي سمة واضحة للبنك في استهدافه هذه الفئة من النساء وخاصة الريفيات منهن. وبالتالي قد أسس البنك فكرة التمكين الاقتصادي للمرأة باعتبارها جزءاً رئيسياً من المجتمع وذات أولوية اقتصادية ومهنية.

- الرابعة: تجربة إبداعية تدعم الإبداع: يعتبر بنك الفقراء هو تجربة إبداعية بلا أدنى شك فهو مؤسسة قائمة على معالجة القضاء على الفقر بصورة غير نمطية حيث ساهم في غرس التفكير والرؤية النقدية للعاملين وذلك كنوع من أنواع التجديد بأن يبدو آراءهم واقتراحاتهم لتجديدات في إجراءات البنك، وتوفير مناخ وبيئة عمل

ملائمة للإبداع وحرية ممارسة الأفكار الجديدة والجيدة بدون أي تحديات أو صعوبات.

- الخامسة: تجربة مؤسسية قائمة على الشورى: يتضح من عنوان السمة بأنها قائمة على عنصران وهما المؤسسية في العمل والإجراءات وأيضاً الشورى أو المشاركة في عملية صنع واتخاذ القرار.
- السادسة: تجربة تنمية: تقترب التجربة اقتراباً أساسياً من تنمية المقومات الاقتصادية وذلك بما تقدمه من إدارة رأس مال البنك في عجلة العمل الإنتاجي الفردي والذي يستهدف تحسين المستوى المعيشي للفرد وتحقيق رفاهية اقتصادية بما تدعمه من مشروعات استثمارية مشتركة على جميع المستويات وما تنتجه تلك الاستثمارات من عوائد ساهمت وتساهم في المزيد من تحسين الوضع الاقتصادي للبلاد ودفع البلاد نحو تحقيق تنمية مستدامة وعدالة. كما تؤدي التجربة إلى دعم الروابط الاجتماعية داخل المجتمع من خلال تقديم رؤية تعني بأن التنمية الاقتصادية هي المساهمة التنموية الأساسية للبنك.

٨/٢ الدروس المستفادة:

اتضح من دراسة التجارب الدولية والإقليمية في مجال المسؤولية الاجتماعية أن الأعمال الخيرية تغلب عليها كمسؤولية اجتماعية مستدامة للمجتمعات، حيث هدفت إلى تقديم الأنشطة المستدامة التي تخفف من وطأة الظروف البيئية والاقتصادية والاجتماعية وخاصة للفقراء كتجربة بنك الفقراء. وقد أكدت هذه التجارب على الآتي:

تعتبر المسؤولية الاجتماعية أداة لتعزيز وتحسين سمعة المؤسسة لدى المجتمع وليست أداة لتحقيق الاستدامة في المجتمع.

التركيز على قضايا الفقراء دون تمييز والسماح لهم ببدء مشروعات صغيرة ومتناهية الصغر عن طريق تيسير إجراءات الاقتراض من المصارف ذات المسؤولية الاجتماعية.

تنفيذ برنامج للتنمية الاجتماعية، وإنشاء صناديق اجتماعية لحل الآثار المترتبة على الأزمات الاقتصادية.

إنشاء إدارة مؤسسية ناجحة تضمن استقرار السياسات بعيداً عن تقلبات الإدارة الفردية وذلك مع مراعاة مرونة تسمح بتغيير بعض الأساليب والإجراءات بما يتلاءم مع الظروف المحلية.

لا يتم التعامل مع المسؤولية الاجتماعية والتي تتكون من مبادرات الشركات وأنشطة الاتصال داخل مناطق العمل الخيري والإشراف والعمل التطوعي والشؤون البيئية، على أنها قضية امتثال التنظيمي.

غالبًا ما تتميز المسؤولية الاجتماعية للشركات بالمشاركة المجتمعية الطوعية من جانب الشركات؛ حيث إنها ليست ملزمة بالاضطلاع بممارسات المسؤولية الاجتماعية والبيئية.

تعقد الكثير من المؤسسات أن وضع سياسة واضحة للموارد البشرية ورعاية العاملين في المجالات الصحية والاجتماعية والاسكانية كافية لتقديم المسؤولية الاجتماعية بشكل مستدام.

يجب على الشركات مراعاة مسؤولياتها تجاه القضايا الاجتماعية والبيئية كموضوع تنظيم إلزامي، كما يبدو أن الشركات الكبيرة بدلاً من الشركات الصغيرة والمتوسطة (SMEs) هي الجهات الفاعلة الرئيسية والدافعة لتقاسم المسؤولية الاجتماعية للشركات والسلوكيات المستدامة.

تطوير الأطر والمبادئ المؤسسية للمسؤولية الاجتماعية لتعزيز مناخ المشاركة الاجتماعية والبيئية.

تهدف برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى تقديم إرشادات حول مواطنة الشركات وحقوق الإنسان، وسلاسل الأعمال والتوريد، ومكافحة الفساد، والطاقة والبيئة، فضلاً عن الصحة والرفاهية والقضايا الأخرى ذات الصلة.

إطلاق خطة لتعزيز المسؤولية الاجتماعية؛ من الشركات من القطاعين العام والخاص والتي تهتم بالمشاركة في بعض البرامج الاجتماعية في مجال التوظيف والصحة.

ضرورة اتباع القواعد الأخلاقية داخل الشركات لتعكس ذلك بدورها في عرض مسؤوليتها ومن ثم التأثير على أصحاب المصلحة بأهمية ممارسة برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات.

كلما زادت الشركات من مسؤوليتها الاجتماعية كلما اكتسبت حصصاً سوقية أكبر وقدرة تنافسية أكبر.

وضع إطار عام لحوافز وامتيازات ممارسة الشركات المسؤولية الاجتماعية، وأصدر قرارات تحث على ضرورة تطبيق المسؤولية الاجتماعية في جميع الشركات والمنظمات.

الفصل الثالث

المسؤولية الاجتماعية في ضوء التجارب المحلية

تمهيد

ينبع اهتمام مصر بمفهوم المسؤولية الاجتماعية وتطبيقاتها من سعيها نحو تحقيق النمو المستدام وزيادة فرص العمل اللائق ومواجهة التحديات الناتجة عن زيادة المنافسة العالمية. كما تسعى إلى إقامة مجتمع يقوم على تكافؤ الفرص، ويوفر مستوى معيشيًا عاليًا وبيئة أفضل. ويمكن للأعمال أن تساهم بشكل فعال في تحقيق هذه الأهداف من خلال تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية ووضعها على رأس أولويات الشركات المصرية بغض النظر عن حجمها.

وعلى ضوء الأهمية المتزايدة لبرامج وتطبيقات ومبادرات المسؤولية الاجتماعية، تبدو أهمية مثل هذه التطبيقات والبرامج ذات أولوية في الاقتصاد المصري - الذي رغم وجود خطوات إنمائية كبيرة خلال العقود الماضي، حيث لا تزال هناك تحديات كثر تفرض نفسها خاصة فيما يتعلق بقضايا الفقر والمرض والبطالة والإدماج وغيرها. وقد احتلت مصر المرتبة ٩٣ من أصل ١٤٠ دولة على مؤشر التنافسية العالمية لعام ٢٠١٩ الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي، مرتفعة مرتبة واحدة عن تصنيف العام الماضي ٩٤. وتتصاعد ضرورة قيام الشركات المصرية بدور مهم في التنمية الاقتصادية، حيث يترتب على ذلك مسؤوليات اجتماعية وعدم التوقف عند حدود التبرعات والمساهمة في العمل الخيري والحملات التطوعية التي تقوم بها هذه المؤسسات، بحيث تشمل المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر احترام حقوق الإنسان، وتعزيز النزاهة والمساءلة والحكم الرشيد ومكافحة الفساد، والمحافظة على البيئة ومنع التلوث من خلال مساهمة مؤسسات القطاع الخاص في الأنشطة البيئية بالإضافة إلى مساهمته في التوظيف، حيث أنه من أهم مصادر التنمية الاقتصادية.

وأكدت التجارب المحلية على أهمية الدعم الحكومي للشركات ومساعدتها في تبني برامج فعالة للمسؤولية الاجتماعية وتقديم المشورة الفنية لبناء قدرات هذه الشركات في هذا المجال. ومما لا شك فيه أن هناك حاجة لبذل جهود كبيرة لنشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية وثقافة العطاء التنموي بين المؤسسات والشركات الكبرى في الدول العربية. ويجب نشر هذه الثقافة من خلال إبراز الواجب الأخلاقي والوطني الذي

يجب على المؤسسات القيام به، وكذلك من خلال وضع القوانين التي تحفز المؤسسات، والتي تجعل من منحها حافزاً لنجاح أنشطتها التجارية والترويج لها. كما لا بد من التأكيد على أن نشر الوعي بالمسؤولية الاجتماعية بين الشركات والأفراد يستغرق سنوات، وأن الشركات، خاصة تلك التي ترغب في التوسع في الخارج، عليها أن تتبنى برامج المسؤولية الاجتماعية على غرار الشركات في الدول المتقدمة. لذلك، يجب على الشركات اعتماد برامج عمل علمية محددة في مجال المسؤولية يمكن تقييمها وقياس تأثيرها.

١/٣ المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص ودورها في التنمية المستدامة

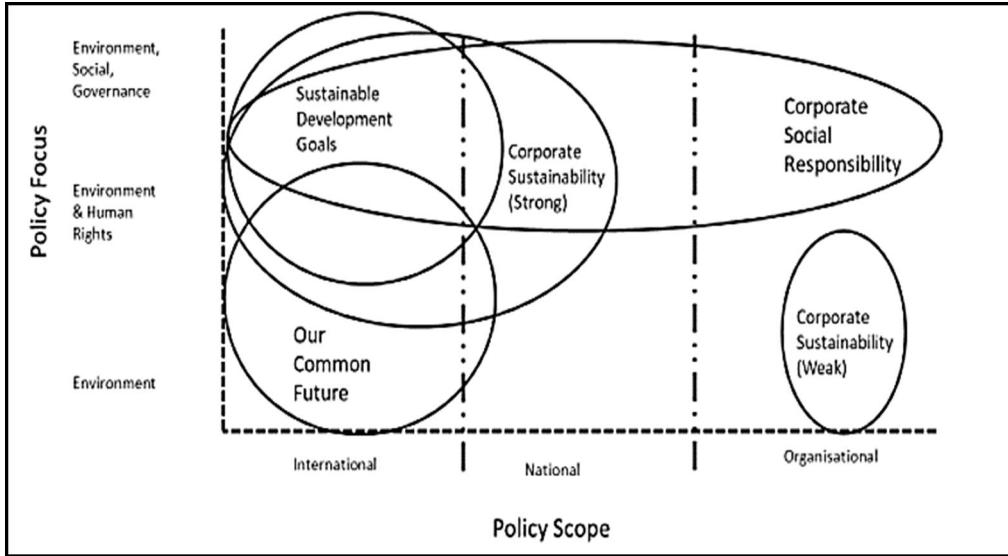
يعد القطاع الخاص أحد أصحاب المصلحة الرئيسيين الذين يمكنهم تحمل مسؤولية أساسية لتسريع عملية تنفيذ أهداف التنمية المستدامة. وتبدأ هذه المهمة من نطاق الدور الاقتصادي للقطاع الخاص الذي لا يفتقر ألبته عن الدور الاجتماعي (Rashed & Shah, 2021:29).

ويلعب القطاع الخاص دوراً حاسماً في خلق بيئة مواتية لازدهار الأعمال المسؤولة، ومن ثم فالبيئة التمكينية هي البيئة التي تشجع النشاط التجاري الذي يقلل من التكاليف والآثار البيئية و/أو الاجتماعية، مع الحفاظ في نفس الوقت على المكاسب الاقتصادية أو تعظيمها. تؤثر السياسة العامة في مجموعة واسعة من المجالات على المسؤولية الاجتماعية للشركات وطموحات الأعمال: على سبيل المثال البيئة، وأسواق العمل، وتنمية المجتمع، وحقوق الإنسان، ومكافحة الفساد، وتقارير الحوكمة.

ويشكل القطاع الخاص جزءاً رئيسياً من تنفيذ أهداف التنمية المستدامة (SDGs)، ولا سيما الهدف ١٧ (الشراكات)، مع توقع أن يساهم في الاستثمار الرأسمالي في مواجهة الموارد العامة المتضائلة (Hestad, 2021:3). كما أن دور القطاع الخاص هو أكثر بكثير من مجرد خلق الوظائف ودفع الضرائب وتطوير التكنولوجيا. ويتعلق الأمر أيضاً بتحديد طبيعة الأعمال التجارية والغرض منها في عالم أدى فيه النمو الاقتصادي إلى توفير الثروة جنباً إلى جنب مع عدم المساواة والازدهار جنباً إلى جنب مع الأضرار البيئية وتغير المناخ (Oxfam, 2013).

وينطوي مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات على مسؤولية الشركات بين الحكومة ومؤسسات الموارد المجتمعية والمجتمعات المحلية، وهي مسؤوليات مشتركة اجتماعيًا بين أصحاب المصلحة (Wikantiyoso and Suhartono, 2018). ومن أجل المشاركة بشكل واضح في أهداف التنمية المستدامة، يتعين على الشركات مواصلة إجراءات المسؤولية الاجتماعية للشركات مع المثل العليا لأهداف التنمية المستدامة (Panigrahi, 2021).

شكل رقم (٣-١) العلاقة بين الاستدامة والأعمال



Source: (Sheehy and Farneti, 2021:13)

ورغم أن المسؤولية الاجتماعية للشركات في القطاع الخاص ليست جديدة الآن، إلا أنها لا تزال في مراحلها الأولى، فقد ساهم القطاع الخاص مع المجتمع ككل من خلال إنشاء المؤسسات التعليمية والمستشفيات المتخصصة الفائقة ومشاريع البنية التحتية والمعابد وما إلى ذلك. ولا تزال قضية مساهمة القطاع الخاص في المسؤولية الاجتماعية محل اهتمام، حيث تبقى الحقيقة أن بيت الأعمال يخلق ثروة لجميع أصحاب المصلحة من خلال المنتجات أو الخدمات التي يبيعها لاستخدام الأغنياء والفقراء على حد سواء. لذلك، فإن الالتزام الأخلاقي وخاصة على القطاع الخاص هو المساهمة في تنمية الفقراء في المجتمع من خلال المسؤولية الاجتماعية للشركات (Solanki, 2016:7).

وفي سبتمبر ٢٠١٥، اعتمدت الدول الأعضاء في الأمم المتحدة البالغ عددها ١٩٣ دولة جدول أعمال التنمية لعام ٢٠٣٠ وأهداف التنمية المستدامة السبعة عشر، المبنية على الأهداف الإنمائية للألفية. كما أن أهداف التنمية المستدامة ليست معاهدة رسمية، ولكنها شكل من أشكال القانون غير الملزم الذي يهدف إلى القضاء على الفقر المدقع، وبناء الشراكات، وتحفيز النمو الاقتصادي في جميع أنحاء العالم. ويوفر القطاع الخاص ٩ من كل ١٠ وظائف في البلدان النامية وله دور مهم يلعبه في تحقيق أهداف التنمية المستدامة وحل المشكلات العالمية.

ويتم دعم العديد من الجهات الفاعلة في القطاع الخاص لأهداف التنمية المستدامة وانضمت هذه الجهات إلى الاتفاق العالمي للأمم المتحدة. ففي مؤتمر أديس أبابا لتمويل التنمية في عام ٢٠١٥، أصبح من الواضح أن الأمر سيستغرق تريليونات وليس مليارات الدولارات من التمويل من جميع الأنواع لتحقيق أهداف التنمية المستدامة. وعليه، تعد مشاركة القطاع الخاص أمراً بالغ الأهمية لتعزيز الاقتصادات في البلدان النامية، وتوظيف الطفرة الشبابية المتزايدة في إفريقيا، وحل التحديات العالمية مثل الهجرة (The Center for Strategic and International Studies CSIS, 2018:19).

وقد حددت خطة التنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠ القطاع الخاص كشريك رئيسي في التنمية المستدامة، حيث تلعب الشركات دوراً مهماً في تعزيز التنمية (Li, 2017). والمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص هي مجموعة معقدة من الالتزامات التي تتوافق مع التفاصيل ومستوى تطور الشركة، ويتم مراجعتها بانتظام وتتغير ديناميكياً. ويتم تطوير هذه الالتزامات بشكل طوعي وبطريقة متماسكة بمشاركة الأطراف المعنية الرئيسية. ويتم اعتمادها من قبل إدارة الشركة مع المراعاة الواجبة لآراء الأفراد والمساهمين ويتم تنفيذها بشكل أساسي بوسائل الشركة. ويظل الهدف هو تنفيذ برامج اجتماعية داخلية وخارجية مهمة تساهم نتائجها في تطوير الشركة، وتحسين سمعتها وصورتها، وتشكيل هوية الشركة، وتطوير العلامات التجارية للشركات، وكذلك توسيع

علاقات الشراكة البناءة مع الدولة وشركاء الأعمال والمجتمعات المحلية والمجتمع المدني (Nadezhda, 2016:39).

يشمل التفسير الأوسع لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص ما يلي:

- (١) السياسة الاجتماعية للشركات تجاه المجتمع؛ (٢) إدارة الشركة ونزاهة الشركة؛
- (٣) الرعاية الصحية والسلامة أثناء العمل؛ (٤) السياسة في مجال حماية البيئة؛ (٥) حقوق الإنسان؛ (٦) إدارة الموارد البشرية. (٧) التفاعل مع المجتمع والتنمية والاستثمار. (٨) الجمعيات الخيرية والعمل التطوعي. (٩) تلبية متطلبات العميل والالتزام بمبدأ المنافسة العادلة. (١٠) تدابير مكافحة الرشوة والفساد؛ (١١) المساواة والشفافية وتوفير المعلومات حول الأنشطة؛ (١٢) قضايا حقوق الإنسان في العلاقات مع الموردين على الصعيدين الوطني والدولي للمقاولين والموردين (Kurinko, 2014:5).

وفي جوهرها، يمكن تمييز المصطلحات الثلاثة - المسؤولية الاجتماعية للشركات، واستدامة الشركات والاستدامة - على النحو التالي: تطورت المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى شكل من أشكال تنظيم الأعمال التجارية الخاصة الدولية التي تركز على الآثار البيئية والاجتماعية للأعمال التجارية (Sheehy, 2015). وتتضمن مجموعة من الحقوق الفردية والجماعية بالإضافة إلى إرشادات حول القضايا الأخلاقية والبيئية (Rasche and Waddock, 2014:16).

وعلى النقيض من ذلك، فإن استدامة الشركات هي مصطلح له أشكال قوية موجهة نحو الجمهور وأخرى ضعيفة التوجه الخاص. كما أنها تحتوي على مجموعة متنوعة إلى حد ما من الأفكار، تتبع من مجموعات مختلفة تركز على التنمية المستدامة أو الاهتمامات البيئية ولكن كلاهما يركز على الأعمال التجارية. وعلى الرغم من أن المسؤولية الاجتماعية للشركات واستدامة الشركات يشيران إلى مفهوم أخلاقيات العمل، إلا أنهما يعلان ذلك بطرق مختلفة تمامًا. والمصطلح الثالث، الاستدامة، هو مصطلح يصف أجندة السياسة العالمية العامة الأوسع، التي تشكل أساسًا للتنمية المستدامة، تركز على الحفاظ على البيئة التي تسمح للجنس البشري

بالازدهار (Sheehy, 2017:50). يتم تحديد دور القطاع الخاص في تحقيق أهداف التنمية المستدامة بشكل عام من خلال قدرة الشركات والمنظمات الأخرى على أن تكون محركات للتغيير. وهناك العديد من الطرق التي يمكن للشركات والقطاع الخاص من خلالها تعزيز التنمية المستدامة، ومن بينها (Valdivia's, 2020):

١- العمل اللائق: وفقًا للمنتدى الاقتصادي العالمي، فإن القطاع الخاص مسؤول عما يقرب من ٩٠ ٪ من الوظائف المتاحة في العالم في الوقت الحالي، مما يعني أن القطاع الخاص لديه فرصة لمواجهة العديد من التحديات التي يواجهها العالم اليوم. على سبيل المثال، فإن خلق فرص العمل له تأثير مباشر على الحد من الفقر (الهدف ١). بالإضافة إلى ذلك، من خلال تنفيذ ممارسات التوظيف الشاملة وتعزيز التنوع في أماكن عملهم، يمكن للشركات المساهمة في الحد بشكل عام من عدم المساواة (الهدف ١٠). كما تسمح الوظائف اللائقة للناس بالازدهار (الهدف ٨).

٢- الإنتاج المسؤول: الهدف ١٢، المتعلق بالإنتاج والاستهلاك المسؤولين، هو عنصر أساسي عندما يتعلق الأمر بأنماط الإنتاج. أصبحت الموارد الطبيعية نادرة بشكل متزايد، والبصمة المادية لكل إنسان آخذة في الازدياد. وفي الوقت نفسه، أصبحت الشركات أكثر استجابة لتحديات الاستدامة: على سبيل المثال، وفقًا لدراسة أجرتها شركة PWC، تذكر أكثر من ٧٠ ٪ من الشركات أهداف التنمية المستدامة في تقرير الشركة السنوي أو تقرير الاستدامة؛ من بين هؤلاء، ٢٣ ٪ تتضمن مؤشرات الأداء الرئيسية والأهداف المتعلقة بأهداف التنمية المستدامة. من حيث الإجراءات، يمكن للشركات أن تبدأ في التواصل مع بعضها البعض لاستخدام المنتجات الثانوية التي أنشأتها الشركات الأخرى كمواد إنتاجها. ويمكن للشركات أيضًا التركيز على تطوير ممارسات وتقنيات أكثر مسؤولية ولها تأثير إيجابي على البيئة والمجتمع والاقتصاد.

٣- تعزيز التعليم: بينما يجادل البعض بأن أحد التحديات الرئيسية للقطاع الخاص في الوقت الحالي هو الافتقار إلى المواهب المؤهلة، يجادل آخرون بعكس ذلك. على أي حال، ما يهم هو أن الشركات يمكن أن تكون محركات رئيسية للتعليم من خلال الاستثمار في البرامج التعليمية لتطوير مهارات موظفيها وتعميم الاستدامة في ممارساتهم. هناك طريقة أخرى يمكن للقطاع الخاص من خلالها تعزيز التعليم وهي

الانضمام إلى المؤسسات التعليمية والاستثمار فيها لمساعدتها على تصميم برامج من شأنها تدريب المهنيين الذين يمكنهم الاستجابة لمتطلبات المستقبل. ويجب على القطاع الخاص أن يرى كل هذه التغييرات كاستثمار في المستقبل. مع عدم وجود موارد طبيعية، لن تكون هناك مواد خام للعمل بها. وبدون عمال مهرة، لن يكون هناك ابتكار أو قدرة على أن تكون هذه الموارد أكثر إنتاجية. إنه استثمار لأنه من المقدر أن تنفيذ نماذج أعمال مستدامة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة، سيخلق فرصًا للشركات التي تبلغ قيمتها حوالي ١٢ تريليون دولار أمريكي. وفي ظل تلاحق الأزمات، اضطر القطاع الخاص (Private sectors (PSS، إلى إعادة النظر في مسؤوليته الاجتماعية من خلال المشاركة في الأنشطة الإنسانية. في هذا الصدد، حظيت المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) باهتمام أكبر خلال العقدین الماضيين. تشير المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى أن هذه المسؤولية وتأثيرها على المجتمع (European Commission, 2017)، والمؤسسات الخيرية هي أحد أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات (Xia, Teng & Gu, 2019:10).

ومع استمرار تطور دور الأعمال في المجتمع تصبح رأسمالية أصحاب المصلحة هي السائدة وترقى الشركات إلى مستوى التحدي. ويشمل الابتكار الاجتماعي للشركات الطرق العديدة التي يمكن بها أن يكون لهذه الشركات تأثير إيجابي. ومن خلال العمل الخيري، تقدم الشركات تبرعات مباشرة أو دعمًا عينيًا؛ ومن خلال ذلك تتمتع الشركات بالقدرة على تشكيل السياسة العامة؛ من خلال برامج المسؤولية الاجتماعية وتستخدم الشركات مواردها العديدة لصالح المجتمع؛ ومن خلال خلق القيمة المشتركة، تطور الشركات منتجات وخدمات جديدة مربحة تلبي الاحتياجات المجتمعية غير الملباة. ويدمج الابتكار الاجتماعي للشركات هذه الركائز الأربع في استراتيجية متماسكة توفر تأثيرًا إيجابيًا على المجتمع وعلى أرباح الشركات (Gafni, 2020).

وقد أوضحت دراسة (Elasrag, 2014)، عن المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص ودورها في التنمية المستدامة للمملكة العربية السعودية، أنه نتيجة للاهتمام الواسع بموضوع المسؤولية الاجتماعية في المملكة العربية السعودية ودورها في التنمية المستدامة. فقد تزايد اقتناع الشركات بذلك، وأصبحت تسهم اليوم في مواجهة تحديات اجتماعية واقتصادية كبيرة في مسيرة عملها سعيًا لتحقيق أهدافها الاقتصادية أولاً،

وتحقيق احتياجات المجتمع ثانياً. وفي واقع الأمر يمكن القول إنه لازال هناك غموض وعدم دراية كافية من جانب كل من الأفراد والشركات والمجتمع ككل بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص وأبعادها ومدى تطورها وكذلك بمدى فعاليتها وكيفية بلورته والإفادة منه.

وقد كشفت أزمة COVID-19 نقاط ضعف الأفراد والمجتمعات والاقتصادات، ودعت إلى إعادة التفكير في كيفية تنظيم الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية حيث تستدعي الأزمة استجابات قوية تقوم على التضامن والتعاون والمسؤولية. ويمكن لمنظمات الاقتصاد الاجتماعي (الجمعيات، والتعاونيات، والمنظمات المشتركة، والمؤسسات، والمؤسسات الاجتماعية)، التي تُبنى نماذج أعمالها حول هذه المبادئ، أن تساعد في إعادة تشكيل اقتصادات ومجتمعات ما بعد الأزمة. وقد لعب "الاقتصاد الاجتماعي" دوراً مهماً في معالجة وتخفيف الآثار قصيرة وطويلة المدى لأزمة COVID-19 على الاقتصاد والمجتمع. على المدى القصير، ساعدت الجهات الفاعلة في الاقتصاد الاجتماعي على التعامل مع الأزمة من خلال توفير حلول مبتكرة تهدف إلى تعزيز الخدمات العامة لاستكمال الإجراءات الحكومية. وعلى المدى الطويل، يمكن لمنظمات الاقتصاد الاجتماعي المساعدة في إعادة تشكيل اقتصاد ما بعد الأزمة من خلال تعزيز النماذج الاقتصادية الشاملة والمستدامة. وبالاعتماد على عقود من الخبرة، يمكن للاقتصاد الاجتماعي أن يلهم نماذج الابتكار الاجتماعي والشعور بالهدف للشركات العاملة في اقتصاد السوق (OECD, 2020:19).

وعلى سبيل المثال، فقد زادت الشركات من التركيز على أداء المسؤوليات الاجتماعية وبالتحديد جانب المساعدات الخيرية بعد وباء COVID-19 في إيران، يقدم القطاع الخاص (PS) بعض المساعدة في تعاون أوسع ومتماسك (Faezeh, 2021). (Zavare & Rezaei, 2021).

وكانت دراسة (Valentinas, 2021:31)، قد حلت تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) بين فترتين من أشد فترات الأزمات التي هزت المجتمع العالمي، أي الكساد الكبير ووباء COVID-19. ولقد توسع مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات من تصورها كإجراءات خيرية إلى أنشطة الشركات المنهجية

والتفاعل المكثف مع أصحاب المصلحة على أساس المصالح الاجتماعية والاقتصادية والبيئية التي تهدف إلى التنمية الاقتصادية المستدامة طويلة الأجل والرفاهية العامة. ومع الانتشار السريع لـ COVID-19 حول العالم، واجهت الشركات تحدي الانتقال إلى بيئة جديدة. وتشير النتائج التي تم التوصل إليها إلى أن أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات يتم تنفيذها من قبل الشركات في جميع أنحاء العالم كاستجابة لـ COVID-19، بغض النظر عن مستوى التنمية في البلد. ورغم أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات ما زال في طور التطور إلا أن الهدف الرئيسي يظل كما هو في أي مرحلة من مراحل التطوير - للمساهمة في السلامة العامة والرفاهية. وتظهر النتائج أن الشركات، تساهم في تنفيذ أهداف المسؤولية الاجتماعية من خلال أنشطة مسؤولة اجتماعيًا حتى في فترة الأزمة.

ومن المرجح أن يكون تأثير جائحة COVID-19 على الاقتصاد العالمي غير مسبوق منذ الكساد الكبير في الثلاثينيات (Euronews, 2020). وكما أوضح (Ghosh, 2020:34)، تسببت جائحة COVID-19 في موجات هائلة من صدمة عدم اليقين، والتي يمكن مقارنتها بمستوى عدم اليقين الذي حدث خلال فترة الكساد الكبير.

لذلك، يمثل الوباء العالمي أحد أهم التغيرات البيئية في العالم الحديث، والتي يمكن أن يكون لها تأثير كبير على تطوير المسؤولية الاجتماعية للشركات. وقد دفع الوباء الناجم عن COVID-19 العديد من الشركات إلى إعادة التفكير في نماذج أعمالها وأنشطتها، والتفكير في قرارات لمواصلة أو تعليق أدائها. لقد وجدت الشركات نفسها في مفترق طرق للقرارات المتعلقة بكيفية التصرف من حيث تنفيذ مبادرات المسؤولية الاجتماعية: لتقليل ميزانيات تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات أو لدمج المسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل أكثر نشاطاً في صميم الأعمال واعتماد أنشطة مسؤولة اجتماعيًا. وفقًا لـ (Pappas, 2014:34)، تسعى الشركات ليس فقط للبقاء اقتصاديًا في الأوقات غير المواتية ورؤية الركود باعتباره تهديدًا ولكن أيضًا كمصدر للفرص المستقبلية.

٢/٣ أهمية التوجه نحو المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر

في فبراير ٢٠٠٤، تبنى اتحاد الصناعات المصرية مبادرة "الميثاق العالمي" لتصبح مصر أول دولة عربية تستجيب لهذه المبادرة. ويسعى عدد من الشركات المحلية إلى الالتزام بمبادئ هذا الميثاق للمحافظة على سمعتها وعلى صورتها أمام أصحاب المصالح من عملاء ومستهلكين وموردين وحملة أسهم. وأشار التقرير السنوي للميثاق العالمي عن الفترة من يناير ٢٠٠٦ وحتى يونيو ٢٠٠٧ إلى زيادة عدد الشركات في مصر التي انضمت إلى الميثاق العالمي من ٥٥ شركة عام ٢٠٠٤ إلى ٦٣ شركة عام ٢٠٠٦. كما أعلن رئيس الوزراء في مارس ٢٠٠٨ إطلاق المبادرة القومية للمسؤولية الاجتماعية للشركات بالتعاون مع البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة، والتي من شأنها إنشاء الشبكة المصرية للمسؤولية الاجتماعية والتي تستهدف تشجيع الشركات الوطنية على المساهمة في مشروعات التنمية الاقتصادية والاجتماعية وعلى الالتزام بمبادئ الميثاق العالمي للأمم المتحدة (المغربل، وفؤاد، ٢٠٠٨) و Shamseldin. (2006).

وقد اهتمت هيئة الرقابة المالية (هيئة سوق المال) بملف الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية من خلال التنسيق مع الجهات الحكومية والقطاع المالي غير المصرفي ومنظمات المجتمع المدني في تطوير بيئة مواتية لمبادرات المسؤولية المجتمعية وتقديم تدابير لتعزيز المسؤولية المجتمعية على المستوى المؤسسي تتبع من رؤية الهيئة بأن تكون (هي الجهة الرائدة في مجال المسؤولية المجتمعية على مستوى الهيئات والمؤسسات الحكومية) كما أن رسالة الهيئة (هي تقديم مبادرات لبناء قدرات الجمهور المستهدف لتعزيز ثقافة العمل الجماعي من أجل تحسين البيئة المحيطة) من خلال تعزيز ورفع الوعي بمبادئ المسؤولية المجتمعية ودعم مبادرات القطاع المالي الغير مصرفي المتعلقة ببرامج المسؤولية الاجتماعية. حيث الأهداف الاستراتيجية للمسؤولية المجتمعية (موقع هيئة الرقابة المالية):

- رفع الوعي ونشر المعرفة بالمسؤولية المجتمعية.
- تعزيز وتمكين البيئة المواتية والسياسات الداعمة للمسؤولية المجتمعية للهيئة.

- تعزيز مهارات وخبرات الأعضاء وأصحاب المصلحة في مجال المسؤولية المجتمعية.
 - تيسير شراكات المسؤولية المجتمعية للشركات من أجل تحقيق التنمية المستدامة.
- من خلال بعض التوجهات هي:
- نشر الوعي بين موظفين الهيئة (البدء بموظفي الهيئة وذلك بالاعتماد على خلق صورة جيدة ومثالية للهيئة يجعلها مثالا يحتذى به كأحد أهم الوسائل المستخدمة للنشر والوعي الخارجي).
 - نشر الوعي بين طلاب المدارس (عن طريق أولا استهداف النطاقات القريبة من مكان الهيئة والتي يمكن بسهولة الوصول إليها ثم بعد ذلك الانتشار والخروج إلى نطاقات مختلفة).
 - نشر الوعي بين طلاب الجامعات (على أهمية الاهتمام بالتنمية المستدامة ومدى تأثيرها المباشر على مستقبلهم القادم مع تناول أمثلة حية للفرض الضائعة التي نتجت من عدم الاهتمام بتلك القضية).
 - التشجير (المساعدة في زراعة عدد كبير من الأشجار وذلك بتوزيع أو مساعدة الجمعيات التي تقوم بالفعل بزراعة أكبر عدد من الأشجار).

شكل رقم (٣-٢) مشروعات وبرامج المسؤولية المجتمعية للهيئة العامة للرقابة المالية

٤	٣	٢	١
إعادة تدوير خلفات الهيئة	استغلال المساحات أعلى القاعات في الزراعة بدون تربة وذلك باستخدام طريقة الهيدروبوليك أو باستخدام التربة البديلة والمفاضلة بين النماذج الممكنة بأقل تكلفة	اقترح أماكن للتدخين لا تضر غير المدخنين أو أحواض النباتات	تشجير وزراعة أحواض الزرع الموجودة، ويمكن زراعة الخضروات حسب شهور زراعتها على أن تكون متاحة للعاملين بالهيئة

البورصة المصرية رائدة في جهودات الاستدامة والمسؤولية المجتمعية

البورصة المصرية تؤمن بتنمية الاستدامة والمسؤولية المجتمعية لتلبية احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها الخاصة. وقامت بتدعيم أي ممارسات مسؤولية مجتمعية في مصر من شأنها أن تبني حلول صديقة للبيئة وفعالة في استخدام الطاقة، وذلك لضمان الرخاء للأجيال القادمة. وتعتبر البورصة المصرية (EGX) واحدة من أربع بورصات رائدة انضمت إلى "مبادرة البورصات ذات التنمية المستدامة والمسؤولية المجتمعية (SSE) في عام ٢٠٠٩. وتهدف هذه المبادرة، التي أسسها الأمين العام للأمم المتحدة إلى زيادة شفافية والتزام الشركات المدرجة بالبورصة بقضايا الإدارة البيئية والاجتماعية وحوكمة الشركات. وفي مارس ٢٠١٠ قامت البورصة المصرية بإطلاق مؤشر S&P EGX ESG ويعتبر هذا المؤشر الأول والوحيد في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا المصمم لتتبع أداء الشركات وفقاً للجوانب البيئية والاجتماعية وحوكمة الشركات.

خلفية عامة عن مؤشر S&P EGX ESG

قامت البورصة المصرية بالتعاون مع كل من مركز المديرين المصري EIoD ومؤسسة ستاندرد آند بورز ببناء مؤشر S&P/EGX ESG، والذي يعد الثاني على مستوى الأسواق الناشئة فبعد نجاح إطلاق المؤشر في الهند S&P/India ESG تم بناء وتطوير المؤشر للسوق المصرية. ويأتي تدشين البورصة المصرية لهذا المؤشر في إطار اهتمامها بالاتجاهات العالمية الحديثة في مؤشرات أسواق المال، والتي بدأت في التركيز على معايير التنمية المستدامة، خاصة في ظل توجه المستثمرين للربط بين المعايير المالية ومعايير الأنشطة غير التقليدية للشركة، كالحفاظ على مستويات أداء بيئي جيد، ومسؤولية اجتماعية متميزة للشركة، وإتباعها لمعايير الحوكمة الجيدة. بل إن الاتجاهات الحديثة في مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، أخذت تركز على أهمية هذه المسؤولية في كونها إحدى الأدوات التي يمكن للشركات أن تستخدمها في إدارتها للمخاطر التي تواجهها. وهو ما ظهر جلياً في قيام الهند بتدشين هذا المؤشر في عام ٢٠٠٨، كأول سوق ناشئة، وتلاها قيام البورصة المصرية، بدراسة وبناء وتطوير هذه

النوعية من المؤشرات مع المؤسسات العالمية. ويقيس المؤشر أداء ٣٠ شركة مدرجة في البورصة المصرية حيث إن مكونات المؤشر هي نقاط تقييم الحوكمة والبيئية والاجتماعية والمؤسسية.

وتعتبر البورصة المصرية أيضاً عضو فاعل في مجموعة الاستدامة بالاتحاد الدولي للبورصات والتي تأسست في مارس ٢٠١٤، هذا وقد فازت البورصة المصرية بمنصب نائب رئيس مجموعة الاستدامة في مايو ٢٠١٦. ومن ناحية أخرى، تقوم البورصة المصرية بتسهيل عملية القيد لأي من الشركة الراغبة العاملة في مجال الصناعات البيئية مثل الطاقة المتجددة، وإعادة تدوير النفايات، والنقل، الخ. وتتيح البورصة المصرية بيئة متنوعة لتمويل الصناعات البيئية من خلال الاكتتابات العامة، السندات أو صكوك التمويل؛ أو الصناديق المتخصصة في البنية التحتية. كما شكلت إدارة البورصة لجنة داخلية لإدارة أنشطة المسؤولية المجتمعية الخاصة بالبورصة وتوجيه التبرعات التي تقوم البورصة بالتبرع بها أو يتم جمعها من العاملين في البورصة أو الشركات العاملة في المجال، حيث تنسق اللجنة مع وزارة التضامن الاجتماعي للتأكد من إنفاق التبرعات في مصادرها الصحيحة، وفيما يلي نموذج لبعض تلك الأنشطة:

١- (تجهيز دور أيتام)

تم التبرع بأجهزة كهربائية وأثاث ومفروشات وأدوات مطبخ لعدد ستة دور أيتام من الدور الأكثر احتياجاً بتكلفة إجمالية ٢٦٩,٥٠١ جنيه (مائتان تسعة وستون ألفاً خمسمائة وواحد جنيهاً) وتم توصيل تلك الاحتياجات لمقار تلك الدور كما تم تركيب كافة الأثاث وتسليمها من قبل ممثلي البورصة المصرية لمسؤولي الدور تحت إشراف وزارة التضامن الاجتماعي.

٢- (العودة للمدرسة)

تم التبرع بأدوات كتابية ومستلزمات مدرسية وشنط لعدد ثلاثة وثلاثون دار أيتام من الدور الأكثر احتياجاً بتكلفة إجمالية ٢٩٩,٦٨٢.٣٦ جنيه (مائتان تسعة

وتسعون ألفاً ستمائة اثنين وثمانون جنيهاً ستة وثلاثون قرشاً) وتم تسليم تلك الاحتياجات لمسؤولي دور الأيتام بمقر وزارة التضامن بحضور مندوبي البورصة.

٣- (تجهيز دور أيتام معاقين)

تم شراء ملابس وأجهزة كهربائية وأثاث ومفروشات وأدوات مطبخ وبعض أجهزة العلاج الطبيعي، هي احتياجات عدد ستة دور أيتام معاقين من الدور الأكثر احتياجاً بتكلفة تقدر بمبلغ ٦٦٠,٣٩٢ جنيه (ستمائة وستون ألفاً ثلاثمائة اثنين وتسعون جنيهاً) ويتم حالياً التنسيق مع وزارة التضامن لتسليم تلك الاحتياجات لدور الأيتام المعاقين.

٤- (أجهزة تعويضية وأجهزة علاج طبيعي لدور الأيتام المعاقين)

جارى حصر احتياجات دور أيتام المعاقين من الأجهزة التعويضية وأجهزة العلاج الطبيعي وذلك بالتنسيق مع وزارة التضامن الاجتماعي (موقع البورصة المصرية).

وبشكل عام، هناك نقص في البحوث التي تدرس ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات وتأثيرها على أداء الشركات في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا (Mohamed, Elseidi, Basuony, 2014). وقد بحثت معظم الدراسات التي أجريت في السياق المصري في العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وأداء الشركات دون استخدام وكيل للمخاطر. على سبيل المثال، أثبت حافظ (٢٠١٦) أن المسؤولية الاجتماعية للشركات لها تأثير سلبي كبير على قيمة الشركة وتأثير إيجابي على الأداء المالي للشركة في مصر، ويقاس بالعائد على الأصول (ROA) والعائد على حقوق الملكية (ROE).

على هذا النحو برزت أهمية المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال أو القطاع الخاص على صعيد الفكر الاقتصادي والتنموي. واستناداً إلى ذلك رأى أصحاب رؤى التنظير الاجتماعي المهتم بالمسؤولية الاجتماعية، أن القطاع الخاص تقع عليه المسؤولية الاجتماعية لتطوير أوضاع المهمشين والفقراء وأن عليه أخلاقياً أن يفي بمتطلبات هذه المسؤولية.

وعلى ضوء ما تقدم، فرغم أهمية المسؤولية الاجتماعية سواء على صعيد داخل المنشآت أو خارجها، إلا أنه لم يصل بعد مستوى المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال في مصر إلى ما وصلت إليه في الدول الكبرى. فبرغم العديد من النقاشات عن دور رجال الأعمال في التنمية وخاصة بعد تقلص دور الدولة المصرية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في العقود الأخيرة من القرن الماضي، إلا أن هذا الدور مازال في طوره الأول دون تطور فعال. وتكمن أهمية تفعيل دور منظمات رجال الأعمال في التنمية إلى تملكهم لرأس المال ولقوة اقتصادية قادرة، مع تعاونها مع القطاع العام والمجتمع المدني، أن تحدث نقلة حقيقية في المجتمع، مع الأخذ في الاعتبار أن بمصر ٢٠,٠٠٠ رجل أعمال لديهم ٦٠ جمعية ترعى مصالحهم واستثماراتهم. ومن الملاحظ في الأونة الأخيرة أن هناك بعض الجهود الفردية لبعض منظمات رجال الاعمال، وخاصة الكبرى، الذين أصبحوا على وعي بمسئولياتهم الاجتماعية. ولكن معظم هذه الجهود غير مؤثرة أو محسوسة (مليجي، ٢٠١٤).

وهناك عدة أسباب تؤدي إلى قصور دور رجال الأعمال في التنمية، من أهمها: عدم وجود ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى معظم رجال الأعمال، فمن الملاحظ أن عدد الشركات المتبينة لهذه الثقافة هو قلة من الشركات الكبرى في حين أن الغالبية تتجاهل تماما هذا المفهوم. وايضا أن معظم جهود رجال الأعمال غير منظمة، فالمسؤولية الاجتماعية لمنظمات رجال الأعمال كي تكون مؤثرة في حاجة إلى أن تأخذ شكلا تنظيميا ومؤسسيا له خطة وأهداف محددة، بدلا من أن تكون جهودا عشوائية مبعثرة. وكذلك غياب ثقافة العطاء للتنمية حيث إن معظم جهود رجال الأعمال تنحصر في أعمال خيرية غير تنموية مرتبطة بإطعام فقراء أو توفير ملابس أو خدمات لهم دون التطرق إلى مشروعات تنموية تغير المستوى المعيشي للفقراء بشكل جذري ومستدام. ومن ثم، يتضح لنا مما سبق أننا في حاجة إلى مجهودات كبيرة لنشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية وثقافة العطاء التنموي بين رجال الأعمال والشركات الكبرى في مصر (مليجي، ٢٠١٤).

وقد خلصت دراسة (صالح، ٢٠٢٠)، إلى مجموعه من النتائج كان من أهمها: أن الشركات المصرية تلعب دوراً فعالاً تجاه المجتمع في ظل جائحة كورونا مما يؤدي إلى زيادة ثقة اصحاب المصالح من حملة الاسهم والمستهلكين والعملاء والموردين تجاه الشركات. كما كشفت الدراسة عن بعض نقاط الضعف والقصور في المسؤولية الاجتماعية للشركات المصرية في ظل جائحة كورونا.

وقد أطلقت رؤية مصر ٢٠٣٠، وهي أجندة وطنية أُطلقت في فبراير ٢٠١٦، لتعكس الخطة الاستراتيجية طويلة المدى للدولة لتحقيق مبادئ وأهداف التنمية المستدامة في كل المجالات، وتوطينها بأجهزة الدولة المصرية المختلفة. تستند رؤية مصر ٢٠٣٠ على مبادئ "التنمية المستدامة الشاملة" و"التنمية الإقليمية المتوازنة"، وتعكس الأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة: البعد الاقتصادي، والبعد الاجتماعي، والبعد البيئي. أهمية خاصة بالأبعاد الاجتماعية ودور القطاع في التنمية الاقتصادية والاجتماعية. وتؤكد الرؤية المُحدثة على تناول وتداخل كل القضايا من منظور الأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة فهي رؤية شاملة ومتسقة تتكون من استراتيجيات قطاعية للجهات الحكومية المختلفة. كما تركز رؤية مصر ٢٠٣٠ على الارتقاء بجودة حياة المواطن المصري وتحسين مستوى معيشته في مختلف نواحي الحياة وذلك من خلال التأكيد على ترسيخ مبادئ العدالة والاندماج الاجتماعي ومشاركة كافة المواطنين في الحياة السياسية والاجتماعية. يأتي ذلك جنباً إلى جنب مع تحقيق نمو اقتصادي مرتفع، احتوائي ومستدام، وتعزيز الاستثمار في البشر وبناء قدراتهم الإبداعية من خلال الحث على زيادة المعرفة والابتكار والبحث العلمي في كافة المجالات.

ومن خلال الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، يمكن أن يساعد ذلك في تحقيق مزيد من التقدم في مجال المسؤولية الاجتماعية وتحقيق أهدافها المختلفة في المجتمع المصري. وقد ازدادت أهمية الدور الاجتماعي والأخلاقي للقطاع الخاص في الآونة الأخيرة مع توالى الأزمات التي يمر بها العالم، وأصبحت مؤسساته أكثر إدراكاً بأنها جزء من المجتمع وغير معزولة عنه، مما يستدعي ضرورة توسيع أنشطتها لتتعدى الأنشطة الإنتاجية إلى حماية حقوق الإنسان والمساهمة في حل مشكلات

المجتمع والبيئة والتعليم والصحة، وأنه بجانب حصولها على الأرباح من أعمالها فإن عليها مسؤولية والتزام اجتماعي تجاه هذا المجتمع الذي تعمل في إطاره (مليجي، مرجع سابق).

وإدراكًا لتلك الأهمية، فقد كثر الحديث في الفترة الأخيرة من جانب العديد من المسؤولين عن ضرورة "حشد جهود المجتمع المدني" في مواجهة فيروس كوفيد-١٩، إلا إن تحقيق ذلك يقتضي الالتفات إلى توصيات المجتمع المدني، والتعامل معها بجدية، خاصة فيما يتعلق بتوفير الحماية اللازمة للمجموعات الأكثر عرضة لخطر الإصابة بالفيروس؛ فضلاً عن حماية الأشخاص الذين تزيد أعمارهم عن ٦٠ عامًا، والنساء الحوامل، وحماية النساء حيث طرحت دعوات البقاء في المنزل لمدد طويلة بعض الإشكاليات الخاصة بالنساء على رأسها أرجحية ارتفاع معدلات العنف المنزلي. كذلك الأشخاص الذين يعانون من حالات صحية مزمنة، مثل؛ مرض السكري، وأمراض القلب، وأمراض الرئة، ومرضى الأورام، باعتبارهم الأكثر عرضة للوفاة إذا أصيبوا بالفيروس.

ومن الجدير بالذكر، فإن "حشد جهود المجتمع المدني" بشكل حقيقي في مواجهة كوفيد-١٩ سوف يصب لصالح الجهود المبذولة من جانب الدولة لمواجهة الوباء؛ للتقليل من احتمالية الدخول في المرحلة الثالثة، والمعروفة بمرحلة الانتشار المجتمعي للفيروس. ويأتي في مقدمة المهام التي يمكن أن يضطلع بها المجتمع المدني لمواجهة جائحة كورونا، تقديم الخدمات الإنسانية والطبية والاجتماعية، وتوعية المواطنين بمخاطر الفيروس، ووسائل مواجهته، وطرق الوقاية منه (عزب وغنام، ٢٠٢٠). وقد أقر الدستور المصري الصادر عام ٢٠١٤، المادة ٣٦، بالزامية أن تعمل الدولة على تحفيز القطاع الخاص لأداء مسؤوليته الاجتماعية في خدمة الاقتصاد الوطني والمجتمع.

وفي ضوء ذلك، وفي خضم المشكلات الاقتصادية والاجتماعية التي تواجهها الدولة المصرية في العقدين الأخيرين، فقد أصبح لزاماً على الشركات أن يكون لها دور

مزدوج أحدهما اقتصادي والآخر اجتماعي، وبما يؤول نهاية في صالح الاقتصاد والمواطن المصري ككل.

٣/٣ العمل اللائق والمسؤولية الاجتماعية للشركات (تقييم دور بعض الشركات والبنوك):

تهدف المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى تشجيع المساهمة الإيجابية للأعمال في التنمية الاجتماعية والاقتصادية وتقليل مخاطر التأثير السلبي المحتمل، بما في ذلك على طول الأنظمة المعقدة لسلاسل التوريد العالمية، وبالتالي تصبح جزءًا جوهريًا من الطريقة التي تؤدي بها هذه السلاسل أعمالها. ويقر هذا النهج بأن الشركات تتحمل مسؤولية ضمان أن تكون الوظائف لائقة، وأن أماكن العمل آمنة وشاملة، وأن يتم دفع الأجور المناسبة وأن يكون للعمال صوت يطالب بحقوقهم. وفي الوقت نفسه، تسعى المسؤولية الاجتماعية الحقيقية للشركات إلى تشجيع التأثير الإيجابي للقطاع الخاص كلاعب رئيسي في المجتمع لخلق وظائف وتوفير الدخل وفرص التعلم ولتسخير إمكانات القطاع الخاص بالكامل. وبالفعل، تتضمن أهداف التنمية المستدامة المقترحة لما بعد عام ٢٠١٥ تعزيز "النمو الاقتصادي المستدام والشامل والعمالة الكاملة والمنتجة والعمل اللائق للجميع". وإدراكًا لأن الشركات الخاصة لديها القدرة على توفير وظائف أكثر وأفضل، سيتزايد القطاع الخاص ويُنظر إليه على أنه شريك حاسم في تحقيق أهداف التنمية المستدامة (Ryder, 2015).

وعلى مدى السنوات الأخيرة، أصبح العمل اللائق مطلبًا عالميًا يثير اهتمام القادة السياسيين ومؤسسات الأعمال وفي الواقع، أخذت غالبية الشركات في تضمين بياناتها تفاصيل المسؤولية الاجتماعية لكل من موقفها المسؤول تجاه البيئة والمرتبطة بالاستدامة، ووعدها بالمساءلة الاجتماعية فيما يتعلق بحقوق العمال. ومن أولويات منظمة العمل الدولية تعزيز الحقوق الأساسية في مكان العمل، ولا سيما تلك المتعلقة بحرية تكوين الجمعيات، والحريات النقابية، والحق في المفاوضة الجماعية، والقضاء على أي شكل من أشكال العمل الجبري، وإلغاء عقوبة الإعدام. وعمالة الأطفال

وممارسات التوظيف التمييزية. ومن الضروري أيضًا القضاء على التفاوتات بين الجنسين في الأمور المتعلقة بالعمل وضمان دفع أجور عادلة (Ryder.2015). والمسؤولية الاجتماعية للشركات هي مسؤولية دعم التنمية الاقتصادية والبيئية والثقافية والاجتماعية لعالم مستدام حيث يعمل جميع الأشخاص، من المجتمع المحلي إلى المجتمع العالمي، معًا لتحسين نوعية الحياة. ويشكل العمل اللائق المناسب الحد الأدنى من معايير العمل في مفهوم العمل اللائق لمنظمة العمل الدولية، حيث يركز العمل اللائق على أربعة أهداف استراتيجية رئيسية: (١) الحقوق في العمل، (٢) العمالة، (٣) الحماية الاجتماعية، (٤) الحوار الاجتماعي. ويتمثل جوهر نهج العمل اللائق في إقامة توازن بين هذه المكونات لخلق النزاهة والخيارات السياسية والمؤسسية من أجل التغلب على علاقات المواجهة والقيود. كما يأخذ العمل اللائق في الاعتبار الاعتراف المتساوي بصوت العمال وأصحاب العمل والحكومات كأطراف أثناء تطوير السياسات والبرامج لمعايير العمل ((Şahin and Bayramoğlu, 2015:16)).

والعمل اللائق ليس مجرد هدف بل هو محرك للتنمية المستدامة أيضًا. وقد جاء ذلك في خطة التنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠. وفي الأساس، يلخص العمل اللائق تطلعات الناس إلى حياتهم العملية. يوفر العمل اللائق الأمن والحماية الاجتماعية للعمال وأسرهم بفضل أجر عادل وتكافؤ الفرص بين الرجل والمرأة. والعمل اللائق يزيد من دخول الأفراد والأسر المتاحة للإنفاق في الاقتصاد المحلي. وهذه القوة الشرائية هي حافز للنمو وتطوير المؤسسات المستدامة، وخاصة الشركات الصغيرة، والتي بدورها يمكن أن تستوعب عددًا أكبر من العمال وتحسن أجورهم وظروف عملهم. ويعمل العمل اللائق على زيادة الإيرادات الضريبية، بحيث يمكن للحكومات تمويل التدابير الاجتماعية التي تهدف إلى حماية أولئك الذين لا يستطيعون العثور على عمل أو غير القادرين على العمل. كما أن تعزيز العمالة والمؤسسات، وضمان الحقوق في العمل، وتوسيع نطاق الحماية الاجتماعية، وتشجيع الحوار الاجتماعي هي الركائز الأربع لبرنامج العمل اللائق لمنظمة العمل الدولية. وهذه عوامل لا غنى عنها عندما يتعلق الأمر بتحريك جدول أعمال التنمية المستدامة بأكمله إلى الأمام. والعمل اللائق للجميع

يقلل من عدم المساواة ويزيد من المرونة. وتساعد السياسات التي يتم تطويرها من خلال الحوار الاجتماعي الأشخاص والمجتمعات على معالجة تغير المناخ وفي نفس الوقت تسهيل الانتقال نحو اقتصاد أكثر استدامة (ILO, 2015).

وتتصل المسؤولية الاجتماعية للشركات وأهداف التنمية المستدامة، حيث تقود الأعمال التقدم في نطاق أهداف التنمية المستدامة ٢ (القضاء على الجوع) و ٨ (العمل اللائق والنمو الاقتصادي)، "مسألة فعالية المسؤولية الاجتماعية للشركات كما تتعلق بتحقيق أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة (La and Rose, 2019).

وعليه، فالعمل اللائق هو عنصر مهم في المسؤولية الاجتماعية للشركات التي تركز على الموظفين على المستوى الجزئي وعنصر أساسي في أجندة التنمية المستدامة. ومن المثير للاهتمام، أن هناك بعض العوامل التي تبرز باعتبارها سمات رئيسية، مثل الدخل الكافي، والاستقرار والأمن في العمل، والقضايا المتعلقة بالصحة والسلامة في العمل، بالإضافة إلى التعلم مدى الحياة والتنمية المهنية التي تتم إدارتها في ظل ظروف تكافؤ الفرص (Francisco et al, 2020:23).

وفي مصر تتعدد أطر المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر، وهي على

النحو التالي:

أولاً: الإطار المؤسسي: عندما يكون هناك وعي بين الشركات والمجتمع المدني والحكومة بأهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات يصبح من المنطقي إضفاء الطابع المؤسسي على هذه المسؤولية بالتنسيق بين الأطراف الرئيسية الثلاثة في معادلة التنمية شامل بحيث تتجه كل الجهود نحو تحقيق أهداف هذا التطور. ومصر أول دولة عربية وأفريقية تنفذ مؤشر المسؤولية الاجتماعية والثانية على المستوى العالمي، بعد الهند، وقد حدث ذلك خلال المؤتمر السنوي الثالث حول المسؤولية الاجتماعية للشركات، الذي عقد تحت عنوان "الشفافية والإفصاح في ممارسات المسؤولية الاجتماعية: نحو بيئة تنافسية مستدامة". وهذا المؤشر الجديد جاء بعد دراسة طويلة، حيث أنها استندت إلى عدة معايير للمسؤولية الاجتماعية للشركات، وعملية التقييم على مرحلتين:

- المرحلة الأولى: اعتمدت بشكل أساسي على تقييم ممارسات الشركة في مجالات تقييم المؤشر والإفصاح حسب معلومات الشركة المتاحة للجمهور من خلال التقارير السنوية والمواقع الإلكترونية أو من خلال المعلومات المتوفرة بالبورصة المصرية في عدة جوانب رئيسية وهي: الهيكل والملكية وحقوق المساهمين وهيكل مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية والممارسات التجارية الأخلاقية ومسئوليتها الاجتماعية وبيئتها وعمالها ومجتمعها ومنتجها ومستهلكها.
- المرحلة الثانية: تم تقييم مصداقية بيانات الشركات من خلال البحث عن الأخبار التي تحتوي على منها مخالفات وانتهاكات الشركة المتوفرة في الصحف الوطنية والمجلات الإعلامية والعلمية وبعض التقارير عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، بالإضافة إلى اللجوء إلى المعلومات المتاحة للوزارات والجهات الحكومية ذات الصلة مثل وزارة البيئة ووزارة القوى العاملة، والبورصة المصرية. وعليه تم تعديل القيم التي حصلت عليها الشركات في المرحلة الأولى. وفي المرحلة الثانية تم تصنيف الشركات حسب ممارساتها في مجالات الحوكمة والبيئة والمسؤولية الاجتماعية للشركات دون أخذ أي عوامل أخرى في الاعتبار. وتم إجراء التقييم لـ ١٠٠ شركة مدرجة في البورصة المصرية.

ثانياً: الإطار الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية: يتمثل الإطار الاقتصادي

للمسؤولية الاجتماعية للشركات في خلق مناخ أعمال صديق للأعمال يوفر الحوافز يوفر للشركات فرصاً لتجميع الثروة في إطار عناصر التنمية المستدامة. ويمكن تحقيق ذلك من خلال تمكين الشركات وجمعيات الأعمال من المشاركة في الإصلاح الاقتصادي وخلق بيئة تنافسية صحية خاصة في الاقتصادات التي تمر بمرحلة انتقالية (كردي، ٢٠١٧م، ص ١٤).

وبالرغم من تعاظم الحديث عالمياً حول المسؤولية الاجتماعية للشركات وللقطاع الخاص بشكل عام وعلاقتها بمؤشرات التنمية، إلا أن غالبية الشركات في مصر تتناسى دورها الاجتماعي على أجندتها ومن ميزانياتها وعوائد أرباحها السنوية. وما زالت النظرة السائدة لمسؤولية الشركات لا تتعدى الإسهام في بعض الجوانب الخيرية

أو الموسمية وهو إسهام غير منتظم ولا يخضع لمعايير ملزمة. ويرجع سبب ذلك إلى غياب القوانين والتشريعات وحتى الحوافز على مستوى الدولة والتي من شأنها ان تنظم تلك المسؤولية الاجتماعية او تؤطرها ضمن توجهات الدولة التنموية في اطارها الأوسع. كما أن قانون حوافز الاستثمار الجديد بلائحته الجديدة، وبشكل خاص في المادة الثالثة، قد نص على وجوب تطبيق المسؤولية المجتمعية للمستثمر، حيث للمستثمر الحق في تخصيص نسبة لا تتجاوز ١٠% من أرباحه السنوية الصافية ضمن التكاليف والمصروفات واجبة الخصم وفقاً لنص المادة (٢٣) (بند ٨) من قانون الضريبة على الدخل الصادر بالقانون رقم ٩١ لسنة ٢٠٠٥ للمشاركة في إنشاء نظام للتنمية المجتمعية خارج مشروعة الاستثماري من خلال مشاركته في كل أو بعض من المجالات الآتية:

- اتخاذ التدابير اللازمة لحماية وتحسين البيئة، سواء من حيث الالتزام بتوافق المنتج أو الخدمة التي تقدمها الشركة مع البيئة،
- تحسين الظروف البيئية في المجتمع ومعالجة المشاكل البيئية المختلفة، ومنها على سبيل المثال ما يلي:
- تقديم خدمات أو برامج في مجالات الرعاية الصحية أو الاجتماعية أو الثقافية، أو في أي من مجالات التنمية الأخرى، على سبيل المثال؛
- توفير فرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصة؛ رعاية الموهوبين والمبتكرين علمياً - فنياً - رياضياً؛

○ المشاركة في برامج رعاية الأسر الفقيرة (قانون الاستثمار، ٢٠١٧م، ص ١٤).

وقد أنشأ اتحاد الصناعات المصرية وحدة المسؤولية الاجتماعية في ديسمبر ٢٠١٥، بهدف تعزيز ورفع الوعي بمبادئ وممارسات المسؤولية المجتمعية للشركات ودعم مبادرات الشركات المتعلقة بتطوير المجتمع المصري في كافة مستويات التنمية المستدامة ودعم الفئات الأكثر احتياجاً. وأن يكون قطاع الصناعة الدعامة الأساسية لمبادرات التنمية المستدامة المحلية والإقليمية. ويلعب اتحاد الصناعات المصرية دوراً محورياً في التنسيق بين الحكومة وقطاع الصناعة ومنظمات المجتمع المدني في

تطوير بيئة مواتية لمبادرات المسؤولية المجتمعية للشركات. وتتلخص مبادئ المسؤولية المجتمعية للشركات، في التالي:

- احترام وحماية حقوق الإنسان.
- خلق والمشاركة في حوار مجتمعي حول دور المسؤولية المجتمعية للشركات في تحقيق أهداف التنمية الوطنية المستدامة.
- وضع وتنفيذ برامج ومبادرات لدعم وتعزيز أهداف وخطط التنمية الوطنية المستدامة (الاقتصادية والبيئية والاجتماعية).
- مشاركة العاملين في وضع وتنفيذ استراتيجية المسؤولية المجتمعية بالشركة.
- المسؤولية المجتمعية للشركة تمتد لأكثر من مجرد الالتزام بالقوانين.
- احترام معايير العمل الدولية خاصة ما يتعلق عمالة الأطفال، القضاء على التمييز بين الجنسين في التوظيف وظروف العمل، حرية تشكيل النقابات العمالية والتفاوض الجماعي، والقضاء على العمل الإجباري.

وفيما يلي نستعرض بعض نماذج المسؤولية الاجتماعية للشركات، في مصر على النحو التالي:

١- شركة اتصالات: اتصالات شركة عالمية تلتزم برعاية الثقافات والتقاليد لجميع الأسواق التي تعمل بها. كما تلتزم بدعم بناء وتطوير المجتمعات، وتحسين سبل العيش فيها والتطلع لمستقبل أفضل. وإيماناً منها أن نجاحها مقترن بنجاح اقتصاديات الدول التي تعمل بها وتساهم في دعمها من خلال المبادرات المقدمة للمواطنين لتحسين الظروف الصحية لهم ودعمهم لتعلم واستكشاف كل ما هو جديد، كما تدعم اتصالات تطوير الأعمال وتعزيز العلاقات والابتكار ومواكبة التغيرات السريعة. وانطلاقاً من الرؤية العامة لمجموعة اتصالات، تحرص اتصالات مصر على إحداث تحسين وتطوير المجتمع من خلال الممارسات المثلى وإعلاء القيم والثقافات مستخدمة إمكانات وكفاءات الشركة لتحقيق استدامة العمل على أرض الواقع. وقد استثمرت اتصالات مصر مساعيها المتعلقة بالمسؤولية المجتمعية للشركات (CSR) لخدمة موظفيها والمجتمع المصري بشكل عام، علاوة على دعم أهداف التنمية المستدامة في البلاد.

ولعل شركة اتصالات مصر كانت الرائدة في مجال المسؤولية المجتمعية بقطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في مصر. حيث عملت الشركة منذ دخولها للسوق المصري عام ٢٠٠٧ في تدشين برامج ضمن مفهوم "cause-based CSR" الذي يقوم على الاهتمام بقضية أو عدد قليل من القضايا المحددة، وتسخير كافة إمكانيات الشركة لخدمة هذه القضايا. وقد شملت تلك البرامج على سبيل المثال لا الحصر: "الماء أصل الحياة"، "وعلاج التوحد"، و"دعم الصم والبكم من خلال" خط رؤية" (الخاص بمستخدمي لغة الإشارة) التي تعتمد جميعها على التكنولوجيا المقدمة من اتصالات. كما حرصت الشركة على ان تكون إحدى رعاة اللجنة البارالمبية المصرية (التي حققت العديد من الإنجازات في أولمبياد لندن ٢٠١٢) فضلاً عن المشاركة في حملات فيروس C. فجميع تلك المبادرات أحدثت فرقاً واضحاً على أرض الواقع فيما يتعلق بمجالات البيئة، والاحتياجات الخاصة، والصحة، والتنمية المستدامة. كما تهدف رؤية اتصالات مصر إلى أن يعترف بها كأفضل مؤسسة بقطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات لشراكتها المجتمعية المستدامة والفعالة من خلال دعم ملفي الصحة والتكنولوجيا والعمل على فعاليات / مبادرات النمو المستدام الهادفة إلى بناء عالم رقمي آمن، يسهل وصول الخدمات الصحية لأكبر عدد من المواطنين وبتيح حياة أفضل من خلال منتجات وخدمات مبتكرة بما ينعكس إيجابياً على المجتمع على المدى البعيد. وتسعى اتصالات مصر لتحقيق رؤيتها بوضع ركائز استراتيجية رئيسية للسنوات الـ ٥ المقبلة: قطاع التكنولوجيا -الاستثمار الفعال لموارد الشركة لإحداث تأثير إيجابي على التنمية المجتمعية قطاع الصحة -المساهمة المجتمعية المستدامة من خلال توسيع نطاق الشراكات الاستراتيجية مع قطاع الصحة والموظف المسؤول - تحفيز الموظفين وزيادة تفاعلهم الإيجابي مع القضايا المجتمعية الهامة، لتشارك المسؤولية المجتمعية لشركة اتصالات مصر آمال وأحلام مجتمعاتنا نحو التقدم والازدهار والرفاهية.

٢- مصر القابضة للتأمين: تدرك مصر القابضة للتأمين وشركاتها أهمية أن تتجاوز حدود دورها الاقتصادي إلى الأمر الذي جعلها من أوائل المؤسسات التي تحمست

لتبنى مبادئ الاتفاق العالمي للأمم المتحدة لدعم وتفعيل القيم الأساسية لحقوق الإنسان والعمل والبيئة ومكافحة الفساد كواحدة من أوائل الشركات التي عملت لصالح تنمية المجتمع المصري ككل من خلال إيمانها بما يلي:

• كلما ازدهر وتطور المجتمع الذي تعمل فيه شركاتنا كلما أثر ذلك بالإيجاب عليها وطور من أدائها وقدراتها على تحقيق أهدافها.

• أن مساهمتها في المسؤولية الاجتماعية هي استثمار طويل الأجل ينعكس على الشركة في صورة عائد مادي يزيد ثقة المجتمع في الشركة.

أولاً: المسؤولية تجاه العاملين: تؤمن الشركة بأن مبادئ العمل الاجتماعي

لابد وأن تبدأ من الداخل من خلال العمال والذين يمثلون جزءاً من المجتمع، وفي إطار التزامها بمبادئ الاتفاق العالمي للأمم المتحدة بشأن قيم العمل قامت الشركة بما يلي:

- التعامل بقدر من المساواة بين كافة العاملين دون أي تمييز بينهم.
- احترام دور المرأة في المجتمع وحققها في العمل حيث تتبوأ المرأة أعلى المناصب الإدارية بالشركة.
- الالتزام بتكوين النقابات الخاصة بالعاملين وتمثيلهم داخل مجلس الإدارة بالشكل الذي يتيح إبداء آراءهم بمنتهى الحرية وحماية حقوقهم.
- تدعيم الأنشطة الاجتماعية والرحلات والمصايف (برامج الرعاية الاجتماعية للعاملين).
- تقديم مزايا عينية للعاملين في صورة علاج للعاملين ورعاية صحية لأسرهم بمساهمة رمزية.
- تقديم خدمات تأمينية مجانية مثل وثيقة حماية الأسر ومساكنهم بهدف التضامن مع العاملين وتوفير الحماية لهم.
- تطبيق الشركة سياسة عادلة في الترقية للعاملين بالشركة، حيث تتبع الشركة أسلوب الترقية طبقاً للأقدمية وذلك لمراعاة العامل النفسي للعاملين ذوي الأقدمية وترقيتهم لرفع معنوياتهم، وفي نفس الوقت عدم إغفال ترقية المتميزين بالاختيار طبقاً لمعيار الكفاءة لعدم إحباطهم وزيادة ثقتهم بقدراتهم وأنفسهم ومن ثم زيادة عطائهم للشركة.

ثانيا: حقوق الإنسان : تدعم الشركة المفاهيم الأساسية لحقوق الإنسان في التعبير والحرية سواء على مستوى العاملين أو المتعاملين من عملاء الشركات المختلفين والذين تهتم الشركات بحماية كافة حقوقهم وخصوصيتهم وسرية المعلومات الخاصة بأنشطتهم دون الإخلال بالقوانين والمعايير الدولية في هذا الشأن.

ثالثا: مكافحة الفساد: مكافحة الفساد بكافة أنواعه سواء كان مباشراً أو غير مباشر والاهتمام بالأخلاق كمكون رئيسي لمنظومة العمل وتطبيق مفاهيم المساءلة وأساليب رقابة فعالة لاكتشاف ومنع الفساد وعلاجه والتغلب عليه في حينه. والعمل على إنشاء وحدة لمكافحة غسل الأموال في الشركات تدعماً لذات المفهوم ومقاومة الفاسدين الراغبين في استخدام التأمين أو الأنشطة الأخرى للشركات كوسيلة لغسل الأموال.

رابعا: المسؤولية تجاه المجتمع: حيث تضع الشركة استراتيجية وأهدافاً اجتماعية محددة تعمل من خلالها وشعارها العطاء من أجل التنمية ورفع مستوى المجتمع ككل والمحافظة على موارده وحماية البيئة من خلال الاتي: - تقديم الدعم للمشروعات الخيرية التي تهدف إلى تنمية المجتمع والنهوض به، تعاون الشركة مع الدولة في مجالات الرعاية الاجتماعية من خلال المساهمة في مشروعات تمويل الإسكان لمحدودي الدخل مثل شركة الأولى للتعمير والإسكان وكذلك المساهمة في بنوك تمنح قروضاً لمحدودي الدخل وصغار المستثمرين. والمساهمة في النهوض بالتعليم والبحث العلمي والتطوير، مثل قيام شركة مصر للتأمين بإنشاء معامل الكمبيوتر بمدرسة مصر للتأمين وبناء مدرج بكلية التجارة (جامعة القاهرة) وبناء مدرج بكلية التجارة (جامعة عين شمس). والمساهمة في تطوير المظهر الحضاري عن طريق زراعة الأشجار وبناء النفورات بميادين القاهرة وجميع المحافظات في مصر.

٣- البنك الأهلي: تولى البنوك اهتماماً كبيراً بدعم المسؤولية الاجتماعية، حيث تعتبره دوراً أصيلاً لها تجاه المجتمع، وتعمل على تقديم الدعم اللازم بما يحقق التنمية المستدامة، ويشهد شهر رمضان من كل عام دوراً كبيراً من المصارف لدعم الأسر الأكثر احتياجاً، وذلك من خلال توقيع بروتوكولات تعاون تتيح للبنوك تقديم الدعم

للمستفيدين. فقد ارتفعت مساهمات بنكي "الأهلي" و"مصر" في مجال المسؤولية الاجتماعية إلى ١١.١ مليار جنيه خلال السنوات الست الأخيرة. كما إن إجمالي مساهمات البنك الأهلي المصري في مختلف مجالات المسؤولية المجتمعية بلغ ما يقارب ٨ مليارات جنيه في السنوات الست الأخيرة. وضع البنك الأهلي المصري المسؤولية الاجتماعية على رأس أولوياته، حيث ضخ خلال الخمس سنوات الماضية ما يقرب من ٢.٨ مليار جنيه، لمكافحة الفقر وتطوير العشوائيات ودعم ٢٠٠ مشروع في أكبر عدد من محافظات الجمهورية، ليحتل موقع الصدارة في تلبية احتياجات المواطن المصري. كما يوجه البنك الأهلي جانب من أرباحه السنوية لمجالات تنمية المجتمع، حيث ساهم في أكثر من ٢٠٠ مشروع في كافة محافظات الجمهورية، في مجالات الصحة والتعليم والثقافة وتطوير العشوائيات ومكافحة الفقر وفك كرب الغارمين.

كما قام البنك مؤخراً بتوقيع بروتوكول تعاون مع مؤسسة أهل مصر للتنمية ضمن مبادرات البنك المتعددة لدعم كافة مجالات المسؤولية المجتمعية، ولتوسيع دائرة المستفيدين من مساهمات البنك التي تستهدف حياة أفضل لأهل مصر، ووفقاً لهذا البروتوكول تقديم مبلغ ٣٠٠ مليون جنيه يتم توجيهها على مدي ثلاث سنوات، لدعم المؤسسة في استكمال مستشفى أهل مصر، لإنقاذ وعلاج الحالات الحرجة من الحوادث والحروق بالمجان، والتي انتهت المؤسسة في بنائها بالفعل بالتجمع الأول بالقاهرة الجديدة وجرى حالياً أعمال التشطيب.

كما بلغت قيمة مساهمات البنك لدعم قطاع التعليم ٩٠٠ مليون جنيه؛ تم تقديمها للعديد من المؤسسات التعليمية من بينها إنشاء معمل النانو تكنولوجي في مدينة زويل للعلوم والتكنولوجيا، وتطوير عدد ١٩ مدرسة حكومية في مراحل التعليم المختلفة، بحيث تشمل عملية التطوير صيانة المباني المدارس إنشائياً وتزويدها باحتياجاتها من الأثاث، والوسائل التعليمية، والترفيهية الحديثة. بالإضافة إلى عمل برامج تنمية بشرية لكل من المعلمين والطلاب والإداريين، والمساهمة في إنشاء فرع لجامعة الأزهر بالمنيا، والمساهمة بمنح دراسية خارجية للمتفوقين من طلبة الدراسات

العليا بجامعة القاهرة، والمساهمة في سداد رسوم الطلبة المتفوقين الغير قادرين على سداد الرسوم الدراسية بجامعة القاهرة، والمساهمة في تقديم منح للمتفوقين للدراسات العليا من خلال وزارة التعليم العالي والبحث العلمي على مستوى محافظات الجمهورية، والمساهمة مع وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري بتقديم منح سنوية وتمويل برنامج ماجستير لإدارة الأعمال.

٤- بنك مصر: يعد بنك مصر رائداً في مجال المسؤولية المجتمعية باعتبارها إحدى أهم المحاور الرئيسية التي يؤمن بها. وكذلك باعتبارها أحد محاور تحقيق التنمية المستدامة، ويعتبر بنك مصر المسؤولية الاجتماعية للشركات جزءاً لا يتجزأ من نظام عمل البنك فهي بمثابة مفتاح النجاح لتحقيق الاستدامة والحفاظ عليها فمن خلال العمل المسئول يسعى البنك إلى خلق قيم اجتماعية وإنجازات اقتصادية. يضع بنك مصر منذ بداياته المسؤولية الاجتماعية ضمن مسئولياته الرئيسية لكونها أحد أهدافه الرئيسية. ويقوم البنك بالمشاركة بشكل مباشر أو غير مباشر، من خلال مؤسسته غير الهادفة للربح "مؤسسة بنك مصر لتنمية المجتمع" والمشهرة تحت رقم ٢٠٠٧/٧٠٤٥، في العديد من الأنشطة والمبادرات ذات الطابع الاجتماعي التتموي، والعمل على تحقيق الأفضل للمجتمع بشكل عام في عدة مجالات كالصحة والتعليم والتكافل الاجتماعي والتنمية المجتمعية (كمشروعات تنمية القرى المصرية الأكثر استحقاقاً) من خلال عدة محاور تنموية أهمها المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر للمساهمة في خلق فرص عمل للشباب والمرأة المعيلة، وذلك بالتعاون مع منظمات المجتمع المدني، وتطوير العشوائيات، وكل ما له علاقة بتنمية الإنسان.

وهذا بخلاف دعم مؤسسة مجدي يعقوب لأمراض القلب، وخدمة القوافل الطبية في العديد من القرى كما قام بنك مصر بالمشاركة في دعم مبادرة الرئيس عبد الفتاح السيسي لمكافحة مسببات العمى بمبلغ ٨٠ مليون جنيه، وذلك من خلال دعمه لمشروع "تور حياة" الذي يقوم بتنفيذه صندوق تحيا مصر، وذلك انطلاقاً من حرص بنك مصر على حق كل مواطن في الحصول على الرعاية الصحية المناسبة. كما قام بنك مصر

في مجال التعليم بتمويل إنشاء مبنى مدينة زويل "بنك مصر للخدمات الطلابية" وهو المكان المسئول عن تفعيل كل الدراسات الإستراتيجية، ويمثل المبنى طفرة حقيقية فيما يتعلق بالإرشاد المهني والتدريب من خلال إرشاد الطلبة لسوق العمل والعمل على دعمهم بتلك المتطلبات ومساعدتهم في اختيار مواد الدراسة حسب ميولهم ورغباتهم.

٥- شركة كوكا كولا: منذ عام ١٩٤٢ تواجدت شركة كوكا كولا في الأسواق المصرية وتمتلك الشركة ٨ مصانع وبها أكثر من ١٠٠ ألف وظيفة في السوق المصرية، بالإضافة إلى استثماراتها في منتجاتها. ولدى شركة كوكا كولا استراتيجية واضحة لدعم المجتمعات التي تعمل فيها من خلال الاستثمار في مشاريع مستدامة تهدف إلى مساعدة المجتمع المصري. وهذه الاستراتيجية تتبنى فلسفة "المثلث الذهبي" للعمل مع الحكومة والمجتمع المدني والقطاع الخاص، حيث تخصص ١% من دخلها السنوي للمشروعات المجتمعية ويتم توزيعها كالتالي: ٢٥% المجال البيئي، ٢٨% الخدمات الاجتماعية، ١٧% التعليم، ١٩% الصحة، ٣% الكوارث، ٨% تبرعات عينية. (فريد، ٢٠٢٠، ص ٦٨-٦٩).

وقد نجحت كوكا كولا في القيام بمشروعات تنمية مستدامة تحت مظلة المسؤولية المجتمعية تتضمن توفير مياه شرب صحية وتوفير مساعدات للأسر الأكثر احتياجا في ٦٧ من قرى مصر وذلك من إجمالي ١٠٠ قرية مستهدفة. من خلال تدشين استراتيجية شاملة للتنمية المجتمعية وإطلاق مشروع "١٠٠ قرية" في عام ٢٠١١، وترتكز أركان التنمية في القرى على توصيل المياه النظيفة بالمنازل التي تفتقر إلى المياه، وتطوير وتجديد المدارس، والمراكز الطبية وتوفير المعدات الطبية التي تحتاجها، بجانب إقامة مشروعات صغيرة للنساء في المناطق الريفية (الهيئة العامة للمناطق الحرة، مرجع سابق).

كما عملت الشركة في تطوير ٤٠ قرية، ووصلت المياه إلى ٥٦ ألف شخص في إطار مبادرة "Replenish" العالمية، وتمكين نحو ٢٥ ألف امرأة اقتصاديا في إطار برنامجها العالمي "by20٥"، وهو يتيح للنساء إمكانية الوصول إلى الدورات التدريبية في مجال المهارات التجارية والخدمات المالية، كما جددت ٤٦ مدرسة و ٣٢

مركزا طبيا. فضلا عن حملاتها الإعلانية القائمة على التنمية المجتمعية، حيث تعتمد فكرة الإعلانات على الترابط المجتمعي، ومساعدة الغير، والانتماء.

٤/٣ المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية في ظل جائحة كورونا (تجربة مجموعة العربي)

إن التحولات الاقتصادية والاجتماعية و الثقافية والسياسية التي تزامنت مع عصر ثورات المعلومات والاتصالات -أيضا في ظل الأزمات الكبرى المتتالية والتي من بينها بالطبع أزمة فيروس كورونا- أدت إلى بروز أهمية خدمة المجتمع و تنمية الشعور بالمسؤولية المجتمعية، مما أدى إلى تطور نوعي في معنى المسؤولية الاجتماعية وهذا التطور كان ناشئا عن أزمة كورونا أي أنه هناك تطور في المفهوم نظيرا وتطبيقا، حيث أصبحت المسؤولية الاجتماعية للأفراد و المؤسسات مطلوبة في كل الظروف و خاصة في الظروف الصعبة، بمشاركة الفرد أو المؤسسة في خدمة المجتمع كل حسب إمكانياته و قدراته ومواهبه، وهذا سينعكس بالإيجاب على المجتمع ككل، فاعتبارات المسؤولية الاجتماعية، وفي ظل تنوعها وتطورها، كفيلة بتغيير وجه الحياة في المجتمع بالكامل.

وفي ظل الظروف العصيبة أصبحت مؤسسات المجتمع تقوم بالمشاركة العاجلة حسب الاحتياجات الملحة مثل تأمين المعدات الطبية والأدوية وأماكن تخصص كمستشفيات للحجر الصحي والعلاج، وتختلف مستويات المشاركة وحجمها وطبيعتها حسب إمكانيات كل مؤسسة، من أجل التأثير على هذا الفيروس القاتل والتخفيف من أضراره (توام وسعاد، ٢٠٢٠: ١٣).

ومنذ عام ١٩٦٤، ارتبط اسم مجموعة العربي بكبرى الشركات العالمية وامتلكت علاقات تجارية مع هذه الشركات في مجال تسويق وتصنيع الأجهزة الإلكترونية والكهربائية. ويعتبر عام ١٩٧٤ نقطة الانطلاق في علاقتها التاريخية مع شركة توشيبا اليابانية، وهي الشركة التي يرجع لها الفضل في تقديم الدعم الفني والتكنولوجي لشركة العربي عند دخولها معترك التصنيع لأول مرة. وفي عام ٢٠٠٢، ارتبطت مجموعة العربي بعملاق ياباني آخر وهو شركة شارب اليابانية ثم توالى

الشركات العالمية لتصبح مجموعة العربي شريكاً لكبرى الشركات في العالم مثل (هيتاشي اليابانية - لاجيرمانيا الإيطالية - NEC اليابانية - شركة سيكو وشركة ألبا اليابانيتين - هوفر الإيطالية - العملاق الياباني SONY - كاندي الإيطالية).

وتعتبر مجموعة العربي، واحدة من أهم الشركات الصناعية والتجارية في مصر والشرق الأوسط. وتضم هذه المجموعة ثمان شركات تعمل في العمليات التجارية والصناعية والخدمية، بالإضافة إلى مجمعين صناعيين يديران ستة عشر مصنعاً تعمل جميعها باستخدام أحدث خطوط الإنتاج في العالم. وتمتلك المجموعة أيضاً استثمارات في مجموعة من المشروعات التي تصنع وتسوق المنتجات في المنطقة العربية وأفريقيا. وعلى مدار خمسين عاماً، لم تقم مجموعة العربي بدمج أنظمة التكنولوجيا فحسب، بل قامت أيضاً بدمج عوامل النجاح المختلفة ومعايير التقدم التي مكنتها من التميز عن منافسيها وإنشاء سمعة سوقية قوية كشريك موثوق به جيداً في مجال التكنولوجيا والحلول المؤسسية. ولقد كان خلق هذا التكامل الفريد الجذور المثالية لتوسيع أعمال هذه المجموعة والعمل على استدامتها، ما جعلها من بين أهم اللاعبين الرئيسيين في الصناعة المصرية بشكل عام.

وتمتلك مجموعة العربي ١٨ مشروعاً لوجيستياً يتم تنفيذها على مستوى المحافظات، وقد بدأ العمل في ٣ مشروعات منها، لافتاً إلى أن بعض الأماكن تتميز بوجود صناعات بها، كما تضم مراكز تدريب لرفع قدرات ومهارات الأيدي العاملة، إلى جانب خدمات ما بعد البيع، وكذا معارض لتسويق المنتجات. ومما هو جدير بالذكر، مجموعة العربي يعمل بها قرابة ٣٦ ألف عامل في جميع مصانعها التابعة، وبحسب معدل الإعالة هو الآخر يتضح أن مجموعة العربي تساهم في معيشة قرابة ١٥٠ ألف مواطن بشكل مباشر وبشكل غير مباشر.

وبفضل التفوق التكنولوجي لمنتجات مجموعة العربي والالتزام الصارم بمعايير الجودة العالمية تجد منتجات العربي طريقها الى الأسواق الخارجية في أكثر من ٢٢ دولة من خلال اتفاقيتي التجارة العربية واتفاقية الكوميسا وهما اتفاقيتان هامتان تمنحان مزايا وتسهيلات تجارية للشركات المصرية للتصدير الى الأسواق العربية والأفريقية

وخلال عام ٢٠١٠م بلغت قيمة مبيعات التصدير حوالي ٢٨ مليون دولار أمريكي وبهدف تنمية صادراتها واستمرار تدفق منتجاتها الى الأسواق الخارجية اعتمدت المجموعة عددا من الشركات التي تمتلك الخبرة في مجال تسويق الأجهزة المنزلية للعمل كموزعين معتمدين لها خارج مصر .

وهذا طبعا بخلاف شبكة الموزعين الكبيرة داخل مصر علاوة علي أن المجموعة تتيح لعملائها التواصل مع إدارة المبيعات بها عبر شبكة الإنترنت عن طريق موقعها الإلكتروني حيث يمكن للعملاء الاطلاع علي كافة منتجاتها ونوعياتها وطرزاتها وأسعارها ثم الشراء أون لاين بعد اختيار المنتج المطلوب حيث يتم سداد قيمة المنتج باستخدام كروت الائتمان وتحديد المحافظة والمدينة والعنوان المطلوب توصيل المنتج إليه حيث تقوم الشركة بتوصيله حتي محل إقامة العميل وهناك خطة لزيادة شبكة الموزعين المعتمدين بالخارج والتوسع في عمليات التوزيع في معظم الدول العربية والأفريقية مثل العراق وسوريا ولبنان والأردن وقطر وعمان واليمن والسعودية والسودان والمغرب والجزائر وليبيا وموريتانيا وغينيا وكينيا وأوغندا وأثيوبيا وجيبوتي وأرمينيا وأذربيجان وجورجيا وعلي مدى أكثر من ٤٠ عاما استطاعت مجموعة العربي تكوين علاقات تجارية مثمرة تتسم بالاستقرار والاستمرارية مع مجموعة من أكبر الشركات العالمية ونجحت في استثمار تلك الثقة المتبادلة في تطوير وتحديث أعمالها والتوسع في التعاون الفني والصناعي وتقديم منتجات جديدة وحديثة ومتطورة بما يتطلبه ذلك من عمليات نقل لأحدث تكنولوجيا التصنيع في العالم (بدرابي، ٢٠١٨).

وقد كانت المسؤولية الاجتماعية هدفا أساسيا من أهداف مجموعة العربي تحت قيادة صاحبها السيد/ محمود العربي، من خلال دعم أنشطة تهدف للارتقاء بالمجتمع وتنميته. ولقد دأبت مجموعة العربي على تشجيع المبادرات في النشاطات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية، خاصة في ظل أزمة كورونا، حيث تم توفير سبل الرعاية للعاملين في ظل أزمة كورونا وكذا الاهتمام بتطبيق كل الإجراءات الاحترازية والوقائية في المنشآت الصناعية بالمجموعة لاستكمال العمل مع الحفاظ على صحة العاملين. كما تتولى مجموعة العربي إنشاء مستشفى للطوارئ على إحدى قطع الأراضي التي

تمتلكها، لتخدم العاملين في مصانع المجموعة في مدينة بنها بمحافظة القليوبية بالإضافة إلى توفير الرعاية الصحية لأهاليهم وكذا السكان بالمنطقة، خاصة في ظل تكرار وقوع بعض الحوادث في هذه المنطقة، كما يتم تنفيذ سلم للمرور من الجانبين لحماية العاملين وأهالي المنطقة.

وكانت مجموعة العربي قد عمدت إلى مجموعة من الإجراءات لمواجهة أزمة كورونا وتداعياتها، أهمها ما يلي (حسني، ٢٠٢٠: ٢٣):

□ منح إجازة مدفوعة الأجر لمدة أسبوعين لعمال المصانع وذلك للحد من انتشار فيروس كورونا المستجد، حيث بدأت مجموعة العربي بنفسها في تطبيق تلك الإجازة في جميع مصانع مجموعة العربي في القليوبية والمنوفية وبني سويف وأسيوط وستكون مدفوعة الأجر لجميع العاملين.

□ قامت مجموعة العربي بحملة ضخمة لتطهير وتعقيم جميع فروعها ومعارضها على مستوى الجمهورية بأحدث وسائل التطهير والتعقيم للحد من احتمالية حدوث إصابة بفيروس كورونا المستجد بين العاملين

□ تم العمل على عزل جميع العاملين على خطوط الانتاج من خلال فواصل للحد من التقارب بين بعضهم البعض، بالإضافة إلى توفير أدوات الوقاية اللازمة لهم مثل القفازات البلاستيكية والأقنعة الطبية.

□ ألزمت المجموعة جميع الفنيين في قطاع خدمة العملاء بعمليات التطهير والتعقيم الذاتي قبل وبعد كل عملية صيانة وتوفر لهم كل المواد والأدوات اللازمة لعمليات الوقاية والتطهير، وحثهم على عدم لمس الوجه بأي شكل من الأشكال.

□ عكفت على إمداد مستشفيات الحميات والحجر الصحي بأجهزة منقية للهواء من خلال مؤسسة العربي لتنمية المجتمع وذلك للمساهمة في استكمال شفاء الحالات المصابة بالفيروس

□ قدمت مساعدات غذائية ومادية لأكثر من ٣٠ ألف أسرة في انحاء الجمهورية.

□ رفض رحيل أو فصل أي عامل أثناء أزمة كورونا وهو ما أرسى قواعد الاستقرار الوظيفي وأزال الخوف والقلق على مستقبل العمل بالشركة.

□ التعامل مع أزمة كورونا على أنها منحة وليست محنة، في ظل فلسفة عميقة مبنية على التعامل مع العاملين على أنهم وحدة واحدة وأسرة واحدة.

□ النظر إلى النظافة الصحية ونظافة مكان العمل من منظور ديني ومن منظور بيئي وعملي، حيث جعل هنالك لجنة للأطباء مسؤولة عن التعامل مع مستجدات أزمة كورونا، وهو الأمر الذي يعني في الأدبيات الإدارية الاستعانة بأهل الاختصاص. وفي ضوء هذا، فإن الحاج محمود العربي، هو بمثابة أستاذ في تحويل الأزمات إلى فرص، حيث لا يضيع وقته في التفكير في المشكلة من زاوية محبطة مخيبة للآمال، بل تجد تفكيره إيجابيا، يبحث دوما عن الحلول، ويبحث عن بقع الضوء في الصورة المظلمة. وتضرب مجموعة العربي أمثلة لمنهجه في زيادة عدد العاملين بالمجموعة كلما ضاقت الأحوال الاقتصادية في البلد بسبب أو لآخر، أو في ظل تقلص الأعمال والتراجع الاقتصادي على مستوى الدولة. حكى لنا كيف كان يزيد من عدد العاملين في «العربي» في تلك الأوقات الصعبة، وإذا بالله تعالى في كل مرة يخرج به - وشركته - من تلك الأزمات، ببركة مساعدة الآخرين. إن نظرية الحاج محمود العربي في هذا الأمر بسيطة للغاية، فهو يفترض أن رزق العامل الجدد مكفول من الله في كل الأحوال، وطالما سيأتيهم رزقهم بدون شك. وبالفعل كانت الأزمات تتفرج كلما زاد من العاملين معه، وظلت هذه فكرة عبقرية، تجمع بين الإيمانيات والتجارة، التي سبق فيها نظرائه في مصر (مصطفى، ب ت: ٣٤٣).

وتأتي هذه الخطوات في سياق، فلسفة رائد ومنشأ مجموعة العربي السيد/ محمود العربي الذي يرى وفق فلسفته الإدارية والاقتصادية أن العمال هما شركاء في العمل وليسوا عاملين فقط لديه، ذاهبا إلى أبعد من ذلك مقرا أن فلسفة العمل تتمثل في القدرة على توليد فرص عمل للآخرين ومنح فرص وظيفية تجعل العامل شريكا أساسيا، وهو ما يضمن الولاء الوظيفي من جانب ويضمن زيادة الإنتاجية من جانب ثان. أضف إلى ذلك أن إشعار العامل بجو من المودة والعاطفة في مكان العمل، يعطي قيمة للعمل ذاته ويجعل العامل متمسكا بهذا العمل ويبذل فيه قصارى جهده. كما توجد نقاط أخرى، تتعلق بالمواعمة بين الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية للشركة، وهذا المبدأ ينطلق من إعطاء حقوق الآخرين دون ظلم أو جور، حيث إن الوازع الديني القوي هو الذي يجعل من هذه المجموعة تترسي مبادئ العدالة والإنصاف، وهي حقوق متعلقة بالعباد، وقبلها الحقوق المتعلقة بمبادئ الدين الإسلامي كالزكاة والصدقات.

الفصل الرابع
المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر
دراسة حالة تطبيقية

تمهيد

لقد تزايد مفهوم المسؤولية الاجتماعية في البنوك العاملة في مصر بشقيها العام والخاص، حيث تلعب البنوك دورا كبيرا في حياتنا مثلها مثل الشركات الكبرى الأخرى. وتؤثر على العديد من مجالات المجتمع. ونظرا لأن البنوك ليست مؤسسات مالية لحفظ الأموال فقط، لكنها مؤسسات تعنى بتحقيق الاستثمارات المالية، وقيامها بتمويل المشروعات التي تساهم في تعزيز الاقتصاد الوطني والتنمية.

ومع التطور السريع في الاقتصادات العالمية والإقليمية والمحلية، أصبحت الحاجة ملحة لأن يكون لدى البنوك الكبرى حوكمة جيدة للغاية فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية وتنفيذ ممارسات الأعمال التي لها تأثير إيجابي على المجتمع وخاصة على المجتمعات المحلية والبيئة. ويمكننا أن نوضح أن البنوك التي تمارس أنشطة مصرفية مسؤولة اجتماعيًا هي بنوك واعية اجتماعيا.

وعليه، فقد ظهر مصطلح الخدمات المصرفية المسؤولة اجتماعيا كتعبير محدد للحديث عن المسؤولية الاجتماعية من حيث صلتها بالمؤسسات المالية. وفي ذات الوقت، يحاول البنك المسؤول اجتماعيًا، أو أي مؤسسة مالية أخرى، إدارة أنشطته المصرفية عبر تعزيز مبادئ النزاهة والمساءلة أمام أصحاب المصلحة، خاصة عندما يتعلق الأمر بقضايا مثل الاستدامة والأداء البيئي والاعتبارات الأخلاقية الأخرى.

وفي ضوء ذلك يتناول هذا الفصل بالرصد والتحليل والتقييم الوضع الحالي لدور البنوك في المسؤولية المجتمعية مع التطبيق على (البنك الأهلي المصري- بنك القاهرة- بنك مصر البنك التجاري الدولي CIB -بنك قناة السويس- بنك الإسكندرية) كي تساعد النتائج والمؤشرات في صياغة توصيات لدور البنوك في تنمية المجتمع المحلي. ولإنجاز هذا التحليل والتقييم فقد تم اتباع الإجراءات التالية:

أولاً: تصميم وتطبيق استمارة تساؤلات كاستبيان تضمنت ٥ محاور أساسية هي:

- (١) مدى استيعاب مفهوم المسؤولية الاجتماعية للبنك.
- (٢) دور حوكمة المصارف والبنوك في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للبنك.
- (٣) المسؤولية الاجتماعية للبنك تجاه المجتمع والبيئة.

٤) المسؤولية الاجتماعية للبنك تجاه العاملين.

٥) المسؤولية الاجتماعية للبنك تجاه العملاء.

وبالتطبيق على عدد من البنوك (عينة الدراسة) وهم: (البنك الأهلي المصري بنك القاهرة- بنك مصر - - البنك التجاري الدولي CIB - بنك قناة السويس- بنك الإسكندرية) في محافظة القاهرة كدراسة حالة عن دور البنوك في المسؤولية المجتمعية فيما يتعلق بقياس أنشطة المسؤولية الاجتماعية وتنمية المجتمع المحلي. **ثانيًا:** الاستعانة بمنهج تحليل المضمون في تحليل محتوى أنشطة المسؤولية الاجتماعية التي تقوم بها البنوك عينة الدراسة، بهدف التعرف على مدى التزام البنوك بالمسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع والمواطنين وتحقيق الاستدامة والاستمرارية للخدمات التنموية التي تقدمها.

١/٤ دور البنوك في تحقيق المسؤولية المجتمعية:

يمكن للبنوك المسؤولة اجتماعياً إثبات المسؤولية الاجتماعية البيئية من خلال كونها صديقة للبيئة قدر الإمكان في جميع جوانب أعمالها. وهذه واحدة من أكبر الطرق التي تطبق ممارسات المسؤولية الاجتماعية اليوم. وذلك من خلال تقليل النفايات في عملياتها اليومية. وهذا يعني القيام بأشياء مثل تقليل كمية الورق المهتر (أي تقديم كشوف وفواتير غير ورقية)، وعدم استخدام مواد بلاستيكية تستخدم لمرة واحدة أو غيرها من السلع المهتردة في مكاتبهم، وتشغيل مرافق موفرة للطاقة. وفي ذات السياق، تسعى البنوك المسؤولة اجتماعياً لمواجهة الآثار السلبية على البيئة التي تسببها الشركات الكبرى الأخرى من خلال استثمار الأموال المودعة في المشاريع الخضراء، مثل الطاقة المتجددة، وأبحاث الاستدامة. ويشمل ذلك أيضاً عدم إقراض الشركات التي تشارك في ممارسات تجارية ضارة بالبيئة.

وتعني المسؤولية الاجتماعية الأخلاقية للبنوك بدمج ممارسات العمل الأخلاقية والمعاملة المتساوية لجميع أصحاب المصلحة، من القيادة والموظفين إلى العملاء والمستثمرين. وعلى سبيل المثال حصول جميع العاملين على أجر يساعد في تكوين معيشة لائقة، بدلا من الاكتفاء بالحد الأدنى للأجور. ويمكن للبنوك أن تمارس المسؤولية الاجتماعية الخيرية من خلال التبرع لأسباب خيرية أو للمنظمات غير

الربحية، كمسؤولية أساسية تشارك بها البنوك المجتمع بغية تحسينه وجعل ظروفه أفضل. ومن هنا، يتوجب على البنك اتخاذ كافة الإجراءات التي تؤكد أن جميع القرارات المالية للبنك تدعم التزامه التأثير بشكل إيجابي على المجتمع. ويمكن رصد أداء البنك في المسؤولية الاجتماعية عبر عدة أبعاد رئيسية - التي عادة ما يظهرها تقارير المسؤولية الاجتماعية أو تقارير الاستدامة - في مقدمتها البعد البيئي على سبيل المثال، يجب على البنك الملتزم بتقليل بصمته الكربونية وله تأثير بيئي إيجابي أن يقيس أشياء مثل مقدار تقليل البنك لإهدار الطاقة وأنواع النفايات الأخرى في مقراته وفروعه. وثانياً، البعد الاجتماعي، عبر قياس حجم الأموال المنفقة في التبرعات أو الجوانب الخيرية لأسباب مثل إسكان ذوي الدخل المنخفض، أو عدد ساعات المشورة المالية المجانية التي يتبرع بها لزيادة المعرفة المالية في المجتمع المحلي.

وإجمالاً، يتم جمع هذه الأنواع من مؤشرات الأداء الرئيسية في تقارير المسؤولية الاجتماعية للبنوك السنوية أو نصف السنوية أو ربع السنوية التي يتم توزيعها على جميع عملاء البنك وأصحاب المصلحة الآخرين. وتوجد طريقة واحدة لجعل هذه العملية الكاملة للقياس والإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية ممكنة وهي تشكيل لجنة المسؤولية الاجتماعية التي تركز وقتها لتحسين جهود المسؤولية الاجتماعية وتجميع معلومات وإتاحتها لمختلف أصحاب المصلحة.

ويوضح هذا الجزء من الفصل مدى مساهمة البنوك بشكل عام في تنمية المجتمع المحلي بكونها مؤسسات مصرفية ذات مسؤولية اجتماعية، وبشكل خاص بالتطبيق على عينة مكونة من ٦ بنوك، عبر النظر في بندي التمويل ومجالات الإنفاق، وذلك على النحو التالي:

١/١/٤ بنك القاهرة:

منذ سنوات يهتم بنك القاهرة بالمسؤولية الاجتماعية في مجالات عديدة وقد وجّه البنك دعمه للمسؤولية الاجتماعية مؤخراً في أوجه منها: صندوق تحيا مصر، إذ شارك البنك في مساندة الاقتصاد المصري والمشروعات القومية من خلال التبرع للصندوق.

وتُعد المسؤولية المجتمعية ضمن أولوياته كما يحرص دوماً على مراعاة البعد المجتمعي في كافة السياسات والإجراءات التي يتبناها، ويتخذ بنك القاهرة كافة الإجراءات التي تتوافق مع معايير الأمم المتحدة، باعتباره أحد البنوك الرائدة في تطبيق تلك الممارسات داخل القطاع المصرفي، ودمج نموذج الاستدامة كعنصر أساسي ضمن الإستراتيجية الخاصة بالبنك.

١- مجال أخلاقيات العمل: حيث تم عمل ميثاق شرف للعاملين يقوم على الشفافية والانصاف والتميز.

٢- مجال خدمة العملاء: كما قام البنك بافتتاح أول فرع رقمي عام ٢٠٢١، مع الاستمرار في التوسع الجغرافي من خلال افتتاح الفروع الجديدة وتطوير الفروع القائمة حيث تبلغ شبكة فروع البنك ٢٤١ فرعاً ووحدة مصرفية بمختلف محافظات الجمهورية، للوصول للعملاء أينما كانوا، وتقديم الخدمات المصرفية لهم بأعلى مستوى من الكفاءة والجودة بما يواكب أحدث المعايير المطبقة عالمياً، كما بلغ عدد ماكينات الصراف الآلي للبنك بنهاية عام ٢٠٢٠ نحو ١٠٥٠ ماكينة، ومن المستهدف إضافة ٧٠٠ ماكينة صارف آلي جديدة بنهاية ٢٠٢١.

٣- مناهضة أوضاع التمييز/ تحقيق العدالة والمساواة بين العاملين: حيث يقوم البنك على توفير فرص متساوية للجميع تقوم على مبادي الشفافية والانصاف والعدالة.

٤- مجال الرعاية الصحية: شارك البنك في مساندة القطاع الطبي من خلال تطوير وتجهيز عدد كبير من المستشفيات الجامعية والحكومية وامدادها بالأجهزة الطبية في شتى محافظات الجمهورية ومنها مستشفيات القصر العيني وبها الجامعي وغيرها. كما قام البنك بالتبرع للعديد من المؤسسات وأبرزها مستشفى أهل مصر لعلاج الحروق بالمجان، ومؤسسة الدكتور مجدي يعقوب للقلب، ومستشفى سرطان الأطفال ٥٧٣٥٧، ومستشفى الناس، ومستشفى أيادي المستقبل، ومستشفى بنها الجامعي، والمستشفى العائم التابع للاتحاد النوعي للأندية الروتارية، ومستشفى بهية.

٥- المجال الثقافي ورعاية المواهب: في مجال التعليم، حرص البنك على المشاركة في رعاية الطلاب المتفوقين بالتعاون مع وزارة التربية والتعليم، كما ساهم في سداد المصروفات الدراسية عن مجموعة من طلاب الجامعات غير القادرين بكلية

الحقوق جامعة الإسكندرية، كما شارك البنك في الاحتفال باليوبيل الذهبي لكلية الاقتصاد والعلوم السياسية عن طريق التبرع من خلال صندوق التكافل الاجتماعي للطلبة غير القادرين.

٦- جانب تحسين البيئة: يعمل بنك القاهرة بصور كبيرة ويهتم بمحور الاهتمام بالبيئة ويعد مكوناً أساسياً لاستراتيجية البنك في مجال العمل المجتمعي، ما دفع البنك لإطلاق مبادرة BGreen التي تستهدف دعم الاقتصاد الأخضر وتحقيق الاستدامة البيئية ونشر الوعي البيئي بين مختلف الشرائح.

٧- التعاون في المسؤولية الاجتماعية: يعمل بنك القاهرة على التعاون في مسألة تطبيق سياسات المسؤولية الاجتماعية، وهو يتعاون مع البنوك الأخرى ومع أجهزة الدولة في ذلك، كذلك تمتد مبادراته للقطاع الخاص.

٨- تنفيذ رغبات واهتمامات المساهمين: يعمل بنك القاهرة على الحفاظ على حقوق المساهمين، وأصول البنك، موضحاً أنه لا توجد مخاوف من دخول مساهمين من القطاع الخاص والعائلات في امتلاك أسهم، لأن القوانين تحدد نسبة معينة لامتلاك الأفراد والعائلات حصصاً من الأسهم في البنوك الوطنية.

٢/١/٤ بنك مصر:

تعتبر مواطنة الشركات أو المسؤولية الاجتماعية للشركات في بنك مصر جزءاً لا يتجزأ من نظام عمل البنك فهي بمثابة مفتاح النجاح لتحقيق الاستدامة والحفاظ عليها فمن خلال العمل المسئول يسعى البنك إلى خلق قيم اجتماعية وإنجازات اقتصادية.

ويضع بنك مصر منذ بداياته المسؤولية الاجتماعية في بؤرة اهتمامه لكونها أحد أهدافه الرئيسية، فلقد تأسست «مؤسسة بنك مصر للتنمية المجتمع» حديثاً كجهة قانونية مستقلة تديرها مجموعة من أعضاء مجلس الإدارة لإجراء تنمية اجتماعية جذرية. وهي مؤسسة مستقلة غير هادفة للربح، وتقوم بالمساهمة في التنمية الشاملة لمختلف قطاعات المجتمع بما في ذلك التعليم والثقافة والعمل، والصحة العامة والبيئة، ومساندة القرى الأكثر احتياجاً ومشروعات المرأة المعيلة.

وانطلاقاً من المسؤولية المجتمعية لبنك مصر نحو خدمة المجتمع وتفعيلاً للدور الاجتماعي الذي يقوم به منذ إنشائه، أنشأ البنك مؤسسة بنك مصر للتنمية. هذا

وقد وصل ما تم إنفاقه من بنك مصر خلال العام المالي ٢٠١٩/٢٠١٨ نحو ٧٥٠ مليون جنيه. ويعد بنك مصر من أكبر البنوك التي لها باع في مجال المسؤولية المجتمعية ومن أكثر المؤسسات إدراكاً للمسؤوليات البيئية والاجتماعية وقواعد الحوكمة التي تقع على عاتق المؤسسة وتتكامل مع معايير أدائها واستدامة أعمالها على المدى الطويل، وهو أول بنك مصري مملوك للدولة يحصل على موافقة منظمة المعايير الدولية لتقارير الاستدامة (GRI) ويقوم بتقرير الأعمال بالتوافق مع مبادئ الاستدامة من خلال مراعاة الحوكمة وحقوق الانسان، ومكافحة الفساد، والمشاركة المجتمعية، مع مراعاة معايير السلامة البيئية، ويتوافق البنك مع معايير الأمم المتحدة UN Global Compact للمواطنة (المسؤولية المجتمعية للمؤسسات). كما وصلت مساهماته في مجال المسؤولية المجتمعية خلال العام المالي ٢٠١٩/٢٠٢٠ لنحو ١.٣ مليار جنيه، وقد بلغ إجمالي المساهمات خلال الخمس سنوات الأخيرة أكثر من ٣.١ مليار جنيه.

وقد حاز بنك مصر مؤخراً على عدة جوائز عالمية في مجال المسؤولية المجتمعية منها؛ جائزة "أفضل بنك في مجال المسؤولية المجتمعية - مصر لعام ٢٠١٨ وأفضل بنك في مجال الاستدامة البيئية - مصر لعام ٢٠١٩" من مجلة "جلوبال بيزنس أوت لوك" البريطانية، وجائزة "أفضل بنك في مجال المسؤولية المجتمعية - مصر" من مجلة "إنترناشيونال بيزنس" لعامي ٢٠١٨ و ٢٠١٩، كما حصل البنك على جائزة "أفضل بنك في مجال المسؤولية المجتمعية - مصر ٢٠١٩" من مجلة "إنترناشيونال فاينانس"، كما حصل البنك على جائزة "أفضل بنك في المسؤولية المجتمعية - مصر عام ٢٠١٩" من مجلة "جلوبال براندز" البريطانية.

بالإضافة إلى توفير التدريب بكبرى الشركات داخل مصر وخارجها قام البنك بدعم جامعة النيل لتمكين رواد الأعمال للابتكار وتطوير المنتجات من خلال انشاء وحدة للتصميم، وكذلك منح طلابية في جميع التخصصات لطلاب الجامعة. وقد حاز بنك مصر مؤخراً على عدة جوائز عالمية في مجال المسؤولية المجتمعية منها، جائزة "أفضل بنك في المسؤولية المجتمعية - مصر ٢٠١٨" من مجلة جلوبال بيزنس أوت لوك البريطانية، وجائزة "أفضل بنك في المسؤولية المجتمعية - مصر" من مجلة إنترناشيونال بيزنس لعامي ٢٠١٨، ٢٠١٩.

١- مجال أخلاقيات العمل: يسعى بنك مصر إلى تعزيز سياسة السلامة والصحة المهنية والالتزام البيئي والأمني لتكون جزءاً لا يتجزأ من جميع أنشطته ويعزز بنك مصر ومجلس إدارته السعي لتوفير بيئة عمل خالية من الحوادث والأضرار من خلال التأكد من أن كل نشاط يخضع لمبادئ وإجراءات صارمة لإدارة المخاطر المتعلقة بالسلامة والصحة المهنية والبيئة والأمن ويتم تنفيذها بأقصى قدر من الرعاية والالتزام.

٢- مجال خدمة العملاء: تتمثل المهمة الرئيسية في توفير الخدمة المصرفية لكل مصري على أرض الوطن، حيث إن دور البنك لا ينحصر فقط في تحقيق الربح بل يمتد بصفة أساسية للعمل كأداة مالية وطنية، يتم الاعتماد عليها في تنفيذ ودعم التنمية الوطنية والاستراتيجية في مختلف المجالات الاجتماعية والاقتصادية. وعليه، فإن بنك مصر يمتلك أكبر شبكة فروع في مصر والشرق الأوسط تبلغ أكثر من ٥٨٠ فرعاً منتشرة في جميع أنحاء الجمهورية، وتقدم الخدمة لشرائح المجتمع المختلفة بغرض تحقيق الشمول المالي، الذي يعد بُعداً مهماً في استراتيجية التنمية المستدامة لما له من أثر في تحسين فرص النمو والاستقرار المالي والاجتماعي.

٣- مناهضة أوضاع التمييز/ تحقيق العدالة والمساواة بين العاملين: يعد بنك مصر ملتزماً بأعلى معايير السلوك الأخلاقي والمهني، ويتضمن ميثاق أخلاقيات وسلوكيات العمل داخل البنك تعزيز أوضاع المساواة ومنع أي نوع من أنواع التمييز بين العاملين.

٤- مجال الرعاية الصحية: حيث يتم ذلك عبر المساهمة في مشاريع تقوم المؤسسة بتنفيذها بنفسها أو من خلال شركاء متخصصين من الجمعيات الأهلية ومؤسسات المجتمع المدني المعنية بالتنمية، وتوجه خاصة للشباب والمرأة في مجالات التعليم، خلق فرص العمل، إضافة إلى المشروعات في قطاع الصحة.

٥- المجال الثقافي ورعاية المواهب: أنشأ بنك مصر مدارس المتفوقين في العلوم والتكنولوجيا منذ عام ٢٠١١، لتهتم برعاية الموهوبين والمتفوقين بالمرحلة الثانوية، حيث تدرس مناهج متطورة في العلوم والرياضيات والتكنولوجيا معتمدة من وزارة التربية والتعليم. وتهتم باستخدام تكنولوجيا المعلومات لتطوير العملية التعليمية. كما قام البنك عام ٢٠١٨ بإطلاق أول صندوق استثمار خيري "صندوق الرياضة

المصري" والمرخص من قبل الهيئة العامة للرقابة المالية لجمع الأموال واستثمارها، ومن ثم إنفاق العائد على دعم نهضة الرياضة المصرية.

٦- جانب تحسين البيئة: تشمل السياسة البيئية مبادئ توجيهية بشأن ممارسات الإدارة البيئية الفعالة في جميع أنشطة البنك ومنتجاته وخدماته. وتسعى هذه السياسة إلى الأخذ بنهج منظم لإدارة القضايا البيئية ذات الصلة والمخاطر الكامنة فيها في معاملات البنك وعملياته التجارية. وفي ذات السياق، وقع بنك مصر والبنك الأهلي المصري بروتوكول تعاون مع محافظة المنوفية بهدف رفع كفاءة منظومة البيئة والإنارة والرصف، حيث يوجه البنك مبلغ ١٣٥ مليون جنيه، لتنفيذ عدد من المشروعات التي تساهم في رفع كفاءة منظومة البيئة والإنارة والرصف بدائرة المحافظة.

٧- التعاون في المسؤولية الاجتماعية: حيث يسهم في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، والحفاظ على بيئة صحية.

٨- تنفيذ رغبات واهتمامات المساهمين: يقوم بنك مصر بعمليات الحوكمة وهي مجموعة العلاقات بين إدارة البنك ومجلس إدارته وحملة الأسهم وأصحاب المصالح الأخرى، مع تحديد واضح للسلطات والمسؤوليات لكل منهم. وتتناول الحوكمة وضع الاستراتيجيات وتحديد الأهداف، وتحديد مستوى المخاطر المقبول للبنك في ظل مباشرة أعمال وأنشطة البنك اليومية. أضف إلى ذلك، إقامة التوازن بين الالتزام بالمسؤولية تجاه المساهمين، وحماية مصالح المودعين، وأخذ المسائل المتعلقة بأصحاب المصالح الأخرى في الاعتبار. ناهيك عن التأكد من أن نشاط البنك يتم بأسلوب آمن وسليم وفي إطار الالتزام بالقوانين والضوابط السارية، وفي ظل اتباع سياسات فعالة للإفصاح والشفافية.

٣/١/٤ البنك الأهلي المصري:

تتجاوز مساهمات البنك الأهلي المصري في مختلف مجالات المسؤولية المجتمعية ما قيمته ٨.٢ مليار جنيه خلال ٦ سنوات الأخيرة. ويتبع البنك نموذج الاستدامة الاستراتيجية عبر إطار خلق القيمة من خلال أربعة محاور رئيسية للاستدامة: النطاق الاقتصادي والبيئي والاجتماعي والحوكمي. كما يقوم بتسليط الضوء على المساهمة الاستراتيجية في التحولات الاقتصادية العالمية والتي تشمل الآتي:

التحول من الاقتصاد النقدي الى الرقمي، من الاستبعاد إلى الشمولية، من الصيرفة إلى الصيرفة الخضراء، من المسؤولية المجتمعية إلى التنمية الاجتماعية الاستراتيجية. ويستند البنك في تقديم خدماته إلى شبكة ضخمة من الفروع والمكاتب والوحدات المصرفية تبلغ ٥٥٣ فرعاً ووحدة مصرفية بالداخل (تخدم نحو ١٦.٥ مليون عميل) تغطي كافة أنحاء الجمهورية، إلى جانب تواجد خارجي فعال في معظم قارات العالم.

كما يقوم البنك بالمساهمة في تنفيذ عدد من المشروعات لتطوير العشوائيات، حيث تم التبرع بحوالي ١.٢٥ مليار جنيه لتطوير بعض المناطق العشوائية غير المخططة، وتبنى البنك مشروعاً متكاملاً لتطوير (١٧) قرية مصرية من القرى الأكثر احتياجاً في مختلف محافظات الجمهورية (مشروع قرى البنك الأهلي المصري)، الذي يستفيد منه حوالي ١٠٠ ألف مواطن؛ ويشمل رفع كفاءة المساكن والوحدات الصحية وتطوير المدارس المتواجدة بها إنشائياً وإمدادها بما تحتاجه من تجهيزات ومعدات ووسائل وبناء مدارس جديدة، وتغيير شبكات الصرف الصحي وتوصيل المياه للمنازل، بالإضافة إلى تنظيم قوافل طبية وعمل مسح طبي لمواطني هذه القرى؛ لاكتشاف المصابين بفيروس سي وإتمام علاج المصابين بفيروس سي والاطمئنان على تمام الشفاء. كما تم عمل قوافل طبية لذوي الاحتياجات الخاصة، حيث تم البدء في تطوير القرى المستهدفة في محافظات أسيوط، سوهاج، بني سويف القليوبية، والجيزة وجاري استكمال الزيارات الميدانية لمختلف المحافظات لتحديد القرى الأكثر احتياجاً التي سيتم تطويرها. وتم التبرع لتطوير المناطق العشوائية غير المخططة وبشائر الخير ١ بغيط العنب، وجارى تطوير بشائر الخير ٢، كما تبنى البنك مشروعاً متكاملاً لتطوير ١٧ قرية، بالتعاون مع مصر الخير، ورفع كفاءة المدارس وإمدادها بما تحتاجه، والمساهمة في علاج المصابين بفيروس C. (محمد، ٢٠١٩).

وقد دخل البنك الأهلي الشراكة بين البنك الأهلي المصري ومؤسسة أهل مصر للتنمية "مستشفى أهل مصر"، لإنقاذ وعلاج الحالات الحرجة من الحوادث والحروق بالمجان، والتي تعد أول مؤسسة تنمية غير هادفة للربح في مصر والشرق الأوسط

وأفريقيا، تهتم بقضايا الوقاية من الحروق وعلاجها، حيث تأسست عام ٢٠١٣، ما يعكس حرص البنك الأهلي على القيام بدراسة شاملة على أسس موضوعية لمختلف مجالات المسؤولية المجتمعية بكافة أنحاء الجمهورية، وخاصة المجالات الصحية التي تسعى لتقديم أفضل خدمة صحية ملائمة للفئات الأكثر احتياجاً وبأعلى كفاءة ممكنة، وهو ما يدعم أهداف الدولة في مجال التنمية المستدامة ويساهم في تحقيق رؤية مصر ٢٠٣٠. وتهدف مؤسسة أهل مصر إلى رفع مستوى الوعي ضد مخاطر الحوادث والحروق، التي تعد من أعلى نسب إصابات الحوادث في مصر، وذلك من خلال القيام بحملات تسويقية متخصصة تستهدف التوعية بأسباب تلك الحوادث، وكيفية تجنبها وأساليب الإسعافات الأولية وطرق العلاج السليمة، حيث تهدف مؤسسة أهل مصر للتنمية إلى إحداث ثورة في مفهوم العمل الخيري والتطوعي والرعاية الصحية في مصر.

كما أنه تم توجيه مساهمات البنك الأهلي؛ لدعم القطاع الصحي لتطوير وتجهيز عدد كبير من المستشفيات العامة والجامعية والمعاهد التعليمية والمراكز الطبية المتخصصة بما كانت تحتاجه من غرف للرعاية المركزة وغرف عمليات وأجهزة تشخيصية وعلاجية تم شراؤها واستلامها وتدريب المختصين عليها، تحت إشراف لجنة برامج دعم المجتمع بالبنك التي تداوم على متابعة تلك الأجهزة، للتأكد من استمرار تشغيلها وصيانتها. وبالإضافة إلى مساهمة البنك في حل مشكلة نقص أعداد الكوادر المتخصصة في التمريض بالمستشفيات العامة والحكومية، حيث تم بالتعاون مع مؤسسة مصر الخير تدريب وتشغيل عدد كبير من مساعدي التمريض، الأمر الذي ساهم في حل المشكلة في مستشفيات الأطفال أبو الريش الياباني، مستشفى أسوان الجامعي، ومستشفى بنها الجامعي.

١- مجال أخلاقيات العمل: يعمل البنك الأهلي على ترسيخ مبادئ أخلاقيات العمل لموظفيه سواء فيما بينهم أو في قيامهم بالتعامل مع العملاء.

٢- مجال خدمة العملاء: يلتزم البنك بتقدير قيمة عملائه عند الوفاء بالتزاماته الرقابية والقانونية وبما لا يخل بتلك الالتزامات. وفي إطار استمرار تطوير البنك لخدماته ومنتجاته المتنوعة، يسعى البنك لتقديم خدمة متميزة للعملاء، حيث قام البنك بزيادة

- عدد ماكينات الصراف الآلي ATM وتحسين أماكن تواجدها في كافة أنحاء الجمهورية ليصل عددها إلى ٤٩٥٠ ماكينة، بالإضافة إلى ٢١٤ ألف ماكينة.
- ٣- مناهضة أوضاع التمييز/ تحقيق العدالة والمساواة بين العاملين: يعمل البنك على لفظ كل أشكال التمييز سواء بين العاملين أو مع العملاء، ويسعى في ذات الوقت نحو إرساء مبادئ العدالة والمساواة بين العاملين سواء من الناحية المهنية أو من ناحية المعاملات عبر تطبيق صارم للمسؤوليات المهنية الأخلاقية.
- ٤- مجال الرعاية الصحية: يعتبر البنك الأهلي المصري من أكبر البنوك المساهمة في مجال المسؤولية المجتمعية، وقد تركزت سياسة البنك على دعم قطاعي الصحة والتعليم، وتطوير المناطق العشوائية، ومكافحة الفقر وفك كرب الغارمين، ورعاية ذوي الهمم.
- ٥- المجال الثقافي ورعاية المواهب: يساهم البنك في اكتشاف وإظهار أهم مواضيع ومستهدفات الاستدامة؛ بالإضافة إلى دعم الثقافة والمحافظة على التراث، حيث بلغ إجمالي تبرعات البنك خلال العام المالي ٢٠١٩/٢٠٢٠ نحو ٢.٦ مليار جنيه بزيادة نسبتها ٧٠% عن العام المالي السابق، لتصل إجمالي مساهمات البنك في هذا المجال إلى ٨ مليارات جنيه خلال ٥ سنوات.
- ٦- جانب تحسين البيئة: تركز سياسة البنك في دعم القطاعات المختلفة والتي تمس جميع المواطنين، ومنها تحسين البيئة، ويتحمل هذه المسؤولية التعاون مع الأطراف الفاعلة لإرساء قواعد العمل المشترك لتفعيل مفهوم المسؤولية الاجتماعية والبيئية للبنك من أجل حماية ثروات مصر الطبيعية وتنوعها البيولوجي. وقد رصد البنك الأهلي المصري ١٥٠ مليون دولار لمشروعات العمل المناخي خلال الفترة من ٢٠١٧ وحتى ٢٠١٩. ويتعاون البنك الأهلي المصري مع جهاز شئون البيئة المصري ويدير تمويل البرنامج المصري لمكافحة التلوث (EPAP)، ويركز البرنامج على مكافحة التلوث الصناعي وتعزيز مفهوم التكنولوجيا الأنظف من أجل التخفيف من انبعاثات الغازات الدفيئة (تقليل ٦٧٠.٠٠٠ طن من ثاني أكسيد الكربون في ١٨٠٠٠ منشأة صناعية) في صناعة الأسمنت والحديد والصناعات الكيماوية وبلغت أموال المنح ٧.١٧ مليون يورو.
- ٧- التعاون في المسؤولية الاجتماعية: حصل على ٥ جوائز مقدمة من مجلة The European كأفضل بنك في المسؤولية الاجتماعية بمصر، وأفضل مزود

للمعاملات المصرفية، وأفضل بنك في مجال إقراض الشركات، وأفضل بنك في التجزئة المصرفية، وأفضل بنك في مجال الخدمات المصرفية الرقمية في مصر لعام ٢٠٢٠. هذا وقد حصد البنك الأهلي المصري جائزتي أفضل بنك في مصر، وجائزة أفضل بنك في مجالات المسؤولية المجتمعية على مستوى قارة أفريقيا مقدمة من مؤسسة EMEA finance العالمية.

٨- تنفيذ رغبات واهتمامات المساهمين: إن البنك الأهلي يؤمن بأهمية أن يظل عملاؤه على ثقة تامة بقدراته على تقديم عملياته وخدماته المصرفية، ومن ثم الحفاظ على أموالهم وإدارتها باحترافية أثناء الطوارئ والأزمات.

٤/١/٤ البنك التجاري الدولي CIB :

يلتزم البنك التجاري الدولي بالوفاء بالمسؤوليتين البيئية والاجتماعية، وتعزيز النمو المستدام على المدى الطويل للبنك وكذلك المجتمع. ويؤمن بأهمية الالتزام بأفضل ممارسات ومعايير الاستدامة البيئية والاجتماعية والاقتصادية والحوكمة في جميع عملياته باعتبارها الأساس الداعم نحو تحقيق مستقبل أكثر استدامة. وفي عام ٢٠١٠ أسس البنك التجاري الدولي مؤسسة البنك التجاري الدولي وهي مؤسسة أهلية غير هادفة للربح، وتسمح هذه المؤسسة بالتركيز بشكل أكبر على مبادرات التنمية المستدامة ذات الآثار الإيجابية طويلة المدى، وهي متخصصة في تحسين مستوى خدمات الصحة والتغذية للأطفال الأقل حظا في مصر.

وتعمل المؤسسة جاهدة من خلال برامج شاملة للتنمية المستدامة على تعظيم إمكانية الحصول على الرعاية الصحية، والترويج للمبادرات المجتمعية الإيجابية الرامية إلى التغيير وتحقيق الأهداف الاستراتيجية. ومن هذه الأهداف المساهمة في مجالات الصحة والتغذية للأطفال من خلال مبادرات تتضمن على سبيل المثال وليس الحصر ما يلي: شراء المعدات الطبية للمستشفيات - تجديد وتحديث البنية التحتية للمستشفيات - توفير العلاج الطبي والجراحي لأطفال الفقراء - معاونة البرامج الغذائية بالمدارس - دعم الأطفال من ذوي الاحتياجات الخاصة - رفع وعي أفراد المجتمع بالأمور المتعلقة بالصحة والتغذية. كما وفر البنك " ماكينات صراف آلي ناطقة مضممة خصيصًا لخدمة العملاء من ضعاف البصر وأصحاب الهمم من المكفوفين،

لتمكينهم من إجراء معاملاتهم البنكية اليومية بسهولة واتخاذ القرارات المالية الشخصية بخصوصية وأمان.

١- مجال أخلاقيات العمل: قامت إدارة التوظيف بإطلاق مبادرة "طورني" لدعم القدرات والمهارات المهنية لطلاب الجامعات من أجل إعدادهم لسوق العمل. وخلال هذه المبادرة، تم التركيز على تدريب الطلبة على كيفية كتابة السيرة الذاتية والاستعداد لمقابلة العمل، بالإضافة إلى توفير النصائح والإرشادات اللازمة لاتخاذ الخطوات السليمة في مسيرتهم المهنية. كما يتمتع جميع "موظفي CIB" بفرص التعليم وتطوير الخبرات والمهارات خلال كل مرحلة من مسيرتهم المهنية والشخصية.

٢- مجال خدمة العملاء: يقدم البنك حلول إدارة ترويج الأعمال وخدمات الوكالة للمؤسسات والهيئات الحكومية لتسهيل عملية حصولها على تمويل للقطاعات والشرائح المستهدفة. كما يقدم مجموعة من المنتجات المصممة خصيصاً لدعم مبادرات الشمول المالي بما يتماشى مع سياسة البنك فيما يتعلق بالتمويل المستدام. وتتلخص الخصائص الرئيسية لهذه الإدارة فيما يلي:

- مسؤولي علاقات العملاء من ذوي الخبرة على الساحة الإقليمية، ومديري منتجات متخصصين.
- شبكة متنوعة تضم ما يقرب من ٢٠٠ بنك مراسل حول العالم، موزعة في أنحاء دول أوروبا والأميركتين وآسيا والخليج ومصر وأفريقيا.
- علاقات قوية مع المؤسسات المالية متعددة الأطراف.
- سجل حافل في تقديم خدمات الائتمان وتمويل التجارة وفقاً لاحتياجات العملاء. ويعد هو أول بنك في مصر يطبق معايير استمرارية الأعمال منذ عام ٢٠١٠، وقد حصل البنك على شهادة ISO 22301 الخاصة بمجال استمرارية الأعمال التي تشمل كافة خدمات وعمليات البنك.

٣- مناهضة أوضاع التمييز/ تحقيق العدالة والمساواة بين العاملين: يعمل البنك على توفير فرص متساوية للجميع تقوم على مبادئ الشفافية والانصاف والعدالة. ويقوم البنك على مبادئ الاستمرارية والمرونة المؤسسية.

٤- مجال الرعاية الصحية: أطلق البنك خطة صحي التي توفر لعملائه خدمات رعاية طبية عالية الجودة، مع الاستفادة من تطبيق مخصص على الهاتف لتكون أقرب

إلى جميع الخدمات التي تحتاجها. كما أنه يساهم في تحسين مستوى خدمات الرعاية الصحية للأطفال الأكثر احتياجا في مصر.

٥- المجال الثقافي ورعاية المواهب: يواصل موظفي البنك جهودهم الحثيثة لخدمة المجتمع من خلال المشاركة الفعالة في مبادرات البنك لدعم الصحة والثقافة، وبرامج تعليم الأطفال، وكذلك مبادرات تمكين الشباب وتفعيل دورهم التطوعي في المجتمع، فضلا عن رعاية المناسبات العامة لمتحدي الإعاقة.

٦- جانب تحسين البيئة: يحرص البنك التجاري الدولي على تقليص البصمة الكربونية الناتجة عن عملياته التشغيلية، وذلك من خلال إطلاق بعض المبادرات لتعزيز وتنمية أعماله في مجال الاستدامة البيئة، حيث قام البنك بإطلاق مبادرة Going Green لتشجيع الموظفين على ترشيد استهلاك الورق والمياه والكهرباء والمواد الاستهلاكية الأخرى في فروعه ومقراته الرئيسية، إذ تم تركيب أنظمة إضاءة موفرة للطاقة والصنابير الموفرة للمياه. والتزاما منه بقيم الشفافية ومعايير الاستدامة المؤسسية قام البنك بإطلاق تقرير البصمة الكربونية لحصر انبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون في جميع مقراته. فضلا على تعزيز الممارسات صديقة البيئة في جميع معاملاته سواء بين الشركاء أو العملاء، بهدف تقليل الأثر البيئي على الاقتصاد الوطني، وأيضا موازنة عملياته مع أهداف الأمم المتحدة للتنمية المستدامة (SDGs).

٧- التعاون في المسؤولية الاجتماعية: يقع بنك CIB في طليعة المؤسسات المصرفية التي قامت بإصدار تقرير الاستدامة في مصر بداية من عام ٢٠١٥، ومنذ ذلك الوقت نجح البنك في تنمية ممارسات الاستدامة على جميع المستويات عبر إطلاق المبادرات، وترسيخ ثقافة الاستدامة وذلك من خلال دمج ممارسات الاستدامة البيئية والاجتماعية ومبادئ الحوكمة بجميع أنشطته التشغيلية.

٨- تنفيذ رغبات واهتمامات المساهمين: يرجع ذلك إلى رؤية البنك الشاملة التي تتبلور في تعظيم المردود الاستثماري لجميع الأطراف مع الالتزام التام بأفضل الممارسات والمعايير البيئية والاقتصادية والاجتماعية ومبادئ الحوكمة. ويحرص البنك على الإفصاح عن ممارسات الاستدامة التي يتبناها بمنتهى الشفافية والنزاهة للعملاء والقطاع المالي بمصر عبر إصدار التقرير السنوي للاستدامة.

٤/١/٥ بنك قناة السويس:

يقدم بنك قناة السويس كشركة مساهمة مصرية أفضل المنتجات والخدمات المالية للعملاء، سواء مصرفية شخصية ومؤسسية وإسلامية، موثوقة من خلال فروعها الـ ٤٩ في جميع أنحاء الجمهورية. ويعمل بنك قناة السويس وفق استراتيجية تركز على خلق صورة ذهنية وانطبعا إيجابيا عن البنك من خلال عدة أنشطة اتصالية ومجتمعية، وذلك في ظل قيام البنك بدعم الترويج الإعلاني لتمويل المشروعات القومية العملاقة. وأيضاً دعم لمبادرات البنك المركزي المصري للمشروعات الصغيرة والمتوسطة والشمول المالي والتحول الرقمي والمسؤولية الاجتماعية. فضلاً عن دعم المتضررين من أزمة فيروس كورونا.

١- مجال أخلاقيات العمل: قام البنك بتفعيل آليات جديدة للتواصل مع العاملين في إطار سعى البنك للتنمية ودعم شباب العاملين وتوطيد العلاقات الودية بين العاملين، وتعريف بعضهم ببعض وتعزيز روح التعاون والفريق الواحد.

٢- مجال خدمة العملاء: يقدم بنك قناة السويس كل الخدمات المالية وغير المالية التي تساعد في تطوير وتوسيع نشاطك، بهدف زيادة الإنتاج والدخل، وبأسهل وأبسط الطرق للحصول على تمويل.

٣- مناهضة أوضاع التمييز/ تحقيق العدالة والمساواة بين العاملين: سعى بنك قناة السويس إلى تبني برامج فعالة لخدمة المجتمع، أخذاً في الاعتبار الاحتياجات الأساسية التي تواجه المجتمع مثل الصحة والتعليم وريادة الأعمال للشباب والمرأة وذوي الهمم، وتوفير حياة كريمة وبيئة معيشية جيدة. فضلاً عن مساندة الفئات الأكثر احتياجاً والحفاظ على البيئة وبالتالي رفع القدرات البشرية والمجتمع.

٤- مجال الرعاية الصحية: حرص البنك على توفير الدعم لأكثر من ٣٠ مستشفى تقدم خدماتها الصحية بالمجان للجمهور، وأكثر من ٨٠ جمعية خيرية ودار لرعاية الأيتام ومعاونة العديد من الأفراد والأسر محدودي الدخل في مواجهة تكاليف العلاج من الأمراض. كما ساهم بدعم مبادرة وزارة الصحة والسكان لمشروع القضاء

على قوائم الانتظار للمرضى كنوع من المشاركة المجتمعية التي يقوم بها البنك تجاه مسؤوليته الوطنية.

٥- المجال الثقافي ورعاية المواهب: ساهم البنك في تأسيس صندوق عطاء لدعم ذوي الإعاقة والذي يعد الصندوق الأول من نوعه في مصر، فهو يقدم دعماً لشراء الأجهزة التعويضية أو المستلزمات الخاصة، فهو صندوق غير حكومي، بهدف توفير تمويل دائم يتيح رعاية وتأهيل ذوي الإعاقة. كما تم التبرع لصندوق تحيا مصر وصندوق شهداء وضحايا ومفقودي ومصابي العمليات الحربية والإرهابية والأمنية وأسراهم.

٦- جانب تحسين البيئة: ساهم البنك في أعمال تطوير القاهرة الخديوية ضمن مبادرة محافظة القاهرة لتطوير المنطقة الخديوية بوسط البلد وكذلك تطوير منطقة البورصة. كما قام البنك بالمساهمة في مبادرة اتحاد بنوك مصر في تطوير العشوائيات، والاشتراك مع مؤسسات أهلية ومنها جمعية الأورمان في عمليات توصيل المياه إلى أكثر من ٣٣٠ مستفيد بمحافظة بنى سويف، كما قام البنك بتوفير سلع غذائية (٤٥٠٠ كرتونة) خلال شهر رمضان على مدار ٣ أعوام في القرى الأكثر احتياجاً بمحافظات الفيوم وبني سويف وكذلك توزيع كرتونة رمضان على الوظائف الخدمية بالبنك لمجابهة غلاء المعيشة.

٧- التعاون في المسؤولية الاجتماعية: يعمل بنك قناة السويس على تعميق المسؤولية الاجتماعية في كافة مجالاتها الصحية والتعليمية ورعاية الموهوبين وذوي القدرات وغيرها.

٨- تنفيذ رغبات واهتمامات المساهمين: يعتمد بنك قناة السويس أفضل الاستراتيجيات لتحقيق الأمن والربحية، حيث يلتزم بالحفاظ على نمو وزيادة القيمة للعملاء وأصحاب الأسهم. ويقوم بتطبيق معايير الإفصاح والشفافية في إطار الحوكمة والتي تلائم أعمال البنك وأنشطته وفقاً للتطورات المحيطة به، وبما يتوافق مع المتطلبات التشريعية والرقابية التي تعكس كافة متطلبات الإفصاح.

٤/١/٦ بنك الإسكندرية:

يسعى بنك الإسكندرية إلى تعزيز مركزه في مجال الاستدامة من خلال نهج أكثر شمولاً ودعماً للتحويل إلى المسؤولية الاجتماعية التي تراعي البيئة والمسؤولية الاجتماعية والحوكمة، وذلك على نحو يساهم في الأداء الناجح للبنك على المدى الطويل، ويعزز قدرته على الوفاء بالمسؤوليات والالتزامات تجاه جميع أصحاب المصلحة.

وبالفعل، يتم بناء الاستراتيجية الجديدة (2022-2025) على نهج رأسمالية أصحاب المصلحة وتطبيق معايير عالية لحوكمة الشركات، ومراعاة مجموعة واسعة من آثار الأنشطة المراعية للبيئة والمسؤولية الاجتماعية والحوكمة والمؤشرات المرتبطة بعمليات البنك. وتمثل هذه الاستراتيجية الأساس الذي تقوم عليه مهمته كأحد بنوك القطاع الخاص الرائدة في مصر. وقد كَوّن بنك الإسكندرية مكتباً للمسؤولية الاجتماعية، يهدف إلى لم شمل كافة الموظفين بالبنك على مستوى الجمهورية بمسابقة داخلية وضمن تصميم برامج الاستثمار الاجتماعي.

١- مجال أخلاقيات العمل: تتمثل في مواطنة موظفيه والتزامهم بالعطاء للمجتمعات التي يعملون فيها، ومن خلال مبادرات اشتراك الموظفين، يساهم ما يقرب من ٧٥% من موظفي البنك مالياً ومن وقتهم في العديد من القضايا والمشاركة في المسؤولية الاجتماعية.

٢- مجال خدمة العملاء: يقدم بنك الإسكندرية مجموعة متنوعة من الخدمات، سواء على مستوى الخدمات الادخارية والبطاقات والصرف الآلي، إلى جانب التمويل متناهي الصغر وخدمات المرتبات وغيرها.

٣- مناهضة أوضاع التمييز/ تحقيق العدالة والمساواة بين العاملين: يعمل بنك الإسكندرية على تمكين المجتمعات المهمشة، وإدماج القطاع غير الرسمي، وضمان المساواة بين الجنسين، والعمل نحو المزيد من المساواة من خلال إعداد تقارير تنسم بالشفافية.

٤- مجال الرعاية الصحية: يساهم البنك في تحسين مستوى المعيشة والرعاية الصحية لـ ١٢٠٠٠ شاب وشابة في سيوة، وقد انضم بنك الإسكندرية إلى ثلاثة شركاء في مجال التنمية لدعم جمعية سيوة لتنمية المجتمع وحماية البيئة.

٥- المجال الثقافي ورعاية المواهب: يسعى بنك الإسكندرية إلى تحسين وتوصيل التعليم الشامل، وتزويد المجتمعات المحلية بالأدوات اللازمة لحلول تنمية مبتكرة. ويساهم في تعزيز مبادرات إدخال التعليم الجيد في المجتمعات المحرومة وورش عمل المعلمين والتدريب الفني للمهنيين ورفع مستوى البنية التحتية. وكذلك مبادرة إبداع من مصر"، التي تعمل على تلبية احتياجات سوق العمل في سيوة من خلال توفير دورات تدريبية مختلفة. وهو ما سيساعد في خلق فرص عمل جديدة لـ ٤٨٠ شابًا وامرأة في سيوة.

٦- جانب تحسين البيئة: التخفيف من آثار تغير المناخ والحد من التأثير البيئي الضار، مع مراعاة العوامل الاجتماعية والبيئية، التي تساهم في تقليل التعرض لمخاطر الائتمان وتقوية سمعة البنك.

٧- التعاون في المسؤولية الاجتماعية: يدرك بنك الإسكندرية أن الامتثال للوائح الداخلية والخارجية هام جدا للحفاظ على الاستقرار والاستدامة للبنك. ويعمل بشكل شفاف ومستمر على تنمية القدرات التعاونية للمسؤولية الاجتماعية في جوانبها الداخلية للموظفين أو الخارجية للمجتمع المدني.

٨- تنفيذ رغبات واهتمامات المساهمين: يقوم البنك بتطبيق سياسات الحوكمة ويلتزم بالشفافية في كافة تعاملاته. كما يعمل على ترسيخ مبادئ الحوكمة بشكل مستمر في سياسات البنك وآلية عمله.

٢/٤ دراسة تحليلية لدور البنوك في المسؤولية المجتمعية

يوضح الجدول رقم (٤-١) نتائج الاستبيان الخاص بمدى إدراك المسؤولين ببعض البنوك (بنك القاهرة- بنك مصر- البنك الأهلي المصري- البنك التجاري الدولي CIB -بنك قناة السويس- بنك الإسكندرية)، لمفهوم وممارسات ومبادرات المسؤولية الاجتماعية.

الفصل الرابع: المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر - دراسة حالة تطبيقية

جدول رقم (٤-١) مدى استيعاب مفهوم المسؤولية الاجتماعية للبنوك محل الدراسة

البنود	بنك القاهرة		بنك مصر		البنك الأهلي المصري		البنك التجاري الدولي CIB		بنك قناة السويس		بنك الإسكندرية	
	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا
يملك البنك إدارة مختصة ببرامج المسؤولية الاجتماعية؟	*		*		*		*		*		*	
هل يوجد مسؤول مختص ببرامج المسؤولية الاجتماعية داخل كل فرع؟	*		*		*		*		*		*	
هل للبنك إدارة أو مسؤول عن برامج الاستدامة والحفاظ على البيئة؟	*		*		*		*		*		*	
يقوم البنك أو الفرع بإعداد ونشر تقارير أنشطة وبرامج المسؤولية الاجتماعية للمشاركات؟	*		*		*		*		*		*	
هل التقرير يغطي جميع أنشطة البنك وفروعه؟	*		*		*		*		*		*	
هل يشارك البنك أو أحد فروعها في مبادرات لا تدرج ضمن برامج المسؤولية الاجتماعية؟	*		*		*		*		*		*	
تعد المسؤولية الاجتماعية للبنك هي إحدى أهم أولوياته؟	*		*		*		*		*		*	
يسعى البنك في تحقيق وزيادة رضا العاملين والعملاء بشكل مساوٍ دون تمييز؟	*		*		*		*		*		*	

المصدر: إعداد الباحثة.

يتبين من الجدول السابق ما يلي:

١/٢/٤ مدى وجود إدارة مختصة ببرامج المسؤولية الاجتماعية: تمتلك أغلب البنوك إدارة مختصة ببرامج المسؤولية الاجتماعية فيما عدا بنك مصر. وعلى الرغم من جهوده المبذولة في ذات المجال إلا أنه لا يمتلك إدارة محددة مدرجة ضمن الهيكل الإداري الخاص به.

٢/٢/٤ وجود شخص مسؤول مختص ببرامج المسؤولية الاجتماعية: جميع البنوك محل عينة الدراسة، لديها شخص مسؤول عن صياغة مقترحات ووضع الاستراتيجيات الخاصة بتطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية، ورغم ذلك فإن الشخص المسؤول يتواجد في المركز الرئيسي والإداري للبنك ولا يوجد ما ينوب عنه داخل الفروع.

٣/٢/٤ وجود شخص مسؤول مختص ببرامج الاستدامة والحفاظ على البيئة: تشترك جميع البنوك محل الدراسة في وجود وحدة خاصة بسياسيات برامج الاستدامة البيئية والحفاظ على البيئة، وذلك ضمن المهام الرئيسية في استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية لدى البنوك.

٤/٢/٤ تقارير أنشطة ممارسة المسؤولية الاجتماعية: تغطي غالبية البنوك جميع أنشطة وبرامج المسؤولية المجتمعية ضمن تقرير ينشر على الموقع الرسمي للبنك، في حين أن بنكي قناة السويس والإسكندرية يتم فيهم النشر من خلال توزيع نشرة داخلية على موظفي البنك. وعادة ما يسجل إصدار تلك التقرير بشكل سنوي كبنك القاهرة وبنك قناة السويس، أما البنوك التي تصدر هذه التقارير بشكل ربع سنوي فهما البنك التجاري الدولي CIB والبنك الأهلي المصري. فيما يتم النشر بشكل نصف سنوي في بنكي مصر والإسكندرية. وتغطي التقارير التي تصدر عن البنوك جميع أنشطة وبرامج المسؤولية الاجتماعية في جميع البنوك فيما عدا بنكي القاهرة ومصر، فالتقارير لا تغطي كافة الأنشطة المسؤولة اجتماعيا. وتتفق جميع البنوك على إتاحة التقارير الخاصة بالمساهمات الاجتماعية لغير العاملين بالبنوك دون أي غموض.

٥/٢/٤ مشاركة البنوك في مبادرات تطوعية للمسؤولية الاجتماعية غير مدرجة ضمن استراتيجيته: يشارك البنوك أو أحد فروعها في مبادرات لا تدرج ضمن برامج المسؤولية الاجتماعية جميعها ماعدا البنك التجاري الدولي CIB والبنك الأهلي المصري وبنك قناة السويس.

٦/٢/٤ المسؤولية الاجتماعية للبنوك إحدى أولوياته لتعزيز رضا العاملين والعملاء بشكل مساوٍ دون تمييز من خلال حجم الميزانية المالية المعتمدة: تعتبر المسؤولية الاجتماعية للبنوك هي إحدى أهم الأولويات، وتسعى بشكل أساسي إلى تحقيق وزيادة رضا العاملين والعملاء بشكل مساوٍ دون تمييز. وتتركز جوانب الإنفاق في أغلب عينة الدراسة على الجوانب الاقتصادية والبيئية والخدمية، في حين كان الجانب الخدمي هو أساس المبادرات والأنشطة في بنكي القاهرة ومصر. واتفقت كل عينة الدراسة بأن الميزانية المالية المعتمدة لدى البنوك الستة، تتسم بقدر كافٍ لتحقيق الاستراتيجيات والخطط المعمول بها لتطبيق برامج وأنشطة المسؤولية المجتمعية.

٧/٢/٤ برامج المسؤولية الاجتماعية في البنوك:

يوضح الجدول (٢/٤) أهم العناصر التي ساعدت البنوك على المساهمة في مجالات الرعاية الصحية للعاملين ودرجة المساواة وتكافؤ الفرص، والدورات التدريبية والمنح الدراسية، كذلك مساعدة رواد الأعمال والمشروعات الصغيرة. إلى جانب التطرق لنتائج برامج المسؤولية الاجتماعية، المتمثلة في تخفيض معدل البطالة، وتحقيق معايير الحوكمة والشفافية، والحد من الفقر، مع مراعاة الفئات الأكثر احتياجاً.

الجدول رقم (٤-٢) برامج المسؤولية الاجتماعية في البنوك محل الدراسة

البنوك	بنك القاهرة			بنك مصر			البنك الأهلي المصري			البنك التجاري الدولي CIB			بنك قناة السويس			بنك الإسكندرية		
	نعم	لا	لا أعلم	نعم	لا	لا أعلم	نعم	لا	لا أعلم	نعم	لا	لا أعلم	نعم	لا	لا أعلم	نعم	لا	لا أعلم
زيادة الرعاية الصحية لجميع العاملين	*			*			*			*			*			*		
زيادة درجة المساواة وتكافؤ الفرص	*			*			*			*			*			*		
وجود منح دراسية ودورات تدريبية	*			*			*			*			*			*		
مساعدة رواد الأعمال والمشاريع الصغيرة	*			*			*			*			*			*		
تقليل معدل البطالة		*		*			*	*		*			*			*		
تحقيق معايير الحوكمة والشفافية	*			*	*		*	*		*	*		*	*		*	*	
الحد من الفقر ومساعدة الفئات الأكثر احتياجا		*		*			*			*	*		*	*		*	*	
تنمية اقتصاديات واستثمارات البنك	*			*			*			*	*		*	*		*	*	

المصدر: إعداد الباحثة

وعلى ضوء ما تقدم، يمكن استنتاج التالي:

■ إن برامج وأنشطة المسؤولية الاجتماعية للعينة من البنوك محل الدراسة، ساعدت على تحقيق زيادة الرعاية الصحية لجميع العاملين، وساهمت في زيادة درجة المساواة وتكافؤ الفرص، وقدمت العديد من المنح الدراسية والدورات التدريبية، وقامت بمساعدة رواد الأعمال والمشاريع الصغيرة. وهو ما ساهم بشكل كبير زيادة كفاءة العاملين، وتقليل معدل البطالة لكن بعض البنوك لديها عدم دراية بمدى مساهمتها في تقليل معدل البطالة (وهي بنك القاهرة، بنك قناة السويس، البنك الأهلي المصري، بنك الإسكندرية).

■ تتفق جميع البنوك في مهمة السعي نحو القيام بتنمية اقتصاديات واستثمارات البنك لتنمية المجتمع المحلي، والمساهمة في الحد من الفقر، ومساعدة الفئات الأكثر احتياجاً، وأبرزها كان بنك مصر والأهلي المصري، وهما من أكبر البنوك المساهمة في تطوير القرى والعشوائيات ومساندة الفئات والقرى الأكثر احتياجاً بخلاف باقي العينة. وفيما يخص تحقيق البنوك لمعايير الحوكمة، فإن جميع البنوك محل الدراسة، تتمتع بتوفير وتطبيق أعلى مؤشرات ومعايير لقياس مستوى الشفافية والحوكمة لتحقيق عوائد اقتصادية قوية، تسارع في زيادة عملية التنمية الشاملة والمستدامة وفق رؤية مصر ٢٠٣٠ (بخلاف بنك مصر). وكان أبرز تحدي واجه البنك الأهلي المصري في تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية، هو تحقيق التوازن بين تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية وبين زيادة أرباح البنك وتحقيق أعلى ربحية ممكنة.

ويمكن القول، بأن هناك وعي ودراية كاملة واستيعاب من قبل البنوك المحلية الخاصة والحكومية، بأهمية المسؤولية المجتمعية كجزء أساسي من استراتيجياتها، ويستلزم للقيام بجميع أنشطتها الاقتصادية والربحية، مع الالتزام بالبيئة والمجتمع في دعم المبادرات الصحية والتعليمية، والارتقاء بالمجتمع وتنمية الاقتصاد الوطني. الأمر الذي يساعد في تعزيز الصورة العامة للبنك وزيادة الاستثمار وجذب أموال المودعين

المحليين والأجانب، وهو ما يساعد على توافر مصادر سيولة مستدامة لتمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة ورواد الأعمال من الشباب.

٨/٢/٤ دور حوكمة المصارف والبنوك في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للبنك

تلتزم جميع البنوك وفق نتائج التساؤلات الخاصة بدور حوكمة المصارف والبنوك في تعزيز المسؤولية الاجتماعية بما يلي:

- الإفصاح عن درجة الالتزام بتطبيق مبادئ حوكمة الشركات في التقارير المالية المنشورة.
- الإفصاح عن الأحداث الطارئة والجاهزية، التي تؤثر في نشاط البنك أو مركزه المالي كمستوى التداول بالبورصة.
- الإفصاح عن هيكل وسياسات مكافآت أعضاء مجلس الإدارة والمديرين التنفيذيين.
- يفصح البنك بشكل تفصيلي عن الخطط الاستثمارية ومناقشة الاستراتيجيات التنافسية للاستثمارات التي يقوم بها البنك.
- يفصح البنك عن الأطراف ذوي الصلة والعلاقات مع الأطراف الأخرى (المستثمرين) بشكل تفصيلي في التقارير المالية للبنك.
- يقوم البنك بتوظيف أموال المودعين في مجال الاستثمار التنموي وفق معايير النزاهة والشفافية والكشف عنها في التقارير المالية المنشورة.
- توجد لدى البنوك سياسة واضحة لمكافحة الفساد المالي والإداري ومحاسبة المقصرين وفق القانون.
- يفصح البنك عن كافة التقارير والمستندات الخاصة بكافة المعاملات والمبادرات الخاصة به لكافة الأجهزة الرقابية.
- تساهم البنوك في عملية التخطيط للسياسات النقدية والمالية لتنفيذ برامج اجتماعية وفق رؤية مصر ٢٠٣٠
- يساعد مبدأ الإفصاح والشفافية البنك على زيادة القدرة التنافسية.

٩/٢/٤ المسؤولية الاجتماعية للبنك تجاه المجتمع والبيئة: تتمثل في التالي:

المسؤولية الاجتماعية للبنك تجاه المجتمع: على البنوك أن تقوم بتحديد احتياجات المجتمع وتسعى جاهدة للمساهمة في الوفاء بها، ويمكن للبنوك أن تحقق ذلك من خلال ما يلي:

■ قيام البنوك بالمساهمة والمشاركة في الوفاء باحتياجات المجتمع ورعاية أنشطته: وذلك من خلال ممارسة أنشطتها وفق الإجراءات التي تتسم بالمسؤولية والشفافية. وذلك في ظل تحديد أهم الاحتياجات الاجتماعية، التي تسعى الدولة للوفاء بها تجاه شعبها، وفي مقدمتها تخفيض معدل البطالة وتحقيق تكافؤ الفرص بين الجنسين، وحماية الإرث التاريخي والفني والثقافي للمجتمع. ناهيك عن التحقق من الجهات المانحة أموال للبنوك بأنها لا ترتبط بتحقيق أغراض ومصالح تجارية أو سياسية.

■ دعم المؤسسات التي لا تهدف إلى تحقيق الربح: على البنوك الاعتراف بدور المؤسسات الغير هادفة للربح ومساعدة تلك المؤسسات في دفع عجلة التنمية الشاملة المستدامة، وذلك عبر الوصول لأعلى معدلات النمو الاقتصادي والرفاه في تحسين مستوى المعيشة لدى أفراد المجتمع. لذا يجب على البنوك المشاركة في كيانات ومؤسسات غير هادفة للربح حيث تسعى فقط إلى تحقيق المنفعة العامة وخدمة المجتمع، وتوفير فرص عمل للمعاقين وذوي الاحتياجات الخاصة ووضع سياسات وإجراءات تدريبهم وتطويرهم، وتشجيع إقامة علاقات تشابكية للقيام بمبادرات تخدم الطبقات الأكثر احتياجاً من خلال المساهمة ببناء المدارس التعليمية وتوفير برامج تدريبية لطلاب الجامعات.

■ قيام البنوك بإقامة حوار مع المؤسسات المختلفة التي تمثل أصحاب المصلحة: لما له أهمية كبيرة لتحقيق النمو الدائم في أنشطة البنوك وعلى البنوك أن تحرص على وجود قنوات اتصال مفتوحة مع أصحاب المصلحة بهدف التعاون المشترك في مبادرات لدعم الصحة والثقافة، وبرامج تعليم الأطفال، رعاية المناسبات العامة لمتحدي الإعاقة، وكذلك مبادرات تمكين الشباب وتفعيل دورهم التطوعي في

المجتمع. وإيجاد حلول مبتكرة لحل أزمة الإسكان للشباب وبناء المدن الجديدة وتطوير العشوائيات مع الدولة ومؤسسات المجتمع المدني فضلاً عن مساعدة الحكومة وأفراد المجتمع حال حدوث أزمات أو كوارث طبيعية كأزمة فيروس كورونا.

المسؤولية الاجتماعية للبنك تجاه البيئة: يعد الالتزام بحماية البيئة أحد المحاور الرئيسية لتعهد البنوك بالاضطلاع بمسؤوليتها الاجتماعية. كما تمثل حماية البيئة أحد أهم جوانب المسؤولية الاجتماعية للبنوك في حرصها على عدم إهدار الموارد والاهتمام بقضايا البيئة وتغير المناخ. وكذلك الاهتمام بالآثار البيئية للقرارات التي يتم اتخاذها. لذا، يجب على البنك أن يحرص على القيام بما يلي:

- يخضع/ يمثل البنك لكافة القوانين والتشريعات البيئية الدولية والمحلية.
- أن يكون البنك على أهبة الاستعداد للحوار وتبادل الآراء مع المسؤولين عن البيئة والمهتمين بها.
- العمل على المساهمة في نشر وتوعية ثقافة الالتزام بالمسؤولية البيئية والاجتماعية، والاستخدام الأمثل والفعال للموارد في جميع الفروع.
- تعميم الالتزام بالمسؤولية البيئية والاجتماعية في جميع الجهات المتعاملة مع البنوك من خلال توعية مورديه بالفرص والمخاطر البيئية والأخلاقية والاجتماعية الناتجة عن أنشطتهم، وتوجيه سياسات الموردين والمتعاقدين نحو حماية البيئة واحترام حقوق الإنسان، وأيضا حقوق العاملين.
- تقدير الموردين، الذين يعتبرون الجوانب البيئية والاجتماعية أساسا لنشاطهم واتخاذهم الإجراءات اللازمة للحد من الآثار البيئية السلبية الناتجة عن الأنشطة، التي يقومون بها من خلال حوافز مصرفية مثل تخفيض أسعار الفوائد وتسهيل عمليات الإقراض.
- المساهمة في توسيع الرقعة الخضراء وإقامة الحدائق والمنتزهات ونافورات المياه.
- تشجيع الموظفين على ترشيد استهلاك الورق والمياه والكهرباء والمواد الاستهلاكية الأخرى في فروع ومقراته الرئيسية من خلال تركيب أنظمة إضاءة موفرة للطاقة والصنابير الموفرة للمياه.

- تقليص البصمة الكربونية الناتجة عن عملياته التشغيلية من خلال إطلاق بعض المبادرات لتعزيز وتنمية أعماله في مجال الاستدامة البيئية.
- إطلاق تقرير البصمة الكربونية لحصر انبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون في جميع مقراته.

ويمكن للبنوك اتخاذ بعض التدابير تجاه الرعاية المجتمعية والبيئية من خلال قيامها بوضع سلات مهملات في الشوارع ذات نوع جيد صديق للبيئة مما يشجع الأفراد على الحفاظ على البيئة، وبالتالي يشعر العميل بأن هذه البنوك صديقة للبيئة، وتساهم في خدمة المجتمع. مما يدفعه للتعامل مع البنك وينتج عنه زيادة عدد عملاء البنك. الأمر الذي يساعد على رفع الأداء وزيادة الربحية للبنوك. وكذلك استخدام تكنولوجيا حديثة سهلة صديقة للبيئة والصحة العامة، وأيضاً القيام بعمليات إعادة تدوير النفايات وعمليات التقييم البيئي وإدارة النظام البيئي.

١٠/٢/٤ المسؤولية الاجتماعية للبنك تجاه العاملين

- اتضح من نتائج استمارة التساؤلات أن هناك التزاماً من قبل البنوك بممارسة المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، وذلك من خلال مجموعة من العوامل، هي:
- توفير وتنظيم برامج ودورات تدريبية وتأهيلية لكافة العاملين، ومنها وضع البرامج التدريبية التي تركز على الاحتياجات الفردية، حيث إن معرفة الاحتياجات الفردية تعد أمراً حيوياً في وضع الخطط والحزم التدريبية.
 - توفير المناخ المناسب خلال ساعات العمل من أجل اضطلاع العاملين بدورهم على أكمل وجه، مما يحقق التطوير المستمر لمهارات العاملين وتطوير قدرتهم على العمل بروح الفريق الواحد.
 - المشاركة في توقيع الكشف الطبي بصفة دورية للعاملين لديه، واشتراكهم ببرامج التأمين الصحي الشامل.
 - توفير وسائل نقل جماعية للعاملين باستخدام الغاز الطبيعي، للحد من التأثير البيئي أو يتم منح العاملين بدل انتقال، فيما عدا البنك الأهلي المصري الذي يوفر هذه الوسائل بالفعل.

- اشترك العاملين في عملية صنع واتخاذ القرارات في اغلب البنوك عينة الدراسة فيما عدا بنكي التجاري الدولي CIB وقناة السويس، مع توزيع نسبة من الأرباح السنوية على العاملين.
 - وجود قنوات اتصال واضحة ومستمرة وسريعة بين العاملين والرؤساء، فالحوار المتبادل هو الأساس التي تبنى عليه العلاقات الوطيدة، ومن ثم يجب على البنوك أن تطور وسائل تبادل المعلومات والخبرات، التي من شأنها تحقيق التكامل بين الوحدات الإدارية المختلفة ضمن الهيكل الإداري للبنوك.
 - منح العاملين الاجازات السنوية والمرضية مدفوعة الأجر، وتعويضات حوادث العمل، إلى جانب المكافآت النقدية في الأعياد والمناسبات.
 - القيام بعقد الندوات التثقيفية للعاملين، وتحفيز القدرات الإبداعية والابتكارية الفردية والرحلات والحفلات الترفيهية.
- وتقوم البنوك أيضا بالعمل على تضمين إجراءات تعيين العاملين على أساس العدالة والسلوك المهني، مما يحد من سوء استخدام السلطة والتمييز، كما يساعد كافة العاملين على حق التعبير عن شخصيتهم وإبداعهم، مما يضمن تكافؤ فرص التطور والنمو المهني.

١١/٢/٤ المسؤولية الاجتماعية للبنك تجاه العملاء

- أصبح هناك التزام من قبل البنوك بممارسة درجة عالية من المسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء. ومن أبرز نتائج الاستبيان جاءت أمثلة وأنشطة ومجالات المسؤولية الاجتماعية للبنوك تجاه المتعاملين معهم، كما ما يلي:
- اتخاذ كافة التدابير والإجراءات التي تضمن حماية أمن وسرية حسابات العملاء، وكافة البيانات والمعلومات المتعلقة بهم.
 - وجود إدارة مستقلة لخدمة العملاء، لتلبية احتياجاتهم والرد على استفساراتهم المتعلقة بالعمليات اليومية والشخصية.
 - التعامل مع كافة العملاء بنزاهة وشفافية وبسهولة ويسر، بشكل يضمن تقديم الخدمات بعيداً عن التعقيدات والمتطلبات الروتينية للعمل.

- الاهتمام بشكاوى العملاء وإيجاد حل للمشكلات والأزمات المتعلقة بالعملاء دون مفاطلة وتسويق وإخلال بحق العميل.
 - تقديم خدمات متعددة وميسرة تتعلق بالقروض الإسكانية وقروض الشباب والتسهيلات الائتمانية المختلفة، لدفع عجلة الإنتاج الاقتصادي لكافة العملاء دون تمييز.
 - توافر التسهيلات المتعلقة بكروت الائتمان ومدى توافر ماكينات الصراف الآلي، بشكل يحقق خدمة العميل بشكل فعال.
 - الاستجابة لشكاوى واقتراحات العملاء لتحسين مستوى أداء الخدمات المقدمة وتطويرها.
 - الالتزام بالأمانة والصدق في التعامل مع العملاء على حد سواء.
 - الالتزام بالمعايير المهنية في التعامل مع كافة العملاء بشكل متساو دون تمييز.
- ويجب على البنوك إعداد بحوث ودراسات لمعرفة دوافع وسلوكيات العملاء عند التعامل مع الخدمات المصرفية. كما أن وجود تصميم وتكوين جيد يضمن جودة الخدمات الرقمية يحقق الثقة بين العملاء في البنك. وتقوم البنوك بتيسير سياسات وإجراءات تقديم الخدمات للعملاء، مع شرح مبسط وتوضيح لشروط التعامل مع البنوك وتحديد العوائد والمنافع بوضوح لا لبس فيه.
- يتضح مما سبق، تعاظم دور البنوك في مجال المسؤولية الاجتماعية حيث أكدت نتائج الاستبيان والمقابلات الشخصية على اهتمام البنوك بدعم أنشطة المسؤولية الاجتماعية (مجال التعليم، الصحة، البيئة)، كما تدعم البنوك كافة الجوانب المرتبطة بالمسؤولية المجتمعية تجاه العملاء والعاملين. ويتضح ذلك من التزام البنوك بتقديم كافة الخدمات دون مفاطلة أو تسويق وتتيح العديد من البرامج المرتبطة بالإسكان ودعم بعض السلع بتسهيلات ائتمانية متعددة ومتنوعة بهدف تحسين مستويات الدخل لكافة عملائها كما تلتزم البنوك بالاستجابة لشكاوى ومقترحات العملاء لتحسين الخدمات المقدمة.

النتائج والتوصيات

أولاً: النتائج:

استهدفت الدراسة دراسة المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر في ضوء بعض التجارب الدولية والاقليمية وبعض المبادرات المحلية، وبما يتوافق مع أهداف التنمية المستدامة العالمية وفق رؤية ٢٠٣٠. وذلك في محاولة لتحديد كيف يمكن للمسؤولية الاجتماعية في مصر الاستفادة من الممارسات الدولية والخبرات المتراكمة. وذلك بالتطبيق على قطاع البنوك في مصر والتركيز على حالة ٦ بنوك هي (البنك الأهلي المصري، بنك القاهرة، بنك مصر، البنك التجاري الدولي CIB، بنك قناة السويس، بنك الإسكندرية).

وقد أظهرت الدراسة عددًا من النتائج المهمة تتضمن الآتي:

أولاً: نتائج خاصة بالإطار النظري لمفهوم وأطر المسؤولية الاجتماعية:

□ أظهرت الدراسة أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية، قد حظي باهتمام كبير في العقود الماضية، حيث أصبح موضوعاً مهماً للبحث في العلوم الاجتماعية، وبالتالي أدى إلى منشورات غنية ومتنوعة. ورغم هذا، لا تزال هناك حالة من الجدل حول طبيعة المفهوم، وأشكاله وممارساته، التي تختلف اختلافاً كبيراً بين الشركات وتشمل مجموعة واسعة من المجالات.

□ وخروجاً عن حالة الجدل المثارة حول ماهية المسؤولية الاجتماعية للشركات، فقد تم في السنوات الأخيرة، النظر بشكل متزايد في مفهوم المسؤولية الاجتماعية في سياق التنمية الاقتصادية والاجتماعية من أجل تعزيز قدرات وثروات الناس والمجتمع. وقد بادرت المؤسسات الدولية، مثل منظمة العمل الدولية والمفوضية الأوروبية، بجعل المسؤولية الاجتماعية في صلب سياساتها. وبمرور الوقت، أصبحت المسؤولية الاجتماعية للشركات مفهوماً استراتيجياً بشكل متزايد.

□ اكتسب المسؤولية الاجتماعية للشركات تركيزاً أكبر في العقد الأخير، خاصة في علاقتها بأهداف التنمية المستدامة، والاتصال الكبير بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية التي تكاد تكون هي أبعاد الرؤية الأممية لأهداف التنمية ٢٠٣٠، والتي تتعدد إلى بعد أخلاقي واقتصادي واجتماعي وبيئي كما تشير سياسات المسؤولية الاجتماعية إلى حزمة البرامج والتدخلات التي تصنعها المؤسسات بغية ضمان رفع

كفاتها وتنافسياتها كجانب اقتصادي، والتركيز على الأهداف الاجتماعية لها من جانب اجتماعي، فضلاً عن تحقيق التناغم بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية المباشرة وغير المباشرة.

□ تمثل سياسات المسؤولية الاجتماعية في الوقت الراهن مكوناً مركزياً من مكونات السياسات الاجتماعية من ناحية، ومن ناحية أخرى، يظل تعزيز دورها في التوظيف وضمان الوصول للعمل اللائق أحد الأهداف الرئيسية لسياسات التنمية المتعلقة بالسكان -التشغيل- التعليم - الصحة - الضمان الاجتماعي -الإسكان والمرافق. وبالتالي، ومن خلال تعزيز دور المسؤولية الاجتماعية، يمكن لأي اقتصاد تعزيز الأداء الاقتصادي وتحسين مستويات المعيشة معاً. الأمر الذي يعني وجود ارتباط قوي بين تعزيز دور المسؤولية الاجتماعية وتحسن الأداء الاقتصادي للبلدان.

ثانياً: نتائج خاصة بالمسؤولية الاجتماعية في ضوء التجارب المحلية والدولية:

□ قدمت الدراسة عديداً من التجارب الدولية والإقليمية للمسؤولية الاجتماعية للشركات التي لها دور بازر في تعزيز المسؤولية الاجتماعية وتطوير برامجها خاصة لتشجيع الشركات الأخرى على تبني برامج وسياسات المسؤولية الاجتماعية. وقد تم اختيار الدول بناء على تقرير ماكينزي للمسؤولية الاجتماعية وترتيب أهم الشركات من جانب. ومن جانب آخر حرصاً على وجود تنوع في هذه التجارب يساعد في تقديم استخلاصات مفيدة وثرية لدى دراسة الحالة المصرية.

□ بروز تنوع في التجارب فعلى صعيد البلدان المتقدمة مثل الولايات المتحدة الأمريكية، التي حفزت المشاركة المجتمعية الطوعية من جانب الشركات. بينما في الدنمارك، تحولت ممارسة المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى قاعدة وليست استثناء. ويرجع ذلك إلى حد كبير إلى انتشار الشركات متعددة الجنسيات التي تصدر "معاييرها الغربية" إلى الدول المضيفة، وأنها جزء لا يتجزأ من سياسة الإتحاد الأوروبي التي تؤكد على أهمية التحول نحو المسؤولية الاجتماعية ومراعاة أهدافها.

□ لعبت الحكومة الدنماركية دوراً بارزاً في تشجيع شركاتها على تبني المسؤولية الاجتماعية للشركات. كما استخدمت الحكومة الدنماركية الشراكات بين القطاعين

العام والخاص، وسياسات الإجازات المرضية، والجوانب الاجتماعية في اتفاقيات المفاوضة الجماعية، والوظائف المدعومة، من بين أدوات أخرى، لتفعيل وتعزيز دور المسؤولية الاجتماعية.

□ في اليابان، يتم تحديد النهج الياباني تجاه المسؤولية الاجتماعية للشركات بشدة من خلال عوامل دينية وفلسفية وثقافية وتاريخية واقتصادية وقانونية.

□ وفي نطاق البدان الصاعدة والنامية، فقد انطلقت المملكة العربية السعودية، تجاه المسؤولية الاجتماعية للشركات من أسس دينية بحتة، حيث تُفهم المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها ضرورة اقتصادية أيضاً. وفي العقد الأخير، اعتبرت أولوية سياسية أساسية للتماسك الاجتماعي وموقف المملكة الريادي في المنطقة العربية. وتتلخص مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات السعودية في: (١) العمل الخيري الإسلامي، (٢) الالتزام الاجتماعي (٣) التزام التنمية الوطنية (٥) مواطنة الشركات (٦) التطورات الاقتصادية الوطنية (٧) التنافسية الوطنية (٨) توقعات أصحاب المصلحة و (٩) التوقعات البيئية والعالمية و (١٠) حوكمة الشركات. وعلى هذا النحو، فقد تم التأكيد على أن المسؤولية الاجتماعية متجذرة في المملكة العربية السعودية لكونها جزء لا يتجزأ من عقيدتها الإسلامية الراسخة وهويتها العربية أيضاً.

□ وفي كوريا، دفعت الأزمة الآسيوية، في نهاية القرن الماضي، نحو أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات، وأدرك المجتمع الكوري أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال أزمته المالية، فقد قدمت هذه الكارثة الاقتصادية التاريخية السياق الذي ولّد مطالب مجتمعية وضغوطاً على المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال تحفيز الشركات على الاهتمام بحالة المجتمع وقضاياها. وتعتمد كوريا على المسؤولية الاجتماعية كونها جزءاً هاماً من الاستثمار بشكل عام والاستثمار في البشر بشكل خاص.

□ أما في الإمارات العربية المتحدة، تعمل المسؤولية الاجتماعية على الاندماج في عالم التجارة والشركات والمعاملات التجارية والمسؤوليات الاجتماعية في جميع مجالات العمل ومع أصحاب الشركات، وذلك في إطار الوعي الكافي بالمشاكل

الاجتماعية والاقتصادية مع وضع الإطار العام لحوافز وامتيازات ممارسة المسؤولية الاجتماعية.

□ تركزت ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في بنجلاديش، بشكل أساسي في التخفيف من حدة الفقر، والرعاية الصحية، والتعليم، والنشاطات الخيرية، والإثراء الثقافي، وتنمية الشباب، وتمكين المرأة، ورعاية الرياضة والموسيقى. وقد استندت بنجلاديش على القطاع المالي ودور البنوك في أرساء قواعد المسؤولية الاجتماعية وتعزيز أهدافها.

ثالثاً: نتائج خاصة بواقع وبعض نماذج المسؤولية الاجتماعية في مصر

□ تنطلق أهمية التحول نحو المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر، من حقيقة مفادها "تكاليف تحديات ومشكلات كبيرة في الاقتصاد المصري مثل البطالة والتضخم والفقر". وبالفعل، فقد أعلنت مصر بين عامي ٢٠٠٤ و ٢٠٠٨، عن إطلاق المبادرة القومية للمسؤولية الاجتماعية للشركات بالتعاون مع البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة، والتي من شأنها إنشاء الشبكة المصرية للمسؤولية الاجتماعية والتي تستهدف تشجيع الشركات الوطنية.

□ رغم أهمية المسؤولية الاجتماعية سواء على صعيد داخل المنشآت أو خارجها، إلا أنه لم يصل بعد مستوى المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال في مصر إلى ما وصلت إليه في الدول الكبرى. فبرغم الإكثار من النقاش عن دور رجال الأعمال في التنمية وخاصة بعد تقلص دور الدولة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في العقود الأخيرة من القرن الماضي، إلا أن هذا الدور مازال في طوره الأول.

رابعاً: النتائج الخاصة بالدراسة التطبيقية لتقييم معايير المسؤولية الاجتماعية للبنوك محل الدراسة:

□ العاملون الجدد وصغار موظفي البنوك لديهم قصور في الثقافة الخاصة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية وفلسفتها ومجالاتها، وبناءً عليه يجب أن تتضمن البرامج التدريبية للعاملين في بداية التعيين ومروراً بالدرجات الوظيفية دورات عن المسؤولية المجتمعية.

□ أصبحت معايير الحكم على نجاح البنوك ليست ما تعتمد عليه من معايير مالية واقتصادية بحتة فقط بل تم إضافة مقاييس ومعايير أخرى غير مالية متمثلة في برامج خدمة وتنمية المجتمع المحلي. وعلى الرغم من كون هذه البرامج والأنشطة تتطلب اعتمادات مالية إلا أنها لا تشكل عبئاً كبيراً على أرباح البنوك بل على العكس أسهمت في تحسين الصورة الذهنية للبنوك وتسويقها بشكل فعال مما ينعكس بشكل إيجابي على معدلات الربحية.

□ أكثر عناصر المسؤولية الاجتماعية أهمية في مسؤوليتها تجاه العملاء هو اتخاذ كافة التدابير والإجراءات التي تضمن حماية أمن وسرية حسابات العملاء وكافة البيانات ومعلوماتهم المتعلقة بهم إلا أن العناصر الأقل الأهمية هي توفير فرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصة على الرغم من إلزام القانون بنسب محددة للتعين.

□ أضحت قيام البنوك بتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية أكثر من كونه عملاً تطوعياً وخيرياً بل أصبح تنافسياً من خلال العمل على زيادة رضا العملاء والعاملين بشكل متساوٍ مما سيؤدي إلى زيادة استقطاب أموال المودعين وعدد العملاء وبالتالي زيادة الأرباح في الأجل الطويل.

□ أن انتشار مبادئ ومجالات المسؤولية الاجتماعية للبنوك جعلها جزءاً مهماً من خططها التسويقية والدعائية مما أسفر عن وجود منافسة داخل القطاع المصرفي إلى الحد الذي جعل أغلب البنوك تساهم في إنشاء مؤسسات تنمية أو، على الأقل، وجود خطط سنوية منظمة لمساعدة الدولة في القيام بدورها التنموي ومساعدة الفئات الأكثر احتياجاً ومن شأن زيادة هذه المنافسة المساهمة في تحقيق تنمية شاملة مستدامة.

□ البنوك التي لا تحمل ضمن أنشطتها وبرامجها وخططها أي نشاطات مجتمعية تعتبر من البنوك التي لديها قصور أمام المجتمع وخاصة الأوساط الحكومية والاقتصادية والمصرفية.

ثانيًا: التوصيات:

على ضوء ما توصلت إليه الدراسة يمكن طرح المقترحات التالية:

- تشجيع المؤسسات المصرفية والبنوك على وضع استراتيجية تتضمن خطط قصيرة الأجل ومتوسطة وطويلة بأسلوب ومنهج علمي منظم ومحدد الأهداف والغايات لتنفيذ برامج وأنشطة المسؤولية المجتمعية للفئات الاجتماعية المختلفة واحتياجات المجتمع لتنمية الاقتصاد الوطني.
- تشجيع البنوك على إنشاء وحدة متخصصة إداريًا ومستقلة في مجال المسؤولية الاجتماعية للوفاء بالالتزامات المجتمعية. فحتى الآن تدخل هذه المسؤولية إداريًا ضمن إدارة العلاقات العامة.
- تكثيف الدورات التدريبية الخاصة بمجال المسؤولية الاجتماعية لكافة موظفي البنوك ويمكن أن يتولى المعهد المصرفي إعداد وتنظيم الدورات التدريبية وكذلك ورش العمل والندوات واستخدامها للتسويق للمؤسسات المصرفية.
- على استراتيجيات البنوك أن توضح احتياجات المجتمع بشكل تفصيلي ووضع البرامج والأنشطة الملائمة لهذه الاحتياجات وأيضًا توجيه بعض البرامج لدعم ذوي الاحتياجات الخاصة لتيسير مشاركتهم في مختلف أنشطة المجتمع.
- يجب على البنوك إعداد الدراسات الديموغرافية لكافة الموظفين وذلك للاستفادة من وضع السياسات والإجراءات التي من شأنها تمكينهم من الوفاء بمسؤوليتهم المجتمعية تجاه العاملين بها.
- رفع وعي البنوك المحلية الخاصة والحكومية بأن المسؤولية المجتمعية هي جزء أساسي من استراتيجياتها ويلزم للقيام بجميع أنشطتها الاقتصادية والربحية الالتزام بالبيئة والمجتمع من خلال دعم المبادرات الصحية والتعليمية والارتقاء بالمجتمع وتنمية الاقتصاد الوطني.
- اقتراح إنشاء مجلس قومي للمسؤولية الاجتماعية، يشرف على أداء الشركات تجاهها، ويوجه هذا الأداء في جميع المجالات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية، كمسؤولية تشاركية بين أطراف المجتمع (القطاع الخاص - الحكومة - المجتمع المدني).

- تنمية ورفع الوعي الإعلامي للجمهور عن طريق وسائل الإعلام المختلفة بجميع أنواعها كحملات دعائية في التلفزيون المصري وغيرها من الأساليب الدعائية بأهمية المسؤولية الاجتماعية وأهدافها والعائد الاقتصادي والاجتماعي منها على المجتمع ككل.
- دمج المسؤولية الاجتماعية في بعض المناهج الدراسية كأساس تربوي لنشر وتوعية الأجيال القادمة بأهمية القيام بدورها المجتمعي تجاه البيئة والمجتمع.
- تحديد يوم سنوي للتعريف بالمسؤولية المجتمعية في الجامعات والمدارس والمستشفيات وغيرها من المؤسسات برعاية القطاع الخاص بالتشارك والتعاون مع المجتمع المدني على أن يصبح فيما بعد يوما وطنيا للمسؤولية المجتمعية والبيئية.

المصادر والمراجع

أولاً: مراجع باللغة العربية:

- أبو النصر، مدحت محمد، (٢٠١٥م). لمسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات، المواصفة القياسية ISO٢٦٠٠٠، القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- أبو هريبد، ياسر سعيد (٢٠١٧م). دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية" دراسة حالة: شركة توزيع كهرباء محافظات غزة، رسالة ماجستير، أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا، جامعة الأقصى.
- إسماعيل، قشام، (ب. ت). الشراكة بين القطاع العام والخاص كآلية لتحقيق التنمية - تجارب دولية رائدة، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات، تونس، العدد ١٤.
- الأسرج، حسين (٢٠١١م). المسؤولية الاجتماعية للشركات: التحديات والأفاق من أجل التنمية في الدول العربية.
- الأسرج، حسين عبد المطلب، (٢٠٠٣م). تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في البيئة الاقتصادية والاجتماعية في الدول العربية، معهد التخطيط القومي.
- الأسرج، حسين عبد المطلب، (٢٠١٨)، تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر، أكتوبر.
- الأنصاري، أسامة، (٢٠١١م) دور مركز المسؤولية الاجتماعية للشركات في ضوء التجارب الدولية والإقليمية مع إلقاء الضوء على التجربة المصرية، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الثالث للمسؤولية الاجتماعية للشركات (٣-٤) أكتوبر، الدوحة قطر.
- الأمم المتحدة، ٢٠٠٠، مبادرة الأمم المتحدة للمسؤولية الاجتماعية.
- البنك المركزي المصري، ٢٠٢١، النشرة الإحصائية الشهرية، العدد رقم ٢٩٥، أكتوبر.
- الببلي، هبه الله عماد الدين أحمد (٢٠١٦م). أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للشركات بالتطبيق على شركات قطاع الكيماويات، رسالة ماجستير، قسم إدارة أعمال، كلية الهندسة، جامعة المنصورة.

- الحارثي، عسكر، (٢٠٠٩م) دور الغرف في تعزيز أداء القطاع الخاص للمسؤولية الاجتماعية، الغرفة التجارية الصناعية بالرياض نموذجاً، المؤتمر الثاني حول مواطنة الشركات والمسؤولية الاجتماعية، صنعاء، اليمن.
- الدويري، لا ماهر محمد نمر (٢٠١٥م)، أثر أبعاد المواصفة الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠ للمسؤولية المجتمعية في تحقيق الميزة التنافسية في المستشفى التخصصي عمان، الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، قسم إدارة أعمال.
- الرمادي، محمد محمود أحمد (٢٠١٦م). المسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة والتنمية المستدامة: دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة المنصورة.
- الجريدة الرسمية، ٢٠١٧، قانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧، القاهرة.
- الفغالي، طاهر، وآخرون، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة ٤، ٢٠١٥، ص ٨٢
- المركز المصري لدراسات السياسات العامة (ب. ت). (دراسة مبدئية) المسؤولية الاجتماعية للشركات، مؤسسة بنك مصر لتنمية وخدمة المجتمع.
- المغرل، نهال. (٢٠١٢م). المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر بعض التجارب الدولية، ورقة عمل رقم (١٣٨)، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، القاهرة، سبتمبر.
- المغرل، نهال وفؤاد، ياسمين، (٢٠٠٨)، المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، ورقة عمل رقم ١٣٨.
- الشبكة السعودية للمسؤولية الاجتماعية (٢٠١٧). أسرار المسيطر: " لتنمو مجتمعاتنا: أثر المسؤولية الاجتماعية على استدامة التنمية".
- الطاهر، خامره (٢٠٠٧م). المسؤولية البيئية والاجتماعية مدخل لمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة، رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح- ورقلة.
- الكردي، أحمد (ب. ت). حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- الهواسي، محمود حسن (٢٠١٤م)، مبادئ علم الإدارة الحديثة، دار الشرق للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى.

- بدراوي، طارق، (٢٠١٨)، محمود العربي. الملياردير العصامي، جريدة أبو الهول.
- بلعابد، فايزة، (٢٠١٣م). دروس مستفادة من تجارب دولية رائدة في حوكمة الشركات، مجلة المقرري للدراسات الاقتصادية والمالية، العدد ٢٠.
- بوفتش، وسيلة، (٢٠١٤م). الطاقات المتجددة في الصين: دروس مستفادة، مجلة التنمية الاقتصادية، الجزائر، العدد ٢١.
- تريش، حسينة، (٢٠١٤م). جهود دولية رائدة نحو إرساء الإطار القانوني والمؤسسي لحوكمة الشركات - دراسة حالة: المملكة المتحدة البريطانية، الولايات المتحدة الأمريكية، فرنسا، ألمانيا، رسالة ماجستير، كلية التجارة، جامعة الجزائر.
- توام، زاهية وسعاد زراي، ٢٠٢٠، تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل جائحة كورونا نموذج عن شركات عالمية، مجلة الميادين الاقتصادية، المجلد ٠٣، العدد ٠١، ص ١٣.
- جسر التنمية، المسؤولية الاجتماعية للشركات (٢٠١٠م). المعهد العربي للتخطيط بالكويت، سلسلة دورية، العدد ٩٠.
- حلس، رائد (٢٠١٤م). مصادر الاختلالات الهيكلية في سوق العمل، بحث مقدم إلى المؤتمر الرابع لتنمية الموارد البشرية: شركاء في تحدي البطالة وتأمين مستقبل أفضل للخريجين، الجامعة الأهلية.
- حده، رايس (٢٠١٢م). دور المسؤولية الاجتماعية في معالجة الأزمات الاقتصادية- دراسة إسلامية، مداخلة بالملتقى الوطني حول حوكمة الشركات كآلية للحد من الفساد المالي والإداري، مخبر مالية، بنوك وإدارة الأعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
- حدو، محمد، (٢٠١٦م). دور وأهمية سياسات وبرامج سوق العمل النشطة والتشغيل في مكافحة البطالة - تجارب دولية رائدة-، رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة.
- حسين، دعاء، (٢٠٢٠)، مجموعة العربي تمنح عاملها إجازة أسبوعين مدفوعة الأجر.. وتدعو رجال أعمال للاقتداء بها لمواجهة «كورونا»، جريدة المالي، مارس.
- رحيم، علي عبد المحسن (٢٠٠٩م). الأبعاد الأخلاقية للمسؤولية الاجتماعية، دمشق، مطبعة الأمل.

- رابح، عرابة (٢٠١٥م). بن داودية وهيبية، المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في التنمية- عرض تجارب بعض الشركات العالمية، مداخله ضمن" المحور الثامن: عرض تجارب الدول ومنظمات الأعمال الرائدة والحائزة على جوائز المسؤولية الاجتماعية، ملتقى المسؤولية المجتمعية- اتحاد الغرف التجارية- المملكة العربية السعودية للتتمة السعودية.
- سليمان، ميرفت (٢٠١٦م). المسؤولية الاجتماعية للشركات: المعني والأهداف، فكر وإبداع، مصر، العدد ١٠٠.
- سوليفان، جون (ب. ت). المسؤولية الاجتماعية للشركات، جريدة المال.
- شرفي، منصف (ب. ت). دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال: دراسة حالة" مؤسسة سوناطراك"، ورقة بحثية، جامعة منتوري، قسنطينة.
- صالح، صالح (٢٠١٥م). مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تدعيم الميزة التنافسية" دراسة حالة: مؤسسة نفضال باتنة، رسالة ماجستير، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.
- صدوقي، عقيلة، (٢٠١٩). نظرية أصحاب المصالح: البحث عن التوازن بين المسؤولية الاجتماعية والمسؤولية الاقتصادية - حالة مجمع صيدال، مجلة المؤسسة PISSN: 2335-1438، الجزائر.
- سعادة، ايمان. (٢٠١٩م). واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات الفلسطينية وسبل توجهها نحو دعم التنمية الاجتماعية، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية، فلسطين.
- صالح، محسن أنور عبد الغفار، (٢٠٢٠)، المسؤولية الاجتماعية للشركات المصرية في ظل جائحة كورونا (COVID-19)، المؤتمر العلمي الرابع لقسم المحاسبة والمراجعة كلية التجارة -جامعة الاسكندرية-تحديات وآفاق مهنة المحاسبة والمراجعة في القرن الحادي والعشرين (التحول الرقمي-كورونا)، كلية التجارة -جامعة الاسكندرية.
- عامر، عادل، (٢٠١٩)، المسؤولية الاجتماعية ودورها في بناء واستقرار المجتمع، حث مقدم لمؤتمر المسؤولية المجتمعية وبناء الانساء رؤية مستقبلية شرم الشيخ ١٦ فبراير - ٢٠ فبراير، <https://sustainability-excellence.com/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%>

- عبد الرحيم، جمال كمال محمد (٢٠١٥م). قياس أثر المؤشر المصري لمسؤولية الشركات عن التنمية المستدامة في ضبط الأداء المالي مع دراسة ميدانية على الشركات المقيدة بالبورصة، رسالة دكتوراة، قسم المحاسبة، كلية التجارة، جامعة قناة السويس.
- عبد القادر، بودي، زهرة، بن سفيان: "المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الخاصة في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة الاقتصاد والمناجم نت، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة أبوبكر بلقايد، تلمسان.
- عبود، سحر وعبد السلام، فادية (٢٠١٩م)، عرض تقرير التنافسية العالمية ٢٠١٩م، معهد التخطيط القومي، مصر.
- عذب، أحمد، وغنام، علاء، (٢٠٢٠)، الدور المجتمعي المأمول لمواجهة أزمة كورونا، دورية الملف المصري، العدد ٦٩ - مايو.
- عشاوي، أحمد (٢٠١٩م)، واقع المسؤولية البيئية والاجتماعية للمؤسسة البترولية في الجزائر توافقا مع المعايير الدولية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر.
- فريد عبد العال وآخرون، ٢٠٢٠، المسؤولية الاجتماعية وتنمية المجتمعات المحلية بالتطبيق على محافظة المنوفية، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية.
- فهمي، سلامه نبيل (ب. ت). الإطار العلمي للمراجعة الاجتماعية بهدف قياس وتقييم الأداء الاجتماعي للمنظمة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التجارة.
- قيراط، محمد (٢٠١٦م). الجامعة ودورها في نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية، بوابة الشرق الإلكترونية.
- كردي، أحمد السيد (٢٠١٧م). طبيعة المسؤولية الاجتماعية عند الشركات في الدول العربية" الشبكة السعودية للمسؤولية الاجتماعية.
- كاش نيوز - CASH NEWS AGENCY (٢٠١٦م). بنك مصر يحصد جائزة أفضل مؤسسة مصرفية في المسؤولية الاجتماعية.
- مركز المديرين (٢٠٠٩م). العمل المسئول، القاهرة، وزارة الاستثمار.
- مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار (٢٠١١م). تقارير المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في التنمية، معلوماتية، مجلس الوزراء المصري.

- مجذوب، بحوصي (٢٠١٢م). بخوش مديحة، دور مواصفة الايزو ٢٦٠٠٠ في التعريف بمعايير المسؤولية الاجتماعية، مداخلة بالملتقى الدولي الثالث: منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار.
- مجدي سعيد، ٢٠٠٧، تجربة بنك الفقراء، كتاب، الدار العربية للعلوم ناشرون، الطبعة الثانية.
- محمد، أميرة، (٢٠١٩)، أفضل ١٠ بنوك في «المسؤولية المجتمعية»، مجلة بنوك اليوم.
- محمد، حميدة محمد عبد المجيد (ب. ت). نموذج مقترح لقياس العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة الأرباح.
- لغويل، سميرة، وآخرون، ٢٠١٦، المسؤولية الاجتماعية: المفهوم، الأبعاد، المعايير، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد ٢٧ ديسمبر، الجزائر.
- مصطفى، خالد صالح، ب. ت. سر حياتي، يلقيها محمود العربي، القاهرة.
- مصطفى، مروة محمد عبد الله (٢٠١٣م). المسؤولية الاجتماعية وأثرها على الأداء المالي للشركات، دراسة تطبيقية على الشركات المقيدة ببورصة الأوراق المالية المصرية، رسالة ماجستير، القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية.
- مليجي، شيماء بهاء الدين حسين (٢٠١٤م). المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال في التنمية المستدامة، رسالة ماجستير، قسم العلوم الإنسانية البيئية، معهد البيئية، جامعة عين شمس.
- مؤسسة ماعت للسلام والتنمية وحقوق الإنسان (٢٠١٧م). "تحسين التشريعات والإجراءات للنهوض بالمسؤولية الاجتماعية للشركات".
- نصار، هبه (٢٠٠٧م). المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال في مصر، بحث ميداني استطلاعي، كتاب الأهرام الاقتصادي العدد ٢٣٨.
- نظيف، أحمد (ب. ت). المؤتمر الثاني للمسؤولية الاجتماعية للشركات "الاستثمار وممارسات.
- وزارة التجارة والاستثمار، ٢٠١٩، وضع المعايير الوطنية لإعداد تقارير الاستدامة "المرحلة الأولى"، وزارة التجارة والاستثمار ورؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠، أغسطس.

- وهيبة، مقدم (ب. ت). تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، رسالة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
- مقدم وهيبة (٢٠١٤م)، تقييم مدى استجابة منظمات الاعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية "دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران.
- مليجي، شيماء بهاء الدين حسنين، (٢٠١٤)، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات رجال الأعمال في التنمية المستدامة، رسالة ماجستير، معهد البيئة، جامعة عيش شمس.
- هلال، على الدين، (٢٠١٩م)، العرب في تقرير التنافسية العالمية، العين الإخبارية، أبو ظبي، الإمارات.
- يوسف، أسماء (٢٠١٦م)، المسؤولية الاجتماعية للشركات، المفهوم والأبعاد، دوافع الانخراط وتحديات التنفيذ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، الجزائر.

ثانياً: المراجع باللغة الإنجليزية:

- Abaza, Hussein, Saab, Najib and Zeitoon, Bashar,(2011), eds., *Arab Environment: Green Economy: Sustainable Transition in a Changing Arab World* (Arab Forum for Environment and Development).
- Abdulkarim Hasan Rashed & Afzal Shah, 2021. "The role of private sector in the implementation of sustainable development goals," *Environment, Development and Sustainability: A Multidisciplinary Approach to the Theory and Practice of Sustainable Development*, Springer, vol. 23(3), pages 2931-2948, March.
- Abu Al-Naja, Badea (2011), "Makkah Chamber to Host CSR Seminar," *Arab News*, September 24.
- ALAOUI, Lamia SABOUR, 2018. "Practices Of Corporate Social Responsibility In Morocco: Case of the Small Companies In The Province Of El Jadida," *Proceedings of International Academic Conferences 7508535*, International Institute of Social and Economic Sciences.
- Aguinis, H., & Glavas, A. (2012). What We Know and Don't Know about Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda. *Journal of Management*, 38(4), 932–968.
- Albareda L, Lozano JM, Ysa T. 2007. Public policies on corporate social responsibility: The role of governments in Europe. *Journal of Business Ethics*. **74**(4):391-407.
- Albareda L, Lozano JM, Tencati A, Midttun A, Perrini F. 2008. The changing role of governments in corporate social responsibility: drivers and responses. *Business ethics: a European review*. **17** (4): 347-63
- André Habisch, Jan Jonker, Martin Wegner, and Rene Schmidpeter,(2005), *Corporate Social Responsibility Across Europe*, at 26 (Springer Berlin).
- Archie B. Carroll,(1999), *Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct*, *Business & Society*, Volume: 38 issue: 3, First Published September 1.
- Ashour, Mohammed L., Nafez N. Ali, Mahmoud S. Allan, (2020), *Corporate Social Responsibility and Competitive Advantage: Relationships and Mechanisms*, *International Journal of Economics and Business Administration*, Volume VIII, Issue 3.

- Bahurmoz, Asma Mohammed, (2020), Measuring Corporate Social Responsibility Performance: A Comprehensive AHP Based Index, Open access peer-reviewed chapter - ONLINE FIRST, November 7th, DOI: 10.5772/intechopen.94463
- Barro, R. J., & McCleary, R. M. (2003). Religion and economic growth across countries. *American Sociological Review*, 68(5), 760–781.
- Baron, David. (2008) Managerial Contracting and Corporate Social Responsibility, *Journal of Public Economics*.
- Baz, Jamal & Issam Laguir & Magalie Marais & Raffaele Staglianò, 2016. "Influence of National Institutions on the Corporate Social Responsibility Practices of Small- and Medium-sized Enterprises in the Food-processing Industry: Differences Between France and Morocco," *Journal of Business Ethics*, Springer, vol. 134(1), pages 117-133, March.
- Basuony, Elseidi, Mohamed. (2014) THE IMPACT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON FIRM PERFORMANCE: EVIDENCE FROM A MENA COUNTRY, *Journals Corporate Ownership and Control Issues of the Journal* Volume 12 2014 Issue 1 (continued 9). <https://virtusinterpress.org/THE-IMPACT-OF-CORPORATE-SOCIAL,2239.html>.
- Bloch, Samantha, (2018), The US and Corporate Social Responsibility in International Business Transactions: Has Anything Changed?
- Bloom, P.N. and Gundlach, G.T. (2001) *Handbook of Marketing and Society*. Sage, Thousand Oaks. <https://doi.org/10.4135/9781452204765>.
- Brammer S, Pavelin S. 2005. Corporate community contributions in the United Kingdom and the United States. *Journal of Business Ethics* 56 (1): 15-26.
- Brian Mikkelsen, (2010), Corporate Social Responsibility and Reporting in Denmark Impact of the legal requirement for reporting on CSR in the Danish Financial Statements Act, Danish Act No. 1403 of 27 December.
- Boulouta, Ioanna. (2013), Christos N. Pitelis, Who Needs CSR? The Impact of Corporate Social Responsibility on National Competitiveness, Published online.

- BoXia, X., Olanipekun, A., Chen, Q., Xie, L., & Liu, Y. (2018). Conceptualising the state of the art of corporate social responsibility (CSR) in the construction industry and its nexus to sustainable development. *Journal of Cleaner Production*, 195, 340–353.
- Camilleri, MA, 2015. Valuing Stakeholder Engagement and Sustainability Reporting. *Corporate Reputation Review* 18 (3): 210-222.
- Camilleri, M.A. (2017). Corporate Social Responsibility Policy in the United States of America. In: Idowu S., Vertigans S., Schiopoiu Burlea A. (eds.) *Corporate Social Responsibility in Times of Crisis. CSR, Sustainability, Ethics & Governance*. Cham, Switzerland, Springer Nature.
- Carroll AB, 1999, Corporate social responsibility evolution of a definitional construct. *Bus Soc*.;3(38):268–295. doi:10.1177/000765039903800303.
- Chron Contributor, (2020), Corporate Social Responsibility in International Marketing, September 04.
- Chiheve, Herbert. (2013), Corporate Social Responsibility In Commercial Banks: A Case Of Gweru, *International Journal Of Innovative Research & Development*, October.
- Clark, Scott, (2020), What Corporate Social Responsibility Looks Like in 2020.
- Corporate Finance Institute, (CFI), (0), What is Corporate Social Responsibility (CSR).
- Corporate Social Responsibility: The Definitive Guide
- Costea, Andrei, (2020), Corporate Social Performance – measuring performance on a social scale, March.
- Council of Europe, (2017), Corporate Social Responsibility reporting for large companies.
- CSR Saudi Arabia. (2014). *Top CSR Trends in Saudi Arabia*. [Online] Iirme.com, retrieved on: October 29, from: CSR Saudi Report.
- Dahlsrud, A. (2008) ‘How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions,’ *Corporate Social Responsibility & Environmental Management*, Vol. 15, No. 1, pp.1–13.

- Danish Commerce and Companies Agency, (2011), Corporate Social Responsibility and Reporting in Denmark, November.
- Danish Business Authority, (0), Business-driven corporate social responsibility in Danish companies, Ministry of Business and Growth.
- Da Silva, Alison, (2018), Corporate Social Responsibility And The Meaning Of Purpose, February.
- Deegan, C. (2010) Corporate Social Responsibility. CPA Australia Study Guide on Ethics and Governance. CPA Australia, Melbourne.
- Dina Hestad, (2021), The Evolution of Private Sector Action in Sustainable Development, International Institute for Sustainable Development.
- Ebner, Daniela. (2006),The relationship between Sustainable Development and Corporate Social Responsibility, University of Leoben, Department of Economics and Business Management, Corporate Responsibility Research Conference.
- Eccles, R. G., Perkins, K. M and Serafeim, G. (2012). How to Become a Sustainable Company.
- Elasrag, Hussein,2014, Social Responsibility of the Private Sector and Its Role in Sustainable Development of the Kingdom of Saudi Arabia, April 1, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2419263> or
- European Commission, (2001), Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility, COM, 366, Brussels.
- (2002),Corporate Social Responsibility: A Business Contribution to Sustainable Development, COM (2002) 347, Brussels.
- (2013), EU Strategy on Corporate Social Responsibility.
- Euronews (2020) COVID-19: World economy in 2020 to suffer worst year since 1930s Great Depression, says IMF.
- Faezeh Akbari, Asal Sadat Niaraees Zavare & Fatemeh Rezaei (2021), Private Sector Participation during the COVID-19 Epidemic in Iran: Lessons from a Practical Experience, Asia Pacific Journal of Social Work and Development, 31:1-2, 31-37, DOI: 10.1080/02185385.2020.1848616.

- Feel Good Program,(2021), Corporate Responsibility Actions Across the World, 26 February.
- Fifka MS. 2013. Corporate citizenship in Germany and the United States—differing perceptions and practices in transatlantic comparison. *Business Ethics: A European Review* 22 (4): 341-356.
- Finkelstein, Emily, (2020), How to Measure Corporate Social Responsibility: Tips from Electronic Arts, Mastercard & TIAA, December 21st.
- Francisco J. García-Rodríguez ORCID Icon,Yaiza Armas-Cruz &Manuel González-de-la-Rosa, 2020, Decent work in hospitality: scale development and validation, 23 Dec.
- Freeman, R., Harrison, J., & Zyglidopoulos, S. (2018). *Stakeholder Theory: Concepts and Strategies (Elements in Organization Theory)*. Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/9781108539500.
- Gafn, Noa, 2021, COVID-19: How companies can support society, World Economic Forum.
- Göbbels, M.(2002) Reframing Corporate Social Responsibility: The Contemporary Conception of a Fuzzy Notion.
- Ghosh S (2020) Asymmetric impact of COVID-19 induced uncertainty on inbound Chinese tourists in Australia: insights from nonlinear ARDL model. *Quant Financ Econ* 4: 343–364. doi: 10.3934/QFE.2020016.
- Gundolf, K., & Filser, M. (2013). Management research and religion: A citation analysis. *Journal of Business Ethics*, 112(1), 177–185.
- Guillén León and Sergio Afcha,(2020), Incidence of Stakeholders in the corporate social responsibility of micro, small and medium-sized enterprises of Santa Marta, Facultad de Ciencias de la Administración / Universidad del Valle / Cali – Colombia, Print ISSN: 0120-4645 / E-ISSN: 2256-5078.
- Hadj, T. B. (2020). Effects of corporate social responsibility towards stakeholders and environmental management on responsible innovation and competitiveness. *Journal of Cleaner Production*, 250, 119490.
- Haddiya I, Janfi T, Guedira M.(2020), Application of the Concepts of Social Responsibility, Sustainability, and Ethics to

- Healthcare Organizations. Risk Manag Healthc Policy;13:1029-1033.
- Hafez, H. M. (2016). Corporate social responsibility and firm value: An empirical study of an emerging economy. *Journal of Governance and Regulation*, 5(4), 40–53.
 - Hegazy, A. (2018). Corporate social responsibility in Egypt: Towards creating shared value (Master's thesis, American University in Cairo). Retrieved from.
 - Harrison, J.S., Bosse, D.A. and Phillips, R.A. (2010). Managing for stakeholders, stakeholder utility functions and competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 31, 58-74.
 - Harrison, Jeffrey S., Freeman R. Edward and Sá de Abreu Mônica Cavalcanti, (2015), Stakeholder Theory As an Ethical Approach to Effective Management: applying the theory to multiple contexts, REVIEW Of BuSINESS MANAGEMENT, Vol. 17, No. 55, DOI:10.7819/rbgn.v17i55.2647.
 - Havlinova, Aneta and Kukacka, Jiri, 2021, Corporate social responsibility and stock prices after the financial crisis: The role of strategic CSR activities (August 25, 2021). This is a pre-print of an article published in the *Journal of Business Ethics*, DOI: doi.org/10.1007/s10551-021-04935-9, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3380881>
 - Heikkurinen, P. (2018), "Strategic corporate responsibility: a theory review and synthesis", *Journal of Global Responsibility*, Vol. 9 No. 4, pp. 388-414 .
 - Herrera J, Larran ML, Martinez I, Martínez D. 2015. Relationship between corporate social responsibility and competitive performance in Spanish SMEs: Empirical evidence from a stakeholders perspective. *Business Research Quarterly* 19(1): 55–72.
 - Hilary, G., & Hui, K. W. (2009). Does religion matter in corporate decision making in America? *Journal of Financial Economics*, 93(3), 455 473 .
 - Himanshu Sekhar Panigrahi, (2021), Increasing Role of Private Sector in Sustainable Development Goals,.
 - Hind, A. M. (2020). Corporate Social Responsibility in Morocco: Are Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) Socially Responsible? *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 4(2), 174-185. doi.

- Hohnen, Paul and Potts, Jason, (2017), Corporate Social Responsibility An Implementation Guide for Business, International Institute for Sustainable Development .
- Hortensia Gorski a, Mircea Fuciu a, Natalia Croitor,(2014), Research on Corporate Social Responsibility in the Development Region Centre in Romania, 21st International Economic Conference 2014, IECS 2014, 16-17 May 2014, Sibiu, Romania. doi: 10.1016/S2212-5671(14)00795-3.
- Ibrahim, N., Howard, D. P., & Angelidis, J. (2008). The relationship between religiousness and corporate social responsibility orientation: Are there differences between business managers and students. *Journal of Business Ethics*, 78(1), 165–174.
- ILO. 1999. Report of the Director-General: Decent Work. Geneva: International Labor Office Geneva.
- ILO, (2013), Corporate Social Responsibility (CSR),.
- ILO. 2015a. 2030 Agenda for Sustainable Development. Genève: ILO.
- ILO. 2015b. State of Decent Work in the World. World Day for Decent Work. Madrid: ILO.
- Ioannou, I. and Serafeim, G. (2014) The Consequences of Mandatory Corporate Sustainability Reporting: Evidence from Four Countries. Harvard Business School Research Working Paper, Harvard University, Cambridge.
- ISO 26000 Standards & CSR – Definition
- Jagadeesh, Nellore, (2019), Is Your Company Socially Responsible? Sep 11,
- JAPAN POST BANK, (2020), CSR Report 2020.
- Jorio et al, (2021), CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, INNOVATION AND EMPLOYEES ENGAGEMENT - THE CASE OF MOROCCAN COMPANIES, *Journal of Economic and Social Development (JESD) – Resilient Society* - Vol. 8, No. 1, March.
- Juscus, V., & Snieska, V. (2015). Influence of corporate social responsibility on competitive abilities of corporations. *Engineering Economics*, 58.
- Jesús García-de-Madariaga & Fernando Rodríguez-de-Rivera-Cremades, (2010), Corporate social responsibility and the

classical theory of the firm: Are both theories irreconcilable? Innovar vol.20 no.37 Bogotá May/Aug.

- Kang Kyung, Seoki Lee and Chang Huh,(2010), Impacts of Positive and Negative Corporate Social Responsibility Activities on Company Performance in the Hospitality Industry. International Journal of Hospitality Management. Volume 29, Issue 1.
- King Abdullah announced payment of SR 1.36 billion in financial assistance to all poor individuals and families registered for social insurance to meet their Ramadan needs, *Aleqtisadiya*, August 6, 2012.
- Krisnawati, A., Yudoko, G., & Bangun, Y. R. (2014). Development path of corporate social responsibility theories. World Applied Sciences Journal, 30(30), 110–120.
- Kristoffersen, I., Gerrans, P. and Clark-Murphy, M. (2005) The Corporate Social Responsibility and the Theory of the Firm. Finance and Economics & Fimarc Working Paper Series, Edith Cowan University, Perth
- Krukowska, Magdalena,(2014), Determinants of Corporate Social Responsibility in Japanese Companies, „Management and Business Administration. Central Europe” Vol. 22, No. 4(127): p. 39–57, ISSN 2084–3356.
- Kokubu, K., Kitada, H. and Haider, B.M. (2013). Corporate Sustainability Barometer in Japan. Kobe University.
- Kurinko, R.N. (2014) What is a social responsibility of the private sector. Sustainable Business. Retrieved on
- LaBarge, Olivia Rose, 2019, "Corporate Social Responsibility and the UN Sustainable Development Goals: How Business Drives Progress in the Scope SDGs #2 (Zero Hunger) and #8 (Decent Work and Economic Growth)". Senior Theses. 31.
- Lena Eisenstein, (2021), Social Responsibility and Ethics,.
- Li, Jeremy, (2017), Role of Private Sector in Sustainable Development Highlighted at IAEA Conference, International Atomic Energy Agency, Jul, Li, Jun and Wu, Di,(2018), Do Corporate Social Responsibility Engagements Lead to Real Environmental, Social and Governance Impact? (August 31, 2018). Ross School of Business Paper No. 1335, Available at SSRN.

- Li, J., Zhang, F., & Sun, S. (2019). Building Consumer-Oriented CSR Differentiation Strategy. *Sustainability*, 11(3), 664.
- Li, Wenbiao.,(2012), Study on the Relationships between Corporate Social Responsibility and Corporate International CompetitivenessInternational Conference on Future Electrical Power and Energy Systems, School of Economics & Trade, Nanchang Institute of Technology, Nanchang, Jiangxi Province, China.
- Liang, H., Renneboog, L. (2017). On the foundations of corporate social responsibility. *The Journal of Finance*, 72, 853-910.
- Liem, W. (2014). Corporations, Unions and CSR in South Korea. The research institute for alternative workers movements, South Korea. Asia monitor Resource Centre. CSR Research Paper Series 2. Retrieved from: <https://amrc.org.hk/content/corporations-unions-and-csr-south-korea>.
- Liliana Nicoleta SIMIONESCU, 2015. "The Relationship Between Corporate Social Responsibility (Csr) And Sustainable Development (Sd)," *Internal Auditing and Risk Management*, Athenaeum University of Bucharest, vol. 38(1), pages 179-190, June.
- Lowrie, Leanes,(2019), Laws for Governing the Social Responsibilities of Businesses, *Business & Workplace Regulations*.
- Lechuga Sancho, M.P., Larrán Jorge, M. and Herrera Madueño, J. (2020), "Design and validation of an instrument of measurement for corporate social responsibility practices in small and medium enterprises", *Social Responsibility Journal*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.
- Luxembourg, AGEFI, 2019. Corporate Social Responsibility in Banking.
- Mallen, Baker, (2004), Definitions of corporate social responsibility - What is CSR?, 06 February.
- Matten D, Crane A, 2005. Corporate citizenship: Toward an extended theoretical conceptualization. *Academy of Management review* 30 (1): 166-179.
- Marrewijk, Marcel van, (2002), Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability- between agency and

- communion - The European Commission, European Social Fund.
- Marin, Longinos, Martín1 Pedro J. and Rubio, Alicia, (2017), Corporate Social Responsibility and Environmental Management Corp. Soc. Responsib. Environ. Mgmt. 24, 159–171. Published online 1 February in Wiley Online Library (wileyonlinelibrary.com) DOI: 10.1002/csr.1412.
 - Marín, Longinos. (2012), Alicia Rubio and Salvador Ruiz de Maya, Competitiveness as a Strategic Outcome of Corporate Social Responsibility, Facultad de Economía Empresa, University of Murcia, Campus de Espinardo Campus of International Excellence “Campus Mare Nostrum.”
 - Marina Apaydin, Guoliang Frank Jiang, Mehmet Demirbag, Dima Jamali,(2020), The Importance of Corporate Social Responsibility Strategic Fit and Times of Economic Hardship First published: 19 April <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12402>.
 - Mazereeuw-van, D., Graafland, J., & Kaptein, M. (2014). Religiosity, CSR attitudes, and CSR behavior: An empirical study of executives' religiosity and CSR. *Journal of Business Ethics*, 123(3), 437–459.
 - Menekşe Şahin and Gökben Bayramoğlu, 2015, Decent Work in the Context of Corporate Social Responsibility, *Journal of Advanced Management Science*, January, DOI:10.12720/joams.3.2.162-167.
 - Mika Goto, Toshiyuki Sueyoshi, (2020), Sustainable development and corporate social responsibility in Japanese manufacturing companies, Volume28, Issue4 July/August.
 - Miles, S. (2017), "Stakeholder Theory Classification, Definitions and Essential Contestability", *Stakeholder Management (Business and Society 360, Vol. 1)*, Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 21-47.
 - Michael Valdivieso, 2020, Does the private sector play a role in sustainable development? Dec 17.
 - Nadezhda Provalova, Galina Kashkana, Alexey Churin,2016, Social Responsibility of the Private Sector in the system of Russian Healthcare, Selection & Peer-review under responsibility of the Conference Organization Committee,.

- Nochai, Rangsan and Nochai, Titida, (2014), The Effect of Dimensions of Corporate Social Responsibility on Consumers' Buying Behavior in Thailand: A Case Study in Bangkok, International Conference on Economics, Social Sciences and Languages (ICESL'14) May 14-15, Singapore.
- OECD, 2020, Social economy and the COVID-19 crisis: current and future roles, OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19, 30 July.
- Oxfam International Annual Report 2012/13.
- Pachauri R, 2009, CSR And Sustainable Development. The Economic Times.
- Pappas N, (2014), Marketing hospitality industry in an era of crisis. Tourism Plan Dev 12: 333–349.
- Patricia Crifo, Antoine Reberlioux, (2016), CORPORATE GOVERNANCE AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: A TYPOLOGY OF OECD COUNTRIES, Journal of Governance and Regulation / Volume 5, Issue 2, 2.
- Porter ME, Kramer MR, 2011. Creating shared value: How to reinvent capitalism – and unleash a wave of innovation and growth'. Harvard Business Review (January/February): 62–77.
- Perry, Paul, (2020), How To Measure Your CSR Performance, Submittable, April,
- Phillips, R.A., Freeman, R.E. and Wicks, A.C. (2003). What stakeholder theory is not. Business Ethics Quarterly, 13, 479-502.
- R. Wikantiyoso and T. Suhartono, 2018, "The Role of CSR in the Revitalization of Urban Open Space for Better Sustainable Urban Development," Int. Rev. Spat. Plan. Sustain. Dev., vol. 6, no. 4, pp. 5-20.
- Refaat, Sara, (2014), Corporate social responsibility in Egypt: A study on the current practice, challenges, and potentials, American University in Cairo. Dept. of Public Policy and Administration,.
- Rahman, A., & Islam A. (2019). Corporate social responsibility and sustainable development: A study of commercial banks in Bangladesh. Applied Economics and Finance, 6(2), 6–14.
- Rahman, A., Sultana, N. and Mizanur Rahman, M. (2020), "CSR vs Social Business for Sustainable Development", Crowther, D. and Seifi, S. (Ed.) Governance and Sustainability

- (Developments in Corporate Governance and Responsibility, Vol. 15), Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 113-130.
- Rangan, Lisa Chase, and Soheli Karim, (2015), The Truth About CSR, Harvard Business review, (January–February 2015), .
 - Refaat, Sara, (2014), Corporate social responsibility in Egypt: A study on the current practice, challenges, and potentials, American University in Cairo. Dept. of Public Policy and Administration.
 - Rasche, A. and Waddock, S. 2014, Global Sustainability Governance and the UN Global Compact: A Rejoinder to Critics. J. Bus. Ethics, 122, 209–216.
 - Ryder, Guy, , 2015, Corporate Social Responsibility and decent work, Baltic Rim Economies, ISSUE#2.
 - Sabri, Wael, (2019), SAUDI ARABIA – CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, GlobalCom PR Network,
 - SAGIA, (2012), “Economic Cities,” <http://www.sagia.gov.sa/Why-Saudi-Arabia/Economic-cities/>, accessed September 3.
 - Saeidi, A. E. A. (2019). The Study of Endogenous Corporate Social Responsibility in Saudi Arabia. (Doctoral dissertation). University of Chester, United Kingdom.
 - Shamseldin, Ashraf. (2006), Strengthening corporate social responsibility in the MENA region case study of Egypt. Paper presented in MDF5, January.
 - Sheehy, B. 2015, Defining CSR: Problems and Solutions. J. Bus. Ethics, 131, 625–648.
 - Sheehy, B. 2017, Private and Public Corporate Regulatory Systems: Does CSR Provide A Systemic Alternative To Public Law? Univ. Calif. Davis Bus. Law J., 17, 1–55.
 - Sheehy, B.; Farneti, F. Corporate Social Responsibility, 2021, Sustainability, Sustainable Development and Corporate Sustainability: What Is the Difference, and Does It Matter? Sustainability, 13, 5965.
 - Solanki, S.H. (2016). Corporate social responsibility in private sector. [online] Project Guru.
 - Statista Research Department, (2021), Share of companies with expenditures on CSR activities Japan 2020, by level, Feb 23 .

- Statista Research Department, (2021), Distribution of companies which spent budgets on corporate social responsibility (CSR) activities in Japan as of February 2020, by budget amount, Feb 23, Statista Research Department,(2021), Share of companies with expenditures on CSR activities Japan 2020, by level, Feb 23.
- STC,(2018), Corporate Social Responsibility.
- Steen Vallentin,(2015), Governmentalities of CSR: Danish Government Policy as a Reflection of Political Difference, 127 Journal of Business Ethics.
- Stobierski, Tim, (2021), TYPES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TO BE AWARE OF, Harvard Business School Online, April, <https://online.hbs.edu/blog/post/types-of-corporate-social-responsibility>.
- Suto, M. and Takehara, H. (2012). *Stock Ownership Structure and Corporate Social Performance: Evidence from Japan*, working paper series (Waseda University Institute of Finance).
- Suzuki, Kenji & Tanimoto, Kanji, 2005. "Corporate Social Responsibility In Japan: Analyzing The Participating Companies In Global Reporting Initiative," EIJS Working Paper Series 208, Stockholm School of Economics, The European Institute of Japanese Studies.
- Swaen, V., & Chumpitaz, R. (2008). Impact of corporate social responsibility on consumer trust. *Recherche Et Application En Marketing*, 23(4), 723–756.
- The Center for Strategic and International Studies (CSIS), 2018, The Role of the Private Sector in Achieving the Sustainable Development Goals (SDGs), September 19.
- Tran, H. (2018), "Differences in corporate social responsibility disclosure between Japan and the USA", *Journal of Asian Business and Economic Studies*, Vol. 25 No. 1, pp. 67-85.
- UNIDO,(0), What is CSR?.
- UNDP, (2015), THE SDGS IN ACTION.,
- United Nations Office at Geneva, (2020), United Nations Office at Geneva, Working Group on the issue of human rights and transnational corporations and other business enterprises.
- Valentinas Navickas, Rima Kontautiene, Jurgita Stravinskiene, Yuri Bilan. Paradigm shift in the concept of corporate social

- responsibility: COVID-19. *Green Finance*, 2021, 3(2): 138-152. doi: 10.3934/GF.2021008 shu.
- Vargas-Preciado, L. (2017), "Measuring CSR Performance: An Approach to Assess Colombian Companies", *Corporate Social Responsibility and Corporate Governance (Developments in Corporate Governance and Responsibility*, Vol. 11), Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 185-197.
 - Verma, Sanjeev and Chauhan, Rohit, (2007), *Role of Corporate Social Responsibility in Developing Economies*, International Marketing Conference, April.
 - Vij, Vikash. (2017). Target aligns CSR with UN sustainable development goals. *Triple Pundit: People, Planet, Profit*, Triple Pundit: People, Planet, Profit. Retrieved from.
 - Witt, A. and Redding, G. (2012). The Spirits of Corporate Social Responsibility: Senior Executive Perceptions of the Role of the Firm in Society in Germany, Hong Kong, Japan, South Korea, and the United States. *Socio-Economic Review*, 10(1): 109–134
 - World Bank, 2005, *Opportunities and options for governments to promote corporate social responsibility in Europe and Central Asia: Evidence from Bulgaria, Croatia and Romania*. Working Paper, March.
 - World Bank. 2021. *GRI Index 2021*. World Bank, Washington, DC. © World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/36351> License: CC BY 3.0 IGO.”
 - World Economic Forum, (2020), *The Global Competitiveness Report 2019*, World Economic Forum.
 - World Watch, 2015. *U.S. Must Commit to Sustainability to Overcome Mounting Economic and Ecological Strains*.
 - Xia, X., Teng, F., & Gu, X. (2019). Reputation repair and corporate donations: An investigation of responses to regulatory penalties. *China Journal of Accounting Research*, 12(3), 293–313.
 - Yegon, Julius Kiplangat. (2017), *Corporate Social Responsibility and Competitiveness of Organizations: A Case of Commercial Banks in Kenya*, *International Journal of Innovative Research & Development*.

- Zaman, R., Roudaki, J. and Nadeem, M. (2018), "Religiosity and corporate social responsibility practices: evidence from an emerging economy", Social Responsibility Journal, Vol. 14 No. 2, pp. 368-395. <https://doi.org/10.1108/SRJ-10-2017-0204>.
- Zhang, Yilin, 2017, The Impact of Corporate Social Responsibility on Stock Returns: Evidence from the U.S. Stock Market, Honors Undergraduate Research Thesis, The Ohio State University.
- Zhonghua Zhao, Fanchen Meng, Yin He and Zhouyang Gu, (2019), The Influence of Corporate Social Responsibility on Competitive Advantage with Multiple Mediations from Social Capital and Dynamic Capabilities, Sustainability, 11, 218; doi:10.3390/su11010218.
- Žukauskas, Pranas, Vveinhardt, Jolita and Andriukaitienė, Regina 2017. Corporate Social Responsibility as the Organization's Commitment against Stakeholders in Management Culture and Corporate Social Responsibility. Open access peer-reviewed chapter. DOI: 10.5772/intechopen.70625.

ثالثاً: المواقع الإلكترونية:

- الوقائع المصرية، الدستور المصري، دستور جمهورية مصر العربية وفقاً للتعديلات الدستورية التي أدخلت عليه في ٢٣ أبريل ٢٠١٩، <https://manshurat.org/node/14675>.
- موقع البنك المركزي المصري <https://www.cbe.org.eg>
- موقع رئاسة الجمهورية، رؤية مصر ٢٠٣٠، <https://www.presidency.eg/ar>
- قانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ <https://manshurat.org/node/21769>
- الموقع الرسمي للبنك الأهلي المصري <https://www.nbe.com.eg/NBE/E/#/AR/Home>
- الموقع الرسمي لبنك مصر <https://www.banquemisr.com/ar>
- الموقع الرسمي لبنك القاهرة <https://www.bdc.com.eg/bdcwebsite/home.html>
- الموقع الرسمي لبنك الإسكندرية <https://www.alexbank.com>
- الموقع الرسمي لبنك قناة السويس <https://scbank.com.eg/Ar/loan.aspx>
- الموقع الرسمي لبنك CIB <https://www.cibeg.com/ar>
- الموقع الرسمي للشركة <https://www.samsung.com/semiconductor/about-us/csr>
- الموقع الرسمي لغرفة التجارة العالمية <https://iccwbo.org>
- الموقع الرسمي لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) <https://www.oecd.org/index.htm>
- الموقع الرسمي للبورصة المصرية <https://www.egx.com.eg/ar/overviews-p-egx.aspx?nav=7>
- الموقع الرسمي للهيئة العامة للرقابة المالية https://fra.gov.eg/portals/new_fsi_portal/SD_ar/responsibility.php

- الموقع الرسمي لهيئة تنمية المجتمع دبي
<https://www.cda.gov.ae/ar/csr/Pages/default.aspx>
- الموقع الرسمي لصندوق المسؤولية المجتمعية للشركات
<https://www.csruae.ae/ar/about>
- صندوق أبوظبي للتنمية
<http://www.adfd.ae/pages/default.aspx>
- الموقع الرسمي لشركة اتصالات
<https://www.etisalat.eg/etisalat/portal/corporatesocialresponsibility>
- Country Profiles: South Korean,” CRS WeltWeit, <http://www.csr-weltweit.de/en/laenderprofile/profil/republik-korea/index>.
- European Commission. (2017). European Commission 2017.
https://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility_en
- ISO 26000 Standards & CSR – Definition,
<https://youmatter.world/en/definition/definitions-iso-26000-standards-csr-definition/>.
- MSCI SRI Indexes, 2021, <https://www.msci.com/msci-sri-indexes>.
- S&P 500 Environmental & Socially Responsible Index ,
<https://www.spglobal.com/spdji/en/indices/esg/sp-500-environmental-socially-responsible-index/>.
- <http://www.csr-weltweit.de/en/laenderprofile/profil/republik-korea/index>

الملاحق

جمهورية مصر العربية



الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء

قرار رئيس الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء

بالتفويض رقم (٨٤٨٨) لسنة ٢٠٢١

في شأن قيام الباحثة / مى اسماعيل احمد حماد - المسجلة لدرجة الماجستير فى التخطيط والتنمية
معهد التخطيط القومى - بإجراء دراسة ميدانية بعنوان: (دور المسؤولية الاجتماعية للشركات : بعض التجارب الدولية بالتطبيق
على مصر)

رئيس الجهاز

- بعد الإطلاع على القرار الجمهوري رقم (٢٩١٥) لسنة ١٩٦٤ بشأن إنشاء الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء .
- وعلى قرار رئيس الجهاز رقم (٢٣١) لسنة ١٩٦٨ في شأن إجراء الإحصاءات والتعدادات والاستفتاءات والاستقصاءات.
- وعلى قرار رئيس الجهاز رقم (١٣١٤) لسنة ٢٠٠٧ بشأن التفويض في بعض الاختصاصات.
- وعلى قرار رئيس الجهاز رقم (٩١٥) لسنة ٢٠٢١ بشأن التفويض فى بعض الاختصاصات.
- وعلى كتاب معهد التخطيط القومى - الإدارة العامة للدراسات العليا - الوارد للجهاز في ١١/٨ / ٢٠٢١ .

قرر

- مادة ١: تقوم الباحثة / مى اسماعيل احمد حماد - المسجلة لدرجة الماجستير فى التخطيط والتنمية / معهد التخطيط القومى
- الإدارة العامة للدراسات العليا - بإجراء الدراسة الميدانية المشار إليها عالية .
- مادة ٢: تجرى الدراسة على عينة حجمها (٦) ستة مفردات من السادة / مسؤولى المسؤولية الاجتماعية والاستدامة وذلك بالبنوك التالية :
(القاهرة - GIB - مصر - الأهلئ - قناة السويس - الزراعى المصرئ) بمحافظة القاهرة .
- مادة ٣: تجمع البيانات اللازمة لهذه الدراسة بموجب الاستمارة المعدة لذلك وعدد صفحاتها سبع صفحات والمعمدة كل صفحة منها
بختام الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء.
- مادة ٤: تقوم البنوك المذكورة عالية بالمحافظة المستهدفة - وتحت اشراف إدارة الأمن بكل منها. بتيسير إجراء هذه الدراسة الميدانية
ومراعاة الضوابط الخاصة بتقييم درجة سرية البيانات والمعلومات المتداولة مسبقا بمعرفة كل جهة طبقا لما جاء بخطة الأمن بها .
- مادة ٥: يراعى موافقة مفردات العينة - وسرية البيانات الفردية طبقا لقانون الجهاز رقم (٣٥) لسنة ١٩٦٠ والمعدل
بالقانون رقم (٢٨) لسنة ١٩٨٢ وعدم استخدام البيانات التي يتم جمعها لأغراض أخرى غير أغراض هذه الدراسة .
- مادة ٦: يجري العمل الميداني خلال شهرين من تاريخ صدور هذا القرار .
- مادة ٧: يوافئ الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء بنسخة من النتائج النهائية كاملة لهذه الدراسة.
- مادة ٨: ينفذ هذا القرار من تاريخ صدوره.

صدر في : ١١ / ٩ / ٢٠٢١

رئيس الإدارة المركزية

لشئون مكتب رئيس الجهاز " ندبا "



استقصاء حول معايير قياس المسؤولية الاجتماعية للبنوك

السادة/ مسؤولي بنك.....

تحية طيبة وبعد،،،

يُدرج هذا الاستقصاء ضمن دراسة ميدانية لاستكمال الحصول على درجة الماجستير في التخطيط والتنمية من معهد التخطيط القومي وأن الباحثة بصدد إعداد رسالة الماجستير بعنوان:

« دور المسؤولية الاجتماعية للشركات: بعض التجارب الدولية بالتطبيق على مصر » « The Role of Corporate Social Responsibility: Some Countries' Experiences with Application to Egypt ».

علماً بأن كافة البيانات والمعلومات التي ستقدمونها ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، وسيتم التعامل معها بسرية تامة.

المصطلحات والمفاهيم الأساسية الواردة في الاستقصاء:

- 1- المسؤولية الاجتماعية للبنوك: هي التزام أصحاب الأعمال ومدى مساهمتهم في عملية التنمية المستدامة داخل البنوك وكذلك في العلاقة مع الأطراف المتعاملين مع البنك (العملاء - العاملين - المقرضون والمقرضون وكذلك الحكومة ومنظمات المجتمع المدني) لتحسين مستوى المعيشة وإعلاء مستويات الرفاه الاقتصادية والاجتماعية وتحقيق التنمية المستدامة بجميع أبعادها.
- 2- التنمية المستدامة: مصطلح يشير إلى أركان التنمية المختلفة (الاقتصادية والاجتماعية والبيئية) والتي تلبي احتياجات الحاضر دون المساس بحقوق الأجيال القادمة.
- 3- حوكمة الشركات: يشير المصطلح إلى أساليب الإدارة الرشيدة والتي تحكم العلاقة بين مجلس الإدارة والأطراف ذات الصلة بالشركة لحماية حقوق الأقليات ومكافحة الفساد من خلال اتباع سياسات الإفصاح والشفافية لتحقيق العدالة والمنافسة وتطبيق مبادئ الحوكمة على الشركات المساهمة بالبورصة المصرية منذ عام 2007.

شاكرين حسن تعاونكم لتبادل المنفعة،،،

الباحثة

مي إسماعيل أحمد حماد



محمد مع جيزيل إنشترط
نفاذكم
المشرف على الباحث
محمود الجليلي
٥/١١/٢٠١٢



قائمة الاستقصاء

أولاً: البيانات الشخصية:

- 1- الاسم:.....(اختياري)
- 2- الوظيفة:.....
- 3- المؤهل العلمي (التخصص):
- () بكالوريوس () ماجستير () دكتوراه
- 4- الخبرة العملية:
- () أقل من 5 سنوات () من 5-10 سنوات () أكثر من 10 سنوات
- 5- البريد الإلكتروني:.....(اختياري)
- 6- الهاتف المحمول:.....(اختياري)
- 7- منطقة العمل أو الفرع:.....
- 8- هل تعرف ما هي المسؤولية الاجتماعية للشركات؟
- أ- أعلم جيداً ()
- ب- لا أعرف جيداً ()
- ت- أول مرة أسمع عنه من خلال هذا الاستقصاء ()

ثانياً: البيانات العامة للبنك أو الفرع لمدى استيعاب مفهوم المسؤولية الاجتماعية للبنك:

- 1- يمتلك البنك إدارة مختصة ببرامج المسؤولية الاجتماعية؟
- () نعم () لا
- من هو المختص؟ هاتف؟
- 2- هل يوجد مسؤول مختص ببرامج المسؤولية الاجتماعية داخل كل فرع؟
- () نعم () لا
- من هو المختص؟ هاتف؟
- 3- هل للبنك إدارة أو مسؤول عن برامج الاستدامة والحفاظ على البيئة؟
- () نعم () لا
- من هو المختص؟ هاتف؟
- 4- يقوم البنك أو الفرع بإعداد ونشر تقارير أنشطة وبرامج المسؤولية الاجتماعية للشركات؟
- () نعم () لا
- 5- نعم! كم تقرير في السنة؟
- () شهري () ربع سنوي () نصف سنوي () سنوي



أوافق على تطبيق الإستبيان

المشرف العلمي: محمد علي

- 6- ما هو تاريخ آخر تقرير؟ / / 2021
 7- ما هي المنصة التي ينشر عليها التقرير؟
 () نشرة داخلية () الموقع الرسمي للبنك () الصحف العامة () البورصة المصرية
 8- مدى إتاحة التقرير لغير العاملين بالبنك وفروعه؟
 () متاح () غير متاح
 9- إذا كانت الإجابة غير متاح؛ يرجى توضيح الهدف:

- 10- هل التقرير يغطي جميع أنشطة البنك وفروعه؟
 () نعم () لا
 11- هل يشارك البنك أو أحد فروعها في مبادرات لا تدرج ضمن برامج المسؤولية الاجتماعية؟
 () نعم () لا
 12- تعد المسؤولية الاجتماعية للبنك هي إحدى أهم أولوياته؟
 () نعم () لا
 13- يسعى البنك في تحقيق وزيادة رضا العاملين والعملاء بشكل مساوٍ دون تمييز؟
 () نعم () لا
 14- ما هي الجوانب الخاصة التي شملت برامج المسؤولية الاجتماعية؟
 () اقتصادي () بيئي () خدمي () أخرى

- 15- ما هو حجم الميزانية المالية المعتمدة لتطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية؟
 () لا أعلم () بقدر كافٍ () أقل مما ينبغي () أكثر مما ينبغي

16- ساعدت برامج المسؤولية الاجتماعية البنك على ما يلي:

- أ- زيادة الرعاية الصحية لجميع العاملين () نعم () لا () لا أعلم
 ب- زيادة درجة المساواة وتكافؤ الفرص () نعم () لا () لا أعلم
 ج- وجود منح دراسية ودورات تدريبية () نعم () لا () لا أعلم
 د- مساعدة رواد الأعمال والمشاريع الصغيرة () نعم () لا () لا أعلم
 هـ- تقليل معدل البطالة () نعم () لا () لا أعلم
 ز- تحقيق معايير الحوكمة والشفافية () نعم () لا () لا أعلم
 ح- الحد من الفقر ومساعدة الفئات الأكثر احتياجاً () نعم () لا () لا أعلم
 د- تنمية اقتصاديات واستثمارات البنك () نعم () لا () لا أعلم

أو ارفق على تصميم الاستبيان

المصرف العربي
 محمد عبد الحليم



17- أذكر أهم التحديات التي تواجه البنك في تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية؟

.....

.....

.....

ثالثاً: دور حوكمة المصارف والبنوك في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للبنك¹:

البنك	موافق جداً	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق مطلقاً
1- يلتزم البنك بالإفصاح عن درجة الالتزام بتطبيق مبادئ حوكمة الشركات في التقارير المالية المنشورة				
2- يلتزم البنك بالإفصاح عن الأحداث الطارئة والجوهرية التي تؤثر في نشاط البنك أو مركزه المالي كمستوى التداول بالبورصة				
3- يلتزم البنك بالإفصاح عن هيكل وسياسات مكافآت أعضاء مجلس الإدارة والمديرين التنفيذيين				
4- يفصح البنك بشكل تفصيلي عن الخطط الاستثمارية ومناقشة الاستراتيجيات التنافسية للاستثمارات التي يقوم بها البنك				
5- يفصح البنك عن الأطراف ذوي الصلة والعلاقات مع الأطراف الأخرى (المستثمرين) بشكل تفصيلي في التقارير المالية للبنك				
6- يقوم البنك بتوظيف أموال المودعين في مجال الاستثمار التتموي وفق معايير النزاهة والشفافية والكشف عنها في التقارير المالية المنشورة				
7- للبنك سياسة واضحة لمكافحة الفساد المالي والإداري ومحاسبة المقصرين وفق القانون				
8- يفصح البنك عن كافة التقارير والمستندات الخاصة بكافة المعاملات والمبادرات الخاصة به لكافة الأجهزة الرقابية				



البنك يلتزم بدرجة التزام البنك في تطبيق مبادئ الحوكمة على اعتبار أن البنك من الشركات المساهمة المقيدة بالبورصة المصرية والتي يلتزم بتطبيق مبادئ الحوكمة وفقاً لقواعد القيد وإعادة القيد والشطب.

أوامره على تطبيقه الإيمانية

المصرف العام،
٤



					9- مدى مساهمة البنك في عملية التخطيط للسياسات النقدية والمالية لتنفيذ برامج اجتماعية وفق رؤية مصر 2030
					10- مبدأ الإفصاح والشفافية يساعد البنك على زيادة القدرة التنافسية

رابعاً: المسؤولية الاجتماعية للبنك تجاه المجتمع والبيئة:

البند	موافق جداً	موافق إلى حد ما	غير موافق مطلقاً	غير موافق
1- يلتزم البنك بكافة القوانين والتشريعات البيئة الدولية والمحلية				
2- يساهم البنك في نشر وتوعية ثقافة الالتزام بالمسؤولية البيئية والاجتماعية في جميع الفروع والجهات المتعاملة معه				
3- يساهم البنك في تخفيض معدل البطالة وتحقيق تكافؤ الفرص بين الجنسين				
4- يوفر البنك فرص عمل للمعاقين وذوي الاحتياجات الخاصة ووضع سياسات وإجراءات تدريبهم وتطويرهم				
5- يساهم البنك في بناء المدارس التعليمية ويقوم بتوفير برامج تدريبية لطلاب الجامعات				
6- يشارك البنك في مبادرات لدعم الصحة والثقافة، وبرامج تعليم الأطفال، رعاية المناسبات العامة لمتحدي الإعاقة، وكذلك مبادرات تمكين الشباب وتفعيل دورهم التطوعي في المجتمع				
7- يساعد البنك الحكومة وأفراد المجتمع حال حدوث أزمات وكوارث طبيعية كأزمة فيروس كورونا				
8- يشارك البنك في إيجاد حلول مبتكرة لحل أزمة الإسكان للشباب وبناء المدن الجديدة وتطوير العشوائيات				
9- يساهم البنك في توسيع الرقعة الخضراء وإقامة الحدائق والمنزهات وناقورات المياه				

أوافق على تطبيق الإستراتيجية



٥



				10- يساهم البنك في تقليص البصمة الكربونية الناتجة عن عملياته التشغيلية من خلال إطلاق بعض المبادرات لتعزيز وتنمية أعماله في مجال الاستدامة البيئية
				11- يسعى البنك لتشجيع الموظفين على ترشيد استهلاك الورق والمياه والكهرباء والمواد الاستهلاكية الأخرى في فروعه ومقراته الرئيسية من خلال تركيب أنظمة إضاءة موفرة للطاقة والصنابير الموفرة للمياه
				12- يطلق البنك تقرير البصمة الكربونية لحصر انبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون في جميع مقراته

خامساً: المسؤولية الاجتماعية للبنك تجاه العاملين:

البند	موافق جداً	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق مطلقاً	غير موافق
1- يوفر البنك برامج ودورات تدريبية وتأهيلية للعاملين لديه					
2- يوفر البنك المناخ البيئي المناسب خلال ساعات العمل					
3- يشارك البنك في توقيع الكشف الطبي بصفة دورية للعاملين لديه					
4- يخضع كافة العاملين بالبنك ببرامج التأمين الصحي الشامل					
5- يوفر البنك وسائل نقل جماعية للعاملين باستخدام الغاز الطبيعي للحد من التأثير البيئي أو يتم منح العاملين بدل انتقال					
6- يتم اشتراك العاملين في عملية صنع واتخاذ القرارات بالبنك					
7- هناك قنوات اتصال واضحة ومستمرة وسريعة بين العاملين والرؤساء					
8- يمنح البنك العاملين الاجازات السنوية والمرضية مدفوعة الأجر					
9- يمنح البنك تعويضات حوادث العمل					
10- يوزع البنك نسبة من الأرباح السنوية على العاملين					
11- يقوم البنك بعقد الندوات التثقيفية للعاملين					
12- يقوم البنك بتحفيز القدرات الإبداعية والابتكارية الفردية للعاملين					
13- يتم منح المكافآت النقدية في الأعياد والمناسبات للعاملين لديه					
14- يقيم البنك الرحلات والتجولات الترفيهية للعاملين					



أوافق على جميع الإستبيانه

المستشار العلمي
٦



سادسا: المسؤولية الاجتماعية للبنك تجاه العملاء:

البند	موافق جذا	موافق إلى حد ما	غير موافق مطلقاً	غير موافق
1- يقوم البنك باتخاذ كافة التدابير والإجراءات التي تضمن حماية أمن وسرية حسابات العملاء ومعلوماتهم الشخصية				
2- إدي البناء لإدارة مسئولية خدمة العملاء لتلبية احتياجاتهم والرعاية استفساراتهم المتعلقة بالعمليات اليومية والشخصية				
3- يتعامل البنك مع العملاء بنزاهة وشفافية وبسهولة ويسر بشكل يضمن تقديم الخدمات بعيداً عن التعقيدات والمتطلبات الروتينية للعمل				
4- يقوم البنك بحل المشكلات والأزمات المتعلقة بالعملاء حلولاً جذرية دون مماطلة وتسويق وخلال بحق العميل				
5- يقدم البنك خدمات متعددة وميسرة تتعلق بالقروض الإمكانية وقروض الشباب والتسهيلات الائتمانية المختلفة لدفع عجلة الإنتاج الاقتصادي				
6- تتوافر لدى البنك التسهيلات المتعلقة بكروت الائتمان ومدى توافر ماكينات الصراف الآلي بشكل يحقق خدمة العميل بشكل فعال				
7- يستجيب البنك لشكاوى واقتراحات العملاء لتحسين مستوى أداء الخدمات المقدمة وتطويرها				
8- يلتزم البنك بالأمانة والصدق في التعامل مع العملاء على حد سواء				
9- يلتزم البنك بالمعايير المهنية التعامل مع كافة العملاء بشكل متساو دون تمييز				

أوافق على تنظيم الإحصائيات



المصرف العملي



Summary

Summary

The study aimed to transform the analysis of the role of corporate social responsibility in Egypt, in light of some international and regional experiences and some local initiatives, starting with the formulation of a theoretical and conceptual framework for the nature of social responsibility, its objectives, frameworks and various dimensions. This is using a descriptive analysis approach to determine how social responsibility in Egypt can benefit from international practices and accumulated experiences. The content analysis approach was also used by designing a questionnaire for application to the banking sector in Egypt, focusing on the case of 6 banks (the National Bank of Egypt, Banque du Caire, Banque Misr, Commercial International Bank CIB, Suez Canal Bank, Alexandria Bank).

The study is divided into four chapters, the first chapter of which is entitled, Theoretical Framework for Social Responsibility. It also shows the objectives of corporate social responsibility, and its various dimensions, while highlighting their importance. This chapter also deals with the legislative framework for responsibility (local and international laws and legislation), and it also monitors social responsibility in the light of practical experiences gained. Concepts related to corporate social responsibility have been addressed, especially in light of the great interest in it in the last decade, whether at the international, regional or local levels, and in light of Egypt's adoption of the vision of sustainable development by 2030; As a national agenda that was adopted in February 2016. This is by emphasizing the consolidation of the principles of justice and social integration and the participation of all citizens in political and social life. The vision also focuses on giving a greater role to the private sector and allowing it to play a greater role in economic activity in Egypt, whether at the level of output, employment or social aspects.

Looking at all the definitions, the procedural definition of the research came as “the commitment of public and private business institutions to practice their commercial and investment activities, taking into account the ethical and social dimension, consumer protection and activities related to workers and dealers, as well as their commitment to society to protect the environment and interact with the local community and work to achieve sustainable growth with bearing a part beside The state achieves social justice in a way that guarantees its continuity in the markets and achieves its own goals, which is the commitment of business enterprises to manage their activities in a responsible manner. In the same context, the indicators for measuring corporate social responsibility carried several dimensions, foremost of which are (1) environmental performance and (2) corporate governance performance (3) Social performance indicators.

The principles of corporate social responsibility are summarized in several points, the most important of which are (respecting and protecting human rights, creating and participating in a community dialogue on the role of corporate social responsibility in achieving sustainable national development goals, developing and implementing programs and initiatives to support and promote sustainable national development goals and plans (economic, environmental and social), The participation of employees in the development and implementation of the company’s corporate social responsibility strategy, the corporate social responsibility extends to more than just adherence to laws and respect for international labor standards: child labor, elimination of gender discrimination in employment and working conditions, freedom to form trade unions and collective bargaining, elimination of forced labor.

Perhaps it is useful to note that Chapter One of the Executive Regulations of Investment Law No. 72 of 2017 in Chapter Two, Article 2, entitled “Social Responsibility of the Investor” stipulates that “The investor may allocate a percentage of his profits to participate in community development outside his

investment project through his participation in all or Some areas,” which means the existence of a legislative and constitutional framework that emphasizes and supports social responsibility.

As for the second chapter, it is entitled "Some international and regional experiences and initiatives in social responsibility", which dealt with eight experiences, categorized between the experiences of the developed world and the experiences of emerging and emerging countries, and I referred to some experiences in Arab countries. These experiences have enjoyed a state of diversity and richness, which has been accompanied by the rooting of the idea of social responsibility, and the growth of its application in different countries and their economies. This chapter aims to present and explain some of the international and regional experiences of companies that have a prominent role in promoting social responsibility and developing their programs, especially to encourage other companies to adopt social responsibility programs and policies and to draw lessons learned. The countries were selected based on the McKinsey Social Responsibility report and ranking of the most important companies on the other hand. On the other hand, in order to ensure that there is a diversity in these experiences, it helps in providing useful and rich conclusions when studying the Egyptian case later.

In this context, each experience has been divided into 4 main points, the first of which is the motives and starting points for moving towards social responsibility programs, then social responsibility policies. Followed by, practical experiences of some major companies in the country under study. And fourth, the most important conclusions from the experience.

The third chapter, entitled "Corporate Social Responsibility in Egypt", which is issued by it, reviews the analysis of the role of the social responsibility of the private sector in sustainable development, emphasizing the importance of moving towards corporate social responsibility in Egypt, and then addressing decent work and corporate social responsibility (assessing the role

of some companies and banks), leading to many lessons and luminous steps in analyzing the social responsibility of economic institutions in light of the Corona pandemic (the experience of the El-Araby Group), which was not a personal experience, but rather an institutional experience, in which the roots of work ethics were rooted with the principles of modern management and rational economic methods. To motivate employees and develop their capabilities. The role of the private sector in achieving the SDGs is generally determined by the ability of companies and other organizations to be drivers of change. There are many ways in which companies and the private sector can promote sustainable development.

Despite many discussions about the role of businessmen in development, especially after the state's role in economic and social development diminished in the last decades of the last century, this role is still in its early stages without effective development. The importance of activating the role of businessmen organizations in development lies in their ownership of capital, which, with its cooperation with the public sector and civil society, is able to make a real leap in society, bearing in mind that in Egypt there are 20,000 businessmen who have 60 associations that take care of their interests and investments. It is noticeable recently that there are some individual efforts of some businessmen organizations, especially the big ones, who have become aware of their social responsibilities. But most of these efforts are ineffective or tangible.

There are several reasons that lead to the inadequacy of the role of businessmen in development, the most important of which are: The lack of a culture of social responsibility among most businessmen. It is noticeable that the number of companies that adopt this culture represent a few of the major companies, while the majority are completely ignorant of this concept. Also, most of the efforts of businessmen are unorganised. The social responsibility of businessmen organizations to be effective needs to take an organizational and institutional form with a specific

plan and goals, rather than being random scattered efforts. As well as the absence of a culture of giving for development, as most of the efforts of businessmen are limited to non-development charitable works related to feeding the poor or providing clothes or services for them without addressing development projects that radically and sustainably change the standard of living of the poor.

The fourth chapter, entitled Corporate Social Responsibility in Egypt, presents an applied case study. Following the design of the questionnaire, the elements and dimensions of the role of banks in achieving social responsibility were analyzed. In light of this, this chapter deals with monitoring, analysis and evaluation of the current situation of the role of banks in social responsibility with the application on (National Bank of Egypt - Cairo Bank - Banque Misr CIB - Suez Canal Bank - Alex Bank) so that the results and indicators help in formulating recommendations for the role of banks in community development. Through 5 main axes:

1. The extent to which the concept of social responsibility of the bank is understood.
2. The role of bank governance in promoting the social responsibility of the bank.
3. The Bank's social responsibility towards society and the environment.
4. The bank's social responsibility towards its employees.
5. The bank's social responsibility towards customers.

Banks are considered one of the main and major pillars in building the economic structure of the state. Investment tools and social responsibility is one of the most important areas of banks' activities. Banks' activity is not limited to the banking business they engage in only, but also goes beyond it to playing a social role through their exercise of a degree of social responsibility. The bank's performance in social responsibility can be monitored through several main dimensions – which are usually shown in social responsibility reports or sustainability reports – in the forefront of which is the environmental dimension. Energy and other types of waste in its headquarters and branches. And second,

the social dimension, by measuring the amount of money spent in donations or charitable aspects of causes such as low-income housing, or the number of hours of free financial advice you donate to increase financial knowledge in the community.

The study revealed a number of important results, including the following:

- Social responsibility policies are currently a central component of social policies on the one hand, and on the other hand, enhancing their role in employment and ensuring access to decent work remains one of the main objectives of development policies related to population - employment - education - health - social security - housing and utilities. Thus, by strengthening the role of social responsibility, an economy can enhance economic performance and improve living standards together.
- The importance of the shift towards corporate social responsibility in Egypt stems from the fact that "there are challenges and major problems in the Egyptian economy such as unemployment, inflation and poverty." Indeed, between 2004 and 2008, Egypt announced the launch of the National Initiative for Corporate Social Responsibility in cooperation with the United Nations Development Program, which would establish the Egyptian Network for Social Responsibility, which aims to encourage national companies.
- The criteria for judging the success of banks are not only purely financial and economic criteria, but other non-financial criteria and criteria have been added represented in community service and development programs. Perhaps the most important element of social responsibility in its responsibility towards customers is to take all measures and procedures that ensure the protection of the security and confidentiality of customer accounts and all data and information related to them.
- The spread of the principles and areas of social responsibility of banks made them an important part of their

marketing and advertising plans, which resulted in the existence of competition within the banking sector.

- Banks that do not carry within their activities, programs and plans any social activities are considered among the banks that have shortcomings in front of the community, especially the governmental, economic and banking circles.

The study also included a number of recommendations, the most important of which are the following:

- Encouraging banking institutions and banks to develop a strategy that includes short, medium and long-term plans in an organized scientific manner and approach with specific goals and objectives to implement social responsibility programs and activities for the various social groups and the needs of society to develop the national economy.
- Encouraging banks to establish an independent administratively specialized unit in the field of social responsibility to fulfill societal obligations. So far, it is administratively involved in the Public Relations Department.
- Intensifying training courses in the field of social responsibility for all bank employees. The Banking Institute can prepare and organize training courses as well as workshops and seminars and use them as marketing for banking institutions.
- Banks' strategies should explain the community's needs in detail, develop appropriate programs and activities for these needs, and direct some programs to support people with special needs as they are an essential and supportive part of the community.
- Banks must prepare demographic studies for all employees in order to benefit from the development of policies and procedures that will enable them to fulfill their social responsibility towards their employees.
- Raising the awareness of local private and governmental banks that social responsibility is an essential part of their strategies, and to carry out all their economic and profitable activities, it requires a commitment to the environment and society in supporting health and educational initiatives, upgrading society and developing the national economy.

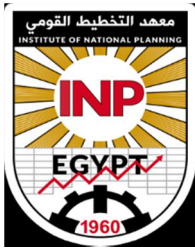
Abstract

Thesis Name	The Role of Corporate Social Responsibility: Some Countries' Experiences with Application to Egypt
Researcher	Mai Ismail Ahmed Hommad
Supervisors	Professor Dr. Mahmoud Abdel Hai Salah
Degree	Master in Planning & Development
Institution	Institute Of National Planning
Year	2022

The current study aimed to study corporate social responsibility in Egypt, in light of some international and regional experiences and some local initiatives, starting with the formulation of a theoretical and conceptual framework for what social responsibility is, its objectives, frameworks and various dimensions, in line with the global sustainable development goals in accordance with Vision 2030. The study aims through the analytical approach Descriptive, in order to determine how social responsibility in Egypt can benefit from international practices and accumulated experiences. This is in an attempt to explain the importance and dimensions of corporate social responsibility, according to the statement of the role of international, regional and local experiences, in directing development companies (civil society and the private sector as well as the government) to work together in directing local community development efforts.

By designing and using a questionnaire to apply to the banking sector in Egypt, focusing on the case of 6 banks (the National Bank of Egypt, Cairo Bank, Banque Misr, CIB, Suez Canal Bank, Alexandria Bank). It has been found that the criteria for judging the success of banks are no longer only financial and economic criteria, but have recently been added to social responsibility, which is divided into internal responsibility towards employees and external responsibility towards customers. At the level of workers, through the existence of a professional and ethical charter, it contributes to increasing the productivity of workers and developing the spirit of cooperation among them. As for the clients, the social responsibility is to take all measures and procedures that guarantee the protection of the security and confidentiality of client accounts and all data. Increasing customer and employee satisfaction. In sum, the spread of the principles and areas of social responsibility of banks made them an important part of their marketing and advertising plans. This is what prompted the majority of banks to establish a department for social responsibility.

Key words: corporate social responsibility - social responsibility - social responsibility of banks - sustainable development - international experiences - social responsibility in Egypt.



**Arab Republic of Egypt
Institute of National Planning
Postgraduate Studies**

The Role of Corporate Social Responsibility Some Countries' Experiences with Application to Egypt

**A thesis Submitted in Fulfillment of Requirements of Master Degree in
Planning and Development**

Submitted by:

Mai Ismail Ahmed Hommad

Supervised by:

**Prof. Mahmoud Mohamed Abdel Hai Salah
Professor of International Economics and Development
at the Center for International Economic Relations
Former Director of Planning Institute**

2022