

البحث التطبيقي



جمهورية مصر العربية
معهد التخطيط القومي
الدراسات العليا

أثر تطبيق المسؤولية المجتمعية للشركات على تنمية المجتمع الشركة المصرية للتكرير بمسطرد - نموذجاً	عنوان البحث باللغة العربية
The Impact of corporate social responsibility on local community development Egyptian Refining Company in Mostord - Model	عنوان البحث باللغة الإنجليزية
هاني إسماعيل إسماعيل ابراهيم	إعداد
أ.د. فريد عبد العال	إشراف

لاستكمال متطلبات

الحصول على الماجستير المهني "التخطيط للتنمية المستدامة"

2022 /2021

ملخص البحث

الهدف الأساسى لهذه الدراسة هو تسليط الضوء على تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات مع التنويه بتجربة الشركة المصرية للتكرير في هذا المجال، كما تتمثل الإشكالية الرئيسية لهذا الموضوع في معرفة تجربة الشركة المصرية للتكرير في مجال المسؤولية المجتمعية، وترتكز هذه الدراسة على محورين، فالمحور الأول مخصص للوقوف على تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات ومحاولة الوصول للمفهوم الأقرب للمسؤولية المجتمعية وعلاقته بتنمية المجتمع وهو محور تركيز الدراسة أما المحور الثاني فهو مخصص لمعرفة ما تقدمه الشركة المصرية للتكرير في إطار مسؤوليتها المجتمعية واثره على تنمية المجتمع المحلي وقد تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات الخاصة بموضوع الدراسة بالتطبيق على العاملين القائمين على المسؤولية المجتمعية بالشركة المصرية للتكرير وعينة من المستفيدين من برامج المسؤولية المجتمعية للشركة للتعرف على أبعاد المسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير واثرها على تنمية المجتمع وتوصلت الدراسة الى انه لا يوجد مفهوم محدد وقاطع للمسؤولية المجتمعية يكتسب القوة الإلزامية القانونية سواء المحلية أو الدولية وبذلك تظل المسؤولية المجتمعية في جوهرها اختيارية ومعنوية، وتستمد قوتها وقبولها وانتشارها من طبيعتها الطوعية الاختيارية وأن الشركة المصرية للتكرير تعد من الشركات الفاعلة في هذا المجال حيث لديها إدارة متخصصة في مجال المسؤولية المجتمعية تقدم حزمة من برامج المسؤولية المجتمعية بناء على احتياجات المجتمع المحلي والتي اثرت بشكل فعال على تنمية المجتمع المحلي بالشراكة مع جميع الأطراف المعنية بتنمية المجتمعات .

الكلمات المفتاحية: المسؤولية المجتمعية-تنمية المجتمع المحلي- التنمية المستدامة -الاستدامة الاجتماعية- التخطيط التشاركي

Abstract

The main objective of this study is to highlight the evolution of the concept of corporate social responsibility referring to ERC experience in this area ,the main problem of this topic is to know the experience of ERC CSR , this study is based on two pillars: the first is dedicated to the evolution of the concept of corporate social responsibility. The second pillar is dedicated to finding out the progress of the ERC in this aspect and its impact on the development of the local community The survey was used as a tool to collect data on the subject matter of the study by applying to the social responsibility workers of the ERC and a sample of beneficiaries of the company's CSR programs to identify the dimensions of the CSR of the ERC and its impact on community development. Finally, the CSR of the companies has become a prerequisite for community development through various community contributions. And there is no definite concept for CSR and proliferation derive from its voluntary, optional, and moral. The ERC is one of the leading companies in this area, with a CSR department offering a package of CSR programs based on community needs that have effectively affected community development in partnership with all community development stakeholders.

Key words: Social Responsibility- Sustainability development – Social sustainability –Local community development – Participatory planning

الفهرس

المحتوي	الصفحة
القسم الأول: الإطار النظري للبحث	
1/1 مقدمة الدراسة	4
2/1 أهمية الدراسة	4
3/1 مشكلة الدراسة	4
4/1 تساؤلات الدراسة	4
5/1 حدود الدراسة	4
6/1 مصطلحات الدراسة	5-8
7/1 الدراسات السابقة	8-12
8/1 التعليق على الدراسات السابقة	12
9/1 أهداف الدراسة الحالية	13
القسم الثاني: الدراسة التطبيقية	
1/2 معرفة الشركة المصرية للتكرير بالمسؤولية المجتمعية	14
2/2 مجالات وبرامج وروى المسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير	15-16
3/2 معايير الأداء التي تلتزم بها الشركة في تنمية المجتمع	17-23
4/2 وضع الشركة في السوق المصري لدعم المسؤولية المجتمعية	24
5/2 تقييم أعمال المسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير من وجهة نظر المستفيدين	25
5/2 1/ مدى رضا المستفيدين عن خدمات المسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير	26
5/2 2/ مدى تأثير خدمات المسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير على حياة المستفيدين	27
5/2 3/ توصيات واقتراحات المستفيدين من أنشطة المسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير	27-28
3 / 1/ النتائج	29-33
3 / 2/ التوصيات	34-35
المراجع	36-37

فهرس الجداول

الصفحة	المحتوي
15	جدول رقم (1) مدى وجود إدارة مختصة بالمسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير
15	جدول رقم (2) جوانب المسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير
15	جدول رقم (3) مستوي الأهمية لمجالات المسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير
17	جدول رقم (4) مدى وضوح الرؤية لدى الشركة تجاه مجالات المسؤولية المجتمعية
20	جدول رقم (5) الأسباب التي تدفع الشركة الى تبني ممارسات المسؤولية المجتمعية
21	جدول رقم (6) فوائد الحد من التأثير البيئي في إطار المسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير
21	جدول رقم (7) المشاكل المتعلقة بتطوير مبادرات المسؤولية المجتمعية من قبل الشركة
21	جدول رقم (8) التدابير البيئية التي اتخذتها الشركة في إطار المسؤولية المجتمعية
22	جدول رقم (9) تدابير المسؤولية المجتمعية للشركة تجاه الرعاية الاجتماعية والحوكمة
22	جدول رقم (10) المسؤولية المجتمعية للشركة تجاه التنمية الاقتصادية
23	جدول رقم (11) مجالات خدمات الشركة في تنمية المجتمع المحلي
23	جدول رقم (12) الفئات الاولى بالرعاية بالمجتمع المحلي الذي تستهدفه الشركة
25	جدول رقم (13) مجالات نجاح الشركة في السوق المصري لدعم المسؤولية المجتمعية
26	جدول رقم (14) وسائل معرفة المستفيدين بخدمات المسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير
26	جدول رقم (15) نوعية خدمات المسؤولية المجتمعية التي تلقها افراد عينة الدراسة
26	جدول رقم (16) طريقة الحصول على خدمات المسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير
27	جدول (17) مستوى رضا المستفيدين عن خدمات المسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير
27	جدول (18) مدى تأثير خدمات المسؤولية المجتمعية للشركة على حياة المستفيدين من تلك الخدمات

القسم الأول الإطار النظري للبحث

1-1 مقدمة البحث:

أصبح دور مؤسسات القطاع الخاص محوريا في عملية التنمية، وقد أدركت مؤسسات القطاع الخاص أنها غير معزولة عن المجتمع، وتنبهت إلى ضرورة توسيع نشاطاتها لتشمل ما هو أكثر من النشاطات الإنتاجية، وإلى ضرورة الأخذ بعين الاعتبار الأضلاع الثلاثة التي يعرفها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة وهي النمو الاقتصادي والتقدم الاجتماعي وحماية البيئة وهو ما يسمى بالمسؤولية المجتمعية للشركات التي أصبحت احد العناصر الرئيسية المشاركة في إستراتيجيات واقعية وفعالة لتنمية المجتمعات والتي تسعى الشركة المصرية للتكرير بتطبيقه تجاه المجتمع المحيط بمشروع الشركة من أجل تحقيق مساهمة فاعلة في تنمية تلك المجتمعات المحلية .

1-2 أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في:

- لقاء الضوء على مفهوم المسؤولية المجتمعية للشركات ودورها في تنمية المجتمع وخاصة المجتمعات المحلية.
- رصد تجربة الشركة المصرية للتكرير في المسؤولية المجتمعية كنموذج مساهم في تنمية المجتمع المحلي.
- معرفة مدى تأثير برامج المسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير على تنمية المجتمع المحلي.
- استخلاص التوصيات والدروس المستفادة من رصد تجربة الشركة المصرية للتكرير في المسؤولية المجتمعية ونشرها بين الفاعلين والمهتمين بهذا المجال

1-3 ويمكن تلخيص المشكلة البحثية كالتالي:

إن اجراء بحث تطبيقي يقف على تحديد وبيان أثر المسؤولية المجتمعية على تنمية المجتمع المحلي وقياس أبعادها يعد مطلباً جديراً بالاهتمام وذلك من خلال رصد تجربة واقعية لمعرفة الدروس المستفادة والتوصيات التي من الممكن تقديمها للمهتمين بهذا المجال بالإضافة انه وبالرغم من أهمية موضوع المسؤولية المجتمعية للشركات إلا اننا نجد ان الدراسات والأبحاث في هذا المجال تكاد تكون قليلة لتقييم دور المسؤولية المجتمعية وأثرها على تنمية المجتمع المحلي.

وتأسيسا على ما سبق يمكن صياغة مشكلة البحث في التساؤلات الآتية:

1-4 تساؤلات البحث:

التساؤل الرئيسي

- ما هو دور المسؤولية المجتمعية في تنمية المجتمع بالتركيز على تنمية المجتمع المحلي؟

التساؤلات الفرعية:

- ما هو مفهوم المسؤولية المجتمعية وعلاقته بتنمية المجتمع؟
- ماهي برامج المسؤولية المجتمعية التي تطبقها الشركة المصرية للتكرير في تنمية المجتمع المحلي؟
- ما هو إثر تلك البرامج على تنمية المجتمع المحلي؟
- ما هي الدروس المستفادة والتوصيات التي من الممكن استخلاصها من تطبيق الشركة المصرية للتكرير لبرامج المسؤولية المجتمعية؟

1-5 حدود الدراسة:

الحدود المكانية: الشركة المصرية للتكرير - مجمع شركات البترول بمسطرد القليوبية - جمهورية مصر العربية

الحدود الزمانية: سوف يتم تطبيق الدراسة خلال عام (2021-2022)

الحدود الموضوعية: اثر المسؤولية المجتمعية في تنمية المجتمع بالتطبيق على الشركة المصرية للتكرير .

1-6 مصطلحات الدراسة:

Sustainability development	التنمية المستدامة
Social sustainability	الاستدامة الاجتماعية
Local community development	تنمية المجتمع المحلي
Participatory planning	التخطيط التشاركي
Social Responsibility	المسؤولية المجتمعية

التنمية المستدامة ((Sustainability development))

عرف تقرير برونتلاند الذي أصدرته اللجنة الدولية للبيئة والتنمية في عام 1987 بعنوان "مستقبلنا المشترك" التنمية المستدامة بأنها 'التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون أن يعرض للخطر قدرة الأجيال التالية على إشباع احتياجاتها'.

الاستدامة الاجتماعية ((Social sustainability))

وفقاً لمجلس غرب أستراليا للخدمات الاجتماعية "تحدث الاستدامة الاجتماعية عندما تكون العمليات الرسمية وغير الرسمية؛ والأنظمة؛ والبنى؛ والعلاقات داعمة فاعلة لقدرة الأجيال الحالية والمستقبلية لخلق مجتمعات صحية وقابلة للحياة. المجتمعات المستدامة اجتماعياً محققة للمساواة، والتنوع، والترابط، والديمقراطية، وتوفر جودة جيدة للحياة.

تنمية المجتمع المحلي ((Local community development))

يشير "جامع محمد"، 2011، في علم الاجتماع الريفي والتنمية الريفية السكان الريفيون والبطالة الى ان تنمية المجتمعات المحلية عبارة عن العملية المصممة لإيجاد الظروف الخاصة بتشجيع وتحقيق التقدم الاجتماعي للمجتمع لي كافة عن طريق الاشتراك الحيوي الفعال لسكان المجتمع المحلي والاعتماد إلى أقصى حد ممكن على البواعث الاجتماعية والمبادرة الجماعية والابتكار البناء لهؤلاء السكان وعرف جهاز بناء وتنمية القرية، وزارة التنمية المحلية، شروق التنمية المحلية على انها عملية تغيير ارتقائي مخطط للنهوض الشامل بمختلف نواحي الحياة اقتصادي واجتماعياً وثقافياً وبيئياً يقوم بها اساساً أبناء المجتمع المحلي بنهج ديمقراطي وبكتائف المساعدات الحكومية بما يحقق تكافؤ نواحي النهوض من جهة وتكافؤ المجتمع النامي مع المجتمع القومي الكبير من جهة أخرى.

كما عرفت هيئة الأمم المتحدة عام 1963 التنمية الاجتماعية بأنها عملية تستهدف تطوير وتنمية قدرات أهالي المجتمع المحلي بواسطة الدعم الفني والمالي الحكومي والأهالي بهدف العمل مع المواطنين من خلال ثقافتهم بما يؤدي إلى تحقيق العمل الإنمائي من الداخل.

التخطيط التشاركي ((Participatory planning))

عرف P Cole. Dodge Gavin. Bennett التخطيط التشاركي بأنه نظام يتضمن مشاركة أصحاب المصلحة في العملية التخطيطية بتبادل الأفكار معاً وتجميعها تمهيداً لصياغتها في إطار خطة عمل قابلة للتنفيذ، حيث يضمن مشاركة المتخصصين مع تمكين أصحاب المصلحة من أجل تحقيق أقصى قدر من الأداء وتحسين نتائج العملية التخطيطية . كما أشار Fisher. etal للتخطيط التشاركي على أنه عملية تهدف إلى معالجة قضية معينة أو مشكلة ما بقصد حلها أو استثمارها بنجاح من خلال الجهود التعاونية لأصحاب المصلحة والمشاركة في التخطيط حيث انها عملية هامة لبناء رأس المال الاجتماعي.

المسؤولية المجتمعية Social Responsibility**تمهيد:**

تعتبر المسؤولية المجتمعية للشركات بمختلف مضامينها ومعاييرها من المتطلبات الضرورية التي يجب أن تلتزم بها منظمات الاعمال المعاصرة لتحقيق الاداء المطلوب، وكذا الالتزام تجاه مختلف أصحاب المصلحة وإشراكهم وإرضائهم، لذلك فإن المؤسسة ليست مخيرة في تبني المسؤولية المجتمعية وإنما هي ملزمة بذلك، نتيجة عدد من العوامل أبرزها تحقيق

الاداء، البقاء والنمو، وأيضا لتتماشى مع مختلف القوانين والتشريعات والمعايير التي تفرضها الهيئات الدولية والوطنية في هذا المجال، وكذا للاستجابة لتحديات الحاضر ورهانات المستقبل فعلى سبيل المثال ظهور جائحة كورونا وتأثيراتها على مختلف الدول والمجالات والقطاعات . المسؤولية المجتمعية تعد من المفاهيم الحديثة التي برزت انطلاقا من النصف الثاني من القرن العشرين، وجذبت اهتمام الباحثين في مجال إدارة الأعمال، وتطورت لتصبح هدف وميزة تسعى المنظمات لتبنيها واكتسابها، كما تدرجها في تقاريرها السنوية حول أدائها البيئي والاجتماعي والاقتصادي.

وعند البحث في مفهوم المسؤولية المجتمعية نجد تعدد للمصطلحات والمفاهيم ويشير الباحث الى عدد من تلك التعريفات كالتالي:

ورد مصطلح "المسؤولية الاجتماعية لأول مرة لعام 1923 م، حين أشار (شالدون) إلى ان مسؤولية أي منظمة هي بالدرجة الأولى مسؤولية اجتماعية، وأن بقاء أي منظمة واستمرارها يحتم عليها أن تلتزم وتستوفي مسؤوليتها الاجتماعية عند أدائها لوظائفها المختلفة.

وأشار **Howard Bowen** الى تعريفها في كتابه " المسؤولية الاجتماعية لرجال الاعمال والصادر عام 1953 على انها " التزام من قبل رجال الاعمال ومنظماتهم في ان يرسموا تلك السياسات، وان ينجزوا تلك القرارات، وان يسلكوا كل السبل الممكنة من اجل انجاز وتحقيق اهداف معينة وقيم مرغوبة وتوقعات منتظرة لأفراد المجتمع.

كما عرّف **لورد هولم وريتشارد واتس** المسؤولية الاجتماعية للشركات أو (CSR) في منشور مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة الذي حمل عنوان «التحليّ بحُسن الإدراك للأعمال التجارية» على أنها «الالتزام المستمر للأعمال التجارية بسلك سلوك أخلاقي والمساهمة في التنمية الاقتصادية وفي الوقت ذاته تحسين نوعية حياة القوى العاملة وأسرههم وكذلك المجتمع المحلي والمجتمع ككل». وهناك تعريف آخر كتب في عام 1975 بواسطة **Elias & Epstein** ، حيث عرف CSR بأنها الإفصاح عن بعض أعمال المؤسسة، فيما يتعلق بالأنشطة الاجتماعية من ناحية أدائها أو تأثيرها في المجتمع.

تعريف **المفوضية الأوروبية للمسؤولية الاجتماعية** "هي مسؤولية المنظمة أمام تأثيرات نشاطها على المجتمع، وللقيام بهذه الوظيفة ينبغي على المنظمة احترام القوانين، والقواعد التنظيمية والمعاهدات التي أبرمتها مع مختلف الأطراف، وحتى تؤدي المؤسسة هذه الوظيفة بشكل جيد يفترض أن تدخل في شراكات محدودة مع مختلف الأطراف وتحديد المسار الموجه نحو إدراج اهتمامات المنظمة للمسائل الاجتماعية والبيئية والأخلاقيات واحترام حقوق الإنسان والمستهلك سواء في أنشطتها التشغيلية أو في وضعها لإستراتيجيتها.

تعريف **منظمة الأيزو للمسؤولية الاجتماعية** "المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تعبر عن مسؤوليتها اتجاه تأثير القرارات والأنشطة التي تقوم بها على البيئة والمجتمع والتي تنعكس في سلوك خلقي من خلال: - التنمية المستدامة بما فيها الصحة ورفاهية المجتمع. - الأخذ بعين الاعتبار ما تتوقعه المجموعات الضاغطة. - احترام القوانين مع مراعاة المعايير الدولية. - جعلها ضمن ثقافة المنظمة وعلاقاتها "

تعريف **المجلس العالمي للأعمال من أجل التنمية المستدامة** "المسؤولية الاجتماعية للشركات هي التزام مؤسسات الأعمال المتواصل بالسلوك الأخلاقي وبالمساهمة في التنمية الاقتصادية وفي الوقت ذاته تحسين نوعية حياة القوى العاملة وأسرها فضلاً عن المجتمعات المحلية والمجتمع عامة"

تعريف **المنتدى الدولي لقادة الأعمال** "تعني المسؤولية الاجتماعية للشركات ممارسات الأعمال التجارية المتسمة بالانفتاح والشفافية والقائمة على مبادئ أخلاقية، واحترام الموظفين، والمجتمع، والبيئة. وصُمِّمت تلك المسؤولية لإتاحة قيمة مستدامة للمجتمع عامة، إضافة إلى المساهمين"

تعريف **الغرفة التجارية الدولية** "الالتزام مؤسسات الأعمال الطوعي بإدارة أنشطتها على نحو مسئول"

وبالنظر الى التعريفات السابقة يمكن القول انه حتي وقتنا الراهن لم يتم تعريف المسؤولية المجتمعية بشكل محدد وقاطع يكتسب بموجبه قوة الزامية وطنية ودولية ولا تزال هذه المسؤولية فى جوهرها ادبية ومعنوية اي انها تستمد قوتها وانتشارها من طبيعتها الطوعية الخيرية ومن هنا فقد تعددت صور المبادرات والفاعليات بحسب طبيعة البيئة المحيطة ونطاق نشاط الشركة واشكاله وما تتمتع به كل شركة من قدرة مالية وبشرية وهذه المسؤولية بطبيعتها ليست جامدة بل لها صفة الديناميكية والواقعية وتتصف بالتطور المستمر كي تتواءم بشكل سريع وفق مصالحها وحسب المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والاجتماعية ويمكن التفريق هنا بين اتجاهين لمفهوم المسؤولية المجتمعية الاتجاه الاول يري ضرورة وجود اطار تنظيمي للمسؤولية المجتمعية والزام الشركات بضوابط تنظيمية من قبل الدولة من خلال تعليمات ومواثيق مثل ما هو الحال فى (المانيا ، فرنسا ، بريطانيا ، هولندا) في حين ينظر الاتجاه الثاني الى المسؤولية المجتمعية على انه نشاط طوعي لا يتطلب قوانين او ضوابط تنظيمية او قواعد محرمة تلزم الشركات بمسؤولياتها تجاه المجتمع كون المسؤولية تطوعية حيث سيؤدي وضع الضوابط الى مزيد من البيروقراطية اضافة الى ان تلك الضوابط والقواعد تجعل الشركات تلتزم بما هو مطلوب منها فقط دون زيادة

وبناء على ما سبق تتبني الدراسة مفهوم للمسؤولية المجتمعية يشير الى أن المسؤولية المجتمعية للشركات هي "التزام طوعي بين شركات القطاع الخاص تجاه المجتمع تسعى من خلاله إلى تقوية الروابط بينها وبين المجتمع المحلي وأصحاب المصلحة من جهة والعاملين بها من جهة أخرى من خلال ما تقدمه من خدمات اجتماعية واقتصادية وبيئية والذي يعزز مكانتها في أذهان المستهلكين واصحاب المصلحة والعاملين والمجتمع بشكل عام وينعكس على نجاحها وتحسين أدائها المستقبلي بشكل يحقق التنمية المستدامة للمجتمع ووفقاً للتعريف السابق يمكن تقسيم أنواع المسؤولية الاجتماعية للشركات الى عدة أقسام منها المسؤولية الخارجية نحو تقدم المجتمع ككل ممثلاً في مساهمة الشركة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والحفاظ على البيئة، والمسؤولية الاجتماعية الداخلية للشركة تجاه العاملين بها وعائلاتهم ممثل في ذلك الجهد من الشركة لتحسين الظروف المعيشية لهم وأخيراً المسؤولية المجتمعية للشركة نحو المجتمع المحلى المحيط بالشركة وهو ما تتبناه تلك الدارسة الحالية بصفة خاصة، حيث ترى الدراسة أنه على الشركات في المجتمع المصري مسؤولية مجتمعية نحو ذلك المجتمع يمكن أدائها طوعاً ودون إجبار أو تحديد من الحكومة أو من المسؤولين عن الوحدات المحلية، ولكن تكون بالمشاركة مع كافة الأطراف الفاعلة في هذا المجتمع وبما يحقق دفعة للتنمية المحلية كما هو الحال في نموذج ممارسات الشركة المصرية للتكرير في مجال المسؤولية المجتمعية.

ونخلص مما سبق يتضح أن المسؤولية المجتمعية أصبحت ضرورة للشركات في الوقت الراهن وفى ظل الظروف التي تمر بها الدولة لابد للشركات أن تعترف بتلك المسؤولية وتقوم بتقديمها في إطارها الصحيح وخاصة للمجتمع المحلى وبما يخدم أهداف التنمية المحلية حيث أن ذلك يعتبر استفادة متبادلة بين الشركات والمجتمع المحلى، فضلاً عن أن تلك الاستفادة يجب تقنينها وتحديدها لتكون موجهة لخدمة أهداف التنمية المحلية و أن تتماشى مع سياسات وخطط الدولة ولكي تحقق الشركات علاقة جيدة مع المجتمع المحلي من خلال برامجها للمسؤولية المجتمعية يوجد العديد من الأسس التي يجب ان تلتزم بها تلك الشركات تتمثل في :

الأساس الأول: ضرورة إيمان الشركة بأهمية إقامة العلاقات مع المجتمع المحلي بالمحيط بها حيث لا يمكن إن تكون هذه العلاقة جيدة ووطيدة في حل عدم اقتناع الشركة بجدوى إقامة مثل هذه العلاقة. ومن ثم فإن الخطوة الأولى التي تكفل هذه العلاقة البقاء والاستمرار هي اقتناع الشركة بأهميتها وفاعليتها وهذا الموقف يعتمد على طبيعة عمل الشركة وإمكانياتها والمشكلات التي تتعرض لها.

الأساس الثاني: عند عدم اقتناع الشركة بأهمية قيام علاقة وطيدة بمجتمعها المحيط فأنها لابد أن تترجم هذه العلاقة إلى سياسات ملموسة تحدد ما يجب وما لا يجب عمله في سبيل إقامة تلك العلاقة. على إن تكون هذه السياسة متماسكة وثابتة

وتأخذ في الحسبان كافة التغيرات والتطورات التي من شأنها التأثير في علاقة الشركة بالمجتمع المحيط مع ضمان وضع تصور للأثر الاجتماعي والبيئي للمنظمة الاقتصادية.

الأساس الثالث: ضرورة معرفة المؤسسات لمجتمعها المحيط الأمر الذي يتطلب دراسة وفهم كامل لذلك المجتمع ومعرفة حالته الاقتصادية والاجتماعية والبيئية والاحتياجات المجتمعية الملحة التي يجب إن تبني عليها برامج المسؤولية المجتمعية لتلك الشركات.

7-1 الدراسات السابقة:

يوجد العديد من الدراسات السابقة التي تناولت إثر المسؤولية المجتمعية على تنمية المجتمع المحلي ومنها على سبيل المثال ما يلي:

الدراسات باللغة العربية

1- دراسة عبد العال فريد، 2020 بعنوان المسؤولية الاجتماعية وتنمية المجتمعات المحلية بالتطبيق على محافظة المنوفية، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية رقم 320، معهد التخطيط القومي، 2020 هدفت هذه الدراسة لقاء الضوء على دور المسؤولية الاجتماعية في التنمية المحلية، مما ينعكس على خلق بيئة متوازنة للاستثمار وتنمية الخدمات المحلية على المستوى المكاني، وذلك وفق النهج التشاركي في عملية التنمية. أجابت هذه الدراسة على سؤال ما مدى قيام الشركات بتبني استراتيجيات أو خطط عمل للمسؤولية الاجتماعية؟ قدمت هذه الدراسة عدة توصيات منها اعداد استراتيجيات واضحة للمسؤولية الاجتماعية، إنشاء إدارة للمسؤولية الاجتماعية بدواوين عموم المحافظات، وبعض الوزارات، والجامعات والمعاهد البحثية.

2- دراسة بولغب وليد، 2020 تحت عنوان واقع وافاق المسؤولية الاجتماعية للشركات - شركة هيونداي لصناعة السيارات نموذجاً، جامعة جيجل، الجزائر، هدفت الدراسة لتسليط الضوء على تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات مع التنويه بتجربة شركة هيونداي لصناعة السيارات في هذا المجال، وتم التوصل في الأخير إلى أن شركة هيونداي تعد رائدة في هذا المجال وأوصت بضرورة نقل ممارساتها للمسؤولية الاجتماعية إلى الجزائر

3- دراسة ممدوح محمد، 2020 بعنوان دور المسؤولية المجتمعية للشركات في تأهيل وتدريب الشباب لسوق العمل، معهد التخطيط القومي، هدفت الدراسة للتعرف على دور القطاع الخاص من خلال مسؤوليته المجتمعية في المساهمة في تقليل الآثار السلبية للفجوة بين مخرجات العملية التعليمية وبين متطلبات سوق العمل وتوصلت الدراسة الى ان هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية معنوية بين التزام الشركة بالمسؤولية المجتمعية وبين مساهماتها في تأهيل الشباب لسوق العمل، وأوصت الدراسة بأهمية العمل على توفير مناخ ملائم لقيام الشركات بنشاطها المجتمعي والعمل على إطلاق استراتيجية قومية مع القطاع الخاص لتأهيل العمالة

4- ورقة سياسة، عبد اللطيف حنان، 2020 بعنوان المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص في مواجهة أزمة كورونا، سلسلة أوراق الازمة، الإصدار 10، معهد التخطيط القومي، وهدفت الورقة إلى الوقوف على الآثار الاقتصادية لأزمة كورونا على شركات القطاع الخاص والإجراءات المتخذة من قبل الدولة لمساندة القطاع الخاص والكيفية التي تعامل بها القطاع الخاص مع هذه الجائحة، ومواطن الضعف في المسؤولية المجتمعية التي كشفت عنها الأزمة، وتوصلت لأهمية قيام القطاع الخاص بمسؤوليته المجتمعية تجاه الازمة واوصت باتخاذ إجراءات من جانب القطاع الخاص تجاه المجتمع والعاملين للمساهمة في احتواء تلك الأزمة.

5- عبد اللطيف حنان وآخرون، 2017، دراسة بعنوان المسؤولية المجتمعية للشركات ودورها في تحقيق التنمية المحلية في مصر، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية رقم 281، معهد التخطيط القومي، وهدفت الدراسة الى التعرف على المفهوم الحديث للمسؤولية المجتمعية والى المؤشرات الدولية لقياسه والى التعرف على معوقات مشاركة الشركات في التنمية المحلية. وتوصلت الدراسة الى ان هناك دور هام للقطاع الخاص في تحقيق التنمية المحلية وأوصت الدراسة بأهمية

التنسيق والتعاون بين القطاع الخاص وقطاعات المجتمع المختلفة لتحقيق التنمية المحلية وأهمية قياس أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات وتحفيز الشركات للقيام بالمسؤولية المجتمعية.

6- دراسة هارون يوسف ، حماد فاطمة ، بعنوان **تطبيق محاسبة المسؤولية الاجتماعية ودوره في تحقيق الاهداف الاقتصادية والاجتماعية للشركات** "دراسة حالة الشركة السودانية للاتصالات- سودا تيل ،جامعة العلوم والتكنولوجيا بالسودان، 2015، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تطبيق محاسبة المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحقيق الاهداف الاقتصادية والاجتماعية في الشركة السودانية للاتصالات . وتوصلت الدراسة الي ان المختصين في الشركة لهم معرفة بمفهوم محاسبة المسؤولية الاجتماعية، وأنها تطبق محاسبة المسؤولية الاجتماعية بدرجات متفاوتة، كما تقدم البحث بمجموعة من التوصيات من اجل تعزيز تطبيق محاسبة المسؤولية المجتمعية في الشركة.

7- استراتيجية وزارة الاتصالات المصرية ، 2014 تحت عنوان **استراتيجية المسؤولية المجتمعية في قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات** والتي أشارت الى تولى الوزارة اهتماما للفئات الأولى بالرعاية والتي تشمل الفقراء، وكبار السن، وذوى الإعاقة، والمرأة المعيلة لذا تبنت الوزارة بالتعاون مع كافة الشركاء داخل قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، تطوير استراتيجية للمسؤولية المجتمعية للقطاع ككل، تعمل بمثابة إطار عام وتوجهات استراتيجية، وتهدف في مجملها لتعظيم الأثر من المشروعات التي تنفذ في إطار المسؤولية المجتمعية، كما توصي بتنظيم المناقشات الجارية والمستقبلية حول المسؤولية المجتمعية مع الجهات المعنية بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات،

8- دراسة الزريقات خالد ، 2012 بعنوان **أثر التوجه الإستراتيجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية دراسة تطبيقية علي المصارف التجارية الأردنية**، جامعة الاسراء الخاصة، الأردن ، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر التوجه الإستراتيجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية الأردنية، ورصدت الدراسة واقع المسؤولية المجتمعية للمصارف الاردنية وتوجهاتها. وأوصت الدراسة بضرورة العمل على إيجاد ثقافة تنظيمية تعزز أبعاد التوجه الإستراتيجي في المستويات العليا المرغوب بها، من خلال تطوير مهارات العاملين وتوفير رؤية للارتقاء بهذه الاستراتيجية لقطاع المصارف وأهدافه،

9- دراسة مجلس المسؤولية المجتمعية بالرياض ، 2010 عن **واقع برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات بمدينة الرياض** ،سلسلة تطوير المسؤولية الاجتماعية للشركات، والتي هدفت الى رصد واقع برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات بمدينة الرياض وأجرت الدراسة تطبيقا عمليا على مجموعة من الشركات في مدينة الرياض وتوصلت الدراسة الى مفهوم للمسؤولية الاجتماعية ومفهوم التنمية المستدامة واهم القضايا الأساسية لتدعيم المسؤولية الاجتماعية للشركات وتجاربها وأوصت الدراسة الى تشجيع الاستمرار في سياسات التوظيف والتأهيل ، دعم برامج المشاريع الصغيرة ودعم الجمعيات الخيرية لتوفير الرعاية الصحية لكبار السن ودعم برامج الاسر المنتجة

10-دراسة الحمدي، فؤاد محمد حسين وجعل، ماجد مبخوت ، ٢٠٠٩، بعنوان **(مدى إدراك المدراء لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والانشطة المترتبة عليها)** هدفت هذه الدراسة الى التعرف على مدى إدراك المديرين العاملين في المنظمات الصناعية اليمنية لمفهوم وأهمية المسؤولية الاجتماعية وممارستها. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود شعورا إيجابيا لدى أغلب أفراد العينة نحو منظماتهم من شأنه تعزيز مسؤوليتها الاجتماعية تجاه كافة أصحاب المصالح من عاملين ومستهلكين ومجتمع. كما أوصت الدراسة بضرورة إدراك المنظمات الصناعية اليمنية بشكل أفضل أن تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية له مردود إيجابي عليها.

11- كتاب الغالبي طاهر، العامري صالح، 2005، بعنوان **المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال (الأعمال والمجتمع)**، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، تناول موضوع المسؤولية الاجتماعية من خلال مجموعة من المباحث تناولت مفهوم المسؤولية المجتمعية ، تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية تاريخيا ومناهج دراسة المسؤولية الاجتماعية ، والمسؤولية المجتمعية والمعارضون لها، البحوث والدراسات في ميدان المسؤولية الاجتماعية .

الدراسات باللغة الإنجليزية:

1. Emerald Group Publishing, 2021, **Earnings management, financial performance, and the moderating effect of corporate social responsibility: evidence from France,**

هدفت الدراسة للتعرف على فيما إذا كانت المسؤولية الاجتماعية للشركات لها تأثير معتدل على تأثير إدارة الأرباح على الأداء المالي. أظهرت النتائج أنه من المهم اكتشاف كيف يمكن للمسؤولية الاجتماعية للشركات أن تؤثر على العلاقة بين إدارة الأرباح والأداء المالي، وأوصت بأن ضرورة تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال إدارة الأرباح بشكل لا يؤثر على الأداء المالي

2. Mauricio Andrés ,2019, International Journal of Corporate Social Responsibility, **A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility,**

هدفت الورقة لتقديم منظور تاريخي مميز لتطور المسؤولية الاجتماعية للشركات كنموذج مفاهيمي. وتظهر النتائج أن فهم مسؤولية الشركات قد تطور من مجرد تحقيق الربح ليشمل مجموعة أوسع من المسؤوليات إلى الاعتقاد الأخير بأن المسؤولية الأساسية للشركات يجب أن تولد قيمة مشتركة، مع تغيير التوقعات الاجتماعية لسلوك الشركات تغير مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات أيضًا لتواكب هذه التوقعات وأوصت بأن المسؤولية الاجتماعية للشركات لا تزال ذات صلة في الأدبيات الأكاديمية ويمكن توقع أن تظل جزءًا من مفردات الأعمال على الأقل على المدى القصير

3. , Jacob Dahl Rendtorff, Jacob, Dahl Rendtorff,2019, **Philosophy of Management and Sustainability: Rethinking Business Ethics and Social Responsibility in Sustainable Development,**

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد مبادئ المسؤولية والاستدامة في إطار نظرية أصحاب المصلحة وأخلاقيات العمل "الشركة كموطن صالح" مع تطبيق محتمل لأخلاقيات الإدارة العامة في أخلاقيات العمل والإدارة العامة وتوصلت لآطار مفاهيمي عن "الاستدامة" و "المسؤولية الاجتماعية للشركة" ، واوصت بتضمين المسؤولية الاجتماعية وتطبيقها ضمن أخلاقيات العمل في الإدارة الاستراتيجية والمجالات الملموسة في بيئة العمل .

4. Mavis Amo-Mensah, Ralph Trench ,2018, **The Critical State of Corporate Social Responsibility in Europe,**

هدفت الدراسة الى فحص الحجج النظرية حول العلاقة بين السياق العالمي والمسؤولية الاجتماعية للشركات، بالنظر إلى دور سلوك الشركات المسؤول في بيئة عالمية وتوصلت للفتاوت بين السياق العالمي وبين تطبيقات المسؤولية الاجتماعية بأوروبا واوصت الدراسة بعدة رؤى لمواصلة النقاش حول فائدة الموازنة بين المتطلبات المحلية والعالمية في إجراءات المسؤولية الاجتماعية للشركات. وقدمت نهجًا جديدًا لتقييم النوايا الحقيقية للشركات ودوافعها بشأن المسؤولية الاجتماعية

5. Archie B. Carroll, Jill A. Brown,2018, **Corporate Social Responsibility, A Review of Current Concepts, Research, and Issues,**

هدفت الدراسة الى تقديم لمحة عامة عن المسؤولية الاجتماعية للشركات. ومراجعة تطور المفهوم بما في ذلك استكشاف معنى الموضوع والأطر ذات الصلة. وتوصلت للمفاهيم ذات الصلة بالمسؤولية الاجتماعية مثل أخلاقيات العمل، وإدارة أصحاب المصلحة، والاستدامة ، ومواطنة الشركة ، وخلق القيمة المشتركة ، والرأسمالية الواعية ، بأن موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات لا يزال على مسار تصاعدي ومستدام في كل من التنمية المفاهيمية والممارسة واوصت بتضمين تلك المفاهيم عند تناول موضوع المسؤولية الاجتماعية.

6. Lukman Raimi,2018, **Redefining Corporate Social, Chapter, Reinventing CSR in Nigeria: Understanding Its Meaning and Theories for Effective Application in the Industry,**

الغرض من هذه الدراسة هو إعادة صياغة المسؤولية الاجتماعية للشركات في نيجيريا من خلال فهم أعمق لمعنى ونظريات هذا المفهوم لتطبيقه بشكل أفضل في الصناعة. وتوصلت الدراسة الى أن هناك معاني مختلفة للمسؤولية الاجتماعية للشركات في الأدبيات التي تمت مراجعتها، وأوصت بأن الفهم والتطبيق الأفضل لنظريات المسؤولية الاجتماعية للشركات من شأنه أن يعزز البحث المفاهيمي والنظري والتجريبي في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات.

7. Alexander V. Laskin, 2018, **The third-person effects in the investment decision making: a case of corporate social responsibility.**

الغرض من هذه الورقة هو تطبيق نظرية (تأثيرات الشخص الثالث) على دراسة اتصالات المسؤولية الاجتماعية للشركات. تظهر نتائج الدراسة أنه في حين أن الناس يدعمون بشكل فردي سلوكيات الشركات المسؤولة اجتماعياً، فإنهم يرون أن هناك من هو أقل دعماً لمثل هذه السلوكيات، كما أنهم يعتبرون أن احتمال تشجيع الآخرين لمثل هذه السلوكيات من خلال العمل أقل احتمالاً. وأن توقعات وتصورات المسؤولية الاجتماعية للشركات تؤثر بشكل كبير على سمعة الشركة وأوصت بأن يصبح التواصل بشأن المسؤولية الاجتماعية للشركات مهماً لأنه يشكل هذه التصورات والتوقعات

8. Arisleidy Terrero-De La Rosa & others, 2017, **Corporate Social Responsibility and Corporate Governance, Chapter: Corporate Social Responsibility Practices and Programs as a Key Strategic Element in Organizational Performance.**

الغرض الرئيسي من هذه الدراسة هو تحليل تأثير ممارسات وبرامج المسؤولية الاجتماعية للشركات على أداء الموظفين في مجال الموارد البشرية في بورتوريكو. ووجدت الدراسة أعلى علاقة إيجابية في برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات وأداء الموارد البشرية للموظفين مقارنة بممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات وأداء الموارد البشرية للموظفين وأوصت الدراسة بالآثار الهامة لاستخدامات المسؤولية الاجتماعية للشركات لتعزيز التزام الموظف ورضا المنظمة.

9. Ye Cai, Hoje Jo & Carrie Pan "Doing Well While Doing Bad? CSR in Controversial Industry Sectors" Published: 09 November 2011 Journal of Business Ethics ,

تتناول هذه المقالة العلاقة التجريبية بين القيمة المؤسسية ومشاركة المسؤولية الاجتماعية للشركات في الصناعات المثيرة للجدل، مثل التبغ والمقامرة والكحول ، وكذلك الصناعات التي تتعامل مع القضايا البيئية والاجتماعية والأخلاقية الناشئة ، وهي الأسلحة والنفط والأسمنت والتكنولوجيا الحيوية ، وتجد أن مشاركة الشركات في المسؤولية الاجتماعية للشركات في الصناعات المثيرة للجدل لها تأثير إيجابي على قيمة الشركة بعد التحكم في خصائص الشركات المختلفة. وأوصت باعتبار المسؤولية الاجتماعية للشركات من هذا النوع بشكل عام مهمة حتى لو كانت منتجاتها ضارة بالبشر أو المجتمع أو البيئة.

10. Carol-Ann Tetreault Sirsly, 2009, **75 years of lessons learned: chief executive officer values and corporate social responsibility,**

الغرض من هذه الورقة هو استكشاف كيفية ترجمة قيم وأخلاقيات كبار المديرين التنفيذيين إلى ما نسميه الآن المسؤولية الاجتماعية للشركات من منظور أصحاب المصلحة في الشركة. وتوصلت لوجود علاقة بين المستوى القيمي والأخلاقي للمديرين وبين مسؤوليتهم الاجتماعية استجابة لتوقعات أصحاب المصلحة من المسؤولية الاجتماعية للشركات وتوصلت الى ضرورة العمل المبكر لعلماء الإدارة لربط اتخاذ القرارات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات بالعمليات التنفيذية.

8-1 التعليق على الدراسات السابقة:

باستعراض الدراسات السابقة نجد ان بعضها تحدث عن مفهوم المسؤولية المجتمعية واتجاهاتها ومجالات تطبيقها واهم المعوقات التي تواجه تطبيقها مع رصد لبعض التجارب المحلية والإقليمية والدولية في مجال المسؤولية الاجتماعية مع توصيات تساهم في ارشاد منظمات الاعمال والأطراف المعنية بالمسؤولية الاجتماعية على كيفية نشر مفهوم المسؤولية

المجتمعية والدعوة لتطبيقها بما يتماشى مع احتياجات الجمهور المستهدف منها وأهمية تقييم الأداء لتلك المنظمات في مجال المسؤولية المجتمعية من أجل ترسيخ وتطوير ممارسات الخاصة بها داخل وخارج تلك المنظمات .

وقد تم اختيار الدراسات والبحوث الأكثر ارتباطاً بموضوع البحث مع مراعاة الحداثة، وتحليل البيانات المتوفرة تمكن الباحث من الاستفادة بالآتي:

- جمع الإطار النظري وجمع المعلومات، وتحديد المتغيرات واختيار منهج الدراسة وإجراءاتها والأساليب الإحصائية، والتعرف على كيفية تحليل الأبعاد الخاصة بمحاور ومتغيرات الدراسة.
 - تسليط الضوء على مفهوم المسؤولية المجتمعية كمفهوم متنامي وصاعد وإبراز أهمية المسؤولية المجتمعية للشركات ودورها في تنمية المجتمع المحلي كمساهمة مقصودة ومخططة تساهم في المشاركة في عملية التنمية على المستوى القومي والإقليمية والدولي.
 - التعرف على التجارب الدولية والإقليمية والقومية في مجال المسؤولية المجتمعية والتحديات التي تواجهها وسبل تطوير منظمات الأعمال لأدائها في المسؤولية المجتمعية مما ينعكس إيجابياً على المجتمع
 - اعداد اهداف الدراسة وأهميتها والمناهج المستخدمة في تطبيقها، كما أفادت الدراسات السابقة الدراسة الحالية في اعداد صياغة التساؤلات البحثية
- ولتحديد الفجوة البحثية سوف يقوم الباحث بعرض اهداف الدراسات السابقة ونتائجها بالمقارنة مع اهداف الدراسة الحالية وتحديد الفجوة بينهم على النحو التالي:

أولاً: اهداف الدراسات السابقة:

- تسليط الضوء على مفهوم المسؤولية المجتمعية وتطورها واتجاهاتها ومدى وعي المواطنين والمعنيين والمسؤولين بهذا المفهوم.
- رصد لتجارب متعددة لمنظمات الأعمال في مجال المسؤولية المجتمعية
- تحديد عوامل التي ينظر اليها على ان محددة لأداء المنظمة في مجال المسؤولية المجتمعية مع تحديد الفجوات ووضع توصيات لتحسين ذلك الأداء

وقد اتفقت هذه الدراسات في نتائجها وكانت كالتالي:

- وضع إطار نظري لمفهوم المسؤولية المجتمعية
- استعراض تجارب المسؤولية المجتمعية من جانبي القصور والتحديات التي تواجهها وعوامل نجاح تلك التجارب
- أهمية التوسع في تطبيق المسؤولية المجتمعية للشركات لما لها من مردود إيجابي على الشركات وعلى المجتمع
- أهمية وضع خطط للمسؤولية الاجتماعية للشركات والتنسيق في تنفيذها مع جميع الأطراف المعنية في مجال تنمية المجتمع
- ضرورة تأهيل وتدريب العاملين في مجال المسؤولية المجتمعية للشركات على المستوى المعرفي والمهاري من أجل زيادة كفاءتهم في تطبيق برامج المسؤولية المجتمعية داخل تلك الشركات

ثانياً: الفجوة البحثية:

- لم يتوصل الدارس الى وجود دراسات سابقة تناولت أثر المسؤولية المجتمعية على تنمية المجتمع المحلي من قبل شركة تعمل في مجال الطاقة لديها قسم للمسؤولية المجتمعية يعمل في نطاق جغرافي محدد ويقوم بتنفيذ تدخلات محددة بناء على تحديد الاحتياجات المجتمعية لسكان ذلك النطاق الجغرافي ويعمل على برامج مسؤولية مجتمعية في مجالات بعينها وهي (برنامج دعم التعليم والمنح الدراسية - برنامج زيادة الدخل والفرص الاقتصادية للمرأة والشباب - برنامج دعم ذوي الاحتياجات الخاصة - برنامج تمكين الشباب)

- لم تتناول الدراسات السابقة دراسة الأثر التنموي على المستهدفين من برامج المسؤولية المجتمعية لشركة بعينها في مجالات متعددة
- عدم وجود دراسات تطبيقية كافية عن برامج المسؤولية المجتمعية داخل مصر
- لم تقم الدراسات السابقة بالإشارة الى مدى مشاركة المستهدفين من تطبيق المسؤولية المجتمعية في تحديد الاحتياجات ووضع الخطط التي تساهم في تلبية تلك الاحتياجات.

1-9 أهداف الدراسة الحالية:

اختلفت الأبحاث والدراسات السابقة في الأهداف وفق طبيعة كل دراسة على حدة وقد استفاد منه الدارس في صياغة المشكلة بأسلوب علمي وتحديدها وتدعيم مشكلة الدراسة من خلال تحديد الفجوة البحثية بين الآليات المستخدمة سابقا والآليات المستخدمة حاليا والمعتمدة على دراسة وتحليل اثر المسؤولية الاجتماعية للشركات على تنمية المجتمع المحلي التي قامت به الشركة المصرية للتكرير بمسطرده كنموذج من نماذج تطبيق المسؤولية المجتمعية بمصر ورصد اثر تطبيق ذلك على سكان المناطق المحيطة بمشروع الشركة مع الوقوف على التحديات التي واجهت تلك التجربة من ناحية وعوامل نجاحها من ناحية اخرى مع وضع توصيات لتحسين أداء الشركة في مجال المسؤولية المجتمعية في المستقبل .

القسم الثاني: الدراسة التطبيقية

تمهيد:

المسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير هي نموذج اعمال الزامي واخلاقي تسعى فيه الشركة لتكون شريكا مجتمعيًا وجار مفضلًا ومسئولًا تجاه نفسها واصحاب المصلحة والجمهور بأتباع أفضل الممارسات المصرية والدولية لإنتاج فوائد اجتماعية واقتصادية وبيئية مباشرة وغير مباشرة للمجتمع تساهم في تحقيق اهداف التنمية المستدامة ورؤية مصر 2030. حيث يعد فهم ومعالجة مصالح واحتياجات المجتمعات التي تعمل بها الشركة (المطرية والخصوص وشرق شبرا الخيمة) وهي المجتمعات المجاورة لمشروع الشركة عنصرًا مهمًا للحفاظ على عمل ناجح ومستدام. وتعمل الشركة مع تلك المجتمعات لفهم أولوياتهم واهتماماتهم حيث إدارة تأثير الشركة على الأشخاص والمجتمع أمر أساسي لكي تكون شركة مسؤولة حيث تتعاون الشركة مع الحكومات وأصحاب المصلحة المحليين والقوميين للاستثمار في البرامج التي تعزز النمو الاقتصادي المحلي وتحسين الظروف الاجتماعية والبيئية لتلك المجتمعات وتأتي المسؤولية المجتمعية التي تنفذ من قبل مكتب التنمية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير الذي انشأته الشركة في عام 2008 خصيصًا لذلك بأشكال عديدة وتشمل خلق الوظائف ، دعم الخدمات العامة، تحسين الرعاية الصحية ، دعم جودة التعليم والتنمية الاجتماعية والاقتصادية ، الحفاظ على البيئة ، وتوفير المزايا الصحية والاجتماعية والوظيفية للعاملين بها ويأتي هذا الجزء لرصد وتحليل وتقييم جهود الشركة في المسؤولية المجتمعية واثرا على تنمية المجتمع المحلي .

ومن اجل انجاز هذا الرصد والتحليل والتقييم فقد تم اتباع الإجراءات التالية:

- تم الاطلاع على أهم التجارب والتقارير والممارسات العالمية في مجال المسؤولية الاجتماعية والتي تتبنى المسؤولية المجتمعية وفقا للمواصفات القياسية للمسؤولية المجتمعية ISO 26000.
- تم تصميم استمارة استبيان تضمنت 7 محاور تتعلق بقياس أنشطة المسؤولية المجتمعية وتنمية المجتمع المحلي من منظور القطاع الخاص ممثلا في الشركة المصرية للتكرير وهو يمثل الجزء الأول من الاستبيان بالإضافة الى قياس مدى تأثير أنشطة المسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير على تنمية المجتمع المحلي وهو الجزء الثاني من الاستبيان.
- الاستعانة بالمنهج الوصفي التحليلي -تحليل المضمون لتحليل نوعية برامج المسؤولية المجتمعية التي تقوم بها الشركة المصرية للتكرير على المستوى الاقتصادي والاجتماعي والبيئي والأخلاقي من اجل تنمية المجتمع المحلية. والوقوف على أثر تنفيذ تلك البرامج على نوعية حياة سكان المجتمعات المحيطة بمشروع الشركة المصرية للتكرير وقد أدى استخدام هذا المنهج للوقوف على نوعية برامج المسؤولية المجتمعية المنفذة من قبل الشركة المصرية للتكرير وأثر تطبيقها على تنمية المجتمع المحلي.

1/2 معرفة الشركة بالمسؤولية المجتمعية:

يتناول هذا الجزء من تحليل استمارة الاستبيان الأسئلة العامة المرتبطة بمعرفة فريق العمل بالشركة المصرية للتكرير بالمسؤولية المجتمعية من حيث وجود إدارة مختصة، شخص مسئول عن جهود ومسؤولية الأنشطة الاجتماعية بهدف التعرف على الاتي:

- مدى وجود إدارة مختصة بإدارة أنشطة وجهود المسؤولية المجتمعية لدى الشركة
- هل يوجد مسئول مختص بالمسؤولية المجتمعية لدى الشركة
- هل يوجد مسئول مختص بالنواحي البيئية واستدامة التنمية لدى الشركة
- هل يوجد تقرير للمسؤولية المجتمعية لدى الشركة
- ما هي جوانب المسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير
- هل تشارك الشركة في مبادرات طوعية للمسؤولية المجتمعية.

يوضح الجدول رقم (1) أبرز نتائج الاستبيان الخاص بتلك الجزئية وتشير الى:

- تتمتع الشركة محل الدراسة بأدارة مختصة بالمسؤولية المجتمعية كما ان لديها إدارة مختصة بالجوانب البيئية
- تقوم الشركة المصرية للتكرير بأصدر تقارير شهرية - ربع سنوية - سنوية عن أنشطة المسؤولية المجتمعية لديها كما أن الشركة تشارك في مبادرات طوعية للمسؤولية الاجتماعية للشركات

جدول (1) مدي وجود إدارة ومسئول مختص بأنشطة وجهود المسؤولية المجتمعية

لا	نعم	
	*	لدى الشركة إدارة مختصة بإدارة أنشطة وجهود المسؤولية المجتمعية
	*	لدى الشركة شخص مسئول عن أنشطة وجهود المسؤولية المجتمعية
	*	هل لدى الشركة مسئول مختص بالمشاكل البيئية واستدامة التنمية؟
	*	يوجد تقرير عن مساهمات الشركة في أنشطة وجهود المسؤولية المجتمعية
	*	هل التقرير السابق يغطي جميع فروع / مواقع / مناطق أعمال الشركة
	*	الشركة تشارك في مبادرات تطوعية للمسؤولية المجتمعية للشركات

- تبين في جدول (2) ان الجوانب الخاصة بالمسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير تتمثل في الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية.

جدول (2) الجوانب الخاصة بالمسؤولية المجتمعية التي تساهم فيها الشركة

لا	نعم	
	*	الجانب الاقتصادي
	*	الجانب الاجتماعي
	*	الجانب البيئي

2/2 مجالات وبرامج ورؤى الشركة في المسؤولية المجتمعية:

اوضحت نتائج الاستبيان ان الشركة لديها مجالات مشاركة متعددة في مجال المسؤولية المجتمعية وان الشركة تمثل لها موضوعات منع التلوث - عدم العنصرية وإساءة المعاملة - زيادة درجة المساواة - مقاومة الفساد - زيادة الرعاية الصحية للجميع - تحقيق حقوق الانسان أهمية بالغة ثم تليها جهود محو الأمية ويبين الجدول (3) مستوى الأهمية لكل مجال من مجالات المشاركة لدى الشركة.

جدول (3) مجالات مشاركة الشركة في المسؤولية المجتمعية

المجال	مستوي الأهمية
مقاومة الفساد	مهم جدا
زيادة درجة المساواة	مهم جدا
جهود محو الأمية	مهم الى حد ما
عدم العنصرية وإساءة المعاملة	مهم جدا
زيادة الرعاية الصحية للجميع	مهم جدا
منع التلوث	مهم جدا

• تقوم الشركة المصرية للتكرير بإعطاء أولوية قصوى للإنفاق على أنشطة المسؤولية المجتمعية حيث يخصص لها ميزانية سنوية بشكل دائم والزامي من إدارة الشركة وتشير نتائج الاستبيان ان حجم الانفاق على أنشطة المسؤولية المجتمعية بالشركة كافي

• توضح نتائج الاستبيان أن برامج المسؤولية المجتمعية التي تتبناها الشركة المصرية للتكرير تعالج المجالات التالية:

تنمية المجتمع المحلي من خلال تنفيذ حزمة برامج تنموية في مجالات متعددة ، مجال تحسين البيئة من خلال إدارة نظام بيئي يراعي الاشتراطات البيئية الدولية والمصرية مع تنظيم حملات للتوعية البيئية بالمدارس ومجال تشغيل الشباب ومجال دعم ذوي الاحتياجات الخاصة ومجال دعم التعليم من خلال تنفيذ مجموعة من المبادرات التعليمية لتقديم الدعم الاقتصادي والطبي للطلاب الاولي بالرعاية ورفع قدرات المعلمين والمساهمة في تحسين أوضاع البيئة المدرسية وتنفيذ برنامج للمنح الدراسية تحت اسم (مستقبلي) لمنح أبناء المجتمعات المحيطة بمشروع الشركة من طلاب التعليم الثانوي المتفوقين الفرصة للالتحاق بأفضل الجامعات ويقدم منح تدريبية لطلاب التعليم الفني لزيادة مهاراتهم للالتحاق بسوق العمل كما قامت الشركة بدعم القطاع الصحي من خلال دعم المؤسسات الصحية. وتقوم الشركة بالمساهمة في مجال زيادة الدخل والفرص الاقتصادية من خلال تنفيذ مبادرة تمكين المرأة لدعم أصحاب المشروعات الصغيرة من السيدات المعيلات اقتصاديا بالإضافة الى برنامج مشروعى لمساندة أصحاب المشروعات الصغيرة من الشباب اقتصاديا.

• وضوح الرؤية حول بعض مجالات المسؤولية المجتمعية:

توضح نتائج الاستبيان التي تتبين في جدول (4) أن الشركة لديها رؤية واضحة حول برامج المسؤولية المجتمعية التي تتبناها وتتضمن:

- وجود وعي تام بمفهوم ودور المسؤولية المجتمعية وذلك من خلال:
- ان الشركة تعتبر المسؤولية المجتمعية أحد الركائز الأساسية لعمل الشركة
- ان الشركة تعمل على تنفيذ التزامها بالمسؤولية المجتمعية في جميع ممارساتها وأنشطتها وتقاريرها.
- لدى الشركة وعي تام بأن المسؤولية المجتمعية تستلزم الانتباه الى البيئة وفي هذا الإطار تقوم الشركة بتنفيذ الآتي:

• ادارة نظام بيئي عالي الكفاءة يلتزم بالقوانين والمعايير والاشتراطات البيئية الدولية والمصرية في المحافظة على البيئة ومنع التلوث

• تطوير البيئة المحيطة بمشروع الشركة والطرق المؤدية لها

• تنفيذ حملات توعية بيئية داخل المدارس للتوعية بأهمية ترشيد الطاقة والمياه والحفاظ على البيئة

• تدريب العاملين بالشركة على أعلى مستوى في مجال الأمن والسلامة والصحة المهنية

• معرفة ان المسؤولية المجتمعية تطلب الاهتمام بالعاملين وتقوم الشركة بالآتي:

- توفير بيئة عمل ملائمة للعاملين لديها
- توفير برامج ودورات تدريبية للعاملين لديها
- توفير التأمين الصحي للعاملين لديها
- توفير بدل انتقالات لجميع العاملين بالإضافة الى وسائل النقل داخل مواقع الشركة
- توفير استراحات للعاملين حين الحاجة اليها
- تنظيم بعض الاحداث في المناسبات الاجتماعية للعاملين

جدول (4) مدي وضوح الرؤية لدى الشركة تجاه مجالات المسؤولية المجتمعية

بعض مجالات المسؤولية المجتمعية	نعم	لا	الى حد ما
توجد رؤية واضحة لدى ادارة الشركة لمفهوم ودور المسؤولية المجتمعية.	*		
تستلزم المسؤولية المجتمعية الانتباه الى البيئة.	*		
تتطلب المسؤولية المجتمعية الاهتمام بالعاملين.	*		
تعد المسؤولية المجتمعية احدى أولويات الشركة.	*		
بعد الوفاء بالالتزامات المتعلقة بالمسؤولية المجتمعية أحد اهداف الشركة	*		
يتضمن تحقيق المسؤولية المجتمعية الاهتمام بالمجتمع	*		
تقوم الشركة بتدريب عدد من الطلبة لتأهيلهم للحياة العملية.	*		
تقدم الشركة منح دراسية للمتفوقين من أبناء المجتمع.	*		
تقوم الشركة بتعيين عدد من الافراد ذوي الاحتياجات الخاصة	*		
تقوم الشركة بالمساهمة في دعم المراكز الثقافية والنوادي الترفيهية والرياضية.	*		
تعمل الشركة على تقليل الفجوة بين فئات المجتمع من خلال التبرعات ودعم الجمعيات الاهلية	*		
تساهم الشركة بتجميل وتشجير المناطق المجاورة لها.	*		
تنفذ الشركة برامج الحماية البيئية والمحافظة عليها.	*		
تقدم الشركة دعم للجمعيات العاملة في مجال حماية البيئة.	*		*
تقوم الشركة بتنظيم حملات توعية بأهمية البيئة والمحافظة عليها.	*		
تقوم الشركة بتشجيع العاملين بها على الحد من التلوث البيئي من خلال النظافة، منع التلوث، تقليل الانبعاثات الضارة بالصحة العامة.	*		
توفر الشركة بيئة عمل ملائمة للعاملين لديها.	*		
توفر الشركة برامج ودورات تدريبية للعاملين لديها.	*		
توفر الشركة التأمين الصحي للعاملين لديها.	*		
توفر الشركة وسائل انتقال للعاملين بها 0	*		*
تساهم الشركة بالعمل على توفير مساكن للعاملين لديها.	*		*
تحرص الشركة على تخصيص الأموال في مجال الاستثمار التنموي.	*		
تلتزم الشركة بقول الحقيقة للعملاء والصدق في التعامل معهم في كل الحالات والأوقات.	*		
تحترم الشركة الفروقات الفردية بين العملاء وذلك بعدم تقسيمهم إلى مجموعات مثلاً حسب الجنس...	*		
تنمي الشركة الوعي المصرفي السليم بين العاملين	*		
تستجيب الشركة الشكاوى واقتراحات العملاء لتحسين مستوى الخدمات المقدمة	*		
تهتم المجموعة الشركة بتمويل اصحاب المهن والحرف وصغار التجار.	*		

- تحرص الشركة على توظيف الأموال في مجال الاستثمار التنموي
- تلتزم الشركة بقول الحقيقة للعملاء والصدق في التعامل معهم في كل الحالات والاولقات
- تنمي الشركة الوعي المصرفي السليم بين العاملين بها

- تستجيب الشركة لشكاوى واقتراحات العملاء ولديها اليه ونظام للشكاوى
 - تهتم الشركة بتمويل أصحاب المهن والحرف الصغيرة
- يتضمن تحقيق المسؤولية المجتمعية الاهتمام بالمجتمع وفي إطار ذلك تقوم الشركة بالتالي:
- تنفذ الشركة المصرية للتكرير مجموعة من برامج التنمية المجتمعية التي تم تصميمها بناء على احتياجات المجتمعات المحلية وهي أربع برامج أساسية كالتالي:
- برنامج زيادة الدخل وريادة الأعمال (مشروعي - تمكين) - برنامج دعم التعليم والمنح الدراسية
 - برنامج بناء قدرات الشباب (ريادة) - برنامج دعم ذوي الاحتياجات الخاصة (تكافل)
- وقدم برنامج زيادة الدخل وريادة الأعمال - "مشروعي" و "تمكين" العديد من الخدمات وبياناتها كالتالي
- مبادرة تمكين لدعم المرأة حيث تم من خلالها الخدمات التالية:
- 1363 فتاة تم تأهيلهم لسوق العمل (صناعه الجلود-اكسسوار-كوافير-تدوير القماش - التسويق-مهارات التأهيل لسوق العمل - التفصيل والمقص دار)
 - 183 فتاة تم تدريبهم على ادارة المشروعات
 - 213 مشروع صغير تم تمويلها لزيادة الدعم الاقتصادي للمرأة
 - 85 منحه عينيه للتدريب الحرفي (الاكسسوار - الكوافير - تدوير الاقمشة)
- مبادرة مشروعي لدعم الشباب حيث تم من خلالها تقديم الخدمات التالية:
- 1077 شاب تم تأهيلهم لسوق العمل (لحام - برادة - كهربا - ميكانيكا - كمبيوتر - صيانة موبايل - صيانة اللاب توب)
 - 85 شاب تم تدريبه على ادارة المشروعات
 - 85 مشروع صغير تم تمويله للدعم الاقتصادي للشباب
 - 25 منحه عينيه للتدريب الحرفي في مجال صيانة المحمول
 - 4 مراكز كمبيوتر تم دعمها وتطويرها لخدمة شباب المناطق المحلية المحيطة بمشروع الشركة المصرية للتكرير
- في مجال التشغيل وفرص العمل تم تقديم الخدمات التالية:
- 3200 عامل من أبناء المنطقة المحيطة بالمشروع ساهموا في انشاء مشروع الشركة المصرية للتكرير
 - 300 عامل حصلوا على فرص عمل في مشروعات أخرى في 2018 بناء على خبرتهم في العمل بمشروع الشركة المصرية للتكرير
 - 37 مؤسسه تعمل في قطاع الاعمال والانشاءات تطورت اعمالها من خلال العمل في مشروع الشركة المصرية للتكرير
 - 332 عامل حصلوا على فرص عمل في المشروع في مرحلة التشغيل والصيانة
 - 4 مراكز توظيف تم انشاؤها لربط شباب المنطقة بسوق العمل
- برنامج دعم التعليم والمنح الدراسية "مستقبلي" وتم من خلاله تقديم الخدمات التالية:
- 116 منحة للطلاب المتفوقين للدراسة الجامعية في (الجامعة الامريكية - جامعة زويل - جامعة النيل - الاكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري) و3منحه دراسية للدراسة بالخارج (جامعه شيفلد وجامعه إمبريال وجامعه مانشستر بإنجلترا)
 - تم حصول 52 طالب من طلاب التعليم الفني على منحه تدريبيه بمعهد دون بوسكو السالزيان لتدريبهم على مهارات الخراطة واللحام والكهرباء والتبريد والتكييف
 - 128 منحة للمعلمين بالجامعة الأمريكية لرفع الكفاءة المهنية للمعلمين في مرحلة التعليم المبكر

- 10476 نظاره طبيه للطلاب لتحسين مستواهم الدراسي - 11016 مساعده طلابية لدعم استمرارية الطلاب بالمدارس
 - 977 مدرس تم تدريبهم لتحسين كفاءتهم - 53 طالب موهوب علميا يتم رعايتهم
 - 45 مدرسه تم تطويرها 3 مدارس تطوير شامل و 42 مدرسة تطوير جزئي الديسكات - دورات المياه -
 - 2 مركز لتدريب المعلمين تم تطويرها لخدمة 3000 معلم و 180 ألف طالب
 - تطوير مسرح الأنشطة الفنية بمدرسة الامل للصم والبكم بإدارة المطرية - 25 حملة للتوعية البيئية والصحية
- برنامج بناء قدرات الشباب - "رياده" والذي تم من خلاله تقديم الخدمات التالية:**

- 5 مراكز شباب تم تطويرهم (ملعب مركز شباب مسطرد / ملعب مركز شباب عرب الحصن / ملعب مركز شباب الخصوص / البنية التحتية بمركز شباب 15 مايو / مسرح مركز شباب عين شمس)
 - انشاء فريق للمتطوعين يضم 128 متطوع (منهم 30 متطوع نشط) وتنفيذ 8 مبادرات لتنمية المجتمع
 - 15 تدريب لبناء قدرات الشباب في مجال العمل التتموي - 6 ملتقيات شبابيه لتنمية مهارات الشباب
- برنامج دعم ذوي الاحتياجات الخاصة "تكافل" الذي تم من خلاله تقديم الخدمات التالية:**

- 1500 مساعده حركية وسمعية تم توفيرها لذوي الاحتياجات الخاصة
- تقديم وحدة دعم سمعي للفرقة الفنية لمؤسسة الشكسية من ضعاف السمع (مبادرة فنون)
- دعم 4 دور للأيتام والمسنين باحتياجاتهم الاساسية

دعم الخدمات العامة والقطاع الصحي والذي تم من خلاله تقديم الخدمات التالية:

- 4 مراكز رعاية الطفل تم دعمها بالمطرية - مسطرد - شرق شبرا الخيمة
- توفير مساعدات حركة لمعهد امراض الكلي بالمطرية
- تقديم الدعم العيني لمستشفى الخصوص المركزي من أجهزة طبية (أجهزة الضغط - سرير عمليات - جهاز رسم القلب - جهاز سونار - جهاز تعقيم ... ااث) لتحسين تقديم الخدمات الصحية للمواطنين من مدينة الخصوص
- تقديم الدعم المالي لمستشفى الناس بالقليوبية لتطوير قسم الاستقبال والطوارئ وغرف العمليات للمساهمة في تحسين الأوضاع الصحية للأطفال في محافظات مصر حيث تقوم المستشفى بتقديم الرعاية الصحية لمرضي القلب من الأطفال بجميع محافظات الجمهورية
- قامت الشركة المصرية للتكرير بالمساهمة في تطوير البنية الاساسية حول المشروع تمثلت في (تطوير شارع شركات البترول (كورنيش الخصوص) ومدخل المنطقة الجغرافية البترولية من ميدان رنين)

3/2 معايير الأداء التي تلتزم بها الشركة في تنمية المجتمع

تضمنت استمارة الاستبيان استطلاع رأي الشركة حول معايير الأداء التي تلتزم بها في تنمية المجتمع المحلي وقد تم تقسيم تلك المعايير الى 9 محاور على النحو التالي:

• معرفة المسؤولية المجتمعية والأسلوب الأكثر أهمية لدى الشركة:

يتضح من نتائج الاستبيان ان الشركة تعلم جيدا مبادئ وأدوات المسؤولية المجتمعية وتقوم بتطبيقها وإنها تعتبر ان أساليب الحوكمة والحوار مع أصحاب المصلحة، سياسية العمل تجاه الموظفين، العلاقة مع العملاء والموردين، العلاقة مع المجتمع بالإضافة الى حماية البيئة على درجة واحدة من الأهمية للشركة في استخدامها.

• الأسباب التي تدفع الشركة الى تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية:

يتضح من نتائج الاستبيان المبينة في الجدول (5) ان هناك العديد من الأسباب التي تدفع الشركة الى تبني ممارسات المسؤولية المجتمعية وتأتي في مقدمة تلك الأسباب الدافع الأخلاقي للإدارة العليا، تعزيز صورة الشركة وتليها زيادة الكفاءة الإنتاجية وزيادة رضا العاملين ثم تليها الحوافز العامة التي تقدمها الدولة ولا يمثل جذب مصادر تمويل من

المؤسسات والمجتمع، الضغط من جمعية حماية المستهلك ووسائل الاعلام والمزايا التجارية للأسواق الجديدة أي أهمية لدى الشركة كسبب من أسباب تبني الشركة ممارسات المسؤولية المجتمعية.

جدول (5) الأسباب التي تدفع الشركة الى تبني ممارسات في المسؤولية المجتمعية

الى حد ما	غير مهم	مهم	
		*	الدافع الأخلاقي للإدارة العليا
		*	تعزيز صورة الشركة
*			زيادة الكفاءة الإنتاجية
		*	زيادة رضا العاملين
	*		المزايا التجارية للأسواق الجديدة
	*		جذب مصادر تمويل من المؤسسات والمجتمع
*			الحوافز العامة التي تقدمها الدولة
	*		ضغط من جمعية حماية المستهلك ووسائل الإعلام

• العلاقة بين الشركة والعالم الخارجي ودورها في المسؤولية الاجتماعية:

يتضح ان الشركة قد تحسنت صورتها وسمعتها مع العالم الخارجي وخاصة في شكل علاقتها بالمجتمع المحلي المحيط بالشركة وبين الاطراف المعنية بالمسؤولية المجتمعية وبين الشركات العاملة في مجال المسؤولية المجتمعية وعلى مستوى الحكومي ايضا نتيجة انتهجها نهج المسؤولية المجتمعية في تنفيذ جميع أنشطتها.

• الإجراءات التنظيمية والإدارية التي تستخدمها الشركة تجاه المسؤولية المجتمعية:

يتضح ان الشركة قد استخدمت بعض الإجراءات التنظيمية والإدارية تجاه المسؤولية المجتمعية مثل كود الاخلاق، الميزانية الاجتماعية غير الملموسة وتحتاج الشركة للاطلاع على جميع الشهادات المتعلقة بالمسؤولية المجتمعية والعمل على تحقيق متطلباتها من اجل رفع كفاءة العمل في برامج المسؤولية المجتمعية.

• التدابير التي اعتمدتها الشركة للحد من التأثير البيئي في إطار المسؤولية المجتمعية:

يتضح أن الشركة قد اتبعت جميع التدابير التي تعزز الحد من التأثير البيئي وذلك من خلال توفير الطاقة، التخلص الامن المخلفات، جودة المنتجات الصديقة للبيئة، إدارة النظام البيئي ، عمليات التقييم وقد أدى اتباع تلك التدابير الى تحقيق العديد من الفوائد للشركة كما هو مبين في جدول (6) وهي تعزيز سمعة الشركة، تحسين العلاقات مع الموردین والجهات المانحة والمجتمع، تعزيز شعور العامل بالشركة، زيادة الكفاءة ، الحصول على فوائد تجارية ، البعد عن مخاطر السمعة ، وصول افضل الى الائتمان وتعتبر تلك فوائد رئيسية على قدر واحد من الأهمية للشركة .

جدول (6) الفوائد الرئيسية للحد من التأثير البيئي في إطار المسؤولية المجتمعية

الى حد ما	غير مهم	مهم	
		*	تعزيز سمعة الشركة
		*	تحسين العلاقات مع الموردین والجهات المانحة والمجتمع
		*	تعزيز شعور العامل بالشركة
		*	زيادة الكفاءة
		*	الحصول على فوائد تجارية
		*	البعد عن مخاطر السمعة
		*	وصول أفضل إلى الائتمان

• المشاكل المتعلقة بتطوير المبادرات في مجال المسؤولية المجتمعية:

يتضح من جدول (7) أن الشركة لا تواجه مشاكل متعددة في مجال تطوير مبادرات المسؤولية المجتمعية حيث لا يمثل نفس المعرفة، عدم وجود مساعدة مؤسسية، عدم وجود تشريعات محددة بشأن المسؤولية المجتمعية، التكاليف العالية، عدم وجود مهارات، تأثير ضئيل للأعمال الاجتماعية والبيئية، وعدم الاهتمام الكافي من الشركة أي أهمية في اعاققتها لتطوير مبادرات المسؤولية المجتمعية في حين ان فوائد العمل الغير فورية تمثل مشكلة فنية الى حد ما في تطوير مبادرات المسؤولية المجتمعية بالشركة.

جدول (7) المشاكل المتعلقة بتطوير مبادرات المسؤولية المجتمعية من قبل الشركة

الى حد ما	غير مهم	مهم	
	*		نقص المعرفة
	*		عدم وجود مساعدة مؤسسية
	*		عدم وجود تشريعات محددة بشأن المسؤولية المجتمعية
*			فوائد العمل ليست فورية
	*		تكاليف عالية
	*		عدم وجود مهارات
	*		تأثير ضئيل للأعمال الاجتماعية والبيئية
	*		عدم الاهتمام الكاف من جانب الشركة

• التدابير البيئية التي اتخذتها الشركة في مجال المسؤولية المجتمعية:

نشير ببيانات جدول (8) أن الشركة قد اتخذت التدابير البيئية التالية وحظيت بالأهمية لديها وتتضمن:

- التزام الشركة بالتشريعات والقوانين البيئية.
- استخدام الشركة تكنولوجيا حديثة وصديقة للبيئة للحفاظ على البيئة والصحة العامة.
- تضع الشركة خطة مناسبة للتخلص الآمن من المخلفات
- تساهم الشركة في إعداد برامج توعية للعاملين وتوضيح مدي خطورة الإضرار بالبيئة المحيطة بها.
- تسعى الشركة لتحقيق تميز في الأداء البيئي وتقديم منتجات صديقة للبيئة لإرضاء العملاء
- تشترك الشركة مع الإدارة المحلية لتحسين البيئة المحيطة بها

جدول (8) التدابير البيئية التي اتخذتها الشركة في إطار المسؤولية المجتمعية

الى حد ما	غير مهم	مهم	التدابير البيئية
		*	يجب التزام الشركة بالتشريعات والقوانين البيئية
		*	تستخدم الشركة تكنولوجيا حديثة وصديقة للبيئة للحفاظ على البيئة والصحة العامة.
		*	تضع الشركة خطة مناسبة للتخلص الآمن من المخلفات أو إعادة تدويرها بتطبيق نظام إدارة بيئية فعال
		*	تساهم الشركة في إعداد برامج توعية للعاملين وتوضيح مدي خطورة الإضرار بالبيئة المحيطة بها
		*	تسعى الشركة لتحقيق تميز في الأداء البيئي وتقديم منتجات صديقة للبيئة لإرضاء العملاء
		*	تشترك الشركة مع الإدارة المحلية لتحسين البيئة المحيطة بها

• المسؤولية المجتمعية للشركة تجاه الرعاية الاجتماعية والحوكمة:

اتخذت الشركة مجموعة من التدابير تجاه الرعاية الاجتماعية والحوكمة وذلك في إطار المسؤولية المجتمعية كما هو مبين بجدول (9) وتشمل:

- يعمل مجلس إدارة الشركة على وضع سياسات وإجراءات لتدريب العاملين وتطويرهم
- يساعد مبدأ الإفصاح والشفافية عن نشاط الشركة ومسئوليتها تجاه المجتمع علي زيادة القدرة التنافسية لها
- تضع الشركة سياسة واضحة لمكافحة الفساد المالي والإداري ومحاسبة المقصرين
- تسعى الشركة علي تحسين صورتها أمام المجتمع بصرف النظر عن الأرباح المحققة
- تحافظ الشركة على أسلوب التواصل الثقافي العالمي
- تشترك الشركة مع الجهاز الإداري بالدولة في التخطيط والتنفيذ للبرامج الصحية والتعليمية
- تلتزم الشركة بتقديم كافة المستندات والإفصاح عن مراحل الانتاج للأجهزة الرقابية

جدول (9) المسؤولية المجتمعية للشركة تجاه الرعاية الاجتماعية والحوكمة

الى حد ما	غير مهم	مهم	
		*	يعمل مجلس إدارة الشركة على وضع سياسات وإجراءات التدريب العاملين وتطويرهم
		*	يساعد مبدأ الإفصاح والشفافية عن نشاط الشركة ومسئوليتها تجاه المجتمع علي زيادة القدرة التنافسية لها
		*	تضع الشركة سياسة واضحة لمكافحة الفساد المالي والإداري ومحاسبة المقصرين
		*	تسعى الشركة علي تحسين صورتها أمام المجتمع بصرف النظر عن الأرباح المحققة
		*	تحافظ الشركة على أسلوب التواصل الثقافي العالمي
		*	تشترك الشركة مع الجهاز الإداري بالدولة في التخطيط والتنفيذ للبرامج الصحية والتعليمية
		*	تلتزم الشركة بتقديم كافة المستندات والإفصاح عن مراحل الانتاج للأجهزة الرقابية

• المسؤولية المجتمعية للشركة تجاه التنمية الاقتصادية:

يوضح جدول (10) ان الشركة تساهم في التنمية الاقتصادية من خلال المساهمة في تشغيل الشباب وتخفيض نسبة البطالة وتساهم في زيادة الدخل القومي من خلال توفير تكلفة استيراد جزء من المواد البترولية من الخارج وتوفير منتجات بترولية عالية الجودة في السوق المصري واستقراره وتعمل الشركة على توفير بيئة عمل مناسبة تساهم في عدم تعرض للمخاطر كما توفر حوافز ومزايا عينية للعاملين بها.

جدول (10) المسؤولية المجتمعية تجاه التنمية الاقتصادية

الى حد ما	غير مهم	مهم	
		*	تساهم الشركة في تخفيض نسبة البطالة
	*		تعمل الشركة علي زيادة حصتها الإنتاجية لتصدير منتجاتها للأسواق العالمية مما يزيد من الدخل القومي
		*	تسعى الشركة إلى توفير المنتجات بجودة عالية وسعر مناسب
		*	توفر الشركة البيئة المناسبة للعاملين بها لعدم تعرضهم للمخاطر
		*	تقدم الشركة حوافز ومزايا عينية للعاملين بها

• المسؤولية المجتمعية للشركة تجاه العمال:

أوضحت نتائج الاستبيان فيما يتعلق بالمسؤولية المجتمعية تجاه العاملين ان الشركة مهتمة بتنمية وتطوير أداء العاملين على النحو التالي:

- تقديم مجموعة من الدورات والبرامج التدريبية من اجل رفع قدرات العاملين بالشركة واكسابهم الخبرات اللازمة وتشمل تلك البرامج اخلاقيات العمل، الحفاظ على البيئة، المساعدات التي تقدم لمجتمع الشركة، واجب الشركة تجاه المجتمع.
- يشارك كبار مسؤولي الشركة في التدريب في العديد من الجوانب وتشمل التخطيط والتمويل، الإدارة والتنفيذ، إدارة المسؤولية المجتمعية، اتخاذ القرارات
- تعتمد الشركة على قنوات تنشر من خلالها المسؤولية المجتمعية وتشمل الاتصال المباشر بالأوامر الإدارية، البريد الالكتروني، الموقع الالكتروني للشركة

• المسؤولية المجتمعية للشركة تجاه تنمية المجتمع:

الخدمات المقدمة لتنمية المجتمع:

يبين الجدول رقم (11) ان الشركة تعمل على تقديم خدمات المسؤولية المجتمعية من اجل تنمية المجتمع المحلي وان أولويات الشركة في تنمية المجتمع تتمثل في دعم التعليم، الصحة، ثقافة، تحسين البيئة، زيادة الدخل ودعم ذوي الاحتياجات الخاصة وهي اهم أولويات المسؤولية المجتمعية للشركة تجاه تنمية المجتمع ولا يمثل النقل والمواصلات وبناء المساجد والاعانات والمساعدات أولوية كبرى في خدمات المسؤولية المجتمعية للشركة.

جدول (11) مجال الخدمات التي تساهم فيها الشركة لتنمية المجتمع المحلي

الى حد ما	لا	نعم	
		*	صحة
		*	تعليم
		*	تدريب ورفع قدرات
		*	ثقافة
	*		نقل ومواصلات
*			اعانات ومساعدات
		*	تحسين بيئة
	*		بناء مساجد

ويتم تقديم تلك الخدمات لأبناء المناطق المحيطة بمشروع الشركة مع مراعاة الفئات الاولى بالرعاية (الايتم، الارامل، ذوي الاحتياجات الخاصة، الفقراء كما هو مبين بالجدول رقم (12) وتقوم الشركة بتنفيذ برامج المسؤولية المجتمعية منذ أكثر من 14 عام ومستمرة في تقديم تلك البرامج.

جدول (12) الفئات الأولى بالرعاية في المجتمع المحلي الذي تستهدفها المسؤولية المجتمعية للشركة

الى حد ما	لا	نعم	
		*	ايتم
		*	ارامل
		*	ذوي احتياجات خاصة
		*	فقراء

ويتم التنسيق بين الشركة وشركاء التنمية من قطاع اهلي وحكومي وخاص وجهات استشارية في تحديد برامج المسؤولية المجتمعية بناء على احتياجات المجتمع والمشاركة في تقديم تلك الخدمات ويتم مراجعة وتقييم تلك الخدمات من خلال المستفيدين والشركاء وإدارة الشركة والوزارات المعنية حسب طبيعة الخدمة المقدمة.

الصعوبات والمعوقات التي واجهتها الشركة في تقديم خدماتها للمجتمع:

أشارت نتائج الاستبيان ان نوعية الصعوبات التي واجهت الشركة كانت في المقام الأول هي الشائعات نتيجة نقص الوعي وعدم ثقة المواطنين في القطاع الخاص وبعض الأمور التنظيمية التي واجهتها الشركة للعمل بتلك المجتمعات.

التوجهات المستقبلية للشركة للتوسع في تقديم أنشطتها للمجتمع

انه بناء على نتائج الاستبيان مع فريق العمل بالمسؤولية المجتمعية للشركة تضح ملامح التوجهات المستقبلية لأنشطة المسؤولية المجتمعية والتي تتضمن:

- التوسع في مجال الرعاية الصحية ودعم ذوي الاحتياجات الخاصة
- رعاية الموهوبين في جميع المجالات
- دعم ريادة الأعمال
- نشر ممارسات المسؤولية المجتمعية للشركة مع السعي للحصول على جوائز في هذا المجال
- مقترحات تشجيع الشركات الصناعية الأخرى لتطبيق المسؤولية المجتمعية:
- يري القائمين على العمل في الشركة المصرية للتكرير ان هناك بعض المقترحات التي من الممكن ان تشجع الشركات الصناعية الأخرى لتطبيق المسؤولية المجتمعية وتشمل:

- نشر فكرة العائد الإيجابي على تلك الشركات من تطبيق نهج المسؤولية المجتمعية
- الاطلاع على ممارسات المسؤولية المجتمعية للشركات ومردودها على وضع الشركة
- سن القوانين الملزمة بتطبيق المسؤولية المجتمعية للشركات
- عقد الشراكات بين الشركات في مجال تنفيذ برامج المسؤولية المجتمعية
- بناء علاقات جيدة بين الشركات المختلفة وجميع قطاعات الدولة والمجتمعات المحلية

4/2 وضع الشركة في السوق المصرية لدعم المسؤولية المجتمعية

في ظل تطور السوق المصري وتطور عمل الشركات وأساليب الإدارة والممارسات الإدارية والنظم والسياسات المالية في ظل التنافسية العالية بين الشركات ورغبة في مواجهة التطور الحادث عالميا واقلما وقوميا تقوم الشركة المصرية للتكرير بتطوير النظم واللوائح والسياسات والهياكل التنظيمية في إطار من الحكم الرشيد من خلال الإفصاح عن المعلومات والشفافية وإرساء قواعد النزاهة في المعاملات والاستجابة لاحتياجات الناس وعقد الشراكات مع الشركاء المحليين والدوليين.

- وقد أدى ذلك الى تحقيق الشركة العديد من النجاحات في المجالات الاتية كما هو مبين بجدول رقم (13):

- نظام للحوكمة / الشفافية والعلاقة مع المستثمرين وحاملي الأسهم
- الصحة وتطور العاملين
- ممارسات العمل المسؤول
- التغيرات المناخية
- الاستثمار الاجتماعي المسؤول
- شراكة مع المجتمع

جدول (13) مجالات نجاح الشركة في السوق المصري لدعم المسؤولية المجتمعية

الى حد ما	لا	نعم	
		*	نظام للحوكمة / الشفافية والعلاقة مع المستثمرين وحاملي الأسهم
		*	الصحة وتطور العاملين
		*	ممارسات العمل المسؤول
*			التغيرات المناخية
		*	الاستثمار الاجتماعي المسؤول
		*	شراكة مع المجتمع

• وقد اتبعت الشركة العديد من الممارسات التي ساعدت على تحقيق تلك النجاحات وتشمل تلك الممارسات

- إتاحة معلومات واضحة حول المنتجات أو الخدمات
- التحقق من رضا العملاء
- اختيار وتقييم ومراقبة الموردين
- تسجيل ومتابعة الشكاوى من قبل العملاء
- مشاركة وعي العملاء والموردين بشأن قضايا المسؤولية المجتمعية للشركات
- نشر قواعد السلوك للموردين

ولدي الشركة مدونة سلوك للعاملين يتم عرضها ومناقشتها مع العاملين ويلتزم بها العاملون بشكل ممتاز

أولويات العمل المستقبلي للشركة في السوق المصري:

بناء على آراء القائمين على العمل بالشركة المصرية للتكرير تسعى الشركة لتحقيق أنشطة مستقبلية ضمن رؤيتها وتضمن تلك الأنشطة التالي:

- نشر أداء الشركة في المسؤولية المجتمعية والاستدامة لأصحاب المصلحة
- الاستمرار في الالتزام تحسين التأثير البيئي للمنتجات -الخدمات و الأمور المتعلقة بالحفاظ على البيئة
- الرقابة الصارمة على الموردين فيما يتعلق بالمعايير المتعلقة بحقوق الانسان
- عقد الشراكات بين الشركات في مجال تنفيذ برامج المسؤولية المجتمعية
- بناء علاقات جيدة بين الشركات المختلفة وجميع قطاعات الدولة والمجتمعات المحلية

5/2 نتائج تطبيق الاستبيان لمتلقي خدمات المسؤولية المجتمعية من قبل الشركة المصرية للتكرير

• كيفية معرفة المستفيدين عن أنشطة المسؤولية المجتمعية للشركة:

يوجد العديد من الوسائل التي يتم من خلالها التعريف بأنشطة المسؤولية المجتمعية للشركة وتتمثل في الإعلانات ووسائل التواصل الاجتماعي وافراد المجتمع مثل الأصدقاء، الجيران والجهات الحكومية والجمعيات الاهلية ومراكز الشباب وكما هو مبين في الجدول رقم (14) الذي يشير الى كل وسيلة ونسبتها المئوية يتضح أن 42.00% من المستفيدين عرفوا عن أنشطة الشركة من افراد المجتمع المحلي (31.58 % من الاصدقاء و10.53% من الجيران) وهي اكبر نسبة لوسائل المعرفة المذكورة ثم تليها الجمعيات الاهلية ثم الجهات الحكومية ثم مراكز الشباب ثم وسائل التواصل الاجتماعي في حين تحتل الإعلانات المرتبة الأخيرة من وسائل المعرفة بأنشطة الشركة وهناك وسائل اخرى تم من خلالها معرفة تلك الأنشطة وتتمثل في مقابلة مع مسئول من الشركة او مكالمة هاتفية او من خلال حديث عام.

جدول (14) وسائل معرفة المستفيدين بخدمات المسؤولية المجتمعية للشركة

الوسيلة	الاعلانات	وسائل التواصل الاجتماعي	الاصدقاء	الجيران	الجهات الحكومية	الجمعيات الاهلية	مراكز الشباب	اخرى تذكر
العدد	0	1	6	2	1	5	1	3
النسبة	%0	%5.25	%31.58	%10.53	%5.26	%26.32	%5.25	%15.79

- نوعية أنشطة المسؤولية المجتمعية للشركة التي تلاقيها افراد عينة البحث:

تقدم الشركة المصرية للتكرير العديد من خدمات المسؤولية المجتمعية والتي تركز فيها على تحسين المستوى المعيشي لأبناء المجتمعات المحيطة بمشروع الشركة وطبقا لعينة البحث كما يبين الجدول رقم (15) ان المنح الدراسية ودعم التعليم والمشروعات الصغيرة للشباب والمرأة هما اعلي نسبة بالتساوي من بين الأنشطة الأخرى 26.23% لكل منهما ثم يأتي بعد ذلك التدريب المهني ثم أنشطة التأهيل لسوق العمل.

جدول (15) نوعية أنشطة المسؤولية المجتمعية للشركة التي تلاقيها أفراد عينة الدراسة

الخدمة	دعم التعليم والمنح الدراسية	تدريب مهني	مشروعات صغيرة	تدريب سلوكي/مهاري	تأهيل لسوق العمل	اخرى تذكر
العدد	5	3	5	5	1	0
النسبة	%26.23	%15.79	%26.32	%26.32	%5.26	%0

وتتمثل طبيعة تلك الخدمات في منح دراسية لطلاب التعليم الثانوي لدراسة بأفضل الجامعات ومنح تدريبية لطلاب التعليم الفني بمعهد دون بوسكو ومنح دراسية للمعلمين بالجامعة الأمريكية ودعم الطلاب الاولي بالرعاية داخل المدارس اقتصاديا من خلال المنح العينية وطبياً من خلال توفير النظارات الطبية ودعم المشروعات الصغيرة للمرأة والشباب وتدريبات رفع المهارات الشخصية والمهنية والسلوكية للشباب والتدريب الحرفية مؤهلة لسوق العمل بالإضافة الى رعاية ذوي الاحتياجات الخاصة وتوفير احتياجاتهم السمعية والحركية ودعم أنشطة دمجهم في الحياة العامة .

- إجراءات وكيفية حصول المستفيدين على خدمات المسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير:

تقوم الشركة المصرية للتكرير بالعديد من الإجراءات من اجل ان يحصل المستفيدين على خدمات المسؤولية المجتمعية المقدمة اليها وتمثل تلك الإجراءات في تقديم طلب، مقابلة شخصية، دراسة حالة، ويبين الجدول (16) نوعية وترتيب الطرق التي حصل بها المستفيدون على تلك الخدمات حيث تأتي المقابلة الشخصية في المرتبة الاولي بنسبة 42.11% ثم تقديم الطلبات بنسبة 31.58% ثم دراسة الحالة بنسبة 26.32%.

جدول (16) طريقة الحصول على خدمات المسؤولية المجتمعية للشركة

مقابلة شخصية	دراسة حالة	تقديم طلب	
8	3	6	العدد
%42.11	%26.32	%31.58	النسبة

وفى بعض الخدمات من الممكن ان يمر المستفيد بأكثر من خطوة مثل تقديم طلب ثم اجراء مقابلة شخصية ثم دراسة حالة او تقديم طلب ثم مقابلة شخصية وذلك طبقا لنوعية الخدمة ومعايير الاستحقاق الخاصة بالحصول على تلك الخدمة.

1/5/2 مدى رضا المستفيدين عن خدمات المسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير:

تشير نتائج الاستبيان كما هو مبين في الجدول رقم(17) مدى رضا المستفيدين عن خدمات المسؤولية المجتمعية المقدمة لهم من خلال الشركة المصرية للتكرير حيث أشار (78.95 %) من المستفيدين الى رضاهم جدا عن خدمات المسؤولية

المجتمعية التي تلقوها من قبل الشركة في حين أشار (15.79%) الى رضاهم عن تلك الخدمات وأشار (5.26%) الى رضاهم القليل عن تلك الخدمات في حين لم يشير أحد المستفيدين عن عدم رضاهم او عدم رضاه التام عن تلك الخدمات.

جدول (17) مستوى رضا المستفيدين من خدمات المسؤولية المجتمعية للشركة

مستوي الرضا	راضي جدا	راضي	راضي قليلا	غير راضي	غير راضي تماما
العدد	15	3	1	0	0
النسبة	78.95%	15.79%	5.26%	0	0

ومن خلال نتائج الاستبيان اوضح المستفيدين ان مستوى الرضا عن تلك الخدمات يرجع الى العديد من العوامل مثل جودة الخدمات المقدمة مثل المنح والتدريبات، وضوح الإجراءات الخاصة بتلقي الخدمات، مستوى الجامعات المتميز كخدمة تعليمية في برنامج المنح الدراسية، مراعاة الظروف الاجتماعية للمستفيدين، المتابعة والدعم والتوجيه وطريقة المعاملة الجيدة من قبل القائمين على المسؤولية المجتمعية بالشركة.

2/5/2 مدى تأثير خدمات المسؤولية المجتمعية للشركة على نوعية حياة أفراد عينة الدراسة:

طبقا لنتائج الاستبيان عن مستوى التأثير على نوعية حياة متلقي خدمات المسؤولية يبين الجدول رقم (18) ان هناك تأثير كبير على نوعية حياة المستفيدين للأفضل يصل الى 73.68% وتأثير متوسط يصل الى 26.23% واستبعد المستفيدين ان لا يكون هناك تأثير أو تأثير طفيف على نوعية حياتهم جراء الحصول على تلك الخدمات من خياراتهم.

جدول (18) مستوى تأثير خدمات المسؤولية المجتمعية على نوعية حياة المستفيدين

مستوي التأثير	لا يوجد تأثير	تأثير طفيف	تأثير متوسط	تأثير كبير
العدد	0	0	5	14
النسبة	0	0	26.32%	73.68%

وقد أوضحت نتائج البحث ان نوعية التأثير الإيجابي على حياة المستفيدين من خدمات المسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير تتمثل في الاتي:

- زيادة الخبرة في المجالات المؤهلة لسوق العمل مثل (الكمبيوتر - صيانة الموبايل - تصميم الملابس)
- رفع المستوى المهاري وتنمية المهارات الشخصية للمستفيدين
- تطوير مستوى الأداء الوظيفي للمستفيدين
- الحصول على فرص تعليمية بالجامعات ساهمت في تغيير المستقبل العلمي والحياتي للمستفيدين
- تنمية العلاقات الاجتماعية والمهارات الحياتية للمستفيدين
- زيادة الدخل ورفع مستوى المعيشة للأسر المستفيدة
- تنمية الاعمال لأصحاب المشروعات الصغيرة من المستفيدين.
- رفع كفاءة المهنية للمعلمين وتأثيرها على مستوى المعلم وانعكاسها على مستوى التلاميذ
- الاكتشاف المبكر لأمراض العيون وقصر النظر لتلاميذ المرحلة الابتدائية مما ساهم في تحسين حياتهم الصحية
- تطوير البنية الأساسية للمدارس مما ساهم في تحسين المستوى التعليمي للمستفيدين

3/5/2 توصيات المستفيدين من خدمات المسؤولية المجتمعية لتحسين تلك الخدمات:

طبقا لنتائج الاستبيان للتعرف على التوصيات التي يراها المستفيدون من خدمات المسؤولية المجتمعية للشركة تساهم في تحسين تلك الخدمات أشار المستفيدين الى مجموعة من التوصيات تتمثل في:

- إضافة تخصصات جامعية امام خريجي الشعبة الأدبية في برنامج المنح الدراسية للمتفوقين في الثانوية العامة
- تقليل الفترة بين الموافقة على تمويل المشروعات الصغيرة وتمويلها الفعلي.

- زيادة حجم أنشطة التوعية المختلفة لطلاب المدارس
 - زيادة المدة الزمنية للبرنامج التدريبي الخاص بالتأهيل لسوق العمل في مجال التجميل
 - التوسع في البرامج المتخصصة في رفع كفاءة المعلمين.
 - التوسع في دعم مؤسسات الرعاية الصحية
 - التوسع في أنشطة التأهيل لسوق العمل.
 - **اقتراحات المستفيدين لنوعية جديدة مقترحة لخدمات المسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير:**
- في ضوء نتائج الاستبيان للتعرف على مقترحات التي يراها المستفيدون لنوعية جديدة مقترحة لخدمات المسؤولية المجتمعية التي من الممكن ان تنفذها الشركة في المستقبل أشار المستفيدين الى مجموعة من المقترحات تتضمن
- تنفيذ التدريبات المتعلقة بالتكنولوجيا لمواكبة تطور سوق العمل
 - تنفيذ برامج للنشء للتخطيط للمستقبل.
 - رعاية الموهوبين في المجالات الرياضية والفنية والبحث العلمي.
 - الدعم العيني للأسر الاولى بالرعاية.
 - تقديم الدعم لعملية الدمج المجتمعي في العملية التعليمية
 - تنفيذ التدريبات المتعلقة بربط ذوي الاحتياجات الخاصة بسوق العمل.

النتائج والتوصيات

1/3 كشفت الدراسة بشقيها النظري والتطبيقي عن النتائج التالية:

- عدم وجود مفهوم محدد وقاطع للمسؤولية المجتمعية يكتسب القوة الإلزامية القانونية سواء المحلية أو الدولية وبذلك تظل المسؤولية المجتمعية في جوهرها اختيارية ومعنوية، وتستمد قوتها وقبولها وانتشارها من طبيعتها الطوعية الاختيارية
- عرف مفهوم المسؤولية المجتمعية إسهامات علمية منذ النصف الثاني من القرن العشرين، وتوج ذلك بصياغة عدد من المؤشرات والمعايير أهمها معيار ISO 26000.
- تطورت المسؤولية المجتمعية واكتسبت أهمية أكبر بعد قمة الأرض في ريو دي جانيرو سنة 1992
- المسؤولية المجتمعية لها أهمية كبيرة على مستوى الدولة، المجتمع ومنظمات الأعمال.
- تساهم المسؤولية المجتمعية في تحقيق التنمية المستدامة في منظمات الأعمال.
- الالتزام بمواصفات المسؤولية المجتمعية يعزز من الممارسات المسؤولة اجتماعيا لمنظمات الأعمال.
- أن هناك علاقة بين التنمية المحلية والمسؤولية المجتمعية باعتبارها عقد طوعي للشركات تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية والبيئية التي ترتبط بقضايا تنمية المجتمع.
- اتخذت الحكومة المصرية عدة اجراءات لتحفيز الشركات للقيام بدورها الاجتماعي من أهمها تمتع الشركات بإعفاءات بنسب تصل الى 10 % من الربح الخاضع للضريبة إذا ما قامت بالتبرع لأنشطة المسؤولية المجتمعية للشركات
- هناك نمو متزايد في الاهتمام بمفهوم وممارسات المسؤولية المجتمعية وتجارها داخل مصر من خلال تنفيذ العديد من الفاعليات وإنشاء الكيانات وإصدار الوثائق مثل (مؤتمرات المسؤولية المجتمعية - المركز المصري للمسؤولية المجتمعية للشركات - اعلان القاهرة للمسؤولية المجتمعية للشركات) التي تسعى الى تفعيل دور القطاع الخاص كمساهم في تحقيق التنمية المستدامة
- عدم وجود كيان يضم جميع الأطراف المعنية بالمسؤولية المجتمعية ينظم عملها ويتبنى استراتيجية موحدة للمسؤولية المجتمعية تتماشى مع سياسات الدولة واحتياجات المجتمع وتراعي الاشتراطات والمعايير الخاصة بممارسات المسؤولية المجتمعية.

النتائج الخاصة بالدراسة التطبيقية:

- فيما يتعلق بمعرفة الشركة بالمسؤولية المجتمعية تبين الاتي:
 - تتمتع الشركة محل الدراسة بأدارة مختصة بالمسؤولية المجتمعية كما ان لديها إدارة مختصة بالجوانب البيئية
 - تقوم الشركة المصرية للتكرير بأصدر تقارير شهرية - ربع سنوية - سنوية عن أنشطة المسؤولية المجتمعية لديها كما أن الشركة تشارك في مبادرات طوعية للمسؤولية الاجتماعية للشركات
 - ان جوانب المسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير تتمثل في الجوانب (الاقتصادية، الاجتماعية - البيئية).
- فيما يتعلق بمجالات وبرامج ورؤى الشركة في المسؤولية المجتمعية فقد تبين من الدراسة ما يلي:
 - ان الشركة لديها مجالات مشاركة متعددة في مجال المسؤولية المجتمعية وان الشركة تمثل لها موضوعات منع التلوث، عدم العنصرية وإساءة المعاملة، زيادة درجة المساواة ، مقاومة الفساد ، زيادة الرعاية الصحية للجميع ، تحقيق حقوق الانسان أهمية بالغة ثم تليها جهود محو الامية
 - تقوم الشركة المصرية للتكرير بإعطاء أولوية قصوى للإنفاق على أنشطة المسؤولية المجتمعية حيث يخصص لها ميزانية سنوية بشكل دائم والزامي من إدارة الشركة وتشير نتائج الاستبيان ان حجم الانفاق على أنشطة المسؤولية المجتمعية بالشركة كافي

- أن برامج المسؤولية المجتمعية التي تتبناها الشركة المصرية للتكرير تركز على تنمية المجتمع المحلي من خلال تنفيذ حزمة برامج تنموية في مجالات متعددة، مجال تحسين البيئة ومجال تشغيل الشباب ومجال دعم ذوي الاحتياجات الخاصة ومجال دعم التعليم ومجال زيادة الدخل والفرص الاقتصادية لدعم أبناء المجتمع المحلي اقتصاديا بالإضافة الى دعم القطاع الصحي وتحسين الخدمات العامة.

• فيما يتعلق بوضوح الرؤية حول بعض مجالات المسؤولية المجتمعية فقد تبين من نتائج الدراسة ما يلي:

- وجود وعي تام بمفهوم ودور المسؤولية المجتمعية لدى الشركة حيث تعتبر المسؤولية المجتمعية أحد الركائز الأساسية لعمل الشركة وإن الشركة تعمل على تنفيذ التزامها بالمسؤولية المجتمعية في جميع ممارساتها وأنشطتها وتقاريرها.

- لدى الشركة وعي تام بأن المسؤولية المجتمعية تستلزم الانتباه الى البيئة وفي هذا الإطار تقوم الشركة بإدارة نظام بيئي عالي الكفاءة يلتزم بالقوانين والمعايير والاشتراطات البيئية الدولية والمصرية في المحافظة على البيئة ومنع التلوث وتطوير البيئة المحيطة بمشروع الشركة والطرق المؤدية لها وتنفيذ حملات توعية بيئية داخل المدارس للتوعية بأهمية ترشيد الطاقة والمياه والحفاظ على البيئة وتدريب العاملين بالشركة على اعي مستوي في مجال الأمن والسلامة والصحة المهنية

- تركز الشركة على المسؤولية المجتمعية وتقوم بالاهتمام بالعاملين من خلال توفير بيئة عمل ملائمة للعاملين لديها ، توفير برامج ودورات تدريبية للعاملين لديها ، توفير التأمين الصحي للعاملين لديها ، توفير بدل انتقالات لجميع العاملين بالإضافة الى وسائل النقل داخل مواقع الشركة ، توفير استراحات للعاملين حين الحاجة اليها ، تنظيم بعض الاحداث في المناسبات الاجتماعية للعاملين.

• فيما يتعلق معايير الأداء التي تلتزم بها الشركة في تنمية المجتمع يتبين من نتائج الدراسة ما يلي:

- ان الشركة تعلم جيدا مبادئ وأدوات المسؤولية المجتمعية وتقوم بتطبيقها وإنها تعتبر ان أساليب الحوكمة والحوار مع أصحاب المصلحة، سياسية العمل تجاه الموظفين، العلاقة مع العملاء والموردين، العلاقة مع المجتمع بالإضافة الى حماية البيئة على درجة واحدة من الأهمية للشركة في استخدامها.

- ان هناك العديد من الأسباب التي تدفع الشركة الى تبني ممارسات المسؤولية المجتمعية وتأتي في مقدمة تلك الأسباب الدافع الأخلاقي للإدارة العليا، تعزيز صورة الشركة وتليها زيادة الكفاءة الإنتاجية وزيادة رضا العاملين ثم تليها الحوافز العامة التي تقدمها الدولة ولا يمثل جذب مصادر تمويل من المؤسسات والمجتمع، الضغط من جمعية حماية المستهلك ووسائل الاعلام والمزايا التجارية للأسواق الجديدة أي أهمية لدى الشركة كسبب من أسباب تبني الشركة ممارسات المسؤولية المجتمعية.

- ان الشركة قد تحسنت صورتها وسمعتها مع العالم الخارجي وخاصة في شكل علاقتها بالمجتمع المحلي المحيط بالشركة وبين الاطراف المعنية بالمسؤولية المجتمعية وبين الشركات العاملة في مجال المسؤولية المجتمعية وعلى المستوى الحكومي ايضا نتيجة انتهاجها نهج المسؤولية المجتمعية في تنفيذ جميع أنشطتها. وأن الشركة قد استخدمت بعض الإجراءات التنظيمية والإدارية تجاه المسؤولية المجتمعية مثل كود الاخلاق، الميزانية الاجتماعية غير الملموسة

• أن الشركة قد اتبعت جميع التدابير التي تعزز الحد من التأثير البيئي وذلك من خلال :

توفير الطاقة، التخلص الامن المخلفات، جودة المنتجات الصديقة للبيئة، إدارة النظام البيئي ، عمليات التقييم وقد أدى اتباع تلك التدابير الى تحقيق العديد من الفوائد للشركة وهي تعزيز سمعة الشركة، تحسين العلاقات مع الموردين والجهات المانحة والمجتمع، تعزيز شعور العامل بالشركة، زيادة الكفاءة ، الحصول على فوائد تجارية ، البعد عن مخاطر السمعة ، وصول افضل الى الائتمان وتعتبر تلك فوائد رئيسية على قدر واحد من الأهمية بالنسبة للشركة

- بالنسبة الى المشاكل المتعلقة بتطوير المبادرات في مجال المسؤولية المجتمعية تبين أن:
لا تواجه الشركة مشاكل متعددة في مجال تطوير مبادرات المسؤولية المجتمعية الا ان فوائد العمل غير الفورية تمثل مشكلة فنية الى حد ما في تطوير مبادرات المسؤولية المجتمعية بالشركة.
- اتخذت الشركة التدابير البيئية في إطار المسؤولية المجتمعية وتشمل:
التزام الشركة بالتشريعات والقوانين البيئية، استخدام الشركة تكنولوجيا حديثة وصديقة للبيئة للحفاظ على البيئة والصحة العامة، الشركة لديها خطة مناسبة للتخلص الآمن من المخلفات، تساهم الشركة في إعداد برامج توعية للعاملين وتوضيح مدي خطورة الإضرار بالبيئة المحيطة بها، تسعى الشركة لتحقيق تميز في الأداء البيئي وتقديم منتجات صديقة للبيئة لإرضاء العملاء، تشترك الشركة مع الإدارة المحلية لتحسين البيئة المحيطة بها
- قامت الشركة بتدابير الرعاية الاجتماعية والحوكمة في ظل قيامها بمسؤوليتها المجتمعية وتشمل:
وضع سياسات وإجراءات لتدريب العاملين وتطويرهم، الالتزام بمبدأ الإفصاح والشفافية عن نشاطها تجاه المجتمع، وضع سياسة واضحة لمكافحة الفساد المالي والإداري ومحاسبة المقصرين، تحسين صورتها أمام المجتمع بصرف النظر عن الأرباح المحققة، المحافظة على أسلوب التواصل النقابي العالمي، الاشتراك مع الجهاز الإداري بالدولة في التخطيط والتنفيذ للبرامج الصحية والتعليمية، تقديم كافة المستندات والإفصاح عن مراحل الانتاج للأجهزة الرقابية
- وفي إطار دور المسؤولية المجتمعية للشركة تجاه التنمية الاقتصادية:
تساهم الشركة في دعم الاقتصاد الوطني من خلال توفير تكلفة استيراد جزء من المواد البترولية من الخارج وتوفير منتجات بترولية عالية الجودة في السوق المصري واستقراره، تساهم في التنمية الاقتصادية من خلال المساهمة في تشغيل الشباب وتخفيض نسبة البطالة وتعمل الشركة على توفير بيئة عمل مناسبة للعاملين بها تساهم في عدم تعرضهم للمخاطر كما توفر حوافز ومزايا عينية للعاملين بها.
- وبالنسبة للمسؤولية المجتمعية للشركة تجاه العمال فقد اتضح من خلال النتائج ان الشركة تولى اهتمام كبير بتنمية وتطوير أداء العاملين وذلك من خلال:
تقديم مجموعة من الدورات والبرامج التدريبية من اجل رفع قدرات العاملين في مجالات (البيئة - المجتمع - الأمور التقنية)، تعتمد الشركة على الاتصال المباشر بالأوامر الإدارية، البريد الالكتروني، الموقع الالكتروني على نشر الوعي بالمسؤولية المجتمعية
- المسؤولية المجتمعية للشركة تجاه تنمية المجتمع:
تعمل الشركة على تقديم خدمات المسؤولية المجتمعية بالتركيز على تنمية المجتمع المحلي وان أولويات الشركة في تنمية المجتمع تتمثل في دعم التعليم، الصحة، الثقافة، تحسين البيئة، زيادة الدخل ودعم ذوي الاحتياجات الخاصة. بالتركيز على مبادئ الاستثمار في البشر والاستدامة ويتم تقديم تلك الخدمات لأبناء المناطق المحيطة بمشروع الشركة مع مراعاة الفئات الاولى بالرعاية (الايتم، الارامل، ذوي الاحتياجات الخاصة، الفقراء) ويتم التنسيق بين الشركة وشركاء التنمية من قطاع اهلي وحكومي وخاص وجهات استشارية في تحديد برامج المسؤولية المجتمعية بناء على احتياجات المجتمع والمشاركة في تقديم تلك الخدمات ويتم مراجعة وتقييم تلك الخدمات من خلال المستفيدين والشركاء وإدارة الشركة والوزارات المعنية حسب طبيعة الخدمة المقدمة لتنمية المجتمع المحلي.
- فيما يتعلق بالصعوبات والمعوقات التي واجهتها الشركة في تقديم خدماتها للمجتمع تبين ان :
نوعية الصعوبات التي واجهت الشركة كانت في المقام الأول هي الشائعات نتيجة نقص الوعي وعدم ثقة المواطنين في القطاع الخاص وبعض الأمور التنظيمية التي واجهتها الشركة للعمل بتلك المجتمعات.

- وفي إطار عمل الشركة لدعم المسؤولية المجتمعية فقد تبين:
 - قيام الشركة بتطوير النظم واللوائح والسياسات والهياكل التنظيمية في إطار من الحكم الرشيد من خلال الإفصاح عن المعلومات والشفافية وإرساء قواعد النزاهة في المعاملات والاستجابة لاحتياجات الناس وعقد الشراكات والتعاون مع الشركاء المحليين والدوليين وقد أدى ذلك الى تحقيق الشركة العديد من النجاحات في نظام للحوكمة ، الشفافية والعلاقة مع المستثمرين وحاملي الأسهم، الصحة وتطور العاملين، ممارسات العمل المسؤول، الاستثمار الاجتماعي المسؤول، الشراكة مع المجتمع
 - وقد اتبعت الشركة العديد من الممارسات التي ساعدت على تحقيق تلك النجاحات وتشمل تلك الممارسات (إتاحة معلومات واضحة حول المنتجات أو الخدمات، التحقق من رضا العملاء، اختيار وتقييم ومراقبة الموردين، تسجيل ومتابعة الشكاوى من قبل العملاء، مشاركة وعي العملاء والموردين بشأن قضايا المسؤولية المجتمعية للشركات ، نشر قواعد السلوك للموردين ، ولدي الشركة مدونة سلوك للعاملين يتم عرضها ومناقشتها مع العاملين ويلتزم بها العاملين بشكل ممتاز
- وتبين من نتائج الدراسة أن أولويات العمل المستقبلي للشركة في السوق المصري:
 - نشر أداء الشركة في المسؤولية المجتمعية والاستدامة لأصحاب المصلحة
 - الاستمرار في الالتزام تحسين التأثير البيئي للمنتجات / الخدمات وجميع الأمور المتعلقة بالحفاظ على البيئة
 - الرقابة الصارمة على الموردين فيما يتعلق بالمعايير المتعلقة بحقوق الانسان
 - عقد الشراكات بين الشركات الأخرى في مجال تنفيذ برامج المسؤولية المجتمعية
 - بناء علاقات جيدة بين الشركات المختلفة وجميع قطاعات الدولة والمجتمعات المحلية
- النتائج خاصة بآراء متلقي خدمات المسؤولية المجتمعية من قبل الشركة المصرية للتكرير
- وسائل التعرف عن أنشطة المسؤولية المجتمعية للشركة تبين من خلال نتائج الدراسة ما يلي:

يوجد العديد من الوسائل التي يتم من خلالها التعرف بأنشطة المسؤولية المجتمعية للشركة للمستفيدين من أبناء المجتمعات المحيطة بمشروع الشركة حيث أن 42.00% من المستفيدين عرفوا عن أنشطة الشركة من افراد المجتمع المحلي (31.58 % من الاصدقاء و 10.53% من الجيران) وهي اكبر نسبة لوسائل المعرفة المذكورة ثم تليها الجمعيات الاهلية ثم الجهات الحكومية ثم مراكز الشباب ثم وسائل التواصل الاجتماعي في حين تحتل الإعلانات المرتبة الأخيرة من وسائل المعرفة بأنشطة الشركة وهناك وسائل اخرى تم من خلالها معرفة تلك الأنشطة وتتمثل في المقابلات مع مسئول من الشركة او مكالمة هاتفية او من خلال حديث عام.
- فيما يتعلق بنوعية أنشطة المسؤولية المجتمعية للشركة التي تلاقيها افراد عينة البحث:

قدمت الشركة المصرية للتكرير العديد من خدمات المسؤولية المجتمعية والتي تركز فيها على تحسين المستوى المعيشي لأبناء المجتمعات المحيطة بمشروع الشركة وتمثل المنح الدراسية ودعم التعليم والمشروعات الصغيرة للشباب والمرأة بالتساوي اعلي نسبة من بين الأنشطة التي حصل عليها المستفيدون (26.23%) لكل منهما ثم يأتي بعد ذلك التدريب المهني ثم أنشطة التأهيل لسوق العمل. وتتمثل طبيعة تلك الخدمات في منح دراسية لطلاب التعليم الثانوي ومنح تدريبية لطلاب التعليم الفني ومنح دراسية للمعلمين بالجامعة الامريكية ودعم الطلاب الاولي بالرعاية داخل المدارس اقتصاديا من خلال المنح العينية وطبياً ودعم المشروعات الصغيرة للمرأة والشباب وتدريبات رفع المهارات الشخصية والمهنية والسلوكية للشباب والتدريب الحرفية مؤهلة لسوق العمل بالإضافة الى رعاية ذوي الاحتياجات الخاصة وتوفير احتياجاتهم السمعية والحركية ودعم أنشطة مجهم في الحياة العامة .
- وبالنسبة لإجراءات وكيفية حصول المستفيدين على خدمات المسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير:

تقوم الشركة المصرية للتكرير بالعديد من الإجراءات من اجل ان يحصل المستفيدين على خدمات المسؤولية المجتمعية المقدمة اليهم وتتمثل تلك الإجراءات في تقديم طلب، مقابلة شخصية، دراسة حالة، وتأتي المقابلة الشخصية في المرتبة

الاولي بنسبة 42.11% ثم تقديم الطلبات بنسبة 31.58% ثم دراسة الحالة بنسبة 26.32% من طرق حصول المستفيدين علي خدمات المسؤولية المجتمعية وفي بعض الخدمات من الممكن ان يمر المستفيد بأكثر من خطوة مثل تقديم طلب ثم اجراء مقابلة شخصية ثم دراسة حالة او تقديم طلب ثم مقابلة شخصية وذلك طبقا لنوعية الخدمة ومعايير الاستحقاق الخاصة بالحصول على تلك الخدمة.

• وفيما يتعلق بمستوي رضا المستفيدين عن خدمات المسؤولية المجتمعية للشركة تبيان الاتي:

هناك رضا تام بنسبة (78.95 %) من المستفيدين عن خدمات المسؤولية المجتمعية المقدمة لهم من الشركة المصرية للتكرير في حين أشار (15.79%) الى رضاهم عن تلك الخدمات وأشار (5.26%) الى رضاهم القليل عن تلك الخدمات في حين لم يشير أحد المستفيدين عن عدم رضاهم او عدم رضاه التام عن تلك الخدمات. وأوضح المستفيدين ان مستوي الرضا عن تلك الخدمات يرجع الى العديد من العوامل مثل جودة الخدمات المقدمة مثل المنح والتدريبات، وضوح الإجراءات الخاصة بتلقي الخدمات، مستوي الجامعات المتميز كخدمة تعليمية في برنامج المنح الدراسية، مراعاة الظروف الاجتماعية للمستفيدين، المتابعة والدعم والتوجيه وطريقة المعاملة الجيدة من قبل القائمين على المسؤولية المجتمعية بالشركة.

• أما عن مدى تأثير خدمات المسؤولية المجتمعية للشركة على نوعية حياة أفراد عينة الدراسة فقد أوضحت الدراسة:

ان هناك تأثير كبير على نوعية حياة المستفيدين للأفضل يصل الى 73.68% وتأثير متوسط يصل الى 6.23% واستبعد المستفيدين ان لا يكون هناك تأثير أو تأثير طفيف على نوعية حياتهم جراء الحصول على تلك الخدمات من خياراتهم.

• وقد أوضحت نتائج البحث ان نوعية التأثير الإيجابي على حياة المستفيدين من خدمات المسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير تتمثل في الاتي:

- زيادة الخبرة في المجالات المؤهلة لسوق العمل
- رفع المستوي المهاري وتنمية المهارات الشخصية للمستفيدين
- تطوير مستوي الأداء الوظيفي للمستفيدين
- الحصول على فرص تعليمية بالجامعات ساهمت في تغيير المستقبل العلمي والحياتي للمستفيدين
- تنمية العلاقات الاجتماعية والمهارات الحياتية للمستفيدين
- زيادة الدخل ورفع مستوي المعيشة للأسر المستفيدة
- تنمية الاعمال لأصحاب المشروعات الصغيرة من المستفيدين.
- رفع كفاءة المهنية للمعلمين وتأثيرها على مستوي المعلم وانعكاسها على مستوي التلاميذ
- الاكتشاف المبكر لأمراض العيون وقصر النظر لتلاميذ المرحلة الابتدائية مما ساهم في تحسين حياتهم الصحية
- تطوير البنية الأساسية للمدارس مما ساهم في تحسين المستوي التعليمي للمستفيدين

2/3 ثانياً: توصيات الدراسة

- العمل على تحقيق المزيد من الشفافية والإفصاح في مجال المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات، مع ضرورة فتح المجال للتدقيق والتقييم المجتمعي لمعرفة مدى تقدم الشركة في تبني وممارسة المسؤولية الاجتماعية.
 - تحتاج الشركات لإدراج القضايا المعاصرة ضمن نشاطاتها المجتمعية كالمساهمة بشكل فعال في محاربة والتقليل من آثار جائحة كوفيد 19 والأزمات الاقتصادية المتتالية.
 - أهمية العمل على توفير مناخ ملائم لقيام الشركات بنشاطها المجتمعي ومواجهة تحديات المنافسة المحلية والعالمية
 - ضرورة أن تستوعب الشركات مفهوم وأهمية مسؤولياتها المجتمعية وأن تدرك أنها شريك في المجتمع وانها ليست مجرد صناديق لجمع الأموال وجني الأرباح وتوزيعها على مؤسسيها أو المساهمين فيها
 - تحفيز الشركات على الانتقال من العمل في مجال المسؤولية المجتمعية من المشروعات القائمة بذاتها والموزعة على عدة مجالات، وهو ما لا يعد نموذج مستدام للمشروعات وفي ذات الوقت ليس الاستخدام الأمثل للموارد، إلى العمل في إطار إستراتيجية موحدة، وفهم للفوائد المتبادلة ما بين الشركاء والمجتمع.
 - تحتاج الشركات إلى خطط مرنة وعملية في مجال المسؤولية المجتمعية للتكيف مع البيئات المتعددة والموازنة بين تطلعات أصحاب المصلحة وأهداف الشركة.
 - يوجد العديد من الفرص للاستفادة من جهود المسؤولية المجتمعية بمصر نتيجة لوجود العديد من الشركات الدولية بالإضافة الى الشركات المصرية الكبرى التي تمتلك القدرات المادية والموارد البشرية المطلوبة لعملية التنمية.
 - ضرورة التنسيق بين السياسات العامة للدولة ومبادرات المسؤولية المجتمعية للشركات التي يضطلع بها القطاع الخاص من أجل دعم التنمية المستدامة والنمو الاقتصادي وخلق فرص العمل.
 - أهمية تنسيق جهود المسؤولية المجتمعية للشركات على المستوى المحلي، لتقادي ازدواجية المشروعات، وتأمين استخدام الأموال، وتقليص الهدر فيها.
 - الترويج لفكرة المسؤولية المجتمعية للشركات باعتبارها فرصة لتحقيق المكاسب المتبادلة لكل من الشركات والمجتمعات وتحسين المعرفة الخاصة بالمسؤولية المجتمعية للشركات وتسهيل عملية تبادل الخبرة وأفضل الممارسات.
 - المساهمة في خلق كوادر متخصصة ومؤهلة قادرة على تخطيط وتنفيذ ومتابعة برامج المسؤولية المجتمعية على المستوى المحلي، وصولاً للمستوى القومي.
 - وضع معايير أو مؤشرات يتم بها تقييم أداء جهود المسؤولية المجتمعية على المستوى المحلي، والإقليمي وصولاً لمستوى القومي.
 - بناء قواعد معلومات دقيقة، وواقعية، وكافية، عن المجالات، والبرامج، والمشروعات المطلوب أدائها في إطار المسؤولية الاجتماعية، ضمن خطط التنمية المحلية، وتلك اللازمة للتخطيط، وتنفيذ، ومتابعة والرقابة على هذه البرامج والمشروعات.
 - إصدار تقارير دورية حول مشروعات المسؤولية المجتمعية التي تبنتها الشركات المحلية، ضمن مشروعات خطط التنمية المحلية،
 - توصي الدراسة بإجراء دراسات أخرى للتركيز على واقع تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط تبنيه في قطاعات أخرى كالقطاع الزراعي وتكنولوجيا المعلومات،
- توصيات متعلقة بالدراسة التطبيقية:**
- تحتاج الشركة المصرية للتكرير للاطلاع على جميع الشهادات المتعلقة بالمسؤولية المجتمعية والعمل على تحقيق متطلباتها من أجل رفع كفاءة العمل في برامج المسؤولية المجتمعية.

- التوسع مستقبلا في مجال الرعاية الصحية ودعم ذوي الاحتياجات الخاصة، رعاية الموهوبين في جميع المجالات، دعم زيادة الاعمال ، نشر ممارسات المسؤولية المجتمعية للشركة مع السعي للحصول على جوائز في هذا المجال
- يري القائمين على العمل في الشركة المصرية للتكرير ان هناك بعض المقترحات التي من الممكن ان تشجع الشركات الصناعية الأخرى لتطبيق المسؤولية المجتمعية وتشمل:
 - نشر فكرة العائد الإيجابي على تلك الشركات من تطبيق نهج المسؤولية المجتمعية
 - الاطلاع على ممارسات المسؤولية المجتمعية للشركات ومردودها على وضع الشركة
 - سن القوانين الملزمة بتطبيق المسؤولية المجتمعية للشركات
 - عقد الشراكات بين الشركات في مجال تنفيذ برامج المسؤولية المجتمعية
 - بناء علاقات جيدة بين الشركات المختلفة وجميع قطاعات الدولة والمجتمعات المحلية
- **توصيات المستفيدين من خدمات المسؤولية المجتمعية لتحسين تلك الخدمات:**
 - يوصي المستفيدون من خدمات المسؤولية المجتمعية للشركة بالاتي لتحسين خدمات المسؤولية المجتمعية للشركة
 - إضافة تخصصات جامعية امام خريجي الشعبة الأدبية في برنامج المنح الدراسية للمتفوقين في الثانوية العامة
 - تقليل الفترة بين الموافقة على تمويل المشروعات الصغيرة وتمويلها الفعلي.
 - زيادة حجم أنشطة التوعية المختلفة لطلاب المدارس
 - زيادة المدة الزمنية للبرنامج التدريبي الخاص بالتأهيل في العمل في مجال التجميل
 - التوسع في البرامج المتخصصة في رفع كفاءة المعلمين.
 - التوسع في دعم مؤسسات الرعاية الصحية
 - التوسع في أنشطة التأهيل لسوق العمل.
- **اقتراحات المستفيدين لنوعية جديدة مقترحة لخدمات المسؤولية المجتمعية للشركة المصرية للتكرير:**
 - يقترح المستفيدون من خدمات المسؤولية المجتمعية لنوعية جديدة من الخدمات التي من الممكن ان تنفذها الشركة في المستقبل وتشمل:
 - تنفيذ التدريبات المتعلقة بالتكنولوجيا لمواكبة تطور سوق العمل
 - تنفيذ برامج للنشء للتخطيط للمستقبل.
 - رعاية الموهوبين في المجالات الرياضية والفنية والبحث العلمي.
 - الدعم العيني للأسر الاولى بالرعاية.
 - تقديم الدعم لعملية الدمج المجتمعي في العملية التعليمية
 - تنفيذ التدريبات المتعلقة بربط ذوي الاحتياجات الخاصة بسوق العمل.

المراجع

أولا المراجع باللغة العربية:

1. الهام محمد وحش، المسؤولية الاجتماعية لشركات قطاع الاعمال في التخطيط لتحقيق التنمية البشرية ، رسالة دكتوراة ، كلية الخدمة الاجتماعية ، جامعة حلوان ، 2011
2. المركز المصري لدراسة لسياسات العامة، دراسة عن المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر، القاهرة، 2014
3. تقرير التنمية البشرية لمصر، العقد الاجتماعي في مصر: وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي 2008
4. حسين الأسرج ، المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر بين الواقع والمأمول ، دراسة وزارة التجارة والصناعة المصرية ، 2015
5. حنان عبد اللطيف واخرون، دراسة بعنوان المسؤولية المجتمعية للشركات ودورها في تحقيق التنمية المحلية في مصر، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية رقم 281، معهد التخطيط القومي، 2017
6. خالد الزريقات ، أثر التوجه الإستراتيجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية دراسة تطبيقية علي المصارف التجارية الأردنية ، جامعة الاسراء الخاصة ، الأردن، 2012
7. شيماء احمد عبد القادر ، المسؤولية الاجتماعية لشركات قطاع الاعمال في التخطيط لتحقيق التنمية البشرية دراسة مطبقة على شركة المقاولون العرب، ، كلية الخدمة الاجتماعية ، جامعة حلوان 2016
8. طاهر الغالبي ، صالح العامري ، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال (الأعمال والمجتمع)، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2005
9. فريد عبد العال، دراسة بعنوان المسؤولية الاجتماعية وتنمية المجتمعات المحلية بالتطبيق على محافظة المنوفية، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية رقم 320، معهد التخطيط القومي، 2020
10. فؤاد عيسي ، المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في مصر ، وزارة التجارة والصناعة ، مصر ، 2008
11. محمد بلبع ، المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في تحقيق التنمية المستدامة في مصر ، المجلة العربية للإدارة مجلد 38 ، عدد 4 ، ديسمبر 2012
12. مجلس المسؤولية المجتمعية بالرياض، دراسة عن واقع برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات بمدينة الرياض ،سلسلة تطوير المسؤولية الاجتماعية للشركات، الرياض ، السعودية ،2020
13. نهال المغربل وياسمين فؤاد، المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر بعض التجارب الدولية، مصر، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، ورقة عمل رقم 138، سبتمبر 2008
14. هبه نصار، المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال في مصر، بحث ميداني استطلاعي، كتاب الأهرام الاقتصادي العدد 238، ص13، يوليو 2007
15. وزارة الاتصالات المصرية، استراتيجية المسؤولية المجتمعية في قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، 2014
16. يوسف هارون، فاطمة حماد ،تطبيق محاسبة المسؤولية الاجتماعية ودوره في تحقيق الاهداف الاقتصادية والاجتماعية للشركات "دراسة حالة الشركة السودانية للاتصالات- سودا تيل ،جامعة العلوم والتكنولوجيا بالسودان ،2015

ثانيا المراجع باللغة الإنجليزية

1. Archie B. Carroll, Jill A. Brown, 2018, Corporate Social Responsibility, A Review of Current Concepts, Research, and Issues
2. Arisleidy Terrero-De La Rosa & others, Corporate Social Responsibility and Corporate Governance, Chapter: Corporate Social Responsibility Practices and Programs as a Key Strategic Element in Organizational Performance, 2017

3. A.Mitchell&P.Sikka, Taming the Corporations, Association for the Accountancy & Business Affairs,Essex, 2005
4. Alexander V. Laskin, The third-person effects in the investment decision making: a case of corporate social responsibility, 2018
5. Brown Lester Russell, Eco-Economie . uneautre Economieest possible, Seuil, Paris, 2003.
6. Burgnmeir Beat, Economie du developpement durable, Bruxelles, Paris, Debock, 2004.
7. Carol-Ann Tetreault Sirsly,2009, 75 years of lessons learned: chief executive officer values and corporate social responsibility
8. Emerald Group Publishing, Earnings management, financial performance, and the moderating effect of corporate social responsibility: evidence from France,2021
9. Ismail, Maimunah., 2009, corporate social responsibility and its role in community development: an international perspective, the journal of international social research
9. Jacob Dahl Rendtorff, Jacob, Dahl Rendtorff,2019, Philosophy of Management and Sustainability: Rethinking Business Ethics and Social Responsibility in Sustainable Development, chapter, Corporate Social Responsibility, Sustainability, and Stakeholder Management,
- 10.Mauricio Andrés ,2019, International Journal of Corporate Social Responsibility, A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility
- 11.National Strategy for Corporate Social Responsibility–Action Plan for CSR of the German Federal Government, Berlin , October 2010
- 12.Ye Cai, Hoje Jo & Carrie Pan "Doing Well While Doing Bad? CSR in Controversial Industry Sectors " Published: 09 November 2011Journal of Business Ethics
- 13.Rosdahl, Anders, The policy to promote social Responsibility of enterprises in Denmark ,The Danish National Institute of social Research, wp (10)

ثالثا المواقع الإلكترونية

1. <https://www.ercegypt.com/corporate-social-responsibility>
2. https://en.wikipedia.org/wiki/Corporate_social_responsibility
3. <https://www.worldbank.org/en/about/what-we-do/crinfo>
4. <https://www.investopedia.com/terms/c/corp-social-responsibility.asp>
5. <https://theimpactinvestor.com/social-sustainability-examples/>
6. <http://www.Ethical.trade.Org>
7. <https://jcsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-018-0038-z>
8. <https://www.businessnewsdaily.com/4679-corporate-social-responsibility.html>
9. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-011-1103-7>
10. <https://www.csregypt.com/>
11. <https://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/198706>