

الفصل الثالثة

مجالات وخيارات المسؤولية الاجتماعية

ويشتمل على النقاط التالية:

✍ مقدمة

✍ مجالات المسؤولية الاجتماعية.

أولاً: مجالات تتعلق بالمجتمع والبيئة المحيطة.

ثانياً: مجالات تتعلق بالعملاء.

ثالثاً: مجالات تتعلق بالعاملين وأسرهم.

✍ خيارات / مسارات المسؤولية الاجتماعية.

أولاً: الترويج للقضايا

ثانياً: التسويق المتصل بالقضايا.

ثالثاً: التسويق الاجتماعي المؤسسي.

رابعاً: العطاء الخيري المؤسسي.

خامساً: العمل التطوعي المجتمعي.

سادساً: ممارسات الأعمال المسؤولة اجتماعياً.

✍ أمثلة واقعية لمبادرات اجتماعية مؤسسية لبعض الشركات.

الفصل الثالث

مجالات وخيارات المسؤولية الاجتماعية

مقدمة

تتصور موتورولا مستقبلاً تخلق فيه مصانعها من الحوادث، ولا تنتج أي مخلفات أو نفايات، وتنفث انبعاثات غير ضارة فقط، وتستخدم الطاقة بطرق عالية الكفاءة وتستخدم مخلفات منتجاتنا كأساس لإنتاج منتجات جديدة...

إننا نقف على أعتاب حقبة جديدة نستطيع فيها جميعاً - شركات، وأفراد، وحكومة ومنظمات أخرى - أن نتكاتف ونتعاون سوياً في سبيل مداواة كوكب الأرض. لم يعد بوسعنا أن ننظر لأنفسنا على أننا منفصلون، فنحن جميعاً مترابطون ونشكل جزءاً من الكل وما نفعله يهم الكل ويؤثر فيه.

وعندما نضر البيئة نضر أنفسنا. والتحدي الذي يواجهنا في الألفية الجديدة هو تعلم كيف نعيش في تناغم وانسجام مع كوكبنا.. كوكب الأرض...

بيان الرؤية البيئية لشركة موتورولا

مجالات المسؤولية الاجتماعية

يشير حسين الأسرج (2008) (2012) إلى أن مجالات ومحاور المسؤولية الاجتماعية عديدة، منها: تنظيم وإدارة الأعمال وفق مبادئ وقواعد أخلاقية، والمشاركة مع الفقراء والطبقات الوسطى (على أساس ربحي)، وحماية البيئة وتطويرها، وحماية الموارد الأساسية كالمياه والغابات والحياة البرية والتربة وتطويرها، ومكافحة الفساد وتجنبه، والتزام حقوق

الإنسان والعمل والعمال، ومساعدتهم في تحقيق مكاسب اقتصادية واجتماعية مثل الادخار والتأمين والرعاية لهم ولعائلاتهم، ومشاركتهم في الأرباح. هذا ويمكن تحديد بعض مجالات المسؤولية الاجتماعية لأي منظمة في المجالات التالية:

- 1- تقديم برامج رعاية اجتماعية وتعليمية وثقافية وصحية لأسر العاملين.
- 2- القيام ببعض الأعمال الخيرية ذات النفع العام.
- 3- التبرع لبعض المشروعات والخيريات ذات النفع العام.
- 4- تقديم بعض المشروعات والخدمات الاجتماعية لمساعدة المجتمع.
- 5- تنظيم إفطار جماعي مجاني للفقراء والمساكين في شهر رمضان.
- 6- توزيع بعض الهدايا على مرضى المستشفيات.
- 7- تقديم بعض الهدايا للطلاب المتفوقين في المدارس.
- 8- المساهمة في برامج تنمية المجتمع الحالي.
- 9- المشاركة في التخطيط ووضع الخطط للمجتمع.
- 10- احترام ثقافة وديانة المجتمع، والمحافظة على القيم والتقاليد والأعراف الإيجابية في المجتمع.
- 11- تدريب تلاميذ وطلاب المؤسسات التعليمية.
- 12- العمل على الحفاظ على البيئة المحيطة بالمنظمة والقيام بمشروعات لحماية هذه البيئة من التلوث.
- 13- إجراء البحوث والدراسات لإلقاء الضوء على الاحتياجات والمشكلات الاجتماعية.
- 14- المساهمة في وقاية المجتمع من المشكلات الاجتماعية.
- 15- المساهمة في حل أو مواجهة المشكلات الاجتماعية.

ويضيف محمد إبراهيم (2005) مجال مهم آخر لمجالات المسؤولية الاجتماعية، عبر عنه من خلال أن المنظمة عليها أن تقوم بإنتاج سلع أو خدمات يحتاج إليها المجتمع بالفعل، وأن توفر فرص عمل لأفراد المجتمع، وتقوم بدفع أجور عادلة، وتعمل على كفالة سلامة العاملين والمجتمع.

وقد أدرجت كتليب Cutlip وآخرون (1985) قائمة تضم سبعة أنواع من الأنشطة التي يمكن أن تستخدمها الشركة للمشاركة في حياة المجتمع، وهي:

- 1- البيت المفتوح: ويشمل القيام بجولة مرافق المنظمة وتمكين أعداد كبيرة من المجتمع من زيارة المباني وملحقاتها وغرس الإحساس المتجدد بالاعتزاز بمكان عملهم.
- 2- الأحداث الخاصة: وتشمل حلقات المناقشة الخاصة المرتبطة بمنتجات الشركة.
- 3- دورة النشر الداخلية الممتدة: بالإضافة إلى نشر أخبار المجتمع المحلي في المجتمع الأكبر.
- 4- الأنشطة التطوعية: وتشمل تشجيع ومساعدة العاملين على التطوع لدى مجتمعاتهم المحلية.
- 5- الإعلان المحلي: من خلال تنظيم وتركيز الرسالة تجاه وسائل الإعلام المحلية.
- 6- المساهمة بالأموال: من خلال الرعاية أو الكفالة والتبرع بالمال للمنظمات المحلية إما نقداً أو عيناً.
- 7- خدمات الأخبار: وتشمل توفير المعلومات طبقاً لحاجة وسائل الإعلام المحلية.

بينما حددت ساندرا كان Sandra Can (2009) وأ. فري A.Fry (2001) أربعة أنواع من الرعاية أو الكفالة Sponsorship التي يمكن للشركات تحقيقها في مجال المسؤولية الاجتماعية، هي كالتالي:

- 1- الترفيه.
- 2- الفنون.
- 3- الرياضة.
- 4- القضايا الاجتماعية.

وفصل لنا الجدول رقم (1) السمات المميزة لكل نوع منها:

جدول رقم (1)
أنواع الرعاية وسماتها المميزة

نوع الرعاية	السمات المرتبطة بها	نوع الجمهور	حجم الجمهور	أسباب الرعاية
الترفيه	تدرجية ومستقرة	حسب نوع الترفيه	جمهور عام	اختراق السوق
الفنون	الإبداع والامتياز	حصري	جمهور متخصص	تنمية سوق متخصص
الرياضة	تنافسية وديناميكية	الشباب، المراهقين	جمهور كبير، ويمكن أن يكون عالمياً	تنمية سوق دولي
القضايا الاجتماعية	معنية بالقضايا الاجتماعية	يقوم على أساس المجتمع أحياناً محلي، أو إقليمي، أو وطني أو دولي	جمهور متنوع	تنمية صورة الشركة والسوق.

وفي ضوء ما سبق يمكن تصنيف مجالات المسؤولية الاجتماعية في الآتي:

أولاً: مجالات تتعلق بالمجتمع والبيئة المحيطة، نذكر منها:

- 1- القيام ببعض الأعمال الخيرية ذات النفع العام.
- 2- التبرع لبعض المشروعات الخيرية ذات النفع العام.
- 3- تقديم بعض المشروعات والخدمات الاجتماعية لمساعدة المجتمع.
- 4- تنظيم إفطار جماعي مجاني للفقراء والمساكين في شهر رمضان.

- 5- توزيع بعض الهدايا على مرضى المستشفيات.
- 6- تقديم بعض الهدايا للطلاب المتفوقين في المدارس.
- 7- المساهمة في برامج تنمية المجتمع المحلي.
- 8- المشاركة في التخطيط ووضع الخطط للمجتمع.
- 9- احترام ثقافة وديانة المجتمع، والمحافظة على القيم والتقاليد والأعراف الإيجابية في المجتمع.
- 10- تدريب تلاميذ وطلاب المؤسسات التعليمية.
- 11- تشغيل الشباب في فترة الصيف.
- 12- توفير فرص عمل لأفراد المجتمع.
- 13- تدريب المعاقين والالتزام بنسبة تشغيلهم (5%).
- 14- العمل على الحفاظ على البيئة المحيطة بالمنظمة والقيام بمشروعات لحماية هذه البيئة من التلوث.
- 15- العمل على الحفاظ على البيئة لإلقاء الضوء على الاحتياجات والمشكلات الاجتماعية.
- 16- المساهمة في وقاية المجتمع من المشكلات الاجتماعية.
- 17- المساهمة في حل أو مواجهة المشكلات الاجتماعية.

ثانياً: مجالات تتعلق بالعملاء:

نذكر منها:

- 1- إنتاج سلع أو خدمات يحتاج إليها العملاء بالفعل.
- 2- تحديد مناسب لأسعار السلع أو الخدمات التي يحتاج إليها العملاء بدون مغالاة أو استغلال أو احتكار.
- 3- تقديم سلع أو خدمات آمنة وذات جودة عالية.
- 4- الحرص على كسب رضا العملاء بل والعمل على إسعادهم.

ثالثا: مجالات تتعلق بالعاملين وأسرهم:

نذكر منها:

- 1- تقديم برامج رعاية اجتماعية وثقافية وصحية للعاملين.
- 2- تقديم برامج رعاية اجتماعية وثقافية وصحية لأسر العاملين.
- 3- توفير فرص التدريب لأبناء العاملين.
- 4- توفير فرص العمل لأبناء العاملين.
- 5- دفع أجور عادية للعاملين.
- 6- العمل على كفالة سلامة العاملين وعدم تعريضهم للمخاطر بكافة أنواعها.
- 7- تنمية حالة من الولاء والانتماء من قبل العاملين تجاه المنشأة.

وفي هذا الشأن فإننا نوصي بضرورة تنوع مجالات المسؤولية الاجتماعية للمنظمات لإحداث التنمية في المجتمع بشكل متوازن بدون التركيز فقط على مجالات معينة.

خيارات / مسارات المسؤولية الاجتماعية:

حدد فيليب كوتلر Philip Kotler ونانسي لي Nancy Lee (2005) في كتابهما عن المسؤولية الاجتماعية للشركات (*) ستة خيارات اجتماعية مؤسسية متاحة تختار منها ما يناسبها ويناسب المجتمع المحيط به، أمام أي منظمة إذا أرادت أن تتحمل مسؤوليتها الاجتماعية تجاه خدمة وتنمية هذا المجتمع.

هذه الخيارات والمساواة يمكن رصدها كالتالي:

- 1- الترويج للقضايا.
- 2- التسويق المتصل بالقضايا.
- 3- التسويق الاجتماعي المؤسسي.

(*) ترجمة: علا أحمد إصلاح (2010م).

- 4- العطاء الخيري المؤسسي.
- 5- العمل التطوعي المجتمعي.
- 6- ممارسات الأعمال المسؤولة اجتماعياً.

والجزء التالي سوف يشرح هذه الخيارات/ المسارات بشيء من الإيجاز.

أولاً: الترويج للقضايا Cause Promotions

تُعرف ساندرا كان Sandra Cain (2009) الترويج بأنه يتضمن نقل معلومات حول منتج أو ماركة تجارية أو شركة. والترويج هو واحد من العوامل الأربعة الرئيسية للمزيج التسويقي، حيث أن العناصر الثلاثة المتبقية هي: إدارة المنتج والتسعير والتوزيع.

تقدم الشركة الأموال أو المساهمات العينية أو موارد مؤسسية أخرى لزيادة الوعي والاهتمام بقضية اجتماعية بعينها أو مساندة جمع التبرعات أو المشاركة أو استقطاب المتطوعين لصالح إحدى القضايا. ومن الممكن أن تنظم الشركة الترويج وتديره بمفردها (مثل قيام شركة ذا بودي شوب بالترويج لغرض حظر استخدام الحيوانات في تجارب مواد التجميل) أو قد تكون شريكاً رئيسياً في أحد الجهود (مثل قيام شركة أليف Aleve برعاية مسيرة جمع التبرعات الخاصة بمؤسسة التهاب المفاصل) أو قد تكون واحداً من رعاة عديدين (ضمن رعاة حملة حافظوا على جمال أمريكا سنة 2003 من أجل "التنظيف الأمريكي العظيم" شركة لا يسول Lysol، بيبسي كولا PepsiCo، ومراكز إطارات وخدمة فايرستون Firestone ضمن رعاة آخرين).

جدول رقم (2): أمثلة لمبادرات ترويج للقضايا

المؤسسة	القضية	الجمهور المستهدف	الأنشطة	الشركاء الرئيسيون
الخطوط الجوية البريطانية (بريتش إيروايز)	الأطفال المحتاجون حول العالم	المسافرون على رحلات الخطوط الجوية البريطانية	توفير مظاريق لجمع قطع النقود الصغيرة الترويج لفريق العاملين على الرحلات الجوية مع الشركة على الويب	منظمة اليونيسيف
ول-مارت	مستشفيات الأطفال	الزبائن في المتاجر	الترويجات التي يقوم بها الموظفون في المتاجر التابعة للشركة	شبكة معجزة الأطفال.
ذا بودي شوب	استخدام الحيوانات في تجارب مستحضرات التجميل	صناع السياسات صناعة مواد التجميل الزبائن	المواد المطبوعة العلاقات العامة الالتماسات لصق بطاقات على العبوات الشارات موقع الانترنت	جماعات حقوق الحيوانات
جونسون آند جونسون	النقص في أعداد المرضات	طلاب المدارس الثانوية طلاب الجامعات المرشدون نظم الرعاية الصحية	الإعلان مواد الاستقطاب الأحداث الخاصة. العلاقات العامة. موقع الانترنت	اتحادات التمريض المهنية الكليات والجامعات نظم الرعاية الصحية

ثانياً: التسويق المتصل بالقضايا Cause-Related Marketing

تُعرف ساندرا كان Sandra Cain (2009) التسويق بأنه عبارة عن عملية إدارية مسئولة عن تحديد المستهلك والتعرف عليه وتوقع احتياجاته والوفاء بها بصورة مريحة.

تلتزم الشركة بتقديم مساهمة أو التبرع بنسبة مئوية من الإيرادات لقضية محددة بناء على مبيعات المنتجات. الأكثر شيوعاً أن يكون هذا العرض لفترة زمنية معلن عنها ومنتج محدد ومن أجل مؤسسة خيرية محددة.

وفي هذا السيناريو تدخل الشركة غالباً في شراكة مع إحدى المنظمات غير الهادفة للربح وتقيم الاثنان علاقة مفيدة لكليهما تهدف لزيادة مبيعات منتج معين وتوليد دعم مالي للمؤسسة الخيرية (على سبيل المثال: تتبرع شركة كومكاست Comcast بـ 4.59 دولار من رسوم تركيب خدمة الانترنت عالية السرعة التي تقدمها المؤسسة رونالد ماكدونالدز الخيرية حتى نهاية شهر معين).

ويعتقد كثيرون أن ذلك وضع يحقق الفوز لثلاثة أطراف، حيث إنه يتيح للمستهلكين فرصة المساهمة مجاناً في المؤسسات الخيرية المفضلة لهم أيضاً.

جدول رقم (3): أمثلة لحملات تسويق مرتبط بالقضايا

الشركة	القضية	الجمهور المستهدف	العرض	الشركاء الرئيسيون
شركة ومؤسسة آفون	سرطان الثدي	النساء اللاتي يشتري مواد التجميل ويهتمن بقضية سرطان الثدي	نسبة مئوية من مبيعات منتجات "الشريطة الوردي" يتم التبرع بها للمؤسسة آفون.	مندوبو مبيعات آفون خدمات بحوث ومريضات سرطان الثدي.
كيو في سي (QVC)	الإقلاع عن التدخين	أسرة وأصدقاء النساء المدخنات	يتم التبرع بـ 5 دولارات مع كل دبوس فضي من دبايس "دائرة الأصدقاء"	مؤسسة الإرث الأمريكي
لايسول	منع إلقاء القمامة في الشوارع وتنظيفها	مشترى المظهات المنزلية ومنتجات التنظيف	يتم التبرع بـ 0.5% دولار مقابل منتجات لايسول محددة مرتبطة باسترداد قيمة الكوبونات	حافظوا على جمال أمريكا
أثينا ووتر	سرطان النساء	الأشخاص المهتمون بسرطانات النساء	التبرع بـ 100% من الأرباح الصافية للبحوث الطبية	منظمات البحوث والرعاية الطبية
أمريكان إكسبريس	الجوع	عملاء بطاقات الائتمان والعملاء المحتملون	التبرع مقابل طلبات إصدار البطاقات والمعاملات	المنظمات الخيرية المعنية بالإغاثة من الجوع.

ثالثاً: التسويق الاجتماعي المؤسسي Corporate Social Marketing

تقوم الشركة بدعم تصميم و/ أو تنفيذ حملة لتغيير السلوك بهدف تحسين الصحة العامة أو السلامة أو البيئة أو رفاهية المجتمع. والسمة المميزة هنا هي التركيز على تغيير السلوك وهذا ما يميز هذا النوع من الترويج عن الترويجيات التي تركز على دعم التوعية وجمع التبرعات واستقطاب المتطوعين من أجل قضية ما.

ومن الممكن أن تصمم الشركة وتنفذ حملة لتغيير السلوك بمفردها (مثل تشجيع شركة فيليب موريس الآباء على التحدث مع أبنائهم عن استخدام التبغ) ولكن في أغلب الأحيان يتضمن الترويج شركاء في وكالات القطاع العام (شركة هوم ديبوت Home Depot مرفق يروج لترشيد استخدام المياه) و/ أو منظمات غير هادفة للربح (قيام شركة بامبرز Pampers ومؤسسة متلازمة الوفاة المفاجئة عند الأطفال Sids Foundation بتشجيع القائمين برعاية الأطفال على وضع الأطفال على ظهورهم عند النوم).

جدول رقم (4): أمثلة لمبادرات تسويق اجتماعي مؤسسي

الشركة	السلوك المرغوب	الجمهور المستهدفة	نماذج للأنشطة	الشركاء الرئيسيون
سابواي Subway	ممارسة عادات صحية متصلة بالقلب	الأشخاص البالغون الباحثون عن خيارات غذائية صحية	الإذاعة / التلفزيون النشرات التعريفية	الاتحاد الأمريكي للقلب
بامبرز Pampers	وضع الأطفال على ظهورهم عند النوم لمنع حدوث متلازمة الوفاة المفاجئة عند الأطفال.	الآباء والأمهات ومن يرعون الأطفال.	شعار "النوم على الظهر عند النوم" على حفاظات الأطفال حديثي الولادة	مؤسس إس آي دي إس هيلث كندا

الشركة	السلوك المرغوب	الجمهور المستهدفة	نماذج للأنشطة	الشركاء الرئيسيون
سترات نجاه مويستنج Mustang Life Vests	إلباس الأطفال سترة نجاة على الشاطئ والأرصقة البحرية وفي القوارب	الأسر التي يوجد بها أطفال صغار	• إعلانات الشوارع • كوبونات الخصم • برامج الاستعارة	• مستشفيات الأطفال • خدمات الطوارئ الطبية • الائتلافات الحكومية المحلية.
دول Dole	التخلص من القمامة بصورة سليمة.	• الأشخاص الذين يتناولون الوجبات السريعة. • الأشخاص الذين يتراوح عمرهم بين 16 و24 سنة. • الأشخاص الذين يقودون السيارة مسافة 50 ميلاً فأكثر يومياً.	• نقطة الشراء • الأحداث الخاصة	• وزارة النقل في تكساس. • حافظوا على جمال تكساس.
كريست Crest	ضمان صحة فم جيدة للأطفال	الأطفال في المرحلة الابتدائية بدرجة أساسية	• التوعية • العناية بالفم • أدوات صحة الفم	• الاتحاد الأمريكي للأسنان • نوادي البنين والبنات

رابعاً : العطاء الخيري المؤسسي Corporate Philanthropy

يُقصد بالعطاء الخيري الإحسان الذي يُقدم من شخص أو جهة إلى شخص آخر في حاجة إلى مساعدة أو إلى جهة أخرى في حاجة إلى المساعدة.

تقدم الشركة مساهمة مباشرة إلى مؤسسة خيرية أو قضية ما ويكون ذلك غالباً في صورة هبات نقدية أو تبرعات و/ أو خدمات عينية.

وربما تعد هذه المبادرة الأكثر تقليدية بين جميع المبادرات الاجتماعية المؤسسية ولسنوات كثيرة تملك التعامل معها بشكل سريع الاستجابة أو حسبما تقتضي الظروف. وكما ذكرنا فإن المزيد من الشركات يتعرض الآن للضغوط داخلياً وخارجياً معاً للاتجاه نحو الأخذ بمنهج أكثر استراتيجية واختيار محور تركيز وربط الأنشطة الخيرية بأهداف وغايات الشركة المتصلة بالأعمال التجارية.

جدول رقم (5): أمثلة لمبادرات العطاء الخيري المؤسسي

الشركة	القضية	المساهمات الرئيسية	الجهة (الجهات) المتلقية	الشركاء الرئيسيون
كون أجرا فوودز	جوع الأطفال	- التمويل - شاحنات التوصيل - تكنولوجيا نظم التتبع	- بنوك الطعام في أنحاء الأمة - الأطفال	- أمريكا ساكند هارفيست - البرامج والمنظمات الخيرية المحلية المعنية بالأطفال.
جنرال إليكتريك	الإضاءة الخارجية عند المعالم القومية	- التركيبات المضادة للسطوع - المبهر للبصر - الهبات	منتزه يلوستون الوطني	- مؤسسة يلوستون - خدمة المتنزهات الوطنية
مؤسسة ذا نيويورك تايمز	الصحافة	- المساهمة النقدية - معاهد الصحافة	- الجامعات - الطلاب	- الجامعات - الخبراء في حقل الصحافة
جنرال موتورز	السلامة على الطرق السريعة	تمويل وتوفير شاحنات مقفلة (Vans) لإجراء عمليات فحص ومعاينة لمقاعد السيارات وتوصيل مواد برنامج MADD	- حملة الأطفال الآمنين القومية - برنامج أماد ضد قائد السيارات الثملين (MADD)	- توكيلات سيارات جنرال موتورز - نقابة عمال السيارات NAACP
جنرال ميلز	التغذية والنشاط البدني في مرحلة الطفولة	هبات للمنظمات المجتمعية المحلية	المنظمات غير الربحية والمنظمات المجتمعية والمدارس المحلية	مؤسسة الاتحاد الغذائي الأمريكي.

خامسا : العمل التطوعي المجتمعي Community Volunteering

يُقصد بالعمل التطوعي (مدحت أبو النصر: 2013) هو قيام فرد أو منظمة بجهود إنساني في خدمة الآخرين بهدف مساعدتهم، دون مقابل ودون انتظار رد لهذا الجميل. وقد يكون العمل التطوعي: جهد أو وقت أو مال أو خبرة يتم تقديمه دون إجبار بهدف تحقيق خير للآخرين.

تدعم الشركة وتشجع الموظفين وشركاء التجزئة و/ أو الحاصلين على امتيازها على التطوع بوقتهم من أجل مساندة المنظمات والقضايا المجتمعية المحلية.

النشاط يمكن أن يكون جهداً مستقلاً بذاته (كأن يقوم موظفوا شركة تعمل في مجال التكنولوجيا المرتفعة بتعليم الشباب في المدارس المتوسطة مهارات الحاسب الآلي) أو في إطار شركة مع منظمة غير هادفة للربح (مثل عمل موظفي شركة شل Shell مع مؤسسة ذي أوشين كونسير فانسي في مشروع لتنظيف الشواطئ).

ومن الجائز أن يتم تنظيم الأنشطة التطوعية بواسطة الشركة أو من الممكن أن يختار الموظفون الأنشطة الخاصة بهم ويتلقون الدعم من الشركة من خلال بعض الوسائل مثل الوقت مدفوع الأجر وبرامج التطوع لتوفيق قواعد بيانات.

جدول رقم (6): أمثلة لأنشطة تطوعية مجتمعية مؤسسية

الشركة	مثال لقضية مدعومة	أمثلة لأنشطة	أمثلة للدعم
شل	حماية البيئة	إزالة الأعشاب الضارة والفضلات من المناطق الساحلية، دراسة الطيور المائية.	تنظيم الأنشطة وتمويل الموظفين للاشتراك في برامج محددة.
إيه تي أند تي للاتصالات اللاسلكية	الصليب الأحمر والمنظمات الخيرية الأخرى المختارة من قبل الموظفين.	تطوع فرع للعمل من أجل جماعة محددة تعمل لخدمة المجتمع.	تقديم هبات للمنظمات الخيرية التي يتطوع فيها الموظفون
تمبرلاند	منظمات المجتمع المحلي	الاشتراك في فعاليات خدمة مجتمعية شديدة التأثير	ما يصل إلى 40 ساعة من الخدمة المجتمعية مدفوعة الأجر في السنة التقويمية الواحدة.
أي بي إم	تدريب الشباب في سن المدرسة	تدريب الطلاب، كل على حده، بواسطة موظفي أي بي إم المتطوعين.	تقديم برمجيات تدعم التدريب الإلكتروني الآمن.
ليفني شتراوس وشركاه	الفيروس المسبب للإيدز/ مرض الإيدز	التطوع في برامج توصيل الطعام وتسهيل الوصول للمساعدات المختلفة والتوعية.	إشراك الموظفين في جميع أنحاء الشركة.

سادسا: ممارسات الأعمال المسؤولة اجتماعيا

Socially Responsible Business Practices

تبنى الشركة وتنفذ ممارسات أعمال واستثمارات اختيارية تدعم قضايا اجتماعية تهدف إلى زيادة رفاهية المجتمع وحماية البيئة. ومن الممكن أن يتم تصور المبادرات وتنفيذها بواسطة المنظمة (مثل قرار شركة كرافت Kraft بإلغاء كافة أنشطة التسويق داخل المدارس) أو في إطار شراكة مع أطراف أخرى (عمل شركة ستارباكس مع منظمة كونسيرفشن إنترناشيونال لدعم المزارعين بهدف تقليل التأثير على البيئة المحلية).

ومن أجل توضيح هذه الفروق بشكل أكثر واقعية وعملية نعرض فيما يلي أمثلة لثلاث حالات: واشنطن ميوتيوال ومؤسسة ديل Dell للحاسبات الآلية وماكدونالدز للوجبات السريعة. وفي كل حالة نصف بإيجاز معلومات عن خلفية محور تركيز الشركة في المبادرات الاجتماعية ثم نقدم مثالا لمبادرة اجتماعية في كل من المجالات الستة.

جدول رقم (7): أمثلة لمبادرات الأعمال المسؤولة اجتماعيا

الشركة	القضية	الجمهور المستهدف	نماذج للأنشطة	الشركاء الرئيسيون/ آخرون
سيسكو	صيانة الطاقة	مخططو ومديرو المنشآت	• أجهزة لتوفير الطاقة • تصميم المصانع	• المرافق المحلية • الوكالات الأمريكية لحماية البيئة
كوكا-كولا	فيروس الإيدز/ مرض الإيدز	الموظفون الحاملون لفيروس الإيدز والمصابون بالإيدز	• سياسات التوعية	• UNAIDS • الحكومات • موردو الأدوية
نايك	استخدام مواد خام مستدامة	العملاء ذو التوجهات البيئية والعملاء المحتملون	• وضع السياسات • إحداث تغييرات في محتوى المنتجات.	• فرق عمل الموظفين
موتورولا	تقليل النفايات	• مديرو العمليات • مديرو المنشآت	• إعادة تصميم عمليات التدوير	• الوكالات الأمريكية لحماية البيئة
إنتل	السلامة في مكان العمل	الموظفون العاملون في بيئة التصنيع	• إحداث تغيير في العمليات. • الاتصالات • الترويجيات	• الموردون

أمثلة واقعية لمبادرات اجتماعية مؤسسية لبعض الشركات

"هناك مقاييس كثيرة لنجاح إحدى الشركات، أشدها وضوحاً بالطبع الربحية وقيمة السهم، ولكن يوجد مقياس مهم آخر نعتبر أنفسنا مسؤولين عنه - هذا المقياس هو مسئوليتنا الاجتماعية" شركة كيلوج Kellogg التي تنتج الكورن فليكس.

المبادرات الاجتماعية المؤسسية هي أنشطة رئيسية تضطلع بها إحدى المؤسسات من أجل مساندة القضايا الاجتماعية والوفاء بالتزاماتها المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات.

جدول رقم (8): أمثلة للمبادرات الاجتماعية المؤسسية لشركة واشنطن ميوتيوال

الوصف	الترويج للقضايا	التسويق المتصل بالقضايا	التسويق الاجتماعي المؤسسي	العطاء الخيري المؤسسي	التطوع المجتمعي	ممارسات الأعمال المسؤولة اجتماعياً
الوصف	دعم القضايا الاجتماعية من خلال الرعاية الترويجية	تقديم مساهمة أو التبرع بنسبة مئوية من الإيرادات لقضية معينة بناء على مبيعات المنتجات أو استخدامها.	مساندة حملات تغيير السلوك.	تقديم مساهمات مباشرة إلى مؤسسة خيرية أو قضية ما.	أداء خدمات تطوعية في المجتمع.	تبني وتنفيذ ممارسات أعمال واستثمارات اختيارية تدعم قضايا اجتماعية
أمثلة	رعاية برامج استقدام وتوظيف المعلمين	تقديم الدعم للمدارس الحكومية المحلية	رعاية الأيام المصرفية في المدارس الابتدائية وفيها يعمل الآباء وفرق المتطوعين مع الطلاب لفتح حسابات ادخار وإبداع مبالغ منتظمة فيها.	تقديم هبات نقدية لتمويل التطوير المهني للمعلمين.	تدعيم الموظفين لكي يتطوعوا في الفصول المدرسية ويقوموا بتجديد وتطوير الأبنية المدرسية.	توفير التدريب الوظيفي لطلاب المدارس الثانوية.

جدول رقم (9): أمثلة للمبادرات الاجتماعية المؤسسية لشركة ديل

الممارسات الأعمال المسئولة اجتماعياً	التطوع المجتمعي	العطاء الخيري المؤسسي	التسويق الاجتماعي المؤسسي	التسويق المتصل بالقضايا	الترويج للقضايا	
تبني وأداء ممارسات أعمال واستثمارات اختيارية تدعم قضايا اجتماعية.	أداء خدمات تطوعية في المجتمع.	تقديم مساهمات مباشرة إلى مؤسسة خيرية أو إلى قضية ما.	دعم حملات تغيير السلوك.	التبرع بنسبة مئوية من الإيرادات لقضية معينة بناء على مبيعات المنتجات	دعم القضايا الاجتماعية من خلال عمليات ترويج لزيادة الوعي ومع التبرعات وكذلك لزيادة أعداد المتطوعين	الوصف