# الفصل السابع

# تجربة مصر في المسئولية الاجتماعية

**ويشتمل على النقاط التالية:**

- مقدمة.
- أولا: الدوافع التي تشجع الشركات في مصر على الاهتمام بمفهوم المسئولية الاجتماعية.
- ثانيا: أمثلة واقعية لمبادرات اجتماعية مؤسسية لبعض الشركات المصرية.
- ثالثا: بعض الملاحظات على المبادرات الاجتماعية المؤسسية للشركات المصرية.
- رابعا: الهيئة المصرية العامة للمواصفات والجودة.
- خامسا : المركز المصري لمسئولية الشركات.
- سادسا: مركز العقد الاجتماعي.

# الفصل السابع

# تجربة مصر في المسئولية الاجتماعية

## مقدمـة

إن 61٪ من الشركات والمؤسسات الصناعية والاستثمارية العاملة في مصر لا تساهم بأي شكل في أية أنشطة داعمة للتنمية في مصر. هذا ما توصل إليه التقرير الأول الصادر عن الأمم المتحدة حول دور المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في مصر في مجال التنمية.

ولكن على جانب آخر يشير التقرير إلى أنه بالرغم من أن عدداً محدوداً من الشركات في مصر هي التي تهتم بالمشاركة في التنمية إلا أن مشاركتها كان لها تأثير ايجابي في الواقع. وتشير الأرقام إلى أن مشاركة القطاع الخاص في التنمية رغم أنها اقتصرت على 39٪ فقط من إجمالي 574 شركة شملها التقرير استطاعت أن تسهم بحوالي 5.5 مليار جنيه في مجالات مكافحة الجوع والفقر المدقع والتعليم والبيئة والتنمية وهو رقم ضخم ومؤثر ويبرز أهمية مشاركة القطاع الخاص في التنمية من باب المسئولية الاجتماعية للشركات.

وعلى مستوى الحكومة المصرية فقد قامت وزارة الاستثمار بتأسيس المركز المصري لمسئولية الشركات في عام 2009، ووضع مؤشر المسئولية الاجتماعية للشركات SP/EGX ESC في عام 2010م حتى يشجع الشركات التي تتعامل مع البورصة المصرية من قيامها بدورها التنموي تجاه المجتمع. لتكون مصر أول دولة عربية وأفريقية في تطبيق هذا المؤشر، والثانية على المستوى العالمي بعد الهند.

كذلك تم إضافة المادة 23 إلى قانون الضرائب بما يسمح بخصم التبرعات والمنح بحد أقصى 10٪ من إجمالي دخل الشركة الخاضع للضريبة.

**أولا : الدوافع التي تشجع الشركات في مصر على الاهتمام بمفهوم المسئولية الاجتماعية**

حددت نهال المغربل وياسمين فؤاد (2008) إحدى عشر دافعاً تشجع الشركات في مصر على الاهتمام بمفهوم المسئولية الاجتماعية، هي كالتالي:

1- الحاجة إلى توفير مناخ أفضل لممارسة الأعمال ومستوى أفضل من الحوكمة والشفافية والمصارحة واحترام القوانين.

2- إرساء بعض القيم المهمة لدى العاملين بالشركات لحفزهم على احترام قيم العمل والتميز ويشجع ذلك على اجتذاب أفضل العناصر البشرية والعمالة المؤهلة والمدربة.

3- الاهتمام برفع مستوى الإنتاجية لمواجهة زيادة حدة المنافسة عالمياً ومحلياً.

4- الالتزام بتطبيق المواصفات العالمية خاصة عند التصدير للخارج والتأهيل لشروط المشتريات الحكومية.

5- تحسين العلاقة بين الشركات ومختلف أصحاب المصالح من مستهلكين، موردين والشركات عابرة القارات من خلال سلاسل التوريد العالمية.

6- استخدام برامج المسئولية الاجتماعية كأداة للمتابعة والتقييم داخل الشركات.

7- الالتزام بالاتفاقيات الدولية خاصة في ضوء انضمام مصر للميثاق العالمي للأمم المتحدة واستجابة لمبادرات البنك الدولي والبرنامج الإنمائي للأمم المتحدة.

8- الاستجابة للجهود المبذولة من قبل الحكومة ومبادرات المجتمع المدني لحماية حقوق المستهلك.

9- الوفاء بالالتزامات المترتبة على إقامة علاقات تجارية واقتصادية مع الاتحاد الأوروبي وما يترتب على ذلك من ضرورة تطبيق برامج المسئولية الاجتماعية لرأس المال.

10- الحاجة إلى تحسين صورة رجال الأعمال حيث يعاني قطاع الأعمال منذ عدة سنوات من رسوخ فكرة سيئة عن هذا القطاع نتيجة لبعض الممارسات الخاطئة لعدد من رجال الأعمال المتعلقة بالفساد لدى الجهاز المصرفي وتهرب البعض من سداد هذه الالتزامات وهي ظاهرة لعب الإعلام دوراً في تأكيد وجودها وتزايدها.

## ثانيا : أمثلة واقعية لمبادرات اجتماعية مؤسسية لبعض الشركات المصرية

قام **البنك الأهلي المصري** بتقديم العديد من برامج المسئولية الاجتماعية، نذكر منها:

1- التبرع لمشروعات تطوير المستشفيات العامة والجامعية والمراكز الطبية المتخصصة في كثير من المحافظات وتجهيزها بأحدث التقنيات والأجهزة الطبية المتقدمة، بما مكنها من زيادة كفاءتها وتقديم الخدمة الطبية المتميزة لملايين المرضى ذوي الدخل المحدود.

2- إطلاق حملة كبرى لتوعية المجتمع بأهمية المساهمة الفعالة في دعم مشروع مجمع الحوادث والحروق لتحفيز المجتمع على المشاركة في التبرع لصالح المشروع.

3- التعاون مع كلية طب قصر العيني لإتمام وإنشاء وتجهيز المجمع الطبي للحوادث والحروق، كأول مجمع طبي متخصص في مصر لعلاج حالات الإصابات البالغة الناتجة عن الحوادث وحالات الحروق المستعصية.

4- التبرع بحوالي 250 مليون جنية لبناء وتأسيس مدينة زويل للعلوم والتكنولوجيا الكائنة في مدينة 6 أكتوبر بمحافظة الجيزة.

### البنك العقاري المصري العربي:

كمشاركة من البنك العقاري المصري العربي في موضوع المسئولية الاجتماعية، أصدر صك التكافل أو شهادة الصدقة الجارية، حيث يستطيع عميل البنك شراء هذا الصك (بـ1000 جنيه ومضاعفاتها) من البنك ويتبرع من خلاله بعائده لأحد المشروعات الخيرية التي يحددها بنفسه.

### شركة النساجون الشرقيون:

تقدم شركة النساجون الشرقيون تخفيضات كبيرة لبعض فئات المجتمع مثل: الأمهات في عيد الأم ورجال الجيش المصري في عيد 6 أكتوبر على منتجات الشركة من السجاد والموكيت.

**شركة سيراميكا كليوباترا:**

أسست شركة سيراميكا كليوباترا جمعية أهلية خيرية تقدم العديد من البرامج والمشروعات الاجتماعية والمساعدات المالية للأسر الفقيرة في محافظة الجيزة. كذلك توفر فرصة العمرة أو الحج لبعض الأفراد الفقراء.. ويتم زيادة هذه المساعدات وهذه الفرص خلال فترة الانتخابات لأغراض سياسية.

**شركة السلاب للسيراميك والأدوات الصحية:**

توزع شركة السلاب مساعدات مالية للأسر الفقيرة، وكذلك شنطة رمضان (بعض السلع التموينية داخل شنطة ) خلال شهر رمضان الكريم، كما يتم توزيع شنطة مدارس للتلاميذ الفقراء قبل دخول العام الدراسي.. ويتم زيادة هذه المساعدة والشنط خلال فترة الانتخابات لأغراض سياسية.

**شركة هيونداي مصر:**

تقوم شركة هيونداي مصر ببرامج وأنشطة عديدة في مجال المسئولية الاجتماعية. ومن أبرز مبادراتها الاجتماعية مبادرة " معاً لتحرك العالم"، حيث قامت الشركة بالتعاون مع دار الأورمان للأيتام (جمعية أهلية رائدة تعمل في مجال رعاية الأسرة والطفولة) بتنظيم حفلات عديدة للأطفال الأيتام والمعاقين تقدم فيها فقرات ترفيهية وغذاء جماعي وتوزيع الهدايا والبطاطين والأجهزة الكهربائية ولعب الأطفال.

**شركة فودافون مصر للهاتف المحمول:**

فودافون مصر من أوائل الشركات في مصر التي قامت بإنشاء قسم لأنشطة المسئولية الاجتماعية وذلك في عام 2004 وهذا يعكس التزام الإدارة العليا في هذه الشركة بالمسئولية الاجتماعية، ومدى تداخل هذا المبدأ في أعمال الشركة.

لقد تم إنشاء هذا القسم في عام 2004 ومنذ ذلك الحين وهو يعمل في مجال الأعمال الخيرية والمشروعات التي تهدف إلى دعم المجتمع المحلي.

**جدول رقم (13)**

**بعض برامج المسئولية الاجتماعية لشركة فودافون مصر**

| م | المشروعات | الفئات المستهدفة | نطاق وهدف المشروع | الشركاء |
|---|---|---|---|---|
| 1 | حملة لبناء 2000 عيادة في مدارس موجودة بجميع أنحاء مصر | الأطفال الفقراء | • تجديد 300 مدرسة في 29 محافظة.<br>• مبادرة مدرستي جددت أكثر من 4000 فصل وحمام ومكتبة وملعب، واستفاد منها أكثر من 100000طفل، وهدفنا الآن هو الحفاظ على صحة أطفالنا في تلك المدارس بالإضافة إلى مدارس أخرى. | المدارس المستهدفة والإدارات التعليمية المعنية |
| 2 | • العودة إلى المدرسة.<br>• إصلاح وترميم المدارس في مصر | الطلاب الفقراء | • توزيع أكثر من 30 ألف حقيبة مدرسية بمستلزماتها (كراسات، أقلام رصاص، محايات، مساطر، برايات) على الطلاب الفقراء في المحافظات المختلفة.<br>• (مائة ألف تلميذ) يعيشون في المناطق الأكثر فقرا في القرى النائية في جميع أنحاء مصر. | المحافظات المستهدفة |

| م | المشروعات | الفئات المستهدفة | نطاق وهدف المشروع | الشركاء |
|---|---|---|---|---|
| | | | • ترميم 2000 فصل دراسي ومرحاض ومكتبة وفناء.<br>• ترميم 147 مدرسة في 27 محافظة في مصر. | |
| 3 | التبرع بمعدات طبية لوحدة الليزر | • مرضي القلب<br>• الطلاب الفقراء. | • 100 ألف تلميذ يعيشون في المناطق الأكثر فقرا في القرى النائية في جميع أنحاء مصر. | معهد القلب القومي |
| 4 | أسوان الإنسانية – يناير2010 | الأسر المتأثرة بالفيضانات | • مساعدة الأسر التي تأثرت بالفيضانات أثناء هذه الأزمة وتقديم الطعام وخطوط فودافون وهواتف للأسر المتضررة وتقديم إعانات مالية للجمعيات الأهلية المحلية التي تعمل على دعم الأسر المشردة والتي تساهم في إعادة بناء منازلهم. | محافظة أسوان والجمعيات الأهلية المعنية. |
| 5 | توصيل مياه نظيفة للمنازل | العائلات المحتاجة | • المناطق العشوائية والفقيرة بمحافظة الجيزة. | محافظة الجيزة |

### شركة موبينيل للهاتف المحمول

تقدم شركة موبينيل للهاتف المحمول العديد من المبادرات الاجتماعية المؤسسية للمساهمة في تحمل مسئولياتها الاجتماعية تجاه خدمة المجتمع وتنميته، نذكر منها:

**جدول رقم ( 14)**

**بعض برامج المسئولية الاجتماعية لشركة موبينيل**

| م | المشروعات | الفئات المستهدفة | نطاق وأهداف المشروع | الشركاء |
|---|---|---|---|---|
| 1 | مشروعات حقيقية | الشباب | هي مبادرة تقوم بها الجمعية المصرية لشباب الأعمال بتمويل من شركة موبينيل وتهدف إلى تحفيز رواد الأعمال على تنفيذ مشاريعهم الصغيرة والمتوسطة عن طريق تزويدهم بالأدوات الأساسية لتحويل أفكارهم إلى مؤسسات فاعلة في السوق الاقتصادي والصناعي. | الجمعية المصرية لشباب الأعمال |
| 2 | حملة توعية عن وباء أنفلونزا الطيور | ربات الأسر | الريف المصري بكافة محافظات مصر | كل المحافظات |
| 3 | تحسين أوضاع المنازل | السكان والفقراء | أكثر من 14000 أسرة من خلال 25 قرية يقع معظمها في محافظات بني سويف والمنيا. | محافظات بني سويف والمنيا |
| 4 | أمل جديد في كل بيت جديد | السكان الفقراء | المناطق الريفية الفقيرة في مصر | المجالس المحلية التنفيذية والشعبية بالمناطق الريفية. |

### شركة اتصالات مصر للهاتف المحمول

تساهم شركة اتصالات مصر للهاتف المحمول في تدعيم التنمية الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع المصري، وذلك من خلال العديد من برامج المسئولية الاجتماعية مثل:

**جدول رقم (15)**

**بعض برامج المسئولية الاجتماعية لشركة اتصالات مصر**

| م | المشروعات | الفئات المستهدفة | نطاق وأهداف المشروع | الشركاء |
|---|---|---|---|---|
| 1 | الماء أصل الحياة | سكان القرى الفقيرة | مئات الآلاف من المواطنين في 7 محافظات في العام الأول من تنفيذ المشروع | المؤسسات الدولية المختصة والجمعيات الأهلية |
| 2 | رعاية الأسر الفقيرة | الأسر الفقيرة | الأسر الفقيرة التي يقل متوسط دخلها الشهري عن 90 جنيها | كل المحافظات |
| 3 | توفير أحد أجهزة الغسيل الكلوي وأجهزة تنقية المياه | مرضى الكلى | القرى داخل إقليم القاهرة الكبرى | محافظات القاهرة والجيزة والقليوبية. |
| 4 | استخدام لغة الإشارة في التواصل بين عملاء الشركة من الصم والبكم والبكم حيث يمكن استخدام مكالمات الفيديو بأسعار مخفضة. | الصم والبكم | عملاء الشركة من الصم والبكم | محافظات القاهرة والجيزة والقليوبية. |

ولقد فازت شركة اتصالات مصر خلال عام 2009 بجائزة في مجال المسئولية الاجتماعية، هي جائزة: أفضل برنامج في خدمة المجتمع Best Community Work Program عن مبادرة الماء أصل الحياة.

### الشركة المصرية للاتصالات الهاتفية

تقدم الشركة المصرية للاتصالات الهاتفية العديد من برامج المسئولية الاجتماعية، نذكر منها:

**جدول رقم (16)**

**بعض برامج المسئولية الاجتماعية للشركة المصرية للاتصالات**

| م | المشروعات | الفئات المستهدفة | نطاق وأهداف المشروع | الشركاء |
|---|---|---|---|---|
| 1 | الصحة | • الأطفال مرضى السرطان.<br>• مرضى الكلي.<br>• مرضي سرطان الثدي | التبرع للمؤسسات الصحية المعنية برعاية الأطفال مرضى السرطان ومرضى الكلى ومرضى سرطان الثدي. | • مستشفى سرطان الأطفال 57357.<br>• مركز للغسيل الكلوي بمحافظة القليوبية<br>• جمعية أحباء مستشفى الأطفال طب عين شمس.<br>• مركز زراعة الأعضاء بجامعة عين شمس.<br>• المؤسسة المصرية لمكافحة سرطان الثدي. |
| 2 | التعليم | • طلاب المرحلة الثانية.<br>• طلاب الجامعة. | • قامت الشركة برعاية المؤتمر الأفريقي التعليمي الدولي.<br>• تكريم أوائل الثانوية العامة.<br>• طلاب المرحلة الثانوية.<br>• طلاب الجامعة. | كل المحافظات |
| 3 | الثقافة | • الأطفال.<br>• الشباب | • الإعداد للحملة القومية للقراءة للجميع. | وزارة التربية والتعليم وجامعة الوادي الجديد. |

| م | المشروعات | الفئات المستهدفة | نطاق وأهداف المشروع | الشركاء |
|---|---|---|---|---|
| 4 | دعم المجتمع المحلي | • الشباب.<br>• المكفوفين<br>• الطفل الفقير.<br>• الفقراء.<br>• المرأة المعيلة.<br>• شباب الخريجين<br>• المرأة. | • حفل الزفاف الجماعي الذي أقيم في إستاد القاهرة.<br>• إنشاء قاعة مكفوفي البصر بالمكتبة المركزية بجامعة القاهرة.<br>• جمعية صحبة الخير للمشاركة في تنظيم لقاء الألف طفل الفقير كل شهر.<br>• التبرعات لبنك الطعام المصري.<br>• رعاية معرض الأسر المنتجة (ديارنا).<br>• شراء 150 حاسب آلي لصالح جمعية تنمية حي مصر الجديدة.<br>• رعاية المؤتمر العربي الأفريقي السادس لسيدات الأعمال. | • إستاد القاهرة<br>• جامعة القاهرة.<br>• بنك الطعام المصري<br>• جمعية تنمية حي مصر الجديدة. |

### ثالثا : بعض الملاحظات على المبادرات الاجتماعية المؤسسية للشركات المصرية

في ضوء المبادرات الاجتماعية المؤسسية لبعض الشركات المصرية، فإنه يمكن تقديم بعض الملاحظات عليها في الآتي:

1- إن صور المبادرات والفعاليات التي قدمتها بعض الشركات المصرية قد تعددت بحسب: طبيعة البيئة المحيطة، ونطاق نشاط الشركة، ونوعية السلع أو الخدمات التي تنتجها أو تقدمها، وما تتمتع به كل شركة من قدرة مالية وبشرية...

2- إن معظم هذه المبادرات كانت بدوافع إنسانية ودينية، ولا تزال معظمها في حدود الإعراب عن النوايا الحسنة للمنظمات تجاه المجتمع الذي تزاول نشاطها فيه.

3- إن معظم هذه المبادرات منفصلة عن النشاط الأساسي التجاري للشركات.

4- إن معظم هذه المبادرات تلعب دوراً قصير المدى وليست لها استراتيجية طويلة المدى.

5- كثير من هذه المبادرات لا يتم تقديمها بشكل دائم ومستمر، بل بشكل مؤقت ومؤسسي (مثل: أثناء شهر رمضان وفترة الأعياد ودخول المدارس وفترة الانتخابات...) وتنتهي هذه المبادرات بانتهاء هذه المواسم.

6- يلجأ بعض رجال الأعمال إلى تبني برامج المسئولية الاجتماعية لتحقيق بعض الأهداف السياسية ونيل التأييد عند الترشيح في انتخابات مجلس الشعب أو الشورى أو المجالس المحلية، كما أن البعض الآخر يلجأ إلى هذه البرامج كنوع من التباهي بالمشاركة في العمل الاجتماعي التطوعي.

7- عدم توافر الخبرات المناسبة واللازمة لتطبيق برامج المسئولية الاجتماعية في الغالبية العظمى من الشركات وما يرتبط بها من اختيار القضايا وتحديد الفئات المستهدفة وتحديد الشركاء وإعداد التقارير وأعمال المتابعة والتقييم....

8- كثير من الشركات تلعب دوراً اجتماعياً نتيجة لوجود مشكلات بعينها في المجتمع، وفي حالات أو مواقف تجد الشركة أنه لزاماً عليها أن تتحرك للتصدي للمساهمة في الحل (مثل: حدوث السيول...).

9- أن معظم المبادرات غير مستوعبة في إطار برامج للعمل تخدم احتياجات الاقتصاد والمجتمع بوجه عام، وكثير من هذه المبادرات ليس أكثر من نافذة سطحية مزينة.

10- عند تقديم مبادراتها الاجتماعية فإن كل شركة تقريبا تعمل بشكل منفرد دون أي تنسيق مع الشركات الأخرى، مما يؤكد ضرورة التنسيق بين هذه الشركات لكي تعمل في إطار مشترك بدلاً من النموذج الحالي.

**رابعا : الهيئة المصرية العامة للمواصفات والجودة**

الهيئة المصرية العامة للمواصفات والجودة هي المرجع القومي المعتمد والجهة الرسمية الوحيدة في مصر المنوط بها القيام بجميع أنشطة المواصفات والجودة والاختبارات والمعايرات الصناعية بهدف رفع جودة المنتجات المصرية بما يجعلها قادرة على المنافسة في الأسواق الدولية والمحلية وكذلك حماية المستهلك والبيئة بالإضافة إلى تمثيل الدولة في المنظمات الدولية والإقليمية في مجالات المواصفات والجودة والمعايرات والاختبارات.

أنشئت الهيئة بالقرار الجمهوري رقم 29 لسنة 1957 تحت اسم "الهيئة المصرية العامة للتوحيد القياسي"، وفى نفس العام انضمت لعضوية منظمة الأيزو العالمية "ISO". تم إنشاء مركز ضبط الجودة وضمه إلى الهيئة وبناء عليه تم تعديل أسمها إلى "الهيئة المصرية العامة للتوحيد القياسي وجودة الإنتاج" بالقرار الجمهوري رقم 392 لسنة 1979. تم تعديل اسم الهيئة إلى "الهيئة المصرية العامة للمواصفات والجودة" بالقرار الجمهوري رقم 83 لسنة 2005.

وبالنسبة لدور الهيئة في مجال المواصفة القياسية الدولية للمسئولية الاجتماعية، يمكن أن نحدده على سبيل المثال في الآتي: المشاركة في صياغة المواصفة مع منظمة الأيزو، التأكيد على عدم وجود أي محور أو متطلب في المواصفة يتعارض مع تعاليم الدين الإسلامي وأخلاق وأعراف المجتمع العربي، ترأس فريق عمل الترجمة العربية للمواصفة، تنظيم الندوات والمؤتمرات وورش العمل حول المواصفة بهدف نشر ثقافة المسئولية الاجتماعية وتحقيق الفهم السليم لها، تقديم البرامج التدريبية لتدريب المسئولين على المواصفة، تبادل

الخبرات والممارسات الجيدة مع الدول العربية فيما يتعلق بهذه المواصفة، إجراء البحوث والدراسات العلمية عن هذه المواصفة، تشجيع الباحثين على إجراء البحوث والدراسات العلمية عن موضوع المسئولية الاجتماعية...

### خامسا: المركز المصري لمسئولية الشركات

تأسس المركز المصري لمسئولية الشركات بناءا على اتفاقية موقعة بين وزارة الاستثمار والبرنامج الإنمائي للأمم المتحدة. حيث يعمل على تقديم الحلول العملية لقطاع الأعمال فيما يخص المسئولية الاجتماعية للشركات، بالإضافة إلى كونه حلقة وصل محورية بين مصر والميثاق العالمي للأمم المتحدة.

ومع تزايد مطالب أصحاب المصالح، والمستثمرين، ورجال الأعمال للعمل على إزالة المعوقات أمام ممارسة الأنشطة الخاصة بقطاع الأعمال، والتي لا تعد حاجزاً أمام الابتكار والمشروعات الناشئة فحسب، بل يمتد أثرها ليشمل القدرة على دعم تطبيق الشركات لبرنامج المسئولية الاجتماعية.

ومن هنا كان المركز دعامة أساسية لمجتمع المال والأعمال، حتى يصبح أكثر مسئولية من الناحية الاجتماعية. من خلال تبني استراتيجيات ناجحة، كفيلة بترسيخ صيغة ثابتة للتعاون بين المجتمع والشركات.

### نبذة تاريخية:

تتنامى أهمية القطاع الخاص باعتباره محرك لعجلة التنمية، وصاحب إسهام رئيسي يمتلك المقدرة على دعم عملية التنمية والحد من الفقر، وباعتبار النشاط التجاري والاستثمارات أعمدة الرخاء والسلام فإن المعاملات التجارية والاستثمارات المسئولة تعضد الثقة وتمثل رأس مال اجتماعي، يسهم في التنمية واسعة النطاق وترسيخ الأسواق المستدامة.

ومن هذا المنطلق أطلق الأمين العام السابق للأمم المتحدة السيد كوفي عنان مبادرة الميثاق العالمي في دافوس لعام 1999م سعياً إلى "صبغ العولمة بالصبغة الإنسانية". ويعد

الميثاق العالمي إطاراً للشركات الملتزمة بأن تتماشى أنشطتها واستراتيجياتها مع عشرة مبادئ تم الاتفاق عليها تتعلق بكل من: حقوق الإنسان والعمل والبيئة ومكافحة الفساد.

وخلال بضع سنوات صار الميثاق أكبر مبادرة عالمية ومواطنة مؤسساتية في الإنسان والعمل والبيئة وإيجاد وتكوين الشرعية الاجتماعية للشركات في أسواقها.

أما في مصر، فقد بدأت مبادرة الميثاق 2004 من خلال ممثل الأمين العام للأمم المتحدة ورئيس منظمة العولمة الاجتماعية EOSG وقد حضر فعاليات ذلك الحدث حوالي 200 مشارك من الحكومة والقطاع الخاص والغرف التجارية، والأكاديميين، وممثلي المجتمع المدني وأعلنت 55 شركة التحاقها بميثاق العولمة.

وسعياً منه إلى تأكيد النجاح، ووضع استراتيجية دعم وطني لمزيد من الانتشار لمبادئ الميثاق والمسئولية الاجتماعية للشركات في البلاد، قام البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة، وبالتعاون مع مكتب الميثاق العالمي ومركز المديرين المصري - التابع لوزارة الاستثمار - بتأسيس المركز المصري لمسئولية الشركات، لكي يصبح هذا المركز اليوم رائداً في مجاله من خلال: نشر الوعي بالمفاهيم العالمية للمسئولية الاجتماعية للشركات من خلال إيجاد حلول لها فيما يتعلق بمسئولياتها الاجتماعية، بما في ذلك بناء القدرات، والترويج لسياسات المسئولية الاجتماعية للشركات، والاستشارات، والتدريب، والتعليم، وتوفير المعلومات المتعلقة بالمسئولية. وقد تم إسهام الشركات في مجتمعها، نحو الالتزامات الاجتماعية.

وقد تم إعداد المركز وتجهيزه بنماذج لأنشطة الأعمال المستدامة. وتوفير المعلومات الاجتماعية، نحو الالتزام الداخلي لقطاع المسئولية الاجتماعية للشركات في مصر، وتحسين القدرة الوطنية على التصميم والتطبيق، والرقابة على السياسيات المستدامة للمسئولية الاجتماعية للشركات مع الفوارق الجغرافية.

**رؤية المركز:**

صياغة ممارسات مسئولة اجتماعياً لشركات أكثر تنافسية، نتج عنها تأثيرات مستدامة على الشركات المسئولة، وعلى المجتمعات، وعلى البيئة ككل. وفي هذا الصدد يسعى إلى

تشجيع التطوير الفعال للشركات في ضوء الالتزام بالمبادئ العشرة للميثاق العالمي للأمم المتحدة.

**مهمة المركز:**

"العمل كمركز للمعلومات يقدم كل ما يتعلق بالمسئولية الاجتماعية للشركات في مصر من خلال إدارة معلومات وتقديمها بشكل مهني وعلى المستوى المطلوب وزيادة الوعي لدى رجال الأعمال بأهمية مفهوم المسئولية الاجتماعية للشركات والعمل على تحسين قدراتهم في ضوء الممارسات الجيدة والمسئولة والتي تؤدي إلى وضع استراتيجيات مستدامة للمسئولية الاجتماعية للشركات والمؤثرة بشكل ايجابي على الاستثمارات على المدى الطويل.

**أهدف المركز:**

1- دعم المشاركة الفعالة والمهنية للشركات في الأنشطة المسئولة اجتماعياً.

2- زيادة الوعي بالاستراتيجيات الفعالة للمسئولية الاجتماعية للشركات ضمن إدارات الشركة.

3- ووضع دليل يضم قواعد وإرشادات وتوجيهات المسئولية الاجتماعية للشركات والتي تسهل من التنفيذ الجيد لاستراتيجيات المسئولية الاجتماعية للشركات في إطار ممارسات الشركة.

4- تحسين قدرة الشركات والمنظمات الأهلية من خلال إقامة دورات تدريبية معترف بها دولياً، والدعاية للمسئولية الاجتماعية للشركات، عن طريق إقامة المنتديات وورش العمل والبرامج التدريبية.

5- مساعدة الشركات على الالتزام بمعايير العمل والبيئة، من خلال تعضيد الشفافية والمصداقية.

6- صياغة نماذج لأفضل ممارسات المسئولية الاجتماعية للشركات. وتقديم الدعم لمختلف قطاعات الأعمال، والتي تتبنى وتعضد الاتفاقيات.

7- تشجيع ودعم وتمكين إطار العمل المحلي للميثاق العالمي للشركات المصرية.

**خدمات المركز:**

1- **بناء القدرات**: تنظيم الدورات والبرامج التدريبية والتعليمية المعتمدة عالمياً حول جوانب عدة للمسئولية الاجتماعية للشركات وتقديم الخدمات الاستشارية لكل من شركات القطاع العام والخاص لوضع وتنفيذ استراتيجيات المسئولية الاجتماعية للشركات.

2- **مركز المعلومات**: نشر الوعي، وعقد الأنشطة الاجتماعية والتعليمية (المؤتمرات، والمنتديات، والمعارض، وورش العمل) بنك معلومات وإحصائيات خاص بكل ما يتعلق بالمسئولية الاجتماعية للشركات. وتقديم إصدارات تشتمل على النشرات والتعريفات، وأوراق العمل، وأدلة القواعد والتوجيهات ودراسات الحالة أول بوابة الكترونية على الانترنت حول المسئولية الاجتماعية للشركات.

3- **آليات وضع وتطبيق السياسات**: يقدم المركز منتدى على الانترنت، بالإضافة إلى الاجتماعات المنعقدة بهدف تمكين القطاع الخاص بالمشاركة في الحوار حول وضع السياسات المؤثرة بصورة مباشرة على أنشطة المسئولية الاجتماعية للشركات.

4- **دعم وخلق الشركات**: يتعاون المركز مع عدة منظمات دولية والكيانات المهنية من أجل وضع مؤشر متخصص لقياس وتقييم استراتيجية الشركة وأدائها في تطبيق برنامج المسئولية الاجتماعية للشركات.

**سادسا: مركز العقد الاجتماعي**

تأسس مركز العقد الاجتماعي في مايو 2007 كمشروع مشترك بين كل من مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لرئاسة مجلس الوزراء المصري، والبرنامج الإنمائي للأمم المتحدة (UNDP) بالتعاون مع مكتب التعاون الإيطالي. ويضطلع المركز بتوفير الدعم الفني لجهود التنمية البشرية في مصر، بالاستعانة بمنهج يقوم على الحقوق ومبادئ الحوكمة الرشيدة والمواطنة، كما يتولى المركز تنسيق جهود أصحاب المصالح بهدف تحقيق التنمية المتكاملة التي تتسم بالاستدامة والعدالة في الوقت ذاته، وتهيئة عملية الحوار

الوطني من أجل الوصول إلى إجماع بشأن عقد اجتماعي جديد في مصر يضمن حياة كريمة لكل مواطن مصري.

## دور مركز العقد الاجتماعي في تفعيل الشراكات:

### 1- أهداف مركز العقد الاجتماعي المتعلقة بمشاركة القطاع الخاص في التنمية المتكاملة في مصر:

يمثل القطاع الخاص إحدى الركائز الرئيسية للتنمية في مصر، لذا يجب ألا تنحصر مساهمته في المجال الاقتصادي فحسب، وإنما يجب أن يساهم أيضاً بالأفكار والمشاركة الاجتماعية، سعياً إلى القضاء على خطر الفقر من خلال طرح أشكال مختلفة من مبادرات التنمية الاجتماعية. فقد آن الأوان للقيام بمشاركة أكثر فاعلية لتحقيق تنمية مستدامة ومتكاملة. لذا يجب الاهتمام بحاجات القطاع الخاص وشواغله فيما يتعلق بالسياسات العامة وقضايا التنمية وتنفيذ البرامج.

من بين التحديات الرئيسية التي تواجه القطاع الخاص فيما يتعلق بأنشطة المسؤولية الاجتماعية هو عدم وجود خريطة متكاملة ومفصلة للمسؤولية الاجتماعية في مصر، تساعد على تسهيل اتخاذ القرارات حول كيفية المشاركة بشكل فعال وكفء بحيث يكون لها تأثير إيجابي على القطاع الخاص، وأصحاب المصالح "المستهدفين".

يعمل مركز العقد الاجتماعي مع القطاع الخاص على ضمان وجود بيئة مواتية تساعد على إقامة شراكات قوية ومستدامة بين القطاع الخاص ومنظمات المجتمع المدني والحكومة. كما يعمل على آليات لضمان مشاركة القطاع الخاص في عملية التنمية من خلال تلبية احتياجاته بتوفير خريطة للمسؤولية الاجتماعية تكون مواتية للمستخدمين في مصر وتوثيق أفضل الممارسات التي تتم بمعرفة القطاع الخاص في مصر في مجال التنمية المتكاملة.

### 2- كيف يستطيع مركز العقد الاجتماعي مساندة شراكات القطاع الخاص؟

أعلنت الحكومة المصرية في عام 2007م عن عزمها لاستهداف الألف قرية الأكثر فقراً والتي تهدف إلى إيجاد مصدر رزق معقول ومستدام لسكان الألف قرية من خلال زيادة توفير الخدمات الأساسية لهم وحصولهم عليها وتحسين تقديمها للجميع بشكل عادل

وتكلفة معقولة، والحد من الفقر والتعرض له من جانب الأفراد الأكثر حرماناً في هذه القرى وزيادة قدرتهم على الوصول إلى الأسواق.

وقد شرعت الحكومة المصرية في تنفيذ المرحلة الأولى من مبادرة الألف قرية الأكثر فقراً في عدد 151 قرية بإجمالي استثمارات قدرها 3.4 مليارات جنيه، وبمتوسط قدره 29 مليون جنيه لكل قرية منها. تتضمن هذه المرحلة الاستثمار في مجموعة متكاملة من الخدمات الأساسية التي تشمل 12 برنامجاً رئيسياً يتضمن: البنية الأساسية للتعليم الرسمي، وفصول محو الأمية والمرافق الصحية وكذلك خدمات الإسعاف ووحدات إسكان جديدة ومرافق الصرف الصحي وشبكاته، إلى جانب طرق جديدة ومرافق جديدة أو محسنة لإدارة المخلفات وخدمات مكافحة الحرائق ومنشآت الشباب والرياضة، وأيضاً توفير قروض متناهية الصغر من خلال الصندوق المحلي للتنمية والصندوق الاجتماعي للتنمية، وخدمات جديدة ومحسنة للتضامن الاجتماعي والخدمات البريدية.

وإلى جانب توفير البنية الأساسية فإنه من المقرر أن تتضمن بعض البرامج بناء قدرات العاملين وتدريبهم، بما في ذلك تدريب الأطباء في الوحدات الصحية، وتدريب الممرضين والممرضات وطاقم العمل، وأطقم العاملين في التنمية المحلية، والميسرين في فصول محو الأمية والأفراد العاملين في وحدات التضامن الاجتماعي. كما سيجري تنفيذ عدد محدود من حملات التوعية في إطار برامج التنمية البيئية والمحلية وبرامج محو الأمية. وقد تم تكليف مركز العقد الاجتماعي بمهمة وضع نظام منفصل للرصد وتقييم لقياس أثر مبادرة الحوكمة التي تم وضعها بنجاح.

وفي هذا الصدد أجرى مركز العقد الاجتماعي أعمال التقييم الأساسية في القرى المائة وواحد وخمسين، بالاستعانة بأدوات بحث كمية وكيفية تتسم بالفاعلية وتقوم على أساس المشاركة. وقد تمثلت نتيجة هذا التقييم في تمكن المركز من تحديد الاحتياجات في البرامج الحكومية المخططة والاحتياجات المحلية الفعلية في هذه القرى. وقد كشف تقييم الحاجات القائم على المشاركة وجود عدداً من الفرص التي توائم بين متطلبات المجتمعات المستهدفة واحتياجات برامج المسؤولية الاجتماعية الخاصة بشركات القطاع الخاص.

### 3- تكامل الجهود بين القطاع الخاص ومركز العقد الاجتماعي:

يتولى عدد من هيئات القطاع الخاص تنفيذ مشروعات في إطار المسؤولية الاجتماعية وتطوير المجتمعات، إلا أن هناك نقصاً واضحاً في المعلومات التفصيلية المتعلقة بمكان احتياجات المجتمعات، وطبيعتها وأيضاً كيفية إحداث مزيد من التطور فيها. ورغم أن عدد كبير من هيئات القطاع الخاص تلتزم بسداد ما تدين به من فضل المجتمعات المحيطة بها، إلا أن الفجوة مابين الإمدادات والإسهامات التي يقدمها القطاع الخاص من ناحية وطلب المجتمعات المحلية واحتياجاته من ناحية أخرى مازالت قائمة.

وفي إطار رصد جهود التطوير في مصر وإيجاد صلات تجمع ما بين القطاع الخاص والمجتمع المدني والحكومة وكذلك وضع نظام لرصد وتقييم الأثر الخاص بمبادرة الحكومة، عمل مركز العقد الاجتماعي على إعداد خريطة للمسؤولية الاجتماعية. هذه الخريطة عبارة عن قائمة تتضمن مجموعة متنوعة من المشروعات المقترحة في قطاعات مختلفة لضمان استجابة إيجابية من القطاع الخاص.

الخريطة تركز مبدئياً على 151 قرية في ست محافظات بالمرحلة الأولى من مبادرة الحكومة، من المقرر أن تمتد لتشمل احتياجات أخرى للقرى أو المجتمعات العمرانية المحلية أو كليهما.

ولضمان الفاعلية تترجم خريطة المسؤولية الاجتماعية تحديد الاحتياجات بالمشاركة الخاصة بالمسح القاعدي الذي تم إجراءه وتخطيط الموارد المحلية على مستوى القرى إلى فرص للمشروعات من خلال وضع قاعدة بيانات تفاعلية وسهلة الاستخدام وتضمن الخريطة قاعدة البيانات التي تمثل الاحتياجات الفعلية للمجتمعات في القرى المائة وإحدى وخمسين المذكورة والمدرجة في مرحلة التنفيذي التجريبي لمبادرة الحكومة لتنمية الألف قرية الأكثر فقراً.

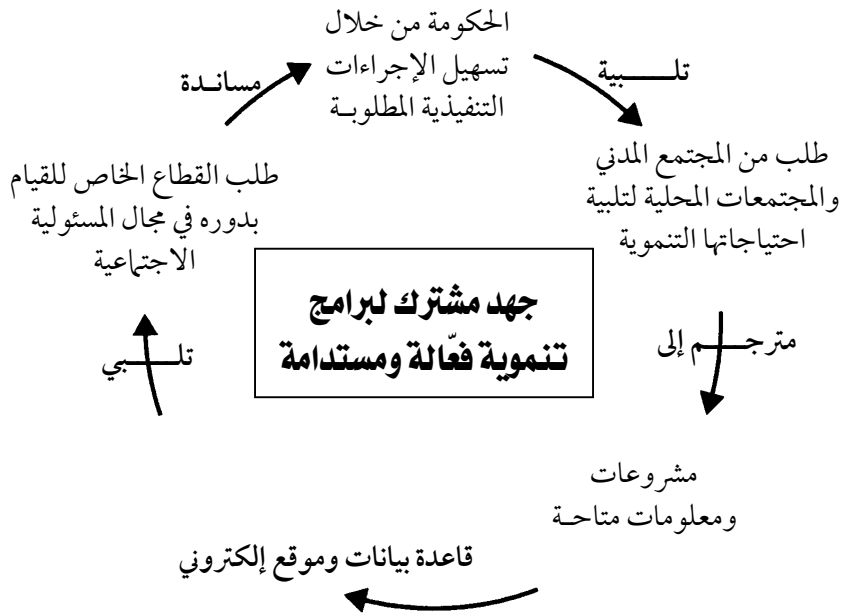
وتجسد الخريطة الجهود المبذولة من جانب القطاع الخاص فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية وفقاً لطلب المجتمعات المحلية.

ولضمان الكفاءة يضمن مركز العقد الاجتماعي تجسيد احتياجات مؤسسات وشركات القطاع الخاص في خريطة وقاعدة بيانات المسؤولية الاجتماعية. وقد تم إنشاء بوابة الكترونية لقاعدة البيانات وإعدادها على أساس التوجيهات المستقاة من عدد من المقابلات المطولة التي أجريت مع مسئولين بارزين في شركات القطاع الخاص، معروف عنهم خبراتهم الطويلة في مجال المسئولية الاجتماعية وعملهم الدءوب في هذا الميدان.

## خريطة المسؤولية الاجتماعية:

يتولى عدد من هيئات القطاع الخاص تنفيذ مشروعات في إطار برامج المسؤولية الاجتماعية وتطوير المجتمعات، إلا أن هناك نقصاً واضحاً في المعلومات التفصيلية المتعلقة بمكان احتياجات المجتمعات، وطبيعتها وأيضا كيفية إحداث مزيد من التطور فيها.

ورغم أن عدد كبير من هيئات القطاع الخاص تلتزم بسداد ما تدين به من فضل للمجتمعات المحيطة بها، إلا أن الفجوة ما بين الإمدادات والإسهامات التي يقدمها القطاع الخاص من ناحية وطلب المجتمعات المحلية واحتياجاته من ناحية أخرى مازالت قائمة.




خريطة المسؤولية الاجتماعية

وفي إطار رصد جهود التطوير في مصر وإيجاد صلات تجمع ما بين القطاع الخاص والمجتمع المدني والحكومة وكذلك وضع نظام لرصد وتقييم الأثر الخاص بمبادرة الحكومة، يعمل مركز العقد الاجتماعي على إعداد خريطة للمسؤولية الاجتماعية. هذه الخريطة عبارة عن قائمة تتضمن مجموعة متنوعة من المشروعات المُقترحة في قطاعات مختلفة لضمان استجابة إيجابية من القطاع الخاص.

على الرغم من أن الخريطة ستركز مبدئيا على 151 قرية في ست محافظات بالمرحلة الأولى من مبادرة الحكومة، من المقرر أن تمتد لتشمل احتياجات أخرى للقرى أو المجتمعات العمرانية المحلية أو كليهما.

**لضمان الفاعلية...**

تترجم خريطة المسؤولية الاجتماعية تحديد الاحتياجات بالمشاركة الخاصة بالمسح القاعدي الذي تم إجراءه وتخطيط الموارد المحلية على مستوى القرى إلى فرص للمشروعات من خلال وضع قاعدة بيانات تفاعلية وسهلة الاستخدام.

وستتضمن الخريطة قاعدة البيانات التي تمثل الاحتياجات الفعلية للمجتمعات في القرى المائة وإحدى وخمسين المذكورة والمدرجة في مرحلة التنفيذ التجريبي لمبادرة الحكومة لتنمية الألف قرية الأكثر فقراً. وستجسد الخريطة الجهود المبذولة من جانب القطاع الخاص فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية وفقاً لطلب المجتمعات المحلية.

**لضمان الكفاءة...**

يضمن مركز العقد الاجتماعي تجسيد احتياجات مؤسسات وشركات القطاع الخاص في خريطة وقاعدة بيانات المسؤولية الاجتماعية. وقد تم إنشاء بوابة الكترونية لقاعدة البيانات وإعدادها على أساس التوجيهات المستقاة من عدد من المقابلات المطوّلة التي أُجريت مع مسئولين بارزين في شركات القطاع الخاص، معروف عنهم خبراتهم الطويلة في مجال المسؤولية الاجتماعية وعملهم الدءوب في هذا الميدان.