

الفصل العاشر

نتائج وتوصيات

لتفعيل جهود وبرامج المسؤولية الاجتماعية

ويشتمل على النقاط التالية:

✍ مقدمة.

✍ أولا: مرتكزات نجاح المسؤولية الاجتماعية.

✍ ثانيا: أهم نتائج البحوث والدراسات التي أجريت في مجال المسؤولية الاجتماعية.

✍ ثالثا: مقترحات وتوصيات لتفعيل جهود وبرامج المسؤولية الاجتماعية.

الفصل العاشر

نتائج وتوصيات

لتفعيل جهود وبرامج المسؤولية الاجتماعية

مقدمة

في الفصل الحالي والأخير سيحاول المؤلف رصد بعض مرتكزات نجاح برامج ومشروعات المسؤولية الاجتماعية. كذلك سيتم رصد أهم نتائج البحوث والدراسات التي أجريت في مجال المسؤولية الاجتماعية، من منظور بعض العلوم والمهن المعنية. ثم سيتم تقديم عدد من التوصيات لتفعيل برامج ومشروعات المسؤولية الاجتماعية.

أولاً : مرتكزات نجاح المسؤولية الاجتماعية :

حدد طلعت حافظ (2011) أربعة مرتكزات رئيسية لتحقيق النجاح للمسؤولية الاجتماعية في أي مجتمع هي كالتالي:

1- القطاع العام:

وتتمثل مسؤولية القطاع العام في توفير المساندة اللازمة لعمل القطاع الخاص في مجالات المسؤولية الاجتماعية المختلفة من خلال تحديد الأولويات والاحتياجات الخاصة بأفراد المجتمع بمختلف فئاته وطبقاته وشرائحه بما في ذلك توفير المعلومات المطلوبة عن مجالات المسؤولية الاجتماعية والتحفيز على الانخراط في مجالات عمل المسؤولية الاجتماعية.

2- القطاع الخاص:

وتتمثل مسؤولية القطاع الخاص في الالتزام بسلوكيات وإجراءات عمل معينة (إنتاجية - إدارية - تسويقية) يمكن من خلالها تلبية احتياجات أفراد المجتمع المختلفة بما في ذلك الإسهام في تحقيق أهداف التنمية المستدامة بمفهومها الواسع والشامل الذي يتحقق عنه ديمومة الاستقرار للجيل الحاضر وجيل المستقبل.

3- المجتمع المدني:

كذلك تقع عليه مسؤولية كبيرة في إنجاح مجالات عمل المسؤولية الاجتماعية المختلفة من خلال تحقيق التكامل والترابط والتنسيق المطلوب للعاملين في مجال المسؤولية الاجتماعية للوصول إلى الفئات المستهدفة من فئات المجتمع المدني المختلفة يُعد أمراً مطلوباً لإنجاح المسؤولية الاجتماعية وتحقيقها لأهدافها منعاً للإزدواجية والتكرار في الأدوار.

4- الإعلام المحلي:

الإعلام بمختلف وسائله وأدواته هو الآخر تقع عليه مسؤولية كبيرة في تفعيل مجالات عمل المسؤولية الاجتماعية بداخل المجتمع من خلال توضيح المفاهيم الصحيحة للمسؤولية الاجتماعية وعرض النماذج المشرفة والتجارب الناجحة للمسؤولية الاجتماعية على العامة بهدف التشجيع والتحفيز على تبني المبادرات والبرامج.

فتطوير العمل في مجالات المسؤولية الاجتماعية يتطلب كذلك وضع التشريعات وسن القوانين اللازمة من الحكومة التي تعمل على تفعيل الشراكة المطلوبة في مجال عمل المسؤولية الاجتماعية بين القطاع العام والقطاع الخاص وتحفزه وتشجع عليه. كما أن الأمر يتطلب تقديم الحوافز والتسهيلات من قبل الدولة للقطاع الخاص التي تشجعه وتحفزه على التوسع في مجالات عمل المسؤولية الاجتماعية.

فمنظمات المجتمع المدني والحركات الاجتماعية عالمية الانتشار بحق يرون أنفسهم كلاعبين دور في تشجيع سياسات المسؤولية الاجتماعية والأعمال لمنظمات الأعمال والدولة.

فكل هذه القطاعات سواء كان القطاع الحكومي، الأهلي "المدني" والخاص ومنظمات

المجتمع المدني الدولية يلعبون دورًا رئيسيًا في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المجتمع والتأكيد عليها لدى مؤسسات القطاع الخاص والقيام بعملية التعاون والتنسيق بين هذه القطاعات لكافة فئات المجتمع وأبرزها حتى تشمل بكافة نواحي التنمية.

ودليل ذلك على قيام البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة بالقاهرة بالتعاون مع مركز المديرين التابع لوزارة الاستثمار في إنشاء المركز المصري لمسؤولية الشركات الذي يمكن عن طريقه تحفيز الشركات وتشجيعها للقيام بدور أكثر في الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية نحو العاملين في الشركات وأفراد المجتمع المحيطين.

ثانياً: أهم نتائج البحوث والدراسات التي أجريت في مجال المسؤولية الاجتماعية

أجريت العديد من البحوث والدراسات من قبل العديد من العلوم والمهن، وخاصة مهنة الإدارة والخدمة الاجتماعية وعلم الاجتماع... عن موضوع المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تجاه المجتمع، وبعد الإطلاع على معظمها يمكن رصد بعض النتائج المهمة المستنبطة منها كالتالي:

أهم نتائج هذه البحوث والدراسات:

- 1- أن أول مهنة اهتمت بموضوع المسؤولية الاجتماعية هي مهنتي الإدارة والمحاسبة، يليهما مهنة الخدمة الاجتماعية.
- 2- أن أول علم اهتم بدراسة موضوع المسؤولية الاجتماعية هو علم الاقتصاد، يليه علم الاجتماع.
- 3- أن موضوع المسؤولية الاجتماعية يدخل في تخصص مهنة الخدمة الاجتماعية بشكل رئيسي، ويعتبر من مجالات الممارسة المهنية الحديثة في هذه المهنة.
- 4- بل إن المسؤولية الاجتماعية تعتبر من المبادئ المهنية الرئيسية في مهنة الخدمة الاجتماعية والتي يلتزم بها الأخصائيين الاجتماعيين في مختلف مجالات الممارسة المهنية.
- 5- أن عدد البحوث والدراسات التي أجريت عن موضوع المسؤولية الاجتماعية

للمنظمات بشأن خدمة وتنمية المجتمع من منظور مهنة الخدمة الاجتماعية تعتبر قليلة جداً (إحدى عشر بحثاً فقط) إذا ما تم مقارنة ذلك العدد بأهمية هذا المجال...

6- أن معظم الشركات التي أجريت عليها هذه البحوث والدراسات لم تقم بدورها كما يجب أن يكون في المساهمة في تنمية وخدمة المجتمع.

7- أن 61٪ من الشركات والمؤسسات الصناعية والاستثمارية العاملة في مصر لا تساهم بأي شكل في أية أنشطة داعمة للتنمية في مصر.

8- أنه بالرغم من أن عدداً محدوداً من الشركات في مصر هي التي تهتم بالمشاركة في التنمية إلا أن مشاركتها كان لها تأثير إيجابي في الواقع.

9- أن الشركات الأجنبية والشركات الدولية المتعددة الجنسية هي الأكثر سخاءاً في المشاركة والعطاء مقارنة بالشركات الوطنية، وذلك لوجود ثقافة دولية راسخة تدعم التوجه نحو المسؤولية الاجتماعية، وهي حقيقة أثبتتها وناقشها تقرير الأمم المتحدة للمسؤولية الاجتماعية للشركات لعام 2010.

10- عدم وجود نص قانوني ملزم لشركات القطاع الخاص بتخصيص نسبة معينة من الأرباح لتدعيم أنشطة تنمية وخدمة المجتمع والمساهمة في حل مشكلاته.

11- عدم اهتمام معظم إدارات الشركات التي أجريت عليها هذه البحوث والدراسات بالأنشطة الاجتماعية الموجهة لخدمة المجتمع وسكانه، اعتقاداً منها أن تلك الأنشطة التي تحتاج إلى مبالغ كبيرة تؤدي إلى تخفيض الأرباح.

12- بتحليل التقارير والقوائم المالية التي تعدها الشركات التي أجريت عليها البحوث والدراسات تبين عدم ظهور أية بنود مستقلة خاصة بالإنفاق على الأنشطة الاجتماعية الموجهة لخدمة المجتمع.

13- عدم وجود هيكل تنظيمي ببعض الشركات للإشراف على تخطيط وتنفيذ الأنشطة الاجتماعية الموجهة لخدمة المجتمع. وفي بعض الشركات يوجد بعض الأخصائيين الاجتماعيين الذين يقومون ببعض هذه الأنشطة بشكل محدود.

14- هناك علاقة ارتباطية بين اهتمام رجال الأعمال بتحمل المسؤولية الاجتماعية تجاه تنمية

وخدمة المجتمع وبعض المتغيرات الشخصية لهم (السن، الحالة التعليمية، سنوات الخبرة في العمل،...).

- 15- أهمية الاستفادة من وسائل الإعلام الجماهيرية بشكل علمي في تنشيط وتنمية مشاركة رجال الأعمال في تحمل المسؤولية الاجتماعية تجاه تنمية وخدمة المجتمع.
- 16- كلما زاد التزام المنظمة بقيم وأخلاقيات العمل والإدارة كلما زاد التزام المنظمة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع.
- 17- إدراك العاملين لأهمية الدور الاجتماعي والإنساني للمنظمة يؤثر في حجم دور المنظمة في مجال المسؤولية الاجتماعية.
- 18- التزام المنظمة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين يسهم بدرجة كبيرة في تحسين فعالية وكفاءة المنظمة.

هذا ويمكن التأكيد على الاعتبارات التالية لتدعيم دور مهنة الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية، وبما يضمن نجاحها في هذا المجال:

- 1- المسؤولية الاجتماعية تعتبر بارقة أمل لمنظمة للمساهمة في علاج بعض مشكلات المجتمع في الدول النامية بصفة خاصة، ومنها الفقر والبطالة والأمية وتلوث البيئة وسوء خدمات المياه والصرف الصحي... وهذا يجعل لمهنة الخدمة الاجتماعية دور رئيسي في مجال المسؤولية الاجتماعية، نظرا لكونها متخصصة ومهتمة بعملية مواجهة هذه المشكلات اعتمادا على مبادئ عديدة، على رأسها مبدأ مشاركة المواطنين Citizen Participation...
- 2- ينطلق مدخل المسؤولية الاجتماعية من فرضية أساسية وهي أنه ليس بمقدور شريك واحد من شركاء التنمية سواء كان الحكومة أو المجتمع المدني أو القطاع الخاص أن ينجز تنمية مجتمعية متكاملة ومتوازنة ومستدامة بمفرده.
- 3- الشراكة هي المدخل الأساسي الذي يسهم إسهاماً لا يمكن الاستغناء عنه في صياغة علاقة أكثر توازناً بين كافة شركاء التنمية: الحكومة والمجتمع المدني والقطاع الخاص بما يمهد الطريق لتحقيق نتائج تنمية أكثر استدامة وعدالة.

4- المسؤولية الاجتماعية هي مسؤولية مشتركة لجميع المنظمات تجاه المجتمع، وليست فقط مسؤولية شركات القطاع الخاص. أي أن المؤسسات الحكومية ومنظمات المجتمع المدني وعلى رأسها الجمعيات الأهلية عليها دور رئيسي في المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع.

5- المسؤولية الاجتماعية هي نوع من رد الجميل للمجتمع وذلك من خلال الإنفاق على الأعمال الخيرية وتدعيم المبادرات والمشروعات الاجتماعية بل والاقتصادية في المجتمع.

6- المسؤولية الاجتماعية ليست موجهة فقط إلى المجتمع بل وإلى أسر العاملين أيضاً وذلك بهدف تحسين نوعية الحياة لهذين الطرفين.

7- المسؤولية الاجتماعية هي ليست فقط مسؤولية المنظمات تقوم بها من خلال المتخصصين في هذا الشأن، بل أيضاً هي مسؤولية العاملين في هذه المنظمات والذين يمكن أن يشاركوا في إنجاح المبادرات والبرامج والمشروعات التي تقوم بها هذه المنظمات للمساهمة في خدمة المجتمع وتنميته.

8- ضرورة إنشاء قسم للمسؤولية الاجتماعية ضمن الهيكل التنظيمي الإداري في كل منظمة، تحت مظلة إدارة الموارد البشرية بها، وتحديد ميزانية مناسبة له بشكل سنوي، وتقديم تقاريرها إلى المدير التنفيذي أو في بعض الحالات تقدم مباشرة إلى مجلس الإدارة.

9- أهمية اختيار التخصصات المهنية القادرة - وعلى رأسها مهنة الخدمة الاجتماعية - على تطبيق مفهوم وثقافة وبرامج المسؤولية الاجتماعية، وضرورة تدريبها وصقل خبراتها في هذا المجال. بصياغة أخرى فإنه من الضروري لتعظيم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات، قيام هذه المنظمات بتعيين العدد المناسب من الأخصائيين الاجتماعيين الأكفاء، نظراً لقدرتهم على التخطيط والتنفيذ والتقويم لبرامج المسؤولية الاجتماعية...

10- ويؤكد بيتر دراكر Peter Drucker (1977) على أن المنظمات التي لا تقوم بتعيين

الأشخاص الأكفاء للقيام بمهمة المسؤولية الاجتماعية وتدعيمها بالدعم الكافي وتقديم الفهم اللازم لهذه المهمة، فمن المؤكد أنها ستقوم بأعمال خاطئة، ونتيجة لهذا، فإن المنظمة ستحدث ضرراً بدلاً من أن تفعل خيراً...

11- كلما زادت جهود المنظمات في المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع كلما زاد معدل التنمية الاجتماعية والاقتصادية في هذا المجتمع.

12- عند قيام منظمات المجتمع بجهود المسؤولية الاجتماعية لابد من أن تراعي ثقافة وديانة المجتمع الذي ستقدم له هذه الجهود.

13- عند اختيار القضايا والمبادرات في برامج المسؤولية الاجتماعية لابد من أن تحظى بموافقة المجتمع عليها وأن تكون واقعية على نحو يستشعر فيه المجتمع بالحاجة إليها، ومن ثم يشارك فيها في مختلف مراحل العمل بها، بمعنى أن تكون مساهمات المنظمات في خدمة المجتمع مدروسة وفي المجالات المطلوبة والمناطق الأكثر احتياجاً ولفئات السكان الأكثر فقراً.

14- ضرورة تنوع مجالات المسؤولية الاجتماعية للمنظمات لإحداث التنمية في المجتمع بشكل متوازن بدون التركيز فقط على مجالات معينة.

15- المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تجاه المجتمع لها أساس خيري فهي تمثل نوعاً من التكافل الاجتماعي بين المنظمات القادرة والمجتمع المحتاج للمساعدة، ولها أساس ديني، فهي تعتبر شكل من أشكال زكاة المنظمات عن أرباحها.

16- لنجاح فكر المسؤولية الاجتماعية لابد من جعلها جزءاً لا يتجزأ من استراتيجية المنظمة بشكل واضح ومحدد ومستمر وليس بشكل مؤقت وموسمي وغير محدد. بمعنى أن يصبح هذا الفكر في شكل بناء مؤسسي ثابت يتصف بالاستدامة والانتظام والدورية والتخطيط المهني السليم.

17- أهمية قيام وسائل الاتصال والإعلام الجماهيري بنشر وتوضيح وإلقاء الضوء على ما تقوم به المنظمات من جهود في مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع.

18- أهمية إجراء المزيد من البحوث والدراسات في مجال المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تجاه المجتمع.

ثالثاً: مقترحات وتوصيات لتفعيل جهود وبرامج المسؤولية الاجتماعية

بالإضافة إلى ما سبق الإشارة إليه من مقترحات وتوصيات لتفعيل المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تجاه المجتمع، يمكن إضافة التالي: (حسين الأسرج: 2012) (مدحت أبو النصر: 2012، 2013) (عارف العاجل: 2011)

1- دور الحكومات:

- توفير مناخ ملائم لقيام الشركات بنشاطها ومواجهة تحديات المنافسة المحلية والعالمية.
- إعطاء القدوة الحسنة للشركات من خلال الإفصاح والإعلان بشفافية عن سياسات الحكومة المختلفة وتوفير المعلومات وإتاحتها وتحسين نظم الحوكمة في الهيئات والإدارات الحكومية المختلفة وتشجيع الشراكة بين القطاعين العام والخاص.
- تشجيع الشركات على التزامها بمسئوليتها الاجتماعية تجاه مختلف أصحاب المصالح من خلال الحوافز الضريبية والامتيازات الخاصة بالمناقصات الحكومية، لفترة محددة وربطها بتحقيق أهداف اجتماعية بعينها.
- منح بعض الجوائز المالية والمعنوية لتشجيع الشركات على المساهمة الفعالة في برامج المسؤولية الاجتماعية لرأس المال.

2- دور منظمات الأعمال:

- تحديد مفهوم مسؤولية الاجتماعية لرأس المال، على نحو يعكس الواقع الاقتصادي والاجتماعي للمجتمع العربي.
- تنظيم حملات واسعة النطاق للترويج لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات وزيادة الوعي لدى هذه الشركات، خاصة الصغيرة والمتوسطة، بأهمية هذه البرامج وأثرها على أرباح الشركات في المدى المتوسط والطويل وعلى اندماجها في سلاسل التوريد العالمية.

- ترتيب أولويات التنمية الاجتماعية التي يتعين على قطاع الأعمال استهدافها وتحديد أكفاً الطرق للتعامل معها.
- رسم إستراتيجية متكاملة للمسؤولية الاجتماعية لرأس المال يتم بناء عليها تحديد الأولويات التي سيتم التعامل معها وأيضاً المبادئ العامة التي يجب أن تلتزم بها الشركات عند تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية.
- تحديد إطار زمني لتنفيذ هذه الإستراتيجية واختيار بعض المؤشرات التي تقيس مدى نجاح برامج الإستراتيجية في تحقيق الأهداف المرجوة منها.
- تشجيع الشركات على الإفصاح والشفافية وعلى تبني معايير محددة بخصوص الإفصاح عن البيانات غير المالية الخاصة ببرامج المسؤولية الاجتماعية.
- يقترح إنشاء صندوق خاص للمسؤولية الاجتماعية يقوم بتمويله رجال الأعمال سواء من زكاتهم أو صدقاتهم، وذلك في إطار أهلي وليس حكومي، ويكون تحت رعاية رجال الأعمال، وذلك للإنفاق على المشروعات الخيرية والاجتماعية والإنسانية وتمويل المشروعات الصغيرة ومنح قروض للشباب بهدف القضاء على البطالة... على أن تكون الأولوية للعاملين لديهم ولأهالي المنطقة التي بها شركاتهم ومصانعهم...

3- دور القطاع الخاص:

- يتعين على كل شركة أن تُضمّن الرسالة الخاصة بها التزامها بالمسؤولية الاجتماعية تجاه مختلف أصحاب المصالح، على النحو الذي يؤكد على حماية أصول الشركة، واحترام حقوق أصحاب المصالح.
- تبني الشركات سياسة واضحة للتنمية البشرية، بحيث تنص على مشاركة العاملين بالشركات في إدارتها من خلال مراجعة الميزانيات السنوية وتحديد الأجور ومستوى الرعاية الصحية التي يتمتعون بها وأيضاً التدريب الذي يحتاجون إليه.
- تلتزم الشركات بمجموعة من القواعد الأخلاقية التي تحددها مجالس إدارات هذه الشركات ويقرها حملة الأسهم ويتم إعلانها بكل شفافية وتلتزم الشركات بتطبيقها.

- يتعين على الشركات أن تهتم بتلبية التزاماتها تجاه عملائها وأن تسعى جاهدة لتلبية رغباتهم وحماية حقوقهم.
- ضرورة مراعاة الاعتبارات البيئية أثناء ممارسة الشركات لنشاطها الاقتصادي.
- إعداد توجيهات استرشادية للمسؤولية الاجتماعية.

4- دور منظمات المجتمع المدني:

على منظمات المجتمع المدني مثل: الجمعيات الأهلية (الجمعيات ذات النفع العام) والاتحادات العمالية والنقابات العمالية والنقابات المهنية والنوادي الرياضية والأحزاب السياسية... القيام بدورها في تحقيق المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع، من خلال مساهمتها في تحقيق التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية والرعاية الاجتماعية وحماية البيئة من التلوث... وأن تكون قدوة ونموذج يحتذى به من قبل المؤسسات الحكومية والقطاع الخاص في هذا الشأن...

5- دور الإعلام:

تفعيل أهمية دور الإعلام في نشر المسؤولية الاجتماعية، برغم من أهمية دور الإعلام في نشر المسؤولية الاجتماعية لكنه لا يزال يفتقر لمفردات الوعي بالمسؤولية الاجتماعية إلى حد عدم التفريق بينها وبين ممارسات أخرى لذا من الجيد الإعلان عن الجهود الاجتماعية المبذولة حتى نكون قدوة للآخرين، ومن ثم يتسابق الجميع في هذا المضمار لتحقيق قدر أكبر من المنفعة للمجتمع.

6- دور الشركات عابرة القارات:

تقديم خبراتها المتراكمة من العمل في مجال المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في البلدان المختلفة، خاصة ما يتعلق بالبرامج الفعالة والمؤثرة وكيفية تنفيذها وتمويلها وأيضاً أسلوب ومنهجية المتابعة والتقييم والإفصاح وإعداد التقارير.

تقديم الدعم للشركات المحلية خاصة في مجال تدريب المدربين وتأهيلهم في مجال رسم وتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية لرأس المال.

وفي ختام هذا الكتاب ندعو بدعاء القرآن الكريم: ﴿رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ
أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إَصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا
طَاقَةَ لَنَا بِهِ ۖ وَاعْفُ عَنَّا وَاعْفِرْ لَنَا وَارْحَمْنَا أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ ﴾
[البقرة: 286].