

التنظيمات الصناعية السعودية وبرامج المسؤولية الاجتماعية "دراسة تطبيقية لعينة من التنظيمات الصناعية بمدينة جدة"

د. مشيب بن غرامة حسن الأسمرى*

الملخص:

تحدد مشكلة الدراسة في مناقشة وتحليل برامج المسؤولية الاجتماعية بالتنظيمات الصناعية السعودية في ظل الاهتمام المتزايد بالمسؤولية الاجتماعية للتنظيمات تجاه تنمية المجتمع كإحدى القنوات المهمة في التنمية المستدامة، وكذلك كإحدى مظاهر الخدمة الاقتصادية والاجتماعية لأفراد المجتمع. وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على برامج المسؤولية الاجتماعية بالتنظيمات الصناعية السعودية، ومقارنة هذه البرامج ببرامج المسؤولية الاجتماعية بالتنظيمات الصناعية بالدول المتقدمة ومقارنتها بالمتطلبات التنموية وأولوياتها على المستوى المحلي. وذلك بالقيام بتحليل مضمون بعض برامج المسؤولية الاجتماعية بالتنظيمات الصناعية السعودية ومقارنتها بما ينفذ في بعض التنظيمات الصناعية الغربية، وكذلك من خلال تطبيق استبيان على عينة من العاملين بإدارات المسؤولية الاجتماعية بمدينة جدة للتعرف على رؤيتهم لبرامج المسؤولية الاجتماعية التي تنفذها تنظيماتهم. وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية بالاعتماد على الأسلوب المقارن، وتحليل المضمون، والمسح الاجتماعي بالعينة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة تدني وعي العاملين بإدارات المسؤولية الاجتماعية بالشركات السعودية بالمفهوم الحقيقي للمسؤولية الاجتماعية، وإن الصعوبات المجتمعية تأتي في المرتبة الأولى كأهم المعوقات والصعوبات التي تعيق تنفيذ وتطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية، تليها الصعوبات الإدارية، مما يعكس القصور في قيام جهات معنية بدورها في مجال نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية، مثل وسائل الإعلام

* أستاذ مشارك بقسم علم لاجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية - جامعة

الملك عبد العزيز.

والجهات التعليمية والثقافية المختلفة. كما أن عينة الدراسة ترى بأهمية تفعيل دور الشركات في مجال المسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال وضع قوانين تلزم الشركات الكبرى بدور مجتمعي، والاشتراك في الندوات والمؤتمرات، وتقديم الدعم المادي والمعنوي للشركات والمصانع المنفذة لبرامج المسؤولية الاجتماعية.

أولاً : مشكلة الدراسة.

تحدد مشكلة الدراسة في مناقشة وتحليل برامج المسؤولية الاجتماعية بالتنظيمات الصناعية السعودية في ظل الاهتمام المتزايد بالمسؤولية الاجتماعية للتنظيمات تجاه تنمية المجتمع كإحدى القنوات المهمة في التنمية المستدامة، وكذلك كإحدى مظاهر الخدمة الاقتصادية والاجتماعية لأفراد المجتمع.

ولقد أصبح من المعترف به أن تقويض الفقر وتحقيق التنمية المستدامة لا يمكن أن يتحقق من خلال المؤسسات الحكومية فقط، فصانعي السياسة يوجهون اهتماماً متزايداً لدور القطاع الخاص في تحقيق أهداف المجتمع. لذا فمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات والتنظيمات (CSR) يستخدم أحياناً كمرادف لإسهام رجال الأعمال والصناعة في التنمية المستدامة. كما أن عدد كبير من قضايا التنمية الرئيسية هي بمثابة اهتمامات محورية لأجندة المسؤولية الاجتماعية التعاونية الدولية، تلك التي تتضمن مستويات العمل وحقوق الإنسان والتعليم، والصحة والطفولة وتقويض الفقر، والتأثير البيئي^(١).

وإذا كان الربح يعد هدفاً أساسياً للتنظيمات الصناعية الخاصة ما دامت هذه التنظيمات تمارس نشاطها وفقاً للأسس الاقتصادية، وهو وسيلة لتبقي التنظيمات في مجال النشاط، غير أن هذا الوضع أصبح هدفاً تقليدياً حيث أثرت التغيرات في الظروف الاجتماعية والبيئية في مكانة هذا الهدف فلم يعد هدفاً في حد ذاته بل ظهرت وظيفة أخرى للتنظيمات والمؤسسات الصناعية الخاصة وهي وظيفة المسؤولية الاجتماعية، والتي تتمثل في الاهتمام ببعض الجوانب الاجتماعية مثل العاملين، والمستهلكين، والمواطنين، والبيئة المحيطة والمجتمع بصفة عامة، ويؤدي هذا إلى قيام الشركات بتمويل بعض الأنشطة التي قد لا يتحقق من ورائها عائد مباشر، غير أنه يمكن القول أنه لضمان استمرار المصنع في مجال الأعمال على المدى الطويل لا بد وأن تضحي ببعض العائد

السريع لتمويل الأنشطة الاجتماعية للحصول علي عائد مستمر لفترات طويلة كهدف من أهداف التنمية المستدامة^(٢).

لذا فالمسؤولية الاجتماعية تساعد رجال الأعمال والصناعة لتعزيز المصداقية والثقة في أعمالهم مما يعد المفتاح للاحتفاظ بأفضل وألمع الموظفين، كما تساعد المسؤولية الاجتماعية في الحصول علي سمعة مميزة بين المستهلكين والمستثمرين^(٣). كما تتضح أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات من كون قطاع الشركات أو Business هو أهم قطاع في الوقت الحالي حيث توضح الإحصاءات أن أكثر من (٥٠٠) مؤسسة اقتصادية تسيطر علي ٢٥% من الناتج الاقتصادي العالمي، كما أن أهم (٣٠٠) شركة متعددة الجنسية تمتلك ٥٥% من الأصول الإنتاجية للعالم^(٤).

وتشير العديد من النظريات إلى أن التنظيم أو الشركة لا يجب أن تصرف جل اهتمامها إلى زيادة ثروات مساهميها. وذلك على غرار ما شهده العمل دائماً - في الولايات المتحدة خاصة - من حالة التوتر بين تحقيق مصالح المساهمين في مقابل للجماعات الأوسع المتأثرة من جراء هذا العمل. وليس ذلك بالأمر الجديد، ففي عام ١٩١٧، تعرض "هنري فورد" Henry Ford للانتقاد من قبل المساهمين الذين يستثمرون أموالهم في شركة "فورد موتورز" حيث انتقدوه لاستغلال أرباح الشركة في زرع المساحات الخضراء بدلاً من توزيع الأرباح عليهم. وكان رأى فورد أنه منوط بالشركات الكبرى أن تخدم مجتمعها ولا يقتصر دورها على جمع المال للمساهمين^(٥).

وقد بدأت المسؤولية الاجتماعية للشركات كمجال للبحث منذ ستة عقود على الأقل عندما نشرت مجلة Fortune magazine مقالاً عبر فيه محرروها عن أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تعنى " أن رجال الأعمال مسئولون عن توابيع أعمالهم، وهي مسؤولية تتعدى مفردات الربح والخسارة " ومن ثم؛ صار ينظر للمسؤولية الاجتماعية للشركات كاعتبار تجارى هام، حيث أن (٩٣٠٥) من رجال الأعمال الذين تم إجراء المسح عليه في المقال وافقوا على هذه النظرية. ومن العلامات الفارقة في هذا المجال كتاب "بوين" Bowen في عام ١٩٥٣ "المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال" Social Responsibilities of the Businessmen والذي طرح فيه تساؤلاً رئيساً "ما المسؤوليات الاجتماعية المنتظرة من رجال الأعمال للمساهمين"^(٦)؟. وبعد ذلك توسعت المسؤولية

الاجتماعية للشركات من مجرد نشاطات خيرية يقوم بها المدبرون التنفيذيون إلى قبول واسع بإدارة مصالح الجماعات الأخرى المتأثرة ثم إلى نماذج أداء استراتيجية.

وعلى الرغم من أن معظم الكتابات عن المسؤولية الاجتماعية ظهرت في الدول الغربية إلا أن فكرة المسؤولية الاجتماعية مسألة ذات جذور قديمة في تراثنا الإسلامي الحنيف. والأمثلة على ذلك كثيرة، فالوقف الإسلامي يعد من أسمى الأنظمة الاقتصادية التي ساهمت ببناء المجتمعات الإسلامية على مر العصور، وكان الوقف من أهم وسائل التقدم العلمي والفكري والثقافي للبلاد الإسلامية، حيث أسهم في بناء صروح العلم ونشرها عن طريق المساجد والكتاتيب والمدارس والمعاهد، كما أسهم حديثاً من خلال مساهمات التجار وأصحاب الأعمال بوقف الأوقاف على مؤسسات تعليمية، ومستشفيات، وبناء الجسور وتعبيد الطرق.

وإذا كانت الشركات والمؤسسات الصناعية السعودية تبدي تجاوباً مع القضايا الاجتماعية بشكل يفوق ما يشاع عنها بشكل عام، فالواضح أنها تقوم بذلك بدافع من الحس الفردي بالمسؤولية لقياديتها الذين ينفقون الكثير في العطاء الاجتماعي ولكن قد يكون غالباً بالكتمان، وذلك بدافع الواجب الأخلاقي والمعتقد الديني الراسخ. لذا فالعمل التطوعي يقوم على مبادرة فردية بتأثير تفاعلي تجاه بعض قضايا المجتمع وليس له صفة الاستدامة لأنه ينتهي عند زوال الأسباب الدافعة له أو حتى برحيل الأشخاص المعنيين. ولكن القطاع الخاص وانطلاقاً من أهمية اندماجه مع قاعدته الشعبية مطالب بتبني برامج المسؤولية الاجتماعية التي تتبنى أنشطة جديدة تقوم على أساس العمل المنظم الداعم للنشاط المؤسسي الأساسي والذي يعود بالنتائج الإيجابية على المجتمع وكافة مؤسساته. وعلى القطاع الخاص أن يساهم في تنفيذ الخطط المستقبلية للمشاريع التنموية الكبرى ضمن استراتيجيات وتوجيهات الحكومات مما يؤدي إلى نتائج مفيدة وناجحة وذلك من خلال تطوير منتج جديد يدرج ضمن برامج المسؤولية الاجتماعية فيعم النفع المستهلك والمستثمر وأصحاب المصلحة. ولهذا يجب التمييز بين المسؤولية الاجتماعية والأعمال الخيرية والتطوعية، فعلى الرغم من أن المفهومين يرتكزان على مبادرات تطوعية، إلا أن المسؤولية الاجتماعية تقوم على أهمية ترابط تنمية المجتمع مع تنمية القطاع الخاص بهدف تحقيق التنمية المستدامة^(٧).

وتأسيساً على أهمية دراسة برامج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والتنظيمات الصناعية كما أوضحنا سالفاً أمكن تحديد موضوع البحث في مناقشة وتحليل برامج المسؤولية الاجتماعية بالتنظيمات الصناعية السعودية، ومقارنة هذه البرامج ببرامج المسؤولية الاجتماعية بالتنظيمات الصناعية ببعض الدول المتقدمة ومقارنتها بالمتطلبات التنموية وأولوياتها على المستوى المحلي.

ثانياً : مبررات اختيار موضوع الدراسة.

تمثلت الأسباب التي دفعت إلى اختيار هذا الموضوع فيما يلي:

- ١- الأهمية العلمية: والمتمثلة في ندرة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع من منظور علم الاجتماع، خاصة وأن معظم الدراسات السابقة عن الموضوع تنتمي إلى مجال علمي الاقتصاد والإدارة.
- ٢- الأهمية المجتمعية: والمتمثلة في عدة نقاط منها:
 - أ. أهمية دراسة قضية برامج المسؤولية الاجتماعية للتنظيمات الصناعية السعودية ودورها في المساعدة في تحقيق المتطلبات التنموية للمجتمع السعودي.
 - ب. من الضروري الوصول إلى إستراتيجية مستقبلية تتضمن تفعيل برامج المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة.

ثالثاً : أهداف الدراسة.

- تمثل الهدف الأساسي في هذه الدراسة في "مناقشة وتحليل برامج المسؤولية الاجتماعية بالتنظيمات الصناعية السعودية" وينتزع عن هذا الهدف عدة أهداف فرعية هي :
١. التعرف على مفهوم وأهداف ودوافع برامج المسؤولية الاجتماعية.
 ٢. دراسة طبيعة ودور برامج المسؤولية الاجتماعية بالتنظيمات الصناعية السعودية في تحقيق متطلبات التنمية بالمجتمع السعودي، ومقارنتها بمثيلاتها ببعض الدول المتقدمة.
 ٣. التعرف على خصائص وملامح برامج المسؤولية الاجتماعية بالتنظيمات الصناعية السعودية من خلال رؤية عينة من العاملين بإدارات المسؤولية الاجتماعية بهذه التنظيمات.
 ٤. تقديم مقترحات لكيفية تفعيل دور برامج المسؤولية الاجتماعية بالتنظيمات الصناعية في تنمية وخدمة المجتمع.

رابعاً : تساؤلات الدراسة.

- بناء على الاهداف السابقة سعت الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات التالية :
١. ما تاريخ نشأة مفهوم المسؤولية الاجتماعية؟.
 ٢. ما هي أهداف ودوافع برامج المسؤولية الاجتماعية؟.
 ٣. ما طبيعة برامج المسؤولية الاجتماعية محلياً عالمياً؟.
 ٤. ما هو دور برامج المسؤولية الاجتماعية بالتنظيمات الصناعية في تحقيق المتطلبات التنموية بالمجتمع السعودي؟.
 ٥. ما الفرق بين برامج المسؤولية الاجتماعية بالتنظيمات الصناعية السعودية ومثيلاتها بالدول المتقدمة؟.
 ٦. ما هي رؤية العاملين بإدارات المسؤولية الاجتماعية لخصائص وملاحج برامج المسؤولية الاجتماعية بالتنظيمات الصناعية السعودية؟.
 ٧. كيف يمكن تفعيل دور برامج المسؤولية الاجتماعية بالتنظيمات الصناعية في تنمية المجتمع؟.

خامساً : التعريفات الإجرائية.

تطلق الدراسة الحالية في تعريفها للمسؤولية الاجتماعية إلى أنها تعني : التزام التنظيم أو المؤسسة بإحداث التوازن بين أدائها المالي وإسهاماتها لتحسين جودة (نوعية) حياة موظفيها ومجتمعها المحلي والمجتمع ككل. وعلى هذا فلا تعني المسؤولية الاجتماعية فقط مجرد المشاركة في بناء المستشفيات أو المدارس أو القيام بالأعمال الخيرية، وإنما يتسع هذا الدور ليشمل مسؤولية التنظيمات تجاه كل أفراد المجتمع (المستهلك، العمال، الموظفين، وأصحاب الأسهم ثم المجتمع ككل). كما تعني المسؤولية الاجتماعية أيضاً القيام بالأعمال ذات التقدم المستدام وذلك تلبية لاحتياجات المجتمع ونموه وتطوره.

سادساً : التوجه النظري للدراسة.**(١) النظرية البنائية الوظيفية :**

تري النظرية "البنائية الوظيفية" أن المجتمع عبارة عن بناء اجتماعي، والبناء الاجتماعي ليس إلا مجموعة من "الأنساق الاجتماعية" والأنساق هي الأجهزة أو النظم التي تتفاعل فيما بينها داخل إطار البناء الكلي الشامل^(٨).

أما الوظيفة فهي الدور الذي يلعبه الجزء في الكل أي النظام في البناء الاجتماعي الشامل، أي أن درجة الاستمرار والاطراد في البناء هي التي تحقق وحدته وكيانه ولا يمكن أن تتم إلا بأداء وظيفة هذا البناء أي الحركة الديناميكية المتمثلة في الدور الذي يلعبه كل نظام أو نسق في داخل البناء حيث كل شيء له وظيفة معينة يجب على كل نسق من أنساق المجتمع أن يقوم بها، وأنه من مجمل هذه الوظائف يكون النسق العام أو المجتمع الكبير قادراً أيضاً على القيام بوظيفته^(١).

٢) نظرية الدور :

يعرف الدور بأنه أنماط سلوكية أو توقعات منظمة تلازم شخصاً ما أو موقفاً معيناً^(١٠). فالدور هو مجموعة مواصفات تحدد ما ينبغي أن يفعله الشخص كشاغل لمركز معين على مستوى المجموعة الصغيرة أو المجتمع الكبير وتوجد ثلاثة تعريفات إجرائية للدور هي^(١١):

أ. الدور المعياري: وهو مجموعة المواصفات أو المتطلبات النابعة من المجتمع أو من الثقافة عامة والتي ترسم للأشخاص أدوارهم في حدود مراكزهم المتباينة.

ب. الدور المتوقع: وهو مجموعة من المواصفات التي يتطلبها الأنا من الآخر والعكس في موقف تفاعل يتأثر بالثقافة الفرعية لكل منهما.

ج. الدور الوظيفي: وهو الدور الفعلي أي سلوك الدور فعلاً أو أداءه.

وتهتم نظرية الدور بأكثر الخصائص أهمية للسلوك الاجتماعي وهي اختلاف سلوكيات الكائنات البشرية وإمكانية التنبؤ بها بالاعتماد على هوياتهم الاجتماعية والموقف الذي يحدث فيه السلوك^(١٢).

ووفقاً لذلك فبرامج المسؤولية الاجتماعية بالتنظيمات الصناعية السعودية لها دور ووظيفة مهمة في المساعدة في تحقيق المتطلبات التنموية بالمجتمع السعودي. وكذلك فدور وظيفة التنظيمات الصناعية يتكامل مع بقية المؤسسات الرسمية الأخرى في تحقيق التنمية المستدامة في المجتمع السعودي.

سابعاً : قضايا الدراسة.**(١) نشأة مفهوم المسؤولية الاجتماعية :**

إن الحديث عن المسؤولية الاجتماعية للشركات له تاريخ طويل، وهذا التاريخ ارتبط في العصر الحديث بالأحداث الرئيسية التي شهدها العالم في القرن العشرين مثل الحربين العالميتين الأولى والثانية، والكساد الكبير في الثلاثينيات. ويؤرخ العلماء لثلاثة مراحل أساسية أثرت في العلاقة بين المجتمع ورجال الأعمال، وهي الثورة الصناعية، ودولة الرفاهية في منتصف القرن العشرين، والعولمة^(١٣).

وبصفة عامة فقد زاد الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية في مرحلة العولمة نتيجة لتفاعل عدة عوامل من أهمها :

- أ. تصاعد ضغوط المجتمع وتلاميها مع التوسع في أحجام منظمات الأعمال وتعدد علاقاتها.
- ب. إسهام أكبر لمنظمات الأعمال في تعزيز القيم الإنسانية والاجتماعية.
- ج. التطور في وعي الإنسان وإدراكه لذاته وللمجتمع.
- د. أهمية رضا المجتمع وقبوله لأهداف منظمات الأعمال ووسائل عملها.
- هـ. الاهتمام المتزايد الذي تبديه الجامعات العالمية الكبرى ومراكز البحوث بتدريس مساقات تخص علاقة الأعمال بالمجتمع، مع تراكم البحوث العلمية النظرية منها والتطبيقية في هذا المجال^(١٤).

ووفقاً للأفكار السابقة فالحكومة تقوم بدور أساسي في تشجيع الشركات علي المساهمة في التنمية المستدامة، ويوجد طرق مختلفة يمكن أن تتدخل بها الحكومة. ومن المساحات الهامة في ذلك؛ العمل للفهم والقياس الحقيقي للتنمية المستدامة، وكيفية مساهمة المسؤولية الاجتماعية في الميزة التنافسية للشركات^(١٥).

(٢) العناصر الأساسية لبرامج المسؤولية الاجتماعية :

يمكن تناول العناصر الأساسية لبرامج المسؤولية الاجتماعية بطرق مختلفة، ويمكن في هذا السياق تناول طريقتين أساسيتين: الطريقة الأولى : تركز هذه الطريقة علي تحديد العناصر الأساسية التي تشكل الإطار العام للمسؤولية الاجتماعية، وتوضح مسؤولية الإدارة تجاه كل عنصر كما يلي^(١٦) :

م	العنصر	مسئولية الإدارة تجاهه
١	المالكون والمساهمون	تحقيق أكبر ربح - تعظيم قيمة السهم والمنشأة ككل تكوين صورة محترمة للمنشأة في بيئتها- حماية أصول المنشأة - زيادة حجم المبيعات.
٢	العاملون	أجور ورواتب مجزية - فرص تقدم وترقية - تدريب وتطوير مستمر - عدالة وظيفية - ظروف عمل مناسبة - رعاية صحية - إجازات مدفوعة - إسكان للعاملين ونقلهم.
٣	العملاء	منتجات بنوعية جيدة - أسعار مناسبة - سهولة الحصول على المنتجات- الإعلان الصادق - منتجات آمنة عند الاستعمال- إرشادات بشأن استخدام المنتج والتخلص منه بعد الاستعمال.
٤	المنافسون	منافسة عادلة ونزيهة - معلومات صادقة وأمانة - عدم سحب العاملين بوسائل غير نزيهة
٥	المجهزون (الموزعون) (الموردون)	الاستمرارية - أسعار عادلة - تطوير استخدام المواد المجهزة- المشاركة في التعامل تسديد الالتزامات المالية و الصديق في التعامل.
٦	المجتمع	المساهمة في البنية التحتية - توظيف المعوقين - إنشاء فرص عمل جديدة - دعم أنشطة المجتمع الشباب والأطفال والمسنين - رعاية الموهوبين - دعم الفنون- المساهمة في حالات الطوارئ وكوارث - احترام العادات والتقاليد السائدة.
٧	البيئة	الحد من تلوث الهواء و الماء و التربة- الاستخدام الأمثل والعادل للموارد وخصوصاً غير المتجدد منها- تطوير الموارد وصيانتها- التشجير وزيادة المساحات الخضراء.
٨	الحكومة	التزام بالتشريعات والقوانين والتوجيهات الحكومية، تسديد الرسوم وعدم التهرب منها - المساهمة في الصرف والبحث والتطوير- المساهمة في حل المشكلات الاقتصادية الاجتماعية.
٩	الجماعات الاجتماعية	التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك - احترام أنشطة جماعات حماية البيئة - احترام دور جمعيات المجتمع المدني- التعامل الصادق مع الصحافة.

أما الطريقة الثانية : فتقوم بحصر أشكال المسؤولية الاجتماعية للشركات في شكلين أساسيين هما:

أ- مسؤولية اجتماعية لدخل الشركة : وتتمثل في مجموعة الأنشطة التي تقوم بها الشركة تجاه العاملين سواء كان خاصاً بتحسين وضعهم المادي أو المعنوي، ولا شك أنه كلما مارست الشركة هذه الأنشطة كلما انعكس ذلك علي زيادة انتماء العاملين للشركة، ومن ثم انعكس علي أداء عمل الشركة وتحقيق المزيد من الربحية.

ب- مسؤولية اجتماعية خارج الشركة : وتتمثل في :

١. مجال حماية المستهلك : يعتبر تفهم رغبات واحتياجات المستهلك من أهم عوامل النجاح وتحقيق الربح، وحيث أن هذا الغرض يتضمن درجة من السلوك الأخلاقي في توصيف المنتج، والتعامل مع المستهلك، فإنه أصبح من أهم مكونات المسؤولية الاجتماعية^(١٧).

٢. التشغيل : يأتي من أهم بنود المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال قيامهم بالتوسع في توفير فرص عمل من خلال إقامة مشروعات استثمارية كبرى تستوعب عدد كبير من العاطلين^(١٨).

٣. البيئة : وتدعو إلى أن تكون التنمية متوائمة مع البيئة والاعتبارات البيئية، حيث لم تهتم أدبيات التنمية التقليدية بالبيئة وفصلت بين ما هو طبيعي وما هو اجتماعي مع تجاهل البعد الطبيعي والبيئي في التنمية، وهو البعد الذي أتضح الآن تأثيره البالغ على مجمل مسارات التنمية والنظام الاجتماعي^(١٩).

٤. المجتمع : يعد المجتمع من أهم عوامل جذب وتشجيع الاستثمار الاستقرار الاجتماعي والسياسي، لذا فإن المشكلات التي تتعلق بالصحة، الجريمة، المخدرات، البطالة، أطفال الشوارع، الأمية وارتفاع مستويات الفقر، لا بد وأن تؤثر علي مناخ عمل المستثمرين.

ثامناً : الإجراءات المنهجية للدراسة.

استعانت الدراسة بالأساليب المنهجية والمتمثلة في، الأسلوب الوصفي التحليلي، والأسلوب الإحصائي، إضافة إلى الأسلوب المقارن، وقد اعتمدت الدراسة على طريقتين لجمع البيانات الميدانية وهما: الاستبانة، والتي تم تطبيقها طبقت الدراسة على عينة عمدية

من الموظفين العاملين بإدارات المسؤولية الاجتماعية (بمدينة جدة)*، للتعرف على رؤيتهم لبرامج المسؤولية الاجتماعية التي تنفذها تنظيماهم وذلك من خلال أربعة محاور رئيسية وهي : الخصائص العامة لعينة الدراسة، والوعي بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، والتنظيمات الصناعية وبرامج المسؤولية الاجتماعية، إضافة إلى التنظيمات الصناعية السعودية والإنصاح عن أنشطتها تجاه المسؤولية الاجتماعية. والطريقة الثانية تمثلت في تحليل المضمون لبعض برامج المسؤولية الاجتماعية بالتنظيمات الصناعية السعودية ومقارنتها بما ينفذ من برامج في بعض التنظيمات الصناعية للدول المتقدمة. وقد استغرقت الدراسة الميدانية ما يقارب أربعة أشهر من منتصف عام ٢٠١٣م.

تاسعاً : تحليل مضمون بعض برامج المسؤولية الاجتماعية بالتنظيمات الصناعية للدول المتقدمة والتنظيمات السعودية.

(١) برامج المسؤولية الاجتماعية لبعض تنظيمات الدول المتقدمة :

- مع الاهتمام العالمي المتعاظم بسياسات الخصخصة وزيادة مشاركة القطاع الخاص في النشاط الاقتصادي والخدمي في المجتمع، زادت وتيرة الجدل حول قضية انسحاب الدولة من مجال الخدمات- تحديداً التعليم والصحة - كما زادت وتيرة الجدل حول قضية المسؤولية الاجتماعية للشركات. ودراسة وتحليل التجارب الدولية لنظم مشاركة القطاع الخاص في تقديم الخدمات الاجتماعية يلاحظ أن معظم الدول المتقدمة (الولايات المتحدة - بريطانيا - اليابان - كندا - كوريا الجنوبية) تعتمد في إدارة الخدمات الاجتماعية - علي سبيل المثال الخدمات الصحية - علي ما يلي :
- النظام اللامركزي: حيث تعتمد علي القطاع الخاص في تقديم الخدمات الصحية فتتمثل مؤسسات القطاع الخاص أكثر من ٩٠% من مؤسسات الرعاية الصحية في كوريا، وحوالي ٨٠% من إجمالي عدد المستشفيات باليابان.
 - اقتصار دور وزارة الصحة علي التخطيط القومي الاستراتيجي للصحة والإشراف علي التمويل، والمساهمة في وضع معايير الجودة.
 - مساهمة الأفراد بجزء من تكلفة الخدمات الصحية عند الحصول عليها طبقاً لمستوي الدخل.

* أسماء الشركات والتنظيمات الصناعية التي تم التطبيق عليها مرفق بالملاحق.

- وجود هيئة مستقلة للإشراف على جودة تقديم الخدمات الصحية.
- تقديم طبيب الأسرة لخدمات الرعاية الأولية والتحويل إلى المستوى العلاجي الأعلى (الثانوي) بالمستشفيات عند الحاجة لذلك.
- الاعتماد على آليات السوق لخلق المنافسة وتقديم خدمات صحية أفضل^(٢٠).

وقد تناولت الدراسة بالتفصيل* بعض برامج المسؤولية الاجتماعية التي تنفذها عدد من المنظمات للصناعة في بعض الدول المتقدمة ومنها شركة "ميكرو سوفت Microsoft" والتي تحتل المرتبة ٢٢ في قائمة أفضل ١٠٠ شركة تمارس أنشطة المسؤولية الاجتماعية في العالم لعام ٢٠١١م، وشركة "جنرال موتورز General Motors" : والتي تسعى في تقاريرها السنوية على سياسة الإفصاح، وخاصة ما يتعلق بالدوائر المسؤولة عن أمور البيئة بالشركة وهيكل هذه الدوائر والسياسات المتعلقة بالمحافظة على البيئة. وشركة لورانس ميلز Mills Lawrence بـماساتشوستس Massachusetts : والتي تعمل في مجال المنسوجات، ويمتلكها "آرون فيرشتين Feuerstein Aaron" الذي قدم مثلاً يحتذى لتحمل المسؤولية الاجتماعية حين حدوث أي أزمة، حيث احترقت معدات المصنع بالكامل في نهاية خريف عام ١٩٩٣م، وحينها قرر "آرون" دفع الأجر المعتاد للعمال إلى ما بعد عيد رأس السنة، رغم أن غالبية المستخدمين لم يعد لديه عمل يقوم به حتى تتم إعادة بناء المصنع. ومجموعة الأوقاف الخيرية لعائلة سينسبوري : The Sainsbury Family Charitable Trusts ويرجع إنشاء مجموعة سينسبوري الاقتصادية إلى عام ١٨٦٩م على يد "جون جيمس سينسبوري" John James Sainsbury وزوجه "ماري" Mary في لندن، ومجموعة الأوقاف الخيرية لعائلة سينسبوري هي المكتب التشغيلي لثمانية عشر (١٨) مؤسسة وبقية مافحة، تم إنشائها من قبل ثلاثة أجيال متعاقبة من عائلة سينسبوري، وتمثل واحدة من أبرز الأمثلة على العمل الخيري في بريطانيا^(٢١). مؤسسة فورد Ford Foundation : "يدعمل فورد" Edsel Ford هو ابن "هنري فورد" Henry Ford والذي صار رئيس لشركة "فورد موتور" Ford Motor وأنشأ مؤسسة فورد الخيرية في ١٥ يناير ١٩٣٦م، وقد أصدرت المؤسسة تقريراً - تم نشره في ١٩٥٠م - حددت فيه توجهاتها ونشاطاتها على مستوى العالم، والتي يأتي في مقدمتها المساهمات الفعالة فيما يتعلق بالسلام الدولي وتأسيس نظام عالمي يقوم على الحرية والقانون والعدالة الاجتماعية.

* والمقام هنا لا يتسع لاستعراض كل التفاصيل تمثيلاً مع متطلبات النشر.

والنماذج السابقة تعكس مدى التغيير في رؤية الشركات لأهمية برامج المسؤولية الاجتماعية. وقد دعم هذه الاتجاه قيام وزارة الخارجية الأمريكية - علي سبيل المثال - بتكريم الشركات الواعية اجتماعياً من خلال "جائزة التميز بين الشركات" (إيس ACE) السنوية، حيث فازت شركة جنرال إلكتريك General Electric هذه الجائزة في العام ٢٠٠٧م لبرامجها واسعة النطاق في مجالي الإسكان والتعليم، وبرامجها الأخرى الرامية إلى المساعدة على التعافي في إندونيسيا بعد كارثة التسونامي. وفي العام السابق لذلك منحت الجائزة لشركة "سامبازون Sambazon" كما منحت لشركة "غولدمان ساكس Goldman Sachs" العملاقة لإسهاماتها في إقامة محمية برية شاسعة المساحة في المنطقة التابعة لتشيلى من جزيرة "تييرا ديل فويغوو Tierra del Fuego"، ولشركة جنرال موتورز General Motors لما قدمته من مساعدة في إعادة دمج قوات الفصائل المجرشة في المجتمع المدني في كولومبيا^(٢٢).

٢) برامج المسؤولية الاجتماعية بالتنظيمات السعودية :

يتبين منذ الخطة الأولى للتنمية في المجتمع السعودي عن نظرتها إلى القطاع الخاص وأهمية دوره، ففي تلك الخطة أناطت به تنفيذ مشاريع البنية التحتية خاصة في قطاع المقاولات الذي شهد نمواً سريعاً، وتولى تنفيذ مشاريع الأشغال العامة مثل الطرق وشبكات المياه والصرف الصحي والشبكات الكهربائية. وبلغ متوسط النمو الفعلي للقطاع الخاص في تلك الفترة ٩,٦%، كما بلغت مساهمته في تكوين رأس المال الثابت ٤٤,٨% وفي الناتج المحلي ١٩%، وفي الناتج المحلي غير النفطي ٥,٧%، وهو حالياً يقود دفة الاستثمار فهو يضع (ريالين مقابل كل ريال) تضعه الحكومة في الأصول الثابتة وينتج حالياً نحو ٢٠٠ مليار ريال سنوياً. وتسعى خطط الدولة التنموية للاستمرار في تبني سياسة فتح المجال للقطاع الخاص لمزاولة كثير من المهام الاقتصادية على أساس أن لا تقوم الحكومة بأي نشاط اقتصادي يمكن أن يؤدي بواسطة القطاع الخاص شريطة أن يترتب على ذلك منفعة حقيقية في تخفيض التكلفة، وحسن الأداء، وتشغيل المواطنين، ويمكن أن تتأتى هذه السياسة عن طريق المضي في تنفيذ سياسة التخصيص، مع مراعاة اختيار التوقيت المناسب وتهيئة الأوضاع الملائمة للمرافق المرشحة للتخصيص بما يكفل

تحقيق أهداف التخصيص، والتعجيل بمراجعة جميع الأنظمة ذات العلاقة بأنشطة القطاع الخاص، بهدف تبسيط الإجراءات وتذليل العقبات^(٢٣).

وقد لوحظ زيادة توجه القطاع الخاص في تنفيذ برامج ومشاريع المسؤولية الاجتماعية في الآونة الأخيرة حيث أعلن في مايو ٢٠٠٨م عن تكتل يضم مستثمرين سعوديين في جدة عن البدء في تأسيس أول شركة سعودية متخصصة في تصميم وإدارة برامج ومشاريع المسؤولية الاجتماعية لقطاعات الأعمال والمستفيدين، وذلك بهدف الإسهام بفعالية في خدمة المجتمع المدني وتعزيز مشاريع التنمية المستدامة^(٢٤).

وقد بين رئيس اللجنة التأسيسية للشركة: "إن الهدف من المشروع هو العمل على تكريس الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في القطاع الخاص انسجاماً مع الدراسات الدولية التي أكدت إقبال المستهلكين على شراء منتجات وخدمات الشركات ذات النشاط المتميز في مجال المسؤولية الاجتماعية والنتائج التنموية المثمرة التي يحققها المجتمع من تطبيق برامج وأنشطة المسؤولية الاجتماعية". وأشار إلى "أن حجم مساهمة الشركات السعودية في مشاريع وبرامج المسؤولية الاجتماعية المعلن عنها سيصل إلى حوالي ٥٠٠ مليون ريال بنهاية ٢٠٠٨م وفقاً للدراسة التي أعدتها الشركة، ومتوقفاً أن يرتفع هذا الرقم إلى ٨٠٠ مليون ريال بنهاية ٢٠١٠م، وقدر ذلك بحوالي ٥% من إجمالي المستهدف من الشركات التي يجب أن يكون لها مساهمات أكثر فعالية في مجالات خدمة المجتمع مرجعاً ذلك إلى ضعف ثقافة العمل الاجتماعي وعدم اهتمام القطاع الخاص بالمسؤولية الاجتماعية بشكلها التنموي الذي يحتاج إليه المجتمع، والخلط بين إخراج الزكاة والمشاركة بالبرامج الاجتماعية، فضلاً عن غياب الشركات المتخصصة التي تعمل على صياغة وترجمة الاستراتيجيات اللازمة في هذا المجال"^(٢٥).

ومن الأمثلة على نجاح جهود الشراكة بين القطاع الخاص والقطاع الخيري الدراسة التي أعدتها الغرفة التجارية الصناعية بالرياض في عام ٢٠٠٨م، والتي أثبتت أن مجالات العمل الاجتماعي في المملكة والتي لقيت درجة عالية من التميز في الرعاية، وشارك فيها القطاع الخاص بدور أساسي مع الجهات الخيرية ومنها :

- رعاية المعوقين، يليه رعاية الأيتام، وإنشاء البنى التحتية، وتأهيل وتدريب وتوظيف الشباب بالمنشآت، وأعمال الإغاثة، إضافة إلى خدمات التعليم ومحو الأمية.

- أما المجالات التي لقيت درجة ضعيفة من الرعاية فهي : رعاية الأرمال، برامج تعزيز التمسك بالأخلاق وأصالة المجتمع، رعاية المسنين، رعاية المرضى، ومشروعات خدمة وتجميل البيئة.
- كما أن هناك مجالات أخرى لم تأخذ حقها من الرعاية المناسبة، ويأتي في مقدمتها : رعاية المطلقات، رعاية العاطلين عن العمل اجتماعياً، مكافحة التدخين، إسكان الفقراء ومحدودي الدخل، رعاية الأبحاث والدراسات العلمية والتقنية^(٢٦).

ولا شك أن هناك إيجاباً من العديد من الشركات للمسؤولية الاجتماعية، ومن التجارب الناجحة في هذا السياق ما قامت به العديد من الشركات كـ "شركة الاتصالات السعودية" والتي أطلقت العديد من برامج المسؤولية الاجتماعية، كبرامج "الوفاء الصحي والتعليمي والرياضي"^(٢٧). شركة سلهك : والتي حققت تميزاً في مجال التجارة الدولية، ولكنها تسهم أيضاً وبشكل كبير في خدمة المجتمع من خلال دعم الهيئات الاجتماعية ومعاهد التدريب المهني والجمعيات الخيرية عن طريق تقديم الدعم المالي لها ورعاية أنشطتها، وقد عملت الشركة على تمويل عدد من الكراسي العلمية في الجامعات، إلى جانب الاتفاق على رعاية العديد من الدورات والمؤتمرات^(٢٨). مجموعة صافولا : والتي تنطلق في برامجها للمسؤولية الاجتماعية من خلال التزامها بنهج (الطريق المتوازن) الذي يؤكد على تحقيق التوازن ما بين الأهداف المالية والأهداف غير المالية المتعلقة بالوفاء بحقوق أصحاب المصالح ورعاية الموائيق القائمة والمساهمة في خدمة المجتمع. وقد فازت مجموعة صافولا بجائزة المسؤولية الاجتماعية للشركات المساهمة العامة لعام ٢٠٠٧م، وهي إحدى الجوائز التي قدمها معهد البحوث العالمي للشرق الأوسط IIR Middle East للشركات السعودية التي تلتزم بمسئوليتها الاجتماعية نحو المجتمع الذي تعمل فيه. كما فازت المجموعة كذلك بجائزة مجلة أربيان بزنس لقطاع الأعمال السعودي لعام ٢٠٠٨م (Arabian Business) لأفضل شركة سعودية تتبنى استراتيجيات وخطط استثمارية واستحوادات ذكية^(٢٩). ويعد البنك الأهلي التجاري من المهتمين بالمسؤولية الاجتماعية وخاصة في مجال توفير فرص العمل، سواء من خلال التدريب والتوظيف، أو تنمية المشاريع الصغيرة، أو من خلال تشجيع وتأهيل الأسر المنتجة. ومن البرامج الأخرى، برامج عبد اللطيف جميل لخدمة المجتمع والتي تدعم عدد من المجالات منها : صندوق

عبد اللطيف للتأهيل المهني والحرفي- برامج التطوير القيادي - برامج عبد اللطيف جميل لدعم المؤسسات والمشاريع الصغيرة - برامج الخدمات الصحية والاجتماعية - برامج عبد اللطيف جميل لخدمة المجتمع الدولي^(٣٠). كما تقوم بعض الشركات السعودية العائلية الكبرى بإنشاء مؤسسة متخصصة كوقف خيرى لعائلة معينة أو شخصية محددة مثل مؤسسة الراجحي الخيرية، ومؤسسة الشريبطي الخيرية، وعدة مؤسسات لبعض الأمراء والأميرات من العائلة المالكة يعود ريعها لدعم الفئات المحتاجة في المجتمع، وتنتشر هذه المؤسسات في جميع أنحاء المملكة^(٣١).

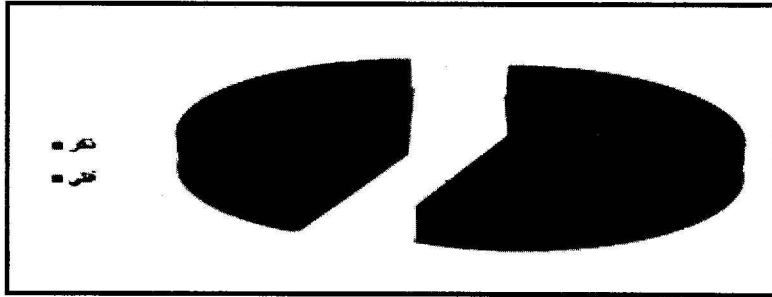
ولعله يلاحظ من خلال بعض التنظيمات والمؤسسات التي أمكن استعراضها، انه على الرغم من كل ما تقدمه وتنفذه تلك التنظيمات والشركات الخاصة بالمملكة من برامج للمسؤولية الاجتماعية، إلا أن هذا الإسهام يمكن تعظيمه والارتقاء به من خلال تنظيم الجهود والعمل المخطط المدروس القائم على الشراكة بين كل قطاعات المجتمع، وإذا كانت الشركات السعودية تبدي تجاوباً مع القضايا الاجتماعية بشكل يفوق ما يشاع عنها بشكل عام. فالواضح أنها تقوم بذلك بدافع من الحس الفردي بالمسؤولية لقياديتها الذين ينفقون الكثير في العطاء الاجتماعي ولكن غالباً بالكتمان، وذلك بدافع الواجب الأخلاقي والمعتقد الديني الراسخ. لذا فلعمل التطوعي يقوم على مبادرة فردية بتأثير تقاطعي تجاه بعض قضايا المجتمع، وليس له صفة الاستدامة لأنه ينتهي عند زول الأسباب الدافعة له أو الأشخاص لفاعلين والمهتمين بشكل شخصي. ولكن القطاع الخاص وانطلاقاً من أهمية اندماجه مع قاعدته الشعبية مطالب بتبني برامج المسؤولية الاجتماعية التي تتبنى أنشطة جديدة تقوم على أساس العمل المنظم الداعم لنشاط الشركة الأساسي، والذي يعود بالنتائج الإيجابية على المجتمع والشركة والقطاع الحكومي بنفس الوقت، وعلى القطاع الخاص أن يساهم في تنفيذ الخطط المستقبلية للمشاريع التنموية الكبرى ضمن استراتيجيات وتوجيهات الحكومات مما يؤدي إلى نتائج مفيدة وناجحة، وذلك من خلال تطوير منتج جديد يدرج ضمن برامج المسؤولية الاجتماعية فيعم النفع المستهلك والمستثمر وأصحاب المصلحة.

ولهذا يجب التمييز بين المسؤولية الاجتماعية والأعمال الخيرية والتطوعية، فعلى الرغم من أن المفهومين يرتكزان على مبادرات تطوعية، إلا أن المسؤولية الاجتماعية تقوم على أهمية ترابط تنمية المجتمع مع تنمية القطاع الخاص بهدف تحقيق التنمية المستدامة^(٣٢).

عاشراً : تحليل البيانات الميدانية.

(١) الخصائص العامة لعينة الدراسة :

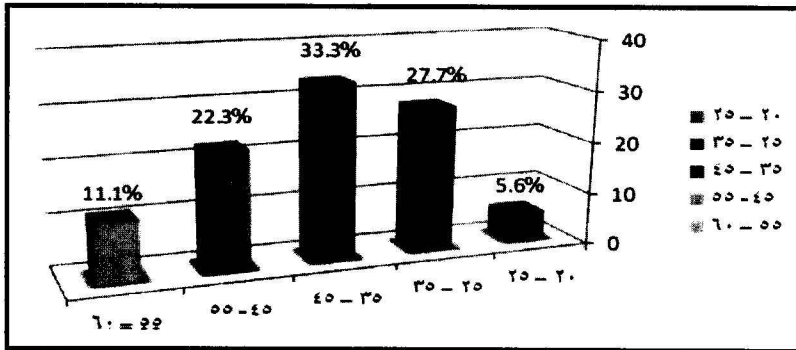
- النوع :



شكل (١) : توزيع أفراد العينة حسب النوع.

من خلال الشكل (١) يتضح أن نسبة الذكور في العينة بلغت ٤٣,٣%، بينما بلغت نسبة الإناث في العينة ٥٦,٧%. ولا شك ان ذلك يعكس التغير الاجتماعي في المجتمع السعودي، والذي من مظاهره زيادة نسب المرأة العاملة في القطاع الخاص، كما يرتبط ذلك بميل الإناث للعمل في الإدارات التي تعمل في المجالات الإنسانية بشكل كبير.

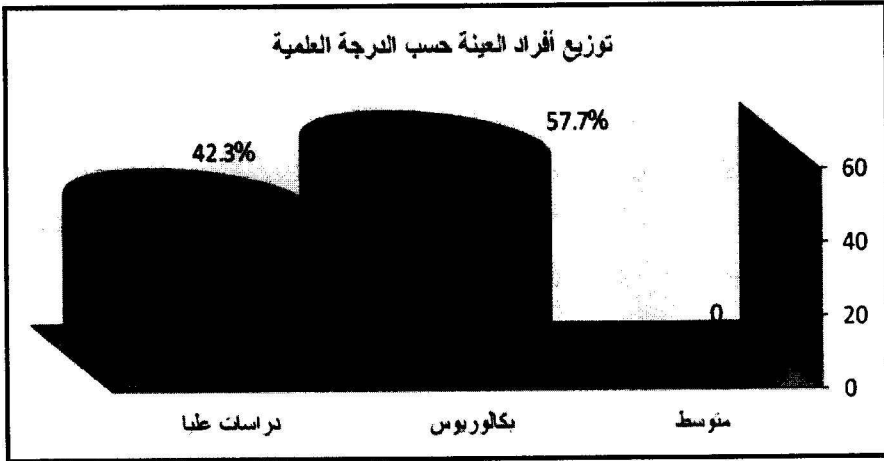
- العمر :



شكل (٢) : توزيع أفراد العينة حسب فئات السن.

يتضح من الشكل (٢) أن النسبة الكبرى في العينة تقع في الفئة العمرية "٣٥-٤٥" حيث يمثل هؤلاء (٣٣,٣%) من أفراد العينة، يلي ذلك الفئة العمرية التي تقع بين "٢٥-٣٥" ويمثلون حوالي (٢٧,٧%)، ثم يلي هؤلاء الفئة العمرية من "٤٥-٥٥" بنسبة (٢٢,٣%)، ثم الفئة العمرية من "٥٥-٦٠" بنسبة (١١,١%)، وأخيراً الفئة العمرية من "٢٠-٢٥" بنسبة (٥,٦%). ويشير ذلك إلى وجود فئات عمرية مختلفة يحمل كل منها أفكاره وخبراته، إلى جانب وجود نسبة كبيرة في مرحلة النضج الفكري مما سينعكس ولا شك علي إجاباتهم للأسئلة.

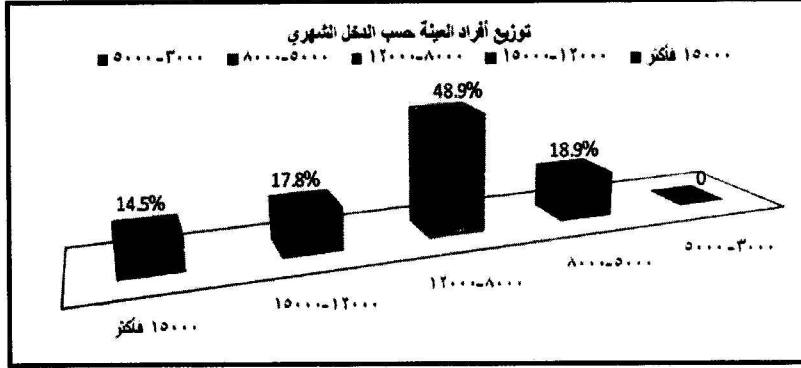
- الخصائص العلمية :



شكل (٣)

من خلال الشكل (٣) يلاحظ أن الحاصلين علي بكالوريوس يمثلون حوالي (٥٧,٧%)، بينما الحاصلين علي درجات علمية أعلي من البكالوريوس يمثلون نسبة (٤٢,٣%) من العينة. والعينة علي هذا النحو تتيح إمكانية التعرف علي آراء شريحة متميزة من شرائح المجتمع، لديها الكفاءة العلمية المطلوبة لأداء مهام عملها علي النحو المطلوب.

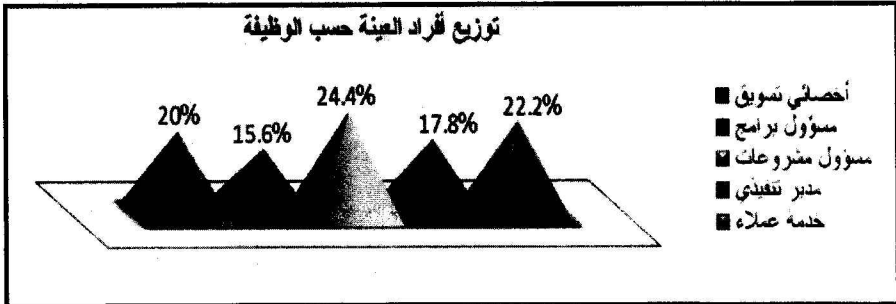
- الدخل الشهري :



شكل (٤)

من خلال الشكل (٤) يتضح أن النسبة الكبرى من أفراد العينة (٤٨,٩%) يحصلون على دخل يتراوح ما بين (١٢٠٠٠-٨٠٠٠) ريال شهرياً، ثم فئة الدخل (٨٠٠٠-٥٠٠٠) بنسبة (١٨,٩%)، ثم فئة الدخل (١٥٠٠٠-١٢٠٠٠) بنسبة (١٧,٨%)، وأخيراً فئة الدخل (١٥٠٠٠ فأكثر) بنسبة (١٤,٥%). وهذا يعكس حصول العاملين بإدارات المسؤولية الاجتماعية على دخل مناسب يتيح لهم التفرغ لتأدية مهام عملهم على أكمل وجه.

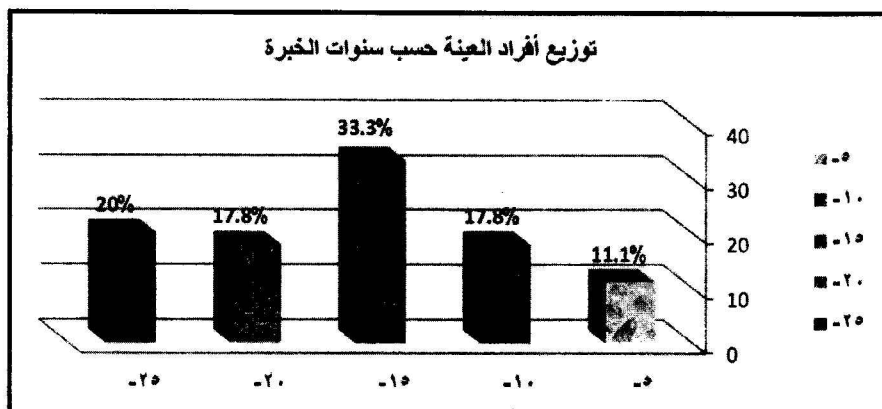
- الخصائص الوظيفية :



شكل (٥)

يتضح من الشكل (٥) أن نسبة العاملين كمسؤولي المشروعات تمثل أعلى نسبة في العينة (٢٤,٤%)، ثم فئة أخصائيين التسويق بنسبة (٢٢,٢%)، ثم فئة العاملين في خدمة العملاء بنسبة (٢٠%)، ثم فئة العاملين كمسؤولي برامج بنسبة (١٧,٨%) وأخيراً فئة المديرين التنفيذيين بنسبة (١٥,٦%)، وأفراد العينة على هذا النحو يتميزون بتمثيلهم للفئات الوظيفية المختلفة في إدارات المسؤولية الاجتماعية.

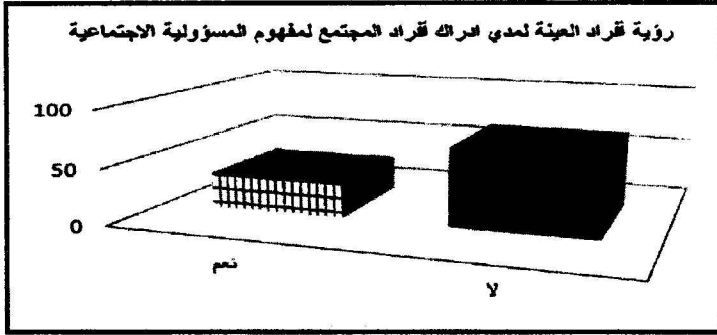
- سنوات الخبرة :



شكل (٦)

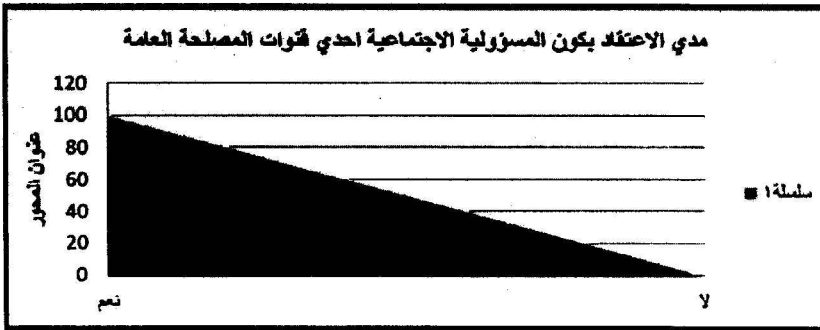
يتضح من الشكل (٦) أن نسبة من يملكون خبرة (١٥-٢٠) سنة يمثلون أعلى نسبة بين أفراد العينة (٣٣,٣%)، ثم فئة من (+٢٥) سنة بنسبة (٢٠%)، ثم فئة (١٠-٥) سنة، وفئة (٢٥-٢٠) سنة بنسبة واحدة (١٧,٨%)، وأخيراً فئة من (١٠-٥) سنة بنسبة (١١,١%). وأفراد العينة على هذا النحو يتميز أغلبهم بامتلاك خبرة لإبأس بها في مجال العمل في المسؤولية الاجتماعية. والتساؤل الذي يفرض نفسه هو هل الخبرة التي يمتلكها غالبية أفراد العينة خبرة نظرية أم خبرة عملية؟ ولا شك ان إجابة هذا التساؤل ستظهر في الأجزاء التالية من الدراسة الميدانية.

٢) الوعي بمفهوم المسؤولية الاجتماعية :



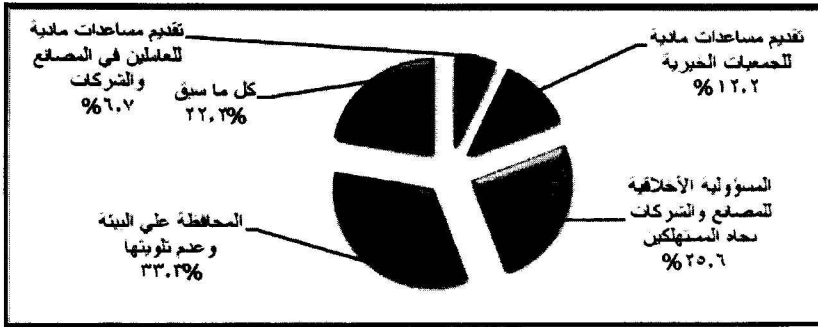
شكل (٧)

من خلال الشكل (٧) يتضح أن غالبية أفراد العينة (٦٨,٩%) يرون أن أفراد المجتمع لا غير مدركين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وفي المقابل هناك (٣١,١%) من أفراد العينة يرون عكس ذلك. ولا شك أن ذلك يعكس رؤية أفراد العينة لحدائثة مفهوم المسؤولية الاجتماعية، وبالتالي عدم انتشار الوعي بهذا المفهوم بين أفراد المجتمع.



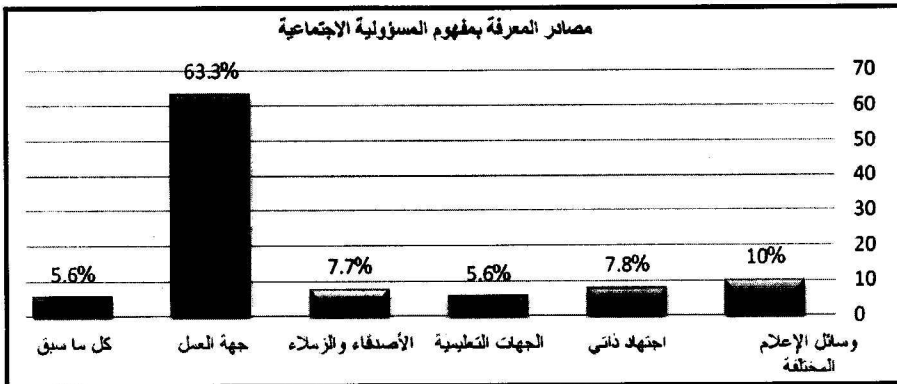
شكل (٨)

من خلال الشكل (٨) يظهر أن هناك إجماع بين أفراد العينة علي كون المسؤولية الاجتماعية احدي قنوات المصلحة العامة.



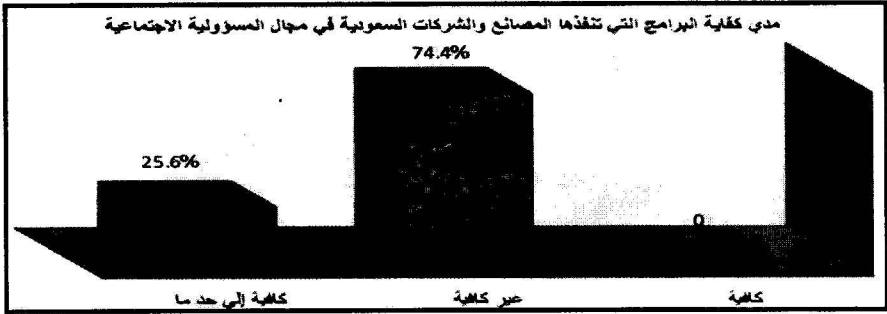
شكل (٩) : مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمصانع والشركات.

الشكل البياني (٩) يظهر أن (٣٣,٣%) من أفراد العينة يرون أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمصانع والشركات يعني "المحافظة على البيئة وعدم تلويثها"، بينما جاء متغير "المسؤولية الأخلاقية للمصانع والشركات تجاه المستهلكين" بنسبة (٢٥,٦%)، ثم متغير "تقديم مساعدات مادية للجمعيات الخيرية" بنسبة (١٢,٢%)، ثم متغير "تقديم مساعدات مادية للعاملين في المصانع والشركات" بنسبة (٦,٧%). أما متغير "كل ما سبق" فكانت نسبته (٢٢,٢%). والنسب السابقة توضح عدم وضوح مفهوم المسؤولية الاجتماعية بالشكل الكافي لدى نسبة كبيرة من أفراد العينة، حيث ركز معظمهم على أحد جوانب المسؤولية الاجتماعية في مقابل إغفال الجوانب الأخرى.



شكل (١٠)

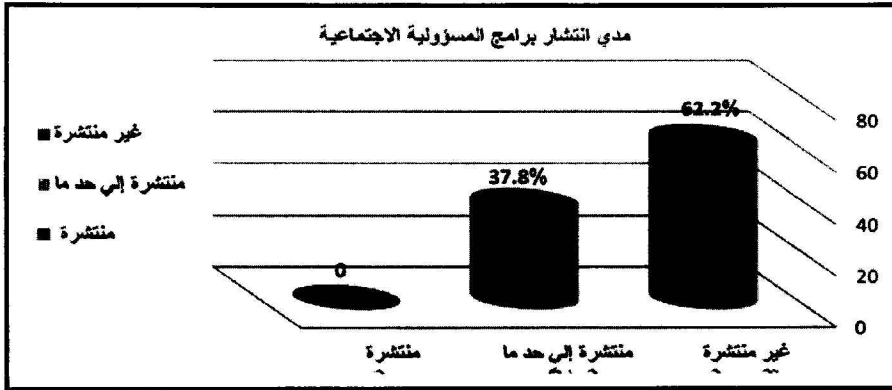
يبين الشكل (١٠) أن غالبية أفراد العينة (٦٣,٣%) كانت "جهة العمل" هي مصدر معرفتهم بالمسؤولية الاجتماعية، بينما جاءت "وسائل الإعلام" في المرتبة الثانية بنسبة (١٠%)، ثم متغير الاجتهاد الذاتي بنسبة (٧,٨%)، ثم "الأصدقاء والزملاء" بنسبة (٧,٧%)، ثم الجهات التعليمية، وكل سبق بنسبة واحدة لكل منهما (٥,٦%). والنسب السابقة تعكس انخفاض نسبة وسائل الإعلام بشكل ملحوظ مما يعكس أهمية تفعيل دورها في هذا المجال. كما تعكس النسب انخفاض نسبة الاجتهاد الذاتي واعتماد غالبية أفراد العينة علي جهة العمل كمصدر وحيد للمعرفة حول المسؤولية الاجتماعية.



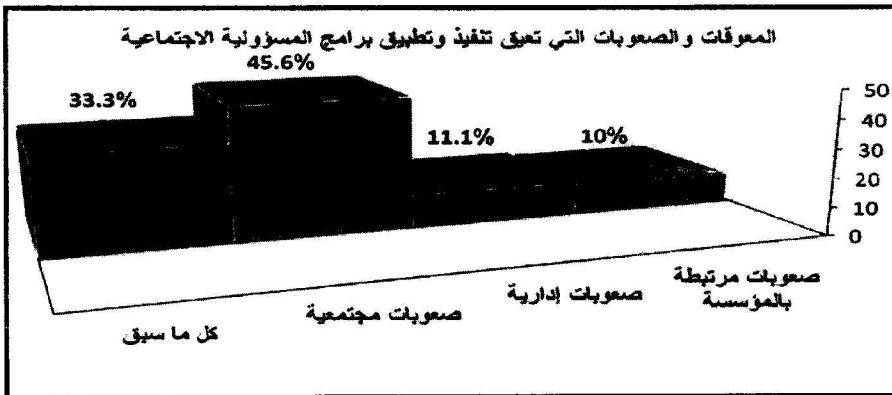
شكل (١١)

من خلال الشكل (١١) يظهر ان غالبية أفراد العينة (٧٤,٤%) يرون ان البرامج التي تنفذها المصانع والشركات السعودية في مجال المسؤولية الاجتماعية غير كافية، وفي المقابل رأي (٢٥,٦%) ان هذه البرامج كافية إلى حد ما. وهذه الآراء تعكس رؤية أفراد العينة لعدم انتشار برامج المسؤولية الاجتماعية بالشكل الكافي.

يكشف الشكل (١٢) أن (٦٢,٢%) من أفراد العينة يرون أن برامج المسؤولية الاجتماعية غير منتشرة، وفي المقابل هناك (٣٧,٨%) من أفراد العينة يرون أنها منتشرة إلى حد ما. وترتبط هذه النسب بنتيجة الشكل السابق حول عدم كفاية برامج المسؤولية الاجتماعية التي تنفذها المصانع والشركات السعودية.



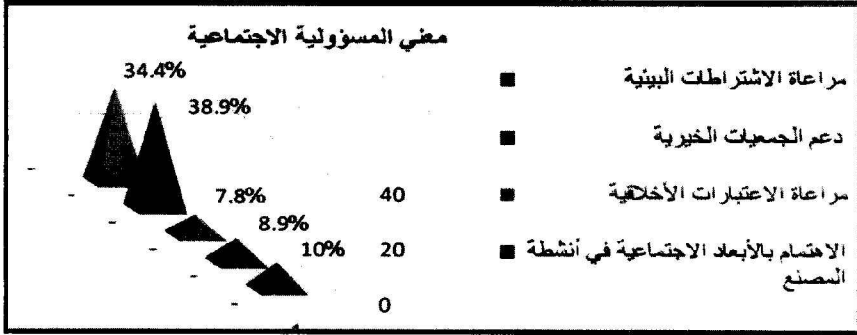
شكل (١٢)



شكل (١٣)

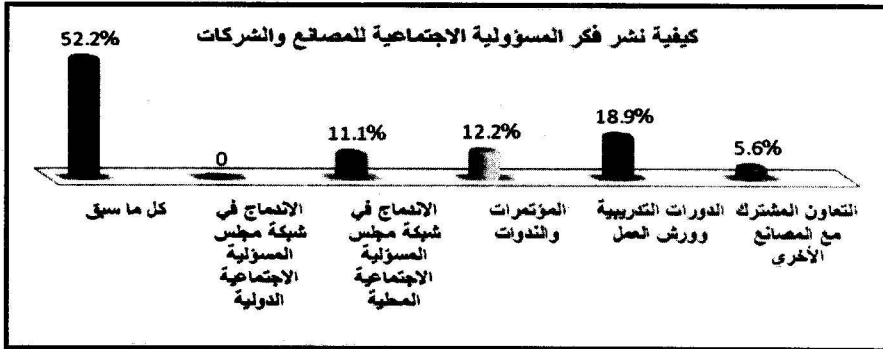
من خلال الشكل البياني (١٣) يظهر أن (٤٥,٦%) من أفراد العينة يرون ان "الصعوبات المجتمعية" تمثل أهم المعوقات والصعوبات التي تعيق تنفيذ وتطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية، ثم الصعوبات الإدارية بنسبة (١١,١%)، ثم الصعوبات المرتبطة بالمؤسسة بنسبة (١٠%). أما متغير "كل ما سبق" فكانت نسبته (٣٣,٣%). والنسب السابقة توضح عدم قيام جهات كثيرة مثل وسائل الإعلام والجهات التعليمية والثقافية بدورها في مجال نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية مما يعيق تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية.

٣) التنظيمات الصناعية وبرامج المسؤولية الاجتماعية :



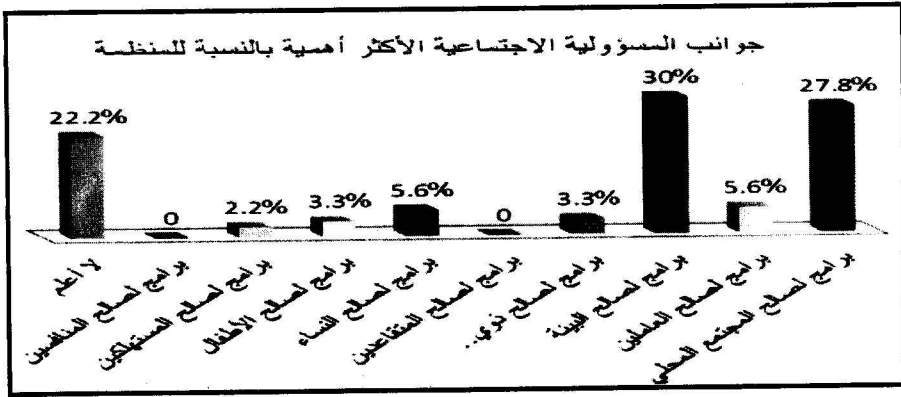
شكل (١٤)

يكشف الشكل (١٤) أن (٣٨,٩%) من أفراد العينة يرون أن معنى المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للمنظمة التي يعملون بها هو "الاهتمام بالأبعاد الاجتماعية في أنشطة المصنع"، بينما هناك (١٠%) اختاروا متغير "مراعاة الاعتبارات البيئية"، و(٨,٩%) اختاروا متغير "دعم الجمعيات الخيرية"، و(٧,٨%) اختاروا متغير "مراعاة الاعتبارات الأخلاقية". وأخيراً اختار (٣٤,٤%) متغير كل ما سبق. وتعاكس النسب السابقة اعتقاد المصانع والشركات بأن الاهتمام بالأبعاد الاجتماعية في أنشطة المصنع يعد هو المعنى الرئيسي لأنشطة المسؤولية الاجتماعية، وفي ذلك خلل واضح وإغفال لباقي جوانب المسؤولية الاجتماعية الأخلاقية والبيئية.



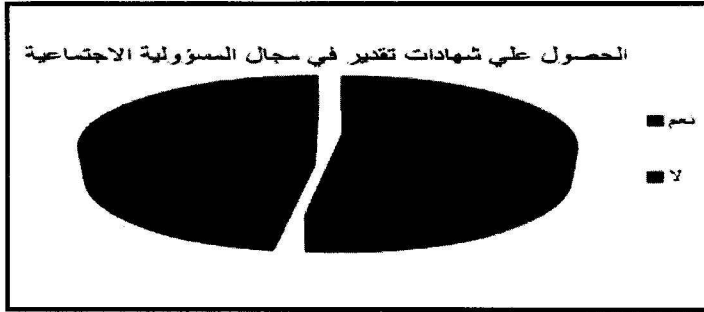
شكل (١٥)

من خلال الشكل (١٥) يتضح أن (١٨,٩%) من أفراد العينة يرون انه يمكن نشر فكر المسؤولية الاجتماعية للمصانع والشركات من خلال الدورات التدريبية وورش العمل، بينما رأي (١٢,٢%) انه يمكن تحقيق ذلك من خلال المؤتمرات والندوات، وأكد (١١,١%) علي الاندماج في شبكة مجلس المسؤولية الاجتماعية المحلية، وأكد (٥,٦%) علي التعاون المشترك مع المصانع الأخرى، وأخيراً اختارت الأغلبية (٥٢,٢%) متغير كل ما سبق. ويلاحظ علي النسب السابقة عدم اختيار متغير الاندماج في شبكة مجلس المسؤولية الاجتماعية الدولية بشكل مستقل، ويعكس ذلك عدم وعي أغلبية أفراد العينة بأهمية الاستفادة من تجارب الشركات الدولية ذات السبق في هذا المضمار.



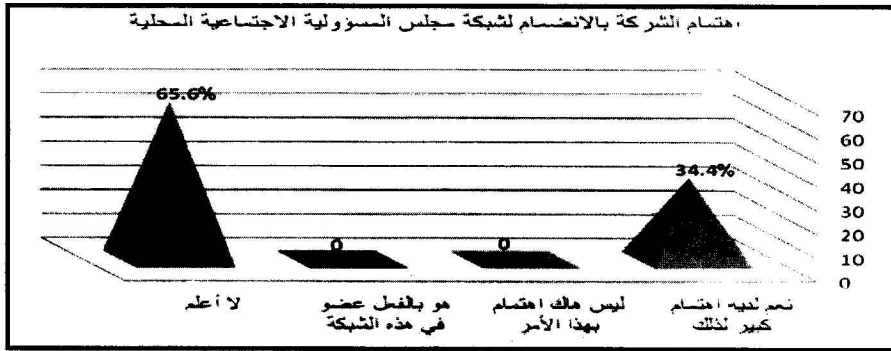
شكل (١٦)

بالنسبة لجوانب المسؤولية الاجتماعية الأكثر أهمية بالنسبة للمنظمة من وجهة نظر أفراد العينة جاء متغير تنفيذ برامج لصالح البيئة في المقدمة بنسبة (٣٠%)، ثم متغير تنفيذ برامج لصالح المجتمع المحلي بنسبة (٢٧,٨%)، ثم متغير تنفيذ برامج لصالح العاملين ولصالح النساء بنسبة واحدة هي (٥,٦%)، ثم متغير تنفيذ برامج لصالح الأطفال ولذوي الاحتياجات الخاصة بنسبة واحدة هي (٣,٣%)، ثم متغير تنفيذ برامج لصالح المستهلكين بنسبة (٢,٢%)، وأخيراً اختار (٢٢,٢%) متغير لا أعلم (شكل ١٦). والنسب السابقة تعكس عدم وضوح جوانب المسؤولية الاجتماعية بالنسبة لعدد كبير من أفراد العينة علي الرغم من عملهم لفترة لا بأس بها في هذا المجال.



شكل (١٧)

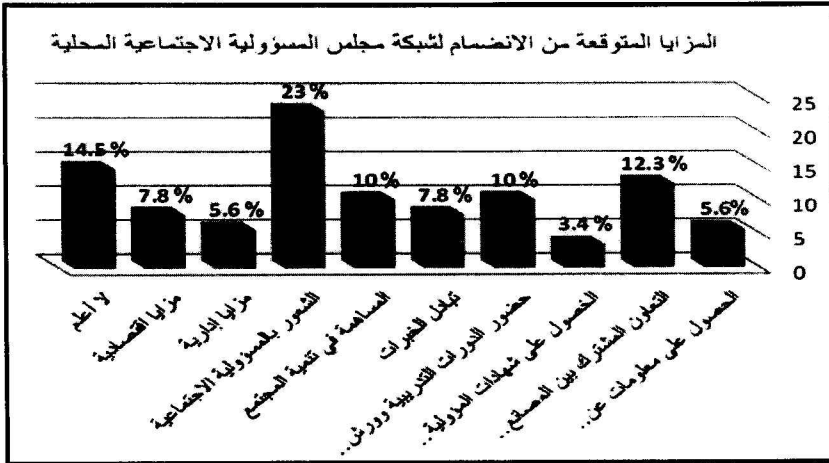
أكد (٥٢,٢%) من أفراد العينة (شكل ١٧) علي حصول شركتهم علي شهادات تقدير في مجال المسؤولية الاجتماعية، بينما أكد (٤٧,٨%) عدم حصول شركتهم علي شهادات تقدير. أما عن نوع هذه الشهادات فتمثلت كما ذكر أفراد العينة في (شهادة الجودة - شهادة المجلس العربي للتطوع - جائزة صندوق تنمية الموارد البشرية - شهادة الاتحاد العربي للعمل التطوعي).



شكل (١٨)

من الشكل البياني (١٨) يتضح ان (٣٤,٤%) من أفراد العينة أكدوا ان لشركتهم اهتمام كبير بالانضمام لشبكة المسؤولية الاجتماعية المحلية، بينما أكد أغلبية أفراد العينة (٦٥,٦%) علي عدم معرفتهم شيئاً عن هذا الأمر.

ولا شك ان هذه النسب تعكس عدم وجود الدعاية الكافية لمجلس المسؤولية الاجتماعية المحلية، مما يتطلب من الجهات المعنية العمل علي توضيح أهداف هذا المجلس وفوائد الانضمام إليه.

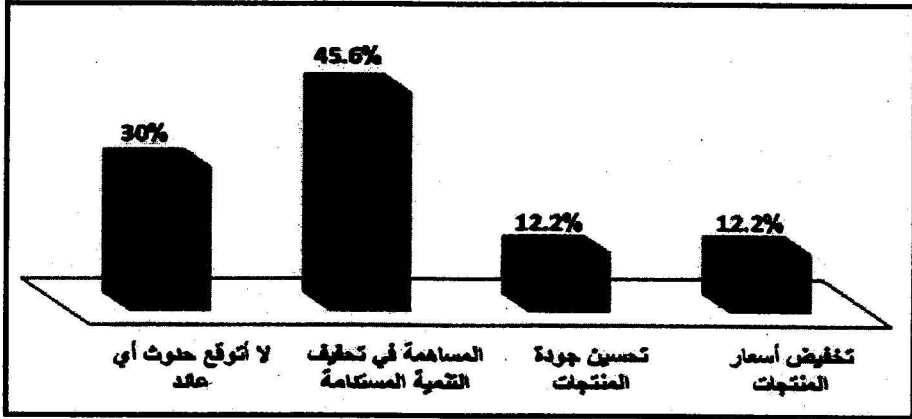


شكل (١٩)

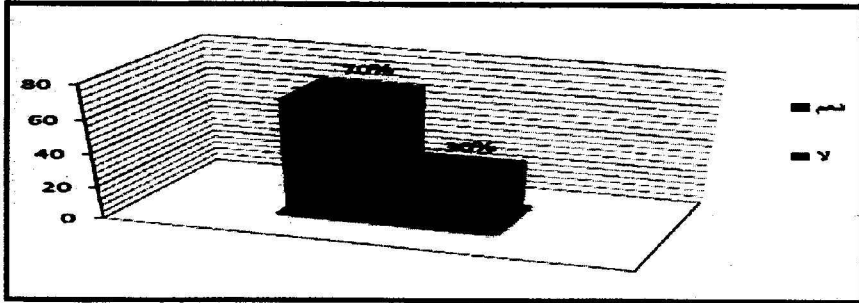
تتمثل أهم المزايا المتوقعة من الانضمام لشبكة مجلس المسؤولية الاجتماعية المحلية كما رأي أفراد العينة (شكل ١٩) في الشعور بالمسؤولية الاجتماعية (٢٣%)، ثم التعاون المشترك بين المصانع والشركات (١٢,٣%)، ثم المساهمة في تنمية المجتمع، وحضور الدورات التدريبية وورش العمل بنسبة واحدة (١٠%)، ثم الحصول علي مزايا اقتصادية وتبادل الخبرات بنسبة واحدة (٧,٨%)، الحصول علي المزايا الادارية، والحصول علي معلومات حول الموضوع بنسبة واحدة (٥,٦%)، ثم الحصول علي شهادات المسؤولية الاجتماعية (٣,٤%)، وأخيراً اختار (١٤,٥%) متغير لا أعلم.

من الشكل (٢٠) يتضح أن متغير المساهمة في تحقيق التنمية المستدامة جاء في المرتبة الأولى بنسبة (٤٥,٦%) كأهم العائدات المتوقعة لجهود تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المجالين البيئي والاجتماعي، ثم جاء متغيري تخفيض أسعار المنتجات،

وتحسين جودة المنتجات في المرتبة الثانية بنسبة واحدة هي (١٢,٢%)، أما متغير " لا أتوقع حدوث أي عائد " فقد حصل علي نسبة (٣٠%). ويلاحظ أن حصول متغير المساهمة في تحقيق التنمية المستدامة علي المرتبة الأولى يعكس وعياً مطلوباً من العاملين بإدارات المسؤولية الاجتماعية.



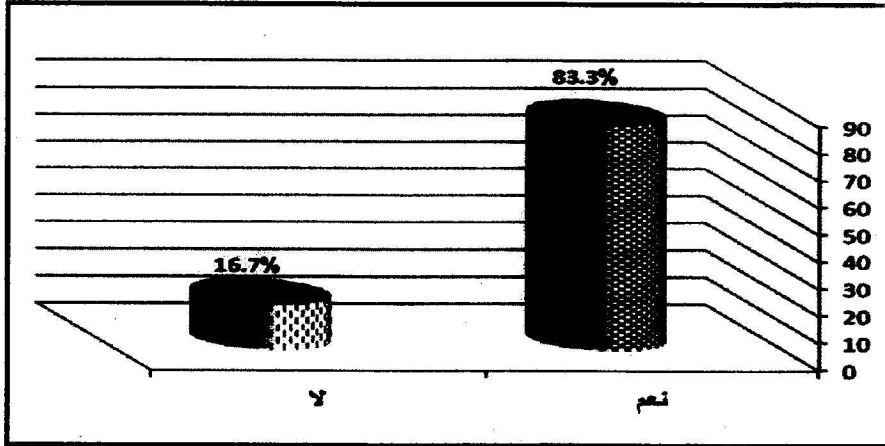
شكل (٢٠) : العائدات المتوقعة لجهود تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المجالين البيئي والاجتماعي.



شكل (٢١) : أهمية معرفة المستهلكين لأنشطة الشركة في المسؤولية الاجتماعية.

يوضح الشكل (٢١) أن أغلبية أفراد العينة (٧٠%) أكدوا علي أهمية معرفة المستهلكين لأنشطة الشركة في المسؤولية الاجتماعية. وفي المقابل أكد (٣٠%) من أفراد

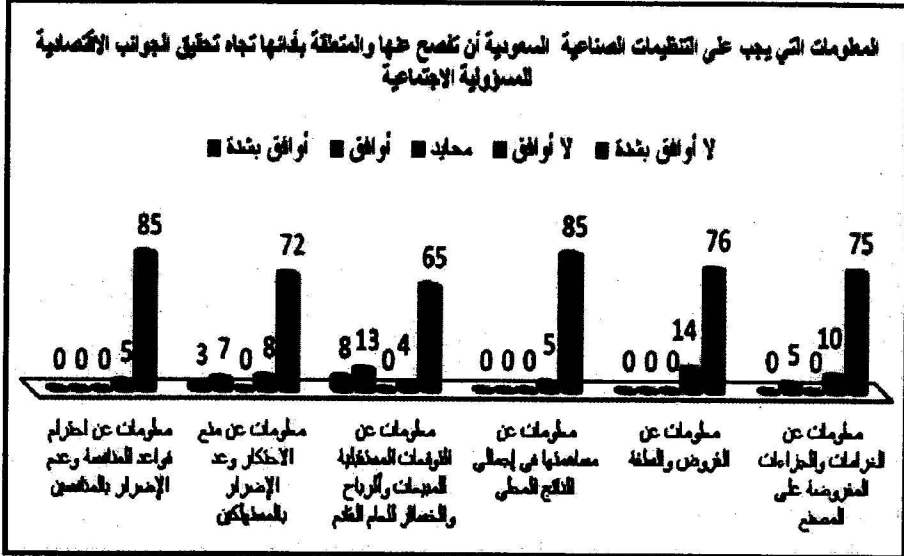
العينة علي العكس، ولا شك ان معرفة المستهلكين لأنشطة الشركة في المسؤولية الاجتماعية يساهم بشكل كبير في زيادة مصداقية الشركة لدي المتعاملين معها، كما يدعم سمعة الشركة بين المستهلكين ويساهم في زيادة مبيعاتها بشكل كبير.



شكل (٢٢): سؤال المتعاملين مع الشركة عن أنشطتها في المسؤولية الاجتماعية.

يكشف الشكل السابق أن أغلبية أفراد العينة (٨٣,٣%) أكدوا علي موافقتهم علي قيام المتعاملين مع شركاتهم بالسؤال عن أنشطتها في مجال المسؤولية الاجتماعية، وأسباب ذلك من وجهة نظرهم هي: (لما لذلك من أثر كبير علي المصلحة العامة، زيادة قبول المستهلكين للشركة ومنتجاتها، تنمية الانتماء لهذه الشركة في نفوس المستهلكين، تحفيز المستهلكين علي شراء منتجات الشركة، ليكون التعامل صادق بين الطرفين، ولكي يستفيدوا منها). وفي المقابل أكد (١٦,٧%) من أفراد العينة علي أنهم لا يوافقون علي قيام المتعاملين مع شركاتهم بالسؤال عن أنشطتها في مجال المسؤولية الاجتماعية، وأسباب ذلك من وجهة نظرهم هي: (لأن ذلك ليس له علاقة بالمسؤولية الاجتماعية، من حيث التواصل مع الجهات الأخرى يتم ذلك بالهواتف الشخصية، انجاز أعمالنا المكتبية علي حسابنا الخاص من طباعة وتصوير...الخ، القيام بتجهيز البروشرات والبترات والمطويات علي حسابنا الخاص، ولاختلاف الحالات).

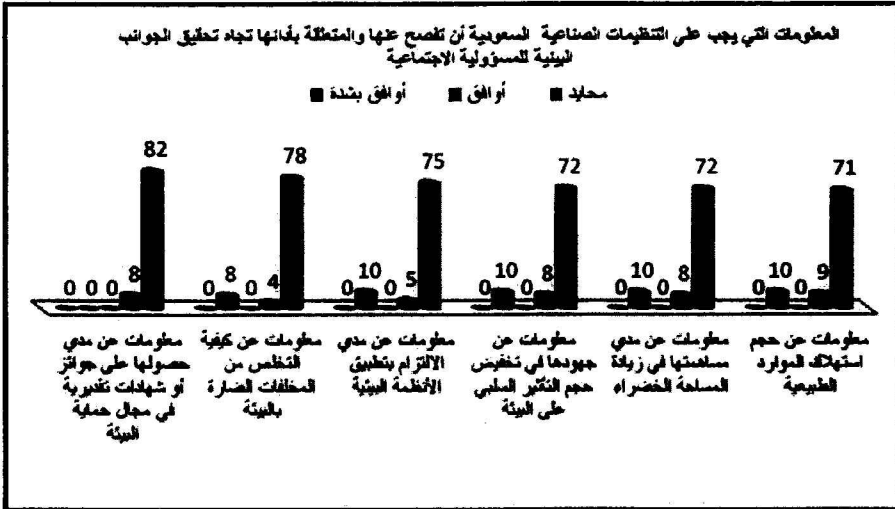
٤) للتنظيمات الصناعية السعودية والإفصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية:



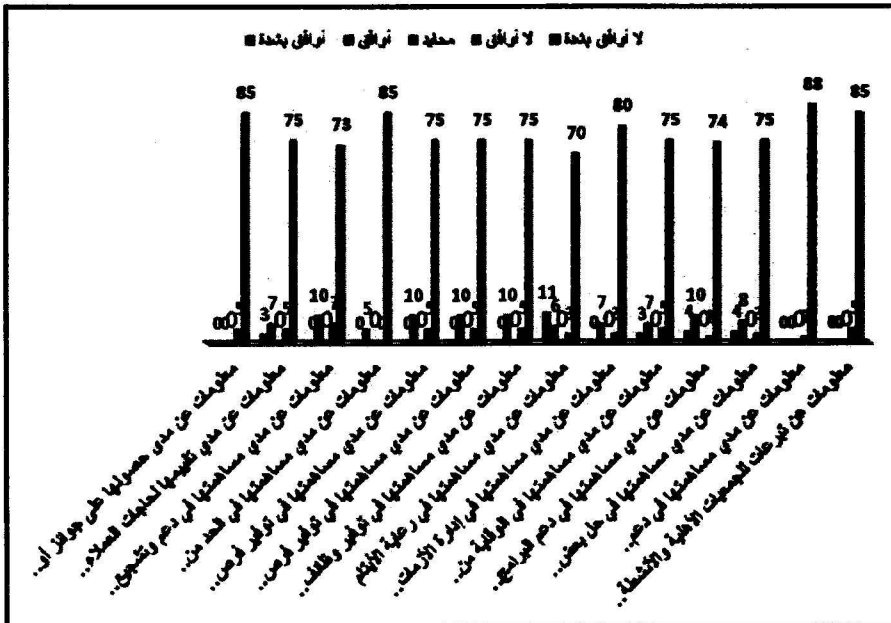
شكل (٢٣)

من الشكل السابق يتضح انه بالنسبة للمعلومات التي يجب على التنظيمات الصناعية السعودية أن توضح عنها والمتعلقة بأدائها تجاه تحقيق الجوانب الاقتصادية للمسؤولية الاجتماعية. وتعكس النسب السابقة أهمية الجوانب الاقتصادية للشركات والمصانع الخاصة باعتبار أن الربح يمثل هدفاً أساسياً لها، لكن هذا لا يمنع من قيامها بتحمل مسؤوليتها تجاه المجتمع الذي أتاح لها المناخ الجيد للاستثمار. وفي هذا الإطار يأتي ما فعله "بيل جيتس" كمثال واضح علي الفهم الحقيقي لمعني المسؤولية الاجتماعية.

من الشكل (٢٤) يتضح انه بالنسبة للمعلومات التي يجب على التنظيمات الصناعية السعودية أن توضح عنها والمتعلقة بأدائها تجاه تحقيق الجوانب البيئية للمسؤولية الاجتماعية، وهذه البيانات عن ارتفاع نسب الموافقة في هذا الجانب تعود لارتباط مفهوم المسؤولية الاجتماعية في ذهن الباحثين بالاهتمام بالجانب البيئي.

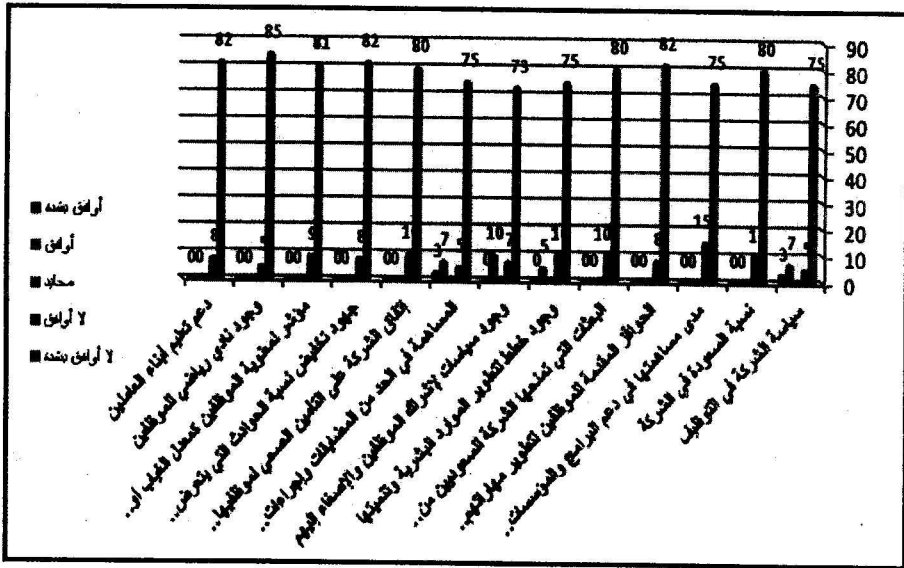


شكل (٢٤)



شكل (٢٥) : المعلومات التي يجب على المنظمات الصناعية السعودية أن توضح عنها والمتعلقة بأدائها تجاه تحقيق الجوانب الاجتماعية (مجال المساهمات العامة) للمسؤولية الاجتماعية.

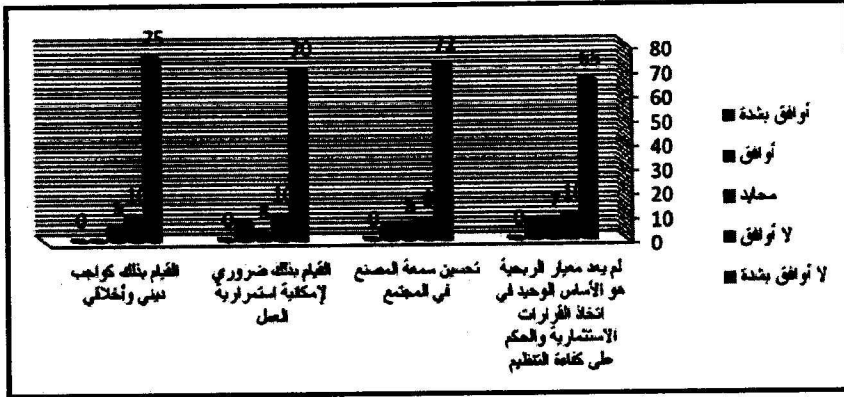
من الشكل (٢٥) يتضح انه بالنسبة المعلومات التي يجب على التنظيمات الصناعية السعودية أن تفصح عنها والمتعلقة بأدائها تجاه تحقيق الجوانب الاجتماعية (مجال المساهمات العامة) للمسؤولية الاجتماعية، جاءت استجابات أفراد العينة مرتفعة بشكل عام، وقد ترجع نسبة الارتفاع إلى أنها تعد الجوانب الاجتماعية للمسؤولية الاجتماعية ذات أهمية كبيرة لارتباطها المباشر بأفراد المجتمع، ولذلك كلما زادت مساهمات الشركات والمصانع الخاصة في هذا الجانب كلما أدي إلي تزايد ثقة المستهلكين بالشركات، ووفر بالتالي المناخ الملائم والبيئة الجيدة لعمل هذه الشركات.



شكل (٢٦) : المعلومات التي يجب على التنظيمات الصناعية السعودية أن تفصح عنها والمتعلقة بأدائها تجاه تحقيق الجوانب الاجتماعية للمسؤولية الاجتماعية (تنمية الموارد البشرية).

من الشكل (٢٦) يتضح انه بالنسبة للمعلومات التي يجب على التنظيمات الصناعية السعودية أن تفصح عنها والمتعلقة بأدائها تجاه تحقيق الجوانب الاجتماعية للمسؤولية الاجتماعية (مجال تنمية الموارد البشرية)، جاءت استجابات أفراد العينة مرتفعة إلى نسب تصل لـ ١٠٠%، ولا شك أن ارتفاع نسب الموافقة في جانب تنمية الموارد

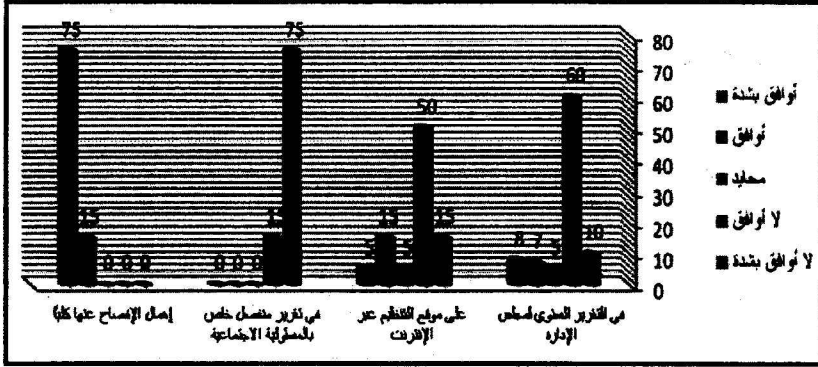
البشرية يرتبط بأحد الجوانب المهمة للمسؤولية الاجتماعية، وهو مسؤولية الشركات والمصانع تجاه موظفيها الذين هم في النهاية أفراد من المجتمع، وبالتالي فالاهتمام بتنمية مهاراتهم وتوفير الخدمات لهم يصب في مصلحة الشركات والمجتمع في نفس الوقت.



شكل (٢٧) : دوافع قيام التنظيمات الصناعية السعودية بالإفصاح عن المعلومات المتعلقة بأدائها تجاه تحقيق المسؤولية الاجتماعية.

من الشكل (٢٧) يتضح انه بالنسبة لدوافع قيام التنظيمات الصناعية السعودية بالإفصاح عن المعلومات المتعلقة بأدائها تجاه تحقيق المسؤولية الاجتماعية، جاءت استجابات أفراد العينة مرتفعة ومتقاربة إلى حد كبير، يأتي في مقدمة ذلك الموافقة باعتباره واجب ديني وأخلاقي بنسبة (٩٤,٤%)، في مقابل نسبة محايدة (٥,٦%)، يليه تصين سمعة المصنع في المجتمع بنسبة موافقة (٨٨,٨%)، في مقابل نسبة رافضة (٥,٦%) بنسبة محايدة (٥,٦%). ويلاحظ على النسب وجود نسبة صغيرة من أفراد العينة (محايدين)، وهذا قد يرجع لعدم وضوح معنى المسؤولية الاجتماعية لديهم بالشكل الكافي.

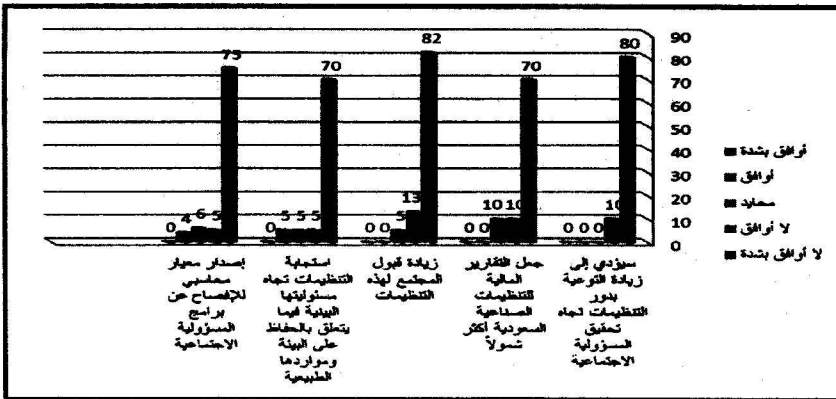
ويتضح من الشكل (٢٨) انه بالنسبة للموقع الملائم لإفصاح التنظيمات الصناعية السعودية عن أدائها فيما يتعلق بتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية، جاءت استجابات أفراد العينة لتؤكد بشكل قاطع - بنسبة موافقة تصل لـ (١٠٠%) - على أهمية وجود تقرير منفصل خاص بالمسؤولية الاجتماعية، يلي ذلك النسب الأخرى وينسب مرتفعة إلى حد كبير.



شكل (٢٨) : الموقع الملائم لإفصاح التنظيمات الصناعية السعودية

عن أدائها فيما يتعلق بتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية.

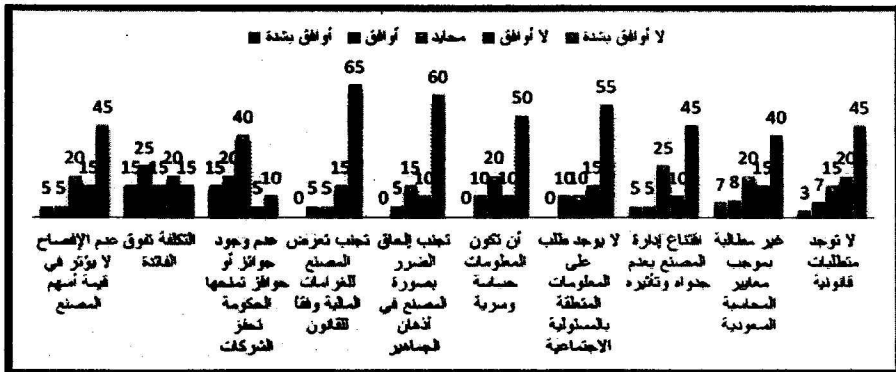
ومن جهة أخرى، يلاحظ علي النسب السابقة الارتفاع النسبي في نسبة غير الموافقين علي نشر تقارير المسؤولية الاجتماعية على موقع التنظيم عبر الإنترنت، وهذا راجع بالأساس للتوجه السائد عند عدد كبير من أصحاب الشركات الخاصة حول ضرورة سرية ما يقدمونه من مساعدات خاصة ما يقدم للجمعيات الخيرية انطلاقاً من التوجيه الديني الإسلامي بتفضيل توجيه المساعدات للمحتاجين في السر وليس في العلن. ولا شك أن هذه الرؤية تحتاج إلي جهد كبير لتغييرها، وتوضيح أن المسؤولية الاجتماعية عمل مؤسسي لا يهدف إلي تقديم الرعاية الاجتماعية في صورة مساعدات مادية، وإنما يهدف بالأساس لتنمية المجتمع من خلال استدامة الأنشطة.



شكل (٢٩) : المنافع المتحققة في حالة قيام التنظيمات الصناعية السعودية

بالإفصاح عن أدائها تجاه تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية.

من الشكل (٢٩) يتضح انه جاء في مقدمة المنافع المتحققة في حالة قيام التنظيمات الصناعية السعودية بالإفصاح عن أدائها تجاه تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية، إلى زيادة التوعية بدور التنظيمات تجاه تحقيق المسؤولية الاجتماعية، بنسبة موافقة تصل لـ (١٠٠%)، يليه زيادة قبول المجتمع لهذه التنظيمات، بنسبة (٩٤,٤%)، في مقابل نسبة محايدة (٥,٦%).



شكل (٣٠) : أسباب عدم قيام الشركات المساهمة السعودية بالإفصاح عن معلوماتها المتعلقة بأدائها تجاه تحقيق المسؤولية الاجتماعية.

يبين الشكل (٣٠) أسباب عدم قيام الشركات المساهمة السعودية بالإفصاح عن معلوماتها المتعلقة بأدائها تجاه تحقيق المسؤولية الاجتماعية، والتي كان في مقدمتها عدم وجود طلب على المعلومات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية، بنسبة (٧٧,٨%)، في مقابل نسبة رافضة (١١,١%)، ونسبة محايدة (١١,١%)، يلي ذلك نسبة من يرون بأنه لا توجد متطلبات قانونية، الأغلبية موافقة بنسبة (٧٢,٢%)، في مقابل نسبة رافضة (١١,١%)، ونسبة محايدة (٦,٧%). تليها العوامل الأخرى بنسب متقاربة ومرتفعة إلى حد ما. والنسب السابق تعكس أهمية وجود رقابة قانونية علي تنفيذ الشركات والتنظيمات الصناعية لبرامج المسؤولية الاجتماعية حتى يلتزم بها الجميع، مع ضرورة وضع الحكومة لحوافز مادية ملموسة وامتيازات للشركات الملتزمة بتنفيذ هذه البرامج.

حادي عشر : النتائج العامة للدراسة.

- كشفت الدراسة أن غالبية أفراد العينة يرون أن أفراد المجتمع غير مدركين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وهو مما يعكس حداثة هذا المفهوم وتكفي مستوى انتشاره وانتشار برامجه بين أفراد المجتمع، وكان إدراك عينة الدراسة ينصب على أحد جوانب المسؤولية الاجتماعية- كالمحافظة على البيئة وعدم تلويثها، والمسؤولية الأخلاقية للمصانع والشركات تجاه المستهلكين- في مقابل إغفال العديد من الجوانب الأخرى.
- كان هناك إجماع بين أفراد العينة على كون المسؤولية الاجتماعية احدي قنوات المصلحة العامة، ومع ذلك يرون بأن البرامج التي تنفذها المصانع والشركات السعودية في مجال المسؤولية الاجتماعية غير كافية.
- جاءت الصعوبات المجتمعية في المرتبة الأولى كأهم المعوقات والصعوبات التي تعيق تنفيذ وتطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية، ثم الصعوبات الإدارية مما يعكس عدم قيام جهات كثيرة مثل وسائل الإعلام والجهات التعليمية والثقافية بدورها في مجال نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية.
- كشفت الدراسة الميدانية أن غالبية أفراد العينة يرون أن معنى المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للمنظمة التي يعملون بها هو الاهتمام بالأبعاد الاجتماعية في أنشطة المصنع، وفي هذا خلل واضح وإغفال لباقي جوانب المسؤولية الاجتماعية الأخلاقية والبيئية.
- رأي أفراد العينة انه يمكن نشر فكر المسؤولية الاجتماعية للمصانع والشركات من خلال الدورات التدريبية وورش العمل، والمؤتمرات والندوات، والاندماج في شبكة مجلس المسؤولية الاجتماعية المحلية، والتعاون المشترك مع المصانع الأخرى.
- أكد غالبية أفراد العينة علي تكفي معرفتهم بوجود أو عدم وجود اهتمام لشركتهم بالانضمام لشبكة المسؤولية الاجتماعية المحلية، أو ما هي أهم المزايا المتوقعة من الانضمام لهذه الشبكة، مما يعكس عدم وجود الدعاية الكافية لمجلس المسؤولية الاجتماعية المحلية، مما يتطلب من الجهات المعنية العمل علي توضيح أهداف هذا المجلس وفوائد الانضمام إليه.
- تبين أن أهم العائدات المتوقعة لجهود تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المجالين البيئي والاجتماعي تتمثل بالترتيب في المساهمة في تحقيق التنمية المستدامة، وتخفيض أسعار المنتجات، وتحسين جودة المنتجات.

- ترى أغلبية أفراد العينة بأنه من حق المتعاملين مع شركاتهم السؤال عن أنشطتها في مجال المسؤولية الاجتماعية، لما لذلك من أثر كبير على المصلحة العامة، وزيادة قبول المستهلكين للشركة ومنتجاتها، وتنمية الانتماء لهذه الشركة في نفوسهم.
- أكدت بيانات الدراسة على أهمية قيام التنظيمات الصناعية السعودية بالإفصاح عن المعلومات المتعلقة بأدائها تجاه تحقيق الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية وتنمية الموارد البشرية للمسؤولية الاجتماعية، لكون ذلك من واجباتها تجاه المجتمع الذي أتاح لها المناخ الجيد للاستثمار.
- أكدت نتائج الدراسة على أن الموقع الملائم لإفصاح التنظيمات الصناعية السعودية عن أدائها فيما يتعلق بتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية يتمثل بالترتيب في؛ تقرير منفصل خاص بالمسؤولية الاجتماعية، ثم في التقرير السنوي لمجلس الإدارة، ثم على موقع التنظيم عبر الانترنت.
- كشفت الدراسة الميدانية أن أهم المنافع المتحققة في حالة قيام التنظيمات الصناعية السعودية بالإفصاح عن أداءها تجاه تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية تتمثل بالترتيب في؛ زيادة التوعية بدور التنظيمات تجاه تحقيق المسؤولية الاجتماعية، ثم زيادة قبول المجتمع لهذه التنظيمات، ثم جعل التقارير المالية للتنظيمات الصناعية السعودية أكثر شمولاً وشفافية.
- تبين أن أهم أسباب عدم قيام الشركات المساهمة السعودية بالإفصاح عن معلوماتها المتعلقة بأدائها تجاه تحقيق المسؤولية الاجتماعية تتمثل بالترتيب في؛ تجنب تعرض المصنع للغرامات المالية وفقاً للقانون، وعدم وجود طلب على المعلومات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية، وتجنب إلحاق الضرر بصورة المصنع في أذهان الجماهير، وعدم وجود متطلبات قانونية تلزم المصانع والشركات بذلك.
- كان من أهم المقترحات التي تراها عينة الدراسة لتفعيل دور الشركات في مجال المسؤولية الاجتماعية؛ وضع قوانين تلزم الشركات الكبرى بدور مجتمعي، والاشتراك في الندوات والمؤتمرات، وتقديم الدعم المادي والمعنوي للشركات والمصانع المنفذة لبرامج المسؤولية الاجتماعية.
- ومن المقترحات لنشر وتعميق مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المجتمع؛ زيادة فاعلية دور وسائل الإعلام في هذا المجال، وإنشاء مجلس أعلى للمسؤولية

الاجتماعية تكون مهمته مراقبة أداء الشركات في هذا الجانب، وتحفيزها، ووضع التسهيلات التي تمكنها من أداء دورها في مجال المسؤولية الاجتماعية، وتنظيم الدورات والندوات والمؤتمرات للمصانع والمؤسسات عن مفهوم وأهداف المسؤولية الاجتماعية.

ثاني عشر : مؤشرات عامة في ضوء نتائج الدراسة.

لعله من الأهمية أن نورد بعض المؤشرات الختامية في ضوء نتائج الدراسة، في محاولة لتفسير هذه النتائج في محيطها المجتمعي العام، ولكونها من جهة أخرى تمثل نوع من التوصيات الممكن الأخذ بها :

- برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات ليست تطوعية بل هي واجب وفرض يمليه الانتماء إلى الوطن، لذا فمن الضروري أن تكون جزءاً من ثقافة المجتمع ومؤسساته للوصول إلى الأهداف المرجوة.
- المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات مفهوم متغير ومتطور، يرتبط بشكل عضوي بالتنمية المستدامة، يوجب على الشركات بجانب البحث عن الربح، الاهتمام بالبيئة، والمشاركة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
- هناك أدلة متزايدة على أن أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات تشكل وسيلة مشروعة ومقنعة لاجتذاب واستبقاء الموظفين، إلى جانب جذب المواهب والاحتفاظ بها، حيث يلاحظ أن أبرز للشركات العالمية في هذا المجال تسهم في تشجيع الموظفين على المشاركة في المسؤولية الاجتماعية للشركات باعتبارها "ضرورة إستراتيجية".
- أظهرت خبرات دول كثيرة مثل ألمانيا واليابان أن أنجح الشركات هي التي لا تقتصر أهدافها فقط على جني الأرباح، بل أيضاً على قيامها بأنشطة اجتماعية مواكبة تبني لها سمعة حسنة في أوساط الرأي العام، وتساعدوا في الحصول على الكوادر الشابة الخلاقة والمبدعة اللازمة لاستمرارها وتطورها.
- بدايات المسؤولية كانت عبر الشركات الكبيرة عابرة القارات، وكان التزامها بذلك لاعتبارين: البيئة الداخلية للعمل، ووجود مخاطر في الشركات الصناعية والبتروولية، وبالتالي حرصت على مكافأة موظفيها وأفراد أسرهم حينما يتعرضون لمخاطر العمل، عن طريق التأمين الصحي، والتأمين بشكل عام، وتحسين بيئة العمل.

ثم بعد ذلك اتسع مفهوم المسؤولية الاجتماعية ليشمل المحافظة على البيئة من التلوث، وأخيراً اتسع المفهوم ليشمل ببرامج بعيدة عن نشاطها كالصحة، والفقير، والتعليم، والتدريب والتأهيل، وجميع هذه الأمور دخلت في إطار عمليات الشركات فيما يخص المسؤولية الاجتماعية.

- تطبيق الشركات لمبدأ المسؤولية الاجتماعية، وحرصها على القيام به من خلال مشروعات نموذجية تحقق مقصودها يمثل عطاء إيجابي ومثمر، حيث أنه بقدر نفعه للغير فإن نفعه عائد عليها من خلال صناعته لصورة وسعة ذهنية متميزة وبنائه مما يعتبر في عالم المال وقطاعاته ميزة تنافسية تجتذب بها المواهب، وتحفظ بها القدرات البشرية المتواجدة في ميدان العمل، كما أنه إسهام مباشر منها في تحقيق التكامل بين قطاعات التنمية الرئيسية (القطاع الحكومي، والخيري، والخاص).

- لوحظ من خلال الدراسة الميدانية تدني وعي الشركات السعودية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية بسبب انغماس كثير منها في تعظيم الأرباح وزيادة النمو، دون الالتفات إلى دورهم في المجتمع وحقوق المجتمع عليهم.

- بدأ مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الشركات السعودية يأخذ جانباً من الاهتمام في الفترة الأخيرة حيث أدركت شركات القطاع الخاص أن القدرة المالية وحدها لم تعد كافية، وتبتهت إلى أهمية الدور الذي يمكن أن تلعبه في المجتمع، ومن ثم بدأت التوسع في نشاطاتها لتتجاوز ما هو أكثر من النشاطات الإنتاجية عبر رعاية المناسبات والملتقيات والأعمال الخيرية، والتنافس في بيئة العمل والسعي نحو تحقيق التنمية المستدامة في البلاد.

- أمام الشركات السعودية فرصة ذهبية لكسب ولاء الجمهور والعاملين، وتسويق منتجاتها بشكل أفضل عبر إتباع نهج المسؤولية الاجتماعية، الذي سيكون ذا مردود مزدوج، فكما أنه يعود بالفائدة على المجتمع فإنه مفيد للشركة أيضاً.

- من المهم تطوير برامج المسؤولية الاجتماعية وفقاً لظروف مجتمعنا العربية والإسلامية واحتياجاتها لتحقيق التنمية، بمعنى وضع تطبيقات خاصة وليست قوالب مستقاة من الغرب، بالنظر إلى أن كل مجتمع يختلف في تطبيقاته لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

- نجاح الشركات بدورها في المسؤولية الاجتماعية يعتمد أساساً على التزامها بثلاثة معايير هي: الاحترام والمسؤولية، بمعنى احترام الشركة للبيئة الداخلية (العاملين)، والبيئة

الخارجية (أفراد المجتمع)، دعم المجتمع ومساندته، حماية البيئة، سواء من حيث الالتزام بتوافق المنتج الذي تقدمه الشركة للمجتمع مع البيئة، أو من حيث المبادرة بتقديم ما يخدم البيئة ويحسن من الظروف البيئية في المجتمع ومعالجة المشاكل البيئية المختلفة.

- إنجاح خطط المسؤولية الاجتماعية مرهون بإصدار قوانين وتشريعات ووضع معايير وممارسة آليات رقابية وراذعة تدعم هذا المفهوم في القطاع الخاص.

ونشير هنا إلى الدور الذي يمكن أن يلعبه القطاع الحكومي في مساعدة الشركات على القيام بدورها في برامج المجتمع بما يقدمه من تسهيلات ودعم معنوي لهذه الشركات لتشجيعها على إطلاق برامجها الاجتماعية ببسر وسهولة، مثل توفير المعلومات وتنسيق الجهود وجمعها تحت مظلة واحدة وإيجاد التكامل بينها وتشجيع المبادرات المبتكرة ومكافأتها معنوياً، وأيضاً التأكيد على الشركات بضرورة إشراك شباب المجتمع والعاملين بها في مبادراتها وبرامجها للتوعية بأهمية العمل التطوعي، وكذلك الدور المهم للإعلام في توعية المجتمع بالمسؤولية الاجتماعية وتعديل المفاهيم الخاطئة.

الهوامش

- (1) Mumo Kivuitu, and Kavwanga Yambayamba, How can Corporate Social Responsibility Deliver in Africa? Insights from Kenya and Zambia, Perspectives on Corporate Social Responsibility for Environment and Development, International Institute for Environment and Development (iied), no 3, July 2005, pp.1-3.
- (٢) سليمان محمد مصطفى إسماعيل، معلومات المحاسبة الاجتماعية في القوائم المالية المنشورة في مصر ونموذج مقترح للتطوير، مجلة كلية التجارة، جامعة طنطا، الملحق الثاني، العدد الأول، السنة ١٩٩١، ١١، ص ٩٦.
- (3) Anna Diamantopoulou in Andre Habish et al(eds.), Corporate Social Responsibility Across Europe, Springer, Berlin, 2005 , p. v.
- (4) Djordjija Petkoski, Corporate Social Responsibility –The Role of the Private Sector and International Financial Institutions, in Corporate Governance, Market Economy and Accountability ,World Bank Institute ,Seoul ,May 2005, p.12
- (5) Robert Kolodinsky, W. Attitudes about Corporate Social Responsibility: Business Student Predictors, Journal of Business Ethics, DOI 10.1007/s10551-009-0075-3, Springer Netherlands, April 2009.
- (6) Robert Kolodinsky, W. ,op.cit.
- (٧) تمكين للاستشارات الإدارية والتنمية، الشركات السعودية والمسؤولية الاجتماعية : التحديات وسبل التقدم، المملكة العربية السعودية، فبراير ٢٠٠٧، ص ١١.
- (8) Colomy , P.(ed.), Functionalist Sociology, Ed ward Elgar, Aldershot, Hants, 1990, pp, 20-30.
- (9) Bourricaud, F. The Sociology of Talcott Parsons, University of Chicago Press, Chicago, 1981, pp. 15-23.
- (10) Role Theory: Foundations, Extensions and Application <http://www.bookrags.com/other/sociology/role-theory - foundations - extension - eos- 04 - html>.
- (١١) سامية للساعاتي، علم اجتماع المرأة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠٠٣، ص ٨٥ - ٨٦.
- (12) Biddle, B.J., Recent Development in Role Theory, Annual Review of Sociology, Vol. 12, 1986, p. 68.
- (13) Michael Blowfield and Alan Murray, Corporate Responsibility: a Critical Introduction, Oxford University Press Inc, New York, 2008, p.43.
- (١٤) طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال - الأعمال والمجتمع، ط ١، دار وائل للنشر، عمان، ٢٠٠٥، ص ٤٨.
- (15) United Nations, Industrial Development Organization (UNIDO), Competitiveness with Social Responsibility (CSR), General Conference, Twelfth Session, 3-7 December 2012: http://www.unido.org/fileadmin/import/82318_0787415_Leaflet_approv_FINAL.pdf.

- (١٦) نائلة حسين عطار، كيف تبدأ برنامج للمسؤولية الاجتماعية، ملتقى الشراكة والمسؤولية بين القطاع العام والقطاع الخاص "مجتمعنا... مسؤوليتنا"، الرياض، ١-٣ فبراير ٢٠٠٩.
- (١٧) هبة نصار، المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال الخاص، مرجع سابق ص ص ٢١-٢٢.
- (18) Djordjija Petkoski, Corporate Social Responsibility, op.cit.p.17.
- (19) Graham Houghton, Environmental Justice and Sustainable City, in David Satterthwaite (ed.), The Earthscan Reader in Sustainable Cities, Earthscan Publications Ltd, London, 1999, p.62.
- (٢٠) مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، مجلس الوزراء، قطاع المتابعة الخارجية، التحديات التي تواجه قطاع الصحة في مصر وسياسات التغلب عليها، القاهرة، مارس ٢٠٠٥، ص ٢٢.
- (21) The Sainsbury Family Charitable Trusts website, Retrieved June 25, 2011 from: www.sfct.org.uk.
- (22) Innovative Firms Change Corporate, Social Landscapes Eyeing profits, social benefits, U.S. companies redefine business: http://www.america.gov/st/scitech_english_/2007/November/20071120152333saikceinawz0.1531031.html.
- (٢٣) تطور دور للقطاع الخاص وتناميه عبر خطط للتنمية في المملكة العربية السعودية، منتدى عربيات الاقتصادية، ٢٠٠٠-: <http://www.Arabiyat.com/forums/showthread.php-English/2007/November/20071120152333saikceinawz0.1531031.html>.
- (٢٤) تأسيس أول شركة سعودية متخصصة في المسؤولية الاجتماعية، جريدة إيلاف، لندن، العدد ٢٧، ٢٥٦٣ / ٥ / ٢٠٠٨ : <http://www.elaph.com>
- (٢٥) للمرجع السابق، ص ٢.
- (٢٦) الغرفة التجارية الصناعية بالرياض، سبل وآليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، الرياض، ٢٠٠٨، ص ٥٦.
- (٢٧) الاتصالات السعودية، مسؤوليتنا الاجتماعية: <http://www.stc.com.sa/2012/cws/portal/ar/stc/stc-landing/stc-Ind-abtsaudtelc/stc-Ind-abtst-sresp>
- (٢٨) سابك، رسالتنا الاجتماعية : <http://www.sabik.com/2012/corporate/ar/ourcommitments/communityandsociety/default.aspx>.
- (٢٩) "صافولا" تشارك بتجربتها في مجال الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية في مؤتمر حوكمة الشركات، الاقتصادية الإلكترونية، ٢٥ / ٦ / ٢٠٠٨ : http://www.aleqt.com/2008/06/25/article_145061.html.
- (٣٠) برامج عبد اللطيف جميل لخدمة المجتمع : http://www.aljprog.org/ar/bernameg_abdulatif/ourprog.asp
- (٣١) نائلة حسين عطار، كيف تبدأ برنامج للمسؤولية الاجتماعية، مرجع سابق.
- (٣٢) آسيا عبد الله الشيخ، عمل قليل دائم خير من كثير منقطع، العربية، ٢٠ / ٩ / ٢٠٠٧ : <http://www.Arabianbusiness.com.500699?tmpl>.

Saudi Industrial Organizations and Social Responsibility Programs: A Field Study in Jeddah city

Mushabab G.H. Alasmari

Sociology and Social Work Department, Faculty of Arts and Humanities,
King Abdulaziz University, Jeddah, Saudi Arabia

ABSTRACT

The study determined the problem in the discussion and analysis of social responsibility programs in the Saudi industrial organizations, under the growing interest in social responsibility towards the community development organizations as one of the important channels for sustainable development, as well as one of the manifestations of economic and social service to members of the community.

This study aims to identify the social responsibility programs of industrial organizations, Saudi Arabia, and comparison of these programs, programs of social responsibility organizations, industrial countries compared to developed countries and the development requirements and priorities at the local level.

And through the application of the questionnaire on a sample size of 90 individuals from workers social responsibility departments in Jeddah to get acquainted with their vision of social responsibility programs implemented by their organizations. As well as to analyze the content of social responsibility programs of industrial organizations, including Saudi Arabia and comparable regulations implemented in the Industrial Bank.

This study belongs to the descriptive studies based on social survey sample and the comparative method, and we will rely on data collection and analysis of the questionnaire content Among the most important findings of the study, the low awareness of personnel departments of social responsibility corporate Arabia concept of real social responsibility, and that the difficulties community comes in first place as the most important obstacles and difficulties impeding the implementation and application of corporate social responsibility programs, then the administrative difficulties which reflects the failure of the many destinations such as the media and educational institutions and cultural role in the dissemination of a culture of social responsibility which hinders the implementation of social responsibility programs.

The respondents also provided a number of proposals to activate the role of companies in the area of social responsibility of the most important laws require big companies the role of a community, and participate in seminars and conferences, and to provide material and moral support for companies and factories implementing social responsibility programs.