



كلية التربية
المجلة التربوية



جامعة سوهاج

**رؤية استشرافية لتطوير برامج المسؤولية المجتمعية في خدمة
المجتمع في ضوء المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠
دراسة مطبقة على عينة من شركات القطاع الخاص**

إعداد

د/ أسامة أحمد حسن أحمد

مدرس بقسم الخدمة الاجتماعية وتنمية المجتمع كلية
التربية-جامعة الأزهر

تاريخ استلام البحث: ٢٤ يونيو ٢٠٢٢ م - تاريخ قبول النشر: ٧ يوليو ٢٠٢٢ م

DOI: 10.12816/EDUSOHAG.2022.

ملخص الدراسة:

شهدت السنوات الأخيرة تزايد الجدل بشأن موضوع تحمل شركات القطاع الخاص لمسئوليتها المجتمعية، نتيجة التغييرات الحاصلة في الظروف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، فسعت شركات القطاع الخاص نحو الموازنة بين أنشطتها الربحية وتلك غير الربحية التي تعود على المجتمع المحلي بالنفع، من خلال ممارسات وسلوكيات مختلفة تعكس قيمها ومعاييرها الأخلاقية، كما برزت عدة هيئات دولية تعمل في هذا الجانب ومنها المنظمة الدولية للتقييس التي أصدرت المواصفة القياسية الدولية الأيزو ٢٦٠٠٠ للمسئولية المجتمعية في أكتوبر ٢٠١٠م، وقد اهتمت منظمات كثيرة في مناطق مختلفة بتطبيق هذه المواصفة من أجل تحقيق التنمية المستدامة. وعلى ذلك هدف البحث إلى التعرف على الوضع القائم لبرامج المسؤولية المجتمعية بقطاع شركات القطاع الخاص، والعمل على وضع رؤية استشرافية لتطوير برامج المسؤولية المجتمعية في خدمة المجتمع في ضوء المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠، وذلك باستخدام منهج دراسة الحالة، ولقد توصل البحث إلى وضع رؤية استشرافية لتطوير البرامج المقدمة من قبل شركات القطاع الخاص لخدمة المجتمع في ضوء المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠.

المصطلحات المفتاحية: المسؤولية المجتمعية- التطوير- شركات القطاع الخاص- الأيزو ٢٦٠٠٠.

***A forward-looking vision for the development of social responsibility programs in community service in light of the ISO 26000. standard
A study applied to a sample of private sector***

Osama Ahmed Hassan Ahmed

Department of Social Work and Community Development, Faculty of Education, Al-Azhar University in Cairo.

Abstract:

Recent years have witnessed an increase in controversy regarding the issue of private sector companies bearing their social responsibility, as a result of changes in the economic, political and social conditions. Ethical, as several international bodies have emerged working in this aspect, including the International Organization for Standardization, which issued the international standard ISO 26000 for social responsibility in Oct. 2010 AD, and many organizations in various areas have been interested in applying this standard in order to achieve sustainable development. Accordingly, the research aimed to identify the existing status of social responsibility programs in the private sector companies, and work to develop a forward- looking vision for the development of social responsibility programs in community service in light of the ISO 26000 standard, using the case study method, and the research reached a forward- looking vision to develop Programs provided by private sector companies to serve the community in light of the ISO 26000 standard.

Keywords: Social Responsibility- Development- Private Sector- ISO 26000.

أولاً: مدخل لمشكلة البحث

يمر العالم اليوم بتطورات جوهرية غيرت مسار التفكير في شتى المجالات الاقتصادية والاجتماعية خاصة بعد أزمة فيروس كورونا المستجد، حيث ازداد الحديث عن مفاهيم التنمية المستدامة، البيئة والتغيرات المناخية، توقعات المجتمع واحتياجاته، وتعالى الأصوات من أجل حقوق الإنسان واحترامها بالرغم من أنها لم تكن موضوعاً للاهتمام من قبل.

ومن هذا المنطلق فإن المجتمع المصري في الوقت الحاضر يمر بمرحلة إعادة بناء وتنمية، حيث إن التطورات السياسية التي شهدتها مصر خلال الأعوام القليلة الماضية مثلت تحدياً كبيراً للنشاط الاقتصادي، حيث شهد المجتمع المصري في الآونة الأخيرة العديد من التحولات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية أثرت على الأداء الاقتصادي للدولة ككل (تقرير التنمية البشرية، ٢٠١٣م).

وعلى الرغم من الجهود المتواصلة للأجهزة الحكومية حول التنمية إلا أنه أصبح من الصعب عليها بمفردها الوفاء بمتطلباتها بالمستوى اللائق والتميز خاصة في ظل ارتفاع معدلات النمو السكاني، وازدياد البطالة خاصة بعد أزمة فيروس كورونا المستجد، حيث لم تعد الدولة وحدها بمفهومها الاقتصادي والاجتماعي قادرة على تحمل تبعات التقدم، مما جعلها تبحث عن آليات جديدة تساعد في التغلب على المشكلات التي تواجهها والمترتبة في تدنى المستوى الاقتصادي والاجتماعي للسكان، وارتفاع معدلات الفقر والبطالة الأمر الذي دعي إلى استحداث آليات جديدة لتضافر كل أجهزة الدولة الحكومية والمجتمع المدني والقطاع الخاص لتحقيق التنمية وتدعيمها (الجوهري وآخرون، ٢٠٠١م، ص: ٢٧٥).

لذلك نجد أن القطاع الخاص يشكل محور اهتمام العديد من الدول نظراً لمساهمته في تحقيق عملية التنمية المستدامة نظراً لما يقدمه من مساعدات تخدم السياسات الكلية الاقتصادية لهذه الدول عبر مساهمته في تخفيض معدلات البطالة وخلق فرص وظيفية للأفراد التي تؤدي بدورها إلى زيادة الناتج المحلي، الأمر الذي دفع الحكومات إلى التوجه نحو إبرام اتفاقيات وعقد شراكات بين هذين القطاعين نظراً للإمكانيات التي يوفرها القطاع الخاص وتكاتف جهوده من أجل المساهمة في تحقيق عملية التنمية الاقتصادية (الحضرمي، ٢٠٢٠م: ص ٣).

لذا أصبح دور مؤسسات القطاع الخاص محوريا في عملية التنمية، وخصوصا الربحية منها، حيث أدركت مؤسسات القطاع الخاص أنها معزولة عن المجتمع وتنبهت إلى ضرورة توسيع نشاطاتها لتمثل ما هو أكثر من النشاطات الإنتاجية والمتمثلة في البيئة واحتياجات المجتمع (بريش، وغرابه، ٢٠١٢م، ص: ١١).

حيث لم يصبح تقييم مؤسسات القطاع الخاص يعتمد على ربحيتها فقط ولم تعد تلك الشركات تعتمد في بناء سمعتها على مراكزها المالية فقط، حيث ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والإدارية والتكنولوجية كان من أبرزها هذه المفاهيم مفهوم المسؤولية المجتمعية للشركات (برنامج الأمم المتحدة للتنمية، ٢٠٠٧م، ص: ٣٣).

ولذلك تعد المسؤولية الاجتماعية للشركات المنهج الإداري الحديث الذي يحقق للشركات الميزة التنافسية في المجالات الإدارية، والاقتصادية، والاجتماعية، وتساهم في زيادة النمو والتقدم، الذي بدوره يساهم في تحقيق التنمية المستدامة، بل وأصبحت في الفترة الحالية أحد معايير التميز للمنظمات التي تقيم بموجبها، فتطبيقها يحقق للشركات والمنظمات فوائد عديدة، منها الزيادة في القيمة السوقية للشركات والربحية، والكفاءة الإدارية للشركات، ولذلك أصبحت المسؤولية المجتمعية من أهم الواجبات الواقعة على عاتق الشركات والمؤسسات الوطنية بالدول، وهي التزام مستمر من هذه المؤسسات في تطوير وتحسين المستوى التعليمي والثقافي والاقتصادي والضمان الاجتماعي لأفراد المجتمع وذلك من خلال توفير الخدمات المتنوعة (العربي، ٢٠٠٩م، ص: ٥٣).

إن الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية ليست بعيدة عن ديننا السمح، الذي حثّ الناس على التعاون من أجل خير المجتمع والحفاظ على البيئة، وركّز على أهمية الاهتمام بحسن استغلال الموارد وعدم الإسراف والتبذير، وعدم إهمال حق الأجيال القادمة، ولذلك تكتسب المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص أهمية بالغة باعتبارها حجر الزاوية، وأداة مهمة للتخفيف من سيطرة العولمة؛ حيث يمثل القطاع الخاص والشركات الجزء الأكبر والأساسي في النظام الاقتصادي الوطني، وعليه أصبح الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية مطلبًا أساسيًا للحد من الفقر من خلال التزام المؤسسات الاقتصادية (شركات محلية أو مؤسسات دولية) بتوفير البيئة المناسبة، وعدم تبديد الموارد، والقيام بعمليات التوظيف والتدريب ورفع القدرات

البشرية، وتمكين المرأة ورفع قدراتها ومهاراتها بما يؤهلها للمشاركة في عملية التنمية المستدامة، ومساندة الفئات الأكثر احتياجًا.

ونجاح قيام الشركات بدورها في المسؤولية المجتمعية يعتمد أساساً على التزامها بثلاثة معايير هي: الاحترام والمسؤولية تجاه العاملين وأفراد المجتمع، ودعم المجتمع ومساندته، وحماية البيئة سواءً 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 ويعالج المشاكل البيئية المختلفة. وترتبط المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص ارتباطاً وثيقاً بمفهوم "التنمية المستدامة" (الأسرج، ٢٠١٤م: ص ٢).

ولقد أصبح موضوع المسؤولية المجتمعية لشركات القطاع الخاص عنواناً للمؤتمرات والندوات، ومجالاً للدراسات والأبحاث سواء من قبل الأفراد أو مراكز البحوث والمنظمات الدولية، كما تزايد الاهتمام بها من قبل كل من الحكومات والشركات نفسها خاصة بعد أزمة فيروس كورونا المستجد، وأصبحت المسؤولية المجتمعية جزءاً من استراتيجية شركات الأعمال للتفاعل مع المجتمع والبيئة المحيطة (رابح، وهيبة، ٢٠١٩م، ص: ٨).

إلا أنه وعلى الرغم من الانجازات المحققة؛ فلا تزال مصر تواجه تحديات محلية ودولية تمس أمنها الاقتصادي والاجتماعي، فعلى المستوى المحلي الفقر والبطالة وانخفاض مستوى المعيشة، وتدني معدلات الادخار والاستثمار وضعف البنية التحتية ومستوي التعليم، وعدم مواكبة المخرجات التعليمية لمتطلبات التنمية والمنافسة العالمية، علاوةً على مشكلات الأمن الغذائي والمائي، والطاقة، أما على المستوى الدولي، ونظرًا لمدى حجم الأزمة المالية العالمية وتشعباتها، واضطراب الأسواق المالية، وخطر الركود والانكماش الاقتصادي وتأثيراته السلبية على عملية التنمية، فقد دعت العديد من الدول ومن بينها مصر والمؤسسات المالية؛ لإيجاد الحلول المناسبة لها والحد من تفاقم أضرارها وذلك من خلال تضافر الجهود بين الحكومة والقطاع الخاص، وعلى هذا تصبح المسؤولية الاجتماعية للشركات ورجال الأعمال ضرورية وتكميلية في توفير احتياجات المجتمع المحلي من استثمار في تشغيل وتأمين صحي وتعليم وتدريب وتثقيف، وخلق بيئة نظيفة وغيرها من متطلبات البعد الاجتماعي (عيسى، ٢٠٠٩م، ص: ٢١).

ونتيجة لذلك نجد أنه تزايد الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية للشركات في معظم البلدان، وأصبح لها الأولوية من حيث تحويل الشركات إلى شركاء في التنمية المستدامة، وهذا ما دعت إليه الحكومة المصرية أكثر من مرة من خلال العدالة في توزيع الدخل والتنمية والاستثمارات على مستوى محافظات الجمهورية، وخاصة في المناطق النائية وذلك بعد أزمة فيروس كورونا المستجد، الأمر الذي جعل من مجال المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص يحتاج إلى مزيد من الدراسات المعمقة والأبحاث والحوار لتوضيح مفهوم ومجالات ومنافع المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص.

حيث أصدرت الأيزو عدة مواصفات ومن أهم هذه المواصفات: الأيزو ٩٠٠٠، الأيزو ١٤٠٠٠، الأيزو ٢٦٠٠٠ السلسلة الأولى ذات علاقة بأنظمة إدارة الجودة والثانية بأنظمة إدارة البيئة، والثالثة خاصة بالمسؤولية المجتمعية وهي موضوع البحث الحالي.

ولذلك فقد أصدرت المنظمة الدولية للتقييس أو للمعايير الأيزو عام ٢٠١٠م المواصفة القياسية الدولية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية الأيزو ٢٦٠٠٠، والتي تهدف إلى تعميم مبدأ العدالة الاجتماعية والاقتصادية ضمن معايير أخلاقية عالمية تحترم الحقوق والواجبات من خلال مشاركة جميع قطاعات المجتمع بشكل فعال في عملية التنمية المستدامة، كما تهدف إلى التوصل إلي فهم مشترك لمبادئ وممارسات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على المستوى الدولي نظرًا لاختلاف التفاسير الحالية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية (أبو النصر، ٢٠١٥م، ص: ٩١).

حيث إن الأيزو ٢٦٠٠٠ عبارة عن مواصفة دولية تعطي إرشادات حول المسؤولية الاجتماعية، ومن المزمع استخدامها من قبل جميع المنظمات بشتى أنواعها في كلا القطاعين العام والخاص، وفي كل من الدول المتقدمة والنامية، وتلك التي تمر بمرحلة انتقالية والتي سوف تساعدهم في جهودهم الرامية للتعاون بأسلوب مسئول اجتماعياً والذي يتطلبه المجتمع بطريقة متزايدة (شركة تنمية المعرفة، ص: ١).

ويظهر جلياً الغرض من المواصفة الدولية هو كونها تصبح نافعةً ومفيدةً وقابلة للاستخدام من قبل كافة المنشآت بالقطاع الخاص والعام غير الهادف للربح (دليل إرشادي حول المسؤولية المجتمعية، ٢٠١٠م، ص: VII).

ومن هذا المنطلق أصبح لموضوع إشراك القطاع الخاص في التنمية المستدامة مكاناً هاماً من البحث في الوقت الراهن وذلك نتيجة لعدم قدرة القطاع العام في تحقيق الأهداف المرجوة منه مقارنة بما يتوفر له من إمكانيات سخرت لأجله، حيث يعتبر القطاع الخاص شريكاً في العملية التنموية باعتباره فاعلاً غير رسمي وآلية تكميلية لتحقيق التنمية المستدامة (لحرش، ٢٠١١م، ص: ٧٥).

ونظراً لأهمية الخدمة الاجتماعية واهتمامها برعاية كلِّ العوامل الاجتماعية والاقتصادية والبيئية التي تؤثر على حياة الأفراد والجماعات والمجتمعات المحلية؛ حيث إنها أصبحت ذات نشاط مهني مزدوج؛ حيث إنها لا تستهدف الأفراد والجماعات فحسب بل تهدف أيضاً إلى تحسين ظروف العمل والسعي وراء إصدار تشريعات اجتماعية عاجلة، وهو ما يعرف الآن بالاتجاه التنموي لمهنة الخدمة الاجتماعية.

حيث يلاحظ أن الخدمة الاجتماعية هدفها الرئيسي تنمية المجتمعات؛ إذ تتعامل مباشرة مع تحديات التنمية، وتساهم بإيجابية وفعالية في رفع مستوى المواطنين اقتصادياً واجتماعياً، وذلك من خلال محاولة الوصول إلى حلول للمشكلات المجتمعية، كما تبحث عن أدوار للمنظمات التي يمكن أن يعول عليها في التصدي لتلك المشكلات وتنتقى أنسب الوسائل والأدوار التي يمكن بها تفعيل دورها في تحقيق أهداف التنمية (حجاج، ٢٠١٥م، ص ص: ١٥-١٦).

وحيث إن مهنة الخدمة الاجتماعية دور رئيسي ومحوري في نشر وتدعيم وتفعيل ثقافة المسؤولية المجتمعية لدى كل من العاملين والمنظمات التي يعملون بها بما تحتويه من الإخصائيين الاجتماعيين الذين تم إعدادهم مهنياً على المستوى النظري والميداني والذين أصبحوا مؤهلين لتحويل ثقافة المسؤولية المجتمعية إلى واقع، والالتزام بمبادئها، ومراعاة معاييرها، وتنفيذ برامجها، وتحقيق أهدافها، لذلك فإن الخدمة الاجتماعية بصفة عامة والتخطيط الاجتماعي بصفة خاصة من أجدد المهن التي تستطيع وضع وتنفيذ وتقييم وتطوير برامج المسؤولية المجتمعية في المجتمع لجميع منظمات المجتمع، وليس فقط لمنشآت القطاع الخاص (أبو النصر، والسروجي، ٢٠٠٨م، ص: ٤).

ومن هذا المنطلق أصبح موضوع المسؤولية المجتمعية لشركات القطاع الخاص خاصة بعد أزمة فيروس كورونا المستجد موضوعاً مهماً وخطيراً، حيث أصبح موضوع المسؤولية

المجتمعية لشركات القطاع الخاص يؤثر في حياتنا تأثيراً واضحاً ولموسماً، ولهذا فسوف يقوم الباحث بعرض بعضاً من الدراسات العلمية التي ألفت الضوء علي المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ وكذلك المسؤولية الاجتماعية والمجتمعية لشركات القطاع الخاص وذلك لان المسؤولية المجتمعية لا يمكن أن تتحقق في غني عن المسؤولية الاجتماعية في حين أنه يمكن الاكتفاء بالمسؤولية الاجتماعية كضمان حد أدني للمسؤولية المجتمعية كما أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تمثل أحد مستويات المسؤولية المجتمعية وفيما يلي عرض لأهم الجهود السابقة المرتبطة بموضوع البحث:

١- دراسة (إبراهيم، ٢٠٠٤م): هدفت هذه الدراسة إلى إثراء الجانب المعرفي النظري للخدمة الاجتماعية بشأن جمعيات ومنظمات رجال الأعمال ودورها في التنمية وأيضاً العمل على وصف الاحتياجات والمشكلات التي تساهم جمعيات رجال الأعمال في أداء دورها في التنمية. ولقد أوصت الدراسة بالعمل على تفعيل دور الجمعيات في زيادة الوعي بالعمل التطوعي الأهلي بين أفراد المجتمع، والعمل على تطوير البرامج والخدمات المقدمة لمواجهة التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية بالمجتمع، وتسهيل حصول جمعيات رجال الأعمال على أراضي أو أموال لتقديم خدمات متنوعة تساهم في تقديم حلول لقضايا المجتمع.

٢- دراسة (الغالبى، والعامري، ٢٠٠٦م): هدفت الدراسة إلى التعريف بالمفهوم الشمولي للمسؤولية الاجتماعية وتوعية الإدارات سواء في شركات القطاع الخاص أو القطاع الحكومي بأهمية تبني مزيد من المبادرات الاجتماعية التي تساهم في تطوير المجتمع و معالجة مشكلة الإنسانية، حيث توصلت الدراسة إلى أن هناك تبايناً واختلافاً في الأهداف المتوخاة من تبني المسؤولية الاجتماعية من قبل شركات القطاع الخاص والقطاع الحكومي، وأن شركات القطاع الخاص أكثر التزاماً بالمحافظة على الأداء المالي والاقتصادي عند تبنيها لمسئوليتها الاجتماعية.

٣- دراسة (Dima Jamali & Ramez Mirshak, 2007): هدفت هذه الدراسة إلى توضيح فلسفة ثماني شركات والتي تعتبر نشطة في مجال المسؤولية المجتمعية للشركات في السياق اللبناني. وتوصلت إلي نتائج من أهمها نقد نهج المسؤولية

المجتمعية لهذه الشركات، وكذلك أوضحت عدم وجود نهج منظم، وإضفاء الطابع المؤسسي على المسؤولية المجتمعية للشركات.

٤- دراسة (محمد، ٢٠٠٨م): هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم الصعوبات التي تواجه القطاع الخاص في مشروعات الشراكة، وتوصلت إلى ان هناك مجموعة من الصعوبات التي تواجهه في دعم وترويج وجذب الاستثمار الخاص في تلك المشروعات وتحد من مشاركته، ويمكن إجمالها في ثلاثة أمور رئيسية (قصور التنظيم التشريعي، الصعوبات المتعلقة بالإطار المؤسسي، ضعف الوعي العام بأهمية ومزايا المشاركة الخاصة في تمويل وتطوير وتشغيل مثل هذه المشروعات) وما لهذه المشاركة من آثار إيجابية على التنمية.

٥- دراسة (السحبياني، ٢٠٠٩م): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تبني الشركات في المملكة العربية السعودية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، والتعرف على تأثيرات المسؤولية الاجتماعية للشركات على المجتمع السعودي. وكانت من أهم نتائج الدراسة ضعف محفزات السوق للمسؤولية الاجتماعية للشركات؛ حيث غياب واضح لآليات واستراتيجيات المسؤولية الاجتماعية داخل غالبية الشركات. ولقد أوصت الدراسة بضرورة اهتمام الشركات السعودية بالمسؤولية الاجتماعية بالمعنى الشمولي الذي يمتد إلى الاستثمار في المجتمع وأفراده.

٦- دراسة (الغرفة التجارية الصناعية بالرياض، ٢٠٠٩م): هدفت الدراسة إلى التعرف على المعوقات التي يواجهها القطاع الخاص في أداء المسؤولية الاجتماعية، وتحديد الآليات المناسبة لتنظيم مشاركة القطاع الخاص في المسؤولية الاجتماعية، ومن أهم نتائج هذه الدراسة تحديد بعض المعوقات التي تواجه القطاع الخاص في تطبيق المسؤولية الاجتماعية. وكان من أهم التوصيات لتفعيل أداء القطاع الخاص للمسؤولية الاجتماعية منها أن تكون البداية في أداء المسؤولية الاجتماعية بالمسائل التي لدى المنشآت قدرات ذاتية في تحقيقها.

٧- دراسة (عبد السند، ٢٠٠٩م): هدفت هذه الدراسة إلى محاولة وصف وتفسير دور رجال الأعمال في تحمل المسؤولية الاجتماعية تجاه تنمية المجتمع. وكانت من نتائج الدراسة هو فهم رجال الأعمال لمعنى المسؤولية الاجتماعية جاء بدرجة متوسطة وأن

تحمل المسؤولية الاجتماعية تجاه تنمية المجتمع ليست من أجل تحقيق مصالح شخصية لهم بقدر ما هي إلا واجب على كل فرد للعمل على فهم الصالح العام حيث جاءت بدرجة متوسطة.

٨- دراسة (عبد العزيز، ٢٠٠٩م): سعت الدراسة للتعرف على مفهوم المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص والمعايير المحددة له، وأيضًا إلقاء الضوء على أهم التجارب المحلية والدولية في هذا المجال. وكانت من نتائج الدراسة وضع تعريفات للمسؤولية الاجتماعية للشركات؛ لكنها تختلف باختلاف وجهات النظر في تحديد شكل هذه المسؤولية، كما أشارت النتائج أن المسؤولية الاجتماعية للشركات المصرية ما زالت في مرحلة أو طور النمو.

٩- دراسة (الحارثي، ٢٠٠٩م): حيث استهدفت بحث الأطر التطبيقية لأداء المسؤولية الاجتماعية من واقع تجارب بعض الشركات الرائدة، والتعرف على عوامل النجاح والقوة، ونقاط الضعف والتحديات التي واجهت أصحاب التجارب والدروس المستفادة للمنشآت الأخرى، حيث توصلت إلى حاجة تلك الشركات لنشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية وضرورة الاهتمام ببرامج التنمية المستدامة، وكانت من توصيات الدراسة ضرورة قيام الغرف التجارية الصناعية وغيرها من الجهات التنظيمية بتنظيم دورات تدريبية وندوات لصقل الخبرات في مجالات المسؤولية الاجتماعية.

١٠- دراسة (كمال، ٢٠٠٩م): هدفت الدراسة إلى تحديد المقصود بالمسؤولية الاجتماعية لجمعيات رجال الأعمال والمستثمرين، والعمل على التمييز بين المسؤولية الاجتماعية والقانونية، وهل ما تقوم به جمعيات رجال الأعمال والمستثمرين هو نتيجة لدورها الاجتماعي، أم أنه إلزام قانوني. وكانت من أهم نتائج الدراسة غياب فكرة المسؤولية الاجتماعية. ولقد أوصت الدراسة بضرورة تنمية ثقافة العطاء للتنمية وليس لتحقيق مصلحة أعضائها فقط.

١١- دراسة (محمد، ٢٠٠٩م): كان الهدف من الدراسة محاولة الإسهام في الكشف عن تطور المفهوم العلمي للمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص بكافة أبعاده، ومحاولة الوصول إلي الأسس المنطقية الفلسفية والعلمية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، وأيضًا محاولة الإسهام في بناء نموذج علمي عربي يحمل معايير ومؤشرات

علمية ودولية لتقويم أداء القطاع الخاص في ممارسة عملية المسؤولية الاجتماعية. وكانت من نتائج الدراسة أن نشأت المسؤولية الاجتماعية كفكرة في القرن السابع عشر، إلا أنه لم يتم التأسيس العلمي لهذا المفهوم إلا في أواخر القرن التاسع عشر عندما ظهرت المدرسة الليبرالية الاجتماعية.

١٢- دراسة (عبد الجواد، ٢٠١١م): حيث استهدفت الدراسة التعرف على نوعية الجهود التي تقدمها جمعيات رجال الأعمال للنهوض بالشباب وتوصلت إلى دور هذه الجمعيات في دعم خدمات التسويق لمنتجات الشباب، وإرشاد الشباب إلى القيام بالمشروعات التي تتلاءم واحتياجات السوق، واوصت الدراسة بضرورة تدريب الشباب على القيام بالمشروعات الصغيرة مع تسهيل عمليات التمويل والتسويق لتشجيع الشباب على القيام بالمشروعات.

١٣- دراسة (أحمد، ٢٠١٢م): هدفت الدراسة إلى التعرف على المفهوم الشامل للمسؤولية الاجتماعية وأثرها في تحقيق التنمية المستدامة، وأيضاً التعرف على المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠، ومحاولة العمل على توظيف معايير المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠. وكان من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة؛ أن تطبيق معايير المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ يؤدي إلى تحقيق تنمية مستدامة شاملة.

١٤- دراسة (الأسرج، ٢٠١٢م): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على المقصود بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، وما هي الدروس المستفادة من التجارب الدولية في مجال المسؤولية الاجتماعية؟ ومن أهم النتائج تزايد الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات في معظم البلدان، وأصبح لها الأولوية من حيث تحويل الشركات إلى شركاء في التنمية المستدامة.

١٥- دراسة (فرج، ٢٠١٣م): سعت الدراسة إلى التعرف على المسؤولية الاجتماعية لجمعيات رجال الأعمال في توفير الأمن الاجتماعي والاقتصادي والصحي، والبيئي والإنساني للفقراء والتعرف على المعوقات التي تواجه جمعيات رجال الأعمال في توفير الأمن الإنساني للفقراء، وما هي المهارات المطلوبة التي يجب توفرها في العاملين داخل جمعيات رجال الأعمال. وكانت من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن هناك مسؤولية اجتماعية لجمعيات رجال الأعمال. ومن توصيات الدراسة أن تستعين جمعيات

- رجال الأعمال بالإخصائيين الاجتماعيين في تقديم خدماتها للفقراء، والعمل على تنمية وبناء الكوادر التي تعمل بجمعيات رجال الأعمال والعمل على وضع آليات.
- ١٦- دراسة (Rüdiger Hahn, 2013): استهدفت محاولة تسليط الضوء على ما تقدمه المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ في عمليات الإدارة الاستراتيجية في أنواع مختلفة من الشركات وأشارت إلي أن هدف معيار الأيزو ٢٦٠٠٠ توفير التوجيه بشأن المسؤولية المجتمعية، ومساعدة جميع أنواع المنظمات لكي تساهم في التنمية المستدامة.
- ١٧- دراسة (أبو النصر، ٢٠١٤م): كان الهدف من البحث العمل على رصد برامج المسؤولية الاجتماعية في المجال الصحي التي تقدمها شركات الاتصالات في مصر، وكانت من أهم توصيات الدراسة ضرورة زيادة اهتمام الشركات في مصر بزيادة برامج المسؤولية الاجتماعية التي يحتاج إليها المجتمع، وأهمية إجراء المزيد من البحوث والدراسات في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات تجاه المجتمع.
- ١٨- دراسة (عبد العليم، ٢٠١٤م): هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على شركات القطاع الخاص، والتزاماتها الاجتماعية بغرض تحقيق التنمية المجتمعية وذلك من خلال إبراز مجموعة من البرامج الكفيلة بتحقيق ذلك داخل المجتمع. وكانت من نتائج الدراسة عدم وجود معلومات كافية عن المشروعات التنموية التي يحتاجها المجتمع، وعدم إشراك منظمات المجتمع المدني للتعاون في تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية، وعدم وجود تشريعات وقوانين حكومية مساندة. ولقد أوصت الدراسة بقيام الدولة بتيسير الإجراءات والتصاريح المرتبطة بأداء الشركات للمسؤولية الاجتماعية والعمل على تنظيم دورات تدريبية للشركات.
- ١٩- دراسة (محمود، ٢٠١٤م): هدفت الدراسة إلى تحديد المسؤولية الاجتماعية للجهاز الإداري للمؤسسات الإنتاجية في القطاع الخاص، والعمل على تحديد صعوبات تحقيق المسؤولية الاجتماعية في تلك المؤسسات والعمل على استخلاص متطلبات ومؤشرات تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الإنتاجية في القطاع الخاص. وكان من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود بعض الصعوبات التي تحول دون تحقيق الجهاز الإداري للشركات الإنتاجية لمسئولياتها الاجتماعية. ولقد أوصت الدراسة

بأهمية إجراء المزيد من البحوث العلمية خاصة ما يرتبط بالعلاقات التنسيقية بين الأجهزة النقابية والمؤسسات الإنتاجية.

٢٠- دراسة (حجاج، ٢٠١٥م): هدفت الدراسة إلى محاولة التوصل إلى استراتيجية مقترحة لتفعيل المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في عمليات تنمية المجتمع. وكانت من أهم نتائج الدراسة أن مستوى إدراك الشركات للمسؤولية الاجتماعية مازال غير واضح، وأن جهود المؤسسات تتجه في مجالات العمل الخيري.

٢١- دراسة (زيادة وآخرون، ٢٠١٥م): حيث استهدفت تعزيز مواطنة الشركات لتحقيق التنمية المجتمعية من خلال تحديد المجالات التي تطبق فيها المسؤولية المجتمعية للشركات، وتحديد جوانب المواطنة الخاصة بشركات القطاع الخاص، وتوصلت إلي نتائج من أهمها ان المجالات التي تطبق فيها برامج المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص هي الفئات الضعيفة كالأيتام والأرامل والفقراء والمعاقين، وأن جوانب المواطنة تكمن في الجانب الاجتماعي والانساني والثقافي والسياسي.

٢٢- دراسة (محمد، ٢٠١٥م): هدفت إلى الكشف عن إمكانية تطبيق المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ للمسؤولية الاجتماعية بقطاع البترول المصري والتعرف على ما تقدمه وزارة البترول من جهود وخدمات معاونة للشركات على تطبيق المواصفة القياسية. وجاءت نتائج الدراسة أن بيئة العمل بشركات البترول تتسم بالضعف نحو تطبيق المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ للمسؤولية الاجتماعية. ولقد أوصت الدراسة بالعمل على صياغة استراتيجية عامه لتطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية ووضع أهداف محددة والعمل على تنمية الوعي بمفاهيم التنمية المستدامة.

٢٣- دراسة (السيف وآخرون، ٢٠١٨م): حيث استهدفت تسليط الضوء علي المسؤولية المجتمعية لشركات الاتصال تجاه قضايا المستهلك من خلال توضيح مفهوم المسؤولية المجتمعية وتطورها التاريخي، وتوصلت إلي نتائج من أهمها توضيح مفهوم المسؤولية المجتمعية وتطورها التاريخي وعرض اهم المواصفات والمعايير الدولية والمحلية التي حددت المسؤولية المجتمعية.

٢٤- دراسة (توام، ورازى، ٢٠٢٠م): هدفت هذه الدراسة إلى إظهار أهمية تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات في ظل أزمة وباء كورونا التي يعيشها العالم اليوم

من خلال عرض تجارب لشركات عالمية خلال هذه الجائحة تبين أنه يمكن للاقتصاد، عبر الشركات المالية والتجارية العملاقة، المساهمة في التخفيف من حدة هذا الوباء الذي اجتاح العالم ككل إذا قامت بدورها في تطبيق المسؤولية الاجتماعية.

٢٥- دراسة (العينوس، ٢٠٢١م): حيث هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على مساهمة أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات في التخفيف من آثار الأوبئة والكوارث الصحية مع التركيز على وباء كورونا المستجد. Covid-19 وذلك بدراسة حالة مساهمة شركات التكنولوجيا العالية العالمية الخمسة الكبرى في إطار مسؤوليتها الاجتماعية في تخفيف الآثار الاقتصادية والاجتماعية لوباء Covid-19 حيث اتضح أن أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات في التخفيف من الآثار المترتبة علي الأوبئة والأزمات الصحية جاءت بدرجة متوسطة وتمثلت في دعم الموظفين ومنظمات الرعاية الصحية والمحافظة على العلاقات مع الموردين والزبائن.

٢٦- دراسة (شيباني، وفلاق، ٢٠٢١م): هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع تبني استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركات في الوطن العربي في ظل أزمة كورونا (كوفيد ١٩)، وذلك بالتطرق إلى التجربة السعودية وأهم المبادرات التي قامت بها المملكة العربية السعودية، سواء على مستوى القطاع الخاص أو الحكومي، للحد من الآثار الاقتصادية والاجتماعية التي خلفتها جائحة فيروس كورونا المستجد، وتوصلت الدراسة إلى مدى أهمية تطبيق استراتيجية المسؤولية الاجتماعية في ظل ظهور الأزمات كأزمة كورونا، وضرورة تضافر الجهود من قبل الأفراد وشركات القطاع الخاص والحكومي، لتجاوز هذه الأزمة وما نتج عنها من آثار اقتصادية واجتماعية.

٢٧- دراسة (صقر، ٢٠٢٢م) هدفت الدراسة إلي الكشف عن مدي المسؤولية المجتمعية التي تدين بها الشركات للمجتمع في ظل انتشار جائحة كورونا والتعرف علي الدور الحقيقي للشركات التي يجب أن تقوم به في ظل انتشار جائحة كورونا، وتوصلت إلي نتائج من أهمها أن المسؤولية المجتمعية للشركات في وقت انتشار الجوائح كانت ليس لها مدي أو حدود.

تعقيب على الجهود العلمية المرتبطة بموضوع البحث:

- ١ - أوجه الاستفادة من الجهود العلمية المرتبطة بموضوع البحث:
 - استفاد البحث الحالي من دراسة (الحارثي) في التأكيد على غياب ثقافة المسؤولية المجتمعية لشركات القطاع الخاص .
 - استفاد البحث الحالي من دراسة (كمال، الأسرج، أحمد، السيف) في توضيح مفهوم المسؤولية المجتمعية.
 - استفاد البحث الحالي من دراسة (الغرفة التجارية، محمد) في إبراز أهم المعوقات التي تواجه برامج المسؤولية المجتمعية.
 - استفاد البحث الحالي من دراسة (محمد) في التأكيد على عدم وجود خطط واستراتيجية للمسؤولية داخل شركات القطاع الخاص.
 - استفاد البحث الحالي من دراسة (السيف، Rudiger) في التعريف بالمواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠.
- ٢ - أوجه الاتفاق بين البحث الحالي والجهود العلمية المرتبطة بموضوع البحث:
 - اتفق البحث الحالي مع دراسة (صقر، حجاج) في التعرف على الدور الفعلي لشركات القطاع الخاص في تحمل المسؤولية المجتمعية في خدمة المجتمع.
 - اتفق البحث الحالي مع دراسة (الغرفة التجارية، محمد) في التعرف على المعوقات التي تواجه شركات القطاع الخاص في أداء المسؤولية المجتمعية .
 - اتفق البحث الحالي مع دراسة (السيف، Rudiger) في التعرف على المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠.
- ٣ - أوجه الاختلاف بين البحث الحالي والجهود العلمية المرتبطة بموضوع البحث:
 - اختلف البحث الحالي عن باقي الجهود السابقة المرتبطة بموضوع البحث في كونه يسعى إلي وضع رؤية استراتيجية لتطوير برامج المسؤولية المجتمعية لشركات القطاع الخاص في خدمة المجتمع في ضوء المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠.

مشكلة البحث:

في ضوء ما أظهرته نتائج بعض الدراسات والبحوث السابقة ظهر جليا مدى اهمية مشاركة قطاع الشركات جنبًا إلى جنب مع الحكومة في تنمية وخدمة المجتمع، وذلك بسبب ما تمتلكه هذه الشركات من مقومات تساعد على المشاركة في خدمة المجتمع إلا أن هذا الدور يتطلب مزيداً من الجهد، كما قام الباحث بعمل مقابلات مفتوحة مع بعض مديري الشركات المسؤولين في قسم المسؤولية المجتمعية للتعرف على برامج المسؤولية المجتمعية للشركات في ضوء المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ .

وقد تبين أن البرامج المقدمة للمجتمع اقتصر على الخدمات الأولية فقط والمتمثلة في (خدمات اجتماعية- خدمات صحية- خدمات تعليمية- خدمات دينية- تمكين المرأة- رعاية المعوقين وذوى الاحتياجات- خدمات بيئية) والتي لا تتلاءم مع التغيرات الحديثة للمجتمع، إضافة إلى إغفال الإرشادات العامة لمبادئ المسؤولية المجتمعية والمواضيع والقضايا المرتبطة بها والتي تقدمها المواصفة القياسية الأيزو (٢٦٠٠٠).

وفي ضوء ما يمر به المجتمع المصري من سلسلة من التحولات التي أثارت و تزال تؤثر على الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع المصري خاصة بعد أزمة فيروس كورونا المستجد، مما ترتب عليها الكثير من المشكلات التي تعجز إمكانات الدولة وحدها عن مواجهتها، الأمر الذي فرض على مؤسسات القطاع الخاص أدوات جديدة لمواجهة تلك المشكلات في ظل وجود مواصفات عالمية قياسية لبرامج المسؤولية المجتمعية.

وفي ضوء ندرة الدراسات التي تناولت برامج المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص في ضوء المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ بالمجتمع المصري، واقتصار المعالجة المنهجية لها علي وصف صور المسؤولية المجتمعية ومفهومها لدى الشركات دون النظر إلى الأثر التنموي لبرامجها، وكذلك ازدياد البطالة بشكل كبير بعد أزمة فيروس كورونا المستجد ومعاناة المجتمع من جراء هذه الأزمة العالمية، وبما ان مهنة الخدمة الاجتماعية تسعى للتعامل مع القضايا الاجتماعية ومواجهة التحديات والصعوبات التي تعترضها والتوصل لحلول بشأنها،، لذا فقد تحددت مشكلة الدراسة في محاولة وضع رؤية استشرافية لتطوير برامج المسؤولية المجتمعية في خدمة المجتمع في ضوء المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ .

ثانياً: تساؤلات البحث:

التساؤل الأول: ما واقع البرامج التي تقدمها شركات القطاع الخاص لخدمة المجتمع في ضوء

المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠؟

التساؤل الثاني: ما المعوقات التي تحد من فاعلية برامج المسؤولية المجتمعية بشركات

القطاع الخاص في ضوء المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠؟

التساؤل الثالث: ما هي الرؤية الاستشرافية لتطوير برامج المسؤولية المجتمعية بشركات

القطاع الخاص في خدمة المجتمع في ضوء المواصفة القياسية الأيزو

٢٦٠٠٠؟

ثالثاً: أهداف البحث:

يتمثل الهدف الجوهري للبحث في التعرف على الوضع القائم لبرامج المسؤولية المجتمعية بقطاع شركات القطاع الخاص خاصة بعد أزمة فيروس كورونا المستجد وذلك بهدف التوصل إلى رؤية استشرافية لتطوير برامج المسؤولية المجتمعية في خدمة المجتمع بشركات القطاع الخاص في ضوء المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠. ولتحقيق هذا الهدف الجوهري قام الباحث بصياغة مجموعة من الأهداف الفرعية وهي:

١. تحديد الدور الفعلي لشركات القطاع الخاص في خدمة المجتمع في ضوء المواصفة

القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠.

٢. تحديد المعوقات التي تواجهها شركات القطاع الخاص في تنفيذ برامج المسؤولية

المجتمعية.

٣. وضع رؤية استشرافية لتطوير برامج المسؤولية المجتمعية للشركات في خدمة

المجتمع في ضوء المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ من منظور مهنة الخدمة

الاجتماعية.

رابعاً: أهمية البحث:

١. الحاجة لإيضاح مفهوم المسؤولية المجتمعية والذي يتزايد الاهتمام به يوماً بعد يوم على المستوى العالمي.
٢. تقديم معلومات في مجال إحدى الآليات الدولية المعتمدة (المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠) في تشجيع المؤسسات لتبني مفهوم المسؤولية المجتمعية.
٣. السعي لتأهيل القطاع الخاص ومساعدته على تنفيذ برامج المسؤولية المجتمعية.
٤. العمل على مساعدة الشركات التي تسعى لتبني فكرة المسؤولية المجتمعية للعمل على تطوير وتحسين صورتها في المجتمع خاصة بعد أزمة فيروس كورونا المستجد.
٥. تزويد متخذي القرارات في الشركات بالمستجدات الدولية في مجال المسؤولية المجتمعية وبالتحديد التعريف بمواصفة الأيزو ٢٦٠٠٠.
٦. إمكانية الاستفادة من نتائج الدراسة من خلال تقديم الإرشادات لصانعي القرار في مجال خدمة المجتمع.

خامساً: مفاهيم البحث:

يشتمل على ثلاثة مفاهيم أساسية هي:

١. مفهوم التطوير
 ٢. مفهوم المسؤولية المجتمعية للشركات.
 ٣. مفهوم المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠.
١. **مفهوم التطوير:**
يعرف التطوير لغة حسب أصل جذر الفعل طور - تطوّر يتطوّر تطوُّراً فهو متطوّر وتطور أي تعدل وتحول تدريجياً من حال إلى حال أفضل وطوّر الشيء أي عدله وحسنه ونقله من حال إلى حال أفضل (الوسيط، ٢٠٠٤م، ص: ٥٧).
- ويعرف التطوير في قاموس الخدمة الاجتماعية علي أنه: ينطوي على أحداث تغييرات جوهرية في البيئة المادية (Environment Physical) تتبعها في نفس الوقت، أو في

وقت لاحق تغيرات في البيئة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية (الطائي، ٢٠١٠م، ص: ٢٧).

ويشير مفهوم التطوير إلي أنه أساليب فنية وإدارية تعتمد على نظريات الأنساق وتوجهات العلاقات الإنسانية لتدعيم أعضاء الجماعة على حل المشاكل معاً وتحقيق اتصال أكثر فاعلية فيما بينهم وكفاية أكبر في الإنتاج عن طريق تشجيع الابتكار والتنسيق، وتنمية التنظيم عملية طويلة الأجل وأسلوب إداري يستخدم أساليب فنية متنوعة (السكري، ٢٠٠٠م، ص: ٣٥٤).

كما يعرف ماهر أبو المعاطي مفهوم التطوير: بأنه خطة طويلة الأجل لتحسين أداء المنظمة في طريق حلها للمشكلات في إطار مجهود تعاوني بين كافة العاملين بها، وهو عملية مستمرة تقوم على تبني برنامج طويل المدى لمجهودات مخططة على مستوى المنظمة ككل باستخدام المعارف والعلوم السلوكية، والتطوير عملية مستمرة لا تتم بصفة مؤقتة أو كتحديث طارئ وذلك لأن التغيير عملية مستمرة في المنظمة داخلياً وخارجياً (على، ٢٠١٠م، ص: ٣٢).

ويمكن تعريفه إجرائياً كما يلي:

- التغيير والتحول إلي تقديم برامج جديدة.
- الانتقال من مستوي أقل في البرامج إلي أفضل.
- مواكبة التطورات الحديثة والمتسارعة عند تقديم البرامج.

٢. مفهوم المسؤولية المجتمعية للشركات

يشير مفهوم المسؤولية المجتمعية للشركات من الناحية اللغوية كما يعرفه المعجم الوسيط باعتبارها "حالاً أو صفة من يسأل عن أمر تقع عليه تبعيته، يقال: إنى برىء من مسؤولية هذا العمل، وتطلق أخلاقياً على التزام الشخص بما يصدر عنه قولاً أو عملاً، وتطلق قانونياً على الالتزام بإصلاح الخطأ الواقع على الغير طبقاً للقانون" (مصطفى وآخرون، ١٩٨٥م، ص: ٤٢٦).

فيما يعرفها البنك الدولي علي أنها التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل

وذلك لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد (World Bank, 2005, P:1).

بينما تعرفها المنظمة الدولية للمعايير الأيزو ٢٦٠٠٠ بأنها مسؤولية المنظمات عن تأثير قراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة، من خلال سلوك أخلاقي يمتاز بالشفافية ويتسم بالتالي:

- يساهم في تحقيق التنمية المستدامة ورفاهية المجتمع.
 - أن يأخذ في الاعتبار توقعات أصحاب المصلحة (الأطراف المعنية).
 - التوافق مع القوانين المطبقة ومعايير السلوك الدولية.
 - دمج وتكامل في منهجية ونشاط وممارسات المنظمات .
- ويعرفها مدحت محمد أبو النصر بأنها عبارة عن التزام المنظمة بالمشاركة في تحسين نوعية الحياة لأسر العاملين وللمجتمع ككل والمحافظة على البيئة من التلوث وذلك من خلال مجموعة من البرامج والخدمات والإعانات والتسهيلات التي تقدم بواسطة المختصين بهذه المنظمة في ضوء احتياجات ومشكلات المجتمع، وفي إطار قيم وأخلاقيات وقوانين هذا المجتمع (أبو النصر، ٢٠١٥م، ص: ٣٤).

ويمكن تعريفها إجرائيا على إنها

- ١- مسؤولية الشركات عن نفسها وعن غيرها في المجتمع.
- ٢- مساهمتها في حل قضايا المجتمع.
- ٣- المشاركة بالأنشطة الخدمية للعمل على خدمة المجتمع.
- ٤- العمل على تحسين الظروف المعيشية والخدمات الصحية والتعليمية وغيرها من الخدمات الأخرى.

٣. مفهوم المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠

يمكن تعريف مواصفة الأيزو ٢٦٠٠٠ بأنها: مواصفة عالمية تقدم الإرشادات العامة للمبادئ الأساسية للمسؤولية المجتمعية والمواضيع والقضايا المرتبطة بها، كما أنها تتطرق للوسائل التي تمكن المنظمات من إدخال مفهوم المسؤولية المجتمعية ضمن إطار الاستراتيجيات والآليات والممارسات والعمليات بها، وهي مواصفة اختيارية ولا يعمل بها لأغراض الترخيص والمطابقة أو التشريع أو لإبرام أي عقود لأي صفقات كما أنها لا تقصد أن

تكون من العوائق غير الجمركية للتجارة أو أن تغير من الوضع القانوني للشركات؛ ولذلك فإنها لا تكون مستندا قانونياً لأي إجراءات قضائية دفاعاً أو اتهاماً على أي مستوى محلي أو عالمي أو غيرها (ISO, 2011).

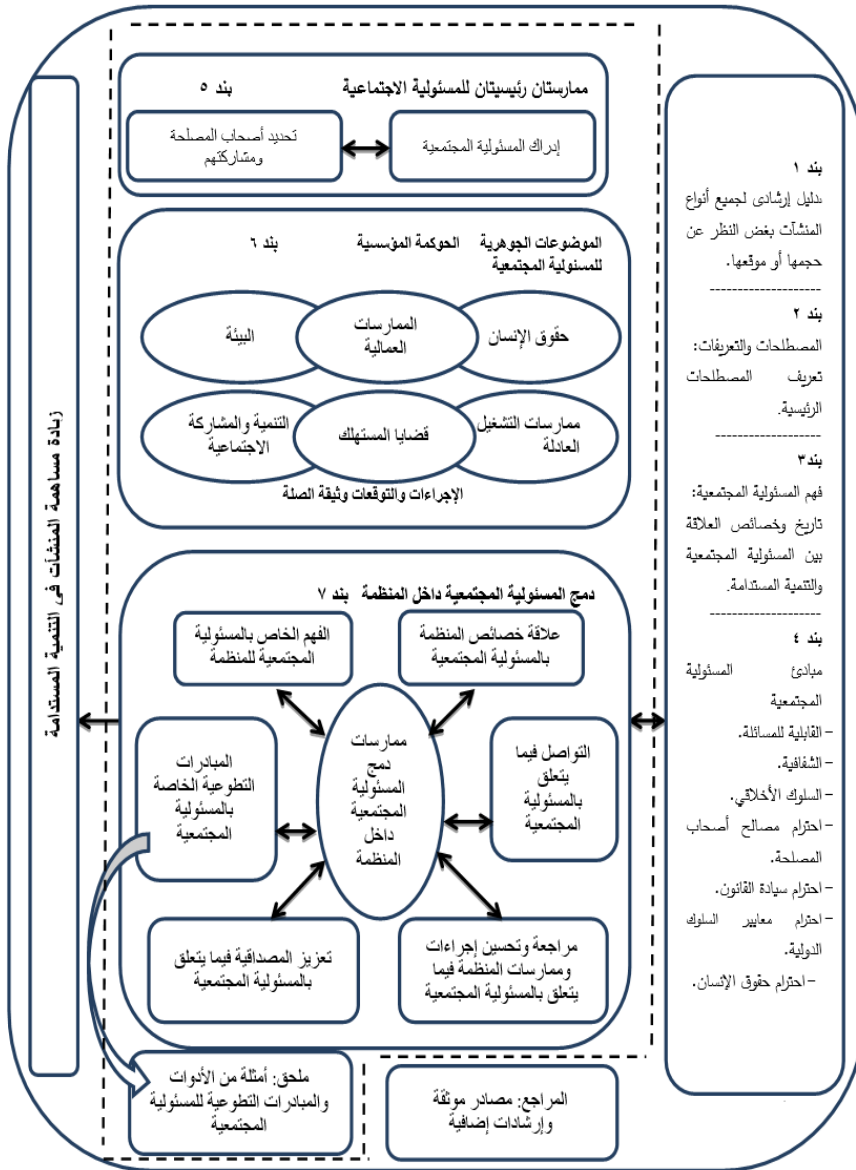
ويستخدم الأيزو ٢٦٠٠٠ كدليل إرشادي حول المسؤولية المجتمعية لأنه دليل تطوعي غير إلزامي وبالتالي ليس له شروط الزامية، يعطى توصيات بالإجراءات التي ينبغي على المنظمات القيام بها من أجل أن تعتبر هذه المنظمة مسؤولة اجتماعياً (الهذلي، ص: ١٨).

أهمية المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠:

لا يقتصر العمل على تأمين المنتجات والخدمات لإرضاء العملاء في حال كانت الممارسات بحد ذاتها تعرّض البيئة للخطر، بل الهدف من تطبيق المواصفة ممارسة العمل بحس من المسؤولية المجتمعية. حيث يمارس كل من العملاء والمستهلكين والحكومات الضغط على الشركات لتحمل المسؤولية المجتمعية في عملها، إن فهم وإدراك الشركة لمسئولياتها المجتمعية قد يؤثر على باقي العناصر للشركة مثل:

١. الميزة التنافسية للشركة.
٢. السمعة الطيبة للشركة.
٣. نظرة المستهلكين والمالكين والجهات المانحة والرعاة والمجتمع المالي إلى الشركة.
٤. العلاقة مع الشركات والحكومات والإعلام والشركات النظيرة والعملاء والمجتمع ككل.
٥. الحفاظ على معنويات الموظفين والتزاماتهم وكذلك الإنتاجية (عنايت، ٢٠٢١م).

هيكـل الموصـفة القياسـية الأيزو ٢٦٠٠٠



شكل رقم (١)

عرض تخطيطي للموصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ (دليل إرشادي حول المسؤولية المجتمعية، ٢٠١٠م، ص: IX)

الإطار النظري للبحث

أولاً: مستويات المسؤولية المجتمعية للشركات:

في عام ١٩٩٤م تم تطوير ما يسمى بمجموعة لندن لقياس الاستثمار في المجتمع من قبل فريق العطاء الاجتماعي لسِت شركات عالمية؛ وذلك بهدف قياس الفائدة التي تعود من تنفيذ المشاريع التنموية والتطوعية على كل من المجتمع والشركات على حد سواء ووفقاً لهذا النموذج تم تقسيم ممارسات المسؤولية المجتمعية إلى أربعة مستويات هما:

المستوي الأول "أساسيات العمل المؤسسي":

حيث تقوم الشركة بالأعمال والأنشطة التي أنشئت من أجلها الشركة وتلبية احتياجات المجتمع من السلع والخدمات المختلفة بتكلفة مقبولة وجيدة.

المستوي الثاني "المبادرات التجارية في المجتمع":

هي مجموعة الأنشطة التي تقوم بها الشركة وذلك من أجل تدعيم نجاحها بشكل مباشر، وذلك من خلال القيام بشراكة مع الجمعيات والمنظمات الخيرية الموجودة في المجتمع.

المستوي الثالث "الاستثمار في المجتمع":

وفي هذه المرحلة تختلف عن المرحتين السابقتين حيث تقوم الشركة بعمل شراكة استراتيجية طويلة الأجل مع المجتمع تتناول فيها مجموعة محدودة من القضايا الاجتماعية التي تختارها الشركة من أجل مصالحها على المدى البعيد وتحسين سمعتها.

المستوي الرابع "العطاء الاجتماعي":

وهو عبارة عن المساهمة بشكل موسع في مشروعات وأنشطة اجتماعية وتنموية تطوعية تخدم المجتمع وأيضاً تلبى حاجات المواطنين (وزارة الاستثمار، ٢٠٠٧م، ص ص: ٣٧-٣٨).

ثانياً: مجالات المسؤولية المجتمعية للشركات:

عند الحديث عن مجالات وأنشطة المسؤولية المجتمعية للشركات؛ فإنه لا يمكن تحديد مجموعة ثابتة من الأنشطة الاجتماعية لمنظمات الأعمال، وذلك نظراً لتغير طبيعة المشكلات الاجتماعية من فترة لأخرى؛ حيث إن ما يصلح من أنشطة اجتماعية في الوقت الحالي قد لا يصلح مستقبلاً أو يحتاج إلى زيادة هذه الأنشطة مما يزيد من مجالات المسؤولية المجتمعية

(عبد الجيل وآخرون، ٢٠١٣م، ص: ٢٠١). ويمكن تصنيف مجالات المسؤولية المجتمعية كما يلي:

١. مجالات تتعلق بالمجتمع والبيئة المحيطة ومنها:
 - القيام ببعض الأعمال الخيرية ذات النفع العام.
 - توفير فرص عمل لأفراد المجتمع.
 - العمل على الحفاظ على البيئة المحيطة بالمنظمة والقيام بالمشروعات لحماية هذه البيئة من التلوث.
 - تدريب المعاقين والالتزام بنسبة تشغيلهم (٥٪) (أبو النصر، ٢٠١٥م، ص ص: ٧٠-٧١).
 - مجالات صحية كإقامة مستوصفات طبية.
 - مساعدة أفراد المجتمع في حالة الكوارث الطبيعية والاجتماعية.
 - قيام الشركة بدفع الضرائب (عيسى، ٢٠٠٩م، ص ص: ٣٢-٣٣).
٢. مجالات تتعلق بالعملاء منها:
 - القيام بعمل البحوث لتحديد احتياجات المستهلكين.
 - توفير البيانات اللازمة عن خصائص المنتجات.
 - تبني مفهوم التسويق الأخضر وما يحمله من مزيج تسويقي أخضر.
 - الالتزام بالسعر الذي ينسجم والقدرة الشرائية للمستهلكين.
 - توفير خدمة ما بعد البيع، والالتزام بتاريخ الضمان والرد على شكاوي العملاء (محمد، ٢٠١٥م، ص ٧٥).
٣. مجالات تتعلق بالعاملين وأسرهم منها:
 - توفير البرامج التدريبية اللازمة بالداخل والخارج، والإنفاق على بعض الراغبين في إكمال دراساتهم العليا وذلك لتنمية مهاراتهم الفنية والإدارية.
 - المساهمة في التأمينات الاجتماعية عن العاملين بنسبة معينة من رواتبهم وأجورهم للحصول على مرتب تقاعد مناسب بعد الخروج على المعاش (عيسى، ٢٠٠٩م، ص: ٣١).
 - وضع نظام تأميني خاص بالمشاركة مع العاملين.

- وضع نظام للرعاية الصحية.
- وضع نظم للحوافز والمكافآت سواء في المناسبات الدينية أو غيرها.
- إقامة سكن للعاملين أو على الأقل مساعدتهم مادياً في الحصول على سكن مناسب.
- توفير الأمن الصناعي والعمل على تفادي الحوادث بالشركة (عيسى، ٢٠٠٩م، ص: ٣٢).

ومما سبق نجد أن أي محاولة لتحديد مجالات المسؤولية المجتمعية يعد صعباً حيث تبين أن:

١. ليس هناك اتفاق واضح على ماهي المجالات وإنما يختلف باختلاف المجتمع والبيئة والعملاء وطبيعة عمل الشركة.
٢. أن موضوع المسؤولية المجتمعية للشركات يعتبر موضوع مشترك بين أكثر من علم؛ منها الإدارة والاجتماع والخدمة الاجتماعية وغيرها، ونتيجة لذلك تختلف الآراء حول مجالات المسؤولية المجتمعية.
٣. أنه توجد مجالات متفق عليها وهي المتعلقة بالعاملين، المستهلكين، البيئة، المجتمع.
٤. أن اختلاف مجالات المسؤولية المجتمعية من كاتب لآخر يرجع إلى أن الأنشطة الاجتماعية تتغير من فترة لأخرى وخاصة في المدى البعيد والأزمات المستحدثة، ومن ثم يجب وضع مجالات المسؤولية المجتمعية على المدى القصير مع إعادة النظر فيها بصفة دورية بما يواكب الظروف البيئية المتغيرة من فترة لأخرى (عبد الجليل وآخرون، ٢٠١٣م، ص: ٢٠٢-٢٠٣).

ثالثاً: معايير قياس المسؤولية المجتمعية لشركات:

هناك معايير دولية لقياس المسؤولية المجتمعية للشركات كالأيزو ٢٦٠٠٠ الصادرة في أكتوبر ٢٠١٠م، حيث تعد من أفضل الشهادات الدولية المتعلقة بالمسؤولية المجتمعية؛ حيث قدمت دليلاً إرشادياً؛ لتعمل به كل منظمة ترغب في الاسترشاد به؛ لتبني مسؤوليتها المجتمعية، حتى تكون أكثر مسؤوليةً نحو مجتمعاتها من خلال آليات المواصفة، والأخذ في الاعتبار توقعات الشركاء والالتزام بالقوانين السارية، واحترام السلوك العالمي المعتاد.

ويحدد البند الرابع من هذه المواصفة سَنَع مبادئ يجب على كل منشأة أن تقوم بتطبيقها على سياستها وأنشطتها مع احترام العوامل الدينية والثقافية عند التطبيق، وهذه المبادئ هي: (القابلية للمساءلة- الشفافية- السلوك الأخلاقي- احترام مصالح أصحاب المصلحة- احترام سيادة القانون- احترام معايير السلوك الدولية- احترام حقوق الإنسان).

وتتميز هذه المواصفة بالوضوح والبساطة، وتعد الأشهر عالمياً في الوقت الحاضر، ويمكن تفعيلها في الدول العربية والإسلامية واستخدامها كخارطة طريق وأداة تمكنهم من النجاح في تبني مفهوم المسؤولية المجتمعية (القرني، ٢٠١٤م، ص: ٤٥٧).

رابعاً: معايير مجالات الاهتمام الرئيسية للمواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ في المسؤولية المجتمعية:
من خلال الشكل رقم (١) يلاحظ أن مجالات الاهتمام الرئيسية للمواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ في المسؤولية المجتمعية هي:
المجال الأول: الحوكمة المؤسسية:

الحوكمة المؤسسية هي وظيفة جوهرية لكل نوع من المنشآت؛ لأنها الإطار الخاص بصنع القرار داخل المنظمة (أبو النصر، ٢٠١٥م، ص ٩٣).

المجال الثاني: الحقوق الإنسانية:

نجد أن هناك فئتين رئيسيتين لحقوق الإنسان هما "فئة تتعلق بالحقوق المدنية والسياسية، والفئة الثانية تتعلق بالحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية" (دليل إرشادي حول المسؤولية المجتمعية، ٢٠١٠م، ص: ٢٣).

المجال الثالث: ممارسات العمل:

هي كافة السياسات والممارسات المتعلقة بالعمل المؤدي داخل المنظمة أو بواسطتها أو بالنيابة عنها، بما في ذلك أعمال المقاومة من الباطن، ويمكن أيضاً أن تمتد لتشمل العلاقة بين المنظمة وموظفيها المباشرين أو المسؤولين الخاصة بالمنظمة داخل مكان العمل الذي تملكه أو تتحكم فيه بشكل مباشر؛ حيث تشمل ممارسات العمل توظيف وترقية العمال، والإجراءات التأديبية والشكاوى والنقل وتغيير مواقع العمل وغيرها من عمليات أخرى (Guidance on social responsibility, 2009, p:33).

المجال الرابع: البيئة:

يجب على المنظمات أو الشركات تبني منهج متكامل يأخذ في اعتباره الآثار الاقتصادية والاجتماعية والبيئية الناتجة عن قرارات وأنشطة المنظمة (دليل إرشادي حول المسؤولية المجتمعية، ٢٠١٠م، ص: ٤٠).

المجال الخامس: ممارسات التشغيل العادلة:

تتعلق ممارسات التشغيل العادلة بالسلوك الأخلاقي في تعاملات المنظمة مع الشركات الأخرى والوكالات الحكومية والموردين والمنافسين (الحمزاوي، والسرساوي، ٢٠١٦م، ص: ٤٠).

المجال السادس: قضايا المستهلك:

إن المنشآت التي تقدم منتجات أو خدمات للعملاء والمستهلكين تقع عليها مسؤوليات تجاه هؤلاء العملاء والمستهلكين (دليل إرشادي حول المسؤولية المجتمعية، ٢٠١٠م، ص: ٥١).

المجال السابع: التنمية والمشاركة الاجتماعية:

إن مساهمة المنظمة في تنمية المجتمع تساعد على تعزيز مستويات أعلى من رفاهية المجتمع. هذه التنمية هي تحسين جودة المعيشة، وأيضاً تعمل على التماثل وبناء العلاقات مع المجتمع، وفوق كل هذا فهي تستلزم الاعتراف بقيمة المجتمع (دليل إرشادي حول المسؤولية المجتمعية، ٢٠١٠م، ص: ٦٠).

الاجراءات المنهجية للبحث:

لما كانت المجتمعات تواجه العديد من التحديات والمعوقات التي تؤثر على سير عملية التنمية المستدامة، الأمر الذي أدى إلى تكاتف الجهود لهذه المجتمعات؛ للتصدي لهذه التحديات قبل حدوثها، والعمل على تلافي الآثار السلبية لها، حيث نجد أن الحكومة يقع عليها العبء الأكبر ولم تستطع أن تواجه آثار هذه التحديات بمفردها دون تكاتف باقي أعضاء المجتمع من أفراد و منظمات المجتمع المدني والشركات. وبما أن البحث الحالي سوف يركز على البرامج التي تقدمها شركات القطاع الخاص في خدمة المجتمع في الوقت الحالي خاصة بعد أزمة فيروس كورونا المستجد في محاولة التوصل إلي واقع هذه البرامج في ضوء المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ بالإضافة إلى محاولة التوصل إلى أهم

المعوقات التي تحد من فاعلية هذه الشركات أثناء تطبيق مسؤولياتها المجتمعية تجاه المجتمع.

أولاً: نوع البحث:

انطلاقاً من مشكلة الدراسة واتساقاً مع الهدف الذي يسعى البحث إلي تحقيقه تم تحديد نوع الدراسة، حيث تنتمي الدراسة الحالية إلي نمط الدراسات الوصفية التحليلية التي تستهدف التعرف علي واقع برامج المسؤولية المجتمعية لشركات القطاع الخاص في خدمة المجتمع. فالدراسة الوصفية تستهدف تقرير خصائص معينة، أو موقف تغلب عليه صفة التحديد وتعتمد على جمع الحقائق لاستخلاص دلالتها، وتصل عن طريق ذلك إلى إصدار تعميمات بشأن الموقف الذي يقوم الباحث بدراسته، كما تساعد البحوث الوصفية في الحصول علي بيانات تفيد الباحث في الظروف الحالية والمستقبلية، كما أن هذه البيانات قد تكشف عن التطورات أو الظروف أو الأوضاع المحتملة أو المقبلة (عثمان، ٢٠١٧م، ص: ١٦٨).

ثانياً: المنهج المستخدم:

يشير المنهج إلي الطريقة العلمية التي تستخدمها كل العلوم للوصول إلي المعرفة العلمية، والمنهج العلمي هو الذي يفرق بين المعرفة العلمية وما عداها من أنواع المعرفة الأخرى (قاسم، وعلى، ٢٠٠٥م، ص: ١٦١).

وفي ضوء أهداف البحث الحالي فإنه سوف يعتمد علي منهج دراسة الحالة، حيث تتفق اغلب الاتجاهات العلمية الفرنسية والامريكية علي أن منهج دراسة الحالة يهدف إلي جمع البيانات العلمية سواء أكان فرداً أم مؤسسة أم نظاماً اجتماعياً أو عدد من المؤسسات أو مجتمعاً محلياً، ويقوم علي أساس التعمق في دراسة مرحلة معينة من تاريخ الوحدة أو جميع المراحل التي مرت بها هذه الوحدات أو المؤسسات بهدف التعمق في تحليلها، ومنهج دراسة الحالة هو المنهج الذي يهدف إلي سبر غور الوحدة أو الوحدات المدروسة بهدف الوصول إلي أعماق بنائها الوظيفي (عثمان، ٢٠١٧م، ص: ١٧٤).

ومن ثم فقد تحتم استخدام هذا المنهج باعتباره أنسب المداخل المنهجية لمعالجة المشكلة البحثية الحالية ومتطلباتها المنهجية .

ثالثاً: مجالات الدراسة:**١ - المجال المكاني:**

حيث إن البحث الحالي يعتمد علي منهج دراسة الحالة فقد تم تحديد المجال المكاني موضوع الدراسة في شركات القطاع الخاص والتي لديها مسؤولية مجتمعية تجاه المجتمع وهذه الشركات هي: النساجون الشرقيون للسجاد: (مؤسسة محمد فريد خميس لتنمية المجتمع)، وشركة السلاب: (مؤسسة مصطفى السلاب).

٢ - المجال البشري:

لقد اتخذ البحث الحالي شركات القطاع الخاص بمثابة حالة تجري عليها هذه الدراسة، ومن ثم فقد اشتمل المجتمع البحثي علي (٣٠) مفردة من العاملين بقسم المسؤولية المجتمعية لشركتي النساجون الشرقيون للسجاد: (مؤسسة محمد فريد خميس لتنمية المجتمع)، وشركة السلاب: (مؤسسة مصطفى السلاب) شملتهم الحالة موضوع الدراسة.

جدول (١)

يوضح شركات القطاع الخاص وعدد العاملين بقسم المسؤولية المجتمعية بكل شركة

م	الشركة	عدد العاملين
١	مؤسسة السلاب الخيرية	١٥
٢	مؤسسة محمد فريد خميس لتنمية المجتمع (الانساجون الشرقيون)	١٥
	الإجمالي	٣٠

عرض وتحليل وتفسير نتائج البحث:

سوف يستعرض البحث وصف وتحليل النتائج الخاصة باستمارة الاستبيان للسادة العاملين بقسم المسؤولية المجتمعية بشركات القطاع الخاص، ومن ثم تفسير البيانات الإحصائية والمدلولات الكمية للاستفادة منها في وضع الرؤية الاستشرافية لتطوير برامج المسؤولية المجتمعية في خدمة المجتمع في ضوء المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠، ولذا سوف يتم عرض وتحليل نتائج البحث وفقاً للتتابع الآتي:

أولاً: عرض وتحليل وتفسير نتائج البحث بالنسبة لوصف الخصائص الديموغرافية لمجتمع البحث.

ثانياً: عرض وتحليل وتفسير نتائج البحث بالنسبة لواقع البرامج التي تقدمها الشركات لخدمة المجتمع.

ثالثاً: عرض وتحليل وتفسير نتائج البحث بالنسبة للمعوقات التي تحد من فاعلية برامج المسؤولية المجتمعية داخل الشركة.

أولاً: عرض وتحليل وتفسير نتائج البحث بالنسبة لوصف الخصائص الديموغرافية لمجتمع البحث (البيانات الأولية):

١. وصف مجتمع البحث حسب النوع:

جدول (٢)

يوضح وصف مجتمع البحث حسب النوع

النسبة المئوية	التكرار	النوع
٦٦,٧%	٢٠	ذكر
٣٣,٣%	١٠	انثي
١٠٠%	٣٠	الإجمالي

يتضح من الجدول (٢) أن مجتمع البحث قد تضمن (٢٠) من فئة (ذكر) بنسبة مئوية (٦٦,٧%)، و(١٠) من فئة (أنثي) بنسبة مئوية (٣٣,٣%) وقد يرجع ذلك إلي طبيعة العمل حيث تتطلب التواجد الميداني أكثر من العمل المكتبي.

٢. وصف مجتمع البحث حسب الفئة العمرية:

جدول (٣)

يوضح وصف مجتمع البحث حسب الفئة العمرية

النسبة المئوية	التكرار	السن
٥٠%	١٥	من ٢٥ - أقل من ٣٥ سنة
٥٠%	١٥	من ٣٥ - أقل من ٤٥ سنة
١٠٠%	٣٠	الإجمالي

يتضح من الجدول (٣) أن مجتمع البحث قد تضمن (١٥) من فئة (٢٥) إلى أقل من (٣٥) بنسبة مئوية (٥٠%)، و(١٥) من فئة (٣٥) إلى أقل من (٤٥) بنسبة مئوية (٥٠%)، وقد يرجع اختلاف اعمار العاملين بهذه الشركات لطبيعة العمل، حيث إن العمل داخل الشركات يحتاج إلى سن النضج والشباب وأيضا الخبرة في مجال العمل والذي يؤثر بدوره على أداء العمل داخل هذه الشركات.

٣. وصف مجتمع البحث حسب المؤهل العلمي:

جدول (٤)

يوضح وصف مجتمع البحث حسب المؤهل العلمي

النسبة المئوية	التكرار	المؤهل العلمي
-	-	أقل من المتوسط
٢٣,٣%	٧	متوسط
٧٠%	٢١	جامعي
٦,٧%	٢	دبلوم دراسات عليا
-	-	ماجستير
-	-	دكتوراه
١٠٠%	٣٠	الإجمالي

يتضح من الجدول (٤) أن مجتمع البحث قد تضمن (٢١) من حملة المؤهلات العليا بنسبة مئوية (٧٠%)، و(٧) من حملة المؤهلات المتوسطة بنسبة مئوية (٢٣,٣%)، و(٢) من حملة الدراسات العليا بنسبة مئوية (٦,٧%)، ومن خلال ما سبق نجد أن أغلب أفراد العينة من حملة المؤهلات العليا وهذا يدل على سياسة التوظيف داخل هذه الشركات حيث يتم الاعتماد عليهم بشكل كبير نظرا لإعدادهم النظري والميداني في مجال العمل الاجتماعي .

٤. وصف مجتمع البحث بحسب الوظيفة:

جدول رقم (٥)

توزيع العاملين حسب الوظيفة (ن=٣٠)

النسبة المئوية	ك	الوظيفة	م
١٠%	٣	إخصائي اجتماعي	١
١٣,٣%	٤	محاسب	٢
٢٠%	٦	إداري	٣
١٣,٣%	٤	مسئول برامج	٤
٦,٧%	٢	نائب مدير	٥
٣٦,٧%	١١	أخرى	٦
١٠٠%	٣٠	الإجمالي	

يتضح من الجدول (٥) أن أكثر نسبة من العاملين بقسم المسؤولية المجتمعية للشركات يعملون بوظائف مختلفة مثل باحث ميداني أو متابع برامج وجاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٣٦,٧%)، يليها الوظائف الإدارية وجاءت في المرتبة الثانية بنسبة (٢٠%)، يليها بنفس النسب كل من وظيفة محاسب ومسئول برامج؛ حيث جاءت كل منها بنسبة (١٣,٣%)، وجاءت في المرتبة الخامسة بنسبة (١٠%) وظيفة إخصائي اجتماعي، بينما كان أقلهم وظيفة نائب المدير حيث جاء في المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة (٦,٧%)، يتضح من خلال العرض السابق أن هناك تفاوتًا ملحوظًا في النسب في الهيكل الوظيفي داخل الشركات،

ووجود نقص شديد في عدد الإحصائيين الاجتماعيين داخل هذه الشركات وهذا بدوره يؤدي إلى وجود بعض المعوقات التي تواجه هذه الشركات في أثناء تنفيذ الأنشطة الخاصة بها نظرا لدرايتهم الكبيرة بمجال الخدمات الاجتماعية، وهذه النتائج تتفق مع توصيات دراسة (فرج، ٢٠١٣م) التي أوصت بضرورة استعانة جمعيات رجال الأعمال بالإحصائيين الاجتماعيين.

جدول رقم (٦)

معرفة العاملين بالمواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ للمسئولية المجتمعية للشركات

(ن=٣٠)

م	الاستجابات	ك	النسبة المئوية
١	نعم	٥	١٦,٧%
٢	لا	٢٥	٨٣,٣%
	الإجمالي	٣٠	١٠٠%

يتضح من الجدول (٦) أن نسبة (٨٣,٣%) من العاملين بقسم المسؤولية المجتمعية للشركات ليسوا على دراية بالمواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠، وأن نسبة (١٦,٧%) من العاملين لديهم معرفة بالمواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ ومن هذا يتضح أن المواصفة القياسية ليست منتشرة بالقدر الكافي بين شركات القطاع الخاص وأن أغلب الشركات تقوم بدورها فقط تجاه المجتمع من حيث تقديم خدمات اجتماعية ولكن ليس على أسس علمية.

ثانياً: عرض وتحليل وتفسير نتائج البحث بالنسبة لواقع البرامج التي تقدمها الشركات لخدمة المجتمع.

جدول رقم (٧)
البرامج التي تقدمها الشركة لخدمة المجتمع
(برامج فرص العمل وتنمية المهارات)
(ن = ٣٠)

م	العبارات	الاستجابات			القوة المعيارية	المتوسط	الترتيب	مستوى الموافقة
		لا	إلى حد ما	نعم				
١	توفير فرص عمل لأفراد المجتمع للحد من البطالة.	٧	١٨	٥	٥٨	١,٩٣	١	متوسط
		%٢٣,٣	%٦٠	%١٦,٧				
٢	تسهيل القروض لإقامة المشروعات.	١٥	١٢	٣	٤٨	١,٦	٣	ضعيف
		%٥٠	%٤٠	%١٠				
٣	توفير دورات تدريبية لتنمية مهارات أفراد المجتمع.	١١	١٤	٥	٥٤	١,٨	٢	متوسط
		%٣٦,٦	%٤٦,٧	%١٦,٧				
٤	دعم البرامج المقدمة لتأهيل أفراد المجتمع لسوق العمل.	٢٠	٥	٥	٤٥	١,٥	٤	ضعيف
		%٦٦,٦	%١٦,٧	%١٦,٧				
٥	تدعيم الأنشطة الرياضية بالأندية الرياضية ومراكز الشباب	٢٠	١٠	-	٤٠	١,٣٣	٥	ضعيف
		%٦٦,٦	%٣٣,٣	-				

يتضح من الجدول رقم (٧) والذي يوضح استجابات مجتمع البحث نحو (برامج فرص العمل وتنمية المهارات) لخدمة المجتمع بشركات القطاع الخاص ما يلي:

- حينما سئل مجتمع البحث عن "توفير فرص عمل لأفراد المجتمع للحد من البطالة" جاءت استجاباتهم على النحو التالي: حيث وافق على ذلك نسبة (١٦,٧%) وأيدهم إلى حد ما بنسبة (٦٠%) في حين رفض ذلك بنسبة (٢٣,٣%)، ويمكن تفسير ذلك بأن الشركات لا تقوم بالتركيز على توفير فرص عمل مباشرة.

- حينما سئل مجتمع البحث عن "تسهيل القروض لإقامة المشروعات" جاءت استجاباتهم على النحو التالي: حيث وافق على ذلك نسبة (١٠%) وأيدهم إلى حد ما بنسبة (٤٠%) وجاءت نصف العينة يرون عكس ذلك بنسبة (٥٠%)، ويمكن تفسير ذلك إلى تخوف بعض الشركات من إقحام نفسها في مسألة القروض والمشكلات التي يمكن أن تترتب على فشل بعض المشروعات .
- حينما سئل مجتمع البحث عن "توفير دورات تدريبية لتنمية مهارات أفراد المجتمع" جاءت استجاباتهم على النحو التالي: حيث وافق على ذلك نسبة (١٦,٧%) وأيدهم إلى حد ما بنسبة (٤٦,٧%) في حين رفض ذلك بنسبة (٣٦,٦%)، ويمكن تفسير ذلك إلى قلة اهتمام الشركات بعقد دورات تدريبية لأفراد المجتمع، ويمكن إرجاعه إلى عدم توفر بند في الميزانية خاص بالتدريب ضمن خطة الشركة.
- حينما سئل مجتمع البحث عن "دعم البرامج المقدمة لتأهيل أفراد المجتمع لسوق العمل" جاءت استجاباتهم على النحو التالي: حيث وافق على ذلك بنسبة (١٦,٧%) وأيدهم إلى حد ما بنفس النسبة في حين رفض ذلك بنسبة (٦٦,٧%) ويمكن تفسير ذلك إلى عدم وجود توجيه مجتمعي لأفراد المجتمع لدعم البرامج له عندما يقبل على سوق العمل حيث يتفق هذا مع توصيات دراسة (السحيباني، ٢٠٠٩م) بضرورة اهتمام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية بالمعنى الشمولي الذي يمتد إلى الاستثمار في المجتمع وأفراده.
- حينما سئل مجتمع البحث عن "تدعيم الأنشطة الرياضية بالأندية الرياضية ومراكز الشباب" جاءت استجاباتهم على النحو التالي: حيث أيد العبارة إلى حد ما بنسبة (٣٣,٣%) في حين رفض باقي مجتمع البحث بنسبة (٦٦,٦%)، وهنا يجب على الشركات مراجعة نفسها حيث إن تدعيم الأنشطة الرياضية بالأندية يساهم في عوامل نجاح الشركات من حيث عوائد وأرباح مالية جديدة وأيضاً يساهم في تحسين كفاءة الأندية.

جدول رقم (٨)
البرامج التي تقدمها الشركة لخدمة المجتمع
(برامج تعليمية وثقافية)
(ن = ٣٠)

م	العبارات	الاستجابات			القوة المعيارية	المتوسط	الترتيب	مستوى الموافقة
		نعم	إلى حد ما	لا				
١	تدعيم مؤسسات التعليم على جميع المستويات.	٢	٨	٢٠	٤٢	١,٤	٥	ضعيف
		%٦,٧	%٢٦,٧	%٦٦,٦				
٢	إمداد المؤسسات التعليمية بالأجهزة الحديثة.	٢	١٠	١٨	٤٤	١,٤٦	٤	ضعيف
		%٦,٧	%٣٣,٣	%٦٠				
٣	التعاون مع الهيئات في القضاء على الأمية.	١٩	٨	٣	٧٦	٢,٥٣	٣	كبيره
		%٦٣,٣	%٢٦,٧	%١٠				
٤	تقديم منح دراسية للمتفوقين دراسياً.	١٨	١٢	-	٧٨	٢,٦	٢	كبيره
		%٦٠	%٤٠	-				
٥	تقديم دعم نقدي للطلاب غير القادرين.	٢٥	٥	-	٨٥	٢,٨٣	١	كبيره
		%٨٣,٣	%١٦,٧	-				

يتضح من الجدول (٨) والذي يوضح استجابات مجتمع البحث نحو (البرامج التعليمية والثقافية) لخدمة المجتمع بشركات القطاع الخاص ما يلي:

- حينما سئل مجتمع البحث عن "تدعيم مؤسسات التعليم على جميع المستويات" جاءت استجاباتهم على النحو التالي: حيث وافق على ذلك نسبة (٦,٧%) وأيدهم إلى حد ما بنسبة (٢٦,٧%) في حين رفض ذلك بنسبة (٦٦,٦%)، ويمكن تفسير ذلك بأن الشركات التي تم تطبيق الدراسة بها ليس من ضمن برامجها تطوير المؤسسات التعليمية أو القيام بتدعيمها.

- حينما سئل مجتمع البحث عن "إمداد المؤسسات التعليمية بالأجهزة الحديثة". جاءت استجاباتهم على النحو التالي: حيث وافق على ذلك نسبة (٦٠,٧%) وأيدهم على حد ما (٢٦,٧%) في حين رفض ذلك بنسبة (٦٠%) وهى نسبة عالية، ونجد أن العبارة رقم (٢) مرتبطة بالعبارة الأولى ويمكن إرجاع ذلك إلى نفس السبب.
- حينما سئل مجتمع البحث عن "التعاون مع الهيئات في القضاء على الأمية" جاءت استجاباتهم على النحو التالي: حيث وافق على ذلك نسبة (٦٣,٣%) وأيدهم إلى حد ما بنسبة (٢٦,٧%) في حين رفض ذلك بنسبة (١٠%)، ويمكن تفسير ذلك إلى التعاون القائم بين الشركات وبين الهيئة العامة لتعليم الكبار حيث يرتبط هذا العنصر بالعمل على توفير بعض فرص عمل للبعض.
- حينما سئل مجتمع البحث عن "تقديم منح دراسية للمتفوقين دراسياً" جاءت استجاباتهم على النحو التالي: حيث وافق على ذلك نسبة (٦٠%) وأيدهم إلى حد ما بنسبة (٤٠%) ويمكن تفسير ذلك إلى أن بعض الشركات تنصب مسؤولياتها المجتمعية في المجتمع في المقام الأول على توفر منح دراسية للمتفوقين دراسياً "أوائل الجمهورية".
- حينما سئل مجتمع البحث عن "تقديم دعم نقدي للطلاب غير القادرين" جاءت استجاباتهم على النحو التالي: حيث وافق على ذلك نسبة (٨٣,٣%) وأيدهم إلى حد ما بنسبة (١٦,٧%) ويمكن تفسير ذلك إلى أن بعض الشركات تنصب مسؤولياتها علي تقديم الدعم النقدي للطلاب لغير القادرين من خلال عمل الأبحاث الاجتماعية لرعاية الطلاب غير القادرين، حيث تتفق نتائج البحث مع دراسة (زيادة وآخرون، ٢٠١٥م).

جدول رقم (٩)
البرامج التي تقدمها الشركة لخدمة المجتمع
(برنامج خاصة بالصحة)
(ن=٣٠)

م	العبارات	الاستجابات			القوة المعيارية	المتوسط	الترتيب	مستوى الموافقة
		نعم	إلى حد ما	لا				
١	إمداد المستشفيات بالمعدات والمستلزمات الطبية.	١٢	٨	١٠	٨٠	٢,٧	١	كبيره
		%٤٠	%٢٦,٧	%٣٣,٣				
٢	رعاية القوافل الطبية للقري الأكثر فقراً.	١٠	١٢	٨	٦٢	٢,٠٦	٤	متوسطه
		%٣٣,٣	%٤٠	%٢٦,٧				
٣	إنشاء مراكز طبية متخصصة.	٢٢	٨	-	٨٢	٢,٧	م١	كبيرة
		%٧٣,٣	%٢٦,٧	-				
٤	المساهمة في إجراء بعض العمليات الجراحية.	١٢	١١	٧	٦٥	٢,١٦	٣	متوسطة
		%٤٠	%٣٦,٦	%٢٣,٤				
٥	تسهيل الحصول على الأدوية واللقاحات.	٢٠	٦	٤	٧٦	٢,٥٣	٢	كبيره
		%٦٦,٦	%٢٠	%١٣,٤				

يتضح من الجدول (٩) والذي يوضح استجابات مجتمع البحث نحو (البرامج الصحية) لخدمة المجتمع بشركات القطاع الخاص ما يلي:

- حينما سئل مجتمع البحث عن " إمداد المستشفيات بالمعدات والمستلزمات الطبية". جاءت استجاباتهم على النحو التالي: حيث وافق على ذلك نسبة (٤٠%) وأيدهم إلى حد ما بنسبة (٢٦,٧%)، ورفض ذلك بنسبة (٣٣,٣%)، ويمكن تفسير ذلك بأن الشركات التي تم التطبيق فيها تمتلك مستشفيات خاصة بها حيث تقل مساهمتها في إمداد المستشفيات الأخرى.

- حينما سئل مجتمع البحث عن "رعاية القوافل الطبية للقري الأكثر فقراً". جاءت استجاباتهم على النحو التالي: حيث وافق على ذلك نسبة (٣٣,٣%) وأيدهم إلى حد ما (٤٠%) في حين رفض ذلك بنسبة (٢٦,٧%)، ويمكن إرجاع ذلك إلى دراية الشركات بضعف الخدمات الطبية داخل هذه القري، مع صعوبة الحصول على اللقاح

الخاص بفيروس كورونا بداخل هذه القرى وافتقارها إلى توفر أطباء كفو وهذا يتوافق مع نتائج دراسة (توم، ورازي، ٢٠٢٠م) التي أوضحت مساهمة الشركات المالية والتجارية في التخفيف من حدة وباء فيروس كورونا المستجد.

- حينما سئل مجتمع البحث عن "إنشاء مراكز طبية متخصصة" جاءت استجاباتهم على النحو التالي: حيث وافق على ذلك نسبة (٧٣,٣%) وأيدهم إلى حد ما بنسبة (٢٦,٧%)، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن هذه الشركات لديها مراكز ومستشفيات قائمة بالفعل على أرض الواقع وتعمل منذ عدة سنين.

- حينما سئل مجتمع البحث عن "المساهمة في إجراء بعض العمليات الجراحية" جاءت استجاباتهم على النحو التالي: حيث وافق على ذلك نسبة (٤٠%) وأيدهم إلى حد ما بنسبة (٣٦,٦%) في حين رفض ذلك بنسبة (٢٣,٤%) ويمكن تفسير ذلك إلى اهتمام شركات القطاع الخاص بالجانب الصحي حيث يعتبر جزء من التنمية البشرية ومن المسؤولية المجتمعية لديها خاصة بعد تداعيات أزمة فيروس كورونا.

- حينما سئل مجتمع البحث عن "تسهيل الحصول على الأدوية واللقاحات" جاءت استجاباتهم على النحو التالي: حيث وافق على ذلك نسبة (٦٦,٦%) وأيدهم إلى حد ما بنسبة (٢٠%) في حين رفض ذلك بنسبة (١٣,٤%) ويمكن تفسير ذلك إلى ما مر به العالم في الفترة الأخيرة وأدى إلى التأثير على العالم أجمع (فيروس كورونا) حيث وجب على الشركات توفير اللقاح لجميع العاملين لديها وأيضاً للقرى البعيدة وذلك ضمن القوافل التي تقوم بها الشركات في القرى الأكثر فقراً، وهذه الفقرة تتفق نتائجها مع الفقرة رقم (٢)، وبهذا تتفق نتائج البحث مع دراسة كلا من (توم، ورازي، ٢٠٢٠م)، ودراسة (العينوس، ٢٠٢١م).

جدول رقم (١٠)
البرامج التي تقدمها الشركة لخدمة المجتمع
(برامج خاصة بالمرأة)
(ن = ٣٠)

م	العبارات	الاستجابات			القوة المعيارية	المتوسط	الترتيب	مستوى الموافقة
		نعم	إلى حد ما	لا				
١	توفير فرص عمل للمرأة المعيلة.	٥	٥	٢٠	٤٥	١,٥	٤	متوسط
		%١٦,٧	%١٦,٧	%٦٦,٧				
٢	تقديم مساعدات مادية للمرأة المعيلة.	٥	٢٠	٥	٦٠	٢	٢	متوسط
		%١٦,٧	%٦٦,٦	%١٦,٧				
٣	تجهيز الفتيات غير القادرات المقبلات على الزواج.	١٨	٥	٧	٧١	٢,٣٦	١	متوسط
		%٦٠	%١٦,٧	%٢٣,٣				
٤	المساهمة في مشاريع الأسر المنتجة.	٥	٨	١٧	٤٨	١,٦	٣	ضعيف
		%١٦,٧	%٢٦,٧	%٥٦,٦				
٥	تقديم دعم نقدي للغارات.	-	٨	٢٢	٣٨	١,٢٦	٥	ضعيف
		-	%٢٦,٧	%٧٣,٣				

يتضح من الجدول (١٠) والذي يوضح استجابات مجتمع البحث نحو (البرامج الخاصة بالمرأة) لخدمة المجتمع بشركات القطاع الخاص ما يلي:

- حينما سئل مجتمع البحث عن "توفير فرص عمل للمرأة المعيلة" جاءت استجاباتهم على النحو التالي: حيث وافق على ذلك نسبة (١٦,٧%) وأيدهم وبنفس النسبة إلى حد ما في حين رفض ذلك (٦٦,٧%)، ويمكن تفسير ذلك بأن الشركات التي تم تطبيق الدراسة بها لديها برامج أخرى بخلاف توفير فرص عمل سواء كان للمرأة المعيلة أو أفراد المجتمع ككل وهذه يتفق مع جاء في العبارة رقم (١) بالجدول رقم (٧).
- حينما سئل مجتمع البحث عن "تقديم مساعدات مادية للمرأة المعيلة" جاءت استجاباتهم على النحو التالي: حيث وافق على ذلك نسبة (١٦,٧%) وأيدهم على حد ما (٦٦,٦%) في حين رفض ذلك بنسبة (١٦,٧%)، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن الشركات إذا لم تتح لهم فرصه عمل فأنها تقوم بتقديم مساعدات مادية تعينهم على ظروف الحياة.

- حينما سئل مجتمع البحث عن "تجهيز الفتيات غير القادرات المقبلات على الزواج" جاءت استجاباتهم على النحو التالي: حيث وافق على ذلك نسبة (٦٠%) أي أكثر من نصف العينة وأيدهم إلى حد ما بنسبة (١٦,٧%) في حين رفض ذلك بنسبة (٢٣,٣%)، ويمكن إرجاع ذلك إلى اهتمام أغلب الشركات بالمساهمة في تجهيز الفتيات الغير قادرات على الزواج مساهمة منهم في تحقيق الاستقرار المجتمعي .
- حينما سئل مجتمع البحث عن "المساهمة في مشاريع الأسر المنتجة" جاءت استجاباتهم على النحو التالي: حيث وافق على ذلك نسبة (١٦,٧%) وأيدهم إلى حد ما بنسبة (٢٦,٧%) في حين رفض ذلك بنسبة (٥٦,٦%) ويرجع ذلك إلي عدم وجود بنود داخل هذه الشركات للمساهمة في مشاريع الأسر المنتجة.
- حينما سئل مجتمع البحث عن "تقديم دعم نقدي للغارمات" جاءت استجاباتهم على النحو التالي: حيث جاءت استجابة المبحوثين إلى حد ما بنسبة (٢٦,٧%) في حين رفض ذلك بنسبة (٧٣,٣%) ويمكن تفسير ذلك إلى أن بعض الشركات تحدد برامج معينة للأنفاق وليس كل البرامج ولذلك فهي تكون متخصصة في جزء معين تقدمه من البرامج دون غيرها.

جدول رقم (١١)
البرامج التي تقدمها الشركة لخدمة المجتمع
(برامج خاصة بالبيئة)
(ن = ٣٠)

م	العبارات	الاستجابات			القوة المعيارية	المتوسط	الترتيب	مستوى الموافقة
		نعم	إلى حد ما	لا				
١	المساهمة في القضاء على المخلفات التي تنتج أثناء عملية التصنيع	٢٠%	١٠%	٢٣,٤%	٧٣	١	متوسطة	
٢	المساهمة في عمليات التشجير.	٢%	٢٣,٤%	٧٠%	٤١	٢	ضعيف	
٣	عمل حملات توعيه للمحافظة على البيئة.	-	٦,٧%	٩٣,٣%	٣٢	٤	ضعيف	
٤	تدوير النفايات لتقليل التلوث البيئي.	-	-	١٠٠%	٣٠	٥	ضعيف	
٥	المشاركة مع المؤسسات التعليمية في إقامة المنزهات العامة للحفاظ على البيئة.	-	٢٦,٧%	٧٣,٣%	٣٨	٣	ضعيف	

يتضح من الجدول (١١) والذي يوضح استجابات مجتمع البحث نحو (البرامج الخاصة بالبيئة) لخدمة المجتمع بشركات القطاع الخاص ما يلي:

- حينما سئل مجتمع البحث عن "المساهمة في القضاء على المخلفات التي تنتج أثناء عملية التصنيع" جاءت استجاباتهم على النحو التالي: حيث وافق على ذلك نسبة (٦٦,٦%) وأيدهم إلى حد ما بنسبة (١٠%) في حين رفض ذلك (٢٣,٤%)، ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن هناك آثاراً سلبيةً تنتج من عمليات الإنتاج تؤثر على البيئة؛ حيث إنه حَظَرَ يهدد أفراد المجتمع وتسبب لهم بعض الأمراض المزمنة؛ بل ويهدد حياة الكائنات الحية وبالتالي؛ فهي تؤثر على مدى إمكانية المشاركة في عمليات التنمية لذلك يتوجب على الشركات المساهمة في القضاء على هذه المخلفات التي تنتج منهم.

- حينما سئل مجتمع البحث عن "المساهمة في عمليات التشجير" جاءت استجاباتهم على النحو التالي: حيث وافق على ذلك نسبة (٦,٦%) وأيدهم على حد ما (٢٣,٤%) في حين رفض ذلك بنسبة (٧٠%) أي أكثر من نصف حجم العينة، وهنا يستوجب على الشركات مراجعته نفسها حيث يجب تفعيل دورها في عمليات التشجير لما لها من فوائد في التقليل من عملية تلوث الهواء وخفض درجات الحرارة خاصة في ضوء التغيرات المناخية.
- حينما سئل مجتمع البحث عن "عمل حملات توعية للمحافظة على البيئة" جاءت استجاباتهم على النحو التالي: حيث أيد ذلك إلى حد ما نسبة (٦,٧%) في حين رفض ذلك بنسبة (٩٣,٣%)، ويرجع ذلك إلي عدم وجود بروتوكولات بين هذه الشركات ووزارة البيئة الأمر الذي يجب العمل من خلاله على تفعيل دور الشركات في المساهمة في عمل حملات توعيه للمحافظة على البيئة .
- حينما سئل مجتمع البحث عن "تدوير النفايات لتقليل التلوث البيئي" جاءت استجاباتهم على النحو التالي: حيث رفض مجتمع البحث كله بنسبة (١٠٠%)، ويرجع ذلك إلي عدم وجود اتفاقيات بين هذه الشركات وبين المصانع الكبرى الموجودة بينها وبين وزارة البيئة، وهذا يستلزم على الشركات إعادة النظر مرة أخرى في عمل اتفاقيات خاصة بعملية تدوير النفايات حيث لها فوائد كثيرة من حيث المحافظة على البيئة والحفاظ على مصادر الطاقة المختلفة وأيضاً العمل على الحد من الاحتباس الحرارى وتقليل تلوث المياه أيضاً.
- حينما سئل مجتمع البحث عن "المشاركة مع المؤسسات التعليمية في إقامة المنتزهات العامة للحفاظ على البيئة" جاءت استجاباتهم على النحو التالي: حيث جاءت استجابة المبحوثين إلى حد ما بنسبة (٢٦,٧%) في حين رفض ذلك بنسبة (٧٣,٣%) ويمكن تفسير ذلك بما كانت تمر به البلاد من أوبئة عالمية كانت تحد من النشاطات الخارجية والفاعليات داخل المؤسسات التعليمية خلال الفترة السابقة.

ثالثاً: عرض وتحليل وتفسير نتائج البحث بالنسبة للمعوقات التي تحد من فاعلية برامج المسؤولية المجتمعية داخل الشركة.

جدول (١٢)

المعوقات التي تحد من فاعلية برامج المسؤولية المجتمعية لشركات القطاع الخاص في ضوء المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ (ن=٣٠)

م	العبارات	الاستجابات			القوة المعيارية	المتوسط	الترتيب	مستوى الموافقة
		لا	إلى حد ما	نعم				
١	ارتفاع تكلفة تنفيذ برامج المسؤولية المجتمعية.	-	٥	٢٥	٨٥	٢,٨٣	٣	كبيرة
		-	%١٦,٧	%٨٣,٣				
٢	ضعف التنسيق بين الشركات القائمة بتطبيق المسؤولية المجتمعية.	-	٣	٢٧	٨٧	٢,٩	٢	كبيرة
		-	%١٠	%٩٠				
٣	ضعف دور الاعلام في نشر ثقافة المسؤولية لدى الشركات.	-	٥	٢٥	٨٥	٢,٨٣	٣	كبيرة
		-	%١٦,٧	%٨٣,٣				
٤	ضعف ثقافة المؤسسات بالمشكلات والقضايا الاجتماعية.	١١	٨	١١	٦٠	٢	١٣	متوسطة
		%٣٦,٧	%٢٦,٦	%٣٦,٧				
٥	ندرة الاستعانة بالإخصائيين الاجتماعيين في برامج المسؤولية المجتمعية.	-	٦	٢٤	٨٤	٢,٨	٤	كبيرة
		-	%٢٠	%٨٠				
٦	قلة الدعم الكافي لروح العمل التطوعي لدى الشركات.	-	٢٠	١٠	٧٠	٢,٣٣	٩	متوسطة
		-	%٦٦,٧	%٣٣,٣				

كبيرة	٨	٢,٥	٧٥	-	١٥	١٥	ضعف البيانات والمعلومات الكافية للمشروعات التنموية التي يحتاجها المجتمع.	٧
				-	%٥٠	%٥٠		
متوسطة	١٢	٢,٠٦	٦٢	٥	١٨	٧	صعوبة الحصول على التصاريح اللازمة لإقامة مشروعات وبرامج المسؤولية المجتمعية.	٨
				%١٦,٧	%٦٠	%٢٣,٣		
متوسطة	١٤	١,٩٦	٥٩	١٣	٥	١٢	ضعف الخبرات اللازمة لتطبيق برامج المسؤولية المجتمعية.	٩
				%٤٣,٣	%١٦,٧	%٤٠		
متوسطة	١٠	٢,٢٦	٦٨	٧	٨	١٥	قلة الاستراتيجيات الواضحة لممارسة المسؤولية المجتمعية.	١٠
				%٢٣,٣	%٢٦,٧	%٥٠		
متوسطة	٩	٢,٣٣	٧٠	٤	١٢	١٤	غياب التشريعات التي تحفز الشركات على الشراكة المجتمعية.	١١
				%١٣,٣	%٤٠	%٤٦,٧		
كبيرة	١	٣	٩٠	-	٥	٢٥	ضعف الوعي بالموافقة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ الإرشادية	١٢
				-	%١٦,٧	%٨٣,٣		
كبيرة	٢	٢,٩	٨٧	-	٣	٢٧	قلة تبادل الخبرات والتجارب بين الشركات.	١٣
				-	%١٠	%٩٠		
متوسطة	١١	٢,١٦	٦٥	٧	١١	١٢	الاعتقاد بالاهتمام	١٤

				٢٣,٣%	٣٦,٧%	٤٠%	بالمسئولية المجتمعية يقلل من أرباح الشركة.	
كبيرة	٥	٢,٧٦	٨٣	١	٥	٢٤	ضعف المعايير المحاسبية لقياس الأثار الاجتماعية لنشاطات الشركات.	١٥
				٣,٣%	١٦,٧%	٨٠%		
كبيرة	٨م	٢,٥	٧٥	٥	٥	٢٠	البرامج التي تقدم غير موائمة لاحتياجات المجتمع في ضوء التغيرات الحديثة	١٦
				١٦,٧%	١٦,٧%	٦٦,٦%		
كبيرة	٧	٢,٥٦	٧٧	٤	٥	٢١	اقتصار البرامج على فئات محددة من المجتمع	١٧
				١٣,٣%	١٦,٧%	٧٠%		
كبيرة	٦	٢,٦٣	٧٩	٤	٣	٢٣	البرامج المقدمة لا تغطي الاحتياجات الفعلية لأفراد المجتمع	١٨
				١٣,٣%	١٠%	٧٦,٧%		

يتضح من الجدول (١٢) والذي يوضح استجابات مجتمع البحث نحو المعوقات التي تحد من فاعلية برامج المسؤولية المجتمعية لشركات القطاع الخاص في ضوء المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠، وبناءا على استجابات أفراد عينة البحث جاءت المعوقات حسب الأهمية كما يلي:

١. ضعف الوعي بالمواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ الإرشادية.
٢. ضعف التنسيق بين الشركات القائمة بتطبيق المسؤولية المجتمعية.
٣. قلة تبادل الخبرات والتجارب بين الشركات.
٤. ارتفاع تكلفة تنفيذ برامج المسؤولية المجتمعية.

٥. ضعف دور الاعلام في نشر ثقافة المسؤولية لدى الشركات.
٦. ندرة الاستعانة بالإخصائيين الاجتماعيين في برامج المسؤولية المجتمعية.
٧. ضعف المعايير المحاسبية لقياس الأثار الاجتماعية لنشاطات الشركات.
٨. البرامج المقدمة لا تغطي الاحتياجات الفعلية لأفراد المجتمع.
٩. اقتصار البرامج علي فئات محددة من المجتمع.
١٠. ضعف البيانات والمعلومات الكافية للمشروعات التنموية التي يحتاجها المجتمع.
١١. البرامج التي تقدم غير موائمة لاحتياجات المجتمع في ضوء التغيرات الحديثة.
١٢. قلة الدعم الكافي لروح العمل التطوعي لدى الشركات.
١٣. غياب التشريعات التي تحفز الشركات على الشراكة المجتمعية.
١٤. قلة الاستراتيجيات الواضحة لممارسة المسؤولية المجتمعية.
١٥. الاعتقاد بأن الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية يقلل من أرباح الشركة.
١٦. صعوبة الحصول على التصاريح اللازمة لإقامة مشروعات وبرامج المسؤولية المجتمعية.
١٧. ضعف ثقافة المؤسسات بالمشكلات والقضايا الاجتماعية.
١٨. ضعف الخبرات اللازمة لتطبيق برامج المسؤولية المجتمعية.

النتائج العامة للبحث:

أولاً: النتائج الخاصة بأبعاد ومجاور البحث:

١- النتائج الخاصة بوصف الخصائص الديموغرافية لمجتمع البحث:

- جاءت النتائج الخاصة بتصنيف مجتمع البحث على النحو التالي:
- البحث أن تصنيف مجتمع البحث من حيث النوع (ذكر وأنثى) أن نسبة الذكور تمثل (٦٦,٧%) بينما تمثل نسبة الإناث (٣٣,٣%) ويرجع ذلك إلى طبيعة عمل الشركة.
 - كشفت نتائج البحث أن تصنيف مجتمع البحث من حيث الفئة العمرية، أن نسبة (٢٥) إلى أقل من (٣٥) تمثل (٥٠%)، وفئة (٣٥) إلى أقل من (٤٥) تمثل (٥٠%) وقد يرجع ذلك التساوي في النسب إلى الحاجة إلى سن الشباب لكون حركة الشباب أسهل من حيث العمل الميداني وأيضاً يجب توافر الخبرة في مجال العمل.

- كشفت نتائج البحث أن تصنيف مجتمع البحث من حيث المؤهل الدراسي، أن نسبة حملة المؤهلات الجامعية تمثل (٧٠%)، وحملة المؤهلات المتوسطة تمثل (٢٣,٣%)، وحملة دبلوم الدراسات العليا تمثل (٦,٧%) وقد يرجع ذلك إلى سياسات التوظيف المتبعة داخل شركات القطاع الخاص.
- كشفت نتائج البحث أن تصنيف مجتمع البحث حسب الوظيفة، أن هناك وظائف متنوعه مثل الباحث الميداني أو متابع البرامج تمثل (٣٦,٧%)، وجاءت وظيفة الإداري بنسبة (٢٠%)، وجاءت بنفس النسب المتساوية وظيفة محاسب ومسئول برامج حيث مثلوا (١٣,٣%)، وجاءت وظيفة إحصائي اجتماعي بنسبة (١٠%)، ونائب المدير بنسبة (٦,٧%)، وهذا يوضح وجود بعض المعوقات التي تواجه شركات القطاع الخاص أثناء تطبيق برامجها حيث يجب الاستعانة بالإحصائيين الاجتماعيين أكثر من ذلك لما لديهم من معلومات حيث تم إعدادهم نظرياً وعلمياً لمثل هذه الحالات.

٢- النتائج المرتبطة بالعرفه بالمواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠:

- حيث كشفت نتائج البحث أن عدد العاملين الذين على دراية بالمواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ جاءت بنسبة (١٦,٧%) وأن الذين ليسوا على دراية بالمواصفة جاءت بنسبة (٨٣,٣%) وهذا يدل على أن مازال العمل قائم داخل هذه الشركات على العمل الخيري دون الرجوع إلى الأسس العلمية الصحيحة المتمثلة في المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠.

٣ - النتائج الخاصة بواقع برامج المسؤولية المجتمعية لشركات القطاع الخاص في خدمة المجتمع

في ضوء المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠:

أ - البرامج الخاصة (بفرص العمل وتنمية المهارات):

اسفرت نتائج البحث الخاصة بواقع برامج المسؤولية المجتمعية لشركات القطاع الخاص في خدمة المجتمع في ضوء المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ من ناحية (فرص العمل وتنمية المهارات)، حيث جاءت نسبة الموافقة (ضعيفة) وبمتوسط بلغ (١,٦) على النحو التالي:

- توفير فرص عمل لأفراد المجتمع للحد من البطالة.
- توفير دورات تدريبية لتنمية مهارات أفراد المجتمع.

- تسهيل القروض لإقامة المشروعات.
- دعم البرامج المقدمة لتأهيل أفراد المجتمع لسوق العمل.

ب - البرامج التعليمية والثقافية:

اسفرت نتائج البحث الخاصة بواقع برامج المسؤولية المجتمعية لشركات القطاع الخاص في خدمة المجتمع في ضوء المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ من ناحية (البرامج التعليمية والثقافية)، حيث جاءت نسبة الموافقة (متوسطة) وبمتوسط بلغ (٢,٢) على النحو التالي:

- تقديم دعم نقدي للطلاب غير القادرين.
- تقديم منح دراسية للمتفوقين دراسياً.
- التعاون مع الهيئات في القضاء على الأمية.
- إمداد المؤسسات التعليمية بالأجهزة الحديثة.
- تدعيم مؤسسات التعليم على جميع المستويات.

ج- البرامج الخاصة (بالصحة):

اسفرت نتائج البحث الخاصة بواقع برامج المسؤولية المجتمعية لشركات القطاع الخاص في خدمة المجتمع في ضوء المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ من ناحية (البرامج الخاصة بالصحة)، حيث جاءت نسبة الموافقة (متوسطة) وبمتوسط بلغ (٢,٣) على النحو التالي:

- إمداد المستشفيات بالمعدات والمستلزمات الطبية.
- إنشاء مراكز طبية متخصصة.
- تسهيل الحصول على الأدوية واللقاحات.
- المساهمة في إجراء بعض العمليات الجراحية.
- رعاية القوافل الطبية للقرى الأكثر فقراً.

د - البرامج الخاصة (بالمرأة):

اسفرت نتائج البحث الخاصة بواقع برامج المسؤولية المجتمعية لشركات القطاع الخاص في خدمة المجتمع في ضوء المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ من ناحية (البرامج الخاصة بالمرأة)، حيث جاءت نسبة الموافقة (متوسطة) وبمتوسط بلغ (١,٧) على النحو التالي:

- تجهيز الفتيات غير القادرات المقبلات على الزواج.
- تقديم مساعدات مادية للمرأة المعيلة.

- المساهمة في مشاريع الأسر المنتجة.
- توفير فرص عمل للمرأة المعيلة.
- تقديم دعم نقدي للغرامات.

هـ - البرامج الخاصة (بالبيئة):

- اسفرت نتائج البحث الخاصة بواقع برامج المسؤولية المجتمعية لشركات القطاع الخاص في خدمة المجتمع في ضوء المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ من ناحية (البرامج الخاصة بالصحة)، حيث جاءت نسبة الموافقة (ضعيفة) وبمتوسط بلغ (١,٤) على النحو التالي:
- المساهمة في القضاء على المخلفات التي تنتج أثناء عملية التصنيع.
 - المساهمة في عمليات التشجير.
 - المشاركة مع المؤسسات التعليمية في إقامة المنتزهات العامة للحفاظ على البيئة.
 - عمل حملات توعية للمحافظة على البيئة.
 - تدوير النفايات لتقليل التلوث البيئي.

٤ - النتائج الخاصة بالنسبة للمعوقات التي تحد من فاعلية برامج المسؤولية المجتمعية لشركات

القطاع الخاص في خدمة المجتمع في ضوء المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠

- اسفرت نتائج البحث عن أهم المعوقات التي تحد من فاعلية برامج المسؤولية المجتمعية لشركات القطاع الخاص، حيث جاءت نسبة الموافقة (كبيرة) وبمتوسط بلغ (٢,٥) كما جاءت أكثر المعوقات أهمية كما يلي:
- ضعف الوعي بالمواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ الإرشادية.
 - ضعف التنسيق بين الشركات القائمة بتطبيق المسؤولية المجتمعية.
 - قلة تبادل الخبرات والتجارب بين الشركات.
 - ارتفاع تكلفة تنفيذ برامج المسؤولية المجتمعية.
 - ضعف دور الاعلام في نشر ثقافة المسؤولية لدى الشركات.
 - ندرة الاستعانة بالإخصائيين الاجتماعيين في برامج المسؤولية المجتمعية.
 - ضعف المعايير المحاسبية لقياس الأثار الاجتماعية لنشاطات الشركات.
 - البرامج المقدمة لا تغطي الاحتياجات الفعلية لأفراد المجتمع.
 - اقتصار البرامج علي فئات محددة من المجتمع.

- ضعف البيانات والمعلومات الكافية للمشروعات التنموية التي يحتاجها المجتمع.
- البرامج التي تقدم غير موائمة لاحتياجات المجتمع في ضوء التغيرات الحديثة.
- قلة الدعم الكافي لروح العمل التطوعي لدى الشركات.
- غياب التشريعات التي تحفز الشركات على الشراكة المجتمعية.
- قلة الاستراتيجيات الواضحة لممارسة المسؤولية المجتمعية.
- الاعتقاد بأن الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية يقلل من أرباح الشركة.
- صعوبة الحصول على التصاريح اللازمة لإقامة مشروعات وبرامج المسؤولية المجتمعية.
- ضعف ثقافة المؤسسات بالمشكلات والقضايا الاجتماعية.
- ضعف الخبرات اللازمة لتطبيق برامج المسؤولية المجتمعية.

ثانياً: الرؤية الاستشرافية لتطوير برامج المسؤولية المجتمعية لشركات القطاع الخاص في خدمة

المجتمع في ضوء المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠:

- ١ - أهداف الرؤية الاستشرافية:
 - تطوير برامج المسؤولية المجتمعية في خدمة المجتمع في ضوء المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ لدى شركات القطاع الخاص.
- ٢ - الركائز الأساسية التي تعتمد عليها الرؤية الاستشرافية:
 - مستخلصات نتائج الدراسات السابقة.
 - مضامين المحتوى النظري التي اشتملت علي جوانب المصادر الأساسية التي تشمل برامج المسؤولية المجتمعية وأيضا المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠.
 - الدليل الإرشادي للمواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠.
 - الواقع الحالي لبرامج المسؤولية المجتمعية داخل الشركات، وذلك من خلال أداة الدراسة (الاستبيان).
 - تحليل نتائج البحث الحالي.
- ٣ - المسلمات، والافتراضات الأساسية التي تقوم عليها الرؤية الاستشرافية:
 - تعتبر المسؤولية المجتمعية واحدة من دعائم الحياة المجتمعية الضرورية؛ لأنها سبيل التقدم الحضاري للفرد والمجتمع.

- أن الدولة لا تستطيع بمفردها تحمل أعباء التنمية؛ بل يجب أن تساهم معها كافة المنظمات في هذه العملية وتقوم كل منها بدورها، ويجب أن توفر الدولة المناخ السياسي والتشريعي الذي يساعد الشركات على القيام بدورها في خدمة المجتمع.
- أهمية دور شركات القطاع الخاص كإحدى المنظمات التي تساهم في تحقيق التنمية المستدامة.

٤ - محاور الرؤية الاستشرافية والبرامج المتضمنة لها:

من خلال نتائج البحث الحالي والدراسات السابقة وما يعانيه المجتمع المصري جراء أزمة فيروس كورونا المستجد يمكن تطوير برامج المسؤولية المجتمعية لشركات القطاع الخاص في خدمة المجتمع وفقاً لاحتياجات المجتمع المصري وأيضاً وفقاً للمواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠ كما يلي:

أ. البرامج الخاصة (بفرص العمل وتنمية المهارات)

- برامج المنح التدريبية المنتهية بالتوظيف.
- برامج لرفع مستوى الثقافة الاستثمارية.
- برامج لرفع المستوى العام للمجتمع في كافة المجالات.
- تدعيم التعاقد علي عدد من المشروعات المتوسطة ومتناهية الصغر.
- برامج لخدمة المشاريع الموجهة لخدمة المجتمع.
- برامج لخدمة العمالة الغير المنتظمة.

ب- البرامج التعليمية والثقافية:

- برامج البعثات الدراسية.
- برامج للتدريب الصيفي للطلاب.
- برامج التدريب التعاوني.
- برامج تعزيز البحث العلمي.
- قيام الشركات بتبني البرامج والمنح للتعليم والتدريب.

ج - البرامج الخاصة (بالصحة):

- إنشاء عيادات لمكافحة التدخين.
- توفير أجهزة وسكن للمرضي المحتاجين.

- برامج نقل المرضى.
- برنامج تأهيل أبناء الضمان الاجتماعي.
- برامج لمكافحة العمى السكري.
- برامج لنشر الوعي الصحي بين أفراد المجتمع.
- د- البرامج الخاصة (بالمرأة):
 - برامج لدعم ومساعدة الأسرة الفقيرة.
 - برامج لدعم الغارمات.
 - برامج لدعم الناجيات من الحروق.
 - برامج لدعم الفتيات المعنفات.
 - برامج لتوعية الفتيات المقبلات علي الزواج.
- هـ- البرامج الخاصة (بالبيئة):
 - برامج لنشر ثقافة الاستدامة البيئية.
 - برامج للتوعية بالتغيرات المناخية .
 - برامج للاهتمام بترشيد المياه والكهرباء .
 - برامج للمشاركة في تدوير النفايات لتقليل التلوث البيئي.
 - برامج للمشاركة في التحول نحو الاقتصاد الأخضر.
- و- المؤسسات المشاركة في تنفيذ الرؤية الاستشرافية:
 - المؤسسات الحكومية التي تعمل في مجال تنمية وخدمة المجتمع، ومنها على سبيل المثال (اتحاد الصناعات المصرية- وزارة التضامن الاجتماعي- وزارة الاستثمار والبيئة، وزارة التربية والتعليم).
 - مؤسسات القطاع الخاص.
 - مؤسسات تنمية المجتمعات المحلية.
 - المراكز البحثية والجامعات.
 - منظمة العمل الدولية.
 - المنظمة الدولية للتقييس (الأيزو).
 - المركز المصري للمسئولية الاجتماعية للشركات.

- الهيئة المصرية العامة للمواصفات والجودة والمعهد القومي للجودة و الجمعية المصرية للجودة.

٦ - دور الحكومة في تنفيذ الرؤية الاستشرافية:

- توفير مناخ ملائم لقيام الشركات بنشاطها ومواجهة تحديات المنافسة المحلية والعالمية.

- إيجاد جهة قانونية أو مظلة تُشرف على برامج المسؤولية المجتمعية؛ وذلك للعمل على منع ازدواجية البرامج وتكرارها.

- توفير المعلومات وإتاحتها وتحسين نظم الحوكمة في الهيئات والإدارات الحكومية المختلفة وتشجيع الشراكة بين القطاعين العام والخاص.

- تعمل الحكومة على توجيه الوزارات والهيئات؛ لتسهيل تنفيذ المشروعات التنموية.

- إعطاء القدوة الحسنة لشركات القطاع الخاص من خلال الإفصاح والاعلان بشفافية عن سياسات الحكومة المختلفة.

- منح بعض الجوائز المالية والمعنوية لتشجيع شركات القطاع الخاص علي المساهمة الفعالة في برامج المسؤولية المجتمعية لرأس المال.

- تضمين المسؤولية المجتمعية في المناهج التعليمية في التعليم العام، وكذلك التعليم العالي وإيجاد تخصص في الجامعات للمسؤولية المجتمعية بكافة الدرجات العلمية.

- تشجيع شركات القطاع الخاص علي التزاماتها بمسئولياتها المجتمعية تجاه أصحاب المصالح من خلال الحوافز الضريبية والامتيازات الخاصة بالمناقصات الحكومية لفترة محدودة وربطها بتحقيق أهداف اجتماعية بعينها.

- إجراء المزيد من الدراسات والبحوث في مجال المسؤولية المجتمعية.

- تفعيل المؤشر المصري لمسؤولية الشركات وعدم اقتصره فقط على الشركات المقيدة في المؤشر EGX100.

- توفير البنية التحتية اللازمة لأداء شركات القطاع الخاص للمسؤولية المجتمعية وعلي وجه الخصوص الأنظمة مع توفير البيانات والمعلومات في ضوء الاحتياجات الفعلية للمجتمع.

- ضرورة اهتمام وسائل الاعلام بالتوعية بنشر ثقافة المسؤولية المجتمعية ومبادئها الصحيحة والمجالات المرتبطة بها والعائد علي المنشآت المؤدية لها.
- تنظيم ورش عمل ودورات تدريبية لصقل الخبرة في مجال المسؤولية المجتمعية لشركات القطاع الخاص.
- ٧ - دور القطاع الخاص في تنفيذ الرؤية الاستشرافية :
- يتعين علي شركات القطاع الخاص أن تهتم بتلبية التزاماتها تجاه العملاء وأن تسعى جاهدة لتلبية رغباتهم وحماية حقوقهم.
- التزام شركات القطاع الخاص بمجموعة من القواعد الأخلاقية التي تحددها مجالس الادارات ويتم اعلانها بكل شفافية وتلتزم الشركة بتطبيقها.
- أن تدرك الشركات أن المسؤولية المجتمعية مجال للاستثمار يعود بالفائدة علي المنظمة علي المدى القريب والبعيد.
- تبني شركات القطاع الخاص سياسة واضحة للتنمية البشرية، بحيث تنص علي مشاركة العاملين بالشركات في إدارتها من خلال مراجعة الميزانيات السنوية وتحديد الأجور ومستوي الرعاية الصحية التي يتمتعون بها وأيضا التدريب الذي يحتاجون إليه.
- يتعين علي كل شركة أن تضمن الرسالة الخاصة بها سياستها في تحمل مسؤولياتها المجتمعية تجاه مختلف أصحاب المصالح علي النمو الذي يؤكد علي حماية أصول الشركة واحترام حقوق أصحاب المصالح.
- عقد اجتماعات واتصالات مع أصحاب المصلحة وذلك بخصوص البرامج التي تتعلق بالمسؤولية المجتمعية.
- أن تسعى شركات القطاع الخاص لزيادة فاعلية الشراكة بينها وبين الشركات الأخرى أو مع باقي المنظمات سواء كانت أهلية أو حكومية؛ لتنفيذ برامج المسؤولية المجتمعية.
- اعداد توجيهات استرشادية للمسؤولية المجتمعية في ضوء المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠.

- عقد دورات وبرامج تدريبية؛ وذلك من خلال تدريب القائمين بالعمل بقسم المسؤولية المجتمعية وكذلك تدريب القيادات العليا بمفهوم الأيزو ٢٦٠٠٠، وذلك بهدف العمل على تبني مبادئ ومعايير المواصفة القياسية الأيزو ٢٦٠٠٠.
- ضرورة مراعاة الاعتبارات البيئية أثناء ممارسة شركات القطاع الخاص لنشاطها الاقتصادي.
- ضرورة وجود إدارات متخصصة للمسؤولية المجتمعية داخل شركات القطاع الخاص تتولي تخطيط وتنفيذ البرامج مع الجهات ذات العلاقة .
- العمل على إصدار نشرات أو دوريات خاصة بالبرامج التي تقدمها شركات القطاع الخاص لخدمة المجتمع.
- التعرف علي نقاط القوة والضعف لتطبيق أفضل الأساليب في مجالات المسؤولية المجتمعية.
- ضرورة توافر عدد من الاخصائيين الاجتماعيين لتنفيذ برامج المسؤولية المجتمعية داخل شركات القطاع الخاص.
- ترتيب أولويات التنمية الاجتماعية التي يتعين علي شركات القطاع الخاص استهدافها وتحديد أكفا الطرق للتعامل معها.
- رسم استراتيجية متكاملة للمسؤولية المجتمعية مع توضيح المبادئ العامة التي يجب أن تلتزم بها شركات القطاع الخاص عند تنفيذ برامج المسؤولية المجتمعية.
- تدليل التحديات التي تواجه العاملين في أثناء تطبيق برامج المسؤولية المجتمعية.
- إنشاء مجالس استشارية مشتركة بين شركات القطاع الخاص وباقي منظمات المجتمع؛ لتحديد حاجات المجتمع والتعرف على مشكلاته.
- ضمان الشفافية في تقارير الأداء والرقابة لبرامج المسؤولية المجتمعية.
- المتابعة والتقييم المستمر لأنشطة المسؤولية المجتمعية من قبل شركات القطاع الخاص.

٨ - الاستراتيجيات المستخدمة في تنفيذ الرؤية الاستشرافية:

- استراتيجية إعادة البناء المعرفي: وذلك للتعرف علي كل ما هو جديد في مجال المسؤولية المجتمعية.

- استراتيجية التنمية: لتحقيق أهداف التنمية الاجتماعية والاقتصادية والبيئية للمجتمع، وذلك من خلال استخدام الموارد المادية والتنظيمية والتكنولوجية المتوفرة لديه بما يحقق أفضل استخدام لها.
- استراتيجية المبادأة: وهي أن تتولى الشركة قيادة التغيير في المجتمع المحيط.
- استراتيجية الاتصال: تستخدم استراتيجية الاتصال، لتسهيل توفير الخدمات وأيضاً السرعة في تقديم الخدمة.
- استراتيجية التدريب: ويقصد بها مجموعة الخبرات التي تُقدم بشكل واعٍ ومقصود ومخطط له، وتهدف إلى نقل فريق العمل من المستوى المحدود الذي هم عليه من حيث الفهم والمهارة والاتجاهات إلى مستويات تمكنهم من فهم كل ما هو جديد في مجال المسؤولية المجتمعية.
- استراتيجية التنافس الإيجابي: تستخدم هذه الاستراتيجية مع الشركات بعضها البعض؛ وذلك لإبراز دور كل شركة في كيفية المساهمة في خدمة وتنمية المجتمع.
- استراتيجية تدعيم العاملين: تستخدم لجذب المتطوعين للمشاركة في أعمال الشركات والمنظمات الأخرى التي لا يكون لديها القدر الكافي من العاملين.
- استراتيجية التنسيق: تستخدم للتنسيق بين الخدمات التي تقدمها الشركات وبين الخدمات التي تقدمها باقي المنظمات سواء كانت حكومية أو غير حكومية.
- استراتيجية الاستشارة: تستخدم لتحويل المشكلة من مجال عدم الإدراك إلى مجال الإحساس والإدراك بهذه المشكلة.
- استراتيجية المشاركة: تستخدم للمشاركة في تقديم الخدمات سواء مع الشركات الأخرى أو المنظمات الحكومية.
- استراتيجية التعاون: تستخدم من خلال التعاون وإبرام الاتفاقات مع المنظمات الوطنية والإقليمية والمنظمات العربية والدولية.
- استراتيجية التفاعل: تستخدم لإتاحة الفرصة لتبادل وجهات النظر في الموضوعات المختلفة، وذلك لتحديد الأولويات في وضع القرارات.

- استراتيجية الاقناع: تستخدم هذه الاستراتيجية في تغيير الأفكار التقليدية لفريق العمل والتي تحد من تطوير وتحديث الخدمات والبرامج التي تقدمها الشركات في ضوء التطورات التي تحدث داخل المجتمع.

٩- الأدوار المستخدمة في تنفيذ الرؤية الاستشرافية :

- دور المخطط: يقوم الاخصائي الاجتماعي المخطط بالعمل على تقدير الموقف ودراسة الاحتياجات المجتمعية والمشكلات التي تواجه عملية التنمية من خلال عملية جمع المعلومات والبيانات ومن ثم إعداد الخطط لتقديم البرامج وتوضيحها للجهات المختصة وأيضاً يمكن أن يساهم في إحداث تغيير في اللائحة الداخلية للشركة لصالح أفراد المجتمع.

- دور الوسيط الاتصالي: بحيث يكون الإخصائي الاجتماعي المخطط حلقة وصل ووسيط بين الهيئات الحكومية والأهلية والقطاع الخاص بغرض تيسير عملية التواصل والوصول إلى صنع أكفأ القرارات وأصلحها للمجتمع، وكذلك ربط الموارد الرئيسية بالاحتياجات الضرورية.

- دور الباحث: يقوم الاخصائي الاجتماعي المخطط بالعمل علي جمع البيانات والمعلومات اللازمة عن الاحتياجات المجتمعية من خلال دراسة المشكلات الاجتماعية وتحليل الخطوات والاساليب والبرامج وتحليل العملية التخطيطية والتقييم، ومن ثم الوقوف علي إيجابيات وسلبيات الخدمات والأنشطة التي تقدمها شركات القطاع الخاص.

- دور الخبير: حيث يقوم الاخصائي الاجتماعي المخطط بتوفير الخبرة المطلوبة للتعامل مع مشكلة من المشكلات أي كان نوعها وبعمل البحوث والدراسات وجمع المعلومات والبيانات بهدف تزويد شركات القطاع الخاص بالمعلومات والموارد اللازمة.

- دور المستشار: حيث يقوم الاخصائي الاجتماعي المخطط بتقديم المساعدة للعملاء أو لشركات أخرى غير الذي يعمل بها بهدف زيادة المعلومات ومواجهة مشكلات العملاء وتوضيح التداخل بين السياسات والعمل علي تنسيقها. ومن خلال ذلك يستطيع تقديم الاستشارات للعاملين بقسم المسؤولية المجتمعية والإدارات العليا عن

المشكلات التي تواجه أفراد المجتمع وكذلك احتياجات المجتمع، وكيفية توجيه برامج المسؤولية المجتمعية لخدمة المجتمع.

- دور جامع ومحل البيانات: يستخدم الاخصائي الاجتماعي المخطط هذا الدور لجمع البيانات عن المشكلات التي تواجه المجتمع وكذلك دراسة الموارد المتاحة بشركات القطاع الخاص والمجتمع، بغرض الاستفادة منها، ثم يقوم بعد ذلك بتحليل البيانات وتفسيرها مما يساعد شركات القطاع الخاص على تقديم خدماتها للمجتمع بسهولة ويسر.

- دور المرشد: يقوم الاخصائي الاجتماعي المخطط بتوصيل معلومة يطلبها العاملين بشركات القطاع الخاص عند الحاجة إليها لمساعدتهم وارشادهم للاتجاه الصحيح عند تقديم الخدمات وكذلك أفراد المجتمع مما يطلب منه تكوين علاقات دورية مع كل الوحدات.

- دور النمى: يرتبط دور الاخصائي الاجتماعي المخطط بتحريك الموارد والطاقات البشرية وغير البشرية الكامنة في المجتمع وحسن استثمارها وذلك يكون من خلال حسن استثمار وتوجيه هذه الموارد مع تقديم أفضل السبل لتجميع الجهود المجتمعية وتنظيمها لتحقيق التنمية.

- دور المساعد: وفيه يستحث الاخصائي الاجتماعي المخطط العاملين بشركات القطاع الخاص علي التعبير عن حاجاتهم وتدعيم روح التعاون فيما بينهم ومساعدتهم علي تحديد الأهداف وإيجاد الدافع لهم لاستخدام الموارد الميسرة والحالية .

- دور المعلم: يقوم المنظم من خلال هذا الدور بتدريب العاملين بأقسام المسؤولية المجتمعية بالشركات على كيفية إعداد وتصميم البرامج.

المراجع

(أ) المراجع العربية

١. إبراهيم، وفاء يسرى (٢٠٠٤م)، إسهامات منظمات رجال الأعمال في تنمية المجتمع ودعم حقوق الإنسان، المؤتمر العلمي السنوي الخامس عشر، الرعاية الاجتماعية وحقوق الإنسان، جامعة القاهرة، كلية الخدمة الاجتماعية فرع الفيوم.
٢. أبو النصر، مدحت محمد (٢٠١٤م)، تقييم برامج المسؤولية الاجتماعية في المجال الصحي لشركات الاتصالات في مصر، ملتقى نحو دور فاعل لبرامج المسؤولية الاجتماعية في تطوير الخدمات الاجتماعية الصحية، جدة.
٣. أبو النصر، مدحت محمد (٢٠١٥م)، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات المواصفة القياسية ISO 26000، المجموعة العربية للتدريب والنشر.
٤. أبو النصر، مدحت محمد؛ والسروجي، طلعت (٢٠٠٨م)، المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص تجاه المجتمع، مؤتمر المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة، وزارة الاستثمار، المركز المصري لمسئولية الشركات، الجيزة.
٥. أحمد، ياسر عبد الكريم (٢٠١٢م)، تقييم تحقيق التنمية المستدامة في شركة مطاحن سين للغلال في ضوء معايير المواصفة القياسية أيزو ٢٦٠٠٠، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي، السودان.
٦. الأسرج، حسين عبد المطلب (٢٠١٢م)، تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدول العربية، الملتقى الدولي الثالث، منظمات الأعمال والمسئولية الاجتماعية، جامعة بشار، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر.
٧. الأسرج، حسين عبد المطلب (٢٠١٤م)، المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص ودورها في التنمية المستدامة للمملكة العربية السعودية، نقلا عن موقع: <https://mpr.ub.uni-muenchen.de/id/eprint/54977>
٨. الجوهري، عبد الهادي وآخرون (٢٠٠١م)، دراسات في التنمية الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.
٩. الحارثي، عسكر (٢٠٠٩م)، تجربة المملكة العربية السعودية في ترسيخ أسس المسؤولية الاجتماعية، الملتقى العربي الأول حول المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات الأعمال تجارب عربية وأجنبية، الشارقة، الإمارات.

١٠. الحضرمي، أحمد بن سعيد بن ناصر (٢٠٢٠م)، المسؤولية الاجتماعية لموارد البشرية بالشركات، بدون ناشر.
١١. الحمزاوي، عز الدين؛ والسرساوي، ريم عاطف (٢٠١٦م)، المسؤولية المجتمعية ISO 26000، مجلة الجمعية المصرية للجودة، العدد (٣١).
١٢. السحبياني، صالح (٢٠٠٩م)، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية، المؤتمر الدولي حول القطاع الخاص في التنمية، تقييم واستشراف، لبنان، بيروت.
١٣. السكري، أحمد شفيق (٢٠٠٠م)، قاموس الخدمة الاجتماعية والخدمات الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
١٤. السيف، عبد المحسن بن فهد وآخرون (٢٠١٨م)، المسؤولية المجتمعية لشركات الاتصالات تجاه قضايا المستهلك في المجتمع السعودي، مجلة الخدمة الاجتماعية، الجمعية المصرية للإحصائيين الاجتماعيين، العدد (٦٠)، الجزء (١).
١٥. الطائي، حامد الطائي (٢٠١٠م)، تطوير المنتجات وتسعيورها، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن.
١٦. العربي، أحمد عبادة (٢٠٠٩م)، دور المؤسسات الخيرية في المسؤولية الاجتماعية للشركات، مكتبة الملك فهد الوطنية، سلسلة المؤتمرات والندوات، ط١.
١٧. العيونس، رياض عبد الرحمان (٢٠٢١م)، دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في التخفيف من آثار الأوبئة والكوارث الصحية: دراسة حالة مساهمة شركات التكنولوجيا العالية العالمية الخمسة الكبرى في التخفيف من آثار فيروس كورونا Covid-19، مجلة تنمية الموارد البشرية، مج (١٦)، العدد (٢)، جامعة محمد لمين دباغين، الجزائر.
١٨. الغالبي، طاهر محسن منصور؛ والعامري، صالح مهدي محسن (٢٠٠٦م)، تباين الأهداف المتوخاة من تبنى المسؤولية الاجتماعية في المنظمات الحكومية والخاصة، مجلة البقاء للبحوث والدراسات، مج (٩)، العدد (١)، جامعة عمان الأهلية.
١٩. الغرفة التجارية الصناعية بالرياض (٢٠٠٩م)، سُبل وآليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، ط٢، الرياض.
٢٠. القرني، أحمد بن عبد القادر (٢٠١٤م)، معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال في السعودية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، العدد (٣)، مج (١٠).
٢١. المعجم الوسيط (٢٠٠٤م)، معجم اللغة العربية، ط٣، مكتبة الشرق الدولية، القاهرة.

٢٢. الهذلي، نائف بن سراج، المقاييس العالمية للمسؤولية الاجتماعية، نقلا عن موقع

www.csr.sa.com

٢٣. برنامج الأمم المتحدة للتنمية (٢٠٠٧م)، حلول قطاع الأعمال للتنمية البشرية، مصر.

٢٤. بريش، عبد القادر؛ وغرايه، زهير (٢٠١٢م)، دور القطاع الخاص في الجزائر في تعميق مبادئ وممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات، الملتقى الدولي الثالث بجامعة بشار، الجزائر.

٢٥. تقرير التنمية البشرية (٢٠١٣م).

٢٦. توام، زاهية؛ ورزاي، سعاد (٢٠٢٠م)، تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل جائحة كورونا: نموذج عن شركات عالمية، مجلة الميادين الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، مج (٣)، العدد (١)، جامعة الجزائر.

٢٧. حجاج، إبراهيم عبد المحسن (٢٠١٥م)، استراتيجية مقترحة لتفعيل المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في تنمية المجتمع، مجلة جامعة حضر موت للعلوم الإنسانية، العدد (٢)، جامعة حضر موت، اليمن.

٢٨. دليل إرشادي حول المسؤولية المجتمعية (٢٠١٠م)، المواصفة القياسية الدولية أيزو ٢٦٠٠٠ الترجمة الرسمية.

٢٩. رايح، عرابية؛ وهيبة، بن داودية (٢٠١٩م)، المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في التنمية- عرض تجارب بعض الشركات العالمية، مكتبة عين الجامعة، القاهرة.

٣٠. زيادة، أحمد عبد الخالق وآخرون (٢٠١٥م)، تعزيز مواطنة شركات القطاع الخاص لتحقيق التنمية المجتمعية، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، العدد (٤)، الجزء (٣).

٣١. شركة تنمية المعرفة، المسؤولية الاجتماعية الأيزو ٢٦٠٠٠، نشرة تعريفية، السعودية.

٣٢. شيباني، عبد القادر؛ وفلاق، محمد (٢٠٢١م)، واقع تبني المسؤولية الاجتماعية للشركات في الوطن العربي في ظل جائحة كورونا (كوفيد ١٩) "التجربة السعودية أنموذجاً"، مجلة المنهل الاقتصادي، مج (٤)، العدد (١)، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، الجزائر.

٣٣. صقر، أحمد محي خلف (٢٠٢٢م)، المسؤولية المجتمعية للشركات في ظل انتشار جائحة فيروس كورونا المستجد: تحليل سوسيولوجي مقارن، المجلة العربية لعلم الاجتماع، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، جامعة القاهرة، كلية الآداب، العدد (٢٩).

٣٤. عبد الجليل، محمد حسنى عبد وآخرون (٢٠١٣م)، دراسة وتقييم المؤشر المصري للمسئولية الاجتماعية والبيئية والحوكمة كأسلوب لتقييم الأداء الاجتماعي للشركات، دراسة نظرية، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، مج (٢٧)، العدد (٤)، الجزء الأول.
٣٥. عبد الجواد، سلوى عبد الله (٢٠١١م)، تقويم فعالية جهود جمعية رجال الأعمال في النهوض بالشباب من خلال المشروعات الصغيرة، المؤتمر العلمي الرابع والعشرين، جامعة حلوان، كلية الخدمة الاجتماعية.
٣٦. عبد السند، سرية جاد الله (٢٠٠٩م)، دور رجال الأعمال في تحمل المسؤولية الاجتماعية تجاه تنمية المجتمع من منظور طريقة تنظيم المجتمع، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، العدد (٢٧)، جامعة حلوان، كلية الخدمة الاجتماعية، القاهرة.
٣٧. عبد العزيز، سامي (٢٠٠٩م)، المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، المؤتمر السنوي الحادي عشر، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، الجيزة.
٣٨. عبد العليم، أحمد عبد الخالق (٢٠١٤م)، مؤشرات تخطيطية للمسئولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص في تحقيق التنمية المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الفيوم، كلية الخدمة الاجتماعية.
٣٩. عثمان، محمد عبد السميع (٢٠١٧م)، مناهج البحث الاجتماعي، دار أبو المجد للطباعة، القاهرة.
٤٠. على، ماهر أبو المعاطى (٢٠١٠م)، الاتجاهات الحديثة في إدارة المؤسسات الاجتماعية، جامعة حلوان، المكتب الجامعي الحديث.
٤١. عنایت، عبد الرحمن (٢٠٢١م)، لماذا تزداد أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات، مجلة انتر برنيور.
٤٢. عيسى، فؤاد محمد (٢٠٠٩م)، المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في مصر دراسة حالة تطبيقية لقياس وتقييم المسؤولية الاجتماعية للشركات، المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية ووزارة الدولة للتنمية الإدارية، مركز الاستشارات والبحوث والتطوير، القاهرة.
٤٣. فرج، سامية بارح (٢٠١٣م)، المسؤولية الاجتماعية لجمعيات رجال الأعمال في توفير الأمن الإنساني للفقراء، المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرون للخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، كلية الخدمة الاجتماعية، القاهرة.

٤٤. قاسم، محمد رفعت؛ وعلى، ماهر أبو المعاطي (٢٠٠٥م)، المنهج العلمي في بحوث الخدمة الاجتماعية "أسس ونماذج تطبيقية"، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة.
٤٥. كمال، أحمد (٢٠٠٩م)، المسؤولية الاجتماعية لجمعيات رجال الأعمال والمستثمرين دراسة حالة على جمعيتي مستثمري مدينة السادس من أكتوبر ومستثمري العبور، المؤتمر السنوي الحادي عشر، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، الجيزة.
٤٦. لحرش، كريم (٢٠١١م)، مغرب الحكامة، التطورات المقاربات والرهانات، الرباط، مطبعة طوب بريس.
٤٧. محمد، أحمد السيد (٢٠٠٩م)، المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص نحو إطار مفاهيمي لنشأة وتطور المفهوم ونموذج مقترح لتقييم الأداء والأثر، المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية ووزارة الدولة للتنمية الإدارية، مركز الاستشارات والبحوث والتطوير، القاهرة.
٤٨. محمد، أيمن عبد الحميد (٢٠١٥م)، إمكانية تطبيق المعايير الإرشادية الأيزو ٢٦٠٠٠ للمسؤولية الاجتماعية بقطاع البترول المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، كلية العلوم الإدارية قسم الإدارة العامة والمحلية.
٤٩. محمد، محمد متولى دكرورى (٢٠٠٨م)، الشراكة مع القطاع الخاص مع التركيز على التجربة المصرية، القاهرة، الإدارة العامة للبحوث المالية، وزارة المالية.
٥٠. محمود، محمد أحمد (٢٠١٤م)، واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الإنتاجية الخاصة والتخطيط لتدعيمها، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، جامعة حلوان، كلية الخدمة الاجتماعية، العدد السادس والثلاثون، القاهرة.
٥١. مصطفى، إبراهيم وآخرون (١٩٨٥م)، المعجم الوسيط، مطابع الأوفست، ج ١، ط ٣، الشرقية، مصر.
٥٢. وزارة الاستثمار (٢٠٠٧م)، البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة "حلول قطاع الأعمال للتنمية البشرية"، نقلا عن: مجلس الوزراء مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار (٢٠١١م)، المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في التنمية.

ب) المراجع لأجنبية

1. Dima Jamali& Ramez Mirshak (2007). Corporate social responsibility (CSR): Theory and practice in a developing country context, Journal of Business Ethics.
2. Guidance on social responsibility(2009). Draft International Standard Iso/Dis 26000. on the web site: www.iso.org..
3. Rüdiger Hahn (2013). ISO 26000 and the Standardization of Strategic Management Processes for Sustainability and Corporate Social Responsibility, Business Strategy & the environment (John Wiley & Sons, Inc).
4. World Bank (2005). Opportunities and options for governments to promote corporate social responsibility in Europe and central Asia, Evidence from Bulgaria, Croatia and Romania.

ج) مواقع شبكة المعلومات الدولية "الإنترنت":

1. <http://www.medadcenter.com/articles/40>
العربي، أحمد عبادة، المسؤولية الاجتماعية واحتياجات المجتمع.
2. www.dawahmemo.com/download.php?id=2825
رابح، عرابة؛ ووهيبة، بن داودية، المسؤولية الاجتماعية ودورها في التنمية- عرض تجارب بعض الشركات العالمية.
3. <http://www.libnor.gov.lb/CustomPage.aspx?id=70>
4. ISO 26000 and the Definition of Social Responsibility: March 14th, 2011, on the web site: <http://www.triplepundit.c>