الفريق الأهلي لدعم شفافية الموازنة العامة
Civil Society Team for Enhancing Pubic Budget Transparency

تقرير حول:

واقع ممارسة القطاع الخاص للمسؤولية الاجتماعية في فلسطين في ضوء المعايير الدولية

سلسلة تقارير رقم 232

أيلول 2022

تقرير حول:

واقع ممارسة القطاع الخاص للمسؤولية الاجتماعية في فلسطين في ضوء المعايير الدولية

أيلول 2022

يتقدم ائتلاف أمان والفريق الأهلي لدعم شفافية الموازنة بالشكر الجزيل للباحثة إيمان سعادة لإعدادها هذا التقرير، وللدكتور عزمي الشعيبي وفريق أمان لإشرافه ومراجعته وتحريره له.

جميع الحقوق محفوظة للائتلاف من أجل النزاهة والمساءلة (أمان).
في حالة الاقتباس، يرجى الإشارة إلى المطبوعة كالتالي: الائتلاف من أجل النزاهة والمساءلة (أمان). 2022. واقع ممارسة القطاع الخاص للمسؤولية الاجتماعية في فلسطين في ضوء المعايير الدولية. رام الله- فلسطين.

إنَّ الائتلاف من أجل النزاهة والمساءلة (أمان) قد بذل جهوداً في التحقّق من المعلومات الواردة في هذا التقرير، ولا يتحمّل أيّ مسؤولية تترتب على استخدام المعلومات لأغراض خارج سياق أهداف التقرير بعد نشره.

The project is funded by the European Union

تم إعداد هذا التقرير بتمويل من الاتحاد الأوروبي، والآراء الواردة فيه لا تعبر بالضرورة عن رأي الاتحاد الأوروبي ولا يتحمل مسؤوليتها.

فهرس المحتويات

الملخّص التنفيذي	5
مقدّمة	7
المفاهيم الدولية للمسؤولية الاجتماعية للشركات	8
1) المعايير الدولية وأسس الحوكمة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات	9
2) تجارب دولية في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات	10
3) مفهوم المسؤولية الاجتماعية في السياق الفلسطيني وأمثلة على مبادرات لتنظيم المسؤولية الاجتماعية للشركات	11
الإطار القانوني الناظم للمسؤولية الاجتماعية في فلسطين	14
1) مدوّنة قواعد حوكمة الشركات في فلسطين	14
2) قانون رقم (42) لسنة 2021 بشأن الشركات	15
3) قرار مجلس إدارة هيئة سوق رأس المال الفلسطينية رقم (1) لعام 2013م بتعليمات معدلّة لتعليمات رقم (2) لسنة 2008م بشأن الإفصاح	15
واقع وحجم المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص الفلسطيني	16
1) المسؤولية الاجتماعية لبنك فلسطين	16
2) المسؤولية الاجتماعية للشركة العربية الفلسطينية للاستثمار- أيبك	17
3) المسؤولية الاجتماعية لشركة باديكو القابضة	18
4) المسؤولية الاجتماعية لشركة ترست للتأمين	18
5) المسؤولية الاجتماعية لشركة مجموعة الاتصالات الفلسطينية	19
6) المسؤولية الاجتماعية لشركة رويال	19
الاستنتاجات: برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات من منظور الشفافية والنزاهة والعدالة الاجتماعية	20
التوصيات	22
المصادر والمراجع	24

الملخص تنفيذي:

يعدّ مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات من المفاهيم الحديثة نسبياً في الإدارة والتي ترى أنّه إلى جانب الإدارة القائمة على تحقيق الربح يجب أن تعمل الشركات ضمن مبادئ تعزز تحقيق أهداف الدول المرتبطة بالتنمية المستدامة. أي أن تراعي الشركات إلى جانب البعد المالي أبعاداً اجتماعية وبيئية وحقوقية مختلفة. يهدف هذا التقرير إلى فحص واقع المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص الفلسطيني بأبعاده الاجتماعية والمالية والحقوقية في ضوء المفهوم والمعايير الدولية المعتمدة، ومؤشرات الحوكمة في إدارة هذا المجال، وتقديم الدعم للفئات المهمشة وفي مقدمتها المشاريع التنموية التي تديرها النساء الفلسطينيات، ودور القطاع الخاص في المساهمة في تعزيز النزاهة ومحاربة كافة أشكال الفساد.

تناول التقرير بداية المفاهيم الدولية للمسؤولية الاجتماعية للشركات والذي عرّج من خلالها على مصطلحات المسؤولية الاجتماعية في الأدبيات المختلفة، ومعايير الحوكمة الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية، والتجارب الدولية في مجال المسؤولية الاجتماعية، ومفهوم المسؤولية الاجتماعية في السياق الفلسطيني وأمثلة على مبادرات لتنظيم المسؤولية الاجتماعية للشركات. حيث كانت بداية تعريف مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات فلسطينياً ورصد الممارسات المرتبطة بها، من خلال مسح المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في الأراضي الفلسطينية المنفّذ من خلال الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني لعام 2009. اعتمد هذا المسح على تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنّها "ثقافة الالتزام بالمسؤولية ضمن أولويات التخطيط الاستراتيجي للمؤسسات، وتوفير الدعم والمساندة تجاه التنمية المستدامة بأبعادها الثلاث، الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. المسؤولية الاجتماعية للشركات هي نهج استراتيجي للقيام بالأعمال التجارية في مجتمعنا بطريقة مستدامة ومسؤولة".

كما استكشف التقرير الإطار القانوني الناظم للمسؤولية الاجتماعية للشركات والذي تناول مدوّنة قواعد حوكمة الشركات في فلسطين، وقانون رقم (42) لسنة 2021 بشأن الشركات، وقرار مجلس إدارة هيئة سوق رأس المال الفلسطينية رقم (1) لعام 2013م بتعليمات معدلّة لتعليمات رقم (2) لسنة 2008م بشأن الإفصاح. ويتناول هذا التقرير كذلك واقع وحجم المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص الفلسطيني، بالاعتماد على عيّنة مكوّنة من خمس شركات من كبرى الشركات المدرجة في السوق المالي في قطاعات متنوعة، إضافة إلى شركة عائلية واحدة. حيث تمّت مراجعة سياسات وبرامج المسؤولية الاجتماعية لكلّ واحدة من هذه الشركات من خلال تقاريرها السنوية وعقد مقابلة مع واحدة فقط منها.

خلص التقرير إلى عدد من الاستنتاجات من أهمها؛ أنّ مفهوم المسؤولية الاجتماعية ما زال غير واضح لدى كثير من شركات القطاع الخاص، حيث يتداخل المفهوم مع أنشطة أخرى مثل العلاقات العامة والترويج للشركة في كثير من الأحيان. كذلك، ما زال أغلب الدعم المقدّم من شركات القطاع الخاص يقدم بناءً على طلبات من الأفراد أو المؤسسات، ولا توجد برامج محددة ضمن خطة استراتيجية معلنة لدى غالبية الشركات التي يتمّ التقدم لها من قبل الأفراد أو المؤسسات للحصول على التمويل لتنفيذ مبادراتهم. أمّا قانونياً، فلا يوجد نصّ قانوني أو تشريع يلزم الشركات بالإنفاق في مجال المسؤولية الاجتماعية، وإنّما تلتزم الشركات بالإفصاح عن سياسات وأنشطة المسؤولية الاجتماعية التي تنفذها. ويظهر من خلال البحث الذي قمنا به وجود اهتمام متفاوت بين الشركات في الإفصاح عن سياسات وأنشطة المسؤولية الاجتماعية. وهذا التفاوت قد يأتي بشكل أساسي من الاهتمام المتفاوت بجانب المسؤولية الاجتماعية ومتابعتها كنشاط أساسي للشركة بذات أهمية باقي جوانب العمل، ومن وعي الشركات بدور المسؤولية الاجتماعية في تحسين صورتها وانعكاسها على عملها. ما يزال شكل الدعم الإغاثي غالباً على عمل كثير من الشركات في مجال المسؤولية الاجتماعية وليس العمل المستدام المرتبط بالتنمية وتحقيق أهداف التنمية المستدامة 2030. حيث تعمل الشركات في مجال المسؤولية الاجتماعية وفق الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية. ففي فترات الحروب الإسرائيلية على قطاع غزة تكثّف الشركات من حملاتها وتبرعاتها الإغاثية والتي قد تتعاون فيها مع شركاء من المجتمع المدني أو شركات أخرى. لكن بشكل عام يظهر أنّ هناك اهتماماً متزايداً في تنفيذ مشاريع وبرامج تنموية تترك أثراً مستداماً على المجتمع ولا ينتهي تأثيرها بانتهاء فترة المشروع.

يظهر من خلال مراجعة تقارير الشركات المساهمة العامة أنّ هناك تركيزاً من قبل الشركات على قطاعات التعليم، وذوي الإعاقة، والأيتام، والصحة، وتدريبات وبرامج الخريجين المختلفة، والبيئة. لكن ما تزال هناك حاجة لنشر القطاعات ذات الأولوية الاجتماعية لكلّ شركة والإعلان عنها بشكل استراتيجي يسمح للمؤسسات أو الأفراد بالتقدم

للحصول على الدعم كلٌّ بحسب مجاله. من ناحية العدالة وبالنظر إلى طبيعة المشاريع التنموية المنفّذة من قبل الشركات، ستستفيد الفئات المهمشة كذوي الإعاقة أو النساء أو الفقراء من تنفيذ هذه المشاريع، على الرغم من أنّه لا توجد مشاريع كثيرة تستهدف تمكين للنساء إلّا أنّ طبيعة المشاريع تتمثّل بكونها موجّهة للفئات الأقلّ حظاً في المجتمع. لكن ليست لدينا معلومات تفصيلية عن عدد المستفيدات مقابل عدد المستفيدين من هذه المشاريع، حيث لم نتمكّن من عقد عدد من المقابلات والحصول على هذه المعلومات من قبل الشركات. من ناحية أخرى، ما زالت شركات القطاع الخاص لم تُبدِ اهتماماً بالانخراط في دعم جهود مكافحة الفساد، لكنّها منفتحة على استقبال أفكار من قبل المؤسسات الفاعلة في هذا المجال لدراستها.

في النهاية، لا يمكن أن نتوقع نتائج تنموية مستدامة من خلال عمل الشركات في مجال المسؤولية الاجتماعية دون أن تأخذ الشركات في تطبيق المسؤولية الاجتماعية كافة الأبعاد المتعلقة بسياسات عمل الشركة، والتوظيف، وحقوق العمال والعاملات، والمساواة، والبيئة، وحقوق المستهلك، وحقوق المساهمين وغيرها. إذ تظهر الإحصائيات الاقتصادية بشكل عام أنّنا ما نزال نعاني من فجوات على مستوى النوع الاجتماعي في جميع القطاعات الاقتصادية، ومن الصعب دون تفعيل كافة مكونات المجتمع أن نصل إلى التنمية الشاملة والمستدامة. وما يزال التوجيه الحكومي أو المؤسساتي للمسؤولية الاجتماعية للشركات ضعيفاً، ولا توجد أيّ وثيقة حكومية مرجعية حول المسؤولية الاجتماعية، أو أهميتها، أو أهمّ القطاعات التي يمكن أن يعمل القطاع الخاص على توجيه مبادراته نحوها لعلاقتها بأهداف التنمية المستدامة 2030، وأهداف وأولويات الأجندة الوطنية. فضلاً عن عدم التوافق على تعريف وأبعاد محددة للمسؤولية الاجتماعية للشركات الأمر الذي يجعل من الصعب على أصحاب الاختصاص أو الباحثين متابعة تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات. حيث إنّ البرامج والمشاريع والحملات التي تنفذها الشركات هي جزء من المسؤولية الاجتماعية لها ولا تشمل كافة أبعادها.

وبناء عليه أوصى التقرير بعدة توصيات منها:

1. على الجهات الحكومية مثل وزارة الاقتصاد، ووزارة التنمية الاجتماعية، وهيئة سوق رأس المال أخذ دورها في رسم خريطة للقطاعات التي بحاجة لدعم والأهداف التي تسعى لتحقيقها ومجالات تدخل القطاع الخاص من خلال المسؤولية الاجتماعية في هذه القطاعات مع التركيز على الفئات المهمشة والضعيفة مثل ذوي الإعاقة والنساء والفقراء.
2. دعوة الشركات وتوجيهها نحو الالتزام بمبادئ حقوق الإنسان، والحفاظ على البيئة، والالتزام بحقوق أصحاب العلاقة المختلفين، وأهداف التنمية المستدامة. وكذلك تحفيز الشركات على الالتزام بسياسات توظيف وترقية مراعية للنوع الاجتماعي والفئات المهمشة.
3. رفع الوعي لدى شركات القطاع الخاص بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات ما يخلق مساءلة مجتمعية للشركات ويلزمها بالالتزام بواجبها تجاه المجتمع.
4. على شركات القطاع الخاص اعتماد سياسة واضحة لأنشطتها في المسؤولية الاجتماعية ومجالاتها.
5. تعزيز توجه شركات القطاع الخاص في إعلانها عن القطاعات والمشاريع والمبادرات التي تُعنى بتوجيه المسؤولية الاجتماعية تجاهها، وبالتالي تسهيل التواصل مع الشركات حسب اهتماماتها والقطاعات التي توجه مسؤوليتها الاجتماعية لدعمها.
6. تعزيز توجيه سياسات المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص نحو تقوية ودعم المبادرات والمشاريع المعنية بتمكين النساء.
7. على ائتلاف أمان وهيئة مكافحة الفساد وهيئة سوق رأس المال تطوير مؤشرات تتعلق بالمجالات الأساسية للمسؤولية الاجتماعية كآلية مساعدة لمسح المسؤولية الاجتماعية للشركات، تأخذ بعين الاعتبار بيئة المجتمع الفلسطيني.
8. على ائتلاف أمان ومنظمات المجتمع المدني بالتعاون مع هيئة سوق رأس المال وضع خطة أو برنامج لإخراط خطط وسياسات شركات القطاع الخاص في مكافحة الفساد، وإشراك القطاع الخاص في جهود مكافحة الفساد، وتعزيز الحوكمة والنزاهة والشفافية وإظهار أهميتها في المجتمع من خلال تقديم الأفكار التي يمكن دعمها من خلال القطاع الخاص وبالتالي دعم هذه الجهود وتعزيزها.
9. على سلطة النقد العمل مع البنوك على تطوير برامج المسؤولية الاجتماعية الخاصة بالبنوك بحيث تغطي مجالات لها علاقة بسدّ فجوات الشمول المالي في فلسطين بالأخص تنفيذ برامج خاصة بالنساء، وكبار السن، وذوي الإعاقة لتعزيز وصولهم للخدمات المالية والمصرفية بما يخدم احتياجاتهم والحصول على التمويل لأيّة أفكار أو مشاريع قد تسهم في تمكينهم اقتصادياً، وتنفيذ برامج لتعزيز النزاهة ومكافحة الفساد.

مقدمة:

يعدّ مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات من المفاهيم الحديثة نسبياً في الإدارة، والتي ترى أنّه إلى جانب الإدارة القائمة على تحقيق الربح يجب أن تعمل الشركات ضمن مبادئ تعزز تحقيق أهداف الدول المرتبطة بالتنمية المستدامة. أي أن تراعي الشركات إلى جانب البعد المالي أبعاداً اجتماعيةً وبيئيةً وحقوقيةً مختلفة. وقد تمّ الاعتماد على التقارير السنوية الإدارية والمالية لعيّنة من الشركات المدرجة في السوق المالي كونها شركات ملزمة بالإفصاح عن بياناتها، وأنظمتها الإدارية أكثر تطوراً، وبالتالي يمكننا ذلك من متابعة سياساتها في مجال المسؤولية الاجتماعية على عكس الشركات غير المدرجة في السوق المالي أو العائلية، وهي شركات غير ملزمة بالإفصاح عن مسؤوليتها الاجتماعية ولا تنشر تقارير سنوية عن عملها أو أرباحها أو سياساتها وبالتالي سيكون من الصعب دراسة سياسات المسؤولية الاجتماعية الخاصة بهذا النوع من الشركات، ويتناول التقرير مثالاً لإحدى الشركات لأخذ فكرة مبدئية عن سياسات عمل هذه الشركات في مجال المسؤولية الاجتماعية.

يهدف هذا التقرير إلى فحص واقع المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص الفلسطيني بأبعاده الاجتماعية والمالية والحقوقية في ضوء المفهوم والمعايير الدولية المعتمدة، ومؤشرات الحوكمة في إدارة هذا المجال، وتقديم الدعم للفئات المهمّشة وفي مقدّمتها المشاريع التنموية التي تديرها النساء الفلسطينيات، ودور القطاع الخاص في المساهمة في تعزيز النزاهة ومحاربة كافة أشكال الفساد.

منهجية إعداد التقرير:

يستند التقرير الى المنهج الوصفي التحليلي، ويتطلب ذلك ما يلي:

1. جمع وحصر المعلومات ذات العلاقة من مصادرها المختلفة وكذلك الدراسات والتقارير التي تمّت في هذا الموضوع ومنها تقارير ائتلاف أمان ذات العلاقة.
2. تحليل المعطيات والبيانات والمعلومات والوصول لاستخلاصات وتوصيات أولية.
3. عقد ورشة عمل لذوي العلاقة والاختصاص لنقاش مسودة التقرير، وإدخال التعديلات المقترحة على ضوء النقاش لإعداد الورقة بشكلها النهائي.
4. اقتراح الآليات للضغط والمناصرة على شركات القطاع الخاص والأطراف الرسمية ذات العلاقة لتبنّيها وتنفيذ التوصيات.

المفاهيم الدولية للمسؤولية الاجتماعية للشركات:

عرّف البنك الدولي المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنّها الالتزام الطوعي من قبل مديري الشركة لدمج الاعتبارات الاجتماعية والبيئية في عملياتهم التجارية. يتجاوز هذا الالتزام الامتثال العادي للالتزامات القانونية والتنظيمية والتعاقدية، والتي من المتوقع أن تفيَ بها الشركات. تكمّل ممارسات أعمال المسؤولية الاجتماعية للشركات إجراءات الدولة التي تعزز التنمية الاجتماعية والبيئية دون أن تكون بديلاً عنها. ويؤكد البنك الدولي في تعريفه لنطاق عمل المسؤولية الاجتماعية للشركات ومساهمتها في تحقيق أهداف التنمية أنّها ليست طريقة لتخصيص الخدمات والمسؤوليات الحكومية وتحويلها إلى القطاع الخاص[1].

بحسب المفوضية الأوروبية، فإنّ المسؤولية الاجتماعية للشركات تعني مسؤولية الشركات عن أثرها على المجتمع. وهي العملية التي تدمج الشركات من خلالها القضايا الاجتماعية، والبيئية، وقضايا حقوق الإنسان في استراتيجيتها الأساسية، وعملياتها، وأدائها بالتعاون مع أصحاب العلاقة. وذلك بهدف خلق قيمة إضافية مشتركة لكافة أصحاب العلاقة المالكين/المساهمين ولأصحاب العلاقة الآخرين والمجتمع أولاً، وثانياً بهدف تقليل أيّة مخاطر أو أثر سلبي للشركات على المجتمع[2]. وتحاول المفوضية الربط بين الأداء الجيد والذي يتمتع بآثار ايجابية على المجتمع وتحقيق أهداف التنمية المستدامة 2030.

وبحسب منظمة اليونيدو (UNIDO) (منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية)، فالمسؤولية الاجتماعية للشركات هي مفهوم إداري تضمن الشركات من خلاله التطلّعات الاجتماعية والبيئية في عملياتها وتفاعلاتها التجارية مع ذوي العلاقة المختلفين. وتفهم عادة على أنّها الطريقة التي تحقّق الشركات من خلالها توازناً بين الربح والأبعاد الاجتماعية والبيئية والتي تسمى (Triple- Bottom- Line- Approach)، وفي نفس الوقت تحقيق تطلعات المساهمين وأصحاب العلاقة. أي أنّ المسؤولية الاجتماعية تتعدى مفهوم التبرّعات الخيرية والمنح والإعانات على الرغم من أهمية الأخيرة في تقليل الفقر وتحسين سمعة الشركة، إلّا أنّ مفهوم المسؤولية الاجتماعية يذهب أبعد من ذلك. وفي تبنّيها لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات تحاول (اليونيدو) توجيه الشركات الخاصة لأهداف التنمية المستدامة من خلال رفدها بأهداف عملية أكثر شمولاً من الربح وحده. التوجه المعتمد هو أنّه لتحافظ الشركة على استدامتها، يجب أن تكون مستدامة مالياً، وتقلّص من أثرها السلبي على البيئة وتعمل ضمن المتوقّع منها اجتماعياً. وبحسب اليونيدو، يمكن لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات الذي تمّ تنفيذه بشكل صحيح أن يجلب معه مجموعة متنوعة من المزايا التنافسية، مثل تحسين الوصول إلى رأس المال والأسواق، وزيادة المبيعات والأرباح، وتوفير التكاليف التشغيلية، وتحسين الإنتاجية والجودة، وقاعدة الموارد البشرية الفعالة، وتحسين صورة العلامة التجارية وسمعتها، وتعزيز ولاء العملاء، واتخاذ قرارات أفضل في عمليات إدارة المخاطر.

كذلك حاولت مؤسسات الأمم المتحدة أن تعمل مع الشركات حول العالم على تطبيق مبادئ الميثاق العالمي للأمم المتحدة UN Global Compact، وهي مبادرة عالمية بقيادة الأمم المتحدة لاستدامة الشركات من خلال دعوة الشركات لمواءمة استراتيجياتها وعملياتها مع المبادئ العالمية لحقوق الإنسان، والعمل، والبيئة، ومكافحة الفساد، إضافة إلى العمل على اتخاذ خطوات تعزز تحقيق الأهداف الاجتماعية. يدعم الميثاق العالمي للأمم المتحدة الشركات من أجل: ممارسة الأعمال التجارية بمسؤولية من خلال مواءمة استراتيجياتها وعملياتها مع المبادئ العشرة لحقوق الإنسان والعمل والبيئة ومكافحة الفساد؛ واتخاذ إجراءات استراتيجية للنهوض بالأهداف المجتمعية الأوسع، مثل أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة، مع التركيز على التعاون والابتكار. وهو بذلك قريب من أهداف المسؤولية الاجتماعية للشركات من ناحية أخذ الجوانب الاجتماعية والبيئية وحقوق العاملين وغيرها بعين الاعتبار عند ممارسة الأعمال التجارية الهادفة للربح بما يضمن استمرارية الشركات[3].

---

1 World Bank. (2005). Opportunities and Options for Governments to promote Corporate Social Responsibility In Europe and Central Asia: Evidence from Bulgaria, Croatia and Romania. Working paper. (pdf).

2 Key recommendations from subgroup on "Corporate Social Responsibility". https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/recommendations-subgroup-corporate-social-responsibility_en.pdf

3 https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles

1. المعايير الدولية وأسس الحوكمة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات وتجارب الدول:

من معايير الحوكمة، يحدد معيار ISO 26000[4] الموضوعات الأساسية للمسؤولية الاجتماعية. وتشمل تلك الموضوعات عدداً من القضايا، ولكن تقع على عاتق كلّ منظمة مسؤولية تحديد القضايا ذات الصلة والمهمة لأصحاب المصلحة و/ أو القضايا التي تحتاج إلى معالجتها.

ومن المواضيع الأساسية للمسؤولية الاجتماعية الموصى بها بحسب المعيار ISO 26000:

- الموضوع الأساسي للمسؤولية الاجتماعية: إذ يوصى بأن تكون الحوكمة التنظيمية من المواضيع التي تندرج ضمنها. ويجب اتخاذ القرارات التي تأخذ بعين الاعتبار توقعات المجتمع، كما يجب أن تقوم تلك الحوكمة على المساءلة والشفافية والأخلاق وأن يكون أصحاب المصلحة شركاءَ في عملية صنع القرار في المنظمة.
- من المواضيع الموصى بها للمسؤولية الاجتماعية للشركات حقوق الإنسان، وتندرج ضمنها موضوعات مثل: تجنب التواطؤ، وحلّ التظلّمات، والتمييز الإيجابي لصالح الفئات الضعيفة، والحقوق المدنية والسياسية، والحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، والمبادئ والحقوق الأساسية في العمل.
- الموضوع الثالث وهو ممارسات العمل بما يشمل علاقات العمل والتوظيف، وشروط العمل والحماية الاجتماعية، والحوار الاجتماعي، والصحة والسلامة في العمل، والتنمية البشرية والتدريب في مكان العمل.
- الموضوع الرابع هو البيئة، إذ تتحمل المنظمة مسؤولية تقليلٍ وإزالة الأحجام وأنماط الإنتاج والاستهلاك غير المستدامة والتأكّد من أنّ استهلاك الموارد للفرد يصبح مستداماً، إلى جانب منع التلوّث، والاستخدام المستدام للموارد، والتخفيف من آثار تغيّر المناخ والتكيّف معه، وحماية البيئة والتنوّع البيولوجي واستدامة الموارد الطبيعية.
- الموضوع الخامس هو ممارسات التشغيل العادلة، ومنها بناء أنظمة توظيف تقوم على المنافسة العادلة، ومنع الفساد، وتعزيز موثوقية الممارسات التجارية العادلة في بناء أنظمة اجتماعية مستدامة.
- الموضوع السادس هو مكافحة الفساد، ويشمل المشاركة السياسية المسؤولة، والمنافسة العادلة، وتعزيز المسؤولية الاجتماعية في سلسلة القيمة، واحترام حقوق الملكية.
- الموضوع السابع هو قضايا المستهلك ويشمل تعزيز التنمية الاقتصادية والاجتماعية العادلة والمستدامة والمنصفة فيما يتعلق بصحة المستهلك وسلامته وإمكانية الوصول للسلع الأساسية.
- الموضوع الثامن هو التسويق العادل وتوفير معلومات واقعية وغير متحيّزة وممارسات تعاقدية عادلة ويشمل حماية صحة المستهلك وسلامته، والاستهلاك المستدام، وخدمة المستهلك، والدعم، وتوفير آليات للشكاوى وتسوية المنازعات، وحماية وخصوصية بيانات المستهلك.
- الموضوع الاجتماعي والاهتمام بالتعليم والرفاهية الاجتماعية، ويشمل التعليم والثقافة، وخلق فرص العمل وتنمية المهارات، وتطوير التكنولوجيا والوصول إليها، وخلق الثروة والدخل، والصحة، والاستثمار الاجتماعي.

ومن خلال المواضيع المقترحة للعمل عليها ضمن سياسات المسؤولية الاجتماعية للشركة والتي يمكن أن تتغير بناء على خصوصية كلّ مجتمع وكلّ شركة ومجال عملها، يظهر أنّ معايير الأيزو للمسؤولية الاجتماعية تهتم بأثر الشركات على المجتمعات التي تعمل فيها والاهتمام بمصلحة مختلف الأطراف ذات العلاقة بالشركة من عاملين ومستهلكين ومجتمع محلي. ولا يقتصر تعريفها على دعم فعاليات ومهرجانات أو مباريات كرة قدم تهدف الشركات من خلالها للتسويق والترويج للشركة أكثر من الاهتمام بالتنمية الاجتماعية الحقيقية. ويظهر من خلال المعايير السابقة، الاهتمام بسياسات التوظيف وحقوق العمال الذين يعتبرون أحد أعمدة الشركة وليسوا وسيلة للربح فقط. كما تهتم هذه المعايير بالنزاهة والشفافية في مختلف العمليات التي تقوم بها الشركة من توظيف، وإنفاق، وتسويق وفي كافة مراحل سلسلة القيمة.
وتعدّ التقارير المستمرة هي الوسيلة التي تقترح معايير الـ ISO 26000 استخدامها للإبلاغ عن أداء الشركات فيما يتعلق بمسؤوليتها تجاه مختلف أصحاب العلاقة على أن تشمل التقارير معلومات حول الأهداف والأداء في الموضوعات الأساسية والقضايا ذات الصلة بالمسؤولية الاجتماعية (كيف ومتى تمّ إشراك أصحاب المصلحة في إعداد التقارير، مع صورة عادلة وكاملة للأداء، بما في ذلك الإنجازات وأوجه القصور، والطريقة التي سيتم بها معالجة أوجه القصور)، كما تقترح تلك المعايير أن تقدَّمَ التقارير لجهة خارجية من أجل التدقيق.

---

4 يتمّ تعريف ISO 26000 على أنّه المعيار الدولي الذي تمّ تطويره لمساعدة المنظّمات على تقييم والتعامل مع المسؤوليات الاجتماعية ذات الصلة والمهمة بالنسبة لمهمتها ورؤيتها؛ والعمليات؛ والعملاء والموظفين والمجتمعات وأصحاب المصلحة الآخرين؛ والأثر البيئي بشكل فعال.
https://asq.org/quality-resources/iso-26000#Reporting .

2. تجارب دولية في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات:

- تجارب الشركات في كرواتيا لتحسين أدائها من خلال تطبيق المسؤولية الاجتماعية.

في تجارب لثلاث شركات في كرواتيا رصدت اليونيدو (UNIDO) أداءها بعد تطبيقها لمفهوم المسؤولية الاجتماعية في النواحي المالية، والاجتماعية والبيئية[5]. لم يذكر التقرير أسماء هذه الشركات حفاظاً على خصوصيتها وإنّما أشار لها بالرموز. وبالنسبة للشركة الأولى؛ تمّ في جزئية الأداء المالي اعتماد مؤشرات الإنتاجية وهي نسبة المنتجات المرتجعة وشهدت تحسّناً من 2.5% إلى 4.5% فيما تراجعت نسبة الأعطال من 0.39% إلى 0.22%. أما على البعد الاجتماعي، فتمّ اعتماد عدّة إجراءات وهي تنفيذ حلول لتقليل الضوضاء المفرطة في قسم واحد، وتنفيذ تدريب على قضايا المسؤولية الاجتماعية للشركات لجميع الموظفين، وتنفيذ خطة اقتراح الموظفين، وتحليل بيئة العمل، وعمل فحص طبي منتظم، بما في ذلك التصوير الشعاعي للثدي للنساء، وأخيراً، إنشاء نظام للتدريب على الصحة والسلامة. وحققت الشركة تحسّناً نوعياً في مؤشرات مختلفة ذات علاقة بهذه الإجراءات منها تحسّن أجور الموظفين. وعلى المستوى البيئي تحسّنت مؤشرات قياس أداء الشركة على هذا المستوى أيضاً وشملت تقليص الانبعاثات السامة، وتقليص إنتاج النفايات الصلبة. وكذلك الحال بالنسبة للشركات الأخرى التي اعتمدت بعض هذه الإجراءات وغيرها وأظهرت تحسّناً في مختلف المؤشرات. يدلّ ذلك على أنّ تبنّي مفهوم شمولي للمسؤولية الاجتماعية يتعدّى البعد المالي وتحقيق الأرباح ويأخذ بعين الاعتبار أبعاداً اجتماعية وبيئية من شأنها أن تعود بالنفع على الشركة نفسها وأصحاب العلاقة المختلفين والمجتمع محلّ عمل الشركة ككل.

- تجربة المسؤولية الاجتماعية للشركات في سوريا مقابل دبي:

لا تخفى الاختلافات الكبيرة بين اقتصاد الجمهورية السورية واقتصاد إمارة دبي من ناحية سيطرة الدولة على الاقتصاد. فبينما تدير الدولة في سوريا معظم مناحي الاقتصاد يعتمد اقتصاد إمارة دبي بشكل كبير على القطاع الخاص والاستثمارات الأجنبية الكبيرة. ووجدت ورقة منشورة على موقع MCI[6] أنّ كلا الدولتين تتشاركان في خصائص مشتركة بما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية على الرغم من الفروقات الكبيرة في الشكل الناظم للاقتصاد من حيث الترويج والعمل بالمسؤولية الاجتماعية للشركات.

فقد نشأت مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل رئيسي من المؤسسات المرتبطة بالسلطات في كلا البلدين. وكانت غرفة الصناعة والتجارة في إمارة دبي القوة الدافعة الرئيسية لحملة المسؤولية الاجتماعية للشركات. أما في سوريا، فتعاونت هيئة تخطيط الدولة مع برنامج الأمم المتحدة الإنمائي لتقديم المسؤولية الاجتماعية للشركات في شكل الميثاق العالمي للأمم المتحدة. وبالمثل، تمّ في دبي وسوريا، تبنّي المسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل أساسي من قبل الشركات المملوكة للدولة و/أو الرأسماليين المحسوبين عليها وهو ما اعتبرته الورقة محاولة للتقرّب من أصحاب السلطة في كل بلد "من خلال تبني مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات التي ترعاها الحكومة، فإنّ رجال الأعمال يكتسبون الفضل لدى الأشخاص الموجودين في السلطة"[7].

كما يظهر أنّ رجال الأعمال الصغار يميلون إلى الالتزام بالزكاة، بدلاً من تبنّي المسؤولية الاجتماعية للشركات التي يعتبرها الكثيرون "مفهوماً غربياً". وبالنسبة لهم، تُعَدُّ المساهمة في المجتمع واجباً فردياً، وليست شيئاً يمكن لشركة أن تحلّ محلّه؛ فمبادرات المسؤولية الاجتماعية في كلا البلدين ذات تأثير تنموي محدود. وعلى الرغم من التنافر المفاهيمي، قد يكون من الصعب تحديد الفرق بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والزكاة في الممارسة العملية. ففي الدول العربية، غالبًا ما يتمّ اختصار المسؤولية الاجتماعية للشركات بالتبرعات المالية أو الطعام، أو زراعة الأشجار والشجيرات في الحدائق العامة. مثل هذه التدابير لا ترضي طموحات مروّجي مبدأ المسؤولية الاجتماعية للشركات، الذين يرغبون في رؤية تغييرات منهجية في كيفية عمل الشركات. وقد يشير الفشل في إبقاء فعاليات المسؤولية الاجتماعية خارج نطاق الزكاة إلى أنّ المسؤولية الاجتماعية للشركات في معظم الحالات لم تأخذ الطابع المؤسسي. يقول سيلفيك إنّ المسؤولية الاجتماعية للشركات لا تؤثر على طريقة العمل في الشركات التي تبنتها، ويشير إلى أنّ أحد التحديات الرئيسية هو أنّ المسؤولية الاجتماعية للشركات مرتبطة بمنطق الربح، وتتمثل الحجة المطروحة في أنّ الشركات التي تُدار بمسؤولية ستحقق أرباحاً أكبر بمرور الوقت.

---

5 https://www.unido.org/sites/default/files/2008-06/Companies__results_Croatia_0.pdf

6 https://www.cmi.no/about/who-we-are.

7 Selvik, K. (2013). Business and Social Responsibility in the Arab World: the Zakat vs. CSR models in Syria and Dubai, Comparative Sociology, 12(1), 95-123. doi: https://doi.org/10.1163/15691330-12341254.

على صعيد آخر، يختلف نموذج الزكاة اختلافاً جوهرياً في حافزه لأعمال المسؤولية الاجتماعية من ناحية كونه استخداماً استراتيجياً للأنشطة الخيرية كطريقة للترويج للشركة أو تحقيق ربح متزايد يأتي على أنّه خدمة ذاتية. وعادة ما يتجنّب رجال الأعمال الذين يعتمدون على الاعتراف المحلي الافتخار علانيةً بالمساهمات في المجتمع. ويتمّ الترويج للمسؤولية الاجتماعية للشركات كأداة تجارية لتحسين سمعة الشركة، وكثيراً ما تشارك الشركات قصص المسؤولية الاجتماعية للشركات الناجحة مع وسائل الإعلام والجمهور. وهذا يتناقض بشكل صارخ مع الزكاة، حيث التضامن الاجتماعي هو الأهم وليس الترويج للشركة، وبالتالي فإنّ إدخال مفهوم المسؤولية الاجتماعية إلى العالم العربي لا بدّ أن يأخذ بعين الاعتبار الفروقات القيمية بين من ينفق من أجل الزكاة وبين أهداف المسؤولية الاجتماعية.

- أثر الإفصاح عن سياسات المسؤولية على الميزة التنافسية للشركات في الأردن:

تظهر تجربة المسؤولية الاجتماعية للشركات في الأردن أنّ الشركات الأردنية تتطور من وجهة نظر المسؤولية الاجتماعية نظراً لأنّ المزيد والمزيد من أصحاب المصلحة الأردنيين أصبحوا على دراية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، وتعمل بعض الشركات في الأردن على وضع استراتيجيات لجهود المسؤولية الاجتماعية[8]. ومع ذلك، ما تزال الأعمال التجارية غير مدركة تماماً لممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات وما زالت تعتبرها جزءاً من إطار العمل الخيري بدلاً من رفعها إلى مستوى أعلى واتخاذها كنهج استراتيجي للاستدامة. بالإضافة إلى ذلك، لم تتمكن تلك الشركات من تجاوز إطار الامتثال للقوانين المختلفة (قانون العمل، وقانون التعويض، وقانون البيئة، وقانون الحدّ الأدنى للأجور، وغيرها)، وما تزال الشركات التجارية في الأردن تحقق أرباحها، وتفي بواجبها الضريبي، ثمّ تتبرع بنصيب معيّن من أرباحها لأسباب خيرية، مع الإشارة إلى أنّ المسؤولية الاجتماعية للشركات في الأردن تواجه عقبات منها تحديات اقتصادية، ونقص في الحوافز الحكومية، والمهارات، وضعف الشفافية والإفصاح، وأخيراً الإدارة والحوكمة.

ولا ينفي ذلك وجود عدد من الشركات التي تعمل ضمن إطار عمل محلي للميثاق العالمي للأمم المتحدة، وعملت على تأسيس عدة مبادرات للمسؤولية الاجتماعية التي تركزت في مجالات محاربة الفقر والبطالة، ودعم فعاليات تطوير التنمية المحلية، وحماية البيئة والصحة، ورعاية الأحداث الرياضية والفنون والثقافة، ودعم موظفي الشركة. فخلال العام 2014 تمّ تنفيذ 444 نشاطاً اجتماعياً من قبل القطاع الخاص في الأردن، وتمّ تنفيذ العدد الأكبر من المبادرات (163 مبادرة) من قبل القطاع المصرفي وشركات التأمين. من أبرز المبادرات المنفّذة مشروع «روّاد» وهو منظمة خاصة غير ربحية تأسست في الأردن عام 2005 تهدف إلى دعم الشباب للتأثير بشكل إيجابي على عمليات التنمية المستدامة التي أسستها شركة أرامكس كجزء من مسؤوليتها الاجتماعية. كما أطلق البنك العربي مبادرة أطلق عليها اسم «برنامج مع بعض» تهدف إلى إشراك الناس في تنمية المجتمع. علاوة على ذلك، حصلت شركة أدوية الحكمة، على جائزة قيادة العملاء لعام 2012 التي قدمتها مؤسسة التمويل الدولية، العضو في مجموعة البنك الدولي، وكانت مبادرات التنمية المستدامة ومعايير الجودة في العمليات والتميّز في حوكمة الشركات من العوامل الأساسية للحصول على هذه الجائزة[9].

3. مفهوم المسؤولية الاجتماعية في السياق الفلسطيني وأمثلة على مبادرات لتنظيم المسؤولية الاجتماعية للشركات:

كانت بداية تعريف مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات ورصد الممارسات المرتبطة بها من خلال مسح المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في الأراضي الفلسطينية المنفّذ من خلال الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني لعام 2009. اعتمد هذا المسح على تعريف للمسؤولية الاجتماعية للشركات على أنّها "ثقافة الالتزام بالمسؤولية ضمن أولويات التخطيط الاستراتيجي للمؤسسات، وتوفير الدعم والمساندة تجاه التنمية المستدامة بأبعادها الثلاثة، الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. والمسؤولية الاجتماعية للشركات هي نهج استراتيجي للقيام بالأعمال التجارية في مجتمعنا بطريقة مستدامة ومسؤولة"[10].

---

8 Y. AL-DAAYA, Corporate Social Responsibility Scenario in Jordan: Transformation Context, International Journal of Engineering and Management Sciences (IJEMS) Vol. 2. (2017). No. 3. https://scholar.google.com/scholar?q=Corporate+Social+Responsibility+Scenario+in+Jordan:+Transformation+Context&hl=en&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart.

9 Y. AL-DAAYA, Corporate Social Responsibility Scenario in Jordan: Transformation Context, International Journal of Engineering and Management Sciences (IJEMS) Vol. 2. (2017). No3. 3.https://scholar.google.com/scholar?q=Corporate+Social+Responsibility+Scenario+in+Jordan:+Transformation+Context&hl=en&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart

10 الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2011. مسح المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في الأراضي الفلسطينية، 2009. رام الله.

أظهر المسح عدة نتائج منها أنّ 57.7% فقط من الشركات في الأراضي الفلسطينية لديها معرفة كافية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات 61.4% منها في الضفة الغربية، و47.8% في قطاع غزة. كما بيّن المسح أنّ القرارات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية يتمّ اتخاذها بالعادة من قبل رئيس مجلس الإدارة في 42.6% من الشركات، ومن قبل الإدارة التنفيذية في 28.5% من الشركات. والنسبة الأقل من الشركات لديها استراتيجية خاصة بالمسؤولية الاجتماعية تعتمد عليها في اتخاذ قرارات الشركة في هذا المجال ونسبتها 4.1% من الشركات في الأراضي الفلسطينية. ومن ناحية مسؤولية الشركة الاجتماعية في سياسات التوظيف، تبين نتائج هذا المسح أنّ 78% من الشركات لا توظّف معاقين ذكوراً، و85% من الشركات لا توظف إناثاً معاقات. ويوضح الجدول رقم (1) طرق المساهمة الاجتماعية للشركات والتوزيع النسبي لها لعام 2009.

جدول 1: التوزيع النسبي لمؤسسات القطاع الخاص (30 عاملاً فأكثر)
حسب طرق المساهمة في المجتمع المحلي أو المجتمع بشكل عام، 2009.

طرق المساهمة في المجتمع المحلي	نعم بانتظام	نعم أحياناً	لا
رعاية أنشطة	24.5	35.2	40.3
تبرّعات نقديّة	28.2	39.5	32.3
تبرّعات عينيّة	26.8	39.2	34
تطوّع للمصلحة العامة	16.6	27.8	55.6
تطوّع الموظفين	11.9	23.2	64.9
أخرى	3.7	19.1	77.2

المصدر: مسح الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2009.

يظهر من خلال الجدول (1) أنّ ما لا يزيد عن ربع الشركات فقط تقوم برعاية أنشطة مختلفة بانتظام، وأنّ ما نسبته 28% فقط من الشركات تقدّم تبرّعات نقديّة بانتظام، فيما تقدّم 57% منها تبرعات عينيّة، أما النسبة الأكبر فتقوم بهذه الأنشطة بشكل غير منتظم وهو ما يدلّ على ضعف وجود استراتيجيات واضحة ومحددة للمسؤولية الاجتماعية، وأنّها تأخذ شكل أنشطة متقطعة وعشوائية ويغلب عليها طابع التبرعات بالأخص التبرعات النقديّة. أما القيام بالأنشطة التطوعية، فهناك نسبة أقلّ من الشركات تهتم بهذا النوع من المساهمات الاجتماعية، حيث تقوم ما نسبته 16.6% فقط من الشركات بأنشطة تطوعية للمصلحة العامة باستمرار.

والدليل على ذلك أنّ حوالي 46% من الشركات ليست لديها استراتيجية للمسؤولية الاجتماعية وليست بقيد إعداد استراتيجية لها.

وفيما يتعلق بمجال الدعم، تسهم النسبة الأكبر من الشركات (56%) في مجال القضايا الاجتماعية التي تأخذ في الغالب شكل مساعدات اجتماعية ذات طابع إغاثي. أما قضايا الفنون والثقافة فحظيت بدعم ما نسبته 28% من الشركات، في حين حصلت قضايا التعليم على حوالي 40%، والتي قد تكون على شكل منح ومساعدات للطلاب المحتاجين أو بعض مبادرات ومسابقات التعليم، فيما نالت قضايا الرياضة اهتمام ما نسبته 30% من الشركات، وحصلت قضايا البيئة على دعم 13.4% فقط من الشركات[11].

ومن بين التجارب التي خاضها القطاع الخاص الفلسطيني في مجال المسؤولية الاجتماعية "ملتقى المسؤولية الاجتماعية الأول" وهو عبارة عن مبادرة قامت بها سلطة النقد الفلسطينية وجمعية البنوك في فلسطين عام 2015، هدفت إلى توحيد مفهوم المسؤولية الاجتماعية في القطاع المصرفي الفلسطيني. وقد عملت المبادرة على وضع إطار سياساتي للمسؤولية الاجتماعية يعزز الشراكة بين القطاع الخاص، والحكومي، والأهلي. وخرج الملتقى بعدة توصيات منها إلزام البنوك على تخصيص ما نسبته 2% من مسؤوليتها الاجتماعية، وإقامة صندوق مشترك لنشاطات المسؤولية الاجتماعية المستدامة. سبق هذه التجربة عدة تجارب لتأسيس صناديق للمسؤولية الاجتماعية منها صندوق المسؤولية الاجتماعية لسوق فلسطين للأوراق المالية عام 2006، وصندوق المسؤولية الاجتماعية لمجموعة الاتصالات الفلسطينية.

11 للمزيد انظر/ي الجهاز المركزي للاحصاء الفلسطيني، مسح المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في الأراضي الفلسطينية، 2009. على الرابط التالي
https://www.pcbs.gov.ps/Downloads/book1735.pdf

وقد نتج عن هذه الصناديق القيام ببعض المبادرات الإغاثية المؤقتة استجابة لاحتياجات إنسانية مثل توزيع معونات غذائية من خلال مبادرة "الأخوّة الفلسطينية" على 40 ألف موظف حكومي تقلّ رواتبهم عن 1500 شيكل، إضافة إلى عشرة آلاف أسرة أسير[12].

لكن بحسب الواقع اليوم، لم تُكتَب لأيٍّ من هذه الصناديق الاستمرارية حيث كانت أشبه بحملات مؤقتة، ويستبعد نجاح فكرة صندوق مستمر لدعم المجتمع من خلال المسؤولية الاجتماعية، حيث إنّ المساهمات الاجتماعية لكلّ شركة تختلف من حيث القيمة، كما تختلف مجالات اهتمام كلّ شركة من ناحية القطاعات التي ترى أنّ هناك ضرورة لدعمها. وبالعادة ترى الشركات أنّ قيامها المباشر بإدارة حملات وتقديم الدعم مباشرة إلى المستفيدين من شأنه أن ينعكس بشكل إيجابي على سمعة الشركة وأسرع من تقديم هذه المساهمات من خلال صندوق مشترك.

يمكن أن يكون صندوق "وقفة عز" الذي دعت الحكومة الفلسطينية لتأسيسه في محاولة للتكاتف الاجتماعي في مواجهة الآثار الاقتصادية والاجتماعية لجائحة كورونا على المجتمع الفلسطيني، بمثابة تقييم عملي لسياسات المسؤولية الاجتماعية للشركات، حيث اعتمد الصندوق على تبرعات القطاع الخاص المحلي بشكل أساسي. فقد بلغت قيمة تبرعات الشركات الفلسطينية للصندوق 50 مليون شيكل وشكلت 81% من إجمالي ما تمكّن الصندوق من جمعه[13]. وعلى الرغم من أنّ الصندوق هدف إلى جمع حوالي 100 مليون شيكل (20 مليون دينار) إلّا أنّه لم يتمكن من جمع تبرعات سوى بقيمة 62.1 مليون شيكل فقط حتى تاريخ 2020/7/4.

من خلال مقارنة ما تمّ جمعه من تبرعات لصندوق "وقفة عز" من خلال بعض شركات القطاع الخاص مع الإعفاءات الضريبية التي تحصل عليها الشركات الخاضعة لقانون تشجيع الاستثمار-حيث لم يتجاوز عدد الشركات التي تبرعت للصندوق 95 شركة- يتبين أنّ النسبة الأكبر من التبرعات جاءت من الشركات غير الخاضعة لقانون تشجيع الاستثمار وهو ما يعدّ مفارقة وخللاً في الدور الاجتماعي لهذه الشركات، وبالأخصّ خلال فترات الطوارئ، مقارنة مع ما تحصل عليه من تسهيلات للعمل في هذا المجتمع وهو ما يحقق لها أرباحاً مالية مرتفعة. "ومما يدلّ على تدنّي مساهمة الشركات أنّ النسبة الأكبر من التبرعات جاءت من الشركات غير الخاضعة لقانون تشجيع الاستثمار، حيث تبرعت 76 شركة بمبلغ 29.6 مليون شيكل، أي بنسبة 59.2% من مجموع تبرعات الشركات للصندوق، في حين أسهمت الشركات الخاضعة لقانون تشجيع الاستثمار (19 شركة) بنحو 20.4 مليون شيكل، وشكلت ما نسبته 40.8% من مجموع تبرعات الشركات للصندوق، وتتبين ضآلة هذه المساهمة عند المقارنة بأعداد هذه الشركات الحاصلة على إعفاءات ضريبية إذ بلغ عددها 935 شركة منذ العام 1998 وحتى نهاية العام 2019، علماً بأنّ جميع الشركات التي يمكنها الاستفادة من قانون تشجيع الاستثمار هي الشركات الكبيرة فقط". وتؤكد هذه المعطيات صحة الاستنتاج حول عدم تفضيل الشركات العمل من خلال صناديق مشتركة، حيث تفضّل كلّ شركة تقديم مساهمتها من خلال قنواتها الخاصة وشركائها في القطاعات التي تعمل فيها.

12 إيمان سعادة، والخالدي، رجا. 2019. واقع المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص الفلسطيني ودورها في دعم التنمية. معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني-ماس. رام الله- فلسطين.
13 انظر/ي مؤسسة مفتاح، صندوق وقفة عز.
http://www.miftah.org/Publications/Books/FactSheet_Waqfet_Izz_Ar.pdf

الإطار القانوني الناظم للمسؤولية الاجتماعية في فلسطين:

يناقش هذا الفصل القوانين والتعليمات ذات العلاقة بالمسؤولية الاجتماعية ويلقي الضوء على مدوّنة قواعد حوكمة الشركات كونها الإطار الوحيد الناظم للمسؤولية الاجتماعية، إضافة إلى قرار مجلس إدارة هيئة سوق رأس المال الفلسطينية رقم (1) لعام 2013م بتعليمات معدلّة لتعليمات رقم (2) لسنة 2008م بشأن الإفصاح والذي ألزم الشركات المدرجة في السوق المالي بالإفصاح عن سياساتها في مجال المسؤولية الاجتماعية.

1. مدوّنة قواعد حوكمة الشركات في فلسطين:

تعرّف المدوّنة حوكمة الشركات في السياق الفلسطيني بأنّها: "مجموعة القواعد والإجراءات التي يتمّ بموجبها إدارة الشركة والرقابة عليها، عن طريق تنظيم العلاقات بين مجلس الإدارة، والإدارة التنفيذية، والمساهمين، وأصحاب المصالح الآخرين، وكذلك المسؤولية الاجتماعية والبيئية للشركة". وعليه تهتم حوكمة الشركات بشكل رئيسي، بالأسلوب الذي تتمّ فيه إدارة الشركة والرقابه عليها، وبفحص قدرات مجلس الإدارة على وضع سياسات ورسم أهداف للشركة تتفق ومصلحة المساهمين وأصحاب المصلحة الآخرين. وتهدف المدوّنة إلى جانب مساعدة الشركات على تحقيق أهدافها الربحية والاقتصادية إلى تعزيز دور الشركات في المساهمة في عملية التنمية الاقتصادية في فلسطين. كما تنصّ المدوّنة على عدد من التوصيات التي تهدف إلى خلق توازن بين مصلحة الشركات وكافة الأطراف أصحاب العلاقة. ومن هذه التوصيات ما هو ملزم تحت طائلة المسؤولية ولها مرجعيات ونصوص قانونية مثل قانون الشركات، إضافة إلى قواعد تنسجم مع الممارسات الدولية ولا تتعارض مع النصوص القانونية، وهنا يكون التطبيق طوعياً من قبل الشركات مع إمكانية تفسير عدم التزامها بها، إضافة إلى توصيات تتوافق مع الممارسات الدولية لكنّها تتعارض مع نصوص قانونية، وهنا نصّت المدوّنة على توصيات بتعديل النصوص القانونية الخاصة بها. وجاءت بنود المدوّنة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركة تجاه أصحاب العلاقة في بند التعليمات الطوعية وجاء التعبير عنها بصيغة "يُحبَّذ" بأن يكون الإفصاح عن البيانات المالية مرة في العام على الأقل في (التقرير السنوي) للمساهمين والعاملين في الشركة والمتعاملين معها عن مسؤوليات الشركة الاجتماعية، وأن تكون سياسات الشركة الاجتماعية والبيئية معلنة وغير مضللة، وقابلة للتطبيق على المدى الطويل، ومراعية للقوانين في فلسطين. كما يُحبَّذ ألّا تقلّ المعايير التي تتبناها الشركات عمّا هو منصوص عليه في القوانين والتشريعات، بهدف تحسين سمعة الشركة وعلاقتها مع جميع أصحاب المصلحة والمتعاملين معها[14].

تخضع حقوق أصحاب المصالح الآخرين (موظفي الشركة، وزبائنها، ودائنيها) في الشركة للقوانين والأنظمة النافذة ويُحبَّذ أن تكون آليات التعامل مع جميع أصحاب المصالح بالتساوي ودون تمييز بينهم بسبب العرق أو الجنس أو اللون أو الدين. أي أنّ مدوّنة السلوك أدرجت المسؤولية الاجتماعية للشركات بمختلف أبعادها ضمن إطار تشجيع الشركات على الالتزام بها ولم تندرج تحت بند الإلزام وبقي الإلزام بمستوى القوانين فقط وليس زيادة عنها.

كما أشار الدكتور بشار أبو زعرور[15] إلى أنّ الهيئة اليوم تعمل على تطوير مدوّنة سلوك جديدة تتماشى مع مبادئ الحوكمة الاجتماعية والبيئية[16]، وسيتم إقرارها ونشرها ليبدأ العمل بها، بعد مراجعة تأثير التطبيق الفعلي لقانون الشركات الجديد. وإلى الآن يتمحور دور الهيئة في المراقبة على الإفصاح من خلال التقارير السنوية أو تقارير المسؤولية الاجتماعية، ومن المتوقع أن يكون هناك تطور في المدوّنة الجديدة في مجال المسؤولية الاجتماعية وشروط الإفصاح.

14 مدوّنة قواعد حوكة الشركات في فلسطين. https://www.aman-palestine.org/reports-and-studies/8604.html

15 مقابلة مع د. بشار أبو زعرور، مدير عام الإدارة العامة لخدمات التمويل الرقمي والابتكار في هيئة سوق رأس المال، بتاريخ 2022/9/1.

16 انعكاس أنشطة وعمليات الشركة وتأثيرها على البيئة، كذلك سياسة الشركة الاجتماعية بما هو أوسع من المفهوم التقليدي للمسؤولية الاجتماعية والاهتمام ببيئة العمل.

2. قانون رقم (42) لسنة 2021 بشأن الشركات[17]

لم يكن هناك ما يلزم الشركات بالإفصاح عن الإنفاق على مسؤوليتها الاجتماعية أو يحدد نسبة معينة تُقتَطَعُ من أرباح الشركة للمسؤولية الاجتماعية في قانون الشركات رقم (12) لسنة 1964. كذلك الحال بالنسبة لقانون الشركات رقم (42) لسنة 2021 والذي يُعدُّ تحديثاً للقانون السابق والذي لم ينص كذلك في أيٍّ من بنوده على تشجيع أو إلزام الشركات، ولم يورد أيَّ بند له علاقة بتنظيم المسؤولية الاجتماعية للشركات. ويُعدُّ عدم الإلزام إحدى الطرق المتّبعة عالمياً حيث تبقى المسؤولية الاجتماعية في عداد الأمر التطوعي، ما يخلق منافسة بين الشركات لاستخدامه في تحسين سمعة الشركة في المجتمع.
أمّا الإلزام فمن شأنه أن يجعل الشركات تلتزم بالحدّ الأدنى المطلوب في القانون شأنه شأن باقي المتطلبات القانونية مثل الضريبة وغيرها، ما يقلّل حافز الشركات للإنفاق أكثر في مجال المسؤولية الاجتماعية.

3. قرار مجلس إدارة هيئة سوق رأس المال الفلسطينية رقم (1) لعام 2013م بتعليمات معدلّة لتعليمات رقم (2) لسنة 2008م بشأن الإفصاح

ينصّ هذا القرار في تعديله للمواد المتعلقة بالإفصاح في التعليمات رقم (2) لسنة 2008 على أن تعدّل المادة (18/2/ح) بحيث تصبح كما يلي «يجب أن يتضمن التقرير السنوي الإفصاح عن سياسة الشركة في مجال المسؤولية الاجتماعية وتلك المتعلقة بسياستها في مجال خدمة البيئة والمجتمع المحلي، على أن تكون هذه السياسة معلنة بشكل واضح وغير مضللة وقابلة للتطبيق، وفي حال لم يكن لدى الشركة أيّ نشاط في مجال المسؤولية الاجتماعية أو أيّة مساهمات مجتمعية فيجب الإفصاح عن ذلك ضمن التقرير السنوي»[18]. أي أنّ المسؤولية الاجتماعية ما تزال ضمن الأمور التي تشجع عليها القوانين والتعليمات المختلفة ويبدو أنّ إلزامها ما يزال غير مطروح. ومن ناحية أخرى، فإنّ الإفصاح عن سياسة الشركة في مجال المسؤولية الاجتماعية من خلال تعداد وذكر القطاعات والمشاريع التي تمّ الإنفاق عليها، من شأنه أن يطلع جمهور الشركة ومختلف ذوي العلاقة ومنهم المستهلكون على هذا الإنفاق، ما يحسّن من صورة الشركة في المجتمع وبالتالي يزيد أرباحها، الأمر الذي يُعدّ أحد أهداف المسؤولية الاجتماعية للشركات.

من ناحية أخرى من شأن الإفصاح عن سياسات المسؤولية الاجتماعية لكلِّ شركة بشكل سنوي خلق نوع من النهج والتراكم كما أشار الدكتور بشار أبو زعرور في مقابلة شخصية معه[19]. حيث تُلزَم الشركات بالإفصاح عن سياستها للمسؤولية الاجتماعية وعن الأنشطة التي تنفذها ضمن المسؤولية الاجتماعية، كما يجب أن تفصح الشركة عن عدم امتلاكها لسياسة للمسؤولية الاجتماعية. وهذا التراكم في مجال المسؤولية الاجتماعية من شأنه أن يخلق حافزاً لدى الشركات في تنافسها على تطبيق المسؤولية الاجتماعية.

وأوضح أبو زعرور أنّه ومن خلال الشمول المالي ستكون هناك محاولة لإبراز القطاعات التي تحتاج إلى دعم، وتوجيه، وتسهيل ما يشكّل دليلاً معيناً للمسؤولية الاجتماعية. فليس لدى هيئة سوق رأس المال القوة القانونية لإلزام الشركات بالتوجّه لقطاع معين، لكن من خلال إبراز هذه القطاعات يكون هناك توجيه ممنهج لغرض خلق التأثير.

---

17 الجريدة الرسمية «الوقائع الفلسطينية». 2021. عدد ممتاز (25)، https://t.ly/ULZ9.

18 انظر/ي قرار مجلس إدارة هيئة سوق رأس المال الفلسطينية رقم (1) لعام 2013م بتعليمات معدلّة لتعليمات رقم (2) لسنة 2008م بشأن الإفصاح.
http://muqtafi.birzeit.edu/pg/getleg.asp?id=16545

19 مقابلة مع د. بشار أبو زعرور، مدير عام الإدارة العامة لخدمات التمويل الرقمي والابتكار في هيئة سوق رأس المال، بتاريخ 2022/9/1.

واقع وحجم المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص الفلسطيني:

يحاول هذا الجزء إلقاء الضوء على واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات الفلسطينية من خلال الاطّلاع على التقارير المالية والإدارية لعدد من الشركات المدرجة في السوق المالي وتقارير المسؤولية الاجتماعية للشركات التي تنشر هذه التقارير خلال السنوات الثلاث الأخيرة 2019-2021. إضافة إلى ذلك تمّت مقابلة بنك فلسطين، وشركة رويال والتعرّف منهم على تعريفهم للمسؤولية الاجتماعية وسياساتهم في مجال المسؤولية الاجتماعية ومجالات الإنفاق فيها (مع العلم أنّه تمّ التواصل مع 7 شركات لكن لم تتجاوب مع طلبنا لعقد مقابلة سوى شركتين). وتمّ اختيار الشركات بناءً على تنويع القطاعات التي تعمل فيها، حيث تمّ اختيار بنك، وشركة اتصالات، وشركات صناعية وتجارية، وشركة خدمات (تأمين).

وبحسب اطّلاع هيئة سوق رأس المال على واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال التقارير التي تقدم لها في إفصاح الشركات فإنّ القطاعات التي يتمّ التركيز عليها متنوعة ومنها قطاعات الشباب، والصحة، والتعليم، والرياضة، والفئات المهمشة، وذوي الاحتياجات الخاصة.

نستعرض هنا نماذج من المسؤولية الاجتماعية لعيّنة من الشركات الخاصة الفلسطينية وهي شركات كبرى وذات وزن في الاقتصاد الفلسطيني في قطاعات مختلفة. وتعتمد بعض المعلومات الواردة على المواقع الإلكترونية للشركات المذكورة، وتقاريرها السنوية أو تقارير المسؤولية الاجتماعية. إضافة إلى ذلك تمكنت معدّة التقرير من عقد مقابلات مع بعض الشركات والتوسع أكثر في الحديث حول سياسات المسؤولية الاجتماعية الخاصة بها.

1. المسؤولية الاجتماعية لبنك فلسطين:

اتّبع بنك فلسطين منذ تأسيسه وحتى العام 2010 سياسة تلبية طلبات المؤسسات والأفراد الذين يتوجهون للبنك دون أن تتمّ هذه المساعدات تحت بند خاص يسمى المسؤولية الاجتماعية. وبعد العام 2010 بدأت فكرة المسؤولية الاجتماعية تتبلور ونشأت عنها فكرة تأسيس قسم للمسؤولية الاجتماعية داخل دائرة العلاقات العامة. وبدأ البنك بتخصيص 5% من أرباحه السنوية للمسؤولية الاجتماعية. أصبح البنك يلاحظ أثر اتّباع سياسة للمسؤولية الاجتماعية على سمعته في المجتمع وبدأت المؤسسات والجمعيات تتقدم للبنك لدعم مشاريع معينة لمعرفتها بتجاوبه من خلال المسؤولية الاجتماعية لطلبات واحتياجات المجتمع. كما قام البنك بعدة حملات لإغاثة المتضررين من الحروب الإسرائيلية على قطاع غزة. وإضافة إلى الدعم المالي يستخدم البنك كافة وسائل التواصل، والتواصل مع المستثمرين والمغتربين في الخارج لإنجاح الحملات وتجنيد الأموال اللازمة للحملات. كما أصبح الوصول إلى المجتمع وتلمّس احتياجاته يتمّ من خلال شركاء للبنك في القطاعات المختلفة وليس من خلال طلبات فردية.

بعد العام 2020 أصبح التركيز على التنمية يتمّ من خلال تنفيذ مشاريع مستدامة، ومن هنا أصبح العمل متركزاً على دعم قضايا أو قطاعات محددة مثل محاربة الفقر، ودعم الصحة، ودعم التعليم وهنا برز مفهوم الاستدامة.

تمّ تأسيس لجنة استدامة على مستوى المجلس الإداري تتبع للمدير العام، من ضمنها قسم الشمول المالي الذي يهدف لدعم فئات مهمشة مثل الفقراء، والنساء، وذوي الإعاقة، ومساعدتهم من خلال الدورات التدريبية، والوصول للخدمات المالية والمصرفية. يتبع قسم المسؤولية الاجتماعية حالياً لدائرة الاستدامة المصرفية، وله استراتيجية يتمّ تعديلها كلّ سنة أو اثنتين حسب الظروف، أو حسب الخطة الاستراتيجية للبنك والقطاعات التي يُعنى بها وبحسب تقييم الاستراتيجية كلّ عام وتحليل الواقع. تتركز استراتيجية البنك حالياً على التعليم، والصحة، ودعم ذوي الإعاقة. ومن خلال الشمول المالي يهدف البنك إلى دعم وتمكين المرأة الفلسطينية لتكون فاعلة اقتصادياً واجتماعياً، كما يدعم وصول كافة الشرائح الاجتماعية للخدمات المصرفية وبالأخص الشباب وذوي الإعاقة. ويتمّ دعم قطاعات أخرى مثل الرياضة والثقافة تحت بند العلاقات العامة أو الترويج وليس من منطلق المسؤولية الاجتماعية وضمن ميزانية مختلفة.

وبالنسبة لسياسات البنك في التعامل مع موظّفيه، فيتميز بنك فلسطين بأنّ نسبة الموظفات لديه تبلغ 44% ويهدف البنك للوصول إلى نسبة توظيف نساء تبلغ 50% وهو ما يجعل سياسته تتسم بالتمييز الإيجابي تجاه توظيف النساء. كذلك يصرف البنك علاوات للزوج والزوجة من موظفيه وهو ما يُعدُّ سياسة إيجابية تتجاوز المعمول به في القطاع العام على سبيل المثال، إضافة إلى أنّ نصف مجلس الإدارة هو من النساء. كما يخصص البنك ميزانية تبلغ حوالي 700 ألف دولار لتدريب كوادره وتطويرها[20].

وبحسب الموقع الإلكتروني لبنك فلسطين فإنّه «يلتزم بإحداث تطور إيجابي في المجتمعات التي يعيش ويعمل فيها، وعليه يلتزم بالمساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة من خلال العمل مع الموظفين وعائلاتهم والمجتمع على اتساعه لتحسين البيئة المجتمعية وفقاً للاستراتيجية المعتمدة من البنك. حيث يضع نصب عينيه العوامل الاجتماعية والثقافية والاقتصادية وسياسة الحكومة عند تقييمه لفرص التنمية». في عام 2019 استثمر البنك بتخصيص ما يقارب 5% من أرباحه للمسؤولية الاجتماعية، وظلّت مشاريع البنك متركزة في مجالات التعليم والشباب والإبداع، والرياضة، والصحة، والبيئة، والثقافة، والفنون، والتنمية والشؤون الاقتصادية، والمساعي الإنسانية، والعمل التطوعي[21]. وفي عام 2020 استمر البنك بتخصيص 5% من أرباحه السنوية لأنشطة المسؤولية الاجتماعية، وتركزت مساهماته في مجالات الصحة بشكل رئيسي إضافة إلى التنمية ومحاربة الفقر، والمساعي الإنسانية ودعم المتعطّلين عن العمل وذلك في ظلّ جائحة كورونا والحاجة لدعم هذه القطاعات. ووقّع البنك اتفاقية مع مؤسسة التعاون لدعم حملة «فلسطين بتناديكم» حيث تبرع البنك بقيمة 250,000 دولار لدعم شبكة مستشفيات القدس الشرقية وقطاع غزة بناء على الاحتياجات الآنية والطارئة، كما خصص البنك 500 ألف شيكل لصالح برنامج العمال المتعطّلين عن العمل، وتبرّع موظفو البنك بمبلغ 500 ألف شيكل لصالح برنامج وزارة العمل لدعم العمال المتعطّلين عبر صندوق «وقفة عز». إضافة إلى توقيع اتفاقية مع وزارة التنمية الاجتماعية لدعم الأسر المنكشفة جراء جائحة كورونا بمبلغ مليون شيكل. وتبرّع البنك كذلك بمبلغ 1.5 مليون شيكل لوزارة الصحة لمواجهة الجائحة من خلال صندوق «وقفة عز»[22].

2. المسؤولية الاجتماعية للشركة العربية الفلسطينية للاستثمار- أبيك

يظهر من خلال مراجعة تقارير المسؤولية الاجتماعية السنوية التي تصدرها وتنشرها الشركة على موقعها الإلكتروني أنّها تقدم دعماً للمؤسسات ذات الرؤية الهادفة والفاعلة في المجالات الخيرية والإنسانية التي تُعنى بالأيتام وذوي الاحتياجات الخاصّة والأُسَر الفقيرة ومؤسسات قطاعات التعليم والصحة والشباب والمشاريع الريادية. وكما جاء في تقرير الشركة أنّ برنامج المسؤولية الاجتماعية الذي تنفذه يأتي من منطلق «أهمية المشاركة في العطاء كواجب وطني وإنساني واستثمار طويل المدى كمساهمة في تحقيق الاستدامة الاجتماعية والاقتصادية وبناء وتمكين مجتمعات قادرة على الاستمرار في ظل كافة الظروف والتحديات». وقد بلغ مجمل الاستثمار في المسؤولية الاجتماعية خلال آخر ثلاث سنوات حوالي 7.7 مليون دولار أمريكي، أي ما نسبته 9% من صافي الربح، فيما خصصت الشركة ما نسبته 7.6% من صافي أرباحها للعام 2021 لنشاطات المسؤولية الاجتماعية بقيمة بلغت 2.55 مليون دولار أمريكي في مجالات دعم ذوي الإعاقة، والتوحّد وصعوبات التعلم، وقرى الأطفال SOS، والنساء والفئات المهمشة، والأيتام والأُسَر الفقيرة في قطاع غزة، والطالبات والطلبة الأيتام، وتدريب طلبة الجامعات في فروع الشركة، إضافة للمنح الجامعية[23].

خصصت أبيك في العام 2020 ما نسبته 14% من صافي أرباحها للمسؤولية الاجتماعية بقيمة بلغت 3.5 مليون دولار أمريكي، تمّ تخصيص 2 مليون دولار منها لدعم الجهود الوطنية لمكافحة فيروس كورونا موزعة ما بين طرود غذائية، وسيارات إسعاف، وأجهزة مخبرية، ودعم مادي لصناديق وطنية، وتجهيزات السلامة للموظفين والعملاء. وأبقت

20 مقابلة مع أ. ربيع دويكات، مدير دائرة العلاقات العامة في بنك فلسطين، بتاريخ 2020/8/30. مقابلة مع أ. علا صوافطة، رئيسة قسم المسؤولية الاجتماعية في بنك فلسطين، بتاريخ 2022/8/30.

21 بنك فلسطين، تقرير المسؤولية الاجتماعية 2019.
https://bopwebsitestorage.blob.core.windows.net/assets/uploads/ekxS5srDaaHpnAZIpRDf9g8MgoMiR8TO5Aozq8gX.pdf

22 بنك فلسطين، تقرير المسؤولية الاجتماعية 2020. https://bopwebsitestorage.blob.core.windows.net/assets/uploads/DSQW1pvK8MJderXurktlTjZvHMWTWJOFPXwx8XvW.pdf

23 انظر/ي الموقع الإلكتروني للشركة العربية الفلسطينية للاستثمار- أبيك.
https://apic.ps/ar/corporate-social-responsibility/

الشركة على دعمها للفئات والمجالات الأخرى كالأيتام والأُسَر الفقيرة، وذوي الاحتياجات الخاصة، والتعليم، والشباب، والصحة والرعاية الطبية، والثقافة والتراث. كما خصصت 7% من صافي أرباحها للعام 2019 للمسؤولية الاجتماعية بقيمة بلغت 6.1 مليون دولار أمريكي في نفس المجالات.

ويبدو أنّ هذه هي المجالات التي يتمّ استثمار مخصصات المسؤولية الاجتماعية لدعمها بشكل مستمر بحسب سياسة الشركة.

3. المسؤولية الاجتماعية لشركة باديكو القابضة:

تقسّم الشركة مسؤوليتها الاجتماعية إلى مسؤوليتها تجاه المجتمع، ومكان العمل، والسوق، والبيئة. وبالنسبة للمجتمع تحدد الشركة مجالات تدخلها في قطاعات التعليم من خلال التشبيك مع مؤسسات عالمية، والريادة والإبداع، والاقتصاد بالتركيز على المحاضرات، والندوات والمؤتمرات الاقتصادية، والثقافة والفنون بالتركيز على دعم مهرجانات مختلفة. أما بالنسبة للمسؤولية الاجتماعية في مكان العمل فتعتمد باديكو مدوّنة الأخلاق في التعامل مع موظفيها، والتدريب وبناء القدرات، إضافة إلى الدورات التدريبية والأعمال التطوعية. أما فيما يخص المسؤولية الاجتماعية تجاه السوق، فتلتزم الشركة بالمعايير الدولية لحوكمة الشركات والممارسات المسؤولة اجتماعياً وبيئياً، وتلتزم بمدوّنة حوكمة الشركات والاتفاق العالمي للأمم المتحدة. وتلتزم الشركة بإرساء ممارسات صديقة للبيئة. يعدّ هذا التحديد لجوانب المسؤولية الاجتماعية فريداً من نوعه، وبالاطّلاع على تعريف الشركات الأخرى للمسؤولية الاجتماعية كان التعريف يقتصر على جانب المساهمة الاجتماعية للشركة والدور التنموي الذي يمكن أن تلعبه وهذا التعريف منسجم مع التعريفات العالمية للمسؤولية الاجتماعية.
استثمرت الشركة منذ تأسيسها مبلغ 125 مليون دولار في المسؤولية الاجتماعية، وركزت في العام 2019 على دعم قطاعات الرياضة، والشباب، والتعليم. وفي العام 2020، قامت الشركة بتقديم المساعدات العينية والنقدية خلال جائحة كورونا بالتعاون مع وزارة الصحة، كما خصصت الشركة مقرّاتها في ثلاث مدن كمراكز للحجر الصحي. إضافة إلى تمويل عددٍ من المنح الدراسية والمقاعد الجامعية في الجامعات الفلسطينية، وبرنامج مسارك التدريبي[24]. كما استمرت الشركة في العام 2021 بدعم القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية والفنون والثقافة والريادة والشباب، من خلال تقديم منح جامعية والتدريب من خلال برنامج مسارك[25].

4. المسؤولية الاجتماعية لشركة ترست للتأمين:

جاء ذكر المسؤولية الاجتماعية لشركة ترست للتأمين ضمن بند حوكمة الشركة في تقاريرها السنوية، ولم تُفرد تقريراً مفصّلاً لها كحال الشركات الأخرى. قامت الشركة في العام 2021 بدعم ورعاية بعض البرامج الثقافية، والرياضية، والخدماتية والصحية ودعمت صندوق وقفة عز بمبلغ 200 ألف دولار وقدمت غيرها من التبرعات لمواجهة جائحة كورونا[26]. ويبدو أنّه لا توجد لدى شركة ترست سياسة واضحة في مجال المسؤولية الاجتماعية، حيث جاء في التقرير أنّ الشركة "تخصص بحسب رؤية الإدارة التنفيذية كلّ عام نسبةً معينةً من الأرباح للمسؤولية الاجتماعية"[27] فقط، ولم يوضح التقرير ما هي هذه السياسة مع العلم أنّ الشركات ملزمة بالإفصاح في حال كانت لديها سياسة، أمّا إذا لم تكن لديها سياسة فيجب أن تفصح عن عدم وجودها. كذلك لم تكشف الشركة عن الأنشطة التي نفّذتها والمبالغ التي أنفقتها ومجالات الدعم بالتفصيل كما لم تذكر أسماء الجهات المستفيدة من تلك الأنشطة.

---

24 شركة باديكو، التقرير السنوي 2020 https://www.padico.com//wp-content/uploads/2022/08/2020.pdf.
25 شركة باديكو، التقرير السنوي 2021 https://www.padico.com//wp-content/uploads/2022/08/2021.pdf.
26 التقرير السنوي لشركة ترست. 2021. https://www.trustpalestine.com/uploads/document/file__path/16/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%82%D8%B1%D9%8A%D8%B1__%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%86%D9%88%D9%8A__2021.pdf.
27 المرجع السابق.

5. المسؤولية الاجتماعية لشركة مجموعة الاتصالات الفلسطينية:

أسست مجموعةُ الاتصالات الفلسطينية في العام 2008 مؤسسةَ مجموعة الاتصالات الفلسطينية، وهي منظمة مستقلة وغير ربحية تهدف إلى تلبية الاحتياجات المتزايدة للمجتمع الفلسطيني.
تنفذ مؤسسة مجموعة الاتصالات الفلسطينية 4 برامج تهدف من خلالها لتلبية الاحتياجات الاجتماعية وفق رؤيتها للواقع ودور هذه البرامج في دعم التنمية الاجتماعية. وهذه البرامج هي برنامج منح مجموعة الاتصالات الجامعية للعلوم والتكنولوجيا، وبرنامج "Code for Palestine"، والمخيم الصيفي للبرمجة والتصميم، وبرنامج الحقّ في حياة كريمة، إضافة إلى جائزة فلسطين للتميّز والإبداع.
تركّز مؤسسة مجموعة الاتصالات على مختلف أشكال تمكين الشباب من خلال توفير فرص متساوية لجميع شرائح المجتمع في التعليم والتكنولوجيا. كما تقدم المؤسسة مساعدات للفقراء والأُسَر المحتاجة، وتدعم الجمعيات التي تُعنى بالأشخاص ذوي الإعاقة، وتقدم برنامج دعم القطاع الصحي، وبرامج أخرى عديدة تركز على التنمية، وترتبط هذه البرامج بأهداف التنمية المستدامة 2030 ويتمّ الإعلان عنها في تقارير تفصيلية[28].

6. المسؤولية الاجتماعية لشركة رويال:

شركة رويال هي شركة عائلية متخصصة في الصناعات البلاستيكية تأسست عام 1993، ولكونها غير مدرجة في السوق المالي فلا تنطبق عليها شروط الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية. من خلال الموقع الإلكتروني لا توجد أيّة تقارير حول المسؤولية الاجتماعية للشركة أو أيّة تقارير سنوية عن عملها. ومن خلال مقابلة الشركة، تبيّن أنّها تقوم منذ تأسيسها بتقديم تبرعات وحملات اجتماعية مختلفة وتهتم في مجالات متعددة منها التعليم، والصحة، والبنية التحتية وتستثمر مبالغ كبيرة في هذه المجالات. ويعتبر أحد مالكي الشركة أنّ المسؤولية الاجتماعية دور وطني وإنساني يجب أن تلتزم به أيّ شركة بغضّ النظر عن حجمها ومردودها وبحسب قدرتها مقابل عملها في المجتمع واستفادتها من موارده، ويتمّ الاتفاق بين مالكي الشركة ومدرائها بالنسبة للمشاريع التي ستنفذ بعد التشاور بالأفكار المطروحة فيها هذا المجال.

وتهتم الشركة بتنفيذ مشاريع ذات طابع مستدام منها تعبيد وفتح طرق، وتوفير أجهزة طبية لبعض المستشفيات، إضافة إلى مبادرة "من حقي أسمع" وهي حملة لزراعة قواقع السمع للأطفال الذين يحتاجون لإجراء هذه العملية ولا يستطيع ذووهم تغطية تكاليفها، حيث تقوم شركة رويال بتغطية تكاليف المستشفى، ويتبرع الطبيب عادل عدوان بإجراء العمليات من خلال هذه الحملة مجاناً، وتعمل الشركة على توفير القواقع من خلال استيرادها من إحدى الشركات الأجنبية المصنّعة لها والتي توفّرها بأسعار مخفّضة، حيث تم حتى تاريخ عقد هذه المقابلة إجراء 146 عملية زراعة قوقعة أذن.

حصلت شركة رويال عام 2012 على جائزة ثاني أفضل شركة في مسابقة اختيار أفضل شركة في مجال المسؤولية الاجتماعية في دبي، والتي اعتمدت على تقييم المشاريع التي نفذتها الشركة في مجال المسؤولية الاجتماعية.
ومن الأمثلة على المشاريع التي عملت الشركة على تنفيذها ضمن مسؤوليتها الاجتماعية؛ مشروع توسيع طريق واد النار عام 2002 والتي تمّ تعبيدها بعد ذلك من قبل وزارة الأشغال، إلى جانب توفير الأجهزة الطبية، وتجهيز قسم لغسيل الكلى للأطفال في مستشفى الهلال الأحمر الفلسطيني في الخليل، وتجهيز مركز في مستشفى المطّلع.
كما تنفذ شركة رويال «مبادرة مسار»، وهي مبادرة تهدف لدعم الطلبة الخريجين للعمل على مشاريع التخرج من خلال منصة موجودة على الموقع الإلكتروني للشركة، حتى يتمكن الخريجون من العمل والنجاح في مشاريعهم، حسب احتياجات كلّ مشروع، حيث تحتاج بعض المشاريع للدعم الفني أو التقني والأدوات كما يتمّ توجيه كل طالب حسب احتياجاته.
وقامت شركة رويال بتدريب طاقم متخصص للدفاع المدني من موظفيها ووفرت الآليات اللازمة لذلك، ويتعاون هؤلاء الموظفون مع الدفاع المدني في حالات الحرائق التي تحدث في المنطقة[29].

---

28 انظر/ي مساهمة مجموعة الاتصالات في المجتمع الفلسطيني https://www.paltelfoundation.ps/uploads/2019_report.pdf.
https://www.paltelfoundation.ps/uploads/Foundation_Section.pdf.

29 مقابلة مع الأستاذ مازن زغير، أحد مالكي الشركة، والأستاذ عماد رجوب مدير المصنع، بتاريخ 2022/8/30.

الاستنتاجات: برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات من منظور الشفافية والنزاهة والعدالة الاجتماعية

من خلال ما سبق من استعراض لبرامج وسياسات المسؤولية الاجتماعية والبحث المكتبي والميداني، يقوم هذا الجزء من التقرير بفحص هذه البرامج من منظور الشفافية والنزاهة والعدالة الاجتماعية. ففي ظلّ الظروف الاقتصادية والاجتماعية التي تواجه المجتمع الفلسطيني بفعل سياسات الاحتلال الإسرائيلي وانعكاسات الأوضاع السياسية والاقتصادية العالمية، فإنّ من دور وواجب شركات القطاع الخاص أن تكثف جهودها في مجالات التنمية المستدامة، ومكافحة الفقر، ودعم وتمكين الفئات المهمشة مثل ذوي الإعاقة والنساء.

- ما زال مفهوم المسؤولية الاجتماعية غير واضح لدى كثير من شركات القطاع الخاص، حيث يتداخل المفهوم مع أنشطة أخرى مثل العلاقات العامة والترويج للشركة في كثير من الأحيان.

- ما زال أغلب الدعم المقدّم من شركات القطاع الخاص يقدّم بناءً على طلبات فردية من الأفراد أو المؤسسات ولا توجد برامج محددة ضمن خطة استراتيجية لدى غالبية الشركات يتم التقدم لها من قبل الأفراد أو المؤسسات للحصول على التمويل لتنفيذ مبادراتهم.

- من خلال مراجعة تقارير واستراتيجيات الشركات المختلفة، فإنّ المسؤولية الاجتماعية حاضرة في تقارير هذه الشركات واستراتيجيات عملها. وكما أوضحت بعض الشركات فإنّ المسؤولية الاجتماعية إلى جانب كونها واجباً وطنياً وأخلاقياً على الشركة، تسعى الشركات من خلال إنفاقها على برامج المسؤولية الاجتماعية لتحسين سمعتها في المجتمع ما يعود بالنفع على عوائد وأرباح الشركات. أي أنّه ما يزال هناك اختلاف في رؤية الشركات حول المسؤولية الاجتماعية وبالتالي في آليات العمل والأهداف في هذا المجال.

- قانونياً، لا يوجد نصّ قانوني أو تشريع يلزم الشركات بالإنفاق في مجال المسؤولية الاجتماعية، وإنّما تلتزم الشركات بالإفصاح عن سياسات وأنشطة المسؤولية الاجتماعية التي تنفذها. ويظهر من خلال البحث الذي قمنا به وجود اهتمام متفاوت بين الشركات في الإفصاح عن سياسات وأنشطة المسؤولية الاجتماعية، وهذا التفاوت قد يأتي بشكل أساسي نتيجة الاهتمام المتفاوت بجانب المسؤولية الاجتماعية ومتابعتها كنشاط أساسي للشركة بأهمية باقي جوانب العمل، ومن وعي الشركات بدور المسؤولية الاجتماعية في تحسين صورتها وانعكاسها على عملها. من ناحية أخرى يبدو أنّ هناك شركات أقل اهتماماً بالإفصاح عن مشاريعها وسياساتها في مجال المسؤولية الاجتماعية على الرغم من وجود نشاطات وبصمات مميزة لها في هذا المجال. كما يوجد اختلاف واضح بين الشركات العائلية وشركات المساهمة العامة التي تختلف قوانين وطرق العمل بينهما في الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، حيث من الصعب أن تجد على الموقع الإلكتروني لهذه الشركات تقارير سنوية أو تقارير منتظمة عن نشاطات المسؤولية الاجتماعية.

- ما يزال شكل الدعم الإغاثي غالباً على عمل كثير من الشركات في مجال المسؤولية الاجتماعية وليس العمل المستدام المرتبط بالتنمية وتحقيق أهداف التنمية المستدامة 2030. حيث تعمل الشركات في مجال المسؤولية الاجتماعية وفق الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية. ففي فترات الحروب الإسرائيلية على قطاع غزة تكثّف الشركات من حملاتها وتبرعاتها الإغاثية والتي قد تتعاون فيها مع شركاء من المجتمع المدني أو شركات أخرى. لكن بشكل عام، يظهر أنّ هناك اهتماماً متزايداً في تنفيذ مشاريع وبرامج تنموية تترك أثراً مستداماً على المجتمع ولا ينتهي تأثيرها بانتهاء فترة المشروع. خلال السنوات العشر الأخيرة، اختلف العمل كما يبدو في مجال المسؤولية الاجتماعية بشكل جوهري، حيث تحوّل شكل النشاطات من التبرعات وطلبات المساعدات الفردية التي كانت ترد للشركات إلى طابع العمل على برامج ومشاريع ضمن قطاعات محددة ضمن استراتيجية واضحة تحدث باستمرار. كما يظهر أنّ للشركات مؤسسات قاعدية ومنظمات غير حكومية تعمل معها كشركاء أو مستفيدين في القطاعات المختلفة والتي نجدها تتكرر سنوياً. هذا التحول نحو العمل الاستراتيجي في قطاعات محددة بحسب اهتمام كلّ شركة وفقاً لنطاق عملها، جعل الشركات أبعد عن الاستجابة المباشرة للطلبات الفردية التي تفد إليها، وأصبح التوجّه يتمّ للمؤسسات ولم تعد الشركات مسؤولة عن الإعلان عن تقديم مساعدات أو غيرها لكنّها تتابع اختيار المستفيدين ونتائج المشاريع المنفّذة كنوع من التدقيق الداخلي لكون هذا النوع من النشاطات غير خاضع وفقاً للقانون للتدقيق أو المتابعة.

- ما زالت شركات القطاع الخاص لم تبد اهتماماً بالانخراط في دعم جهود مكافحة الفساد، لكنها منفتحة على استقبال أفكار من قبل المؤسسات الفاعلة في هذا المجال لدراستها.

- لم يتمّ حتى اليوم بلورة واعتماد مؤشرات وطنية لتقييم المسؤولية الاجتماعية للشركات، أو تنفيذ مسح للمسؤولية الاجتماعية يتضمن هذه المؤشرات ويظهر تطورها بشكل سنوي.

- ما يزال مجال المسؤولية الاجتماعية واختيار القطاعات ضمن الاجتهاد الشخصي لكلّ شركة بناءً على تقديرها للأولويات أو بناءً على ما يردها من طلبات، وليست هناك خارطة حكومية أو اقتراح من مؤسسات حقوقية أو من المجتمع المدني حول الأولويات التنموية الوطنية وبالأخص ما يتعلق منها بالحقوق.

- يظهر من خلال مراجعة تقارير الشركات المساهمة العامة أنّ هناك تركيزاً من قبل الشركات على قطاعات التعليم، وذوي الإعاقة، والأيتام، والصحة، والتدريبات والبرامج المختلفة للخريجين، والبيئة. لكن ما تزال هناك حاجة لنشر القطاعات ذات الأولوية الاجتماعية لكلّ شركة والإعلان عنها بشكل استراتيجي يسمح للمؤسسات أو الأفراد بالتقدم للحصول على الدعم كلٌّ بحسب مجاله.

- تنفذ غالبية الشركات مشاريع أخرى ذات طابع موسمي مثل دعم المهرجانات ومباريات كرة القدم والتي قد تحتسب ميزانيتها ضمن ميزانية التسويق أو ضمن ميزانية المسؤولية الاجتماعية، لكنّ الهدف الأساسي لهذه المشاريع عادة ما يتمثل بالوصول لجمهور واسع والترويج لسمعة الشركة أكثر من الاهتمام بالأثر التنموي أو المستدام.

- على الرغم من أنّ متابعة تقارير الشركات للمسؤولية الاجتماعية تظهر أنّ الإنفاق في مجال مكافحة الفساد، والنزاهة والشفافية محدود جداً، إلّا أنّ الشركات القليلة التي تمكنّا من مقابلتها لم تستبعد إمكانية أن تعمل على أفكار ومشاريع أخرى تردها من خلال المؤسسات المختلفة في هذا المجال بما يتوافق مع رؤيتها واهتمامها. إذ أشار ممثلو بنك فلسطين على سبيل المثال خلال مقابلة شخصية معهم إلى أنّهم منفتحون على الأفكار التي يمكن أن ترد من قبل المؤسسات التي تعمل في مجال المساءلة والشفافية، وأنّ الموافقة عليها تتمّ حسب الفكرة وتأثيرها على المجتمع وتماشيها مع سياسة البنك.

- من ناحية العدالة وبالنظر إلى طبيعة المشاريع التنموية المنفّذة من قبل الشركات، ستستفيد الفئات المهمشة كذوي الإعاقة أو النساء أو الفقراء من تنفيذ هذه المشاريع. على الرغم من أنّه لا توجد مشاريع كثيرة تستهدف تمكين النساء، إلّا أنّ طبيعة المشاريع هي مشاريع موجهة للفئات الأقل حظاً في المجتمع. وليست لدينا معلومات تفصيلية عن عدد المستفيدات مقابل عدد المستفيدين من هذه المشاريع حيث لم نوفق بعقد عدد من المقابلات والحصول على هذه المعلومات من قبل الشركات.

- عدم التوافق على تعريف وأبعاد محددة للمسؤولية الاجتماعية للشركات يجعل من الصعب على أصحاب الاختصاص أو الباحثين متابعة تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات. حيث إنّ البرامج والمشاريع والحملات التي تنفذها الشركات هي جزء من المسؤولية الاجتماعية للشركات ولا تشمل كافة أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

- ما زال التوجيه الحكومي أو المؤسساتي للمسؤولية الاجتماعية للشركات ضعيفاً، حيث لا توجد أيّ وثيقة حكومية مرجعية حول المسؤولية الاجتماعية، وأهميتها، أو أهم القطاعات التي يمكن أن يعمل القطاع الخاص على توجيه مبادراته إليها لعلاقتها بأهداف التنمية المستدامة 2030 وأهداف وأولويات الأجندة الوطنية.

- في النهاية، لا يمكن أن نتوقع نتائج تنموية مستدامة من خلال عمل الشركات في مجال المسؤولية الاجتماعية دون أن تأخذ الشركات في تطبيق المسؤولية الاجتماعية كافة الأبعاد المتعلقة بسياسات عمل الشركة، والتوظيف، وحقوق العمال والعاملات، والمساواة، والبيئة، وحقوق المستهلك، وحقوق المساهمين وغيرهم. حيث تظهر الإحصائيات الاقتصادية بشكل عام أنّنا نعاني من فجوات على مستوى النوع الاجتماعي في جميع القطاعات الاقتصادية، وأنّ من الصعب أن نصل إلى التنمية الشاملة والمستدامة دون تفعيل كافة مكونات المجتمع.

التوصيات:

1. على الجهات الحكومية مثل وزارة الاقتصاد، ووزارة التنمية الاجتماعية، وهيئة سوق رأس المال أخذ دورها في رسم خريطة للقطاعات التي تحتاج للدعم، والأهداف التي تسعى لتحقيقها ومجالات تدخل القطاع الخاص من خلال المسؤولية الاجتماعية في هذه القطاعات مع التركيز على الفئات المهمشة والضعيفة مثل ذوي الإعاقة والنساء والفقراء.

2. دعوة الشركات وتوجيهها نحو الالتزام بمبادئ حقوق الإنسان، والحفاظ على البيئة، والالتزام بحقوق أصحاب العلاقة المختلفين، وأهداف التنمية المستدامة، إلى جانب تحفيز الشركات على الالتزام بسياسات توظيف وترقية مراعية للنوع الاجتماعي والفئات المهمشة.

3. رفع الوعي المجتمعي بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات وهو ما يخلق مساءلة مجتمعية للشركات ويلزمها بالالتزام بواجبها تجاه المجتمع، بحيث يصبح دور الشركات مراقباً بشكل أكبر من قبل المجتمع ما يسهم في ظهور أفضل للشركة عند تنفيذها لبرامج المسؤولية الاجتماعية.

4. على شركات القطاع الخاص اعتماد سياسة واضحة لسياستها في المسؤولية الاجتماعية ومجالاتها.

5. تعزيز توجه شركات القطاع الخاص في إعلانها عن القطاعات والمشاريع والمبادرات التي تُعنى بتوجيه المسؤولية الاجتماعية تجاهها، وبالتالي تسهيل التواصل مع الشركات حسب اهتماماتها والقطاعات التي توجّه مسؤوليتها الاجتماعية لدعمها.

6. تعزيز توجيه سياسات المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص نحو تقوية ودعم المبادرات والمشاريع المعنية بتمكين النساء.

7. على ائتلاف أمان وهيئة مكافحة الفساد وهيئة سوق رأس المال تطوير مؤشرات تتعلق بالمجالات الأساسية للمسؤولية الاجتماعية كآلية مساعدة لمسح المسؤولية الاجتماعية للشركات تأخذ بعين الاعتبار بيئة المجتمع الفلسطيني.

مؤشرات مقترحة تعتمدها شركات القطاع الخاص الفلسطيني كأبعاد لمسؤوليتها الاجتماعية

بعد مراجعة الأبعاد التي تمّ اعتمادها من قبل الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني عام 2004 في مسح المسؤولية الاجتماعية، واسترشاداً بالمعايير الدولية المقترحة، نقترح المؤشرات التالية في مجالات بيئة العمل والموظفين، وسياسات المسؤولية الاجتماعية واستراتيجياتها، والعلاقة بالمجتمع، والمستهلكين، والبيئة، وحقوق الإنسان، والنزاهة والشفافية ومكافحة الفساد. وتأتي هذه المؤشرات منسجمة مع أهداف التنمية المستدامة والأجندة الوطنية للتنمية التي تسعى الحكومة الفلسطينية بحسب وثائقها المختلفة لتحقيقها.

سياسات المسؤولية الاجتماعية:

- أن تتوفر استراتيجية مكتوبة وموافق عليها من مجلس الإدارة توضح تعريف الشركة للمسؤولية الاجتماعية، وسياساتها ومجالات الإنفاق والمشاريع المعتمدة للسنوات القادمة.
- الإعلان عن سياسات المسؤولية الاجتماعية والقطاعات ذات الأولوية بالنسبة للشركة.
- الإفصاح عن طرق ممارسة الشركة للمسؤولية الاجتماعية وآليات تقديمها.
- نشر تقارير المسؤولية الاجتماعية للشركة.

سياسات التوظيف والعمل:

- الالتزام بقانون العمل كحدٍ أدنى لحقوق العاملين والعاملات في الشركة.
- الالتزام بتوفير ظروف العمل اللائق التي تتوفر فيها شروط الصحة والسلامة.
- ضمان بيئة عمل خالية من العنف والتحرّش بمختلف أشكاله.

- توفير التأمين الصحي للعاملين في الشركة.
- الحفاظ على حقّ الموظفين بالحصول على مكافأة نهاية الخدمة.
- وجود خطة تدريب وتطوير سنوية للكوادر العاملة في الشركة.
- وجود آلية واضحة لحلّ التظلّمات بطريقة منصفة تضمن النزاهة.

سياسات الشركة تجاه البيئة:

- اتّباع ممارسات صديقة للبيئة من ناحية استغلال الموارد والتخلّص من النفايات وأيّة ممارسات إنتاج أو تصنيع.
- دعم مشاريع ومبادرات خضراء وذات أثر صديق للبيئة ومستدام.
- اتّباع سياسات لمنع التلوّث الناتج عن أعمال الشركة.
- تعزيز توجّهات الاستهلاك والإنتاج المستدام.

سياسة الشركة تجاه المستهلكين والزبائن:

- إمكانية وصول الجميع للسلع والخدمات الأساسية.
- تعزيز التنمية الاقتصادية والاجتماعية العادلة والمستدامة والمنصفة.
- وجود إرشادات مكتوبة ومحددة لضمان جودة المنتجات والخدمات وصحة المستهلك وسلامته.
- وجود إرشادات مكتوبة لتجنّب سوء استخدام بيانات الزبائن.

سياسات الشركة لتعزيز دورها في مجال مكافحة الفساد وتعزيز منظومة النزاهة والشفافية في المجتمع:

- دعم الشركة لحماية حقوق الإنسان المعلنة دولياً واحترامها.
- التأكد من عدم اشتراك الشركة في انتهاكات حقوق الإنسان واستثمار الشركة في رأس المال الاجتماعي.
- اعتماد مدوّنة سلوك للعاملين في الشركة.
- اتّباع أسس سليمة للحوكمة ومكافحة الفساد من خلال وجود إرشادات مكتوبة لتجنب الفساد، وأن تكون المبادئ العامة للشركة مكتوبة.
- الإفصاح عن سياسات وإجراءات مكافحة الرشوة والفساد.
- الإفصاح عن دليل الممارسات الجيدة لحوكمة الشركة.
- اتّباع سياسات المنافسة العادلة.
- تعزيز المسؤولية الاجتماعية في كافة مراحل سلسلة القيمة.
- احترام حقوق الملكية الفكرية.
- الاهتمام بالتعليم والرفاهية الاجتماعية من خلال خلق فرص عمل في المجتمع وتنمية وتطوير مهارات الخرّيجين والباحثين عن عمل.
- الاهتمام بتوظيف الفئات الضعيفة مثل ذوي الإعاقة.
- اتّباع سياسة التمييز الإيجابي تجاه توظيف النساء.
- تطوير التكنولوجيا والوصول إليها.
- تحديد مجالات دعم لمؤسسات المجتمع المدني مخصصة لبرامج مكافحة الفساد.

8. على ائتلاف أمان ومنظمات المجتمع المدني بالتعاون مع هيئة سوق رأس المال وضع خطة أو برنامج لإخراط خطط وسياسات شركات القطاع الخاص في جهود مكافحة الفساد، وتعزيز الحوكمة والنزاهة والشفافية وأهميتها في المجتمع من خلال تقديم الأفكار التي يمكن دعمها من قبل القطاع الخاص وبالتالي دعم هذه الجهود وتعزيزها.

9. على سلطة النقد العمل مع البنوك على تطوير برامج المسؤولية الاجتماعية الخاصة بالبنوك بحيث تغطي مجالات لها علاقة بسدّ فجوات الشمول المالي في فلسطين، وتحديداً تنفيذ برامج خاصة بالنساء، وكبار السن، وذوي الإعاقة لتعزيز وصولهم للخدمات المالية والمصرفية بما يخدم احتياجاتهم والحصول على التمويل لأيّة أفكار أو مشاريع قد تسهم في تمكينهم اقتصادياً، وتنفيذ برامج لتعزيز النزاهة ومكافحة الفساد.

المصادر والمراجع:

مراجع عربية

1. الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2011. مسح المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في الأراضي الفلسطينية، 2009. رام االله– فلسطين، ص 21.
2. إيمان سعادة، والخالدي، رجا. 2019. واقع المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص الفلسطيني ودورها في دعم التنمية. معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني-ماس. رام اللّه- فلسطين.
3. مؤسسة مفتاح، صندوق وقفة عز.
http://www.miftah.org/Publications/Books/FactSheet_Waqfet_Izz_Ar.pdf
4. مدوّنة قواعد حوكة الشركات في فلسطين. https://www.aman-palestine.org/reports-and-studies/8604.html
5. انعكاس أنشطة وعمليات الشركة وتأثيرها على البيئة، كذلك سياسة الشركة الاجتماعية بما هو أوسع من المفهوم التقليدي للمسؤولية الاجتماعية والاهتمام ببيئة العمل.
6. الجريدة الرسمية "الوقائع الفلسطينية". 2021. عدد ممتاز (25)، https://t.ly/ULZ9
7. قرار مجلس إدارة هيئة سوق رأس المال الفلسطينية رقم (1) لعام 2013م بتعليمات معدلّة لتعليمات رقم (2) لسنة 2008م بشأن الإفصاح. http://muqtafi.birzeit.edu/pg/getleg.asp?id=16545

المقابلات

1. مقابلة مع د. بشار أبو زعرور، مدير عام الإدارة العامة لخدمات التمويل الرقمي والابتكار في هيئة سوق رأس المال، بتاريخ 1/ 2022/9.
2. مقابلة مع أ. ربيع دويكات. مدير دائرة العلاقات العامة في بنك فلسطين، بتاريخ 2020/8/30.
3. مقابلة مع أ. علا صوافطة. رئيسة قسم المسؤولية الاجتماعية في بنك فلسطين، بتاريخ 2022/8/30.
4. مقابلة مع أ. مازن زغير، أحد مالكي شركة رويال، وأ. عماد رجوب، مدير مصنع رويال، بتاريخ 2022/8/30.

تقارير سنوية للشركات

1. بنك فلسطين، تقرير المسؤولية الاجتماعية 2019.
2. https://bopwebsitestorage.blob.core.windows.net/assets/uploads/ekxS5srDaaHpnAZIp RDf9g8MgoMiR8TO5Aozq8gX.pdf
3. بنك فلسطين، تقرير المسؤولية الاجتماعية 2020. .https://bopwebsitestorage.blob.core.windows net/assets/uploads/DSQW1pvK8MJderXurktlTjZvHMWTWJOFPXwx8XvW.pdf
4. شركة باديكو، التقرير السنوي 2020 pdf.2020/08/https://www.padico.com//wp-content/uploads/2022
5. شركة باديكو، التقرير السنوي 2021 pdf.2021/08/https://www.padico.com//wp-content/uploads/2022
6. التقرير السنوي لشركة ترست. 2021. https://www.trustpalestine.com/uploads/document/file_path 8%8A%D8%B1_%D8%A7%D9%82%D8%B1%D9%84%D8%AA%D9%D8%A7%D9%/16/ 8A_2021.pdf%88%D9%86%D9%4%D8%B3%D9
7. مساهمة مجموعة الاتصالات في المجتمع الفلسطيني https://www.paltelfoundation.ps/uploads/2019_ report.pdf
https://www.paltelfoundation.ps/uploads/Foundation_Section.pdf

مراجع أجنبية

1. World Bank. (2005). Opportunities and Options for Governments to promote Corporate Social Responsibility in Europe and Central Asia: Evidence from Bulgaria, Croatia and Romania. Working paper. (pdf).
2. "Key recommendations from subgroup on "Corporate Social Responsibility". https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/recommendations-subgroup-corporate-social responsibility_en.pdf6-
3. Y. AL-DAAYA, Corporate Social Responsibility Scenario in Jordan: Transformation Context, International Journal of Engineering and Management Sciences (IJEMS) Vol. 2 No3. (2017). https://scholar.google.com/scholar?q=Corporate+Social+Responsibility+Scenario+in+Jordan:+Transformation+Context&hl=en&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart
4. Selvik, K. (2013). Business and Social Responsibility in the Arab World: the Zakat vs. CSR models in Syria and Dubai, Comparative Sociology, 12(1), 95-123. doi: https://doi org/10.1163/15691330-12341254.

مواقع إلكترونية

1. https://www.unido.org/sites/default/files/2008-06/Companies__results_Croatia_0.pdf
2. https://www.cmi.no/about/who-we-are
3. https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles
4. الموقع الإلكتروني للشركة العربية الفلسطينية للاستثمار- أبيك https://apic.ps/ar/corporate-social-responsibility/
5. يتمّ تعريف ISO 26000 على أنّه المعيار الدولي الذي تمّ تطويره لمساعدة المنظمات على تقييم والتعامل مع المسؤوليات الاجتماعية ذات الصلة والمهمة بالنسبة لمهمتها ورؤيتها؛ والعمليات والعملاء والموظفين والمجتمعات وأصحاب المصلحة الآخرين؛ والأثر البيئي بشكل فعال. https://asq.org/quality-resources/iso-26000#Reporting

الفريق الأهلي لدعم شفافية الموازنة العامة؛ ائتلاف عددٍ من المنظمات الأهلية الفلسطينية التي عملت على تنسيق جهودها الرامية لتعزيز نظم المساءلة ومبادئ الشفافية في إدارة المال العام وبشكل خاص الموازنة العامة. ويتبنى الفريق منهج عمل يقوم على الشراكة الفاعلة مع جميع المعنيين في مجال إدارة المال العام بمن فيهم وزارة المالية والمؤسسات الحكومية ذات العلاقة في عملية التخطيط؛ لتحقيق الأهداف العامة التالية:

- تعزيز الشفافية من حيث نشر المعلومات الخاصة بالسياسة المالية والإنفاق الحكومي والإيرادات العامة، وتعزيز موقع ترتيب فلسطين على المؤشر الدولي لشفافية الموازنة.
- تعزيز نظم المساءلة حول النفقات والإيرادات العامة.
- إشراك مؤسسات المجتمع المدني في رسم السياسات المالية للسلطة الفلسطينية وتحديد أولويات الإنفاق والتطوير والخطط الوطنية القطاعية بما يخدم مصالح المواطن الفلسطيني ويحقق أهداف التنمية المستدامة.
- رفع وعي المواطن الفلسطيني بأحكام قانون الموازنة السنوي وطرق المشاركة في وضع السياسات المالية والرقابة عليها لتمكينه من المساءلة حولها.
- تقديم توصيات لمجلس الوزراء والجهات ذات العلاقة بإدارة المال العام بهدف تحسين إدارة المال العام؛ وذلك من خلال عملية التحليل الدوري للموازنة العامة والإجراءات المالية المتخذة من قبل وزارة المالية التي يقوم بها الفريق الأهلي.

تم تأسيس الفريق الأهلي لدعم شفافية الموازنة العامة عام 2011، ويضم في عضويته عدداً من المنظمات الأهلية القطاعية وهي: ائتلاف أمان (السكرتاريا التنفيذية للفريق الأهلي)، مؤسسة مفتاح، مركز الديمقراطية وحقوق العاملين، مركز إبداع المعلم، مركز العمل التنموي – معا، اتحاد لجان العمل الزراعي، الإغاثة الزراعية، اتحاد لجان العمل الصحي، اتحاد الصناعات الغذائية، اتحاد الصناعات الدوائية، اتحاد الغرف التجارية والزراعية والصناعية، الاتحاد الفلسطيني للهيئات المحلية، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية (ماس)، مركز الحياة لتنمية المجتمع المدني، جمعية منتدى المثقفين الخيرية، مؤسسة فلسطينيات، معهد أريج، مؤسسة الحق، معهد التعليم المستمر(جامعة بيرزيت)، مركز دراسات التنمية IDS ، مؤسسة النيزك، مركز القدس للمساعدة القانونية، مؤسسة جذور للإنماء الصحي والاجتماعي، مركز القدس للحقوق الاجتماعية والاقتصادية، مركز بيسان للبحوث والإنماء، مؤسسة قادر للتنمية الاجتماعية، جمعية تنمية المرأة الريفية، مؤسسة مساواة، والهيئة الوطنية للمنظمات الأهلية الفلسطينية، مركز تطوير المؤسسات الأهلية، معهد الحوكمة الفلسطيني، صحيفة الحدث، جمعية بنيان للتدريب والتقييم والدراسات المجتمعية، مركز الصداقة الفلسطيني للتنمية، المنتدى الاجتماعي التنموي، مركز الأبحاث والدراسات الاستراتيجية – بال ثينك، مركز الهدف لحقوق الإنسان، المعهد الفلسطيني للاتصال والتنمية، الهيئة الأهلية لرعاية الأسرة، العربي للتطوير الزراعي، صحيفة الاقتصادية، واتحاد الغرف التجارية والصناعية والزراعية الفلسطينية، بالإضافة إلى بعض الخبراء الاقتصاديين.