

معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)



Palestine Economic Policy Research Institute (MAS)

واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات الفلسطينية
وسبل توجيهها نحو دعم التنمية الاجتماعية

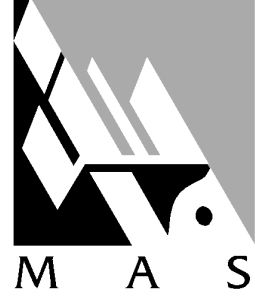
**Palestinian Corporate Social Responsibility
and Enhancing its Contribution to
Social Development**

إيمان سعادة
رجا الخالدي

**Iman Saadeh
Raja Khalidi**

2019

2019



معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)

واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات الفلسطينية
وسبل توجيهها نحو دعم التنمية الاجتماعية

إيمان سعادة
رجا الخالدي

2019

معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)

تأسس في القدس عام 1994 كمؤسسة مستقلة، غير ربحية متخصصة في أبحاث السياسات الاقتصادية والاجتماعية. يوجه عمل ماس من قبل مجلس أمناء يضم شخصيات مرموقة من أكاديميين ورجال أعمال من فلسطين والدول العربية.

رسالة المعهد

معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)، ملتزم بعمل أبحاث السياسات الاقتصادية والاجتماعية وفق أولويات التنمية في فلسطين بهدف المساعدة في صناعة السياسات الاقتصادية والاجتماعية وتعزيز المشاركة العامة في مناقشتها وصياغتها.

الأهداف الاستراتيجية

- ✧ عمل أبحاث ودراسات وفق أولويات واحتياجات صانعي القرار للمساعدة في اتخاذ قرارات ورسم سياسات مستندة للمعرفة.
- ✧ تقييم السياسات الاقتصادية والاجتماعية وتبيان تأثيرها على مختلف المستويات، وذلك لمراجعة وتصحيح السياسات المطبقة.
- ✧ توفير منبر حر للنقاش العام والديمقراطي حول قضايا السياسات الاقتصادية والاجتماعية للمهتمين وأصحاب الشأن.
- ✧ تقديم ونشر معلومات ونتائج الأبحاث الحديثة عن القضايا الاقتصادية والاجتماعية.
- ✧ تقديم الدعم الفني والمشورة المتخصصة لمؤسسات السلطة الوطنية الفلسطينية، والقطاع الخاص والمنظمات غير الحكومية لدعم مشاركتهم وانخراطهم في عملية صياغة السياسات.
- ✧ تقوية القدرات والمصادر لعمل أبحاث السياسات الاقتصادية والاجتماعية في فلسطين.

مجلس الأمناء

محمد نصر (رئيس المجلس)، إسماعيل الزايري (نائب الرئيس)، لنا أبو حجلة (أمين السر)، ماجدة سالم-زهر (أمين الصندوق)، باسم خوري، خالد عسيلي، علا عوض، سام بحور، سليم تمّاري، ماهر المصري، محمد مصطفى، نافذ الحسيني، هيثم الزعبي، نبيل قسيس (مدير عام المعهد - عضو بحكم المنصب).

حقوق الطبع والنشر محفوظة © 2019 معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)

ص.ب. 19111، القدس وص.ب. 2426، رام الله

تلفون: 2987053/4، فاكس: 2987055، بريد إلكتروني: info@mas.ps

الصفحة الإلكترونية: www.mas.ps

واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات الفلسطينية وسبل توجيهها نحو دعم التنمية الاجتماعية

الباحثون الرئيسيون: إيمان سعادة
رجا الخالدي

يتقدم فريق البحث من الزميلة الباحثة أروى أبو هشيش، معهد ماس، بالشكر على مساهمتها في بعض أجزاء الدراسة.

تم إنجاز هذه الدراسة بدعم مشكور من قبل الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي



معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية (ماس)

القدس ورام الله

2019

حقوق الطبع والنشر محفوظة © (ماس)

ISBN 978-9950-374-80-5



تقديم

تم إعداد هذه الدراسة بناء على طلب وزارة التنمية الاجتماعية وذلك ضمن المرحلة الثالثة من برنامج الأولويات البحثية للسلطة الوطنية لتنمية الاقتصاد الفلسطيني التي يدعمها الصندوق العربي للتنمية الاقتصادية والاجتماعية. لم يكن إنجاز هذه الدراسة سهلاً، وذلك بسبب شح البيانات المتوفرة حول الموضوع، وهذه صعوبة كثيراً ما يواجهها باحثونا، فيلجئون إلى المقابلات وتوزيع الاستبيانات على أمل أن توفر الردود قاعدة معلوماتية سليمة تمكن الباحث من إخضاعها لوسائل التحليل المعتمدة في الاقتصاد القياسي، ولكن هذا لا يحصل دائماً. وثمة صعوبة أخرى برزت وتتعلق بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، فهذا ليس نفسه لدى الجميع ولم تكن الردود كافية لرسم صورة واضحة عن عمق ممارسة هذه المسؤولية. فالبعض يرى أن مسؤولية الشركات هي تجاه العمال والمستهلكين من حيث توفير ظروف العمل الجيدة للموظفين وتوفير المنتج الجيد للمستهلك أو متلقي الخدمة، وأن المسؤولية حيال الحالات الاجتماعية يجب أن تقع على كاهل الحكومة التي تخصص لهذا الغرض بنداً في موازنتها يمول من الضرائب التي تجبها من القطاع الخاص. وهناك آخرون في القطاع يدركون أهمية أفراد مخصصات من الأرباح تصرف في سياق ممارسة المسؤولية الاجتماعية مباشرة من قبل الشركات وحسب منظورها، فكثيراً ما لا يكون التركيز على احتياجات الحد من الفقر ومساعدة الحالات الاجتماعية، بل على احتياجات أخرى هامة في مجال النشاطات الثقافية والتعليمية والاجتماعية والرياضية، وتخدم أغراضاً دعائية أيضاً.

اطلع طاقم البحث على واقع ممارسة المسؤولية الاجتماعية في العالم للاستفادة من خبرات دول طبقتها بنجاح وكيف مارستها والسياسات التي اعتمدها، واستخدم ذلك مع المعلومات المستقاة من دراسة واقع الحال الفلسطيني للتوصل إلى بلورة مفهوم فلسطيني للمسؤولية الاجتماعية في صلبه علاقة شراكة بين القطاعين العام والخاص تربط بين برامج المسؤولية للشركات وبرامج الحماية لفئات المجتمع الأقل حظاً، وذلك من خلال سياسات يمكن تضمينها قانون الشركات قيد الإقرار.

نأمل أن يجد صانعو القرار في هذه الدراسة ما يلقي الضوء على جوانب ملتبسة في فهم المسؤولية الاجتماعية، ما يساعد في صياغة السياسات المناسبة، ونتوجه بالشكر لطاقم البحث والمراجعين كما لا يفوتنا توجيه شكرنا الجزيل للصندوق العربي للتنمية الاقتصادية والاجتماعية لدعمه المتواصل للمعهد وأبحاث السياسات التي تخدم القضايا الاقتصادية والاجتماعية في فلسطين.

د. نبيل قسيس
المدير العام

المحتويات

1	مقدمة
	الفصل الأول: تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات بين الأمس واليوم
5	والطوعي والإلزامي
5	1-1 أشكال المسؤولية الاجتماعية للشركات
7	2-1 نشأة مفاهيم المسؤولية الاجتماعية للشركات وتطورها التاريخي
10	3-1 المسؤولية الاجتماعية والاستدامة: بين الطوعية والإلزامية والأداء المالي
14	4-1 آليات ووسائل تطبيق المسؤولية
16	5-1 بعض التجارب الدولية في المسؤولية الاجتماعية
16	1-5-1 الصين، إلزامية تقودها الدولة بوجهها المجتمع
	2-5-1 أوروبا، مسؤولية ضمنية من خلال قانون شمولي وتركيز حديث
17	على المسؤولية الطوعية
19	3-5-1 تجربة الهند، لأول مرة المسؤولية إلزامية بالقانون
21	4-5-1 مفاهيم حديثة ذات علاقة بالمسؤولية
22	6-1 استنتاجات أولية
	الفصل الثاني: برامج الحماية الاجتماعية الحكومية ودور المؤسسات
25	غير الحكومية الناشطة في هذا المجال
25	1-2 أهم مؤشرات الواقع الاقتصادي والاجتماعي للأسر الفلسطينية
27	2-2 فاعلية منظومة الحماية الاجتماعية وآليات التضامن الشعبي
30	3-2 رؤية وزارة التنمية الاجتماعية حول قطاع الحماية الاجتماعية والإمكانيات المتوفرة
32	4-2 من الحماية الاجتماعية إلى التنمية الاجتماعية
35	الفصل الثالث: مفهوم المسؤولية لدى القطاع الخاص الفلسطيني على أرض الواقع
35	1-3 عينة الشركات وعلاقتها بالبحث ومعايير اختيارها ورؤيتها وتعريفها للمسؤولية
36	2-3 دراسات فلسطينية وتجارب سابقة في مجال المسؤولية

- 39 3-3 الإطار القانوني الناظم للمسؤولية في فلسطين
- 40 4-3 برامج المسؤولية الاجتماعية الفلسطينية لدى قطاع البنوك: حالة دراسية
- 46 5-3 واقع المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات المدرجة في السوق المالي الفلسطيني:
حالة دراسية
- 46 1-5-3 بداية تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية وتطوره
- 47 2-5-3 مفهوم المسؤولية الفلسطينية من وجهة نظر الشركات نفسها
- 48 3-5-3 استراتيجيات تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية
- 49 4-5-3 نوعية البرامج وإدراج ميزانيات المسؤولية ضمن موازنة الشركات، وعلاقتها
بمنظومة الحماية الاجتماعية
- 50 6-3 شراكات الشركات المبحوثة في مجال المسؤولية الاجتماعية: صندوق للمسؤولية
في فلسطين؟
- 52 7-3 جعل المسؤولية الاجتماعية للشركات إلزامية بالقانون
- 55 **الفصل الرابع: نحو مفهوم فلسطيني للمسؤولية الاجتماعي وعلاقة تشاركيه مع الحكومة**
- 55 1-4 علاقة برامج المسؤولية للقطاع الخاص الفلسطيني مع برامج الجهات الحكومية المختلفة
- 58 2-4 مبادئ ومعايير تشكل مفهوم المسؤولية في السياق الفلسطيني
- 60 3-4 أجنحة عمل لتعزيز العلاقة بين برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات وبرامج الحماية للفئات
الأكثر فقراً
- 63 **المراجع**
- 67 **ملحق: استمارة البحث الميداني**

ملخص

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على واقع برامج المسؤولية الحالية في فلسطين والاستراتيجيات التي تطبقها الشركات في هذا المجال، والتعرف على العلاقة المباشرة أو غير المباشرة لهذه البرامج مع خدمات وبرامج الحماية الاجتماعية التي تديرها السلطة الوطنية الفلسطينية، واختبار الشروط التي من شأنها تسخير جزء من هذه البرامج لمشاريع ذات علاقة بمنظومة الحماية الاجتماعية. في ظل ضعف موارد الحكومة تتبع الحاجة إلى ضرورة تحسين توظيف الموارد المتاحة، وبوجود حاجة اجتماعية متمثلة بازدياد أعداد الفقراء، يصبح إيجاد بيئة محفزة للقطاع الخاص الفلسطيني ليضطلع بدوره، من خلال مسؤوليته المجتمعية، كمصدر محلي للتمويل بدل الاعتماد المتزايد على برامج التمويل الدولية، أمراً ضرورياً.

في ظل عدم التوافق حول مفهوم محدد للمسؤولية الاجتماعية للشركات في السياق الفلسطيني، وتعدد أشكالها، وضبابية الرؤية الحكومية العامة لدورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعي، بينما تعتمد نظام السوق الحر بحسب القانون الأساسي الفلسطيني، فإن إمكانية توجيه برامج المسؤولية الفلسطينية في الاتجاه الأكثر فعالية فيما يتعلق بمعالجة مباشرة ومنهجية لقضايا الفقر، تبدو محدودة للوهلة الأولى. كذلك، يدور الحديث هنا حول دور القطاع الخاص في ظل نظام السوق الحر، فما مدى إمكانية الخروج بسياسات تحفز القطاع الخاص لاتخاذ دور يتعدى دوره الاقتصادي ليتبنى قضايا اجتماعية، وهي بشكل أساسي قضية الفقر وتوفير الحماية الاجتماعية. كذلك تناقش هذه الدراسة إشكالية استدامة المسؤولية وبالأخص إذا ما وجهت لدعم برامج الحماية الاجتماعية، فما ضمانات استمرارية هذا الدعم؟ في السياق العالمي انتهجت بعض الدول سياسات تجاه المسؤولية للتخفيف من خطر الشركات وانتهاكاتها على المجتمع، أو تحفيزها على أداء مسؤوليتها الاجتماعية في حالات الظروف الاقتصادية الصعبة.

تتبع أهمية هذه الدراسة من كونها تلخص الجدل التاريخي والمعاصر حول موضوع المسؤولية عالمياً، لما فيه من دلائل ومراكمة للمعرفة اللازمة لفهم الموضوع في السياق الفلسطيني، ومحاولتها تحليل التجربة الفلسطينية ضمن تلك المرجعية. كما أنها تعد الدراسة الأولى التي

تتطرق إلى علاقة المسؤولية بواقع الفقر ودعم الفئات المهمشة في فلسطين. وتقدم الدراسة مجموعة اقتراحات بشأن السياسات المثلى التي من شأنها دعم برامج الحماية الاجتماعية الرسمية من خلال تعزيز المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص الفلسطيني، وتحدد أبرز الإجراءات الممكنة لتطوير أشكال ممارسة المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص ومداهما وتفعيل شراكة فعالة مع الحكومة في هذا المجال.

مقدمة

برغم مرور تقريباً القرن على الجدل الدائر بين رجال الأعمال والسياسيين والمواطنين والعلماء حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات (Corporate Social Responsibility - CSR)، التي سيشار إليها لاحقاً في هذه الدراسة بمختصر "المسؤولية"، وحتى وقتنا هذا، لا يمكن القول أن هنالك تعريف محدد وقاطع أو صيغة واحدة أو موحدة أو قوة ملزمة قانونياً أو وطنياً أو دولياً للمسؤولية. ربما لا تختلف المسؤولية كما تستخدم اليوم في تعريفات المؤسسات الدولية من حيث جوهرها كثيراً عما جاء في الأدبيات منذ ثلاثينيات القرن الماضي، حيث بقي المفهوم يتمحور حول جانبيين أساسيين: الحوكمة الداخلية للشركات، بالتقيد بالقوانين الخاصة بظروف العمل والسلامة العامة وحقوق الإنسان والمستهلك والحفاظ على البيئة، من جهة، والحوكمة الخارجية بتقديم برامج طوعية تعالج قضايا تتعلق بالمجتمعات المحلية والبيئة، من جهة ثانية. تطور هذا المفهوم في سياقين مختلفين وفي ظروف اقتصادية مختلفة: السياق الأوروبي المتمثل بسيادة دول ذات أنظمة للرفاه الاجتماعي، مقابل السياق الأمريكي المتميز بسيادة السوق. هذا أدى بدوره إلى تفسيرات مختلفة حول ما الذي يمكن أن تكون الشركات مسئولة عنه، ومدى إلزامية تطبيق برامج المسؤولية حتى يتم الاعتماد على هذه البرامج بشكل مستدام.

نظراً لضخامة تحدي تأمين الحماية الاجتماعية الشاملة للفقراء والعاطلين عن العمل وغيرها من الفئات المستضعفة من الشعب الفلسطيني، الذي نورد له فصلاً في الدراسة لاستعراض أبرز ملامحه، تعاني برامج وزارة التنمية الاجتماعية والمستندة لثلاثة محاور (التمكين ومكافحة الفقر، وتنمية وحماية الفئات الضعيفة والمهمشة، والتنمية الإدارية والتخطيط)، من فجوة تمويلية بمبلغ 90 مليون شيكل عام 2018 (حوالي 24 مليون دولار). كذلك في العام 2019 يتوقع أن تصل الفجوة التمويلية لهذه البرامج إلى 69 مليون شيكل. من المسلم به أن تحمل العبء الأكبر لتأمين الاحتياجات الاجتماعية للفقراء في فلسطين وضمن تقيد الشركات بتلك الجوانب (الادائية) لمسؤولياتها الاجتماعية الإلزامية التي نصت عليها القوانين السائدة ونظام الحكم الفلسطيني الناشئ، تقع على عاتق الحكومة الفلسطينية التي تعمل كل ما في وسعها ضمن الموارد المتاحة لتلبية هذه الالتزامات وغيرها من واجباتها الاجتماعية والأمنية.

لذا، لا نبحث هنا عن صيغ أو مداخل لتحميل القطاع الخاص جزءاً من هذه المسؤوليات الاجتماعية أو "مخصصة" المهمة الخدمية الاجتماعية التي تقع في صميم دور الدولة الذي لا بد من تعزيزه والتأكيد على مركزيته في سياق المسار التنموي الاقتصادي والاجتماعي الوطني. لكن، كما يظهر من حجم التحديات التي تواجه المجتمع الفلسطيني في سياق تأثيرات الاحتلال والحرب، لا تستطيع الموارد العامة سد جميع الاحتياجات أو تغطية جميع أشكال المساعدة والحماية الاجتماعية المطلوبة. بالتالي، على القطاع العام التركيز على تطوير منظومة الحماية بالموارد المتوفرة وزيادتها بحسب الاحتياجات، بينما على القطاع الخاص والأهلي الاستجابة لضرورات التنمية الاجتماعية بما يعزز التماسك الاجتماعي ووحدة الرؤية التنموية الوطنية، وبما يتكامل مع منظومة الحماية ويزيد من فعاليتها.

لا تتوفر في فلسطين سلسلة بيانات دورية حول المسؤولية، حيث اقتصر عمل الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني حول الموضوع على إجراء مسح عام 2009، كان محوره الرئيس تحليل أوجه الالتزام بما يسمى بالمسؤولية الأدائية (أنظر أدناه)، أي مدى التزام جميع الشركات بالقوانين الناظمة لعلاقتها مع موظفيها والمستهلكين بالأساس. ولم يتناول مسح 2009 سوى بعض ملامح ما يسمى بالمسؤولية السياسية تجاه المجتمعات المحلية التي تعتبر محور هذه الدراسة (نتطرق إلى هذه النتائج في الفصل الثالث من الدراسة). بالإضافة إلى ذلك فإن الشركات المساهمة الكبرى، وخاصة في القطاع المصرفي، تنشر بيانات خاصة بممارستها للمسؤولية تقدمها في الفصل الثالث أيضاً. لكن لا تتوفر بيانات منشورة، حتى ولو جزئية، حول المسؤولية لدى القطاع الأوسع من الشركات، أي المتوسطة والصغرى، التي تشكل غالبية المنشآت الاقتصادية، علماً بأنها بالغالب لا تتمتع بالإمكانات المالية للصرف على ما لا يتعلق مباشرة بعملية إنتاجها، سوى من باب الزكاة والتبرع للجمعيات الخيرية.

بالتالي، تعتمد هذه الدراسة في الوصول إلى البيانات الأولية على مراجعة التقارير الإدارية والمالية للشركات المدرجة في السوق المالي، ثم مقابلات معمقة مع مختلف الجهات ذات العلاقة والفاعلة في مجال المسؤولية. حيث تعتمد الدراسة على منهجية المقابلات مع عينة من (8) شركات من إجمالي الشركات المدرجة في السوق المالي موزعة على خمسة قطاعات؛ اتصالات (1)، بنوك (1)، شركات تأمين (2)، صناعة (2)، خدمات واستثمار (2)؛ كما تم مقابلة إحدى

المستشفيات، واثنان من مؤسسات الإقراض الصغير (مع التركيز على مقابلة مدير الشركة أو مسؤول برنامج المسؤولية في كل شركة). كما عقدت مقابلات مع أصحاب العلاقة من مؤسسات القطاع الخاص والقطاع العام. كما تستخدم الدراسة البيانات التي تم جمعها بواسطة استبيان إلكتروني وزع على الشركات المدرجة في السوق المالي والتي لم تتم مقابلتها. على الرغم من المحاولات الكثيرة للتواصل مع ما يزيد على 30 شركة من هذه الشركات إلا أن نسبة الاستجابة كانت ضئيلة، وما تمكن فريق البحث من الحصول عليه من إجابات لا يتجاوز 11 استبياناً. وهو ما يعتبر مؤشراً بحد ذاته على أنه ليس لدى جميع الشركات الكبرى سياسة أو برامج تذكر يمكن تصنيفها ضمن إطار المسؤولية الاجتماعية، كما أن التشابه بين أجوبة العينة التي استجابت للاستبيان تدل على استنتاجات نوعية عامة تفيد في رسم خارطة المسؤولية كما تمارس فلسطينياً (إن لم تتح التوصل إلى أرقام شاملة أو أكثر دقة من تلك الواردة في بعض المراجع المنشورة).

الفصل الأول

تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات

بين الأمس واليوم والطوعي والإلزامي

يستعرض هذا الفصل التطور التاريخي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، والتحولت في أشكاله وأهدافه والعلاقة بينها وبين السلطات العامة في مختلف السياقات الوطنية والسوقية. بما أن المفهوم تحول بمضامينه وتعبيره منذ نشأته، بين عصر وآخر، وبين نظام حوكمة وآخر، وبين الإلزامية والطوعية، وبين الخيري والتنموي، فقد أخذ تعريفات مختلفة، واسعة وضيقة. بالتالي، لا بد من دراسة وافية لهذه التحولات الفكرية والسياساتية والتجارب المختلفة في اعتماد مبدأ المسؤولية الاجتماعية للشركات للتعرف على مدى ملائمة هذا المفهوم للحالة الفلسطينية وكيفية تطبيق المسؤولية أو ترجمتها بما يتناسب مع كل من الدافع الربحي للشركات وارتباطها بالمجتمعات المحلية وتأثير أعمالها على المجتمع والاقتصاد والبيئة.

1-1 أشكال المسؤولية الاجتماعية للشركات

تأخذ التعريفات المختلفة للمسؤولية أشكالاً متعددة للالتزامات الأخلاقية والطوعية للشركات التي لا تقتصر على تحقيق الأرباح لمصلحة المساهمين في الشركة فقط، بل تراعي مصلحة العاملين فيها، والمستهلكين لمنتجاتها، وتهتم بالقضايا الاجتماعية والبيئية للمجتمع ككل. أي، أن المفهوم يتعلق ببعدين لنشاط أية شركة: الحوكمة الداخلية للشركة ومدى التزامها بالقوانين السارية التي تكفل الحقوق الاجتماعية لموظفيها ومستهلكي منتجاتها أو خدماتها، من جهة، والحوكمة الخارجية، أي تعامل الشركة مع المجتمعات المحلية خارج سياق عملها التجاري. لا ينص أي من التعريفات على مفهوم ملزم قانونياً وإنما اقتصر على الالتزامات التي تحددها الشركات لنفسها وتلتزم بها بناء على تجربتها ورؤيتها لدورها.

فيما يلي نستعرض أكثر هذه التعريفات شيوعاً، بالإضافة إلى التعريف الذي وضعه الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني في إطار قياسه (عام 2009) لمدى انتشار المفهوم في فلسطين،

والتي يظهر من خلالها أن طبيعة المسؤولية ونطاقها ليست ثابتة أو موحدة بل تشمل التزامات ومجالات متباينة، بحسب البلد أو الشركة التي تتبنى هذه العقيدة:

- عرف البنك الدولي، المسؤولية بأنها "التزام أصحاب النشاطات الاقتصادية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة والتنمية في أن" (World Bank, 2005).
- كذلك المفوضية الأوروبية عرفت المسؤولية عام 2001 على أنها "مفهوم تقرر من خلاله الشركات المساهمة طوعاً من أجل مجتمع أفضل وبيئة أنظف، إضافة إلى أن المسؤولية الاجتماعية هي العملية التي تدير الشركات من خلالها علاقتها مع أصحاب العلاقة المختلفين" (Albareda et. Al, 2007).
- كما عرف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسؤولية الاجتماعية على أنها "الالتزام المستمر من قبل شركات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، والمجتمع المحلي والمجتمع ككل" (WBCSD, 1999).
- أما الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني فقد اعتمد تعريف المسؤولية الاجتماعية كتعبير عن ثقافة الالتزام بالمسؤولية ضمن أولويات التخطيط الاستراتيجي للمؤسسات، وتوفير الدعم والمساندة تجاه التنمية المستدامة بأبعادها الثلاثة، الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، أي أن المسؤولية هي نهج استراتيجي للقيام بالأعمال التجارية في مجتمعنا بطريقة مستدامة ومسؤولة.

يشدد غوند (Gond et.al, 2009) على أن تطور تعريفات مسؤولية الشركات وتطبيقاتها تمحورت خلال القرن الأخير حول خمسة أشكال للعلاقة بين العمال والقطاع العام لأي بلد. تتسم كل من هذه الأشكال بآليات مختلفة للتنسيق بين القطاع الخاص والعام ويتأثير متباين لمصالح الشركات في توجيه العلاقة وفي مدى تأثير الأطر القانونية الناجمة لها؛ سنرى في الأقسام التالية لهذا الفصل كيف برز أو تراجع كل شكل منها بين عصر وآخر وقارة وأخرى:

- المسؤولية كأداة للحكومة الذاتية للشركات بشكل مستقل عن الحكومة ودون التنسيق معها؛
- المسؤولية التي تسهلها الحكومة من خلال الحوافز والمخاطبة؛
- المسؤولية بصفتها شراكة مع الحكومة في توحيد الموارد وأهداف برامجها؛
- المسؤولية كما تقرها الحكومة وتنظمها؛
- المسؤولية كشكل من أشكال الحكم، حيث تحل الشركات محل الحكومة عندما تعجز الأخيرة عن سد الفجوات الاجتماعية.

1-2 نشأة مفاهيم المسؤولية الاجتماعية للشركات وتطورها التاريخي

ظهر مفهوم المسؤولية الاجتماعية منذ حقبة زمنية بعيدة، حيث يمكن تتبع العديد من الأدلة على اهتمام القطاع الخاص في المجتمع والقضايا الاجتماعية لعدة عقود. يرجح الباحثون أن نشأة المفهوم تعود إلى ثلاثينيات القرن الماضي من خلال مجادلات ي. ميرك دود E. Merrick Dodd حول دور المدراء. فقد ادعى دود أنه إلى جانب المسؤولية الاقتصادية لمدراء الشركات تجاه أصحاب الملكية، تقع على عاتقهم مسؤولية تجاه المجتمع، لأن الشركات تعمل ضمن قانون يخصص لها ويشجعها على العمل بشكل أساسي خدمة للمجتمع وليس لتكديس الربح لأصحاب الشركات فقط (Taneja, and Gupta, 2011). غير أن الأدبيات الصريحة حول المسؤولية الاجتماعية هي إلى حد كبير نتاج سنوات الخمسينيات بحسب كارول (A. B. Carroll, 1999).

عرّف بوين (H. R. Bowen, 1953)، وهو من أوائل من كتبوا حول الموضوع، المسؤولية بأنها التزامات أصحاب الأعمال لتبني السياسات، واتخاذ القرارات والأفعال التي تعتبر مرغوبة من حيث أهداف وقيم المجتمع بحسب كارول (Carroll, 1999, p.270) كما جاء في (Taneja, and Gupta, 2011). انطلقاً من نفس المبدأ "الأخلاقي" أكد دروكر (P. F. Drucker, 1954) أن المسؤولية واحدة من ثمانية مجالات رئيسية يجب أن يركز عليها في تحديد أهداف أنشطة الأعمال، وأكد أنه "يجب أن ينظر فيما إذا كان العمل من المرجح أن يعزز الصالح العام، لدفع المعتقدات الأساسية لمجتمعنا، والمساهمة في استقرارها وقوتها وانسجامها" (Moura-Leite & Padgett, 2011, 582).

واجهت الآراء السابقة معارضة من قبل عدد من الاقتصاديين، ومنهم الاقتصادي البارز "ميلتون فريدمان" عندما ذهب إلى حد استنكار فكرة أن تكون للشركات مسؤوليات تجاه المجتمع حيث قال أن "الأشخاص هم فقط من تقع عليهم مسؤولية اجتماعية أما الشركة فهي شخصية اعتبارية يمكن أن تتحمل مسؤوليات اعتبارية، أما أن يتحمل مجتمع الأعمال مسؤوليات بهذا الشكل الغامض فهذا غير ممكن..." (Friedman, 2007). بحسب عنوان مقاله فإن "المسؤولية الاجتماعية الوحيدة على الشركات هي تعظيم الربح"، وكما يوضح أن القيام بأعمال لصالح المجتمع والبيئة بما يتعارض مع الهدف الأساسي لصاحب الشركة وهو تعظيم الأرباح، (كأن تتفق الشركة على الحد من التلوث بما يزيد عن الحد المقرر بالقانون)، يعتبر تقصير بحق الشركة من قبل القائمين على الإدارة. ويرى أن المسؤولية الاجتماعية الوحيدة، هي التي يمكن أن يقوم بها كل شخص على عاتقه الفردي ومن ماله الخاص لكن لا يقع على عاتق الشركات مسؤولية رعاية المجتمع ومصالحه. الشركات مسؤولة فقط عن دفع رواتب موظفيها لقاء ما يقدمونه من عمل، وتقديم سلع وخدمات للمستهلكين مقابل ما يدفعونه من سعر، ودفع الضرائب المستحقة بالقانون، وأن أي إنفاق خارج هذه المجالات من شأنه أن يقلل ربحية الشركات. رغم منطقية حجة فريدمان ظاهرياً، إلا أن الدراسات والتوجهات الإدارية الجديدة تنقض توجهه، حيث ترى في المسؤولية جانباً إدارياً يتعلق بتحسين سمعة الشركة وحوكمتها، مما يزيد من إقبال المجتمع على منتجاتها ويعظم أرباحها.

على سبيل المثال، قدم هيز ووالكر (Hayes and Walker, 2005) رؤية تتعارض مع وجهات النظر السابقة، وجادلاً بأن الشركات لم توجد لتتحمل عبء التنمية المجتمعية، بالتالي لا يجب الحكم على الشركات بالنظر إلى دورها الاجتماعي، بل من خلال النظر إلى الطريقة التي تمارس بها عملها الرئيسي (Taneja, and Gupta, 2011). هذا يعيدنا إلى بدايات ظهور احتجاجات تطالب الشركات بتحمل مسؤولية اجتماعية تجاه العمال والمجتمع المحيط خلال فترة الثورة الصناعية حيث لم تكن هناك قيود أو عقوبات على انتهاكات حقوق العمال، فتم استغلال الأطفال والنساء، وكانت المصانع تقام بالقرب من المناطق السكنية دون أي قيود. يؤرخ كارول (Carroll B, 2008) بعض الممارسات التي تبناها رجال أعمال وشركات في مرحلة الثورة الصناعية والتي شكلت إرهاصات لتشكل المسؤولية فيما بعد، إلا أنه يشير إلى أن هذه

الممارسات نبعت في ذلك الوقت بشكل أساسي من اهتمام الشركات في جعل العمال أكثر إنتاجية ولم تكن لغايات توفير الرعاية الاجتماعية لهم. تزامن هذا مع موجات نقد شديدة وجهها الإصلاحيون في الدول الغربية وتحديداً بريطانيا، لمنظومة المصانع الناشئة في حينه باعتبارها فضاء للاضطرابات العمالية، الفقر، العشوائيات واستغلال عمالة الأطفال والنساء. وقد انبثق عن موجات النقد هذه حركات اجتماعية نادت بتنفيذ مشاريع لتحسين أداء الشركات وتحسين ظروف العمال، مثل المطالبة بتقديم خدمات طبية لهم، بناء دورات مياه، توفير غرف للغداء وغيره.

في هذه الفترة الأولية لتشكل الشركات المعاصرة، وبالإضافة إلى المشاريع المطالبة بالاهتمام بشؤون العمال وتحسين ظروفهم، بدأت بعض الأعمال الخيرية بالظهور، مثل رعاية رجال الأعمال للفن، بناء الكنائس، تقديم تبرعات للمؤسسات التعليمية وغيره. ومن الأمثلة التي تضرب كأقرب شكل لمفهوم المسؤولية اليوم منظمة حركة الصندوق التكافلي (Community Chest Movement) وهي مؤسسة تجنيد أموال نشأت في الفترة ما بين 1918-1929 في كندا وأمريكا، كانت تقوم بجمع الأموال من الشركات والعمال وتقوم بإعادة توزيعها على شكل مشاريع اجتماعية. يعطي هيلد (Heald, 1970) دعم مؤسسات الشبان المسيحية (YMCA) كمثال آخر على المسؤولية في تلك الفترة، حيث كانت هذه المؤسسات تحصل على تبرعات من قبل رجال الأعمال. إذا كانت هذه الأمثلة تشير إلى بعض ممارسات المسؤولية التي تبنتها الشركات، فإن كارول (Carroll, 2008) يؤكد أن هذه الممارسات لم تشكل حالة عامة في تلك الفترة، ومن الصعب الحسم فيما إذا كانت هذه الممارسات مسؤولية اجتماعية لمنظمات الأعمال أما أنها مجرد مسؤولية اجتماعية فردية.

أي أن تركيز الشركات على تحقيق الربح فقط دون مراعاة أطراف العلاقة المختلفين (موظفين، ومستهلكين، والمجتمع والبيئة) ينجم عنه خروقات كبيرة تضر بمصالح مختلف الجهات والشرائح الاجتماعية لصالح فئة أصحاب رأس المال. بداية تم معالجة هذه الخروقات من خلال حركات نادت بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، لكن اليوم ومع تطور ميثاق حقوق الإنسان وتطور قوانين العمل، لا يمكن إخضاع حقوق العمال على سبيل المثال إلى مفهوم طوعي اختياري. لكن منح امتيازات والحفاظ على علاقة جيدة مع الموظفين هو ما يمكن اعتباره ضمن المسؤولية

في تعريفها الأوسع. هذا ينطبق على الإنفاق على قضايا ذات أولوية اجتماعية وبيئية تؤثر على المجتمع ككل فلا يكفي أن تقتصر ممارسة الشركة للمسؤولية على التبرع دون مراعاة مصلحة مختلف الأطراف أصحاب العلاقة.

1-3 المسؤولية الاجتماعية والاستدامة: بين الطوعية والإلزامية والأداء المالي

رغم البريق المصاحب للدلالة اللغوية للمفهوم، إلا أنه لا يزال يثير جدلاً واسعاً. يؤكد البعض أن على الشركات فعلاً تخصيص مبالغ مالية من إجمالي أرباحها تذهب لتمويل مشاريع مجتمعية وذات أثر تنموي إيجابي على المجتمع والبيئة، وهو ما يعرف في الأدبيات بالبعد "السياسي" للمسؤولية. يرى آخرون أن برامج المسؤولية الاجتماعية تطبق كضرورة إدارية من أجل تحسين سمعة رأس المال وتقليل المخاطرة وبالتالي تحقيق أرباح أكبر، وهو ما يعرف بالبعد "الأدائي". وعندها لا تتعدى أهداف البرامج هذه الغايات الترويجية والتسويقية (مثل المعارض، مباريات كرة القدم، المهرجانات... الخ) والتي عادة ما يكون لها أثر محدود على المجتمع.

تناولت دراسات أخرى العلاقة ما بين المسؤولية الاجتماعية والاستدامة الاجتماعية على اعتبار أن قدرة المواطنين على تحديد أو على الأقل التأثير على القرارات ذات الوقع عليهم مكون أساسي للاستدامة. أي أن المجتمعات لا بد وأن تكون قادرة على تحديد ما يناسبها من الخيارات المطروحة لأنها ذات أثر على حيواتهم، على سبيل المثال الاختيار بين النمو الاقتصادي والحفاظ على البيئة. أظهرت عدة تجارب دولية، قدرة الضغط المجتمعي على تغيير سلوك الشركات، لكن بدرجات متفاوتة بحسب تجاوب الشركة والمدراء. لكن الثابت في علاقة الشركات بالمجتمع هو تأثير رضا الناس عن ممارسات الشركة على الوضع المالي للشركة وسمعتها المهنية والأخلاقية، وهو ما يجبر الشركات على الرضوخ لمطالبات المجتمع. أي أنه وعلى الرغم من أن الشركات أحياناً تستجيب لمطالبات مجتمعية محددة وتلتزم بقضايا بيئية أو اجتماعية أكثر مما هي ملزمة به وفق القانون، إلا أن هذه الاستجابة مرتبطة بتحقيق مصالح الشركة والمساهمين وليست نابعة من أي التزام أخلاقي أو معنوي لأصحاب الشركات (Trebeck, 2009).

تؤكد نظرية الكينجتون Elkington والمعروفة بـ "triple bottom line" على أن الشركة جزء فاعل في المجتمع وهذا يفرض عليها مسؤوليات اجتماعية تجاه المجتمع الذي تعمل فيه مع التركيز على الاستدامة. ترى هذه النظرية أنه على الشركات ممارسة أعمالها مراعية لثلاثة مستويات مختلفة؛ الاستدامة الاقتصادية، الاستدامة الاجتماعية، والاستدامة البيئية مع ضرورة التوفيق بين هذه المستويات الثلاثة. فإلى جانب هدف الشركة الأساسي المتمثل بتعظيم الربح، عليها مراعاة البعد الاجتماعي والبيئي في ممارسة أعمالها مما يحافظ على علاقتها مع المجتمع الذي تعمل به ويضمن استمراريته. فالاستجابة لحاجات ومطالبات المجتمع قد تكون ذات أثر إيجابي على أرباح الشركات.

حتى وقتنا الراهن، لم يتم تعريف مفهوم المسؤولية بشكل قاطع يكتسب بموجبه قوة ملزمة قانونياً ووطنياً أو دولياً. من حيث الجوهر، لا يوجد اختلاف بين تعريفات المؤسسات الدولية لمفهوم المسؤولية اليوم وما جاء به دود منذ الثلاثينيات فيما يتعلق ببعديها السياسي والأدائي المذكورين أعلاه. غير أن تطور هذا المفهوم في مراحله الأولى بين سياقين مختلفين، السياق الأوروبي مقابل السياق الأمريكي، وفي ظروف اقتصادية مختلفة أدى إلى تفسيرات مختلفة حول ما يمكن أن تكون الشركات مسؤولة عنه، ما مدى إلزامية تطبيق برامج المسؤولية حتى يتم الاعتماد على هذه البرامج بشكل مستدام. الحديث والتعريفات المختلفة لم تصل بعد إلى التوصية بالإلزامية المسؤولية الاجتماعية، وهو ما يطرح تساؤلاً حول ضمان استدامتها وبالأخص إذا ما ساهمت بالتعويض عن دور الدولة في توفير الرعاية الاجتماعية، أي يمكن أن يأخذ مفهوم المسؤولية إحدى الأشكال المذكور أعلاه: من حوكمة ذاتية للشركات، أو مسهلة من قبل الحكومات أو شراكة مع الحكومة، أو مقرر من قبل الحكومة، وصولاً للمسؤولية كنوع من الحكم البديل.

في السياق الأمريكي وعلى الرغم من التزامات الشركات الاقتصادية والقانونية، يتم التركيز على "الالتزام الأخلاقي و"الخيري" (Caroll, 1979, 1998). بينما في السياق الأوروبي، وبوجود نظام رفاه متقدم، ينظر إلى توفير الخدمات الاجتماعية كمسؤولية للدولة. فإما أن تسن الدولة القوانين التي تضمن السلوك الجيد للشركات، أو أن تدعم الفئات المحرومة اجتماعياً واقتصادياً من خلال برامج حكومية. وعليه، فإن الكثير من الالتزامات تجاه المجتمع التي تم اعتبارها جزءاً من

المسؤولية في الولايات المتحدة الأمريكية كانت تفهم وتمارس في أوروبا منذ ما يزيد على قرن لكن بطريقة مختلفة. فمعظم الممارسات الاعتيادية للشركات الأوروبية التي من الممكن أن تصنف كجزء من المسؤولية ليست جزءاً من السياسات المعلنة للشركات، وإنما تتضمنها الأعراف وتقاليد العمل والالتزام بالإطار القانوني لعمل الشركات في أوروبا. هذا ما جعل مفهوم المسؤولية يظهر في الولايات المتحدة الأمريكية وكأنه اكتشاف جديد سبقت أوروبا إليه.

عند مقارنة بعض الأمثلة لقضايا تدرج ضمن المسؤولية في السياقين، يظهر أن الإطار القانوني والنسيج المؤسسي في أوروبا تضمن الكثير من القضايا التي ظهرت ضمن شعارات المسؤولية بناء على نماذج تتضمن علاقات مختلفة للثقة بين المجتمع والسلطة من تلك التي كانت متبعة في الولايات المتحدة الأمريكية الأكثر ليبرالية اقتصادياً (Matten and Moon,2004). على سبيل المثال، فيما يتعلق بالبعد الخيري للمسؤولية، في الولايات المتحدة الأمريكية تقدم الشركات مبادرات لرعاية الفنون والثقافة، أو لتمويل التعليم الجامعي، على خلاف السياق الأوروبي الذي تعتبر فيه الدولة الراعي الرئيسي للفن والثقافة ويؤهلها لذلك المستوى المرتفع من الضرائب المفروضة على الشركات. فقد كانت التشريعات الأوروبية وتوجيهات النقابات الداعمة للفئات الاجتماعية المختلفة والضامنة لحقوقها واندماجها في العمل، ما شكل ممارسات الشركات فيما يتعلق بالقضايا الاجتماعية والبيئية ومصلحة الاقتصاد الكلي حسب يسبيرسن (Jespersen,2003) كما جاء في (Matten and Moon,2004, p.183).

يقترح ابليندر (Ablander, 2011) ضرورة إضافة اتجاه ثالث لتفسيرات مفهوم المسؤولية إلى جانب البعدين السابقين السياسي والأدائي، يعرف الشركات على أنها فاعل وسيط يتحمل مسؤوليات مشتركة محددة وداعمة في المجتمع. فبدل أن يكون دور الشركات تطوعي يصبح التزام ضروري (أخلاقي)، ويصبح إلزاماً على الشركات تلبية مهمات محددة في المجتمع كفاعل وسيط. بحسب الكاتب، فإن توجه الشركات لتلعب دور الحكومة في توفير خدمات اجتماعية وبيئية محددة دون تشريع (أي، المسؤولية بصفتها حكم بديل)، يخلق مشكلة لكونه طوعي، مما يعني أنه لا يمكن التأكد من تعويض برامج المسؤولية عن النقص في الخدمات الحكومية. بناء

عليه، يقترح أن يتم وضع مبدأ تشريعي وقواعد واضحة تنظم طريقة مشاركة المهام ما بين الحكومة والشركات (أي، المسؤولية بصفتها شراكة).

أصبح مفهوم المسؤولية أكثر رواجاً وانتشاراً بين الشركات ورجال الأعمال على المستوى الدولي خلال العقود الثلاثة الأخيرة، لا سيما في البلدان التي تصنف اقتصادياً "بالمقدمة"، فحوالي 2,700 شركة وقعت العقد العالمي للأمم المتحدة UN Global Compact، في أول ست سنوات من إقراره. وكذلك الشركات التي تصدر تقارير فيما يخص المسؤولية الاجتماعية حسب الاتفاق الدولي ارتفع عددها من 20 فقط عام 1999 إلى أكثر من 1000 شركة عام 2006 (respACT, 2006). اليوم زاد عدد الشركات الموقعة لهذا العقد إلى 9,678 شركة من 161 دولة (UN Global Compact website). يوصف العقد العالمي بأنه أكبر مبادرة للمسؤولية هدفها المساهمة في خلق عالم أكثر عدلاً من خلال العمل على عشرة مبادئ تتعلق بحقوق الإنسان، وحقوق العمال ويقع من ضمنها الحق بالتجمع والاحتجاج، وعدم التمييز ضد النساء، ومنع عمالة الأطفال، وقضايا البيئة، ومنع الفساد. تستفيد الشركات من اشتراكها بهذه المبادرة من خلال عدة طرق، منها استخدام تقاريرها الدورية الخاصة بالمسؤولية من أجل التواصل مع جمهورها بشأن نشاطاتها دون تكاليف تذكر، كذلك يضمن لها وجودها ضمن هذا التجمع اتخاذ موقف استباقي تجاه القضايا الحرجة في بيئة العمل، وتطوير حلول عملية للمشاكل الحالية المتعلقة بالعولمة والمسؤولية والتنمية المستدامة في سياق يتعدد فيه أصحاب المصلحة بحسب (respACT, 2006). يعتبر العقد العالمي هذا تويجاً لمسار بدأ في ستينيات القرن الماضي في إطار مراقبة الأمم المتحدة لأداء الشركات العابرة للقارات من حيث استثماراتها وأنشطتها في الدول النامية والحد من أثارها الضارة بالتنمية. بينما كان هنالك مركز في الأمم المتحدة متخصص بهذا الدور حتى تسعينيات القرن الماضي، بمرور الوقت ومع دخول عصر العولمة والتحرير التجاري، تحول عمل الأمم المتحدة في هذا المجال من التركيز على مراقبة أداء الشركات إلى تشجيع "استثمارات مسؤولة" (responsible investment) في الدول النامية. لا يدل هذا فحسب على حجم التحول (التواصل) في مفاهيم وأشكال المسؤولية، بل على التغيير في النظرة الدولية لدور الشركات العابرة للقارات في التنمية، من كونها استغلالية ومنتهكة لثروات الدول الفقيرة إلى صفتها اليوم "المسؤولة" اجتماعياً وبيئياً أمام الجمهور المحلي والدولي في ممارساتها الاستثمارية.

كما أن هذه الشركات تضمن من خلال ممارسة مسؤوليتها دعم أفراد المجتمع لها مما يساعدها في تحقيق أهدافها، ويساهم في جعل المجتمع يعترف بدورها. ومن بين الفوائد التي تجنيها الشركات "تقليص تكاليف التشغيل، وتحسين الصورة العامة لأصناف المنتجات وسمعتها، وزيادة المبيعات، وإخلاص العملاء، وزيادة الإنتاجية والتنوعية" (العيبران، 2013). كما أشارت الدراسات التي قامت بها "منظمة تسخير الأعمال التجارية لصالح المسؤولية الاجتماعية" في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أن الشركات التي توازن بين مصالحها الاجتماعية ومصالح حاملي الأسهم قد حققت معدلات نمو ومعدلات توليد عمالة ماهرة تفوق الشركات الأخرى بنسبة أربعة أضعاف (العيبران، 2013).

1-4 آليات ووسائل تطبيق المسؤولية

تجمع التعريفات السابقة على أن البعد السياسي للمسؤولية والمتعلق باهتمام الشركات بقضايا الرفاه الاجتماعي والتنمية البيئية، هو أمر طوعي يعتمد على الرغبة الذاتية للقائمين على الشركة. ومن هذا المنطلق يمكن رؤية المسؤولية التي تمارسها الشركات على أنها المشاركة الطوعية، والتي تذهب أبعد من المتطلبات الاقتصادية والقانونية لتقدم منافع إضافية للمجتمع. أساس هذه الرؤية منطلق من كون الشركات تنتفع من المجتمع بأشكال عدة (الاستفادة من البنية التحتية، القوة العاملة المؤهلة، الموارد الطبيعية المتوفرة)، وعليه، عليها تقديم عائد اجتماعي مقابل ذلك من خلال مراعاة التوازن بين مصلحة أصحاب الأسهم في الشركة وباقي أصحاب المصلحة في المجتمعات المحلية. أي أن المسؤولية تتعدى التبرعات الخيرية التي تقدمها الشركات من حين لآخر للمحتاجين والفقراء وللمؤسسات الاجتماعية التي تعتمد على التمويل، لتصل إلى مراعاة مصلحة جميع أصحاب العلاقة من عمال ومستهلكين من خلال تقيدها بالقوانين السارية الملزمة (مثلاً الحد الأدنى للأجور، العمل اللائق، الضمان الاجتماعي والصحي، السلامة العامة... الخ) إلى جانب مراعاة المصلحة الاقتصادية للشركة نفسها. بما معناه أن المسؤولية لها جانبان متوازنان، لا يمكن فصلهما: أحدهما طوعي وموجه إلى المجتمعات المحلية، والثاني إلزامي يتعلق أساساً بأداء الشركة الداخلي بالقدر الذي يفرضه القانون في سياق المسؤوليات الاجتماعية.

فيما يتعلق بالمسؤولية الطوعية، هنالك ثلاثة أشكال رئيسية للدور الذي تتفذه الشركات في برامج المسؤولية التي تنصب في قضايا التنمية المستدامة للمجتمع والبيئة. وهذه الأشكال أو الأدوار هي أن تلعب الشركات دور بديل، مكمل، أو تعوض عن دور الحكومة (المسؤولية التي تسهلها الحكومة) (Ablander, 2011).

- في حالة البديل تقدم الشركات خدمات تمكن المواطنين من الاختيار بين خدماتها والخدمات الحكومية، أي أنها تقدم بديل لخدمات الحكومة في قطاعات محددة مع بقاء المعايير والبرامج الحكومية هي الأساس في تقديم الخدمات.
- أما دور الشركات كمكمل للخدمات الحكومية فيكون من خلال توسيع نطاق الخدمات المقدمة من قبل الحكومة سواء كفرص أو كخدمات جديدة بتمويل الشركات الخاصة أو تقدم على شكل شراكة ما بين الحكومة والقطاع الخاص (المسؤولية بصفتها شراكة). بدون هذه الشراكة لن يكون تقديم هذه الخدمات ممكناً، إما بسبب محدودية الموارد المتوفرة لدى الحكومة أو محدودية الخبرات الإدارية.
- الحالة الثالثة هي أن تلعب برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات دور تعويضي عن دور الحكومة (المسؤولية بصفتها حكم)، بعد تراجع الحكومة عن سياسات الدعم في المجالات الاجتماعية والبيئية، وتصبح الشركات ممولاً لخدمات كانت تقدمها الحكومة الرسمية سابقاً.

بالتركيز في هذه الدراسة على البعد السياسي في تعريف المسؤولية، فإنها تهدف إلى تضمين الشركات كجهات فاعلة في عملية دعم المجتمع، وعليه فإن الحكومات مطالبة بوضع تشريعات واضحة لتحديد المجالات التي يسمح للقطاع الخاص العمل فيها. في هذه الحالة، أي أعمال إضافية تطوعية للشركات تعد أقل إشكالية، لكن أن تعمل الشركات مكان الحكومة أو تعوض عن دورها دون تشريعات تحدد دور الشركات وتضمن استدامته فلا يزال موضوعاً إشكالياً. هذا يعني أن غياب البعد السياسي والتركيز على البعد الأدائي يضعف إمكانية اعتماد سياسات تضمن مساهمة كافية للشركات في القضايا الاجتماعية والبيئية المختلفة. والعكس كذلك صحيح، حيث لا قيمة للالتزام الاجتماعي السياسي الطوعي لشركة لا تتقيد بمسؤولياتها الأدائية الاجتماعية الإلزامية.

إذا ما نظرنا إلى المسؤولية خارج السياق الأمريكي نكتشف أن الدعم الطوعي والخيري للشركات ليس سوى طريقة واحدة من بين عدة طرق لمعالجة القضايا الاجتماعية والمشاكل التي تشوب العلاقة ما بين الشركات والمجتمع (Matten and Moon, 2004). وهو حال معظم دول أوروبا الغربية بعد الأزمة الاقتصادية في السبعينيات وتسريح أعداد كبيرة من العمال، مما أدى إلى بطالة هائلة مقرونة بتضخم عالي. مما جعل الوزير الاشتراكي الديمقراطي للشؤون الاجتماعية، في حالة الدنمارك على سبيل المثال، يشجع مختلف أشكال المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى جانب موارد الحكومة (Matten and Moon, 2004). أي أن التدخلات الحكومية (وتسهيلاتنا وتشجيعها) كانت مطلوبة لتعزيز دور الشركات في معالجة القضايا الاجتماعية المتأزمة.

يعود الموضوع إذن إلى طوعية برامج المسؤولية وما هي الطرق التي يمكن للحكومة من خلالها تحفيز الشركات على البدء بمبادرات للمسؤولية، أو إذا كان الأمر يستدعي تشريعاً (المسؤولية التي تقرها الحكومة)، مما يعزز الاستنتاج بأن درجة الإلزامية في المسؤولية يمكن إن تختلف بحالة أو بأخرى وبحسب وضع كل دولة والمرحلة التاريخية والاقتصادية التي تمر بها. وعدا عن ذلك كيف يمكن توجيه برامج المسؤولية الاجتماعية نحو الاحتياجات ذات الأولوية. من خلال ما سبق يظهر أن السياسات التي تتخذها الحكومة في مجال المسؤولية تتأثر بشكل الاقتصاد الوطني، تاريخ الدولة، علاقة الشركات مع الدولة وطريقة حوكمتها. من خلال طرح الأمثلة التالية حول الصين وأوروبا والهند، نستخلص بعض المعايير والآليات التي تعمل من خلالها الدول المعاصرة في مجال المسؤولية.

1-5-5 تجارب الدولية في المسؤولية الاجتماعية

1-5-5-1 الصين، إلزامية تقودها الدولة يوجهها المجتمع

خلال العقد الأخير، واجهت الشركات في الصين فضائح عدة في مجال المسؤولية الاجتماعية يتعلق بعضها بأغذية فاسدة، وأخرى بالاستغلال الجائر للعمال، والتلوث الصناعي، مما أجبر الحكومة الصينية على قيادة تطوير المسؤولية الاجتماعية للشركات كرافعة ذات مشروعية اجتماعية. ويرتبط هذا التوجه بكون ملكية غالبية الشركات في الاقتصاد الصيني تعود للدولة

مما يجعل صياغة المسؤولية الاجتماعية للشركات وتطبيقها في الصين يختلف عن "النموذج الطوعي الخيري" للمسؤولية الاجتماعية للشركات في الدول الغربية، ليأخذ شكلاً من أشكال الشراكة ما بين الحكومة والقطاع الخاص. حيث تبنت العديد من الجهات توجه الحكومة وقامت بإصدار دليل خاص للمسؤولية الاجتماعية ومن بين هذه الجهات سوق شينغتشن المالي (Shenzhen Stock Exchange)، وجمعية المستهلك الصينية التي أصدرت دليل للمسؤولية الاجتماعية لحماية مصالح المستهلك، كذلك تم إصدار قانون عمل جديد تضمن تشريعات جديدة فيما يتعلق بالمسؤولية في التشغيل والتوظيف. أي أن الصين تبنت نموذج المسؤولية الاجتماعية الإلزامية تجاه ذوي العلاقة وأخذت بعين الاعتبار كافة أصحاب العلاقة من عمال ومستهلكين، فضلاً عن خدمة أصحاب رأس المال.

لكن تشجيع الشركات على الالتزام بمسؤوليتها الاجتماعية شكلاً تحدياً للمجتمع والحكومة. ونظراً لدور الحكومة الرئيسي والقيادي في الاقتصاد الصيني، اتخذت المسؤولية الاجتماعية شكلاً هرمياً من الأعلى إلى الأسفل. حيث تفرض الحكومة الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وتضع مؤشرات لقياس مدى التزام الشركات واعتمدت عدداً من السياسات في مجالات حقوق العمال، وحماية البيئة، والصحة والأمان، وحقوق المستهلك وغيرها من المجالات. والتزمت الشركات بالمسؤولية نظراً لاعتمادها المتزايد على الحكومة، ورقابة الحكومة على التزامها بمسؤولياتها الاجتماعية (Tang, Yanhong. Et al, 2018). ربما مثل هذه الدرجة من التدخل الحكومي في فرض المسؤولية نادرة وممكنة فقط في دول مثل الصين التي يحكمها حزب واحد وتمتلك الحكومة وتدير القسم الأكبر من الاقتصاد، ولا يمكن تطبيقها تماماً في السياق الفلسطيني.

1-5-2 أوروبا، مسؤولية ضمنية من خلال قانون شمولي وتركيز حديث على المسؤولية الطوعية

المسؤولية كسياسة طوعية لا تزال ظاهرة حديثة ومتناثرة في السياق الأوروبي، بسبب الأشكال المختلفة تاريخياً من علاقات الثقة والسلطة لدول الرفاه الاجتماعي الأوروبية، على عكس النموذج الليبرالي كما في الولايات المتحدة الأمريكية. وكنتيجة لهذا الاختلاف، تم التفريق بين المسؤولية العلنية وهي تعبر عن النموذج الأمريكي والمسؤولية الضمنية التي تعبر عن النموذج الأوروبي. المسؤولية العلنية تفترض أن على الشركات مسؤولية تجاه قضايا ملموسة اجتماعياً،

وهذا يتضمن برامج واستراتيجيات تقوم بها الشركات بشكل طوعي وبدافع ذاتي. على عكس هذا النموذج، نجد المسؤولية الضمنية ويعمل هذا الشكل سواء في المؤسسات الرسمية وغير الرسمية ويعبر عن التزام الشركات بالحاجات الجماعية للمجتمع.

يمكن تحليل السياسات الحكومية الأوروبية تجاه المسؤولية من خلال منهج يأخذ بعين الاعتبار العلاقة ما بين الحكومة، القطاع الخاص، والمجتمع المدني. ويحاول هذا المنهج اعتبار كل طرف شريك فاعل يعمل في بيئة متداخلة. وفي مجال علاقة الحكومة بالقطاع الخاص، ركزت الحكومات على سياسات تهدف إلى رفع الوعي لدى قطاع الأعمال، تشجيع وتسهيل المبادرات الطوعية، وبناء القدرات، والالتزام بالمعايير الدولية للمسؤولية، والشفافية، والتقييم والمحاسبية، والضرائب، والمساعدات. من السياسات التي تم إتباعها لتحفيز المسؤولية، وربما يمكن أن نلتزم فيها جانب رقابي، إلزام الشركات بإصدار تقارير دورية للمسؤولية، على أن تتضمن هذه التقارير إصدار معلومات كافية حول سياسات الشركة في مجال المسؤولية، تعرض فيها الشركة مدى التزامها بالقضايا الاجتماعية.

تتبع حكومات دول الاتحاد الأوروبي عامة إستراتيجية أصحاب العلاقة المتعددين (multi-stakeholder) في تحديد سياسات المسؤولية. فبالأساس يعتمد فهم المسؤولية الاجتماعية للشركات لدى حكومات دول الاتحاد الأوروبي، على تعريف المفوضية الأوروبية عام 2001 والذي ينص على أنها المساهمة الطوعية للشركات لإيجاد مجتمع أفضل وبيئة أنظف. غيرت طوعية المسؤولية الاجتماعية للشركات من الدور الذي تمارسه الحكومات في تشجيع الأعمال، والممارسات الاجتماعية والبيئية وأدى لظهور أدوار جديدة تلعبها الحكومات في هذا المجال. وقد حدد فوكس (Fox et al., 2002) هذه الأدوار وهي؛ إلزامية (إصدار تشريعات)، تسهيلات (تعليمات على المحتوى)، التشارك (عملية من خلال عدة شركاء)، إقرار أو موافقة (شهرة إعلامية) كما جاء في (Albareda et al. 2007).

قدمت أبحاث أخرى منظور مختلف للسياسات الحكومية فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للشركات وهو منظور "السياسة الناعمة" والذي بدأه جوزيف (Joseph, 2003)، وفيه يرى أن

دور الحكومات تعاوني وتسهيلي من خلال أدوات وطرق تشجيعية، أي بالتعاون مع القطاع الخاص.

إضافة إلى ذلك، وجد منهج ثالث يعبر عن إدارة الشركات للأثار التي تخلفها أعمالها على البيئة والمجتمع من خلال أصحاب العلاقة، وأثر ذلك على علاقة الشركة بهم وذلك بحسب تعريف المفوضية الأوروبية عام 2001. ومن هذه المبادرات UN Global Compact والذي يقترح الحوار بين مختلف الفاعلين كمنهجية تهدف إلى تقديم مدخل لمقترحات يتم اعتمادها بإجماع الأطراف.

خلال العقد الأخير تولت الحكومات تحفيز وقيادة المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال تبني سياسات عامة لتشجيع الشركات على التصرف بطريقة مسؤولة ومستدامة. واتخذ صانعو القرار الأوروبيون مبادرات لتشجيع المسؤولية الاجتماعية للشركات على نطاق واسع، على عكس الولايات المتحدة الأمريكية حيث السياسات المخصصة لهذا المجال محدودة. كما أن "الشركات في أوروبا أكثر تقبلاً للعمل مع الحكومة لتحسين ظروف العمال، ومعتادة على العمل في بيئة منظمة. تتوقع الشركات من الحكومة أن تطلب منها المزيد، والحكومة تطلب المزيد من الشركات. ويبدو أن القائمين على الشركات في أوروبا يؤمنون بأهمية سياسات المسؤولية الاجتماعية للشركات لمساعدتهم في إيجاد طريقهم في فوضى الاقتصاد العالمي دائم التغير" (Aaronson and Reeves, 2002) كما جاء في (Albareda et al. 2007).

1-5-3 تجربة الهند، لأول مرة المسؤولية إلزامية بالقانون

تطورت المسؤولية الاجتماعية للشركات في الهند شأنها شأن الدول الأخرى. ما قبل العام 1947 كان يعبر عن المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال تبرعات وأعمال خيرية تقوم بها الشركات بشكل طوعي وموسمي انطلاقاً من مبادئ دينية. ما بعد عام 1947 أصبح ينظر للشركات كجهات فاعلة في عملية التنمية. ومنذ عام 1991، ومع عولمة وتحرير الاقتصاد الهندي وبداية دخول لاعبين جدد إلى السوق يعملون ضمن مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات المنصوص عليها عالمياً، بدأت الشركات المحلية بالتأثر بالشركات الجديدة ومنافستها في هذا المجال. كما

أن تبادل المعلومات العالمي جعل الحكومة الهندية تضمن الممارسات الفضلى في هذا المجال إلى أن أصبحت الدولة الأولى التي تلزم الشركات بالمسؤولية الاجتماعية. ففي العام 2013، فرضت المسؤولية الاجتماعية على الشركات وحددت مخصصاتها في قانون الشركات، وألزامت الشركات بالإففاق في مجالات محددة بالقانون تحت بند المسؤولية الاجتماعية. فقد ألزم القانون الشركات التي يزيد ربحها السنوي عن مليون دولار بتخصيص 2% من صافي أرباحها السنوية على الأقل للمسؤولية الاجتماعية. وقد حددت الدولة مجالات الإففاق بالتعليم، الفقر، الجوع والمساواة في النوع الاجتماعي. كما ركز على الاستدامة البيئية، التوازن الحيوي، حماية التراث الوطني وما يشمله من إعادة ترميم منازل ومواقع أثرية، المساهمة في أي صناديق اجتماعية تنمية تضعها الحكومة للتنمية وتحسين حياة الناس، كذلك المساهمة في مشاريع التنمية الريفية وتنمية العشوائيات. وقد فرض القانون على الشركات إعطاء الأولوية في تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية للمنطقة التي تنفذ الشركة فيها أعمالها.

ارتفع إنفاق الشركات على المسؤولية الاجتماعية في الهند من 335 مليون جنيه إسترليني عام 2013 إلى 2.63 مليار بعد إقرار القانون. لكن تقارير شركة MPMG للتدقيق المحاسبي أشارت إلى أن 52 من الشركات الـ 100 الكبرى في الهند تهربت من التزاماتها القانونية بالتبرع بـ 2% من صافي أرباحها العام الماضي. فيما قامت شركات أخرى بصرف مبالغ أكبر من التي نص عليها القانون، لكن تحقيقات الـ Economics Times تشير إلى وجود تهرب وتلاعب من خلال التبرع بالأموال لجمعيات خيرية تعيد الأموال المصرفية للشركات مقابل عمولة. هذا بالإضافة إلى أن عدداً من الشركات التي كانت تدفع ما يزيد عن 2% من أرباحها قلصت إنفاقها في هذا المجال، أي أن إلزام الشركات قد يدفعها للتهرب أو أن تنفق في حدود القانون وليس رغبة في المنفعة أو تبنياً لقضايا اجتماعية لتحسين سمعتها (Finovation website, 19/4/2018)، و(برغال، وسيم، سعيد، نادر، وأبو حميد، رشاد، 2018). كما في الحالة الصينية المرتكزة إلى تدخل حكومي مركزي نشط، فإن التجربة الهندية تدل على إمكانية أخرى لدور حكومي الزامي محدود، لكن مع ما تحمله من مخاطر التهرب والتحايل وتكاليف الرقابة والمتابعة المتصلة.

1-5-4 مفاهيم حديثة ذات علاقة بالمسؤولية

برزت خلال السنوات الماضية توجهات جديدة للربط بين نشاط الشركات التجارية والآثار الاجتماعية لنشاطها، من خلال آليات استثمارية مبتكرة تجسد في آن واحد الالتزامات الربحية والاجتماعية للشركات المعاصرة.

سندات الأثر الاجتماعي (Social Impact Bonds): عبارة عن آلية تمويل مبتكرة تدخل بموجبها الحكومة أو مفوضون عنها (مؤسسات عامة أو دولية) باتفاقيات مع مقدمي خدمات اجتماعية، مثل المؤسسات الاجتماعية أو المنظمات غير الربحية، ومستثمرين، مقابل ثمن يُحسب بتقديم نتائج اجتماعية محددة مسبقاً (OECD, 2015; Social Finance, 2011). بشكل أكثر تحديداً، تقوم المؤسسة المصدرة للسند بتجنيد الأموال من مستثمري القطاع الخاص، والجمعيات، والمؤسسات. توزع الأموال المرصودة على مقدمي الخدمات لتغطية تكاليفهم التشغيلية. في حال تحققت النتائج الموافق عليها، تستكمل الحكومة أو المفوضون الدفعات المستحقة للمؤسسة المصدرة للسند أو للمستثمرين. في الحقيقة، المصطلح "سند" هو تسمية مضللة، فمن الناحية المالية هذه العملية هي بمثابة عقود مستقبلية لتحقيق مخرجات اجتماعية محددة. وتعرف بسندات "الدفع للنجاح" (في أمريكا) وسندات الدفع للفائدة (في أستراليا) (OECD, 2015). واليوم في بريطانيا هناك ما يزيد على 30 "سند" للأثر الاجتماعي، تدعم عشرات الآلاف من المستفيدين في مجالات كالبطالة، والصحة العقلية، والمشردين. (www.gov.uk، تم زيارة الموقع بتاريخ 2018/4/30).

لشركات الاجتماعية (Social enterprises): تعددت التعريفات لمفهوم الشركات الاجتماعية، بناء على مدى تطبيقها واستخدامها في أجزاء مختلفة من العالم. وإلى الآن ليس هنالك صياغة علمية واضحة لهذا المفهوم فصفته بالعادة مكتسبة من البيئة التي تعمل فيها الشركة حسب ديز (Dees,1998). أما دي ديمنيكو (Di Domenico et al, 2009) فقد أشار إلى أن الشركات الاجتماعية هي منظمات طوعية تعمل في مجال الخدمات العامة. بينما عرفها (Defourny and Nyssens, 2008) على أنها منظمات جماعية تسعى لتحقيق أهداف اجتماعية واقتصادية. أما في تعريف دفرني ونيسنس (Kanter and Purrington,1988) فينظر إليها على أنها

منظمات أعمال تسعى لتحقيق الربح مع مراعاة الرفاهية الاجتماعية، كذلك تم تعريفها بأنها مؤسسات مجتمعية تتعامل مع المشاكل الاجتماعية (Williams,2007). ويمكن تعريفها على أنها مؤسسات تسعى إلى تحقيق الأهداف الاجتماعية من خلال تطبيق الأنشطة الناشئة من خلفية غير ربحية أو نشاطات الأعمال التجارية الربحية الاعتيادية. وفي عام 2004 رأى دارت Dart أن أهم ما يميز الشركات الاجتماعية عن الشركات غير الربحية هو استخدامها لنفس آليات وطرق عمل الشركات الربحية والتجارية لتحقيق أهداف اجتماعية. وقد حددت الدراسات مجموعة من الأسباب لظهور هذا النوع من الشركات؛ فشل الدولة والسوق في توفير السلع والتأمين الاجتماعي (Spear,2001)، ونقلص الدعم الحكومي والتنافس على التبرعات بعيداً عن الإطار المعد له (Eikenberry,2009). وأهم ما يميز هذه الشركات فكرة مراعاة الاستدامة ما بين الجوانب الثلاثة الاجتماعية، الاقتصادية، والبيئية، واهتمامها بشكل أساسي في رأس المال الاجتماعي (Oberoi,2014; Bagnoli and Megali,2009; Fukuyama,2002; Lin,1999; Goleman,1988) وذلك يلزم المؤسسة أن تبني علاقة مستدامة مع المتطوعين والمانحين ووكالات التمويل. وبلا شك، فإن الشركات الاجتماعية تساهم في تقديم الخدمات الأساسية للمجتمعات الفقيرة والمحرومة (Harding, 2004)، من خلال المساهمة في تنمية رأس المال البشري وتطبيق طرق مبتكرة لمواجهة المشكلات الاجتماعية والتي فشلت المنظمات المجتمعية العامة والخاصة التقليدية في حلها (Moizer and Tracey, 2010). (تعتمد المعلومات الواردة في هذا الجزء حول الشركات الاجتماعية على دراسة غير منشورة بعنوان "A Strategic Perspective of Social Enterprise Sustainability").

1-6 استنتاجات أولية

نستج من خلال تتبع تاريخ نشأة مفهوم المسؤولية وآليات تطبيقه في سياقات مختلفة، أن تركيز السياسات التي تهدف لفرض المسؤولية الاجتماعية للشركات لم يقتصر على الجانب الطوعي الخيري وإنما ركز على الاستدامة ومساهمة الشركات في تبني القضايا الاجتماعية والبيئية التي تؤثر بطبيعة الحال على الفئات الأشد فقراً وتهميشاً، إلى جانب دور الاقتصادي للشركات. مما يعني أن سياسات المسؤولية تحدها أولويات الأجندة الوطنية فيما يتعلق بالقضايا الاجتماعية، الاقتصادية، والسياسية. تقدم الفصول القادمة السياسات الأنسب للسياق الفلسطيني من وجهة

نظر القطاع الخاص الفلسطيني. لكن هنا نكتفي باقتراح أمثلة مستوحاة من التجارب الدولية والدراسات ذات العلاقة على ما يمكن للحكومة الفلسطينية إتباعه من سياسات في سياق تشجيع الشركات على القيام بدورها الاجتماعي:

- توفير مناخ استثماري يضمن مصلحة الشركات المحلية ويحميها من المنافسة العالمية غير المتكافئة ويساعدها في تحقيق الاستدامة الاقتصادية (ربح الشركة نفسها) والاجتماعية والبيئية في مجتمعها قبل غيرها.
- تحسين علاقة الحكومة بشركات القطاع الخاص ومستوى التواصل بشكل أساسي، لتشجيعها على الشراكة مع الحكومة في تبني القضايا الاجتماعية والبيئية.
- تقديم إعفاءات ضريبية ومعاملات تفضيلية للشركات التي تلتزم بمسؤوليتها الاجتماعية ونفصح عن سياساتها وموازناتها فيما يخص ذلك.
- تقديم حوافز معنوية كشهادات أو جوائز تساهم في رفع اسم الشركات التي تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية حيث أن الإشهار وتحسين سمعة الشركة له أثر في زيادة عوائدها وأرباحها مما سيحفز الشركات على الالتزام بالمسؤولية.
- أن يلعب الإعلام دوره في تسليط الضوء على قضية المسؤولية الاجتماعية ودورها في تنمية وتطوير المجتمع، وتحقيق ولو نوع بسيط من العدالة في توزيع الدخل والرقابة على دور الشركات في الاهتمام بقضايا المجتمع.

الفصل الثاني

برامج الحماية الاجتماعية الحكومية ودور المؤسسات

غير الحكومية الناشطة في هذا المجال

2-1 أهم مؤشرات الواقع الاقتصادي والاجتماعي للأسر الفلسطينية

يعيش الفلسطينيون اليوم في ظل أوضاع معيشية اقتصادية واجتماعية صعبة للغاية تنعكس في المؤشرات الإحصائية الأخيرة لعام 2017. فقد وصل معدل الفقر وفقاً لأنماط الاستهلاك الشهري إلى 29.2% في الأراضي الفلسطينية؛ 13.9% في الضفة الغربية و53% في قطاع غزة. في حين أن 41.1% من الفلسطينيين يقل دخلهم الشهري عن خط الفقر الوطني؛ 24% في الضفة الغربية، و67.6% في قطاع غزة. كذلك 16.8% من الفلسطينيين يعانون من الفقر المدقع وفقاً لأنماط الاستهلاك الشهري للأسرة، 5.8% في الضفة الغربية و33.8% في قطاع غزة. أما على مستوى الدخل، 30.3% من الفلسطينيين يقل دخلهم الشهري عن خط الفقر المدقع؛ 15.1% في الضفة الغربية و53.9% في قطاع غزة. وهذا يعني زيادة في الفقر وفقاً لأنماط الاستهلاك الشهري بنسبة 13.2% في العام 2017 مقارنة مع العام 2011 حيث كانت 25.8% عام 2011 ووصلت 29.2% عام 2017 (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2017).

كذلك وصلت نسبة البطالة إلى 27.2% في الأراضي الفلسطينية. وتركز العاطلون عن العمل في قطاع غزة حيث وصلت نسبتهم إلى 48.2%، مقابل 13.2% في الضفة الغربية. كما تركزت نسبة البطالة في أوساط الشباب حيث وصلت 53% في الربع الأول من العام 2017 حسب النتائج الأولية لتعداد عام 2017.

بلغت نسبة المشاركة في القوى العاملة في الضفة الغربية 45.6% مقابل 46.1% في قطاع غزة. ولا تزال الفجوة في المشاركة في القوة العاملة بين الإناث والذكور مرتفعة حيث بلغت 71.6% للذكور، و19.3% للإناث، وهو ما يدل على أن سياسات سوق العمل لا زالت تميز ضد النساء غير المتعلمات (حيث أن نسبة مشاركة النساء المتعلمات تصل إلى 60%). كذلك

النساء معرضات أكثر للبطالة، والتي وصلت في صفوف الخريجين إلى 53% (36% للذكور، و69% للإناث) حسب ما أشارت النتائج الأولية لتعداد العام 2017. كذلك تشير النتائج وكما هو متوقع إلى ارتباط مستوى فقر الأسرة بالخصائص الاقتصادية لرب الأسرة من ناحية وصوله لسوق العمل، حالته العملية، والقدرة على الكسب. فقد وصل معدل الفقر بين أفراد الأسر التي لا يشارك رب العائلة فيها في العمل إلى حوالي 42%. بينما وصل معدل الفقر بين الأسر التي يشارك فيها رب العائلة في القوة العاملة حوالي 25.8% ولوحظت نفس النتائج بالنسبة للفقر المدقع (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، معالم الفقر في فلسطين، 2017).

كذلك تشير مؤشرات الأمن الغذائي إلى أن 27% من الأسر الفلسطينية تعاني من انعدام الأمن الغذائي حسب بيانات عام 2014، موزعة مناصفة بين أسر تعاني من انعدام الأمن الغذائي الشديد، وأسرة تعاني انعدام الأمن الغذائي بدرجة متوسطة. ويتركز انعدام الأمن الغذائي في قطاع غزة، حيث يصل إلى 47% وهو ثلاثة أضعاف معدل انعدام الأمن الغذائي في الضفة الغربية والبالغ 16%. وتشير "المراجعة الإستراتيجية للأمن الغذائي والتغذوي في فلسطين 2017" الصادرة عن ماس إلى أن الإمكانيات الاقتصادية شكلت المعيق الأساسي أمام وصول الأسر للأمن الغذائي. حيث يرتبط انعدام الأمن الغذائي ارتباطاً وثيقاً بالفقر، فغالبية الأسر الفقيرة تعاني من انعدام الأمن الغذائي. وحسب توقعات الإستراتيجية فإن 42% من الفلسطينيين يعانون من انعدام الأمن الغذائي، وفي قطاع غزة من المتوقع أن ترتفع نسب انعدام الأمن الغذائي إلى 50% من السكان (نصر، وآخرون، 2017).

بظل محدودية الموارد الاقتصادية والعجز المستمر في ميزانية السلطة الفلسطينية، كان من الصعب على السلطة الفلسطينية، ممثلة بوزاراتها المختلفة، انتهاج سياسات عامة للحماية الاجتماعية تتفاعل مع كل هذه المجالات، أو جعل الحماية الاجتماعية سياسة رئيسية لمعالجة انعدام الأمن الغذائي. لا شك في أن البرامج الحالية المتوفرة للحماية الاجتماعية تعد مصدراً هاماً لاستدامة مصادر العيش، وتأمين حد أدنى من الأمن الغذائي والتغذوي. إلا أنه وكما توضح المراجعة الإستراتيجية المذكورة سابقاً، هناك مخاوف جدية بشأن قدرة خطط الحماية الاجتماعية الحالية وحدها على الحد من انعدام الأمن الغذائي بشكل مستدام أو منهجي.

2-2 فاعلية منظومة الحماية الاجتماعية وآليات التضامن الشعبي

يواجه الفلسطينيون أوضاع اقتصادية واجتماعية صعبة في ظل الاحتلال وسياساته التي عملت على إفقارهم من خلال حرمانهم من مصادرهم الطبيعية من أراضي ومياه، إضافة إلى التشهوات الهيكلية التي أحدثتها الاحتلال الإسرائيلي في بنية الاقتصاد الفلسطيني مما حد من أي فرصة للتنمية الاقتصادية الحقيقية، من خلال تحويل الاقتصاد الفلسطيني إلى اقتصاد تابع يستنزف ويستغل من قبل الاقتصاد الإسرائيلي. تولت العديد من المنظمات الأهلية والجهات المانحة الدولية تنفيذ مشاريع وبرامج تستهدف الحد من الفقر، وتشغيل الشباب لمحاولة جسر الفجوة بين التعليم وسوق العمل ومحاولة معالجة مشكلة البطالة، أو من خلال برامج القروض والمنح للنساء الفقيرات والشباب العاطلين عن العمل. فمن بين المؤسسات غير الحكومية التي لعبت دوراً في هذا الجانب لجان الزكاة، والجمعيات الخيرية التي تعتمد غالبيتها على التمويل الخارجي، جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني، ومؤسسات الإقراض الصغير من خلال خدماتها التي تستهدف الفئات الفقيرة. إضافة إلى مؤسسات الأمم المتحدة وأهمها الأونروا، والمؤسسات الدولية الأخرى كالاتحاد الأوروبي، برنامج الغذاء العالمي (WFP)، منظمة الأغذية والزراعة (FAO)، البنك الدولي، ووكالات التنمية الدولية. تعمل هذه المؤسسات بالشراكة مع وزارات ومؤسسات حكومية ثلاث أساسية في قطاع الحماية الاجتماعية؛ وزارة التنمية الاجتماعية، وزارة شؤون الأسرى والمحررين، ومؤسسة رعاية أسر الشهداء والجرحى (البرنامج الوطني للحماية الاجتماعية، 2013).

تستهدف وزارة التنمية الاجتماعية من خلال برنامجها الأساسي (برنامج التحويلات النقدية، وبرنامج التمكين الاقتصادي) الفئات الأقل حظاً والتي تحرم من الاستفادة الكاملة من منظومة الضمان الاجتماعي الحكومية التي تشمل الميزات المقدمة للعاملين في القطاعات الرسمية الحكومية والخاصة، والعاملون في المنظمات الأهلية. يوفر برنامج المساعدات النقدية للعائلات المحتاجة والمدرجة على قوائم وزارة التنمية الاجتماعية دفعة نقدية بقيمة تتراوح ما بين 750-1800 شيكل كل ثلاثة شهور. وتحقق هذه الدفعة ما يقدر بـ 50% من احتياجات الأسرة من المساعدات النقدية (نصر، محمد وآخرون، 2017). كما تقدم الوزارة مساعدات غذائية بالشراكة مع برنامج الغذاء العالمي (WFP) كل شهرين، إضافة إلى خدمات مساعدة أخرى مثل التأمين

الصحي، والإعفاءات من الرسوم المدرسية والجامعية لأبناء العائلات المستفيدة وضمن شروط محددة وبعد دراسة كل حالة (نشرة تعريفية ببرامج الحماية الاجتماعية). تعتمد البرامج المنفذة على توفر التمويل، الذي هو في الغالب خارجي وأخذ بالتناقص نتيجة ما تتعرض له المنطقة العربية بشكل عام من أزمات وحروب جعلت الممولين يوجهون أموالهم ومساعداتهم إليها. رغم ذلك لا تزال وزارة التنمية الاجتماعية المزود الأكبر والأكثر مأسسة للمساعدات الاجتماعية العامة، ففي العام 2016 قدمت الوزارة مساعدات نقدية لـ 115 ألف أسرة، وقامت بتوزيع مواد غذائية وعينية لحوالي 217,000 شخص (نصر، محمد وآخرون، 2017). تأتي بعدها وكالة غوث وتشغيل اللاجئين (الأونروا) كثاني أكبر مزود لخدمات الحماية الاجتماعية المختلفة، حيث تقدم الخدمات الاجتماعية (التعليم والصحة) للاجئين المسجلين لديها، بالإضافة إلى تقديم المساعدات الغذائية الطارئة والمساعدات النقدية الطارئة والمال مقابل العمل للاجئين الأكثر فقراً. ويبلغ عدد اللاجئين في فلسطين المسجلين لدى الأونروا 11.2 مليون لاجئ؛ 3.1 مليون في غزة و 8.1 مليون في الضفة الغربية.

لا شك أن للمساعدات الاجتماعية دوراً هاماً في مساعدة الأسر المهمشة على التكيف مع الفقر فكما تظهر إحصاءات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني عام 2017 أن المساعدات تقلل الفقر بنسبة 18%. وإضافة إلى المساعدات تتجه وزارة التنمية الاجتماعية اليوم نحو شكل المساعدات التمكينية المستدامة تحت شعار "برنامج التمكين الاقتصادي للشعب الفلسطيني (Deep)" والذي يعتمد على تقديم مشاريع للأسر الفقيرة بما يتلاءم واحتياجاتها وإمكانياتها. حيث تحصل الأسر المستفيدة على منحة مالية تمكنها من إقامة مشروع صغير لها مدر للدخل بدلاً من المساعدات النقدية الدورية، إضافة إلى خدمات أخرى مثل توفير فرص للتدريب المهني والتقني، وتوفير فرص عمل. وحتى عام 2017، كان هنالك حوالي 27,827 أسرة مستفيدة من هذا البرنامج، بقيمة إجمالية 152 مليون دولار. ومن بين إنجازات البرنامج إقامة 15,054 مشروع اقتصادي مدر للدخل، وتوفير 3,299 فرصة تدريب وتعليم مهني، إضافة إلى خلق 50,000 فرصة عمل (برنامج التمكين الاقتصادي للشعب الفلسطيني، 2017).

كانت قد أكدت الحكومة الفلسطينية في خطتها التنموية (2014-2016) على أنها تسعى لتوفير نظام حماية اجتماعية قائم على أساس حقوقي، شامل، ويقدم خدمات نوعية مستدامة دون تمييز

بين الفئات الاجتماعية المختلفة. لكن لا تزال أنظمة الحماية الاجتماعية في فلسطين، بما تشمله من أنظمة تقاعد، وتأمين صحي، وغيره، تستثني العاملين في القطاع غير الرسمي، والفئات المهمشة والفقيرة حيث أن توفير الضمان الاجتماعي يرتبط بمساهمة من العامل ومساهمة من صاحب العمل على ألا يقل أجر المشترك في نظام الضمان عن الحد الأدنى للأجور وهو ما لا يتوفر بالعادة في القطاعات غير الرسمية وبعض المنشآت الرسمية (جميل، 2015). وكما أشارت دراسة لفلاح (2014) هنالك حوالي 152,262 عاملاً في القطاع غير المنظم في الأراضي الفلسطينية يشكلون 36.3% من إجمالي العاملين في القطاع الخاص (باستثناء أصحاب العمل والعاملين لحسابهم الخاص) حتى عام 2008. كما بلغت نسبة العاملين الذين يتقاضون أجراً أقل من الحد الأدنى للأجور 23% من إجمالي العاملين بأجر في الضفة الغربية، وترتفع النسبة إلى 32% في القطاع الخاص. وقد شكلت نسبة النساء اللواتي يتقاضين أجراً أقل من الحد الأدنى للأجور 31% من مجموع العاملات، و 51% من العاملات في القطاع الخاص. أما نسبة الذكور الذين يتقاضون أجراً أقل من الحد الأدنى للأجور فقد بلغت 21% من العاملين، و 28% من العاملين في القطاع الخاص حتى نهاية عام 2014 (الفلاح، 2014). وهو ما يدل على أن فئات واسعة لا زالت تحتاج إلى الحماية الاجتماعية للتخفيف من ظروف الفقر أو نقص الدخل، مما يعني أيضاً أن أعباء وزارة التنمية الاجتماعية الفلسطينية لا تزال كبيرة ولا بد من البحث المستمر عن مصادر جديدة للتمويل. كما تطرقت الخطة إلى أن نظام الحماية الاجتماعية الذي تسعى لتوفيره يجب أن يتحلى باستدامة مالية أعلى ويقلل الاعتماد على المساعدات الخارجية.

ولا يمكن في سياق الحديث عن منظومة الحماية الاجتماعية إغفال الدور المركزي للأسرة والروابط الاجتماعية القوية في التأقلم مع ومواجهة الظروف الاقتصادية والسياسية، وتردي الأوضاع الاجتماعية الناجمة عن سياسات الاحتلال الإسرائيلي تجاه الفلسطينيين. فالإقراض والمشاركة التي لا زالت منتشرة إلى درجة كبيرة قد ساعدت العائلات الفلسطينية في التغلب على الظروف الاقتصادية المتردية الناتجة عن انتشار البطالة، فكما أشارت دراسة للبنك الدولي (البنك الدولي، 2003) لولا هذه الشبكة من رأس المال الاجتماعي "كان يمكن أن يدمر العقد الاجتماعي في المجتمعات الصناعية" (كافاتورتا، غزاونة، وأندرياني، 2009، 9-10). كما أن

الشبكات الاجتماعية، وقوة العلاقات الاجتماعية شكلت رأس مال اجتماعي تشكل بفعل المقاومة المشتركة للاحتلال الإسرائيلي. فوجود هم مشترك متمثل في الصمود في وجه عنجهية وممارسات الاحتلال الإسرائيلي وضرورة مقاومته جعل من آليات التكافل العائلي والمجتمعي سلاح مشترك لتحقيق هذا الهدف الجمعي. حيث رأى النقيب (النقيب، 2006) أن رأس المال الاجتماعي يعمل كبديل لآليات فشل السوق وفشل الدولة (كافاتورتا، غزاونة، وأندرياني، 2009).

2-3 رؤية وزارة التنمية الاجتماعية حول قطاع الحماية الاجتماعية والإمكانيات المتوفرة

تشدد إستراتيجية وزارة التنمية الاجتماعية (2017-2022) على رؤيتها بخصوص التنمية الاجتماعية القائمة على تمكين مختلف مكونات المجتمع الفلسطيني، وتعزيز الإدماج والمشاركة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية للفئات الفقيرة والمهمشة، وتعزيز التماسك الاجتماعي. مؤكدة على أن التنمية الاجتماعية هي "عملية تغيير مجتمعي تركز على تمكين المجتمع بأسره، وبأفراده ومؤسساته، وتهدف إلى تحسين وتعزيز نوعية حياة الجميع، توفير الحماية الاجتماعية والخدمات الأساسية للعائلات الفقيرة والمنكشفة لتمكينها من التمتع بحياة كريمة وفرص عمل لائقة، بالإضافة إلى رعاية وتعزيز الإدماج الاقتصادي والاجتماعي والسياسي للفئات المهمشة، لا سيما الأطفال، والفتيات والنساء، والأشخاص ذوي الإعاقة، وكبيرات وكبار السن، والشابات والشباب، وسكان المناطق المهمشة (القدس الشرقية، سكان مناطق "ج" في الضفة الغربية، وقطاع غزة، ومناطق h2 في الخليل، والمخيمات الفلسطينية... الخ)، لتحقيق المساواة الكاملة بين جميع فئات المجتمع للحفاظ على حقوق الأجيال القادمة وإعطاء صفة التنمية بالمشاركة والمساواة بين الجنسين في تكافؤ الفرص والوصول إلى الموارد والسيطرة عليها" (إستراتيجية وزارة التنمية الاجتماعية 2017-2022). ويأتي استخدام هذه المصطلحات في تعريف وزارة التنمية الاجتماعية لمفهوم التنمية، تجاوباً مع حالات التهميش والإقصاء والصعوبات التي يعيشها المجتمع الفلسطيني بكافة فئاته، مما يتطلب استراتيجيات وخطط تستهدف هذه الفئات بشكل مباشر من خلال سياسات تمكينية وتنموية وليس فقط إغاثية أو سياسات حماية اجتماعية. وهذا بدوره يتطلب اشتغال الرؤية القطاعية للحكومة على إطار مفاهيمي وسياساتي يحقق تكاملاً بين الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والبيئية وكذلك سياسات اقتصادية واجتماعية تشمل مختلف الأطراف الفاعلة من المؤسسات الحكومية

والأهلية الدولية والقطاع الخاص، كما يشكل رأس المال الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية سواء بين المواطنين أنفسهم، أو بين المواطنين والحكومة والمؤسسات ركيزة أساسية في هكذا إطار سياساتي مفاهيمي.

تظهر ملامح مثل هذا الإطار السياساتي الشامل للتنمية الاجتماعية في التقاطعات بين قطاع التنمية الاجتماعية بمختلف القطاعات الأخرى، كالصحة، والتعليم، والزراعة، والاقتصاد، والأمن، والعدل، والبنية التحتية والثقافة. وترتبط إستراتيجية وزارة التنمية الاجتماعية (2017-2022) بتسع أولويات وطنية حددتها أجندة السياسات الوطنية. حيث ترتبط بالهدف (6) استقلالية الاقتصاد الفلسطيني من خلال الهدف الفرعي (6.2) توفير فرص عمل لائقة. كذلك ترتبط بالهدف رقم (7) ارتباطاً وثيقاً، من خلال الهدف (7.1) الحد من الفقر، و (7.2) توفير الحماية الاجتماعية للفقراء والمهمشين، و(7.3) تعزيز وصول المواطنين للعدالة، و(7.4) تعزيز المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة، والهدف (7.5) شبابنا مستقبلاً. كذلك ترتبط بالهدف (8) تعليم جيد وشامل للجميع من خلال الأهداف الفرعية (8.2)، و(8.3)، و(8.4) التعليم المبكر للأطفال، تحسين نوعية التعليم، ومن التعلم إلى العمل. إضافة إلى الهدف (9) المرتبط بالرعاية الصحية الشاملة وذات الجودة والمتاحة للجميع، والهدف (10) المتمثل بدعم المجتمع ليكون قادراً على الصمود والتنمية من خلال الأهداف الفرعية المتعلقة بتوفير الأمن والأمان، ودعم الزراعة والمجتمعات الريفية، وحماية الموروث الثقافي الفلسطيني، وتوفير الاحتياجات الأساسية للتجمعات السكانية (ص60).

بالإضافة، تُظهر إستراتيجية قطاع التنمية الاجتماعية الأخيرة، ارتباط العديد من أهداف هذا القطاع الإستراتيجية بأهداف التنمية المستدامة العالمية (SDGs) التي صادقت عليها السلطة الفلسطينية وتبنتها للعمل على تحقيقها من خلال الوزارات والجهات المختلفة والوصول إليها بحلول العام 2030، وخاصة فيما يتعلق بالهدف (1): القضاء على الفقر بجميع أشكاله، والهدف (2): القضاء على الجوع وتوفير الأمن الغذائي والتغذية المحسنة والزراعة المستدامة، والهدف (3): ضمان تمتع الجميع بأنماط عيش صحية وبالرفاهية بجميع الأعمار، والهدف (4): ضمان التعليم الجيد والمنصف والشامل للجميع وتعزيز فرص التعلم مدى الحياة للجميع، والهدف (5):

تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين النساء والفتيات، والهدف(10): الحد من انعدام المساواة داخل البلدان وفيما بينها. تتناغم هذه الأهداف العالمية ليس مع الأهداف الوطنية الفلسطينية فحسب، بل أيضاً مع المجالات الأساسية لتدخلات المسؤولية الفلسطينية المطبقة فعلياً كما سيبرز في الفصل اللاحق.

2-4 من الحماية الاجتماعية إلى التنمية الاجتماعية

تأتي أهمية توضيح الترابطات بين أهداف قطاع التنمية الاجتماعية مع أهداف أجندة السياسات الوطنية، وأهداف التنمية المستدامة من ضرورة توحيد الأهداف المعلنة والموافق على تحقيقها بين الخطط والاستراتيجيات المتعددة والمختلفة لدى وزارات السلطة الفلسطينية. إن عملية تحديد الارتباطات بين الأهداف كما ذكرت توحد تصورات الممولين، سواء الأجنبية أو المحلية ومنها القطاع الخاص الفلسطيني، حول القضايا والبرامج ذات الأولوية والتي تحتاج إلى تمويل، كما تساعد في التعرف على الفجوات التمويلية، وبالتالي التفكير بأنسب المصادر التي يمكن اللجوء إليها لتمويل هذه الفجوات. وهذا ما قدمته إستراتيجية وزارة التنمية الاجتماعية 2017-2022، حيث تعاني برامج وزارة التنمية الاجتماعية بمحاورها الثلاثة (التمكين ومكافحة الفقر، تنمية وحماية الفئات الضعيفة والمهمشة، والتنمية الإدارية والتخطيط) من فجوة تمويلية بمبلغ 90.605 مليون شيكل عام 2018 (حوالي 24 مليون دولار). كذلك يتوقع أن تصل الفجوة التمويلية في هذه البرامج إلى 69 مليون شيكل في العام 2019. كما بلغت الفجوة التمويلية للنفقات التطويرية 19.915 مليون دولار خلال الأعوام 2017-2019 (ص69).

من المسلم به أن الحكومة الفلسطينية تتحمل العبء الأكبر لتأمين الاحتياجات الاجتماعية للفقراء في فلسطين وضمان تقييد الشركات بمسؤولياتها الاجتماعية الإلزامية التي تنص عليها القوانين السائدة ونظام الحكم الفلسطيني الناشئ، التي تعمل كل ما بوسعها ضمن الموارد المتاحة لتلبية هذه الالتزامات وغيرها من واجباتها الاجتماعية والأمنية. بالتالي لا نبحت هنا عن صيغ أو مداخل لتحميل القطاع الخاص جزء من هذه المسؤوليات الاجتماعية أو "خصخصة" المهمة الخدمية الاجتماعية التي تقع في صميم دور الدولة الاقتصادي والاجتماعي الذي لا بد من تعزيزه والتأكيد على مركزيته في سياق المسار التنموي الوطني. لكن من جانب آخر، وكما

أظهرت فصول الدراسة، فإن حجم التحدي الاجتماعي الفلسطيني في سياق تأثيرات الاحتلال والحرب كبير للغاية فالموارد العامة لا تستطيع سد جميع الاحتياجات أو تغطية جميع أشكال المساعدة والحماية الاجتماعية المطلوبة. كما يلقي انحسار البرامج الدولية في هذه المجالات أيضاً بظلاله على احتمالات بناء منظومة شاملة وكافية للحماية الاجتماعية التي تعتبر مسؤولية الحكومة، مما يحد من تحقيق التنمية الاجتماعية التي تعتبر مسؤولية تشمل جميع المؤسسات العامة والخاصة والأهلية، بل جميع المواطنين.

أي أنه على القطاع العام التركيز على تطوير منظومة الحماية بالموارد المتوفرة وزيادتها بحسب الاحتياجات، بينما على القطاع الخاص والأهلي الاستجابة لضرورات التنمية الاجتماعية بما يعزز التماسك الاجتماعي ووحدة الرؤية التنموية الوطنية، ويتكامل مع منظومة الحماية ويزيد من فعاليتها. كما ظهر في الفصل السابق، فإن الأشكال والصيغ المتاحة لتأطير العلاقة بين الحكومة وقطاع الأعمال عديدة وقابلة للتحديث والتأقلم مع الواقع الفلسطيني وخصوصيات العلاقة بين الحكم والقطاع الخاص والقضايا الوطنية (الخالدي، ماس 2018). تقدم الفصول القادمة عرضاً وتقييماً لأشكال مساهمات القطاع الخاص الفلسطيني في التنمية الاجتماعية وفي تنمية المجتمعات المحلية، أي البعد "السياسي" للمسؤولية. علماً بأن الدراسة الحالية لن تخوض في تقييم البعد "الأدائي" للمسؤولية أو مدى التزام قطاع الأعمال بالقوانين والأنظمة الاجتماعية المطبقة، التي تكفل هي الأخرى جزءاً هاماً من المسؤولية بتعريفها الأوسع.

الفصل الثالث

مفهوم المسؤولية لدى القطاع الخاص الفلسطيني على أرض الواقع

تحدد الشروط المرجعية للدراسة السياق الذي تم التركيز عليه في البحث المكتبي والميداني، أي البعد "السياسي" لممارسة المسؤولية وخاصة فيما يتعلق باستثمار مساعدات/مساهمات القطاع الخاص في التنمية المجتمعية، أي ما يقع أساساً ضمن شكل "المسؤولية بصفته حوكمة ذاتية للشركات" في غياب سياسات عامة أو تشريعات أو شراكات مع الحكومة. كما يتضمن هذا الاستعراض ما يتعلق بالتزامات الشركات الاجتماعية التي نص عليها قانون الشركات (الساري حالياً والمقترح تعديله).

3-1 عينة الشركات وعلاقتها بالبحث ومعايير اختيارها ورؤيتها وتعريفها للمسؤولية

نظراً لمحدودية البيانات الشاملة أو الحديثة حول ممارسة المسؤولية في فلسطين، وللتعرف عن كثر على توجهات الشركات الفلسطينية حول المسؤولية، استهدفت الأبحاث الميدانية الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة فلسطين والبالغ عددها (48) شركة. عقدت مقابلات معمقة مع (8) شركات منها موزعة على القطاعات الخمسة التالية؛ قطاع البنوك والخدمات المالية، وقطاع الصناعة، وقطاع التأمين، وقطاع الاستثمار، وقطاع الخدمات. كما استهدفت باقي الشركات المدرجة من خلال استبيان إلكتروني وزع ليعبئ من قبل المسؤول عن تنفيذ برامج المسؤولية في كل شركة، تجاوب مع هذه الاستمارة 14 شركة، مما يعني أن البحث الميداني شمل عينة من 22 شركة من بين الشركات الـ 48 الكبيرة نسبياً (أنظر نموذج الاستبيان في الملحق).

ولا بد من الإشارة هنا إلى أن العينة المختارة غير عشوائية وغير ممثلة إحصائياً للقطاع الخاص الفلسطيني. ولكن تم التركيز على الشركات المساهمة العامة الأكبر المدرجة في السوق المالي كونها، بحسب التجربة العالمية، تقود صياغة مفاهيم وسياسات المسؤولية لامتلأها رؤوس الأموال الأكبر، وهي الشركات الأكثر استهدافاً عند إقرار سياسات حكومية أو تشريعات، كذلك

نظراً لشكلها القانوني والإداري وسياساتها التسويقية، مما يجعل المسؤولية ركيزة ضرورية لتحسن صورتها بين المستهلكين. إضافة إلى أن قوانين السوق المالي تلزم الشركات المدرجة بالإفصاح عن أوضاعها المالية مما يجعل من الممكن متابعة أوضاع صرف ميزانيات المسؤولية ضمن ميزانيات الشركات. كما تضمنت عينة البحث اثنتين من مؤسسات الإقراض الصغير، كون هذه المؤسسات تعمل في مجال التمكين والتنمية وتعمل مع الفئات الفقيرة والمهمشة. إضافة إلى مقابلة إحدى المستشفيات كون الصحة حاجة أساسية، وتوفر الخدمات الصحية أو التأمين الصحي أحد ركائز قطاع الحماية والتنمية الاجتماعية. تقدم الأقسام التالية نبذة عن التجربة الفلسطينية في مجال المسؤولية، تطور الإطار القانوني الناظم لها، ونبذة عن برامج المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص الفلسطيني وآليات تطبيقها.

3-2 دراسات فلسطينية وتجارب سابقة في مجال المسؤولية

كان الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني الرائد في توفير المعلومات الأولى (في عام 2009) حول واقع المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص الفلسطيني في الضفة الغربية وقطاع غزة ودورها في تنمية المجتمع المحلي. حيث عرف الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها "ثقافة الالتزام بالمسؤولية ضمن أولويات التخطيط الاستراتيجي للمؤسسات، وتوفير الدعم والمساندة تجاه التنمية المستدامة بأبعادها الثلاثة، الاقتصادية والاجتماعية، والبيئية. المسؤولية الاجتماعية هي نهج استراتيجي للقيام بالأعمال التجارية في مجتمعنا بطريقة مستدامة ومسؤولة" (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2009، ص 21). تناول مسح 2009 الشركات المتوسطة والكبيرة، أي تلك التي تشغل 30 عاملاً فأكثر - مما يعتبر إشارة واضحة إلى أن المسؤولية تعتبر مفهوم يخص شركات متطورة نسبياً وناجحة ومسجلة، بينما السواد الأعظم من الشركات الفلسطينية (الصغيرة ومتناهية الصغر) لا تمارس المسؤولية بمفاهيمها المعاصرة. ربما تغير الوضع في بعض النواحي منذ 2009، لكن جهاز الإحصاء لم يكرر ذلك المسح مما يصعب الوصول إلى أرقام حديثة شاملة للجوانب التي شملها مسح 2009، الذي استخدم مؤشرات محددة لقياس العوامل التي تشكل مفهوم المسؤولية في بعديها الأدائي والسياسي.

بالنسبة للمسؤولية الأداة تجاه المنتجات أو الخدمات، يفيد التقرير بأن حوالي 93% من إجمالي الشركات لديها إرشادات تضمن جودة المنتج، وحوالي 57% من الشركات لا توفر ملصق إرشادات لاستخدام المنتج على منتجاتها. كما أن 61% من الشركات كان لديها إرشادات لاستخدام ملصق يصف المعايير البيئية والاجتماعية، بينما 7% من الشركات كانت لديها إرشادات إلا أنها غير مكتوبة. حسب المسح، 87% من الشركات في الضفة الغربية تقدم مكافآت نهاية الخدمة كحافز وظيفي، مقابل 23% في قطاع غزة. كما أن 71% من الشركات في الضفة الغربية توفر التأمين الصحي لموظفيها مقابل 7% في قطاع غزة. و60% من الشركات في الضفة الغربية تقدم خدمات ترفيهية واجتماعية، مقابل 54% من الشركات في قطاع غزة. كذلك تتحمل الشركات مسؤوليتها تجاه الأفراد ذوي الإعاقة في الضفة الغربية 24.9%، و17.7% للذكور والإناث على التوالي. وهي نسب تفوق مثيلاتها في قطاع غزة 14% و7.3% للذكور والإناث على التوالي.

أما عن المسؤولية في بعدها السياسي تجاه المجتمع المحلي، فإن نتائج المسح محصورة ببعض الملامح الرئيسية وتظهر أن مساهمات الشركات تأخذ ثلاثة أشكال رئيسية:

- طغى تقديم الدعم المادي على شكل المسؤولية في قطاع غزة حيث وصلت النسبة إلى 57% من الشركات هناك، مقارنة بـ 50% في الضفة الغربية.
- تقدم 67% من الشركات في الضفة الغربية و52% في قطاع غزة المساعدات العينية.
- كما أن 79% من شركات الضفة الغربية المبحوثة و56% من شركات قطاع غزة تشارك في النشاطات التطوعية المجتمعية.

تسهم الشركات في غزة بدعم القضايا الاجتماعية أكثر من مثيلاتها في الضفة الغربية، 60% و54% على التوالي. بالمقابل تسهم الشركات في الضفة الغربية بدعم مجالات أخرى لتطوير المجتمع بشكل أكبر مثل الثقافة والفنون (33%)، الرياضة (35%)، التعليم (49%) والبيئة (18%). وفق المسح، تقدر قيمة المساهمة الاجتماعية للشركات (بحسب ما صرحت به) بحوالي 75 مليون دولار، منها تقريباً 32 مليون دولار و12 مليون دولار و10 مليون دولار للقضايا الاجتماعية والتعليم والبيئة على التوالي. كما تظهر نتائج المسح أن 56% و40% و29%

و28% من تلك الشركات المتوسطة والكبرى تدعم الأنشطة الاجتماعية والتعليمية والرياضية والثقافية، على التوالي، بينما تدعم نسب أقل من الشركات القضايا الأخرى (البيئية والبنية التحتية وتكنولوجيا المعلومات والسياسية). والملفت في هذه النتائج أيضاً أن غالبية الشركات المساهمة لا تتعاون مع البرامج الحكومية الاجتماعية في المجالات الرئيسية للإنفاق الاجتماعي، حيث لا تتعدى نسبة هذه الشركات 26% من الشركات التي تدعم تلك القضايا (أو ما يقل عن 15% من جميع الشركات المتوسطة والكبرى). كذلك الحال بالنسبة للشركات مع الحكومة في مجالات الثقافة (43%) والتعليم (35%) والرياضة (34%). بينما في المجالات الأخرى أكثر من نصف الشركات المبحوثة تشارك مع الحكومة، لكن العدد الإجمالي للشركات الناشطة في هذه المجالات ضئيل.

من بين التجارب التي خاضها القطاع الخاص في مجال المسؤولية "ملتقى المسؤولية الاجتماعية الأول" الذي تم بمبادرة من سلطة النقد الفلسطينية وجمعية البنوك في فلسطين في تشرين أول من عام 2015، والذي كان ينظر له في حينها على أنه حجر الأساس لتوحيد مفهوم المسؤولية الاجتماعية في القطاع المصرفي. حيث هدف إلى إيجاد إطار سياساتي للمسؤولية الاجتماعية يعزز الشراكة ما بين القطاع الخاص، والحكومي، والمدني. ومن بين المطالبات التي خرج بها الملتقى، المطالبة بإلزام البنوك بتخصيص 2% من أرباحها للمسؤولية الاجتماعية، ودراسة إقامة صندوق مشترك لنشاطات المسؤولية الاجتماعية المستدامة (الحياة الجديدة، 2015). سبق ذلك إطلاق صندوق المسؤولية الاجتماعية لسوق فلسطين للأوراق المالية خلال النصف الأول من العام 2006 برؤية استراتيجية تهدف إلى خدمة المجتمع الفلسطيني من خلال عدد من المشاريع بنواح مختلفة، وصندوق المسؤولية الاجتماعية لمجموعة الاتصالات الفلسطينية، وكذلك الحال بالنسبة لشركة فلسطين للتنمية والاستثمار/باديكو. نتج عن تأسيس هذه الصناديق القيام بحملات للمسؤولية تم تنفيذها بشكل مشترك منها مبادرة "الأخوة" الفلسطينية، والتي تم من خلالها توزيع معونات غذائية على أربعين ألف موظف حكومي نقل رواتبهم عن 1500 شيكل، إضافة إلى عشر آلاف أسرة أسير. كما قدمت باديكو ومجموعة الاتصالات الفلسطينية منحة بقيمة 1.25 مليون دولار لمشروع الربط الأكاديمي للجامعات الفلسطينية مع الشبكة الأوروبية من خلال تقنية "الفاير" (العيان، 2013). وحالياً، تعد شركة الاتصالات الفلسطينية من أكبر الشركات

المساهمة في مجال المسؤولية الاجتماعية على مستوى الشركات الفلسطينية. وقد خصصت شركة الاتصالات دائرة خاصة لإدارة شؤون المسؤولية الاجتماعية. وتتركز معظم نشاطات المسؤولية الاجتماعية لهذه الشركة في مجالات الفقر، والتعليم، والتكنولوجيا والريادة، والشباب والرياضة. فقد بلغت المساهمة المالية في هذه المجالات عام 2016 حوالي 3.5 مليون دولار.

3-3 الإطار القانوني الناظم للمسؤولية في فلسطين

لا يلزم قانون الشركات الحالي رقم (12) لسنة 1964 الشركات بتخصيص نسبة من أرباحها للمسؤولية الاجتماعية وإنما أجاز ذلك. لكن مشروع قانون الشركات الذي يتم العمل عليه ضمن جهود وزارة الاقتصاد الوطني، فقد خصص بنداً يلزم الشركات المساهمة العامة بتخصيص ما نسبته 1% من أرباحها لتنفيذ برامج المسؤولية. جاء في المادة (189) لمسودة القانون تحت عنوان "مخصص البحث العلمي والتدريب والمسؤولية الاجتماعية" أنه: "أ) يجب على الشركة المساهمة العامة أن تخصص ما لا يقل عن (1%) من الأرباح لإنفاقه على دعم البحث العلمي والتدريب المهني لديها؛ ب) يجب على الشركة المساهمة العامة أن تخصص ما لا يقل عن 1% من أرباحها الصافية لإنفاقها في مجال المسؤولية الاجتماعية." قد تم تحديد هذه النسبة استثناءً بتجارب دول مجاورة مثل الإمارات (المصري، طارق). مدير عام تسجيل الشركات، (مقابلة شخصية). مع أن هذا البند القانوني يسري فقط على فئة معينة من الشركات، إلا أنه يشير إلى وعي الجهات المعنية بأهمية تنظيم بعض ممارسات المسؤولية القابلة للتنظيم، مما يؤسس لأطر تشاركيه وتعميم للممارسات الفضلى للمسؤولية بين شريحة أوسع من القطاع الخاص.

يبدو أنه لدى وزارة الاقتصاد الوطني رؤية لتوجيه الشركات للانتقال من تنفيذ برامج المسؤولية بشكل خيري من خلال هبات وتبرعات، إلى تنفيذ مشاريع تنموية مستدامة تخدم المجتمع والبيئة والعاملين في الشركات وعائلاتهم، حيث تتبنى الوزارة تعريف مجلس الأعمال العالمي للمسؤولية الاجتماعية المشار له سابقاً. لكن عدم إقرار القانون إلى الآن يحد من إمكانية البدء بالزام الشركات بالتطبيق والرقابة عليها، خاصة وأن بند المسؤولية سيتم تفصيله في اللوائح التنفيذية ووضع شروط ومعايير للمشاريع المنفذة في هذا الإطار. وكذلك سيتم عقد ورشات عمل، وتوجيه

وتوعية الشركات لتشجيعها على التوجه بهذا الاتجاه. ستتجه وزارة الاقتصاد إلى هذا النوع من السياسات فور إقرار القانون (المصري، طارق. مدير عام تسجيل الشركات، مقابلة شخصية). على أي حال، حتى لو تقيدت الشركات المساهمة العامة بمثل هذا التخصيص لنسبة صغيرة من أرباحها، أي المسؤولية بصفتها إقرار من قبل الحكومة، كون هذه الصيغة لا تحدد مجالات أو أهداف المسؤولية الإلزامية ولا تعرّف ماذا تعني بالمسؤولية أصلاً ولا تربطها بسياسات أو برامج حكومية معينة، بالتالي فإنها لا تصل إلى مستوى المسؤولية بصفتها تسهيلات من الحكومة وبالشراكة معها.

إضافة إلى قانون الشركات، تحكم قوانين السوق المالي المسؤولية، ومنها قرار مجلس إدارة هيئة سوق رأس المال بشأن الإفصاح لعام 2013 بتعليمات معدلة لتعليمات رقم (2) لسنة 2008. فرض هذا القرار على كل شركة مساهمة عامة مدرجة في السوق المالي الإفصاح عن سياساتها في مجال المسؤولية الاجتماعية ضمن تقريرها السنوي، بما يتضمن سياساتها في مجال العلاقة بالبيئة والمجتمع المحلي، على أن تكون سياسة واضحة غير مضللة وقابلة للتطبيق. كذلك، في حال لم يكن لدى الشركة سياسة تجاه المسؤولية الاجتماعية يجب توضيح ذلك في ذات التقرير. هذا توجه يمكنه أن يشجع الشركات على وضع سياسات وتطبيق برامج ضمن المسؤولية الاجتماعية، كون التقرير السنوي إحدى آليات توثيق إنجازات الشركة ويعكس صورتها وقوتها، وبالتالي تضمن جزء خاص بمسؤوليتها الاجتماعية يعني إعطاء قيمة إضافية لمكانة الشركة وأثرها على المجتمع أمام جمهورها. يشكل هذا القرار حافزاً للشركات للتنافس أكثر في مجال المسؤولية الاجتماعية وعمل مشاريع أكثر للإعلان عنها في التقارير.

3-4 برامج المسؤولية الاجتماعية الفلسطينية لدى قطاع البنوك: حالة دراسية

يعد القطاع المصرفي من أبرز القطاعات الخاصة التي تنتشط غالبية مؤسساتها في مجال المسؤولية في فلسطين (على الأقل المساعدات الاجتماعية التي تندرج في سياق المسؤولية تجاه المجتمعات المحلية). تقوم جمعية البنوك في فلسطين بتسليط الضوء على الدور الذي تقوده البنوك في مجال المسؤولية من خلال تقرير سنوي بعنوان "الدور الاجتماعي للبنوك". وحسب هذا التقرير في عام 2017 بلغ إجمالي المساهمة المجتمعية لقطاع البنوك 6.6 مليون دولار،

وهو ما يعادل 4% من إجمالي أرباح القطاع المصرفي. تركز إنفاق المسؤولية للبنوك في مجال التنمية والتعليم بحوالي 24% من إجمالي الإنفاق في جميع القطاعات، يليها الإنفاق في مجالات الصحة 19% والإغاثة 17%، والتنمية 11%، والثقافة 8%، وشؤون المرأة 6%، والرياضة 5%، والشباب والإبداع 3%، والطفولة 2% وذوي الاحتياجات الخاصة 1% على الترتيب. أنجز ذلك من خلال 636 شراكة مع المؤسسات الأهلية، وكانت الشراكات الأكبر في مجال التعليم حيث بلغ عدد شراكات البنوك المؤسساتية في مجال التعليم 208 شراكة، تليها الشراكات المؤسساتية في مجال التنمية والبالغ عددها 101 شراكة. لكن يختلف ترتيب الأولويات القطاعية من بنك لآخر عن هذا الترتيب العام. وفيما يلي نستعرض سياسات عدد من البنوك مرتبة حسب إنفاقها والميزانيات المخصصة للمسؤولية الاجتماعية، والتي قمنا بإدراجها هنا استناداً إلى المعلومات الموثقة في تقرير جمعية البنوك المشار له سابقاً.

حظي بنك فلسطين بالمرتبة الأولى من ناحية الإنفاق على المسؤولية الاجتماعية، حيث خصص 6% من صافي أرباحه السنوية للمسؤولية الاجتماعية عام 2016. ووصل صافي ما خصص للمسؤولية الاجتماعية على اختلاف الأنشطة المنفذة ضمنها 3,375,975 دولار وهو ما يقارب نصف مجموع ما صرفته البنوك مجتمعة في مجال المسؤولية الاجتماعية. خصص الجزء الأكبر من هذا المبلغ لدعم قطاع التعليم 821,797 دولار، يليه قطاع الثقافة بمبلغ 572,565 دولار. كان من ضمن البرامج المنفذة برنامج "وجد" لرعاية أيتام العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014، وبرنامج الابتعاث الجامعي "زمالة" والذي يستهدف 13 جامعة فلسطينية واستفاد منه 120 مبتعث ومبتعثة، وبرنامج "نهج" لدعم الريادة المدرسية والذي استهدف 6 مدارس حكومية وغير حكومية. إضافة إلى رعاية مجموعة واسعة من النوادي الرياضية والمهرجانات الثقافية (بنك فلسطين، 2016).

خصص البنك الإسلامي الفلسطيني عام 2016 مبلغ 764,076 دولار كمساهمة مجتمعية أنفقت لدعم أنشطة ثقافية واجتماعية وخيرية في مختلف المحافظات والمدن الفلسطينية، توزعت على 10 مجالات من خلال 115 مؤسسة شريكة، وكانت الحصة الأكبر مخصصة لأنشطة

¹ يوفر تقرير جمعية البنوك معلومات إجمالية لعام 2017، أما المعلومات لكل بنك على حدة فهي متوفرة لعام 2016.

صنفت ضمن التتمية بمبلغ 586,717 دولار. كما يركز البنك على دعم مآدب الإفطار الرمضانية، والتكايأ، وتقديم الطرود الغذائية للعائلات المحتاجة في قطاع غزة. لم يوثق البنك نشاطاته وسياساته في مجال المسؤولية الاجتماعية في تقريره الإداري وهذه هي النشاطات التي تم الإعلان عنها على الموقع الإلكتروني.

أما البنك العربي فبلغت مخصصاته للمسؤولية الاجتماعية 444,477 دولار عام 2016، أنفقت من خلال برنامج "معاً" المخصص للمسؤولية الاجتماعية والذي يضم أربعة مجالات هي التعليم، والصحة، والبيئة ومكافحة الفقر. نفذ البنك مشاريعه في هذه المجالات من خلال 29 مؤسسة شريكة. كانت الأولوية لقطاع التعليم حيث أنفق 220,000 دولار بالشراكة مع 13 مؤسسة، يليه قطاع التنمية 80,000 دولار، وقطاع الرياضة 63,000 دولار. وقع البنك اتفاقيات تعاون مع عدد من الجمعيات ومؤسسات المجتمع المدني والحكومة بهدف تقديم الدعم المادي والمشاركة في النشاطات وكانت في مجالات التعليم، من خلال المساهمة في ترميم عدد من المدارس، وفي مجال الصحة من خلال التبرع لإقامة مركز صحي، وتوقيع اتفاقية لتقديم خدمات تأهيلية للأطفال من ذوي الاحتياجات الخاصة.

أنفق البنك الإسلامي العربي مبلغ 307,866 دولار، توزعت على 9 مجالات من خلال 80 مؤسسة أهلية شريكة. كانت الأولوية لقطاعات الطفولة، والرياضة، والصحة والتي خصص لها؛ 148، 38، 36 ألف دولار على التوالي. تضم أنشطة المسؤولية الاجتماعية التي ينفذها البنك الإسلامي العربي عقد برامج تدريبية لطلاب الجامعات، توقيع اتفاقيات تعاون مع الاتحاد العام للمعلمين الفلسطينيين، رعاية حفل تكريم المعلمين المتقاعدين في وكالة الغوث في الجنوب، إضاءة فانوس رمضان في مدينة القدس. ويؤكد البنك في تقاريره الصحفية حول هذه النشاطات أنها تأتي في إطار دوره الاجتماعي وأهمية المساهمة والمشاركة في الأنشطة والفعاليات الاجتماعية بجميع أشكالها.

بلغ إجمالي المساهمات الاجتماعية لبنك القدس 290,283 دولار لعام 2016، وتوضح نشرة "الدور الاجتماعي للبنوك" أن بنك القدس يخصص إنفاقه لكافة الشرائح وعلى مختلف الأصعدة. تضم أنشطة المسؤولية التي ينفذها دعم المسيرة التعليمية بمختلف مستوياتها المدرسية والجامعية،

بينما خصص الإنفاق الأساسي لقطاع الرياضة (91,614 دولار) من خلال 14 شراكة مؤسسية عن طريق التبرع لإقامة ملاعب أو رعاية عدد من النوادي. تركز دعم قطاع التعليم على التبرع لعدة جهات تعليمية سواء بأدوات مكتبية أو التبرع لإقامة مهرجانات ومسابقات.

بلغ إجمالي مساهمات البنك الوطني الاجتماعية 203,824 دولار، توزعت على 6 مجالات ونفذت من خلال 35 مؤسسة شريكة، كانت الأولوية فيها لدعم شؤون المرأة بتخصيص مبلغ قدره 97,660 دولار، تلاها قطاعات التعليم، والصحة، والتنمية من حيث قيمة الإنفاق عام 2016.

أما إجمالي مساهمات بنك الأردن لعام 2016 فقد بلغت 114,933 دولار، توزعت على 11 مجالاً من خلال 16 مؤسسة شريكة. تم التركيز على قطاعات التنمية (29,305 دولار)، الإبداع والشباب، وذوي الاحتياجات الخاصة. وكان من ضمن المؤسسات الشريكة مؤسسة التعاون ومؤسسة إنجاز. من بين أنشطة البنك في مجال المسؤولية الاجتماعية دعم صندوق الطالب المحتاج، تكاليف خمس مآدب رمضان جماعية، دعم نوادي لإقامة حفلين للأطفال، دعم أسبوع الثقافة، ودعم جمعيات خيرية خاصة بذوي الاحتياجات الخاصة سواء بمعدات أو إقامة احتفالات.

كذلك بنك الاستثمار الفلسطيني، أنفق حوالي 57,242 دولار كمخصصات للمسؤولية الاجتماعية، توزعت على 7 مجالات ونفذت من خلال 31 مؤسسة شريكة. شكلت الثقافة المجال الأساسي الذي وجه البنك دعمه إليه حيث رصد لهذا القطاع 17,677 دولار بشراكة مؤسستين. يليه التعليم بـ 16,432 دولار وشراكة 15 مؤسسة، وفي المرتبة الثالثة جاء قطاع التنمية الذي أنفق فيه 11,4540 دولار وبشراكة 4 مؤسسات. أخذ دعم البنك شكل الرعاية للعديد من الأنشطة في المجالات الاجتماعية المختلفة، مع التركيز على العمل في مناطق انتشار البنك.

وأنفق بنك القاهرة عمان مساهمات اجتماعية بمبلغ إجمالي 48,878 دولار، توزعت على خمس مجالات من خلال ثماني مؤسسات شريكة. فأنفق مبلغ 29,176 دولار على قطاع التعليم من

خلال مؤسستين شريكيتين، و14,702 دولار أنفقت في مجال التنمية من خلال 3 مؤسسات شريكة. وكانت إحدى الشراكات الأساسية مع المركز الفلسطيني للإرشاد.

أما البنوك، فتراوحت المساهمات الاجتماعية ما بين 27 ألف دولار، و6 آلاف دولار، منها ما ذهب لرعاية فعاليات ذات أولوية للبنك، مثل رعاية البنك العقاري المصري العربي لاحتفالية العيد الوطني المصري بمبلغ 6,000 دولار وهو إجمالي مخصصات المسؤولية الاجتماعية لدى البنك لعام 2016 (جمعية البنوك، 2016).

نستحضر هنا "ملتقى المسؤولية الاجتماعية الأول" المشار له سابقاً، والذي لم يتم متابعة تنفيذ المقترحات التي خرج بها إلى اليوم. فلم يتم تأسيس الصندوق المشترك أو إلزام البنوك بتخصيص 2% من أرباحها لنشاطات المسؤولية. وبحسب رأي بعض المسؤولين، هنالك عدم رغبة أو نية حقيقية لإتمام هذه الشراكة، كما أن جميع البنوك لم تتعاون في تنفيذ هذه الفكرة لغياب أي حافز. فكما أوضح، مساهمات البنوك في الإنفاق على جانب المسؤولية متباينة والتبرع بها من خلال صندوق وفي مجالات لا يملك البنك كامل القدرة على اختيارها غير مجدي. أي أن الصندوق سيؤدي إلى ظهور متساوي لجميع البنوك المشاركة فيه بغض النظر عن التفاوت في المخصصات وهو أمر غير مجدي بالنسبة للبنوك. وذلك هو بالفعل ما أظهره العرض السابق، فالتفاوت في الإنفاق في مجال المسؤولية الاجتماعية كبير وواضح. فبرغم أن حوالي 4% من أرباح القطاع المصرفي خصصت لبرامج صنف كمسؤولية، إلا أن معظم ذلك كان بفضل مساهمات عدد قليل من المصارف.

كما تطرق الباحث إلى مخاوف تتعلق بإدارة الصندوق، والتي من المتوقع أن تشمل الحكومة ويستبعد أن تتشكل من البنك نفسه، مما سيفقد البنك السيطرة الكاملة على قرارات الهيئة الإدارية، كما أن جانب الثقة قد لا يكون متوفراً في إدارة هذا الصندوق. أي أن مخاوف عديدة لا زالت تقف عائقاً أمام تنفيذ فكرة صندوق مشترك للمسؤولية. هذا ما أظهرته كذلك نتائج الاستبيانات التي كان من ضمنها 3 استمارات لبنوك، أجاب اثنان منها بأنهما لا يوافقان على فكرة إقامة صندوق مشترك، بينما أجاب بنك واحد بأنه مع هذه الفكرة لخدمة المجتمع بشكل أفضل. وقد

أجابت البنوك بنفس الطريقة على فكرة الشراكة مع الحكومة في تنفيذ مشاريع تخدم المجتمع تحتسب ضمن إنفاق الشركات على المسؤولية. بقيت رغبة البنوك واستعدادها لإقامة شراكات مع الحكومة في مجال المسؤولية محكومة بعلاقتها بالحكومة تاريخياً وتجربتها معها، فكما أظهرت المقابلات كان هنالك تردد شديد نابع من تصور البنوك عن أن لا استمرارية حقيقية ستنتج عن العلاقة مع الحكومة بشكل أساسي نتيجة للمماطلات التي سترافق مباشرة العمل والتنفيذ.

كما تجلى بوضوح من خلال المقابلات، تستخدم المسؤولية من أجل نشر اسم البنك والظهور، لتحقيق مصلحة البنوك بتعظيم ربحها وليست إنفاقاً طوعياً اجتماعياً بحت. فرأت البنوك، حالها حال الشركات الأخرى، أن شراكة البنوك في تنفيذ مشاريع تخص المسؤولية قد تحرم البنك أو الشركة من الإنفاق وفق أولوياتها وبما يحقق مصلحتها والظهور بشكل كافي. وهو ما يظهر بشكل الإنفاق الذي مارسه البنوك؛ فعلى الرغم من أن النظرة الأولى تظهر أن البنوك أنفقت في مجالات تنمية محددة من خلال برامجها واتفاقياتها وتبرعاتها الدائمة، إلا أن تنفيذ بنود الإنفاق ضمن هذه المجالات الواسعة وتتبع شكل المشاريع المنفذة، يوضح تركيز البنوك على دعم المهرجانات والنادي الرياضية والاحتفالات الوطنية، والمناسبات الدينية. هذا منطلق من رغبة البنوك بالمحافظة على اسمها والظهور والمشاركة في المجتمع، ما يؤكد مركزية البعد الأدائي المتمثل باستخدام المسؤولية الاجتماعية كأداة إدارية هدفها تعظيم الأرباح من خلال سياسات الشركات في هذا المجال التي تسعى لتحسين سمعة الشركة وصورتها أمام المستهلكين (أي، المسؤولية بصفتها حوكمة ذاتية).

هذا الواقع يتطلب رؤية فلسطينية تجاه المسؤولية توازن ما بين البعد الإداري والسياسي، فمن ناحية أخرى لا يمكن اعتبار الإنفاق على أهداف دعائية بحتة مسؤولية. أي أن تغييب البعد السياسي للمسؤولية الاجتماعية لتصبح مفهوم أدائي يتعلق فقط بزيادة ومراكمة الأرباح يفرغ المفهوم من مضمونه وغايته، ويضع علامات تساؤل حول موقع الشركات من التنمية الاجتماعية عامة والذي تجلى في خطابات الشركات نفسها ومحاولات الحكومة تعزيزه وفرضه بمختلف القوانين والمقترحات ذات العلاقة والمشار لها سابقاً.

يشار إلى أن اثنان من أصل أربعة من البنوك المبحوثة كان لديها استراتيجيات واضحة خاصة بالمسؤولية، وتحدد نسب من صافي الأرباح تتراوح بين (2.5-6%) للمسؤولية الاجتماعية وتتفاوت من بنك لآخر حسب ما أظهر العرض السابق. أي أن نسبة إنفاق جميع البنوك المبحوثة على المسؤولية الاجتماعية تجاوزت 2% وهي النسبة المقترحة في ملتقى المسؤولية الاجتماعية المذكور. وعليه يمكن تبرير عدم معارضة أي من البنوك لفكرة الإلزام بتخصيص نسبة معينة من صافي الأرباح السنوية للمسؤولية، بأن لا أثر فعلي سينعكس على إنفاق البنوك كونها تخصص مسبقاً نسب قد تزيد عما هو مقترح فرضه من قبل الحكومة. إضافة إلى التأكيد على أهمية الحوافز سواء بالإعفاءات الضريبية أو تسهيل وتشجيع استثمارات الشركات المحلية، وضرورة الابتعاد عن محاولة الفرض والإلزام فيما يتعلق بسياسات المسؤولية الاجتماعية (أي التوجه نحو نوع من المسؤولية بصفقتها تسهيلات من قبل الحكومة).

3-5 واقع المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات المدرجة في السوق المالي الفلسطيني: حالة دراسية

3-5-1 بداية تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية وتطوره

بدأت الشركات المدرجة في السوق المالي بتطبيق مفهوم المسؤولية منذ عام 2005، حسب ما أفادت الشركات المبحوثة. هذا لا ينفي وجود أشكال من المساعدات والتبرعات العشوائية كانت تقوم بها الشركات منذ نشأتها، لكن تطور المفهوم واستخدامه ارتبط بهذه الفترة. كما أن تطور المفهوم كان أسرع لدى شركات أكثر من غيرها، فبعض الشركات وقعت الاتفاق العالمي للأمم المتحدة (UN Global Compact) مثل مجموعة الاتصالات الفلسطينية، وبنك فلسطين، وتلتزم بإصدار تقرير الاستدامة الذي يوثق إنجازات الشركة في طريقها نحو تحقيق الأهداف التراكمية كل عام. بينما لا تزال شركات أخرى تعتمد على التبرعات العشوائية أو التبرعات لعدد من الجمعيات التي ربطتها بها علاقة ثقة بشكل مستمر ودوري. بحسب دراسة (فلاح، 2009) فقد أشارت 50% من الشركات المبحوثة إلى أن منظمات المجتمع المدني والهيئات المحلية هي المستفيد الرئيسي من تبرعاتها، و25% من المستفيدين هم أفراد. وهو ما ظهر من خلال المقابلات، فقلة من الشركات جمعتها علاقات شراكة مع الحكومة لتنفيذ برامج أو مشاريع ضمن

مسئوليتها الاجتماعية. غالبية هذه المشاريع تركزت في قطاع التعليم وتقديم بعض المساعدات الدوائية.

كذلك وجدت دراسة (فلاح، 2009) أن 65% من الشركات المبحوثة تطبق المسؤولية من خلال تبرعات مالية وعينية، أو مالية فقط. من ناحية أخرى طغى البعد الأدائي لتعريف المسؤولية لدى العينة المبحوثة، فقد أشارت 40% من الشركات إلى أن الدافع وراء إنفاق المسؤولية الاجتماعية هو تحسين صورة الشركة والترويج لمنتجاتها. أما الدور الاجتماعي والتنموي فقد جاء في المرتبة الثانية من حيث أولويات الشركات، حيث أشارت 29% إلى هذا الدور، جاء بعد ذلك هدف الحصول على حوافز وتخفيضات ضريبية. وهذا يؤكد ما توصل له البحث الميداني هنا، فلم تخفي أي من الشركات المبحوثة مركزية تعظيم الأرباح كهدف أساسي للإنفاق في مجال المسؤولية من خلال تحسين سمعة الشركة وظهرها في المجتمع، على الرغم من تعريفهم لها كواجب وطني.

3-5-2 مفهوم المسؤولية الفلسطينية من وجهة نظر الشركات نفسها

عبرت الغالبية العظمى من الشركات المبحوثة عن أن تعريفها للمسؤولية يتمحور حول كونها واجب اجتماعي، أو واجب اجتماعي ووطني، أو التزام أخلاقي خيري. وتضمن تعريف المسؤولية أيضاً التضامن مع فئات المجتمع الفقيرة والمهمشة ومساعدتها من خلال التبرعات التي كانت الشكل الغالب على آلية تنفيذ المسؤولية. وكانت فكرة المسؤولية لدى هذه الشركات نابعة من كونها تعمل في المجتمع وتنفع من البنية التحتية، والأيدي العاملة المتوفرة، وتحقق أرباحاً من خلال إقبال المستهلكين على منتجاتها، لذا كان لا بد أن يكون لها دور اجتماعي تجاه هذا المجتمع. علاوة على ذلك، ترى شركات أخرى المسؤولية كاستثمار يحمي الشركة من أي إشاعات قد تسيء لها مستقبلاً، أو منفعة متبادلة حيث يزداد إنفاق الشركة على المسؤولية أكثر في المناطق التي تقبل على منتجاتها بصورة أكبر. في حالتين فقط (شركتين صناعيتين) أضيف إلى تعريف الشركة للمفهوم مصلحة الموظفين والمستهلكين، مع أنه في جميع الحالات أجابت الشركات أنها تراعي مصلحة مختلف الأطراف ذوي العلاقة بعملها. وهو ما يحتاج إلى إعادة فحص، بالأخص عند مراجعة الإحصائيات سابقة الذكر ذات العلاقة بنسب الأفراد العاملين

الذين يتقاضون أجراً أقل من الحد الأدنى للأجور، أو التمييز في الأجور وفرص العمل المتوفرة بين النساء والرجال وما إلى ذلك من حقوق عمالية أخرى لا يزال يحرم العاملون منها.

أي أن مفهوم المسؤولية لدى الشركات المدرجة في السوق المالي، كما في حالة البنوك مسبقاً، يتضمن ثلاثة محاور وهي: واجب على كل شخص أو شركة تعمل في المجتمع، يحقق استدامة اجتماعية ويخدم المجتمع، يرفع اسم الشركة ويحسن سمعتها. وقد غلب عليه شكل التبرعات، دون إغفال أهمية البعد التنموي والمشاريع التمكينية والمستدامة، لكن مع افتقاد جانب مراعاة مصلحة مختلف الأطراف ذوي العلاقة إلا في حالات نادرة. بالتالي يمكن الاستنتاج أن الممارسة الواعية للمسؤولية في السياق الفلسطيني تقع أساساً ضمن البعد السياسي، ورؤية للمسؤولية "بصفتها حوكمة ذاتية للشركة"، وذلك مع غياب علاقة تفاعلية مع الحكومة (المسؤولية التسهيلية أو التشاركية)، ودون أن تحل مكان الحكومة أو تعمل بموجب قوانينها (المسؤولية بصفتها إقرار أو بصفتها حكم).

3-5-3 استراتيجيات تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية

كان لدى (11) شركة من الشركات المبحوثة إستراتيجية واضحة تحدد مجالات عمل وآليات وبرامج صرف الميزانيات السنوية للمسؤولية الاجتماعية، إضافة إلى أن (9) شركات منها تتخذ القرارات التي تتعلق بالمسؤولية وفق قرارات مجلس الإدارة بداية كل عام. وجمعت الشركات المبحوثة بين وجود استراتيجيات أو أولويات بداية كل عام، واعتمادها على الطلبات المقدمة لها، أو من خلال شراكاتها الدائمة مع الجمعيات ومؤسسات المجتمع المدني. كما تتراوح نسبة الإنفاق على المسؤولية من صافي الأرباح ما بين (2% - 6%). من بين الشركات من حدد نسبة ثابتة مخصصة للمسؤولية الاجتماعية سنوياً، ومنها من تغير إنفاقه في هذا المجال ما بين عام لآخر. ومن الواضح أن الشركات التي وضعت استراتيجيات محددة لصرف مخصصاتها للمسؤولية اعتمدت على فهم متطور أكثر، وكان من ضمن أولويات صرفها برامج دائمة بأهداف واضحة وفئات مستهدفة بشكل مستمر ولم تعتمد على التبرعات المادية والعينية للفئات المحتاجة بناء على طلبات تقدم لها أو في حالات الكوارث والحروب فقط دون برنامج مستدام. إضافة إلى أن بعض الشركات جمعت بين برنامج مستمر

ومستدام تحت عنوان المسؤولية ولم تتخلى عن المساعدات الطارئة والخيرية نظراً للحاجة الاجتماعية لها حسب رؤيتها. كما أن وجود استراتيجيات وتبني مفهوم المسؤولية لا يقلل من أهمية التبرعات الخيرية لكنه يسمح بتوجيه المبالغ المرصودة نحو القطاعات الأكثر حاجة.

3-5-4 نوعية البرامج وإدراج ميزانيات المسؤولية ضمن موازنة الشركات، وعلاقتها بمنظومة الحماية الاجتماعية

بعد مراجعة التقارير الإدارية والمالية للشركات المدرجة في السوق المالي تبين أن (3) من الشركات المدرجة في السوق المالي تدرج المسؤولية الاجتماعية ضمن بنود الإنفاق في قوائمها المالية (باستثناء البنوك والمؤسسات المالية)، و(5) شركات تدمج بين مصاريف الدعاية والإعلان والتبرعات حيث كانت التبرعات محدودة جداً وفاقتهما الدعاية بأضعاف (1,800 دينار للمسؤولية، مقابل 19,000 دينار للدعاية والإعلان في إحدى الشركات على سبيل المثال)، وفي (10) شركات لم تظهر مصاريف المسؤولية في الميزانية إطلاقاً على الرغم من أنها حددت مبالغ صرف في تقاريرها الإدارية.

أما عن نوعية البرامج المنفذة فهي تتنوع ما بين برامج إستراتيجية وذات رؤية تمكينية تنموية (3) شركات)، إضافة إلى برامج إغاثة. هذا إلى جانب أن جزء كبير من برامج الشركات المنفذة في مجال المسؤولية الاجتماعية طغى عليها صفة الاحتفالات الخيرية والتكريمية، والمهرجانات، ودعم المباريات الرياضية والتي كانت موجودة لدى جميع الشركات.

كانت الفئات الفقيرة والمهمشة من الفئات المستهدفة حسب ما أفادت غالبية الشركات، وبالأخص من خلال التبرعات، مآدب الإفطار الرمضانية، وتقديم الطرود الغذائية. وكان تركيز الشركات على الجانب الخيري والإغاثة يتزايد في حالات الحروب والكوارث مثل حروب غزة مما يجعل الفئات الفقيرة فئة مستهدفة بشكل أساسي. كما اعتبر التعليم مجال تركيز أساسي بالنسبة للشركات من خلال توفير عدد من المنح الدراسية كل عام في مختلف مراحل التعليم الجامعي والعالي. يعتمد اختيار المستفيدين على معايير المنح الجامعية والتي يعتبر دخل الأسرة أحد متغيراتها. كما احتل جزء كبير من الميزانيات الموجهة للتعليم جوانب التدريب المهني، والتدريب

على رأس العمل، أو الرحلات التعليمية المدرسية والتي تعتبر الشركات مستفيدة منها بشكل أو بآخر من خلال تعريف الجمهور بها، أو تدريب الطلاب والاستفادة من كفاءاتهم من خلال تشغيلهم لاحقاً.

كما أن الطلبات المقدمة والتي اعتبرتها الشركات إحدى وسائل صرف المسؤولية بعد دراسة استحقاق الجهة المتقدمة بالطلب للدعم، تعمل على تلبية حاجة بعض الأسر للدعم المادي، والعلاج، ومعدات أو كراسي ذوي الاحتياجات الخاصة. إضافة إلى طلبات ترميم مدارس، إقامة عيادات صحية، أو التبرع لها بأجهزة طبية ضرورية في بعض القرى مما يساهم في التخفيف من وطأة الفقر من خلال توفير بعض الاحتياجات الأساسية بشكل مجاني.

3-6 شركات الشركات المبحوثة في مجال المسؤولية الاجتماعية: صندوق للمسؤولية في فلسطين؟

تتبنى الشركات الناشطة البارزة شركات في مجال المسؤولية مع مؤسسات وجمعيات المجتمع المدني، دون وجود شراكة حقيقية ومستدامة سواء مع الحكومة أو بين شركات القطاع الخاص نفسها. وليس لدى الشركات تحفظات على دعم مشاريع أو أية فعاليات تدعم من قبل شركات أخرى مختلفة. كذلك إذا قامت الحكومة بأي مبادرات ودعيت الشركات للتبرع أو المساهمة ضمن مسؤوليتها الاجتماعية عادة لا تتحفظ الشركات على هذا النوع من الشراكة. لكن لا تتواصل الشركات من أجل تنفيذ برامج مشتركة بأهداف محددة بالعادة. وثقت التجربة الفلسطينية عدد من المبادرات التي جاءت استجابة لظروف معينة لكنها نفذت لمرة واحدة وانتهت بانتهاج الحدث الذي جاءت لأجله. نسبة ضئيلة، لا تتجاوز شركتين، من الشركات وافقت على الشراكة مع الحكومة في تنفيذ برامج في مجال المسؤولية، وبررت موافقتها "حتى لا يتهرب أحد الطرفين، القطاع الخاص والحكومة، من المسؤولية، ولخدمة المجتمع بشكل أفضل".

عارضت الغالبية العظمى من الشركات فكرة إقامة صندوق مشترك من أجل تنفيذ برامج مسؤولية واسعة النطاق ومستدامة وتهدف إلى دعم منظومة الحماية الاجتماعية من أجل محاربة الفقر والمشاكل الاجتماعية المرتبطة به. فقد أجمع المبحوثون تقريباً على استبعادهم نجاح فكرة

الصندوق، حيث رأوا أن اختلاف الأهداف والأولويات بين الشركات سيفشل هذه الفكرة فيقول رئيس مجلس إدارة إحدى الشركات: "لا أعتقد أنها تتجح، لأن لكل شركة أو مؤسسة أفكارها وأولوياتها.. لا أحد يقبل أن تضع بين يدي إدارة معينة تصرفها وفق رؤيتها.. الجميع يفضل أن يصرفها بنفسه ويعرف كيف صرفت". وهذا يدل كذلك على نقطة غياب الثقة بالإدارة التي سيتم اختيارها لمثل هذا الصندوق في حال أقيم، وهو ما عبر عنه المبحوثون بشكل واضح خلال المقابلات، فمنهم من رأى أنه من خلال إدارة الحكومة للصندوق "سيتم تجيير جميع الأعمال الخيرية وتمويل نشاطات/برامج للحكومة".

وهذا يؤكد نقطتين، أولاً، عدم وجود علاقة شراكة حقيقية ما بين الحكومة والقطاع الخاص، حيث كان هنالك شكوى مستمرة خلال المقابلات من تخبط قرارات الحكومة، ومشاكل التواصل مع الوزارات المختلفة بما فيها وزارة التنمية الاجتماعية. والنقطة الثانية هي، هيمنة البعد الأدائي للمسؤولية الاجتماعية على عقلية القطاع الخاص الفلسطيني وهو ما تم التعبير عنه دائماً وبشكل صريح في المقابلات، فالشركات ترى المسؤولية الاجتماعية إحدى الوسائل التي تدعم الهدف الأساسي لها وهو تعظيم الربح، من خلال الظهور والإشهار. وفكرة إقامة صندوق تعارض هذا الهدف بشكل مطلق مما يجعلها فكرة مستبعدة ولن يتم اتباعها ودعمها من قبل شركات القطاع الخاص. إضافة إلى تباين إنفاق الشركات على المسؤولية، الأمر الذي رآه المبحوثون غير عادل من ناحية حصول الجميع على قدر متساوي من الإعلان والظهور.

إضافة إلى ما سبق، رأى آخرون أن محاربة الفقر مسؤولية الحكومة كون الشركات تدفع ما عليها من ضرائب، "عندما ندفع ضرائب للحكومة وضرائب ليست بالقليلة، من المفروض أن تقوم الحكومة بجميع هذه الواجبات.. ليس هنالك مسؤولية اجتماعية بعد دفع الضرائب" كما أشار أحد المبحوثين، مستوحياً ربما فكرة فريدمان بأنه ليس على الشركات أية مسؤولية اجتماعية خارج إطار مكافئة عمالها ومساهمتها. كما أشارت مؤسسات الإقراض الصغير إلى أن هنالك سياسات عديدة يمكن للحكومات اتخاذها في مجال جسر فجوة اللامساواة بين الأغنياء والفقراء. وعن مسؤوليتها الاجتماعية أشارت هذه المؤسسات إلى أنها لم تخصص برنامج مسؤولية اجتماعية منفصل لهذا الغرض، لكن مجمل نشاطاتها تصب في مصلحة الفقراء حسب إشاراتهم

والأمثلة المذكورة من قبلهم. كذلك عبرت مؤسسات الإقراض الصغير عن ضرورة إتباع نهج حكومي يدعم الفئات الفقيرة والمهمشة وينحاز لها. على سبيل المثال تقضي تعليمات سلطة النقد بتحويل الجمعيات التي تقدم خدمات إقراض صغير إلى شركات مما اضطرها إلى إتباع منهج تعظيم الربح وما تطلبه من سياسات إقراض وسداد متشددة، ما يقلل من قدرة مؤسسات الإقراض لعب دورها المفترض بدعم التنمية الاجتماعية وتعزيز منظومة الحماية الاجتماعية. كذلك تشجيع هذه المؤسسات للعمل مع الفقراء سيكون له أثر في مساعدة عدد من الأسر على تحسين مستوى معيشتها، بالأخص من خلال تقديم برامج منح وقروض شبيهة بمنهج المساعدات التمكينية المنفذ من قبل وزارة التنمية الاجتماعية مما سيساعدها على أداء دورها.

أضاف آخرون أن برامج المسؤولية لا يمكنها أن توفر الحماية الاجتماعية، أو تحل المشاكل الاقتصادية والاجتماعية وعلى رأسها الفقر والبطالة، في ظل وجود مشكلات وثرعات بنيوية بحاجة لتدخلات حكومية جادة وهذا ما أكدته إحدى الشركات المبحوثة في أن "الفقر لا يحارب ببرامج مسؤولية اجتماعية، إنما من خلال وضع وتطبيق استراتيجيات وطنية مدروسة تعمل على خلق دخل مستدام للأسر الفقيرة وتحسين مستواها المعيشي وليس تبرعات أنية ينتهي أثرها. من المهم خلق فرص عمل لهذه الفئة من المجتمع وإدماجها في العملية الاقتصادية عن طريق المشاريع الصغيرة ومتناهية الصغر والتي ستدر دخل ثابت عليها". هذا يعيدنا ثانياً إلى ضرورة إتباع نهج اقتصادي اجتماعي متكامل يدعم الفئات الفقيرة والمهمشة، سواء في سياسات الحكومة نفسها، أو في ممارسات الشركات مع المجتمع المحيط ومختلف الأطراف ذوي العلاقة.

3-7 جعل المسؤولية الاجتماعية للشركات إلزامية بالقانون

ترى غالبية الشركات أن إلزامها بتخصيص نسبة محددة من صافي أرباحها السنوية تصرف للمسؤولية، لن يكون له تأثير كبير على قراراتها تجاه المسؤولية فالنسبة المقترحة حسب القانون ما بين (1% - 2%) تقل بكثير عن النسب التي تخصصها غالبية الشركات. وبحسب إجابات المبحوثين، هذا القرار لن يجعل الشركات تقلل إنفاقها، مع نفورهم المستمر من فكرة الإلزام نفسها.

من ناحية أخرى تحبذ بعض الشركات فكرة الإلزام بداعي أن المسؤولية تروج المواطنة الصالحة للشركات، دون أن يتم الاقتطاع لصالح صندوق تختلف توجهاته عن توجهات الشركات وأولوياتها، فيقول أحد المبحوثين: "المسؤولية الاجتماعية ليست فقط من وازع أخلاقي تجاه الفئات المستهدفة في برامج أي مؤسسة وإنما أيضاً وسيلة لترويج المواطنة الصالحة للشركات، ويجب أن تكون مقرة بالقانون إلا أنه لا يجوز الاقتطاع لصالح صندوق عام تختلف توجهاته عن توجهات الشركة نفسها. وإنما يتم وضع محددات من قبل الحكومات كي تكون هذه البرامج مسؤولة مع عدم تحديد قطاعات على حساب قطاعات أخرى وأن يترك للشركة مجال انتقاء قطاعاتها وفقاً لتوجهاتها". ويبقى هذا الرأي محصوراً في بضع شركات، أما الغالبية العظمى فضلت قيادة القطاع الخاص لموضوع المسؤولية، وفضلت الشراكة مع المجتمع المدني على الشراكة مع الحكومة.

أجاب جميع المبحوثون من خلال الاستثمارات أنهم موافقون على إجراء تعديل في قانون العمل يلزم الشركات بتوظيف نسبة من أبناء العائلات المدرجة على قوائم وزارة التنمية الاجتماعية بعد التأكد من كفاءات المتقدمين. وهو ما لم يكن متوقعاً، فقد جاء على عكس نتائج المقابلات، حيث أجاب مدراء الشركات التي تمت مقابلتها بأن التوظيف يتم على قدم المساواة دون الأخذ بعين الاعتبار الخلفية الاقتصادية والاجتماعية للمتقدمين للوظيفة. لكن اتخاذ إجراء من هذا النوع قد يسبب تحيز وعدم تكافؤ في الفرص، إضافة إلى أنه قد يسمح بوصول الشركة إلى معلومات لا يرغب المتقدم للوظيفة بإعلانها. كما أجابت جميع الشركات المبحوثة بموافقتها على جدوى قيام الحكومة بتوفير حوافز وإعفاءات ضريبية للشركات التي تساهم بشكل أكبر في تشغيل الفئات الفقيرة. النسبة الأكبر رأت أن الإعفاءات الضريبية هي حافز أساسي، ونسبة كبيرة أيضاً أضافت تشجع الاستثمار المحلي، وبدرجة أقل أضيف لهذه الحوافز أهمية توجيه الشركات نحو أولويات وطنية للعمل عليها ضمن المسؤولية، وتلاها دعم المنتج المحلي وتقييد الاستيراد من الخارج.

الفصل الرابع

نحو مفهوم فلسطيني للمسؤولية الاجتماعية وعلاقة تشاركيه مع الحكومة

يجب التذكير أولاً أن بعدي المسؤولية، الأدائي والسياسي، لهما مكانهما في السياق الفلسطيني، حيث أن الأخير هو النهج المتبع فعلياً من قبل قطاع الشركات المعنية بالمسؤولية، بينما الآخر يرتبط بالمسؤوليات الاجتماعية تجاه الموظفين والمستهلكين والبيئة الملزمة على جميع الشركات (وعلى الحكومة). عند محاولة صياغة رؤية موحدة للمسؤولية الفلسطينية، وعلاقتها بالحكومة، لا بد من مراعاة التوازن بين عدة اعتبارات:

- التجارب الدولية المختلفة، أو ماذا نجح وماذا فشل من أشكال أو سياسات أو تشريعات؛
- رؤية قطاع الأعمال للمسألة وتجاربيها الفعلية، أي ما يمكن التوافق عليه وما يعتبر موضوع خلافي أو مثير للجدل؛
- طبيعة نظام الحكم الفلسطيني وواجبات الحكومة المترتبة على دورها كمزود للخدمات والرعاية الاجتماعية، خاصة للفقراء، أي ما هي هوية الدولة الاجتماعية التي نسعى لبنائها؛
- الواقع الاجتماعي الفلسطيني المتردي بفضل الاحتلال وفقدان السيادة وتبني نموذج السوق الحر الذي يحد من الحيز المتاح للقطاع العام، أي ما يجب تعبئته من موارد وتنسيق في الجهود المشتركة لضمان تنمية اجتماعية لجميع الفئات دون تمييز.

4-1 علاقة برامج المسؤولية للقطاع الخاص الفلسطيني مع برامج الجهات الحكومية المختلفة

يتضح من خلال ما سبق أنه ليس هنالك شركة من الشركات المدرجة في السوق المالي لا تطبق برنامجاً للمسؤولية، إلا أنه وإلى اليوم لا يزال هنالك تباين شديد في استراتيجيات تطبيق المفهوم. لا اختلاف جوهري في تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات كواجب وطني، والتزام أخلاقي على كل فرد وشركة تعمل في المجتمع وتستفيد منه. إلا أن آليات تطبيق المفهوم

تختلف فبعض الشركات جعلت فهمها للمسؤولية الاجتماعية يقتصر على التبرعات الخيرية والإحسان الموسمي العشوائي المرتبط بالمواسم الدينية، أو الظروف الإنسانية. ومن بين الشركات من طور هذا المفهوم وأخذ البعد التنموي والتمكيني وسعى نحو الاستدامة والأثر المستمر إلى جانب التبرعات العشوائية والموسمية. إضافة إلى أن قلة من الشركات رأت أن مراعاة مصلحة جميع الأطراف ذوي العلاقة تقع ضمن مفهوم المسؤولية الاجتماعية. هذا التقريب بين التبرعات الخيرية وتبني استراتيجيات للمسؤولية الاجتماعية ليس تقليلاً من أهمية التبرعات الخيرية والإنسانية. تأتي أهمية تبني استراتيجيات ومجالات تدخل محددة من إمكانية الربط بين هذه البرامج المحددة والفجوات في الخدمات الحكومية. كما يسهل رصد القطاعات الأكثر استفادة من هذه البرامج والقطاعات الأقل حظاً مما يساهم في توجيه الشركات نحو القطاعات التي تحتاج إلى تدخل أكبر.

لكن التساؤل في سياق المحاولة للخروج بمبادئ فلسطينية عامة تشمل جميع أبعاد وأشكال المسؤولية، هو هل تكفي التبرعات والمشاريع التمكينية لاعتبار الشركة مسؤولة اجتماعياً؟ أم لا بد من السعي لتحقيق نهج متكامل تكون فيه الشركات صديقة للبيئة، تراعي مصلحة الموظف والمستهلك، والمجتمع المحلي من أجل اعتبارها مسؤولة اجتماعياً؟ وما يتطلبه هذا النهج من علاقة تشاركية ما بين القطاع الخاص والحكومة، من خلال سعي كل منهما لتحقيق الأهداف التنموية الوطنية وعلى رأسها أهداف لها علاقة بالحماية الاجتماعية والحد من الفقر والجوع، وتوفير فرص العمل اللائق والفرص المتساوية؟ لو افترضنا أن المسؤولية كإنفاق بغض النظر عن شكله كافية لاعتبار الشركة مسؤولة اجتماعياً، هذا يعني أن الشركات التي تتمتع بالميزانيات الأكبر وتتبرع بقدر أكبر ستكون مسؤولة اجتماعياً بغض النظر عن ممارساتها الأخرى تجاه البيئة، والموظفين، والمستهلكين، وهو ما يتعارض مع التعريفات العالمية المتبعة اليوم للمسؤولية. ولو عدنا لتجربة الصين فانتهاكات الشركات للبيئة، وحقوق الموظفين وسلامة المنتجات هو ما حفز الحكومة الصينية على إتباع سياسة المسؤولية ومحاولة فرضها وتكريس أهميتها من خلال ما تقدمه من منافع للشركات التي تلتزم بها. أي أن الاهتمام بجانب واحد للمسؤولية وهو جانب الإنفاق، أو ببعد واحد مثل السياسي دون الأدائي، سيكون له آثار خطيرة على المجتمع لأنه

سيحمي الشركات ويغطي على ممارساتها الأخرى من خلال تحسين صورتها في المجتمع، وذلك على حساب الشركات المتوسطة والصغيرة التي قد تمارس سياسات أفضل وتتبرع أقل.

من ناحية أخرى، أوضح مسؤول السياسات التجارية في مركز التجارة الفلسطيني (بالتريد)، باعتبارها إحدى المؤسسات العاملة مع القطاع الخاص، أن الشركات تسعى ولديها مبادرات عديدة في مجال المسؤولية، كما أنها تستجيب لحاجات المجتمع بالأخص ما يتعلق منها بمساعدة العائلات الفقيرة، وبناء مستشفيات، مدارس وما شابه. لكن الخلل الحقيقي حسب رأيه يكمن في كون جميع هذه المبادرات عشوائية، وهذا أساسه غياب دراسات وأجندات محددة يعلم بها القطاع الخاص. هذا ما أشار له أحد المبحوثين، حيث أكد وجود ميزانيات للمسؤولية لم تصرف خلال العام لغياب أجندة واضحة لحاجات المجتمع وأكثر القطاعات والأولويات التي بحاجة لدعم.

وقد بينت المقابلات، أن الشركات سترحب بتحديد مجالات تدخل وأولويات عملها، تعمل بها كمساند للحكومة في دعم التنمية الاجتماعية، وليس كبديل عنها لأن الحكومة يجب أن تكون قائدة قطاع الحماية الاجتماعية حتى تتبعها في هذا النهج الشركات وباقي المؤسسات. لكن إن أغفلت الحكومة هذا القطاع وتناسته في سياساتها ولم تكن موجه وبوصلة للشركات لن يقوم القطاع الخاص بهذا التوجه بالصورة الكافية والمرضية وسيقتصر عمله في هذا المجال على الاستجابة لطلبات عشوائية هنا وهناك بناء على أهميتها. فالشركات في النهاية يحركها الربح ولن تتفق في مجالات لا تعود عليها بمرود.

تلعب مختلف الوزارات إلى جانب وزارة التنمية الاجتماعية هذا الدور، فوزارة الاقتصاد الوطني يمكنها إقرار مشاريع يستثمر فيها القطاع الخاص ويتقاسم ملكيتها مع الفئات الفقيرة مقابل عملهم. "من الممكن إيجاد مشاريع مشتركة يستفيد منها الفقراء والعاملين وعائلاتهم من خلال نسبة من الأسهم وهو موضوع قيد النقاش" (المصري، طارق. وزارة الاقتصاد الوطني. مقابلة شخصية). تتعدى مساهمة الحكومة في قضايا الفئات الفقيرة والمهمشة تنفيذ هذه المشاريع، حيث تقوم الحكومة بتوفير الخدمات لهذه الفئات المتواجدة في الغالب في الأماكن النائية قرب الجدار أو في مناطق بعيدة عن مراكز المحافظات والمدن حيث توجد مديريات الوزارات. ويجب

التأكيد على إمكانية إيجاد حوافز للإنفاق في هذا المجال تضمن إظهار وإشهار سمعة الشركة بين الناس، وإتباع سياسة الحوافز الضريبية والمعاملات التفضيلية في العطاءات والمعاملات الحكومية للشركات الملتزمة بالمسؤولية.

على ضوء ذلك، يبدو من التجربة الفلسطينية أن الشكلين الأول والخامس المذكورين في الفصل الأول (أي المسؤولية بصفقتها حوكمة ذاتية أو بصفقتها حكم بديل) غير كافية أو غير مقبولة على التوالي، ك نماذج تستجيب للواقع السياسي والاقتصادي الفلسطيني. بينما المسؤولية بصفقتها إقرار من الحكومة ما زالت قيد الدراسة (في إطار مسودة قانون الشركات)، حتى ولو طبقت فإنها ستسري على قطاع محدود من الشركات وبنسبة متواضعة من الموارد التي تخصصها هذه الشركات فعلاً للمسؤولية. بالتالي يظهر الشكلين الآخرين للمسؤولية، بصفقتها تسهيلات حكومية أو بصفقتها شراكة مع الحكومة، كأتمثل الصيغ للمزيد من المأسسة وتوجيه المسؤولية للاحتياجات الاجتماعية الأبرز والأكثر إلحاحاً، دون الانتقاص من مصالح الشركات التسويقية أو حريتها في التصرف بتبرعاتها بحسب ما تراه مناسباً. مثل هذا التوجه لا يتناقض مع إمكانية اعتبار جزء من الموارد المتاحة للمسؤولية خاضعة للإقرار بالقانون (أي، نسبة الـ 1% من الأرباح)، على افتراض أن بقية الموارد المتاحة (بين 2%-6%) ستبقى خاضعة للقرار الطوعي للشركة وتوجهاتها الخاصة.

4-2 مبادئ ومعايير تشكل مفهوم المسؤولية في السياق الفلسطيني

من خلال ما سبق تظهر معايير أساسية لا بد من أن يتضمنها فهم المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص الفلسطيني. بداية مفهوم المسؤولية تطور تاريخياً من خلال الحركات الاجتماعية المختلفة المطالبة بوضع حد للخروقات التي تمارسها الشركات تجاه العمال، والبيئة، والمستهلكين لكنه بقي طوعي والتزام أخلاقي. بات اليوم المفهوم الإداري للمسؤولية جزءاً من المنظومة القانونية الفلسطينية الخاصة بالعمل والحقوق الاجتماعية للموظفين، حيث أثبتت التجارب أن الالتزام في المسؤولية الأدائية اليوم يحقق وضع مالي أفضل للشركات من خلال دوره في تقليل المخاطرة، وتحسين صورتها بين الناس وبالتالي الإقبال على منتجاتها وزيادة عوائدها. أي أن أية صيغة

لمفهوم في السياق الفلسطيني لا بد أن يشمل البعدين السياسي والأدائي بما يضمن مصلحة المجتمع والشركات.

تعتبر التعريفات الدولية اليوم عن مضمون المسؤولية جيداً. لكن الوضع الفلسطيني بخصوصيته المتمثلة بكون اقتصاده لا يزال بحاجة ماسة للدعم في ظل ما يواجهه من حصار وتشوهات نتيجة الاحتلال الإسرائيلي، وبوجود فئات واسعة لا تزال تعيش بمستويات معيشية متدنية وتحت خط الفقر في ظل قلة الميزانيات المتوفرة لقطاع الحماية الاجتماعية، يخلق مسؤولية أكبر على القطاع الخاص تجاه التنمية الاجتماعية الوطنية، كما يضع على الحكومة مسؤولية توجيه وتحفيز القطاع الخاص لصرف مخصصات المسؤولية الاجتماعية. كأن تحدد الحكومة المجالات الأهم التي تحتاج دعم القطاع الخاص من أجل تحسين حياة المواطنين، ربما باستهداف تلك الفجوات في شبكة الأمان الاجتماعية التي لا تستطيع منظومة الحماية الرسمية الوصول إليها، والتركيز على مفهوم التمكين الاجتماعي وليس المساعدات النقدية أو العينية، ومن ناحية أخرى أن تلتزم الحكومة بنهج يدعم الشركات المحلية ويحسن مستويات معيشة المواطنين عامة.

إضافة إلى ضرورة تسليط الضوء على قضية المسؤولية وزيادة وعي الناس والشارع بها سواء من خلال الإعلام، أو تضمينها ضمن المناهج التعليمية. كذلك على الحكومة اتخاذ دورها في تحفيز القطاع الخاص كما أشرنا، من خلال الإعفاءات الضريبية، وتشجيع الاستثمار، دعم المنتج المحلي، وإعطاء أولوية في العطاءات للشركات الفاعلة في هذا المجال مع أهمية الإشهار والترويج. لا يمكن دعم الواقع الاقتصادي والاجتماعي إذا ما اقتصر فهنا للمسؤولية على كونها تبرعات سواء كانت عشوائية وموسمية أم مساعدات ضمن برنامج تنموي ومستدام. لكن يجب أن تكون مراعاة مصلحة الأطراف ذوي العلاقة جزء أساسي من تعريف وفهم الشركات لمسؤوليتها.

4-3 أجنده عمل لتعزيز العلاقة بين برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات وبرامج الحماية للفتات الأكثر فقراً

1. أثبتت التجربة الفلسطينية المشار لها أعلاه فشل فكرة إقامة صندوق مشترك للمسؤولية الاجتماعية لغياب أهم مقوم لتحفيز الشركات على أداء هذا الدور الاجتماعي وهو إظهار وتحسين سمعة الشركة، بالإضافة إلى غياب قيادة حكومية لتحديد مجالات المساهمة الملحة. لكن إذا تقرر اعتماد البند الخاص في مسودة قانون الشركات بتخصيص نسبة 1% من أرباح الشركات المساهمة العامة، يمكن التفكير بإحياء فكرة الصندوق الذي يمكن أن تمول من تلك الاقتطاعات السنوية وتشرف على إدارتها وقراراتها تلك الشركات المساهمة العامة المعنية بالشراكة مع ممثلين عن الحكومة. يمكن أن يتيح هذا المجال للتوافق على أمثل تخصيص للموارد المشتركة، دون إغفال مشاركات جميع الشركات بغض النظر عن قيمة مساهماتها، بينما يترك المجال مفتوحاً أمام هذه الشركات وغيرها بصرف طوعي لما يزيد على الـ 1% فيما تريده وتقرره من مشاريع. على مثل هذا الصندوق المقتصر على فئة محددة من الشركات أن يكون محفزاً لشركات أصغر (غير المساهمة العامة) يرشدها في برامجها ويضمنها من ناحية وجود سياسات حكومية علنية وآليات تعاونية شفافة مع القطاع الخاص تسهم بنشر ثقافة المسؤولية على نطاق أوسع.
2. أما إذا تعذر اعتماد البند الخاص في مسودة قانون الشركات، يمكن اقتراح أن تقوم الحكومة برفع ضريبة الدخل على الشركات بنسبة 1% على أن يخصص ربعها لبرامج تمكينية لوزارة التنمية الاجتماعية، ما يمكن أن يوفر من عبء إدارة وتكاليف صندوق متخصص.
3. بينما فضلت الشركات تحديد مجالات يمكن للقطاع الخاص العمل بها بشكل مستقل بتوجيه من الحكومة، لكن ليس تحت مسمى شراكة تجمع الحكومة والقطاع الخاص، تستخدم القطاع الخاص كمصدر تمويلي فقط. لذا الحكومة مطالبة بوضع برنامجها وأولوياتها السنوية في التنمية الاجتماعية التي ترغب بتحفيز مساهمات المسؤولية الطوعية نحوها أمام القطاع الخاص. بهذا يكون جزء من الشراكة ملزماً (نسبة الـ 1% أعلاه) بينما يبقى الجزء الأكبر طوعياً.
4. يجب أن تبقى المسؤولية الاجتماعية للشركات جزءاً من نهج متكامل لسلوك الشركة تجاه المجتمع، والبيئة والمستهلكين ومختلف أصحاب العلاقة، ولا يجب أن يقتصر الدور

- الاجتماعي للشركات على الإنفاق على المساعدات. لذلك يوصى بأن تعمل الحكومة (خاصة وزارات التنمية الاجتماعية والاقتصاد الوطني والعمل) بالتشاور مع المؤسسات التمثيلية للقطاع الخاص على صياغة رؤيتها الشاملة حول مبادئ وأشكال المسؤولية الفلسطينية لتعتمد كنوع من "عقد طوعي للسلوك في المسؤولية الأدائية والسياسية"، استناداً إلى التجارب العالمية المثلى والغايات والحقوق الدستورية الفلسطينية.
5. يجب أن تصاغ مقترحات محددة للتدخل الحكومي لتحفيز المسؤولية، يكون بنهج اقتصادي متكامل يشمل مصلحة الفقراء والمهمشين، مما يحفز الشركات على اتباع منهج مراعاة مصلحة أصحاب العلاقة المختلفين. بالأخص أن المقابلات أثبتت أن الإلزام الشامل (المسؤولية بصفتها إقرار) ليس الطريقة الأنسب، وربما يؤدي إلى محاولات تهرب. بينما تبين أن إعطاء محفزات كافية سيكون له أثر أكبر في تغيير سلوك الشركات وتوجهاتها.
6. أن الترويج لمفهوم المسؤولية الاجتماعية في المجتمع، من خلال الإعلام والمناهج الدراسية سواء المدرسية أو الجامعية، سيساهم في الترويج للشركات التي تتبناه وتلتزم به.
7. إلى جانب تشجيع وترويج نهج متكامل في ممارسات الشركات للمسؤولية، يفضل أن ترتبط مساهمات الشركات في تنفيذ المشاريع المطلوبة فيما يتعلق بالحماية الاجتماعية مع البوابة الموحدة للمساعدات التي تديرها وزارة التنمية الاجتماعية بالتعاون مع هيئات دولية ووطنية أخرى ناشطة في مكافحة الفقر. يمكن لاستخدام البوابة الموحدة للمساعدات إطلاع الشركات على المجالات الأهم للاستثمار فيها، على أن تختار الشركات القطاعات التي تراها ذات أولوية، شريطة أن تستخدم بطريقة تحفظ خصوصية العائلات الفقيرة والأسماء المدرجة من ناحية، ومن ناحية أخرى تساهم في إشهار والترويج للشركات المساهمة.
8. يمكن تشجيع هذا النهج من خلال المجلس التنسيقي للقطاع الخاص، حيث أنه على اتصال مع شريحة واسعة من الشركات، ويمكنه التأثير على هذه الشركات وربما تقديم حوافز معينة تخدم هذه الرؤية. لا بد من العمل على تحسين علاقة الحكومة مع القطاع الخاص والتواصل والشراكة فيما بينهما من أجل تعاون أفضل في مجال المسؤولية الاجتماعية.
9. سيكون من المفيد إذا تمكن الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني من تجنيد الموارد اللازمة لتكرار مسح المسؤولية الذي أنجزه عام 2009 لما سيوفره من أرضية محدثة للتعامل مع عملية مأسسة وتأطير وتطوير المسؤولية الاجتماعية للشركات الفلسطينية.

المراجع

- Carrol, B. Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *BUSINESS & SOCIETY*, Vol. 38 No. 3, September 1999 268-295. <http://journals.sagepub.com/sci-hub/bz/doi/pdf/10.1177/000765039903800303>
- Carrol, B. History of Corporate Social Responsibility: Concepts and Practices. https://www.researchgate.net/publication/282746355_A_History_of_Corporate_Social_Responsibility_Concepts_and_Practices
- Friedman M. (2007) The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. In: Zimmerli W.C., Holzinger M., Richter K. (eds) *Corporate Ethics and Corporate Governance*. Springer, Berlin, Heidelberg
<https://erl.ucc.edu.gh/jspui/bitstream/123456789/2989/1/%5BWalther_Ch_Zimmerli%2C_Klaus_Richter%2C_Markus_Holz%28BookZZ.org%29.pdf#page=171>
- Gond, J.P, Jeremy Moon and Nahee Kang. (2011) The Government of Self-regulation: on the Comparative Dynamics of Corporate Social Responsibility (paper under review Version 24.1.2011).
- Matten D., Moon J. (2007) Pan-European Approach. A Conceptual Framework for Understanding CSR. In: Zimmerli W.C., Holzinger M., Richter K. (eds) *Corporate Ethics and Corporate Governance*. Springer, Berlin, Heidelberg.
- Trebeck K. (2009) Corporate Social Responsibility and Social Sustainability: Is there any Connection? In: Zimmerli W.C., Holzinger M., Richter K. (eds) *Corporate Ethics and Corporate Governance*. Springer, Berlin, Heidelberg
- Ablander M. (2011). Corporate Social Responsibility as Subsidiary Co-Responsibility: A Macroeconomic Perspective. *Journal of Business Ethics*, vol. 99, No.1, pp 115-128.
- Albareda, Laura; Lozano, Josep M.; Ysa, Tamyko. (2007). Public Policies on Corporate Social Responsibility: The Role of Governments in Europe. *Journal of Business Ethics*, vol.74: 391-407.
- Taneja S, Taneja P, Gupta R. (2011). Research in Corporate Social Responsibility: A Review of Shifting Focus, Paradigms, and Methodologies. *Journal of Business Ethics*, Vol. 101, No. 3, pp. 343-364.
- Tang, Yanhong, Ma, Yangling, Wong, Christina, and Miao, Xin. (2018). Evolution of Government Policies on Guiding Corporate Social Responsibility in China. *Sustainability*, MDPI.

- 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, p1.
- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). (1999). Meeting Changing Expectations: Corporate Social Responsibility, p 3.
- RespACT Austria. (2006). UN Global Compact, the History of the Global Compact.
https://www.respect.at/dl/KMtuJKJKInlJqx4kJK/respect_globalcompact_austria-en.pdf

- (26. March.2018) www.unglobalcompact.org تم زيارة الموقع في
- الخالدي، رجا. (2018). تحليل اقتصاد سياسي للقطاع الخاص الفلسطيني. رام الله: معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية (ماس).
- عيران، رقية. (2013). المسؤولية الاجتماعية للشركات بين الواجب الوطني الاجتماعي والمبادرات الطوعية. رام الله- فلسطين: سوق فلسطين للأوراق المالية.
- هيئة سوق رأس المال الفلسطينية. (2013). قرار مجلس إدارة هيئة سوق رأس المال بشأن الإفصاح رقم () لعام 2013 بتعليمات معدلة لتعليمات رقم (2) لسنة 2008 بشأن الإفصاح. <https://bit.ly/2DUHlxH>
- كفافاتوركا، إليزا، غزاونة، حنين، وأندرياني، لوكا. (2009). دراسات حول رأس المال الاجتماعي في الأراضي الفلسطينية. رام الله- فلسطين: معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية- ماس.
- نصر، محمد وآخرون. (2017). المراجعة الاستراتيجية للأمن الغذائي والتغذوي في فلسطين. رام الله: معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية- ماس.
- جميل، مسيف. (2015). خيارات أنظمة الضمان الاجتماعي والحماية الاجتماعية في فلسطين مراجعة عامة. رام الله- فلسطين: معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية- ماس.
- برغال، وسيم، سعيد، نادر، وأبو حميد، رشاد. (2018). المسؤولية الاجتماعية كرافعة لتطوير الخدمات الاجتماعية. وزارة التنمية الاجتماعية. رام الله- فلسطين.
- الفلاح، بلال. (2014). تقييم الامتثال لنظام الحد الأدنى للأجور في المحافظات الشمالية (الضفة الغربية). رام الله: معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية- ماس.
- الفلاح، بلال. (2009). مدخل إلى صناديق المسؤولية العامة للشركات: بحث في تبرعات الشركات. نسخة الكترونية.

الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. (2017). معالم الفقر في فلسطين 2017. رام الله- فلسطين. http://www.pcbs.gov.ps/Document/pdf/txta_poverty2017.pdf?date=16_4_2018

_____ (2011). مسح المسؤولية الاجتماعية للشركات. رام الله- فلسطين

وزارة التنمية الاجتماعية. (2017). استراتيجية قطاع التنمية الاجتماعية 2017-2022. رام الله- فلسطين.

الإدارة العامة للحماية الاجتماعية. نشرة تعريفية ببرامج الحماية الاجتماعية. وزارة التنمية الاجتماعية- رام الله فلسطين.

<http://www.mosa.gov.ps/upimages/big/file/141206853718281.pdf>
f (نسخة إلكترونية).

برنامج التمكين الاقتصادي للشعب الفلسطيني. (2017). برنامج التمكين الاقتصادي للشعب الفلسطيني (DEEP) الإنجازات والآفاق. الاجتماع الثاني عشر لمجلس أمناء البرنامج 23 تشرين الأول، 2017 (عرض بور بويونت).

تقارير:

بنك فلسطين. (2016). المسؤولية الاجتماعية 2016 مسؤوليتنا خدمة بلدنا. https://www.bankofpalestine.com/files/csr/csr_2016_ar.pdf

جمعية البنوك. 2016. الدور المجتمعي للبنوك 2016. رام الله - <http://www.abp.ps/files/server/2016%20CSR%20.pdf>

المواقع الإلكترونية:

البنك العربي، <http://www.arabbank.ps/ar/news.aspx?pn=3> (2018/7/17)

البنك الإسلامي العربي، <http://www.aibnk.com>

البنك العقاري المصري، <http://www.ealb.ps/ar/categories/social-responsibility> (2018/7/18)

وزارة التنمية الاجتماعية. (2013). البرنامج الوطني للحماية الاجتماعية. <https://www.mosa.gov.ps/showTopic.php?id=49> (تمت زيارته في 2018/7/18).

المقابلات:

- وزارة التنمية الاجتماعية، مقابلة شخصية، 2018/3/28.
- وزارة الاقتصاد الوطني، مقابلة شخصية، 2018/4/1.
- بنك فلسطين، مقابلة شخصية، 2018/4/30.
- السلطانية للإقراض والتنمية-فاتن، مقابلة شخصية، 2018/5/10.
- الشركة العربية للاستثمار - أبيك، مقابلة شخصية، 2018/5/13.
- الشركة الوطنية للتأمين، مقابلة شخصية، 2018/5/14.
- القدس للمستحضرات الطبية، مقابلة شخصية، 2018/5/14.
- جمعية سيدات الأعمال (أصالة)، مقابلة شخصية، 2018/5/17.
- مستشفى نابلس التخصصي، مقابلة شخصية، 2018/5/21.
- الشركة الوطنية لصناعة الكرتون، مقابلة شخصية، 2018/5/21.
- مجموعة الاتصالات الفلسطينية- بالتل، مقابلة شخصية، 2018/5/23.
- شركة ترست للتأمين، مقابلة شخصية، 2018/6/4.
- فلسطين للتنمية والاستثمار - باديكو، مقابلة شخصية، 2018/5/24.
- مركز التجارة الفلسطيني-بالتريد، مقابلة شخصية، 2018/5/24.

ملحق: استمارة البحث الميداني

اسم الشركة:

عدد الموظفين:

1. تعريف المسؤولية الاجتماعية الذي تتبناه الشركة، يتضمن:
 1. تبرعات يجب على القطاع الخاص التبرع بها بوازع أخلاقي
 2. مشاريع تنمية تخدم فئات المجتمع الأقل حظاً
 3. واجب على الشركات ويمكن أن تفرض بالقانون على أن تطبق من قبل الشركات نفسها
 4. أخرى / حدد.....
 2. متى بدأت بتطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية؟ حدد.....
 3. هل لديكم استراتيجية محددة لتطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية؟
 1. نعم، مدتها.....
 2. لا
 4. هل تتشابه سياستكم تجاه المسؤولية الاجتماعية مع سياسة الشركة الأم؟
 1. نعم
 2. لا
 5. هل هنالك مخصصات سنوية ثابتة للمسؤولية الاجتماعية سواء كنسبة من صافي الأرباح أو كمبلغ ثابت؟
 1. نعم
 2. لا
- إن كان جوابكم نعم، كم هي النسبة أو المبلغ المرصود،

6. هل ترون أن النسبة التي تخصص من قبلكم للمسؤولية الاجتماعية كافية لتعكس البعد الاجتماعي للشركة

1. نعم

2. لا

7. ما هي مجالات إنفاق برامج المسؤولية الاجتماعية؟

1. تبرعات للفقراء ومساعدات اجتماعية أخرى

2. منح تعليمية

3. الشباب

4. الرياضة

5. البيئة وممارسات صديقة

6. تدريب وتعليم مهني

7. تمكين المرأة

8. أخرى /حدد.....

*يمكن اختيار أكثر من مجال إنفاق يخص مؤسستكم

8. كيف تقرررون أي المجالات أحق بالدعم؟

1. حسب الطلبات المقدمة

2. استراتيجية واضحة محددة مسبقاً

3. أولويات تحددتها الشركة لأهميتها حسب.....

4. أخرى، حدد.....

9. هل يتضمن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركة جميع الجوانب مثل حقوق العمال،

المستهلكين، البيئة، ومصصلحة أصحاب الشركة؟

1. نعم

2. لا

3. بعضها/حدد.....

10. هل أنتم من ضمن الشركات الموقعة على الميثاق العالمي للأمم المتحدة " UN Global

"Compact

1. نعم / حدد متى تم الانضمام له
2. لا

11. هل أنتم جزء من أي اتفاق عالمي آخر له علاقة بممارسات الشركة وحقوق مختلف

الأطراف ذوي العلاقة بما يخص المسؤولية الاجتماعية؟

1. نعم / حدد
2. لا

12. ما هي وجهة نظركم حول تخصيص صندوق عام تشارك فيه الشركات بمخصصات

المسؤولية الاجتماعية للقيام بمشاريع تنموية تستهدف التنمية الاجتماعية على المستوى الوطني بإدارة من القطاع الخاص وضمن الأولويات الاجتماعية الحكومية:

1. أوافق/لماذا.....
2. لا أوافق / لماذا

13. ما هي وجهة نظركم حول الشراكة مع الحكومة من أجل توجيه برامج المسؤولية

الاجتماعية باتجاه دعم منظومه الحماية الاجتماعية والتخفيف من الفقر:

1. أوافق / لماذا:
2. لا أوافق/لماذا:

14. ما أهم الحوافز التي يمكن تقديمها من قبل الحكومة للقطاع الخاص من وجهة نظركم

لتشجيعه على التوجه بهذا الاتجاه

1. إعفاءات ضريبية مختلفة
2. تسهيل الاستثمار
3. وضع أولويات وطنية ليسير ضمنها القطاع الخاص في الإنفاق على أنشطة المسؤولية الاجتماعية
4. حوافز أخرى/ حدد.....

15. هل تحبذون فرض اقتطاع نسبة من الأرباح الصافية على سبيل المثال 1% من الشركات لصالح المسؤولية الاجتماعية تقرر بالقانون وتكون ملزمة:

1. أوافق /لماذا.....
2. لا أوافق /لماذا.....

16. هل تشجعون فكرة تعديل أو إضافة بعض المواد في القوانين لصالح الفئات الفقيرة والمهمشة بحيث تزيد من نسب التوظيف لهذه الفئات؟

1. أوافق
2. لا أوافق

17. هل تشجعون فكرة توفير امتيازات وحوافز للشركات التي تساهم في تشغيل الفئات الفقيرة والمهمشة بحيث تزيد نسب التوظيف لهذه الفئات؟

1. أوافق
2. لا أوافق