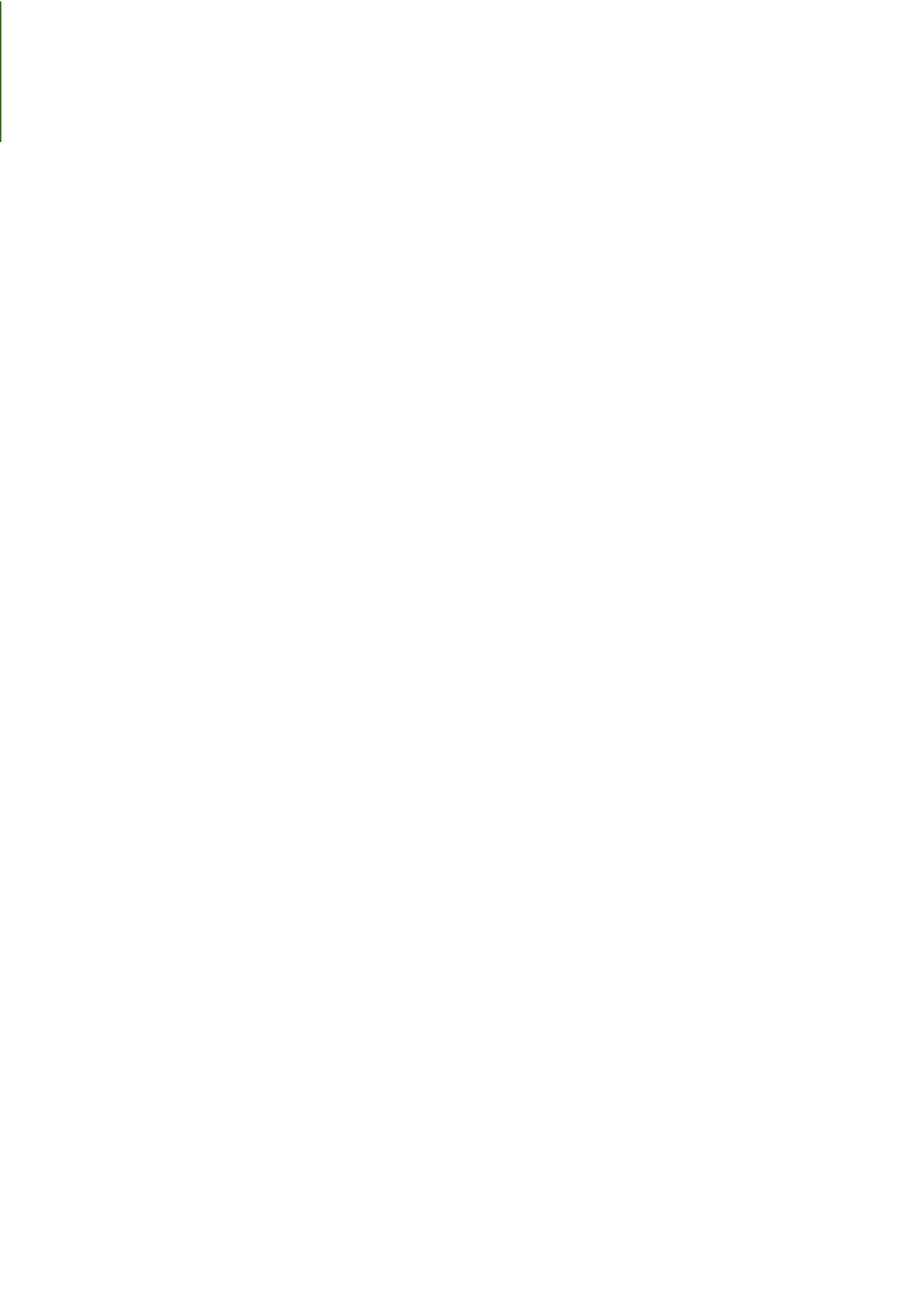




مركز تطوير المؤسسات الأهلية الفلسطينية  
NGO Development Center

# المؤسسات الفلسطينية غير الحكومية والقطاع الخاص فرص التعاون والشراكة



## المحتويات

٥	المقدمة التنفيذية.....
٧	خلفية.....
٧	المسؤولية الاجتماعية والعمل الأهلي للشركات.....
٨	سياق الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.....
٩	الإقتصاد الفلسطيني والقطاع الخاص.....
١٠	قطاع المؤسسات الأهلية الفلسطينية.....
١١	هدف الدراسة.....
١٢	تصميم الدراسة.....
١٤	المسؤولية الاجتماعية للشركات ودور القطاع الخاص الفلسطيني.....
١٥	نتائج المقابلات والتوجهات العامة.....
١٥	النشاطات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات في ٢٠٠٨ و ٢٠٠٩.....
١٧	النشاطات التي يستهدفها القطاع الخاص والنشاطات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات.....
١٧	التغيرات في النشاطات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات في ٢٠٠٨ و ٢٠٠٩.....
١٨	غايات الشركة (الداخلية والخارجية).....
١٩	قياس تأثير النشاطات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات.....
١٩	إمكانية التعاون مع المؤسسات الأهلية.....
٢٢	قيمة دعم وتبرعات الشركات (٢٠٠٧-٢٠٠٩).....
٢٥	المسؤولية الاجتماعية للشركات والقضايا الضريبية.....
٢٦	سياسة المسؤولية الاجتماعية للشركات والقضايا الضريبية.....
٢٧	السياق الفلسطيني.....
٢٨	ملخص نتائج المقابلات.....
٢١	إستنتاجات وتوصيات.....
٢١	إستنتاجات وتوصيات بناء على نتائج الدراسة.....
٢٢	إستنتاجات وتوصيات بناء على توصيات ورشة عمل المجموعة البؤرية الخاصة بالقطاع الخاص.....
٢٣	إستنتاجات وتوصيات ورشة عمل المجموعة البؤرية الخاصة بالمؤسسات الأهلية.....
٢٥	توصيات رئيسية.....
٢٦	الملاحق.....
٢٦	نموذج المسح.....
٤٤	قائمة بالشركات المبحوثة.....
٤٦	المراجع.....



## مقدمة تنفيذية: -

تأتي هذه الدراسة في إطار سعي مركز تطوير المؤسسات الأهلية الفلسطينية لتطوير القطاع الأهلي بحيث يصبح أكثر إستجابة وشفافية ومسالمة أمام المجتمع الفلسطيني. ويمكن تحقيق ذلك من خلال وضع معايير وترويج التعاون ضمن قطاع المؤسسات الأهلية، كما سيصار إلى دعم ذلك من خلال بحث للسياسة الإستراتيجية، والتخطيط وخطة إستراتيجية.

وبالتوافق مع رسالة «مركز تطوير»، فإن الهدف الرئيسي لهذه الورقة هو تسليط الضوء على تلك الأوجه من المشاركة الإجتماعية للشركات ذات الصلة بالتحديات المتعلقة بإمكانيات التعاون بين المؤسسات الأهلية والقطاع الخاص. من هنا يأتي التركيز على بحث ودراسة الظروف الإجتماعية الحقيقية كذلك دراسة خصائص وسلوك القطاع الخاص الفلسطيني بما يتعلق بالمسؤولية المجتمعية، والتنمية والعمل الأهلي. كما تهدف هذه الدراسة لتسليط الضوء على إمكانية التعاون بين القطاع الخاص والمؤسسات الأهلية، وذلك بغرض تعزيز النقاش بين الجهات المعنية ذات العلاقة على أمل تطوير وتبني وتطبيق إطار إستراتيجي للمسؤولية الإجتماعية للشركات.

تعتمد المنهجية المستعملة في هذه الدراسة على مراجعة الأدبيات المتعلقة بالموضوع، بالإضافة لتحليل ودراسة ٣٠ كياناً في القطاع الخاص من تلك التي تصدر تقارير مؤسسية عن الإستدامة والمسؤولية الإجتماعية. تمثل هذه الشركات المختارة الشركات الكبيرة نسبياً، التي تعمل في قطاعات مختلفة؛ كما تم أخذ التوزيع الجغرافي لهذه الشركات بالحسبان عند تحضير القائمة. كما تم تسليط الضوء على الإستدامة والمسؤولية الإجتماعية للشركات على المستوى المحلي، بالإضافة لمراجعة القضايا القانونية والمؤسسية الحالية؛ مثل الآثار الضريبية، والتي يمكن أن تكون عقبة أو حافزاً لنشاطات المسؤولية الإجتماعية لشركات القطاع الخاص. كما ركزت الدراسة على وضع القضايا القانونية والمؤسسية في المنطقة والبلدان الأكثر تقدماً، وحاولت الدراسة ربط ذلك بالوضع الداخلي الفلسطيني. هذا وقد تم إجراء مراجعة لقانون ضريبة الدخل، تبع ذلك إجراء العديد من المقابلات المنظمة مع مدققين مختصين يعملون لدى عدد من شركات القطاع الخاص التي تطبق المسؤولية الإجتماعية للشركات، وذلك بغرض تحديد الإطار القانوني المطبق على المسؤولية الإجتماعية للشركات والعمل الأهلي للشركات، ولفهم ما الذي يحدث بالفعل عندما تمارس الشركات دورها تجاه المجتمع. وقد تم عقد إجتماع مع مستشار وزارة الإقتصاد الوطني من أجل تحديد مساهمات ودور الوزارة في تفعيل المسؤولية الإجتماعية للقطاع الخاص، حيث تم تضمين الأسئلة حول الموضوع كجزء من الإستبانة التي استعملت في المسح التجريبي الذي أجري على ٣٠ شركة من القطاع الخاص.

لقد أشارت نتائج الدراسة أن المسؤولية الاجتماعية تعتبر أولوية بالنسبة للشركات الكبرى، وخصوصاً الشركات المساهمة العامة (١٢ من الشركات المبحوثة كانت من الشركات المساهمة العامة). وقد بينت هذه الدراسة كذلك أن جميع الشركات المشاركة في الدراسة تمارس هذا الدور بدوافع إهتمامات دينية أو أخلاقية تجاه المجتمع، فمثلاً، تشهد حالات الطوارئ والمناسبات الدينية إزدياداً في النشاطات، كما كان عليه الحال خلال الحرب على قطاع غزة استجابات ٢٧ من الشركات المبحوثة ونفذت نشاطات. كما أن بعض هذه الشركات عدلت من خططها الموضوعية لتتيح إستيعاب هذه الإحتياجات الطارئة ضمن المسؤولية الاجتماعية للشركات.

وتبين نتائج المقابلات أن ٢٧ من الشركات المبحوثة تركز على نشاطات تستهدف قطاعي التعليم والصحة، في الوقت الذي تركز فيه ١٥ من تلك الشركات على رعاية نوادٍ رياضية ودعم نشاطات رياضية.

هذا وقد بينت المقابلات أن ١٩ من الشركات المبحوثة قد تعاونت مع مؤسسات أهلية (أو أطراف أخرى) في تنفيذ نشاطات مشتركة. كما أن الغالبية القصوى من الشركات المبحوثة (٢٧ شركة) قد دعمت مبدأ التعاون مع المؤسسات الأهلية والمؤسسات المجتمعية في نشاطات المسؤولية الاجتماعية للشركات. وحسب تلك الشركات، فإن مثل هذا التعاون يمكن أن يساعد في تحقيق أفضل النتائج لتنمية المجتمع من خلال إستراتيجية واضحة، مهنية وشفافة. ومع ذلك، فبالرغم من الرأي الإيجابي لمعظم الشركات (٢٣ إلى ٢٧) تجاه التعاون المحتمل مع المؤسسات الأهلية والمؤسسات المجتمعية في تنفيذ مبادرات ضمن المسؤولية الاجتماعية للشركات، إلا أن ١١ من الشركات المبحوثة أشارت إلى مساوئ لمثل هذا التعاون.

وقد بينت الدراسة أن غالبية الشركات المبحوثة (٢٠ شركة) لم يكن لديها رأي إيجابي حيال المؤسسات الأهلية والمجتمعية الفلسطينية والدور الذي تلعبه في تنمية المجتمع الفلسطيني. ومن جهة أخرى، بينما عبرت ١١ من الشركات عن إنطباع إيجابي عن المؤسسات الأهلية والمجتمعية، عبرت ١٦ شركة أخرى عن الحاجة لتحسين الشفافية المالية والإدارية للمؤسسات الأهلية والمجتمعية، وكذلك فيما يخص نوعية وجود المشاريع التي تنفذها هذه المؤسسات. كذلك فإن معظم الشركات التي كانت لها نظرة إيجابية حيال المؤسسات الأهلية، إقترحت تحسينات في مجال التنسيق من أجل تجنب تكرار الجهود، وبالتالي توسيع القطاعات المستفيدة، وإبعادها عن الأجنداث المفروضة من المانحين وتقريبها نحو أجنداث محلية.

وقد ركزت الشركات المبحوثة على ضرورة قيام السلطة الفلسطينية بتشجيع المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال تحديد حد أدنى من نسبة الربح لتلك الشركات لتذهب نحو المسؤولية الاجتماعية للشركات، أو نحو صندوق يستعمل لمبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات على المستوى الوطني. وقد أشار مدقق فلسطيني مختص إلى أن غالبية الشركات الفلسطينية تعرف القانون وبين أن من مسؤولية السلطة الفلسطينية خلق الوعي حول القانون من خلال منشورات وحملات توعية، وكذلك من مسؤوليتها تدريب طاقم دائرة الضريبة على التعامل مع الإستثناءات الضريبية.

## خلفية: -

لقد أصبح من الواضح جداً التأثير المباشر للتقنيات الحديثة، والتوجهات السكانية، والتغير المناخي، والقضايا الصحية العالمية، بحيث أصبحت تخلق بيئة جديدة ذات مخاطر غير مألوفة، والتي تؤثر بشكل مباشر على عمل الحكومات، والمجتمع المدني والقطاع الخاص في جميع أنحاء العالم<sup>١</sup>. وهكذا، أصبح التعاون بين مختلف الجهات ذات العلاقة ومشاركة القطاع الخاص مهماً جداً للعثور على حلول ملائمة تكون شاملة ومستدامة لمشاكل المجتمع. وبالتالي، فإن تمكين المجتمع يعني حاجة جميع الناس للعمل معاً، بما في ذلك ضمن القطاع الخاص، من أجل رفع مستوى الحياة. وهذا يشمل مشاركة عدد أكبر من الناس في عملية صنع القرار في مجتمعاتهم، وكذلك عدد أكبر من الناس ليشركوا في تولي المسؤولية في حل المشاكل المحلية، بدلاً من انتظار الآخرين ليقوموا بذلك. هذا ومن ضمن العوامل الأخرى التي حفزت على زيادة الإهتمام في الشراكات مع القطاع الخاص، القلق المتزايد حيال نجاعة التوجهات التقليدية للتنمية، والإعتراف بتأثير العولة، والزيادة في تدفقات رأس المال الخاص إلى العالم النامي، وكذلك التقدير للإسهام الممكن للقطاع الخاص. وقد أسهم ذلك في دعم قضية استثمار الأعمال في التنمية مع جني فوائد متبادلة لكل من المجتمع والمستثمرين، وذلك عندما تصبح المجتمعات شركاء في التنمية بدلاً من متلقين سلبيين للعمل التنموي<sup>٢</sup>. على المستوى العالمي، فإن الهدف الثامن للتنمية الألفية يدعو لشراكات عالمية في مجال التنمية، مع إشارات محددة إلى مشاركة القطاع الخاص. وفي عام ٢٠٠٢، أطلق المنتدى الإقتصادي العالمي مبادرة شراكة بين الشركات والمواطنين نظمت وجندت أعضائها الألف من الشركات لمواجهة التحديات التنموية المختلفة. وقد أسهم كل ذلك في زيادة الزخم والاهتمام بمفهوم المسؤولية الإجتماعية للشركات.

وبناءً على الأسباب آنفة الذكر، فإن على جميع المواطنين في المجتمع الإهتمام ليس برفاهيتهم فقط، بل برفاهية كل المجتمع الذي يعيشون فيه، وبما أن الشركات لا تعمل في فراغ، بل تعمل ضمن بيئات تعتمد عليها، وبالتالي، يجب عليها أن تحمي وتطور هذه البيئات، حيث أن المسؤولية الإجتماعية للشركات تشجع على النظر إلى ما هو أبعد من الأرباح قصيرة الأمد، لأن هذا يعتبر استثماراً في الإستدامة على المدى البعيد.

١. معهد البنك الدولي، مركز المشاريع المؤسساتية الخاصة (CIPE). المعهد المصري للمدراء، ومنظمة العمل العربية. "المسؤولية الإجتماعية للشركات ومواطنة الشركات في العالم العربي". مسودة ورقة خلفية، تشرين الثاني ٢٠٠٨.

٢. معهد البنك الدولي، ملخص العمل القطاعي والإقتصادي. "مابعد المسؤولية الإجتماعية للشركات: مجال استثمار الشركات في التنمية المرتبطة في المجتمع"، تقرير رقم GLB-٢٧٢٧٩، آذار ٢٠٠٧.

## العمل الأهلي والمسؤولية الاجتماعية للشركات: -

خلال السنوات الماضية، تم تطوير العديد من المبادرات، في عالم الأعمال والتنمية الاقتصادية، لإشراك القطاع الخاص في نشاطات موجهة للمجتمع ككل، ولل فقراء بالتحديد. ومع أن هذه النشاطات طرحت تحت أوصاف ومسميات مختلفة، غير أن ما يجمع بينها كلها كان الرغبة للوصول إلى مستوى أبعد من الممارسة التقليدية للأعمال داخل الشركات. يمكن تصنيف هذه النشاطات تحت مسمى العمل الأهلي والمسؤولية الاجتماعية للشركات.

كبدأ، تتعلق المسؤولية الاجتماعية للشركات بمنهج شامل ومستدام للأعمال التي تأخذ بالإعتبار كل التأثيرات الممكنة على المجتمع والمسؤوليات تجاهه، وكذلك الأمر بالنسبة للبيئة والمساهمين، وذلك بدلاً من التركيز فقط على المسؤولية المالية تجاه المساهمين، كما كان عليه الحال تقليدياً. إن من مبادئ إدارة الأعمال التي تطبقها الشركات، إحداث تأثير إيجابي على المجتمع، ويشمل ذلك من بين عدة أمور أخرى، الإلتزام بالتخفيف المستدام للفقير، والتنظيف، وخلق فرص العمل. يجب تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات كجهود تم تخطيطها بشكل إستراتيجي بحيث تكون متوافقة مع نقاط القوة في الشركة ولتكون مكملة لبرامج الحكومة. وعلاوة على ما سبق، يجب أن تتعدى كونها مشاريع عمل أهلي لمرة واحدة، وخصوصاً لأن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي أكثر من عمل خيري. إن مبادئ الإلتزام بالمواطنة الجيدة بالنسبة للشركات يجب أن تكون إستراتيجية إستثمار في الإستدامة، وأن تعني النظر لأبعد من الأرباح قصيرة الأمد، وأن تشجع الشركات على التركيز على التعامل مع قضايا التنمية بما يحدث فرقاً في مجتمعاتها.

إن المسؤولية الاجتماعية للشركات لها تعبيرات مختلفة، مثل مواطنة الشركات، إستدامة الأعمال ومسؤولية الشركات، والتي تشير بالأساس لنفس المبدأ: وهو أن شركات القطاع الخاص ليست مسؤولة فقط عن جني الأرباح للمساهمين، بل ومسؤولة كذلك عن إحداث تأثير إيجابي علي محيطها، وعلى المجتمعات والثقافات والبيئات التي تعمل فيها.

٢ "Morton, V" .. "تجنيد الأموال بين الشركات"، "CAF/ICFM. ٢٠٠٢".



وحسب تعريف البنك الدولي، فإن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي التزام إدارات تلك الشركات بإدارة وتحسين الآثار الاجتماعية والبيئية والإقتصادية لنشاطاتها، على مستوى الشركة والمستوى الإقليمي والعالمي. إن مبدأ المسؤولية الاجتماعية للشركات يعني بالنهاية إستهداف صياغة مجمل إطار عمل الشركات ليصبح أكبر من القيود العامة. وهذا سيتطلب منها أن تضمن المسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل إستراتيجي في جميع عمليات صنع القرار، بحيث تصبح جزءاً لا يتجزأ من نظام عمل الشركات.

ومن جهة أخرى، يُعرف العمل الخيري على أنه الجهد والرغبة في رفع رفاهية الجنس البشري والمساعدة في ذلك، من خلال وسائل مختلفة كالتبرعات والمساعدات الخيرية. كما تعتبر عملية التركيز على توظيف القدرات الأساسية للشركة لضمان الحد الأقصى من التأثير التنموي من خلال مبادراتها الدافع الرئيسي للأعمال الخيرية التي تقوم بها الشركات. وكذلك يعني مقياس العطاء أن المحسنين من القطاع الخاص الخاص لديهم القدرة على إحداث تأثير تنموي كبير. ويقدر البنك الدولي أنهم قدموا، في العام ٢٠٠٥، أكثر من ٤ مليار دولار للتنمية الدولية. ومع أن ذلك يعتبر مساهمة صغيرة بالمقارنة مع مجمل المساعدة التنموية، والتي تصل أكثر من ١٠٠ مليار دولار من الدول الأعضاء في منظمة التنمية والتعاون الإقتصادي، إلا أنها تبقى مساهمة مميزة بالمقارنة مع المساهمات الفردية للعديد من الدول.<sup>٤</sup>

### سياق الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: -

تتماشى نشاطات المسؤولية الاجتماعية للشركات الموجودة حالياً في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا مع عادات دينية وثقافية قوية. وكذلك تستند الأعمال والنشاطات الخيرية للشركات، بشكل أصيل، إلى التقاليد الإسلامية كالزكاة، وهي ركنٌ دينيٌ أساسي يلزم المسلم بالتبرع بنسبة ثابتة من دخله لقضايا خيرية أو أفراد محتاجين. إن الإستعمال الأمثل للزكاة يكون بالتبرع بالأموال بطريقة تؤدي لعدم وتشجيع قدرة المتلقي على الإعتماد على الذات. وبالرغم من هذا المبدأ فقد لاحظ مراقب مصري أن معظم دافعي الزكاة المعاصرين يخصصون مواردهم بطريقة "مشتتة وغير منظمة"، وذلك دون تحقيق التأثير الممكن لأموالهم.<sup>٥</sup> وتجدر ملاحظة أن الزكاة

٤ أولغا سوللا (٢٠٠٦). مؤسسات العمل الأهلي الدور الحقيقي والممكن في مساعدات التنمية العالمية. ميمبو. مجموعة البنك الدولي لتقرير تمويل التنمية العالمية.

٥ مؤسسة الشرق الأدنى/ مركز خدمات التنمية (CDS). موقع الإنترنت <http://www.neareast.org/phil/en>

والنشاطات الخيرية للشركات هما ظاهرتين منفصلتين، ومع ذلك، فإن الشركات التي تبني مبادراتها الخيرية بشكل مباشر أو ضمني على فلسفة الزكاة يمكن أن تحقق تأثيراً مضاعفاً بسبب الربط بين هذين المبدئين وبين إستراتيجية الشركة. إن الإدماج الملائم والصحيح لأموال الزكاة في العمل الرئيسي للشركة يمكن أن يصبح أداة قوية تسمح لشركات القطاع الخاص بتقديم إسهامات كبيرة وذات مغزى في المجتمعات التي تعمل فيها. ومع أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تم تبنيها في البداية في الغرب، إلا أنه كانت هناك أسباب كثيرة تتعلق بأهمية مبادئها وضرورة تطبيقها في سياق الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.<sup>٦</sup>

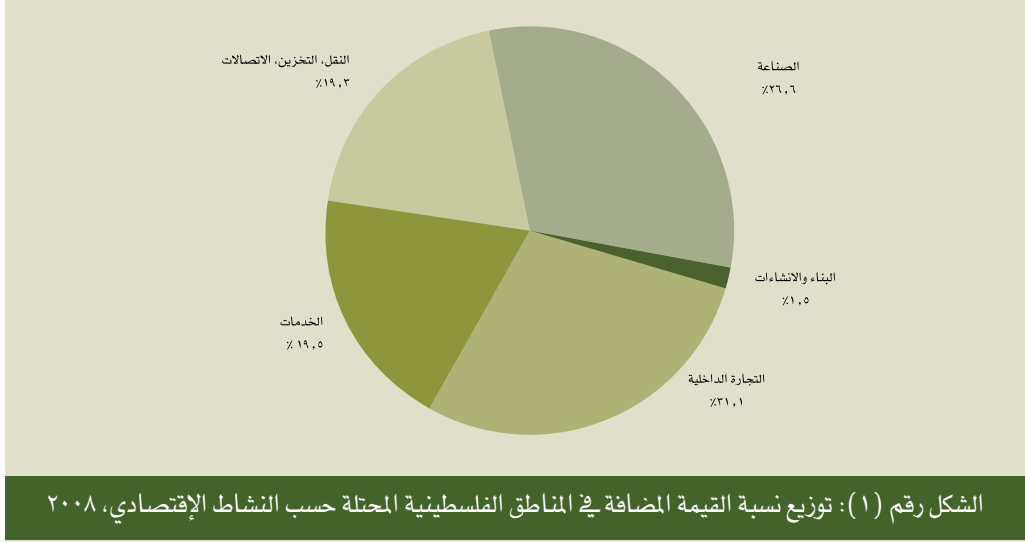
### القطاع الخاص والإقتصاد الفلسطيني: -

لعب القطاع الخاص الفلسطيني دوراً مهماً في توفير فرص العمل وإسهامات إيجابية في مجال التنمية الإقتصادية في السنوات الماضية. وهو عامل مهم جداً في النمو الإقتصادي الفلسطيني ويتوقع له أن يواصل لعب دور رئيسي في عمليات التنمية الإقتصادية في فلسطين. ومنذ إقامة السلطة الوطنية الفلسطينية عام ١٩٩٤، تم إطلاق العديد من المشاريع الإقتصادية والتنمية، غير أن الضفة الغربية وقطاع غزة تظل تعتمد بشكل كامل على الدعم الأجنبي. وفي الوقت الذي يغلب فيه الطابع الخدماتي على الإقتصاد الفلسطيني، تبقى الصناعة غير متطورة، وكذلك الحال بالنسبة للقطاع الزراعي الذي يعاني من الضعف نتيجة القيود المفروضة على امكانية النفاذ إلى الموارد الطبيعية. ومع أن السلطة الفلسطينية وصندوق النقد الدولي توقعاً معدل نمو إقتصادي حقيقي بنسبة ٧٪ في العام ٢٠٠٩ في الضفة الغربية، إلا أن الإقتصاد يبقى ضعيفاً في جهوده نحو التعافي، بحيث وصلت نسبة النمو فقط إلى النسب التي تحققت في العام ١٩٩٩. هذا ولا يشير النمو في الضفة الغربية إلى مخرجات أكبر بناء على استثمار القطاع الخاص في قطاعات إنتاجية، ولكن بدلاً من ذلك، زيادة في القطاعات الممولة من المانحين كالصحة والتعليم والإدارة العامة، وفي ذات الوقت، تظهر قطاعات أخرى كالصناعة والزراعة والسياحة مؤشرات تقييد بإنخفاض في مستوى انتاجيتها. وبالتوازي مع ذلك يبقى الإقتصاد في قطاع غزة محاصراً، حيث يخضع لحصار شامل يفرضه الإحتلال الإسرائيلي على كافة أرجاء قطاع غزة.

٦ عن "من العمل الأهلي للشركات إلى الشراكات الإستراتيجية"، DJORDJIA PETKOSKI

تشير إحصائيات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني أن ٧, ٩٠٪ من المنشآت هي مملوكة للقطاع الخاص، بينما تملك الحكومة ٩, ٤٪ من المنشآت الاقتصادية، في حين تملك المؤسسات الأهلية ٣, ٣٪ منها، وتملك مؤسسات الحكم المحلي ووكالة غوث وتشغيل اللاجئين الفلسطينيين ومؤسسات دولة أخرى ١, ١٪ من تلك المنشآت. ويعمل ٢٩٦,٩٦٥ شخصاً في هذه المنشآت، حيث يشكل الذكور ٤, ٨١٪ من هؤلاء (٦, ١٨٪ من الإناث)، كما أن ٦, ٧٠٪ منهم في الضفة الغربية (بينما ٤, ٢٩٪ هم في قطاع غزة). هذا وقد أدى جدار الفصل إلى مصادرة أكثر من خمس الأراضي المزروعة في الضفة الغربية وأكثرها خصوبة، بالإضافة إلى التدمير المادي للبنية التحتية وتقييد الوصول إلى الموارد المائية. هذا ويقدر الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني أن ٥, ٦٠٪ من القوة العاملة تعمل في القطاع الخاص بالمقارنة مع ٢, ٢٥٪ تعمل في القطاع الحكومي، وأن النشاط الإقتصادي الرئيسي (٥٤٪ من المنشآت الاقتصادية) هو في مجال تجارة الجملة، والمفرق والصيانة، بينما ١٤٪ في التصنيع.

وتشير نتائج مسح أجراه مركز الإحصاء الفلسطيني أن قيمة إنتاج المناطق الفلسطينية المحتلة كانت ٥,١٩٩,١٠٠ مليون دولار. وتتوزع هذه القيمة حسب النشاط الإقتصادي كما يلي: النشاطات الصناعية ٦, ٣٩٪، والنشاطات الإنشائية ٢, ٣٪، ونشاطات التجارة الداخلية ٨, ٢٥٪، والنشاطات الخدمية ٢, ١٧٪، ونشاطات النقل والتخزين والاتصالات ٢, ١٤٪. كما تشير نتائج نفس المسح أن القيمة المضافة في المناطق الفلسطينية المحتلة وصلت إلى ١, ٢٨٤, ٣ مليون. وقد توزعت هذه القيمة حسب النشاط الإقتصادي كما يلي: النشاطات الصناعية ٦, ٢٨٪، النشاطات الإنشائية ٥, ١٪، نشاطات التجارة الداخلية ١, ٢١٪، النشاطات الخدمية ٥, ١٩٪، بينما كانت نشاطات النقل والتخزين والاتصالات ٣, ١٩٪. الشكل رقم (١) يبين النتائج حسب النشاط الإقتصادي: -



في شهر كانون أول ٢٠٠٧، نشرت السلطة الفلسطينية خطة الإصلاح والتنمية، والتي تضمنت ميزانية مفصلة لثلاث سنوات وحددت مساراً للتعزيز المالي. ومنذ ذلك الحين قامت السلطة الفلسطينية بتطبيق العديد من الإصلاحات وحققت تقدماً ملموساً في مجال تحسين وضعها المالي.

### قطاع المؤسسات الأهلية الفلسطينية: -

تشكل المؤسسات الأهلية الفلسطينية جزءاً حيوياً من مجتمع الاعمال الفلسطيني، وذلك من ناحية دورها في تقديم الخدمة وفي عملية التنمية الاقتصادية الإجتماعية. فهي تشكل ركناً رئيسياً من أركان المجتمع المدني المسؤول عن حماية مصالح المواطنين، وتزويدهم بوسائل التعبير عن الرأي وتقديم خدماتها للقراء والمهمشين. وتشير إحصائيات الجهاز المركزي للإحصاء، للعام ٢٠٠٧، حول المؤسسات الأهلية أن هنالك حوالي ١٥٠٠ مؤسسة أهلية فلسطينية تعمل في الضفة الغربية وقطاع غزة، وذلك بالإضافة للعشرات من المؤسسات الأهلية المسجلة لدى وزارة الداخلية ولكنها لم تبدأ نشاطاتها بعد.

مصطلح المؤسسات الأهلية، المستعمل في هذه الورقة، يشمل الجمعيات الخيرية والمؤسسات التنموية الغير حكومية، والمؤسسات المجتمعية، وكذلك المجموعات الغير حكومية الأخرى القائمة من اجل خدمة الصالح العام. وقد أوجدت هذه المؤسسات حيزاً خاصاً بها بين المجتمع، والحكومة، والمانحين، والمجموعات

المدنية، والمؤسسات الفلسطينية التقليدية والأسرة الدولية. وتحتل هذه المؤسسات الأهلية موقعاً إستراتيجياً في التأثير على مستقبل المجتمع الفلسطيني.

وبغض النظر عن فئات هذه المؤسسات، وعلى الرغم من تعرضها للنقد الشديد في ظل الظروف الحالية، إلا أن المؤسسات الأهلية تلعب دوراً مهماً في الحفاظ على تماسك النسيج الإجتماعي بما يشمل حصول الفقراء (على الأقل هؤلاء الذين تستطيع هذه المؤسسات الوصول إليهم) على إحتياجاتهم الأساسية، وتعزيز صمود الشعب، والتعبير المستمر عن آمال وتطلعات الشعب الفلسطيني في إنشاء دولة فلسطينية مستقلة.

في الوقت الحاضر، يأتي الجزء الأكبر من موازنات المؤسسات الأهلية من الدعم الدولي، الأمر الذي يعزز الفكرة القائلة أن المؤسسات الأهلية تستغل من قبل المانحين لفرض اجنداتهم بطريقة غير مستدامة. كما أن هنالك إنتقاد قوي يتعلق بعدم النجاعة والتنافس بين المؤسسات الأهلية. وحتى يتم زيادة النجاعة في تقديم الخدمات، يوصى برفع الوعي، والمناصرة، والتشبيك وبناء الشراكات كإستراتيجيات لتحقيق هذا الهدف. وفي حال إنجاز ذلك بنجاح، سيمكن هذا المؤسسات الأهلية من تحقيق توقعات الأطراف ذات العلاقة ويشجع على المزيد من الإستثمار. على المؤسسات الأهلية أن تبذل جهداً أكبر لبناء مصداقيتها ورفع ثقة الجمهور من خلال ضمان تحول الحكم الرشيد إلى ممارسة شائعة فيما بينها. إن تطبيق ممارسات الحكم الرشيد لا يساعد فقط في تعزيز شعور المؤسسات الأهلية بالمسؤولية الإجتماعية، ولكن يساعد كذلك على خلق علاقات أقوى بين تلك المؤسسات والمجتمع. شراكة كهذه، إن كانت مبنية على مبادئ، تقوي النسيج الإجتماعي وتعزز من السلوك المسؤول، ومن زيادة ملاحظة المواطن للممارسات الفاسدة في القطاعات الأخرى في المجتمع. وسيساعد ذلك على التعامل مع قضية غياب الشفافية والمساءلة بين المؤسسات الأهلية.

في الوقت الذي تقوم فيه المؤسسات الأهلية ببناء الشراكات والتعاون مع القطاع الخاص، على هذه المؤسسات أن تضغط كذلك بإتجاه تحقيق إصلاحات للمصلحة العامة. كما أن الظاهرة الحديثة لمبادرات القطاع الخاص للإصلاح في الحوكمة الرشيدة والمسؤولية الإجتماعية للشركات، إنما تعتبر نتيجة للحملات القوية التي تنفذها مؤسسات المجتمع المدني، وبالتالي، يجب على المؤسسات الأهلية الفلسطينية دعم هذه التوجهات في القطاع الخاص المحلي من أجل رفع الوعي حول هذه القضايا والممارسات المتعلقة بها. إن المسؤولية الإجتماعية للشركات قد أصبحت مفهومة بشكل واسع كإلتزام للشركة لتكون أكثر حساسية حيال

احتياجات الجهات ذات العلاقة بها. ومن القضايا المرتبطة بشكل وثيق مع التنمية المستدامة، قضية الإعتقاد أن الشركات ملزمة بإتخاذ قرارات لا تعتمد فقط على العوامل المالية والإقتصادية، بل وتعتمد كذلك على الآثار البيئية والإجتماعية لنشاطاتها. كما أن حاجة المؤسسات الأهلية لتعزيز ممارستها للحوكمة الرشيدة، من أجل إعطاء القدوة في هذا المجال، يجب أن لا تمنعها من دعم هذه القضية ضمن القطاع الخاص.

#### تلعب المؤسسات الأهلية الأدوار المميزة التالية: -

(أ) متابعة تقديم الخدمات الطارئة والتموية للشعب الفلسطيني.

(ب) طرح والتأثير على التشريعات والسياسات العامة للسلطة الوطنية الفلسطينية.

(ج) تعزيز التعاون، والتنسيق، والتشبيك، والتشاور بين مختلف مؤسسات ومنظمات المجتمع المدني، والقطاع الخاص، والمانحين ومؤسسات الأمم المتحدة من أجل ضمان وجود عملية تنمية حقيقية ومثمرة.

#### الغرض من الدراسة: -

بصفته مؤسسة رائدة ومختصة تقدم الدعم في مجال تنمية وتمكين مؤسسات المجتمع المدني الفلسطيني، يؤمن «مركز تطوير» أن التعاون مع القطاع الخاص سيقود إلى وجود مؤسسات أهلية ومجتمعية تكون أقوى مالياً وأكثر إستدامة، وذلك على أمل أن يؤدي ذلك إلى مجتمع أقوى. إن القطاع الخاص إنما هو جزء من المجتمع، وبالتالي يتطلب تعاوناً وعلاقة مباشرة مع قطاع المؤسسات الأهلية والمجتمعية. وكذلك توجد حاجة لإشراك الناس في نشر العمل الأهلي والتطوعي من أجل تشجيع العمل الجماعي نحو تعزيز البنى الفلسطينية الإجتماعية والإقتصادية.

ولهذا الغرض، أطلق «مركز تطوير» مشروعاً بحثياً يهدف لتولي الريادة في تعزيز النقاشات مع الجهات ذات العلاقة، وذلك على أمل تطوير وتطبيق إطار شامل إستراتيجي وجماعي للمسؤولية الإجتماعية للشركات. إن الغاية الرئيسة لهذه الدراسة، هي تعزيز التعاون بين المؤسسات الأهلية والقطاع الخاص الفلسطيني، مع إمكانية تقديم الدعم المباشر من «مركز تطوير»، كمبادر محلي، ومؤسسة فلسطينية غير حكومية تعمل على

تمكن المؤسسات الأهلية الفلسطينية بغرض تقديم الخدمات الضرورية بشكل أفضل للفلسطينيين الفقراء والمهمشين في الضفة الغربية وقطاع غزة. هذا مع الأمل بحصول الدعم لهذه الدراسة ومتابعتها بمبادرات حقيقية تفحص هذه الإمكانية.

ومن المواضيع الرئيسية التي ستتناولها الدراسة، موضوع إمكانية التعاون بين المؤسسات الأهلية والقطاع الخاص، ذلك لأن الطرفين هما لاعبين أساسيين في التنمية والإستدامة المجتمعية. وستتم دراسة العقبات القانونية والمؤسسية التي تواجه هذا التعاون، ومن ثم تقديم مقترحات سياساتية للتعامل مع هذه القضايا، بما في ذلك المناصرة لصالح إعفاءات ضريبية على مساهمات القطاع الخاص للمؤسسات الأهلية وأطراف مجتمعية أخرى.

ترتكز الدراسة على جمع البيانات والنقاشات واللقاءات مع ناشطين وأجسام في القطاع الخاص والمجتمع المدني الفلسطيني، وكذلك يرتكز على مصادر أخرى للمعلومات. ويأمل أن تسلط المعلومات التي جمعتها هذه الدراسة، الضوء على توفر القدرة والرغبة لدى مؤسسات القطاع الخاص لدعم المجتمع المدني الفلسطيني. وستبحث الدراسة في مبادرات القطاع الخاص والمؤسسات الأهلية، وسيكون التركيز على أمثلة فلسطينية وأخرى من بلدان مجاورة، ويشمل نشاطات وخبرات القطاع الخاص الحالية والسابقة في مجال المسؤولية الإجتماعية للشركات، بحيث سيكون تطوير هذه المبادرات هو أساس هذه الدراسة. وستعتمد هذه الدراسة على معلومات تقييم الإحتياجات وكذلك خبرة «مركز تطوير» مع المؤسسات الأهلية والمجتمعية، ليكون ذلك المجال الرئيسي لتركيز هذه الدراسة. كما ستركز الدراسة على الفرص الممكنة للتعاون والدعم من القطاع الخاص، بحيث يمكن أن تؤدي النتائج والمعلومات التي يتم الحصول عليها من اللقاءات ومما سبق إلى تطوير مقترحات مشاريع ريادية رئيسية.

وسيتم اعتماد عملية تطوير هذه المقترحات كأساس للبحث، كما ستعتمد الدراسة على كل من معلومات تقييم الإحتياجات وكذلك خبرة «مركز تطوير» مع المؤسسات الأهلية المحلية، بما في ذلك المؤسسات المجتمعية، كنقطة تركيز رئيسية للدراسة. كما ستركز على الفرص الممكنة للتعاون والدعم من قبل القطاع الخاص، حيث يمكن للنتائج والمعلومات التي يتم جمعها من الخطوات الواردة أعلاه ومن الإجتماعات أن تقود عملية تطوير مشاريع تجريبية رئيسية، وهذا يجب أن يأخذ بالإعتبار مجال العمل لكل من المؤسسات الأهلية ومؤسسات القطاع الخاص.

## تصميم الدراسة: -

تم إجراء بحث مكتبي لأغراض تنفيذ غايات الدراسة، وقد شمل ذلك مراجعة وثائق «مركز تطوير» ذات العلاقة، والتقارير ذات العلاقة، والأخبار المتعلقة بقطاع المؤسسات الأهلية والقطاع الخاص، وتحديد الكيانات الرئيسية في القطاع الخاص التي تصدر تقارير حول المسؤولية الاجتماعية، دراسة، وتحليل وتلخيص القضايا الرئيسية، ومراجعة التقارير السنوية، والمنشورات، والتقييمات السابقة للوضع الحالي للقطاع الفلسطيني الخاص. وقد تمت دراسة تجربة الشراكة المجتمعية للشركات على المستوى المحلي والبلدان المجاورة، وقد شمل ذلك مراجعة بعض الأمثلة المتاحة لمبادرات مثل مدرستي، وإنجاز، وغيرها. وقد تم تنفيذ مراجعة للقضايا القانونية والمؤسسية الحالية، والتي يمكن أن تحد أو تحرك نشاط القطاع الخاص في مجال المسؤولية المجتمعية للشركات، بحيث ضم ذلك الآثار الضريبية للموضوع.

وقد تم تنفيذ مسح ميداني جمعت من خلاله معلومات عن القطاع الخاص من خلال لقاءات مع أكبر شركات هذا القطاع. كما تم إستعمال نقاشات مفتوحة تسترشد بأسئلة معدة ومصممة بشكل جيد بالإضافة لنقاط حوارية، وذلك من أجل إشراك قادة عالم الأعمال وحثهم على التفكير بتأثير المسؤولية المجتمعية للشركات على المجتمعات والإزدهار الاجتماعي، وكذلك التعاون الممكن مع مبادرات المؤسسات الأهلية والمجتمعية. وقد كان التوجه للحصول على التغذية الراجعة والمدخلات حول قضايا رئيسية وإرشادات حول القضايا المتعلقة بالقطاع الخاص، بحيث يمكن ان يتم تطوير ذلك والبناء عليه لتحقيق أهداف الدراسة.

وقد تم تحضير قائمة تشمل ٢٩ شركة تغطي مختلف القطاعات والمناطق الجغرافية؛ وفي الواقع تم عمل مسح لثلاثين شركة من هذه القائمة. وقد تمت مراجعة نموذج المسح من قبل العديد من الأفراد العاملين على موضوع الدراسة، بحيث تم إنجازه بعد إدخال جميع الملاحظات والتغذية الراجعة الواردة. هذا وقد تم عقد جلسة تدريبية حول أدوات المسح للطاقت الميداني، بالإضافة لتحديد مواعيد لإجتماعات مع مختلف الشركات لجمع المعلومات اللازمة.

وقد تم عقد ورشتي عمل، واحدة لمؤسسات مختارة من القطاع الخاص وأخرى لمؤسسات أهلية مختارة، بحيث تم عرض تحليل لنتائج البيانات التي تم جمعها في ورشتي العمل، ثم تم أخذ التغذية الراجعة والملاحظات من ورشتي العمل وأدرجت في هذا التقرير.



## المسؤولية الاجتماعية للشركات: -

### رد فعل القطاع الخاص على الهجوم على غزة

قدم القطاع الخاص الفلسطيني دعمه لقطاع غزة خلال وبعد الهجوم على غزة في الأعوام ٢٠٠٨ / ٢٠٠٩، وذلك من خلال الإستجابة السريعة لتوفير إحتياجات المواطنين، وخصوصاً في غياب المؤسسات الرسمية، كما لعب القطاع الخاص دوراً رئيسياً في محاولة توفير اللوازم التي كانت في شححة بسبب الحصار. وبما أنه لا توجد طريقة لتحويل الأموال مباشرة لقطاع غزة، أسهم القطاع الخاص بتبرعات عينية كالغذاء والدواء والمواد الطبية ومواد التنظيف والألبسة. وقد كانت هناك العديد من المبادرات المهمة من قبل القطاع الخاص خلال الأزمة، ومن بينها: -

● مبادرة جمعية البنوك في فلسطين، بالتعاون مع البنوك المحلية في فلسطين، لتخصيص أجور يوم عمل لجميع الموظفين لصالح قطاع غزة. مع العلم أن البنوك نفسها تبرعت بنفس قيمة المبالغ التي تبرع بها موظفوها.

● مبادرة شركات الأدوية الفلسطينية لإرسال الدواء لقطاع غزة بالتنسيق مع مؤسسات دولية مثل الأمم المتحدة.

● مبادرة المجلس التنسيقي للقطاع الخاص من خلال الطلب من الشركات للتبرع بمواد عينية لصالح قطاع غزة. وقد تم جمع التبرعات وإرسالها إلى قطاع غزة بالتنسيق مع منظمات دولية.

هذا الرد الإيجابي الفوري للقطاع الخاص هو جزء من المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، والذي تم تطبيقه من خلال إعادة توزيع الأموال من موازنات التسويق والعلاقات العامة لمعظم الشركات، أو توفير الأموال الضرورية من قبل الآخرين.

تم إجراء مسح تجريبي لدعم هذه الورقة؛ وشمل ذلك لقاءات مع ٣٠ شركة من القطاع الخاص في الضفة الغربية وقطاع غزة. وقد كانت الشركات كبيرة نسبياً من ناحية الحجم وعدد الموظفين فيها بالمقارنة مع الشركات الأخرى في ذات القطاع. ومن الجدير بالملاحظة أن ثلاثة من أكبر الشركات لم تتجاذب لطلبنا بالمشاركة في المسح، الأمر الذي له علاقة بمخاوف داخلية لدى تلك الشركات. وبناء عليه، تم عقد لقاءات أخرى مع شركات غيرها من ذات الحجم والنشاط التي تعمل ضمن نفس التوزيع الجغرافي.

وبناء على اللقاءات التي عقدت، تم إجراء تحليل لخصائص وسلوك القطاع الخاص فيما يتعلق بالمسؤولية المجتمعية والتنمية والعمل الأهلي. ويسلط التحليل المذكور الضوء على التعاون الممكن مع مبادرات وبرامج المؤسسات الأهلية التي تعنى بمجالات مختلفة من المجتمع.

وفي مرحلة الدراسة، من المهم ملاحظة أن الظروف الحالية الصعبة في قطاع غزة قد أثرت على محاولات الإلتقاء مع شركات مختلفة. غير أنه من الواضح أن ما تبقى من القطاع الخاص في قطاع غزة يناضل للحفاظ على بقاءه. وبالتالي، تم تضمين جزء خاص بالمسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص في قطاع غزة في الجزء الأخير من هذا التقرير.

الأجزاء التالية تعرض تحليل البيانات التي تم الحصول عليها من اللقاءات مع شركات القطاع الخاص

الفلسطيني: -

## توجهات عامة ونتائج المقابلات: -

خلال المقابلات مع الشركات، كان من الواضح وجود سوء فهم عام للمبادئ المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، فمثلاً، اعتبرت بعض الشركات نشاطات التسويق كجزء من برنامج مسؤوليتها الاجتماعية، والذي يشمل نشاطات مثل رعاية النشاطات وإقامة المعارض و المؤتمرات، بينما ركزت شركات أخرى على المسؤولية الاجتماعية للشركات كبرنامج يرتبط مباشرةً بخدمة وتنمية المجتمعات المحلية.

وقد تم جمع المعلومات والبيانات من الشركات المبحوثة من خلال المقابلات مع طواقم الإدارة العليا، ومدير العلاقات العامة، ومدير الإدارة/المالية، حيث أظهرت الشركات إهتماماً بموضوع المسؤولية الاجتماعية وكذلك إهتمام بجهود «مركز تطوير»؛ وقد شمل طاقم الإدارة العليا ١١ مديراً عاماً للشركات المبحوثة، و١٠ مدراء إدارة/مالية، و٧ مدراء تسويق، و٢ من مدراء العلاقات العامة.

أما التوزيع الجغرافي للشركات، فقد تم أخذه بالحسبان عند عمل القائمة، فقد كانت ١٧ شركة من العينة المستعملة في وسط الضفة الغربية التي هي مقر معظم الشركات الكبرى، و٧ شركات في شمال الضفة الغربية و٦ شركات في جنوبها.

وقد كان توزيع الشركات حسب نوعها وعدد طاقمها كما يلي: ١٢ من الشركات كانت شركات مساهمة عامة، ١١ شركة محدودة الضمان، و ٦ منها كانت مؤسسات شراكة؛ ثلاثة من الشركات كانت لديها أكثر من ٢٠٠ موظف، شركتين كان لديها ١٥٠-٢٠٠ موظف، ٦ شركات لديها ١٠٠-١٥٠ موظف، ٨ شركات لديها ٥٠-١٠٠ موظف، و١١ شركة كان لديها أقل من ٥٠ موظف.

في قطاع غزة، تم عقد لقاءات لإستكمال الدراسة. وقد أظهرت النتائج أن شركات القطاع الخاص كانت تقوم بالقليل من النشاطات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات في العام ٢٠٠٩ والسنوات السابقة. وفي بعض الحالات، كانت طبيعة المساهمات عبارة عن تبرعات عينية من منتجات الشركة وتبرعات نقدية للمؤسسات الخيرية أو بشكل مباشر للأفراد والعائلات المحتاجة. وقد كان الدافع الرئيسي للتبرعات هو

المعتقدات الدينية حيال دعم المحتاجين في المجتمع، وبدرجة أقل، لترويج الشركة ومنتجاتها في المجتمع. ولم يكن هنالك أية مؤشرات تتعلق بتأثير المساهمات على المجتمع أو حتى على الشركة نفسها. وقد بلغ مجموع المساهمات التي قدمتها الشركات الأربع المبحوثة، خلال العام ٢٠٠٨، ٤٠,٠٠٠ دولار منها ٢٠,٠٠٠ دولار مساهمات عينية. وفي العام ٢٠٠٧، كان مجموع قيمة المساهمات حوالي ٣٣,٠٠٠ دولار على شكل مساهمات عينية. وفي ضوء المقابلات التي أجريت، لا تسجل أي من هذه الشركات في قطاع غزة مساهماتها لأسباب ضريبية.

### النشاطات المتعلقة بالمسؤولية الإجتماعية للشركات في الأعوام ٢٠٠٨ و ٢٠٠٩ :-

تختلف النشاطات التي ذكرتها الشركات تبعاً لأسبابها ودوافعها، كما يلي:-

١. دوافع دينية وأخلاقية: هذه المجموعة من الشركات تهتم بالعادة في ترويج جهودها، وتركيزها ينصب على مجموعة وعينة من المستفيدين بحيث تتم نشاطاتها بشكل سري. كما أن معظم الشركات التي شاركت في المسح لعبت هذا الدور مدفوعة بحوافز دينية أو إهتمامات أخلاقية تجاه المجتمع.

أشارت ١٥ من الشركات المبحوثة إلى أن هذا هو الدافع الوحيد لإسهاماتها تجاه المجتمع.

ونتيجة لتشريع يبطئ من هذا النوع من النشاط بسبب الخوف من دعم الإرهاب، تظهر الشركات حذراً كبيراً عندما يتعلق الأمر بالتبرعات، وذلك بسبب مخاوف من تحويل التبرعات وعدم وصولها للمحتاجين. حوالي نصف مجموعة الشركات لجأت إلى التبرع بمنتجاتها كبديل عن الدعم المالي المباشر. كما يتم تقديم تبرعات مالية من خلال مؤسسات بدلاً من تقديمها مباشرة لأفراد. وتشمل هذه التبرعات منح دراسية تقدم مباشرة للجامعات والمستشفيات لتغطية تكاليف العلاج والجراحة. وكذلك، تبنت بعض الشركات عائلات فقيرة وتدعمها من خلال مخصصات شهرية. وتنشط العديد

#### حملة الأخوة الفلسطينية

استجابة لأزمة الرواتب عام ٢٠٠٦ والتراجع الاقتصادي العام في فلسطين، أطلقت بال تل وباديكو مبادرة لتوزيع كويونات طعام بقيمة ٥٠٠ شيكل (١١١ دولار) لأصحاب الرواتب المتدنية من موظفي السلطة الفلسطينية وعائلات المعتقلين. وقد استهدفت الحملة ٤٠,٠٠٠ موظف ممن تقل رواتبهم عن ١٥٠٠ شيكل، بالإضافة إلى ١٠,٠٠٠ من عوائل الشهداء والمعتقلين والجرحى.

من الشركات في هذه المجموعة خلال حالات الطوارئ والمناسبات الدينية. وازدادت هذه النشاطات بشكل ملحوظ بعد الحرب على غزة. وقد شجعت جهود الناشطين الإنسانيين والمؤسسات الأهلية الشركات على تقديم التبرعات العينية أو النقدية لقطاع غزة، وقد نجحت واثمرت جهودهم عندما إستجابت ٢٧ من الشركات المبحوثة وقامت بنشاطات في هذا المجال. بعض هذه الشركات عدلت من خططها السابقة لإستيعاب هذه الإحتياجات الطارئة ضمن نشاطاتها في مجال المسؤولية الإجتماعية للشركات. أما المناسبات الدينية مثل شهر رمضان المبارك، فتمثل فترة من النشاطات المكثفة لشركات القطاع الخاص، سواء كان لديها إستراتيجيات للمسؤولية الإجتماعية وخطط جاهزة أو تلك الشركات التي تستجيب ببساطة لطلبات المساعدة.

## ٢. المسؤولية الإجتماعية:

مصطلحات المسؤولية الإجتماعية للشركات، مواطنة الشركات، وإستدامة الأعمال تشير أساساً إلى نفس المبدأ: هو أن شركات القطاع الخاص ليست مسؤولة فقط عن جني الأرباح لمساهميها، بل يجب أن يكون لها تأثير إيجابي على المجتمعات، والثقافات، والجماعات والبيئات التي تعمل فيها. ولذلك، يبقى الحافز والدافع الرئيسي لهذه المجموعة هو "المسؤولية الإجتماعية". تعتبر هذه المجموعة من الشركات أنها تطورت في ممارستها للمسؤولية الإجتماعية بناء على حوافز ودوافع أخلاقية ودينية.

### مؤسسة فيليستيا (مؤسسة شركة تابعة لمجموعة بالتل)

مؤسسة فيليستيا هي مؤسسة مستقلة غير ربحية أقامتها مجموعة بالتل عام ٢٠٠٨، كإستجابة مباشرة للإحتياجات المتنامية للشعب الفلسطيني. وتعتبر المؤسسة الأولى من نوعها: مؤسسة محلية ذات تمويل ذاتي مدعومة من شركة. وقد تغير اسمها الأصلي مؤسسة مجموعة بالتل إلى مؤسسة فيليستيا في أوائل العام ٢٠٠٩. وترتكز المؤسسة على أشكال مختلفة من تمكين الشباب من خلال توفير فرص متساوية لجميع قطاعات المجتمع في التعليم، ومن خلال ترويج مجتمع مبني على المعرفة، ومن خلال تشجيع المبادرات، وكذلك من خلال تحديد القدوة الحسنة لإلهام الأجيال الفلسطينية المستقبلية. وفلسفة المؤسسة هي الإسهام في التنمية الوطنية لفلسطين والتنمية الإنسانية للمجتمع الفلسطيني من خلال شراكات مع جميع الجهات المعنية في المجتمع ومع الفلسطينيين في الشتات، وذلك لأنه لا ينجح سوى المنهج الدمجي الموحد للتنمية الإنسانية.

وقد وجد أن حوالي ١٥ من الشركات المبحوثة تبنت هذا النوع من توجه "المسؤولية الإجتماعية". ويشمل هذا المبدأ المسألة الإجتماعية، وهو مبدأ جديد نسبياً ظهر في فلسطين في العام ٢٠٠٨. هذا المبدأ تم تبنيه بشكل رئيسي من قبل كبرى الشركات المساهمة، مع العلم أن ثلاثة فقط من الشركات المبحوثة تأخذ

موضوع المسائلة الإجتماعية يعين الإعتبار. ومؤخراً تم منح شركة عنبتاوي شهادة SA8000، وهي شهادة تتعلق بظروف العمل داخل الشركة وهي جزء من المسؤولية الإجتماعية، حيث منحت للشركة لمساعدتها على الإنضمام إلى منظمة التجارة العادلة العالمية.

#### القطاعات التي تستهدفها نشاطات القطاع الخاص المرتبطة بالمسؤولية الإجتماعية للشركات: -

أشارت نتائج المقابلات أن ٢٧ من الشركات تركز على قطاعي التعليم والصحة، بينما ركزت ١٥ شركة على رعاية النوادي الرياضية ودعم النشاطات الرياضية ضمن جهدها للتعامل مع إهتمامات الشباب، وخصوصاً في المناطق التي تتواجد فيها مقار تلك الشركات. وقد رعت ٩ من الشركات المبحوثة معرضاً أو مؤتمراً أو مهرجاناً. وقد قدم ما يصل إلى ٢٦ شركة تبرعات لمؤسسات خيرية مسجلة بشكل قانوني.

الشكل التالي يوضح توزيع الجهات المختلفة التي تدعم قطاعات معينة من خلال الرعاية والتبرعات: -



شكل رقم ٢: القطاعات المستهدفة من الشركات

## التغيرات في النشاطات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات بين الأعوام ٢٠٠٨ و٢٠٠٩: -

بين الأعوام ٢٠٠٨ و٢٠٠٩، لم تشهد واحد وعشرين شركة تغيرات في طريقة إجراء نشاطاتها المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، سواء من ناحية نوع النشاط أو مبالغ الإنفاق، ولا حتى من ناحية القطاعات المستهدفة. أما التغيرات بالنسبة للشركات التسع المتبقية فقد حدثت كرد فعل على الحرب على قطاع غزة. ومن الملاحظ أن ٢٢ من الشركات تقوم بتنفيذ نشاطات تتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للشركات بناء على طلبات محدد تقدمها جهات معينة للحصول على مساعدة، أو بناء على تقييم تلك الشركات لمستوى الثقة في الطرف المتلقي، ويرتبط كذلك بموافقة الإدارة العليا للشركة، ذلك مع العلم أن ٨ شركات فقط تنفذ نشاطات تتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للشركات بناء على خطط موضوعة وموافق عليها سلفاً.

والجدير بالملاحظة كذلك، أن ثلاثة شركات فقط كان لديها موازنة محددة لأغراض المسؤولية الاجتماعية للشركات؛ ويوحي ذلك باعتبارات المسؤولية الاجتماعية المتطورة للشركات. وتتصرف معظم هذه الشركات بناء على عدة عوامل تشمل الظروف السياسية، والمالية، واحتياجات المجتمع واستفادة الشركة من المبادرة.

## غايات الشركة (الداخلية والخارجية): -

تبين المقابلات التي تم إجراؤها وجود غايات مختلفة تهدف الشركات لتحقيقها، للشركة والمجتمع، من خلال تنفيذ نشاطات تتعلق المسؤولية الاجتماعية للشركات. ويمكن وصف هذه الغايات كما يلي:

- ٢١ من الشركات كان لها هدف مساعدة المجتمع الفلسطيني على الاعتماد على الذات ومساعدة المجموعات على التطور.
- ٢١ من الشركات كانت تؤمن بدعم المحتاجين، وبأن الفقراء لهم الحق بالمشاركة في أرباح الشركة التزاماً بمعتقدات دينية.
- تحسين صورة الشركة ومنتجاتها كان الهدف الرئيسي لسبعة عشر شركة، وذلك من أجل المنافسة مع البضائع الإسرائيلية والمستوردة.
- لم تتمكن ٧ شركات من تحديد غايات (سواء داخلية أو خارجية) تهدف لتحقيقها من خلال نشاطات المسؤولية الاجتماعية للشركات.

- ثلاثة من الشركات تعتقد أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تعتبر أداة مفيدة لجذب كوادر مؤهلة لتلك الشركات.
  - ستة من الشركات أشارت إلى أن هدفها كان الحفاظ على ولاء الموظفين.
  - واحدة من الشركات أشارت إلى أن هدفها كان الحصول على شهادة دولية في تبني المسؤولية الاجتماعية.
- بعد مراجعة الغايات التي تتوخاها شركات القطاع الخاص من تنفيذ النشاطات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، يمكن الاستنتاج أن تسويق الشركة والغايات الاجتماعية هي الأهداف الرئيسية للشركات. وقد بينت الشركات اهتمام متساو في تحسين صورتها وتعزيز منتجاتها بدرجة اهتمامها بدعم مجتمعاتها من خلال تقديم التبرعات والمساهمات في النشاطات الاجتماعية. ويبدو أن وجود هاتين الغايتين يمكن أن يضمن فرصة أكبر لنجاح المبادرة بالنسبة لأي شركة.

### قياس تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات: -

قياس التأثير على المجتمع: غالبية الشركات المبحوثة (١٩ شركة) لا تقيس تأثير نشاطاتها المنفذة، في إطار المسؤولية الاجتماعية للشركات، على المجتمع. فقط ١١ شركة تقيس هذا التأثير من خلال تقارير تتلقاها من المؤسسات المستفيدة.

قياس التأثير على الشركة: نصف الشركات المبحوثة تقيس تأثير النشاطات على الشركة نفسها من خلال تقييم الزيادة في المبيعات والطلب على منتجاتها، ومن خلال التواصل مع زبائن جدد.

### إمكانية التعاون مع مؤسسات أهلية: -

#### التعاون القائم بين القطاع الخاص والمؤسسات الأهلية:

لقد وجد أن ١٩ من الشركات كان لها تعاون من خلال نشاطات مشتركة مع المؤسسات الأهلية (أو مع جهات خارجية أخرى). أما الشركات المتبقية (١١ شركة) فقد نفذت نشاطات بدون تعاون مع المؤسسات الأهلية بسبب عدم وجود أهداف مشتركة أو بسبب قضايا داخلية في الشركة كالموازنات والقيود المتعلقة بالوقت والإدارة.

وتشمل الجهات التي تعاونت الشركات معها في تنفيذ نشاطات المسؤولية الاجتماعية للشركات، ما يلي: -

- الجامعات، من خلال رعاية ورش العمل التثقيفية وتقديم منح للطلاب.
- المؤسسات الخيرية، سواء من خلال التبرعات العينية أو المساهمات النقدية.
- الإتحادات النقابية والمؤسسات الصناعية (الطبية، والدوائية، أو الهندسية).
- البلديات، من خلال حملات حماية البيئة.
- المؤسسات التي تنفذ نشاطات ومهرجانات تتعلق بالاقتصاد.

### الحاجة للتعاون مع المؤسسات الأهلية والمجتمعية: -

الغالبية العظمى من الشركات (٢٦ شركة) شجعت مبدأ التعاون في مجال نشاطات المسؤولية الاجتماعية للشركات مع المؤسسات الأهلية والمجتمعية، وذلك بغرض تحديد افضل الطرق لتنمية المجتمع من خلال إستراتيجية شفافة ومهنية تكون محددة بوضوح.

### مزايا ومساوئ التعاون مع المؤسسات الاهلية والمجتمعية: -

غالبية الشركات المبحوثة (٢٢ شركة) عبرت عن توجه إيجابي حيال التعاون الممكن مع المؤسسات الاهلية والمجتمعية في تنفيذ مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات، وذلك في الوقت الذي لم تقم خمسة شركات بالإجابة عن هذا السؤال ، وكما وجدت شركتين تحملان توجهات سلبية تجاه إمكانية التعاون. ومن جهة أخرى، لم تعبر غالبية الشركات المبحوثة (٢٠ شركة) عن وجهة نظر إيجابية حيال المؤسسات الأهلية والمجتمعية ودورها القائم في مجال تنمية المجتمع الفلسطيني؛ وذلك مقارنة بعشرة شركات كان لها آراء إيجابية حيال الدور القائم للمؤسسات الأهلية والمجتمعية في تنمية المجتمعات، في الوقت الذي عبرت فيه ١٦ شركة عن الحاجة لتطوير تلك المؤسسات، وخصوصاً من ناحية الشفافية المالية والإدارية، ومن ناحية نوعية المشاريع التي تقوم بتنفيذها.

معظم التحسينات المقترحة تعلقت بمجالات تقليص التكرار والتداخل في جهود المؤسسات الأهلية والمجتمعية، وتوسيع الشرائح المستفيدة والإقتراب من أجنداث محلية بعيداً عن الأجنداث التي يفرضها المانحون.



بعض المزايا لهذا التعاون، كما عبرت عنها الشركات المبحوثة، تشمل -

- التحديد والإستهداف الصحيح للقطاعات المستهدفة التي تحتاج المساعدة في المجتمع.
- مساعدة الشركات الصغيرة على إقامة علاقات مع شركات القطاع الخاص الأخرى ومع المؤسسات الأهلية من أجل المساهمة في مساعدة المجتمع.
- المساعدة في تحقيق الأهداف.
- أفضل الإنجازات تكون من خلال الدعم المتخصص.
- توسيع الإعتراف بالشركة على صعيد كل البلاد.

وأشارت ١٢ من الشركات إلى مساوئ محتملة مثل هذا التعاون، ويشمل ذلك: -

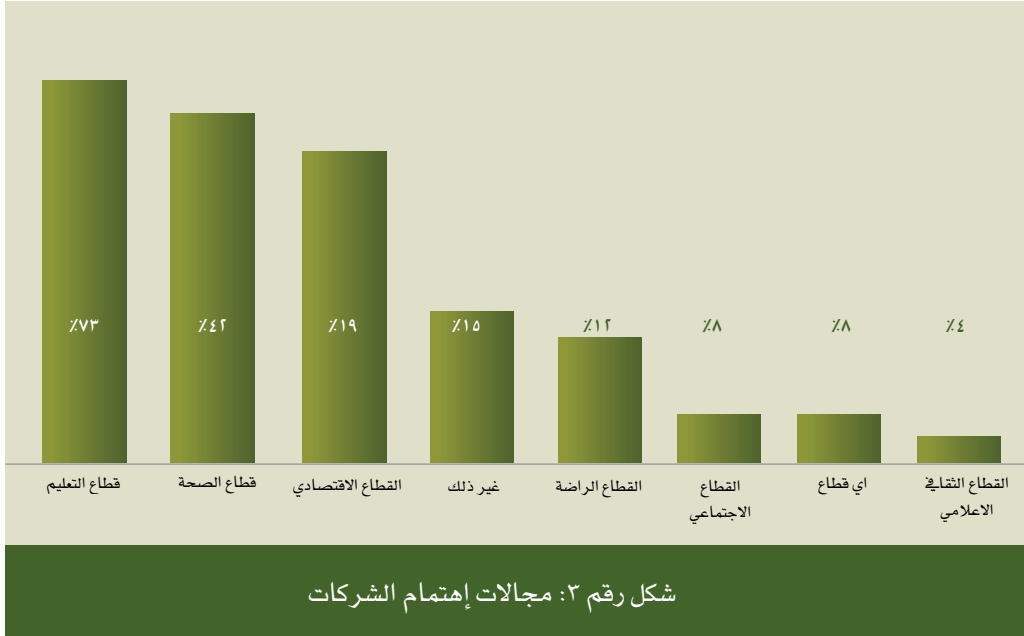
- وجود أكثر من جهة تشترك في مبادرات المسؤولية الإجتماعية للشركات سيقلل من درجة الإهتمام والاعتراف الذي يمكن أن تتلقاه الشركة.
- أن تصبح الشركات مهتمة أكثر بالشهرة والتسويق بدلاً من تحقيق حاجات المجتمع.
- ستحاول الشركات زيادة أرباحها دون الاعتراف المتساوي بالأطراف الأخرى المشاركة.
- عدم وجود جدية لدى المؤسسات المنفذة.

في حالة التعاون مع المؤسسات الأهلية والمجتمعية: -

المجالات المحتملة لإفادة المجتمع:

أظهرت الشركات إهتماماً متزايداً في تنفيذ مبادرات المسؤولية الإجتماعية للشركات في بعض القطاعات المحددة لدى التعاون مع المؤسسات الأهلية. وتميل ٢٢ من الشركات لمبادرات المسؤولية الإجتماعية للشركات في مجال التعليم، بينما تميل ١٣ شركة الى مبادرات المسؤولية الإجتماعية للشركات المتعلقة بقطاع الصحة.

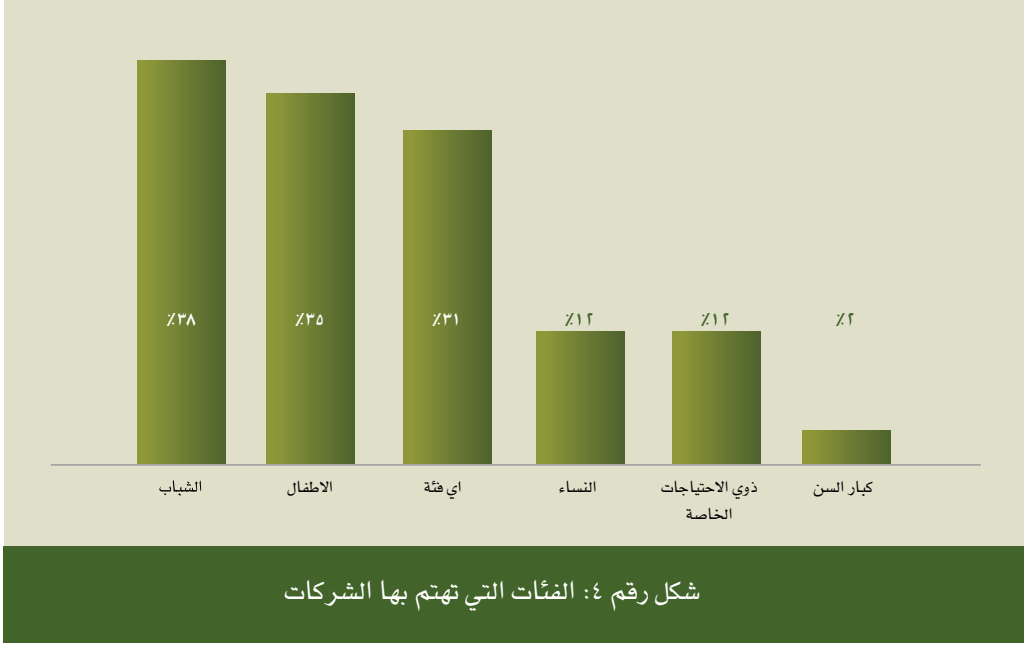
الشكل التالي يوضح المجالات المختلفة لاهتمام الشركات: -



المستفيدين الرئيسيين من النشاطات (في حالات التعاون): -

اهتمت ١١ شركة بمبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات التي تستهدف الشباب، بينما اهتمت ١٠ شركات باستهداف الأطفال. بينما لم يكن لدى ٩ من الشركات أي مجموعة مفضلة للاستهداف.

الرسم البياني التالي يوضح المجموعات المستفيدة المستهدفة حسب رأي الشركات:



#### المناطق الجغرافية المستهدفة (في حالات التعاون): -

معظم الشركات لم يكن لديها أي تفضيل فيما يتعلق بالمناطق الجغرافية لتنفيذ النشاطات. أشارت خمسة من الشركات إلى أنها تفضل تنفيذ نشاطاتها في المناطق التي تتواجد بها.

#### المبادرات التي استقطبت إهتمام شركات القطاع الخاص: -

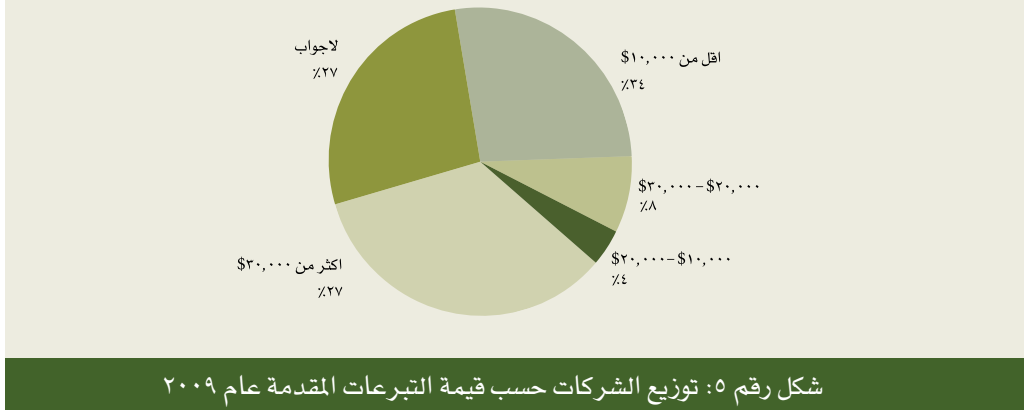
أشارت تسعة من الشركات إلى أنها لا تميل للمشاركة في أي مبادرة محددة، بينما أشارت واحد وعشرين شركة لرغبتها بالمشاركة في واحدة من المبادرات التالية:

- استقطبت مبادرة DEEP، التي يشرف عليها صندوق الأمم المتحدة الإنمائي، الإهتمام لأنها تعرض طرق عملية في التعامل مع الفقراء من خلال تقييم قدراتهم وتطوير برامج لتحسين وضعهم الإقتصادي.

- حازت إنجاز INJAZ على الإهتمام لأن الشركة توظف خريجين جدد وتزودهم بالتدريب اللازم، ودمجهم بطريقة فاعلة في سوق العمل.
  - يمكن إعتبار مؤتمر إستثمار فلسطين واحدة من قصص النجاح في مجال الرعاية.
  - برنامج الأغذية العالمي، بالتعاون مع المدارس المحلية، يشجع على تبني وجبات من الحليب المدعم بالفيتامينات للأطفال. هذا الإهتمام المتزايد سببه أن المبادرة تروج لمنتجات الشركة إلى جانب المسؤولية الإجتماعية للشركات.
  - مبادرة مقاطعة المنتجات الإسرائيلية، حيث أن هذه المبادرة تدعم المنتجات المحلية.
  - كان لمبادرة زينة ٧ دور إيجابي في مساعدة الأطفال مرضى السرطان .
- قيمة الدعم والتبرعات لمقدمة من الشركات خلال الفترة (٢٠٠٧-٢٠٠٩): -**
- وصلت التبرعات التي قدمتها الشركات إلى ذروتها في العام ٢٠٠٨ قبل أن تتخضع بنسبة ١١٪ في العام ٢٠٠٩ بسبب التراجع في الوضع السياسي وبسبب الأزمة المالية العالمية.
- التبرعات العينية والنقدية في العام ٢٠٠٩: -**
- عبرت ٢١ شركة عن رغبتها في المشاركة بمعلوماتها المالية، كاشفة ما قيمته ٩,١ مليون دولار من التبرعات في العام ٢٠٠٩، حيث تبرعت إحدى الشركات بما مجموعه ٤,١ مليون دولار، بينما تبرعت باقي الشركات، ١٩ شركة، بباقي المبلغ البالغ ٥٠٠,٠٠٠ دولار.

٧ زينة هو برنامج لرفع الوعي في المجتمع حول السرطان، أسبابه والظروف الحالية التي يعان فيها الأطفال. وقد عمل في حملات لتوفير المعلومات للجمهور حول السرطان، وظروف المرضى وتأثيرات المرض النفسية والاجتماعية والطبية.

### الرسم البياني التالي يوضح نسب توزيع تبرعات الشركات في العام ٢٠٠٩:

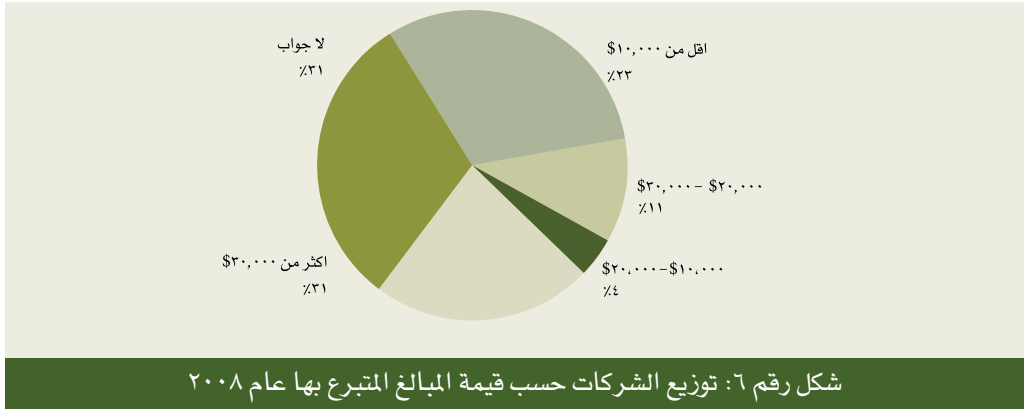


لا تحتفظ ٢١ من الشركات بسجل للتبرعات العينية، بينما قدمت الشركات التسع المتقدمة تبرعات عينية بقيمة ١٧٧,٠٠٠ دولار.

### التبرعات العينية والنقدية في العام ٢٠٠٨:

مجموع المبالغ المتبرع بها حسب تقارير الشركات خلال العام ٢٠٠٨ كان مليوني دولار، بينما تبرعت ما مجموعه تسع شركات بأقل من ١٠,٠٠٠ دولار لكل منها، وتبرعت شركتين بما مجموعه ١,٥ مليون دولار، وتبرعت الشركات المتبقية، ١٩ شركة، بما مجموعه ٤٧٥,٠٠٠ دولار.

### الشكل التالي يوضح النسب لتوزيع تبرعات الشركات في العام ٢٠٠٨:

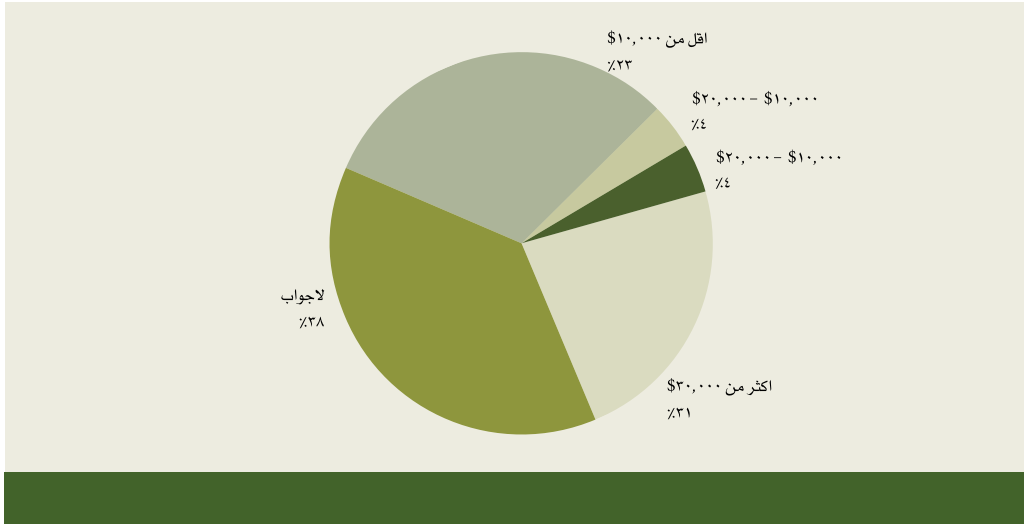


تسع شركات فقط تحتفظ بسجلات لتبرعاتها العينية الأمر الذي يكشف تبرعات مجموعها ١٧٠,٠٠٠ دولار عام ٢٠٠٨

## التبرعات العينية والنقدية لعام ٢٠٠٧:

مجموع المبالغ التي تم التبرع بها حسب تقارير الشركات في العام ٢٠٠٧ كان ٦٠٠,٠٠٠ دولار.

الشكل التالي يوضح النسب موزعة حسب تبرعات الشركات (٢٠٠٧)

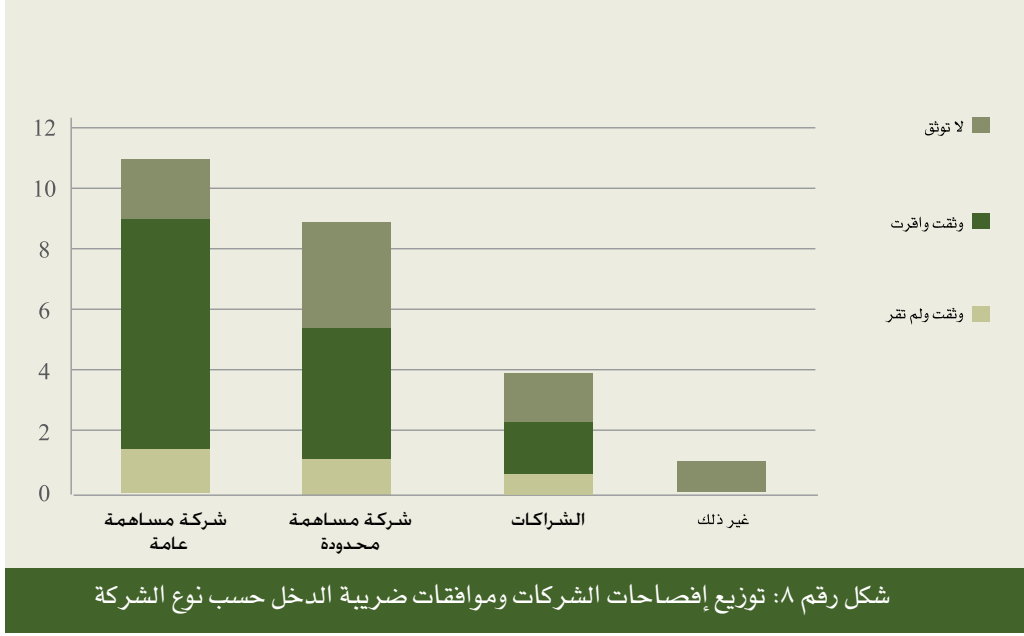


تم التبرع بما قيمته ١٤٢,٠٠٠ دولار من المساعدات العينية لعام ٢٠٠٧.

## المسؤولية الاجتماعية للشركات والقضايا الضريبية:-

وثقت ١٧ شركة تبرعاتها في كشفها الضريبية وبالتالي تم الموافقة عليها ضمن الإستثناءات الضريبية من قبل دائرة ضريبة الدخل. ومع أن خمس شركات أخرى أعلنت عن تبرعاتها إلا أن دائرة ضريبة الدخل لم تعترف بها، وذلك على الرغم من وجود القانون الذي ينص صراحة على أن التبرعات الموثقة بشكل سليم هي قابلة للإقتطاع الضريبي. مع العلم أن ٨ شركات لم تفصح عن تبرعاتها وتعاملت معها كمصروفات للشركة.

وعلاوة على ما سبق، الرسم التالي يبين أن الشركات الكبرى ذات التبرعات الكبرى أكثر احتمالاً للإفصاح عن تبرعاتها لدائرة ضريبة الدخل وأن ذلك أقل احتمالاً للرفض، بينما ينطبق العكس على الشركات الصغيرة.



## القضايا الضريبية وسياسة المسؤولية الاجتماعية للشركات: -

يمكن للحكومات تيسير ودعم تبني وتنفيذ ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال خلق بيئة سياساتية تساعد على تشجيع الشركات التي تنفذ مبادرات في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات. فمثلاً، يمكن للحكومات تعديل القوانين والتشريعات لتصبح متوافقة مع المعايير المتعارف عليها في مجال إدارة وتوثيق مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات. كذلك يمكن للحكومات أن تقوم بتيسير بناء القدرات ورفع الوعي حول القضايا المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات. فالحكومات يمكنها أن تشجع وتشارك في شراكات بين القطاع العام والقطاع الخاص لتعزيز التغيير الاجتماعي الإيجابي، ولتحقيق الأهداف التنموية، والبيئة الاجتماعية. كما أن التركيز على قوانين وتعديل التشريعات حول الشفافية والمساءلة في كتابة التقارير هو مهم ويعطي إشارات للشركات المحلية ومتعددة الجنسيات، بأن موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات يؤخذ على محمل الجد.<sup>٨</sup> كما يرسل كذلك رسائل إيجابية لمجموع المستثمرين بأن هنالك تقدم ملموس على صعيد السياسات. لقد أطلق

٨ خان، مسعود علي. "السداد: المسؤولية الاجتماعية للشركات في مجلس التعاون الخليجي". زاوية. موقع الإنترنت. ٨ تشرين ثاني، ٢٠٠٧.

برنامج الاستثمار لدول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا الخاص بمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية منتدى الأعمال المسئول، وذلك خلال اجتماعها الوزاري الذي عقد يومي ٢٧ و٢٨/١١/٢٠٠٧، حيث تولت مصر رئاسة المنتدى. وفي يوم ٧/١١/٢٠٠٧، أصبحت مصر أول دولة عربية، وكذلك إفريقية، توقع إعلان منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية حول الاستثمار الدولي والشركات متعددة الجنسيات. كما أن العديد من الوزراء والمسؤولين يدرسون بجدية التحديات البيئية والاجتماعية من أجل الدراسة عن حلول من خلال الدخول في أعمال. وعلى المستوى الإقليمي، تم اتخاذ خطوات لمؤسسة فكرة المسؤولية الاجتماعية للشركات.

إن للعديد من البلدان قوانين ضريبية تسمح للشركات باقتطاع التبرعات من دخلها الخاضع للضريبة. القانون الأردني<sup>٩</sup>، على سبيل المثال، يسمح باقتطاع أية تبرعات دفعت لقضايا العمل الأهلي، مثل برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات، وذلك حتى نسبة ٢٥٪ من قيمة الدخل الخاضع للضريبة. كما أن بعض البلدان تذهب لأبعد من الاقتطاع الضريبي، فمثلاً، في مصر، أعلن القانون الضريبي لعام ١٩٩٤، أنه يمكن للشركات اقتطاع التبرعات والمساعدة المقدمة للحكومة، والسلطات المحلية والمؤسسات العامة دون سقف أعلى، وذلك من أجل إعادة توجيه التبرعات الخيرية للشركات نحو تنفيذ مشاريع تنمية، الأمر الذي يسهم مباشرة في أجندة القطاع العام للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، حيث أن التبرعات للجمعيات الخيرية المسجلة قانونياً، ومؤسسات الرفاهية الاجتماعية، والمؤسسات التعليمية والمستشفيات التي تشرف عليها الحكومة، تخضع لخصم يصل حتى ٧٪ من صافي الربح في العام. ومع ذلك، وبسبب البيروقراطية اللازمة للحصول على هذا الإعفاء، لم تتقدم معظم الشركات للحصول عليه. ومع أن معظم التبرعات التي تقدمها الشركات المحلية لها دوافع تتعلق بالمعتقدات الدينية والشعور بالواجب تجاه مساعدة الفقراء، يجب على الحكومة أن تبسط الإجراءات التي يلزم الشركات المرور بها للحصول على اقتطاعات ضريبية لمساهماتها، لأن ذلك يمكن أن يشجع الشركات على المشاركة في التبرع<sup>١٠</sup>. وفي فرنسا، ومنذ العام ١٩٨٧، تقوم وزارة شؤون البيئة والتنمية المستدامة بمنح جائزة سنوية للشركات ذات الأداء المتميز في مجال البيئة والتنمية المستدامة. وتهدف جائزة المشروع والبيئة لتحفيز الشركات على الالتزام بالمعايير الوطنية. وذلك كمثال على التعاون بين القطاع العام والخاص.

٩ الاردن - قانون ضريبة الدخل قانون رقم (٥٧) لسنة ١٩٨٥ المعدل بالقانون رقم (٤) لسنة ١٩٩٢ (المعمول به اعتباراً من ١/١/١٩٩١) بالقانون رقم (١٤) لسنة ١٩٩٥ (المعمول به اعتباراً من ١/١/١٩٩٦) بالقانون رقم (٢٥) لسنة ٢٠٠١ (المعمول به اعتباراً من ١/١/٢٠٠٢) والتعليمات الصادرة بموجبه



كما تصدر وزارة شؤون البيئة والتنمية المستدامة شهادات بيئية، حيث تدير حملات للملصقات البيئية (الملصقات البيئية هي منتجات تستعمل في تغليف المنتجات لتسهيل على المستهلكين تمييزها واختيار المنتجات الخضراء الصديقة للبيئة)، وهي مشروع إختياري مصمم لتشجيع شركات الأعمال والخدمات ومنتجات السوق على الإعلان أنها منتجات صديقة للبيئة. وفي المملكة المتحدة، يعتبر منح جوائز للتدرج في أفضل الممارسات طريقة أخرى لإقامة نشاطات المسؤولية الإجتماعية للشركات، وهذا الأسلوب يستفيد من إهتمام الشركات بتحسين سمعتها. وتدعم الحكومة في المملكة المتحدة سلسلة جوائز كجائزة الملكة للمشاريع، وجائزة الأعمال والمجتمع، وكذلك جوائز المشاريع والإصلاح التنظيمي للإبداع ومؤشر مسؤولية الشركات الذي ترعاه جوائز المشاريع والإصلاح التنظيمي للإبداع. كما أن هناك إجراءات غير مباشرة لتحفيز سلوك المسؤولية الإجتماعية للشركات من خلال سياسات مالية. أحد الأمثلة على هذه السياسة هو مشروع الإعفاء الضريبي عن الإستثمار في المجتمع، والذي يشجع الإستثمارات الخاصة في مجتمعات محرومة ولا تلقى الكثير من الإستثمار. ومثال آخر هو العطاء من الراتب، والذي يشجع الموظفين على التبرع لمؤسسات خيرية من خلال الموافقة على الحسم المباشر من مجمل راتبه قبل الضريبة. توفير مثل هذه الخيارات للموظفين ينظر إليه بشكل متزايد باعتباره إجراء أساسي لأرباب العمل لإظهار مسؤوليتهم الإجتماعية أمام طاقمهم والمجتمع. ومع أن المملكة المتحدة لا يوجد بها برنامج ملصقات بيئي لرفع الوعي حول الإستدامة، فإن التركيز هو على الملصقات الخضراء الحالية بحيث يمكن إعتبره كإجراء لرفع وعي المستهلك. أحد الأمثلة على ذلك هو ملصق الزهرة البيئي الأوروبي، والذي يتم الترويج له بشكل رئيسي من خلال وزارة البيئة، وشؤون الأغذية والريف. كما أن الحكومة البريطانية هي داعم قوي للتجارة العادلة؛ ومبادرة مشتريات غذاء القطاع العام، وهي تهدف إلى تشجيع مؤسسات القطاع العام لإدارة منح العطاءات بطريقة تروج للتنمية المستدامة من خلال تفضيل منتجات التجارة العادلة. فهي تفتح الفرص أمام الموردين على المستوى المحلي والوطني، والذين يتلقون الدعم من خلال مكتب الحكومة لإرشاد التجار حول التجارة الإخلاقية والعادلة. وعلاوة على ذلك، تتفد وزارة التنمية الدولية العديد من الإجراءات لتعزيز التجارة العادلة كسياسة لصالح الفقراء من أجل تحقيق أهداف الألفية وذلك من خلال دعم برامج شهادات التجارة العادلة كمؤسسة التجارة العادلة من خلال صندوق الوعي التنموي.<sup>11</sup>

11 متصفح المسؤولية الإجتماعية، السياسات العامة في إفريقيا، الأمريكيتين، آسيا وأوروبا.

## السياق الفلسطيني :-

لفرض بحث الوضع الحالي للمسؤولية الاجتماعية في المناطق الفلسطينية المحتلة، يتم هنا إجراء فحص للعقبات القانونية والمؤسسية. وستساعد نتائج الدراسة «مركز تطوير» على تصميم المبادرات وتحديد المجالات التي يلزم فيها الضغط لتطوير بيئة المسؤولية الاجتماعية.

ومن أجل تحديد الإطار القانوني الذي ينطبق على دور المسؤولية الاجتماعية والعمل الأهلي للشركات، وكذلك لفهم ما الذي يحدث حقاً عندما تلعب شركات القطاع الخاص دورها في المسؤولية الاجتماعية داخل المجتمع، تم إجراء مراجعة لقانون الضريبة، كما تم إجراء مقابلات مع مدققين مختصين إلى جانب عدد من الشركات التي تمارس دور المسؤولية الاجتماعية للشركات. كما تم عقد لقاء مع مستشار وزارة الاقتصاد الوطني من أجل تحديد دور الوزارة في تشييط المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص ومساهماته. وأخيراً تم إدماج أسئلة حول الموضوع في مسح تم إجرائه على ٣٠ شركة من القطاع الخاص.

## قانون الضريبة :-

منذ إقامة السلطة الفلسطينية وقانون الضريبة الأردني (رقم ٢٥ لعام ١٩٦٤) يتم تطبيقه في فلسطين. وقد تم إصدار قانون ضريبة فلسطيني جديد عام ٢٠٠٤ ودخل حيز التنفيذ عام ٢٠٠٥. وفي عام ٢٠٠٨ تم إدخال تعديلات على قانون عام ٢٠٠٤ الذي مازال مطبقاً حتى هذا اليوم.

### (١) الإشارة للتبرعات في قانون الضريبة رقم ٢ لعام ٢٠٠٨

المادة رقم ٩ : تقلصات مشروطة في ضريبة الدخل، قانون الضريبة رقم ٢ لعام ٢٠٠٨

المادة رقم ٩، فقرة رقم ٣: التبرعات المقدمة لصناديق الزكاة والمؤسسات الخيرية والمؤسسات الغير ربحية الفلسطينية المسجلة ومؤسسات السلطة الوطنية (إستجابة لدعوة عامة) لا تزيد عن ٢٠٪ من الدخل الصافي.

## ٢) الفرق بين القانون رقم ٢ لعام ٢٠٠٨ والقانون رقم ٢٥ لعام ١٩٦٤

- التبرعات التي تدفع ضمن القانون رقم ٢٥ لعام ١٩٦٤، كانت أعلى نسبة للحسم على الدخل الصافي ٢٥٪، وبينما في القانون رقم ٢٠٠٨ تراجعت تلك النسبة إلى ٢٠٪ .
- القانون رقم ٢٥ لعام ١٩٦٤ يسمح بالتبرع فقط لمؤسسات خيرية، بينما قانون رقم ٢ لعام ٢٠٠٨ يسمح بالتبرعات لصناديق الزكاة والمؤسسات الخيرية والمؤسسات الغير ربحية ومؤسسات السلطة الفلسطينية استجابة دعوى رسمية عامة.
- القانون رقم ٢ لعام ٢٠٠٨ نص على منح تقلصات ممكنة في مواد أخرى لم تكن في القانون رقم ٢٥ لعام ١٩٦٤ .

### ملخص نتائج المقابلات: -

#### أ) الشركات الكبرى في القطاع الخاص:

بعض شركات القطاع الخاص والعام المساهمة وإحدى شركات التدقيق المتخصصة قالت أنهم بالعادة لا يواجهون أية مشاكل في الإفصاح عن نشاطاتهم في مجال المسؤولية الإجتماعية للشركات كإعفاء من ضريبة الدخل. مجمل المبلغ المتبرع به يتم توثيقه في سجلات رسمية ووثائق داعمة وكذلك في الكشوف المالية المقدمة لدائرة الضريبة للإستفادة من البند رقم ٢ من المادة رقم ٩ لقانون الضريبة.

الملاحظات الإضافية التي قدمتها الشركات سلطت الضوء على ضرورة قيام السلطة الفلسطينية بتشجيع نشاطات المسؤولية الإجتماعية للشركات من خلال تحديد نسبة الحد الأدنى من الأرباح لتحويلها إلى تلك النشاطات أو لصندوقٍ مخصص لمبادرات وطنية في مجال نشاطات المسؤولية الإجتماعية للشركات.

وقد أشار المدقق إلى أن ليس جميع الشركات الفلسطينية على معرفة بالقانون وأشار إلى أن على السلطة الفلسطينية القيام بما يلي:

- رفع الوعي حول القانون من خلال منشورات وحملات رفع الوعي.
- تدريب طاقم دائرة الضريبة على التعامل مع الإعفاءات الضريبية.

## ب) الشركات المتوسطة وصغيرة الحجم

الشركات الصغيرة ومكتب التدقيق، الذي يتعامل مع حسابات العديد من الشركات الصغيرة والمتوسطة في القطاع الخاص، أشارت إلى أن السلطات الضريبية تتعامل بطريقة مختلفة مع مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات عندما يتم إدراجها في الكشوفات المالية. حيث تقل ثقة دائرة ضريبة الدخل بوثائق التبرعات التي تقدمها الشركات صغيرة الحجم، وفي العديد من الحالات تلجأ الشركات الصغيرة إلى تسجيل تلك المبالغ تحت بند مصروفات عامة للمكتب وليس كجزء من إعفاء الضريبة (٢٠٪).

## ج) وزارة الإقتصاد الوطني:-

تم عقد لقاء مع مستشار وزير الإقتصاد الوطني حول السياسات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في فلسطين. وقد ناقش اللقاء العقبات التي تواجه وزارة الإقتصاد الوطني ودورها في الإسهام في رفع وعي القطاع الخاص وجهود الوزارة مع وزارات أخرى ومؤسسات السلطة الفلسطينية لتحقيق تقدم حقيقي في هذا المجال. الجزء التالي أدناه يوضح أهم النقاط:

- دور وزارة الإقتصاد الوطني في تعديل قانون الضريبة الحالي المطبق في المناطق الفلسطينية
- لقد عملت وزارة الإقتصاد الوطني، منذ إقامة السلطة الفلسطينية، على إيجاد قوانين تتعلق بتسمية الإقتصاد، وقد أقامت عددا من المؤسسات التي تساهم في نمو الإقتصاد الوطني كمؤسسة تشجيع الإستثمار. كما أن النشاطات بالعادة يتم إطلاقها بالتشاور مع القطاع الخاص.
- بعد التشاور مع القطاع الخاص، قدمت وزارة الإقتصاد الوطني توصيات إلى وزارة المالية حول قانون ضريبة الدخل، بما في ذلك تقديم إعفاءات في ضريبة الدخل على المبالغ المدفوعة كتبرعات.
- دور الوزارة في تعزيز مبدأ المسؤولية الاجتماعية ضمن القطاع الخاص
- يعتبر غياب التعاون بين وزارة الإقتصاد الوطني ووزارتي المالية والشؤون الاجتماعية المسؤولة عن مبادرات دعم المجتمع نقطة ضعف.
- الحوافز التي تقدمها وزارة الإقتصاد الوطني للقطاع الخاص.

- التنسيق مع وزارة المالية من أجل تطبيق قانون ضريبة الدخل (الذي حضرته وزارة المالية) والمتعلق بتخفيضات على المساهمات.
- تعديل المعايير المحلية لقانون ضريبة الدخل لتوازي المعايير الدولية.
- جهود وزارة الإقتصاد الوطني من خلال الحوار القائم بين القطاعين العام والخاص لغرض التنسيق والتعاون الأفضل.
- التنسيق المتواصل مع القطاع الخاص لمناقشة وتحضير حوافز إضافية مقترحة يتم دعمها في القانون.
- المسؤولية الإجتماعية ومساهماتها في التنمية الإقتصادية.
- مبدأ المسؤولية الإجتماعية هو مبدأ عالمي تطور بناءً على القطاع الخاص، بالإضافة للتأثير المباشر للعمولة ودعم منظمة التجارة العالمية.
- طرق لتطوير مبدأ المسائلة الإجتماعية في القطاع الخاص الفلسطيني.
- إستراتيجية وطنية يتم تطويرها بمبادرة مشتركة للقطاع الخاص والحكومة، ومن الممكن كذلك أن تكون بدعم من المؤسسات الأهلية، لتحديد أولويات مجالات التدخل لأجندة موحدة مدعومة.
- برنامج وعي حول المسؤولية الإجتماعية ومساهماتها في النمو الإقتصادي وكذلك حول الحوافز الضريبية المتاحة، لإستهداف القطاع الخاص.
- لتسليط الضوء على تأثير المسؤولية الإجتماعية في مساعدة الإقتصاد ودعم المؤسسات المهمشة، وذلك باستعمال أمثلة كبرامج التشغيل ومساهماتها في توفير الفرص للخريجين.

## إستنتاجات وتوصيات

### أستنتاجات بناءً على نتائج الدراسة

بالعادة، يتحكم المانحون بعملية إتخاذ القرار المتعلقة بإستعمال الموارد نيابةً عنهم، ولا يعتبر السياق الفلسطيني إستثناءً لذلك وكذلك، فإن الإعتماد على المساعدات الدولية قد قلل من قدرة المجتمع المدني الفلسطيني على الإستجابة بفعالية للتراجع المضطرد في الأوضاع السياسية والإقتصادية والبيئية. وقد أصبح من الواضح جداً أن المشاكل البيئية والإقتصادية والإجتماعية تتطلب حلولاً من خلال تعاون بين مختلف الجهات ذات العلاقة بما في ذلك المشاركة للقطاع الخاص. ومن الواضح الآن أن السلطة الفلسطينية لا تستطيع حل كل شيء بنفسها، ولا يستطيع المجتمع أو المجتمع المدني القيام بذلك. ومن المفضل لجميع القطاعات المختلفة أن تعمل معاً، حيث توجد حاجة لبناء قدرات إجتماعية أوسع لتوحيد جهود المجتمع المدني مع جهود القطاعين العام والخاص. وسيساعد ذلك بالتأكيد في التشجيع على توجه أكثر شمولية واستدامة، ويساعد كذلك في توفير الحلول للتحديات الحالية. وكذلك، فإن الجهود التعاونية ستساعد على تحسين الحوكمة في جميع القطاعات.

وفي ضوء محدودية العينة المستعملة في هذه الدراسة التجريبية، من الصعب التوصل إلى استنتاجات حاسمة حول المدى الحالي والآفاق المستقبلية للشراكات ومبادرات التعاون بين المؤسسات الأهلية والقطاع الخاص في فلسطين. ومع ذلك، يمكن الخروج بإستنتاجات عامة من هذه الورقة، الأمر الذي يمكن أن يوفر للمهتمين في الموضوع إضاءات جديدة حول النجاحات المحتملة في حال تنفيذ مثل تلك الشراكات ومبادرات التعاون.

وفي فلسطين كما هو الحال في معظم الشرق الأوسط، مازالت المسؤولية الإجتماعية للشركات لا تعتبر عملية داخلية ضمن استراتيجية ونشاطات الشركة. وبشكل عام، توجد حاجة لوضع معايير لتعريف المسؤولية الإجتماعية للشركات ومبادراتها في جميع الأقطار العربية، بما في ذلك فلسطين. وقد خلصت هذه الورقة أن القطاع الخاص الفلسطيني يلعب دوراً مهماً في مساعدة المجتمع على الإعتماد على نفسه، وفي بعض الحالات، في المشاركة في التنمية. وقد أوضحت الورقة أن المسؤولية الإجتماعية للشركات مفهومة وتمارس من قبل جزء كبير من القطاع الخاص الفلسطيني. وعلاوة على ذلك، أظهرت الدراسة أن هنالك حاجة لمزيد من العمل للمساعدة على رفع الوتيرة التي يتحمس بها القطاع الخاص لتطبيق تلك المسؤولية.

ولدى أخذ الوضع الحالي بالإعتبار، ليس من الضروري تعامل القطاع الخاص الفلسطيني مع قضايا التنمية بشكل مباشر. فالمتوقع هو قدرة القطاع الخاص، بالتعاون مع القطاع العام ومؤسسات المجتمع المدني، على إستهداف المجالات التي يمكن أن يكون له عليها تأثير. ومن جهة أخرى، يجب أن يقوم القطاع الخاص بعمل أفضل في مجال نشر التزامه وإسهامه في التنمية وتحسين الوضع الحالي. ويعتقد أن إشراك قطاع خاص مسؤول في التحديات الحالية والحلول يمكن أن يكون له تأثير بعيد المدى في مجال محاربة الفقر والتنمية الإجتماعية في فلسطين. يمكن للقطاع الخاص أن يساعد في تطوير النشاطات البيئية والإجتماعية والإقتصادية في فلسطين من خلال التعاون والتنسيق مع مؤسسات القطاع العام ومؤسسات المجتمع المدني، وكذلك من خلال الدعم المباشر لمحاربة الفقر من خلال خلق فرص العمل وإدراج الدخل.

اليوم، أصبحت النشاطات المتعلقة بالمسؤولية الإجتماعية للشركات، عندما تمارسها الشركات الفلسطينية، مدفوعة بإهتمامات أخلاقية ودينية تجاه المجتمع. وقد عبرت نصف الشركات المبحوثة عن هذا الدافع الديني والأخلاقي باعتباره الحافز الوحيد لمشاركتها في تلك النشاطات. أما النصف الآخر من الشركات المبحوثة فقد طورت فهمها للمسؤولية الإجتماعية وبالتالي تغيرت نشاطاتها من خيرية إلى المسؤولية الإجتماعية. هذه الشركات هي في الغالب شركات مساهمة عامة وهي على الأغلب من أكبر الشركات في فلسطين. وقد بينت الدراسة أن 7 شركات فقط من الشركات المبحوثة طورت خطط للمسؤولية الإجتماعية، وأن 3 شركات فقط تخصص موازنات لخططها في مجال المسؤولية الإجتماعية. ومن جهة أخرى تبقى الطوارئ والمناسبات الدينية هي الأوقات التي تتكثف فيها نشاطات المسؤولية الإجتماعية للقطاع الخاص.

لقد أصبح تبني ممارسات الإستدامة هو التوجه الجديد الذي تشهده الشركات الفلسطينية. فهي تتوجه لتبني هذه الممارسات لأنها تشكل متطلباً لعضوية مؤسسات دولية. وفي الوقت الذي عبرت فيه بعض الشركات عن غايات معينة لمبادراتها في مجال المسؤولية الإجتماعية، سواءً للمجتمع أو الشركة نفسها، إلا أن معظم الشركات لا تقيس تأثير مثل تلك النشاطات. ومن جهة أخرى، أظهرت الدراسة أن شركات القطاع الخاص عادةً ما تخلط بين جهود التسويق والعلاقات العامة مع جهود المسؤولية الإجتماعية للشركات، ولا تملك فهماً كاملاً لكيفية إفادة المجتمع وأعمالها من خلال إستراتيجية الإستدامة أو المسؤولية الإجتماعية.

وقد عبرت الشركات المبحوثة عن إهتمام كبير بمبدأ التعاون في مجال المبادرات المسؤولية الإجتماعية مع المؤسسات الأهلية والمجتمعية وذلك من أجل تحقيق التنمية للمجتمع من خلال إستراتيجية مهنية

وشفاة وواضة المعالم. ويعتبر قطاعي الصحة والتعليم في فلسطين أكبر قطاعين اجتذبا المبادرات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية في السنوات الأخيرة. ويبقى هذان القطاعان في المرتبة الأولى لإنخراط الشركات في مبادرات المسؤولية الاجتماعية.

ومن الإستنتاجات الرئيسية أنه وبالرغم من محدودية عدد الشراكات بين المؤسسات الأهلية والقطاع الخاص في فلسطين، إلا أن هناك إشارة واضحة لأهميتها وإمكانيات تطورها. أما الأمثلة الصغيرة جداً، ولكن المنتجة، على التفاعل الذي يحدث على مستوى المجتمع والإهتمام الذي تم التعبير عنه خلال الدراسة، فينظر إليها على أنها إشارة واضحة للإهتمام المتزايد في هذا التعاون من قبل كل من القطاع الخاص والمؤسسات الأهلية. ومن جهة أخرى فإن السياق المتغير باستمرار يدعم ضرورة التطوير الإضافي والتمكين لهذه الشراكات والتعاون المحتمل. فكلتا الطرفين لديهما الإمكانية والتوقعات للعب أدواراً أكثر تأثيراً في البيئة الاجتماعية الاقتصادية الصعبة حالياً.

أما القطاع الخاص الفلسطيني، فهو من جهة أخرى تحت الضغط لتحسين حوكمة الشركات وللإسهام بشكل إيجابي أكثر للتنمية الشاملة للمجتمعات التي تعمل فيها. ويعتقد أن أبرز أوجه هذه الشراكات وإمكانيات التعاون بين المؤسسات الأهلية ومؤسسات القطاع الخاص، هي العلاقة التي يتم بنائها، وذلك لأن كلا الطرفين يحضران معهما موارد ومهارات تكاملية إلى تلك العلاقة. وتساهم المؤسسات الأهلية من خلال شعور بالقيم وتقدير للإهتمامات العريضة للمجتمع، بينما يساهم القطاع الخاص بالموارد المالية والمهارات العملية، وكذلك بشعور بالمسائلة وتركيز على النتائج، والتي كثيراً ما يفتقد إليها قطاع المؤسسات الأهلية.

وبشكل عام هنالك حاجة لبذل الجهود للتعويض عن إنعدام الثقة القائم بين القطاعين. وعلى الرغم من ذلك هنالك إشارات مشجعة من قطاع المؤسسات الأهلية والقطاع الخاص بأن الطرفين راغبان للبدأ في التعاون. وهنالك حاجة لمتديات وآليات منتظمة لمواصلة النقاشات بين الطرفين من أجل تعزيز القبول والثقة المتبادلة بين الطرفين.



## إستنتاجات وتوصيات من ورشة عمل المجموعة البؤرية للقطاع الخاص: -

تم عقد ورشة عمل لمجموعة من ممثلي مؤسسات القطاع الخاص، ومنهم من شارك في المسح التجريبي، حيث تم عرض الدراسة وتبعتها نقاش وتوصيات. وفيما يلي أهم التوصيات والإستنتاجات التي خرجت بها ورشة العمل: -

1. المبادرة والموضوع هما جديان ومهمان جداً لكل من المؤسسات الأهلية الفلسطينية والقطاع الخاص، والهدف هنا هو مهم جداً للفلسطينيين بشكل عام. كما أن هناك حاجة لنقاشات أكثر شمولية حول الموضوع مع أصحاب العلاقة، وذلك كخطوة مهمة أولى نحو تطويره، مع الأخذ بالحسبان السياق الفلسطيني والوضع الإقتصادي والسياسي الحالي.
2. هناك حاجة لتعريف المسؤولية الإجتماعية للشركات وللتوصل إلى اتفاق بين الجهات ذات العلاقة حول هذا التعريف. كما أن المبدأ بحاجة لنقاش وتطوير إضافي من خلال لقاءات وورش عمل تحضرها وتشارك فيها مؤسسات فلسطينية من القطاع الخاص وقطاع المؤسسات الأهلية.
3. هنالك حاجة ملحة لتحديد أولويات المؤسسات الأهلية التي يمكن للقطاع الخاص أن يشارك ويقدم الدعم لها، ويجب أن يشمل ذلك تحديد دور السلطة الفلسطينية في تحفيز جهود التعاون هذه بين الطرفين وكذلك دعم تطوير هذه المبادرة.
4. هنالك حاجة لوجود نشاطات وحملات لرفع الوعي العام حول الموضوع. يمكن لـ «مركز تطوير» أن يلعب دوراً مهماً في هذا المجال بالإضافة للعب دور القيادة في مجال المزيد من النقاش والتطوير للموضوع.
5. المسؤولية الإجتماعية للشركات يجب أن تكون مجالاً رئيساً للإهتمام وهدفاً لـ «مركز تطوير»، وذلك كداعم مباشر وأفق ممكن للعديد من المؤسسات الأهلية الفلسطينية. فهي توفر خدمات مباشرة وتمكين للمجتمعات الضعيفة من خلال الدعم الفني وبناء القدرات لتلك المجتمعات.
6. يجب أن تشمل الشركات قطاعات مهمة كالصحة والتعليم، ويجب أن تركز كذلك على المجموعات المتأثرة بالوضع، كالمعاقين والمعتقلين والمجتمعات المتأثرة مباشرةً بجدار الفصل، مع التركيز على رفع

الوعي في مجال تكنولوجيا المعلومات... الخ.

٧. تحسين الفهم للتعاون من خلال التوسع في هذه الورقة وفق مرحلة ثانية لتشمل مراجعة إضافية لإمكانيات شراكات بين أعمال القطاع الخاص والمؤسسات الأهلية، وكذلك مراجعة الأدبيات المتوفرة من أجل فهم أفضل:

• دوافع إمكانيات الشراكة والتعاون بين أعمال القطاع الخاص والمؤسسات الأهلية، والخبرات التي تحققها هذه الشراكة، وكيف يمكن أن تساعد الأعمال في مجال المصالح المشتركة والإختصاصات الرئيسية وذلك لمعرفة كيف وإذا كان يمكن للشركات أن تعمل مع المؤسسات الأهلية في قضايا مشتركة أبعد من الإستثمارات المالية المباشرة.

• تفكير متعمق أفضل لنقاط القوة والموجودات التي يمكن للشركات الخاصة أن تأتي بها للتعاون والشراكة، وكيف يمكن تشجيع الإنخراط الفاعل والخلاق في مبادرات مجتمعية تستفيد من القدرات الرئيسية للشركة.

• كيفية تعزيز الشراكة والتعاون، خصوصاً في المشاريع المتعددة الأطراف، بين المؤسسات الأهلية والقطاع الخاص وذلك إلى مستوى يصل إلى العمل بشكل موحد مع المؤسسات الأهلية أو الجهات الأخرى ذات العلاقة، ذات المصالح المشتركة والمهارات المتكاملة.

توصيات وإستنتاجات من ورشة عمل المجموعة البؤرية للمؤسسات الأهلية: -

تم عقد ورشة عمل أخرى لممثلين عن المؤسسات الأهلية. وقد عرضت عليهم الدراسة، وتبع ذلك نقاش وملاحظات. وفيما يلي الإستنتاجات الرئيسية من تلك المؤسسات الأهلية: -

١. مازالت المسؤولية الإجتماعية للشركات في مرحلتها الأولى في فلسطين، ومن خلال النشاطات المتعلقة بتلك المسؤولية يتم إستعمال التعريف الأساسي واستهداف شركات القطاع الخاص لفائدة هذه المؤسسات في جني الأرباح. وحتى النوادي الرياضية التي يدعمها القطاع الخاص في فلسطين تبدو وكأنها تركز وتهدف إلى تحقيق المزيد من الأرباح مع إعطاء القليل من الإنتباه والتركيز لتنمية وتطوير المجتمعات. إن على المؤسسات المعنية الإهتمام بهذه القضية والعمل على إعادة توجيهها إلى المسار الصحيح.

٢. حالياً، لم يكن هناك معلومات متاحة تتعلق بالتمويل الذي يقدمه القطاع الخاص. ومن المهم تقدير

نوعية التمويل الذي قدم أو يمكن أن يقدم من قبل القطاع الخاص. حيث يمكن لتقديرات الدخل الكلي من القطاع الخاص الفلسطيني والنسب الضريبية التي يدفعها أن تكون معلومات مفيدة جداً.

٢. من المهم أن نتذكر أن القطاع الخاص الفلسطيني غير مؤسس بشكل جيد حتى الآن، وذلك بسبب الوضع القائم بسبب الإحتلال، الذي له مصاعبه ومشاكله الخاصة. ومن المهم كذلك أن نقيم رغبة القطاع الخاص في التعاون مع مؤسسات المجتمع المدني وبشكل أدق من خلال الأبحاث والدراسات.

٤. المجموعات والقطاعات التي يجب دعمها، مع أخذ الأولوية بعين الإعتبار، يجب أن تشمل المعتقلين والمحررين الذين يحتاجون الدعم بشكل حقيقي. وكذلك الفلسطينيين المتأثرين بشكل مباشر من الإحتلال، بمن فيهم الفلسطينيي في الأغوار وقرب جدار الفصل والمستوطنات، حيث يجب أن يتم إعطاء هؤلاء الأولوية في مبادرات التعاون. وكذلك، فإن قطاع الأبحاث في فلسطين لا يتلقى أي إهتمام، ويجب أن يكون من القطاعات ذات الأولوية. المجموعات المحددة يجب تعزيزها كمجموعة مستهدفة، وذلك لأن مؤسسات القطاع الخاص والمجتمع المدني قد تكون مترددة في توفير الدعم لها بسبب حساسية الوضع وارتباط ذلك ارتباطاً مباشراً بالسياسة.

٥. طرحت المؤسسات الأهلية قضية عدم وجود تعريف واضح لأدوار ومسؤوليات ذوي العلاقة وعدم وجود رؤية واضحة على المستوى الوطني في ضوء الوضع السياسي الراهن. وينطبق ذلك على جميع اللاعبين في المجتمع الفلسطيني (السلطة الفلسطينية، القطاع الخاص والمجتمع المدني). هنالك حاجة لتحديد دور المؤسسات الأهلية وخصوصاً في موضوع تنمية المجتمع المدني. وقد تضمنت الأسئلة التي طرحت مايلي:

١. هل فلسطين وطن أم سوق؟

٢. كيف يمكننا تحقيق الأمن للقطاع الخاص؟

٣. كيف نبني الثقة بين مختلف الأطراف؟

٤. كيف نبني دولة المؤسسات؟

٦. واحدة من أهم القضايا التي تستحق دراسة ونقاش أعمق هي كيفية تجاوز الشك المتبادل بين القطاع الخاص والمجتمع المدني، وخصوصاً بسبب وجود دليل واضح على ما يمكن اعتباره أزمة ثقة بين الطرفين. ولم يتعامل أحد من قبل مع هذه القضية حيث توجد حاجة حقيقية لكسر هذا الحاجز.
٧. من الواضح أن أجندة المشاريع دائماً يفرضها المانحون الأجانب، ذلك لأنهم يتحكمون في الموارد. ولسوء الحظ، لا يوجد إطار للتعاون والتحالف والتعاون في الجانب الفلسطيني. وسيكون من المهم العثور على مانح محلي يساعد في تطوير رؤية واضحة لتنمية المجتمع الفلسطيني. ويمكن أن يتعزز ذلك من خلال تشجيع إنخراط السلطة الفلسطينية، مع احتمال تخصيص نسبة من الضرائب التي يدفعها القطاع الخاص لأغراض التنمية المجتمعية. يجب أن يكون هنالك نوع من التفاهم بين السلطة الفلسطينية ومؤسسات المجتمع المدني والقطاع الخاص، لإقامة علاقة، ومع احتمال صياغة قانون للمساعدة في تنظيم هذه العلاقة ليشكل ذلك خطوة إضافية مهمة تأخذ بالاعتبار أن مستوى التحصيل الضريبي هو أعلى مما كان عليه سابقاً.
٨. يمكن للدور الذي يلعبه «مركز تطوير» في هذا السياق أن يكون أساسياً ومهماً جداً، ويمكن أن يكون من خلال خلق الوعي، وإطلاق هذه العلاقة، وفي التطوير الإضافي في هذا الموضوع من خلال الدعم المباشر لدوي العلاقة ومن خلال المساعدة في خلق التعاون بين جميع الأطراف. سيكون «مركز تطوير» قادراً على المساعدة في تنظيم الاجتماعات وورش العمل مع القطاع الخاص لرفع الوعي. يمكن لرفع الوعي أن يرتبط بالدور الحقيقي وجودة الخدمات المقدمة من قبل قطاع المجتمع المدني ويمكن أن يساعد في تسليط الضوء على احتياجات المجتمع المدني والتجمعات الفلسطينية. كما يجب أن يكون هناك نقاش جاد في موضوع التميز بين التسويق (الإعلان والترويج) والمسؤولية الاجتماعية للشركات. كما يجب أن يساعد الحوار المفتوح حول الموضوع بين جميع ذوي العلاقة، على تطوير الموضوع، وذلك لتوضيح الموقف من ناحية التطوير الإضافي وإزالة الشك وعدم الثقة. يجب أن يكون هناك تركيز أكثر على دور «مركز تطوير» في المتابعة ومراقبة المؤسسات التي التزمت بمدونة السلوك التي تم تطويرها سابقاً، حيث يجب أن يرتبط ذلك بموضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات. يجب أن ننطلق دائماً من منطلق المصلحة المشتركة واستعمال المنهجيات بالمشاركة. ويمكن لـ «مركز تطوير» أن يعمل منفرداً أو من خلال شبكات أو من خلال أطر تمثيلية أوسع. كما يجب أن تساعد مراجعة الأدبيات السابقة في هذا السياق على التعلم من خبرات الآخرين السابقة.

## توصيات رئيسة :-

وفرت الدراسة التجريبية مؤشرات وإضاءات عامة على الموضوع. وهنالك ضرورة لدراسة أكثر شمولية تساعد في تحديد البرامج والنشاطات اللازمة لتحديد أدوار ومسؤوليات جميع المعنيين، وهذا يجد أن يأخذ بعين الإعتبار دور المؤسسات الأهلية. يجب أن تشمل الدراسة تحليلاً أكثر لموضوع المسؤولية للشركات، بما في ذلك الخروج بتعريف وتطبيق من وجهة نظر جميع الأطراف المعنية. وعلاوة على ماسبق، هنالك بعض الأوجه التي يلزمها تحليل وتمحيص متعمق لتطوير أكثر. ويمكن أن يشمل ذلك دراسة التشريعات والقوانين المتعلقة بالضرائب الفلسطينية وتأثيرها على المسؤولية الاجتماعية للشركات.

وأثناء ذلك، وبناءً على ماسبق، يوصى «مركز تطوير»، وبالتعاون مع مؤسسات القطاع الخاص ذات العلاقة مثل مركز التجارة الفلسطينية (بالتريد)، وجمعية الشركات الفلسطينية لتكنولوجيا المعلومات (بيتا)، وجمعية البنوك في فلسطين، القيام بتصميم وتنفيذ برنامج توعوي وتثقيفي يرفع من معرفة القطاع الخاص حول المسؤولية الاجتماعية للشركات. وهذا سيرف الدور الذي يمكن أن يلعبه القطاع الخاص وكيف يمكن أن تكون المسؤولية الاجتماعية والاستدامة جيدة للأعمال. كما يوصى بالضغط على المؤسسات المانحة التي تمول مشاريع تنمية في القطاع الخاص ولها مشاريع قائمة أن تضيف المسؤولية الاجتماعية للشركات كواحدة من مجالاتها لبناء الثقة. يمكن أن يكون ذلك مشابهاً للطريق التي تحاول بها تلك المشاريع بناء القدرات من خلال توفير الخبراء والمستشارين والتدريب في الإنتاج والتسويق. يمكن للتنمية تجاه قطاع خاص يفهم ويتبنى بشكل كامل المسؤولية الاجتماعية للشركات واستراتيجيات، الاستدامة، يمكن أن يتعزز ذلك بشكل كبير من خلال إقامة منتدى أو مجلس للمسؤولية الاجتماعية للشركات مع مؤشرات ومعايير فلسطينية مدعومة بجوائز وطنية. إن المجلس المقترح للمسؤولية الاجتماعية يجب أن يضغط على السلطة الفلسطينية لتطوير سلوك سلطة الضرائب تجاه الإفصاحات التي تقدمها الشركات الصغيرة، وذلك من أجل السماح لهذه الشركات أن تفصح عن تمويلها لنشاطات تتعلق بالمسؤولية الاجتماعية في كشوفاتها المالية. وكذلك، فإن هذا المجلس، أو «مركز تطوير» يجب أن يضغط على مجلس حوكمة الشركات المقام حديثاً ليتبنى، كجزء من مدونة السلوك الخاصة به، تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات بحيث تخصص الشركات المساهمة نسبة من أرباحها لصالح المسؤولية الاجتماعية.



## نموذج مسحي



### مقدمة

الإستبيان التالي مُعد من قبل الإستشاري للمشروع ضمن دراسات بحثية لصالح مركز تطوير المؤسسات الأهلية (NDC) في سياق عمل الـ NDC لتطوير قطاع المؤسسات الأهلية و دعمه وتمكينه من خلال تقديم المنح والبناء المؤسسي لتحسين فعالية المجتمع المدني، واستقلاليته، واستمراريته .

تم إعداد هذه الاستمارة لجمع معلومات عن ممارسات شركات القطاع الخاص الفلسطيني لدورة المجتمعي، وذلك بهدف:

- التعرف على الإشكاليات والتحديات التي تواجه القطاع الخاص خلال ممارسته لهذا الدور من ناحية التعامل الضريبي، وكيفية الحد من هذه المشاكل و التعرف على التصديقات المقترحة على القوانين والأنظمة.
- الوقوف على ممارسات الشركات التي تتبنى المسؤولية الاجتماعية أو التبرعات الإحسانية وممارسة مسؤولية التنمية للمجتمع، و التعرف على الرغبات المنطوقة بذلك، ضمن جهود مستكمل لاحقا من خلال ورش عمل لبناء و تعزيز التنسيق بين المنظمات الغير حكومية والقطاع الخاص الفلسطيني لطرح مبادرات مشتركة ممكنة التنفيذ تساعد القطاع الخاص الفلسطيني في أداء دوره في المسؤولية الاجتماعية والتنمية.

مع العلم أن البيانات والمعلومات التي سيتم جمعها من خلال المقابلات ستُعامل بسرية تامة، و سيتم استعمالها حصريا لأغراض هذا البحث، و ستُشتر فقط من خلال بيانات إحصائية تُمثل النتائج الإجمالية لجميع المقابلات التي تُنفذ في إطار هذا البحث. أي استخدام آخر لهذه المعلومات يتطلب موافقة خاصة من الممثل للمعلومات.



● يستخدم الباحث فقط:

الرقم المتسلسل:		GS/ WB		
FW1	اسم المظلي بالبيانات:			
FW2	اسم المنشأة:			
FW3	الوصف الوظيفي:			
FW4	اسم الباحث:			

اليوم والتاريخ:	2009 / /	الوقت:	توقيع الباحث:

1. المعلومات العامة:	
اسم الشركة:	المدينة:
رقم التليفون:	رقم الفاكس:
الموقع الإلكتروني:	البريد الإلكتروني:
عدد الموظفين:	سنة التأسيس:
رأس المال المملوك بالعملة:	
نوع الشركة:	<input type="checkbox"/> 1. مساهمة عامة. <input type="checkbox"/> 2. مساهمة محدودة. <input type="checkbox"/> 3. شركة تضامن. <input type="checkbox"/> 4. أفراد.





5. أخرى (حدد.....).	
القطاع:	السوق المستهدفة:
الفروع الدولية:	عدد الفروع المحلية:

2. علاقة الشركة بالبرعات الخيرية والميلارات والمسؤولية الاجتماعية:
A.2. ماهي الأنشطة ذات العلاقة التي انضمت فيها الشركة خلال العامين الماضيين؟ التفتد بالتفصيل لسنة 2009 و عام 2008* عدم إنغال القطاع الذالفة: الكلفة، أي سنة، كنف جاهز.
B.2. كيف تم اختيار النشاط / علفية اختيار المستفيد ومن هو؟ ردة الفعل مقابل التسياففة. (في إطار المسؤولية الاجتماعية للشركة) .. عدم إنغال القطاع الذالفة: الموضوع، الجهة المستعبدة، نوعية النشاط، مبادرة من الشركة أو تم الذهاب مباشرة، ردة فعل لأحد قام بالعرض عليه، هل هناك بشر لةبفة.



الهدف الذي تحقق		الهدف المراد تحقيقه		C.2 معاهي الأهداف التي كان النشاط يستهدفها وما هي الأهداف التي تحققت من هذا النشاط؟
المجتمع	الشركة	المجتمع	الشركة	
				النشاط (1)
				النشاط (2)
				النشاط (3)
				النشاط (4)



التساؤل				
<b>D.2. هل تم قياس الانجاز للمساهمة (1) ؟ بحقه؟</b>				
كيف تم قياسه؟		نعم <input type="checkbox"/>	اجتماعي:	
_____		لا <input type="checkbox"/>		
_____				
كيف يتم قياسه؟		نعم <input type="checkbox"/>	الشركة:	
_____		لا <input type="checkbox"/>		
_____				

3. تبرعات العينة و النقدية بالدولار:		
التبرعات العينية	نقدا..... دولار.	3.A. سنة 2009
قيمتها ..... بالدولار.		
التبرعات العينية	نقدا..... دولار.	3.B. سنة 2008
قيمتها ..... بالدولار.		
التبرعات العينية	نقدا..... دولار.	3.C. سنة 2007
قيمتها ..... بالدولار.		

4. التعاون: مع التركيز على الحالات المتلون مع التطرق إلى التجارب السابقة بالتفصيل في هذا المجال.	
_____	4. ا. هل قامت الشركة بالتنسيق مع شركت



مركز تطوير المؤسسات القطرية  
NSD Development Center

	محلية أخرى أو مع منظمة أهلية على مستوى النشاط الاجتماعي أو المسؤولية الاجتماعية؟ صف ذلك..
B.4. هل هناك حاجة للتنسيق مع مؤسسات أخرى أو شركات أخرى؟ <input type="checkbox"/> نعم <input type="checkbox"/> لا.	
1.B.4. لماذا؟	

	2.B.4. برأيك ماهي مزايا هذا النوع من التعاون؟
	3.B.4. ما هي سلبيات هذا النوع من التعاون؟

عند الوصول إلى هذه الخطوة بالمقابلة يجب على الباحث التعريف على (NDC) أكثر ومن ثم الانتقال إلى الخطوات التالية:

5. في الوقت المناسب، وعندما تكون على استعداد للتعاون، وما هو المجال الذي ترغب بالمشاركة به				
القطاع	<input type="checkbox"/> الرياضة	<input type="checkbox"/> الاقتصاد	<input type="checkbox"/> الصحة	<input type="checkbox"/> اجتماعي
	<input type="checkbox"/> أخرى :	<input type="checkbox"/> نقل وسنما	<input type="checkbox"/> التعليم	<input type="checkbox"/> أي قطاع ليس
	حدد:	موسم		هناك قطاع محدد



المجموعة المستفيدة	<input type="checkbox"/> ذوي الاحتياجات الخاصة	<input type="checkbox"/> النساء	<input type="checkbox"/> الشباب	<input type="checkbox"/> الأطفال	<input type="checkbox"/> أي مجموعة ، لا يوجد شيء محدد.
المنطقة الجغرافية	<input type="checkbox"/> شمال الضفة	<input type="checkbox"/> وسط الضفة	<input type="checkbox"/> جنوب الضفة	<input type="checkbox"/> قطاع غزة	<input type="checkbox"/> أي منطقة جغرافية
نوع التجمع	<input type="checkbox"/> ملحقة	<input type="checkbox"/> الفرعية	<input type="checkbox"/> مخيمات اللاجئين	<input type="checkbox"/> التجمعات البدوية	<input type="checkbox"/> لا يوجد شيء محدد

#### 6.المبشرات

A-6. ماهي المبشرات في المجتمع الفلسطيني التي أفتت ابتهاك . ورغبت اترغب في لو اك مشترك فيها ؟ (اليلحت :أكثر بعض المبشرات)

---



---



---

B-6. تحديدًا ما هي أهم العناصر التي أثارت لفتباهتم في هذه المبشرات A-6 وأسباب اهتمامكم فيها ؟

---



---



---

7. من حيث مساهماتكم وبغير عفتكم، كيف يتم التعامل معها عبريبيًا؟

---



---



---



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**8. من وجهة نظرك:**

ما هو رؤك عن قطاع المنظمات الأهلية ومنظمات المجتمع المحلي وهل تقوم بواجبها بالشكل المطلوب؟

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

مقترحات أخرى:

---

---

## قائمة بأسماء الشركات المبحوثة

#	الشركة	القطاع	الشخص	الوظيفة
١	سهيل والصاحب للحجر والرخام	الحجر والرخام	جودة سهيل	المدير العام
٢	شركة كرامة للرخام	الحجر والرخام	هشام المعجولي	المدير العام
٣	بيوس للحجر	الحجر والرخام	لؤي مساعيد	المدير العام
٤	سنيورة لصناعة الأغذية	قطاع الأغذية	أحمد كرامي	مدير التسويق
٥	شركة بوظة الأرز	قطاع الأغذية	سائد عنتاوي	مدير العمليات
٦	شركة الجبريني للألبان والصناعات الغذائية	قطاع الأغذية	جهاد جبريني	المدير العام
٧	شركة بيرزيت للصناعات الدوائية	صناعات دوائية	يارا أسعد	مدير العلاقات العامة
٨	شركة بيت جالا للصناعات الدوائية	صناعات دوائية	فخري لطيف	المدير المالي
٩	شركة دار الشفاء	صناعات دوائية	زيد أبو الرب	مدير التسويق
١٠	الشركة الوطنية للألومنيوم والبروفيلات. نابكو	صناعات	رامي عبد الهادي	مدير التسويق
١١	شركة صناعات سوبر نمر	صناعات	أحمد نمر	المدير العام
١٢	شركة فلسطين للبلاستيك	صناعات	جمال ضراغمة	المدير العام
١٣	شركة واصل	خدمات	وسيم الشاعر	مدير الموارد البشرية
١٤	لوتس للإستثمار المالي	وساطة مالية	طارق الشكعة	المدير العام
١٥	فندق الجراندي بارك	سياحة	هايل الحنتولي	مدير التسويق
١٦	مجموعة البيازجي للمطبات	قطاع غذائي	محمود البيازجي	المدير العام
١٧	مسروجي	صناعة دوائية	نسرين مسروجي	مدير الموارد البشرية
١٨	الطفل المحفوظ	صناعات	محمد خالد	المدير المالي
١٩	شركة إلكترونيات فلسطين	صناعات	عماد قناديلو	المدير المالي
٢٠	مشروع الصفا	قطاع الأغذية	أحمد عبد الفتاح	المدير العام
٢١	مجموعة عنتاوي	قطاع الأغذية	شادي عنتاوي	مدير التطوير
٢٢	فيلستيا	تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	سماح أبو عون	المدير العام
٢٣	شركة المصنوعات الورقية الوطنية	صناعات	حازم الأغبر	المدير العام
٢٤	بيسان	تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	سامية طوطح	مدير مكتب
٢٥	شركة فلسطين للإستثمار باديكو	إستثمار	هبة درويش	مدير العلاقات العامة
٢٦	ستار	صناعات	قيس خليل	مدير التسويق
٢٧	صفد	تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	محمد موسى	مدير التسويق
٢٨	شركة مشارق	خدمات	رامي درملي	المدير العام
٢٩	شركة السقا للإلكترونيات	تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	طارق السقا	المدير العام
٣٠	إم تي سي	تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	عبد الله أو شهلا	المدير العام

## مراجع: -

- من العمل الأهلي للشركات إلى الشركات الإستراتيجية، DJORDJIJA PETKOSKI
- ميشيل يارفيس وجيرمي جولديبرغ (٢٠٠٨)، عالم الأعمال والعمل الأهلي: إختفاء الحدود،
- أوراق نقاش عالم الأعمال والتنمية، معهد البنك الدولي، رقم ٩.
- أارات، ميليسا. "المسؤولية الإجتماعية للشركات عبر الشرق الأوسط وشمال إفريقيا". ورقة عمل البنك الدولي، نيسان، ٢٠٠٦.
- أولغا سوللا (٢٠٠٦). مؤسسات العمل الأهلي الدور الحقيقي والممكن في مساعدات التنمية العالمية. ميميو. مجموعة البنك الدولي لتقرير تمويل التنمية العالمية.
- مؤسسة الشرق الأدنى/ مركز خدمات التنمية (CDS). موقع الإنترنت <http://www.neareast.org/phil/en>
- خان، مسعود علي. "السداد: المسؤولية الإجتماعية للشركات في مجلس التعاون الخليجي". زاوية. موقع الإنترنت. ٨ تشرين ثاني، ٢٠٠٧.
- متصفح المسؤولية الإجتماعية، السياسات العامة في إفريقيا، الأمريكيتين، آسيا وأوروبا.