

تقارير معلوماتية

المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في التنمية



www.idsc.gov.eg

تقرير تنهري يصدر عن مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار - مجلس الوزراء - السنة الخامسة العدد (٥٧) سبتمبر ٢٠١١

تقارير معلومائية ...

يصدر مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء تقريراً معلومائياً شهرياً، ويتناول كلّ تقرير موضوعاً من الموضوعات التي تُهمّ المجتمع المصري، ويهدف المركز من خلال إصدار هذه التقارير إلى إلقاء الضوء على الجوانب المختلفة المحيطة بموضوع التقرير، من خلال الإشارة إلى المعلومات الأساسية التي تسمح بمناقشة الموضوع بحيادية، انطلاقاً من أهمية أن يتم تناول القضايا العامة بشكل متكامل، وعلى نحو يستند إلى القرائن والمعلومات الموثقة.

ويأمل المركز أن تسهم هذه السلسلة من التقارير في عرض صورة متكاملة عن القضية -محلّ الدراسة- أمام صانع القرار والمجتمع، مما يساعد في إثراء صياغة السياسات العامة، وإضافة قدر أكبر من الموضوعية عند مناقشة القضايا العامة في إطار من المصداقية والشفافية.

هيئة التحرير

م. هاني محمود

رئيس المركز

أ.د. حسين عبد العزيز

مستشار المركز

د. محمد رمضان

نائب رئيس المركز

إشراف

أ. أحمد حلمي

نائب مدير الإدارة العامة لتحليل المعلومات

فريق العمل البحثي

أ. نهال سرحان

أ. ياسمين فكري

أ. مروة عبد المعطي

أ. منى محمد البدرى

أ. بثينة فرج

المحتويات

٢	مقدمة
٣	حقائق مهمة
٤	القسم الأول: نظرة عامة على المسؤولية الاجتماعية للشركات
٩	القسم الثاني: التجارب الدولية في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات
١٥	القسم الثالث: المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر
٢٢	الملحق: المؤشر المصري لمسؤولية الشركات المقيدة في البورصة

مقدمة

اكتسب الدور الاجتماعي للقطاع الخاص أهمية متزايدة في الآونة الأخيرة، وبالأخص بعد تخلي الحكومات عن بعض أدوارها في المجتمع، فأصبحت لشركات القطاع الخاص دورا محوريا في عملية التنمية، حيث أدركت المؤسسات أنها غير معزولة عن المجتمع، وتبتهت إلى ضرورة توسيع نشاطاتها لتشمل ما هو أكثر من النشاطات الإنتاجية، مثل هموم المجتمع والبيئة والتعليم والصحة، فالشركات الآن أصبحت لا تعتبر كيانات اقتصادية فقط، بل هي كيانات ترتبط بالمجتمع الذي تعمل فيه، فهي تعمل في بيئة اجتماعية واقتصادية متشابكة مع المجتمع، وكلما تحسنت ظروف المجتمع الاجتماعية والاقتصادية ازدادت فرصة القطاع الخاص في العمل في بيئة أفضل.

فكما أن للشركات الحق في الحصول على أرباح فعلية واجب ومسؤولية اجتماعية تجاه من حقق لها هذه الأرباح، وهو المجتمع بجميع فئاته، خاصة الفئات محدودة ومتوسطة الدخل التي تمثل المصدر الرئيسي لتحقيق الأرباح والأساس الداعم لبقاء هذه الشركات.

في هذا التقرير يتم إلقاء الضوء على ماهية المسؤولية الاجتماعية للشركات، وكيفية تفعيل دورها في تحقيق التنمية المنشودة في المجتمع، وذلك من خلال ثلاثة أقسام رئيسية، حيث يتناول القسم الأول نظرة عامة على المسؤولية الاجتماعية للشركات، يتم من خلالها عرض مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات وأهم المبادئ التي تركز عليها، والتعرف على أهم أسباب تنامي مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في المجتمع، وفي القسم الثاني يتم عرض الميثاق العالمي للأمم المتحدة عام ١٩٩٩، كما يتطرق هذا القسم لعرض تجارب بعض المؤسسات والشركات العالمية الناجحة التي تقوم بأنشطة مجتمعية، وأخيرا يتناول القسم الثالث وضع المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر، وذلك من خلال التعرف على أهم الأسباب التي تشجع الشركات في مصر للالتزام بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع، وأهم التحديات التي تواجه تلك الشركات عند تنفيذها لبرامج ومشروعات تعمل على تنمية المجتمع، بالإضافة إلى استعراض تجارب بعض الشركات الخاصة التي تقوم بأنشطة مجتمعية في مصر.

حقائق مهمة



٨٠٠٠ مشترك انضموا للميثاق العالمي للأمم المتحدة من ١٣٥ دولة حول العالم حتى يوليو ٢٠١١، منهم ٦٠٠٠ شركة أعمال بالإضافة إلى عدد من منظمات المجتمع المدني والجمعيات الأهلية غير الهادفة للربح. وقد بلغ عدد المشتركين من مصر ٦٢ مشترك منهم ٤٢ شركة أعمال.

الإعتراف الإخلاقية والاقتصادية من أهم الدوافع وراء اتجاه الشركات نحو الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية، وذلك بنسبة ٦٩٪ و ٦٨٪ من إجمالي الشركات بعينة المسح العالمي لمسؤولية الشركات KPMG لعام ٢٠٠٨.

احتلت السويد المرتبة الأولى في مؤشر تنافسية المسؤولية الاجتماعية للشركات، تليها الدنمارك وفنلندا، بينما جاءت كل من هونج كونج والصين في المرتبة العشرين ضمن قائمة الدول التي تهتم الشركات بها بالمسؤولية الاجتماعية، وذلك لـ ١٠٨ دولة خلال عام ٢٠٠٧.

U.٪ من شركات الأعمال في المسح الذي قام به برنامج تنمية المشاركة عام ٢٠٠٧ ترى أن للحكومة دور هام في تفعيل المسؤولية الاجتماعية، وهو إما دور رقابي (٦٣٪) أو من خلال تقديم حوافز للشركات في صورة إعفاءات ضريبية أو جمركية (٣٨٪).

تعزيز العلامة التجارية ورفع معنويات العاملين هما أهم المميزات التي تحصل عليها الشركات مقابل التزامها بالمسؤولية الاجتماعية وذلك وفقا لنتائج مسح قامت به الإيكونوميست بالتعاون مع شركة أوراكل.

تحسين صورة وسمعة الشركة وتقوية العلاقات مع الشركاء، وزيادة قدرة الشركة على توظيف عمالة مدربة، هي أهم الفوائد التي تعود على شركات الأعمال في مصر من ممارسة أنشطة متعلقة بالمسؤولية المجتمعية، وذلك وفقا لمسح أجراه برنامج تنمية المشاركة عام ٢٠٠٧.

Johnson Controls المتخصصة في مجال الصناعة والتكنولوجيا تصدرت قائمة أفضل الشركات في العالم من حيث ممارسة أنشطة المسؤولية الاجتماعية لعام ٢٠١١ الصادرة عن مجلة المسؤولية الاجتماعية للشركات.

حصلت على المركز الأول عام ٢٠١٠ في المؤشر المصري لمسؤولية الشركات المقيدة في البورصة، يليها شركة أوراسكوم للإنشاء والصناعة في المركز الثاني، ثم الشركة المصرية لخدمات النقل والتجارة (إيجيترانس) في المركز الثالث.

موبينيل

• **احترام المعايير الدولية للسلوك:** ففي المواقف التي لا توفر الحد الأدنى من حماية المجتمع أو البيئة، ينبغي على الشركة أن تسعى جاهدة إلى احترام المعايير الدولية للسلوك، أما فيما يتعلق بالدول التي تكون قوانينها الداخلية أو تطبيقها يتعارض بشكل كبير مع المعايير الدولية للسلوك، على الشركة أن تبذل قصارى جهدها لاحترام هذه المعايير على أقصى نحو ممكن مع التزامها بقانون الدولة، كما ينبغي على الشركة أن تبتعد عن التورط غير القانوني في أنشطة شركة أخرى غير متوافقة مع معايير السلوك الدولية.

• **احترام حقوق الإنسان:** على الشركة أن تحترم وتعزز الحقوق المتضمنة في الميثاق الدولي لحقوق الإنسان، وأن تقبل بأن هذه الحقوق تعد عالمية وعامة وتعد جزءاً لا يتجزأ من الحقوق المطبقة في كافة الدول والثقافات والمواقف، وأن تلتزم بمبدأ احترام المعايير الدولية للسلوك إذا كان القانون الوطني أو تطبيقه لا يوفر حماية كافية لحقوق الإنسان.

مستويات المسؤولية الاجتماعية ونطاقها

٣

المستويات المختلفة للمسؤولية الاجتماعية^(١)

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

• المستوى الأول "أساسيات العمل المؤسسي": وفيها تقوم الشركة بالأعمال والأنشطة الأساسية التي تهدف إلى تحقيق الهدف من إنشاء الشركة وتلبية احتياجات المجتمع من السلع والخدمات المختلفة بتكلفة معقولة وبطريقة مقبولة أخلاقياً واجتماعياً وبيئياً.

• **الشفافية:** على الشركة أن تتسم بالشفافية في قراراتها وأنشطتها التي تؤثر على المجتمع والبيئة، من خلال الإفصاح على نحو واضح ودقيق وتام وبدرجة معقولة عن سياساتها وقراراتها وأنشطتها التي تكون مسؤولة عنها.

• **السلوك الأخلاقي:** ينبغي أن يبنى سلوك الشركة على أخلاقيات الأمانة والعدل والتكامل وذلك فيما يتعلق بالأشخاص والحيوانات والبيئة والالتزام بتناول مصالح الأطراف المعنية، وأن تعمل الشركة بشكل فعال على تعزيز السلوك الأخلاقي من خلال وضع وتحديد قيمها ومبادئها الجوهرية، ومنع حدوث أي تضارب أو تسوية في المصالح من شأنه إحداث سلوكاً غير أخلاقي، وإنشاء آليات رقابية لمراقبة وتطبيق السلوك الأخلاقي.

• **احترام مصالح الأطراف المعنية:** على الشركة أن تحترم وتضع في اعتبارها وتتجاوب مع مصالح أطرافها المعنية، فعلى الرغم من أن أهدافها قد تكون مقصورة على مصالح مالكيها أو أعضائها أو عملائها أو عناصرها الأساسية، إلا أن الأفراد أو الجماعات الأخرى يجوز أيضاً أن يكون لهم حقوق ومطالبات أو مصالح معينة، ينبغي أن تؤخذ في الاعتبار.

• **احترام سيادة القانون:** على الشركة أن تحترم سيادة القانون، من خلال التزامها بكافة القوانين والقواعد المطبقة، فعليها التأكد من أن علاقاتها وأنشطتها تقع ضمن الإطار القانوني المقصود والصحيح، وأن تكون على دراية بكافة الالتزامات القانونية، ومراجعة مدى إذعانها بشكل دوري للقوانين والالتزامات المطبقة.

^(١) وزارة الاستثمار، البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة، (٢٠٠٧)، "حلول قطاع الأعمال للتنمية البشرية"، ص ٢٧-٣٨ <http://www.undp.org/Portals/0/Business%20Solutions%20Report%20Arabic.pdf>

نطاق المسؤولية الاجتماعية (١)

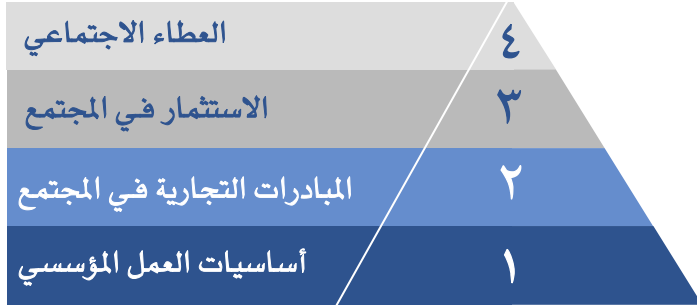
- تساهم الشركات والمؤسسات الخاصة في تفعيل المسؤولية الاجتماعية في عدة جوانب أهمها:
- الجانب الثقافي** دعم التطور الثقافي، ونشر ثقافة الالتزام بالأنظمة والقوانين في المجتمع وتعزيز الثقافة الوطنية والتاريخية والتواصل الثقافي العالمي.
- الجانب الاجتماعي** احترام الأنظمة والقوانين والثقافات المختلفة وتعزيز القيم الأخلاقية والتكافل الاجتماعي ومواجهة الكوارث والأزمات ودعم الأنشطة الرياضية والصحية.
- الجانب البيئي** الممارسات البيئية الصحيحة في العملية الإنتاجية وتطوير بيئة العمل والالتزام البيئي على المستوى المحلي والعالمي.
- الجانب الاقتصادي** دعم الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والالتزام بالأنظمة والقوانين في ممارسة العملية الاقتصادية "الجانب الأخلاقي" والاهتمام بالموظفين من خلال تدريبهم وتطويرهم والتعامل معهم من خلال مبدأ تكافؤ الفرص والمساواة.
- الجانب القانوني** الالتزام بالقوانين المحلية والوطنية أثناء ممارسة النشاط الاقتصادي ومراعاة القوانين العالمية والدولية والشفافية في نشر الأنظمة والقوانين العالمية والدولية للاطلاع عليها من قبل جميع الموظفين والجهات القانونية الأخرى.

أصحاب المصالح من ممارسات التنمية المجتمعية للشركة



- المستوى الثاني "المبادرات التجارية في المجتمع": هي عبارة عن مجموعة الأنشطة التي تقوم بها الشركة من أجل تدعيم نجاحها بشكل مباشر، وتعزيز الهوية الخاصة بها، وذلك من خلال القيام بشراكة مع الجمعيات والمنظمات الخيرية الموجودة في المجتمع.
- المستوى الثالث "الاستثمار في المجتمع": وفي هذه المرحلة تقوم الشركة بعمل شراكة إستراتيجية طويلة الأجل مع المجتمع تتناول فيها مجموعة محدودة من القضايا الاجتماعية التي تختارها الشركة من أجل حماية مصالحها على المدى البعيد وتحسين سمعتها.
- المستوى الرابع "العطاء الاجتماعي": وهو عبارة عن المساهمة بشكل موسع في مشروعات وأنشطة اجتماعية وتنموية تطوعية تخدم المجتمع وتلبي احتياجات المواطنين وذلك من خلال اشتراك الموظفين والعملاء والموردين وغيرهم.

مستويات الاستثمار في المجتمع وفقا لمجموعة لندن



- ومما سبق يتضح أن الفوائد التجارية التي تعود على الشركات تكون أكبر في المستوى الأقل حيث لا تكون المشاركة مخصصة لغرض أو بدافع خيري وإنساني محدد ولكنها مصممة كجزء لا يتجزأ من أهداف وأساسيات العمل المؤسسي للشركة، بينما المستوى الرابع يمثل قمة العطاء الخيري والاجتماعي.

آراء المسؤولين التنفيذيين في الشركات والمؤسسات المالية حول أهمية مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات

- قامت وحدة الاستخبارات الاقتصادية التابعة لمجلة الإيكونوميست بالتعاون مع شركة أوراكل في أكتوبر ٢٠٠٤ بإجراء مسح على شبكة الإنترنت لحوالي ١٣٦ مدير تنفيذي على مستوى العالم ومسح آخر لحوالي ٦٥ مؤسسة مالية (بنكية وغير بنكية) بهدف معرفة آرائهم حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، وقد كانت أبرز النتائج كالتالي:
- يرى حوالي ٨٥٪ من المسؤولين التنفيذيين بالشركات والمؤسسات المالية بالعينة أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية هو مفهوم محوري وهام في اتخاذ القرارات الاستثمارية.
- يعتبر كل من السلوك الأخلاقي للعاملين، والإدارة الرشيدة للشركات، والشفافية في تعاملات الشركات من أكثر العوامل التي تساعد في نجاح مسؤولية الشركات تجاه المجتمع من وجهة نظر المسؤولين التنفيذيين في الشركات بالعينة بنسبة ٦٧٪ و ٥٨٪ و ٥١٪ لكل منهم على التوالي.
- وبالنسبة للمؤسسات المالية، فقد أشار حوالي ٦٨٪ من الباحثين أن الشفافية في تعاملات الشركات هي أكثر العوامل التي تساعد في نجاح مسؤولية الشركات تجاه المجتمع، تليها حوكمة الشركات (٦٢٪)، ثم السلوك الأخلاقي للعاملين (٤٦٪).
- يعد تعزيز العلامة التجارية (٦١٪)، ورفع معنويات العاملين (٦٧٪) هما أهم المميزات التي تحصل عليها الشركات مقابل التزامها بالمسؤولية الاجتماعية وذلك من وجهة نظر المسؤولين التنفيذيين في الشركات والمؤسسات المالية.
- أشار المسؤولين التنفيذيين في الشركات والمؤسسات المالية إلى أن التكاليف المترتبة على الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وأن العوائد غير المؤكدة هما أكبر معوقان أمام تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية بنسبة ٤٢٪ و ٤٠٪ لكل منهما على التوالي.

أشارت العديد من الدراسات إلى أن تنامي مفهوم المسؤولية الاجتماعية جاء نتيجة العديد من التحديات والتي من أهمها:

- **العولمة:** والتي تعد من أهم القوى الدافعة لتبني الشركات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث أوضحت العديد من الشركات متعددة الجنسيات ترفع شعار المسؤولية الاجتماعية، وأصبحت تركز في حملاتها الترويجية على أنها تهتم بحقوق الإنسان، وأنها تلتزم بتوفير ظروف عمل آمنة للعاملين، وبأنها لا تسمح بعمالة الأطفال، كما أنها تهتم بقضايا البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية.
- **تزايد الضغوط الحكومية والشعبية:** لإلزام الشركات بتطبيق التشريعات الخاصة بحماية المستهلك والعاملين والبيئة، الأمر الذي يجنبها التعرض للمقاطعة والخروج من السوق.
- **الكوارث والفضائح الأخلاقية:** حيث تعرضت الكثير من المنظمات العالمية لقضايا أخلاقية، مما جعلها تتكبد أموالاً طائلة كتعويضات للضحايا أو خسائر نتيجة المنتجات التي تحتوي على عيوب، ومن أمثلة ذلك كارثة التلوث النفطي للمياه في ساحل ألاسكا والتي تسببت فيها شركة Exxon Valdez.
- **التطورات التكنولوجية المتسارعة:** والتي صاحبها تحديات عديدة أمام الشركات، إذ فرضت عليها ضرورة الالتزام بتطوير المنتجات، وتطوير مهارات العاملين، والاهتمام بالتغيرات في أذواق المستهلكين، والاهتمام برأس المال البشري بدرجة أكبر من رأس المال المادي.

Source: The Economist (2005), "The Importance of Corporate Responsibility", a white paper from the Economist Intelligence Unit sponsored by Oracle, http://graphics.eiu.com/files/ad_pdfs/eiuOracle_CorporateResponsibility_WP.pdf

عوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية للشركات^(١)

يرتبط نجاح الشركات في تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية، بالعديد من العوامل المرتبطة بالرؤية والتنظيم وهي كالتالي:

- **ضرورة الإيمان بقضية المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع،** وأن تكون هناك قناعة بأنه أمر واجب على كل شركة تجاه المجتمع.
- **قيام الشركة بتحديد رؤية واضحة نحو الدور الاجتماعي** الذي تريد أن تتبناه والقضية الرئيسية التي ستهتم بالعمل على المساهمة في معالجتها.
- **اعتبار هذا النشاط جزءاً رئيسياً من أنشطة الشركة** يتم متابعته من قبل رئيس مجلس الإدارة، بنفس الطريقة التي يتم بها متابعة النشاط الأساسي للشركة.
- **قيام الشركة بتخصيص مسؤول متفرغ لهذا النشاط،** وتحدد له الأهداف والمخططات المطلوبة، ويرتبط مباشرة بالإدارة العليا ويمنح الصلاحيات المطلوبة.
- **الاهتمام بجعل هذه البرامج الاجتماعية قائمة بذاتها مستقبلاً،** وتعمل على تغطية مصروفاتها ذاتياً، وذلك حتى يتسنى لها الاستمرار والبقاء وحتى لا تصبح مركز تكلفة قد تلجأ الشركة إلى الاستغناء عنه مستقبلاً.
- **الحرص على تقديم هذه البرامج بأداء قوي ومتميز وجودة عالية،** وكأن هذه البرامج منتج تجاري يجب الاهتمام بتقديمه بشكل متميز.
- **حسن إدارة الجوانب الاجتماعية** التي تبرز أثناء قيام الشركات بنشاطها الاقتصادي، وتتمثل هذه الجوانب في الالتزام البيئي واحترام قوانين العمل وتطبيق المواصفات القياسية والتي تمثل تحدياً للشركات خاصة الصغيرة والمتوسطة.

• **الحرص على أن تقوم هذه البرامج على التعاون والتسيق مع ما هو موجود من برامج وأنشطة مشابهة حتى لا يتم تكرار الجهد وإنفاق المال في برامج قائمة،** وذلك مع التأكيد على أن هناك احتياج كبير للبرامج الاجتماعية وهو ما يتطلب آلاف البرامج من الشركات.

• **مشاركة جميع الشركات - سواء كانت صغيرة أو متوسطة أو كبيرة - القادرة على أن تقدم شيئاً لمجتمعها** ولمن حولها وذلك دون النظر إلى حجم البرنامج الذي يقدم ولكن المهم هو أن يتم تقديم شيء يستفيد منه المجتمع مهما كان حجمه.

مزايا التزام الشركة بمسؤوليتها تجاه المجتمع^(٢)

٦

• تشير التجارب الدولية إلى أن أهم المزايا التي تعود على الشركات التي تلتزم بمسؤوليتها تجاه المجتمع تتمثل فيما يلي:

- **تحسين سمعة الشركات** والتي تبنى على أساس الكفاءة في الأداء والنجاح في تقديم الخدمات، والثقة المتبادلة بين الشركات وأصحاب المصالح، ومستوى الشفافية التي تتعامل به هذه الشركات، ومدى مراعاتها للاستثمارات البيئية واهتمامها برأس المال البشري.
- **تسهيل الحصول على الائتمان المصرفي** خاصة في ضوء استحداث بعض المؤشرات التي تؤثر على القرار الائتماني للبنوك، تتضمن هذه المؤشرات مؤشرداوجونز للاستدامة المالية الذي أطلق عام ١٩٩٩ ويعنى بترتيب الشركات وفقاً لدرجة مراعاتها للاعتبارات الاجتماعية والبيئية أثناء ممارستها لنشاطها الاقتصادي.
- **استقطاب أكفأ العناصر البشرية،** حيث يمثل التزام الشركات بمسؤوليتها تجاه المجتمع الذي تعمل به عنصر جذب أمام العناصر البشرية المتميزة.
- **بناء علاقات قوية مع الحكومات** مما يساعد في حل المشكلات أو النزاعات القانونية التي قد تتعرض لها الشركات أثناء ممارستها لنشاطها الاقتصادي.

(١) Ibid., pp 12-13

(٢) نهال المغريل، ياسمين فؤاد، (٢٠٠٨)، "المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر: بعض التجارب الدولية"، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، ص ٥.

التجارب الدولية في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات

يتناول هذا الجزء من التقرير أهم الجهود الدولية في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات بداية من الميثاق العالمي للأمم المتحدة، وإرشادات منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية للشركات متعددة الجنسيات بالإضافة إلى الإعلان ثلاثي الأطراف للمبادئ المتعلقة بالشركات عابرة القارات والسياسة الاجتماعية لمنظمة العمل الدولية.

مجهودات المنظمات الدولية في مجال المسؤولية الاجتماعية

الميثاق العالمي للأمم المتحدة^(١)

صدر عام ١٩٩٩ الميثاق العالمي للأمم المتحدة وهو مبادرة دولية دعت بمقتضاها الأمم المتحدة الشركات للتخلي بروح المواطنة المؤسسية، والمشاركة الطوعية في التنمية المستدامة، وقد تضمن الميثاق عشرة مبادئ في نطاق حقوق الإنسان ومعايير العمل وحماية البيئة ومكافحة الفساد، وبالتوقيع على هذا الميثاق تؤكد الشركات على التزامها بمسؤوليتها الاجتماعية وفقا لمبادئ هذا الميثاق.

انضم للميثاق العالمي للأمم المتحدة نحو ٨٠٠٠ مشترك من ١٣٥ دولة حول العالم وذلك حتى يوليو ٢٠١١ منهم ٦٠٠٠ شركة أعمال بالإضافة إلى عدد من منظمات المجتمع المدني والجمعيات الأهلية غير الهادفة للربح، وبلغ عدد المشتركين من مصر ٦٢ مشترك منهم ٤٢ شركة أعمال وفيما يلي المبادئ العشرة للميثاق العالمي للمسؤولية الاجتماعية:

حقوق الإنسان

المبدأ (١): يتعين على قطاع الأعمال دعم حماية حقوق الإنسان المعلنه دوليا واحترامها.

المبدأ (٢): يتعين على قطاع الأعمال التأكد من أنها ليست ضالعة في انتهاكات حقوق الإنسان.

معايير العمل

المبدأ (٣): يتعين على قطاع الأعمال احترام حرية تكوين الجمعيات والاعتراف الفعلي بالحق في المساومة الجماعية.

المبدأ (٤): يتعين على قطاع الأعمال القضاء على جميع أشكال السخرة والعمل الجبري.

المبدأ (٥): يتعين على قطاع الأعمال الإلغاء الفعلي لعمل الأطفال.

المبدأ (٦): يتعين على قطاع الأعمال القضاء على التمييز في مجال التوظيف والمهن.

البيئة

المبدأ (٧): يتعين على قطاع الأعمال التشجيع على اتباع نهج احترازي إزاء جميع التحديات البيئية.

المبدأ (٨): يتعين على قطاع الأعمال الاضطلاع بمبادرات لتوسيع نطاق المسؤولية عن البيئة.

المبدأ (٩): يتعين على قطاع الأعمال التشجيع على تطوير التكنولوجيات غير الضارة بالبيئة ونشرها.

مكافحة الفساد

المبدأ (١٠): يتعين على قطاع الأعمال مكافحة الفساد بكل أشكاله، بما فيها الابتزاز والرشوة.

إرشادات منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية للشركات متعددة الجنسيات^(٢)

توجه إرشادات منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية للشركات متعددة الجنسيات للالتزام بالسياسات والنظم الاجتماعية السائدة في الدول التي تعمل بها، وقد تم اعتماد هذا الدليل عام ١٩٧٦ وتعديلاته خلال الأعوام ١٩٧٩، ١٩٨٢، ١٩٨٤، ١٩٩١، و٢٠٠٠.

تهدف هذه الإرشادات إلى تشجيع المساهمة الإيجابية للقطاع الخاص في النشاط الاقتصادي والاجتماعي والبيئي من أجل تحقيق التنمية المستدامة، وعلى الرغم من ذلك فهي تعتبر غير ملزمة.

الإعلان ثلاثي الأطراف للمبادئ المتعلقة بالشركات عابرة القارات والسياسة الاجتماعية لمنظمة العمل الدولية^(٣)

صدر هذا الإعلان عام ١٩٧٧ بهدف تشجيع المساهمة الإيجابية للشركات عابرة القارات في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدول التي تعمل بها وتقليل الصعوبات التي تواجه هذه الشركات خلال تأدية مهام عملها.

تضمن الإعلان المبادئ الاجتماعية المتعلقة بنشاط هذه الشركات والتي يتعين عليها وعلى كل من الحكومة ومنظمات الأعمال احترامها. وتشمل هذه المبادئ رفع مستوى التشغيل في الدول المضيفة وتشجيع التدريب وتوفير فرص مواتية للمعيشة والعمل.

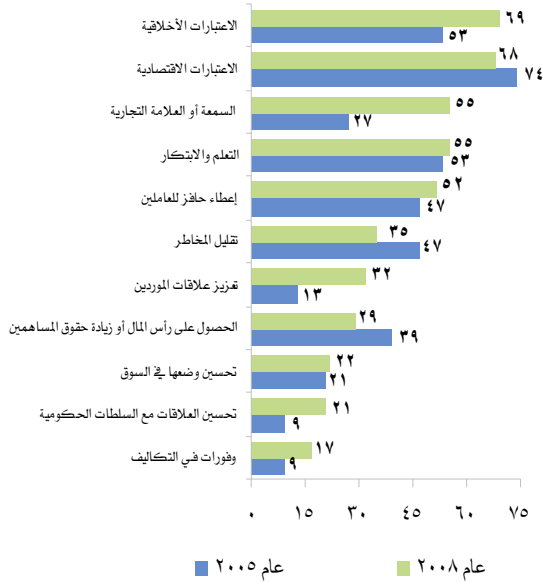
وتتسم هذه المبادئ بأنها غير إلزامية وأن تطبيقها يكون على نحو تطوعي. وقد أطلقت منظمة العمل الدولية خلال عامي ٢٠٠٦ و ٢٠٠٧ مبادرة جديدة تهدف إلى توفير معلومات كافية عن تجارب البلدان والشركات المختلفة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات وتدريب الشركات في هذا المجال وتبادل الخبرات.

^(١) الموقع الإلكتروني للميثاق العالمي للأمم المتحدة، وثائق الميثاق العالمي للأمم المتحدة، <http://www.unglobalcompact.org/Languages/arabic/index.html>

^(٢) OECD Guidelines for Multinational Enterprise, Recommendations for Responsible Business Conduct in a Global Context, OECD Ministerial Meeting, 25 May 2011.

^(٣) الإعلان الثلاثي للمبادئ بشأن المنشآت متعددة الجنسيات والسياسة الاجتماعية، مكتب العمل الدولي، منظمة العمل الدولية، جنيف، الطبعة الرابعة ٢٠٠٦.

الدوافع وراء اتجاه الشركات بالعيونة نحو الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية خلال عامي ٢٠٠٥ و ٢٠٠٨



Source: KPMG (2008), "KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2008", Netherlands

ترتيب الدول وفقاً لاهتمام الشركات بها بالمسؤولية الاجتماعية خلال عام ٢٠٠٧

الترتيب	الدولة
١	السويد
٢	الدنمارك
٣	فنلندا
٤	أيسلندا
٥	المملكة المتحدة
٦	النرويج
٧	نيوزيلندا
٨	أيرلندا
٩	أستراليا
١٠	ألمانيا
١١	كندا
١٢	هولندا
١٣	سويسرا
١٤	بلجيكا
١٥	سنغافورة
١٦	النمسا
١٧	فرنسا
١٨	الولايات المتحدة الأمريكية
١٩	اليابان
٢٠	هونغ كونج والصين

Source: Anup Shah (2007), Global Issues, "Corporate Social Responsibility", <http://www.globalissues.org/article/723/corporate-social-responsibility>

(١) KPMG (2008), "KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2008", Netherlands.

(٢) Anup Shah (2007), Global Issues, "Corporate Social Responsibility", <http://www.globalissues.org/article/723/corporate-social-responsibility>

يتضمن هذا المسح معلومات تتعلق بمسؤوليات حوالي ٢٥٠ شركة على مستوى العالم، وضم هذا المسح شركات من مختلف القطاعات وهي: التمويل والتأمين والأوراق المالية، النفط والغاز، التجارة، الألكترونيات وأجهزة الحاسب الآلي، السيارات، المعادن والهندسة والصناعات التحويلية الأخرى، الاتصالات ووسائل الإعلام، المرافق، المواد الغذائية والمشروبات، الأدوية، الكيماويات والمواد التركيبية، النقل، التشييد ومواد البناء، والتعدين، وخدمات أخرى، وقد جاءت نتائج المسح كالتالي:

• ٧٩٪ من إجمالي الشركات بالعيونة (٢٥٠ شركة على المستوى العالمي) تقوم بإصدار تقارير عن أنشطتها في مجال المسؤولية الاجتماعية خلال عام ٢٠٠٧ مقارنة بـ ٥٢٪ خلال عام ٢٠٠٥.

• اليابان والمملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية في مقدمة الدول بعيونة المسح التي لديها تقارير خاصة بالمسؤولية الاجتماعية قائمة بذاتها خلال عام ٢٠٠٨.

• ٣١,٢٪ من الشركات بالعيونة تعمل بمجال التمويل والتأمين والأوراق المالية.

• جاءت الاعتبارات الأخلاقية والاقتصادية من أهم الدوافع وراء اتجاه الشركات بالعيونة نحو الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية خلال عام ٢٠٠٨، وذلك بنسبة ٦٩٪ و ٦٨٪ من إجمالي الشركات بالعيونة على الترتيب.

مؤشر تنافسية المسؤولية الاجتماعية للشركات RCI (٢)

• هو مؤشر يقيس أداء وجهود الدول في تشجيع المسؤولية الاجتماعية للشركات، وذلك لـ ١٠٨ دول خلال عام ٢٠٠٧ بما يغطي حوالي ٩٦٪ من الناتج المحلي الإجمالي العالمي، ممثلة للقارات الخمس.

• تحتل السويد المرتبة الأولى من حيث التزام الشركات بها بمسؤوليتها الاجتماعية، تليها الدنمارك وفنلندا، بينما جاءت هونج كونج والصين في المرتبة العشرين ضمن قائمة الدول الصادر عنهم المؤشر.

نماذج من تجارب المسؤولية الاجتماعية لبعض الشركات والمؤسسات

العالمية



شركة إنتل^(١)

- إنتل هي من أكبر الشركات المتخصصة في رقاقات ومعالجات الكمبيوتر، وقد احتلت المركز ١٣ في قائمة أفضل ١٠٠ شركة تقوم بمسؤوليتها الاجتماعية لعام ٢٠١١ الصادر عن مجلة المسؤولية الاجتماعية للشركات، وقد حصلت الشركة على أكثر من ٨٠ جائزة دولية عن تلك الأنشطة. ومن أبرزها:
- في مجال الاهتمام بالتنمية البشرية: تبرع حوالي نصف العاملين في الشركة بأكثر من مليون ساعة كخدمة في المدارس والمؤسسات غير الهادفة للربح وذلك عام ٢٠١٠.
- في مجال الاهتمام بالبيئة: تهتم الشركة بإصدار منتجات أقل استخداماً للطاقة الكهربائية. على سبيل المثال: خلال الفترة (٢٠٠٨-٢٠١٠) تعتبر الشركة أكبر متبرع لاستهلاك الطاقة النظيفة في الولايات المتحدة الأمريكية.

- في مجال الاهتمام بالأجيال المستقبلية: قامت الشركة باستثمار أكثر من مليار دولار خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١٠) لتحسين العملية التعليمية في العالم بالتعاون مع حكومات الدول. بالإضافة إلى إطلاق مبادرة "التعليم من أجل الابتكار" عام ٢٠١٠ بالتعاون مع الرئيس الأمريكي بإجمالي تكلفة تبلغ ٢٠٠ مليون دولار لتحسين مقررات الرياضيات والعلوم في النظام التعليمي في الولايات المتحدة الأمريكية.



شركة كولجيت - بالموليف^(٢)

- هي شركة عالمية رائدة في مجال إنتاج منتجات العناية بالفم والعناية الشخصية، والعناية بالمنزل وغيرها، وقد احتلت الشركة المرتبة ٤٠ ضمن قائمة أفضل ١٠٠ شركة حول العالم تقوم بمسؤوليتها الاجتماعية لعام ٢٠١١ الصادرة عن مجلة المسؤولية الاجتماعية للشركات، وتقوم الشركة ببيع منتجاتها في أكثر من ٢٠٠ دولة على مستوى العالم، وتقوم الشركة بمجموعة من الأنشطة المجتمعية ومن أمثلتها:
- قدمت الشركة تبرعات نقدية بلغت حوالي ١٧,٨ مليون دولار عام ٢٠١٠، وتشمل هذه القيمة التبرعات التي تم توجيهها لبرنامج "ابتسامة مشرقة، مستقبل مشرق"، الذي استفاد منه حوالي ٦٥٠ مليون طفل وأسره في ٨٠ دولة على مستوى العالم، ويهدف إلى تعزيز الوعي حول صحة الفم، كما يقوم البرنامج بتعليم الأطفال العادات الصحية السليمة للحفاظ على صحة الفم.
- تقدم الشركة تبرعات عينية ومنتجات الشركة للمؤسسات الخيرية بلغت حوالي ٢١,٩ مليون دولار عام ٢٠١٠.

تجارب الشركات العالمية

٤

أفضل الشركات في ممارسة أنشطة المسؤولية الاجتماعية في العالم وفقاً لمجلة المسؤولية الاجتماعية للشركات

- قامت مجلة المسؤولية الاجتماعية للشركات (Corporate Responsibility Magazine) بإطلاق ترتيب أفضل ١٠٠ شركة لعام ٢٠١١ تقوم بمسؤوليتها تجاه المجتمع من خلال الأنشطة مختلفة، وقد اعتمد الترتيب على تقييم ممارسات الشركات من حيث ٧ مجالات أساسية: التأثير على البيئة، التغيرات المناخية، حقوق الإنسان، الأعمال الخيرية، علاقات العاملين، الأداء المالي للشركة والحوكمة.

أفضل ٢٠ شركة تقوم بأنشطة تتعلق بالمسؤولية الاجتماعية لعام ٢٠١١

الترتيب	الشركة	الترتيب	الشركة
١	Johnson Controls Inc	١١	Gap, Inc.
٢	Campbell Soup Co	١٢	General Mills, Inc.
٣	International Business Machines Corp.	١٣	Intel Corp.
٤	Bristol-Myers Squibb Co.	١٤	Coca-Cola Co
٥	Mattel, Inc.	١٥	Pinnacle West Capital Corp.
٦	3M Co.	١٦	Avon Products, Inc.
٧	Accenture plc	١٧	Consolidated Edison, Inc.
٨	Kimberly-Clark Corp.	١٨	Spectra Energy Corp.
٩	Hewlett-Packard Co.	١٩	E.I. DuPont De Nemours & Co.
١٠	Nike, Inc.	٢٠	Johnson & Johnson

Source: CR Magazine; The 100 Best Corporate Citizens; http://thecro.com/files/100Best2011_List_revised.pdf

(1) Intel, 2010 Corporate Responsibility Report Overview, <http://www.intel.com/content/www/us/en/corporate-responsibility/2010-corporate-responsibility-report-overview.html>

(2) Colgate, Key Performance Indicators, <http://www.colgate.com/app/Colgate/US/Corp/LivingOurValues/Sustainability/KeyPerformanceIndicators.cvsp>

الرعاية الاجتماعية: تدعم التعليم العلمي والتفكير الإبداعي الذي يشجع على القيادة ومساعدة أطفال الأسر محدودة الدخل من خلال دعم البنية التحتية للتعليم. كما تقوم أيضاً بتنفيذ برامج في هذه المجالات بجميع المراكز التطوعية الثمانية التابعة للشركة.

الخدمات التطوعية: في عام ١٩٩٥ أطلقت شركة سامسونج مجموعة مساهمات اجتماعية تهدف إلى تشجيع العاملين على المشاركة في خدمة المجتمع. وتوسعت هذه المبادرة لتؤدي إلى إنشاء ثمانية مراكز تطوعية عبر كوريا يعمل بها خبراء الرعاية الاجتماعية الذين يدعمون تطوير برامج الموظفين التطوعية.

الثقافة والفنون: تقدم الدعم للكثير من الأنشطة الثقافية والفنية المتنوعة حول العالم، حيث قدمت مساهمات واسعة للعديد من المتاحف والمعارض في كوريا والعديد من الدول الأخرى التي من بينها الولايات المتحدة وفرنسا. يجمع متحف سامسونج للفنون الحديثة ويعرض الأعمال الفنية الحديثة من كوريا وخارجها في حين أن متحف سامسونج للأطفال وهو الأول من نوعه في كوريا يدعو الأطفال للاستمتاع باكتشاف العالم الذي يعيشون فيه. كما تستضيف سامسونج مختلف الأحداث الثقافية والبرامج التي من شأنها تشجيع مواهبهم الفنية وتدعيمها.

المجال الأكاديمي والتعليم: تمثل سامسونج إحدى الجهات الداعمة الرئيسية لأولمبياد العلوم للشباب في كوريا وهي من أرقى المنافسات العلمية في المدارس الابتدائية والإعدادية والثانوية، والأولمبياد الوطنية لإبداع الطلاب التي تهدف إلى تشجيع الابتكار بين الطلاب بدءاً من طلاب المرحلة الابتدائية حتى المرحلة الثانوية. ومنذ عام ٢٠٠١، تعاونت سامسونج مع جمعية حركة الأسرة صديقة البيئة لتنفيذ نماذج "المدرسة صديقة البيئة" التي تدعم الإدراك البيئي لدى الأطفال وتمكنهم من اتخاذ خطوات عملية لحماية الأنظمة البيئية.



تشتهر مجموعة كارفور العالمية بأنشطتها التجارية والصناعية في كثير من دول العالم، حيث اشتركت منذ عام ٢٠٠٠ في أكثر من ٢٠٠ مشروع تنموي حول العالم، أهم تلك المشروعات ما يلي:

تقديم الدعم لبرنامج تطوير المدارس في تايلاند بالتعاون مع اليونيسكو عام ٢٠٠١.

رعاية حفل موسيقي خير في باريس لصالح الهلال الأحمر الجزائري بعد الفيضانات في الجزائر عام ٢٠٠١.

احتلت شركة وول مارت المرتبة ٩٥ ضمن أفضل ١٠٠ شركة على مستوى العالم تمارس أنشطة المسؤولية الاجتماعية وفقاً لمجلة المسؤولية الاجتماعية للشركات لعام ٢٠١١، وهي تتبع مجموعة وول مارت للمراكز التجارية العالمية التي تشتهر بأنشطتها التجارية العالمية، وقد قامت بمجموعة من الأنشطة الاجتماعية ومن أمثلتها: إعلان الشركة في أبريل ٢٠١٠ عن قيامها بالتبرع بمبلغ ٣,٤ مليون دولار في شكل منح للمنظمات غير الهادفة للربح لمساعدة الأمريكيين على العودة إلى العمل من خلال دعم البرامج التدريبية لخلق قوى عاملة ماهرة.

تبنت الشركة في عام ٢٠١٠ برنامج لمكافحة الجوع "Fighting Hunger Together" في أمريكا بمبلغ ٢ مليار دولار في شكل نقدي وعيني بهدف القضاء على الجوع خلال الفترة (٢٠١٠ - ٢٠١٥).

إعلان الشركة في أغسطس ٢٠١١ عن مضاعفة دعمها للعسكريين ليصل إلى ٢٠ مليون دولار بحلول عام ٢٠١٥.

إعلان الشركة في أغسطس ٢٠١١ عن مساهمتها في خلق فرص عمل للاقتصاد الأمريكي من خلال توظيف أكثر من ١٥ ألف موظف بنحو ١٠٠ فرع جديد للمؤسسة وذلك بنهاية العام المالي.

قامت الشركة في عام ٢٠١٠ بتمويل برامج تعليمية وصحية للطلاب بقيمة ٨٩ مليون دولار، كما تبنت برنامج مكافآت المعلمين "Teacher Rewards Program" والذي من خلاله تم توزيع أكثر من ٤٥ ألف بطاقة هدايا على المعلمين بقيمة ٤,٥ مليون دولار لشراء مستلزمات للفصول التعليمية في السنة الدراسية ٢٠٠٩/٢٠١٠.

إطلاق مبادرة تهدف إلى توفير فرص العمل والتدريب، حيث قامت في عام ٢٠١١ بمنح أكثر من ٦,٥ ملايين دولار في شكل منح لبرامج مصممة لمساعدة العاطلين وتدريبهم وإعدادهم للمرحلة المقبلة في حياتهم المهنية.

أعلنت الشركة في عام ٢٠٠٩ عن تقديم منحة لـ "AARP Foundation" بحوالي ١,٥ مليون دولار لمساعدة ٤٥٠ سيدة يزيد عمرها عن ٤٠ سنة للحصول على برامج تدريبية مختلفة لمساعدتهم على إعالة أنفسهم وأسرهم.



تعتبر شركة سامسونج من أكبر الشركات في مجال الأجهزة الرقمية والألكترونية حول العالم، وتهتم الشركة بأداء دورها المجتمعي كما يلي:

(١) Walmart (2011), Global Responsibility Report, Building the Next Generation Walmart... Responsibility, <http://walmartstores.com/CommunityGiving/223.aspx>
<http://www.samsung.com/eg/aboutsamsung/citizenship/ourcitizenshipfocus.html>, الموقع الإلكتروني لشركة سامسونج، مسؤولية الشركة اتجاه المجتمع،

(٢) Carrefour Foundation Annual Report, 2010, Special issue, 10 years of action, <http://www.carrefour.com/cdc/foundation/the-carrefour-foundation/>

- دعم برنامج للتدريب المهني للشباب من ضواحي بوينس آيرس في الأرجنتين عام ٢٠٠٢، ولمدة خمس سنوات.
- إطلاق برنامج للرعاية المدرسية بعنوان "المدارس جزء من حياتنا" في كولومبيا بالتعاون مع مؤسسة اليونيسيف عام ٢٠٠٢.
- جمع مبلغ ١,٧ مليون يورو تبرعات لصالح ضحايا فيضانات تسونامي التي ضربت جنوب شرق آسيا عام ٢٠٠٤.
- افتتاح البقالة الاجتماعية Social Grocery Store الثالثة عام ٢٠٠٤ في فرنسا بناء على مبادرة من موظفي كارفور، والتي تقدم منتجات غذائية شهرية بالمجان للأسر الفقيرة.
- إطلاق برنامج للوقاية من السمعة في مرحلة الطفولة في فرنسا، وبلجيكا، أسبانيا واليونان عام ٢٠٠٦.
- دعم مشروع تدريب الشباب من الأحياء الفقيرة في ساو باولو لإعادة تدوير الورق عام ٢٠٠٦.
- افتتاح أول بقالة اجتماعية Social Grocery Store في اليونان عام ٢٠٠٧، تقدم تلك البقالة منتجات غذائية شهرية بالمجان للأسر الفقيرة.
- الانتهاء من أول مشروع في الصين يساعد الفلاحين على تسويق الفلفل في مقاطعة شيشوان بالصين عام ٢٠٠٨.
- توفير ٢,٢ مليون يورو لمساعدات الطوارئ ومشاريع إعادة الإعمار في أعقاب زلزال شيشوان في الصين عام ٢٠٠٨.
- **شركة تويوتا^(١)**
 - هي شركة سيارات عالمية، وهي تقوم بمجموعة من الأنشطة المجتمعية كالتالي:
 - أنشطة بيئية: المساهمة في التنمية المستدامة للمجتمع والمساهمة الاجتماعية في مجالات مثل التربية البيئية، ودعم العمل البيئي والمحافظة على التنوع البيولوجي، وذلك من خلال:
 - برنامج المنح لدعم الأنشطة البيئية التي تنفذها المنظمات غير الهادفة للربح والذي بدأ منذ عام ٢٠٠٠ تحت شعار "التكنولوجيا البيئية والمساهمة في تنمية الموارد البشرية للحفاظ على البيئة".
 - برنامج تويوتا لتوعية الشباب الصيني بموضوعات الحماية البيئية منذ عام ٢٠٠٥.
 - برنامج منع التصحر بالصين منذ عام ٢٠٠١.
 - مشروع حماية الغابات باليابان.
 - مؤسسة تويوتا في اليابان والتي تقوم بعمل برامج تعليمية بيئية للأطفال والبالغين منذ عام ٢٠٠٥.
- مؤسسة التنمية المستدامة باليابان التي تقدم برامج التنمية البيئية بالاشتراك مع المنظمات غير الهادفة للربح منذ عام ٢٠٠٩.
- مشروع تويوتا إيكو للشباب (ماليزيا / أندونيسيا): إنشاء مجموعة من المدارس الثانوية بالقرب من فروع تويوتا بهدف تخطيط وتنفيذ مشاريع تحسين البيئة، مثل ترشيد استهلاك الكهرباء وتقنية المياه منذ عام ٢٠٠١.
- مبادرة استعادة الغابات الممطرة (الفلبين): منذ عام ٢٠٠٧ تم التعاقد مع المنظمات غير الحكومية البيئية في أنشطة غرس الأشجار في مقاطعة كاجايان بالفلبين.
- مبادرة القيادة البيئية: بالتعاون مع مجموعة من الدول الأوروبية، حيث تعتبر العوامل الرئيسية لتحسين كفاءة استهلاك الوقود وتكنولوجيا المركبات هي تطوير مهارات القيادة وذلك من خلال تنظيم ورش عمل بيئية تقوم بنظم محاكاة لتعليم قيادة السيارات وذلك منذ عام ٢٠٠٧.
- مبادرة Together Green بالولايات المتحدة منذ عام ٢٠٠٨ لتمويل مشاريع المحافظة على البيئة، وتشجيع العمل التطوعي.
- تساهم شركة تويوتا بالتعاون مع دولة البرازيل في ترميم والحفاظ على الغابات على المحيط الأطلسي، للمناطق الأكثر تضررا في البرازيل عام ٢٠٠٩.
- أنشطة تعليمية: تستخدم شركة تويوتا خبراتها لتصنيع البرامج التي تعمل على النهوض بالعلوم والتكنولوجيا، وتدعم تنفيذ البرامج التعليمية في جميع أنحاء العالم، وذلك من خلال:
 - المشروع التعليمي بجنوب أفريقيا: بدأت شركة تويوتا تدريس برنامج تعليمي يستهدف المعلمين، حيث يدرّبهم على أساليب تدريس اللغة الإنجليزية، والرياضيات والعلوم.
 - قامت شركة تويوتا بإجراء برنامج للمنح الدراسية في الصين منذ عام ٢٠٠٦ بالتعاون مع مؤسسة سونج تشينج لينج لمساعدة الطلاب في وسط وغرب الصين الذين يواجهون صعوبات اقتصادية في استكمال دراستهم الجامعية.
 - تنظيم ورش عمل لتعزيز روح الابتكار لدى الأطفال باليابان في مجالات العلوم والتكنولوجيا، وتنظيم ورش عمل بين الفنانين والأطفال بالتعاون مع المنظمات غير الهادفة للربح في اليابان لتعزيز الحس الفني للأطفال من خلال تفاعل الأطفال مع الفنانين.

(1) Toyota, CSR Initiatives, http://www.toyota-global.com/sustainability/corporate_citizenship/

تهتم شركة مايكروسوفت "بالاستدامة البيئية" والحفاظ عليها من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات، في تحسين كفاءة الطاقة المستخدمة وذلك عن طريق تطوير وتصنيع منتجات الشركة من البرمجيات وبرامج تكنولوجيا التي تستخدم الطاقة بشكل أكثر كفاءة وتوفير.

وضعت شركة مايكروسوفت هدف للحد من انبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون الصادرة من الشركة بنسبة ٣٠٪ في عام ٢٠١٢ حيث بلغت انبعاثات ثاني أكسيد الكربون الصادرة من الشركة ١,٣ مليون طن متري مكافئ عام ٢٠٠٩، ولقد حددت الشركة أربعة مجالات رئيسية للعمليات للحد من الانبعاثات فيها وهي مراكز البيانات، الانتقالات والسفر، المباني، ومعامل الكمبيوتر.

مراكز البيانات الجديدة بالشركة تستهلك ٥٠٪ أقل من الطاقة من مراكز البيانات التي تم بنائها منذ ٣ سنوات.

الانتقالات والسفر: تعمل شركة مايكروسوفت باستمرار على خفض تكلفة الانتقالات والسفر في الشركة عن طريق استخدام وسائل بديلة للسفر تتضمن تكنولوجيا الاتصال عن بعد، وقد ساهمت هذه السياسة في تخفيض حوالي ٣٥٪ من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون الناتجة عن السفر.

المباني: حوالي ٢٥٪ من إجمالي الطاقة المستخدمة في مباني الشركة تأتي من مصادر طاقة متجددة، وأكثر من ٥٠٪ من الطاقة المستخدمة في المقرات الرئيسية هي طاقة كهرومائية.

معامل الكمبيوتر: في عام ٢٠١٠/٢٠٠٩ تم الانتهاء من بناء مركز لأبحاث وتطوير الدعم الفني لتعزيز الدعم الفني لمعامل الكمبيوتر وخوادم الحاسب الآلي، ولخفض انبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون بمقدار ١٢ ألف طن متري سنويا.

مؤسسة تويوتا للمنح الدراسية بكوريا: منذ عام ٢٠٠٥ بدأت بالتعاون مع مؤسسات المجتمع المدني في تقديم منح دراسية لطلاب المدارس الفقيرة بواقع ٤٥ طالبا في السنة. إعداد دورات تدريبية تدرس باللغة البرتغالية في مجال السيارات للبرازيليين قاطني اليابان، كما تم الاحتفال مؤخرا بالذكرى السنوية العاشرة لإعداد تلك الدورات، وقد تخرج فيها أكثر من ٢٠٠ طالب وطالبة.

شركة مايكروسوفت^(١) Microsoft

شركة مايكروسوفت هي من كبرى شركات البرمجيات في العالم، وقد احتلت الشركة المرتبة ٢٢ في قائمة أفضل ١٠٠ شركة تمارس أنشطة المسؤولية الاجتماعية في العالم الصادرة عن مجلة المسؤولية الاجتماعية للشركات لعام ٢٠١١.

تقوم شركة مايكروسوفت بالعديد من الأنشطة والبرامج في خدمة المجتمع، وفي إطار ذلك فإنها تعمل على تشجيع الموظفين لديها على العمل التطوعي في خدمة المجتمع، من خلال منح الموظفين الذين يرغبون في الاشتراك بالعمل التطوعي وقت مدفوع الأجر، إتاحة فرص للموظفين للاشتراك في فريق العمل التطوعي في الشركة، استخدام موارد وأدوات الشركة في العمل التطوعي، وفي الولايات المتحدة يسمح بإعطاء منح للمنظمات التطوعية التي يشترك فيها الموظفون المتطوعون.

في عام ٢٠١٠/٢٠٠٩ بلغ عدد ساعات العمل التطوعي للموظفين ٣٦٣,٤ ألف ساعة في الولايات المتحدة فقط، وبلغ عدد الموظفين المتطوعين بوقتهم ٤٢٠٠ موظف.

منذ اشتراك شركة مايكروسوفت في برامج العمل التطوعي حتى عام ٢٠١٠ بلغ حجم التبرعات المقدمة للمنظمات غير الهادفة للربح ٧٥٠ مليون دولار، وفي الولايات المتحدة فقط بلغت قيمة تبرعات الموظفين ٤٠,٨ مليون دولار، مقابل ٤٣,٧ مليون دولار من الشركة ليصل المبلغ الإجمالي إلى ٨٤,٥ مليون دولار عام ٢٠١٠/٢٠٠٩.

(1) Microsoft (2010), "2010 Corporate Citizenship Report", <http://www.microsoft.com/about/corporatecitizenship/en-us/reporting/>

المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر

التحديات التي تواجه الشركات عند تنفيذها برامج المسؤولية الاجتماعية في مصر

٢

● عند التزام الشركات بتنفيذ برامج مسؤولية اجتماعية، قد تواجه بعض التحديات التي قد تؤثر سلبا على مدى التزامها بتنفيذ هذه البرامج، وتتمثل هذه التحديات فيما يلي:

- التعرض للنقد من الجهات المختلفة بسبب ما تفرضه برامج المسؤولية الاجتماعية على الشركات من الالتزام بالشفافية، مما قد يؤثر سلبا على استعداد الشركات للمشاركة في رسم وتنفيذ هذه البرامج^(١).
- عدم توافر الخبرات اللازمة لتطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية بشكل فعال، وذلك فيما يتعلق بإعداد التقارير والمتابعة والتقييم^(١).
- ارتفاع تكلفة تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية، وعدم توافر الموارد المالية الكافية لتغطيتها^(١).
- عدم وجود بيانات ومعلومات كافية للمشروعات التنموية التي يحتاج المجتمع إليها وتستطيع الشركات القيام بتنفيذها في إطار برامج المسؤولية الاجتماعية في مصر.
- عدم وجود جهة محددة تكون مهمتها متابعة وتقييم المشروعات التي تقوم بها الشركات في إطار التزامها بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع.
- وجود لبس كبير بين مفهوم المسؤولية الاجتماعية والعمل الخيري.
- طول فترة الإجراءات والتصاريف اللازمة لإقامة مشروعات وبرامج المسؤولية الاجتماعية.

آراء واتجاهات شركات القطاع الخاص والمنظمات غير الحكومية في المسؤولية الاجتماعية^(٢)

٣

- قام برنامج تنمية المشاركة بعمل استطلاع للرأي عام ٢٠٠٧ عن المسؤولية الاجتماعية في مصر، الأول خاص بشركات الأعمال سواء متعددة الجنسيات أو المصرية التي لها إسهام في مجال التنمية المجتمعية من خلال الشراكة مع المنظمات غير الحكومية، والاستطلاع الثاني خاص بالمنظمات غير الحكومية.
- تم إجراء الاستبيان الأول على ٢٠ شركة منها ١٠ شركات متعددة الجنسيات و١٠ شركات مصرية، بينما الاستبيان الثاني بالمنظمات غير الحكومية مع ٢١ جمعية.

يعرض هذا القسم طبيعة المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر، من خلال استعراض أهم الأسباب والدوافع التي قد تدفع الشركات للقيام بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع، وأهم التحديات التي تواجه هذه الشركات عند تنفيذها لبرامج المسؤولية الاجتماعية، بالإضافة إلى عرض تجارب بعض الشركات في مصر التي تقوم ببرامج ومبادرات لخدمة المجتمع.

الأسباب التي تشجع الشركات للاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع في مصر^(١)

١

● يوجد عدد من الأسباب والدوافع التي تساهم في تشجيع الشركات على الالتزام بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع وهي كما يلي:

- توفير مناخ أفضل لممارسة الأعمال، وكذلك مستوى أفضل من الحوكمة والشفافية واحترام القوانين.
- تحسين العلاقة بين الشركات ومختلف أصحاب المصالح من مستهلكين وموردين والشركات عابرة القارات من خلال سلاسل التوريد العالمية.
- الالتزام بالاتفاقيات الدولية خاصة في ضوء انضمام مصر للميثاق العالمي للأمم المتحدة، واستجابة لمبادرات البنك الدولي والبرنامج الإنمائي للأمم المتحدة.
- إرساء بعض القيم الهامة لدى العاملين بالشركات لحفزهم على احترام قيم العمل والتميز، ويشجع ذلك على اجتذاب أفضل العناصر البشرية والعمالة المؤهلة والمدرية.
- الاهتمام برفع مستوى الإنتاجية لمواجهة زيادة حدة المنافسة عالميا ومحليا.
- الالتزام بتطبيق المواصفات العالمية، خاصة عند التصدير للخارج، والتأهيل لشروط المشتريات الحكومية.
- تحسين صورة رجال الأعمال، حيث يعاني قطاع الأعمال من رسوخ فكرة سيئة عنه، نتيجة لبعض الممارسات الخاطئة لعدد من رجال الأعمال المتعلقة بالفساد والرشوة.
- لجوء بعض رجال الأعمال إلى تبني برامج للمسؤولية الاجتماعية بهدف الحصول على تأييد الناخبين عند الترشح في انتخابات المجالس النيابية، أو بهدف التباهي بالمشاركة في العمل الاجتماعي التطوعي.

(١) نهال المغريل، ياسمين فؤاد، مرجع سبق ذكره، ص ص ٢٦-٢٧.

(٢) برنامج تنمية المشاركة، (٢٠٠٧)، "المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص: الشراكة بين القطاع الخاص والمنظمات غير الحكومية في مصر"، الوكالة الكندية للتنمية الدولية، وزارة التضامن الاجتماعي، ص ص ١٤-٢٧.

شركات القطاع الخاص

أشارت جميع شركات الأعمال سواء متعددة الجنسيات أو المصرية إلى وجود مردود إيجابي على الشركة نتيجة مساهمتها في تنفيذ أنشطة في مجال التنمية المجتمعية، منها تحسين صورة وسمعة الشركة (١٠٠٪)، تقوية العلاقات مع بقية الشركاء (٦٠٪)، زيادة قدرة الشركة على توظيف عمالة مدربة (٤٥٪)، تدعيم مكانة الشركة وكسب عملاء جدد (٢٠٪)، الدعاية والإعلان للشركة (٢٥٪)، زيادة ولاء وانتماء العاملين بالشركة (٢٥٪)، خفض الضرائب (١٥٪)، زيادة مبيعات الشركة (١٥٪).

ترى شركات الأعمال المتضمنة في المسح أن أهم المعوقات التي تواجهها في ممارسة مسؤوليتها المجتمعية تتمثل في: وجود صعوبة في التعرف والوصول إلى الجمعيات الجادة، وأخذ وقت طويل في التفاهم والتفاوض.

عدم وجود قاعدة بيانات كاملة وحديثة للمنظمات غير الحكومية.

طول فترة الإجراءات والتصاريف اللازمة لإقامة المشروعات. عدم الجدية من بعض الجمعيات الداخلة في الشراكة واهتمامها بالمقابل المادي فقط.

المنظمات غير الحكومية

تتركز أنشطة المنظمات غير الحكومية في مجال المسؤولية الاجتماعية في المجالات التالية: التعليم (٣٨٪)، التدريب (٢٩٪)، الرعاية الصحية (٢٩٪)، المحافظة على البيئة من التلوث (٢٤٪)، دعم المشروعات الصغيرة (٢٤٪)، الاهتمام بذوي الاحتياجات الخاصة (١٤٪) وتشجيع البحث العلمي (١٠٪).

أظهرت نتائج المسح وجود كثير من الأسباب التي تدفع المنظمات غير الحكومية للمساهمة في تنمية المجتمع، منها: أحد أولويات المنظمة (١٠٠٪)، التعاون مع المجتمع المحلي (٩٠٪)، توفير فرص عمل جديدة (٧٦٪).

أجمعت المنظمات غير الحكومية المتضمنة في المسح على وجود العديد من الفوائد التي تتحقق من خلال عمل شراكة مع شركات الأعمال في مجال المسؤولية الاجتماعية منها: زيادة تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية (٩٥٪)، توظيف كل الموارد البشرية والمادية المتاحة بصورة جيدة (٦٢٪).

٩٠٪ من المنظمات غير الحكومية في المسح ترى أن الحكومة لها دور هام في تفعيل المسؤولية الاجتماعية، حيث أشار ٩٥٪ منهم إلى أن الدور الحكومي هو دور رقابي، في حين أشار ٣٣٪ منها إلى أن الدور الحكومي يتمثل في تقديم الحوافز للمنظمات غير الحكومية العاملة في مجال التنمية المجتمعية.

٩٠٪ من الشركات متعددة الجنسيات التي شملتها عينة المسح لديها إدارة مختصة بأنشطة المسؤولية الاجتماعية ضمن الهيكل الإداري لها، بينما ٤٠٪ من شركات الأعمال المصرية يوجد بها إدارة مستقلة للمسؤولية الاجتماعية.

أسباب ودوافع مشاركة الشركات في التنمية المجتمعية

النسبة (%)	الأسباب
٨٠	المشاركة والمساهمة في التنمية المجتمعية تُعد أحد أولويات الشركة
٧٥	المشاركة في الأنشطة الاجتماعية لها مردود إيجابي على الشركة
٦٠	اعتبارات أخلاقية
٤٥	توافر الموارد الكافية
٤٥	إتاحة فرص عمل جديدة
٤٥	دعم مؤسسات تنمية المجتمع المحلي
٤٠	توافر الموارد البشرية الكافية
٤٠	التعاون مع المجتمعات المحلية

أظهرت النتائج أن التعليم جاء في مقدمة اهتمامات الشركات العاملة في مصر التي شملها المسح بنسبة (٢٨٪) يليه أنشطة تتعلق بالتدريب (٢٤٪) ثم الصحة (٢٠٪) والمشروعات الصغيرة (١٢٪)، يليهم أنشطة تتعلق بحماية البيئة من التلوث وتشجيع البحث العلمي وتكنولوجيا المعلومات.

٧٠٪ من شركات الأعمال في المسح ترى أن للحكومة دور هام في تفعيل المسؤولية الاجتماعية، وهو إما دور رقابي (٦٣٪) أو من خلال تقديم حوافز للشركات في صورة إعفاءات ضريبية أو جمركية (٣٨٪).

أبرز مقترحات شركات الأعمال لتفعيل الدور الحكومي في مجال المسؤولية المجتمعية للشركات

- إزالة القيود الإدارية والروتين.
- زيادة الحوافز الحكومية لشركات الأعمال التي لها إسهام في مجال تنمية المجتمع.
- توفير قاعدة بيانات عن المنظمات غير الحكومية.
- توجيه شركات الأعمال إلى المجالات التي ترغب الحكومة في تدخل الشركات لتنفيذ مشروعات في هذا المجال.

المصدر: برنامج تنمية المشاركة (٢٠٠٧)، "استطلاع رأي آراء واتجاهات شركات القطاع الخاص والمنظمات غير الحكومية في المسؤولية الاجتماعية".

خريطة المسؤولية الاجتماعية في مصر

- قام مركز العقد الاجتماعي بتصميم وبناء خريطة المسؤولية الاجتماعية بهدف الربط بين كافة الأطراف المعنية بالتنمية في المجتمع، حيث إنه ليس بمقدور شريك واحد من شركاء التنمية سواء كان الحكومة أو المجتمع المدني أو القطاع الخاص أن ينجز تنمية متكاملة ومتوازنة ومستدامة بمفرده، ولكن من خلال السعي لإحداث التكامل والتنسيق بين جهود ومبادرات كافة الشركاء وتعبئة مواردهم بأنواعها المختلفة، من الممكن تحقيق التنمية المتكاملة والمتوازنة والمستدامة في المجتمع.
- تم صياغة الخريطة في صورة قاعدة بيانات، يسهل التعامل معها والدخول إليها بدون أية تكلفة مادية، تشرح المشروعات محل الاحتياج من قبل المجتمعات المحلية والتي يمكن النظر إليها من زاويتين: الأولى المسؤولية الاجتماعية والثانية الفرص الاستثمارية.
- تضم الخريطة المناطق الريفية في ست محافظات، أربعة منها في الوجه القبلي (المنيا - أسيوط - سوهاج - قنا) ومحافظتان في الوجه البحري (الشرقية - البحيرة)، ويتم التركيز بالأساس على ١٥١ قرية هي الأكثر فقراً في هذه المحافظات.
- تم تصميم قاعدة البيانات التي سوف تعرض من خلالها خريطة المسؤولية الاجتماعية على أساس عدد من المتغيرات وذلك لعرض قوائم المشروعات المقترحة وفقاً للمحافظة، والوحدة المحلية، والقرية، ونوع المشروع، والقطاعات (صحة - تعليم - مياه شرب - صرف صحي - بيئة - إلخ)، والشركاء المقترحون، كما تتضمن الخريطة معلومات تفصيلية عن دراسات الجدوى للمشروعات من حيث الإطار الزمني والتكلفة التقديرية، ومؤشرات المتابعة والتقييم، بالإضافة إلى توفير معلومات عن الموارد الاقتصادية والبشرية والتنظيمية المتاحة في القرى.

المصدر: الموقع الرسمي لخريطة المسؤولية الاجتماعية

<http://www.srmap.net.eg/About1.aspx>

تم بناء المؤشر المصري لمسؤولية الشركات S&P/EGX من خلال التعاون بين البورصة المصرية وكل من مركز المديرين المصري، ومؤسسة ستاندرد آند بورز ومؤسسة كريسييل، والذي يُعدُّ الثاني على مستوى الأسواق الناشئة، بعد نجاح إطلاق المؤشر في الهند S&P/India ESG.

قام مركز المديرين المصري بإجراء التحليل الكيفي للشركات، وذلك بمساعدة البورصة المصرية، بالإضافة إلى قيام البورصة المصرية باختبار كفاءة البيانات التاريخية وتدقيقها، في حين قامت مؤسسة ستاندرد آند بورز ومؤسسة كريسييل بإجراء التحليل الكمي للشركات، وإعداد المؤشر تاريخياً، ولقد بدأ حساب هذا المؤشر في ٢٨ يونيو ٢٠٠٧.

يُعد الهدف من بناء المؤشر قياس أداء أفضل الشركات المقيدة في البورصة المصرية من حيث ممارسة أنشطة تتعلق بمسؤوليتها الاجتماعية، وذلك وفقاً لمعايير الممارسات البيئية، والمسؤولية الاجتماعية، وحوكمة الشركات، فهذا المؤشر يتكون من أفضل ٣٠ شركة على الأكثر من إجمالي أنشط ١٠٠ شركة مقيدة في البورصة المصرية.

نتائج المؤشر

حصلت شركة مصر لخدمات التليفون المحمول (موبينيل) على المركز الأول عام ٢٠١٠ في المؤشر المصري لمسؤولية الشركات المقيدة في البورصة، يليها شركة أوراسكوم للإنشاء والصناعة في المركز الثاني، ثم الشركة المصرية لخدمات النقل والتجارة (إيجيترانس) في المركز الثالث، وفي المركز الرابع المصرية للاتصالات، والبنك التجاري الدولي (CIB) في المركز الخامس (يتضمن الملحق عرض لأفضل ٣٠ شركة في المؤشر عام ٢٠١٠، وترتيبهم في السنوات الثلاث السابقة ٢٠٠٧، ٢٠٠٨، ٢٠٠٩، كما يتم عرض منهجية المؤشر).

^(١) المركز المصري لمسؤولية الشركات، المؤشر المصري لمسؤولية الشركات، http://www.ecrc.org.eg/Index_AR.aspx

شركة مصر لخدمات التليفون المحمول (موبينيل)^(١) موبينيل

تهدف معظم برامج المسؤولية الاجتماعية للشركة إلى التركيز على المجالات الأكثر احتياجاً للتنمية كالتعليم والبيئة والمشاريع ذات الصلة بالمجتمع، ومن أهم البرامج التي قامت بها الشركة هي:

● **موبينيل أكاديمي:** الهدف من تأسيس الأكاديمية هو دعم التعليم والتنمية في المجتمع المصري والمشاركة في إعداد الطلاب للمنافسة في سوق العمل من خلال تزويدهم بالمهارات المطلوبة التي تؤهلهم لشغل وظائف محددة.

أحد البرامج الفعالة التي تنفذ برعاية موبينيل أكاديمي هو "برنامج إنجاز للعمل التطوعي" وهو يوفر فصول أسبوعية لتنمية الشخصية في المدارس الإعدادية الحكومية في إمبابة، كأحد أكثر المناطق التي تتميز بكثافة سكانية عالية في الجيزة، وفي هذه الفصول يتم تقديم المفاهيم الاقتصادية الأساسية وفقاً لبرنامج "الاقتصاد الشخصي"، وذلك بهدف فهم أفضل للاقتصاد وتعليم الطلاب كيفية تقديم أنفسهم إلى السوق.

منذ بدء البرنامج وحتى عام ٢٠٠٩ تطوع ٢٣٥ موظفاً من موبينيل في هذه التجربة لتدريب الشباب عملياً على كيفية النجاح في سوق العمل، والتأثير بشكل إيجابي في المجتمع واستفاد من التدريب ٧٢٥٩ طالباً.

● **مبادرة موبينيل لتأهيل وتوظيف ٢٠٠ ألف أيد في أغسطس ٢٠١١** أطلقت موبينيل هذه المبادرة بالتعاون مع كبرى المنظمات الخيرية لتدريب وتأهيل ٢٠٠ ألف مصري ودعمهم من أجل توفير فرص العمل والرزق الكريم لهم ولعائلاتهم، وذلك بالتعاون مع خمس جمعيات كبيرة من مؤسسات المجتمع المدني المصري هي جمعية الأورمان، ومؤسسة ابتماسة، والمؤسسة التنموية للسيدات المصريات للعمل الحر (أوتاد)، ومؤسسة إنجاز-مصر، والمؤسسة التنموية لتمكين ذوي الاحتياجات الخاصة DAESN.

ويتمثل دور موبينيل في المبادرة في توفير التمويل اللازم للمنظمات الخيرية المشاركة بالإضافة إلى الإعلان عن المشروع في مختلف وسائل الإعلام ومنها الموقع الإلكتروني للشركة لوضعه تحت نظر المستفيدين المحتملين، وسوف تقوم كل جمعية من الجمعيات المشاركة باستخدام آلياتها الخاصة ومعايير الاختيار الخاصة بها لانتقاء الأفراد الذين سوف يستفيدون من هذه المبادرة في الحصول على التدريب أو التأهيل أو فرص العمل.

● مشروع "سكر مظلوب": في سبتمبر ٢٠١٠ تعاونت

موبينيل مع الجمعية المصرية لرعاية مرضى السكري في حملة لتمكين المصابين بالسكري من إدارة حالتهم، وذلك من خلال تقديم خدمة خط ساخن يومياً من الساعة ٩.٠٠ صباحاً وحتى ١١.٠٠ مساءً لتوجيه المشورة للأشخاص الذين يعانون من مرض السكري، بالإضافة إلى تقديم دورة شهرية مدتها ٢٠ ساعة للأطفال والمراهقين وأسره من التعامل مع مرض السكري، كذلك توفير لوازم طبية كأشرطة التحليل ومعدات أجهزة قياس ضغط الدم بأسعار مدعومة لمرضى السكر.

● شركة أوراسكوم للإنشاء والصناعة^(٢)

اهتمت شركة أوراسكوم للإنشاء والصناعة منذ عام ٢٠٠٠ باستثمار موارد الشركة في عمل برامج تعليمية ومنح من شأنها تحسين وتحقيق الرخاء الاقتصادي في المجتمع، ومنها منحة أنسي ساويرس الدراسية التي تقدم للطلاب الدراسات العليا النابغين والراغبين في إكمال دراستهم في جامعات علمية مرموقة في الولايات المتحدة الأمريكية وحتى عام ٢٠١٠ بلغ عدد الطلاب الحاصلين على هذه المنح ٥٠ طالباً.

ويتم اختيار الطلاب على أساس الجدارة والاستحقاق من خلال التفوق الأكاديمي، وهي منحة دراسية كاملة تتضمن بدل المعيشة ومصاريف الانتقال والتأمين الصحي.

● شركة المصرية للاتصالات^(٣)

تقوم الشركة المصرية للاتصالات بكثير من الأنشطة بهدف خدمة المواطنين في المجتمع في مجالات متنوعة مثل الصحة، والرياضة، والثقافة وغيرها.

● في مجال الصحة قامت الشركة بالتبرع لكثير من الجهات مثل المؤسسة المصرية لمكافحة سرطان الثدي، وجمعية أحياء مستشفى الأطفال طب عين شمس، ومركز زراعة الأعضاء بجامعة عين شمس، بالإضافة إلى مشاركة الشركة في تأسيس مركز للغسيل الكلوي بمحافظة القليوبية، وفي عام ٢٠١٠ قامت الشركة برعاية ماراثون الجري من أجل الشفاء بغرض الحد من انتشار سرطان الثدي في مصر.

● في مجال الرياضة أقامت الشركة البطولة الرمضانية الخامسة لشركات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، بالإضافة إلى رعايتها لكل من رالي الفراعنة والبطولة العربية الأولى لرواد الإسكواش.

(١) موقع شركة موبينيل، خدمات اجتماعية، <http://www.mobinil.com/arabic/aboutmobinil/Socialresponsibility.aspx>

(٢) Orascom Construction Industries (2010), Annual report 2010, Value through excellence, www.orascom.com

(٣) الموقع الإلكتروني لشركة المصرية للاتصالات، المسؤولية الاجتماعية للمصرية للاتصالات، <http://www.telecomegypt.com.eg/csr.asp>

التبرع لقسم جراحة الاطفال بجامعة عين شمس وذلك بهدف تحسين كفاءة القسم وتجديد البنية التحتية به من أجهزة ومعدات طبية وأثاث، ويضم القسم في الوقت الحالي غرفتين للعمليات وغرفة عناية مركزة وقسم للطوارئ، مما يسمح بأداء ٣٦٠٠ عملية حرجة في السنة.

التوقيع على بروتوكول للتعاون مع منظمة أصدقاء مستشفى أبو الريش لإنشاء وحدة عناية مركزة للأطفال في مستشفى أبو الريش، وذلك لمضاعفة عدد الحالات الحرجة التي تستطيع استقبالها المستشفى.



شركة فودافون مصر^(٢)

تسعى فودافون لدعم المجتمع المحلي من خلال اهتمامها بكثير من القضايا الاجتماعية الرئيسية، التي تعتبرها ذات أهمية قصوى مثل التعليم والصحة وقضايا البيئة ورعاية الأيتام والإغاثة في حالات الكوارث.

تطلق فودافون برنامج العودة إلى المدارس كل عام، حيث تقوم بتوزيع آلاف الحقائق المدرسية على الطلاب في جميع أنحاء الجمهورية. تضم أنشطة الحملة توزيع أكثر من ٣٠ ألف حقيبة مدرسية بمستلزماتها على الطلاب الفقراء في المحافظات المختلفة.

أطلقت فودافون مبادراتها لإصلاح وترميم المدارس في مصر، وقامت مؤسسة فودافون لتنمية المجتمع باختيار المناطق الأكثر فقرا في القرى النائية، حيث تم ترميم ٢٠٠٠ فصل مدرسي ومرحاض ومكتبة وفناء، وترميم ١٤٧ مدرسة في ٢٧ محافظة.

الصحة والأمان

مبادرة صحي في مدرستي: بدأت فودافون حملة لبناء ٢٠٠٠ عيادة في مدارس موزعة على مختلف أنحاء البلاد. من خلال تلك الحملة.

القيادة الآمنة: تطلق فودافون حملة سنوية لرفع مستوى الوعي فيما يتعلق باستخدام المحمول والقيادة الآمنة، وتهدف الحملة إلى تعريف قائدي السيارات والجمهور عامة بأهم سلوكيات القيادة الآمنة أثناء التحدث في المحمول.

في الأنشطة الاجتماعية شاركت الشركة في رعاية كثير من الأنشطة الفعالة مثل حفل: الزفاف الجماعي، ويوم اليتيم، بالإضافة إلى تقديم التبرعات لبنك الطعام المصري، ورعاية معرض الأسر المنتجة (ديارنا) كل عام.

في مجال الثقافة ساهمت الشركة في التبرع لتجهيز مركز الوسائط المتعددة بالمتحف المصري الكبير، بالإضافة إلى الإعداد للحملة القومية للقراءة للجميع.

في مجال تنمية صناعة التكنولوجيا شاركت في رعاية كثير من المؤتمرات كان من أهمها المؤتمر التاسع عشر لإدارة التكنولوجيا، والمؤتمر والمعرض السابع للتكنولوجيا .



البنك التجاري الدولي (CIB)^(١)

يسعى البنك التجاري الدولي لتحسين نوعية الخدمات الصحية والغذائية في مصر، وفي مايو ٢٠١٠ تم إنشاء مؤسسة البنك التجاري الدولي غير الهادفة للربح بهدف تعزيز الخدمات الصحية والغذائية للأطفال المحرومين في مصر، وقام البنك بتخصيص ١٪ من الأرباح السنوية الصافية للمؤسسة، كما سمحت وزارة التضامن والعدالة الاجتماعية بفتح حساب باسم المؤسسة بالبنك لتلقي التبرعات، ومن أهداف المؤسسة:

• شراء أجهزة ومعدات طبية للمستشفيات.

• ترميم وتطوير البنية التحتية للمستشفيات.

• توفير العلاج الطبي والجراحي للأطفال المحرومين.

• مساعدة برامج التغذية المدرسية، ودعم الأطفال ذوي

الاحتياجات الخاصة، بالإضافة إلى رفع الوعي المجتمعي

حول قضايا الصحة والتغذية.

وقامت المؤسسة بالاشتراك في عدد من الأنشطة منها:

• في أوائل عام ٢٠١٠ تم تغطية تكاليف ٥٠ عملية قلب مفتوح لأطفال مؤسسة مجدي يعقوب في أسوان.

• دفع تكاليف شراء ٥٦ كرسي أسنان بالكهرباء لقسم الأطفال بكلية طب الأسنان جامعة القاهرة، وفي وقت سابق لم يكن القسم يستقبل سوى ٢٠٪ من طالبي الخدمة.

• التبرع لمؤسسة سرطان الثدي في مصر لتغطية تكاليف عدد ١٥ عملية جراحية والعلاج والأطراف الصناعية.

(١) CIB, Corporate Social Responsibility CSR, <http://www.cibeg.com/en/About/CSR/Pages/default.aspx>

(٢) الموقع الإلكتروني لشركة فودافون، المسؤولية المجتمعية، <http://www.vodafone.com.eg/vodafoneportalWeb/ar/P612522281289125662224>

● مبادرة فودافون لمحو الأمية (العلم قوة)

- أطلقت مؤسسة فودافون مصر لتنمية المجتمع مبادرة العلم قوة لمحو الأمية في مصر في خمس سنوات بالتعاون مع منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو) وجمعية صناعات الحياة ومنظمات المجتمع المدني والجمعيات الأهلية والهيئات المعنية وبالتنسيق مع وزارة التربية والتعليم.
- وستقوم مؤسسة فودافون مصر لتنمية المجتمع بتقديم منحة مالية للجمعيات للإنفاق على تلك المبادرة التي تحتاج إلى تضافر كافة الجهود المجتمعية للنهوض بالعلم والمعرفة والثقافة التي هي أساس تقدم مصر في المرحلة القادمة.



- انضمت شركة سيكم في فبراير عام ٢٠٠٤ إلى الميثاق العالمي للأمم المتحدة.

● التعليم:

- تأسست مدرسة سيكم للتعليم الأساسي والثانوي عام ١٩٨٩ لتستوعب ٣٠٠ طالب، تشجع المدرسة على تبني نماذج تعليمية جديدة وعلى التفاعل الاجتماعي.
- برنامج الأطفال الأميين: يوفر البرنامج فصولاً دراسية للأطفال الأميين الذين تتراوح أعمارهم ما بين ١٠-١٤ عاماً، ويقوم بالتدريس في هذا البرنامج معلمون مهنيون ومدرسون.
- برنامج التعليم لذوي الاحتياجات الخاصة: يهتم هذا البرنامج لتوفير فرصة التعليم للأطفال والشباب الذين يعانون من الإعاقات العقلية أو الجسمانية.
- الحضانة: قامت جمعية التنمية الحضارية التابعة لسيكم عام ١٩٨٧ بإنشاء دار للحضانة في الأقبية الخضراء الموجودة بمزرعة سيكم. وهذه الحضانة مفتوحة للأطفال العاملين بسيكم بالإضافة إلى أطفال المناطق السكنية المجاورة.
- التدريب المهني: يقدم مركز التدريب المهني للشباب الفرصة لاكتساب مهارات محددة تساعدهم في الحصول على وظائف أخذت في التقلص بسبب قلة الفرص المتاحة حالياً في سوق العمل. ويلتحق ٥٠ من المتدربين سنوياً في برنامج التدريب المهني الذي يستغرق ما بين ٢-٣ سنوات يحصلون خلالها على تدريبات وإرشادات في مختلف جوانب الحرفة أو المهنة التي يختارونها.

- التبرع بالدم: احتفلت فودافون مصر باليوم العالمي للتبرع بالدم في ١٤ يونيو ٢٠٠٨، وقد اشتركت مع جمعية إغاثة الأمراض المزمنة في الإسكندرية، حيث شجعت المواطنين على التبرع بالدم. بالإضافة إلى ذلك عقدت فودافون مصر حملة للتبرع بالدم في مكاتبها بالتعاون مع خدمات نقل الدم الوطنية (التابعة لوزارة الصحة) لتشجيع موظفي فودافون على التبرع بالدم، وقام ٢٠٠ موظف بالتبرع خلال الحملة التي استمرت أربعة أيام.

● إغاثة الكوارث (كارثة أسوان يناير ٢٠١٠)

- قامت فودافون مصر بإطلاق مبادرة لإغاثة حالات الكوارث، وذلك بهدف مساعدة الأسر التي تأثرت بالفيضانات أثناء هذه الأزمة. قدمت فودافون ضروريات الطعام الرئيسية والبطاطين والملابس للأسر هناك.

● الأيتام

- استطاع فريق المسؤولية الاجتماعية في فودافون عام ٢٠٠٨ توصيل عرض عرائس الليلة الكبيرة لـ ٢٠٠٠ طفل في الإسكندرية، تم دعوة ١١٠٠ طفل يتيم في الإسكندرية و ٦٠٠ طالب من مدارس مدرستي و ٣٠٠ من مدارس مبادرة "بادر" لحضور العرض الشهير. وعرض الحفل في مسرح سيد درويش التابع لدار الأوبرا بالإسكندرية ثلاث مرات.
- خيمة الأعمال الخيرية: تقوم فودافون سنوياً باستضافة حوالي ٣ آلاف يتيم على وجبة الإفطار خلال شهر رمضان.

● البيئة

- إعادة تدوير أجهزة المحمول: تم إطلاق هذه المبادرة بواسطة فودافون العالمية في أكثر من ٢٠ دولة بما فيهم مصر، وهي عبارة عن برنامج للترويج لإعادة تدوير أجهزة المحمول للحفاظ على البيئة.
- إعادة تدوير الورق: تقوم فودافون بالتبرع بكل مخلفاتها الورقية إلى جمعية رسالة غير الحكومية، للاستخدام في أغراض إعادة التدوير ولتوليد عائد للمنظمة.

- مرافق لإعادة التدوير في البحر الأحمر: تدعم فودافون إنشاء مرافق لإعادة التدوير في البحر الأحمر (مكادي باي) بالتعاون مع جمعية الغردقة للحفاظ على البيئة، وتقوم هذه المرافق بإعادة تدوير حوالي ٦ أطنان من المخلفات كل عام.

● مبادرة تنمية القدرات القيادية للشباب

- تمثل "مبادرة تنمية القدرات القيادية للشباب" أحد البرامج التي تديرها "جمعية علشانك يا بلدي للتنمية المستدامة" بالتعاون مع فودافون مصر بهدف تنمية مهارات الشباب في الجامعات المصرية. تسعى المبادرة إلى إرساء نماذج لتعزيز المهارات الشخصية لدى الشباب وفي الوقت نفسه تزويدهم بالمعرفة الفنية والخبرة العملية.

والمحور الرابع فهو يهدف لمواجهة الفشل الكلوي في القرى التي ترتفع فيها أمراض الكلى بشكل ملحوظ، وتساهم الشركة في توفير أحدث أجهزة الغسيل الكلوي وأجهزة تنقية المياه اللازمة لها للمستشفيات والوحدات الطبية. ويتمثل المحور الخامس في رعاية الأسر الفقيرة التي يقل متوسط دخلها الشهري عن ٩٠ جنيها.

دور مشروعات المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأهداف الإنمائية للألفية

- مبادرة تأهيل وتوظيف ٢٠٠ ألف يد - موبينيل.
- تبرعات لبنك الطعام، ورعاية معرض الأسر المنتجة كل عام وغيرها - شركة المصرية للاتصالات
- خيمة الأعمال الخيرية - فودافون.



القضاء على الفقر المدقع والجوع

- تدريب الشباب لاكتساب المهارات - شركة سيكم.



تحقيق تميم التعليم الابتدائي

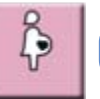
- "برنامج إنجاز للعمل التطوعي" والذي يوفر فصول أسبوعية في المدارس الحكومية - موبينيل أكاديمي.
- برنامج العودة إلى المدارس، وإصلاح وترميم المدارس، ومبادرة العلم قوة لمحو الأمية - فودافون.

- مدرسة سيكم للتعليم الأساسي والثانوي، وبرنامج الأطفال الأميين، وبرنامج التعليم لذوي الاحتياجات الخاصة - شركة سيكم.



تخفيض وفيات الأطفال

- توفير العلاج الطبي والجراحي للأطفال المحرومين - البنك التجاري الدولي CIB.
- تقديم خدمات الرعاية الصحية الشاملة في تخصصات متنوعة منها أمراض النساء - مركز سيكم الطبي - شركة سيكم.



تحسين الصحة النفسية

- تقديم خدمات الرعاية الصحية الشاملة في تخصصات متنوعة منها أمراض النساء - مركز سيكم الطبي - شركة سيكم



كفالة الاستدامة البيئية

- إعادة تدوير أجهزة المحمول، وإعادة تدوير الورق، وغيرها من المبادرات التي تخدم البيئة - فودافون.
- مشروع الماء أصل الحياة - شركة اتصالات مصر

توفر مؤسسة تعليم الكبار "المعهد" كثيرا من البرامج العامة لزيادة الوعي لدى أفراد المجتمع المحلي بهدف تمكين هؤلاء الأفراد من المساهمة إيجابيا في خدمة مجتمعاتهم ووطنهم ويتضمن برنامج مؤسسة تعليم الكبار تقديم الأنشطة التالية لتعليم الكبار: التدريب المهني، وفصول للمعلومات العامة، وأنشطة رياضية وحرفية وفنية وموسيقية.

الرعاية الصحية

المركز الطبي: يقدم مركز سيكم الطبي خدمات الرعاية الصحية الشاملة، والتي تتضمن تخصصات: الأمراض الباطنية، أمراض الأطفال، أمراض النساء، المسالك البولية، الأمراض الجلدية، العظام، الأنف والأذن والحنجرة، العيون، الأمراض النفسية والعصبية، الأسنان، الجراحة.

برامج الوصول للمناطق البعيدة: يوجد بالمنطقة المحيطة بمزرعة سيكم الكثير من الأفراد الذين لا يتوفر لديهم سوى قدر ضئيل من مرافق البنية الأساسية، بما في ذلك الخدمات الطبية الحديثة لذلك يتم تنظيم برنامج للرعاية الطبية من خلال العيادة المتنقلة التابعة للمركز. وتخدم هذه العيادة المتنقلة ما يقرب من ١٥ ألف نسمة وتوفر الرعاية الصحية المتطورة للمناطق النائية.



انضمت شركة اتصالات مصر في مايو عام ٢٠٠٩ إلى الميثاق العالمي للأمم المتحدة.

مشروع الماء أصل الحياة

مشروع تبناه اتصالات في مختلف أنحاء الجمهورية من أجل المساهمة في القضاء على مشاكل المياه بالتعاون مع عدد من منظمات المجتمع المدني. ويتوقع أن يستفيد من المشروع مئات الآلاف من المواطنين في ٧ محافظات في العام الأول من تنفيذ المشروع.

يشمل هذا المشروع طويل الأجل أعمالا وخدمات واسعة النطاق في خمسة محاور رئيسية: أولها توصيل المياه الصالحة للشرب للمنازل والمدارس والوحدات الصحية في القرى المحتاجة التي تعاني من قلة أو انعدام مياه الشرب، أما المحور الثاني فهو تنقية المياه في القرى والمناطق الريفية والتجمعات السكانية التي يوجد فيها مصادر مياه ولكنها تحتاج إلى تنقية، أما المحور الثالث فهو إدارة مياه الري، وهو موجه للقرى التي تعاني من أزمات في مياه الري،

المؤشر المصري لمسؤولية الشركات المقيدة في البورصة

منهجية المؤشر المصري لمسؤولية الشركات المقيدة في البورصة⁽¹⁾

معايير اختيار الشركات

ويتم حساب القيمة الفعلية لكل عامل من هذه العوامل لكل شركة على حدة، ثم يتم تحويلها إلى قيم معيارية، ثم يتم تجميع هذه القيم المعيارية، ويتم ترتيب الشركات تنازلياً.

● **المجموع الكيفي:** يتم اختيار الشركات الأعلى نقاطاً لإجراء المسح الكيفي، والذي يعتمد على مصادر مستقلة للمعلومات، والأخبار حول الشركات، والتي يتم استخدامها في تقدير الأداء الفعلي للشركات في الإفصاح والشفافية، وتحصل الشركات على نقاط تتراوح بين 5 نقاط إلى نقطة واحدة في حالة الأداء السيء للإفصاح والشفافية، وتحصل كل شركة على مجموع كيفي نهائي.

● **المجموع المركب (مجموع النقاط النهائي):** يتم الحصول على هذا المجموع من خلال جمع نقاط المجموع الكمي للشركة ونقاط المجموع الكيفي، ويتم ترتيب الشركات، واختيار أعلى 30 شركة وفقاً لمجموع النقاط النهائي.

● **الوزن النهائي:** تحصل كل شركة على وزنها النهائي من المؤشر والذي يتوقف على مجموع نقاطها النهائي في الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة.

دورية المراجعة

● يتم مراجعة المؤشر مرة واحدة في شهر يوليو من كل عام لأنشط 100 شركة في البورصة المصرية، وكل ثلاثة أشهر يتم مراجعة أهم الأخبار والأحداث الجوهرية على الشركات المكونة للمؤشر، وذلك بهدف تحديد سلوك الشركات، وهو ما قد يؤدي إلى استبعاد الشركة ذات السلوك السيء أو ارتكبت أحداثاً جوهرية سيئة، وفي هذه الحالة لن يتم استبدال الشركة التي تم حذفها بشركة أخرى، بل سيتم حساب المؤشر بعدد شركات أقل.

● تعتمد منهجية ستاندرد آند بورز للمؤشر، في اختيارها للشركات على اختيار أفضل الشركات أداءً وفقاً لمعايير البيئة والمسؤولية الاجتماعية والحوكمة (الأعلى في مجموع النقاط) من بين أنشط 100 شركة مقيدة في البورصة المصرية.

● يتم إجراء التحليل الكيفي للشركات الـ 100، وفقاً للمسوح واستقصاءات الرأي المعدة من قبل ستاندر آند بورز، ويتم الاعتماد على منهجية الإفصاح والشفافية، التي تقوم على الإفصاح الفعلي للشركة فيما يتعلق بكل من جوانب البيئة والمسؤولية الاجتماعية والحوكمة. ويعتمد التحليل على شقين هما شق معايير البيئة والمسؤولية الاجتماعية وشق الحوكمة.

بناء المؤشر

● يتم إجراء المسح لأنشط 100 شركة مقيدة - في البورصة المصرية - بهدف حصول كل شركة على مجموع من النقاط في كل من شق البيئة والمسؤولية الاجتماعية، وشق حوكمة الشركات، ويتم الاعتماد على المصادر العامة وتشمل: الكتاب السنوي للشركة، والموقع على شبكة الأنترنت، والنشرات والقوائم المالية، وتقارير إفصاح الشركات بالبورصة المصرية.

● في حالة قيام الشركة بالإفصاح عن إحدى نقاط المسح ذات مردود إيجابي تحصل على نقطة واحدة، أما إذا كانت ذات مردود سلبي تحصل على صفر.

● مع العلم أن المؤشر يأخذ في الاعتبار معايير السيولة ورأس المال السوقي للشركات وذلك بعد الحصول على "مجموع النقاط النهائي" لكل شركة على أساس معايير البيئة والمسؤولية الاجتماعية والحوكمة، وذلك من خلال إعداد أوزان الشركات في المؤشر كما يلي:

● **المجموع الكمي:** تحصل كل شركة من الـ 100 شركة على مجموع وترتيب كمي وفقاً للإفصاح والشفافية في ثلاثة عوامل هي: الممارسات البيئية، والمسؤولية الاجتماعية، وحوكمة الشركات،

تطور ترتيب الشركات بالمؤشر المصري لمسؤولية الشركات المقيمة في البورصة خلال الفترة ٢٠٠٧-٢٠١٠

ترتيب ٢٠٠٧	ترتيب ٢٠٠٨	ترتيب ٢٠٠٩	ترتيب ٢٠١٠	اسم الشركة
٢	٢	١٦	١	شركة مصر لخدمات التليفون المحمول (موبينيل)
١٨	١	٢	٢	أوراسكوم للإنشاء والصناعة
١٢	٤	٣	٣	الشركة المصرية لخدمات النقل والتجارة (إيجيترانس)
٣	٥	٤	٤	المصرية للاتصالات
١٩	٣	١	٥	البنك التجاري الدولي (CIB)
١	٦	١٠	٦	ليسيكو مصر
٢٩	١٠	٧	٧	مجموعة طلعت مصطفى القابضة
٩	١٢	٨	٨	أوراسكوم تيليكوم القابضة
٢٨	٣٠	٦	٩	حديد عز
١٦	٨	٥	١٠	راية القابضة
٥	٢٨	٩	١١	المجموعة المالية هيرميس
٢٩	٧	١٨	١٢	جي بي أوتو
١٩	١٦	١٣	١٣	مصر الجديدة للإسكان والتعمير
-	-	-	١٤	السويدي للكابلات
٦	١١	١١	١٥	سيدي كرير للبتروكيماويات
٢٣	٢٣	١٥	١٦	بنك التعمير والإسكان
٢٣	٢٠	١٩	١٧	القابضة المصرية الكويتية
-	-	-	١٨	المصريين في الخارج للإسكان والتعمير
٢٣	٢٤	٢٧	١٩	بي تك
١١	١٥	٢٨	٢٠	مصر لصناعة الكيماويات
-	-	-	٢١	الأهلي للتنمية والاستثمار
-	-	-	٢٢	مطاحن ومخابز جنوب القاهرة والجيزة
-	-	-	٢٣	الأهرام للطباعة والتغليف
١٣	١٧	٢٢	٢٤	السادس من أكتوبر للتنمية والاستثمار (سوديك)
-	-	-	٢٥	الغربية الإسلامية للإنشاء والتعمير
-	-	-	٢٦	بالم هيلز
١٥	١٩	٢٣	٢٧	مدينة نصر للإسكان والتعمير
١٧	٢٤	٢٥	٢٨	النعيم القابضة
-	-	-	٢٩	المصرية للحديد والصلب
١٩	٢٤	٢٠	٣٠	ميناء للاستثمار السياحي والعقاري
٢٢	٢٩	١٢	-	العز الدخيلة للصلب- الأسكندرية
٤	٩	١٤	-	النساجون الشرقيون للسجاد
١٤	١٨	١٧	-	أوليميك جروب للاستثمارات المالية
٨	١٤	٢١	-	الأسكندرية للزيوت المعدنية
٧	٢١	٢٤	-	البنك الوطني للتنمية
٢٦	٢٧	٢٦	-	العربية المتحدة للشحن والتفريغ
٢٧	٢١	٢٩	-	النيل للكبريت
١٠	١٣	٣٠	-	بنك كريدي أجريكول مصر

صور من سلسلة تقارير معلومية

صدر عام ٢٠٠٧

صدر عام ٢٠٠٨

عنوان التقرير	عدد
الدعم... أداة لتحقيق العدالة الاجتماعية	١٣
سوق القمح العالمي... إلى أين؟	١٤
أنفلونزا الطيور... هل مازالت خطرا يهدد مصر والعالم؟	١٥
سمات التعليم الجامعي والعالى	١٦
المدونات المصرية: فضاء اجتماعي جديد	١٧
تحويلات المهاجرين إلى مصر والعالم	١٨
خريطة دعم استهلاك البترول في العالم... أين تقع مصر؟	١٩
الملاح الصحية للأطفال في مصر... هل تغيرت؟	٢٠
حوادث الطرق في مصر	٢١
الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٠٨... من الرئيس القادم؟	٢٢
العلاقات المصرية الأمريكية من واقع آراء المواطن الأمريكي	٢٣
ملاح المسنين في مصر	٢٤

عنوان التقرير	عدد
مستوى معيشة الأسرة المصرية... هل تغير خلال السنوات العشر الماضية؟	١
هل تغير نمط الحياة الزراعية في مصر؟	٢
أنفلونزا الطيور وتداعياتها عالميا ومحليا	٣
ملاح التبادل التجاري بين مصر والدول العربية	٤
هل أصبحت سوق الأوراق المالية أداة ذات تأثير في الاقتصاد المصري؟	٥
هل تغيرت نتائج الثانوية العامة خلال السنوات الأخيرة؟	٦
تطور الناتج المحلي الإجمالي خلال السنوات الخمس الماضية	٧
ماذا يأكل المواطن المصري؟	٨
سوق العقارات في مصر	٩
ماذا لو اكتفت الأسرة المصرية بطفلين؟	١٠
السيارات في مصر... أرقام وحقائق	١١
السياحة في مصر... هل أصبحت بالفعل قاطرة للتنمية الاقتصادية؟	١٢

صدر عام ٢٠٠٩

صدر عام ٢٠١٠

عنوان التقرير	عدد
ماذا يقرأ المصريون؟	٣٧
الإعلام الإلكتروني في مصر.. الواقع والتحديات	٣٨
أوضاع الفقراء في مصر	٣٩
المدنية المصرية... الملاح والخصائص	٤٠
الأسعار العالمية... إلى أين؟	٤١
الخيز المدعم في مصر.. حقائق وأرقام	٤٢
التليفزيون المصري.. مسيرة خمسين عاما	٤٣
العمل الخيري للأسر المصرية	٤٤
الأهداف الإنمائية للألفية... باقى من الزمن ٥ سنوات	٤٥
الإحصاءات والمعلومات.. حق للمواطن وأساس للتنمية	٤٦
إطالة مصرية على أفريقيا	٤٧
الحج.. أرقام وحقائق	٤٨

عنوان التقرير	عدد
مصر ودول حوض النيل... علاقات ممتدة	٢٥
الصراع العربي الإسرائيلي... هل يحسم ديموجرافياً؟	٢٦
هل تغير المناخ في مصر خلال العشرين عاما الماضية؟	٢٧
أداء الأسواق في ظل الأزمة المالية العالمية	٢٨
الشباب المصري... الخصائص والاهتمامات	٢٩
هل دخلت مصر عصر الفقر المائي؟	٣٠
موائد الرحمن في رمضان	٣١
النوبيون... الخصوصية والأصالة المصرية	٣٢
هل للمرأة المصرية دور فعال في الحياة السياسية؟	٣٣
القضية الفلسطينية في عيون الإسرائيليين	٣٤
وباء الأنفلونزا العالمي (A/H1N1)... إلى أين؟	٣٥
تأخر سن الزواج: هل أصبح مشكلة تبحث عن حل؟	٣٦

صدر عام ٢٠١١

عنوان التقرير	عدد
أربعة أعوام من التقارير المعلوماتية	٤٩
ثورة الشعب المصري.. ملهمة شعوب العالم.	٥٠
قضايا النشء والشباب المصري... التعليم والعمل والهجرة	٥١
مصر على طريق الديمقراطية... استفتاء ٢٠١١	٥٢
من الإنترنت إلى التحرير ... ٢٥ يناير من واقع الفيس بوك والتويتر	٥٣
قوانين تداول المعلومات... التجارب الدولية والوضع الحالي في مصر	٥٤
الثورة المصرية في عيون بعض شعوب العالم	٥٥
الحكومة المنفتحة... مفهوم جديد نحو الحكم الرشيد	٥٦
المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في التنمية	٥٧

رقم الإيداع: ١٢٧٩٣ / ٢٠٠٧

ISSN: 1687- 6385

جميع حقوق الطبع محفوظة © ٢٠١١ - مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار - مجلس الوزراء



مجلس الوزراء
مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار

اش مجلس الشعب - قصر العيني - القاهرة - مصر
ص ب: ١٩١ مجلس الشعب - رقم بريدي: ١١٤٨٢ تليفون: ٢٧٩٢٩٢٩٢ (٢-٢) فاكس: ٢٧٩٢٩٢٢٢ (٢-٢)
الموقع على الإنترنت: www.idsc.gov.eg البريد الإلكتروني: info@idsc.net.eg
خدمة الإنترنت المجاني: ٠٧٧٣٠٤٠