



اتجاهات المواطنين نحو المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص الفلسطيني في ظل جائحة كورونا

عصام الأطرش

قسم علم الجريمة والقانون-كلية القانون-جامعة الاستقلال، فلسطين

للمراسلة: Esam_al atrash@yahoo.com

المخلص هدفت هذه الدراسة التعرف على اتجاهات المواطنين نحو المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص الفلسطيني في ظل جائحة كورونا، كما هدفت الدراسة التعرف على معززات المسؤولية المجتمعية ومعوقاتها ونماذجها في ظل جائحة كورونا، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي في دراسته، وقد تمثل مجتمع الدراسة بجميع المواطنين في الضفة الغربية، كما تمثلت عينة الدراسة بـ (455) مواطناً تم اختيارهم بطريقة العينة المتيسرة، كما تمثلت أداة الدراسة باستبانة تم تصميمها لغايات جمع البيانات والمعلومات، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات أبرزها عدم رضا المواطنين عن المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص في ظل جائحة كورونا، وعدم رضا المواطنين عن صندوق وقفه عز، وقد أوصت الدراسة بمجموعة من التوصيات أبرزها، ضرورة إجراء تعديل قانوني على قانون الشركات يلزم الشركات بالمسؤولية المجتمعية بنسبة تصل إلى (5%) من أرباحها.

الكلمات المفتاحية: اتجاهات، المواطنين، المسؤولية المجتمعية، القطاع الخاص الفلسطيني، جائحة كورونا.

Citizens attitudes towards the social responsibility of the Palestinian private sector in light of the Corona pandemic

Issam Alatrash

Criminology and Law Department, al-aistqlal university, Palestine

Corresponding author: Esam_al atrash@yahoo.com

Abstract This study aimed to identify the attitudes of citizens towards the social responsibility of the Palestinian private sector in light of the Corona pandemic, and the study also aimed to identify the promoters, obstacles and models of social responsibility in light of the Corona pandemic, and the researcher used the descriptive approach in his study, and the study community was represented by all citizens in the West Bank The study sample was represented by (455) citizens who were selected by the available sample method, and the study tool represented a questionnaire designed for the purposes of collecting data and information, and the study reached a set of conclusions, the most prominent of which is citizens' dissatisfaction with the social responsibility of the private sector in light of the Corona pandemic, and the lack of Citizens' satisfaction with the Ezz Waqf Fund, and the study recommended a set of recommendations, the most prominent of which is the necessity to make a legal amendment to the Companies Law that obliges companies to take social responsibility of up to 5% of their profits.

Keywords: Trends, citizens, social responsibility, the Palestinian private sector, Corona pandemic.

المقدمة

وتحسين العلاقات المجتمعية وزيادة الأرباح وزيادة الاستجابة لتوقعات الفئات المجتمعية.

وقد استثمرت الشركات في أنشطة المسؤولية المجتمعية لأسباب تجارية واجتماعية، على سبيل المثال، تنشئ معظم الشركات التقليدية مؤسسات خيرية وتبرع بالمال لدعم مختلف القضايا المجتمعية، فمنذ الثمانينيات، تم استخدام التسويق المرتبط بالسبب لربط عرض منتج معين بقضية اجتماعية، حيث يتم التبرع بجزء من العائدات لهذا السبب [4]. حيث ترعى بعض الشركات الأحداث الثقافية والرياضية، وفي المقابل يتم الكشف عن أسمائها للجمهور والمشاركين في الأحداث، بالإضافة إلى ذلك، تشجع بعض الشركات موظفيها على التطوع في المنظمات غير الربحية [5] بينما قد تتخذ شركات أخرى إجراءات لتعزيز المعاملة العادلة وتنوع القوى العاملة فيها، كما تعتبر الاستدامة

أصبحت المسؤولية المجتمعية للشركات استراتيجية شائعة، بل ومتوقعة، لتعزيز الشخصية العامة للمؤسسة، حيث تعتبر جهود الشركة في المسؤولية المجتمعية للشركات تعكس وضع المنظمة وأنشطتها فيما يتعلق بالتزاماتها المجتمعية المتصورة، [1] في جوهرها، تتطوي المسؤولية المجتمعية للشركات على شركة تمارس أعمالها أثناء معالجة المخاوف المجتمعية، حيث يتم ذلك من خلال المبادئ الأخلاقية السليمة ومن خلال تشجيع التأثير الإيجابي من خلال أنشطتها، بما في ذلك البيئة والمستهلكين والموظفين والمجتمعات وأصحاب المصلحة وجميع الأعضاء الآخرين في المجتمع [2] [3] في نهاية المطاف، تعتبر المؤسسات أنشطة المسؤولية المجتمعية للشركات ضرورية لتحقيق منافع مختلفة للشركات، بما في ذلك تحسين السمعة

يواجه المجتمع الفلسطيني كسائر المجتمعات الإنسانية وباء كورونا الذي أصاب مجتمعاتنا منذ نهاية العام الماضي، وقد أثر هذا الوباء على كافة المناحي الاقتصادية والاجتماعية في فلسطين، ووفقاً للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني إن نحو نصف مليون عامل فلسطيني تضرروا جراء جائحة كورونا، مما يعني تسجيل خسائر بمئات ملايين الدولارات، ويقدر الجهاز عدد العاملين في دولة فلسطين بأكثر من مليون عامل، منهم نحو 210 آلاف عاملين في القطاع الحكومي، و668 ألف عامل في القطاع الخاص، و133 ألف عامل في إسرائيل والمستعمرات، وفق معطيات عام 2019.

وأشار الإحصاء إلى أنه وفق بيانات التعداد العام للمنشآت 2017 فإن 89% من منشآت القطاع الخاص في فلسطين تشغل أقل من خمسة عاملين، مقابل 7.4% تشغل ما بين خمسة وتسعة عمال عمال، مما يعني أن 96% من مؤسسات القطاع الخاص تشغل أقل من عشرة عمال في الاقتصاد الفلسطيني، ووفقاً لهذه البيانات فإن هنالك شرائح كثيرة في المجتمع تأثرت اقتصادياً بهذه الظاهرة، وبالتالي يظهر الحاجة إلى المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص في هذه الأزمات، وعليه تكمن إشكالية الدراسة في التعرف على اتجاهات المواطنين نحو المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص الفلسطيني في ظل جائحة كورونا.

أسئلة الدراسة

حاولت هذه الدراسة الإجابة على التساؤلات الرئيس المتمثل :

- ما اتجاهات المواطنين نحو المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص الفلسطيني في ظل جائحة كورونا؟

وينبثق عنه الأسئلة الفرعية التالية:

- ما معززات المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص في ظل جائحة كورونا؟

- ما معوقات انتشار المسؤولية المجتمعية في القطاع الخاص في ظل جائحة كورونا؟

- ما نماذج المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص في فلسطين في ظل جائحة كورونا؟

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة من الناحية النظرية في قلة الدراسات التي أجريت حول المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص في ظل جائحة كورونا نظراً لحدوث هذا الوباء، وبالتالي ستساهم هذه الدراسة في إثراء المكتبة الوطنية بهذه الدراسة، مما يمكن الباحثين الآخرين من الرجوع والاستناد إليها في دراساتهم المستقبلية، كما تكمن أهمية الدراسة من الناحية العملية في مساعدة أصحاب الاختصاص والجهات الرسمية وخصوصاً

البيئية هي أيضاً مجال المسؤولية المجتمعية للشركات المعتمدة على نطاق واسع، حيث تسعى الشركات لتقليل التأثير البيئي لأعمالها من خلال تقليل النفايات وإعادة استخدام الموارد وإعادة تدوير المواد في عملياتها، بشكل عام، تشجع المسؤولية المجتمعية للشركات على التصرف بشكل أخلاقي واحترام تجاه المجتمع. [6]

وتتطوي المسؤولية المجتمعية على شعور عاطفي بالارتباط بالآخرين في المجتمع (التعاطف)، والأهم من ذلك أنها تتطوي على شعور بالمسؤولية تجاه الآخرين، وتعود الدراسات التجريبية للمسؤولية المجتمعية إلى الخمسينيات من القرن الماضي على الأقل، وهي نفس الحقبة التي كتب فيها ميلز العديد من أعماله، كما قد يتوقع المرء، نظراً لهذا النسب البحثي التاريخي، أن هناك العديد من العناصر والمقاييس التي تم استخدامها لتقييم مشاعر المسؤولية المجتمعية، على أنها النعم المدني، والإيثار، والعمل المدني، واتجاهات العدالة المجتمعية، والمسؤولية الأخلاقية، والمسؤولية المدنية، والمسؤولية المجتمعية، ويفضل مصطلح المسؤولية المجتمعية باعتباره البناء الشامل لهذه المقاييس، لأنه هيكل أوسع وأشمل وأقل ارتباطاً جوهرياً بالشواغل الإيديولوجية، حيث تم تطوير العديد من الدراسات الاستقصائية واستخدامها لتقييم المسؤولية المجتمعية منذ خمسينيات القرن الماضي، حيث تتضمن معظمها عناصر متدرجة تقيم ما إذا كان المستجيبون يعتقدون أن الأفراد ملزمون بالمساعدة بنشاط في حل المشكلات المجتمعية في مجتمعاتهم أم لا، وما إذا كان يجب على الأفراد تخصيص وقت شخصي للصالح العام. [7]

منذ الثمانينيات، تم تطوير العديد من أطر ونماذج المسؤولية المجتمعية للشركات استجابة لتطور مفهوم المسؤولية المجتمعية للشركات، وقد اقترح دالتون وكوزير (1982)، أربعة وجوه للمسؤولية المجتمعية (قانونية وغير قانونية ومسؤولة وغير مسؤولة)، كما اقترح كارول (1991) نموذج الهرم الذي تم فيه تحديد أربعة مكونات من المسؤولية المجتمعية للشركات (الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والعمل الخيري)، حيث يتم وضع مكونات CSR هذه بشكل منظم من أسفل الهرم إلى قمته، ولمتابعة عنصر المسؤولية المجتمعية للشركات في موضع أعلى، يجب إرضاء المكونات في المناصب الأدنى، على سبيل المثال، لا يمكن النظر في الأنشطة الخيرية إلا بعد تحقيق الأنشطة الاقتصادية والقانونية والأخلاقية. [8]

مشكلة الدراسة

لذلك من الصعب إعطاء تعريف دقيق للمسؤولية المجتمعية للشركات لأن الأنشطة تستند إلى القضايا ذات الصلة في اليوم، وكذلك تصورات المديرين لما يجب أن تكون عليه الشركة والمسؤولية اجتماعياً، حيث تهدف المسؤولية المجتمعية للشركات إلى تعزيز نزاهة وأمانة الممارسات التجارية، وتعزيز سلامة المنتجات، وحماية رفاهية الموظفين، وزيادة الأداء البيئي للشركة، بشكل عام، فإن المكون الأساسي للمسؤولية المجتمعية للشركات هو الترويج للأنشطة التي تصور الشركات كمواطنين صالحين يساهمون في رفاهية المجتمع بالإضافة إلى زيادة أرباحهم الخاصة. [12]

وقد أشار Drucker في تعريفه للمسؤولية المجتمعية إلى أنها التزام المنشأة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وقد شكل هذا التعريف حجر الزاوية للدراسات اللاحقة وفتح المجال لدراسة هذا الموضوع باتجاهات مختلفة. [13]

وعليه، يوجد هناك العديد من التعريفات للمسؤولية المجتمعية، فقد عرفها البنك الدولي على أنها التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم ومجتمعهم المحلي لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد. [14]

ويرتكز تعريف المسؤولية المجتمعية للشركات بحسب تعريف الأمم المتحدة على الحفاظ على حقوق الإنسان والعاملين بالشركة، والمجتمع المحيط، والحفاظ على البيئة وتحقيق الربحية للمنشأة.

كذلك عرفها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة بأنها الالتزام المستمر من قبل منظمات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل. [15]

كما عرف مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد) المسؤولية المجتمعية بأنها السلوك الأخلاقي لمؤسسة ما تجاه المجتمع، وتشمل سلوك الإدارة المسؤولة في تعاملها مع الأطراف المعنية التي لها مصلحة شرعية في مؤسسة الأعمال وليس مجرد حاملي الأسهم. [16]

كذلك إعلان المنظمة الدولية للتوحيد القياسي (ISO) عرف المسؤولية المجتمعية بأنها الأفعال التي تقوم بها المؤسسة،

الحكومة الفلسطينية في التعرف على اتجاهات المواطنين نحو المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص مما تمكنها في وضع السياسات المناسبة لتشجيع القطاع الخاص على تحمل مسؤولياته المجتمعية، كما ستمنها من التعرف على معززات المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص الفلسطيني، والمعوقات التي تواجه القطاع الخاص لتحمل مسؤولياته المجتمعية في ظل جائحة كورونا، وتمكنها من تحديد النماذج والأشكال المناسبة للمسؤولية المجتمعية في ظل جائحة كورونا.

أهداف الدراسة

حاولت هذه الدراسة تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على اتجاهات المواطنين نحو المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص الفلسطيني في ظل جائحة كورونا.

- تحديد معززات المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص في ظل جائحة كورونا.

- تبيان معوقات انتشار المسؤولية المجتمعية في القطاع الخاص في ظل جائحة كورونا.

- تحديد نماذج المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص في فلسطين في ظل جائحة كورونا.

- تحديد مفهوم المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص، وتحديد أصنافها، وأهميتها والبادئ التي تقوم عليها.

- التعرف على النظريات العلمية المرتبطة بالمسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص.

مفهوم المسؤولية المجتمعية

المسؤولية المجتمعية للشركات (CSR) هو موضوع لا يزال موضع نقاش واسع النطاق، مع اقتراح عدد من التعريفات [9].

نتيجة لذلك، يبقى CSR موضوعاً أرضاً خصباً لتطوير النظرية والتحليل التجريبي، وهناك إصدارات معيارية ضيقة من

المسؤولية المجتمعية للشركات، والتي تميل إلى التركيز على الالتزامات الاقتصادية والقانونية للشركات [10] ، مقابل

الإصدارات الأوسع من المسؤولية المجتمعية للشركات، والتي تميل إلى تضمين التزامات أخلاقية إضافية وحتى خيرية تجاه

المجتمع، ومع ذلك، فإن أحد التعريفات المقبولة على نطاق واسع يتضمن كلاً من الإصدارات الضيقة والأوسع نطاقاً

للمسؤولية المجتمعية للشركات: "تشمل المسؤولية المجتمعية للأعمال التجارية الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والقدرة

التقديرية [أي الخيرية] التي لديها المجتمع من المنظمات في وقت معين" [11]

- زيادة الإنتاجية والجودة: وذلك من خلال الجهود التي تبذلها المؤسسات في سبيل الاضطلاع بالمسؤولية المجتمعية من خلال القوة العاملة والعمليات التي تقوم بها تؤدي في الغالب إلى زيادة الإنتاجية وتخفيض معدل وقوع الأخطاء، وتعزز فعاليتها والكفاءة عن طريق تحسين ظروف العمل وزيادة مشاركة الموظفين في صنع القرار. [21]

- زيادة القدرة على جذب الموظفين والاحتفاظ بهم: المؤسسات المسؤولة اجتماعياً يسهل عليها تعيين موظفين ذوي كفاءة عالية والمحافظة عليهم، ويؤدي ذلك إلى خفض تكاليف التوظيف والتدريب، ويتم في الغالب تعيين الموظفين من المجتمع الذي تعمل فيه المؤسسة، ولهذا السبب ستصبح القيم المتعلقة بالمسؤولية المجتمعية للمؤسسات متسقة مع قيم الموظفين، الشيء الذي يستبعد أي تعارض من حيث القيم ويعزز بيئة العمل. [22]

مبادئ المسؤولية المجتمعية

ترتكز المسؤولية المجتمعية للمؤسسات على مبادئ وقواعد أخلاقية، يمكن تحديدها على النحو التالي [23]

- مسؤولية المؤسسة كجزء فاعل في تنمية المجتمع.
- الشفافية في الأعمال التي تقوم بها المؤسسة.
- التزام المؤسسة بالمبادئ الأخلاقية أمام مجتمعاتها وأمام العاملين فيها.
- احترام طلبات ورغبات أصحاب المصلحة من المساهمين.
- احترام حقوق الإنسان.
- احترام العلاقات الدولية والسلوكيات المتعارف عليها دولياً.

النظريات المرتبطة بالمسؤولية المجتمعية

وفقاً لوجهة نظر الاقتصاد الكلاسيكي الجديد التي تبناها فريدمان (1970)، فإن المديرين التنفيذيين للشركة كوكلاء لشركة هم وحدهم المسؤولون عن المساهمة في مصالح الشركة (أي حملة الأسهم)، أي أن مسؤولية مجتمعية واحدة فقط للأعمال التجارية هي زيادة الأرباح، واستخدام مواردها والانخراط في الأنشطة، وقد تؤدي الأنشطة الأخرى (مثل الأنشطة الخيرية أو المشاركة في حماية البيئة أو تحسين مزايا الموظفين) إلى تعطيل الاستخدام الأمثل لهذه الموارد، مما يؤثر سلباً على المسؤولية

لتحمل مسؤولية آثار أنشطتها، على المجتمع والبيئة حيث تكون هذه الأفعال متماشية مع مصالح المجتمع والتنمية المستدامة، وتكون قائمة على السلوك الأخلاقي والامتثال للقانون المطبق والجهات العاملة في ما بين الحكومات، وتكون مدمجة في الأنشطة المستمرة للمؤسسة، أما منظمة العمل الدولية، فتعرف المسؤولية المجتمعية للمؤسسات بأنها المبادرات الطوعية التي تقوم بها المؤسسات، علاوة على ما عليها من التزامات قانونية. وهي طريقة تستطيع أن تنتظر بها أي مؤسسة في تأثيرها على جميع أصحاب المصلحة المعنيين، وتعد المسؤولية المجتمعية للمؤسسات تكملة للوائح الحكومية، أو السياسة المجتمعية وليست بديلاً عنهم [17].

وبعد استعراض هذه التعريفات للمسؤولية المجتمعية يقترح الباحث تعريفاً لها بأنها أي نشاط غير إعلاني تقوم به الشركات لخدمة المجتمع.

أهمية المسؤولية المجتمعية

يكتسب قيام المؤسسات بالمسؤولية المجتمعية أهمية كبيرة، من خلال الفوائد التي تعود على الشركات وعلى المجتمعات التي تحضنها، وتتلخص أهمية المسؤولية المجتمعية فيما يلي:

- تحسين ظروف الحياة في المجتمع: تساهم المسؤولية المجتمعية في تحسين ظروف الحياة في مجتمعاتها، وتساهم في الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة، وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص، وتحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع، فهي تعمل على الارتقاء بالتنمية انطلاقاً من زيادة التقديف أو الوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد، مما يساهم في تحقيق الاستقرار والشعور بالعدالة المجتمعية [18]

- تعزيز صورة وسمعة العلامة التجارية: المؤسسات المسؤولة اجتماعياً تستفيد من تعزيز سمعتها لدى الجمهور وفي إطار مجتمع الأعمال التجارية، فتعزز بالتالي قدرتها على جذب رأس المال والشركاء التجاريين، وتجد مجالاً واسعاً في سوق المنافسة العالمية. [19]

- دعم وتطوير المجتمع: تحث المسؤولية المجتمعية المؤسسات على دعم وتطوير المجتمع من خلال المساهمات التنموية والمجتمعية للمؤسسات في مجتمعاتها الحاضنة لها، وذلك عبر التبرعات التي تقدمها لبناء المساجد والمدارس والمراكز الطبية وآبار المياه ودعم المشاريع التنموية. [20]

ومن الأسباب أو الدوافع الخفية التي تجعل المؤسسات تتبنى برامج المسؤولية المجتمعية هي تلك المكاسب المتعددة التي تعود عليها من خلال ذلك فهي بالأصل مؤسسات اقتصادية هدفها الأساسي هو تحقيق مصالحها والمحافظة على استمرارها.

و من بين المكاسب التي تستفيد منها المؤسسات من خلال اهتمامها ببرامج المسؤولية المجتمعية نذكر منها: [28]

- تحسين سمعة المؤسسات.
- تسهيل الحصول على الائتمان.
- استقطاب الكفاءات البشرية.
- بناء علاقات قوية مع الحكومات.
- رفع قدرة المؤسسات على التعلم والابتكار.

أصناف المسؤولية المجتمعية

صنف Lantos (2001) المسؤولية المجتمعية للشركات إلى ثلاث فئات: (1) المسؤولية المجتمعية الأخلاقية التي تشمل المسؤوليات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية، (2) المسؤولية المجتمعية للشركات الغيرية والتي تحتوي على مسؤوليات العمل الخيري المنظمة بغض النظر عن نتائجها؛ و (3) المسؤولية المجتمعية الاستراتيجية المرتبطة بالوفاء بالمسؤولية الخيرية التي يمكن أن تفيد الشركة. [29]

إطار المسؤولية المجتمعية

إطار المسؤولية المجتمعية للشركات قائم على الثقافة ويتكون من أربع خطوات، الخطوة الأولى هي تحديد البلدان التي يجب أن توليها الشركة اهتماماً أكبر عند تنفيذ استراتيجيات المسؤولية المجتمعية للشركات، الخطوة الثانية هي تحديد كيفية تخصيص موارد المسؤولية المجتمعية للشركات لشركة لكل مجموعة من أصحاب المصلحة ولكل قضية (مصلحة) لمجموعة أصحاب المصلحة المعنيين في بلد معين، الخطوة الثالثة هي تقرير ما إذا كان يجب على الشركة التركيز بشكل أكبر على زيادة أنشطة المسؤولية المجتمعية الإيجابية (أي الأنشطة غير المسؤولة اجتماعياً مثل العطاء الخيري) أو الحد من أنشطة المسؤولية المجتمعية السلبية (أي الأنشطة غير المسؤولة اجتماعياً مثل توليد مشاكل بيئية) لكل مجموعة من أصحاب المصلحة في بلد معين، الخطوة الأخيرة هي تقييم أنشطة المسؤولية المجتمعية للشركات بعد التنفيذ من خلال فحص تأثير كل اتجاه لأنشطة المسؤولية المجتمعية للشركات (أي أنشطة المسؤولية المجتمعية

المجتمعية للشركة، ومن خلال دعم منظور فريدمان (1970) للاقتصاد الكلاسيكي الجديد، وجدت دراسات متعددة أن المسؤولية المجتمعية للشركات تؤثر سلباً على أداء الشركة. [24]

وعلى النقيض من ذلك اقترح فريمان (1984) نظرية أصحاب المصلحة، مؤكداً أنه عند اتخاذ القرارات، يجب على الشركة مراعاة أصحاب المصلحة الآخرين بما في ذلك الموظفين والموردين والعملاء والمجتمعات المتأثرة بإجراءات الشركة، حيث تشير نظرية أصحاب المصلحة إلى أن أنشطة المسؤولية المجتمعية للشركات يجب أن تشمل جميع مطالبات أصحاب المصلحة الشرعيين من أجل تعزيز سمعة الشركة، وبالتالي تحسين قيمة الشركة، حيث تم دعم نظرية أصحاب المصلحة من قبل مجموعة من الباحثين الذين اختبروا تجريبياً ارتباطاً إيجابياً بين المسؤولية المجتمعية للشركات وأداء الشركة. [25]

من خلال اقتراح نظرية أصحاب المصلحة المستتيرة، حاول Jensen (2001) التوفيق بين وجهات النظر الاقتصادية الكلاسيكية الجديدة مع نظرية أصحاب المصلحة، ووفقاً لنظرية أصحاب المصلحة المستتيرة، لا يمكن للشركة الحفاظ على قيمتها طويلة الأجل أو ثروة المساهمين ما لم تأخذ مصالح أصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين في الاعتبار، وعلى وجه التحديد، كما يقترح المنظرون أصحاب المصلحة، من خلال دمج مصالح جميع أصحاب المصلحة الشرعيين، يمكن للمسؤولية المجتمعية للشركات المساهمة في تعظيم ثروة المساهمين، وهو ما يتوافق مع حجة فريدمان (1970). [26]

اساس المسؤولية المجتمعية

نتيجة التغيرات الاقتصادية الأساسية وفشل الحكومة في توفير حلول دائمة، يتطلع المجتمع بشكل متزايد إلى الشركات العامة والخاصة على حد سواء، لمعالجة القضايا المجتمعية والاقتصادية الملحة، حيث تتراوح هذه القضايا من حماية البيئة إلى التقاعد إلى عدم المساواة بين الجنسين والعنصرية، من بين أمور أخرى [. . .] يدفع أصحاب المصلحة الشركات للخوض في القضايا المجتمعية والسياسية الحساسة - خاصة وأنهم يرون أن الحكومات تفشل في القيام بذلك بشكل فعال [. . .] لا تستطيع الشركات حل كل قضية ذات أهمية عامة ، ولكن هناك الكثير - من التقاعد إلى النبنة التحتية إلى إعداد العمال لوظائف المستقبل - التي لا يمكن حلها بدون قيادة الشركات. [27]

من خلاله تحقيق التوازن المسئول بين المتطلبات المتعارضة لزيادة الأرباح والمبادئ، أما على الصعيد الخارجي فإن كثيراً من رؤساء مجالس الإدارات وكبار المديرين يقومون بقيادة مشاركة الأعمال في قضايا التنمية بمفهومها الأوسع، ويؤيدون المبادرات الخاصة بالصناعة وغيرها من المبادرات.

المسؤولية الأخلاقية للقطاع الخاص

قام (Payne&Raiborn,1990) بتعريف الأخلاق على أنها "نظام لمبادئ أو ممارسات القيمة وتعريف للحق والخطأ، حيث تهتم الأخلاق بصنع القرار الأخلاقي فيما يتعلق بصحة أو خطأ السلوك وما إذا كان من الجيد أو السيئ الانخراط في بعض السلوكيات، فلا ينبغي للشركات الناجحة التي ترغب في بناء علاقات جيدة مع المجتمع وتعزيزها أن تكون ناجحة اقتصادياً وتعمل ضمن حدود القانون فحسب، بل يجب أيضاً أن تكون على دراية بالقضايا الأخلاقية المتعلقة بجميع جوانب العمل، [34] من ناحية أخرى، جادل كارول (1999) بأن "المسؤوليات الأخلاقية غير محددة بشكل جيد وبالتالي فهي من بين أصعب الأعمال التجارية للتعامل معها" في كثير من الأحيان، يكون اتخاذ القرار الأخلاقي عملية غامضة وغير محددة بدقة [35]

وقد جادل Stodder (1998) بأن الأعمال المسؤولة يجب أن تعمل ضمن معايير الممارسات الأخلاقية الجيدة، نظراً لأن الشركة ملزمة تجاه عملائها، فيجب أن تكون الشركة صادقة بشأن منتجاتها وعملياتها، حتى لو كان ذلك فقط لجعل العملاء يشعرون أن الشركة تهتم بهم أكثر من بيع منتجاتهم، وأن الشركات التي ترغب في بناء وتعزيز علاقات جيدة مع المجتمع يجب ألا تكون ناجحة اقتصادياً وتعمل ضمن حدود القانون فحسب، بل يجب أيضاً أن تكون على دراية بالقضايا الأخلاقية المتعلقة بجميع جوانب أعمالها، فالنتائج السلبية للسلوك غير الأخلاقي من جانب الشركات ووكلائها عديدة، [36] علاوة على ذلك، يمكن أن يتسبب بعض السلوك غير الأخلاقي لموظفي الشركة في إلحاق ضرر شديد بسمعة الشركة، وفي بعض الحالات ، يمكن أن يؤدي إلى فشل الشركة. [37]

منهج الدراسة

تم اتباع المنهج الوصفي بشقه الكمي، هذا يعود لملاءمة المنهج المتبع لطبيعة الدراسة، ولكونه قائماً على دراسة الظواهر والمعطيات بشكل واقعي، ولكونه كذلك يعبر عنها تعبيراً كمياً

الإيجابية وأنشطة المسؤولية المجتمعية السلبية) على أداء الشركة. [30]

و قد تؤثر الثقافة الوطنية أيضاً على مواقف الناس تجاه كل اتجاه لأنشطة المسؤولية المجتمعية للشركات (أي أنشطة المسؤولية المجتمعية الإيجابية والسلبية). وبعبارة أخرى، يمكن تحديد ميول الناس سواء لزيادة الوزن على أنشطة المسؤولية المجتمعية الإيجابية أو السلبية، اعتماداً على الثقافة الوطنية، على سبيل المثال، في البلدان ذات التوجه المستقبلي للغاية مثل سويسرا [31] قد يتأثر الناس أكثر بأنشطة المسؤولية المجتمعية الإيجابية بدلاً من الأنشطة السلبية لأنهم أكثر عرضة للتركيز على التخطيط والاستثمار في المستقبل بدلاً من الحفاظ على المواقف الحالية، على النقيض من ذلك، في البلدان التي تعاني من درجة عالية من تجنب عدم اليقين مثل اليونان [32] ، قد يشدد الناس على تقليل الأنشطة الضارة (السلبية) أكثر من زيادة الأنشطة المفيدة (الإيجابية) للشركة لأنها قد تكون أكثر حساسية لكسر القواعد من الانخراط في أنشطة مبتكرة ولكن قد تكون محفوفة بالمخاطر.

قواعد نشر المسؤولية المجتمعية

يمكن نشر قواعد المسؤولية المجتمعية للمؤسسات من خلال ثلاث اتجاهات كما يلي [33]

-المساهمة المجتمعية التطوعية: يلقي هذا المجال معظم الاهتمام في الدول التي يكون فيها الحوار حول المسؤولية المجتمعية للمؤسسات حديثاً نسبياً، ومن الممكن أن يتضمن ذلك التبرعات الخيرية وبرامج التطوع والاستثمارات المجتمعية طويلة الأجل في الصحة والتعليم أو المردودات الأخرى ذات المردود الاجتماعي.

- العمليات الجوهرية للأعمال وسلسلة القيمة: غالباً ما تكون رؤية وقيادة الأفراد والمنظمات الوسيطة ضرورية لإدخال المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، وتستطيع أي مؤسسة من خلال التفاعل النشط مع موظفيها، تحسين الظروف والأوضاع وتعظيم فرص التنمية المهنية، ومن ذلك تطبيق إجراءات لتقليل استهلاك الطاقة والمخلفات.

- حشد التأييد المؤسسي وحوار السياسات والبناء المؤسسي: على الصعيد الداخلي تقوم قيادات المسؤولية المجتمعية للمؤسسات بوضع الرؤية وتهيئة المناخ العام الذي يمكن للعاملين

جدول 2. مفتاح التصحيح

الدرجة	المستوى	الرقم
قليلة جدا	بين 1 - 1.8	1
قليلة	بين 1.81 - 2.6	2
متوسطة	بين 2.61 - 3.4	3
كبيرة	بين 3.41 - 4.2	4
كبيرة جداً	بين 4.21 - 5	5

صدق الأداة: تم التأكد من صدق الأداة في الدراسة الحالية بعرضها على مجموعة من ذوي الخبرة والاختصاص في هذا المجال، حيث تم إجراء بعض التعديلات على فقرات الأداة حسب ما اقترح المحكمين وكان هناك اتفاق بينهم على صلاحية الأداة للتطبيق وأنها تقيس ما وضعت لقياسه.

ثبات الأداة: قام الباحث بحساب الثبات لأداة الدراسة بمحاورها الثلاث بطريقة الاتساق الداخلي، بحساب معادلة الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)، وقد جاءت النتائج كما هي واضحة في الجدول (3).

جدول 3. نتائج معامل ثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)

المقياس	عدد الفقرات	قيمة Alpha
المحور الأول: معززات المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص	8	.776
المحور الثاني: معوقات انتشار المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص	8	.841
المحور الثالث: نماذج المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص	8	.793
الدرجة الكلية	24	.833

ويتضح من الجدول (3) أن معاملات ثبات الاستبانة على المحاور الثلاث تراوحت بين (0.776-0.8415) وفيما يتعلق بالثبات الكلي للاستبانة وصل إلى (0.833) وجميعها تفي باغراض الدراسة الحالية.

إجراءات تطبيق الدراسة: قام الباحث بإجراءات الدراسة وفق الخطوات التالية:

- الرجوع إلى الأدب النظري ومراجعة الدراسات السابقة ذات العلاقة.
- القيام بحصر مجتمع الدراسة والمتمثل في المواطنين في الضفة الغربية.

بهدف تحديد حجم الظاهرة ومقدارها إلى جانب أنه يعتمد على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلًا وافيًا بهدف استخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج وتعميمات عن الظاهرة محل الدراسة.

مجتمع الدراسة

تمثل مجتمع الدراسة بجميع المواطنين في الضفة الغربية، والذين لا يعملون في إحدى مؤسسات القطاع الخاص.

عينة الدراسة

قام الباحث بتوزيع (470) استبانة على المواطنين في الضفة الغربية، تم اختيارهم بطريقة العينة المتيسرة من مجتمع الدراسة الكلي، وقد تم استرجاع (455) استبانة وهي شكلت العينة النهائية للدراسة، ويبين الجدول رقم (1) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة.

جدول 1. توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة

المتغير	العدد	النسبة المئوية
الرضا عن المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص	404	88.8
غير راض	51	11.2
المجموع	455	100.0
الرضا عن وقفة عز	419	92
غير راض	36	8
المجموع	455	100.0

أداة الدراسة: قام الباحث بتصميم وتطوير الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، وذلك بعد الاطلاع ومراجعة الأدب النظري والأبحاث والدراسات المتعلقة بهذا الموضوع، وقد تكونت أداة الدراسة في صورتها النهائية من قسمين:

القسم الأول: تضمن بيانات أولية عن المواطن الذي قام بتعبئة الاستبانة.

القسم الثاني: اتجاهات المواطنين نحو المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص مقسمة على ثلاث محاور وهي معززات المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص وتضمنت (8) فقرات، ومعوقات انتشار المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص وتضمنت (8) فقرات، ونماذج المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص وتضمنت (8) فقرات، وهذا وقد اعتمد سلم ليكرت الخماسي ويبدأ بموافق بدرجة كبيرة جدا وتعطى (5) درجات، ثم موافق بدرجة كبيرة وتعطى (4) درجات، ثم موافق بدرجة متوسطة وتعطى (3) درجات، ثم موافق بدرجة قليلة وتعطى درجتين، ثم موافق بدرجة قليلة جدا واعطى درجة واحدة، ويوضح جدول (2) مفتاح التصحيح للفقرات

- بناء وتطوير أداة الدراسة والتأكد من صدق وثبات أداة الدراسة .
- توزيع أداة الدراسة على عينة الدراسة .
- جمع البيانات وتبويبها.
- استخدام برنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية SPSS لتحليل البيانات واستخراج النتائج.

نتائج الدراسة ومناقشتها

أولاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ما معززات المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص في ظل جائحة كورونا؟ وللإجابة عن هذا السؤال استخدم الباحث الأوساط الحسابية لكل فقرة والدرجة الكلية لمعرفة معززات المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص في ظل جائحة كورونا، وذلك كما هو واضح في جدول (4).

جدول (4): الأوساط الحسابية لفقرات معززات المسؤولية المجتمعية

رقم الفقرة	الفقرة	الوسط الحسابي	الدرجة
1	تقديم الحكومة أعباءات ضريبية للقطاع الخاص أثناء وبعد الأزمة لمدة معينة	4.25	كبيرة جدا
2	تقديم الحكومة تسهيلات ضريبية للقطاع الخاص أثناء وبعد الأزمة لمدة معينة	4.61	كبيرة جدا
3	تقديم دعم مادي للشركات المساهمة اجتماعيا والمتضررة من جائحة كورونا	3.15	متوسطة
4	تقديم حوافز معنوية كشهادات أو جوائز تساهم في رفع اسم الشركة	3.78	كبيرة
5	تسديد كافة المستحقات المالية على المشاريع المنتهية والسلع والخدمات الموردة للجهات الرسمية	3.32	متوسطة
6	دفع كافة المبالغ الحكومية المستحقة للقطاع الخاص	3.46	كبيرة
7	إطلاق الحكومة حزمة إقتصادية تتضمن خطة تحفيز إقتصادية بمبلغ مالي من الناتج المحلي الإجمالي	3.45	كبيرة
8	توجيه المواطنين استهلاكهم نحو منتجات الشركات الأكثر مساهمة	3.92	كبيرة
	الدرجة الكلية	3.74	كبيرة

- يتضح من الجدول أعلاه، أن أكبر معززات المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص الفلسطيني في ظل جائحة كورونا هو (تقديم الحكومة تسهيلات ضريبية للقطاع الخاص أثناء وبعد الأزمة لمدة معينة)، وما يؤكد ذلك ما يطالب به الإقتصاديون حالياً وهو تأجيل وتقسيط رسوم وضرائب وعمولات للمؤسسات الرسمية، وتخفيض ضريبة المبيعات على السلع والخدمات لتحفيز القدرة الشرائية للمستهلكين، وضمانا لاستمرارية عجلة توريد ضريبة المبيعات إلى خزينة الدولة بشكل أكبر.
- وما يؤكد سعي الحكومة الفلسطينية إلى إجراء تسهيلات ضريبية وغيرها من التسهيلات للقطاع الخاص، ما أصدرته وزارة المالية من تسهيلات بتاريخ 2020-3-24، حيث قدمت وزارة المالية الفلسطينية التسهيلات التالية للقطاع الخاص: [38]
- ضمان توفير السيولة المالية لاستمرارية عمل القطاع الخاص.
- الاكتفاء بالتوريد الإلكتروني لكشوفات اقتطاعات الرواتب وخصم الضريبة من المصدر دون فرض غرامات التأخير خلال فترة الطوارئ.
- الغاء غرامة التأخير على عدم تقديم الإقرارات الضريبية في موعدها المحدد قانونا لحين صدور تعليمات أخرى.
- تمديد تسليم الإقرارات الضريبية للعام 2019 حتى نهاية شهر 2020/06.
- تمديد فترة سريان براءة الذمة الصادرة من قبل ضريبة القيمة المضافة والتي تنتهي بتاريخ 2020/03/01 لغاية 2020/04/15.
- السماح للمكلفين بتفويض من ينوب عنهم في الحصول على الخدمات الضريبية وتقديم الإقرارات الضريبية.
- يتم التواصل من قبل المكلفين مع المكاتب الضريبية هاتفياً قبل مراجعة الدائرة لضمان تقديم الخدمات اللازمة اصولاً.

- ارجاء المطالبة برسوم رخص المهن لحين انتهاء حالة الطوارئ.

يرى الباحث أن هذه التسهيلات التي قدمتها الحكومة الفلسطينية للقطاع لم تتجاوز التسهيلات الإجرائية إلى التسهيلات الموضوعية كالتخفيف أو الإعفاء الضريبي لمدة معينة للقطاع الخاص، أو دفع المستحقات المالية للقطاع الخاص، وقد يعزى ذلك إلى التراجع في الإيرادات الحكومية نتيجة لجائحة كورونا.

ثانياً: النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: ما معوقات انتشار المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص في ظل جائحة كورونا؟
وللإجابة عن هذا السؤال استخدم الباحث الأوساط الحسابية لكل فقرة والدرجة الكلية لمعرفة معوقات انتشار المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص في ظل جائحة كورونا، وذلك كما هو واضح في جدول (5).

- إصدار شهادات الخصم بالمصدر بمدة لا تقل عن 3 أشهر وبراءات الذمة بمدة لا تقل عن شهرين.
- إرجاء النظر بالقضايا العالقة مع المكلفين لحين انتهاء حالة الطوارئ.
- إرجاء إجراءات المتابعة الميدانية بالتنسيق مع جهاز الضابطة الجمركية بشأن قضايا ضريبة الدخل أو القضايا المنظورة حالياً من قبل الجمارك وضريبة القيمة المضافة لحين انتهاء حالة الطوارئ.
- يتم تقديم الكشوفات الدورية وفقاً للتقدير الذاتي لكل مشغل.
- عدم فرض غرامات تأخير على تقديم الكشوف الدورية في حال استمرار حالة الطوارئ.
- منح المشتغلين المرخصين الملتزمين فواتير مقاصة تغطي احتياجاتهم مدة شهرين، ولكبار المكلفين لتغطي فترة ثلاثة أشهر.

جدول (5): الأوساط الحسابية لفقرات معوقات المسؤولية المجتمعية

رقم الفقرة	الفقرة	الوسط الحسابي	الدرجة
1	قصور التشريعات الفلسطينية المنظمة للمسؤولية المجتمعية في ظل الأزمات	4.82	كبيرة جدا
2	قلة ثقافة المسؤولية المجتمعية لدى أصحاب القرار في القطاع الخاص في ظل الأزمات	4.45	كبيرة جدا
3	ضعف الرقابة الإدارية على تنفيذ القطاع الخاص لمسؤوليته المجتمعية	4.25	كبيرة جدا
4	ارتفاع تكاليف المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص	3.18	متوسطة
5	الخسائر الكبيرة للقطاع الخاص في ظل جائحة كورونا	4.42	كبيرة جدا
6	تحقيق المكاسب المادية والأرباح أولوية لدى أصحاب القرار في القطاع الخاص	4.66	كبيرة
7	ضعف التعاون بين مؤسسات المجتمع المدني والقطاع الخاص	3.15	متوسطة
8	يغلب الفكر الرأسمالي على الاشتراكي لدى القطاع الخاص	3.82	كبيرة
	الدرجة الكلية	4.09	كبيرة

ونتيجة لذلك، خصص مشروع قانون الشركات الفلسطيني الذي يعمل عليه حالياً بندا يلزم الشركات المساهمة العامة بتخصيص ما نسبته 1% من أرباحها لتنفيذ برامج المسؤولية المجتمعية، حيث جاء في المادة (189) من مشروع قانون الشركات الفلسطيني تحت عنوان مخصص البحث العلمي والتدريب والمسؤولية المجتمعية أنه: أ- يجب على الشركة المساهمة العامة أن تخصص ما لا يقل عن (1%) من الأرباح لإنفاقه على دعم البحث العلمي والتدريب المهني لديها، ب- يجب على الشركة المساهمة العامة أن تخصص من لا يقل عن (1%) من أرباحها الصافية لإنفاقها في مجال المسؤولية المجتمعية.

يتضح من الجدول أعلاه، أن أكثر معوقات انتشار المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص الفلسطيني هو (قصور التشريعات الفلسطينية المنظمة للمسؤولية المجتمعية في ظل الأزمات)، وما يؤكد ذلك أن قانون الشركات الحالي رقم (12) لسنة 1964 المطبق في الضفة الغربية، [39] لا يلزم الشركات بتخصيص نسبة من أرباحها للمسؤولية المجتمعية، وإنما أجاز ذلك، وبناء على ذلك نرى أنه من الصعب أن تقوم الشركات من تلقاء نفسها بتخصيص نسبة من أرباحها للمسؤولية المجتمعية، وهو ما يتوافق مع الفقرة الثانية والتي تتعلق بقلة ثقافة المسؤولية المجتمعية لدى أصحاب القرار في القطاع الخاص، والتي تسود عليهم عقلية الربح وتحقيق المكاسب المادي بدرجة أكبر من تخمبهم للمسؤوليات المجتمعية.

ومن جهة أخرى، تعتبر (الخسائر الكبيرة للقطاع الخاص ظل جائحة كورونا) من أبرز معوقات انتشار المسؤولية المجتمعية في ظل جائحة كورونا، وما يؤكد ذلك ما صدر بتاريخ 23-4-2020 عن الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، والذي جاء فيه أن الإقتصاد الفلسطيني سينكبد خسائر تقدر بـ2.5 مليار دولار أمريكي في حال استمرار جائحة كورونا لمدة ثلاثة أشهر، والعودة التدريجية للوضع ما قبل الأزمة، حيث من المتوقع انخفاض الناتج المحلي الإجمالي بنسبة 14% في عام 2020 مقارنة مع عام 2019، فعلى مستوى الأنشطة الاقتصادية، فمن المتوقع أن يبلغ حجم الخسائر في نشاط الزراعة والحراجة وصيد الأسماك حوالي 200 مليون دولار أمريكي، ونشاط الصناعة 362 مليون دولار، ونشاط الإنشاءات 220 مليون دولار، ونشاط الخدمات 1، 175 مليون دولار أمريكي.

يتضح من مما جاء في الإحصاء الصادر عن الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، أن هذه الخسائر الكبيرة للقطاع الخاص الفلسطيني، سيكون عائقاً أما تحمل مسؤولياتها المجتمعية، فمعظم هذه الشركات تكبد أو سينكبد خسائر كبيرة في حال استمرت جائحة كورونا، ومن باب المنطق لا يتوقع أن تكون شركة تخسر الملايين بأن تتفق أي أموال على نفقات غير ضرورية لإدارة الشركة.

ثالثاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث: ما نماذج المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص في ظل جائحة كورونا؟
وللإجابة عن هذا السؤال استخدم الباحث الأوساط الحسابية لكل فقرة والدرجة الكلية لمعرفة نماذج المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص في ظل جائحة كورونا، وذلك كما هو واضح في جدول (6).

يرى الباحث أن المادة (189/ب) من مشروع قانون الشركات الفلسطيني فيما يتعلق بالمسؤولية المجتمعية للشركات يشوبها العديد من الثغرات لعل أبرزها:

- أن مشروع قانون الشركات الفلسطيني اقتصر على الشركات المساهمة العامة، واستثنى الشركات المساهمة الخصوصية وشركات التضامن والشركات القابضة.

- خصص المشروع ما نسبته (1%) من أرباح الشركات للمسؤولية المجتمعية، حيث نعتقد أن هذه النسبة قليلة جداً، ولا تعكس مدى حرص الشركات على تحمل مسؤولياتها المجتمعية.

إضافة إلى قانون الشركات، تحكم قوانين السوق المالي الفلسطيني، المسؤولية المجتمعية، ومنها قرار مجلس إدارة هيئة سوق رأس المال بشأن الإفصاح لعام 2013، [40] بتعليمات معدلة لتعليمات رقم (2) لسنة 2008، حيث فرض هذا القرار على كل شركة مساهمة عامة مدرجة في السوق المالي الإفصاح عن سياساتها في مجال المسؤولية المجتمعية ضمن تقريرها السنوي، بما يتضمن سياساتها في مجال العلاقة بالبيئة والمجتمع المحلي، على أن تكون سياسة واضحة غير مضللة وقابلة للتطبيق، كذلك في حال لم يكن لدى الشركة سياسة تجاه المسؤولية المجتمعية يجب توضيح ذلك في التقرير، هذا توجه يمكنه أن يشجع الشركات على وضع سياسات وتطبيق برامج ضمن المسؤولية المجتمعية، كون التقرير السنوي إحدى الآليات توثيق إنجازات الشركة ويعكس صورتها وقوتها، وبالتالي تضمين جزء خاص بمسؤولياتها المجتمعية يعني إعطاء قيمة إضافية لمكانة الشركة وأثرها على المجتمع أمام جمهورها، حيث يشكل هذا القرار حافزاً للشركات للتنافس أكثر في مجال المسؤولية المجتمعية وعمل مشاريع أكثر للإعلان عنها في

التقارير. [41]

جدول (6): الأوساط الحسابية لفقرات لنماذج المسؤولية المجتمعية

رقم الفقرة	الفقرة	الوسط الحسابي	الدرجة
1	الدعم المادي للمؤسسات الصحية	3.02	متوسطة
2	الدعم العيني (مستلزمات طبية) للمؤسسات الصحية	2.89	متوسطة
3	الدعم المادي للجهات المجتمعية المتضررة من جائحة كورونا	2.55	قليلة
4	تقديم الخدمة للمستفيدين وفق إجراءات ميسرة	3.28	متوسطة
5	تأجيل دفع مقابل الخدمة لمدة معينة للمستفيدين	2.65	متوسطة
6	الدعم المادي للمصابين بكورونا	1.78	قليلة جداً
7	الدعم العيني للمصابين بكورونا	3.35	متوسطة
8	تقديم الخدمة للمصابين وفق إجراءات ميسرة	3.84	كبيرة
	الدرجة الكلية	2.92	متوسطة

مليون دولار، إلا أن ذلك لم يحدث، [36] مما أثار العديد من الانتقادات والتساؤلات حول وقفة عز، نتطرق إليها في النقط التالية:

- لم يصل المبلغ المطلوب إلى ما تم الإعلان عنه، مما يبرهن على فشل القطاع الخاص في تحمله لمسؤوليته المجتمعية.
- جميع أعضاء لجنة وقفة عز من رجال الأعمال والقطاع الخاص، حيث تم استثناء النقابات ومؤسسات المجتمع المدني لتكون رقيبة على الية التوزيع.
- غابت الشفافية والنزاهة عن الية توزيع المبالغ المالية التي تم جمعها، والتي أعلن الصندوق أنها ستحصر في دعم العائلات المتضررة، ودعم القطاع الصحي.
- بعد الإطلاع على كشف المتبرعين لوقفة عز، يلاحظ غياب الكثير من الشركات الكبيرة، او قدمت مبالغ مالية لا تتناسب نهائياً والأرباح التي تحققها، وخصوصاً شركات الإتصالات والبنوك.

الاستنتاجات

توصل الباحث في ضوء ما تم عرضه إلى الاستنتاجات التالية:

- تقدم الحكومة تسهيلات وإعفاءات ضريبية للقطاع الخاص أثناء وبعد جائحة كورونا، ووتسديد المستحقات المالية للقطاع الخاص، من أبرز معززات المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص.
- قصور التشريعات الفلسطينية المنظمة للمسؤولية المجتمعية، وسعي القطاع الخاص نحو تحقيق الأرباح المادية، من أبرز معوقات المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص الفلسطيني.
- تقديم القطاع الخاص الخدمة للمصابين وفق إجراءات ميسرة، والدعم العيني للمصابين بكورونا، من أبرز نماذج المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص الفلسطيني.
- عدم رضا المواطنين في الضفة الغربية عن المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص بنسبة وصلت (88.8%).
- عدم رضا المواطنين في الضفة الغربية عن وقفة عز بنسبة وصلت (92%).

التوصيات

في ضوء ما توصل إليه الباحث من استنتاجات يوصي بما يلي:

يتضح من الجدول أعلاه أن أكثر نماذج المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص في ظل جائحة كورونا تمثلت ب (تقديم الخدمة للمصابين وفق إجراءات ميسرة)، وهو ما نرى أن القطاع الخاص أكثر ما قدمه كمسؤولية مجتمعية هو تقديم الخدمة وفق إجراءات ميسرة، حيث نعتقد أن ذلك لهدفين، الأول التسويق الإعلامي للشركة بأنها تتحمل مسؤولياتها وتشعر بهوم واحتياجات المواطنين، والثاني من أجل ديمومة واستمرارية الشركة لبيع منتجاتها وتحقيق الأرباح، على سبيل المثال ما قدمته سلطة النقد والبنوك من تسهيلات للمواطنين كتأجيل أقساط القروض المستحقة لأربعة شهور، وتأجيل صرف الشيكات المستحقة لمدة شهرين، أو ما قدمته شركات الاتصالات الوطنية والخلوية وشركات الإنترنت بتأجيل الفواتير الشهرية المستحقة للمستفيدين.

يرى الباحث أن أشكال المسؤولية المجتمعية ونماذجها تختلف في ظل الظروف العادية عنها في الظروف الغير طبيعية التي تمر بها البلاد، حيث يتم توجيه المسؤولية المجتمعية من قبل القطاع الخاص لتجاوز الأزمة، ففي جائحة كورونا والتي تمثل أزمة صحية تمر بها البلاد، يجب توجيه كافة أشكال المسؤولية المجتمعية للتغلب على هذه الأزمة، وعليه يفضل الباحث أن تتمثل أشكال المسؤولية المجتمعية في ظل هذه الظروف بالدمع المادي للمصابين والمتضررين من جائحة كورونا، وتأكيذاً لذلك أنشأت الحكومة الفلسطينية ما يسمى (وقفة عز) و هو صندوق وطني تم تأسيسه بقرار من رئيس الوزراء الفلسطيني د. محمد اثنية وبناء على توجيهات فخامة الرئيس محمود عباس، يهدف إنشائه إلى تركيز الجهود الوطنية للمساهمة في مواجهة تداعيات أزمة انتشار فيروس كورونا في فلسطين وأبعادها الاقتصادية والمجتمعية والصحية، كما هدف الصندوق كذلك إلى تعزيز التضامن والتكافل بين مختلف أبناء الشعب الفلسطيني، من خلال مشاركة كافة المؤسسات والشركات ورجال الأعمال والأفراد داخل فلسطين والشنات، بالمساهمة من خلاله للتخفيف من آثار هذه الأزمة، ومواجهة جائحة كورونا في فلسطين. [42]

وينحصر تبرع الصندوق في توجيه الدعم للعائلات المعوزة والمتضررة جراء الأزمة من خلال وزارة التنمية المجتمعية، و تقديم الدعم لتلبية احتياج القطاع الصحي عن طريق وزارة الصحة الفلسطينية [35].

وقد تعدى المبلغ الإجمالي الذي قدمه القطاع الخاص لوقفة عز (15.4) مليون دولار، على الرغم من أن الهدف المعلن من وقفة عز الذي أعلنه القائمين عليه، هو الوصول إلى مبلغ (28)

- definitions. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 15: 1-13.
- [10]- Friedman, M. (1970, September 13). The social responsibility of business is to increase its profits. The New York Times Magazine, pp. 32 33, 122, 124, 126.
- [11]- Zuo, W, Schwartz, M, and Wu, Y. (2017), Institutional Forces Affecting Corporate Social Responsibility Behavior of the Chinese Food Industry, *Business & Society*, 56(5): 705-737.
- [12]- McCain, S, Lolli, J, Liu, E, and Jen, E. (2019), The relationship between casino corporate social responsibility and casino customer loyalty, *Tourism Economics*, 25(4), 569-592.
- [13]- Kampf, C. (2018), Connecting Corporate and Consumer Social Responsibility Through Social Media Activism, *Social Media + Society*. 2018: 1-11.
- [14]- Hond, F. (2007), Managing corporate social responsibility in action talking, (Corporate social responsibility series), Ashgate Publishing Company, USA.
- [15]- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). (1999), Meeting Changing Expectations: Corporate Social Responsibility.
- [16]- مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)، (2004) كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع الاتجاهات والقضايا الراهنة، نيويورك وجنيف. ص28.
- [17]- Hond, F. (2007), Managing corporate social responsibility in action talking, (Corporate social responsibility series), Ashgate Publishing Company, USA.
- [18]- Belal U. M. (2008), Three Dimensional Aspects of Corporate Social Responsibility, *Daffodil International University, Journal of Business and Economics*, 3(1): 201-213.
- [19]- مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)، مرجع سابق، ص82.
- [20]- عوض، انس (2014)، أسباب عجز الشركات عن القيام بالمسؤولية الاجتماعية: دراسة حالة على الشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، ص22.
- [21]- مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)، مرجع سابق، ص82.
- [22]- عوض، انس (2014)، أسباب عجز الشركات عن القيام بالمسؤولية الاجتماعية: دراسة حالة على الشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- [23]- Guidance in social responsibility,(2009), draft international standard iso/dis 26000, p10.
- إجراء تعديل قانوني على قانون الشركات الفلسطيني يلزم الشركات بالمسؤولية المجتمعية بنسبة من أرباحها تصل إلى (5%) كحد أدنى.
- الرقابة الحكومية على المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص، وتوجيهها نحو المجالات المناسبة في ظل جائحة كورونا وخصوصاً الخدمات الصحية.
- نقترح إطلاق الحكومة خطة تحفيز إقتصادية تشمل التسهيلات للشركات والقطاع الخاص، وتسييد المستحقات المالية للقطاع الخاص، وتخصيص نسبة من الناتج المحلي الإجمالي تصل إلى (5%) لدعم القطاع الخاص.
- نقترح اتباع الحكومة الشفافية والنزاهة في توزيع الاموال التي تم الحصول عليها من وقفه عز أو أي مصادر أخرى، لتصل إلى المتضررين الحقيقيين من جائحة كورونا.

قائمة المراجع

- [1]- Brown TJ and Dacin PA. (1997), The company and the product: corporate associations and consumer product responses. *Journal of Marketing* 61(1): 68-84, p68.
- [2]- Skarmeas D and Leonidou CN. (2013), When consumers doubt, watch out! The role of CSR skepticism. *Journal of Business Research* 66: 1831-1838.
- [3]- Zizka L. (2017), The (mis)use of social media to communicate CSR in hospitality-increasing stakeholders'(dis)engagement through social media. *Journal of Hospitality and Tourism Technology* 8(1): 73-86.
- [4]- Varadarajan, P., and Menon, A. (1988). Cause-related marketing: Acoalignment of marketing strategy and corporate philanthropy. *Journal of Marketing*, 52: 58-74.
- [5]- Austin, JE, Leonard, HB., and Quinn, J. (2004, December). *Timberland: Commerce and justice* (Harvard Business School Teaching Case 305-002)
- [6]- Kendrick, A, Fullerton, J, and Jung kim, Y. (2013), Social Responsibility in Advertising: A Marketing Communications Student Perspective, *Journal of Marketing Education*, 35(2): 142-154.
- [7]- Hironimus-Wendt, R and Wallce, L. (2009), Imagining social responsibility, *Teaching Sociology*, 37: 76-88.
- [8]- Ju song, H and Ho kang, K, (2019), Implementing corporate social responsibility strategies in the hospitality and tourism firms: A culture-based approach, *Tourism Economics*, 25(4): 520-538.
- [9]- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37

- [36]- Stodder, GS. (1998), Goodwill hunting. Entrepreneur, 26(7): 118-121.
- [37]- Iwanow H, McEachern MG and Jeffrey A (2005) The influence of ethical trading policies on consumer apparel purchase decisions: a focus on the Gap Inc. International Journal of Retail and Distribution Management 33(5): 371-387.
- [38]- الموقع الإلكتروني لوكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية وفا، رابط http://wafa.ps/ar_page.aspx?id=RKmcXfa872 ، نشر بتاريخ 23-3-2020 ، تاريخ الاسترجاع 1-8-2020
- [39]- قانون الشركات الأردني رقم (12) لسنة 1964 والمطبق في الضفة الغربية.
- [40]- قرار مجلس إدارة هيئة سوق رأس المال الفلسطينية رقم (1) بشأن الإفصاح لعام 2013، بتعليمات معدلة لتعليمات رقم (2) لسنة 2008.
- [41]- سعادة، ايمان، الخالدي، رجا (2019)، واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات الفلسطينية وسبل توجيهها نحو دعم التنمية الاجتماعية،
- [42]- الموقع الإلكتروني لصندوق وقفه عز، رابط الدخول <https://www.waqfetizz.ps/> ، تاريخ الاسترجاع 30-7-2020
- [43]- الموقع الإلكتروني لصندوق وقفه عز، رابط الدخول <https://www.waqfetizz.ps/> ، تاريخ الاسترجاع 30-7-2020
- [44]- الموقع الإلكتروني لوكالة وطن للأبناء، رابط الدخول <https://www.wattan.net/ar/news/308959.html> ، نشر بتاريخ 11-5-2020 ، تاريخ الاسترجاع 30-7-2020
- [24]- Wright P and Ferris SP. (1997), Agency conflict and corporate strategy: The effect of divestment on corporate value. Strategic Management Journal 18: 77-83.
- [25]- Lee S and Park SY. (2009), Do socially responsible activities help hotels and casinos achieve their financial goals? International Journal of Hospitality Management 28: 105-112
- [26]- Jensen MC. (2001), Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function. Journal of Applied Corporate Finance 14: 8-21.
- [27]- Fink, L. (2019) Larry Fink's 2019 Letter to CEO's: Profit and Purpose. New York: BlackRock. Retrieved November 1, 2019, from <https://www.blackrock.com/americas-offshore/2019-larry-fink-ceo-letter>.
- [28]- Fleming, P ,and Rhodes, C.(2020), Forget political corporate social responsibility, Organization, 00(0) :1-9.
- [29]- Lantos, GP. (2001) The boundaries of strategic corporate social responsibility. Journal of Consumer Marketing, 18: 595-649.
- [30]- Ju song, H and Ho kang, K, (2019), Implementing corporate social responsibility strategies in the hospitality and tourism firms: A culture-based approach, Tourism Economics, 25(4): 520-538.
- [31]- House RJ, Hanges PJ, Javidan M, et al. (2004) Culture, Leadership and Organizations: The GLOBE Study of 62 Societies. Thousand Oaks: SAGE.
- [32]- Hofstede, G. (1980) Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values. Beverly Hills: SAGE.
- [33]- الأسرج، حسين (2010)، المسؤولية الاجتماعية للشركات، المعهد العربي للتخطيط، جسر التنمية، العدد 90، الكويت.
- [34]- Raiborn, CA and Payne D. (1990) Corporate codes of conduct: a collective conscience and continuum. Journal of Business Ethics 9(11): 879-889.
- [35]- Carroll, AB .(1999) Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. Business and Society, 38: 268-295.