المسؤولية المجتمعية للشركات في سلطنة عمان

حامد بن عبدالله بن حامد البلوشي

shinas2020@yahoo.com

المقدمة:

من منطلق إيمانها بأهمية المسؤولية المجتمعية وإستجابة للتوجيهات الحكومية تولي مؤسسات وشركات القطاع الخاص في سلطنة عمان إهتماما بالغا لتحقيق التنمية المستدامة بأبعادها الثلاثة (الأبعاد الإقتصادية والأبعاد الإجتماعية والأبعاد البيئية) بهدف تعزيز مستوى المعيشة بطريقة يمكن من خلالها خدمة الإقتصاد الوطني وجهود التنمية المجتمعية مع الحفاظ على البيئة في آن واحد وذلك بالعمل المشترك مع المجتمعات المحلية التي تعتبر المحرك الرئيسي للإقتصاد الوطني، وهو أمر بدأت فيه مؤسسات وشركات القطاع الخاص من خلال برامجها ومبادراتها ومشاريعها ذات المسؤولية المجتمعية التي تسعى من خلالها لتحقيق هذه التنمية المستدامة.

تهدف هذه الورقة البحثية التي استخدمت المنهج الوصفي إلى تسليط الضوء على تجربة المسؤولية المجتمعية في مؤسسات وشركات القطاع الخاص في سلطنة عمان، وكيفية تفعيل دورها في تحقيق التنمية المستدامة في المجتمع العماني من خلال المجالات الاستراتيجية التي تساهم فيها كالصحة والتعليم وتشجيع المشاريع الصغيرة والمتوسطة والأنشطة الرياضية والسلامة والبيئة بالإضافة إلى برامج ومبادرات ومشاريع دعم المجتمع بكافة أطيافه.

وتختم هذه الورقة البحثية ببعض التوصيات التي يأمل الباحث أن تجد طريقها للتطبيق.

المبحث الأول: واقع المسؤولية المجتمعية لمؤسسات وشركات القطاع الخاص في سلطنة عمان

تعريف المسؤولية المجتمعية:

شهد مفهوم المسؤولية المجتمعية للمؤسسات والشركات تغيرات كثيرة ومتباينة على مر الزمن، ولا يزال هذا المفهوم يتطور مع تطور المجتمع وتوقعاته. إن مفهوم المسؤولية المجتمعية مبني على نظرية أخلاقية تركز على أن لكل كيان في المجتمع دورا يجب أن يقدم لخدمة المجتمع، ورغم أنه لا يوجد اتفاق عام لدى الأطراف المعنية على تحديد تعريف واضح للمسؤولية المجتمعية، وكيفية قياسها من ناحية التكاليف والعوائد الاجتماعية، فلقد تنوعت وتعددت وتباينت تعريفات العلماء تنوعا كبيرا في تحديد مدلول المسؤولية المجتمعية للشركات نظرا لتعقد المفهوم وتطوره السريع.

يذكر الدكتور منذر بن هلال البوسعيدي، مساعد العميد للتدريب وخدمة المجتمع بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة السلطان قابوس أن هنالك عدة طرق لتعريف المسؤولية الإجتماعية للشركات، وذلك نتيجة لإختلاف الآراء حول مفهومها، فالكل ينظر إلى المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر محددة، فالمسئول في الشركة على سبيل المثال ينظر إلى المسؤولية الاجتماعية كواجب اجتماعي في حدود نطاق أرباح وأداء الشركة، بينما ينظر المجتمع إليها كواجب اجتماعي بغض النظر عن أداء الشركة المالي، وإذا أردنا تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات بمفهوم مبسط فيمكننا القول إنها التزام الشركات بتبني مبادرات أو برامج تنموية من شأنها أن تساهم في دفع عجلة التنمية المستدامة للمجتمع. (الوطن، 2015)

لقد عرفها دركر (Drucker): على أنها التزام منظمة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعيش فيه. في حين رأى هولمز (Holms) أنها التزام على منظمة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة في مجموعة كبيرة من الأنشطة الإجتماعية مثل

محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها. (الغالبي و العامري، 2005).

مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة: يعرف المسؤولية الاجتماعية كالتالي: الإلتزام الدائم للشركات للتصرف أخلاقياً والمساهمة في التنمية المستدامة وفي نفس الوقت تحسين جودة حياة الموظفين وعائلاتهم والمجتمع المحلي". "مؤسسة "بيزنس فورسوشل ريسبونسيبيلتي تعرفه كالتالي: "تحقيق النجاح التجاري بطرق تلتزم بالقيم الأخلاقية واحترام الناس والمجتمعات والبيئة الطبيعية.

لجنة منظمة العمل الدولي تعرّف المفهوم كالتالي: المبادرات الطوعية التي تتخذها الشركات بجانب التزاماتها القانونية.

عرف البنك الدولي مفهوم المسؤولية المجتمعية لرجال الأعمال على أنها: إلتزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد.

عرفت الغرفة التجارية العالمية المسؤولية الاجتماعية على أنها: جميع المحاولات التي تساهم في تطوع الشركات لتحقيق تنمية بسبب اعتبارات أخلاقية واجتماعية.

منتدى قادة الأعمال الدولي عرف المسؤولية المجتمعية هي: أن تقود مؤسستك للعمل بانفتاح وشفافية مع موظفيك وعلاقاتك الخارجية المجتمعية من أجل استدامة مؤسستك في المجتمع وديمومة مؤسستك مع كافة المساهمين.

المنظمة العالمية للمعايرة: ترى أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هي طريقة عمل المؤسسة التي من خلالها تدمج الاهتمامات والقضايا الاجتماعية والبيئية والاقتصادية في صنع القرارات والتقيد بإعداد التقارير حسب المواصفات التي تتعلق بالبيئة إيزو14000 والمعايير العالمية للمسائلة الاجتماعية SA00013 والدليل الاسترشادي لكتابة التقارير المستدامة.

منظمة الأمم المتحدة: تعرف منظمة الأمم المتحدة المسؤولية الاجتماعية للشركات،على أنها توسِّع المفهوم باستخدام عبارة " تحلي الشركات بروح المواطنة العالمية"، وفق المبادئ المتفق عليها عالمياً في ممارسات ودعم السياسات العامة الملائمة في مجالات حقوق الإنسان، وحماية البيئة. (عمر، عبدالرزاق، و سايح، 2012)

أما مفوضية الاتحاد الأوروبي فتعرفه كالتالي: " مفهوم تقوم من خلاله الشركات بدمج هواجسها الاجتماعية والبيئية طوعياً في عملياتها وفي تعاملها وتواصلها مع الأطراف المعنية". أما المركز الكندي للأعمال الخيرية فيعرفه كالتالي:" مجموعة من الممارسات الإدارية التي تكفل تقليل الشركة من الآثار السلبية لعملياتها وزيادة الآثار الإيجابية على المجتمع" (دبي، 2015).

كما يرى السيد الشحات خضر أن المسؤولية المجتمعية للشركات تتمثل في "جميع الأنشطة التي تقوم بها للوفاء بإحتياجات إجتماعية، سواء للبيئة الإجتماعية الخارجية أو الداخلية ينشأ عنها تكاليف يمكن قياسها بطريقة أو أخرى دون أن يعود على المشروع منها فائدة أو منافع، سواء قام بهذه الأنشطة اختياريا أو إلزاميا تنفيذا لأحكام القوانين واللوائح" (الصيرفي، 2007)

(عيسى، 2015) عرف المسؤولية المجتمعية بأنها إلتزامات المنظمة بواجباتها تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وذلك من خلال المساهمة بمجموعة من الأنشطة الإجتماعية والإقتصادية والبيئية والتعليمية، مما يساهم في الحفاظ على مسيرة التنمية المستدامة بالمجتمع.

ومن أشهر التعريفات للمسؤولية الاجتماعية للشركات تعريف كارول (Carroll) الذي يرى أن المسؤولية الإجتماعية للشركات تضم توقعات المجتمع الإقتصادية والقانونية والأخلاقية والتطوعية (الخيرية) تجاه المنظمات خلال فترة زمنية محددة. (Carroll & Buchholtz, 2006:35)

ويذكر (السعدي، 2010) أنه بالنظر إلى التعريفات السابقة وغيرها، يمكن إستنتاج عدة نقاط اتفقت التعريفات عليها تمثل السمات العامة للمسؤولية المجتمعية:

- المسؤولية الإجتماعية للشركات عملية طوعية وليست إجبارية.
- المسؤولية الإجتماعية للشركات ذات علاقة تبادلية نفعية بين الشركة وأصحاب المنفعة فهي تفيد كلا من الشركة وأصحاب المنفعة والمجتمع على حد سواء.
- المسؤولية الإجتماعية للشركات تستند على أساس أخلاقي.
- في ممارستها للمسؤولية الاجتماعية فإن الشركة تتعامل مع أطراف داخلية مثل الموظفين والمساهمين والزبائن ومع أطراف خارجية مثل الجمعيات والبيئة والمجتمع وغيرها.
- المسؤولية الإجتماعية لها دور كبير في المساهمة في التنمية الإجتماعية وتطوير جودة الحياة في المجتمع.
- تطبيق المسؤولية الإجتماعية يتطلب من الشركة دمجها ضمن عملياتها الإدارية والتنفيذية المختلفة مثل إتخاذ القرارات ورسم السياسات وغيرها.
- أصحاب المنفعة هم الشريك الآخر للشركة في تنفيذها لمسؤوليتها الإجتماعية.

ويعرف الباحث هنا المسؤولية المجتمعية للمؤسسات والشركات في سلطنة عمان بأنها عبارة عن إلتزام أخلاقي ومالي من مؤسسات وشركات القطاع الخاص نحو تحقيق التنمية المستدامة بأبعادها الثلاثة (الأبعاد الإقتصادية والأبعاد الإجتماعية والأبعاد البيئية) بهدف تعزيز مستوى المعيشة بطريقة يمكن من خلالها خدمة الإقتصاد الوطني وجهود التنمية الإجتماعية مع الحفاظ على البيئة في آن واحد وذلك بالعمل المشترك مع المجتمعات المحلية التي تعتبر المحرك الرئيسي للإقتصاد الوطني، وهو أمر بدأت فيه مؤسسات وشركات القطاع الخاص من خلال برامجها ومبادراتها ومشاريعها ذات المسؤولية المجتمعية التي تسعى من خلالها لتحقيق هذه التنمية المستدامة.

وهو ما أعلنه مؤتمر الرؤية المستقبلية للإقتصاد العماني 2020 والذي إنعقد في عام 1995 في مسقط بأن من ضمن ما يجب أن يقوم عليه الإقتصاد العماني في المرحلة القادمة هو تحمل القطاع الخاص مسؤولياته الإجتماعية والبيئية وتعزيز الشراكة بين القطاع الخاص والقطاع العام، وتمكين القطاع الخاص العماني من أن يصبح المولد الرئيسي للنمو الاقتصادي المستدام وتوفير فرص العمل، وأن يقوم بدوره كاملاً في استمرارية التنمية الاقتصادية والاجتماعية وتحسين مستوى معيشة المواطنين.

أطراف المسؤولية المجتمعية للمؤسسات والشركات (المنتفعين) Stakeholders:

يعرف أصحاب المنفعة بأنهم "أي فرد أو جماعة ممكن أن تؤثر أو تتأثر بأفعال وقرارات وسياسات وممارسات وأهداف المنظمة" (Carroll و Buchholtz، 2006) كما يعرفها فريمان (Freeman) بأنها أي فرد أو مجموعة ممكن أن تؤثر أو تتأثر بطريقة تحقيق المنظمة لأهدافها" (Freeman, 2001) وقد نشأ مفهوم أصحاب المنفعة ضمن فلسفة المسؤولية المجتمعية للشركات من منطلق أن المجتمع يمنح الشركات الحق في العمل. فالعلاقة القائمة بينهما علاقة تبادلية نفعية من أجل صالح جميع الأطراف." فالشركة لم تعد آلة إقتصادية لصنع النقود من أجل حملة الأسهم وإنما هي وحدة إقتصادية إجتماعية تؤثر وتتأثر بأطراف متعددة، هم أصحاب المنفعة" (نجم، 2006)

وما كان ينظر إليه سابقا على أنها مؤسسات إجتماعية متعددة الربح عن طريق إنتاج وتوزيع السلع والخدمات، أصبحت مؤسسات إجتماعية متعددة الأغراض بحيث أن العديد من الأفراد والمجموعات يعتمدون عليها من أجل كسب العيش والرخاء والإنجاز (Carroll و Buchholtz، 2006).

إن تحديد أصحاب المنفعة الخاصين بالشركة أمر في غاية الأهمية بالنسبة لنجاح برامج المسؤولية المجتمعية للشركات، وبتعبير زو (Zu) 2009 فإن "التحدي القائم على الإدارة هو تقرير من هم أصحاب المنفعة الذين يستحقون الإهتمام في عملية اتخاذ القرار.

إن نجاح الشركة يمكن أن يتأثر بشكل سلبي أو إيجابي عن طريق أصحاب المنفعة الخاصين بها" (Liangrong, 2009) فأصحاب المنفعة للشركات بشكل عام كثر، ولكن على إدارة الشركة تقرير من هم أصحاب المنفعة الذين يؤثرون ويتأثرون بشكل مباشر بعمليات الشركة، وبالتالي يجب إعطائهم الأولوية في الإهتمام والخدمات. ولا يكفي تقدير من هم أصحاب المنفعة الخاصين بالشركة ، بل يجب على الإدارة أيضا ترتيب هذه الأطراف والفئات حسب أولوياتها.

ويجب على الشركة أن تراعي خصوصيات وثقافة المجتمع الذي تعمل به، ففي الشركات الغربية نجد مثلا أن فئة الزبائن أكثر أهمية من الحكومة بينما نجد الشركات في الدول النامية تعطيها أهمية أكبر عن الزبائن وفقما تشير إليه الدراسات، ويرجع ذلك إلى اختلاف البيئة الثقافية وغيرها من مجتمع لآخر. (الغالبي و العامري، 2005).

ومع تنوع أصحاب المنفعة، إنبثقت الحاجة إلى وجود تصنيف معين لها وذلك حتى يمكن التمييز بين مجموعاتها المختلفة.

وقد ظهرت العديد من التصنيفات ومن ضمنها تصنيف كل من ويلر وسيلانبا (Wheeler and Sillanpaa) اللذان اقترحا تحديد أصحاب المنفعة على النحو التالي:

- أصحاب المنفعة الأساسيين وتتضمن: حاملي الأسهم والمستثمرين والموظفين والمديرين والزبائن والمجتمعات المحلية والمزودين والشركاء الإقتصاديين.
- أصحاب المنفعة الثانويين وتتضمن: الحكومة وواضعي الأنظمة والمؤسسات المدنية وجماعات الضغط الإجتماعي ووسائل الإعلام والكتاب والأكاديميين والجماعات التجارية والمنافسين (Carroll و Buchholtz، 2006).

الجدول التالي الذي أعدته الباحثة (مقدم، 2015) يوضح أصحاب المصالح و أهم أهدافهم في المؤسسة:

جدول 1: أهداف المؤسسة الذي أعدته الباحثة

صاحب المصلحة	الأهداف
الإدارة العليا	الحاكمية، ثقافة المؤسسة، الاستراتيجيات، الكفاءة و الأداء
المساهمون	الربح، قيمة السهم في البورصة
الزبائن	خصائص المنتوج، نوعية الخدمة، ثقافة الزبون
الحكومة	أمن المجتمع، السيادة، احترام القوانين، دفع الضرائب
المجتمع المحلي	الآثار البيئية و الاجتماعية، دفع الرسوم، المساهمة المالية
العمال	الأجر، الأمن الوظيفي، ظروف العمل، الرضا الوظيفي
الموردون	سعر و حجم الشراء، الاستمرارية، الشراكة
البنوك	أنظمة الدفع و مرونتها، إمكانية الإقراض
المستثمرون	معلومات حول السيولة و قابلية السداد
شركات التأمين	مستوى التعاون مع المؤسسة في مجال التأمينات

المسؤولية المجتمعية في الإسلام:

يذكر الدكتور صبري محمد خليل أن الفكر الإقتصادي الإسلامي أقر مفهوم المسؤولية المجتمعية على مستوى أصوله النصية الثابتة وفروعه الاجتهادية المتغيرة، حيث أشارت العديد من النصوص إلى هذا المفهوم كقوله تعالى (إنما المؤمنون إخوة) (الحجرات: 10)، وقوله تعالى: (والمؤمنون والمؤمنات بعضهم أولياء بعض) (التوبة: 71) وروى أنس بن مالك عن الرسول صلى الله عليه وسلم أنه قال: "ما آمن بي من بات شبعان وجاره جائع إلى جنبه وهو يعلم به[1]" (خليل، 2015).

فمنذ بزغ فجر الاسلام ومع بعثة النبي محمد صلى الله عليه وسلم حث الاسلام أتباعه على التعاون بما يحقق الخيرية لهذه البشرية ويمنع عنها الأذى قال - تعالى -: {وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى وَلا تَعَاوَنُوا عَلَى الإِثْمِ والْعُدْوَانِ} [المائدة: ٢]. كما طلب من أفراد المجتمع حماية الضعفاء ورعاية مصالحهم وصيانتها، ووعدهم بذلك الأجر والثواب العظيم قال - صلى الله عليه وسلم -: «الساعي على الأرملة والمسكين كالمجاهد في سبيل الله، أو القائم الليل الصائم النهار»[2].

ولم يحصر الإحسان في بذل المال فقط، بل كل مساعدة لمحتاج لها، وكل منفعة تعود على المجتمع أو البيئة، هي نوع من الصدقة التي يؤجر عليها. قال - صلى الله عليه وسلم -: «كل سُلامِي من الناس عليه صدقة كل يوم تطلع فيه الشمس؛ تعدل بين اثنين صدقة، وتُعين الرجل على دابته؛ فتحمله عليها أو ترفع عليها متاعه صدقة، والكلمة الطيبة صدقة وتميط الأذى عن الطريق صدقة»[3]، وقال - صلى الله عليه وسلم -: «لقد رأيت رجلاً يتقلَّب في الجنة في شجرة قطعها من ظهر الطريق كانت تؤذي المسلمين»[4]. ويحث صلى الله عليه وسلم أمته على قضاء حوائج الناس والتفريج عنهم والستر عليهم وهذه من الأمور المعنوية التي أولاها الاسلام عناية فائقة فيقول عليه الصلاة والسلام: «من كان في حاجة أخيه كان الله في حاجته، ومن فرَّج عن مسلم كربة من كُرَب الدنيا فرَّج الله عنه كربة من كُرَب يوم القيامة، ومن ستر مسلماً ستره الله يوم القيامة»[5]. فالمجتمع كله - في الإسلام - جسد واحد، يحس إحساساً واحداً، ويصور ذلك النبي - صلى الله عليه وسلم -، فيقول: «مَثَل المؤمنين في توادِّهم وتراحمهم وتعاطفهم، كمثل الجسد: إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الجسد بالسهر والحمى»[6]. ويصور أيضاً التعاون والتكافل بين المؤمن والمؤمن، فيقول: «المؤمن للمؤمن كالبنيان يشدُّ بعضه بعضاً»[7].

وعن أبي هريرة - رضي الله عنه - أن رسول الله - صلى الله عليه وسلم - قال: «من أنفق زوجين في سبيل الله نودي في الجنة: يا عبد الله! هذا خير؛ فإن كان من أهل الصلاة دعي من باب الصلاة، وإن كان من أهل الصدقة دعي من باب الصدقة، ومن كان من أهل الصيام دعي من باب الريان»، فقال أبو بكر: فهل يدعى أحد من هذه الأبواب كلها؟ قال: «نعم! وأرجو أن تكون منهم»[8].

---

1 رواه الطبراني والبزار، وإسناد البزار حسن

2 صحيح البخاري: (5353)، وصحيح مسلم: (2982). عن ابن عمر، رضي الله عنه.

3 صحيح البخاري: (2707)، وصحيح مسلم: (1009). عن أبي هريرة، رضي الله عنه.

4 صحيح البخاري: (652)، وصحيح مسلم: (1914). عن أبي هريرة، رضي الله عنه

5 صحيح البخاري: (2442)، وصحيح مسلم: (2580). عن ابن عمر، رضي الله عنه

6 صحيح البخاري: (6011)، وصحيح مسلم: (2586). عن النعمان بن بشير، رضي الله عنه

7 صحيح البخاري: (481)، وصحيح مسلم: (2585). عن أبي بردة، رضي الله عنه

8 صحيح البخاري: (1897)، وصحيح مسلم: (1027)

قال - صلى الله عليه وسلم -: «إن أبواب الخير لكثيرة: التسبيح والتحميد والتكبير والتهليل، والأمر بالمعروف، والنهي عن المنكر، وتميط الأذى عن الطريق، وتُسمع الأصم، وتهدي الأعمى، وتدل المستدل على حاجته، وتحمل مع الضعيف؛ فهذا كله صدقةٌ منك على نفسك»[9]، وقال أيضاً: «لا تحقرن من المعروف شيئاً ولو أن تلقى أخاك ووجهك منبسِط إليه، ولو أن تؤنس الوحُشان بنفسك»[10].

وعن عمرو بن حزم - رضي الله عنه - أن رسول الله - صلى الله عليه وسلم - قال: «ما من مؤمن يعزي أخاه بمصيبةٍ إلا كساه الله - عز وجل - من حُلَل الجنة»[11]. وعن أبي هريرة أن رسول الله - صلى الله عليه وسلم - قال: «حق المسلم على المسلم خمس: ردُّ السلام، وعيادة المريض، واتباع الجنائز، وإجابة الدعوة، وتشميت العاطس»[12]

وكذلك كانت الزكاة والصدقات أنموذجاً رائداً في المسؤولية المجتمعية؛ فالزكاة فريضة واجبة، وهي ركن من أركان الإسلام. ورعاية الحُجاج وخدمتهم، وهو أمر موروث من قَبْل الإسلام، من النماذج التي تمثِّل صورة من صور المسؤولية المجتمعية. (الجبير، 2015)

ومن الأمثلة الخالدة في تاريخنا الذي يمثل جانبا من المشاركة في مسئولية التجار تجاه مجتمعهم، ما فعله عثمان بن عفان (رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ) كما ورد في صحيح البخاري، قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: (مَنْ يَشْتَرِي بِئْرَ رُومَةَ فَيَكُونُ دَلْوُهُ فِيهَا كَدِلَاءِ الْمُسْلِمِينَ؟ فَاشْتَرَاهَا عُثْمَانُ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ13 . وفي صحيح البخاري بَاب مَنَاقِبِ عُثْمَانَ (رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ)، قَالَ النَّبِيُّ (صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ): «مَنْ يَحْفِرْ بِئْرَ رُومَةَ فَلَهُ الْجَنَّةُ، فَحَفَرَهَا عُثْمَانُ، وَقَالَ: مَنْ جَهَّزَ جَيْشَ الْعُسْرَةِ فَلَهُ الْجَنَّةُ، فَجَهَّزَهُ عُثْمَانُ" ويبدو أن بئر رومة كانت أولاً عيناً، وحفر فيها عثمان (رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ) بئراً، أو لعل العين كانت تجري إلى بئر فوسعها أو طواها فنسب حفرها إليه.

إن الباعث والمحرك الرئيسي للمؤمن للقيام بأعمال البر والخير هو ابتغاء الأجر والثواب والاستجابة لأمر الله ورسوله بينما الباعث في الفلسفة المادية للقيام بالمسؤولية المجتمعية هو تحسين سمعة الشركة وزيادة الأرباح والحصول على رضى الزبائن وينحصر دورها في الجوانب المادية والجسدية بينما يتعدى دورها في الاسلام إلى الجوانب النفسية والسلوكية والبيئية.

إن فلسفه المسؤولية المجتمعية في الإسلام تنطلق من جملة من المفاهيم والقيم والقواعد الكلية ، ومنها:

أولا: أن الله تعالى هو المالك الأصلي للمال(وَآتُوهُم مِّن مَّالِ اللَّهِ الَّذِي آتَاكُمْ) (النور: 33)

ثانيا:أن الله تعالى (مالك المال) استخلف الجماعة في الانتفاع به، أما الفرد فنائب ووكيل عنها في الانتفاع به (وأنفقوا مما جعلكم مستخلفين فيه)، وأن للجماعة بالتالي حق الانتفاع بمصادر الثروة الرئيسية. قال صلى الله عليه وسلم: "الناس شركاء في ثلاثة الماء والكلاء والنار" (روه احمد وأبو داود)،

ثالثا:أن للجماعة أن تترك ما دون مصادر الثروة الرئيسية حقا ينتفع به الفرد (القطاع الخاص) بشرط أن لا يتعارض ذلك مع مصلحتها.

رابعا: وجود آليات المسؤولية المجتمعية في الإسلام : بعضها اجبارى (الزامى) ، وبعضها اختياري (التزامي)، ومن هذه الآليات: الزكاة : قال تعالى (إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسَاكِينِ وَالْعَامِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَارِمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِنْ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ) (التوبة: 60)

9 صحيح ابن حبان: (171/8) عن أبي ذر، رضي الله عنه

10 مسند أحمد: (482/3) من حديث أبي تميمة الهجيمي، رضي الله عنه

11 سنن ابن ماجة: (1601)، سنن البيهقي: (59/4)

12 صحيح البخاري: (1240)، و صحيح مسلم: (2162).

13 صحيح البخاري: (ص828)

الصدقات: قال تعالى : (فَاتَّقُوا اللَّهَ مَا اسْتَطَعْتُمْ وَاسْمَعُوا وَأَطِيعُوا وَأَنْفِقُوا خَيْرًا لِأَنْفُسِكُمْ وَمَنْ يُوقَ شُحَّ نَفْسِهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ) (التغابن : 16)، وقال تعالى (وَمَا أَنْفَقْتُمْ مِنْ شَيْءٍ فَهُوَ يُخْلِفُهُ وَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ) (سبأ : 39) الأوقاف: وهى تطبيق لقوله (الله صلى الله عليه وسلم)(إذا مات الإنسان انقطع عمله إلا من ثلاثة أشياء : صدقة جارية أو علم ينتفع به أو ولد صالح يدعو له)[14]

فالمسؤولية المجتمعية يُنظر لها أحياناً نظرة مادية تتناول الاحتياجات الجسديَّة؛ بينما تقوم في الإسلام بأبعد من ذلك لتشمل الحاجات النفسية والإحساس بكل ما يصيب المجتمع والاهتمام بالسلوك، والبيئة. إن المسؤولية المجتمعية في الإسلام تولي الحاجات النفسية: من الحاجة للتقدير والتعليم والإرشاد والتطوير والتعاطف، والتواصل الجيد مع الآخرين؛ بالقيام بعيادة المريض وحضور الدعوات والاجتماعات ونحوها وسائر أنواع التعامل الحَسَن، تولي كلَّ ذلك اهتمامها بحيث يصبح جزءاً منها.

الدراسات السابقة

في إطار التطور الحاصل في بيئة الأعمال على المستويين المحلي والدولي، وفلسفة نظم الحكم الجديدة (حوكمة الشركات) والظواهر العالمية الجديدة من خصخصة وعولمة وتطور تكنولوجي، تطلب الوضع أن تتبنى المؤسسات والشركات والمنظمات على اختلاف أنواعها أدوارا اجتماعية تحاول من خلالها تعزيز مشروعية وجودها وتطوير أدائها وتحسين سمعتها. ولقد تنامى الالتزام الاجتماعي لدى المؤسسات نتيجة للوعي الثقافي والتعليمي وضغوط حركات وجمعيات حقوق الإنسان، وزيادة الضغوط من المجتمع على كيفية إدارة المؤسسات لأعمالها نتيجة الوعي البيئي والإنساني، استطاعت الكثير من المؤسسات الاجتماعية تحميل الشركات مسؤولية تصرفاتها إتجاه البيئة والمجتمع حاضرا ومستقبلا. (عمر، عبدالرزاق، و سايح، 2012)

ولقد بدأ واضحا الاهتمام بموضوع المسؤولية المجتمعية لمؤسسات وشركات القطاع الخاص بعد أن فطنت لأهميتها، وأدركت أنها ليست بمعزل عن المجتمع، حيث تصدر الحديث عن المسؤولية المجتمعية في الآونة الأخيرة عناوين المؤتمرات والندوات، ومجالا للأبحاث والدراسات سواء من قبل الأفراد أو مراكز البحوث والجامعات والمنظمات الدولية، كما تزايد الاهتمام بها من قبل كل الحكومات والمؤسسات والشركات، وأصبحت المسؤولية المجتمعية جزءا من استراتيجيتها للتفاعل مع المجتمع والبيئة المحيطة بها.

وعلى الرغم من الكم الهائل من الدراسات والبحوث العالمية التي تناولت مجال المسؤولية االمجتمعية للشركات إلا أن نصيب الدراسات العربية في هذا المجال يعتبر قليل نسبيا – على حد إطلاع الباحثين - وكذلك هو الشأن فيما يخص الدراسات والبحوث التي تتحدث عن المسؤولية المجتمعية للشركات والمؤسسات في سلطنة عمان وتقييم المردود على المستوى الوطني، أيضا فإن حداثة إهتمام الشركات بالمسؤولية المجتمعية في سلطنة عمان وعدم وجود تقاليد مؤسساتية في هذا المجال خلق نوعا من الصعوبة في توافر بيانات محددة موثقة يمكن الاعتماد عليها، وأحيانا رفض بعض الشركات والمؤسسات، الإفصاح عن الحجم الكلي للتدفقات المالية في إطار المسؤولية الاجتماعية وعلى وجه الخصوص ما تم تقديمه إلى منظمات المجتمع المدني. (بلال، الحوراني، الهدار، و الغياط، 2015)

لقد لقي موضوع المسؤولية المجتمعية للشركات والمؤسسات مؤخرا بعض الإهتمام نظرا للحاجة لإبرازه حيث قام كل من فلورا ميني (Flora Minne) وتيكل شانكا (Tekle Shanka) من جامعة كيرتن بأستراليا بدراسة حول (الخصائص الهامة للمسؤولية المجتمعية للشركات - دراسة إستكشافية تقيمية من عمان في عام 2008) حيث قاما باستقصاء آراء عدد 135 مشاركا منهم 45% عمانيا و 55% وافدا بمحافظة مسقط عن أهم الخصائص التي يجب على الشركات الإلتزام بها من أجل تحقيق مسؤوليتها المجتمعية.

14 (رواه الترمذي, ح/1297)

وأوضحت الدراسة بأن الشركات المسؤولة إجتماعيا يجب أن تتميز بخصائص مثل خدمات ومنتجات آمنة، معاملة لائقة للموظفين، تقديم منتجات وخدمات موثوق بها، والتصرف بأخلاقية والإلتزام بالمسؤوليات الإجتماعية. (السعدي، 2010)

ومن الدراسات العمانية الميدانية الحديثة في حقل المسؤولية المجتمعية لمؤسسات القطاع الخاص الدراسة التي أعدها الباحث سيف السعدي (السعدي، 2010) بعنوان (المسؤولية الإجتماعية لشركات القطاع الخاص ودورها في دعم الجمعيات الأهلية بالسلطنة)، وبلغت عينة الدراسة (30) شركة و(7) جمعيات خيرية (65) عضوا للإدارة . وقد توصلت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج الهامة منها:

1. تمارس الشركات المبحوثة المسؤولية الإجتماعية أساسا لتحسين صورتها بالمجتمع وللحفاظ على سمعة جيدة طويلة الأمد.
2. لا تولي الشركات المبحوثة عند ممارستها للمسؤولية الإجتماعية صون البيئة الطبيعية أهمية كبيرة.
3. أبدت الشركات تخوفا كبيرا من تزايد مطالب المؤسسات المنتفعة من برامج المسؤولية الإجتماعية للشركات.
4. هناك ضعف في التنظيم والمتابعة الحكومية في مجال المسؤولية الإجتماعية للشركات.

ومن الدراسات العربية دراسة (عيسى، 2015) التي تناولت المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص بمصر، دراسة حالة تطبيقية لقياس وتقييم المسؤولية الاجتماعية للشركات والتي هدفت إلى:

1. بحث دوافع شركات القطاع الخاص نحو المساهمة في الأنشطة الاجتماعية للمسئولية الاجتماعية.
2. تحليل عناصر المسؤولية الاجتماعية للشركات وبيان أثر ذلك على أدائها ونتائجها الاقتصادية.
3. وضع معايير ومؤشرات قياسية لقياس عناصر المسؤولية الاجتماعية، وبالتالي تقييم الدور الاجتماعي لشركات القطاع الخاص.

أمثلة على دور القطاع الخاص العماني في مجال المسؤولية المجتمعية

يقوم القطاع الخاص والشركات الحكومية فَي سلطنة عمان بدور اجتماعي هام في مجال المسؤولية المجتمعية باعتبار ذلك واجباً أخلاقًيا ، والتزاما وطنياً، وًتطور هذا الدور باستمرار لمواكبة التغيرات، والاهتمام المتزايد بمراعاة البعد الاجتماعًي فًي عملية التنمية، كما انه يحظى بدعم كبير من الحكومة الرشيدة لتحقيق أفضل النتائج المرجوة.

ووفقا للتوجه العالمي الجديد فإن هناك تطور ملموس لمسار المسؤولية المجتمعية في السلطنة فقد أصبحت المؤسسات والشركات الخاصة في سلطنة عمان في الوقت الحالي وبشكل عام أكثر إستعدادا لتحقيق التنمية المستدامة في المجتمع العماني من خلال المجالات الاستراتيجية التي تساهم فيها كالصحة والتعليم وتشجيع المشاريع الصغيرة والمتوسطة والأنشطة الرياضية والسلامة والبيئة بالإضافة إلى برامج ومبادرات ومشاريع دعم المجتمع بكافة أطيافه.

وفيما يلي بعض الأمثلة لدور القطاع الخاص العماني في مجال المسؤولية المجتمعية:

1. شركة تنمية نفط عمان (PDO):

تولي الشركة أهمية كبيرة لمبادئ حسن الجوار، فقد أعدت برنامجًا راسخاً للاستثمار الاجتماعي، تنفذه بالتنسيق مع الحكومة من خلال لجنة مشتركة للاستثمار الاجتماعي. إن أحد العناصر الرئيسية لنجاح الشركة هو العلاقة الوثيقة التي تربطها بالمجتمعات المحلية في منطقة الامتياز، وتأثير أنشطتها على مختلف النواحي الاجتماعية في المجتمع العماني. ويركز برنامج الشركة للاستثمار الاجتماعي على المساهمة في تنمية المجتمعات المحلية وتطوير المناطق التي تعمل فيها، وصولاً إلى تحقيق المنافع المتبادلة، والحفاظ على استدامة البيئة لتنفيذ أنشطة النفط والغاز. واستجابة للحاجة المتزايدة لتوفير فرص عمل في السلطنة ركز فريق الاستثمار الاجتماعي جهوده بشكل خاص على المشاريع التي تُكسب العمانيين المهارات المناسبة لدخول سوق العمل وتمكنهم من تحقيق مصدر للدخل.

(PDO, 2015)

2. الشركة العمانية للغاز الطبيعي المسال (Oman LNG) :

الشركة العُمانية للغاز الطبيعي المسال من الشركات الرائدة في المسؤولية المجتمعية في سلطنة عُمان، حيث تقسم موازنتها الاستثمارية بين صندوق المجتمع لتنفيذ مشاريع في المجتمعات المجاورة من مصنع الغاز الطبيعي المسال، والصندوق الوطني لدعم المشاريع في شتى أرجاء السلطنة، والصندوق الاحتياطي لضمان استدامته في المستقبل.

إن الحاجة الأساسية الأولى للإنسان في أي مجتمع هو توفر السكن مع سهولة الحصول على المياه والكهرباء بطريقة آمنة وموثوق بها. وتعد الشركة شريكاً رائداً مع الحكومة في مجال الاستثمار في بناء مساكن منخفضة التكلفة لذوي الدخل المحدود. وقد تحولت هذه المبادرة من مركز الريادة لتصبح من البرامج الناجحة التي تؤثر في كل ركن من أركان سلطنة عُمان. وبصورة موازية لذلك، أصبحت الشركة أيضاً الممول الرئيسي لإيصال المياه إلى المجتمعات المجاورة في قلهات وطيوي وغيرها وفي احتواء وجمع النفايات ومياه الصرف الصحي في القرى النائية في المنطقة.(OmanLNG, 2015)

3. شركة النفط العمانية (Oman Oil):

تبدي شركة النفط العمانية التزامها الكامل نحو تنمية المجتمعات المحلية وذلك من خلال تبني البرامج والمبادرات ذات الصلة لتنفيذ أنشطة وبرامج المسؤولية المجتمعية. كما تكرس الشركة استثماراتها في تحقيق النمو الاقتصادي والاجتماعي والبيئي في جميع

أرجاء السلطنة. حيث تضع الشركة رعاية المجتمعات المحلية من أهم أولوياتها، وذلك إيمانا منها بضرورة توسيع نشاطاتها لتصبح أكثر من مجرد كيان اقتصادي، بل كيان مرتبط ارتباطا وثيقا بالمجتمع الذي تعمل فيه، لأنها تعمل في بيئة اقتصادية واجتماعية واحدة مترابطة مع المجتمع، حيث تدعم إستراتيجية المسؤولية المجتمعية مجموعة من المشاريع التي تهدف إلى الاستثمار من أجل مستقبل عمان ومؤسسات القطاع العام والخاص للمساهمة في الازدهار الاقتصادي ودفع عجلة التنمية. يتم إعداد برامج المسؤولية المجتمعية بشكل ينسجم مع أهداف الشركة وتطلّعاتها لخلق بيئة عمل ديناميكية تشمل تكاتف كافة الجهود مع مؤسسات المجتمع المدني والقطاع الخاص، وذلك في خطوة من شأنها تعزيز مستوى التنمية البشرية ووضع أسس لاقتصاد وطني مستدام. حيث يتم تخصيص نسبة متفاوتة تصل إلى ٪ 3 من صافي أرباح شركة النفط العمانية والشركات التابعة لها لدعم وتنفيذ برامج ومبادرات المسؤولية المجتمعية وخدمة المجتمع.

كان حصول شركة النفط العمانية على جائزة السلطان قابوس للعمل التطوعي لعام 2013م كأفضل مؤسسة تجارية في مجال العمل التطوعي من أهم إنجازات الشركة في هذا المجال، وتوجت مساعي الشركة المستمرة لدعم مبادرات المسؤولية المجتمعية وخدمة المجتمعات المحلية في جميع أنحاء السلطنة. وتتمحور البرامج التي تتبناها الشركة في ثلاثة جوانب رئيسية وهي :التدريب من أجل التوظيف وبرامج ريادة الأعمال ودعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة ، وبناء قدرات الشباب العماني، حيث قامت المجموعة بتطوير عدد من المبادرات والتي تشمل المجالات الرياضية والصحية والتربوية.

4. الشركة العمانية للمصافي والبتروكيماويات (أوربك Orpic):

تدرك أوربك مسؤولياتها وتسعى إلى الوفاء بها وخدمة موظفيها والمجتمعات التي تعمل بها والسلطنة بشكل عام . كما أن الشركة تؤمن أن مسؤولياتها تتعدى ذلك حيث تسعى إلى توفير فرص التوظيف والتطوير المهني لأبناء السلطنة. كما تسعى إلى أن تكون شريكا فاعلا في المجتمع الذي تعمل فيه مؤمنة بضرورة استدامة التنمية . وتعتبر أوربك احدى الشركات الرئيسية المؤسسة لمؤسسة جسور.(Orpic, 2015)

5. صحار ألمنيوم (Sohar Aluminum) :

لا يقتصر استثمار صحار ألمنيوم على عمليات الصهر وتوليد الطاقة فحسب، وإنما يمتد ليشمل الاستثمار الاجتماعي الذي تقدمه لأهل عُمان عمومًا ولمجتمع الباطنة على وجه الخصوص. إذ تؤمن صحار ألمنيوم بضرورة دعم المجتمع الذي تعمل به. فمن خلال برنامج المسؤولية الاجتماعية للشركة، تدعم صحار ألمنيوم عددًا من المشاريع في مختلف المؤسسات من بينها جمعية النور للمكفوفين، والهيئة العامة للصناعات الحرفية، وجمعية المرأة العُمانية، ووزارة التنمية الاجتماعية، ووزارة الزراعة والثروة السمكية. وتخصص الشركات المساهمة نسبة 1,5% من حصة توزيع أرباح المساهمين السنوية (كحد أدنى مليون دولار أمريكي وكحد أقصى 3 مليون دولارا أمريكي) لمشاريع المسؤولية الاجتماعية. وفي عام 2012 قامت صحار ألمنيوم وشركة النفط العُمانية للمصافي والصناعات البترولية (Orpic) وشركة (Vale) بإنشاء مؤسسة للمسؤولية المجتمعية تحمل اسم "جسور" (تخدم المجتمع على نطاقٍ أوسع ولسنواتٍ عديدة عن طريق تنفيذ مشاريع تستهدف شريحةً أكبر من المجتمع (Sohar-Aluminium, 2015) .

6. الشركة العمانية الهندية للسماد (Omifco)

تعتبر المسؤوليه المجتمعية في الشركة العمانية الهندية للسماد هي آلية إدارة الأعمال والمحرك والدافع الخاص بالشركة وموظفيها تجاه المجتمع حيث تحدد الأولويات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في المجتمع بشكل يتوافق مع أهداف الشركة. ولضمان متابعة المسؤولية

المجتمعية كجزء أساسي من استراتيجية أعمال الشركة، بدأت الشركة في عملية استخدام إدارة مستمرة للإجراءات المتعلقة بالإدارة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية هدفها هو تقديم القيمة إلى كل الجهات المعنية مثل الجهات الحكومية/العملاء والموظفين والمجتمع المحلي والشركاء والموردين والبيئة.

تؤكد استراتيجية الاستثمار المجتمعي للشركة الاستفادة من الموارد المالية والبشرية للشركة بشكل استراتيجي من أجل زيادة النفع على المجتمع وتتطلع الشركة إلى زيادة مواردها والكفاءات التي لديها من أجل دعم المشاريع والمبادرات بشكل فعلي ولكي يكون لها تأثير أساسي طويل الأمد على المجتمع.(Omifco, 2015)

7. بنك مسقط (Bank Muscat):

يهدف بنك مسقط من وراء سياسة المسؤولية المجتمعية التي يتبناها إلى التناسق والإنسجام بين مختلف سياسات البنك الإقتصادية والإجتماعية والبيئية وإيلاء نفس القدر من الإهتمام للقضايا البيئية والإجتماعية والإقتصادية عند مواصلة الجهود الهادفة إلى تحقيق التنمية وتحسين الأوضاع المعيشية والترابط بين التنمية والبيئة لغرض حماية الأنظمة البيئية وإدارة الموارد الطبيعية التي تعتبر كمتطلبات أساسية لتلبية إحتياجات الإنسان وتحسين الأحوال المعيشية للمجتمع. ويتبنى بنك مسقط سياسة المسؤولية المجتمعية لتحديد إعتقاده بأهمية المسؤولية المجتمعية التي يعتبرها من بين القيم التي يتمسك بها ولإظهار إهتمام البنك تجاه شرائح المجتمع المختلفة من خلال تبني نهج وتوجه قائمين على حسن التنظيم والتخطيط ويشملان أهدافا وغايات واضحة المعالم وإستراتيجيات تطبيق معلنة.

ويأخذ بنك مسقط في الحسبان العناصر التالية عند ممارسته للمسؤولية المجتمعية: توصيل الفائدة إلى أكبر عدد ممكن من المجتمعات والأفراد ومساعدة الشباب والباحثين عن العمل عن طريق تنمية المهارات لديهم سواء من خلال التدريب أو أعمال البحث والقيام بجهود تهدف إلى تقديم الرعاية للأشخاص ذوي الإحتياجات الخاصة مع الأخذ في الإعتبار تنفيذ أفضل الطرق لتعزيز ورفع قدراتهم والمساعدة على دمجهم بالمجتمع. ومساعدة الأسر ذات الدخل المحدود بهدف تحسين ظروفهم المعيشية. مع التأكيد على أن النفع المقدم يغطي مناطق ومجتمعات محلية خارج محافظة مسقط. (مسقط، 2015)

أهم المجالات التي تساهم فيها المؤسسات والشركات الخاصة في سلطنة عمان:

يمكن تصنيف المبادرات والأنشطة والبرامج والفعاليات والمشاريع التي تركز عليها مؤسسات وشركات القطاع الخاص كجزء من مسؤوليتها المجتمعية الهادفة إلى خدمة المجتمع في سلطنة عمان في المجالات التالية:

أولا التعليم والتدريب:

يعتبر المحور التعليمي والتدريبي من أهم المجالات التي تركز عليها المؤسسات والشركات في تطبيقها للمسئولية المجتمعية ومن خلاله تقوم هذه المؤسسات والشركات بإقامة وتبني برامج للتدريب الفني والتقني وتنمية المهارات ودعم مراكز مصادر التعلم بالمدارس والكليات والجامعات والمكتبات بالأجهزة التعليمية والتقنية المتطورة بما في ذلك السبورات التفاعلية المتطورة وتقديم بعض المنح الدراسية للتعليم العالي ولذوي الدخل المحدود بما يمكن من تطوير المهارات وتحسين فرص الشباب في إيجاد وظائف مناسبة و ذات دخل معقول.

ثانيا الصحة:

من خلال المساهمة مع الحكومة في بناء بعض المستشفيات والمراكز الصحية وقاعات مخصصة بها وإقامة حملات توعية ومشاريع وبرامج في مجال الشؤون الصحية وكذلك شراء بعض الأجهزة الطبية لعلاج السرطان والربو ومعدات مبتكرة لعلاج وتأهيل إصابات الحبل الشوكي والشلل الدماغي والتبرع ببعض الأجهزة الخاصة بغرف الإنعاش والمختبرات وكراسي متحركة للمعاقين وأجهزة هواتف نقالة خاصة للصم وبعض الأجهزة المساعدة لذوي الاحتياجات الخاصة.

ثالثا الأنشطة الرياضية والثقافية:

من خلال رعاية ودعم الأنشطة الرياضية والثقافية والمسابقات والبرامج والمعسكرات الطلابية الصيفية التي تنفذها الأندية والفرق الرياضية سعيا منها لإستغلال أوقات الشباب بما يعود عليهم بالنفع ويصقل مهاراتهم ويكسبهم القدرة على إكتساب مهارات قيادية وإدارية بالإضافة إلى دعمها ببعض الأجهزة والأدوات الضروية. وانتهجت بعض الشركات مساعدة الأندية في إقامة مباني إستثمارية يعود ريعها على هذه الأندية .

رابعا: مهارات التوظيف وريادة الأعمال:

من خلال إقامة دورات للتدريب على المهارات الخاصة بالعمل من أجل التوظيف، وتبني حاضنات الأعمال من أجل دعم الرواد والمبدعين وذلك بتدريب العمالة الوطنية في المجالات التي يكون فيها نقص حاد في السوق، بالإضافة إلى دعم أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة وتدريبهم وتأهيلهم وتقديم المشورة المطلوبة لهم في مجال الأنشطة التجارية والإقتصادية المتاحة.
كما تقوم بعض الشركات بتشجيع ودعم الحرف التقليدية لتحويل المهارات المحلية إلى مشاريع ناجحة كصناعة الفضيات والنسيج ودعم بعض المشاريع المستدامة مثل مشروع تربية النحل للمزارعين المحليين. كما تقوم أيضا مؤسسات أخرى بإقامة برامج إجتماعية تتعلق بالتوعية حول مخاطر الإقتراض المفرط وأخرى في كيفية التسويق التجاري للمشاريع والمنتجات.

خامسا: البيئة والسلامة:

من خلال تنفيذ برامج ومشاريع ومبادرات تتعلق بصون البيئة والتدقيق والمحاسبة البيئية والحد من التلوث وتقليل العادم والإنبعاثات البيئية والإستخدام الفعال للمصادر وإعادة تدوير المواد والطاقة وإستخدام المياه وتحسين بيئة العمل وحملات تتعلق بالأمن والصحة والسلامة ونذكر على سبيل المثال لا الحصر المشروع المشترك بين شركة فالي عمان ومكتب والي صحار في تطبيق منهج السلامة المرورية على طلاب الصف الثاني الأساسي في مدرسة هند بنت المهلب في ولاية صحار خلال العام الدراسي 2016/2015 وهو المشروع الذي يهدف إلى تعريف النشء بقواعد وشروط الامن والسلامة على الطريق ورفع درجة الوعي لدى الطلاب بقواعد الامن والسلامة المرورية في المدارس ومفاهيم السلامة المرورية وأساليب تعليمها مثل الإسعافات وآداب الطريق والقيم الإسلامية ومفاهيم السلامة في عصر التقنية والتكنولوجيا ومعرفة مفاهيم الامن والدفاع المدني. (الشبيبة، 2015)
كما تساهم الكثير من الشركات مع شرطة عمان السلطانية في العديد من الحملات التوعية مثل حملات أسبوع المرور لدول مجلس التعاون الخليجي وكذلك التعاون مع معهد السلامة المرورية لتنفيذ الكثير من المسابقات والفعاليات الهادفة إلى نشر الوعي بين المواطنين والتقليل من نسبة الحوادث. كما قامت الشركات بتخصيص دوائر خاصة معنية بالبيئة وأخرى بالصحة والسلامة.

سادسا: أنشطة دعم المجتمع:

من خلال المساهمة في دعم البنى التحتية للمجتمع ورعاية ودعم البرامج والفعاليات والمشاريع والأنشطة الثقافية والوطنية والإجتماعية التي تقام في المجتمع وتقديم الدعم والرعاية لفئات ذوي الإحتياجات الخاصة وتهيئة أماكن للترويح عن كبار السن وملاعب أطفال وحدائق ومنتزهات، والمساهمة الإيجابية والفعالة في حالات الطوارئ والكوارث الطبيعية، ودعم مؤسسات المجتمع المدني. كما تقوم الشركات بدعم المؤسسات الأهلية الغير حكومية مثل جمعيات المرأة العمانية ومراكز الوفاء الإجتماعي لرعاية المعاقين ومراكز النور للمكفوفين وغيرها.

سابعا: الثروة السمكية:

نظرا لما تمثله الثروة السمكية من مصدر دخل لكثير من المواطنين وبإعتبارها مهنة من أقدم المهن حيث إعتمد عليها المواطن العماني منذ القدم كما أنها توفر أكثر من أربعين ألف فرصة وظيفية مباشرة وغير مباشرة ولذلك تسعى الحكومة لدعمها وتشجيعها، من هذا المنطلق سعت بعض المؤسسات والشركات لدعم هذا القطاع الحيوي من خلال إنزال الشعاب المرجانية الاصطناعية في المناطق الرئيسية للأسماك وذلك بهدف زيادة مستوى وفرة الأسماك، وتزويد الصيادين بأجهزة (GPS) لتحديد أماكن توفر الأسماك.

ثامنا: البرامج التطوعية:

يجسد العمل التطوعي التكاتف الإجتماعي في أعلى صوره ومعانيه النبيلة وهو ما حث عليه ديننا الإسلامي الحنيف، حيث يعتبر تجسيدا عمليا لمبدأ التكافل الإجتماعي بين أفراد المجتمع في أفراحهم وأتراحهم وآمالهم وآلامهم متمثلين بقول الرسول الكريم "مثل المؤمنين في توادهم وتراحمهم كمثل الجسد الواحد" وقد سعت الشركات في نشر ثقافة التطوع من خلال إيجاد شراكة حقيقية بين موظفيها والعاملين في هذا المجال من أفراد المجتمع، كما قامت شركات أخرى بتأهيل مجموعة من الكوادر المجتمعية وإعدادهم مهنيا من خلال إلحاقهم بدورات تخصصية على أيدي خبراء متخصصين في هذا المجال وكذلك تنفيذ بعض البرامج و المبادرات التطوعية كحملات تنظيف الشواطئ وحملات غرس الأشجار و زيارة المرضى في المستشفيات وحملات زيارة ومساعدة ذوي الإحتياجات الخاصة وحملات التبرع لبنوك الدم وغيرها من البرامج التطوعية.

تاسعا: البنية الأساسية الاجتماعية:

من خلال المساهمة مع الحكومة في بناء مساكن منخفضة التكلفة لذوي الدخل المحدود، وكذلك المساهمة في إيصال المياه لبعض القرى واحتواء وجمع النفايات ومياه الصرف الصحي في القرى النائية. (OmanNLG، 2015)

وخلاصة القول فإن المسؤولية المجتمعية قيم ومبادئ تؤمن بها هذه المؤسسات والشركات وهي تعمل بها وتترجمها إلى واقع لكونها قيما عمانية نفتخر بها، وعلى هذا الأساس تصبح المسؤولية المجتمعية للمؤسسات والشركات ورجال الأعمال ضرورية وتكميلية في توفير احتياجات المجتمع المحلي.

دوافع المؤسسات والشركات لتبني مسؤوليتها المجتمعية:

إن الشركات حينما تطبق برامج المسؤولية الاجتماعية، فهي في واقع الحال تدمج نفسها في المجتمع بصورة أكبر، وتكون معدلات تقبل المجتمع لمفهوم المسؤولية وبرامجها أكثر رفعة، وبالتالي يصبح المجتمع داعما لهذه الشركات في نموها، ومساهما في تقدمها من خلال تفاعله مع تلك البرامج التي تحرص الشركات على تطبيقها. وقد تأكد للقطاع الخاص أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية لا يقتصر على مجرد الإحسان، وإنما اعتبرها أساسا استراتيجيا لنجاح أعماله وتحقيق أهدافه و تعزيز الربحية واستدامة الشركات. ويؤكد الدكتور حسين الغافري الاستشاري القانوني بهيئة تقنية المعلومات العمانيةَ أن الدور الاجتماعي للشركات هو أيضا استثمار يعود عليها بزيادة في الربح والإنتاج وتقليل النزاعات والاختلافات بين الإدارة والعاملين. **(عمان، 2015)**

وقد تباينت دوافع الشركات سواء كانت خاصة أو عامة نحو أهداف تبنيها للمسؤولية المجتمعية كما تباين كذلك دوافع أصحاب المصالح أو ملاك الشركة وإدارتها و المجتمع المدني من تبني المسؤولية المجتمعية حيث ينظر لها البعض على أنها استثمار يعود على الشركة بتعزيز قدراتها التنافسية في حين ينظر لها البعض على أنها تكلفة اجتماعية وواجب تمليه الدوافع الإنسانية والاجتماعية و الدينية. (عمر، عبدالرزاق، و سايح، 2012)

ويذكر (عمر، عبدالرزاق، و سايح، 2012) أن من أهم ما دفع المؤسسات والشركات إلى تبني المسؤولية المجتمعية مايلي:

1. أن نصف الشركات المائتين والخمسين الكبرى في العالم باتت تصدر تقارير مستقلة خاصة بالمسؤولية المؤسسية تجاه المجتمع كإجراء معياري.
2. تعتبر معايير الاستثمار المجتمعي أخلاقية بالدرجة الأولى، كما أنها تتصل بالأداء بعيد المدى للمؤسسات.
3. يعتقد مزيد من المستثمرين بأن معايير الاستثمار المجتمعي ضرورية لتمييز الشركات ذات الأداء الإداري الجيد والمؤهلة لاحتلال مواقع بارزة في المستقبل.
4. يعتبر الاستثمار المسؤول مجتمعياً هذه الأيام جزءاً مهماً ومتنامياً من المسؤولية المجتمعية للمؤسسات.
5. بات استيعاب الثقافة المؤسسية لمسألة الربط بين مسؤولية المؤسسات تجاه المجتمع والاستراتيجيات المؤسسية يشكل تحدياً كبيراً اليوم. فالمستثمرون والعملاء أصبحوا اليوم أكثر تنوراً كما أنهم شرعوا بالتدريج في إظهار تفضيلهم تجاه المنتجات والخدمات والشركات التي تولي اهتماماً للمسؤولية المجتمعية للمؤسسات.
6. أن عمليات نشر القيم الإنسانية في الأعمال تعمل على تهيئة مناخ العمل الإبداعي الخصب للعاملين، وتتيح لهم فرص الارتقاء الوظيفي، مما يعني تطوير الأداء المؤسسي إلى أعلى درجاته.
7. ومع عمليات دمج القيم الإنسانية في الأنظمة الإدارية سننجح بتطوير الأداء المؤسسي، ورفع التنافسية المهنية، وتحفيز الموارد البشرية.

8. الشركات مضطرة لبذل جهد أكبر لحماية سمعتها؛
9. هناك عدد متزايد من المنظمات الغير حكومية التي تراقب أداء الشركات ومدى مساهمتها في تنمية المجتمعات المحيطة بها.
10. أصبح بالإمكان تسجيل الأخبار المحرجة في أي مكان في العالم و بثها.
11. التغير المناخي وربما يكون المحرك الأكبر للنمو في صناعة المسؤولية المجتمعية للمؤسسات.

فوائد تبني المسؤولية المجتمعية للشركات:

ذكر مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأمم المتحدة، 2004) أنه لتحقيق تكامل المسؤولية المجتمعية مع قراراتها وأنشطتها، يمكن للمنظمات والمؤسسات والشركات تحقيق فوائد هامة مثل:

1. تشجيع عملية اتخاذ القرارات على أساس فهم مطور لتطلعات المجتمع، والفرص المرتبطة بالمسؤولية المجتمعية ومخاطر عدم تحمل المسؤولية المجتمعية.
2. تحسين ممارسات إدارة المخاطر.
3. تعزيز سمعة المنظمة، وتشجيع ثقة أكبر للجمهور.
4. تحسين تنظيم العلاقة مع الأطراف المعنية.
5. تعزيز ولاء الموظفين وروحهم المعنوية، وتحسين سلامة وصحة العاملين من الجنسين، والتأثير الإيجابي على قدرة المنظمة على توظيف وتحفيز الموظفين والاحتفاظ بهم.
6. تحقيق الوفرات المرتبطة بزيادة الإنتاجية وكفاءة الموارد، وخفض استهلاك الطاقة والمياه، وخفض النفايات، واسترداد قيمة المنتجات المشتقة من جانب، وزيادة وفرة المواد الخام.
7. تحسين اعتمادية ونزاهة المعاملات من خلال المشاركة السياسية المسئولة، والمنافسة العادلة، وانعدام الفساد.
8. المنع أو الحد من الصراعات المحتملة مع المستهلكين بشأن المنتجات أو الخدمات.
9. المساهمة في حيوية المنظمة على المدى الطويل عن طريق تعزيز استدامة الموارد الطبيعية والخدمات البيئية.
10. المساهمة في الصالح العام، وتعزيز المجتمع المدني والمؤسسات.
11. تحسين الأداء المالي وتخفيض تكاليف التشغيل.
12. تحسين الأداء البيئي وتقليل إنبعاثات الغازات التي تسبب تغير المناخ أو تقليل استخدام المواد الكيميائية الزراعية.
13. تقليل تكاليف التخلص من النفايات من خلال مبادرات إعادة تدويرها.
14. خفض نسبة غياب العاملين، وزيادة الاحتفاظ بعدد كبير من الموظفين، وخفض تكاليف التوظيف والتدريب.
15. تعزيز صورة وسمعة العلامة التجارية والمبيعات وولاء العملاء,
16. زيادة الإنتاجية والجودة والفعالية والكفاءة الإنتاجية.
17. تخفيض الرقابة التنظيمية.

المعوقات التي تواجه المؤسسات والشركات في تطبيق المسؤولية المجتمعية

تتمثل المعوقات التي تواجه المؤسسات والشركات الخاصة في سلطنة عمان في تطبيق المسؤولية المجتمعية في ما يلي:

1. عدم وضوح مفهوم وثقافة المسؤولية المجتمعية لبعض الشركات وعدم إيمان وإقتناع بعض إدارات الشركات بأهميتها حيث أنه من الملاحظ أن عدد المؤسسات والشركات المتبنية لثقافة المسؤولية المجتمعية يمثلون قلة من الشركات الكبرى في حين أن الغالبية يجهلون تماما هذا المفهوم.

2. إن معظم جهود هذه المؤسسات والشركات غير منظمة وغير مؤثرة لغياب التنظيم المؤسسي والخطط والأهداف المحددة.
3. الخلط بين مفهوم العمل الخيري والمسؤولية المجتمعية حيث أن الكثير من الشركات تنحصر جهودها في شكل تبرعات وصدقات ليس لها صفة الإستمرارية والديمومة حيث ينتهي نفعها بإنتهاء البرنامج أو النشاط المخصص له الدعم وعدم تركيزها على البرامج والمشاريع ذات التنمية المستدامة.
4. المخصصات المالية المحدودة تحول دون تلبية متطلبات وطموحات المجتمع في هذا المجال.
5. عدم وجود جهات تشريعية ورقابية حكومية تنظم وتتابع جهود الشركة بمسؤوليتها المجتمعية
6. زيادة الضغوط والمطالب من أصحاب المنفعة تسبب إرباكا لخطط وبرامج الشركات في مجال المسؤولية المجتمعية.
7. قلة الخبرات والمختصين العاملين في مجال المسؤولية المجتمعية في الشركات ، مما يؤثر سلبا على وضع الإستراتيجيات والخطط والبرامج وتنفيذها.

المؤشرات التي تقيس الأداء الاجتماعي:

تذكر (مقدم، 2015) أن هناك أربعة مؤشرات أساسية يتم بها تقييم المسؤولية الاجتماعية:

1. مؤشر الأداء الاجتماعي للعاملين بالمؤسسة: و يشمل جميع تكاليف الأداء بخلاف الأجر الأساسي الذي تقدمه المؤسسة للعاملين فيها بغض النظر عن مواقعهم التنظيمية أو نوع أو طبيعة أعمالهم و تقوم المؤسسة بالالتزام بتوفير كافة العوامل اللازمة لخلق و تعميق حالة الولاء و انتماء العاملين كالاهتمام بحالتهم الصحية و تدريبهم و تحسين وضعهم الثقافي و الاهتمام بمستقبلهم عند انتهاء فترة خدماتهم و ما إلى ذلك.

2. مؤشر الأداء الاجتماعي لحماية البيئة: و يشمل كافة تكاليف الأداء الاجتماعي المضحى بها لحماية أفراد المجتمع المحيط الذي تعمل المؤسسة داخل نطاقه الجغرافي حيث تحاول جاهدة رد الأضرار عن البيئة المحيطة والمتولدة من أنشطتها الصناعية، وهذه تشمل على تكاليف حماية تلوث الهواء و البيئة البحرية و المزروعات والأعشاب الطبيعية و تلوث المياه و ما إلى ذلك.

3. مؤشر الأداء الاجتماعي للمجتمع: و يتضمن كافة تكاليف الأداء التي تهدف إلى إسهامات المؤسسة في خدمة المجتمع مشتملة بذلك على التبرعات و المساهمات للمؤسسات التعليمية و الثقافية و الرياضية و الخيرية ثم تكاليف الإسهامات في برامج التعليم و التدريب الاجتماعي و مشاريع التوعية الاجتماعية.

4. مؤشر الأداء الاجتماعي لتطوير الإنتاج: تشمل كافة تكاليف الأداء التي تنصب في خدمة المستهلكين حيث تتضمن تكاليف الرقابة على جودة الإنتاج وتكاليف البحث والتطوير ثم تكاليف ضمانات المتابعة ما بعد البيع وتدريب وتطوير العاملين وغيرها من الخدمات التي تحقق حالة الرضا عن المنافع المتأتية من المنتجات والخدمات المقدمة إلى المستهلكين.

المبحث الثالث:التوصيات:

1. التأكيد على أنه ليس باستطاعة مؤسسات وشركات القطاع الخاص أن تعمل بمفردها لتحديد البرامج والمبادرات والمشاريع المطلوبة مجتمعيا بل لا بد من القيام بمسح ميداني وتشخيص واقعي ومعرفة لإحتياجات المجتمع وإشراك جميع مكونات وأطياف المجتمع المحلي وأصحاب المصلحة المؤثرين والمتأثرين بهذه البرامج والمبادرات والمشاريع.
2. ضرورة وجود مؤسسات متخصصة في المسؤولية المجتمعية بمجالس إدارة مستقلة ممثلة بالمنشآت وممثلين حكوميين وتمثيل مجتمعي تأخذ على عاتقها القيام بهذه المهمة وتعمل بشكل منهجي وعلمي وفق خطط مدروسة لتحقيق التنمية المستدامة وليس ردود أفعال أو مجرد تسجيل مواقف وضجة إعلامية تسويقية.
3. أهمية وضع رؤية موحدة للمسؤولية المجتمعية لمؤسسات وشركات القطاع الخاص من خلال ربطها بالأهداف الاستراتيجية للدولة كتشجيع وغرس فكر ريادة الأعمال في الأجيال القادمة ودعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتنمية المستدامة.
4. إيجاد منظومة متكاملة لتقييم برامج ومبادرات ومشاريع المسؤولية المجتمعية التي تنفذها مؤسسات وشركات القطاع الخاص وفق معايير عالمية، وألا يرتبط تطبيقها فقط في توفير الدعم المالي، وإنما بمدى إستدامة هذه البرامج والمبادرات والمشاريع وتلبيتها لإحتياجات المجتمعات ذات الصلة.
5. رفع مستوى الوعي ونشر وترسيخ ثقافة المسؤولية المجتمعية للشركات والمؤسسات الخاصة من خلال تنفيذ بعض البرامج التدريبية وورش العمل المتخصصة وزيادة تنظيم الملتقيات والمؤتمرات المتخصصة في مجالات المسؤولية المجتمعية على مستوى الدول العربية
6. تسليط الضوء إعلاميا ونشر الأخبار والتقارير الدورية عن مبادرات وبرامج ومشاريع ومساهمات وأنشطة الشركات والمؤسسات لمسؤوليتها المجتمعية حثا للآخرين للإستفادة من تجارب الغير.
7. إطلاق مسابقات وجوائز للتميز في المسؤولية الإجتماعية على مستوى الدول العربية للشركات والمؤسسات والجامعات والكليات والأفراد الأكثر فاعلية في تحقيق المسؤولية المجتمعية بحيث تكون لها معايير محددة لتقييم المشاركات.
8. تحديد أصحاب المنفعة الخاصين بالشركة الذين يؤثرون ويتأثرون بشكل مباشر بعمليات الشركة مع ترتيبهم حسب الأولويات وإشراكهم في القرارات والأخذ بعين الإعتبار لإحتياجاتهم ومتطلباتهم هي أمورٌ في غاية الأهمية بالنسبة لنجاح برامج المسؤولية الإجتماعية.

9. تقديم مبادرات وبرامج ومشاريع ترتبط بالأعمال الأساسية للشركات والمؤسسات وتتوافق واحتياجات المجتمع والبيئة المحيطة .
10. الإستفادة من الشبكة الإقليمية للمسؤولية الإجتماعية والخدمات والإستشارات والمؤتمرات والندوات والدورات التي تقدمها ومعايير المسؤولية المجتمعية والتنمية المستدامة التي تنتهجها.
11. إصدار تقرير أو دليل سنوي عن أهم المبادرات والبرامج والمشاريع التي نفذتها شركات ومؤسسات القطاع الخاص في السلطنة.
12. تحديد جهة حكومية واحدة معنية بمتابعة دور الشركات والمؤسسات فيما يتعلق بالمسؤولية المجتمعية وتشريعاتها.
13. زيادة الاهتمام بمبادرات وبرامج ومشاريع تخص الشباب والبيئة والنساء مع التركيز على الجوانب التنموية بدلاً من الخيرية.
14. إقامة المزيد من المسوح الميدانية والدراسات المعمقة والأبحاث الأكاديمية وورش العمل والندوات والمؤتمرات لتوضيح مفهوم ومجالات ومنافع المسؤولية المجتمعية للمؤسسات والشركات العاملة في القطاع الخاص.
15. تخصيص "جائزة التطوع الخليجي" للمشاريع التوعية الرائدة على مستوى دول الخليج العربي
16. تخصيص "اليوم الخليجي للمسؤولية المجتمعية" يحتفل بإبراز أهم الإنجازات خليجيا كل عام وتكرم فيها المؤسسات والشركات والأفراد الرواد في المسؤولية المجتمعية.
17. تشجيع المؤسسات والشركات الفاعلة في مجال المسؤولية المجتمعية والتي تلتزم بمعايير عالية للحفاظ على البيئة وخلق منتجات تقلل من تلوث البيئة بمنحها امتيازات معينة لدى بعض الوزارات المرتبطة بها أو حوافز ضريبية تسمى "الحوافز الضريبية الخضراء".

المراجع:

1. ayamm.org. (2015, نوفمبر 28). *الإستراتيجيه الإقتصادية لعمان*. Retrieved from الرؤية المستقبلية للاقتصاد العماني 2020: http://www.ayamm.org/arabic/Index%20Economey.htm

2. Carroll, A. B., & Buchholtz, A. K. (2006). *Business and Society* (Vol. 6th edition). Ohio: Thomson South Western.

3. Crowther, D., & Aras, G. (2008). *Corporate Social Responsibility.* Ventus Publishing Apps.

4. Freeman, E. R. (2001). Stakeholder Theory of the Modern Corporation. *Perspectives in Business Ethics Sie, 3*, 144.

5. Liangrong, Z. (2009). Corporate Social Responsibility, Corporate restructuring and firm's Performance. *Springer*, 29.

6. Oman LNG, D. F. (2015). *Touching Lives.* Muscat: Oman LNG.

7. OmanLNG. (2015, أكتوبر 22). *الشركة العمانية للغاز الطبيعي المسال*. Retrieved from المسؤولية الاجتماعية للشركة العمانية للغاز الطبيعي المسال : http://omanlng.com/ar/TheCompany/Pages/CorporateSocialResponsibility.aspx

8. Omifco. (2015, December 28). *Omifco*. Retrieved from استراتيجية المسؤولية الإجتماعية : http://omifco.com/arabic/corporate.php

9. Orpic. (2015, December 28). *Orpic*. Retrieved from Community Relations: http://www.orpic.om/ar/community-relations

10. PDO. (2015, December 28). *Petroleum Development Oman*. Retrieved from Community: http://www.pdo.co.om/ar/Pages/Community.aspx

11. Sohar-Aluminium. (2015, December 28). *Sohar-Aluminium*. Retrieved from contributing-community: http://www.sohar-aluminium.com/en/content/contributing-community

12. Vale Foundation. (2013). *Vale Foundation 2013.* Brazil: Vale Foundation.

13. الأمم المتحدة .(2004) .كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع -الإتجاهات والقضايا الراهنة .*مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية* .(pp. 10-15)منشورات الأمم المتحدة.

14. البوسعيدي ,ح .س ,2015) .ديسمبر 26). *معهد الإدارة العامة*. Retrieved from معهد الإدارة العامة ينظم محاضرة تعريفية حول مركز عمان للحوكمة والاستدامة305/307/news/view/index.php/ipa.gov.om://http :

15. الجبير ,ه .ع .(2015, December 30) .*مجلة البيان*. Retrieved from المسؤولية الاجتماعية للشركات في المفهوم الإسلامي125=id?aspx.Article2/MGZ/Mobile/co.uk.albayan.www://http :

16. السعدي, س. (2010). *المسؤولية الإجتماعية لشركات القطاع الخاص ودورها في دعم الجمعيات الأهلية بسلطنة عمان*. مسقط: جامعة السلطان قابوس.

17. الشبيبة, ج. (2015, ديسمبر 18). *جريدة الشبيبة*. Retrieved from تدشين منهج التربية المرورية في صحار: http://www.shabiba.com/article/113508/محليات/تدشين-منهج-التربية-المرورية-في-صحار

18. الصيرفي, م. (2007). *المسؤولية الإجتماعية للإدارة*. (Vol. الطبعة الأولى). الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.

19. العمانية, ا. ا. (2015, نوفمبر 28). *الجمعية الإقتصادية العمانية*. Retrieved from توصيات المؤتمر الثامن للجمعية: http://oea-oman.org/Day-2/13-Recomm/Recommend.pdf

20. الغالبي, ط., & العامري, ص. (2005). *المسؤولية الإجتماعية وأخلاقيات الأعمال (الأعمال والمجتمع)*. (Vol. الطبعة الأولى). عمّان: دار وائل للنشر.

21. الوطن. (2015, أكتوبر 21). *جريدة الوطن*. Retrieved from السلطنة تستضيف أعمال مؤتمر عمان للمسئولية الاجتماعية والاستدامة للشركات 2015: http://alwatan.com/details/80387

22. بلال, ع., الحوراني, ع., الهدار, م., & الغياط, م. (2015, ديسمبر 19). *الشبكة العربية للمنظمات الأهلية*. Retrieved from التقرير السنوي التاسع -المسئولية الاجتماعية: http://www.shabakaegypt.org/ar_report.php?id=10

23. خليل, ص. م. (2015, ديسمبر 26). *csrsa.net*. Retrieved from مفهوم المسئولية الاجتماعية في الفكر الاقتصادي الاسلامى المقارن-2014-974-50-06-04-29-2012: http://www.csrsa.net/index.php/01-18-09-47-35

24. دبي, غ. (2015, أكتوبر 20). *غرفة دبي*. Retrieved from قاموس مصطلحات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والاستدامة: http://www.dubaichamber.com/

25. عمان, ج. (2015, أكتوبر 24). *جريد عمان*. Retrieved from ندوة المسؤولية الاجتماعية ودورها في تنمية المجتمع: http://omandaily.om/?p=60300

26. عمر, ع., عبدالرزاق, م. ل., & سايح, ب. (2012). دوافع تبني منظمات الأعمال أبعاد المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية كمعيار لقياس الأداء الاجتماعي. *منظمات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية*. (pp. 1-20). دمشق: جامعة بشار.

27. عيسى, ف. م. (2015, ديسمبر 19). *المسؤولية الإجتماعية للقطاع الخاص في مصر، دراسة حالة تطبيقية لقياس وتقييم المسئولية الإجتماعية للشركات*. Retrieved from http://iefpedia.com/arab/wp-content/uploads/2010/05/المسؤولية-الاجتماعية-للقطاع-الخاص-في-مصر

28. مسقط, ب. (2015, October 20). *بنك مسقط*. Retrieved from أسئلة وأجوبة حول المسؤولية الإجتماعية للشركات: http://www.bankmuscat.com/ar-sa/CSR/AboutCSR/Pages/default.aspx

29. مقدم, و. (2015, December 30). Retrieved from دور المسؤولية الاجتماعية لمنشآت الأعمال في دعم نظم الإدارة البيئية: http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/topics/101062/posts/159111

30. نجم, ن. ع. (2006). *أخلاقيات الإدارة ومسؤوليات الأعمال في شركات الأعمال*. (Vol. الطبعة الأولى). عمان: الوراق للنشر والتوزيع.