



الرؤية





تمهيد

اكتسبت المسؤولية المجتمعية بعداً دولياً بعد أن صدر الميثاق العالمي من الأمم المتحدة عام 2000، الذي عرّف «المسؤولية المجتمعية» على أنها «ربط اتخاذ القرارات في مؤسسات الأعمال بالقيم الأخلاقية، وبالامتثال للاشتراطات القانونية، وباحترام الأشخاص، والمجتمعات المحلية والبيئة».

وقد برز مفهوم «المسؤولية المجتمعية». حيث أصبح دور مؤسسات القطاع العام والخاص محورياً في عملية التنمية، وهو ما أثبتته النجاحات التي حققتها الاقتصادات المتقدمة. إذ أدركت المؤسسات والشركات وتبتهت إلى ضرورة توسيع نشاطاتها لتشمل ما هو أكثر من النشاطات الإنتاجية، والأخذ بعين الاعتبار ثلاثية أضلاع التنمية المستدامة وهي النمو الاقتصادي والتقدم الاجتماعي وحماية البيئة. ومن هنا تبلورت فكرة وجوب التذكير بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية حتى لا يكون تحقيق الربح سبباً لحرمان الأفراد والمجتمع من الحقوق الأساسية.

والمسؤولية المجتمعية هي كل ما تقوم به الشركات والمؤسسات طواعيةً من أجل تعظيم قيمتها المضافة للمجتمع. وهي كذلك التزام منها بالقوانين المتعلقة بحقوق العاملين، والحفاظ على البيئة، والتنمية المستدامة للمجتمع.

ويحث الميثاق العالمي للأمم المتحدة على تشجيع الشركات والمؤسسات على اعتماد أفضل الممارسات التي تساهم في إثراء القيم البشرية والاجتماعية وتؤدي إلى تعزيز القدرة التنافسية. والالتزام بالمبادئ العشرة للميثاق العالمي للأمم المتحدة والتي يجب مراعاتها عند وضع الإستراتيجيات واتخاذ القرارات.

وتقسم المبادئ العشرة للاتفاق العالمي للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات إلى المجموعات الأربع التالية:

أولاً: حقوق الإنسان؛

1. دعم حماية حقوق الإنسان المعلنة دولياً واحترامها.
2. التأكد من عدم الاشتراك في انتهاكات حقوق الإنسان.

ثانياً: معايير العمل:

3. احترام حرية تكوين الجمعيات والاعتراف الفعلي بالحق في المساومة الجماعية.
4. القضاء على جميع أشكال السخرة والعمل الإجباري.
5. القضاء على عمالة الأطفال.
6. القضاء على التمييز في مجال التوظيف والمهن.

ثالثاً: المحافظة على البيئة:

7. تشجيع اتباع نهج احترازي إزاء جميع التحديات البيئية.
8. الاضطلاع بمبادرات لتوسيع نطاق المسؤولية عن البيئة.
9. تشجيع تطوير التكنولوجيا غير الضارة بالبيئة ونشرها.

رابعاً: مكافحة الفساد:

10. مكافحة الفساد بكل أشكاله، بما فيها الابتزاز والرشاوى.

وتعتبر «المسؤولية المجتمعية» الآن الاتجاه السائد في مسؤوليات الشركات تجاه المجتمع، إلا أن عدداً قليلاً من الشركات والمؤسسات يمارسها بصورة جيدة، وذلك لضعف مستوى ثقافة المسؤولية المجتمعية لدى معظم أصحاب القرار، وعدم وجود معايير أو مؤشرات يتم بموجبها تقييم أداء أعمال المسؤولية تجاه المجتمع، وبسبب عدم وجود التشريعات والأنظمة التي تعمل على تطويرها وانتشارها، ولغياب التخطيط الاستراتيجي والهيكلية التنظيمية داخل الشركات والمؤسسات. ورغم ذلك تتجه معظمها نحو الالتزام بتنفيذ بعض تلك الممارسات لكونها تعود بعدد من الفوائد والمنافع على الشركة أو المؤسسة، كتحسين صورتها في المجتمع وإقبال المستهلكين على شراء منتجاتها والاستفادة من خدماتها، والذي بدوره سينعكس بشكل إيجابي على مبيعاتها وعلى زيادة أرباحها وعوائدها المالية.

مقدمة

تم تدشين المؤتمر الأول للمسؤولية الاجتماعية في ديسمبر 2013 واختتم مؤتمره الرابع في ديسمبر 2016، وكان هدف تلك المؤتمرات منذ انطلاقتها الأولى وحتى النسخة الرابعة منها هو إطلاق وإثارة فكرة المسؤولية المجتمعية للشركات والمؤسسات - والتي كانت تعد بشكل أو بآخر فكرة جديدة في المجتمع - والسعي لترسيخ وتعميق مفاهيمها من خلال تشجيع ورصد المبادرات المميزة داخل المجتمع القطري، وإلقاء الضوء على إنجازات الشركات والمؤسسات وتكريم أصحابها من خلال تدوينات الكتاب الأبيض ومنح الجوائز لأبرز المساهمات المجتمعية.

وبعد مرور 4 سنوات على انطلاق العمل بالفكرة وتطبيقها توجب على اللجنة المنظمة التفكير في الانتقال إلى أداءات وأشكال متطورة من العمل المجتمعي، وذلك بتقديم استراتيجية جديدة وتدشين مرحلة مختلفة مستفيدين مما تم خلال الفترة والانتقال من الأداء والتأثير الإعلامي المحدود إلى التأثير والأداء بفاعلية أكثر وأشمل داخل المجتمع القطري والإقليم المحيط به.

الرؤية

نسعى لأن نكون الهيئة الأولى على مستوى قطر والخليج في قيادة وترسيخ الوعي بالمسؤولية المجتمعية للشركات والمؤسسات داخل المنظومة الخليجية والتنسيق والتعاون مع باقي الهيئات النشطة محليا وعالميا في هذا المجال مستلهمين في سبيل تحقيق ذلك قيمنا الدينية وتاريخنا وتراثنا الداخري والتجارب المحلية والإقليمية والعالمية بما يرسخ ويدعم قيمة العمل المجتمعي المفيد للناس جميعاً، مسترشدين بالموصفات القياسية للأداء 26000.

الرسالة

تكوين هيئة عامة تعمل على تعميق وترسيخ وعي المجتمع بالمسؤولية المجتمعية وتعزيز ذلك بالممارسة العملية، وتشجيع المؤسسات والشركات عليها، وأن تصبح الهيئة مظلة لتنسيق الأعمال وتجميع المبادرات التي تخص المسؤولية المجتمعية، والمساهمة في رسم وتعزيز استراتيجية وطنية لقطر ودول الخليج في هذا الأمر وذلك من خلال:

- نشاط إعلامي مكثف بداخل المجتمع مستفيدين من كافة الأدوات الإعلامية المتاحة.
- تحفيز كافة فئات المجتمع واستثمار وتوظيف طاقاتها في مجال النفع العام.
- تقديم المبادرات ودعم كافة خطوات الدولة الخاصة بوضع التشريعات والقوانين الخاصة بالمسؤولية المجتمعية.
- دعم التواصل وتبادل الخبرات مع الجهات والهيئات العاملة في هذا المجال في قطر ودول الخليج.

مبدأ وميثاق

من حيث المبدأ، تجيز لجنة جائزة المسؤولية المجتمعية تلاقي المصالح على أسس تنافسية عادلة، وتحظر تعارض المصالح. وتستند سياستها على مبادئ الشفافية والإنصاف والإفصاح والمساواة في الفرص، لضمان العدالة والنزاهة في التعامل، وعدم استغلال عضوية اللجنة لمحابة الأطراف ذوي العلاقة. وذلك وفقاً لما هو مبين أدناه.

تحظر اللجنة على رئيسها وأعضائها، وجميع العاملين فيها، أن يستغل أي منهم صفته أو عمله، للتأثير على قرارات اللجنة واختيارها للمتنافسين والفائزين بالجائزة.

كما يدين أعضاء اللجنة والعاملين فيها، بواجب الوفاء تجاه رسالة اللجنة. ويتطلب هذا الواجب الاستئمان، تغليب العوامل الموضوعية من جهة، على العوامل الذاتية ومصالحهم الشخصية، ومصالح الأطراف ذوي العلاقة من جهة أخرى، والعمل دائماً بعدالة ونزاهة وشفافية تامة.

كما يتعين على عضو اللجنة الالتزام بما يلي:

1. الامتناع عن القيام بأية أنشطة، قد تؤثر على قرارات اللجنة بشكل مباشر أو غير مباشر.
2. تجنب تضارب المصالح الظاهر والمحتمل والفعلي. وفي حالة تضارب المصالح أو تلاقيها، يتعين على عضو اللجنة الإفصاح إصفاً تاماً عن هذا التضارب أو التلاقي في أقرب فرصة ممكنة.

3. في حالة ترشيح أي طرف ذي علاقة لجائزة اللجنة، أو في حالة تقييم طلب الترشيح، فإنه يجب مناقشة الموضوع في غياب العضو المعني، الذي لا يحق له مطلقاً المشاركة في التصويت أو تقييم طلب الترشيح. وبأي حال، يجب أن تتم عملية الترشيح والتقييم واختيار الفائزين، على أسس موضوعية و تنافسية عادلة، وعلى قدم المساواة مع الأغيار دون أي مزايا تفضيلية للطرف ذي العلاقة.

4. في حالة طرح أي مسألة تضارب مصالح، أو أية صفقة تجارية أو خدمية بين اللجنة وأحد أعضائها، أو أي طرف ذي علاقة بهذا العضو خلال اجتماع اللجنة. فإنه يجب مناقشة الموضوع في غياب العضو المعني، الذي لا يحق له مطلقاً المشاركة في التصويت على الصفقة. وبأي حال، يجب أن تتم تلك الصفقة، وفقاً لأسعار السوق وعلى أساس تجاري بحت، وعلى أسس تنافسية عادلة وعلى قدم المساواة مع الأغيار دون أي مزايا تفضيلية. ويجب أن لا تتضمن شروط التعاقد شروطاً تتعارض مع مصلحة اللجنة.

5. في جميع الأحوال، يجب أن تكون كافة العلاقات التي تقيمها اللجنة مع الغير، سواء كانوا من ذوي العلاقة أو من الأغيار، على أسس من الشفافية والمساواة في الفرص والنزاهة والعدالة .

6. يلتزم كل عضو من أعضاء اللجنة وجميع العاملين فيها بالإفصاح المسبق عن طبيعة علاقته بالشركات والمؤسسات والأفراد المرشحين لنيل جائزة المسؤولية المجتمعية.

محاو وأهداف الإستراتيجية

أولاً: أهداف مجتمعية

1. نشر الوعي العام للمسؤولية المجتمعية وتعزيزها كممارسة ونقل مفهومها من اهتمامات تتعلق بالمتطلبات الفردية (غذاء - تعليم - كساء.. إلخ) إلى مفهوم أوسع يشمل بالإضافة إلى ذلك مفاهيم أخرى مثل: (النفع الاجتماعي - الخدمة التطوعية.. إلخ)، بمعنى الانتقال من مفهوم العمل الخيري المباشر إلى مفهوم الشراكة بين المجتمع والشركات والمؤسسات.

2. رفع مستوى التعاطي مع مفهوم المسؤولية المجتمعية إلى المستويات العالمية وتحويلها إلى إستراتيجيات راسخة في العمل المؤسسي.
3. تعميم ثقافة المسؤولية المجتمعية وتحفيز الشركات والمؤسسات على الانخراط في الأنشطة المجتمعية لتكون رديفاً أساسياً لتحقيق التنمية المستدامة.
4. تدعيم المؤسسات ذات النفع العام وتشجيعها على الإفصاح والشفافية، وإبراز أنشطتها.
5. تبني وصناعة رموز في هذا المجال (سفراء للمسؤولية المجتمعية).
6. ابتكار وتنويع مبادرات المسؤولية المجتمعية لتذكير المجتمع من حين لآخر.
7. تنسيق الأعمال بين المؤسسات العاملة في المجال الاجتماعي ودعم التواصل معها محلياً وإقليمياً.
8. المساهمة في تطوير المشروعات والقوانين على مستوى الدولة الداعمة لمفهوم المسؤولية المجتمعية والداعمة لتأسيس المؤسسات غير الربحية وذات النفع العام.
9. السعي والبحث عن مصادر تمويلية ثابتة للهيئة تسمح لها بالاستمرارية للقيام بأهدافها.
10. تحفيز كافة فئات المجتمع واستثمار وتوظيف طاقاته في مجال النفع العام.
11. العمل على تحقيق استدامة الأنشطة الاجتماعية للشركات والمؤسسات بما يحقق الأهداف.

ثانياً: أهداف تسويقية وإعلامية

1. وضع استراتيجية تسويقية تحدد فيها الرسائل المطلوب إيصالها والشرائح المستهدفة ووسائل وطرق الوصول إليها.
2. وضع خطط سنوية لإطلاق مبادرات للمسؤولية المجتمعية، وحث الشركات والمؤسسات للمشاركة فيها.
3. عمل دراسة ميدانية للهيئات والشبكات العاملة في المجال محلياً وإقليمياً وحصر الأنشطة المختلفة.

4. جلب رعايات دائمة للهيئة وأنشطتها المختلفة والسعي للحصول على دعم رسمي من الدولة.
5. المشاركة والتفاعل مع المؤتمرات الخاصة بالمسؤولية المجتمعية في المنطقة والخليج.
6. إعداد كتيب خاص بالهيئة وأهدافها وأغراضها.
7. الاهتمام بنشر «ملحق المسؤولية المجتمعية» وتطويره.
8. إعداد دورات وندوات ولقاءات تهدف إلى تنمية العلاقات في مجال المسؤولية المجتمعية.
9. إعداد دورات تدريبية للمهتمين وزيادة الأنشطة التعريفية والتوعوية.
10. رفع المستوى المهني في تقارير المسؤولية المجتمعية.

ثالثاً : سفراء المسؤولية المجتمعية :

في إطار تعريف وتطوير العمل بالمسؤولية المجتمعية، تقوم اللجنة بترشيح من تراه مناسباً من الشخصيات العامة في المجتمع أو من له تطلع للعمل مع لجنة المسؤولية المجتمعية ليكون من ضمن السفراء المعتمدين للمسؤولية. ويكون من ضمن مهامه التعريف بأهداف اللجنة والترويج لأعمالها من خلال علاقاته الشخصية أو العملية لتحقيق الفائدة المرجوة.

رابعاً : ملاحق المسؤولية المجتمعية :

1. زيادة الاهتمام بالملاحق التي تصدرها الجرائد المحلية عن المسؤولية المجتمعية لتكون المصدر الإعلامي الأول في كل ما يتعلق بأخبار وتقارير المسؤولية للشركات والمؤسسات.
2. استكتاب رموز وأعلام العمل الاجتماعي في قطر والعالم.
3. إطلاق مبادرات تشجيعية من خلال الملاحق لاستقطاب أفكار واقتراحات لإثراء وتعزيز مفهوم المسؤولية.

خامساً : الكتاب الأبيض

1. زيادة الاهتمام بالكتاب الأبيض والسعي ليكون المرجع السنوي لكل ما يتعلق بأبرز الأنشطة للشركات ومدى مساهماتها في المجتمع.
2. تدوين ونشر المشاركات للشركات الفائزة ونتائجها الايجابية على المجتمع.
3. تدوين أبرز التجارب العربية والعالمية في مجال المسؤولية المجتمعية وأثرها على المجتمع.