

انعكاسات أخلاقيات الأعمال المصرفية على المسؤولية المجتمعية.

إعداد:

د. نشأت إدوارد ناشد *.

الملخص

تمثل إدارة المؤسسات المصرفية على النحو الأخلاقي نهجًا أخلاقيًا ولا تحتاج جني الأرباح بإعتبارها مؤسسات تجارية تتصف بتقديم خدمات خاصة للعملاء فحسب؛ بل تساهم بها في التنمية الاقتصادية للخدمة المجتمع. توجد آليات عديدة تمكن المؤسسات المصرفية في تقديم الخدمات الأساسية للعملاء تنعكس بفوائد عديدة على المجتمع والبيئة المحيطة في الوقت ذاته.

الأخلاق الاقتصادية للمؤسسات المصرفية تتنامى بالتبعية المتبادلة فهي ليست من أسباب العمل فقط؛ لكنها من نتائجه أيضًا. لإعادة الحيوية إلى مختلف الأخلاقيات يجب أن يقوم بإرضائها القائمون على مختلف الأنشطة الاجتماعية، وكذا المؤسسات المصرفية المعنية لأن الأخلاق في إطار السلوكيات التطبيقية إنما تشكل حاجة اجتماعية. خاصة أن الأخلاقيات الفردية تكمل اخلاقيات المؤسسات.

المنافسة تعد حيز الزاوية في الاقتصاد الحديث، ويجب استغلالها لتحقيق اخلاقيات المصلحتين العامة والخاصة من خلال إطار المؤسسة المصرفية الاخلاقية. فالمؤسسة المصرفية تحدد القيم الأخلاقية للاستفادة بها لتحسين عملية استغلال الموارد المتاحة. المسؤولية المجتمعية للمصارف تهتم بالوعي بعواقب وتأثيرات القرارات الخاصة بتلك المصارف، إضافة إلى تقبلها وإدارتها.

هدف البحث يكمن في توضيح للعلاقة بين أخلاقيات الأعمال المصرفية التي تساعد على جذب عملاء كثر تنعكس مدخراهم على المجتمع بضرورة توفير الموارد لدى المؤسسة المصرفية لأنها تمتلك الموارد اللازمة لتوفير الخدمات العامة ضمن مسؤوليتها المجتمعية.

Abstract :

Banking foundations management represents represent ethics method .it doesn't need to profits as trade foundations ,they provide clients special services and contribute in economic development for society services ,there are rules enables banking foundations to present basic services for clients that return brevity on society and surrounded environment at the same time .

Banking foundations economic ethics are developed regularly , they are not of the reasons of work , but of its results too , to survive different ethics , social activities principles should satisfy them , as well as banking foundations concerned , as ethics are a social need in practical behaviors especially when individual ethics complete foundation ethics.

* استاذ الاقتصاد المساعد بمعهد العبور العالي للإدارة والحاسبات ونظم المعلومات - مصر nashaat691@yahoo.com

Competition is the basic stone of ethics economic so we should use it to achieve both public and private aims , through banking foundation ethics , it defines ethics values to improve using available resources , and social responsibility takes care of awareness and effects of private decisions in those banks in addition to accepting and management.

The aim of research is in relationship clarification between banking treatments ethics which attract clients reflects their saving on the society by saving resources inside banking foundation as they own required resources for public services as it's sociable responsibility.

The studies divided into two chapters: the first Chapter: banking sector ethics treatments reflections ,the second chapter :banking sector social responsibility .

المقدمة :

المؤسسات المصرفية لها دور هام نحو توجيه خدماتها للمجتمع المحيط بها، والتخطيط للأنشطة المجتمعية يستلزم أن يكون لدى تلك المؤسسات القدرة على إدراك أن القوى الخارجية لها قوى تنافسية تستطيع من خلالها تغيير الإتجاه نحو تعظيم التنمية وتعظيم الأرباح وخدمة المجتمع المحيط للإستحواز على الأسواق .

وتعد القيم والمبادئ الأخلاقية المتوارثة من الأسباب التي تجعل المؤسسات المصرفية متماسكة لبث الإعتقاد لدى الأفراد بالشعور بالأمان المصرفي حيال أموالهم المتداولة في تلك المصارف ولاسيما إذا كانت أنشطة المؤسسة ظاهرة للجميع فيشكل خدمات مجتمعية تقدمها تلك المؤسسات من أجل المجتمع المحيط بها جغرافياً.

أهمية البحث ترجع إلى أن المؤسسات المصرفية تقدم العديد من الخدمات للعملاء وعند إتاحتها للناس على أساس ما يناسبهم من المؤكد أن يسهم هؤلاء بتوفير فرص عمل في الحرف والمهن الصغيرة في صناعة التنمية الاقتصادية تنعكس إيجاباً على مجتمعاتهم .

مشكلة البحث تتمثل في أن هناك ثلاثة أطراف تنشأ بينهم علاقات متكاملة ومتبادلة وهم المؤسسة المصرفية، العملاء، المجتمع .إرتفاع عدد العملاء لدى المؤسسة المصرفية يزيد من الحركة التجارية التي تهدف إليها تلك المؤسسات وكلما كانت مؤسسة أخلاقية يزداد عدد عملائها لتبدأ بخدمة المجتمع ومن ضمنهم العملاء بطريقة أكثر اتساعاً بما يسمى مسؤولية المجتمع مما يلزم على تلك المؤسسات أن ترسم خططاً لخدمة المجتمع تعتمد على تنفيذها معايير أخلاقية تساعد على جذب عملاء جدد وتسعى لتحقيق رغباتهم ورضاهم .

تسائلوا البحث تتمحور في أن هناك عدة اسئلة يتطلب البحث عن الإجابة عليها ومن أهمها مايلي :

- هل يوجد مسؤولية مجتمعية للمؤسسات المصرفية تتناسب مع حجم مدخرات العملاء في تلك المصارف .
- هل أخلاقيات الأعمال للمؤسسات المصرفية لها دور على جذب عملاء وزيادة مسؤولياتهم تجاه المجتمع المحيط بهم.
- هل يمكن للمؤسسات المصرفية تحقيق الحاجات والرغبات الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع .
- ما هي العوامل الضرورية لنجاح المسؤولية المجتمعية للمؤسسات المصرفية .

منهجية البحث: طبيعة الموضوع تقتضي إتباع المنهج الاستقرائي - الاستنباطي باعتباره نسب المناهج لمثل هذه الدراسة .

وتنقسم الدراسة من خلال خطة موضحة كالتالي:

المبحث الأول: إنعكاسات أخلاقيات الأعمال للقطاع المصرفي .

المبحث الثاني: المسؤولية المجتمعية للقطاع المصرفي .

المبحث الأول: إنعكاسات أخلاقيات الأعمال للقطاع المصرفي.

أولاً: مفهوم القيم والأخلاقيات ethics في النشاط الاقتصادي:

الأخلاق الاقتصادية تميز الاقتصادى الماهر في تحديد هدفه الذي يخدم به المجتمع بجانب مصلحته الخاصة . مجموعة القيم والمبادئ الخلقية والسلوكية التي يلتزم بها الاقتصادى الماهر أثناء ممارسة عمله وتلتزم بها المؤسسة الاقتصادية تعد من القيم العامة والتقاليد والتصرفات العامة والخاصة . فالأخلاق تصرف اخلاقي عام للانسان على المستوى الشخصي تحوى مجموعة الواجبات والالتزامات الخاصة التي تنشأ عن ممارسة النشاط الاقتصادي .

أخلاقيات المهنة المصرفية تنعكس من خلال الموظفون العاملون بها ، فهم المؤثرون على مؤسساتهم بمدى التزامهم بالقوانين والأنظمة والأعراف السائدة لتظهر مدى رضا أفراد المجتمع عن المؤسسات المصرفية والحكم عليها بمدى التزامهم بمعايير الاخلاقيات النبيلة للمهنة ومن هنا يظهر مدى الإلتزام والولاء لكل الأطراف ساء من جانب العملاء للمؤسسات أو من جانب المؤسسات للوطن .

تطبيق المعايير الأخلاقية والشفافية في تعيين الموظفين وتنوع فئاتهم كافي لتطبيق مبدأ تكافؤ الفرص واحترام العادات والتقاليد وبالتالي خلق علاقة جيدة بين المؤسسات المصرفية والمجتمع والحفاظة على تلك العلاقة يدفع المؤسسات المصرفية للعطاء الوفير للمجتمع الذي هو المصدر الرئيسي لتمويل تلك المؤسسات سواء كانت شركات سوق المال أو شركات التأمين أو البنوك وإن كنا تشير إلى البنوك كمثال واضح في هذه الدراسة .

زيادة رضا العميل من أهم العوامل الخاصة بالقيم والأخلاق المرتبطة بالأنشطة الاقتصادية التي تمارس بهدف الحصول على الربح المرتبط بتحقيق مستوى عالى من الإبداع حتى ولو وصل إلى درجة الثبات في تحقق الأرباح، ولا يهتم بمقدار رأس المال المستخدم كبيراً كان أو صغيراً فكلاهما يخضعان لمبدأ واحد أثناء الممارسة وهو أخلاقيات المهنة التي يكتسبها الشخص من تنشئته الاجتماعية والدينية، وتنعكس عليه في ممارسته لعمله ونشاطه الاقتصادي، على إعتبره صمام الأمان للاستثمارين (المادي والبشري) والبعد عن العمل غير المشروع كشراء وتصنيع الأسلحة والمخدرات أو الأفعال غير اللائقة كلعاب القمار وممارسة الدعارة ومخالفة النظام العام والآداب، مما يستوجب ضرورة حماية المتعاملين مع أصحاب الأعمال الذين يباشرونها، وتعد القيم الاقتصادية المطلوبة هي الأكثر أمانة ونزاهة وشفافية وإحتراماً وإرتباطاً بالدراسات الفنية والعلمية لما لها من مميزات يسعى لها رجال

الأعمال في تحقيق السيطرة والشهرة والتعبير عن الذات والإستقلال والأمن والخدمة الاجتماعية (1) وتعويض الضحايا عن الخسائر التي يتعرض لها المستهلك نتيجة عيوب الصناعة أو الغش. وفي نفس الوقت هي أخلاقيات تكون محل جذب العملاء، وثقة من أفراد المجتمع للمؤسسات الملتزمة بالمبادئ الصحيحة بالتجارة، فالأخلاق بمجملها هي مجموعة القواعد والمثل العليا التي تحض الإنسان على عمل الخير وتنهاه عن ارتكاب الشر، وذلك بقصد الوصول به إلى درجة الكمال والسمو الإنساني الراقي (2).

ثانيًا: التطور الاخلاقي :

رغم أن القيم هي سمات فعلية للأشخاص أو الأفعال، أو الأنظمة أو الأشياء، فمن باب المسلمات أيضا أنه على مدار التاريخ، وعبر الثقافات المختلفة. أخذنا نكتشف تمحيصات مختلفة في مضمون كل واحد منها، التطور الاخلاقي يستلزم تطوراً في طريقة تلقيها أيضاً لنجعل من حياتنا الأفضل دائماً، كذلك تطور لدى الوعي الأخلاقي للمجتمعات إلكترونياً أو تقليدياً حتى لا يتم وصف الأخلاق بالتخلف أو الرجعية (3).

نجاح المؤسسات المصرفية في تطبيق المعايير الأخلاقية وتحديد مسؤولياتها المجتمعية تعكس مدى نجاح النظام الاقتصادي في المجتمع، وتعكس أيضاً التطور الاخلاقي في الأنشطة التي تقوم بها تلك المؤسسات تجاه المجتمع كأهتمام المؤسسات المصرفية تجاه القضايا العامة التي تصيب المجتمع سواء في التعليم أو الصحة أو الإسكان أو المراكز البحثية العلمية، مراكز محاربة الفساد وغسيل الأموال ومكافحة الإرهاب والإقلاع عن التدخين أو المخدرات، أو الوقوف في حالات الكوارث الطبيعية أو دعم الطلاب والخريجين وحماية البيئة من الملوثات وتدوير المخلفات وتنظيم العشوائيات، ومحاربة الدروس الخصوصية وتقديم الدعم المادي والمعنوي للأسر المنتجة لتحسين الدخل القومي من خلال تيسيرات مقدمة لعمل المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر وحماية للمستهلك أو الإهتمام بالنواحي الثقافية والرياضية كل ما سبق يحتاج الاستخدام النقدي كسيولة نقدية مصدرها المجتمع وليس بضائع فقط تدبرها المؤسسة النقدية من أموالها أو بالشراكات مع منتجها ومن المؤكد أن يكون ذلك ضمن ما يتطلبه ويحتاجه الإنسان كحقوق دنيا لهم .

ثالثًا: إطار عمل الأخلاقيات الاقتصادية في القطاع المصرفي:

المبادئ الأخلاقية هي أساس العمل الاقتصادي ، وغياها يهدد النشاط الاقتصادي بالفشل العام والخاص، لذلك يجب أن يكون من الواضح إظهار هذه المبادئ لتحقيق الغرض المرجو منها .

القيم الاخلاقية لا ينص عليها قانون محدد - باستثناء بعض المهن الذي يصدر لها تشريع خاص - فهي متنوعة بين الاخلاقيات العامة والخاصة التي تساعد في اتخاذ القرار الاقتصادي المناسب وعدم إخفاء العناصر المفروض فيها علم الكافة بها أو احترام الحياة الخاصة للعملاء وجميعها تنبع من السلوكيات الشخصية كالنزاهة والصدق والجرأة واحترام العملاء والالتزام بالحقيقة وعدم الكذب .

الأعمال المصرفية الأخلاقية والاجتماعية في معظم دول العالم ومنها فرنسا والمملكة المتحدة تعد من الأعمال الخاصة من البنوك المجتمعية شكلاً وموضوعاً وكان لها دور بارز في الكساد الاقتصادي والحد من مشكلة البطالة وتنشيط العمل التجاري عن طريق الاهتمام بالمشروعات الصغيرة بهدف تحسين دخل الفرد والأسرة وخاصة الأسر المحرومة والاقبل فقراً. ولكي يقوم القطاع المصرفي بشكل مشروع يتسم بالذكاء والأخلاقيات في المجتمع يجب عليه أن يدور في الإطار الآتي :

- 1- الغايات الاجتماعية التي تعتبر أساس وجود القطاع المصرفي، والتي تتمثل في إرضاء الحاجات الإنسانية التي يحتاجها الفرد من القطاع المصرفي وبشكل جيد للمجموعات المتأثرة بنشاطه .
- 2- وجود الآليات الملائمة للمشروعة لتحقيق ذلك وفي القطاع المصرفي تتمثل تلك الآليات في المجتمع المعاصر في السوق والمنافسة والبحث عن العائد مع الأخذ في الاعتبار أن هذه الآليات إنما تشكل الوسائل الملائمة لبلوغ الهدف ، وليس الهدف نفسه .
- 3- الإطار القانوني السياسي المرتبط بالمصرف محل النظر، والذي يتم التعبير عنه في الدول الحديثة بما يسمى بالميثاق الذي يحدد فيه الحقوق والالتزامات بحسب التشريعات القانونية السارية، والمتوافقة مع القواعد الدستورية التي يريدها الجميع وليس القطاع المصرفي وحده .
- 4- إحتياجات المجتمع وطلبه للوعي الأخلاقي لتوليد الثقافة والثقة وهو أمر ضروري لإعادة الحيوية والثقة لكل من المجتمع والقطاع المصرفي .

رابعاً: الأعمال المصرفية التي تلتزم بالمعايير الأخلاقية :

جميع الأعمال المصرفية يجب أن تتسم بالمعايير الأخلاقية ولكن نورد هنا أهم الأعمال :

1- اتقان العمل :

العمل لا ينتج سلعة فقط بل يعد افراد يعيشون الحياة التي صمموها بأنفسهم ؛ فالعمل هو أساس الحياة الاقتصادية يجب ألا يستعبد من يقومون به حتى لا تدفن المهارات والمواهب التي تعدان من المنتجات المؤثرة في السلع والخدمات ذات المردود الاقتصادي.

العمل الجاد الشريف يعود على الفرد والمجتمع ويوضح العلاقة الحاكمة بين الحياة الاقتصادية والفضيلة الأخلاقية ؛ فقمع الأغنياء للفقراء مثل عدم تعاون الفقراء للأغنياء كلاهما مكرهة اقتصادية لأن فرص الفضيلة تظهر في جميع مناحي الحياة ومنها الحياة الاقتصادية .

2- الحسابات :

بنصوص القانون يفرض على البنوك الإلتزام بالسرية، ويتعين على القطاع المصرفي الإلتزام بالمعايير الأخلاقية لكي تستمر في عملها ومواجهة المنافسة حرصاً على مستقبل المصرف ونجاحه ولا سيما المتخصص في

بجال خبرة معينة كالبناء أو الزراعة، ... تنعكس نجاحات البنك ذات التوجه الأخلاقي على قدرته على جمع أموال كبيرة وسيطرته على السوق بقدر استحوازه على الأموال وتوجيهها نحو الاستثمار في القطاع الجغرافي أو المجتمعي أو الإقليمي .

تخضع الحسابات للتقييم مقابل السياسة الاخلاقية المتبعة من قبل المصرف فكلما كان المصرف ملتزم بالمعايير الأخلاقية يعطى دلالة ينعكس على المجتمع في شكل تكافل اجتماعي داعما للاقتصاد الاجتماعي .

3-

القروض :

القروض تمثل حصة الأسد بالنسبة للبنوك، والسلوك الاخلاقي هو شعور بضرورة الوفاء بالواجبات، اخلاقيات المصرف تنعكس ليس على المقرض فقط لكنه يؤثر في نجاح المقترض أيضاً؛ فالعملاء يهتمون جيداً بالمصارف التي تحافظ على سرّيتهم ولا سيما في مجال القروض . قواعد الأخلاق تلعب دور جوهري في تنظيم السلوك الاجتماعي . في البيئة المعاصرة التي تتسم بالتطور الشديد في تبادل وتخزين المعلومات الإلكترونية، يلتزم المصرف بخصوصية العملاء وحماية المعلومات الخاصة بهم وتتبع الإجراءات اللازمة وموصى بها لحماية المعلومات من أجل حماية المعلومات الشخصية الخاصة بالعملاء. فالافصاح عن معلومات سرية تخص العميل ينال من الثقة في المهنة ويعوق المصرف من قدرته على تحصيل مثل هذه البيانات والمعلومات في المستقبل .

المبحث الثاني: المسؤولية المجتمعة للقطاع المصرفي.

أولاً: اهتمامات القطاع المصرفي بالمسؤولية المجتمعية :

يشجع القطاع المصرفي كل الموظفين على المشاركة في المجتمعات التي يعيشون فيها ولديه برنامج عطاء خيري قوي يتم تنسيقه من قبل البنك وفريق الاستثمار المجتمعي فيقوم بتقييم فرص المشاركة في المجتمع بكل عناية من أجل تقييم ملاءمتها لأهداف الشركة وموازنة الموارد المتاحة مقابل الامتيازات التي يمكن الحصول عليها لصالح عملائه ويجب مناقشة استخدام موارد ومرافق المصرف أو المشاركة في الاتجاهات الخيرية أثناء أوقات العمل أو من خلال استخدام تقنيات الاتصال لدى المؤسسات المناظرة.

التقارير السنوية والميزانيات الختامية للمؤسسات المصرفية للأسف الشديد لا يوجد بها ما هو مخصص للمسؤولية المجتمعية، مما يجعلها من الأنشطة الغير مرئية التي أحيانا تثير الشك بعدم ممارسة المؤسسة سبل أخلاقية عامة على الأقل كالأمانة والمصادقية ... أو الحكم على المؤسسات المصرفية بممارسة أنشطة غير شرعية؛ فضلاً عن عدم رضا المجتمع على أنشطة تلك المؤسسات بأنها تأخذ دائماً دون أن تعطي؛ بينما الهدف من المسؤولية المجتمعية من المفترض أن تعظم الناتج وتقلل المضار من خلال برامج اجتماعية واقتصادية وبيئية متميزة .

ونأمل أن يكون هناك مجلس أعلى على غرار الشركة القابضة يكون دورها اقتضاع جزء من أرباح تلك المؤسسات بموجب قانون يراقب التمييز بين التسويق وتحديد المسؤولية تجاه المجتمع من خلال برامج مستدامة

طويلة الأجل وليس في شكل تبرعات أو منح ليتم القضاء على المشكلات العامة أو الحد منها مقابل منح امتيازات لها مقابل ما يتم خصمه وتعلن البرامج لتحديد مدى تأثيرها إيجابيا في المجتمع ودعم للاخلاق التي تمارسها تلك المؤسسات بشكل معلن وليس خفي .

ثانياً: ممارسات القطاع المصرفي في المسؤولية المجتمعية :

1-

تسهيل الحصول على الإتمان المصرفي :

يتعذر على الأفراد الحصول على قروض مصرفية كبيرة لعدم وجود ضمانات كافية لدى المؤسسة البنكية (المحلية والدولية) . وتكثر الإجراءات المتشددة لمنح هولاء القروض حتي ولو كانت بسيطة . ولتفادي الإجراءات التعسفية والمعقدة يلجأ الأفراد إلى تكوين شركات (أشخاص أو أموال) تكون قابلة للإقتراض⁽⁴⁾ والحصول على أية أموال ليس بضمانهم الشخصي ولكن بضمان الشخص الاعتباري الذي تكون - له صلاحية كاملة في الإقتراض حتي لو كان المبلغ المطلوب إقتراضه يفوق حصص التأسيس وهنا يكتسب حقوق ويتحمل بالإلتزامات بعيداً عن الأشخاص الطبيعية المكونة للشركة .

لذا علي البنوك وهي بصدد إصدار قرار الإئتمان بمنح القرض لها أن تشترط شروط معينة للإعتبارات المالية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية لضمان منح القروض، وذلك لوجود ضمان رأسمالي يمتلكه الشخصية الاعتبارية. ويعد أيضاً شكل جديد ضمنيًا في صورة شراكة بين المؤسسة البنكية والمؤسسة التجارية ويساهمان معاً في خدمة المجتمع وهما في نظر المشرع يقدم أحدهما (البنك) تيسيرات ويتفاوض الآخر (المؤسسة التجارية) على تقليل نسبة الفائدة المطلوبة منه على إعتبار أن المال مخصص⁽⁵⁾ للنفع العام في شكل خدمة مجتمعية ما لم يلزم البنك بنص خاص لمثل تلك الحالات في تقليل نسبة الفائدة المحصلة من العملاء.

وهذا لا يعنى أن البنوك نفسها تتحلل من إلتزاماتها تجاه المجتمع، بل عليها هي أيضاً التزم لا يقل أهمية عن المؤسسات التجارية. ونقصد بذلك البنوك الخاصة بما يتناسب مع موضوع البحث حيث نستبعد المؤسسات التجارية الخاضعة للقطاع العام وكذلك البنوك الحكومية .

المنافسة بين البنوك⁽⁶⁾ في مجال الخدمة المجتمعية يمكن أن تظهر في صور متعددة منها توفير خدمة خاصة للمعاقين سواء من ناحية التعينات والتوظيف أو خدمات منزليه لهم أو البنية الهندسية داخل البنك أو خارجه، والبعض تقدم تيسيرات للزواج أو برامج اجتماعية للأحياء القديمة وترميم المنازل وشراء مواشى للتربية والقروض الميسرة للشباب للقضاء على البطالة وحالات العجز والوفاة وهدفها بذلك تقديم خدمة للمجتمع وفي نفس الوقت كسب ولاء الأفراد المستفيدين من تلك الخدمات وهي تعد من الجانب التسويقي للبنوك .

2- تحقيق الميزة التنافسية :

التنافس الاقتصادي بين المؤسسات المصرفية في التنمية المجتمعية يزداد من خلال السمعة الجيدة والعلامة التجارية المميزة لها لما تحققة الخدمات المقدمة بطبيعتها للتنافس مع بعضها البعض على دخل المستهلك المحدود، وبالتالي فإن الخدمات الجديدة لها آثار على الطلب على هذه الخدمات⁽⁷⁾ بسبب محدودية الدخل ومن ثم على المؤسسات المصرفية التي تقدمها . وتقع الأخيرة في مواجهة خطر المنافسة من البدائل التي تبدأ من تحديد خدمة متميزة إلى أن تصل إلى الانسحاب من السوق وبالطبع لا تسعى المؤسسات المصرفية للوصول إلى تلك المرحلة بل عليها أن تتدخل للإستحواز على السوق عن طريق جذب إنتباه أفراد المجتمع لها بصورة أخلاقية للحفاظ على عملائها وقد يكون عن طريق توفير الخدمات الإضافية لهم وتحقيق الإستفادة غير المباشرة للمؤسسة المصرفية، أو تعزيز الإتصال بالبنوك الأخرى المنافسة - مع الأخذ في الإعتبار قوة المشروع أو الخدمة المسيطرة وعدد المنافسين وتكلفة الإنشاء، والعرض والطلب، والطاقة الإنتاجية - أو الإتصال المباشر بأفراد المجتمع لزيادة توعيته ووعيه الاقتصادي بالمنتج والخدمة المقدمة أو توافر الخدمات العامة التي تنشئها المصارف الخاصة لخدمة المجتمع الذي يستفيد منها في الأجل الطويل .

تشكل الميزة التنافسية الفريدة الناتجة عن محور الميزة التنافسية للمؤسسة المصرفية ، فالميزة التنافسية الداعمة هي تلك التي تدفع بعجلة التقدم للأمام ليس بحسب رغبة العملاء حسب بل عليهم تحليل السمات الأساسية لمؤسساتهم مثل الأموال المنفقة على البحوث والتنمية والوقت المنقضي في تطوير فريق مقدم الخدمة بشكل جيد لكي تساعد هذه النفقات بقوة على زيادة فرص النجاح على المدى الطويل⁽⁸⁾.

3- زيادة السلع وتطويرها في السوق :

تتعدد الأنشطة الاقتصادية بين المؤسسات المصرفية لتحقيق المنافسة فيما بينها، وينتج عن ذلك نموع في عدد الخدمات التي هي في الأساس متاحة بحسب إحتياجات أفراد المجتمع وتكلفة الخدمة والإستغلال الأمثل للموارد والإمكانات المتاحة والمحدودة لإنتاجها في ظل قواعد المنافسة المشروعة المتعارف عليها⁽⁹⁾.

أما من جهة التطوير فتسعي المؤسسات المصرفية إلى الدخول للأسواق بأكبر عدد ممكن من الخدمات مع التمايز الحقيقي وليس الوهمي في تقديمها مع إستخدام قوة التكنولوجيا والعلوم الحديثة⁽¹⁰⁾ في تعديل قواعد تقديم الخدمة أو توفير السلعة أو التعبئة أو التغليف أو ذوق المستهلك أو الماركات المسجلة أو إستخدام بدائل لعناصر الإنتاج ويترك كل مشروع في السوق بحسب قدراته وكفاءته⁽¹¹⁾.

أعطى الاقتصاد الإبداع دوراً بالغ الأهمية سواء على المستوى القومي الشامل أو على المستوى المحلي دوراً في تحديد المهام والواجبات والوظائف التي يقوم بها كل أفراد المجتمع والقطاع المصرفي في نطاق الحركة الدافعة لمستقبل أفضل .

تعد الصناعات الإبداعية من أكثر القطاعات الاقتصادية مساهمة في الناتج المحلي الإجمالي وفي التجارة العالمية التي اهتمت بها المؤسسات المصرفية بشكل اخلاقي وقد أظهرت تطوراتها المتصاعدة خاصة أن المساهمات التي تشارك فيها بطبيعتها خلاقة ودافعة إلى المزيد من الفرص الاقتصادية التي تحقق فيها إبداعاتها سواء بالسلع أو الخدمات أو استخدام التكنولوجيا والأبحاث والتدريب للوصول إلى درجة الإشباع لكافة أفراد المجتمع حتى ولو اندمجت المؤسسات المصرفية مع بعضها البعض⁽¹²⁾.

4- تحقيق إنتعاش اقتصادى دائم ومستمر :

إهتمام المؤسسات المصرفية بالنشاط الاقتصادي لتنمية المجتمع لكي يجعله مستهلك جيد للسلع والخدمات التي تكون متاحة له . وتسعى المؤسسات المصرفية في الوقت الحاضر لزيادة نشاطها المجتمعي وترصد كثيراً من الأموال للترويج والتسويق عن خدماتها بشكل مباشر وموجه للعميل لتؤدي نفس الدور التسويقي بناء على استراتيجية تعتمد على قوة السوق المصري⁽¹³⁾ وتلبية رغبات المستهلك . وتعدد المؤسسات المصرفية من هذا النوع يؤدي إلى الإنتعاش في كافة الأنشطة الاقتصادية . ولا يتم ذلك بصورة مؤقتة لكن بصورة مستمرة حتي يتم التمويل الذاتى لإحداث التنمية المجتمعية وهو من أهم شروطها أن يوجد مصدر دورى متجدد يدر دخلاً لإمكانية الصرف على كافة عناصر المشروع، فعلى سبيل المثال عند قيام المؤسسة البنكية بإنشاء مدرسة تعليمية في مكان ما فعن طريق تحصيل الرسوم المدرسية المحددة بمعرفة الدولة يتم تشغيلها ومن أرباحها يتم الصرف منها على العاملين بها لان المستهلك الدائم للسلع والخدمات المنتجة موجود وهو في نفس الوقت يقوم بإستهلاك السلع المتنافس عليها لرغبته في ذلك⁽¹⁴⁾ .

ويظهر الإنتعاش الاقتصادي عن طريق نسبة تحقيق الأرباح حتي يصبح من أهم شعارات المؤسسة المصرفية أن تعلن عن إهتمامها بالحفاظ على الموارد الطبيعية وتوفير ظروف العمل الملائم والأمن للعاملين وحماية المستهلك، وذلك بهدف تجنبها لأية ظروف سياسية أو أمنية للمقاطعة رغم الترابط الشديد بين النشاط السياسى والنشاط الاقتصادي بهدف جذب العملاء.

5- زيادة التنمية الاقتصادية :

تحتاج التنمية الاقتصادية⁽¹⁵⁾ إلى مساندة القطاع الخاص لفئات المجتمع المختلفة وضرورة الوصول إلى أنسب السبل لتوزيع الأعباء المترتبة عليها وضرورة التخلي عن العادات والتقاليد التي تعوقها . ويقع عبء زيادة التنمية الاقتصادية على المؤسسات المصرفية الاستثمارية بزيادة عددها، ذلك لما تقوم به من زيادة الإهتمام بالأفراد وحثهم على العمل كقيمة اجتماعية بطريقة أخلاقية وليس كوسيلة للرزق فقط، حتي يمكن إحداث التقدم الاقتصادي عن طريق زيادة الدخل القومي⁽¹⁶⁾ . وتعد من المنافع الاقتصادية التي تميز القطاع المصرفي عن المؤسسات الأخرى والوفاء بالتزاماتها تجاه المجتمع، وقدرة المؤسسة على النفاذ في الأسواق الخارجية، وتخفيض تكلفة إنتاج الخدمة ، وزيادة كفاءة المؤسسة المصرفية .

ونأمل من المؤسسات المصرفية والتي هدفها العناية الفائقة بالمستثمرون في مصر أن يهتموا ببناء مدارس مختلفة في المناطق العمرانية الجديدة وإنشاء خطوط للسكك الحديدية لخدمة العاملين بالمصانع ضمن أنشطتهم في ضوء الخدمة المجتمعية ومن المؤكد أن النفع سيعود عليهم أولاً في توفير المبالغ المخصصة لوسائل نقل العاملين والوقود المستخدم وراحة للعاملين وحلاً لمشكلات المرور ونظافة للبيئة وفتح مجال الاقتراض من أجل إنشاء هذه الخدمة .

6- تطوير فرص التعلم والتدريب ونقل التكنولوجيا :

التعليم والتدريب من أهم المحاور الأساسية لتحسين العنصر البشري لرفع الإنتاجية، وقوة العمل تعتمد على التدريب⁽¹⁷⁾ لذلك هو في حد ذاته استثمار وليس إستهلاك، وعن طريقه تطور المؤسسات المصرفية في تقديم خدماتها بطريقة أخلاقية في ظل ما يحصل عليه العاملين من برامج وتدريب ليستفيد منها جميع الأطراف والنصيب الأكبر يعود على البنك . وهناك سلسلة من الأهداف في كل مرحلة (التعليم / التدريب) تنعكس اقتصادياً على الفرد والمجتمع، ودور التعليم يظهر في رفع مستوى الأداء وقلّة تكاليف المشروع وزيادة الإنتاجية للسلع والخدمات باستخدام الأساليب الجديدة لتحسين بيئة الأعمال التجارية تنفيذاً لإستراتيجية الاستثمار⁽¹⁸⁾. وينعكس ذلك كله على الدخل القومي وفي حالة الزيادة تتحقق الرفاهة لكل أفراد المجتمع .

التعليم والتدريب له تأثيره على كسب الثقة وإكتشاف القدرات وقياسها مما يؤدي إلى حل المشكلات والإبتكار وزيادة الإنتاج⁽¹⁹⁾ لذا تسعى المؤسسات المصرفية إلى تطوير أفراد المجتمع عن طريق منح دورات تدريبية ومحاضرات وعقد مؤتمرات وندوات وحلقات بحث في المجالات المتخصصة بحسب النشاط الرئيسي للمؤسسة . وعن طريق استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في حد ذاتها تنقل ثقافة جديدة للمجتمع وخاصة في الدول النامية والمجتمعات الريفية في شكل مبادرات لتحسين وإنشاء المؤسسات التربوية ومؤسسات البحث العلمي⁽²⁰⁾. والملاحظ في معظم الدول النامية أن تهتم المؤسسات المصرفية بالأنشطة التي تتخصص فيها وفي نفس منطقتها الجغرافية أو المناطق الفقيرة حتى تستفيد في الأجل الطويل من خريجين هذا المشروع ومن ولائهم للمؤسسة المصرفية والتعامل معها وهو في نفس الوقت يعد من الاستثمار في تحسين الاقتصاد بشكل غير مباشر . وقد تخدم مؤسسات أخرى في نفس نشاطها الاقتصادي وليس لديها إمكانيات فن تنفيذ هذه الخدمة.

وتحسين التعليم والتدريب لتأهيل الشباب حديث التخرج في المشروعات الصغيرة من أهم التحديات التي تواجه المؤسسات المصرفية ، وأنظمة التعليم والتدريب في مصر والدول العربية، حيث يفتقر الكثير منها إلى العمالة المتخصصة في المجالات التي يحتاجها السوق مما يساعد على سد الفجوة بين العرض والطلب على العمالة⁽²¹⁾. ولا يمكن أن نتجاهل أن التعليم والتدريب يؤديان إلى خلق مهارات وطنية تعد من العناصر الأساسية للدولة لتيسير عملية التنمية الاقتصادية في كافة القطاعات، رغم وجود مشكلة تواجه بعض أفراد المجتمع وبخاصة

الشباب، إن المؤسسات تطلب للتعين فيها من لديهم الخبرة العملية ولا يكتفى بالتأهيل والتدريب الذي حصل عليه الشباب بإعتبارها دراسة نظرية فقط تفتقر للجانب العملي والتطبيقي.

خطط التدريب تحتاج إلى استراتيجية طويلة المدى تهدف إلى تعزيز وجود الكوادر المدربة التي توفرها المؤسسات المصرفية للمجتمع المحيط وخاصة أن لتلك المؤسسات فروع كثيرة منتشرة في كافة أنحاء البلاد. تنعكس إيجاباً على وبالتالي ترفع من مستوى الدخل للأفراد. خصوصية المؤسسات تتميز بوجود عنصر المنافسة في المجالات الاقتصادية والبيئية والبشرية ومن الضروري أن تكون المنافسة بحسب القوانين والأنظمة والتي تؤكد تعزيز الجهات الرقابية لإعلان أخلاقيات الجهة المصرفية .

وتتمتع المؤسسات المصرفية الكبرى التي تهتم بالخدمة المجتمعية بثقل مالي كبير يصعب أو يكاد يكون من المستحيل على الأفراد إمتلاكه، ونتيجة إمكانياتها المالية الضخمة تسعى إلى نقل التكنولوجيا من الدول المتقدمة إلى الدول النامية عن طريق توفير الآلات والمعدات الحديثة الملائمة، ونقل الخبراء والخبرات والمعرفة، وقد تأخذ صور متعددة منها براءات الاختراع أو تكنولوجيا كثيفة العمل أو رأس المال (22).

إن تبني نقل التكنولوجيا عبر المؤسسات المصرفية للخدمة المجتمعية تخلق ميزة تنافسية من صنع الإنسان . والأيدى العاملة الماهرة هي الأداة الرئيسية للتنافس وهي الميزة التنافسية الوحيدة المستدامة، حيث تستطيع توليد التكنولوجيا الجديدة للمنتجات والعمليات، وهي التي تحرك سريعاً الموارد الطبيعية ورأس المال على نطاق الدولة بل العالم (23) وفي حالة المؤسسات المصرفية المتعدية والمتعددة الجنسيات تسعى للسيطرة على التكنولوجيا بسطوة إحتكارية وبخاصة في المجالات التي تخدم التكنولوجيا بكثافة، عن طريق نقل التكنولوجيا ويمكن للمؤسسات المصرفية إنتاج خدمات جديدة ولاسيما الالكترونية كأسلوب جديد تخليقي بديلاً تاماً للموارد الأولية الطبيعية، مما يخفض الطلب على الموارد الأولية في الوقت ذاته لإثبات كفاءة المؤسسة المصرفية على تقديم وتوفير السلعة أو الخدمة في شكل جديد وأعلى جودة وأقل سعراً في ظل خدمة مجتمعية. بدون أن تتجاهل التكنولوجيا الحديثة في الاستثمار والانتاج والتسويق على إعتبار أن هذه المجالات الرئيسية في أى نشاط اقتصادي (24).

7- توجيه الاستثمارات للمناطق الفقيرة :

إن من الطبيعي أن فرص الاستثمار تخلق قيمة (25) اقتصادية في المناطق الحضرية والصحراوية في الأجل القصير والمتوسط والطويل بينما في المناطق الريفية والقرى تكون ضعيفة لعدم إهتمام الدولة بالخدمات الأساسية فيها، وتتأثر تلك المناطق سلباً بفرص العمل المتاحة لأفرادها وإنخفاض الدخل ومستوى المعيشة وزيادة الفقر والمرض والأمية ومن ثم نشاط المؤسسات المصرفية الاقتصادية تجاه المجتمع يعمل على جذب الاستثمارات لتلك المناطق بهدف تنميتها وإتاحة فرص عمل جديدة إضافية فيها وإستغلال كافة الموارد الطبيعية المتاحة بها لرفع مستوى معيشتهم وتوظيف كافة فئات المجتمع بحسب البيئة التشريعية (26)، وإنشاء أسواق مختلفة في مجالات

الصناعة – والأسواق الزراعية حسب طبيعة المنطقة الموجه لها الاستثمار والأقاليم الجغرافية وإشباع الحاجات الأساسية لأفراد المجتمع .

إن الاستثمار المقصود هو توجيه نشاط المؤسسات المصرفية عن طريق إستغلال جزء من رأس المال وتوجيهه للعمل في المناطق الأقل فقرًا بهدف خدمة المجتمع والحصول على ربح يعود على فئات المجتمع ذاته والمنطقة المستثمر فيها أموال المؤسسة لضمان مورد مالى دوري متجدد لخدمتهم المجتمعية وبخاصة أن أفراد المجتمع الرفي بدأ يتحدث عن الاستثمار المالى فى شكل ممتلى غير من المجتمع الحضري فى ظل ثورة المعلومات الاستثمارية المعتمد عليها فى الحوارات المجتمعية ⁽²⁷⁾ والحوارات المتبادلة بين الشباب على صفحات التواصل الاجتماعي facebook وأن الربحية الاجتماعية هى مقياس ⁽²⁸⁾ الكفاءة الاقتصادية على المستوى القومي أو من وجهة النظر الاجتماعية أى قياس الآثار الاجتماعية والاقتصادية للاستثمار ⁽²⁹⁾ على مستوى المجتمع الذي يحتوى تلك المشروعات ⁽³⁰⁾.

ونأمل أن تتكاتف المؤسسات المصرفية الخاصة وتقدم خدمة للمجتمع بأن تتعهد بتوظيف كل من يلتزم بالبرنامج الذي تعلن عنه المؤسسات المصرفية مجتمعة فى شكل برامج وليس تبرعات خلال مدة لا تتجاوز تسعة أشهر للإرتقاء بالمستوى الثقافي والحضاري والتعليمي والحد من البطالة والأمية وخاصة ان المؤسسات المصرفية تحتاج لعمالة مؤهلين ومن المؤكد أن ذلك يساهم بنسبة كبيرة فى رفع الإنتاجية .

8- إنفاق الأجور والمرتبات :

تقوم المؤسسات المصرفية من خلال ممارستها المجتمعية إلى إنفاق أجور ومرتبات ⁽³¹⁾ وتبرعات وضرائب وجميعها تساهم فى تنشيط كافة العمليات الاقتصادية المرتبطة بأعمالها .

الإنفاق قد يكون إنتاجى أو إستهلاكى أو استثمارى، ويخصص لكل فئات المجتمع المستفيد من الخدمات التى تقدمها المؤسسة المصرفية، وبالنسبة للضرائب التى يدفعها الممولون نتيجة عملهم مع المؤسسات – حيث يفترض أن المؤسسة ذاتها تعفى ضريبياً بمقدار ما تقوم به من تخصيص للموارد أو أموالها للخدمات المجتمعية أو على الأقل جزء منها .على الرغم من أن قانون الضرائب المصري وكذلك قانون الاستثمار يحددان نسبة معينة من الأرباح وليس كل ما يتم صرفه على الخدمات المجتمعية، حتى لا يؤدى إلى تهرب ضريبى بشكل مباشر "تهرب مقنن" حيث أن الضريبة تؤدى إلى زيادة الإيرادات العامة للدولة وتحسين الأوضاع المالية للميزانية العامة ومن ثم يمكن تحسين الأوضاع المالية لأفراد المجتمع، أو تخفيض الديون أو سداد نسبة من القروض العامة وكل ذلك ينعكس على رفاهة المجتمع .

9- إتاحة فرص العمل والحد من البطالة من خلال التشغيل :

ينعكس الأثر الإيجابي على قطاع التشغيل والتدريب بتوظيف القوى العاملة وبخاصة في المجتمعات التي بها قوى بشرية كثيفة ومتعددة (الماهرة أو غير الماهرة) التي تقضي على البطالة مما يؤدي إلى المساهمة في تحقيق الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي والسياسي .

من الحلول المقترحة لمعالجة مشكلة البطالة برنامج "الشبكة الاجتماعية" بتخصيص إعانات وتعويضات مالية تهدف في مجملها إلى حماية وتدعيم الفئات الأكثر فقرًا⁽³²⁾ والأكثر تضررًا نتيجة القيود التي فرضتها طبيعة التوجه الإنكماشى للاقتصاد الوطنى⁽³³⁾. ونأمل أن تحدد المؤسسات المصرفية موعدًا محددًا سنويًا لإمكان الإعلان عن الوظائف الشاغرة حتى يمكن تحديد أعداد البطالة بسهولة من خلال المتقدمين للإعلان بالنسبة للقطاعات المصرفية العامة والخاصة⁽³⁴⁾.

10- حركة ميزان المدفوعات:

كافة العمليات الاقتصادية تسجل قيمتها في ميزان المدفوعات بين الطرفين (المقيمين وغير المقيمين) في خلال مدة معينة غالبًا سنة. وتعتمد المشروعات التجارية والمصرفية أثناء إستقلالها في ممارسة نشاطها على الإستيراد والتصدير، لذا فهي تنعش اقتصاد الدولة التي تمارس فيها النشاط من تدفق لرأس المال والبضائع سواء كانت مواد أولية أو مواد نصف مصنعة أو تامة الصنع بحسب الأحوال أو الإحتياج، وترتب حقوقًا والتزامات قبل الغير وتغطية المدخرات المحلية .

زادت سيطرة المؤسسات المصرفية المتعدية والمتعددة الجنسيات (دولية النشاط) وتطورت وسائل الشراكة بينهم، وبين المشروعات العملاقة والدول مما أدى إلى الإهتمام بالاستثمار المباشر وغير المباشر نظرًا لصعوبة وجود الإكتفاء الذاتي بين الدول الأمر الذى غير من صورة المشروعات ووصلت إلى العولمة وتطورت المشروعات التجارية والإنتاجية . وعن طريق إنتاج السلع والخدمات التي تشبع رغبات المجتمع، تحدث في نفس الوقت زيادة درجة الرضا لدى أصحاب المصالح ويتحقق التماسك الاجتماعى والترابط بين الأفراد والجمعيات لوجود الخدمات المبنية على ترسيخ لمبادئ الاخلاق بين كافة الأفراد.

يعد إنتقال رأس المال من جانب واحد أوضح مثال على عدم التزام الدولة أو الأفراد من الإلتزام برد المال ولا بدفع فوائد أو أقساط، حيث يلعب هذا النوع دورًا رئيسيًا بإتساع مجاله وكبر حجمه في أهم صورة من صوره وهى المنح والإعانات والتعويضات التي توسعت فيها المنظمات المصرفية الخاصة في الدول المتقدمة لمنحها للدول الأكثر فقرًا بهدف إعتبارات سياسية واقتصادية واجتماعية وإنسانية حتى ولو كانت هذه الإعتبارات الأخيرة هامشيًا⁽³⁵⁾.

وهذا الرصيد الإيجابي المحقق من جانب واحد يستخدم في سد العجز في الميزان التجاري وقد تتنوع أشكالها مثل الأموال النقدية أو الأموال العينية أو المساعدات الفنية في البرامج المختلفة كالتعليم أو الصحة أو الإعانات للفقراء والمحتاجين وهي في مجملها أموال لا ترد تعطي لخدمة التدهور الحاد لمستوى الخدمات الاجتماعية الأساسية والاقتصادية .

11- بناء علاقات اقتصادية قوية مع الحكومات :

تسعى المؤسسات المصرفية للتقرب من الحكومات بهدف تبادل المنفعة بين الطرفين، فالبنوك تساهم بالخدمة المجتمعية وتنمية المجتمع مادياً ومعنوياً وسلوكياً ويتحقق لها في الأجل الطويل منافع كثيرة كتتحقيق التقارب بين البنك والعملاء وبخاصة المساهمين في تكوينها ودعم الثقة المتبادلة بين الطرفين والثقل الربحي والإنتاجي الذي يعود على الطرفين وتحسين السمعة في الأوساط المنافسة وكذلك الإحتفاظ بالموظفين الأكفاء الذين يترجمون ولائهم وتحسين الجودة وجذب المستثمرين .

وفي الوقت ذاته تنتفع الحكومات في حل مشكلات المواطنين أو التقليل من وجود تلك المشكلات، عن طريق وجود القطاع الخاص الذي يقف بجانبها ويساعدها على توفير حلول مبتكرة بأحدث التكنولوجيا التي لا تقدر الحكومات على تحمل تكلفتها وبحسب أولوياتها في الخطط التي تضعها لنفسها⁽³⁶⁾، وفي المقابل لذلك تتنازل الحكومات عن بعض حقوقها بشكل غير معلن للمؤسسات المصرفية نظير ما تقوم به، مما يؤدي إلى أن الأخيرة تفرض سيطرتها على المجالس النيابية لما تقوم به من خدمات لصالح الوطن، وتحصل على التشريعات التي تساعد على للحصول على إمتيازات تشريعية لم تحصل عليها لو لم تقم بنشاطها المجتمعي .وتيسير حل نزاعاتها المحتملة، بإعتبارها صاحبة مركز قوة ونفوذ لما تعرضه من خدمات مقدماً.

وكلما زادت قوة المؤسسة - بفرض عدم قدرتها على التدخل التشريعي بشكل مباشر أو غير المباشر لأصحابها - المالية والفنية والإدارية تتيح لها الفرصة لإنشاء وتكوين علاقات وإتفاقات داخلية قوية تنتج عنها جوانب إيجابية لصالح الطرفين حتى ولو وصل الأمر إلى حدوث تكتلات أو إندماج بين المؤسسات المصرفية من طرف والحكومة من طرف آخر.

أخلاقيات المهنة في القطاع المصرفي يستلزم من المؤسسات عدم التلاعب بالأسواق والاستيلاء على أموال العملاء أو حسابات المعاشات أو ممارسة أنشطة اقتصادية غير قانونية كغسيل الأموال أو تمويل عمليات اإرهابية وإنعكاساتها في شكل مسؤولية مجتمعية .

ثالثاً: نموذج تطبيقي على البنوك المصرية :

أ- المسؤولية المجتمعية لبنك مصر :

إقامة المشاريع التي تحقق التكافل الاجتماعي في مصر⁽³⁷⁾. تعتبر مواطنة الشركات أو المسؤولية الاجتماعية للشركات في بنك مصر جزءاً لا يتجزأ من نظام عمل البنك فهي بمثابة مفتاح النجاح لتحقيق الاستدامة والحفاظ عليها فمن خلال العمل المسئول نسعى جاهدين إلى خلق قيم اجتماعية وإنجازات اقتصادية. يضع بنك مصر منذ بداياته المسؤولية الاجتماعية نصب عيناه لكونها أحد أهدافه الرئيسية، فلقد تأسست مؤسسة بنك مصر لتنمية وخدمة المجتمع حديثاً كجهة قانونية مستقلة تديرها مجموعة من أعضاء مجلس الإدارة من الأمناء لإجراء تنمية اجتماعية جذرية. ونفذت المؤسسة عدداً من الأنشطة التي تتماشى مع أهدافها.

رسالة البنك تتبلور في المساهمة الإيجابية في تنمية المجتمع من خلال مشاريع تقوم المؤسسة بتنفيذها بنفسها أو من خلال شركاء متخصصين من الجمعيات الأهلية ومؤسسات المجتمع المدني المعنية بالتنمية، وتوجه خاصة للشباب والمرأة في مجالات التعليم، خلق فرص العمل، إضافة إلى المشروعات في قطاع الصحة مع تشجيع مشاركة العاملين ببنك مصر في أنشطة المؤسسة

أهداف المؤسسة

- التركيز على مجالات التعليم، خلق فرص العمل، التنمية الاقتصادية، الصحة وحماية البيئة.
- مساندة ودعم الأنشطة التنموية ذات التأثير الفعال في خدمة المجتمع والبيئة.
- تقديم الدعم لمراكز البحث العلمي، المدارس، الجامعات والمستشفيات العامة.

ب- المسؤولية الاجتماعية البنك التجاري الدولي:

بسبب التزامنا تجاه كل من مجتمعنا وبيئة العمل لدينا، تلعب المسؤولية الاجتماعية للشركات دوراً أساسياً في عملياتنا في البنك التجاري الدولي. تؤثر أعمالنا على بيئتنا المحلية وتمس حياة الملايين من الناس في جميع أنحاء مصر. ومن خلال هذا التوجه الفريد أصبح البنك التجاري أحد الرواد في "المسؤولية الاجتماعية للشركات" والتي تقوم على سبعة مجالات رئيسية.

رعاية المواهب: في بداية العام، شارك البنك التجاري الدولي في رعاية "سمبوزيم القاهرة لنحت حديد الخردة"، وذلك تشجيعاً من البنك للمواهب الفنية التي تستلهم المعادن مصدراً لها لخلق أعمال فنية. في عام 2012 تعاون البنك مع إدارة الفنون الجميلة بوزارة الثقافة المصرية كي يحتضن جيل جديد من الفنانين الصغار الموهوبين، وفي إطار هذا التعاون، أقيمت مسابقة ومعرض لهؤلاء الشباب لعرض أعمالهم الفنية تحت رعاية البنك التجاري الدولي. قام البنك بإصدار كتاب باسم (مصر: الوعد- الإصدار الثاني)، والذي تم تصميمه ونشره من قبل البنك

مصاحباً لفعاليات المعرض. كما أتى إسهام آخر من البنك التجاري الدولي في عالم الفنون الرفيعة عبر رعايته للجمعية المصرية الفلهرمونية، والتي تقدم أعمالاً موسيقية كلاسيكية.

Enactus: للعام السابع على التوالي، قام البنك التجاري الدولي بمواصلة شراكته الممتدة مع Enactus (والمعروفة سابقاً باسم سايف) كي تقوم بترويج حلول مهنية وعملية بين الشباب لمعاونتهم على الوصول إلى حلول مستدامة لتحسين أوضاع المجتمعات الفقيرة والمحتاجة .

يقود هذه المبادرة طلاب، أكاديميون، وعاملون في مجال الأعمال، حيث تطبق المعايير المهنية والاحترافية لحل مشاكل المجتمعات الفقيرة سواء الحاجات الاقتصادية أو الاجتماعية. وهي عملية لا تفيد فقط المحتاجين ولكن أيضاً تساعد الطلاب على تطوير قدراتهم القيادية، تعليمهم روح الفريق، مهارات العروض التقديمية، الاتصال، والتواصل بشكل عام، وذلك بالتزامن مع تطوير شعورهم بالانتماء والمسؤولية تجاه مجتمعاتهم، كما يحصل الطلاب على فرصة لتطوير قدراتهم العملية والقيادية. قام البنك التجاري الدولي هذا العام برعاية مسابقة Enactus الخاصة حول (أخلاقيات العمل) كما قام البنك أيضاً برعاية المسابقة الوطنية، والتي تجرى على مدار يوم كامل، حيث تقوم مجموعة من الفرق المشاركة من أهم الجامعات المصرية بالتنافس للحصول على فرصة لتمثيل مصر في مسابقة Enactus العالمية. ويسعدنا هنا أن نشير إلى أن الفريق المصرى المشارك من الجامعة الفرنسية في مصر قد نجح في الحصول على المركز الثاني في مسابقة Enactus العالمية والتي عقدت بالعاصمة الأمريكية واشنطن عام 2012.

صحة المجتمع: بالتعاون مع مستشفى سرطان الأطفال 57357 والسفارة الكندية بمصر، شارك متطوعون من البنك التجاري الدولي في سباق تيري فوكس بطول 4 كم، وذلك حول سور الجامعة الأمريكية بالقاهرة، وذهبت جميع عوائد هذه الاحتفالية إلى مركز الأبحاث بمستشفى 57357.

وعلى صعيد مماثل، لعب البنك التجاري الدولي دوراً في حملات التبرع بالدم لعدة سنوات، وذلك كي نساهم في مواجهة الاحتياج الدائم لنقل الدم في مصر، وقام البنك -تحت رعاية وزارة الصحة- بتنظيم حملة للتبرع بالدم استمرت على مدار ثلاثة أيام في عدد من فروع البنك في مختلف أنحاء الجمهورية، وذلك تشجيعاً للموظفين على التبرع.

التوعية البيئية: على صعيد البيئة، انخرط هدفنا لعام 2012 في التأكد من تطبيق برنامج "البنك التجاري الدولي لحافظ على البيئة" في جميع مراكزنا الرئيسية. يهدف البرنامج إلى تشجيع السلوكيات صديقة البيئة من قبل الموظفين، وذلك عبر الترويج للتوعية بأهمية الحفاظ على الورق، الماء، الكهرباء، ومواد استهلاكية أخرى. وقد تضمنت هذه الإجراءات التحفظية استخدام أدوات موفرة للماء والكهرباء. كما قمنا بتطبيق برنامجنا للحفاظ على البيئة عام 2012 في مركزنا الرئيسى بالقرية الذكية، وذلك كي نضمن أن كافة مواد الدعاية الخاصة بنا مطبوعة ومصنعة من مواد صديقة للبيئة، وكذلك في مختلف فروع البنك.

يعمل البنك التجاري الدولي على إطلاق العديد من مبادرات الاستدامة بناءً على التزامه المستمر بتطبيق المزيد من الممارسات صديقة البيئة.

تطوير العاملين: في مجال تطوير وتدريب العاملين، قمنا بالتركيز على تحسين المهارات الإدارية لجميع مستويات الإدارة، وقد تضمن ذلك إطلاق برنامجين جديدين:

1. برنامج (مشرف لأول مرة) والذي تم تصميمه ليواكب احتياجات المديرين الذين تمت ترقيتهم حديثاً وتقوية قدراتهم الأساسية وقدرتهم على إدارة فريق العمل بفاعلية كونهم مديرين.

2. يركز برنامج "تطوير الإدارة المتوسطة" على إدارة التغيير، وتقوية مهارات القيادة لدى المديرين المتوسطين ومساعدتهم على تطوير أفكارهم وقدراتهم بشكل استراتيجي لتتسق مع رؤية البنك التجاري الدولي.

تعمل هذه البرامج المطورة حديثاً جنباً إلى جنب مع برنامجي إدارة آخرين: برنامج قيادة بنوك التجزئة، والذي تم تصميمه خصيصاً لخلق مواهب جديدة في قطاع بنوك التجزئة المصرفية، وبرنامج الإدارة والقيادة والذي يهدف إلى تطوير قدرات القيادة والإدارة للمديرين التنفيذيين.

ميثاق الشرف: يؤمن البنك التجاري الدولي بضرورة منح فرص متساوية لجميع موظفي البنك، وهو ما ينعكس بوضوح في ميثاق الشرف الخاص بنا. بالإضافة إلى تشجيع كافة الممارسات المناهضة للتمييز، تمنع سياساتنا أي نوع من التحرش أو التهيب، وهو ما نراه بوضوح في تبني سياسة الإفصاح التي توفر أعلى درجات السرية والحماية لكل من يريدون أن يفصحوا بوضوح عن أخطاء مؤسسية.

إدارة تجربة العملاء: نقوم بإدارة ومراقبة مستوى جودة الخدمة المقدمة للعملاء وقياس مدى رضائهم وقد تطلب منا الوصول إلى النجاح الذي حققناه استخدام طريقة إدارة شاملة ضمت:

- تحقيق الامتياز في العمليات.
- التركيز على رضا العميل.
- بناء الكوادر المصرفية.

قمنا بخلق وإدارة هيكل تنظيمي مخصص كي نتمكن من تحقيق الامتياز في العمليات، وذلك عبر مراقبة وتحسين العمليات الأساسية، كما قمنا بتوجيه كامل انتباهنا نحو العاملين بالهيكل المؤسسي بالإضافة إلى خلق بيئة ترحي وتبني رضا العميل.

تم تدريب الموظفين العاملين بالإدارات وخدمة العملاء على جودة الخدمة على ثلاث مراحل، وقد انعكس التدريب إيجابياً على تجربة العملاء بالبنك، كما تم تبني عدة وسائل لقياس آراء العملاء وتسجيلها عبر مختلف الإدارات بالبنك.

حيث يعد رضا العملاء ذو أولوية قصوى لدى البنك التجاري الدولي. يتم التحقيق في الشكاوى بأقصى اهتمام عبر وحدة رعاية العملاء ووحدة الشكاوى، والتي تديرها مجموعة التوافق بالبنك. جميع أوجه القصور يتم التعرف عليها وحلها لضمان رضا العميل.

ملاقة توقعات المساهمين: يضم مجلس إدارة البنك التجاري الدولي ثماني أعضاء غير عاملين و مدير عامل بالبنك، يعكس التنوع في خبرات والخلفيات الذي يمتلكه أعضاء مجلس الإدارة ثقافة البنك.

يتم إعلام مجلس الإدارة بكل ما يجد من أنشطة البنك، ويتم تقييم أدائه ومقارنته بالأهداف الإستراتيجية للبنك، إن الإفصاح السريع عن أي معلومات مالية أو غير مالية يتم بشكل دوري وذلك تدعيماً لالتزام البنك التجاري الدولي بإطلاع المساهمين على كل ما يستجد.

خاتمة:

في النهاية، فإنه من الجدير بالذكر أن سياسات الحوكمة التي يتبعها البنك، والتي تضمن استقلالية أدائه في مجالات التوافق والمخاطر، يتم إظهارها في أعلى مستويات التوافق مع هياكل الحوكمة الخاصة بالبنك المركزي المصري للبنوك المصر.

الإحالات والمراجع:

- ¹ د. السيد عبد القادر زيدان : مبادئ العلوم السلوكية، بدون ناشر، 2012، ص 189.
- ² د.رضا عبید، د.نشأت إدوارد ناشد:مبادئ القانون، بدون ناشر، 2009، ص 158.
- ³ (عديلة كورتينا :مواطنون في العالم نحو نظرية للمواطنة، مكتبة الاسرة، 2015، ص 163.
- ⁴ (op. cit. , p.284. Bradly R.Schiller:The economic today ،
- ⁵ (op. cit. , p.488. Paul A.Samuelson & Williamd D.Nordhaus :Economics
- ⁶ (op.cit. , p. 587. William J.Baumol & Alan S.Blinder : Economics principle and policy
- ⁷ (Paul A.Samuelson & Williamd D.Nordhaus: Economics ، op.cit. , p.38.
- ⁸ (جون ورد:الشركات العائلية، مركز الخبرات المهنية للإدارة، القاهرة، 2004، ص 182.
- ⁹ د. محمد مروان :مبادئ الاقتصاد، بدون ناشر، 2008، ص 15، ص 256.
- ¹⁰ (op.cit. , p.378. Environmental economics &policy : ، Tom Tietenbery &Lynne Lewis
- ¹¹ (William J.Baumol & Alan S.Blinder : Economics principle and policy ، op.cit. , p.173.
- ¹² د. محسن أحمد الخضيرى :الاقتصاد الإبداعي :إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، 2009، ص 41.
- ¹³ (Michael R. Baye : managerial economics and business strategy ، op. cit. ، p.509
- ¹⁴ د. محسن أحمد الخضيرى :المرجع السابق، ص 20.
- ¹⁵ (Environmental economics &policy ، op. cit. , p.448. : Tom Tietenbery &Lynne Lewis
- ¹⁶ د. إبراهيم نصار اليماني :محاضرات في التنمية الاقتصادية، بدون ناشر، بدون سنة نشر، ص 14.
- ¹⁷ (William J.Baumol & Alan S.Blinder : Economics principle and policy ، op.cit. ، p. 491.
- ¹⁸ (Mc Graw-Hill ,Mark Hirschey &John Nofsinger:investments analysis and behavior، 2010، p.74.

- ¹⁹ (د. مدحت محمد أبو النصر : مفهوم ومراحل وأخلاقيات مهنة التدريب بالمنظمات العربية، إيتراك، 2007، ص 23.
- ²⁰ (د. أسعد خطاب :اقتصاديات تنمية الموارد البشرية، دار الكتاب الحديث، 2011، ص 167.
- ²¹ (د.إبراهيم المصري :النظريات الاقتصادية، دار الحكمة، 2013، ص 183.
- ²² (د. حمدي عبد العظيم : اقتصاديات التجارة الدولية، بدون ناشر، 2010، ص 40.
- ²³ (د. ماهر ظاهر بطرس & د.نشأت إدوارد ناشد : الاقتصاد الدولي، بدون ناشر، بدون سنة نشر، ص 58.
- ²⁴ (Bradly R.Schiller:The economic today, McGraw-Hill، 2006، p.353.
- ²⁵ Ioannis Ioannou & George Serafeim : The Impact of Corporate Social Responsibility on Investment Recommendations ، Social Issues in Management (SIM) Division، 2010، p.22.
- ²⁶ (Mark Hirschey &John Nofsinger : investments analysis and behavior ، op. cit. ، p.271.
- ²⁷ (د. أمين السيد أحمد لطفي :دراسة جدوي المشروعات الاستثمارية، الدار الجامعية، 2006، ص 38.
- ²⁸ (Michael P.Todaro&Stephen C. Smith : economic development ،op.cit. ، p.15.
- ²⁹ (William J.Baumol & Alan S.Blinder : Economics principle and policy ، op.cit. ، p.739.
- ³⁰ (investments analysis and behavior ،op. cit. ،،p.240. Mark Hirschey ،John Nofsinger:
- ³¹ (op.cit. ، p.218. Paul A.Samuelson & Williamd D.Nordhaus :Economics
- ³² (William J.Baumol & Alan S.Blinder : Economics principle and policy ،op.cit. ، p.344.
- ³³ (د.إبراهيم المصري : مرجع سابق، ص 183.
- ³⁴ (Mark Hirschey &John Nofsinger:investments analysis and behavior ،op.cit. ، p.273.
- ³⁵ (د.ماهر ظاهر بطرس & د. نشأت إدوارد ناشد : مرجع سابق، ص 113.
- ³⁶ (op.cit. ، p.702. Paul A.Samuelson & Williamd D.Nordhaus :Economics
- ³⁷ (<http://www.banquemisr.com>