

تعزيز الشراكات الاستراتيجية بين القطاع الخاص والجمعيات الخيرية

*Enhancing strategic partnerships between the private sector and charitable organizations*عمر بن حميدوش¹¹ المدرسة العليا للتجارة ESC-Kolea ، مخبر الإصلاحات التنموية والاندماج في الاقتصاد العالميomarbenhamidouche@gmail.com

تاريخ النشر: 2024/12/01

تاريخ القبول: 2024/11/07

تاريخ الاستلام: 2024/10/08

ملخص:

يعتبر التمويل العقبة الأكبر في سبيل تطور الجمعيات الخيرية والقطاع غير الربحي، إلا أن الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة والبحث عن بدائل جديدة يمكن أن يغني عن البحث الدائم للمصادر التمويل من خلال رؤية تشاركية لأهداف مع القطاع الخاص لاسيما مع توجه هذا الأخير إلى التوافق مع المعايير العالمية الجديدة للمسؤولية الاجتماعية فإلى أي مدى يعتمد القطاع الخاص أبعاد المسؤولية الاجتماعية هدفا له، وكيف يمكن للقطاع الخيري في الجزائر أن يرقى إلى البحث باحترافية عن وسائل المتاحة للتمويل، وتوصل البحث إلى سبل الوصول إلى أرضية مشتركة تخدم أهداف القطاعين بفعالية ونجاعة أكبر.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، القطاع الخيري، قطاع الأعمال، الجمعيات الخيرية.

تصنيف JEL: L31، D71، L33، A13.

Abstract:

Financing is a major obstacle to the growth of charities and the non-profit sector. However, optimal use of resources and exploring alternative solutions can reduce reliance on constant funding searches. Aligning with the private sector's goals, especially with its focus on global standards of social responsibility, offers a path forward. The private sector's commitment to social responsibility and the professionalization of charities in Algeria are key to unlocking new funding opportunities. The research identified strategies to establish common ground for more effective collaboration between both sectors.

Keywords: social responsibility, charitable sector, business sector, non-profit associations.

Jel Classification Codes: L31، D71 33، L، A13.

1. مقدمة:

تُعَدُّ المسؤولية الاجتماعية أحد المفاهيم الأساسية التي تساعد في تعزيز اسهامات الجمعيات الخيرية في المجتمع، حيث تلعب هذه الأخيرة دورًا هامًا في تقديم الدعم والمساعدة للفئات الهشة مجتمعيًا. إلا أنها تواجه تحديات مالية تحد من قدرتها على تغطيات فئات كثيرة ومتنوعة. ومع تزايد التحديات المالية التي تواجهها هذه المؤسسات، يصبح من الضروري استكشاف سُبل تجاوز هذه العقبات لضمان استدامة عملها وتأثيرها الإيجابي.

تتفق الكثير من الدراسات على أن المؤسسات التي تتبنى المسؤولية الاجتماعية تعزز من أرباحها وصورتها العامة، مما يساهم في بناء ولاء قوي من الجمهور. هذا الولاء يدعم تنافسيتها ويسهم في التنمية المستدامة في المجتمعات التي تعمل فيها.

ومع ذلك ، يحذر الباحثون من كبح المؤسسات لوعي الناس من خلال استغلال هذا المفهوم لتحقيق مصالح قصيرة الأمد، مثل تسويق منتجات ذات جودة رديئة أو اتخاذ قرارات تضر بالبيئة والمحيط. مثل هذه التصرفات يمكن أن تؤدي إلى تراجع الثقة وصورة المؤسسة، مما ينعكس سلباً على أدائها على المدى الطويل إذا استحوذ هذا السلوك على التوجه العام في السوق.

تسلط هذه الدراسة الضوء على أهمية المسؤولية الاجتماعية كأداة فعالة في تعزيز قدرة الجمعيات الخيرية على مواجهة الصعوبات المالية، من خلال تطوير استراتيجيات مبتكرة لجذب الدعم المجتمعي وتعزيز الشراكات مع القطاع الخاص. كما تستعرض الدراسة نماذج ناجحة من الجمعيات التي تمكنت من التغلب على التحديات المالية عبر تطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية، مما يبرز الدور الحيوي الذي يمكن أن تلعبه هذه المبادئ في تحقيق الاستدامة المالية وتحسين جودة الخدمات المقدمة

وبناء على ما سبق، تتمحور إشكالية البحث في السؤال الجوهرى التالي:

كيف يمكن للجمعيات الخيرية استغلال المسؤولية الاجتماعية في القطاع الخاص كوسيلة لتجاوز العقبات التمويلية؟

ينجر عن هاته الاشكالية بعض التساؤلات الفرعية :

- هل يمكن للقطاع الخيري أن يكون شريكًا أساسيًا في تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية؟

- كيف يمكن لمؤسسات القطاع الخاص الاستفادة من القطاع الخيري لتعزيز ممارساتها في مجال المسؤولية الاجتماعية؟

يهدف هذا البحث إلى دراسة المسؤولية الاجتماعية باعتبارها توجهاً جديداً يكتسب اهتماماً متزايداً في العالم، وكيف يتم تطبيق هذا المفهوم على أرض الواقع في الجزائر، مع التركيز على دور مسيري مؤسسات القطاع الخاص ومدى اهتمامهم بهذا التوجه. بالإضافة إلى ذلك، يتناول البحث إمكانية أن يلعب القطاع الخيري دوراً هاماً في دعم وتطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الخاصة، سواء من خلال الشراكة أو التكامل لتحقيق الأهداف المشتركة المتعلقة بالتنمية المستدامة والمساهمة الاجتماعية.

تحليل الموضوع يشمل المحاور التالية:

- المسؤولية الاجتماعية كتوجه حديث: تطور المفهوم وأبعاده العالمية والمحلية، وكيف يتعامل القطاع الخاص معه في الوقت الحالي.
- تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الجزائر: مدى تبني مؤسسات القطاع الخاص لهذا التوجه، والمعوقات والتحديات التي تواجههم في تطبيقه.
- دور مسيري المؤسسات: تأثير مسيري مؤسسات القطاع الخاص في تبني سياسات المسؤولية الاجتماعية، ومدى اهتمامهم بالتنمية المجتمعية والمسؤولية البيئية.
- إمكانية مساهمة القطاع الخيري: تقييم الدور الذي يمكن أن يلعبه القطاع الخيري في دعم الشركات في تطبيق المسؤولية الاجتماعية من خلال الخبرات، المشاريع المشتركة، أو المبادرات المجتمعية.

هذا البحث سيساهم في تقديم رؤية شاملة حول العلاقة بين القطاع الخاص والقطاع الخيري في الجزائر، ودور كل منهما في تعزيز المسؤولية الاجتماعية وتحقيق تنمية مستدامة تعود بالفائدة على المجتمع والاقتصاد المحلي.

تتجلى أهمية هذا الموضوع من خلال ما نشهده في الحياة اليومية وتبعاتها، حيث أصبح إدراج المسؤولية الاجتماعية ضمن استراتيجيات المؤسسة ضرورة ملحة، لتجنب الوقوع تحت طائلة قوانين رادعة في المستقبل. فالأبعاد المتعددة للمسؤولية الاجتماعية تفرض على المؤسسة أن تراعي جميع جوانب مسؤوليتها، سواء داخلياً تجاه موظفيها أو خارجياً مع مختلف الأطراف المرتبطة بها. لا يمكن

لأحد أن ينكر الدور المهم الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية في تقدم المجتمعات الصناعية، دون الإضرار بحقوق المجتمع الذي تعمل فيه المؤسسة. فكما تسعى المؤسسة لتحقيق الأرباح، فإنها أيضًا تتحمل التزامات تجاه هذا المجتمع. لكن السؤال الأهم هو كيفية تفعيل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في المجتمع. من هنا، تبرز أهمية دراسة دور القطاع الخيري في تعزيز ودعم المسؤولية الاجتماعية في الجزائر.

2. مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأبعادها.

مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأبعادها يشير إلى التزام المؤسسات بالقيام بدورها تجاه المجتمع، بحيث لا يقتصر نشاطها على تحقيق الأرباح فقط، بل يشمل أيضًا الاهتمام بالتأثيرات الاجتماعية والبيئية لأعمالها. تتجسد أبعاد المسؤولية الاجتماعية في عدة جوانب، منها: المسؤولية الاقتصادية التي تتمثل في تحقيق الأرباح بشكل أخلاقي، المسؤولية القانونية بالامتثال للقوانين واللوائح، المسؤولية الأخلاقية من خلال تبني سلوكيات نزهة وعادلة، والمسؤولية الإنسانية التي تشمل المشاركة في تحسين حياة المجتمع والمساهمة في التنمية المستدامة.

1.2. مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

يعد تعريف المسؤولية الاجتماعية متغيرًا على حسب رأي كل باحث أو هيئة؛ ولذلك سنعرض مختلف التعاريف لمجموع الباحثين والهيئات.

- المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هي "الالتزام منظمة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وأن هذا الالتزام يتسع باتساع شريحة أصحاب المصالح في هذا المجتمع وتباين توجهاتهم" (صالح، 2009).
- كما عرفت المسؤولية الاجتماعية أنها "بمثابة العقد الاجتماعي ما بين مؤسسات الأعمال والمجتمع بما تقوم به من عمليات تجاه المجتمع". (البكري، 2001)
- كما قدمت منظمات دولية عدة تعريفات للمسؤولية الاجتماعية ومن أبرزها ما يلي: "تعرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية المسؤولية الاجتماعية على أنها: "الالتزام المنظمة بالمساهمة في التنمية الاقتصادية، مع الحفاظ على البيئة والعمل مع العمال وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع بشكل عام، بهدف تحسين جودة الحياة لجميع هذه الأطراف" (Marie-françoise GUYONNAUD, 2004).

- أما البنك الدولي، فيعرف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة بأنها: " الالتزام بالمساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة، وذلك من خلال التعاون مع العاملين وأسرهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشتهم على نحو مفيد لنشاط الشركات وللتنمية الاقتصادية" (Mullenbach, Paris 2002).

وبالتالي، فإن المسؤولية الاجتماعية تمثل تذكيراً للمؤسسات بواجباتها تجاه المجتمع الذي تنتمي إليه، حيث تقتصر على مبادرات اختيارية طوعية دون أن تكون ملزمة قانونياً.

2.2. أبعاد مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

هنالك تباين بين الباحثين في تناولهم لعناصر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات. فبعض الباحثين قدموا هذه العناصر ضمن إطار عام يغطي مجموعة من الأبعاد المتنوعة، حيث يمكن تكييف هذه الأبعاد وفق طبيعة عمل المنظمة، نشاطها، واهتمامات أصحاب المصالح المختلفين. في هذا السياق، تُعدّ المسؤولية الاجتماعية مرنة بحيث يمكن أن تتكيف مع بيئات العمل المختلفة وفقاً للاحتياجات المجتمعية والاقتصادية.

من جهة أخرى، طرح بعض الباحثين المسؤولية الاجتماعية من خلال بعدين رئيسيين هما:

- **البعد الداخلي:** الذي يركز على الالتزامات الداخلية للمؤسسة تجاه موظفيها والعاملين فيها، مثل تحسين بيئة العمل، الرعاية الصحية، التدريب، وضمان رفاهية الموظفين.
- **البعد الخارجي:** الذي يشمل التأثيرات الخارجية للمؤسسة على المجتمع والبيئة من خلال أنشطتها الاقتصادية والبيئية، مثل المساهمة في تنمية المجتمع المحلي، الحفاظ على البيئة، والالتزام بالمعايير الأخلاقية.

هذا التباين يعكس أن المسؤولية الاجتماعية ليست مفهومًا ثابتًا بل يمكن أن تتنوع وتتكيف بحسب المتطلبات الداخلية والخارجية لكل مؤسسة، مما يجعلها قابلة للتطبيق بمرونة وفق السياق الذي تعمل فيه المؤسسة.

في هذا السياق، قدم كارول (Carroll) مصفوفة أو نموذجًا هرميًا يوضح من خلاله عناصر المسؤولية الاجتماعية الأربعة. وكيف يمكن أن تؤثر هذه العناصر على مختلف أصحاب المصلحة في البيئة. وقد وضع كارول هذه العناصر بشكل هرمي متسلسل، لتسليط الضوء على طبيعة الترابط بين

هذه العناصر من ناحية، ومن ناحية أخرى ليوضح أن اعتماد أي بعد على الآخر يمثل حالة واقعية تعكس تدرج الالتزامات الاجتماعية للشركات.

يتضمن هذا الهرم أربعة أبعاد رئيسية:

- **المسؤولية الاقتصادية:** القاعدة الأساسية للهرم، حيث يُتوقع من المؤسسة تحقيق الربح والبقاء كمؤسسة مستدامة ماليًا.

- **المسؤولية القانونية:** الالتزام بالقوانين واللوائح التي تحكم نشاط المؤسسة.

- **المسؤولية الأخلاقية:** الالتزام بالمعايير الأخلاقية التي تتجاوز المتطلبات القانونية، والتي تضمن العدل والإنصاف في التعامل مع مختلف الأطراف.

- **المسؤولية الخيرية (أو الفعلية):** تمثل القمة في هرم كارول، وتشمل الإسهامات الطوعية التي تقدمها المؤسسات للمجتمع من خلال الأعمال الخيرية والمبادرات التنموية.

يعكس هذا الترتيب الهرمي طبيعة التداخل والتكامل بين الأبعاد، حيث تعتمد الأبعاد الأعلى على تحقيق الأسس الاقتصادية والقانونية، مما يجعل هذا النموذج مفيداً لفهم كيفية تأثير الشركات على البيئة والمجتمع في سياق المسؤولية الاجتماعية.

3. نظرة شاملة على القطاع الخيري وأقسامه

ازدهارًا مجال العمل التطوعي بشكل ملحوظ، ساهمت فيه مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير خصوصاً في تحفيز الفئة الشبابية التي تحتل مكانة ريادية في المبادرة والسعي نحو العمل التطوعي. وساعدت هذه المنصات على بروز العديد من الجمعيات الخيرية التي تمكنت في فترة قصيرة جداً من تقديم إسهامات فعّالة.

1.3. تعريف القطاع الخيري.

يعرف القطاع الخيري بأنه مجموعة من المنظمات التي تنبع من مبادرات المواطنين تحت ظل قانون المنظمات غير الربحية وتحتل موقعاً ثالثاً بين مشروعات القطاع الخاص والمؤسسات الحكومية. والعمل الخيري هو نشاط إنساني يهدف إلى تقديم المساعدة والدعم للأفراد أو المجتمعات المحتاجة دون انتظار مقابل مادي أو معنوي. حيث يسعى الأشخاص أو المؤسسات الخيرية إلى تحسين حياة الأفراد أو تحسين الظروف الاجتماعية والاقتصادية للمجتمعات، مثل تقديم الدعم المالي، الغذائي، أو

التعليمي ... إلخ، كما يمكن أن يشمل التطوع بالوقت والجهد لتنفيذ مشروعات أو مبادرات تنموية. عادةً ما يرتبط العمل الخيري بالقيم الإنسانية كالتعاطف، التضامن، والرغبة في تحقيق العدالة الاجتماعية، ويمكن أن يتم عبر أفراد، منظمات غير حكومية، مؤسسات دينية، أو شركات.

تستهدف هذه المنظمات في المقام الأول إلى تحقيق النفع العام، ويقتصر دور الحكومات تجاهها على ما تصدره من تشريعات تنظم عمل هذه المنظمات. فالجمعيات والمنظمات والمؤسسات التطوعية والخيرية وغير الربحية ومؤسسات المجتمع المدني كلها تعد مسميات ومجالات أو عناصر لهذا القطاع.

وعلى الصعيد العالمي يشمل كل أشكال وأنواع المؤسسات والمنظمات والجمعيات المانحة والممنوحة، والمعنية بتحقيق أهداف دولها في الداخل والخارج، كما أن هذا القطاع يشمل الجمعيات التعاونية والنفع العام والمؤسسات غير الربحية، وهو يشمل أيضا المنظمات والجمعيات المعنية بالحقوق الإنسانية والسياسية، وما يسمى مراكز التفكير (Think Tanks)، ومراكز وجمعيات الرقابة والبحوث والدراسات والاستشارات غير الربحية، وكل أنواع مؤسسات المجتمع المدني. (السلومي، 2010)

في محاولة لوضع تعريف موحد وتوحيد تصنيفه تبنت جامعة "جونز هوبكنز" بالولايات المتحدة الأمريكية مشروع بحث مقارنة استطاع الوصول إلى تعريف واحد أساسه (بنية المؤسسة وعملاتها)، ووضع تصنيفا لمؤسسات هذا القطاع وأسماءه (التصنيف الدولي للمنظمات غير الربحية)؛ حيث عرف القطاع الخيري غير الربحي بأنه مجموعة من المنظمات ذات الطبيعة المؤسسية، والمنفصلة عن الحكومة والتي لا توزع أرباحا والحاكمة لنفسها والتي تقوم على التطوع (المطيري، 2003، صفحة 802).

أما المنظمة غير الحكومية، فهي وفقا لوثائق الأمم المتحدة الصادرة في عام 1994، تمثل كيانا غير هادف للربح وأعضاؤه مواطنون أو جماعات من المواطنين ينتمون إلى دولة واحدة أو أكثر وتتحدد أنشطتهم بفعل الإرادة الجماعية لأعضائها، استجابة لحاجات أعضاء واحدة أو أكثر من الجماعات التي تتعاون معها المنظمة غير الحكومية. (عابدين، 2002)

وتعرف أيضا بأنها "تنظيم اجتماعي يستهدف غاية، ومن أجل بلوغها تحدد نشاطها في بيئة جغرافية بعينها أو في ميدان نوعي أو وظيفي متخصص فيه". (الموجود، 2003)

2.3. تقسيمات القطاع الخيري.

القطاع الخيري يتكون من عدة تقسيمات أو تصنيفات بناءً على طبيعة الأنشطة التي تقوم بها المنظمات الخيرية، الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، والفئات المستهدفة. هذه التقسيمات تساعد في تنظيم العمل الخيري وتحديد مجالات التدخل المختلفة. فيما يلي أبرز تقسيمات القطاع الخيري:

1.2.3 حسب نوع النشاط:

الرعاية الاجتماعية: تقديم خدمات الإغاثة والمساعدات الاجتماعية، مثل الغذاء والمأوى، للأفراد المحتاجين أو المتضررين من الأزمات.

التعليم والتدريب: دعم برامج التعليم والتدريب للطلاب والأفراد الذين يفتقرون إلى الموارد المالية أو الفرص التعليمية.

الصحة: تقديم الرعاية الصحية والخدمات الطبية للأفراد والمجتمعات المحتاجة، بما في ذلك مكافحة الأمراض وتوفير الأدوية والرعاية الطبية.

البيئة: العمل على حماية البيئة والحفاظ عليها من خلال مشاريع تتعلق بإعادة التشجير، إدارة الموارد الطبيعية، والتوعية البيئية.

الثقافة والفنون: دعم الأنشطة الثقافية والفنية، مثل الفنون المسرحية، الأدب، والتراث الثقافي.

2.2.3 حسب الفئات المستهدفة:

الأطفال والشباب: المنظمات التي تركز على دعم حقوق الأطفال وتعليمهم وحمايتهم، أو تعزيز دور الشباب وتوفير فرص التدريب والتوظيف.

النساء: المؤسسات التي تعمل على تمكين النساء اقتصاديًا واجتماعيًا وتعزيز حقوقهن.

ذوو الاحتياجات الخاصة: المنظمات التي تقدم الدعم والرعاية للأشخاص ذوي الإعاقة من خلال برامج التمكين والتدريب.

اللاجئون والنازحون: تقديم الدعم للأشخاص الذين هجروا أو نزحوا بسبب الحروب أو الكوارث الطبيعية.

3.2.3. حسب الطبيعة التنظيمية:

المنظمات غير الحكومية (NGOs): مؤسسات غير ربحية ومستقلة تسعى لتحقيق أهداف إنسانية أو اجتماعية معينة.

المؤسسات الدينية: جمعيات أو منظمات ذات طابع ديني تعمل في مجالات الإغاثة والخدمات الاجتماعية، وتستمد دعمها وتمويلها من الأفراد أو المجتمعات الدينية.

المؤسسات المجتمعية: مؤسسات محلية تهدف إلى تحسين نوعية الحياة في المجتمع المحلي من خلال تقديم برامج وخدمات تتناسب مع احتياجاته.

4.2.3 حسب مصدر التمويل:

المنظمات الممولة من الحكومة: تحصل على تمويل مباشر أو دعم من الحكومة لتنفيذ مشاريعها، مثل المؤسسات الصحية أو التعليمية.

المنظمات الممولة من القطاع الخاص: تعتمد على تبرعات الأفراد والشركات والمؤسسات الخاصة لتنفيذ أنشطتها.

المنظمات الممولة من المجتمع المحلي: تعتمد هذه المنظمات على التبرعات التي تأتي من أفراد المجتمع المحلي، سواء عبر تبرعات نقدية أو عينية، وغالبًا ما تكون هذه المنظمات مرتبطة بشكل وثيق بالاحتياجات الفورية للمجتمع الذي تخدمه.

المنظمات الدولية الممولة: تعتمد على تمويل من منظمات دولية أو مؤسسات عالمية، مثل منظمات الأمم المتحدة أو المؤسسات الخيرية الدولية، لتنفيذ مشاريعها في مختلف الدول.

5.2.3 حسب المجال الجغرافي:

منظمات محلية: تعمل هذه المنظمات في نطاق جغرافي محدود، مثل المدن أو المناطق الريفية، وتركز على تلبية احتياجات مجتمعات معينة.

منظمات وطنية: تعمل على مستوى الدولة ككل، وتقدم خدمات متنوعة لفئات مختلفة في جميع أنحاء البلد.

منظمات دولية: تقدم خدماتها عبر الحدود وتعمل في بلدان متعددة، وعادةً ما تكون لديها مشاريع وبرامج في مناطق تحتاج إلى دعم دولي، مثل مناطق النزاعات أو الكوارث الطبيعية.

6.2.3 حسب نوع التدخل:

المنظمات الإنسانية والإغاثية: تُعنى بتقديم المساعدات الطارئة والإنسانية في أوقات الأزمات والكوارث، مثل الحروب والزلازل والفيضانات، وتشمل توزيع الغذاء، المياه، الأدوية، والخيام. المنظمات التنموية: تركز على تحسين الظروف الاقتصادية والاجتماعية بشكل مستدام من خلال مشاريع تنمية طويلة الأمد، مثل بناء المدارس، تحسين البنية التحتية، أو تمويل مشاريع اقتصادية. منظمات المناصرة والحقوق: تسعى هذه المنظمات إلى الدفاع عن حقوق الإنسان والحريات الأساسية، وتعمل على الضغط على الحكومات والمنظمات الدولية لتحسين السياسات المتعلقة بحقوق الإنسان والمساواة والعدالة.

7.2.3. حسب الشكل القانوني:

الجمعيات الخيرية المسجلة: هذه هي المنظمات التي تُسجل رسميًا وتخضع للوائح القانونية الوطنية والدولية التي تنظم عمل القطاع غير الربحي.

المبادرات المجتمعية غير الرسمية: هي أنشطة خيرية قد تكون غير مسجلة قانونيًا، وعادة ما تقتصر على جهود أفراد أو مجموعات صغيرة تسعى إلى تقديم مساعدة مباشرة لمجتمعاتها أو لفئات معينة.

8.2.3. حسب النموذج الإداري:

المنظمات التي تعتمد على المتطوعين: غالبية نشاط هذه المنظمات يعتمد على جهود المتطوعين، وتعمل غالبًا بميزانيات محدودة وتركز على تحقيق تأثير اجتماعي عبر المساهمات الشخصية.

المنظمات المدارة بشكل احترافي: تتم إدارتها من قبل موظفين متخصصين وتستخدم هياكل إدارية وتقنية متقدمة لتحقيق أهدافها، وتشمل عادةً مؤسسات كبيرة ذات تأثير دولي.

9.2.3. حسب نوع المستفيدين:

الفئات المهمشة والمحرومة: تستهدف المنظمات التي تعمل في هذا المجال الأفراد أو المجتمعات التي تعاني من الفقر أو التهميش الاجتماعي، مثل الأقليات العرقية أو الأشخاص الذين يعيشون في مناطق نائية.

الفئات المتأثرة بالكوارث: تتعامل هذه المنظمات مع الأشخاص الذين تأثروا بالكوارث الطبيعية أو النزاعات المسلحة وتوفر لهم الإغاثة العاجلة.

هذه التقسيمات تساعد على فهم الهيكلية المتنوعة للقطاع الخيري وكيفية تنسيق الجهود لتحقيق أقصى تأثير في المجتمع.

4. تكامل الرؤية بين القطاع الخاص والقطاع الخيري.

يمثل التكامل بين القطاعين نهجًا استراتيجيًا يهدف إلى تعزيز الأثر الاجتماعي والتنموي. يمكن لهذا التكامل أن يوفر حلولًا أكثر شمولية واستدامة للتحديات الاجتماعية والاقتصادية. إليك بعض النقاط الرئيسية التي توضح أهمية هذا التكامل:

- **التكامل في الأهداف:** يسعى كل من القطاع الخيري والشركات إلى تحسين الظروف الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع. بينما يركز القطاع الخيري على العمل الإنساني والتنموي، تهدف المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى تحقيق تأثير إيجابي في المجتمع من خلال أنشطتها.
- **التمويل والدعم:** يمكن للقطاع الخيري أن يساهم في تقديم التمويل والخبرات والمشاريع التي تساهم في حل القضايا الاجتماعية، في حين تستطيع الشركات دعم هذه الجهود بالموارد المالية والبشرية.
- **الاستدامة:** يسعى القطاع الخيري لتحقيق استدامة في برامج ومشاريعه التنموية، وهذا يتوافق مع مفهوم الاستدامة في المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- **التخصص والخبرة:** يمتلك القطاع الخيري خبرات في التعامل مع القضايا الاجتماعية والبيئية التي تواجه المجتمع، مما يجعله شريكًا مهمًا يمكنه تقديم الحلول الفعالة بالتعاون مع الشركات.
- **توسيع نطاق الأثر:** من خلال الشراكة بين القطاعين، يمكن تحقيق تأثير أكبر في المجتمع، حيث تساهم الشركات في دعم وتوسيع نطاق المبادرات الخيرية والاجتماعية.
- **الخبرة في التعامل مع القضايا الاجتماعية:** القطاع الخيري يمتلك خبرة واسعة في مواجهة التحديات الاجتماعية مثل الفقر، التعليم، والصحة. هذه الخبرة تجعل منه شريكًا قيمًا للشركات التي تسعى لتحقيق تأثير إيجابي في المجتمع من خلال برامج المسؤولية الاجتماعية.
- **التعاون في تحقيق الأهداف المشتركة:** القطاع الخيري والشركات التي تتبنى المسؤولية الاجتماعية يتشاركان في هدف واحد، وهو تحسين جودة الحياة وتعزيز الاستدامة الاجتماعية. الشراكة بينهما تعزز الجهود نحو تحقيق هذا الهدف.

- تحقيق استدامة طويلة الأمد: من خلال العمل المشترك، يمكن للشركات الاستفادة من خبرات المؤسسات الخيرية في تصميم وتنفيذ مشاريع تحقق استدامة طويلة الأمد، بما يعزز الأثر الاجتماعي والبيئي لتلك المبادرات.
- تعزيز المصداقية: التعاون مع منظمات القطاع الخيري يمنح الشركات مصداقية أكبر في مجال المسؤولية الاجتماعية، حيث تُظهر الشركات من خلال هذا التعاون التزامها الحقيقي بالعمل المجتمعي وليس مجرد تسويق.
- الوصول إلى الفئات المستهدفة: القطاع الخيري يمتلك شبكة واسعة من العلاقات مع المجتمع المحلي والفئات الأكثر احتياجًا. هذا يساعد الشركات في توجيه جهودها نحو الفئات المستهدفة بشكل أكثر فعالية.

4. الأهداف الخفية لتبني مبادئ المسؤولية الاجتماعية.

وفقًا للإحصائية التي شملت عددًا من المؤسسات التي تبنت معايير المسؤولية الاجتماعية، فقد أظهرت البيانات الأهداف المتنوعة التي دفعت الشركات لتبني هذه المبادئ. جاءت النتائج كما يلي: (المبادرة القومية للمسؤولية الاجتماعية للشركات، 2008)

- 69 شركة تبنت المسؤولية الاجتماعية بدافع الشعور بالمسؤوليات والأخلاقيات.
- 64 شركة كانت غايتها تحسين سمعة المؤسسة.
- 59 شركة تبنتها بهدف جذب أفضل الكفاءات العمالية.
- 56 شركة سعت من خلال المسؤولية الاجتماعية إلى تحسين النتائج المالية.
- 39 شركة ركزت على مصلحة الزبون وجذب شراكات مع مؤسسات أعمال أخرى.
- 3 شركات تبنت المسؤولية الاجتماعية لأسباب أخرى غير المذكورة.
- شركتان لم تظهروا دوافع واضحة لتبني المسؤولية الاجتماعية.

حيث أن الدافع الأول وراء تبني المسؤولية الاجتماعية هو لذاتها دون أن تقترن بهدف آخر، وعليه يمكن أن نوضح في ثلاث نقاط ما لا يجب أن تكون عليه المسؤولية الاجتماعية.

1.5. المسؤولية الاجتماعية ليست داعية بل منهج.

المسؤولية الاجتماعية ليست مجرد وسيلة لتعزيز السمعة أو أسلوبًا للتسويق غير المباشر للمنتجات أو لتحسين الصورة المعنوية للمؤسسات. انما هي التزام معنوي واخلاقي ولا تهدف إلى تحقيق الشهرة الإعلامية. بل هي شعور حقيقي بالمسؤوليات تجاه المجتمع وفهم احتياجاته الأساسية ، فصحة محيط المؤسسة هو انعكاس لاستقرار وثبات المركز المالي للمؤسسة، ينبغي على الشركات والمؤسسات الخاصة أن تدرك أن المسؤولية الاجتماعية ليست مجرد حملة دعائية أو طريقة لتحسين صورتها العامة، بل التزام أخلاقي تجاه المجتمع. يتطلب ذلك تبني قيم النزاهة والشفافية في العمل الخيري والمجتمعي. (الذهبي، 2012)

2.5. المسؤولية الاجتماعية هي فعل دائم.

- بمعنى أن منهج المسؤولية الاجتماعية يجب أن تدرج في استراتيجية المؤسسة وخططها طويلة المدى إذا ماتبنتها. وليست كرد فعل مؤقت من أجل اهداف قصيرة أو لإظهار صورة ناصعة للمؤسسة . يجب أن تستهدف برامج المسؤولية الاجتماعية تحقيق التنمية المستدامة، بحيث يكون الأثر طويل الأمد وليس مجرد دعم قصير المدى. على الشركات أن تركز على القضايا البيئية والاجتماعية والاقتصادية التي تساهم في تحسين حياة الأفراد والمجتمعات بشكل مستمر.

3.5. المسؤولية الاجتماعية تشاركية وتفاعلية مع محيط المؤسسة.

يختلط دور المسؤولية الاجتماعية بدور العلاقات العامة في القطاع الخاص هاته الأخيرة التي تهدف بشكل أساسي إلى تحسين صورة المؤسسة. بينما المسؤولية الاجتماعية هي التزام بمساهمة مجتمعي فاعلة تهدف من خلالها إلى تحقيق التنمية المستدامة للمجتمع والمحيط دون توقع ربح أو عائدات. (السويدان، 2022)

6. شروط الشراكة فاعلة بين الجانبين؟

لتنمية شراكة ناجحة بين القطاعين الخاص والخيري، لا بد من تبني مبادئ صحيحة للمسؤولية الاجتماعية، تقوم على الالتزام الأخلاقي، التنمية المستدامة، والتركيز على الاحتياجات الحقيقية.

1.6. متطلبات الأرضية المشتركة لنجاح الشراكة.

التركيز على الاحتياجات الحقيقية: لا بد من أن تتوجه المبادرات الخيرية نحو تلبية الاحتياجات الحقيقية للمجتمع، من خلال دراسة دقيقة للتحديات التي تواجه الفئات الأكثر احتياجاً. تحقيق هذا الهدف يتطلب تعاوناً وثيقاً مع الجمعيات الخيرية التي تكون على دراية بالواقع المحلي واحتياجاته. الشراكة الفعالة: يجب أن تقوم العلاقة بين القطاع الخاص والقطاع الخيري على شراكة فعالة ومتبادلة، حيث يساهم الطرفان معاً في تصميم وتنفيذ البرامج. هذه الشراكة ليست مجرد تمويل من جانب القطاع الخاص، بل تبادل الخبرات والموارد لتحقيق أقصى فائدة. الشفافية والمحاسبة: لتحقيق الأهداف المشتركة بشكل نزيه، ينبغي أن يتفق الطرفان على ضرورة الشفافية في إدارة الموارد وتنفيذ المشروعات. وضع نظام واضح للمراقبة والتقييم يضمن تحقيق النتائج المرجوة ويعزز الثقة بين الأطراف.

2.6. المطلوب من القطاع الخاص:

التزام طويل الأمد: أن يكون التعاون جزءاً من استراتيجية الشركة المستدامة، وليس مجرد نشاط مؤقت. تخصيص الموارد اللازمة: يجب تخصيص الموارد المالية والبشرية اللازمة لدعم المبادرات الاجتماعية بشكل ملائم. التعاون مع القطاع الخيري: ضرورة التعاون الوثيق مع المنظمات الخيرية لفهم احتياجات المجتمع وضمان أن المبادرات تخدم فعلاً الفئات المستهدفة. التقييم والتقارير: الالتزام بتقييم نتائج العمل وتقديم تقارير دورية توضح الأثر الاجتماعي الذي تحقق.

3.6. المطلوب من القطاع الخيري:

إدارة فعالة للموارد: أن تكون الجمعيات الخيرية قادرة على إدارة التمويل والموارد بكفاءة، وتحقيق الأهداف الموضوعة. الشفافية في العمل: توضيح كيفية استخدام التبرعات والتمويلات بشكل دقيق وشفاف لضمان استمرار التعاون. تقديم خبرة ميدانية: يجب على القطاع الخيري تقديم الخبرات والمعرفة المتعلقة باحتياجات المجتمع وآليات تنفيذ البرامج الاجتماعية. تحقيق التأثير الاجتماعي: التركيز على إحداث تغيير ملموس في المجتمع وتوثيق هذا التأثير.

يتطلب تحقيق الأهداف المشتركة بين الطرفين تعاونًا وثيقًا وشفافية، حيث يسعى القطاع الخيري للحصول على التمويل والدعم، بينما يقوم القطاع الخاص بتفعيل دوره المجتمعي وتحقيق الأثر الإيجابي الذي يعزز سمعته ويخدم المجتمع في الوقت ذاته.

7. خاتمة.

يمكن للمسؤولية الاجتماعية أن تشكل جسراً يربط بين مؤسسات القطاع الخاص والقطاع الخيري، حيث تصبح وسيلة لتحرر القطاع الخيري من قيود التمويل وتفتح الباب أمام تحقيق مسؤولية اجتماعية فعالة. ومن المهم أن تعتمد قيادات القطاع الخيري والتطوعي على التفكير بأسلوب يشبه طريقة تفكير منشآت القطاع الخاص في اقتراح وإدارة وتنفيذ برامجها ومبادراتها، بحيث تتوافق مع مبادئ المسؤولية الاجتماعية وتحقق التوازن بين مصالح جميع الأطراف المعنية.

بناءً على النتائج المستخلصة من هذه الدراسة، يمكن تقديم الاقتراحات التالية:

1. إنشاء هيئة أو منظمة: تعمل على تعريف المؤسسات الجزائرية بمبادئ المسؤولية الاجتماعية،

وتقديم الدعم اللازم للمسؤولين في هذه المؤسسات لتوضيح الرؤية لهم.

2. تحفيز المؤسسات: من خلال تقديم حوافز تشجعها على الالتزام بتطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية.

3. تأهيل كوادر القطاع الخيري: عن طريق إقامة دورات تدريبية تهدف إلى زيادة كفاءة إدارة الجمعيات الخيرية وتعلم طرق الحصول على التمويل بفعالية.

4. تنظيم العمل الخيري: وممارسة رقابة فعالة على الجمعيات الخيرية لضمان سيرها وفقاً للأهداف المعلنة.

5. تعزيز فرص الشراكة: بالعمل على جلب المزيد من فرص الشراكة بين القطاع الخاص والجمعيات الخيرية ضمن إطار برامج المسؤولية الاجتماعية، مما يساعد على تمويل هذه الجمعيات بشكل مستدام.

8. قائمة المراجع:

1- تامر ياسر البكري، (2001)، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن.

- 2- جابر عوض السيد وأبو الحسن عبد الموجود، (2003)، الإدارة المعاصرة في المنظمات الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية.
- 3- محمد عبد الله السلومي، (2010)، القطاع الثالث والفرص السانحة رؤية مستقبلية، الطبعة الأولى، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض.
- 4 -Marie-françoise GUYONNAUD et Frédérique WILLARD, (2001), Du management environnemental au développement durable des entreprises, France, Mars
- 5 -Astrid Mullenbach (2005), La responsabilité sociétale des entreprises, LE FLANCHEC, Paris
- 6- نجوى سمك و صديقي عابدين، (2002) دور المنظمات غير الحكومية في ظل العولمة، الخبرتان المصرية واليابانية، مركز الدراسات الآسيوية، القاهرة
- 7- السحيباني صالح، (2009)، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية: حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية، المؤتمر الدولي حول القطاع الخاص في التنمية: تقييم واستشراف، بيروت، 23-25 مارس
- 8- بدر ناصر المطيري، (2003)، مستقبل الوقف في الوطن العربي، ندوة الوقف والمجتمع المدني في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية والأمانة العامة للأوقاف، بيروت.
- 9- فادي إبراهيم الذهبي، مقال بعنوان: المسؤولية الاجتماعية بين الشهرة والتسويق، موجود على الرابط <http://www.csrna.net/index.php/2012-04-29-04-06-50/381-2012-09-07-20-42->
- 10- محمد علي السويدان، مقال بعنوان المسؤولية المجتمعية.. التزام أخلاقي وطوعي تجاه المجتمع والوطن، موجود على الرابط : <http://www.csrna.net/index.php/2012-04-29-04-06-50/930-2013-10-05-> 10-33-19 .