
المسؤولية الاجتماعية للاستثمارات في سورية دراسة حالة شركة MTN للاتصالات

الملخص

تعد الاستثمارات رديف أساسي لتمويل التنمية الاقتصادية والاجتماعية في أي بلد سواء الأجنبية منها أو المحلية، وتتنافس فيما بينها من أجل الحصول على الحجم الأكبر في الأسواق، فقد كان لهذه الاستثمارات دور كبير في التنمية الاقتصادية، فهل كان لها دور بارز في التنمية الاجتماعية؟ وما هو هذا الدور الذي تلعبه الاستثمارات في تحقيق الأهداف الاجتماعية؟ فبعض الاستثمارات تسعى إلى جني الأرباح والتوسع من أجل تحقيق شروط أفضل للمنافسة بينما بعضها الآخر يسعى إلى ربط استثماراته بالمجتمع بحيث يكون المجتمع دافعاً للبقاء والاستمرار. يهدف هذا البحث إلى معرفة الدور الذي تلعبه الاستثمارات في تحقيق التنمية الاجتماعية، وعلى مدى قدرتها على تحقيق توازن بين النمو الاقتصادي والاجتماعي في البلدان التي تقوم بالاستثمار فيها سواء كانت محلية أو عالمية. فما هي إسهامات شركات الاتصالات في سورية في السعي لتحقيق أهداف التنمية الاجتماعية؟ من خلال دراسة حالة شركة الاتصالات MTN في سورية

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، الاستثمارات، شركة MTN.

مقدمة:

إن الاستثمارات المحلية منها أو الأجنبية، تساهم بشكل فعال في تحقيق التنمية الاقتصادية، فلم تكن مساهماتها على الصعيد الاجتماعي بمستوى يجعلها تحقق المسؤولية الاجتماعية حيث ظهرت بعض التجارب الخجولة في سورية لدعم القطاع الاجتماعي والتي لا ترقى إلى مستوى المسؤولية الاجتماعية للاستثمارات بالرغم من تنوعها لبعض الشركات ومنها شركات الاتصالات، حيث تعتبر أغلب الاستثمارات العاملة في سورية استثمار عائلي ولم تبلغ درجة من التطور لتتحمل مسؤولية الالتزام بالمجتمع، لقد اتسع محور العقد الاجتماعي، لتشمل جوانب تعتبر ملحة للمجتمع، كالمشاركة في الرعاية الاجتماعية، ورعاية المناسبات الاجتماعية، والثقافية، ودعم مسيرة التعليم والبحث العلمي، بحث لم يعد الربح هو المحدد الأساسي للأداء في الاستثمارات بل لا بد من تحقيق توازن فعال بين كافة المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية إلى جانب الربح المادي بما يحقق إدراك قيمة المسؤولية الاجتماعية للاستثمارات ونوثيق الإيجابية في تبني دور اجتماعي (Ioannou, Serafeim).

2- أهمية البحث وأهدافه تتجلى من خلال النقاط التالية:

تتجلى أهمية البحث بالنقطتين التاليين:

أولاً : تعتبر المسؤولية الاجتماعية للشركات الاتصالات نموذج لابد من الترويج له في كافة شركات واستثمارات المحلية والأجنبية في سورية لذلك كان لابد من دراسة هذا النموذج في دعم القطاع الاجتماعي في سورية.

ثانياً: كونها تعالج موضوع من مواضيع التنمية المستدامة وهو دور الاستثمارات في التنمية وخاصة الاجتماعية منها كون مؤشرات التنمية أغلبها اجتماعية لأجلها تركز على الإنسان كونه هدف التنمية وغايتها.

3- منهجية البحث:

سيعتمد الباحث على الأسلوب الوصفي التحليلي، وذلك من خلال وصفه لظاهرة الدراسة وتحليله لها، وهو الذي يتضمن توصيف واقع الاستثمار وخاصة شركة MTN، وتحليل دور هذه الشركة في تحقيق التنمية المجتمعية، كما سيعتمد الباحث على المنهج الاستنتاجي من خلال محاولة التوصل إلى مجموعة من النتائج تساهم في الترويج للتجربة.

4- فرضيات البحث:

كان لابد من الانطلاق من الفرضيات التالية:

كسهم شركة MTN سورية في معالجة مشكلة البطالة.

تسهم شركة MTN في تعزيز دور المرأة في تحقيق التنمية المستدامة

تسهم شركة MTN سورية في دعم القطاعات الاجتماعية (التعليم، الصحة، الرياضة،... الخ).

5- الدراسات السابقة:

أ- حالة شركة الاتصالات الصينية بعنوان "ننمو معا يونام"، تقرير المسؤولية الاجتماعية، (تشاينا موبايل ليميتد، 2008).

حيث قامت شركة الاتصالات الصينية بتحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية المؤسسية لديها

فيما يلي:

- الالتزام التام بالأنظمة والقوانين وتقاليد المجتمع الصيني والأخلاق الحميدة.
- المساعدة في تطوير المناطق الريفية اقتصادياً واجتماعياً.
- المساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية عن طريق برامج الحد من الفقر، وكذلك في نشر ثقافة تكنولوجيا المعلومات في التعليم.
- المحافظة على سلامة البيئة، بحيث تبقى نظيفة، بوساطة استخدام المعدات والمواد الملائمة لتحقيق هذا الغرض.

ب- محاسبة المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات الأردنية، الدكتور رضوان محمد العناتي، 2009، الأردن.

يسعى هذا البحث إلى قياس الدور الذي تؤديه شركات الاتصالات الأردنية، من هواتف أرضية ثابتة، وخطوية متنقلة، في تنمية مجتمعاتها المحلي بدءاً من الحد من مضار التلوث الإشعاعي الناتج، وكذلك مساهمة هذه الشركات في توفير فرص العمل، مما يسهم في الحد من البطالة، فضلاً عن دعم الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرياضية.

اختلاف دراستنا عن الدراسات السابقة:

تسعى في بحثنا الحالي إلى التعرف إلى الدور الاجتماعي الذي تلعبه شركات الاتصالات (شركة MTN كنموذج حالة) في سورية وذلك من خلال:

- 1- مدى مساهمتها في دعم التعليم والصحة والمرأة في سورية.
- 2- التعرف إلى مساهمتها في رفع الوعي الاجتماعي لبعض القضايا.

3- مدى المساهمة في تخفيض مستوى البطالة في المجتمع السوري.

النتائج والمناقشة

أولاً: المسؤولية الاجتماعية للاستثمارات:

استثمارات اليوم لا تعتبر وحدات اقتصادية مستقلة فحسب، بل مرتبطة بالمكان التي تعمل به. فهي مرتبطة بيئة اجتماعية واقتصادية متكاملة، تتعرض فيها هذه الاستثمارات لضغوط من أجل تحقيق الكفاية الاقتصادية من جانب أصحاب هذه الاستثمارات، ولضغوط من أجل تحمل مسؤولياتها سواء كانت تلك الضغوط من قبل الحكومة أو المجتمع المدني أو المستهلكين. بالرغم من تعدد وجهات النظر بشأن المسؤولية الاجتماعية للاستثمارات أمر ليس بجيد، فقد حظي باهتمام أكبر في السنوات الأخيرة، نتيجة للتطورات في الظروف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وظهور الحركات المناهضة للعولمة وفضائح الفساد في الشركات واستمرار ظروف البلدان النامية التي تعاني منها وتشتد أكثر فأكثر.

أي أن السلوك الملتزم للشركات يخلق قيمة/كذلك الشركات على المدى الطويل من خلال تحليل مدى تأثير هذه الاستثمارات على الجانب الاجتماعي (Ioannou, Serafeim, 2010) لقد نمت الأموال للاستثمارات التي اهتمت وكان لديها برنامج تطوير الجانب الاجتماعي في كل من أمريكا والمملكة المتحدة وكندا على التوالي (400 و600 و400) مليار دولار بين 2001 و2007، بالإضافة إلى ارتفاع أسهم هذه الشركات بسبب التزامها الاجتماعي.

وهذا يدل بأن تقييم الشركات وبناء سمعتها لم يعد يعتمد على ربحيتها ومركزها المالي فحسب، فقد ظهرت مفاهيم حديثة، تساعد على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في مختلف المجالات الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية؛ وكان من أبرز هذه المفاهيم: مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات (السحيباني، 2009).

ويعرف Drucker المسؤولية الاجتماعية بأنها "التزام المنشأة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه" (الغالي، العامري 2002)، أي أن ما يجب على المؤسسة القيام به من أجل حل ومعالجة المشاكل الاجتماعية، شكل هذا التعريف حجر الزاوية للدراسات اللاحقة وفتح الباب واسعاً لدراسة هذا الموضوع باتجاهات مختلفة، وما يعزز هذا التعريف هو ما جاء به "Holmes" حول المسؤولية الاجتماعية بأنها "التزام على منشأة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة في مجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر

وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها" (السحيباني، 2009).

مازال مجتمعنا يعاني من الكثير من أوجه التخلف والفقر والامية؛ وهذه في الحقيقة نقطة جوهرية في إشكالية تفعيل دور الشركات كأحد أنواع الاستثمارات في التنمية" (قرم، 2004). وترتبط المسؤولية الاجتماعية للشركات ارتباطاً وثيقاً بمفهوم "التنمية المستدامة؛ ففي عام 1987 "خلص تقرير برونتلاند إلى أن النموذج الحالي للتنمية الاقتصادية لا يمكن أن يدوم على المدى البعيد، حيث أنه يتسبب في نفاذ الموارد الطبيعية وإيذاء المجتمع، وقد عرّف التقرير التنمية المستدامة: بأنها التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون الإضرار بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها" (محمد، 2012).

كما عرف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسؤولية الاجتماعية بأنها: "الالتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل" (الرزيق، 2012). يستنتج الباحث مما سبق أن المسؤولية الاجتماعية للشركات مجموع التزامات الأخلاقية والاجتماعية تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وبشكل تطوعي، وذلك بهدف الإسهام في تحقيق التنمية المستدامة.

وتقوم البلدان النامية بوضع برامج تنموية ذات بعد اجتماعي من أجل معالجة النقص في الحاجات الأساسية؛ مثل التعليم والخدمات الصحية، والمياه الصالحة للشرب، وارتفاع معدل الفقر. ومن أجل التصدي للفقر والبطالة، وتحسين مستوى المعيشة، كثيراً ما تضطلع شركات القطاع الخاص في البلدان النامية بالمسؤولية الاجتماعية للشركات بدرجات متفاوتة في إطار عملياتها التجارية المحلية في المجالات التالية:

- حماية البيئة: مثل خفض انبعاث الغازات وكمية النفايات
- الأعمال الخيرية: مثل التبرع للمؤسسات الخيرية.
- المشاركة في القضايا الاجتماعية: مثل التوعية بحقوق الإنسان والتنظيف بشأن الأمراض والأفات.
- تنمية المناطق الحضرية: من خلال الشراكة مع الحكومة المحلية لإنعاش مؤسسات الأعمال التجارية الصغيرة وتحسين البيئة في المدن.

مشاريع الموظفين: مثل توفير معايير أعلى للصحة والسلامة للمهنيين. (مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، 2004).

رابعاً . أهمية التنمية الاجتماعية:

إن التنمية الاجتماعية عملية مرتبطة بالعنصر الإنساني والخدمات المتنوعة المقدمة إليه (تعليم، صحة، خدمات تأمين،... الخ)، لكنها يجب أن تشمل أيضاً عنصرين أساسيين: الأول: تغيير الأوضاع الاجتماعية القديمة التي لم تساير ظروف العصر. الثاني: إقامة بناء اجتماعي تتفق فيه علاقات جديدة وقيم مستحدثة، ويسمح للأفراد بتحقيق أكبر قدر ممكن من إشباع المطالب والحاجات (خاطر، 2002).

إن التنمية الاجتماعية في معناها الحقيقي، هي نشاط يهدف إلى تحقيق تراكمات من الإنجازات السلوكية، التي تمكن المجتمع النامي من التخلص من قيود التخلف ومعوقاته، وينطلق نحو مراحل النمو والتقدم.

- 1- إن التنمية الاجتماعية هي صورة من صور التغيير المخطط، الذي يرمي إلى تحويل الأوضاع الاجتماعية السائدة إلى أوضاع أخرى أكثر تطوراً.
- 2- إن الغرض الأساسي الذي يدفع بلدان العالم إلى التنمية الاجتماعية هو فقرها وانخفاض مستوى معيشتها وزيادة عدد السكان فيها. ولا مهرب إلى القضاء على هذا الفقر وانخفاض مستوى المعيشة وتلافي تفاقم المشاكل السكانية إلا بتحقيق تنمية اجتماعية؛ تساهم في زيادة الدخل القومي، ويتوقف جزء كبير من هذه الزيادة على إمكانات الدولة الفنية، فكلما توافرت كفاءات أحسن، كلما أمكن تحقيق نسبة أعلى في الدخل القومي الحقيقي؛ وبالعكس كلما كانت هذه الكفاءات نادرة، فإن نسبة ما يمكن تحقيقه من زيادة في الدخل القومي الحقيقي، تكون صغيرة نسبياً.
- 3- يعتبر تحقيق مستوى مرتفع من المعيشة أحد الأهداف الأساسية للتنمية الاجتماعية؛ وتسعى إلى ذلك من خلال الخطط والبرامج، التي يتم وضعها لدعم وتطوير كافة مناحي الحياة الاجتماعية، مثل رفع المستوى التعليمي وتطوير القطاع الصحي، كما تعمل على جعل كافة أفراد المجتمع، يشاركون في تنفيذ هذه الخطط من خلال برامج التوعية الاجتماعية، حيث لن يتمكن المجتمع من تحقيق مستوى ملائم من الصحة والثقافة والتعليم، ما لم يرتفع مستوى معيشة السكان في كافة المناطق ودرجة كافية.

خامساً: المسؤولية الاجتماعية والدور التنموي:

لم يعد كافياً كإسهام وحيد يقدمه القطاع الخاص للمجتمع يتمثل في المساهمة المادية في الناتج المحلي الإجمالي بدون الاقتراب من الأثر النوعي، فازدهار منتجات المشروعات الاستثمارية ذات المسؤولية الاجتماعية يشهد على صحة هذا الاتجاه، حيث يبدي المستثمرون قلقهم ويعلمون عن مواقفهم الأخلاقية والاجتماعية للشركات التي يستثمرون فيها، ويقومون برعايتها. وتضم الجهات الاستثمارية ذات المسؤوليات الاجتماعية الأفراد، الهيئات، والجامعات، والمستشفيات، والمؤسسات، وشركات التأمين، وصناديق المعاشات التقاعدية، والمنظمات غير الهادفة إلى الربح، ودور العبادة² (المسحبياني، 2009). هذا طبعاً بالإضافة إلى شركات الاتصالات.

هذا وقد أصبحت الأعمال الخيرية، التي تتميز بالتخطيط والإدارة الجيدة، بدءاً من رعاية المهرجانات الثقافية حتى إعداد البرامج التعليمية للفئات المحرومة وحماية البيئة، عنصراً ضرورياً ضمن جميع خطط الأعمال الخاصة بالشركات الكبيرة بشكل واقعي وعملي. عرض بعض الباحثين عناصر المسؤولية الاجتماعية في إطار عام يغطي مجموعة من الأبعاد بشكل عام، ويرون أن هذه الأبعاد يمكن أن تتكيف بقياسات مختلفة وفق اعتبار طبيعة عمل الشركة ونشاطها وتأثير فئات أصحاب المصالح المختلفين، من بين هؤلاء الباحثين Carroll³ الذي حدد أربعة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية، تتمثل في البعد الاقتصادي، والأخلاقي، والقانوني، والخير، وفي إطار ذلك طور مصفوفة يبين فيها هذه الأبعاد الأربعة وكيف يمكن أن تؤثر على كل واحد من المستفيدين، والشكل التالي يوضح هرم Carroll للمسؤولية الاجتماعية:

الشكل رقم (6) هرم Carroll للمسؤولية الاجتماعية

² - أرشي كارول: استاذ في كلية إدارة الأعمال، جامعة جورجيا، حاصل على ثلاث درجات علمية من كلية إدارة الأعمال في جامعة ولاية فلوريدا.



المصدر: طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العادري، المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال، ط3، عمان نادر وائل للنشر، 2010، ص 83.

وفي سورية أصبح القطاع الخاص شريكاً حقيقياً في كافة المجالات، التي كانت سابقاً قاصرة على القطاع العام وذلك من التعليم إلى الصحة... الخ. حيث أقيمت الجامعات والمشارف الخاصة إلى غير ذلك من المشاريع وصولاً إلى المشاريع الخدمية، والتي من أهمها قطاع الاتصالات الخلوية.

سادساً: اختبار الفرضيات

واقع التوظيف في شركة MTN:

1- تم الذكر سابقاً أن شركة MTN انطلقت في سورية باسمها الجديد في العام 2007، ونبين في الجدول التالي عدد موظفي الشركة خلال كل سنة:

الجدول رقم (1) عدد الموظفين الذكور والإناث في شركة MTN

السنة	عدد الموظفين الذكور	عدد الموظفات الإناث	نسبة الموظفات الإناث	المجموع
2007	825	550	40.00%	1375
2008	840	560	40.00%	1400
2009	830	550	39.86%	1380
2010	830	555	40.07%	1385
2011	810	540	40.00%	1350

المصدر: شركة MTN، قسم الموارد البشرية.

بالنظر للجدول السابق ومن خلال البحث الميداني الذي قام به الباحث ضمن شركة MTN يبين لنا ما يلي:

1. الجدول السابق يبين عدد فرص العمل التي ترتبط بشكل مباشر بشركة MTN.

2. يوجد عدد كبير من فرص العمل ترتبط بشركة MTN بشكل غير مباشر، كنقاط البيع المنتشرة في كل مكان، والموزعين، ومراكز الخدمة المرتبطة بشركة "ون كوم"، وشركات النظافة، والأمن وغيرها، وهي أكبر بكثير من الأرقام الميينة في الجدول.
3. تُساهم شركة MTN في تشغيل العديد من الموظفين خارج إطار الشركة لديها، للعمل في مجال المبيعات، حيث تعمل الشركة مع 8 شركات يعملون في السوق كوكلاء، ويحتاج هؤلاء الوكلاء إلى كادر من الموظفين. (الشركات هي: شركة ميتروسيل، إنتركوم، كليك، ألو سورية، هدايا، دلتا، نيوتل، كائنل).
4. تتعاقد الشركة ويعقد طويلة المدة، مع العديد من المنشآت التي تقدم لها خدمات مختلفة لذكر منها: تدريب الموظفين وصيانة الأبراج والمعدات وشركات التنقيب الخارجي وخدمات الحراسة وخدمات نقل الأموال وخدمات التنظيف.
- إن كل من المنشآت التي تقدم الخدمات السابقة، لديها كادر من الموظفين يعملون لديها، من أجل تقديم الخدمات للشركة، وتعاقد شركة MTN مع هذه الشركات، عزز من استقطاب الشركات السابقة للمزيد من اليد العاملة.
5. بالنظر للجدول رقم (1)، يتبين لنا أن عدد الموظفين في شركة MTN كبير نسبياً، وهو يتسم بالثبات تقريباً، حيث أن الفروقات بسيطة خلال سنوات المسئلة، وذلك على الرغم من الظروف التي تمر بها سورية، وما ينبغي الإشارة إليه إلى أن هذا الثبات النسبي في عدد الموظفين، لا يعني عدم رغبة شركة MTN في استقطاب المزيد من اليد العاملة، وإنما لسبب سنذكره لاحقاً.
6. بعد البحث الميداني تبين للباحث إغلاق عدد من مراكز الخدمة لشركة MTN في عدد من المناطق غير الآمنة، ومع ذلك لم تقم الشركة بتخفيض عدد الموظفين لديها، بل وبالعكس، هناك الكثير من الموظفين متواجدين في محافظات لا يستطيعون الدوام فيها، لكن الشركة لم تقم بإقالتهم، وإنما حافظت عليهم بكامل رواتبهم، وميزاتهم، من تأمين صحي إلى مكافآت سنوية، ترفيعات وظيفية،... الخ، على سبيل المثال هناك ما يقارب 55 موظف في محافظة حمص، مازالوا على رأس صلمهم، ويتقاضون كامل رواتبهم وميزاتهم، على الرغم من انقطاعهم عن الدوام بشكل دائم منذ حوالي ثمانية أشهر تقريباً.
7. إن الثبات النسبي بعدد الموظفين، وعدم زيادة أعدادهم بشكل ملحوظ خلال سنوات الدراسة، يعود للعقد الذي أبرمته الشركة مع شركة "ون كوم" التي تم الحديث عنها سابقاً،

والتي ترتبط معها الشركة بعقد امتياز، لإنشاء وتشغيل مراكز الخدمة الجديدة، فاستقطاب موظفين جُدد أصبح يتم عبر هذه الشركة، وهؤلاء لا يتم احتسابهم ضمن موظفي شركة MTN.

8. تبين للباحث من الجدول رقم (1)، أن نسبة الموظفين الإناث هو 40% تقريباً من عدد موظفي الشركة خلال كامل سنوات السلسلة، وهو ما يعكس اهتمام الشركة بتوظيف المرأة لديها، وبأعداد تقارب الموظفين الذكور.

9. يتبع للشركة الكثير من نقاط البيع الموزعين على كافة المحافظات والمناطق السورية، يقومون بتقديم خدمات للمشتركين من بيع خطوط، ودفع فواتير،...الخ. ولبيان في الجدول التالي عدد نقاط البيع هذه خلال ثلاث سنوات:

الجدول رقم (2) عدد نقاط البيع في شركة MTN سورية

السنة	2010	2011	2012
عدد نقاط البيع	6100	3239	2786

المصدر: شركة MTN سورية، قسم المبيعات، الجدول من إعداد الباحث

إن كل نقطة بيع تشكل فرصة عمل لشخص واحد على الأقل، هذا إن لم يكن أكثر من ذلك. لكن تجدر الإشارة إلى أن تراجع عدد نقاط البيع، خلال عامي 2011، 2012، هو عائد إلى فرض إجراءات لترخيص هذه النقاط من قبل المؤسسة العامة للاتصالات، ومن بين هذه الإجراءات الحصول على موافقة من المؤسسة بالإضافة إلى دفع رسوم مالية، بينما لم تكن هذه الإجراءات موجودة سابقاً.

مقارنة عدد الموظفين في شركة MTN مع عدد العاملين في القطاع الخاص في سورية:

أولاً: مقارنة أعداد الموظفين:

الجدول رقم (3)، نسبة التغير في عدد الموظفين في القطاع الخاص السوري، وفي شركة MTN،

البيان	2010	2011	قيمة التغير	نسبة التغير
شركة MTN	1385	1350	-35	2.53%
القطاع الخاص السوري	3682466	3448890	-233576	6.34%

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات مأخوذة من المجموعة الإحصائية السورية ومن شركة

MTN

الجدول السابق يبين لنا، وجود تراجع في عدد الموظفين لدى القطاع الخاص السوري، خلال عام 2011، حيث تم فقدان 233576 فرصة عمل، بنسبة 6.34% من إجمالي العاملين في سنة 2010. في حين كان التراجع في عدد الموظفين، في شركة MTN سورية، مقداره 35 موظف فقط، وهو عدد صغير جداً، وبعد الاستقصاء والسؤال من قبل الباحث تبين أن معظم هؤلاء، تركوا الشركة لأسباب خاصة بهم.

ثانياً: مقارنة أعداد الإناث:

الجدول رقم (4) مقارنة مستوى توظيف الإناث بين شركة MTN والقطاع الخاص عام 2010.

عدد التكرار	عدد الإناث	نسبة الإناث	المجموع
830	555	40.07%	1385
3399115	283352	7.6%	3682467
994185	365836	26.8%	1360021
MTN			
القطاع الخاص			
القطاع العام			

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات من المجموعة الإحصائية السورية ومن شركة MTN بالنظر للجدول السابق، يتأكد للباحث، الدور المهم والمسؤولية الاجتماعية لشركة MTN تجاه المرأة، في سورية، حيث نلاحظ أن نسبة توظيف المرأة تصل لـ 40 % متفوقةً على القطاعين العام والخاص في سورية، وهو ما يؤكد صحة الفرضية بأن شركة MTN تمارس مسؤوليتها الاجتماعية تجاه المرأة في سورية.

ثالثاً: مقارنة أعداد الموظفين في شركة MTN والقطاع المصرفي:

تم إجراء مقارنة بين عدد الموظفين في شركة MTN سورية، وعددهم في المصارف السورية الخاصة خلال سنة 2010، وذلك حسب الجدول التالي:

الجدول رقم (5)، مقارنة بين عدد الموظفين في شركة MTN سورية و المصارف السورية الخاصة،

عدد الموظفين	المنشأة
1385	شركة MTN سورية
707	بنك بيمو السعودي الفرنسي
552	بنك سورية والمهجر
475	بنك عودة - سورية
448	بنك سورية الدولي الإسلامي
444	البنك الدولي للتجارة والتمويل
373	البنك العربي - سورية

بنك بيبيلوس - سوريا	303
بنك الأردن - سورية	219
بنك سورية والخليج	195
بنك قطر الوطني - سورية	160
بنك الشام	149
بنك فرنسبانك - سورية	141
بنك البركة - سورية	128
بنك الشرق	95
مجموع عدد العاملين في البنوك	4389

الجدول من إعداد الباحث

يبين لنا الجدول السابق أن نسبة عدد العاملين في شركة MTN إلى إجمالي عدد العاملين في القطاع المصرفي يبلغ 31.5% وهي نسبة جيدة جداً لشركة واحدة مقابل قطاع مهم، ألا وهو قطاع المصارف، كما تم إجراء مقارنة بين عدد موظفي شركة MTN سورية، وعدد موظفي بنك الشام الإسلامي في الجدول التالي:

الجدول رقم (6) مقارنة بين عدد موظفي شركة MTN وبنك الشام الإسلامي في سورية

المنتأ	رأس المال (مليون ل.س)	2010	2011	2012
شركة MTN سورية	1500	1385	1350	1345
بنك الشام	5000	149	155	150

المصدر: قسم الموارد البشرية، شركة MTN، بنك الشام، الجدول من إعداد الباحث.

يبين الجدول السابق لنا أن عدد موظفي شركة MTN، يبلغ تقريباً تسعة أضعاف عدد موظفي بنك الشام في عام 2012، علماً أن رأس مال بنك الشام، يبلغ أكثر من ثلاثة أضعاف رأس مال شركة MTN. وذلك على الرغم من التراجع في عدد الموظفين بمقدار 2.5%، في شركة MTN سورية، في عام 2011 مقارنة بعام 2010، إلا أن هذا التراجع، يشكل نسبة ضئيلة جداً، مقارنة بعدد الموظفين الكبير، الذي تشغله الشركة.

بناء على التحليل والنتائج السابقة، نقبل الفرضية الأولى، ونقول: تساهم شركة MTN في تخفيض مستوى البطالة في سورية، عن طريق تشغيل العديد من الموظفين، سواء بشكل مباشر داخل الشركة، أو بشكل غير مباشر، من خلال نشاطات مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بنشاط شركة MTN.

مساهمة شركة MTN في دعم القطاعات الاجتماعية (التعليم، الصحة، الرياضة، ... الخ):

إن دراسة واقع إنفاق شركة MTN، على المساهمات الاجتماعية، يبين لنا اهتمام الشركة، بشكل واضح بالموضوع الاجتماعي، حيث تقوم الشركة بدفع مبالغ كبيرة على هذه المساهمات، وذلك بشكل مباشر، أو غير مباشر، ويبين الجدول التالي قيمة التكاليف المباشرة، خلال عامي 2010 و 2011:

الجدول رقم (7)، مقدار مساهمة شركة MTN الاجتماعية، 2010، 2011.

السنة	2010	2011
الإنفاق (مليون ل.س)	142	85

المصدر: إدارة العلاقات العامة، شركة MTN.

تجدر الإشارة إلى أن سبب ارتفاع قيمة المساهمات في سنة 2010 مقارنة مع سنة 2011 هو اهتمام الشركة بإنجاز مشروع ملاعب MTN الذي كلف الشركة مبلغ 60 مليون ل.س كما تم ذكره سابقاً، حيث كان هناك اهتمام كبير من الشركة الأم بهذا الموضوع بسبب رعاية مجموعة MTN لبطولة كأس العالم في كرة القدم، التي تم إقامتها في جنوب إفريقيا سنة 2010.

ويرى الباحث أنه من الضروري استعراض الحقائق التالية التي تُخص المساهمات الاجتماعية لشركة MTN:

1. من الضروري التنويه إلى قيام الشركة بتحمل نفقة كبيرة على إنشاء وتجهيز مركز أبحاث السرطان، والتي بلغت قيمة 100 ألف دولار أمريكي سنوياً لمدة خمس سنوات قادمة، أي ما يعادل كلفة إجمالية بقيمة 500 ألف دولار أمريكي، على مدى السنوات الخمس.

2. في إطار مياسة الشركة الداعمة للتعليم، تقوم الشركة بمساعدة موظفيها على رفع مستواهم العلمي عن طريق تحمّلها لجزء من نفقات دراستهم، وأحياناً تحصل كامل نفقات الدراسة، حيث يحق للموظف الحصول على مبلغ معين سنوياً بحسب مستواه الوظيفي كما يبين الجدول التالي:

الجدول رقم (8)، المبالغ المغطاة سنوياً من قبل شركة MTN لتعليم كل موظف في الشركة.

المبلغ المغطى سنوياً (ل.س)	المستوى الوظيفي
25000	الأول
50000	الثاني

75000	لثالث
-------	-------

المصدر: قسم الموارد البشرية، شركة MTN سورية.

تم الإشارة سابقاً، إلى أن هناك تكاليف غير مباشرة أخرى يصعب احتسابها، يتم دفعها عند قيام الشركة بتنفيذ أو رعاية النشاطات الاجتماعية.

من أجل إجراء مقارنة بين إنفاق شركة MTN سورية على الصعيد الاجتماعي، مع إحدى القطاعات الأخرى، تم اختيار قطاع المصارف الإسلامية، حيث قام الباحث بزيارة، بنك الشام الإسلامي في دمشق، لبيان قيمة المبالغ المدفوعة من قبل البنك على الصعيد الاجتماعي، ووجدنا أنه لا يوجد مساهمات معينة للبنك في مجالات محددة مثل التعليم والصحة والرياضة... الخ، وإنما يوجد فقط مبالغ يتم دفعها لحسن جمعيات خيرية، لم تتجاوز قيمة المليون ليرة سورية، خلال ثلاث سنوات.

ووجد الباحث نفس الأمر، عند سؤاله لمسؤول العلاقات العامة في بنك سورية الدولي الإسلامي، الذي أكد عدم وجود هكذا مساهمات، واقتصر الموضوع على المبالغ التي يتم دفعها للجمعيات الخيرية.

وهذا ما يؤكد أحد الباحثين عند حديثه عن تقويم الدور الاجتماعي للمصارف الإسلامية في سورية، بقوله: 'يجب الاعتراف أن حجم الاهتمام بالتنمية الاجتماعية للمصارف الإسلامية، ما يزال دون الطموح المأمول منه، كونه يستمد دوره من تعليمات الشريعة الإسلامية، وخاصة في مجال الصدقات والزكاة، والقروض الحسنة، والتمويل المتناهي في الصغر، حيث يمكن اعتبار دور المصارف الإسلامية في هذه الجوانب صغير جداً'. (محي الدين، 2012، ص279).

3. على الصعيد الصحي، تميّزت الشركة بالمساهمة في إنشاء أول مركز في سورية لأبحاث السرطان، بهدف تطوير أول خارطة توضيحية للسرطان في سورية. إن أهمية هذا المشروع تأتي من خطورة هذا المرض، وما يمكن أن يوفره هذا المركز من بيانات إحصائية، تمكن في معرفة أسباب انتشار المرض، وآليات الكشف المبكر له، بالإضافة إلى التعرف على أحدث الحلول العلاجية لهذا المرض.

4. على صعيد دعم التعليم، تم إطلاق مشروع راند، يعتبر الأول من نوعه في سورية، وهو مشروع مدارس MTN الذكية، والذي تأتي أهميته مما توفره هذه المدارس للطلاب، من اعتماد على استخدام التكنولوجيا الحديثة، الذي يساعدهم مستقبلاً على

سهولة الدخول إلى الحياة العملية، بالإضافة إلى مساعدتهم على اكتساب المعرفة بصورة أفضل.

5. في مجال الرياضة، هناك مشروع ملاعب MTN الذي تم الحديث عنه بشكل وافي سابقاً. يُضاف إلى ذلك اهتمام الشركة بالكثير من النشاطات، التي تتعلق بالأيتام، وذوي الاحتياجات الخاصة، إلى جانب النشاطات التي تهتم بالموسيقى ونشر التوعية الاجتماعية في سورية...الخ.

بناءً على ما تقدم، نقبل الفرضية الثالثة، ونقول: تساهم شركة MTN سورية في دعم القطاعات الاجتماعية (التعليم، الصحة، الرياضة...الخ)، وذلك من خلال إنفاق مبالغ كبيرة نسبياً في هذا المجال. و من خلال الاهتمام، بتنفيذ ورعاية، أنشطة نوعية ذات أثر إيجابي، على تطور وتقدم المجتمع السوري، من الناحية الاجتماعية.

النتائج والمقترحات:

أولاً: النتائج.

1- لا بد للحكومات في البلدان النامية، من إعطاء القطاع الخاص دوراً مهماً والتشارك معه، في دعم القطاعات الاجتماعية، حيث أن الشكل هذا القطاع ركناً أساسياً في عملية التنمية الاجتماعية، سواء من خلال الحد من البطالة، أو من خلال دعم قطاعات اجتماعية أخرى، مثل الصحة والتعليم والبيئة...الخ.

2- إن المساهمة الاجتماعية لشركات القطاع الخاص، تغد من أفضل أشكال الإعلان، حيث أن بناء علاقة للشركة مع المجتمع المحلي، وبناء سمعة طيبة لها، بالتأكيد ستعود بالنفع عليها، وسيؤدي ذلك إلى زيادة الفرص المتاحة لها، وإن تمتع الشركة بصفات مثل الأمانة والشفافية والمصداقية مع مجتمعها، سيكفيها من تجاوز الأزمات التي قد تمر بها.

3- ضعف محفزات، وآليات التشجيع، للمسؤولية الاجتماعية، لشركات القطاع الخاص في سورية، من قبل الحكومة، والهيئات التابعة لها، حيث أن هناك غياب واضح، لآليات توجه هذه الشركات، إلى ضرورة القيام بهذا الدور الاجتماعي، وإلى القطاعات التي تحتاج إلى الدعم من القطاع الخاص.

4- تعتبر تجربة شركة MTN سورية تجربة متميزة في مجال المساهمة في التنمية الاجتماعية في سورية، مقارنة مع باقي شركات القطاع الخاص، من خلال بناء

استراتيجيات، وخطط واضحة، وطموحة، للقيام بدور اجتماعي، يمكنها من الاندماج، مع مجتمعها المحلي، ومساعدتها على بناء سمعة طيبة. لكن في المقابل نجد ضعف اهتمام من قبل غالبية شركات القطاع الخاص الأخرى في سورية، وعدم وجود آليات واضحة، وإدراك لأهمية مفهوم المسؤولية الاجتماعية، وعلى ضرورة المساهمة في تنمية المجتمع الذي تعيش وتعمل فيه.

5- عدم وجود تقييم واضح، من قبل شركة MTN سورية، لدراسة وتبيان أثر كل مساهمة على الصعيد الاجتماعي، بعد انجاز المشروع، مثل عدد الأشخاص المستفيدين منه، أو دراسة نقاط الضعف التي لم يتم بتغطيتها، من أجل تلافيتها في مشاركات ومساهمات لاحقة.

6- عدم اهتمام وسائل الإعلام المحلية، بتسليط الضوء، على المساهمات التي تقوم بها شركات القطاع الخاص السورية، في المسؤولية الاجتماعية (وإن كانت محدودة)، مما أدى إلى وجود انطباع عام لدى المجتمع السوري، بأن هذه الشركات تسعى إلى الربح فقط، ولا تقوم بأي دور اجتماعي يخدم المواطن السوري.

7- قلة الدراسات والأبحاث المتخصصة، عن تأثير المجتمع على قطاع الأعمال، والشركات في سورية، أدى إلى قلة الوعي حول هذا الموضوع.

ثانياً: المقترحات.

1- قيام الحكومة السورية، وهيئة تخطيط الدولة، بإعداد خريطة مجتمعية، تكون في متناول جميع شركات القطاع الخاص في سورية، وتحتوي هذه الخريطة على النشاطات الاجتماعية الواجب رعايتها حسب الأولوية، لتكون الخريطة عبارة عن مرشد، وموجه لهذه الشركات، من أجل تمكينها من التوجه إلى المحافظات، والمناطق، التي يتم تحديدها في الخريطة. مع ملاحظة أن هذا المقترح تم طلب توجيهه باسم شركة MTN سورية، ليكون مساعداً لها في رسم سياستها الاجتماعية.

2- وضع رؤية مشتركة للمسؤولية الاجتماعية للشركات في سورية، والعمل على خلق الوعي اللازم على ضرورة الالتزام بها، وبأن هذه المسؤولية الاجتماعية لا تعني التصديق على المجتمع، وإنما هي ناجمة عن كون هذه الشركات هي شريك في المجتمع، وتقع

- على عاتقها مسؤوليات كبيرة، مع ضرورة حث هذه الشركات على تبني استراتيجيات وسياسات واضحة ومحددة للمسؤولية الاجتماعية.
- 3- تفعيل دور القطاع الخاص السوري، بصورة أفضل، من أجل رفع وزيادة مساهمته في المشاريع التي تؤدي إلى تحقيق التنمية الاجتماعية، وتحديد المبادئ التوجيهية المتعلقة، بأداء الشركات من حيث عمليات الإنتاج التي تضمن حماية البيئة. ومن أجل ضمان حقوق الموظفين لديها واحترامهم، والحفاظ على أمانهم وسلامتهم، وضمانهم صحياً.
- 4- قيام وسائل الإعلام بتسليط الضوء على المساهمات المجتمعية للشركات، بالإضافة إلى عقد المؤتمرات والندوات التي تساهم في خلق وعي للقطاع الخاص، حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية، وتحفيز هذه القطاع على المساهمة والمشاركة الفعالة في هذه المؤتمرات.
- 5- تشجيع الاستثمار المحلي والأجنبي، على ضرورة التقيد بالمعايير العالمية على الصعيد البيئي، وعلى صعيد الصحة والسلامة، بشكل عام.
- 6- العمل على تكريم الشركات والأفراد الذين يساهمون في تعزيز مفهوم المسؤولية الاجتماعية، والذين يساهمون في تحقيقها فعلياً على أرض الواقع، وذلك من أجل تحفيز بقية شركات وأفراد المجتمع السوري على المساهمة الفعالة في هذا المجال.
- 7- بذل الحكومة جهوداً حثيثة، من أجل العمل على ربط مفهوم العمل الخيري بموضوع التنمية المستدامة، وقيام الحكومة، باعتماد آلية تُحفّز القطاع الخاص، على تعزيز مشاركاته الاجتماعية.
- 8- ضرورة قيام الحكومة، بتوفير حوافز مالية وضريبية إضافية، للمشاريع ذات الطابع الاجتماعي، مما يشجع الشركات على زيادة مساهمتها في هذا المجال.
- 9- حث الباحثين على ضرورة إجراء المزيد من الدراسات والبحوث، التي تُقيم الواقع الاجتماعي في سورية، وتساهم في نشر مفهوم المسؤولية الاجتماعية.
- 10- ضرورة قيام شركات الاتصالات الخلوية في سورية، بإجراء دراسات وبحوث تتعلق بالتعرف على آثار الإشعاعات الناجمة عن أبراج الاتصالات، والتأكد من عدم تأثيرها على السلامة البشرية والبيئية، ومشاركة هذه الأبحاث مع الحكومة والمجتمع المحلي.

11- ننصح شركة MTN سورية، بضرورة تقصي نتائج مساهماتها المجتمعية، وإجراء تقييم لكل مشروع على حدة، من أجل مساعدتها مستقبلاً، على رسم ملامح خططها الاجتماعية.

12- عقد اجتماعات دورية بين ممثلي الحكومة السورية، وممثلين عن شركات القطاع الخاص في سورية، وذلك من أجل متابعة المشاريع الاجتماعية المنجزة، ووضع رؤية مشتركة للمراحل اللاحقة.

المراجع

- 1- Ioannis Ioannou¹, George Serafeim², THE IMPACT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON INVESTMENT RECOMMENDATIONS 2010, London, Academy of Management pp,1,2.
- 2- المسحيباني صالح، 2009_المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية، حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية. المؤتمر الدولي الأول حول دور القطاع الخاص في التنمية، بيروت، 23-25 ص2 ص25 ص10.
- 3- الغالبي طاهر، العامري صالح، 2002_ المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية الأردنية. مجلة العلوم الإنسانية، عمان، العدد 13، ص83، ص216.
- 4- قرم جورج، 2004_ دور القطاع الخاص في التنمية في دول المشرق العربي قضايا وآفاق. ورشة عمل، القاهرة، ص281.
- 5- قاندي محمد، 2012_المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات في البلدان النامية بين الواقع والتحديات. الملتقى الدولي الأول حول "منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية"، جامعة بشار، الجزائر، ص2.

-
- 6- عبد الرزاق مولاي لخضر، بونوة شعيب، 2009_ دور القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية بالدول النامية دراسة حالة الجزائر. مجلة الباحث، عدد 07، ص 10.
- 7- خاطر أحمد مصطفى، 2002_ التنمية الاجتماعية المفاهيم الأساسية- نماذج الممارسة. جامعة الإسكندرية، ص 21.
- 8- جناد رازي، 2013_ دور القطاع الخاص في المسؤولية الاجتماعية، هيئة تخطيط الدولة، دمشق، ص 20.
- 9- شركة أم تي ان للاتصالات الخلوية المحدودة المسؤولية
- 10- المجموعة الإحصائية، 2012 المكتب المركزي للإحصاء، سورية.
- كلمة شكر: تشكر مجلة جامعة الفرات لما تولية من اهتمام في البحث العلمي لكم منا جزيل الشكر ومزيد من التفوق والنجاح .

CSR investments in Syria
Case Study "MTN Telecommunication Company"

Abstract

The investments companion essential to finance economic and social development in any country, whether foreign ones or local, and compete with each other in order to get the bulk in the market, it has been for these investments a big role in the economic development, would have had a prominent role in social development?. What is this role that investment plays in achieving social goals?.

Some investment seeks to reap profits and expansion in order to achieve better conditions for competition, while others are seeking to link the investment community so that the community is motivated to stay and continue. This research aims to find out the role played by investment in social development, and on their ability to achieve a balance between economic and social growth in the countries in which you invest, whether local or global. What are the contributions of telecommunications companies in Syria in pursuit of the objectives of social development?. Through a case study of the MTN telecommunications company in Syria

Keywords: social responsibility, Investment, the MTN