

خبيرة اقتصادية: ١٨% زيادة في أرباح الشركات التي تتبنى المسؤولية الاجتماعية.

المستهلك هو حجر الزاوية في جعل القطاع الخاص يدرك واجباته .

جدة: علي مطير

دعت خبيرة اقتصادية سعودية لسن أنظمة وتشريعات تكفل تطبيق الشركات برامج المسؤولية الاجتماعية في قنواتها السليمة وضمان عدم استغلالها كبرامج لتحسين صورة بعض المنشآت التجارية دون تحقيق المعايير الأساسية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

وقالت آسيا آل الشيخ وهي رئيس مجلس إدارة شركة تمكين للاستشارات التنموية والإدارية في السعودية لـ«الشرق الأوسط» ان «حالة من الضبابية في المفاهيم ما زالت تسيطر على فهم آلية برامج المسؤولية الاجتماعية والبرامج الخيرية على اعتبار أن المسألة تحتاج الى وعي اجتماعي بالدرجة الأولى ينعكس على صورة صنّاع القرار في الشركات الاستثمارية التي تعتمد في إيراداتها على جمهور المستهلكين».

أن ما يصرف حالياً في السعودية على برامج المسؤولية الاجتماعية لا يزال يتبع لبندود الدعاية والإعلان في موازنات الشركات في الوقت الذي أصبحت فيه هذه البرامج ضلعاً أساسياً في هيكلية الشركات العالمية، وهو ما انعكس بالتالي على حجم الصرف لديها والذي يصل لأكثر من ٢ تريليون في الولايات المتحدة الأميركية وحدها.

الخبيرة آل الشيخ أشارت في رؤية مستقبلية إلى نقلة نوعية في التفكير الاستراتيجي لدى الشركات الوطنية عليها أن تتبناه لتحقيق المعادلة الصعبة في الربح والرضا بنفس الوقت، قائلة «على القطاع الخاص لدينا ان يدرك بأن العائد على المدى الطويل سيكون كبيراً للأداء تحت مبدأ المسؤولية الاجتماعية، إذ أن الشركات التي تحقق مفهوم المسؤولية الاجتماعية يزيد معدل الربحية فيها ١٨ في المائة عن تلك التي ليس لديها برامج في المسؤولية الاجتماعية». مشيرة في الوقت نفسه الى ان هناك دراسة صدرت عن جامعة هارفرد اثبتت ان الشركات التي تطبق مبادئ المسؤولية الاجتماعية نمت بمعدل اربعة اضعاف عن تلك التي لم تتبن هذا المجال اضافة الى ان تثقيف الموظف بهذا المفهوم سيسهم في تخفيف الاعباء على الشركات وزيادة الانتاجية وخفض التكاليف التي يتسبب بها الغياب والفواتير الصحية بنسبة ٣٠%.

وحول التشريعات والأنظمة التي تحول دون استغلال برامج الدعم الاجتماعي أو تحويلها لمنافع شخصية لمستفيدين محددين دون تحقيق الغاية من تطبيق البرنامج نفسه، قالت آل الشيخ «نحتاج لمراقبة مزاولة العمل بالأساليب النظيفة داخل المنشآت نفسها التي تتبنى هذه البرامج ومدى حرصها

على تأهيل موظفيها وتأمين المناخ الصحي لديهم للعبء وتعزيز مفاهيم الانتماء الوظيفي والعمل على تنمية قياديين يملكون قناعات خاصة بجدوى برامج المسؤولية الاجتماعية حتى على معدلات الربح في الشركات التي تطبق مثل هذه البرامج في جو عال من الشفافية والالتزام».

كما أكدت على دور القطاع الحكومي في خلق محفزات نظامية للشركات والمؤسسات عن طريق تشجيع إقامة شراكات اجتماعية، ومنح إعفاءات ضريبية للجهات التي تطبق برامج المسؤولية الاجتماعية، ومنحها فرصاً أفضل في المناقصات العامة، وهي الخطوات التي تراها ضرورية لصناعة سوق تنافسي يعتمد على أخلاقيات الربح ويعزز الدور الاجتماعي في تلك المنشآت، ويقلل من أعباء الحكومة في تحمل كل التبعات الاجتماعية تجاه مواطنيها. الخبيرة آل الشيخ والتي تجنبت الحديث عن تجربة القطاع الخاص السعودي في برامج المسؤولية الاجتماعية، أشارت من جهة أخرى إلى أن شركات تقوم حالياً ببرامج مميزة من حيث الحرص على تقديم خدمة اجتماعية لكنها بدأت بشكل هرمي معكوس، وهو ما تراه عائقاً في تصنيفها تقوم ببرامج حقيقية ضمن إطار المسؤولية الاجتماعية. حيث شددت على أن العمل من الداخل هو اللبنة الأساسية التي يجب أن تقوم عليها الشركات في الانطلاق نحو برامجها المجتمعية.