

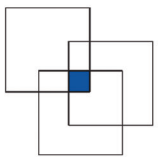


منظمة
العمل
الدولية



التجارب الرائدة للمسؤولية الاجتماعية
للشركات الصناعية في مصر
نحو خلق قيمة مشتركة

الجزء الأول



THE AMERICAN
UNIVERSITY IN CAIRO
JOHN D. GERHART CENTER



SCHOOL OF
BUSINESS
PHILANTHROPY
CIVIC ENGAGEMENT
RESPONSIBLE BUSINESS



اتحاد الصناعات المصرية
FEDERATION OF EGYPTIAN INDUSTRIES

حقوق النشر محفوظة لمنظمة العمل الدولية، 2015

الطبعة الأولى، 2015

تتمتع منشورات منظمة العمل الدولية بحماية حقوق المؤلف بموجب البروتوكول رقم 2 المرفق بالاتفاقية العالمية لحماية حقوق المؤلف، على أنه يجوز نقل مقاطع قصيرة منها دون إذن. شريطة أن يُشار حسب الأصول إلى مصدرها. وأي طلب للحصول على إذن بالنسخ أو الترجمة يجب أن يوجه إلى مكتب مطبوعات منظمة العمل الدولية (الحقوق والتراخيص). في منظمة العمل الدولية في جنيف على العنوان التالي: ILO Publications (Rights and Permissions), International Labour Office, CH- 1211 Geneva 22, Switzerland والمكتب يرحب دائماً بهذه الطلبات.

يجوز للمكتبات والمؤسسات وغيرها من الجهات المستخدمة المسجلة لدى منظمات حقوق الاستنساخ أن تستنسخ هذه الوثيقة وفقاً للتراخيص الممنوحة لها لهذا الغرض. زوروا موقع www.ilo.org للاطلاع على أسماء منظمات حقوق الاستنساخ في بلدكم.

التجارب الرائدة للمسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية في مصر – نحو خلق قيمة مشتركة - الجزء الأول
978-92-2-630743-8 (طباعة)

978-92-2-630744-5 (pdf نشر إلكتروني)

التجارب الرائدة للمسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية في مصر – نحو خلق قيمة مشتركة - الجزء الثاني: قطاع الغذاء
978-92-2-630745-2 (طباعة)

978-92-2-630746-9 (pdf نشر إلكتروني)

الطبعة الإنجليزية:

CSR – Industrial Leaders of Egypt – Towards Creating Shared Value – Volume I

Print) 978-92-2-130743-3)

Web PDF) 978-92-2-130744-0)

CSR – Industrial Leaders of Egypt – Towards Creating Shared Value – Volume II: Food Industry

Print) 978-92-2-130745-7)

Web PDF) 978-92-2-130746-4)

لا تنطوي التسميات المستخدمة في منشورات منظمة العمل الدولية، التي تتفق مع تلك التي تستخدمها الأمم المتحدة، ولا العرض الوارد فيها للمادة التي تتضمنها، على التعبير عن أي رأي من جانب منظمة العمل الدولية بشأن المركز القانوني لأي بلد أو منطقة أو إقليم، أو لسلطات أي منها، أو بشأن تعيين حدودها.

مسؤولية الآراء المعبر عنها في المقالات أو الدراسات أو المساهمات الأخرى التي تحمل توقيعاً من مسؤوليها وحدهم، ولا يمثل النشر مصادقة من جانب منظمة العمل الدولية على الآراء الواردة فيها.

الإشارة إلى أسماء الشركات والمنتجات والعمليات التجارية لا تعني مصادقة منظمة العمل الدولية عليها، كما أن إغفال ذكر شركات ومنتجات أو عمليات تجارية ليس علامة على عدم إقرارها.

يمكن الحصول على منشورات منظمة العمل الدولية ومنتجاتها عن طريق المكتبات الكبرى أو المكاتب المحلية للمنظمة الموجودة في كثير من البلد ان أو مباشرة من:

ILO Publications, International Labour Office, CH-1211 Geneva 22, Switzerland

ويكن الحصول مجاناً على بيان مصور أو قائمة بالمنشورات الجديدة، من العنوان المذكور أعلاه، أو بالبريد الإلكتروني: pubvente@ilo.org

للحصول على مطبوعات مكتب منظمة العمل الدولية بالقاهرة

9ش د، طه حسين، الزمالك، القاهرة – جمهورية مصر العربية

تليفون: (+202) 27350123

زوروا موقعنا: www.ilo.org/publns www.ilo.org/cairo

طبع في (جمهورية مصر العربية).

كلمات افتتاحية



تطورت المسؤولية الاجتماعية للشركات من مسألة اجتماعية بحثه لتأخذ شكل مفهوم جديد تماماً من أشكال الكفاءة التشغيلية والميزة التنافسية.

وأخذاً بعين الاعتبار هذا الفهم الذي بلغ مرحلة من النضج لم يبلغها من قبل. رأى اتحاد الصناعات المصرية في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات فرصة سانحة ضمن منظومة بيئة الأعمال في مصر تتلاءم وتعزيز مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات في قطاع الصناعة. إذ لا تستطيع الشركات الناجحة أن تنمو وتزدهر إلا في ظل ظروف اجتماعية وبيئية مواتية؛ وإحدى الأدوات الملائمة لبلوغ هذه الظروف إنما تتمثل في تعميم مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات في نماذج تشغيل الأعمال.

ومن هنا. تسعى هذه المنشورة إلى إقامة الحجة على أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات ومبادئ العمل اللائق من خلال عرض مبادرات ناجحة للمسؤولية الاجتماعية قامت بها شركات صناعية رائدة في القطاع الخاص المصري. وتشير الاتجاهات الواردة في الكتيب إلى أن الشركات التي تتبنى القيم الاستراتيجية لمبادئ المسؤولية الاجتماعية تستفيد من تحسين إدارة المخاطر وتوطيد العلاقات التي تترجم إمكانية أكبر للوصول إلى رأس المال والمهارات والأسواق الجديدة.

ويبين هذا الاتجاه مدى انفتاح اتحاد الصناعات المصرية على الانخراط في حوار مع الحكومة والشركات والأوساط الأكاديمية وعامة الجمهور من أجل تحقيق فهم أعمق للمسؤولية الاجتماعية للشركات. آمين أن يحفز ذلك مجتمع الأعمال على تبنيه.

ونعرب هنا عن خالص الامتنان والشكر لجميع الأطراف المشاركة في إعداد هذه المنشورة. آملي نفي أن تكون أداة لعرض نماذج لأفضل الممارسات ولتسهيل تبادل الدروس المستفادة والأفكار الجديدة.

وقد أعدت هذه السلسلة في جزأين بالشراكة مع منظمة العمل الدولية ومركز جون جيرهارت بالجامعة الأمريكية بالقاهرة بهدف تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات بوصفها جزءاً لا يتجزأ من العمل المستدام وتقدم المجتمعات. والهدف منه توثيق نظم المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات الصناعية المصرية الرائدة. وتسليط الضوء على العائدات الاقتصادية والاجتماعية التي يثمر عنها اتباع سياسات جيدة للمسؤولية الاجتماعية للشركات.

وقد أكد اتحاد الصناعات المصرية التزامه بالمسؤولية الاجتماعية للشركات بإنشائه وحدة متخصصة معنية بهذا المجال بقصد الترويج لمبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات والعمل اللائق بين الشركات والهيئات الحكومية. وقد أنشئت الوحدة بالتعاون مع منظمة العمل الدولية بهدف تعزيز ثقافة الشركات المسؤولة اجتماعياً من خلال رفع مستوى الوعي وبناء القدرات والشراكات وعقد الشراكات مع الهيئات الدولية والمحلية ذات الصلة. وسوف تساعد الوحدة الأطراف المعنية في تلبية الاحتياجات ومواجهة التحديات المرتبطة بتطبيق سياسات المسؤولية الاجتماعية للشركات ومبادئها. بالإضافة إلى تقديم الدعم المناسب للشركات الصغيرة الحجم والمتوسطة الحجم لزيادة اهتمامها بالمسؤولية الاجتماعية للشركات.

محمد السويدي

رئيس اتحاد الصناعات المصرية



المسؤولية الاجتماعية للشركات هي أحد مفاهيم الإدارة التي تدمج الشركات بموجبها النهج الاجتماعية والبيئية في نماذج أعمالها وعملياتها بهدف تحقيق التوازن الاقتصادي والاجتماعي والبيئي الذي يعود بالنفع على المجتمع بأسره. وقد زاد باطراد اهتمام من جانب المستثمرين والمستهلكين والمجتمع المدني بالتعرف على الشركات التي تتبنى استراتيجية شاملة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات ومكافأتها. وقد ترتب تأثير إيجابي لتلك الشركات على الموظفين والعملاء والمجتمعات المحلية والبيئة المحيطة. وهو الأمر الذي عزز سمعتها وقدرتها التنافسية. ويعد الامتثال إلى مبادئ وممارسات العمل المحلية والدولية جزءاً لا يتجزأ من المسؤولية الاجتماعية الجيدة للشركات؛ وهي فكرة غير معلومة عادة للكثيرين.



ونود أن نعرب هنا عن خالص تقديرنا إلى جميع الأطراف التي شاركت في إعداد هذا الكتيب. آملي أن يكون مصدر إلهام لسائر الشركات من جميع القطاعات في مصر لتسير على هذا الدرب في تحسين سمعتها كشركات تضطلع بمسؤولياتها الاجتماعية ودورها في تعزيز التنمية المستدامة.

وتتألف هذه السلسلة من جزأين وأعدادها مركز جون جيرهارت بالجامعة الأمريكية بدعم من مكتب منظمة العمل الدولية في القاهرة من خلال مشروع "خلق بيئة مؤاتية للاعتراف الفعال بالمبادئ الأساسية والحقوق في مكان العمل وتنفيذها" ومكتب منظمة العمل الدولية لأنشطة أصحاب العمل واتحاد الصناعات المصرية. والغرض منه أن يكون مصدراً للمعلومات يوفر الأفكار والحافز للحكومات والشركات والمجتمع المدني والأوساط الأكاديمية بالاستفادة من الأنشطة الناجحة في إطار المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر بشتى المجالات. ومنها التعليم والصحة والسلامة والبيئة. وتم تخصيص أقسام خاصة لإلقاء الضوء على تأثير ممارسات العمل الجيدة والعادلة على قدرة شركة ما على جذب الموظفين والحفاظ عليهم. ورفع مستوى إنتاجية العمال بها. وتعزيز صورة الشركة لدى المجتمع المحيط بها.

وتقف منظمة العمل الدولية. بوصفها منظمة ثلاثية تتألف من ممثلي المؤسسات الحكومية وكثير من ممثلي منظمات أصحاب العمل ومنظمات العمال. بجانب القطاع الخاص ومؤسساته. من أجل تبني السياسات واللوائح التي تنظم تعزيز إنشاء المؤسسات المستدامة وضمان نموها. فالمنظمة ترى المسؤولية الاجتماعية للشركات كأداة لتحديد الدور الذي ينبغي على أي شركة أدائه في المجتمع الذي تعمل فيه. وأيضاً للتأثير على أعمال الشركة من خلال احترام مبادئ العمل الدولية والحوار الاجتماعي وقوانين العمل الدولية التي من شأنها أن تؤدي إلى زيادة الإنتاجية وتحسين جودة المنتجات. ومن ثم تمكين الشركات من المنافسة في الأسواق العالمية. والمسؤولية الاجتماعية للشركات تشجع أيضاً الشركات على تبني إجراءات تهدف إلى دمج الحقوق الاجتماعية والبيئية والأخلاقية والإنسانية ومخاوف المستهلكين في أعمال الشركات واستراتيجياتها الأساسية من خلال التعرف على ما يترتب عليها من آثار عكسية ممكنة والوقاية منها والحد من شدتها.



بيتر فان غوي.

مدير الفريق الفني للعمل اللائق لدول شمال أفريقيا لمنظمة العمل الدولية/القاهرة

شكر وتقدير

١. العربي جروب: السيد محي الدين محمود العربي، مدير التسويق.

٢. الشركة الشركة المصرية الألمانية إيجيك: الدكتور أشرف فاروق، مدير المسؤولية الاجتماعية للشركات؛ السيد مجدي حسن، المدير التنفيذي، المؤسسة المصرية للهندسة الصحية.

٣. مجموعة منصور: السيدة رانيا حمود، العضو المنتدب، عضو مجلس الإدارة، مستشار المسؤولية الاجتماعية للشركات.

٤. فاركو للأدوية: الدكتور شرين حلمي، الرئيس التنفيذي؛ الدكتور شادي مراد، مدير الصادرات.

٥. سانوفي مصر: السيدة فيفيان فكري، مدير الاتصال والمسؤولية الاجتماعية للشركة.

٦. سانتكس جروب: السيد محمد صبري، الرئيس التنفيذي، والمهندس محمد أنور، مدير المكتب الفني.

٧. السويس للأسمنت - مجموعة إيطالشميتي: السيدة زينة سبيللي، مدير الاتصالات والعلاقات العامة؛ السيد محمد حسين، مدير العلاقات الخارجية.

٨. تيتان مصر: السيدة سهيلة محمد، مدير قسم التعويضات والاستحقاقات والمسؤولية الاجتماعية؛ السيد خالد خورشيد، مدير إدارة الموارد البشرية بمصنع الإسكندرية؛ المهندس محمد عبد النبي، مدير الصحة والسلامة بمصنع الإسكندرية؛ والمهندس محمد حجاج، مدير إدارة البيئة.

يعرب مركز جون جيرهارت عن امتنانه لمنظمة العمل الدولية على تمويلها السخي الذي لولاه ما جرى إعداد هذه المنشورة. كما يعرب المركز عن بالغ تقديره لاتحاد الصناعات المصرية على الثقة التي وضعها في المركز وتشجيعه له في إعداد هذه المنشورة.

الجزء الأول من هذه السلسلة المؤلفة من كتيبين هو ثمار التعاون والتضام بين منظمة العمل الدولية واتحاد الصناعات المصرية ومركز جون جيرهارت، الذي يُعدُّ الذراع التنموي لكلية إدارة الأعمال بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.

وقد قدمت منظمة العمل الدولية واتحاد الصناعات المصرية ومثلوهما دعماً قوياً خلال مرحلة جمع المعلومات وعملية الصياغة على نحو يضمن أن تكون هذه المنشورة تمثيلاً واقعياً للشركات الصناعية الختارة واستراتيجيات وبرامج المسؤولية الاجتماعية الخاصة بها. وبوصفهما الناشرين الرئيسيين لهذا الكتيب الأول، فقد أسندت منظمة العمل الدولية واتحاد الصناعات المصرية إلى مركز جون جيرهارت مهمة تصميم الأبحاث الخاصة بهذه المنشورة وصياغتها.

ونتوجه بشكر خاص إلى فريق البحث الذي وقف وراء إصدار هذه المنشورة، الدكتورة منة الله دراج والدكتور منان عمر، من مستشاري الأبحاث بمركز جون جيرهارت، والمؤلفين الرئيسيين للمنشورة تحت إشراف السيدة هبة أبو شنيف، رئيس وحدة الأبحاث بالمركز.

وقد أعدت المنشورة بتوجيه من السيدة سينا حبوس، المدير المساعد لمركز جون جيرهارت بالتنسيق مع السيد إريك أوشلان، كبير الاختصاصيين بمنظمة العمل الدولية لأنشطة أصحاب العمل والدكتور السيد تركي، المنسق الوطني لمنظمات أصحاب العمل، مشروع البيئة المواتية، مكتب منظمة العمل الدولية بالقاهرة؛ والمهندس ناجي الفيومي، المدير التنفيذي لاتحاد الصناعات المصرية، والسيدة بسمة عثمان، كبير مستشاري اتحاد الصناعات المصرية، الذين نخصهم بالشكر على مساهماتهم ومقترحاتهم القيمة. وقد خرجت هذه الدراسة إلى النور بفضل التعاون السخي من الشركات المشاركة التي لم تدخر وقتاً في عرض تجاربها وخبراتها. وهو ما سهّل بصورة كبيرة إعداد هذه المنشورة وضمن خروجها في صورة واقعية تبين أنشطة المسؤولية الاجتماعية لتلك الشركات وحافظ على سلامة المعلومات المقدمة في هذا الإطار.

الملخص التنفيذي

تهدف هذه السلسلة، التي تعدُّ الأولى من نوعها في مصر في توصيف الدراسات الموجزة لأنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات، إلى توثيق خبرات ١٥ شركة صناعية من أولى الشركات الرائدة في طرح وإعداد البرامج والأنشطة التي تستهدف العناصر المتنوعة للمسؤولية الاجتماعية للشركات. وتتضمن خطط المسؤولية الاجتماعية بتلك الشركات الممارسات العمالية وأنشطة التواصل مع المجتمع والمساءلة البيئية، فضلاً عن تعزيز القيم المشتركة في مختلف مراحل التشغيل في سلسلة التوريد.

الفصل الأول

مدخل تقديمي لعرض الهدف العام ومنهجية البحث المتبعة في هذا العمل، ويحدد الجانب المفاهيمي من خلال مناقشة تعريفات المسؤولية الاجتماعية للشركات وإطار عمل المسؤولية الاجتماعية للشركات لدى منظمة العمل الدولية الذي تتبناه هذه المنشورة. وذلك بعرض استعراض التحول التدريجي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات على الصعيدين العالمي والوطني.

الفصل الثاني

يعرض دراسات موجزة لأنشطة المسؤولية الاجتماعية التي جمعتها الأبحاث من ٨ شركات صناعية تعمل في مجموعة مختلفة من القطاعات، وحتى يتسنى للقارئ التعرف على وصف تفصيلي للدوافع والمزايا والتحديات وعوامل النجاح، فعليه قراءة كل حالة دراسة على حدة. وقد جرى ترتيب الدراسات الموجزة للشركات أبجدياً وتضمن كل ملف معلومات قدمتها الشركة من خلال مقابلات مع مثليها، إضافة إلى ما قدموه من وثائق.

الفصل الثالث

يطرح الاستنتاجات العامة والاتجاهات الحالية للمسؤولية الاجتماعية للشركات، وكذلك الدروس المستفادة التي ظهرت تدريبياً في مختلف مراحل العملية البحثية وجمع البيانات في سبيل إعداد هذا الكتيب، وهو محاولة لتقديم نقاط إرشادية موجزة لدعم صانعي السياسات وتشجيع الشركات على أن تخطو على دربها وأن تعمل على إثراء تخصص أكاديمي محلي في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات.

يضم الجزء الأول من هذه السلسلة مجموعة من ٨ شركات تمثل مختلف القطاعات الصناعية، بينما يركز الجزء الثاني على ٧ شركات تعمل في قطاع صناعة الأغذية والمشروبات بهدف تقديم فكرة عامة عن اتجاهات المسؤولية الاجتماعية للشركات وأماطها في هذا القطاع بعينه.

ويأتي الجزءان في إطار مبادرة من جانب اتحاد الصناعات المصرية بالشراكة مع منظمة العمل الدولية بشأن تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات والتنمية المستدامة.

والغرض من عرض أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات هو إلقاء الضوء على الدوافع وأساليب التنفيذ وعوامل النجاح والتحديات التي تواجه الشركات في مساعيها للنهوض بخطط المسؤولية الاجتماعية لديها، وهو الأمر الذي ينطوي أيضاً على فرصة للتعرف على الدور المنوط بكل من الحكومة والمجتمع المدني في تعزيز مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات. وسوف تساعد النتائج التي ستخرج بها هذه السلسلة على مواصلة توجيه السياسات الصناعية وإعداد البرامج في النهوض بمبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات وتعميمها بوصفها أحد السبل نحو تعزيز القدرة التنافسية للشركات والرفاه المجتمعي. ويتألف هذا الكتيب من ثلاثة فصول.

٠٣	كلمات افتتاحية
٠٥	شكر وتقدير
٠٦	الملخص التنفيذي
٠٨	الفصل الأول: التمهيد للعمل
١٤	الفصل الثاني: عرض تجارب الشركات
١٤	العربي
١٩	الشركة المصرية الألمانية إيجيك
٢٤	مجموعة منصور
٣٠	فاركو
٣٤	سانوفي
٤٠	سانتكس
٤٥	مجموعة شركات السويس للأسمنت
٥٣	تيتان
٥٩	الفصل الثالث: زيادة آفاق المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال خلق قيمة مشتركة
٦١	المراجع
٦٣	حول هذا الكتاب





التجارب الرائدة للمسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية في مصر نحو خلق قيمة مشتركة

الفصل الأول

التمهيد للعمل

الهدف:

الغرض من هذا الجهد البحثي هو أن يكون بمثابة الخطوة الرائدة في توثيق تجربة وتقدم الشركات الصناعية في تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات ومعايير العمل في مصر. وتهدف هذه السلسلة من الكتيبات إلى دعم الجهود المبذولة من قبل اتحاد الصناعات المصرية/ منظمة العمل الدولية في تحديد مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات حتى توفر للصناعات والهيئات الحكومية والمجتمع المدني فكرة عن المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر. إضافة إلى بناء قاعدة معرفية قيمة للأكاديميين والمعلمين على حد سواء.

استند قياس أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات على تعريف منظمة العمل الدولية للمسؤولية الاجتماعية للشركات¹. ويشير مفهوم منظمة العمل الدولية للمسؤولية الاجتماعية للشركات إلى أنه ينبغي النظر إليها على أنها التزام تطوعي تتجاوز الإدارة في ظل الالتزامات القانونية المعمول بها لدى أي شركة لتدمج بشكل كامل أثرها التشغيلي على المجتمع والبيئة في استراتيجية أعمالها². وتحقيقاً لهذه الغاية، فقد تم إعداد ملفات لكل شركة على حدة حتى تتاح للقارئ نظرة عامة حول رؤية المسؤولية الاجتماعية للشركات وهيكل حوكمتها ومخطط ميزانياتها وآلية إعداد التقارير الخاصة بها. وإضافة إلى ذلك، هناك استعراض مفصل للأنشطة محل التركيز التي تقوم بها تلك الشركات في مجال المسؤولية الاجتماعية.

ورغم أنه للوهلة الأولى نجد أن ملفات المسؤولية الاجتماعية للشركات قد تم عرضها بطريقة منظمة، إلا أن لكل شركة على حدة مفهوم فريد للمسؤولية الاجتماعية والقدرة التنافسية في ممارستها ذات الصلة.

¹ من أجل فهم أكثر للمسؤولية الاجتماعية للشركات في سياق منظمة العمل الدولية وممارسات العمل، يرجى زيارة:

http://www.ilo.org/empent/Informationresources/WCMS_101253/lang-en/index.htm

² الرابط التالي يحتوي ورقة حقائق تلخص جهود منظمة العمل الدولية في دعم المسؤولية الاجتماعية للشركات على مستوى العالم.

http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/--multi/documents/publication/wcms_116336.pdf

مقدمة:

في إطار جهوده الحثيثة لمناصرة المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر، شرع اتحاد الصناعات المصرية في إصلاحات طموحة لضمان الامتثال لمعايير العمل الدولية والعمل اللائق. وتحقيقاً لهذه الغاية، أطلق اتحاد الصناعات المصرية ثلاث وحدات جديدة لدعم المرأة في العمل. وإدارة شؤون العمل. وأخيراً، تعزيزاً للمسؤولية الاجتماعية للشركات. وتتمتع منظمة العمل الدولية بثروة من الخبرات في صياغة السياسات والبرامج التي تعكس وجهات نظر العمال وأصحاب العمل والحكومات في معايير العمل. وهي إحدى مجالات الاهتمام الرئيسي للمسؤولية الاجتماعية للشركات.

ولذلك، فقد أعرب اتحاد الصناعات المصرية عن اهتمامه بتعزيز مستوى التعاون مع منظمة العمل الدولية من خلال تقديم المساعدة الفنية لدعم إنشاء وحدة المسؤولية الاجتماعية للشركات سائلة الذكر. ولبناء فطنته المعرفية حول أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر، شارك اتحاد الصناعات المصرية منظمة العمل الدولية ومركز جون جيرهارت للأعمال الخيرية والمشاركة المدنية (مركز جون جيرهارت) بالجامعة الأمريكية بالقاهرة لعرض الأنشطة الناجحة للقادة الصناعيين في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات.

وبوصفه مركزاً فكرياً يعمل في ظل كلية إدارة الأعمال بالجامعة الأمريكية بالقاهرة ويركز على نماذج العمل المسؤولة والمسؤولية الاجتماعية للشركات، فإن مركز جون جيرهارت حريص على دعم الجهود الجديرة بالثناء التي تبذلها كل من منظمة العمل الدولية واتحاد الصناعات المصرية عملاً على ترسيخ مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات من أجل التصدي للتحديات الاقتصادية والاجتماعية في مصر.

وقام مركز جون جيرهارت بصياغة ملفات المسؤولية الاجتماعية للشركات وإعدادها. وبعدها تمت مشاركة كل ملف مع الشركة ذات الصلة من أجل المراجعة وإبداء التعليقات. وتم تنقيح الصيغة الأولية للملفات بناءً على الملاحظات التي أبدتها ممثلو الشركات لاستيعاب تفضيلاتهم الشاملة وطلبات الحفاظ على السرية. وبعدها أرسلت إليهم مرة أخرى للحصول على الموافقة النهائية. وعند تلقى الموافقة الخطية لنشر دراسات الحالة. بدأت منظمة العمل الدولية في القيام بأعمال التحرير والترجمة.

وفي حين تقوم ملفات الشركات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل أساسي على المعلومات والبيانات التي تم جمعها أثناء المقابلات، إلا أنه قد تم تبادل رسائل وعقدت اجتماعات للمتابعة من أجل استكمال الصيغ الأولية الفردية. وقام مؤلفو الكتيبين أيضاً بإجراء بحث ثانوي لدعم المعلومات التي تم تقديمها في المقابلة. وجميعها ظلت سرية حتى تم الحصول على الموافقة النهائية من كل شركة.

المسؤولية الاجتماعية للشركات: نظرة عامة:

تبنت المسؤولية الاجتماعية للشركات منذ نشأتها تعريف متفاوتة. ولكنها متوازنة إلى حد ما. وهي تعاريف تم اعتمادها بين الأوساط الأكاديمية والممارسين لها في جميع أنحاء العالم. ولعل هذه الحقيقة كانت نعمة مقنعة. فقد فتحت آفاقاً تختلف المبادئ والخطوط التوجيهية التي تتصل جميعها بالمسؤولية الاجتماعية للشركات. وما الذي يمثله ظهورها على أيدي مختلف المؤسسات والمنظمات الدولية. ويسعى هذا القسم لتوفير نظرة عامة للقارئ حول هذا الفهم المتطور باستمرار للمسؤولية الاجتماعية للشركات ويحدد التعريف المستخدم لها في بقية هذه الوثيقة.

ومن وجهة نظر مفاهيمية، فقد تطور التعريف من كونه مجرد التزام تجاه المجتمع^٢، ليصبح نظاماً متكاملاً لتعزيز مزيد من التنسيق بين مصالح الشركات والمصالح العامة. وفي الستينيات^٣، كانت المسؤولية الاجتماعية للشركات تمثل العلاقة بين الشركات والمجتمع. وبعدها تم استحداث مفهوم حديد وإشراك أصحاب المصلحة ضمن الحوار النظري للمسؤولية الاجتماعية للشركات في السبعينيات^٤ لمعالجة المشاكل الاجتماعية والاقتصادية. وتحسين نوعية الحياة. وعلاوة على ما سبق، فقد جلبت فترة الثمانينيات^٥ مفاهيم التطوع والمؤسسات الأخلاقية والداعمة اجتماعياً إلى ساحة بحوث المسؤولية الاجتماعية للشركات.

^٢(Heald, 1957)

^٣(Walton, 1967)

^٤(Johnson, 1971)

^٥(Jones, 1980)

تعزيز عوامل نجاح كل شركة من الشركات والتحديات في تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات يسمح لاتحاد الصناعات المصرية / منظمة العمل الدولية بتقديم الدعم الاستراتيجي للشركات المصرية في بناء سمعة مؤسسية مسئولة اجتماعياً من أجل تحقيق نتائج أفضل للأعمال.

وأخيراً، فإن تسليط الضوء على المبادرات الناجحة للقادة الصناعيين في مجال المسؤولية الاجتماعية والدروس المستفادة هو بمثابة تشجيع للشركات الأخرى في مصر والشرق الأوسط على اتباع نفس المسار.

المنهجية:

أعدت السلسلة على مدار أربعة أشهر. وقد استغرق الكثير منها في إجراء مقابلات تفصيلية شبه منظمة مع مديري المسؤولية الاجتماعية للشركات، أو ممثلين ذوي صلة من الشركات المعنية. وقد امتدت المقابلات ما ساعة إلى ساعتين. وأجريت وجهاً لوجه، إما في مقر كل شركة على حدة أو في مركز جون جيرهارت.

وقد تم اختيار الشركات من قبل اتحاد الصناعات المصرية / منظمة العمل الدولية وفقاً لمعايير متعددة المستويات لضمان تمثيل مجموعة متنوعة من أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر. وشمل ذلك عضوية اتحاد الصناعات المصرية، وإلى أي مدى ترتبط أنشطة المسؤولية الاجتماعية الخاصة به بمفهوم التنمية المستدامة. وأخيراً، توافر الوقت لدى الاتحاد أثناء مرحلة إعداد السلسلة. وقد دعا اتحاد الصناعات المصرية / منظمة العمل الدولية الشركات في بداية الأمر للمشاركة في السلسلة. وقد تم التواصل مع الشركات التي أكدت استعدادها لتبادل المعلومات بشأن برامج المسؤولية الاجتماعية الخاصة بها بواسطة فريق الأبحاث في مركز جون جيرهارت لتحديد مواعيد للمقابلات.

وقد تم وضع أسئلة المقابلات على أيدي فريق الأبحاث للاستفادة بأكثر قدر ممكن من الوقت المتاح لدى القادة الصناعيين في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات. اتبع فريق الأبحاث بروتوكول صارم للمقابلات لضمان جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات مع البعد بأكثر قدر ممكن عن الرأي الشخصي لجري المقابلة. وقد ساعد ذلك الباحثين في تحقيق أقصى قدر ممكن من الموضوعية من الدروس المستفادة والاستنتاجات التي تم تقديمها في نهاية كل من الكتيبين.



وقد تم إعادة النظر في هذا التعريف ليعكس الاتجاهات والمفاهيم الأحدث في عام 2011. وينص هذا التعريف الجديد على أن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي¹¹:

"مسؤولية المؤسسات عن آثارها على المجتمع". يمثل احترام القوانين المعمول بها والاتفاقات الجماعية بين الشركاء الاجتماعيين شرطاً أساسياً للوفاء بتلك المسؤولية. وللوفاء بالمسؤولية الاجتماعية على أكمل وجه، ينبغي أن يكون لدى المؤسسات عملية لدمج الاهتمامات الاجتماعية والبيئية والأخلاقية وحقوق الإنسان واهتمامات المستهلكين في عملياتها التجارية واستراتيجيتها الأساسية بالتعاون الوثيق مع أصحاب المصلحة لديها. وذلك بهدف¹²:

- تحقيق أقصى قدر من القيمة المشتركة لأصحابها / مساهمينا ولغيرهم من أصحاب المصلحة، والمجتمع ككل؛
- تحديد آثارها السلبية المحتملة ومنعها والتخفيف من شدتها.

ويتعلق الأساس المنطقي للاتحاد الأوروبي وراء هذا المفهوم الجديد للمسؤولية الاجتماعية للشركات بعوامل منها:

"حجم المؤسسة وطبيعة عملياتها. فمن المرجح أن تظل عملية المسؤولية الاجتماعية للشركات غير رسمية وبديهية بالنسبة لمعظم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ولا سيما المؤسسات المتناهية الصغر"¹³.

وبناءً على المفهوم الأساسي "لخلق قيمة مشتركة"، فإن النهج الجديد للاتحاد الأوروبي لتشجيع المؤسسات يتمثل في:

"تبني نهج استراتيجي طويل الأجل للمسؤولية الاجتماعية للشركات واستكشاف الفرص لتطوير منتجات وخدمات ونماذج أعمال مبتكرة تساهم في الرفاهية المجتمعية وتؤدي إلى فرص عمل ذات نوعية أفضل وإنتاجية أكبر.

ولتحديد آثارها السلبية المحتملة ومنعها وتخفيف شدتها، يتعين على المؤسسات الكبرى، والمؤسسات العرضية لخطر خاص يتمثل في وجود مثل هذه الآثار، القيام بتدابير العناية الواجبة على أساس المخاطر، بما في ذلك القيام بها في جميع سلاسل التوريد لديها"¹⁴.

¹¹رسالة من المفوضية إلى البرلمان الأوروبي، والمجلس، واللجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوروبية، ولجنة الأقاليم، استراتيجية الاتحاد الأوروبي المحدث لعام 2011-2014 بشأن المسؤولية الاجتماعية للشركات، COM/2011/0681 نسخة نهائية، ويمكن الاطلاع عليها على الرابط التالي:

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52011DC0681>

¹²المرجع السابق، صفحة 6

¹³المرجع السابق

¹⁴المرجع السابق

وتطور تعريف ومفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات مرة أخرى في التسعينيات، عندما أصبحت المساءلة والالتزام البيئيين اعتبارين هامين يتعين على الشركات معالجتهما من خلال عمليات سلسلة التوريد الخاصة بها وكجزء من المتطلبات التنظيمية.

وبالمثل وبالتزامن، أصبحت الشركات تدرك بشكل متزايد التحديات الاجتماعية والاقتصادية المزمدة على الأصعدة المحلية والإقليمية والدولية، مثل الفقر والبطالة وعدم المساواة وعدم القدرة على الحصول على الاحتياجات الأساسية وعيش حياة كريمة. ورغم أن هذه التحديات قد لا تبدو وأنها مسؤولية مباشرة تحمّلها الشركات، إلا أنها قد اعترضت فرص التوسع في السوق وزيادة في قاعدة العملاء وربحية الشركات على الأجل الطويل. ولذلك جاء مفهوم الخط الأساسي الثلاثي¹⁵ - الناس والكوكب والربح - ليكون جزءاً محورياً من مفاهيم المسؤولية الاجتماعية للشركات¹⁶.

وأخيراً، شهد القرن الحادي والعشرين دمج للمفاهيم الاجتماعية والاقتصادية والبيئية لتشكيل المفهوم الحالي المقبول عالمياً للمسؤولية الاجتماعية للشركات. وشدد هذا المفهوم المتطور على السلوك الأخلاقي وتحسين نوعية الحياة للمواطنين، بالإضافة إلى التركيز على حقوق الإنسان والعمال وحماية البيئة ومكافحة الفساد والشفافية والمساءلة.

واعتمدت المنظمات والهيئات الدولية على هذا المفهوم المتطور للمسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال دعم مجموعة متنوعة من أدوات ومبادئ المسؤولية الاجتماعية لتمكين الشركات وتزويدها بتأييد المجتمع الدولي. وتحقيقاً لهذه الغاية، قام المجلس العالمي للأعمال التجارية من أجل التنمية المستدامة في عام 1999 بتعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها التزام الشركة بالمساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة والعمل مع الموظفين وأسرهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل من أجل تحسين نوعية الحياة¹⁷.

وبالمثل، قالت المفوضية الأوروبية في عام 2001 بأن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي مفهوم تتحمل الشركات في ظلّه المسؤوليات عن تأثيرها على المجتمع. حيث تدمج اهتماماتها الاجتماعية والبيئية في عملياتها التجارية، وفي تفاعلها الاجتماعي مع أصحاب المصلحة لديها على أساس طوعي¹⁸.

¹⁵لعرفة المزيد عن النهج الثلاثي الأساس، يرجى زيارة :

<http://www.triplepundit.com/topic/triple-bottom-line>

(Elkington, 1997)¹⁶

<http://www.wbcsd.org/work-program/business-role/previous-work/corporate-social-responsibility.aspx>

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0366&from=EN>

البيئة:

المبدأ ٧: يتعين على المؤسسات التجارية التشجيع على اتباع نهج احترازي إزاء جميع التحديات البيئية.

المبدأ ٨: يتعين عليها الاضطلاع بمبادرات لتوسيع نطاق المسؤولية عن البيئة؛

المبدأ ٩: يتعين عليها التشجيع على تطوير التكنولوجيات غير الضارة بالبيئة ونشرها.

مكافحة الفساد:

المبدأ ١٠: يتعين على المؤسسات التجارية مكافحة الفساد بكل أشكاله، بما فيها الابتزاز والرشوة.

وبالمثل، فقد عرفت منظمة التعاون والتنمية في عام ٢٠١٥ المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها البحث عن "التوافق" بين الشركات والمجتمعات التي تعمل بها؛ وهذا يعني الاعتماد المتبادل، حيث أن نجاح المرء أو تدهوره يعتمد على الآخر. وقد وضعت منظمة التعاون والتنمية مبادئ توجيهية للمؤسسات متعددة الجنسيات ترسخ المسؤولية الاجتماعية في قلب الممارسات الإدارية للمؤسسة. وإضافة إلى ما سبق، فإن منظمة التعاون والتنمية تؤيد الاتفاقيات والمبادئ الداعمة للمسؤولية الاجتماعية للشركات مثل اتفاقية مكافحة الرشوة وغيرها من مبادرات مكافحة الفساد مثل مبادئ حوكمة الشركات.^{١٧}

وبالمثل، تعد منظمة العمل الدولية من بين المؤيدين الرائدة في تعزيز مبادئ وممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات على الصعيد العالمي. وبمجموع تعريف منظمة العمل الدولية للمسؤولية الاجتماعية للشركات (٢٠٠٦) ما بين مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى منظمة العمل الدولية وذلك المفهوم في الاتفاق العالمي للأمم المتحدة:

"الطريقة التي تنظر بها المؤسسات إلى تأثير عملياتها على المجتمع وتؤكد مبادئها وقيمتها في أساليبها وعملياتها الداخلية وفي التفاعل مع الجهات الفاعلة الأخرى. تعتبر المسؤولية الاجتماعية للشركات مبادرة تطوعية تحركها المؤسسات تشير إلى الأنشطة التي ينظر إليها على أنها تتجاوز مجرد الالتزام بالقانون".^{١٨}

http://www.oecd.org/corporate/mne/corporateresponsibilityfrequentlyaskedquestions.htm

http://www.ilo.org/empent/Publications/WCMS^{١٨}

lang--en/index.htm/111331_ groups/public/---ed_emp/---emp_ent/-/http://www.ilo.org/wcmsp5.pdf.111331_--multi/documents/publication/wcms

وعلاوة على ما سبق، فقد نشطت أيضاً الهيئات والمبادرات الرائدة لمنظمة الأمم المتحدة، وعلى رأسها الاتفاق العالمي للأمم المتحدة، ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، ومنظمة العمل الدولية في الأبحاث الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات وتنفيذها من خلال المنشورات والتوجيهات ومبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات.

وتتمثل مهمة الاتفاق العالمي للأمم المتحدة^{١٩}، أكبر مبادرة استدامة للشركات في العالم، في تشجيع الشركات لتكون بمثابة قوة واحدة في جميع الأوقات، ومن خلال الالتزام بالاستدامة، يمكن للشركات أن تتحمل مسؤولية مشتركة إزاء تحقيق عالم أفضل.

ووفقاً للمبادرة، فإن المسؤولية الاجتماعية للشركات تعتمد على نهج ذي مبادئ تجاه ممارسة الأعمال، وذلك من خلال الوفاء بالمسؤوليات الأساسية في المجالات المستهدفة لحقوق الإنسان وحقوق العمال وحماية البيئة ومكافحة الفساد. وتعزز المبادرة عشرة مبادئ رئيسية تستند إلى الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، وإعلان منظمة العمل الدولية بشأن المبادئ والحقوق الأساسية في العمل، وإعلان ريو بشأن البيئة والتنمية، واتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد.

وتشمل المبادئ العشرة^{٢٠} حسبما وردت على موقع المبادرة ما يلي:

حقوق الإنسان:

المبدأ ١: يتعين على المؤسسات التجارية دعم حماية حقوق الإنسان المعلنة دولياً واحترامها؛

المبدأ ٢: يتعين عليها التأكد من أنها ليست ضالعة في انتهاكات حقوق الإنسان.

معايير العمل:

المبدأ ٣: يتعين على المؤسسات التجارية احترام حرية تكوين الجمعيات والاعتراف الفعلي بالحق في المساومة الجماعية؛

المبدأ ٤: يتعين عليها القضاء على جميع أشكال السخرة والعمل الجبري؛

المبدأ ٥: يتعين عليها الإلغاء الفعلي لعمل الأطفال؛

المبدأ ٦: يتعين عليها القضاء على التمييز في مجال التوظيف والمهن.

https://www.unglobalcompact.org^{٢١}

https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles^{٢٢}



وفي عام ٢٠٠٩، أطلقت منظمة العمل الدولية مكتب مساعدة لتوفير المعلومات والمساعدة والإحالة والمشورة فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للشركات وتنفيذ معايير العمل (منظمة العمل الدولية، ٢٠٠٩).

تعرض النظرة العامة السابقة تطور المسؤولية الاجتماعية للشركات من مفهوم تجريبي ليصبح واحداً من الأنظمة المشهود لها دولياً، الأمر الذي يعد نقطة انطلاق أساسية لهذه الوثيقة. فهي تحدد المعلومات الأساسية وتقدم البرهان على أهمية تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر وتشجيع الشركات على تبنيها. ولذلك، يستند فهم هذا التقرير للمسؤولية الاجتماعية للشركات على التعاريف والمبادئ السابق عرضها للمسؤولية الاجتماعية للشركات. فهو يتبنى على وجه الخصوص أطر المفاهيم المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، بما في ذلك التركيز على ممارسات العمل كما هي محددة على منصات المعرفة الخاصة بمنظمة العمل الدولية والمبادئ المنشورة للمسؤولية الاجتماعية للشركات. وسيركز القسم التالي على المسؤولية الاجتماعية للشركات في السياق المصري ليوفر للقارئ مستوى آخر لفهم التنمية والتطور الأخير للمسؤولية الاجتماعية للشركات في السياق المصري.

المسؤولية الاجتماعية للشركات في السياق المصري:

لا تزال المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر من الجهود التطوعية العامة إلى حد كبير. فلطالما تمت إعاقة الجهود الرامية إلى اعتماد المبادئ الدولية للمسؤولية الاجتماعية للشركات ودمجها في العمليات والإدارة. وكانت هذه الإعاقة في حالات عديدة ناجمة عن الحواجز البيروقراطية وغياب الحوافز التي تقدمها الحكومة لتعزيزها بين الشركات.^{١١}

وذكر بحث سابق أجري حول المسؤولية الاجتماعية للشركات في السياق المصري أن بعض ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات، ولاسيما التبرعات، تمت جذورها في التقاليد وكذلك العقيدتين الإسلامية والمسيحية السائدتين في مصر وفي حين كان يغلب الظن بأن معظم ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر تأخذ شكل الأعمال الخيرية بطبيعتها، فإن أهمية هذه الجذور لا يمكن الاستهانة بها.^{١٢}

وعليه، فقد سلطت العديد من الدراسات الضوء على أن المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر مرتبطة بالتأثير الثقافي والديني وتتفق مع أعراف وقيم المجتمع المصري.

^{١١} المرجع السابق

^{١٢} (Haque, 2011; Rice, 1999; 2006; Khallaf, 2011) (Obalola, Omoteso and Adelopo, 2009)

بعد إعلان منظمة العمل الدولية بشأن المبادئ والحقوق الأساسية في العمل لعام ١٩٩٨ وكذلك إعلان المبادئ الثلاثي بشأن المنشآت متعددة الجنسية والسياسة الاجتماعية "إعلان المنشآت متعددة الجنسيات" هما المرجعان الرئيسيان لمنظمة العمل الدولية فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للشركات. والإعلان الذي صدر لأول مرة في عام ١٩٧٧ وبعدها تم تعديله في عام ٢٠٠٠ و٢٠٠٦ هو:

"الدليل الدولي لمنظمة العمل الدولية بشأن المؤسسات وتفاعلها مع قضايا السياسة العمالية والاجتماعية. وهي أداة طوعية وعملية لتشجيع المؤسسات على تبني الممارسات الجيدة المقبولة دولياً لدى أصحاب العمل والعمال والحكومات. استناداً إلى معايير العمل الدولية. ويهدف إعلان المنشآت متعددة الجنسيات إلى تشجيع وتعزيز المساهمة الإيجابية التي يمكن للمؤسسات القيام بها تجاه التقدم الاقتصادي والاجتماعي."^{١٣}

وفي عام ٢٠٠٠، قبلت منظمة العمل الدولية دعوة الأمم المتحدة لتعزيز الاتفاق العالمي. واستلهاً من عملها على إعلان المنشآت متعددة الجنسيات، قامت المنظمة بإطلاق مبادرة "تحت المهر" التي تركز على السياسات والممارسات الجيدة للمسؤولية الاجتماعية للشركات في عام ٢٠٠٦. ووفقاً لمنظمة العمل الدولية:^{١٤}

تدعم مبادرة "تحت المهر" الهيئات المكونة وتسعى إلى إبلاغ الطرق المختلفة التي يمكن للمؤسسات من خلالها إنفاذ إعلان المنشآت متعددة الجنسيات من خلال المسؤولية الاجتماعية للشركات عن طريق:

- تطوير المعرفة حول مختلف جوانب المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- تسهيل الحوار في منظمة العمل الدولية لتوضيح القضايا وتبادل الآراء حول ما يشكل ممارسة جيدة للمسؤولية الاجتماعية للشركات.
- تطوير وتوفير التدريب لدعم الهيئات المكونة وغيرها من الجهات الفاعلة لإنفاذ إعلان المنشآت متعددة الجنسيات.
- وضع نماذج للممارسات الجيدة حول كيفية إنفاذ المؤسسات لإعلان المنشآت متعددة الجنسيات في سياق بلد معين من خلال أنشطة المسؤولية الاجتماعية. بما في ذلك داخل سلسلة التوريد الخاصة بهذه المؤسسات.
- جمع ونشر المعلومات من خلال تحديث قاعدة بيانات المبادرات التجارية والاجتماعية. ونشر أوراق عمل ودراسات حالة. ودعم أنشطة الهيئات المكونة لمنظمة العمل الدولية.
- بناء حوار مع المنظمات الحكومية الدولية والتعامل مع المبادرات الدولية الأخرى ذات الصلة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات.

^{١٣} مقتبس مباشرة من الموقع الإلكتروني لمنظمة العمل الدولية وإعلان المنشآت متعددة الجنسيات:

<http://www.ilo.org/pardev/partnerships/public-private-partnership/s/csr/lang--en/index.htm>

^{١٤} مقتبس مباشر مذكور في:

<http://www.ilo.org/empent/Informationresources/WCMS/la/101253/http://www.ilo.org/empent/Informationresources/WCMS/ng--en/index.htm>

وعلاوة على ما سبق، فقد أوصت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (المنظمة، 2010) بأن إطلاق العديد من البرامج في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات في خالف مع القطاع الخاص أو الشركات التجارية شأنه أن يخدم في نهاية المطاف التنمية الاجتماعية والاقتصادية بشكل أفضل لتنعكس على جميع أصحاب المصلحة في المجتمع بما في ذلك الشركات نفسها. وتظهر هذه التوصية أن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي من بين المسارات التي ينبغي على مصر سلوكها للتخفيف من وطأة التحديات والمشكلات الاجتماعية والاقتصادية. ولذلك، فإن إنشاء قنوات تنسيق قوية ودائمة بين مختلف الجهات المعنية بالمسؤولية الاجتماعية للشركات هو أمر لا مفر منه.

واستناداً إلى ذلك، تلقي هذه النظرة العامة على المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر الضوء على الحاجة الماسة إلى تقديم نماذج ناجحة للشركات، ولاسيما في القطاع الصناعي، تبني ممارسات حديثة للمسؤولية الاجتماعية للشركات. وقد تم اختيار الشركات الصناعية الخمسة عشرة في الكتيبن بطريقة دلالية على أساس أهمية رؤيتها ومبادئها وأنشطتها في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات بالنسبة لأدوات ومبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات المعروضة أعلاه، ولاسيما المبادئ التي عززتها منظمة العمل الدولية. ورغم أن جميع هؤلاء القادة الصناعيين في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات يتقاسمون قيم مشتركة للمسؤولية الاجتماعية، إلا أن كل واحدة منها لديها فلسفة فريدة للمسؤولية الاجتماعية مرتبطة مباشرة بمهمتها التجارية الشاملة والتني تنعكس في نواحي القوة المتنوعة ضمن مجموعة من البرامج المجتمعية المؤثرة والمبادرات البيئية وممارسات العمل والرفاهية في مكان العمل والتنمية المستدامة عبر سلسلة التوريد.

النتائج والدروس المستفادة التي تنشأ عن هذه السلسلة هي نتائج ودروس هامة وكبيرة باعتبارها مقياساً لأحدث اتجاهات المسؤولية الاجتماعية للشركات واتجاهات الاستدامة التي أقرتها الشركات الرائدة التي تم عرضها في هذه الوثيقة، ومن المثير للاهتمام القيام بتقييم وقياس تنمية المسؤولية الاجتماعية للشركات كمفهوم في السياق المصري وفيما يتعلق بالوسائل والأدوات الدولية للمسؤولية الاجتماعية للشركات للوقوف على ما إذا كان هناك مجال للتحسين بواسطة الشركات الصناعية المصرية في هذا الصدد.

ومع ذلك، فإن الشركات متعددة الجنسيات التي تعمل في مصر تنحى تدريجياً اتجاهات وأنماط جديدة من خلال استحداث مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل المعايير الدولية. وقد أنشئت هذه الشركات وحدات متخصصة في مجال المسؤولية الاجتماعية، أو ابتكرت وظيفة متخصصة للمسؤولية الاجتماعية ضمن الإدارات ذات الصلة، وذلك ليس فقط لمعالجة تنمية المجتمع من خلال التبرعات التقليدية، وإنما أيضاً لبدء غرس ممارسات العمل المتصلة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات في النسيج الإداري للعمليات على المستوى الداخلي. وبذلك، فقد انتقلت من أنشطة المسؤولية الاجتماعية القائمة على التبرعات الخيرية إلى أنشطة أكثر تنموية واستدامة مرتبطة مباشرة بهدف المؤسسة ورؤيتها وقيادتها رفيعة المستوى.

قد يكون هذا التحول مؤشراً على التطور التدريجي الجديد لما يعرف المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر. وقد أجرى الصندوق العربي للإئماء مؤخراً مراجعة لعمليات المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر، والتي سلطت الضوء على أن المسؤولية الاجتماعية للشركات قد حظيت باهتمام وحجم متزايد في حجم العمليات مقارنة بأوقات سابقة، مع الأخذ في الاعتبار أن الشركات متعددة الجنسيات والمؤسسات الكبرى تهيمن على هذه العمليات التي تركز في المقام الأول على التعليم والصحة والبرامج البيئية.¹⁴ وفي ضوء ما سبق، فإن الممارسات الحديثة للمسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر آخذة في التوافق مع مفهوم منظمة العمل الدولية وغيرها من المنظمات الدولية للمسؤولية الاجتماعية للشركات.

هناك فوائد حقيقية وهامة يمكن أن تنتج عن هذا الاتجاه الناشئ في المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر. فهو يسعى إلى العمل على إعادة تمركز مصر كبلد تتزايد فيه أنشطة المسؤولية الاجتماعية على النطاقين الإقليمي والعالمي. وهذا وقد يمثل نهجاً قائماً على الممارسات التنموية والمتناغمة دولياً للمسؤولية الاجتماعية للشركات أحد الحلول المبتكرة لبعض من المشاكل المزمنة في مصر، بما في ذلك البطالة والفقر وقطاع الخدمات العامة غير المتطور.

¹⁴ (USA IBP, 2007)



التجارب الرائدة للمسؤولية الاجتماعية
للشركات الصناعية في مصر
نحو خلق قيمة مشتركة

الفصل الثاني

عرض تجارب الشركات

EL ARABY
Since 1964

١. العربي



التزام عائلة بتحقيق الاستدامة
والمسؤولية الاجتماعية



نبذة عن الشركة

*العربي شركة مساهمة مصرية عائلية تأسست في ١٩٦٤.

*تعمل مجموعة العربي في مجال تصنيع وتجارة وتسويق الأجهزة المنزلية.

*تعتبر مجموعة العربي إحدى أهم الشركات الصناعية في مصر والشرق الأوسط ويعمل بها أكثر من ٢٢,٠٠٠ موظف.

*تُصدّر مجموعة العربي سلع اليكترونية و سلع استهلاكية مُعمرة لأكثر من ٢٢ دولة عربية وأفريقية.

*تمتلك مجموعة العربي مُجمّعين صناعيين في مدينتي بنها وقويسنا بضمن ٩ مصانع.

أ.

نهج المسؤولية الاجتماعية للشركة

الرؤية والفلسفة:

تنبع الفلسفة التي تتبناها الشركة فيما يتعلق بمسئوليتها الاجتماعية من رؤية مؤسسيها لأسرة تتألف من الإدارة والموظفين والمجتمع المحلي. وتسعى شركة العربي جروب، من خلال أنشطتها المتنوعة في مجال المسؤولية الاجتماعية النابعة من إحساس عالٍ بمسئوليتها تجاه الوطن، إلى تعزيز مبدأ العطاء من العائلة وإلى حث موظفيها على الاقتداء بذلك في رد الجميل إلى مجتمعاتهم. وتحقيقاً لهذه الغاية، أدمجت الشركة مفهوم "تطوع الموظفين" في أعمالها كوسيلة لبلوغ أهداف التنمية وتحفيز الموظفين.

نحن، في العربي، عائلة،
[٩] المسؤولية الاجتماعية أسلوب حياتنا.





ب.

مجالات الاهتمام

التواصل مع المجتمع:

لا تُركز مجموعة العربي على مجال بعينه في الأنشطة الرامية لخدمة المجتمع. إذ أن هدف الشركة هو العمل على تحسين الأوضاع في مصر والاستجابة لاحتياجات المجتمع. ولتحقيق هذه الغاية. خصصت الشركة مجموعة متنوعة من الأعمال للتواصل مع المجتمع تتضمن مبادرات لتطوير نظام التعليم والخدمات الصحية والبنية التحتية. إلا أن هناك ثلاثة أنشطة دائمة لدعم الأمهات المعيلات والأيتام والأسر الفقيرة. وحصلت الشركة على المعلومات الخاصة بتلك الفئات المستهدفة من وزارة التضامن الاجتماعي.

وعلى صعيد التعليم. أطلقت مجموعة العربي عدداً من المبادرات التي تهدف إلى تمكين المجتمعات المحلية من خلال النهوض بالبحث العلمي ومرافق التعليم التفاعلي. فعلى سبيل المثال. ترعى مجموعة العربي بشكل كامل باحثين لاستكمال دراسة الماجستير لمدة سنتين في مجال التكنولوجيا في الجامعة المصرية اليابانية. فضلاً عن استضافتها للطلاب الراغبين في استخدام معامل الشركة ومرافق الإنتاج بها. وتقدم المجموعة أيضاً منحاً لطلاب المدارس الفنية وتوفر لهم إعانات مالية شهرية وتغطي رسوم انتقالاتهم إلى مصانعها كاملة. وحتى الآن. قامت مجموعة العربي بتعيين ٢٥٠ متدرباً متميزاً تعليمياً من إجمالي ١٥٠٠ متدرب. بالإضافة إلى الحملة التي أطلقتها الشركة لتوزيع أكثر من ٥٠٠٠ حقيبة مدرسية على الطلاب في المجتمعات الفقيرة في صعيد مصر. وأخيراً. تعاونت مجموعة العربي مع وزارة التعليم لتزويد المدارس الحكومية بسبورات تفاعلية وشاشات عرض وأجهزة لاب توب وأجهزة تابلت. وذلك لتشجيع المعلمين على الاستخدام الكفؤ للأدوات التكنولوجية في مجال التعليم.

أما على صعيد الصحة. فقد أطلقت الشركة عدداً من المبادرات لتزويد أبناء المجتمع المحلي بإمكانية الوصول للخدمات الصحية المهمة. وكان أبرزها حملة التبرع بالدم. ووفرت الحملة اختبارات دم مجانية باستخدام أدوات آمنة ومعقمة لتشجيع العاملين على التبرع بالدم. وذلك لمساعدة الكثير من المرضى الذين هم في حاجة لنقل الدم.

حوكمة المسؤولية الاجتماعية وآلية إعداد التقارير:

شكل بعض العاملين في إدارات الاتصال الداخلي والموارد البشرية إلى جانب بيت العربي - النقابة الداخلية للشركة - لجنة معنية بتوجيه وتنفيذ أنشطة المسؤولية الاجتماعية الخاصة بالشركة. ويتولى إدارة هذه اللجنة مجلس الإدارة ويصدر عنها تقارير دورية لمتابعة أنشطة المسؤولية الاجتماعية ويُخصص لكل نشاط تقرير واحد من أجل ضمان الشفافية والمساءلة على مستوى الإدارات المختلفة.



أنشطة المسؤولية الاجتماعية:

تُركز أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركة على مجالات متنوعة بقدر تنوع الموظفين والمجتمع والبيئة. وحيث إن دراسة الحالة هذه تُركز على ممارسات العمل التي تتبعها مجموعة العربي. فإنه من المهم إلقاء الضوء على أبرز المبادرات التي تم إطلاقها للحد من تأثير أنشطة الشركة على البيئة والتي حصلت الشركة عنها على شهادة الأيزو ISO 14001. أولاً. أنشأت مجموعة العربي فرناً لإنتاج زجاج الجير والصودا. وهو نوع من الزجاج صديق للبيئة وغير سام حيث يُستخدم في زجاج النوافذ والأوعية الزجاجية ومصابيح الإضاءة. وقد تعاونت مجموعة العربي مع عدد من خريجي كلية الزراعة لزراعة ١٠٠٠ شجرة بطريق القاهرة الإسكندرية الزراعي لزيادة الرقعة الخضراء في محافظة القليوبية ونشر الوعي حول الحماية البيئية. وأخيراً. يتم إعادة تدوير جميع مخلفات الشركة للتقليل من تأثير أنشطة مصانع العربي على البيئة وتعزيز الكفاءة التشغيلية للمجموعة.

الممارسات العمالية:

تلتزم مجموعة العربي بأحكام قانون العمل المصري وتمنح حزمًا سخية من المزايا تتجاوز الشروط والمعايير القانونية المحلية. وتوفر المجموعة للموظفين تغطية بالتأمين الطبي الكامل من خلال مستشفى العربي التي تضم ٣٠٠ سرير وتوفر خدمات الرعاية الطبية التجارية وكذا برامج الرعاية الطبية المجانية للجُمهور. ويتمتع الموظفون بسياسات عمل ملائمة، منها إجازات الوضع مدفوعة الأجر، والمرونة في ساعات العمل لرعاية الطفل الأول وذلك لضمان تحقيق المرأة للتوازن بين العمل وحياتها الخاصة. أما فيما يتعلق بالموظفين الراغبين في تنمية معارفهم ومهاراتهم، فقد خصصت مجموعة العربي برامج ماجستير مدعّمة مع التمتع بمزايا خاصة في الشركات تقديراً لمؤهلاتهم العلمية.

وتأتي راحة وصحة الموظفين في صميم أنشطة المسؤولية الاجتماعية التي تُنظمها مجموعة العربي حيث اتخذت الشركة عددًا من الخطوات لتعزيز عافيتهم المعنوية والبدنية. وفي هذا السياق، تقدم الشركة لموظفيها عروضاً لقضاء إجازات سنوية في الساحل الشمالي ورافقهم رئيس مجلس الإدارة أو أحد أعضاء المجلس وذلك لخلق إحساس الأسرة الواحدة فيما بينهم. وتدعم مجموعة العربي أشكال متنوعة من الأنشطة الترفيهية من خلال تنظيم بطولات رياضية داخلية لفرق الشركة التي تضم أكثر من ٢٠٠٠ موظف من يُشاركون في البطولات الرياضية السنوية للآحاد العام الرياضي للشركات. وقد وقّعت مجموعة العربي عقداً لرعاية اللاعب المصري علاء الدين أبو القاسم الذي حصل على الميدالية الفضية في أولمبياد لندن التي أقيمت في صيف عام ٢٠١٢. وقد جاء هذا في ضوء التزام مجموعة العربي بالمسؤولية الاجتماعية لدعم الرياضيين الذين تفخر مصر بإنجازاتهم. ومن ناحية أخرى، أنشأت مجموعة العربي عيادة في كل مبنى إداري وفي مصانعها لتوفير العلاج الطبي السريع والإسعافات الأولية، فضلاً عن إجراء تدريبات شهرية للموظفين في مكان العمل على الوقاية من الحرائق وعلى كيفية إخلاء المباني بأمان.

بالإضافة إلى ما سبق، أبدت المجموعة اهتماماً خاصاً بذوي الاحتياجات الخاصة وذوي الإعاقة وذلك لمنحهم الإحساس بأنهم جزء من المجتمع الذي يعيشون فيه. وفي هذا السياق، تعاونت مجموعة العربي مع ساقية الصاوي الثقافية لاستضافة ورش عمل مبتكرة في إطار حملة "ليا دور" للأطفال من ذوي الاحتياجات الخاصة للكشف عن مواهبهم والاستفادة من إمكانياتهم الإبداعية لتعزيز ثقتهم في قدراتهم، ومن ثم يتفاعلوا مع أقرانهم. وتهدف حملة التوعية "ليا دور" التي تبنتها مجموعة العربي لحث الأطفال وآبائهم على مواجهة تحديات دمج الأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة والإعاقة في المجتمع. وعلى غرار ما سبق، تكفلت مجموعة العربي وخصصت رحلة لجمع الأطفال الترفيهي كيدزانيا لـ ٢٠٠ طفل من مرضى السرطان في إشارة من الشركة لدعمها لحق هؤلاء الأطفال في المشاركة في الأنشطة التعليمية والترفيهية؛ فضلاً عن تزويد مستشفى ٥٧٣٥٧ لسرطان الأطفال بأجهزة لتنقية الهواء للتخلص من الفيروسات والكائنات الدقيقة الضارة. وقد أسهمت كل تلك الأنشطة بشكل إيجابي في إظهار رئيس مجلس إدارة مجموعة العربي كأحد رواد المسؤولية الاجتماعية.

وأخيراً، لتلبية احتياجات المجتمع المحلي من مياه شرب، شاركت مجموعة العربي محافظة سوهاج في توصيل ٤٠ نظاماً لكلورة مياه الآبار. وقد تم اختيار المحافظة استناداً إلى بحوث ميدانية أجرتها مجموعة العربي لتحديد الحاجة إلى التدخلات التنموية في مصر. وأظهرت البحوث أن سوهاج من بين أفقر المحافظات في مصر والتي تعاني من نسبة تلوث عالية بمياه الشرب ينجم عنها أخطار صحية للسكان. وفي عام ٢٠١٢، قامت الشركة بشراء جميع الأجهزة والحصول على التراخيص اللازمة من المحافظة لتشغيل أنظمة الكلورة وتم تكليف مهندسي شركة العربي بالتنفيذ الكامل للمشروع. وفي ٢٠١٤، تم الانتهاء من المشروع واستفاد منه أكثر من مليون مواطن مصري وهم يتمتعون الآن بمياه شرب نظيفة وأمنة.



ج.

التحديات التي واجهتها الشركة

*كثيراً ما يتسبب الروتين الحكومي والإجراءات البيروقراطية في التأخر في تنفيذ المشروعات.



د.

عوامل النجاح

*التزام مجموعة العربي بقيمها الأخلاقية من التراحم والرعاية والعطاء، وبرؤية قوامها عائلة واحدة تتألف من الإدارة والموظفين وأبناء المجتمع المحلي.

*الدعم المقدم من إدارة المجموعة بهدف تعبئة كافة الموارد والاستفادة منها في تنفيذ أنشطة المسؤولية الاجتماعية ومواجهة تحديات التنمية التي يواجهها المجتمع المحلي.



هـ.

الخطوات التالية: الرحلة مستمرة

*سوف تنظر مجموعة العربي في إمكانية التوسع في نطاق تنفيذ برنامج الكلورة في محافظات أخرى في مصر لمواجهة التحدي المتمثل في توفير مياه شرب وصرف صحي آمنين.



لقد أطلقت مجموعة العربي أيضاً عدداً من المبادرات لتعزيز موقعها كبيئة عمل تزخر بروح المؤاخاة والزمالة. وفي هذا السياق، أطلقت المجموعة برنامجاً لحو الأمية يقوم الموظفون من خلاله بتعليم زملائهم من العمال. ويتم اختيار الراغبين في التطوع وفقاً لما لتوجيهات المعهد القومي المصري لتعليم الكبار وذلك للحفاظ على مستوى التجربة التعليمية المقدمة. ومن جانبها، تُنسّق النقابة الداخلية لمجموعة العربي، بيت العربي، مع إدارات الاتصال والموارد البشرية لمناقشة شكاوى الموظفين واقتراحاتهم وطلباتهم، والعمل على ضمان الاستجابة لهم واحترام رغباتهم. وينتخب الموظفون زملائهم من العمال لعضوية "بيت العربي" ومن ثم ضمان حُسن تمثيل الموظفين وحماية حقوقهم. ويمكن التواصل مع هؤلاء الأعضاء على مدار اليوم. خاصة وأن جميع موظفي مجموعة العربي يتمتعون بإجراء مكالمات وإرسال رسائل قصيرة مجانية لزملائهم داخل الشركة. وأخيراً، يتم تنظيم فعاليات خصيصاً لأسر الموظفين منها رحلات اليوم الواحد حيث يزور أبناء العاملين مصانع الإنتاج ويتم تعريفهم بالأعمال اليومية التي يقوم بها أبائهم.

وتؤمن مجموعة العربي إيماناً شديداً بضرورة الاعتراف بإنجازات موظفيها المتميزة. وقد أطلقت عدداً من المبادرات بهدف تعزيز روح التقدير والعرفان. فعلى سبيل المثال، يحصل جميع الموظفين الذين خدموا بالشركة لمدة ١٠ سنوات على رحلة عمرة مولة بالكامل من مجموعة العربي. ويكون للموظف الحق في اختيار مرافق له. أما الموظفين من غير المسلمين فيحصل كل منهم على مبلغ مالي بنفس القيمة. وتستضيف الشركة عدداً من الأنشطة والمسابقات وتقدم جوائز لتكريم موظفيها المتوفين عن مساهماتهم بالشركة في "يوم الوفاء". بالإضافة إلى ما سبق، أطلقت مجموعة العربي حملة "شكراً يا أمي" احتفالاً بعيد الأم وتكريم الأمهات المثاليات من خلال الحملة. وكذلك، تُقيم المجموعة احتفاليات خاصة لتكريم الموظفين الذين اقترحوا من سن التقاعد. والواقع أن لهذه المبادرات أثر إيجابي في نفوس وأذهان الموظفين وأسرتهم تجاه مجموعة العربي مما يجعل من الشركة مكان عمل مرغوب فيه.



نحو توازن بين الأخذ والعطاء
إدراك التنمية المستدامة
من أجل أصحاب المصلحة بالشركة



حوكمة المسؤولية الاجتماعية للشركة:

يقول السيد أشرف فاروق، مدير إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركة، أنه قد تم تأسيس إدارة لأنشطة المسؤولية الاجتماعية وتقديم الرعاية لـ مختلف أصحاب المصلحة مثل الموظفين والسباكين وجار المستلزمات الصحية وأصحاب المصلحة في الشركة وأخيراً للمجتمع المحلي. وتمتلك وحدة المسؤولية الاجتماعية ذراعين اجتماعيين يعمل بهما ١٣٠ فرداً تقريباً لتنفيذ مختلف الأنشطة. الكيان الأول هو "نهضة بني سويف" الذي يعتبر ذراعاً اجتماعياً يعمل تحت مظلة وزارة التضامن الاجتماعي المصرية للاستجابة لاحتياجات المجتمع المحلي في محافظة بني سويف. وهذا نظراً لأن معظم موظفي الشركة هم من هذه المحافظة ومن ثم تركز الشركة على البدء بالمجتمع المحلي الخاص بها. والذراع الاجتماعي الآخر هو "المؤسسة المصرية للهندسة الصحية" التي تتولى بشكل أساسي مسؤولية تلبية الاحتياجات الاجتماعية والاقتصادية للسباكين وجار الأدوات الصحية في مصر ككل. وبدلاً من الاعتماد على شركاء خارجيين من المجتمع المدني. تم ابتكار هذا الهيكل لضمان التوزيع الفعال للموارد المالية وأيضاً التوظيف الفعال للخبرات التنموية لدى الموظفين. كما يعزز هذا الكيان متابعة تقدم الأنشطة طبقاً لمؤشرات أداء رئيسية محددة بعناية.



نبذة عن الشركة

* الشركة المصرية الألمانية إيجيك هي شركة مساهمة عائلية تأسست عام ١٩٩١.

* تعمل في مجال المنتجات والأدوات الصحية الرئيسية مثل الأنابيب والتركيبات الخاصة بإمدادات وصرف المياه.

* تمتلك الشركة منشآت صناعية في بني سويف (٢٠٠ موظف) والسادس من أكتوبر (٢٥٠ موظفاً).

* ارتفعت قيمة مبيعات الشركة من ٥,٧ مليون دولار في عام ٢٠٠٥ إلى ٢١٣ مليون دولار في عام ٢٠١٥ وزاد حجم المبيعات من ٢,٧٢ ألف طن في عام ٢٠٠٥ إلى ٣٧,٦ ألف طن في عام ٢٠١٥.

أ.

نهج المسؤولية الاجتماعية للشركة

الرؤية والفلسفة:

تطورت رؤية الشركة المصرية الألمانية الصناعية للمسؤولية الاجتماعية من مجرد الاعتماد على الأعمال الخيرية إلى دمجها بصورة منهجية في أعمال الشركة. وكان الهدف من ذلك هو امتلاك منظور تنموي مستدام عند دعم الموظفين والمجتمع المحلي مما يعكس شعور الإدارة بالمسؤولية عن رد الجميل للمجتمع الذي تعمل فيه. وحسب قول الرئيس التنفيذي ورئيس مجلس إدارة الشركة، فإن الشركة:

"ندعم وتستثمر في المواطنين والموظفين، الذين يعتبرون الأساس لازدهار وجناح أمة دولة منتجة".



الميزانية وإعداد التقارير:

في ضوء التركيز القوي للشركة على تحقيق تنمية مستدامة في المجتمع المحلي لبنى سويف، خصصت الشركة ٢٠-٣٠ مليون جنيه مصري سنوياً للاستجابة لاحتياجات هذا المجتمع. ويتولى رئيس وحدة المسؤولية الاجتماعية في الشركة مسؤولية الإفصاح عن التمويل والتقدم الذي حققه الأنشطة في التقرير السنوي للشركة. ويتمثل أحد المبادئ الرئيسية التي تقود أعمال وحدة المسؤولية الاجتماعية في الشفافية في نشر استراتيجية الوحدة والأنشطة التي تقوم بها وذلك من خلال عقد ورش عمل واجتماعات دورية مع موظفي الشركة.

١. التنمية الاقتصادية:

أطلقت الشركة برنامجاً للتمويل متناهي الصغر لتوفير قروض بدون فوائد للمجتمع المحلي بهدف تمويل المبادرات مع التركيز بشكل خاص على الأعمال الزراعية. وهذا لأن بني سويف هي مدينة زراعية تمتلك قدرة كبيرة على المساهمة في نمو هذا القطاع وأيضاً في سلسلة القيمة الخاصة بالصناعات الغذائية. وعلى سبيل المثال، أنشأت الشركة مصنعاً لمعالجة الألبان ووفرت للمجتمع المعدات والخدمات البيطرية اللازمة لتشغيل المصنع مما ساهم في تمكين المجتمع وخلق فرص العمل. وتحقيقاً لمبدأ التجارة العادلة، تدعم الشركة أصحاب الأعمال في توزيع وبيع منتجات الألبان بسعر تنافسي. كما تساعد الشركة النساء في محافظة بني سويف من خلال كيان رائد خاص "للمرأة فقط" يهدف إلى تعزيز تبادل المعرفة بين مجموعة كبيرة من رائدات الأعمال.

٢. الصحة:

لمساعدة القرى الفقيرة والمحرومة في تلقي خدمات المنشآت الطبية، بنت الشركة مستشفيات وعيادات صغيرة تقدم العلاج الطبي وعلاجات الطوارئ الأكثر إلحاحاً. مثل التصوير بالأشعة السينية وخدمات المعامل. كما لاحظت الشركة عدم وجود مستشفى طبي عام في بني سويف وانتشار المستشفيات الخاصة التي لا تكون في متناول غالبية أبناء المحافظة. ونظراً لتصميم الشركة على جعل الرعاية الطبية ميسورة ومتاحة للمجتمع المحلي، فقد قامت بتجديد المستشفى التعليمي في بني سويف وتجهيزه بكامل المعدات. كما قامت الشركة بتجديد الوحدات الرئيسية في المستشفى. وأهمها إدارة الطوارئ حيث قامت بزيادة عدد أسرة المستشفى من ٣ إلى ٧٠. ولم يقتصر دور الشركة على تمويل هذه المبادرات، لكنها شاركت أيضاً في إدارة المنشآت لفترة تراوحت من عام لعامين لأجل نشر المهارات الإدارية والتشغيلية الرئيسية بين موظفي المستشفيات من خلال التدريب في ميدان العمل في مصر وطبقت كذلك برامج للتعليم الإلكتروني بالتعاون مع جامعة جورجيا في الولايات المتحدة. ويتم هذا في إطار "استراتيجية الخروج" الشاملة الخاصة بالشركة لضمان نقل المسؤولية بشكل سلس إلى المجتمع وضمان الاستدامة الشاملة للإجراءات التدخلية التي تنفذها الشركة.

أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركة:

لا يقتصر تركيز أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركة المصرية الألمانية الصناعية على خلق تأثير تنموي على موظفي الشركة والمجتمع. بل إن هذه الأنشطة يقودها أيضاً التزام قوي بالممارسة الأخلاقية للأعمال. فعلى سبيل المثال، ال تعاقد الشركة مع الموردين والموزعين الذين اقتصروا انتهاكات للقوانين المصرية المطبقة أو تهربوا من الضرائب. ويفسر السيد أشرف فاروق هذا بقوله: "يعتبر دفع الضرائب للدولة جزءاً مهماً من المسؤولية الاجتماعية لأية شركة". كما تلتزم المنشآت الصناعية للشركة بمعايير السلامة والجودة الألمانية ومن ثم توفر للموظفين بيئة عمل آمنة. وقامت الشركة كذلك بدمج نظام إدارة يضمن جودة المنتجات والعمليات. ويدل على ذلك الشهادات العديدة التي حصلت عليها الشركة من جهات خارجية. مثل الأيزو ٩٠٠١ وأس جي سي سويسرا. وأخيراً وليس آخراً، تولى الشركة أهمية كبيرة لرضا العملاء وتقديم لهم منتجات وخدمات دعم عالية الجودة. ومن خلال الفريق المتخصص في دعم العملاء الذي يضم أكثر من ٣٠٠ موظف والضمان الذي مدته ١٠ سنوات على كافة منتجات الشركة، نجحت الشركة في تجاوز توقعات العملاء بما أدى إلى ارتفاع مستويات الولاء.

ب.

مجالات الاهتمام

التواصل مع المجتمع:

نظراً لاهتمام الشركة الكبير بتحسين سبل العيش في المجتمع المحلي لبنى سويف بطريقة مستدامة، أوعزت الشركة لمجموعة من موظفي جمعية "نهضة بني سويف" بإجراء استبيانات دورية وتقييمات للاحتياجات لأجل تصميم تدخلات تنموية تلبى هذه الاحتياجات على أفضل نحو ممكن. ويجري تنفيذ البرامج بالتعاون مع ١٢٢ جمعية تنمية مجتمع لضمان استدامة التدخلات التي تتمحور حول أربعة مجالات رئيسية تلخص فيما يلي:

٣. التعليم:



سلسلة التوريد والسوق:

يمثل "السباكون والتجار" إحدى الفئات الرئيسية التي تستهدفها أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركة ومن ثم فهم المستفيدون الرئيسيون من "المؤسسة المصرية للهندسة الصحية". وتستفيد هذه الفئة من أصحاب المصلحة من صندوق التضامن الاجتماعي الخاص بالشركة من خلال خطط الحماية الاجتماعية حتى التقاعد وبوالص التأمين في حالة الوفاة. كما توفر الشركة للسباكين والتجارة تغطية طبية شاملة، إضافة إلى خطة تعويض عن إصابات العمل توفر لهم دعماً مالياً طبقاً للمعايير التالية:

أ. بدل إصابة مؤقت ومؤن غذائية وتأمين طبي شامل للسباكين والتجار الذين يخسرون دخلهم لمدة تصل إلى 3 شهور.
ب. بدل إصابة دائم للسباكين والتجار، ودعم مالي إضافي لمساعدتهم في بدء أعمال خاصة بهم، ومن ثم تزويدهم بمصدر دخل مستدام لإعالة أسرهم. ويوفر التأمين الطبي في حالة الإصابة الدائمة تغطية شاملة للسباكين والتجار المتضررين لمدة تصل إلى 6 شهور.
ت. في حالة الوفاة، تدعم الشركة أسرة السباك أو التاجر المتوفي في بدء عمل يمكن أن يوفر لهم مصدر دخل مستدام. ويتم تقييم احتياجاتهم أولاً لأجل تطوير مشاريع صغيرة تناسب مع مهارات وقدرات أفراد الأسرة.

وعلاوة على ذلك، أطلقت الشركة برنامجاً لتمويل متناهي الصغر للسباكين والتجار لشراء المعدات والأدوات الضرورية ووسائل النقل الرخيصة مثل الدراجات البخارية الصغيرة وأخيراً لتمويل رحلات الحج والعمرة. ويستمتع السباكون والتجار كذلك بمنشآت صيفية سنوية تدفع قيمتها على أقساط بدون فوائد للشركة. وتهدف جميع هذه المبادرات إلى بناء علاقات جيدة مع أصحاب المصلحة الرئيسيين في عمل الشركة، مما يعزز صورة الشركة.

نظراً لمعدلات البطالة العالية للغاية بين الخريجين في بني سويف، قررت الشركة معالجة مشكلة عدم التوافق بين العرض والطلب في سوق العمل المحلي. وشملت المبادرة الأساسية للشركة في مجال التعليم إجراء دراسات مسحية للشركات العاملة في المنطقة الصناعية في بني سويف ومراجعة المناهج الدراسية في جامعة بني سويف لتحديد الثغرة في المهارات لدى الطلاب والموظفين المحتملين. وبناءً على هذا التقييم، وقعت الشركة بروتوكول اتفاقية مع مؤسسة تعليمية قامت بتوفير مجموعة أدوات للتعليم الذاتي تتعلق بالمهارات السلوكية ومهارات التواصل بدون أية تكلفة. وبعد أن أنفقت الشركة 1.5 مليون جنيه مصري أخرى على تأسيس منشآت تدريبية ومعامل اختبارية، صارت قادرة على استهداف عدد أكبر من الطلاب والموظفين المحتملين. وقد تم تدريب 1500 طالب تقريباً بين عامي 2014 و 2015، مع تعيين 85% منهم في وقت قصير بعد استكمال البرنامج. وبالنسبة لمن عجزا عن إيجاد فرصة عمل، آلت الشركة على نفسها مساعدتهم في إعداد دراسة جدوى لتمويل مشروعات خاصة بهم. كما أقامت الشركة شراكة مع الجمعية الكندية لكليات المجتمع (ACCC) بهدف رفع مستوى المعرفة والمهارات لدى العمال في مهن التشييد والبناء الرئيسية مثل السباكين والميكانيكيين من خلال التدريب المهني. وأخيراً، عقدت الشركة شراكة مع منظمة "تكاتف" غير الحكومية لتجديد دورات المياه في مدرسة حكومية في بني سويف لأجل المساهمة في توفير "بيئة مواتية" للطلاب. وتعكس جميع هذه المبادرات التزام الشركة بتعزيز جودة التعليم وخلق فرص العمل. وهما قضيتان تمثلان تحدياً اجتماعياً كبيراً في مصر.

٤. البيئة:

للحد من مخاطر الأمراض والأوبئة، تطور الشركة أنظمة صحية وتنشئ أراضي رطبة في أربع قرى مختلفة كل عام، ويراعي تصميم هذه الأراضي الحالة السيئة للغاية للبنية التحتية القائمة. وأثناء مرحلة البناء، تطلق الشركة حملات توعوية ودورات تدريبية في القرى حول إجراءات الصيانة والتشغيل الرئيسية لمنع فيضان المجاري وانسدادها. وتستخدم مياه المجاري المعالجة في ري الأشجار التي توفر حاجباً طبيعياً يقي المجتمعات المحلية من الرياح وتقوم في ذات الوقت بضمان سلامة البيئة وحمايتها. وأخيراً، تجري الشركة عمليات مراجعة بيئية اختيارية بالتعاون مع وزارة البيئة المصرية للدلالة على التزامها القوي بتبني عمليات إنتاج مستدامة وصديقة للبيئة.

ج.

التحديات التي واجهتها الشركة

* مقاومة التغيير من قبل أصحاب المصلحة الذين يميلون غالباً لقبول المبادرات سريعة التنفيذ دون النظر لأثر الاستدامة للإجراءات التدخلية المقترحة.

* البيروقراطية المرتبطة بالحصول على التراخيص للمنشآت وأعمال البناء.

* بناء قدرات مختلف أصحاب المصلحة لإدارة وتشغيل المنشآت بفاعلية. حتى لا يبطل الأثر التنموي للتدخلات التي تقوم بها الشركة.

د.

عوامل النجاح

* كان لإنشاء الأذرع الاجتماعية التي تعمل تحت مظلة وزارة التضامن الاجتماعي المصرية دور رئيسي في تعزيز تقبل المجتمع المحلي في بني سويف للإجراءات التدخلية الاجتماعية والاقتصادية.

* منح هيكل الحوكمة للشركة مرونة في تصميم أنشطتها وتوسيع نطاقها بناءً على احتياجات المجتمع. على عكس المساهمات العينية التي كانت ذات تأثير تنموي محدود.

* معظم موظفي وحدة المسؤولية الاجتماعية للشركة من خلفية تنموية ويمتلكون خبرة عملية كبيرة من خلال عملهم في مجتمع بني سويف وغيره من المجتمعات في مصر. ويسمح هذا للشركة بتوظيف مواردها بشكل فعال في مبادرات التنمية التي تستهدف المجتمعات.

* سمحت الميزانية السخية والدعم القوي من قبل الإدارة للشركة بأن تلبي بفاعلية احتياجات أصحاب المصلحة. مثل الموظفين والسباكين والمجتمع المحلي.

هـ.

الخطوات التالية: الرحلة مستمرة

* توسيع نطاق المبادرات التي تستهدف المجتمعات إلى قرى أخرى في محافظة بني سويف وأخيراً إلى المحافظات المصرية الأخرى.



الممارسات العملية:

يتعلق جانب آخر من الجوانب المركزية في استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركة المصرية الألمانية الصناعية بنشر ممارسات وظروف العمل المواتية لموظفي الشركة. الذين يعتبرون العامل الرئيسي لنجاح الشركة. وتلتزم الشركة بمبدأ التكافؤ في فرص العمل وتبلغ نسبة النساء ٢٠-٢٥٪ من موظفي الشركة ويشغلن في الغالب وظائف في أقسام الإدارة والمبيعات. وتفي الشركة بمتطلبات تفوق ما تنص عليه القوانين المصرية إذ توفر للموظفين وأسرهم تغطية طبية شاملة. كما يحق للموظفين الحصول على قروض بدون فوائد لتمويل الاحتياجات الأسرية والظروف الشخصية الطارئة. هذا بالإضافة إلى بوالص التأمين على الحياة التي توفرها الشركة. وأخيراً يحصل عمال المصنع على وجبات عديدة على مدار اليوم لضمان حصولهم على قدر كافٍ من الطاقة والعناصر الغذائية الضرورية.

وفي سبيل تحقيق التنمية المهنية لموظفي الشركة. توجد وحدة تدريب خاصة في إدارة الموارد البشرية مكلفة بمهمة تقييم احتياجات الموظفين ونوع التدريب المطلوب لتعزيز كفاءاتهم وزيادة مستوى معرفتهم. وتقدم الشركة دورات تدريب عملية في أكاديمية التدريب التابعة للشركة. وتمنح دعماً مالياً نسبته ٥٠-٧٠٪ لتمويل برامج التدريب المتخصصة والحصول على الشهادات العليا. مثل الماجستير في إدارة الأعمال. التي يسعى الموظفون للحصول عليها من المؤسسات الخارجية.

وقد أبرزت هذه المبادرات التزام الشركة الجاد برفاه الموظفين وروجت للشركة باعتبارها أحد أماكن العمل المرغوبة.



"كسب المال بشكل أخلاقي
مع إحداث تغيير مؤثر"

نهج المسؤولية الاجتماعية للشركة

الرؤية والفلسفة:

في عام ١٩٩٠، شرعت مجموعة منصور في مباشرة أنشطتها بشأن المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر خيرية بحتة. ولم تكن تلك الأنشطة في صورة منظمة أو هيكلية. وفي عام ٢٠٠١، بدأت المجموعة تتجه نحو بلورة هذه الأنشطة وإضفاء الطابع الرسمي عليها. حيث تم إنشاء "مؤسسة منصور للتنمية" لتناول أنشطة المجموعة في سياق المسؤولية الاجتماعية للشركات.



نبذة عن الشركة

* أسسها في خمسينيات القرن الماضي الراحل لطفي منصور. ومنذ ذلك الحين حافظت شركات منصور العائلية على إخلاصها لشركائها الاستراتيجيين العالميين في ظل أجواء سياسية واقتصادية ليست باليسيرة طوال ٦٥ عاماً.

* ومنذ بدايات تأسيس مجموعة منصور، كان لها مهمة واضحة ألا وهي تحقيق أرباح بطريقة أخلاقية وفي نفس الوقت إيجاد تأثير مختلف. فهي تسعى جاهدة باستمرار إلى تطبيق مجموعة من المبادئ والقيم الأساسية أثناء قيامها بأعمالها التجارية.

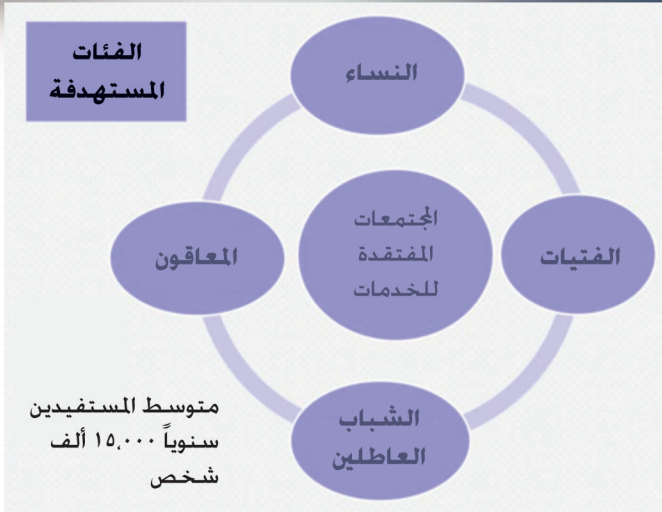
* ومنذ الثمانينيات، بدأت شركات منصور الشقيقة في إقامة مشاريع مشتركة مع شركات عالمية مرموقة. وللقيام بذلك فقد أسست علامات تجارية لشركة منصور في مصر والخارج. والآن فهي تفوق مجموعة تجارية تتجاوز إيراداتها الجمعة أربعة مليارات دولار أمريكي وبها قوة عاملة تقارب ٣٨٠٠٠ موظف.

* كذلك فقد اعتادت المجموعة على تنويع أسواقها جغرافياً. فهي حالياً تدير مشاريع في ١٣ بلداً (مصر والعراق والمملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة وليبيا وتشاد ونيجيريا وغانا وسيراليون وتنزانيا وأوغندا وكينيا وأنغولا وروسيا) من خلال مقرها الرئيسي في القاهرة.

* وفيما يلي الشركات التابعة لمجموعة منصور هي: جنرال موتورز، وميترو ماركيت، وماكدونالد مصر، وامبريال توباكو، وزيروكس، وريد بول، وآي بي إم، وبالم هيلز للتعمير، وسوزوكي، وشفروليه، ولوريال، ومايكروسوفت، ويو بي إس، وكاتربيلر، وإم أو إس، وكريدي أجريكول، وفانجار للخدمات اللوجستية.

رسالة "مؤسسة منصور للتنمية"
موجهة نحو تنمية المجتمع فضلاً
عن النهوض بالمجتمع وبناءه عن طريق
تقديم أوسع نطاق ممكن من برامج التنمية
إلى الأفراد والمؤسسات لاسيما في المجالات
ذات الأولوية لدى المجموعة وهي:
التعليم والصحة وبناء القدرات.





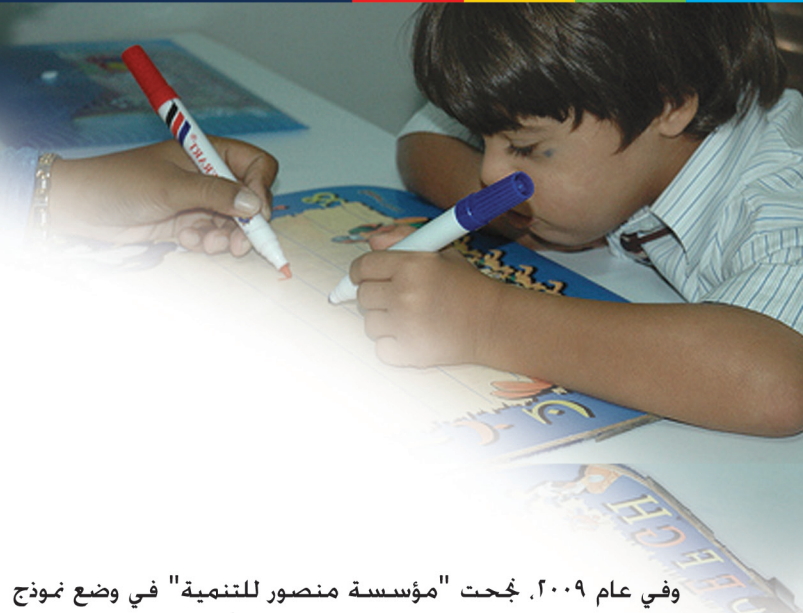
موجز المسؤولية الاجتماعية لمجموعة منصور (٢٠١٥)

حوكمة المسؤولية الاجتماعية للشركة:

تدير "مؤسسة منصور للتنمية" حالياً أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات وأنشطة التنمية للشركات التي تشكل مجموعة منصور بما في ذلك شركة منصور القابضة للاستثمارات المالية. ومن خلال هذا النهج، توحد مجموعة منصور جهودها المتعلقة بالمجتمع تحت مظلة "مؤسسة منصور للتنمية" وذلك لتعظيم آثارها على جبهات مختلفة، وفي الوقت نفسه، وبشكل مستقل، فإن شركات المجموعة تشارك أيضاً في عدد من الأنشطة المستقلة التي تتعلق بالمجتمع وذلك في مجتمعاتها المحلية مع الأخذ بعين الاعتبار أن يتم تنفيذ الجزء الأكبر من عملها تحت مظلة "مؤسسة منصور للتنمية" المركزية. إن "مؤسسة منصور للتنمية" تعمل على ثلاثة مستويات: يتعلق المستوى الأول بالمسؤولية الاجتماعية الداخلية للشركات وهي التي تكون موجهة إلى العمال والموظفين؛ ويتعلق المستوى الثاني بالمسؤولية الاجتماعية الخارجية للشركات وكذا تنمية المجتمع؛ ويتعلق المستوى الثالث بدعم وتأييد التنمية المستدامة.

الميزانية:

حصل "مؤسسة منصور للتنمية" على ميزانية ثابتة كل عام تتراوح من ١٠ إلى ٢٠ مليون جنيه مصري سنوياً. علاوةً على ذلك، فإن مجموعة منصور تشارك في أنشطة تتعلق بتنمية المجتمع والاستدامة بما يتجاوز خططها الأصلية في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات، على سبيل المثال مشروع "حيا مصر" التي شاركت فيه بمبلغ يقارب ١٠٠ مليون جنيه مصري وكذا مشروع "قناة السويس الجديدة" التي شاركت فيه بمبلغ يجاوز ١٠ مليون جنيه مصري في صورة شهادات استثمار للنساء غير القادرات الفقيرات في صعيد مصر. علاوةً على ذلك، تُطلق مجموعة منصور حملات تبرعات لبعض الأنشطة التي تختلف عن مجال أنشطة "مؤسسة منصور للتنمية" ومجال تمويلها (على سبيل المثال، حملة التبرعات لمعهد السرطان التي تذهب تلقائياً إلى المعهد).



وفي عام ٢٠٠٩، نجحت "مؤسسة منصور للتنمية" في وضع نموذج للمسؤولية الاجتماعية للشركات يخص أصحاب المصلحة من الشركات، إضافة إلى وضع رؤيتها ورسالتها، حيث تم تحديد قيم المسؤولية الاجتماعية على أنها تقوم على الشغف والالتزام والواجب. وبعد ذلك في عام ٢٠١١ أُدرجت مجموعة متنوعة من الأنشطة.

ورؤية "مؤسسة منصور للتنمية" هي أن تصبح النموذج الأسمى الذي يُحتذى به لمؤسسة ترقى إلى مستوى وعودها وتفخر أن التمويل يأتي من مؤسسات مصرية، وللقيام بذلك، فهي تسعى إلى تحقيق هدفين استراتيجيين متداخلين ألا وهما: تعظيم نتائج أنشطتها التنموية للمتلقين المباشرين، ووضع نموذج ناجح من شأنه أن يُقنع الشركات التجارية الأخرى بالاستثمار في المجتمعات التي تمارس تلك الشركات فيها أعمالها؛ وذلك بهدف زيادة الموارد المتاحة للتنمية الاجتماعية ككل. وتنبع القيم الأساسية لمؤسسة منصور للتنمية من أخلاقيات العمل التجاري، وعلى هذا النحو، فهي تسعى إلى تطبيق التفكير التجاري وكذا النماذج والتخصصات التجارية على برامجها التنموية لضمان تطبيق أفضل جوانب القطاع الخاص على المجتمع المدني.

وبالتالي، فمن أجل خوض ممارسات ناجحة، كان لا بد من ترجمة رسالة مجموعة منصور إلى أهداف ملموسة استهدفت فيها "مؤسسة منصور للتنمية" ممارساتها الرئيسية التالية في سياق المسؤولية الاجتماعية للشركات: رفع مستوى المرافق والمباني التعليمية العامة؛ ودعم الطلاب الفقراء أو غير القادرين، أو كليهما؛ وتقديم منح دراسية في الداخل والخارج؛ والإحالة دون تسرب الفتيات من التعليم؛ ومكافحة الأمية؛ وتطوير المرافق الصحية وتقديم العلاج الطبي للأشخاص المحرومين؛ ودعم الأنشطة الصحية في المستشفيات المفتقرة إلى الإمكانات الأساسية؛ وتقديم الدعم الفني لموظفي المنظمات غير الحكومية؛ وتقديم الدعم التعليمي والفني والاقتصادي للقطاعات المهمشة، وأخيراً مساندة ذوي الاحتياجات الخاصة في مجال الرياضة، ويستند نهج "مؤسسة منصور للتنمية" استناداً كبيراً إلى عزم قوي على تطوير العنصر البشري في المجتمع. وبالتالي فهو يقوم على المشاريع التي تدفعها اعتبارات المجتمع. يُسلط الشكل التالي الضوء على فئات المستفيدين التي تستهدفها "مؤسسة منصور للتنمية" والتي يصل عددها في المتوسط إلى ١٥ ألف شخص سنوياً.



إعداد التقارير:

تعد الشركة تقريراً سنوياً يحدد أنشطتها الأساسية التي تغطي المبادئ العشرة للاتفاق العالمي للأمم المتحدة، والتي تتعلق ببركاتها الأربعة الرئيسية التي تخص حقوق الإنسان وممارسات العمل والبيئة ومكافحة الفساد. وتصدر الشركة تقريراً سنوياً يتضمن قسمًا مفصلاً بشأن الاستدامة مراعاةً لمتطلبات المبادرة العالمية لإعداد التقارير، ويخضع لتصديق الغير على صحته. وبما أن الشركة جزء من المبادرة العالمية المستدامة، فيمكنها فقط الاستفادة من الإفصاح عن أنشطتها بشأن المسؤولية الاجتماعية للشركات في مجال البيئة من أجل تعزيز التزامها تجاه تلك المبادرات العالمية التي تسعى إلى المضي قدماً في الحفاظ على كوكب الأرض.

أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركة:

أطلقت مجموعة منصور عدداً من الأنشطة لبناء سمعتها كشركة مستدامة ومسئولة اجتماعياً وذلك من خلال "مؤسسة منصور للتنمية". ولنبداً بسلسلة التوريد لدى مجموعة منصور، فهي تتعامل مع الشركات الصغيرة والمتوسطة وتضمن الامتثال من خلال عمليات مراجعة يقوم بها الغير. ولا تقتصر عقود مجموعة منصور مع الموردين على تقديم البضائع وإنما أيضاً على معايير صارمة ينبغي على الموردين الالتزام بها (على سبيل المثال معايير السلامة وحقوق العمال والتحرش والاعتداء وعمالة الأطفال).

تولي مجموعة منصور عنايةً واجبةً إلى حقوق موظفيها وسلامتهم؛ وبناءً عليه فهي تضمن تقديم رواتب تنافسية في جميع شركاتها. حيث دائماً ما تحاول تجاوز الحد الأدنى من المتطلبات التي يشترطها قانون العمل المصري. كما تقدم مجموعة منصور المزيد من المزايا للعاملين بها. بما في ذلك: التأمين الصحي لدى شركة تأمين خاصة، ووجبات أو بدل ووجبات لعمال التصنيع، وبدل مواصلات عند السفر وسيارة تابعة للشركة حسب الدرجة الوظيفية، وبدل هاتف محمول حسب الدرجة الوظيفية، ومواصلات إلى المصانع، وأخيراً مكافآت خاصة لأدائهم المتميز. كما تنظم مجموعة منصور أحداثاً اجتماعية عن طريق تنظيم جمعات "الإفطار" في رمضان للعمال مع عائلاتهم في المصانع، والاحتفال بيوم اليتيم في الشركة، وعقد مسابقات لكرة القدم بين العمال والموظفين. وأخيراً، فإن مجموعة منصور تطبق استراتيجية الهرم المقلوب لدعم العمليات الصحية، حيث يتمتع الموظفون الأقل في الدرجة الوظيفية بحماية وتغطية أكبر من حيث تغطية نفقاتهم، بما يتمتع به الموظفون الأعلى في الدرجة الوظيفية.

وتركز مجموعة منصور على الحد من تأثيرها البيئي، وذلك عن طريق إعادة تدوير نفاياتها من الزبدي والحليب والالتزام بلوائح الإنتاج الخاصة بالسلامة (على سبيل المثال، العمر الافتراضي للحليب واللبن هو ثلاثة أيام فقط وبعد ذلك يتم إعدام المنتجات). ومع ذلك، فإن "مؤسسة منصور للتنمية" تتدخل في الاستفادة من مثل هذا الهدف من وجهة نظر مزدوجة، فهي تلتزم باللوائح الصحية المذكورة أعلاه إلى جانب إعطاء مثل هذه المنتجات للأطفال للحصول على تغذية صحية في المدارس في المناطق الفقيرة وذلك قبل تاريخ انتهائها. إضافةً إلى ذلك، فقد اشتركت "مؤسسة منصور للتنمية" في مجموعة من الأنشطة مثل الأنشطة الموفرة للطاقة وكذا بعض الأنشطة البيئية كتنظيف المحميات الطبيعية (على سبيل المثال محمية "وادي دجلة") وطلاب بعض الشوارع بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١. علاوةً على ذلك، خرص شركات مجموعة منصور على الحصول على مجموعة متنوعة من شهادات الأيزو (ISO) ضمان قدرتها على المنافسة، على سبيل المثال ISO 14001 و ISO 9001 و ISO 22000 و ISO 14000.

ب.

مجالات الاهتمام



التواصل مع المجتمع:

تشارك "مؤسسة منصور للتنمية" في العديد من المشروعات منذ تأسيسها، وذلك ببرامج في مجالات الصحة والتعليم والإغاثة والوعي والتوظيف وبناء القدرات وزيادة الأعمال والعمل التطوعي. ومن الجدير بالذكر أن هناك أنشطة أخرى في سياق المسؤولية الاجتماعية للشركات تقوم بها مجموعة منصور خارج مصر في أفريقيا مثل كينيا وغانا وأوغندا وتنزانيا. يوضح القسم التالي برامج "مؤسسة منصور للتنمية" في مصر في كل مجال من المجالات الموضحة.



٤- اشتملت الجهود المتعلقة بمنح البحث والتطوير على أنشطة مثل "جهود الاستدامة المؤسسية والريادة الاجتماعية للأعمال التجارية" التي تجلت في رسم الاتجاهات في المنطقة العربية؛ والمشاركة في تقرير الحلول التجارية لعام ٢٠١٢ الصادر عن مؤتمر "تكافل" التابع لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي. بالتعاون مع "مركز جون جيرهارت للدراسات الخيرية"؛ وأخيراً المشاركة في "ملتقى المؤسسات العربية الداعمة".

٥- اشتملت الجهود المتعلقة بالتدريب المهني والتوظيف والمشروعات الصغيرة والمتوسطة على أنشطة مثل برنامج "ليد" للتمويل المتناهي الصغر؛ وتدريب وكلاء البورصات لطلاب كلية الاقتصاد؛ وتقديم فرص تدريب داخلي في مجال الفنادق والسياحة؛ ورعاية "أول منتدى توظيف لذوي الاحتياجات الخاصة" بساقية الصاوي وكذا "ثالث منتدى توظيف للخريجين في جامعة القاهرة"؛ وتقديم دورات في بناء القدرات للمنظمات غير الحكومية؛ وأخيراً تأسيس أكاديمية التجزئة وتقديم فرص تدريب داخلي. وفي عام ٢٠٠٨، أطلقت شركة منصور للسيارات "أكاديمية جنرال موتورز" بالإضافة إلى "المركز المصري للتدريب الصناعي" (وزارة الصناعة والتجارة) من أجل إعداد وتأهيل فنيي السيارات لصناعة السيارات المصرية.

٦- اشتملت الجهود المتعلقة ببناء قدرات المجموعات الضعيفة على أنشطة مثل مبادرة "يد في يد" لرعاية الرياضيين من الأطفال والشباب ذوي الاحتياجات الخاصة؛ وحملة "عبور الجسور... وتحقيق الأحلام" لتمكين الفتيات والنساء الضعيفات؛ وتقديم دعم سنوي لدور الأيتام؛ وتمويل العلاجات والجراحات العلاجية السنوية؛ وأخيراً "برنامج التمويل المتناهي الصغر" للمرأة ذوي الاحتياجات الخاصة.

٧- اشتملت الجهود المتعلقة بالشباب وريادة الأعمال والعمل التطوعي على أنشطة مثل "جوائز منصور للأعمال التجارية لشباب الخريجين" و"البرنامج السنوي للعمل التطوعي للشباب". وفي عام ٢٠٠٩، تولت شركة منصور للسيارات رعاية جمعية مهندسي السيارات في مصر.

١- اشتملت الجهود المتعلقة بالصحة على أنشطة مثل قوافل تطعيم ضد الالتهاب الكبدي A الموجهة إلى الأيتام والفئات المحرومة؛ ومنح فنية إلى مستشفيات العيون؛ ومساهمة سنوية تستهدف تجديد قسم الأشعة التشخيصية في معهد السرطان بمستشفى القصر العيني؛ ومساهمة في مستشفى سرطان الأطفال؛ وإنشاء وحدة الزينة الطبية في محافظة الأقصر؛ وأخيراً حملة منتظمة للتبرع بالدم مع متطوعين.

٢- اشتملت الجهود المتعلقة بالتعليم على أنشطة مثل المنح الدراسية للتنمية المستدامة من مجموعة منصور. تحت عنوان مبادرة "سنتعلم"؛ وذلك جنباً إلى جنب مع تقديم دروس مبتكرة نحو الأمية. وحملة "أنا مواطن صالح" لإعمال منظومة القيم بين الأطفال؛ وتحسين حضانات ما قبل المدرسة ودور الأيتام في المناطق الريفية؛ وتنفيذ برامج العودة إلى المدرسة؛ وأخيراً عقد مخيم مدرسي تحت عنوان "شباب من أجل السلام". كما أطلقت مكدونالدز مبادرة لتنمية المجتمعات غير الخطط لها. وتحسين وترميم المؤسسات التعليمية في المناطق الفقيرة بدءاً من عزبة خير الله (الواقعة بين القاهرة القديمة ودار السلام). حيث طورت مكدونالدز وجمعت تسعة من حضانات ما قبل المدرسة بالتعاون مع جمعية "خير وبركة" وتخطط لتجديد ستة آخرين تعمل بالتزامن في مناطق مجاورة.

٣- اشتملت الجهود المتعلقة بقوافل الإغاثة وحملات التوعية على أنشطة مثل مسابقة "أفضل موظف متطوع"؛ والمشاركة في حملة "مليون بطانية"؛ ورعاية "مهرجان وسط البلد للفنون المعاصرة"؛ والمشاركة في حملة "الوقوف ضد الفقر"؛ وإطلاق ١٢ قافلة غذائية وطبية على المستويين المحلي والإقليمي للمناطق المحرومة وذلك في أعقاب الثورة؛ وأخيراً رعاية حدث ماراثون ووالي ذوي الاحتياجات الخاصة في الإسكندرية. وفي عام ٢٠٠٩، شاركت "شركة منصور للسيارات" في حملة السلامة الوطنية لتعزيز الوعي بقانون المرور الجديد وذلك بالتعاون مع وزارة الداخلية.



التحديات التي واجهتها الشركة

عوامل النجاح

وجود المسؤولية الاجتماعية بدايةً ضمن رسالة مجموعة منصور قد ساهم بشكل كبير في نجاحها في مختلف العمليات التشغيلية. وقد ساهم استقرار مجموعة منصور في نجاحها في أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات ضمن "مؤسسة منصور للتنمية" نظراً لما كان لديها من رؤية لتنتقل منها بالإضافة إلى مرونتها في التعامل مع الأولويات وكذا احتياجات المجتمعات. وعلاوة على ذلك، فإن وجود فريق شبابي متخصص يتمتع بالتدريب الكافي ولديه خبرة متعددة الجوانب قد مكّن ذلك الفريق من اكتساب وضمان الدعم الكامل من أعضاء مجلس إدارة مجموعة منصور. وخلاصة الأمر هي أن "مؤسسة منصور للتنمية" أكثر التزاماً بقضية خدمة نفسها أخلاقياً جنباً إلى جنب مع تحقيق الأرباح.

الخطوات التالية: الرحلة مستمرة

وضعت مجموعة منصور هدفاً اجتماعياً أسمى يكمن وراء عملياتها الاقتصادية. ألا وهو المساعدة بدرجة كبيرة في القضاء على الفقر والامية في مصر وفي نفس الوقت تحقيق الأرباح. وبقدر ما أن الهدف نبيل، مع أخذ حجم المجموعة بعين الاعتبار، فإنه لا يمكن تحقيقه بشكل فردي في جميع أنحاء مصر. وعليه، فقد وضعت مجموعة منصور خطة متسلسلة للقضاء على هذين الرضين الاجتماعيين داخل المجموعة عن طريق التصدي لهما في مصانعها بين عمالها وموظفيها؛ وينبغي أن يكون التأثير السريع المتوقع فعالاً ولموسماً في المجتمعات المحلية المحيطة. وستكون الخطوة التالية للمجموعة هي التصدي لهذه المشكلة في مجتمعاتها المحلية للمساهمة في تنمية المجتمع بشكل أكبر.

المراجع:

- 1-Mansour Group CSR Profile, (2015). Masnour Foundation for Development Overview. Retrieved on September 21st, at: <http://www.mansourgroup.com/CSR>
- 2-Mansour Foundation for Development Sustainability Report 2009-2010
- 3-Mansour Foundation for Development Sustainability Report 2011-2012
- 4-Mansour Foundation for Development Sustainability Report 2013-2014

كانت إحدى التحديات التي واجهتها "مؤسسة منصور للتنمية" هي نقص الأموال المخصصة لأنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات. وينبع ذلك النقص من الفجوة بين الميزانية والأنشطة المقدمة في مقابل ارتفاع الطلب الذي يتجاوز المدى المتاح. وبرغم ذلك، فإن المجموعة حاولت الوفاء بالتزاماتها التي تعهدت بها بفاعلية والدخول في المزيد من المشاريع لتلبية الطلب المتزايد.

وكان عدم وجود رؤية وخطة شاملة حكومية تكون محل التزام - فيما يتعلق بدور القطاع الخاص ومشاركته في تنمية المجتمع - عاملاً يعيق جهود "مؤسسة منصور للتنمية". وقد أدى ذلك في النهاية إلى عدم وجود دعم من الحكومة، مما يجعل الدخول في أي نشاط أمر صعب للغاية.

وكانت هناك أيضاً عقبة من داخل المجموعة تقوض المضي قدماً. وكانت تتمثل تلك العقبة في الإدارة الوسطى التي اعترضت على الدعوة المؤسسية للمشاركة الاجتماعية للشركات الموجهة لموظفيها من حيث العمل التطوعي للموظفين وساعات العمل المجتمعي وذلك بدعوى أن ذلك من شأنه إضاعة ساعات العمل والتأثير سلباً على معدل الإنتاجية.

إن اضطرابات ما بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ وتداعياتها التي تجلت في انعدام الأمن جعلت ممارسة الأنشطة في المجتمعات خطيرة في بعض الأحيان (على سبيل المثال تقديم مجموعة من المحفزات لبدو القبائل في سيناء ومنطقة السادس من منطقة أكتوبر لتأمين أسطول "مؤسسة منصور للتنمية" للنقل الداخلي ومنع مصادره أو سرقتها). ولقد سُرقَت ثلاثة من المتاجر الكبرى (السوبر ماركت)، مما أدى إلى تكبد خسائر قدرها ١٥٥٠٠٠ جنيه مصري. إضافةً إلى ذلك، فإن نقص إمدادات الطاقة الذي تسبب في خسائر فادحة في بعض المحلات ووسائل نقل البضائع كان مصدراً للقلق. وكذا فإن عدم الاستقرار الاقتصادي بسبب تقلب أسعار العملات مقابل العملات الأجنبية لم يساهم في تعزيز ظروف ممارسة الأنشطة في مصر. وبرغم ذلك، يمكن الشعور ببعض التحسن وإن لم يكن إلى المستوى الذي يسمح بإجراء عمليات كاملة من أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات التي اعتادت "مؤسسة منصور للتنمية" القيام بها.





**نموذج للمسئولية الاجتماعية
مستوحى من القيم الإسلامية
مسيرة من العطاء غير المشروط للموظفين والمجتمع**

حوكمة المسؤولية الاجتماعية:

تمتلك فاركو للأدوية ذراعين اجتماعيين يديران أنشطة المسؤولية الاجتماعية الخاصة بها. وتوفر الشركة الأموال اللازمة من خلال ميزانية لا سقف لها تخضع لعمليات تدقيق خارجية من وزارة التضامن الاجتماعي المصرية. ولكل كيان من الكيانات مديره الخاص به ومجلس إدارة منتخب لتسيير وتنفيذ أنشطة المسؤولية الاجتماعية التي تلبى احتياجات الموظفين والمجتمعات المحلية على أفضل ما يكون.

الكيان الأول هو "جمعية عباس حلمي" التي تتولى مسؤولية تقديم الدعم الطبي للمجتمع المحلي بسعر ميسور يبلغ ٢ جنيه. وفي حالة عجز المرضى عن دفع هذا الرسم الرمزي، لا يقوم مسئولو التسجيل في المستشفى بحرمان هؤلاء الأشخاص من الحصول على الرعاية الطبية ويصدرون لهم إيصال استلام لأخذ دورهم في تلقي الخدمة. وبالتعاون مع بنك الشفاء المصري، يُقدّم العلاج للأفراد المرضى في ١٠ عيادات ذات تخصصات طبية مختلفة.

الكيان الثاني هو "مؤسسة حسن عباس حلمي" التي يعمل بها ٤٠ موظفًا إداريًا تقريبًا والنحوّل إليها مهمة الوفاء باحتياجات المجتمع الأكثر إلحاحًا. وتوجد في الوقت الحالي ١١٠٠٠ أسرة تتلقى من المؤسسة تحويلات نقدية شهرية لدعم معيشتها إضافة إلى التغطية الطبية الشاملة. كما ترعى المؤسسة موائد خيرية لإطعام الفقراء على مدار العام، وتقدم ٤٠٠ وجبة مطبوخة للأسر الفقيرة كل يوم إضافة إلى المؤن الغذائية الضرورية لعدد ٥٠٠ أسرة أخرى كل أسبوع. ومن صور الدعم الأخرى التي يتم تقديمها للأسر توفير الأثاث للعرائس والترتيبات الخاصة في حالات الكوارث.

ب.

مجالات الاهتمام

التواصل مع المجتمع:

تفخر فاركو للأدوية بأنها شركة تلتزم في أعمالها بالمبادئ الإسلامية وبمسئولية أخلاقية لتقديم يد العون للمعوزين. وهو ما يُعتبر عنصراً أساسياً في بناء سمعة إيجابية راسخة للشركة.



نبذة عن الشركة

*فاركو للأدوية هي شركة عائلية بدأت عملها في ١٤ يناير ١٩٨٧، وفي عام ١٩٩٧ اشترى الدكتور حسن عباس حلمي معظم أسهم الشركاء في فاركو للأدوية التي تحولت إلى فاركو كوربوريشن من خلال عمليات الاستحواذ والتوسع.

*فاركو كوربوريشن هي مجموعة تضم ١١ شركات تعمل في صناعة الأدوية وتقوم بتطوير وتصنيع وتسويق وتوزيع مجموعة كبيرة من الأدوية ذات العلامات التجارية والمكافئة. كما تصدر فاركو منتجاتها إلى ٥٧ دولة.

*يبلغ عدد العاملين بشركة فاركو ٨٠٠٠ موظف يعملون على توفير "منتجات دوائية فعالة [و] آمنة للمرضى بسعر ميسور".

*تحتل فاركو المرتبة الأولى في سوق الأدوية المصري، بحصة سوقية تبلغ ١٢,٩٪ (إحصاءات عام ٢٠١٤) وأكثر من ٥١٤ مليون وحدة في المبيعات.

أ.

نهج المسؤولية الاجتماعية للشركة

الرؤية والفلسفة:

يستشهد الدكتور شرين حلمي بمقولة جاري هامل "اخلق الباعث على العمل، لا العمل"

يمتاز نموذج المسؤولية الاجتماعية الفريد لشركة فاركو بأنه مستوحى من القيم الإسلامية. وبأنه يخلق الباعث على الاستجابة لمعاناة الآخرين. وفيما يعتبر عمل الخير في الإسلام ركناً أساسياً في مفهوم العدالة الاجتماعية، فإن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تعتبر، في نظر الرئيس التنفيذي لشركة فاركو الدكتور شرين حلمي، السعي الحثيث لبلوغ أفضل منزلة عند الله من خلال "الامتثال" غير المشروط. وجذر كلمة "امتثال" في اللغة العربية يعني الفيض والكثرة ومع وضع هذا في الاعتبار يشرح الرئيس التنفيذي لشركة فاركو نظريته للمسئولية الاجتماعية للمؤسسات بأنها إنفاق الكثير من المال لدعم الأشخاص الأقل حظاً بيننا. وللتأكيد على فكرة الوفرة، استخدم استعارة عمليات السحب الدائمة من خزائن الله التي لا تنفذ.

٣- القضاء على الفيروسات بعلاج التكلفة:

تعتبر مصر من بين البلدان الأكثر إصابة بفيروس التهاب الكبد الفيروسي C في العالم. إذ تبلغ معدلات الإصابة ١٤٪ من السكان. كما إن قلة توفر أدوية العلاج من هذا المرض وارتفاع أسعارها بالنسبة للغالبية العظمى من الشعب المصري يجعل من مرض التهاب الكبد الوبائي تهديداً وبائياً حقيقياً. ونظراً لشعور الرئيس التنفيذي لشركة فاركو بمسئوليته تجاه المجتمع المحلي، فقد دفعه ذلك لاتخاذ إجراء ما. ففي غضون ستة أشهر، أنفقت فاركو أكثر من ٣٠ ألف دولار لاستيراد عبوة واحدة من الدواء وأنتجته باستخدام عناصر وأساليب تصنيع مختلفة متوفرة محلياً وأخيراً قامت ببيعه بسعر ميسور بلغ ١٥٣ دولار فقط. ولا يقتصر هدف فاركو على تسهيل وإتاحة الحصول على الدواء، بل هي تهدف أيضاً إلى تعزيز إنتاجية المواطنين المصابين الذين يعانون من متلازمة التعب.

ومن شأن توفير الدواء المعالج لمرض التهاب الكبد الوبائي بهذه الطريقة غير الهادفة للربح أن يدعم الخطة الطموحة للرئيس عبد الفتاح السيسي التي تهدف لتوفير العلاج مجاناً لمليون حالة في مصر. وتحقيقاً لهذه الغاية، وقعت فاركو بروتوكولاً مع بنك الشفاء المصري تحت رعاية وزارة الصحة المصرية لتوفير العلاج مجاناً لمن يعجزون عن دفع السعر سابق الذكر. كما أقامت فاركو شراكة مع الحكومة المصرية لتوفير أدوية مجانية ومساعدات إغاثية في حالات الكوارث لدول مثل ليبيا والسودان والعراق. وتعكس هذه المبادرات الإنسانية والصحية التزام فاركو بمنظومة قيمها، وهو ما يعزز بدوره نظرة الموظفين والمجتمع لها. وعن طريق "القيادة بالقُدوة"، ألهمت فاركو للأدوية ملايين المصريين بالطرق الممكنة لرد الجميل لمجتمعهم.

وأخيراً، وبالشراكة مع برنامج التأمين الصحي المصري ووزارة التعليم المصرية، وضعت فاركو برنامجاً توعوياً وقامت بتوزيع كبسولات حديد وزنك وفيتامين C لمكافحة الأنيميا لدى الأطفال في الإسكندرية والمحافظات المصرية الأخرى.

١- إعادة بناء المستشفيات من أجل صحة وعافية مجتمع الإسكندرية:

قامت شركة فاركو بإعادة بناء مستشفى فاروق لطب العيون التي يبلغ عمرها مائة عام وأيضاً عيادة العيون الخارجية بجامعة الإسكندرية بعد توقف عن العمل دام طيلة ١٦ عاماً بسبب نقص الموارد المالية. كما قامت الشركة بترميم العديد من المستشفيات الحكومية والمنازل القديمة ومراكز إعادة التأهيل من الحدرات ودعمت إرسال وفود طبية إلى السودان لإجراء جراحات حرجة لمرضى المياه الزرقاء.

٢- التعليم: نقل مشعل المعرفة لجيل جديد:

نتيجة لإيمان شركة فاركو بأهمية التعليم، قامت ببناء عدد من المستشفيات العامة في برج العرب ومدينة الإسكندرية ورممت العديد من المدارس التي انهارت بعد زلزال عام ١٩٩٢. ولتشجيع الطلاب في الوقت الحاضر وفي المستقبل على رد الجميل لمجتمعهم، قامت شركة فاركو بتمويل بناء واحة العلوم في جامعة الإسكندرية، وهي منشأة بحثية متطورة في كلية الصيدلة التابعة للجامعة، وتبرعت بمبلغ ٤٢ مليون دولار لمدينة زويل للعلوم والتكنولوجيا.

ج.

التحديات التي واجهتها الشركة

*الإجراءات البيروقراطية المرتبطة بالحصول على التراخيص على سبيل المثال. والتي لم توقف فاركو على الإطلاق عن تنفيذ خططها الطموحة للمسؤولية الاجتماعية. وذلك نظراً لشعور الإدارة بالالتزام الأخلاقي تجاه الموظفين والمجتمع.

الممارسات العمالية:

بدأ كل شيء في عام ١٩٨٦. عندما عينت فاركو كوربوريشن خريجي كليات الزراعة والعلوم لشغل وظائف في منشآتها لتطوير وتصنيع المنتجات الدوائية. وكان ذلك في وقت بطمح فيه الخريجون للعمل في القطاع العام من خلال "برنامج ضمان العمل" الذي بدأ العمل به في ستينات القرن الماضي ضمن خطة تأميم طموحة نفذتها الحكومة المصرية. ومن خلال هذا البرنامج. كان لخريجي الجامعات والمدارس الثانوية المهنية والمدارس الفنية الحق في التقدم لوزارة القوى العاملة المصرية للعمل في القطاع العام.

د.

عوامل النجاح

*وجود التزام قوي بقيم الشركة ورسالتها المستمدة من شعور قوي بالمسؤولية تجاه تحسين أوضاع المجتمع.

هـ.

الخطوات التالية: الرحلة مستمرة

*تقوم فاركو في الوقت الراهن بالتقديم في برامج التأهيل المسبق للأدوية في منظمات دولية مثل منظمة الصحة العالمية وأطباء بلا حدود ومبادرة العقاقير للأمراض المهملة ومؤسسة كلينتون لأجل تقديم خدماتها الطبية ومساعداتها الإغاثية في حالات الكوارث لدول أخرى غير مصر. وهكذا تقوم الشركة بنشر رسالتها المتمثلة في "جعل ما هو غير ميسور متاحاً" في جميع أنحاء العالم.

*قام الدكتور حسن عباس حلمي بتمويل نضد معلمي. يحمل اسمه. في المنشأة البحثية التابعة لجامعة سنترال متشجن لأجل تطوير علاج لمرض السرطان وأيضاً لتصنيع منتجات مكافحة الأورام في مصر.

ورأت فاركو كوربوريشن في هؤلاء الطلاب المؤهلين قوة كبيرة ووفرت لهم وظائف تنافسية في القطاع الخاص وقدمت لهم كذلك ما هو أكثر من الوسائل الضرورية لعيش حياة مريحة. وقامت فاركو أولاً ببناء وحدات سكنية عرضتها على الموظفين بدون أية تكاليف. وعلاوة على ذلك. بنت الشركة روضة أطفال ومدرسة في كينج مريوط بالإسكندرية ودعمت المسيرة التعليمية لأطفال الموظفين من خلال دعم مالي يغطي ما يصل إلى ٥٠٪ من الرسوم الدراسية.

وبالمثل. تنطبق أيضاً رسالة الشركة بتوفير "منتجات دوائية آمنة وفعالة تكون بأسعار ميسورة ومتاحة لكل مريض" على موظفي الشركة. وتحقيقاً لهذه الغاية. أسست فاركو عيادات عديدة لتوفير أفضل رعاية صحية لموظفيها وأسرههم من خلال تأمين طبي شامل وبنيت مقابر لدفن من يتوفى من الموظفين وأسرههم. ومن بين الخدمات الأخرى التي تمولها فاركو بشكل كامل لموظفيها رحلات الحج التي تعتبر مكلفة للغاية وغير ميسورة للعديد من المواطنين المصريين. وأخيراً. يتم تخصيص ١٪ من الأرباح لصندوق استثماري يقوم بتمويل الأنشطة الخاصة برفاهة الموظفين وأيضاً الاحتياجات الشخصية والعائلية من خلال قروض بدون فوائد. وتعكس هذه الخدمات إيماناً راسخاً بمنظومة قيم الشركة التي تتمحور حول "تقديم الرعاية والشعور بالآخرين". وحسب قول الرئيس التنفيذي. فإن هذا الإيمان القوي بقيم الشركة هو ما يجعل "موظفي فاركو يعملون مع الشعور بالهدف".



"صحتك أولويتنا"
من الموظف إلى المريض -
التزام بتحسين الرعاية الصحية

وقد اقتصرَت المسؤولية الاجتماعية لسانوفي في مصر قبل عام ٢٠١١ على سلسلة من الأنشطة التي تستهدف المجتمع، والتي كانت موجَّهة نحو الأعمال الخيرية، مثل جمع الأموال والتبرعات لتجديد الفناء الخاص بقرية الأطفال والاحتفال بيوم اليتيم في مصر. ومع ذلك، ومن أجل تحقيق رسالة الشركة المتمثلة في "تحقيق نمو مستدام وطويل الأمد"، كان على الشركة أن تعيد صياغة استراتيجية المسؤولية الاجتماعية لديها من خلال تبني مفاهيم "الاستدامة" و"التأثير" في إطار سعيها إلى تحسين حياة كل من موظفيها والمرضى. وتحقيقاً لهذه الغاية، تعاونت الشركة مع مؤسسة استشارية خارجية لإجراء اختبار للأهمية النسبية في عام ٢٠١٢. وهذا الاختبار هو عبارة عن عملية منهجية تقوم على التعاون مع الأطراف المعنية داخل الشركة وخارجها من أجل تحديد قضايا المسؤولية الاجتماعية ذات الأهمية لنجاح أعمال الشركة، والتي تحمل الفائدة الأكبر للأطراف المعنية في البلاد. ويتيح هذا الأمر للشركة القيام بترتيب أولويات جهود المسؤولية الاجتماعية لديها بما يتناسب مع تطلعات أبناء المجتمع من قطاع المستحضرات الدوائية، ومن ثم الاستجابة بفاعلية لاحتياجاتهم.

وقد تم عرض نتائج الاختبار، في عام ٢٠١٣، على لجنة مؤلفة من الأطراف المعنية المساهمة في الصحة العامة (أي جمعيات المرضى والمنظمات غير الحكومية والسلطات والهيئات الأكاديمية، ونقابة الصيدلة... الخ). وبعد هذا الاجتماع الأولي، قررت اللجنة أن تعمل كهيئة استشارية للشركة وأن تجتمع سنوياً من أجل المساعدة على تعديل النهج العالمي للشركة فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية بما يتلاءم مع الواقع المصري. ويتم تجديد دماء أعضاء اللجنة بانتظام مما يسمح بتنوع الآراء وتجدد المساهمات.

حوكمة المسؤولية الاجتماعية:

يتولى قسم الشؤون العامة والاتصال إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركة، ويضم القسم مديراً للمسؤولية الاجتماعية، وهو من يتولى مهام تسيير وتوجيه أنشطة المسؤولية الاجتماعية، إلى جانب عدد من "السفراء الداخليين" من مختلف أقسام الشركة.

الميزانية:

تحدد سانوفي مصر خطط عملها بناءً على نتيجة الاجتماع السنوي للجنة الأطراف المعنية الخارجية للشركة، ولذلك، تتغير الميزانية كل عام، حيث تعتمد في المقام الأول على المشاريع المقترحة، بالإضافة إلى مواصلة البرامج السابقة.



بُذرة عن الشركة

*تعمل الشركة في مصر منذ عام ١٩٦٢، والقاهرة هي المركز الإقليمي لها، وتصدّر منتجاتها إلى ٧ دول، منها البحرين والسودان والإمارات العربية المتحدة وماليزيا.

*سانوفي يعمل بها أكثر من ١١٠ ألف موظف حول العالم ونحو ١٠٠٠ موظف في مصر.



أ.

نهج المسؤولية الاجتماعية للشركة

الرؤية والفلسفة:

يتسق نهج المسؤولية الاجتماعية بشركة سانوفي مع استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية والأعمال المتبعة لدى الشركة الدولية الأم. فالعمل على نحو أخلاقي ومسئول يمكّن الشركة من تجاوز ما هو مطلوب من أي شركة، مما يعني أن هناك موظفين يعملون من أجل حماية وتعزيز فرص الحصول على الرعاية الصحية لأكثر عدد ممكن من الأفراد، وتقوم استراتيجيات المسؤولية الاجتماعي للشركة على أربعة محاور، وهي خديداً "المرضى، والناس، والأخلاق، وكوكب الأرض". بالإضافة إلى ذلك، فإن التزام سانوفي باحترام حقوق الإنسان هو الأساس الذي يركز عليه جميع مبادراتها.

"كل يوم حول العالم، يعمل موظفو سانوفي البالغ عددهم ١١٠ ألف موظف على حماية الصحة وتحسين فرص الحصول على الرعاية الصحية لأكثر عدد ممكن من المرضى."

أنشطة المسؤولية الاجتماعية:

تأتي أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركة ضمن المحاور الأربعة التالية لاستراتيجية الشركة الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية:

١. المرضى: تحسين فرص الحصول على الرعاية الصحية، وبالتالي وضع صحة المرضى في صميم أعمال الشركة. ويتم ذلك من خلال نهج متكامل لرعاية المرضى طيلة العمر، إلى جانب مجموعة واسعة من الحلول الصحية المعدلة لتفي بمتطلبات الرعاية الصحية للمرضى.

٢. الأفراد: فرض الصحة والسلامة في مكان العمل ودعم تقدّم الموظفين في حياتهم المهنية من خلال توفير فرص التدريب والتطوير.

٣. الأخلاق: ضمان الاشتراطات الأخلاقية في أنشطة البحوث والتطوير الخاصة بمنتجات الشركة والسلوك الأخلاقي للشركة بوجه عام.

٤. كوكب الأرض: حماية البيئة من خلال مشاريع إدارة الطاقة والمياه.

وللحفاظ على صحة هذا الكوكب وسكانه، أخذت سانوفي مصر على عاتقها التزاماً بلحد من انبعاثات الكربون والحفاظ على الموارد الطبيعية الرئيسية. فعلى سبيل المثال، أطلقت الشركة برنامج "أمبول" لإعادة تدوير المياه بهدف التحكم في استخدام المياه، مما وفّر نحو ٩٦٠٠ لتر من المياه يومياً.

وعلاوة على ذلك، فالموظفون والموردون ملتزمون باتباع المعايير الأخلاقية العالية للشركة في جميع أعمالهم. وتحقيقاً لهذه الغاية، يقوم فريق المشتريات بالشركة بمراجعة عمل جميع الموردين المتعاملين مع الشركة لضمان امتثالهم لقانون العمل المصري.



إعداد التقارير:

تجري عملية إعداد التقارير حول أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركة على المستوى العالمي في إطار إعداد التقرير السنوي للشركة، الذي يتضمن أجزاء مستقلة عن أنشطة الشركة في كل بلد وإقليم. كما يُشار إلى أنشطة المسؤولية الاجتماعية في مصر في مجلة "سانوفي وأفريقيا" التي تسلط الضوء على نهج وبرامج المسؤولية الاجتماعية للشركة في القارة السمراء.

وتصدر سانوفي مصر كتاباً حول المسؤولية الاجتماعية للشركة يتناول برامجها في مجالات خاصة بالمرضى والموظفين والمجتمعات المحلية والأخلاقيات والبيئة. مؤشرات الأداء الرئيسية المصممة على نحو جيدة والتي تهدف إلى تتبع التقدم الذي تحرزه الشركة في تحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية.

ومجموعة سانوفي مدرجة على مؤشر داو جونز للاستدامة، ومؤشر الوصول إلى الدواء، والاتفاق العالمي للأمم المتحدة (من بين مؤشرات أخرى). وكلها تظهر التزام الشركة باحترام مبادئ حقوق الإنسان والاستدامة البيئية. وعملية إعداد التقارير التي تتبعها الشركة وتراعي فيها عنصر الشفافية هي أمر بالغ الأهمية في زيادة ثقة الجمهور في الشركة، وخصوصاً أن خدماتها موجهة بشكل مباشر إلى أهم شيء لدى الإنسان، ألا وهو الصحة. كما أن اكتساب الشركة لثقة عملائها والمجتمع الذي تعمل فيه أمر لا يقل أهمية في نجاح أعمال الشركة واستدامتها.

الشركاء:

* هيئات حكومية، منها وزارة الصحة، ووزارة التربية والتعليم.

وزارة التضامن الاجتماعي

* جمعيات المرضى

* نقابة الصيادلة المصرية

* منظمات المجتمع المدني

وتبذل سانوفي مصر العناية الواجبة في سبيل التعرف على المنظمات غير الحكومية التي لديها سجل أفضل في تنفيذ تلك المبادرات.



مجالات الاهتمام

التواصل مع المجتمع:

"بصفتنا شركة رائدة عالمياً في مجال الرعاية الصحية، فإننا نستعين بخبرتنا ومواردنا في تحسين إمكانية وصول الأفراد المحتاجين على مستوى العالم للرعاية الصحية. ونهج الاستدامة الذي تتبعه سانوفي يضع المريض في صميم استراتيجية المسؤولية الاجتماعية."

وتطمح سانوفي لحماية الصحة وتحقيق أمنيات ٧ مليون فرد. وبصفتها شركة رائدة في مجال الرعاية الصحية، تلتزم سانوفي بتحسين إمكانية وصول المرضى لحلول صحية مبتكرة وأمنة. وقد أطلقت سانوفي في مصر عدداً من البرامج التي تستهدف للمجتمع والمعنبة بتلبية خدمات المرضى. وذلك لتحقيق الأهداف التالية:

- تحسين إمكانية وصول السكان لخدمات الرعاية الصحية من خلال برامج متكاملة تتضمن زيادة الوعي الصحي لدى السكان وتوفير الأدوية بأسعار ميسورة وتوفير دورات تدريبية للأطباء وتثقيف المرضى;
- الحد من عدم المساواة في المجال الصحي عن طريق التركيز على المستوى الصحي لأجيال المستقبل.
- دعم الرعاية الصحية ذات الجودة من خلال مكافحة الأدوية المزيفة.

داء السكري: من التوعية إلى التثقيف: نظراً لأن ١٥٪ من الشعب المصري يعاني من داء السكري وحوالي ٥٠٪ لم يتم تشخيصهم بعد. فقد قامت الشركة بإبرام شراكات ناجحة مع وزارة الصحة والمجتمع المدني من أجل توعية وتثقيف الشعب بداء السكري.

وفي عام ٢٠١٠، أطلقت سانوفي واحدة من أجح المبادرات الخاصة بالمرضى في مصر. وهي "الحملة القومية للتوعية بمرض السكري". وفي اليوم العالمي لداء السكري عام ٢٠١٣، حققت سانوفي الرقم القياسي في موسوعة غينيس عن إجراء أكبر عدد من فحوصات السكر في الدم خلال ٢٤ ساعة. وبالشراكة مع الاتحاد المصري لطلاب الصيدلة والمعهد القومي للسكر. تم تشخيص ٨,٦٠٠ شخص في إطار الحملة التي تم إطلاقها تحت شعار "تحكم في السكر قبل ما يتحكم فيك" في مول العرب بالقاهرة. وفي عامي ٢٠١٣ و ٢٠١٤، استفاد أكثر من ٢٨,٦٠٠ شخص من فحوصات الدم المجانية التي أجرتها الشركة. وتستمر سانوفي في تنظيم "الحملة القومية للتوعية بمرض السكر" سنوياً والاعتماد على وسائل مبتكرة للوصول لأكبر عدد من المحافظات من خلال العروض التي تتواجد في الشوارع والمقصورات المتنقلة. ذلك بالإضافة إلى الشبكة الاجتماعية لسانوفي مصر "قصتي مع السكر" والتي توفر مساحة آمنة للناس للاستفسار عن داء السكري ومشاركة الآخرين بتجاربهم الشخصية للتعليم منها.

ونظراً لارتفاع معدل انتشار داء السكري بين الأطفال. تعمل سانوفي مصر على تنفيذ عدد من الأنشطة التعليمية؛ فمثلاً، شاركت سانوفي الاتحاد الدولي للسكري والجمعية الدولية لمرض السكر لدى الأطفال والمراهقين في إطلاق "برنامج الأطفال" لتقديم الدعم في كيفية التعامل مع مرض السكر من النمط الأول لدى أطفال وزيادة الوعي حول أسلوب الحياة الصحي بين الأطفال في سن المدرسة.

"أطفال أصحاء، أطفال سعداء:"

تعد الرعاية الصحية للطفل بشكل خاص في مصر أمراً حيوياً. حيث وصلت معدلات وفيات الأطفال إلى ٢٢,٤١ حالة وفاة لكل ١٠٠٠ حالة ولادة في عام ٢٠١٤. وفي إطار تلبية احتياج الأطفال لحلول متكاملة من أجل التقليل من عدم المساواة في الرعاية الصحية. تلتزم سانوفي بتطوير حزمة متنوعة من الأدوية للأطفال وتوفير تدريب قوي للمتخصصين في الرعاية الصحية في مجال أمراض الأطفال. وبالإضافة إلى ما سبق، أطلقت سانوفي عدداً من مبادرات زيادة الوعي لتثقيف الجمهور بشأن الرعاية الصحية للأطفال. ولتحقيق هذا الهدف، اشتركت سانوفي مع هيئة إنقاذ الطفولة ووزارة الصحة ووزارة التربية والتعليم ووزارة التضامن الاجتماعي لتصميم وتقديم برنامج تعليمي شامل حول الصحة المدرسية من خلال مشروع "حماية جيل المستقبل". ووفقاً لخريطة قياس معدل الفقر التي أعدتها سانوفي مصر. تعاني محافظة أسيوط في صعيد مصر من معدل فقر مرتفع للغاية. وهو ما يوضح سبب اختيار الشركة لإطلاق مشروعها النموذجي "حماية جيل المستقبل" هناك.

بالتعاون مع هيئة إنقاذ الطفولة. نظمت سانوفي مصر قوافل لتوزيع كتب تلوين تحتوي على رسوم كاريكاتيرية تهدف إلى توعية الأطفال بالأمراض الشائعة وبأفضل ممارسات النظافة. ويساهم هذا البرنامج في توعية أفراد المجتمع والمعلمين والآباء الخاططين للأطفال مما يضمن نموهم نمواً صحيحاً. وفي عام ٢٠١٤، تمكن البرنامج من الوصول إلى ٤,٤٤٠ طفلاً في ١٠ مدارس حكومية في محافظة أسيوط وحوالي ٤٠ معلّم تم تدريبهم على توصيل المعلومات والمعرفة إلى الأطفال.



دعم مرضى السرطان والمصابين بأمراض الدم:

اشتركت سانوفي مع مؤسسة كانسرفايف والمعهد القومي لمرضى السرطان لمساعدة المرضى في استكمال دوراتهم العلاجية. وخلال ٢٠١٣ و ٢٠١٤، حصل أكثر من ١,٥٥٠ مريضاً على علاج. وأكثر من ٨٠ متخصصاً في مجال الأورام استفاد من دورات تدريبية أكثر بفضل البرنامج. وتوفر سانوفي مصر علاج "إيفولترا" مجاناً في المستشفيات الخاصة للأطفال مرضى السرطان. وأخيراً، تعتبر سانوفي مصر الشركة الأولى والوحيدة التي تقدم رعاية فعالة للمصابين بأمراض الدم من خلال مركز سانوفي لنخاع العظام. برنامج "دعامة للحياة" لمرضى القلب: يموت أكثر من ٥٠٪ من مصابي الذبحة الصدرية في مصر خلال الساعة الأولى نتيجة لعدم الوعي بكيفية التعامل معهم. ولأنهم يحتاجون لإجراء سريع خلال ٩٠ دقيقة. ولتحقيق ذلك، تم إطلاق برنامج "دعامة للحياة" وذلك بالتعاون مع وزارة الصحة والجمعية المصرية لأمراض القلب، حيث يهدف البرنامج إلى توعية مرضى القلب وإلى تثقيف الفريق الطبي في وحدات الطوارئ حول كيفية الإنقاذ السريع للمرضى. وما بين عامي ٢٠١٢ و ٢٠١٤، شمل هذا البرنامج ١,٦٠٠ مريض.

سانوفي باستور - الحماية من الأنفلونزا الموسمية:

علاوة على ما تقدم، أطلقت سانوفي باستور وفاكسيرا (الشركة المصرية للمصل واللقاح) مشروع شراكة لتوعية الجمهور بمرض الأنفلونزا في المجمعات التجارية والجامعات والمدارس. وغطى المشروع نحو ٧ ملايين فرد في عام ٢٠١٤. ويُعد ذلك جزءاً من الشراكة التي أبرمتها الشركة مع وزارة الصحة و١٣ جمعية طبية لإطلاق حملة قومية حول مرض الأنفلونزا لتوعية الملايين من أبناء الشعب المصري. وخصوصاً المرضى الأكثر عرضة للإصابة بأخطار مرض الأنفلونزا وبأهمية التطعيم. ويرجع هذا الأمر إلى أن الأنفلونزا، ما لم تُعالج بشكل صحيح، تتسبب في الإصابة بالالتهاب الرئوي وأمراض القلب.

نهج متكامل لتلبية احتياجات سكان الريف المحرومين:

لتحقيق هدف الشركة الرامي إلى تحسين إمكانية الوصول للأدوية ميسورة التكلفة، أطلقت سانوفي برنامجاً متكاملًا بعنوان "برنامج الرعاية ذات الجودة ميسورة التكلفة"، والذي ينطوي على عدد من المبادرات. وأولى هذه المبادرات هي توفير الشركة لمجموعة من العلاجات اليومية بتكلفة جنبه واحد مُصممة خصيصاً للمرضى المقيمين في المجتمعات الريفية المحرومة. وترعى الشركة، بالتعاون مع نقابة الأطباء وبشكل حصري، البرنامج التعليمي القومي الخاص بحديثي التخرج من كلية الطب. وتوفر أيضاً حلقات تعليمية لطلبة الطب الحاليين من خلال البرنامج القومي الأول لتعليم أطباء الامتياز وشباب الأطباء (EG Hope) وبرنامج سكوب. وبين عامي ٢٠١٤ و ٢٠١٥، استفاد حوالي ٤,٥٠٠ خريج من البرنامج القومي الأول لتعليم أطباء الامتياز وشباب الأطباء (EG Hope). واستفاد أيضاً أكثر من ١,٨٠٠ طبيب مقيم في المستشفيات التعليمية من برنامج EG Scope.

مكافحة الأدوية المزيفة:

قدمت سانوفي، في محاولة منها لحماية المرضى المصريين وبالمشاركة مع وزارة الصحة، برنامجاً بسيطاً وميسور التكلفة يسمح للمرضى معرفة صحة الأدوية قبل شرائها.

وإلى جانب "الخدمة المتنقلة للتحقق من عدم تزيف الأدوية"، ساعدت الشركة السلطات المحلية في التحقيقات الجنائية والدعوى القضائية المرفوعة ضد موردي الأدوية غير القانونية والمزيفة. وهذا البرنامج لا يهدف فقط إلى حث موظفي الشركة والمجتمع على خلق انطباع إيجابي عن الشركة، وإنما يُعزز كذلك وضع الشركة بكونها شريكاً للحكومة المصرية موثقاً وملتزماً بالجوانب الأخلاقية، وهو ما سيساهم في تسهيل فرص التعاون المستقبلي الواردة لاحقاً تحت عنوان "الخطوات التالية".

اطفال اصحاء ، اطفال سعداء اسوان ٢٠١٥



عافية الموظفين:

تهدف سياسة الصحة والسلامة والبيئة في سانوفي إلى تعزيز صحة الموظفين والمقاولين وعافيتهم. إذ ترى الشركة ذلك جزءاً لا يتجزأ من مسؤوليتها الاجتماعية. والشركة تدعم مبادئ سياسة الصحة والسلامة والبيئة المطبقة على مستوى المصنع وعمليات تصنيع الأدوية وسلاسل التوريد. وقد حصلت الشركة، في سبيل ذلك، على شهادة OHSAS ١٨٠٠١، وهي معيار بريطاني مطبق دولياً لنظم إدارة الصحة المهنية والسلامة اعترافاً بمعايير السليمة التي تطبقها الشركة فيما يتعلق بالصحة المهنية وبأدائها في مجال السلامة. ولما كانت صحة الموظفين تأتي في صميم أعمال سانوفي مصر، فقد اختارت الشركة شهر أكتوبر لزيادة الوعي حول الإنفلونزا الموسمية من خلال عدد من الأنشطة والسباقات الشيقة، حيث يجتمع موظفو الشركة البالغ عددهم ٩٠٠ موظف في مكان مفتوح مراعي لظروف العائلات ليستمتعوا بالإرشادات الصحية والتطعيم وفحوصات الدم، وكل ذلك مجاناً.

وبزيادة الوعي حول أهمية إجراء الفحوصات بشكل منتظم واتباع الممارسات الصحية السليمة، تعمل الشركة على نشر ثقافة السلامة والصحة الجيدة بين موظفيها الذين ينقلون هذه المعلومات فيما بعد إلى مجتمعاتهم المحلية. ومن ثم يساهمون في خفض عدد إصابات الأنفلونزا والأمراض الموسمية. وعلاوة على ذلك، وزعت الشركة كتيبات إعلامية لتعريف موظفيها بالأوضاع السليمة لمستخدمي أجهزة الكمبيوتر والتمارين التي يمكنهم ممارستها بالمكتب، وذلك لإعلاء صورة سانوفي مصر كمكان عمل سمته البهجة والسعادة. ومن ثم تعزيز إنتاجية العاملين وانطباعهم عن الشركة. وتلعب الإدارة دوراً حيوياً في تشجيع الموظفين على تقديم تلك الإرشادات الصحية من خلال الزيارات المنتظمة إلى الموظفين مكاتبهم لضمان اتباعهم الإرشادات المحددة في الكتيب وتطوير البرامج لتذكيرهم بممارسة التمارين. وهذه الرعاية والاهتمام اللذين يبديهما فريق الإدارة هما غاية في الأهمية للتأثير الإيجابي على انطباع الموظفين عن الشركة وزيادة إنتاجيتهم وتعزيز شعورهم بالانتماء. وأخيراً، فإن سانوفي مصر قد زودت موظفيها بعشرة قواعد ذهبية لتعزيز السلامة وعادات القيادة المراعية للبيئة، والتي فازت بسببها بجائزة أبطال السلامة على الطريق في منافسة الصحة والسلامة والبيئة العالمية لشركة سانوفي في عام ٢٠١٤.

ج.

التحديات التي واجهتها الشركة

واجهت الشركة مجموعة من التحديات الكبرى منها:

*الاختيار المناسب لشركاء أكفاء لضمان التنفيذ الجيد لبرامجها وتقييم الأثر الفعلي لها.

د.

عوامل النجاح

*الدعم المقدم من الإدارة العليا لسانوفي مصر لأنشطة المسؤولية الاجتماعية يضيف قيمة على الانطباع الإيجابي عن الشركة لدى الموظفين والمجتمع ككل.

*التواصل السلس مع مختلف الهيئات الحكومية، الأمر الذي يظهر القيمة المضافة الناتجة عن المشروعات المجتمعية. ومن ثم يسهل إجراءات الحصول على الموافقات اللازمة.

هـ.

الخطوات التالية: الرحلة مستمرة

*الصحة النفسية: ترعى الشركة، بالتعاون مع الأمانة العامة لوزارة الصحة، حملة لزيادة الوعي حول محاربة الوصم المرتبط بالأمراض النفسية وتثقيف الناس حول أعراضها. ومن ثم تشجيعهم على زيارة الأطباء لطلب المساعدة والعلاج. وسوف تعد الشركة أيضاً أفلام وثائقية قصيرة حول الأمراض النفسية للأفراد وسيتم بثها بساقية الصاوي في سبيل زيادة الوعي الجماهيري حول الصحة النفسية، وغير ذلك من القنوات الإعلامية للوصول إلى الجماهير.

*التوعية حول الصرع: تعاونت الشركة في مارس ٢٠١٥ مع كايرو رانرز Cairo Runners احتفالاً باليوم القرمزي الدولي حول الصرع بهدف زيادة الوعي حول هذا المرض الهام، الذي يعد أكثر اضطرابات المخ الخطورة شيوعاً في العالم وفقاً لمنظمة الصحة العالمية.

وبزيادة الوعي حول أهمية إجراء الفحوصات بشكل منتظم واتباع الممارسات الصحية السليمة. تعمل الشركة على نشر ثقافة السلامة والصحة الجيدة بين موظفيها الذين ينقلون هذه المعلومات فيما بعد إلى مجتمعاتهم المحلية. ومن ثم يساهمون في خفض عدد إصابات الأنفلونزا والأمراض الموسمية. وعلاوة على ذلك، وزعت الشركة كتيبات إعلامية لتعريف موظفيها بالأوضاع السليمة لمستخدمي أجهزة الكمبيوتر والتمارين التي يمكنهم ممارستها بال مكتب. وذلك لإعلاء صورة سانوفي مصر كمكان عمل سمته بالبهجة والسعادة. ومن ثم تعزيز إنتاجية العاملين وانطباعهم عن الشركة. وتلعب الإدارة دوراً حيوياً في تشجيع الموظفين على تقديم تلك الإرشادات الصحية من خلال الزيارات المنتظمة إلى الموظفين مكاتبهم لضمان اتباعهم الإرشادات المحددة في الكتيب وتطوير البرامج لتذكيرهم بممارسة التمارين.

وهذه الرعاية والاهتمام اللذين يبديهما فريق الإدارة هما غاية في الأهمية للتأثير الإيجابي على انطباع الموظفين عن الشركة وزيادة إنتاجيتهم وتعزيز شعورهم بالانتماء. وأخيراً، فإن سانوفي مصر قد زودت موظفيها بعشرة قواعد ذهبية لتعزيز السلامة وعادات القيادة المراعية للبيئة، والتي فازت بسببها بجائزة أبطال السلامة على الطريق في منافسة الصحة والسلامة والبيئة العالمية لشركة سانوفي في عام ٢٠١٤.





استثمار في الاقتصاد المصري
"إعادة استثمار الصادرات في مصر"

أ.

نهج المسؤولية الاجتماعية للشركة

الرؤية والفلسفة:

بنت سانتكس فلسفتها ورؤيتها على أربعة محاور: البيئة والابتكار والسلامة والمبادرات الصحية والاجتماعية. وقد أدى توجه الشركة إلى تطوير مهارات موظفيها وعمالها وخبراتهم إلى وضع خطط للتعاون مع مركز تحديث الصناعة لمساعدة الشركة في تحسين خبراتها ومهارتها. وأيضاً إلى تطوير منافستها في السوق. وبالتالي، أصبحت الرسالة الأساسية لسانتكس تتمثل في إبرام شراكات مع المدارس والمجتمع المدني والهيئات الحكومية والتعاون المؤسسي مع المجتمع من خلال أنشطة الشركة. ويسكن معظم عمال الشركة في المناطق المحيطة بالمصنع، وهو الأمر الذي جعل الشركة تتبنى "العمل الطوعي للشركة" بوصفه أداة قوية لتحقيق رؤيتها وتطبيق فلسفتها إلى جانب تنمية المجتمع. ويصبح العاملون، بإشراكهم في أنشطة المسؤولية الاجتماعية، بمثابة عوامل تغيير في الأحياء التي يسكنون فيها، حيث إنهم هم الأقدر على التعرف على التحديات المزودة على المستويين التشغيلي والاجتماعي حتى يتسنى للشركة التدخل وتقديم الدعم. ومن ثم خدمة مجتمعاتهم المحلية. وعلاوة على ذلك، يمكن توجيه وقت العاملين والعمال ومجهودهم بشكل أفضل، من خلال العمل الطوعي، تجاه تحسين وزيادة تنمية مجتمعاتهم المحلية.

وبصفتها الشركة الأم لسانتكس، ترى مجموعة صبري أنها تستطيع التأثير على انطباع عمالها وموظفيها عن الشركة بما يحسن من ولائهم لها إلى جانب خدمتهم للمجتمع. وقد عرّف رئيس ومجلس الإدارة رؤيته كما يلي:

"يجب إشراك الموظفين وعمال المصانع في الرسالة الرئيسية للشركة حتى يستوعبوا أنهم يتنافسون مع سوق دولية؛ بما يزيد من تحفيزهم ويدفعهم إلى مزيد من العمل! عمل أكثر من أجل منتجات أفضل."



نُبذة عن الشركة

*تعد شركة سانتكس إحدى الأذرع الصناعية التي تمتلكها وتديرها صبري جروب ومقرها الإسكندرية. وتعمل المجموعة من خلال ثلاثة مصانع على مساحة ٣٥٠٠ و ١٠٠٠٠ متر مربع في المنطقة الحرة بالإسكندرية. ومن بينها شركة سانتكس.

*يبلغ إجمالي حجم أعمال الشركة نحو ١٢ مليون دولار أمريكي ويعمل بها ١٠٧٠ موظفاً.

*وتتضمن المنتجات الأساسية للشركة المنسوجات (مثل أغطية الأسرة والبشاكير...الخ) والأثاث (مثل الكنب وغرف النوم...الخ).

*وُصدر سانتكس كل إنتاجها الذي يتجاوز مليوني قطعة سنوياً لأوروبا الغربية لكبرى محلات تجارة التجزئة مثل ديبينهايمز وزارا هوم وهابيتات ولاريدوت وماركس أند سبنسر وأسماء تجارية أخرى رائدة.





حوكمة المسؤولية الاجتماعية:

يوجد في كل شركة من شركات مجموعة صبري صندوق مالي للعمال/الموظفين وأسرهم، ويهدف أيضاً لخدمة احتياجات الأحياء التي توجد فيها المصانع. وخلال السنة المالية، يوفر المديرون أكثر من ٩٠٪ من المساهمات بهذا الصندوق ويسهم العمال بنسبة الـ ١٠٪ المتبقية.

الميزانية:

تخصص شركة سانتكس - بصفتها جزءاً من مجموعة اقتصادية أكبر "مجموعة صبري" - ميزانية ثابتة لأنشطة المسؤولية الاجتماعية والتي تُخصّص لعمال الشركة في شكل الصناديق المالية. وتُفضل الشركة الاستثمار في الأنشطة المتعلقة بخلق فرص العمل، بالإضافة للأنشطة الخيرية.

أنشطة المسؤولية الاجتماعية:

أطلقت مجموعة صبري عدداً من الأنشطة لترسيخ صورتها كشركة تهتم بالتنمية المستدامة وتضطلع بمسئوليتها الاجتماعية. وبدءاً بسلاسل التوريد والأسواق، يساعد مصنع سانتكس المصانع الصغيرة التي تعمل كجهات توريد محلية في مجال صناعة المنسوجات والأثاث من خلال تقديم دورات تدريبية لموظفي وموردي تلك المصانع. وسعت المجموعة أيضاً لتقديم التدريب والدعم وتزويد الأسر المعيشية بالمعرفة والموارد المطلوبة لمساعدتهم في إنتاج منتجات عالية الجودة وكذلك الحصول عليها إلى جانب خلق فرص عمل لتلك الأسر المعيشية وتقديم منتجات مصرفية تنافسية لتلك الأسر المعيشية للسوق الدولية.

وتسعى مجموعة صبري للحد من الآثار البيئية: إذ أن كل مصانع مجموعة صبري حاصلة على شهادتي الأيزو ١٤٠٠١ و ١٨٠٠١ مما يدل على الالتزام الشديد للمجموعة بتخفيف التأثير السلبي لعملياتها على البيئة، وتعتبر منتجات مجموعة صبري منتجات صديقة للبيئة مقترنة بتكنولوجيا متقدمة ذات كفاءة بيئية. وحصلت سانتكس مؤخراً على شهادة الأيزو ٩٠٠١ الخاصة بالبيئة، والتي تشترط الالتزام بشروط صارمة فيما يتعلق بالإنتاج من حماية البيئة والاستدامة. وبالإضافة إلى ذلك، فمن خلال تعاونها مع شركة ألمانية تعمل في مجال البيئة، قدمت سانتكس دراسة كاملة حول التقليل من المخلفات والتقليل من استخدام المياه والطاقة. وبذلك، حصلت سانتكس على شهادة جودة المنسوجات أيكو-تكس التي تدل على أنه من "المصانع الخضراء" وبذلك يحق للشركة وضع علامة "منتجات خضراء" على منتجاتها نظراً لالتزامها بأحكام القوانين البيئية الدولية. وتلتزم الشركة بمراعاة الجوانب البيئية في كل أنشطة التعبئة بها برغم أن ذلك أمراً مكلفاً ولكنه يمثل جزءاً من سياسة المجموعة. ذلك فضلاً عن أن المجموعة لا تستخدم أنواع الأخشاب المهددة بالانقراض لأهداف الحفاظ على البيئة.

إعداد التقارير:

تخضع الشركة باعتبارها إحدى شركات مجموعة صبري لمراقبة الحسابات سنوياً من جانب مؤسسة سيدكس (وهي مؤسسة غير هادفة للربح قائمة على العضوية ومتخصصة في إدخال تحسينات على ممارسات الأعمال الأخلاقية والمسئولة في سلاسل التوريد العالمية). وتقدم سانتكس حلولاً مبتكرة وفعالة لإدارة سلاسل التوريد. حيث تساعد على الحد من المخاطر وحماية سمعة الشركة وتحسين الممارسات التي تتبعها سلاسل التوريد. ويستطيع العملاء الحاليون والمحتملون التعرف على تصنيفات الشركات قبل التعامل معها. وتقدم سانتكس تقارير مراقبة سنوية في مجالات مختلفة مثل سلامة العاملين وصحتهم، وبيئة العمل، وحقوق العمال وكفاءة استخدام الطاقة، ومكافحة الفساد.

ب.

مجالات الاهتمام

تخطى سانتكس بسجل متميز لأنشطة المسؤولية الاجتماعية التي تركز بشكل أساسي على الوصول للمجتمع فيما يتعلق بالتوظيف والتعليم وسلاسل التوريد. وسانتكس ومجموعة صبري بالكامل لديها شعور قوي بالمواطنة المؤسسية، وتغرسه في نفوس العاملين، وهو ما يجعل معدل تبديل العاملين بها صفراً تقريباً.

الموظفون والعمال:

تتبع مجموعة صبري سياسة متميزة في تعاملها مع الموظفين والعمال. حيث يوجد بها صندوق مالي يغطي أكثر من ٢٠ نشاطاً. ويتم تنفيذ بعض من تلك الأنشطة مع بداية كل سنة دراسية (حيث يحتاج الموظفون لتوفير المصروفات الدراسية لأولادهم). وتهدف أنشطة أخرى لمساعدة الموظفين عند الزواج وفي الطوارئ الطبية (مثل الولادة والعمليات الجراحية). هذا بالإضافة إلى الرعاية الطبية الكاملة التي يتمتع بها جميع الموظفين والعمال بالشركة. وتهتم المجموعة أيضاً بالتغذية حيث يتم تقديم وجبات ساخنة يومياً للعمال. وتوفير وجبات الإفطار للموظفين وأسرهم في شهر رمضان. وتهتم سانتكس أيضاً بتوفير وسائل التنقل لموظفيها. ولا تغفل سانتكس الاهتمام بالجانب الترفيهي حيث تنظم رحلات ترفيهية ودينية. ويتم دعمها من خلال صندوق العاملين. ويتم تقييم الموظفين شهرياً مع تسليم شهادات للموظف المثالي شهرياً كوسيلة لتحفيز العاملين على العمل. أما فيما يتعلق بنسب العمالة، تمثل السيدات ٦٠٪ من قوة العمل. ولا يُسمح بعمالة الأطفال في المصانع. في حين يُمثل ذوو الإعاقة ٤-٥٪ من قوة العمل. وهي نسبة تزيد عما تحتاجه الحكومة بـ ١-٢٪. وتلتزم سانتكس بالقضاء على المخاطر المهنية والحوادث من خلال اعتبار أمن وسلامة عمال وموظفي الشركة ضمن الاهتمامات الرئيسية للشركة. وتعتبر كل تلك الأنشطة استثماراً للتعاون الناجح بين الشركة ومنظمة العمل الدولية ووزارة القوى العاملة. حيث يهدف ذلك التعاون إلى زيادة الوعي حول المخاطر الرئيسية التي تهدد الصحة والسلامة الرئيسية وقد يواجهها العمال أثناء العمل. وقد استهدف كل من الاتحاد العام لنقابات عمال مصر واتحاد الصناعات المصرية العمال وأسرهم وأفراد مجتمعاتهم المحليين لتغيير اتجاهاتهم وسلوكياتهم الثقافية تجاه الصحة والأمن في العمل وتعريفهم بأسباب الإصابات المرتبطة بالعمل وعواقبها وكيفية تجنبها.

سلسلة التوريد والسوق:

تساعد الشركة نحو ١٨-٢٠ مصنعاً صغيراً تعمل كجهات توريد محلية في مجال المنسوجات والأثاث. وتكون هذه المساعدة بتوفير فرص التدريب. ذلك بالإضافة إلى توفير الموارد للأسر التي تسكن بالقرب من مصانعها وتعليمهم حرف تكميلية بسيطة مثل صناعة السجاد. وهي بذلك تُفيد مجتمع الموردين والسوق من خلال توفير أكثر الخامات والمنتجات المطلوبة لاستخدامها في عمليات التصدير. وبالتالي، تعمل تلك الأسر وهؤلاء الموردون وينافسون في السوق الأوروبية والأمريكية. وتهتم مجموعة صبري بدعم وتمكين المجتمع المحلي. وفي هذا الإطار، تولى مصنع سانتكس مبادرات مختلفة لتلبية احتياجات المجتمع المتمثلة في سد فجوة التعليم المهني. وتضم بعض هذه المشروعات: "من المدرسة للعمل" و"مبارك كول". وهي مشروعات تأتي في صميم الاهتمامات للشركة.

التواصل مع المجتمع:

في إطار دعمها وتمكينها للمجتمع المحلي، تولت سانتكس عدة مبادرات لتلبية احتياجات المجتمع المتمثلة في الفجوة بين التعليم والحياة المهنية. وفي هذا السياق، يهدف برنامج "من المدرسة للعمل" لإعداد طلاب المدارس للعمل. بدءاً من إعدادهم لسوق العمل من خلال تدريبهم وتعليمهم حرفة وتعريفهم بكيفية إجراء دراسة جدوى. إلى جانب تمويلهم لبدء مشروع العمل الخاص بهم مع الانتهاء من دراستهم. ولا يمكن مقارنة برنامج "من المدرسة للعمل" بمبادرة مبارك كول (وهو نظام تعليمي مزدوج بين مصر وألمانيا بدأ في ١٩٩٦ ومعني بنظام التعليم المهني)؛ حيث إنه من خلال البرنامج، تختار مجموعة صبري طلاباً من سيلتحقون بمرحلة التعليم الثانوي. ويتم تدريبهم في المصانع على ١٠ تخصصات على الأقل. بحيث يختار الطلاب تخصصاً واحداً فقط ويدخل امتحان لتأهيله للدخول في ذلك التخصص. وبعد ذلك، يعمل الطلاب ٤ أيام عمل في المصنع/الشركة على سبيل التدريب ويومين في المدرسة. وتعكس هذه الأنشطة مدى إدراك الشركة القوي المسؤولية تجاه تحسين سبل عيش المجتمعات المحلية وذلك من خلال تزويدهم بفرص الوصول للخدمات الأساسية وتطويرهم وظيفياً ومهنياً. وهو ما سوف يعود بالفائدة على سانتكس وكل الأطراف المعنية.

د.

عوامل النجاح

ساهم التركيز على سلامة وأمن الموظفين ومكان العمل مساهمة كبيرة في تقليل معدل تبديل الموظفين الذي يُمثل عقبة رئيسية أمام نجاح أي شركة في القطاع. وساهم هذا التركيز على نجاح الشركة وزيادة الاهتمام بعوامل السلامة ورفع مستوى رضا الموظفين حيث هدف إلى حل مشاكلهم المرتبطة بالعمل وساعد على خلق مناخ صحي في المصانع.

وقد عزز إشراك الموظفين في وضع رسالة الشركة ورؤيتها وصناعة قراراتها في تحفيز العمال وتشجيعهم على العمل نتيجة لشعورهم "بإشراكهم" بصورة أكبر في عملية اتخاذ القرارات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية. وكذلك في عمليات التنفيذ ذات الصلة. أما فيما يتعلق بالعمال، بات الأمر لا يتعلق فقط بالقيام بمهمتهم الأساسية المتمثلة في الإنتاج، وإنما تجاوز ذلك إلى الحفاظ على صورة المنتجات المصرية في الخارج وعلى صورتهم كعمال مصريين قادرين على إنتاج منتجات فائقة الجودة تصلح للتصدير إلى الأسواق الخارجية. وقد اتسع مفهوم "الإشراك" ولم يعد يقتصر على العاملين بالشركة ليشتمل أطراف معنية أخرى، منها الحكومة والمجتمع المدني وأبناء المجتمع المحلي. وبشكل أكثر تحديداً المدارس؛ وذلك لتلبية احتياجات المجتمع الذي تعمل فيه الشركة.

هـ.

الخطوات التالية: الرحلة مستمرة

تُدرّك سانتكس أن الخطوة التالية إنما تتمثل في تحسين العمل الطوعي للشركة، الذي سيُشجع عمال أكثر على العمل في مشروعات مجتمعية هادفة للتنمية. ويأتي هذا التصور بعد أن شهدت الشركة قصص نجاح عديدة عكست جدتها والزامها بتحقيق المسؤولية الاجتماعية من خلال العمل الطوعي للشركة.



ج.

التحديات التي واجهتها الشركة

تري شركة سانتكس أن التحدي الأكبر أمامها كان كامناً في "الثقافة" والمعوقات المرتبطة بها واللبس في فهم القوانين والممارسات الشائعة في المجتمع المصري. وكان قانون العمل المصري هو أبرز العقبات، حيث يعتقد البعض أن أحكامه لم يتم صياغتها أو تطبيقها على النحو الملائم. فمثلاً، الأحكام المتعلقة بالتعيين الرسمي للعمال واستقلالهم غير منفذة بشكل جيد في المصانع. لذلك، فإن حقوق العمال لا تتمتع بالحماية. وبالتالي لا يوجد ما يحفزهم على العمل بمهارة وكفاءة. فضلاً عن أنه يمكنهم ترك العمل أو تقديم الاستقالة بسهولة بدون أي تداعيات قانونية أو تحمل تعويض إنهاء الخدمة.

وتبرز الثقافة بوصفها معوقاً مختلفاً؛ فمن غير المتوقع ثقافياً أن يكون العمال من الحاصلين على مستوى عالٍ من التعليم أو أن يكون لديهم الحافز على القيام بذلك. وهو الأمر الذي يؤثر بالتأكيد على جودة الأداء وأخلاقيات وممارسات العمل. بالإضافة إلى ذلك، يلعب الدين يلعب دور مهماً في مصر. ولاسيما في مستوى الطبقات العاملة في المصانع. حيث يؤثر على ممارساتهم وأخلاقيات وممارسات العمل. ولذلك، فمن الضروري لأي شركة أن تخرص على تعيين عمال من ذوي التوجهات الدينية المعتدلة.

وبالإضافة إلى ما سبق، يأتي الفساد الحكومي والبيروقراطية والروتين الحكومي في مقدمة المعوقات التي واجهت ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركة. والمشكلة الرئيسية التي تواجهها الشركات هي عدم التواصل مع الحكومة، حيث يجب تنسيق الجهود المبذولة في شتى المجالات وإلا سيذهب جميعها هباء. وعلاوة على ذلك، لا تمتلك جميع الهيئات الحكومية مهارات إدارية مناسبة للتعامل مع الشركات. وبرغم امتلاك الحكومة للبنية الأساسية، إلا أنها ليست قوية أو مرنة بالشكل الكافي لمباشرة جهود الشركات في سبيل تنفيذ المشروعات الإنمائية المرتبطة بمسؤولياتها الاجتماعية.





Italcementi
Italcementi Group

٧. مجموعة شركات السويس للأسمنت



من الإنتاج أولاً إلى السلامة أولاً

وينتمي معظم العاملين بالشركة للمجتمعات المحلية المجاورة لمواقع الشركة التي رأت في ذلك فرصة قوية لتشجيع "التطوع المؤسسي". فمن خلال مشاركة الموظفين في أنشطة المسؤولية المجتمعية، فقد أصبحوا بمثابة عوامل للتغيير في المناطق التي يعيشون بها. حيث إنهم الأقدر على تحديد التحديات المزدوجة العملية والمجتمعية التي تواجه الشركة بغرض التدخل وتقديم الدعم. وعلاوة على ذلك، فمن خلال أنشطة التطوع بالوقت والجهد من أجل تحسين وضع المجتمعات المحلية، فإن السويس للأسمنت تؤثر تأثيراً إيجابياً في صورة الشركة، ومن ثم تعزيز الولاء تجاهها. فتقول السيدة سبينيلي:

"هناك حاجة ماسة للمسؤولية الاجتماعية إذا ما أرادت الشركة أن تظل في السوق وأن تندمج اندماجاً تاماً في المجتمع التي تعمل فيه".

حوكمة المسؤولية الاجتماعية للشركة:

وتحمل إدارة التنمية المستدامة، برئاسة مدير التنمية المستدامة، مسؤولية توجيه أنشطة المسؤولية الاجتماعية داخل شركة السويس للأسمنت. وهناك ثلاث وحدات تابعة للشركة تركز على ثلاثة مجالات رئيسية، وهي تحديداً البيئة والسلامة والمبادرات الاجتماعية. وتخضع جميع هذه الوحدات لإشراف مدير إدارة التنمية المستدامة وتعمل بشكل وثيق مع إدارة الاتصال بالشركة لإقامة حوار فعال داخل الشركة والمجتمعات حول المسؤولية الاجتماعية للشركات.

الميزانية:

لا تخصص الشركة ميزانية محددة للإنفاق على أنشطة المسؤولية الاجتماعية، حيث أنها تتنوع وفقاً للاحتياجات العامة. فعلى سبيل المثال، قامت مجموعة شركات السويس للأسمنت بتخصيص ميزانية عالية نسبياً لتطبيق معايير سلامة صارمة في الشركة، وقد أنفقت مبلغ ٣٠ مليون جنيهاً مصرياً آخر لدعم مشروع "حيا مصر". وفي حين تتلقى شركة السويس للأسمنت طلبات للتبرعات الخيرية، إلا أن الشركة تفضل الاستثمار في الأنشطة ذات التأثير المستدام والتمكيني على المجتمعات المحلية.



نبذة عن الشركة

* في ٢٠٠١، شاركت مجموعة إيطالشمنتي في المرحلة الأولى لخصخصة شركة السويس للأسمنت لتصبح بعد ذلك المساهم الرئيسي بها في عام ٢٠٠٥.

* السويس للأسمنت هي واحدة من أكبر شركات إنتاج الأسمنت في مصر. حيث تمتلك خمسة مصانع في السويس والقطامية وطهره وحلوان والنيا. فضلاً عن ١٥ محجراً قيد التشغيل.

* الطاقة الإنتاجية للشركة تبلغ نحو ١٠ مليون طن متري من الكلنكر كل عام.

* يعمل بالشركة أكثر من ٣٠٠٠ موظف مباشر يعملون في بيئة عمل آمنة.

* للتوسع في نطاق عملياتها، استكملت الشركة التوسع الرأسي في أعمالها من خلال شراء أسهم الأغلبية في شركة ريدي ميكس بيتون، وهي إحدى شركات الخرسانة الجاهزة الرائدة في مصر.

أ.

نهج المسؤولية الاجتماعية للشركة

الرؤية والفلسفة:

تعتمد الاستدامة لدى مجموعة شركات السويس للأسمنت على أربعة محاور: البيئة، والابتكار، والصحة والسلامة، والمبادرات الاجتماعية. وقد ألزمت الشركة نفسها من خلال عقد اتفاقات الشراكة مع المجتمع المدني والهيئات الحكومية، بالعمل من أجل التنمية المستدامة لأبناء المجتمعات المحلية، ولأسيما المحيطة بمصانع المجموعة.

واستراتيجية المسؤولية الاجتماعية للمجموعة مستوحاة من الشركة الأم، ولكن يتم مواءمتها بما يتناسب مع احتياجات المجتمع المصري. وبعبارة أخرى، كما تقول السيدة زينة سبينيلي، مدير الاتصال والعلاقات العامة بالمجموعة: "إننا نفكر بأسلوب عالمي، ولكن نطبق بأسلوب محلي".



إعداد التقارير:

تطبق الشركة سياسة استدامة واضحة المعالم ولديها سبع سياسات أخرى تعكس التزامها تجاه المجالات الرئيسية التي تضم حقوق الإنسان والسلامة والصحة وكفاءة الطاقة، وجميعها سياسات تتماشى مع مبادئ شبكة الاتفاق العالمي للأمم المتحدة في مصر والعالم. ولذلك، فإن الشركة تصدر تقريراً سنوياً يحدد أنشطتها الرئيسية وفقاً للمبادئ العشرة للميثاق العالمي للأمم المتحدة، بما في ذلك حقوق الإنسان، وممارسات العمل، والبيئة، ومكافحة الفساد.

أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركة:

تمتلك مجموعة شركات السويس للأسمنت سجلاً حافلاً بأنشطة المسؤولية الاجتماعية يركز إلى حد كبير حول توفير مكان عمل آمن وخالٍ من المخاطر لموظفي الشركة. وفي الوقت نفسه، فإن الشركة لديها حس قوي بمبدأ مواطنة الشركات، ويتضح ذلك من خلال برنامج التوعية المجتمعية التي تنفذها الشركة.

وتشمل أبرز أنشطة المسؤولية الاجتماعية التي تستهدف المجتمع إقامة شراكة مع معهد دون بوسكو للتكنولوجيا في عام ٢٠١٦، والتي تقوم مجموعة شركات السويس للأسمنت من خلالها بتمويل عمليات المعهد وأنشطته. وتم إيلاء تركيز خاص على تحديث البنية الأساسية للمعهد من خلال إنشاء وترميم فصول دراسية ومعامل للجامعة الدولية الأولى للتعليم عن بعد "أونيتونو". كما دعمت المجموعة استحداث برامج تدريبية جديدة بثلاث لغات لتعزيز فرص العمل المستقبلية للطلاب. كما تلتزم المجموعة أيضاً بتوفير التمويل للطلاب الذين يحتاجون إلى مساعدات مالية. وقد استثمرت الشركة حتى اليوم أكثر من ٤٠٠ ألف يورو في دعم معهد دون بوسكو وقامت بتوظيف أكثر من ٥٠ خريجاً وتدريب ١٧٠ طالباً. ومنذ عام ٢٠١٣، تم قبول ٢٣ طالباً في البرامج الجامعية لاستكمال تعليمهم بدعم من مجموعة شركات السويس للأسمنت.

وإلى جانب معهد دون بوسكو للتكنولوجيا، توفر شركة السويس للأسمنت تدريبات مهنية للمجتمعات المحرومة في حلوان وطره من أجل تحسين جودة التعليم وخلق فرص عمل جديدة للشباب. وتشمل المبادرات التعليمية الأخرى تقديم الدعم المالي لجامعة المنيا لبناء معامل حاسوب جديدة وتقديم منح مالية للطلاب المتفوقين لحضور برنامج الماجستير في الهندسة المدنية في جامعة البوليتكنيك في ميلانو.

تعتبر التقارير الدورية والدقيقة بالنسبة لمجموعة شركات السويس للأسمنت أحد مفاتيح إقامة حوار يتميز بالشفافية وحشد دعم مساهمي الشركة وموظفيها والمجتمعات التي تعمل بها، وتحقيقاً لهذه الغاية، تصدر الشركة تقريراً مرحلياً بشأن أنشطة المسؤولية الاجتماعية التي تقوم بها الشركة بشكل دوري كل ثلاثة أشهر وتقوم بإرسال هذا التقرير إلى المقر الرئيسي في إيطاليا. وعلاوة على ذلك، تصدر الشركة تقريراً سنوياً يتضمن قسمًا مفصلاً حول الاستدامة وفقاً لمتطلبات المبادرة العالمية لإعداد التقارير، ويخضع هذا القسم للتحقق من قبل طرف آخر. ولأن الشركة تمثل جزءاً من "مبادرة العالم المستدام"، فلا يمكنها إلا أن تنتفع من الكشف عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية التي تقوم بها في مجال البيئة من أجل دعم التزامها تجاه مثل هذه المبادرات العالمية التي تسعى إلى تعزيز الحفاظ على كوكب الأرض. وأخيراً، تشارك الشركة في الإصدارات التي ينشرها اتحاد الصناعات المصرية بغرض تعزيز مكانتها وإبراز التزامها تجاه التوصل الذي تميزه الشفافية للمعلومات الخاصة بسجل المسؤولية الاجتماعية للشركة. وبالإضافة إلى ما سبق، فإن التقارير الدورية والدقيقة تزيد أيضاً من ثقة الجمهور في إدارة الشركة وتخلق اعترافاً قوياً بها على الصعيدين المحلي والدولي.

اختيار الشركاء:

ومن المهم التأكيد على فكرة أن مجموعة شركات السويس للأسمنت قد وضعت بعناية معايير لاختيار المنظمات غير الحكومية التي تتشارك معها لضمان تنفيذ المشروع بنجاح. ففي المقام الأول، يجب أن تكون المنظمة غير الحكومية معترف بها من قبل الحكومة المصرية لضمان امتثالها لقانون المنظمات غير الحكومية المصري. وعلاوة على ذلك، تجري الشركة تحريات عن المنظمات غير الحكومية عن طريق دراسة التقارير المرحلية والسجلات المالية الخاصة بها. وكذلك من خلال التشاور مع مفوضية الاتحاد الأوروبي في القاهرة. وأخيراً، تقوم الشركة بالتشاور مع المنظمة غير الحكومية التي تمتلك سجلاً حافلاً بالتدخلات الناجحة في مجال المجتمعات المحلية لتيسير إقامة علاقة وثقة، الأمر الذي يؤدي إلى تعزيز قبول المشروع من قبل المجتمعات المحلية.

ومن خلال آلية رصد متطورة، تجري الشركة عمليات تقييم دورية لدورة الإنتاج بالكامل لضمان سلامة وأمن جميع العاملين. وفي كل مصنع من المصانع، هناك منسق سلامة يشرف على عدد من المفتشين الذين يراقبون الموظفين والمكينات لاتخاذ الإجراءات اللازمة عند الضرورة. ولكن في كثير من الأحيان، لمنع الحوادث من الوقوع في المقام الأول. وبعدها يقوم مفتشو السلامة بتسجيل الحوادث مباشرة في قاعدة بيانات ويتم إخطار جميع المديرين بها عن طريق البريد الإلكتروني للتحقيق في القضية ومتابعتها. ولقد كانت النتائج في عام ٢٠١٤ نتائجاً ملحوظة:

* بلغ معدل تكرار الإصابات المهددة للوقت، وهو عدد الحوادث التي ينتج عنها غياب عن العمل لمدة ٢٤ ساعة، على الأقل، مقابل مليون ساعة عمل، ١,٠٥.

* بلغ معدل شدة الإصابات المسجلة ٠,٠٨.

* بلغ المعدل الإجمالي للإصابات القابلة للتسجيل ٥,٠، بما في ذلك الإصابات المهددة للوقت وتقييد مهام العمل والمعالجة الطبية.

وبشكل عام، فقد حققت الشركة انخفاضاً مؤثراً في أعداد الحوادث في السنوات العشرة الماضية بلغ ٧٠٪، وهي تهدف إلى الوصول إلى "لا حوادث" في نهاية المطاف. ولقد تم إطلاق مشروع "لا حوادث" هذا في عام ٢٠٠٦ بهدف تقليل عدد الحوادث المهنية، مما يؤدي إلى توفير بيئة أكثر أمناً وصحية للعاملين. الأمر الذي يتماشى مع شعار شركة السويس للأسمت: "سلامة موظفينا والمقاولين هي شاغلنا الأول".

وعلاوة على ما سبق، قامت المجموعة بإطلاق برنامج شامل لتحسين ظروف المعيشة للمجتمعات في كفر العلو والمصرة في عام ٢٠٠٧، وذلك بالتعاون مع المجلس القومي للطفولة والأمومة. وتم تدريب المدرسين ورؤساء الأقسام البيئية التابعة لوزارة التربية والتعليم على كيفية تنظيم مخيمات بيئية لتدريب ١٣٤٤ طالباً ليصبحوا حراس بيئيين. الأمر الذي يؤدي إلى زيادة الوعي لديهم حول أهمية حماية البيئة. وبالتعاون مع وزارة التربية والتعليم ومحافظ القاهرة، تم إطلاق ٦٠ حملة أخرى لرفع الوعي حول القضايا الاجتماعية الرئيسية في المجتمعات المستهدفة. وشملت هذه القضايا حقوق الطفل والمخدرات والتدخين وختان الإناث. كما شمل التعاون مع المجلس القومي للطفولة والأمومة تجديد المدارس والمستشفيات في حلوان وطره والمنيا لتوفير للمجتمعات المحلية الخدمات الأساسية التي تمس الحاجة إليها. وقدمت للنساء في حلوان وطره تدريبات على الحرف اليدوية التي تساعدن على إنتاج مشغولات زجاجية بيعت في اليابان، التي تعد واحدة من البلدان غير المنتجة للزجاج. ولسوء الحظ، توقفت التمويلات التي كانت تقدم لهذه المبادرات الاجتماعية فجأة في عام ٢٠١١ نظراً للوضع الذي اجتاحت البلاد.

ب.

مجالات الاهتمام

السلامة في أماكن العمل:

تلتزم مجموعة شركات السويس للأسمت بالقضاء على المخاطر والحوادث المهنية، كما أن ضمان سلامة وأمن موظفي الشركة يقع في القلب لأنشطة الشركة. ومن خلال تنفيذ نظم الإدارة الفعالة وتدريبات السلامة المتواصلة، نجحت الشركة في جعل "السلامة أسلوب حياة".

تضمن الشركة أن يتلقى كل عامل من العمال تدريبات دورية على معايير سلامة محددة بدقة تغطي الأنشطة الرئيسية لتعزيز تطوير السلوك الآمن والمواقف المسؤولة لدى الموظف في مكان العمل. فعند دخول مصنع القطاعية، ترى بكل وضوح العلامات الواضحة التي تؤكد على تعليمات السلامة الرئيسية التي تتراوح ما بين ارتداء الخوذات المناسبة وقيادة الشاحنات بسرعة منخفضة في الحارات المخصصة لها.



كان التحدي متمثلاً في الثقافة الداخلية المترسخة لدى الموظفين حول السلامة والمخاطر المهنية، إلا أن شركة السويس للأسمنت قد لجأت إلى أساليب مبتكرة شملت إشراك أسر العاملين؛ حيث تقوم الشركة سنوياً بالاحتفال باليوم العالمي للصحة والسلامة المهنية الذي أقرته الأمم المتحدة من خلال تنظيم أنشطة لرفع الوعي لديهم بشأن أهمية السلامة. وتتضمن تلك الأنشطة مسابقة لأفضل "جرافيتي" يصور فكرة "السلامة في العمل"، ومسابقة للرسم لأبناء العاملين ولعبة منتجة محلياً للأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين ٩-١٤ سنة حول القيادة الآمنة.

وتستند جميع هذه الأنشطة على التعاون الناجح للشركة مع منظمة العمل الدولية ووزارة القوى العاملة المصرية. وتهدف هذه الأنشطة إلى رفع الوعي حول مخاطر الصحة والسلامة الأساسية التي قد يواجهها العمال في العمل. ولقد قامت الحملة، التي نفذها المعهد الوطني للسلامة والصحة المهنية والاتحاد العام لنقابات عمال مصر واتحاد الصناعات المصرية، باستهداف العمال وأسرهم ومجتمعاتهم لخلق تحول في موقفهم الثقافي تجاه السلامة والصحة في العمل وتنقيفهم حول أسباب وعواقب الإصابات المتصلة بالعمل وكيفية الوقاية منها. وبالنظر إلى نطاق الحملة الذي اتسع ليشمل البلاد بالكامل، فقد استطاع المشروع إنتاج أربع حملات تليفزيونية وأربعة إعلانات للحافلات واللوحات الإعلانية وأحد البرامج الإذاعية حول السلامة في صناعة الأسمنت، استهدفت جميعها الأطفال والمدارس وأولياء الأمور وصناع السياسات.

واستكمالاً لهذه الجهود، فقد أنشأت الشركة منشآت طبية ومنشآت للإسعافات الأولية داخل المواقع لتقديم العلاج الفوري والفعال لمن يصاب من العمال والمقاولين والعملاء والزائرين داخل مقار المجموعة. ويخضع جميع العمال لمراقبة طبية مهنية دورية لرصد أي مخاطر صحية محتملة. وإضافة إلى ذلك، تقدم استشارات من الأطباء وخبراء الأمن لجميع العاملين قبل القيام برحلات عمل وخلالها وبعد العودة منها.

وبالإضافة إلى ما سبق، فقد أصدرت شركة السويس للأسمنت دليلها للقيادة الآمنة في عام ٢٠١٤ بهدف الحد من حوادث الطرق وأنتجت أيضاً لعبة فيديو صديقة للأطفال لتعزيز اتجاه القيادة الآمنة لدى أطفال العاملين وغيرهم من الأطفال من المجتمعات المحلية. ونظراً إلى التأثير القوي للشخصيات الدينية على تغيير موقف الأفراد وسلوكهم، فقد أشركت الشركة المساجد المحلية في رفع الوعي لدى الموظفين وأسرهم ومجتمعاتهم المحلية حول السلوك الآمن والاتجاه المسؤول في مكان العمل، الأمر الذي يؤدي إلى إثبات الالتزام الحقيقي نحو تعزيز بيئة عمل آمنة وخالية من المخاطر.

وإنه لمن الواضح أن جهود مجموعة شركات السويس للأسمنت قد أرست نموذجاً يحتذى به لسلوك العمل المسؤول الذي ينبغي أن يلهم الشركات الأخرى لتتبع نفس خطاه. وذلك في ضوء الآراء المتشككة السائدة حول المخاطر المهنية المرتبطة بصناعة الأسمنت.

البيئة:

قامت شركة السويس للأسمنت بتدشين أول منشأة لمعالجة الخلفات تابعة لها في عام ٢٠١٥ في مصنع القطامية لتقدم أحدث الابتكارات في مجال الطاقة البديلة.

وفي الواقع، يعتبر مصنع القطامية الأول من نوعه في صناعة الأسمنت الذي ينتج ٣٥ ألف طن تقريباً من الوقود المشتق من النفايات لتغطية ما يقرب من ٢٠٪ من الطاقة اللازمة للمصنع خلال السنوات الثلاثة القادمة.



وتم إطلاق نظام ترشيح متطور آخر في مصنع حلون في عام ٢٠١٣، مما أدى إلى خفض مستويات انبعاثات الغبار إلى ١٠ ملج/ متر مكعب كحد أقصى. وهو أيضاً معدل يقل عن المعدلات المصرية والدولية. واعترافاً منها بضرورة المضي قدماً على طريق اقتصاد خالٍ من الكربون. فقد أخذت المجموعة في تشجيع استخدام مصادر الطاقة المتجددة من المنتجات الكهربائية والمنتجات الموفرة للطاقة.



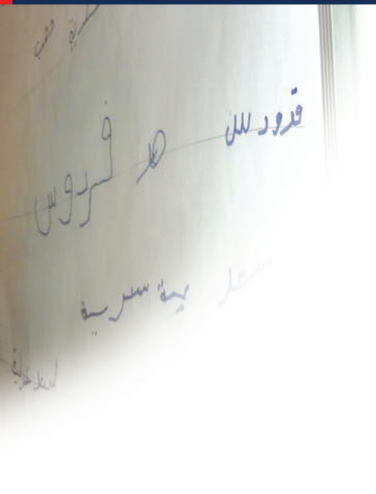
وعلاوة على ذلك، ترعى الشركة بشكل غير مباشر البحث والتطوير والابتكار في مجال الطاقة النظيفة. وذلك من خلال تمويل المسابقات المحلية التي تتطلب من الطلاب تنفيذ مشروعات للطاقة المتجددة. ويشارك موظفو الشركة في حالات أخرى كقضاة ومرشدين في المسابقات الطلابية من أجل تدريبهم على الأسمت الحيوي الديناميكي الذي يمتص الجسيمات الملوثة الموجودة في الهواء. وتتعاون شركة السويس للأسمت مع عدد من المهندسين المعماريين لإدخال هذا النوع الجديد من الأسمت إلى السوق المصرية. وتشجع حالات المنفعة المتبادلة هذه على الابتكار كما أنها تمكن الطلاب في الوقت نفسه ليصبحوا أصحاب مشاريع اجتماعية يساهمون بشكل فعال في تحسين المجتمعات التي ينتمون إليها.

واستكمالاً لهذه الجهود. فقد تلقى عمال الشركة تدريبات على عمليات ترميم النفايات الصلبة أملاً في توسيع نطاق هذه المبادرة لتصبح أكثر انتشاراً في مصر. وعلاوة على ما سبق. فقد استثمرت شركة السويس للأسمت في مزارع رياح بالقرب من مدينة الغردقة التي ستدخل الخدمة في العام المقبل ومن المتوقع أن تدعم الشركة بالطاقة النظيفة لتلبية ما يقرب من ٤٠٪ من طلبها على الطاقة. وتجدر الإشارة هنا إلى أن "إيطالين"، إحدى الشركات التابعة لمجموعة شركات السويس للأسمت. كانت هي المستثمر الأول من القطاع الخاص الذي يحصل على موافقة الحكومة لتوليد وبيع الطاقة المتجددة في مصر. ولقد تم تسجيل هاتين المبادرتين لدى المجلس التنفيذي لآلية التنمية النظيفة التي أقرتها اتفاقية الأمم المتحدة الإطارية بشأن تغير المناخ.



وفي محاولة جادة لمواجهة التحدي الأكثر إلحاحاً المتمثل في تغير المناخ. فقد التزمت الشركة بخفض انبعاثات غازات الدفيئة التي تنتجها من خلال استخدام أنواع وقود بديلة خالية من الكربون. وتطبق الشركة مقاييس دقيقة لتتبع بصمتها الكربونية مع وجود إمكانية كبيرة لتحقيق انخفاض بواقع ٢٠٪ في المستويات المطلقة الحالية لانبعاثات الكربون بحلول عام ٢٠٥٠. وذلك استناداً إلى نتائج خطة العمل البيئية للشركة التي يتم تحديثها كل خمس سنوات.

وفي عام ٢٠١٤. بلغ معامل الانبعاث لدى الشركة ١٧٧ كجم من غاز ثاني أكسيد الكربون لكل طن من المنتجات الأسمتية مقارنة بمعامل انبعاث بلغ ٧١٠ كجم من غاز ثاني أكسيد الكربون لكل طن من المنتجات الأسمتية في عام ٢٠١٠. ويتم رصد الانبعاثات والإبلاغ بها باستخدام "أنظمة الرصد المستمر للانبعاثات" التي تقوم برصد الانبعاثات الفعلية على مدار اليوم. ويتم تخزين هذه القياسات في قاعدة بيانات أداء الانبعاثات. وهذا بالإضافة إلى الرصد اليومي من قبل وزارة الدولة لشئون البيئة لتلبية المعايير المحلية. واليوم. فقد نجحت شركة السويس للأسمت في خفض معدلات انبعاثات الغبار لديها من ٦٠٠ ملج في عام ٢٠٠٥ لتصل إلى ٥٠ ملج في جميع مصانعها- بل إنها وصلت إلى ٣٠ ملج في مصنع حلوان في ظل مشروع الحد من التلوث البيئي. وهو معيار أقل بكثير من المعايير الدولية.



وتأخذ المجموعة بعين الاعتبار التنوع البيولوجي القائم عند وضع خطط لإعادة التأهيل نظراً لأهميته، مما يعزز الحفاظ على الأنواع المهددة بالانقراض. فعلى سبيل المثال، قامت الشركة بتعبئة محجر الطين الواقع بالقرب من مصنع طرة عندما بدأت أولى عملياتها لإعادة التأهيل في عام ٢٠٠٧. واستكمالاً لهذه الجهود، تقوم الشركة بإعادة استخدام وتدوير المواد لتقليل إنتاج النفايات. بينما يتم التخلص من المواد الخطرة بطريقة آمنة ومسئولة. وقد تم الاعتراف بهذه الجهود من خلال العديد من الجوائز التي تم منحها من قبل وزارة الدولة لشئون البيئة. كما حصل مصنع القمامة على شهادة الجائزة الأولى باعتباره "أفضل شركة صديقة للبيئة لعام ٢٠١٣ في مصر".

الممارسات العمالية:

غالباً ما تنشأ المشاعر السلبية العامة تجاه شركة ما نتيجة للأنشطة غير المسؤولة لتوفير العمالة التي تتضمن استغلال اليد العاملة الرخيصة والتمييز. وتحقيقاً لهذه الغاية، تقوم مجموعة شركات السويس للأسمنت بدعم حقوق الإنسان المعلنة دولياً، بما في ذلك تلك المنصوص عليها في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان ومعايير منظمة العمل الدولية من خلال ميثاق القيم التي تحدد المبادئ الأخلاقية الأساسية التي ينبغي على كل موظف الالتزام بها.

ولضمان عدم التورط في انتهاكات لحقوق الإنسان، يحظر ميثاق الشركة بشكل صارم جميع أشكال العمل القسري، بما في ذلك السخرة والعقاب البدني والإكراه النفسي أو الجسدي والتحرش الجنسي، والتي تنطبق بالتساوي على الموردين والبائعين. وكجزء من أحكامها ضد عمل الأطفال، تضمن الشركة أن يكون الحد الأدنى لسن القبول في أي وظيفة هو ١٨ سنة. وفي الواقع، استطاعت شركة السويس للأسمنت، من خلال عمليات التفتيش المستمرة لديها، تحديد الموردين الذين يستخدمون بطاقات هوية مزورة لإخفاء عمل الأطفال، وتأكدت من عدم التعاقد معهم مرة أخرى.

وعلاوة على ذلك، فإن مجموعة شركات السويس للأسمنت تفخر باعتبارها واحدة من الشركات التي تتيح فرص عمل متساوية تضمن المساواة في المعاملة بصرف النظر عن النوع الاجتماعي والعمر والعرق والجنسية والدين والحالة الاجتماعية والتوجه الجنسي. وتذهب مجموعة شركات السويس للأسمنت إلى أبعد من متطلبات المنصوص عليها في قانون العمل المصري من خلال تغطية قوتها العاملة المباشرة بتأمينات اجتماعية، وتأييد حقهم في المفاوضة الجماعية، وتوفير إمكانية حصولهم على مياه شرب نظيفة مع إمكانية استخدامهم لمرافق صحية وغسيل وعنبر للنوم ومنشآت لتخزين المأكولات، وجميعها عوامل تترجم إلى ارتفاع إنتاجية العمل.

وأخيراً، فباستطاعة الموظفين والعاملين معالجة شواغلهم وشكاواهم حول مكان العمل من خلال إدارة الموارد البشرية، والعمل سوية لإيجاد حلول مفيدة للطرفين، مما يضع الفرد كأساس لتنمية الشركة من أجل تعزيز هوية مؤسسية قوية.



تقدم إنجازات المسؤولية الاجتماعية لشركة السويس للأسمنت في تقليل أثرها البيئي وبصمتها الكربونية دليلاً حياً على أن الشركات يمكنها الحفاظ على مستويات عالية لحماية البيئة مع تعزيز النمو والتنمية الصناعية. وفي عام ٢٠١٣، تعاونت الشركة مع المنظمة غير الحكومية "إنجاز" للاحتفال بيوم البيئة الذي أقرته الأمم المتحدة. وذلك لرفع الوعي لدى الموظفين وأسرهم حول أهمية حماية كوكب الأرض من أجل حشد الدعم الداخلي لتطوير مصانعها لتصبح أكثر صديقة للبيئة. وقد أثبتت شركة السويس للأسمنت أنه يمكن لعمليات تصنيع الأسمنت كثيفة الطاقة والكربون أن تطلق العنان لحلول مبتكرة وفعالة لمعالجة واحدة من أكثر التحديات العالمية إلحاحاً، ألا وهي حماية البيئة. فصناعة الأسمنت تلعب دوراً رئيسياً في تعزيز تدابير التكيف مع تغير المناخ من خلال إنشاء بنية أساسية موفرة للطاقة وللطاقة المتجددة.

التحديات التي واجهتها الشركة

تشير التحديات الأساسية التي واجهتها الشركة إلى ما يلي:

* هناك حاجة إلى المنظمات غير الحكومية الأكثر تفانياً وشهرة من أجل توسيع برامج الشركة الرامية إلى خدمة المجتمع. حيث أن تلك المنظمات تلعب دوراً حاسماً في توفير إمكانية حصول المجتمعات المحرومة على الخدمات الرئيسية في مجالات الصحة والتعليم والبنية الأساسية.

* كان من الصعب تغيير عقلية مختلف العاملين حول السلامة في مكان العمل. وهم الذين أبدوا استعداداً قوياً لتبني المواقف والممارسات الآمنة المستحدثة بمجرد تلمسهم لنتيجة واقعية انعكست في الانخفاض الكبير في عدد الحوادث.



عوامل النجاح

* التزام حقيقي تجاه خدمة المجتمعات التي سمحت للمجموعة بتخصيص مواردها بفعالية وكفاءة للاستجابة لاحتياجات المجتمعات والحصول على دعم الإدارة لتنفيذ الأنشطة المتنوعة بميزانية ثابتة.

* تجلب الشركة مجموعة واسعة من الخبرة الدولية لتنفيذ أنشطة المسؤولية الاجتماعية التي يتم تهيئتها لتلبية احتياجات المجتمع المصري. حيث أن شعار الشركة هو: "أعمال محلية- على الطراز العالمي".

* حوار ناجح مع أصحاب المصلحة الداخليين. مثل الإدارة والموظفين. ليكونوا بمثابة سفراء لرؤية المسؤولية الاجتماعية للشركة على الصعيد الخارجي داخل مجتمعاتهم.

* إشراك الحكومة والمجتمع المدني والمجتمعات المحلية لضمان التنفيذ الناجح للمشروع القائم على الاحتياجات.

الخطوات التالية: الرحلة مستمرة

* تقييم إمكانية التوسع في معهد دون بوسكو للتكنولوجيا للسماح لمجتمعات جديدة بجني الفوائد من تحسين جودة التعليم وفرص العمل المحتملة.

* صياغة سياسة لتقديم مخطط خاص للإناث. مع الأخذ في الاعتبار أن الصناعة نفسها ليست جذابة جداً بالنسبة للنساء.

* تعزيز العمل التطوعي للشركة من أجل تشجيع المزيد من العمال على المشاركة في المشاريع المجتمعية. ولاسيما بعد أن شهدوا العديد من قصص النجاح التي عكست جدية الشركة والتزامها تجاه المسؤولية الاجتماعية.





عملاق صاعد في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات



Network Egypt

وقد تطور نهج المسؤولية الاجتماعية في شركة تيتان مصر للأسمنت ونضج على مدى السنوات الماضية؛ إذ تحول من أنشطة خيرية إلى نظام أكثر تكاملاً للمسؤولية الاجتماعية يسعى لتحقيق استدامة الإنتاج وسلسلة التوريد. ومشاركة الموظفين، والتنمية الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع. وحماية البيئة. ويتم تنفيذ الأنشطة في إطار شراكات تبرمها الشركة مع الهيئات الحكومية والمجتمع المدني والأوساط الأكاديمية وكبار الشركات العاملة في صناعة الأسمنت. وذلك من أجل تعزيز حوار هادف ووضع مفيد لجميع أصحاب المصلحة. وبحسب السيدة/ سهيلة محمد، مدير قسم التعويضات والاستحقاقات والمسؤولية الاجتماعية "تأتي المسؤولية الاجتماعية في صميم أنشطة شركتنا".

حوكمة المسؤولية الاجتماعية، وآلية إعداد التقارير، والميزانية:

يضم المكتب الرئيسى للشركة بالقاهرة إدارة للمسؤولية الاجتماعية. وتتعامل هذه الإدارة مع مديري إدارة الموارد البشرية في المصنعين التابعين للشركة في الإسكندرية وبني سويف وتشاركهم في توجيه أنشطة المسؤولية الاجتماعية. ويقوم كل مدير في المصنعين بالإشراف على لجنة للمسؤولية الاجتماعية على مستوى المصنع لضمان المشاركة الكاملة للموظفين في اتخاذ القرارات بشأن الاستراتيجية العامة للمسؤولية الاجتماعية وتنفيذها في مصنعه.

وقد وضعت مجموعة تيتان المعيار لجميع المكاتب القطرية لإعداد تقارير بشأن أنشطة المسؤولية الاجتماعية التي تنفذها بطريقة دقيقة وتتميز بالشفافية عن طريق الالتزام بالمبادرات الدولية التي تضم الاتفاق العالمي للأمم المتحدة. ومبادرة استدامة الأسمنت التي أطلقها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة. وكذلك المبادرة العالمية لإعداد التقارير. وفي ضوء ذلك، فإن شركة تيتان مصر للأسمنت هي العضو الرابع والتسعين في الشبكة المصرية للاتفاق العالمي للأمم المتحدة وسوف تصدر قريباً أول تقرير لها بشأن الاستدامة على غرار متطلبات الاتفاق العالمي للأمم المتحدة للإبلاغ عن التقدم فيما يتعلق بالمعايير والمبادئ الدولية. وعلاوة على ما سبق، تقوم جهات خارجية بإجراء تقييم مستقل حول أداء المسؤولية الاجتماعية المحقق سنوياً بغرض حماية الشفافية والثقة في العلاقة مع أصحاب المصلحة.

ولما كانت المسؤولية الاجتماعية مندمجة في استراتيجية الشركة، فإن الميزانية المخصصة لأنشطة المسؤولية الاجتماعية تعد صغيرة نسبياً وتتغير سنوياً. وذلك بالاعتماد على الأنشطة التي يتم الاتفاق على تنفيذها لسنة معينة. وتجدر الإشارة هنا إلى فكرة أن تيتان مصر للأسمنت لا تتوقف عن تنفيذ أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركة في أوقات الشدة المالية، ما يشير إلى التزامها القوي تجاه استراتيجيتها للمسؤولية الاجتماعية.



نبذة عن الشركة

*تعد تيتان إحدى الشركات المستقلة المنتجة للأسمنت ومواد البناء وتتمتع بخبرة تزيد على ١٠٠ عام في هذه الصناعة. وتتخذ تيتان من اليونان مقراً لها وتمتلك المجموعة مصانع للأسمنت في تسعة بلدان ومؤسسة في أربع مناطق جغرافية: اليونان، وأوروبا الغربية، والولايات المتحدة الأمريكية. وجنوب شرق أوروبا، وإقليم شرق المتوسط. وعملت تيتان طوال تاريخها على الجمع بين التميز التشغيلي مع احترام حقوق الانسان والمجتمع والبيئة.

*في عام ٢٠١٤، بلغت مبيعات المجموعة ١٦ مليون طن من الأسمنت والمواد الأسمنتية، و٣,٩ مليون متر مكعب من الخرسانة الجاهزة. ١٤,٢ مليون طن من الزلط ومواد البناء المختلفة الأخرى مثل القوالب الخرسانية والمونة الجافة.

*يمكن الاطلاع على المعلومات المالية وغيرها من المعلومات التفصيلية على الموقع الإلكتروني لمجموعة تيتان: www.titan-cement.com

*قد تم نقل الإعلان سالف الذكر إلى بورصة أثينا ولجنة سوق المال اليونانية. كما تم نشره أيضاً على الموقع الإلكتروني لبورصة أثينا.

*تمتلك تيتان مصر للأسمنت مصنعين في محافظتي الإسكندرية وبني سويف.

*تضم الشركة ٧٠٠ موظفاً علاوة على موظفين غير مباشرين يتراوح عددهم ما بين ١٠٠٠-١٢٠٠ موظف. وجميعهم يشكلون جزءاً لا يتجزأ من سلسلة التوريد التابعة للشركة.

أ.

نهج المسؤولية الاجتماعية للشركة

يستند عمل المسؤولية الاجتماعية لشركة تيتان مصر للأسمنت إلى مبادئ المسؤولية الاجتماعية والأولويات الاجتماعية الدولية لمجموعة تيتان، إلا أنه قد تم تهيئتها لتتوافق مع السياق المصري المحلي. وتتمثل رؤية المسؤولية الاجتماعية لدى مجموعة تيتان في:

"السعي في جميع الأوقات إلى تحقيق أهداف عملنا وخلق القيم بطريقة أخلاقية ومسئولة اجتماعياً. مع تقليل بصمتنا البيئية والسعي لبذل المزيد من الخير".

ب.

مجالات الاهتمام

حماية البيئة:

تمتلك شركة تيتان مصر للأسمنت رؤية تتمثل في الاعتراف بها كمرجع لصناعة الأسمنت في مصر فيما يتعلق بالاستدامة والحفاظ على البيئة. وعملاً على تحقيق هذه الغاية، تتبع الشركة مبدأ زيادة التواجد العام لكسب ثقة أصحاب المصلحة. فهي حريصة بشكل خاص على المشاركة في الفعاليات المحلية والدولية الخاصة بحماية البيئة. وأكثرها لفتاً للنظر هي الاحتفالات باليوم العالمي للبيئة. وفي واقع الأمر، فإن المشاركة الدائمة لأصحاب المصلحة لدى شركة تيتان مصر للأسمنت قد ساعدتها على إحداث نقلة نوعية في التصور المترسخ لدى الناس حول صناعة الأسمنت. من كونها صناعة ملوثة للبيئة تنطوي على مخاطر عالية إلى صناعة تضع سلامة كوكب الأرض والعاملين بها في صميم عملياتها. ويعد هذا بالطبع من بين أكبر الإنجازات الناجمة عن شفافية الشركة وتواصلها الحيادي والمناسب من الناحية الزمنية مع أصحاب المصلحة لديها حول مبادراتها البيئية ومبادراتها المعنية بالسلامة المهنية.

وقد تم تحديد أهداف الاستدامة البيئية العامة في وثيقة السياسة البيئية الخاصة بالشركة، والتي تعد بمثابة أداة لأنشطة تيتان مصر للأسمنت تستخدمها الشركة للتخفيف من الآثار التشغيلية السلبية على كوكب الأرض. وتشمل هذه الأهداف تقليل وإعادة تدوير المخلفات الناجمة عن عمليات الشركة، والتحول إلى موارد الطاقة الأكثر كفاءة والصديقة للبيئة، وتعزيز ثقافة الشركات المسؤولة بيئياً والتي تتسم بالمواطنة الصالحة. ولقد اعتمدت تيتان مصر للأسمنت بروتوكول مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة لإدارة ثاني أكسيد الكربون في مصانعها ومنشآت الإنتاج لديها، وتلتزم الشركة بجميع اللوائح التي تنص عليها وزارة الدولة لشئون البيئة المصرية. واعترافاً بهذه الجهود المتواصلة نحو منشأة إنتاج أسمنت مستدامة، فقد حصلت تيتان مصر للأسمنت شهادات الأيزو 14001 و18001 و9011. وأخيراً، فقد فازت الشركة أيضاً بمسابقة "ريادة الأعمال لتحقيق التنمية المستدامة" التي نظمتها اتحاد الصناعات المصرية في ديسمبر ٢٠١٤ وضمت ١٧٠ منشأة صناعية.



أنشطة المسؤولية الاجتماعية:

تستند أنشطة المسؤولية الاجتماعية لشركة تيتان مصر للأسمنت إلى دراسات علمية تضمن التقييم الدقيق لاحتياجات أصحاب المصلحة والعمل بشكل أفضل على تخفيف المخاطر المرتبطة بعملياتها. وفي ضوء ذلك، تركز أنشطة التواصل مع المجتمع التي تقوم بها الشركة على التحديات الاجتماعية والاقتصادية الرئيسية في مصر.

وفيما يتعلق بالتعليم، تعاونت تيتان مصر للأسمنت مع جامعة برلين للتكنولوجيا (فرع الجونة) ومؤسسة ساويرس للتنمية الاجتماعية لإطلاق برنامج المنح الدراسية السنوي تحت اسم رئيس مجلس إدارة الشركة الراحل ستاماتيس دوزيناس وذلك لدعم الطلاب في محافظتي بني سويف والإسكندرية لمتابعة الدراسات العليا الخاصة بهم في الجامعة في الجونة بمصر أو برلين بألمانيا. ويعد هذا البرنامج من بين أبرز أنشطة المسؤولية الاجتماعية التي قامت بها شركة تيتان مصر للأسمنت. وعلاوة على ما سبق، تقدم الشركة فرصة تدريبية للطلاب في الوظائف الفنية وغير الفنية من يتلقون راتباً شهرياً صغيراً. ومن المتوقع أن يقدم الطلاب عرضاً في نهاية فترة التدريب في حضور الموظفين الفنيين لإبداء ملاحظاتهم، وذلك لضمان جعلها تجربة تعليمية مفيدة للطلاب.

وعلاوة على ما سبق، تعطي شركة تيتان مصر للأسمنت الأولوية للموردين الموجودين في محيط مصنعها بهدف تمكين المناطق المجاورة/ المجتمع المحلي. وأخيراً، تعد شركة تيتان مصر للأسمنت مؤيداً قوياً لمبدأ "المنافسة العادلة"، ويتم تنفيذ برامج تدريبية واستعراض للامتثال بشكل دوري في جميع البلدان التي تعمل بها مجموعة تيتان من أجل ضمان أن يكون المديرين المعنيين في التجارة على علم بالقوانين واللوائح المعمول بها ويمثلون لها.



وكانت زيادة الاعتماد على الوقود المشتق من النفايات علاوة على الفحم في مزيج الطاقة المختلفة في مقدمة أنشطة تيتان مصر للأسمنت الموجهة نحو حماية النظام البيئي المحيط. ويرجع ذلك إلى القيود المفروضة على الطاقة في مصر علاوة على التوجه المحلي والدولي نحو الاستدامة وموارد الطاقة الخالية من الكربون. وفي الوقت نفسه، فإن تحويل الوقود المشتق من النفايات والذي يتم إنتاجه من المخلفات الصلبة المنزلية إلى طاقة قابلة للاستخدام يمكن أن يساعد في معالجة أحد التحديات الرئيسية التي تواجهها مصر، ألا وهي إدارة المخلفات. وترتبط بذلك ارتباطاً وثيقاً الجهود التي تبذلها تيتان مصر للسيطرة على انبعاثاتها. ووفقاً للمهندس/ محمد حجاج، مدير الإدارة البيئية في الشركة، فإن تيتان مصر تراقب بصمة انبعاثات غازات الانبعاث الحراري لديها وفقاً لبروتوكول مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة. وقد قامت مؤخراً بتحديث الفلتر الرئيسي لمواصلة تقليل الانبعاثات من مدخنة الفرن الرئيسي. ولقد أطلقت الشركة مشروعاً لتجهيز مصنعها بنظام للتحكم في انبعاثات أكاسيد النيتروجين وفقاً لأفضل تقنية متاحة في الاتحاد الأوروبي.

وأخيراً أنشأت الشركة أيضاً مخازن مغطاه لتخزين المواد الخام والمنتجات لمنع انبعاث الغبار والجزيئات.

وعلاوة على ما سبق، فلقد حرصت الشركة على توسيع أنشطتها الخاصة بحماية البيئة على المستوى الخارجي بهدف خدمة المجتمع المحلي. وتحقيقاً لهذه الغاية، فقد أطلقت الشركة عدداً من الأنشطة لإشراك المجتمع المحلي. وبذلك ترفع مستوى الوعي حول مفهوم المحافظة على البيئة والاستدامة البيئية. فعلى سبيل المثال، تعاونت تيتان مصر للأسمنت مع محافظة الإسكندرية وجامعة الإسكندرية لإطلاق حملة توعية حول إدارة المخلفات المنزلية الصلبة. واستهدفت الحملة حتى تاريخه ما يقرب من خمسة آلاف طالب من مختلف المراحل الدراسية قبل الجامعة وقدمت لهم، من خلال الأنشطة والمسابقات، فكرة حول كيفية تصنيف النفايات والفائدة المحققة منها كمصدر من مصادر الطاقة في إنتاج الأسمنت. كما شاركت تيتان مصر للأسمنت في المعسكر الصيفي الشبابي الثاني للتنمية المستدامة الذي نظّمته مجموعة "التفكير بطريقة خضراء"، ومؤسسة ساويرس (جامعة برلين للتكنولوجيا، فرع الجونة) كراعٍ ذهبي. وكان هدف تيتان مصر للأسمنت من المشاركة في رعاية هذا المعسكر هو رفع الوعي لدى المشاركين حول أهمية حماية البيئة. واتباع عمليات إنتاج مبتكرة صديقة للبيئة ومستدامة ذات صلة بصناعة الأسمنت، إن أمكن. وإضافة إلى ما سبق، فقد وقعت تيتان مصر للأسمنت بروتوكولاً مع شركة المقاولون العرب تحت رعاية وزارة الدولة لشئون البيئة لاستخدام مخلفات الشركة في رصف الطرق في محافظة الإسكندرية. وأخيراً، وفي محاولة منها لحل مشكلة النفايات والقمامة في مصر، يقوم مصنع الشركة في الإسكندرية حالياً بتوفير "لودر" لمدينة الإسكندرية ومنطقة العجمي لجمع القمامة، وذلك على مدار أربعة أيام أسبوعياً.

الصحة والسلامة المهنية:

تركز شركة تيتان مصر للأسمنت على العمل في ظل قيم ومبادئ بوصفها شركة مسؤولة. وبذلك فهي تؤثر تأثيراً إيجابياً على التصور المترسخ لدى الناس حول صناعة الأسمنت. وتتمثل رؤيتها في أن يكون لديها "بيئة عمل صحية خالية من الحوادث والإصابات والأخطار". وعملاً على تحقيق هذه الغاية، فقد وضعت الشركة دليلاً للصحة والسلامة المهنية مستوحى من المعايير والممارسات الدولية ولكن بعد تهيئتها وفقاً للسياق المحلي المصري. وفي سبيل تشجيع الموظفين لحضور الدورات التعريفية الإلزامية بشأن السلامة والتدريبات الشهرية وتخفيضاً لهم للالتزام بمعايير السلامة، فقد اخترعت تيتان مصر للأسمنت شخصيات خيالية "سلامة" و "دريكة" لإنتاج مواد بصرية مسلية، بما في ذلك كتيبات ومقطع فيديو للموظفين وأسرهم لمشاهدته. وفي الوقت نفسه، تلعب الإدارة دوراً نشطاً ورائداً في تعزيز قبول الموظفين لهذه المعايير الصارمة للسلامة عن طريق إشراكهم في حوار حول أهمية الامتثال لسياسة الصحة والسلامة المهنية. ونتيجة لذلك، أصبح الموظفون أقل تردداً فيما يتعلق بالامتثال لسياسة السلامة سالفة الذكر. وذلك لأنهم يشعرون بالالتزام الحقيقي من قبل شركة تيتان مصر للأسمنت تجاه وضع سلامتهم قبل أي شيء آخر.

ولقد نجحت تيتان مصر للأسمنت في تعزيز ثقافة معايير الصحة والسلامة التي تعكس على نحو واقعي رؤيتها المتمثلة في مكان عمل خالٍ من الإصابات من خلال نظام إدارة متطور: ولكل مصنع من مصنعي الشركة لجنته الخاصة المعنية بالسلامة لضمان احترام الموظفين والمقاولين لسياسات الصحة والسلامة المنصوص عليها في أدلة السلامة المحلية وامتثالهم لها. وتقوم الإدارة والمدققون الخارجيون بإجراء عمليات تدقيق وفحوصات دورية للتأكد من تنفيذ هذه المعايير. وعلاوة على ما سبق، ووفقاً لمتطلبات القانون المصري، يخضع جميع الموظفين لعمليات فحص سنوية/ نصف سنوية للكشف المبكر عن الأخطار المهنية لمراقبة الحالة الصحية للموظف. وأخيراً، فقد تبنت الشركة قواعد صارمة تتميز بالشفافية لإعداد التقارير حول الوفيات والإصابات لتفخر بكونها أحد أماكن العمل الصحية والأمنة ولتحديد المجالات التي تحتاج إلى مزيد من التحسين. ووفقاً للسيد/ خالد خورشيد، مدير إدارة الموارد البشرية بمصنع الإسكندرية، والمهندس/ محمد عبد النبي، مدير الصحة والسلامة بمصنع الإسكندرية، فقد أدت هذه الجهود المكثفة إلى تحقيق رقم قياسي بلغ ١٢٤٠ يوماً دون حدوث أي إصابة مهجرة للوقت في مصنع الإسكندرية في الثالث عشر من أكتوبر عام ٢٠١٥.



ووفقاً للأولويات الدولية للمسؤولية الاجتماعية لدى مجموعة تيتان، فإن الموظفين وأسرهم وكذلك سلسلة التوريد بالكامل يعتبرون هم المستفيد الأساسي لأنشطة المسؤولية الاجتماعية التي تقوم بها الشركة. وتحقيقاً لهذه الغاية، فقد أطلقت الشركة مجموعة من الأنشطة لإشراك أسر الموظفين، ومن بين هذه الأنشطة "سحوبات للفوز بجوائز حج، ودورات رياضية، ومصايف بأسعار مدعومة، وتذاكر لمدن الملاهي.

وتعزيزاً لثقافة احترام حقوق الإنسان، فقد قامت تيتان مصر للأسمنت بوضع مجموعة من السياسات المعنية بتكافؤ الفرص والمساواة في التوظيف تستند إلى الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الذي اعتمدته الأمم المتحدة عام ١٩٤٨ وإعلان منظمة العمل الدولية بشأن الحقوق الأساسية في مكان العمل. وتحقيقاً لهذه الغاية، يتم تنفيذ جميع نواحي التوظيف والتعويض والتطور الوظيفي دون تمييز بسبب الجنس أو الأصل الوطني أو العرق أو العنصر أو الدين أو التوجه الجنسي. وبالمثل، لا يتم التسامح مع جميع أنواع المضايقات وسوء المعاملة في الشركات التابعة لمجموعة تيتان. وتحمل إدارة الشركة المحلية المسؤولية تجاه ضمان تنفيذ مبادئ حقوق الإنسان على الصعيد المحلي.

كما تعزز تيتان مصر للأسمنت ثقافة التواصل المفتوح مع موظفيها من أجل بناء علاقات طويلة الأجل مبنية على أساس من الثقة والشفافية. وتحقيقاً لهذه الغاية، هناك سياسة لحل المشاكل والمظالم تحدد الآلية التي يتم استخدامها لحل أي نزاعات أو مخاوف وفقاً للإجراءات، وذلك لضمان سرية المعلومات الخاصة بالموظفين.

وعلاوة على ما سبق، فإن الشركة تحترم حق الموظف في حرية التنظيم في إطار القانون المحلي المصري. وإضافة إلى ما سبق، فإن الشركة تلتزم بالاستماع ليس فقط لمشاكل الموظفين، وإنما أيضاً لمقترحاتهم. وفي ضوء هذا، من المفترض أن يقوم المديرون بتقييم الرضا الوظيفي لدى الموظفين والتأكد من أن مجموعة تيتان هي من بين أماكن العمل المرغوب فيها

وأخيراً، فقد حرصت الشركة أيضاً على تعزيز تواجدها في الفعاليات المحلية والدولية من أجل تعزيز ثقافة السلامة لديها وتبادل المعرفة والأفكار حول أفضل ممارسات الصحة والسلامة المهنية. فعلى الصعيد المحلي، تفخر شركة تيتان مصر للأسمنت بأنها أحد الرعاة والمشاركين الرئيسيين في اليوم العالمي للسلامة والصحة في مكان العمل في الإسكندرية منذ عام ٢٠١٠. وعلاوة على ما سبق، فقد دعيت الشركة من قبل وزارة الدولة لشئون البيئة المصرية لتقديم تدريب صيفي في إدارة السلامة للطلاب في كلية العلوم بجامعة الإسكندرية وكذلك الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري. ومن خلال عرض دليلها الخاص بمعايير السلامة والصحة المهنية وعرض مقاطع فيديو قصيرة حول كيفية تنفيذ هذه السياسات، تقدم تيتان مصر للأسمنت للطلاب فكرة عن أعمال صناعة الأسمنت. وعلى الصعيد الدولي، فقد حضرت الشركة الاحتفال باليوم العالمي للسلامة والصحة في مكان العمل في فرانكفورت بألمانيا في أغسطس ٢٠١٤ لتبادل الأفكار وأفضل الممارسات حول معايير السلامة. ووفقاً للمهندس/ محمد عبد النبي، مدير الصحة والسلامة بمصنع الإسكندرية، كانت تيتان مصر للأسمنت هي الشركة المصرية الوحيدة التي حضرت هذا الاحتفال.



سياسات العمل في تيتان مصر للأسمنت:

من المفترض أن تتوافق جميع السياسات التي تتبعها الشركة محلياً مع قواعد السلوك المعمول بها لدى مجموعة تيتان، والتي ترسي مبادئاً توجيهية واضحة لسلوك الأعمال اليومية في الشركة والسلوك الأخلاقي للشركات الفردية داخل مجموعة تيتان للالتزام بالمتطلبات القانونية والتنظيمية المحلية الخاصة بكل منها. وتحدد هذه القواعد إطار عمل المبادئ المتفق عليها والالتزام تجاه جميع أصحاب المصلحة لدى الشركة، ومن بينهم الموظفون وأسرهم، والعملاء والموردون. وأخيراً المجتمع ككل. وتتضمن هذه المبادئ تعزيز حقوق الإنسان والقضاء على السخرة والتمييز وتعزيز الاستدامة البيئية وإشراك أصحاب المصلحة.

د.

عوامل النجاح

* دعم وقيادة إدارية قوية لرفع الوعي بشأن المسؤولية الاجتماعية على الصعيد الداخلي. الأمر الذي يعكس إيمانها بقضية المسؤولية الاجتماعية للشركة.

* تواصل مفتوح ويتسم بالشفافية مع جميع أصحاب المصلحة لدى الشركة لبناء الثقة في التزام الشركة تجاه المسؤولية الاجتماعية وتخفيفهم على التكاليف معها.

* الإشراف الكامل للموظفين. وبالتالي ضمان تشكيلهم جزءاً من رؤية الشركة تجاه المسؤولية الاجتماعية.

هـ.

الخطوات التالية: الرحلة مستمرة

* تخطط شركة تيتان مصر للأسمت لوضع ميثاق وطني لسلامة الموظفين والمقاولين والموردين المنخرطين في صناعة الأسمت.

* تخطط الشركة، بالتعاون مع وزارة الصحة المصرية ومؤسسة مصر الخير، لتوسيع نطاق التواصل مع المجتمع في محافظة بني سويف من خلال تجهيز "مستشفى شرق النيل" وتوفير مجموعة من مرافق المعالجة للمرضى الدائمين بالمستشفى والمرضى غير المقيمين بها.

وتذهب الشركة أيضاً إلى ما هو أبعد من المعايير القانونية الوطنية بشأن الأجر وتقدم لموظفيها أجوراً عادلة وتنافسية. كما أنها تقدم لموظفيها حزم استحقاقات سخية وتعزز مبدأ "المكافأة والتقدير" للاحتفاظ بالموظفين الاستثنائيين والمتحمسين. وعلاوة على ما سبق، تقدم الشركات التي تعمل ضمن مجموعة تيتان لموظفيها فرص للتطور المهني لمساعدة الموظفين على اكتشاف كفاءاتهم وتحقيق إمكاناتهم الكاملة. ولا يساعد ذلك مجموعة تيتان على تحقيق أهداف العمل الخاصة بها بشكل أكثر كفاءة وحسب، وإنما أيضاً يؤثر بشكل إيجابي على انطباع الموظفين عن الشركة.

وأخيراً، يعتبر موظفو تيتان أيضاً سفراء للشركة ويؤثر سلوكهم على نظرة أصحاب المصلحة الخارجيين إلى الشركة. ولذلك فمن المتوقع أن يعيش الموظفون في ظل قيم مجموعة تيتان في كل قرار وفعل يتخذونه. وتحقيقاً لهذه الغاية، يجب أن تكون جميع المعاملات متوافقة مع اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد. وبالتالي يتعين على الموظفين "عدم تقديم أو توفير أو قبول أو الوعد بأي ميزة مالية أو غير مالية تكون غير مستحقة للموظفين من القطاع العام أو الخاص بغرض الحصول على أي معاملة تفضيلية أو ميزة تجارية. سواء أكان ذلك بشكل مباشر أو غير مباشر". ويخضع الموظفون الذين ينتهكون هذا المبدأ من قواعد السلوك للمسئولية المدنية والجنائية.

ج.

التحديات التي واجهتها الشركة

* التصور المترسخ حول صناعة الأسمت، والذي قد يؤدي في كثير من الأحيان إلى صعوبة الحوار بين الشركة وأصحاب المصلحة الخارجيين.





التجارب الرائدة للمسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية في مصر نحو خلق قيمة مشتركة

الفصل الثالث

زيادة آفاق المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال خلق قيمة مشتركة

الحكومة:

- المسؤولية الاجتماعية للشركات هي أداة فعالة لإشراك القطاع الخاص في التنمية المجتمعية
- الحكومة بإمكانها الاستفادة من مبادرات المسؤولية الاجتماعية والحماس المتولد لدى الشركات في دعم السياسات والاستراتيجيات الاقتصادية والاجتماعية
- يمكن للمسؤولية الاجتماعية للشركات أن تكون وسيلة لبناء الثقة بين القطاعين الخاص والعام من خلال عقد شراكات بينهما.

المجتمع المدني:

- يستفيد من إمكانية الوصول إلى فرص التمويل والخبرات التي توفرها الشراكة مع القطاع الخاص في تحقيق رسالته.
- التعرض للشركات والتفاعل معها يؤديان إلى تغيرات إيجابية في أساليب إدارة المنظمات غير الحكومية وإجراءات ومعايير التشغيل بها.

أهم النتائج والدروس المستفادة:

- فهم أوسع نطاقاً للمسؤولية الاجتماعية للشركات: الغرض من هذه السلسلة هو تسليط الضوء على مبادرات المسؤولية الاجتماعية الناجحة بين الشركات الصناعية الرائدة، ويرى المؤلفون أن هناك حاجة ماسة إلى تعزيز فهم أوسع نطاقاً للمسؤولية الاجتماعية للشركات بين دوائر مجتمع الأعمال المصري. وظهر عدد كبير من التفسيرات للمسؤولية الاجتماعية للشركات بين مختلف الشركات، تراوحت ما بين الحافز الديني إلى التبنّي الكامل لمبادئ الاستدامة، فضلاً عن بلوغ الشركات مراحل متفاوتة من تنفيذ مبادئ المسؤولية الاجتماعية. ومع ذلك، فقد توافقت آراء كل الشركات على أن المسؤولية الاجتماعية للشركات لا تقتصر على الأعمال الخيرية المتفرقة أو العمل المجتمعي، ولكنها نظام تدمج الشركات بموجبه مسؤولياتها تجاه موظفيها والمجتمع والبيئة ضمن أعمالها. وهنا في مصر، يمكن لاختاد الصناعات المصرية أن يلعب دوراً محورياً في الارتقاء بالتعريف الشامل للمسؤولية الاجتماعية للشركات بما يضمن سهولة تبنيه وتنفيذه في مصر.

توضح الدراسات الموجزة لأنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات التي نعرضها في هذين الكتيبين التغير الذي طرأ على طريقة نظر الشركات وأصحاب المصلحة في مصر إلى دور المسؤولية الاجتماعية للشركات.

فقد تحول فهم المسؤولية الاجتماعية للشركات من صورة العمل الخيري لياخذ شكل نظام متكامل يهدف إلى تعزيز نمو الشركات وزيادة قدرتها التنافسية، وإلى تنمية المجتمع والاقتصاد والمصريين. والشركات الثماني المعروضة في هذا الكتيب تعزز الرأي القائل بأن أصحاب المصلحة يحملون منظوراً أوسع نطاقاً للمسؤولية الاجتماعية، لا يقتصر على الأداء الاقتصادي، بل يمتد للأداء البيئي، وتزايد فيه عوامل الأداء الاجتماعي. وهناك اتجاه متنامي من جانب هذه الشركات لرؤية المسؤولية الاجتماعية للشركات حالياً كأداة لخلق "القيمة المضافة" من خلال المزايا المباشرة لأصحاب المصلحة وكمعملية للتعاون البناء والعمل الجماعي.

الشركات:

- تساهم في الربحية طويلة الأجل والاستدامة
- تمكّن ممارسات العمالية وعافية العمال
- تحسّن سمعتها لدى المستثمرين والهيئات والبنوك
- تعزز ولاء العملاء
- تسخير المعلومات والتمويل لتنمية المجتمع
- تتزايد أهمية أدوات ومفاهيم المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات التي ترغب في الحفاظ على قدراتها التنافسية أو زيادتها في السوق العالمية
- تنفيذ نهج المسؤولية الاجتماعية في الشركات هو دليل على تغير هام في مهارات الإدارة، إلا أن الشركات تشرع فيها نظراً لكونها حجة على جدوى أعمالها.



• إعداد التقارير حول المسؤولية الاجتماعية للشركات: التشجيع على إعداد التقارير هو وسيلة جيدة من وسائل الإدارة الداخلية لقياس مدى التقدم المحرز في مقابل الأهداف والغايات المحددة للمسؤولية الاجتماعية للشركات. ورفع التقارير الدورية للمساهمين والجمهور إنما يزيد من الشفافية والمساءلة. ومن ثم يضع مزيداً من الثقة في إدارة الشركة ويعزز سمعتها بوجه عام. وقد تكون التقارير داخلية أو خارجية بحسب أصحاب المصلحة المستهدفين. وفي أغلب الأحيان لم يكن إعداد التقارير يتم بصورة كبيرة في السوق المصرية. وهو الأمر الذي طالما مثل تحدياً. فالتعريف بأفضل الممارسات في تقارير المسؤولية الاجتماعية للشركات يمكن أن يكون له دور في إقناع شركات أخرى بجدوى المسؤولية الاجتماعية. ومن ثم التشجيع على تبنيها من جانب شركات أخرى في قطاعات وصناعات أخرى.

• الاعتراف برواد المسؤولية الاجتماعية للشركات: الغرض من هذه المنشورة هو أن تكون بمثابة خطوة أولى نحو توثيق المبادرات الناجحة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات والاعتراف بدور الشركات الصناعية الرائدة في هذا المضمار تقديراً لها على تجاوزها حدود الامتثال القانوني. وهذا الاعتراف من جانب وكالات حكومية دولية مهمة مثل اتحاد الصناعات المصرية ومنظمة العمل الدولية من شأنه أن يخلق حافزاً للشركات للتوسع في أنشطة المسؤولية الاجتماعية لديها ولغيرها من الشركات لأن تحذو حذوها.

• الحوار مع الحكومة والمجتمع المدني: نفذ كثير من الشركات التي نعرض تجاربها مبادرات قوية تستهدف المجتمعات المحلية في إطار المسؤولية الاجتماعية للشركات. وذلك نتيجة للمشاركة الناجحة من جانب الهيئات الحكومية المعنية ومنظمات المجتمع المدني. والتنسيق والتعاون الفعالان على هذا النحو قد أتاح لهذه الشركات أن تطور مشروعات تستجيب بحق لاحتياجات المجتمع. ومنها احتياجات الصحة والتعليم وسلامة الغذاء والتنمية المجتمعية. وتسلط هذه التجارب الناجحة الضوء على أهمية الشراكات بين القطاعين العام والخاص. أي ما بين الهيئات الحكومية وشركات القطاع الخاص. بجانب التعاون فيما بين الشركات نفسها لتنفيذ أنشطة المسؤولية الاجتماعية بنجاح.

• الدعم من الإدارة والتواصل: أحد أهم العوامل التي تؤدي إلى نجاح برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات التي نعرض تجاربها هو قوة الدعم المقدم من إدارتها. فالالتزام الجاد من المديرين يضمن دمج رؤية المسؤولية الاجتماعية للشركة في أعمالها وفي ثقافتها المؤسسية. وتلعب الإدارة أيضاً دوراً محورياً في وضع استراتيجية فعالة وشفافة للتواصل مع الموظفين والمجتمع المحلي والمساهمين والهيئات الحكومية. وهو ما يتيح للشركة من تسليط الضوء على الفوائد المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية لها. ومن ثم عقد الشراكات مع أصحاب المصلحة المعنيين من أجل ترجمة رؤية المسؤولية الاجتماعية للشركة إلى واقع ملموس.

• تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات: اعتمدت الشركات مجموعة كبيرة من الاستراتيجيات ونظم الإدارة والبرامج والأدوات اللازمة لتنفيذ ممارسات العمل الداعمة للمسؤولية الاجتماعية. وهذه المفاهيم والأدوات تكون أكثر تقدماً في مجال تنمية المجتمع. يليه الممارسات العمالية والصحة والسلامة. إلا أن هناك نشاط كبير في مجال المساءلة البيئية. وقد طُلب من كل شركة تسليط الضوء على مجالات البرامج التي ترى أن كان لديها ممارسات عمل جيدة أو برامج يجري تنفيذها. وكان لمعظم هذه الشركات كذلك نشاطاً فعالاً في مجال إعداد التقارير والتواصل. كما بدت الحوكمة/مدونة قواعد السلوك وإشراك أصحاب المصلحة في الآونة الأخيرة كمجالين ذوي أولوية. أما مجالات البرامج الأقل شيوعاً. وعلى الأرجح الأقل تطوراً. فكانت عمليات سلسلة التوريد وإشراك العملاء.

• إشراك الموظفين وتعاونهم: مراعاة إشراك الموظفين في مختلف مراحل المسؤولية الاجتماعية للشركات بدت كاستراتيجية ناجحة لأغلب الشركات. حيث يتحول ذلك إلى تعاون مثمر من جانب الموظفين بدافع الإيمان بالمسؤولية الاجتماعية للشركات وقيمتها لجميع أصحاب المصلحة. وهذه الأسلوب القائم على إشراك الموظفين قد يتفاوت من أسلوب من القاعدة إلى القمة يقوم الموظفون فيه بوضع أهداف المسؤولية الاجتماعية وتحديد أنشطتها والتخطيط لها إلى جانب الإدارة العليا. أو يكون ذلك في صورة استغلال دعمهم وجهودهم في إقامة أنشطة فعالة ومستدامة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات. ومن خلال إشراك الموظفين في وضع وتنفيذ هذه الأنشطة. يمكن أن ينمو لديهم ويتعزز شعورهم بالولاء تجاه شركتهم. ويتيح هذا الأمر للشركات بناء العلاقات التي تقوم على الثقة مع الموظفين بها من أجل تحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية لديها. وهنا، نرى الموظفين يعرفون أنفسهم بكل فخر على أنهم مواطنون مسئولون اجتماعياً. وهو ما يؤكد استعدادهم لتعزيز قيم الشركة وإثراء ثقافتها خارج جدرانها. ويمكن أن يساهم المردود الإيجابي التي تقدم للموظفين في رفع روحهم المعنوية وخلق بيئة تساعد على أن يصبحوا مواطنين أفضل في شركاتهم.

• تطوير الموظفين وتموهم: بدأ العديد من الشركات التي نعرض تجاربها في الاعتراف بأن الموظفين والعمال هم قوام الحياة بها وأنهم ركناً أساسياً في نجاحها في مختلف الأنشطة. بما في ذلك المسؤولية الاجتماعية. وتتصرف الشركات على هذا الأساس. وينبع هذا التقليد من الاعتقاد بأن رأس المال البشري هو المحرك الرئيسي لنجاح الأعمال واستمرارها. وبذلك. فكل الشركات التي نعرض تجاربها تستثمر في موظفيها من حيث التنمية الشخصية والمهنية. إلى جانب تقديم يد العون لهم متى احتاجوا لذلك. وتقوم الشركات بذلك من خلال توفير فرص التدريب العملي ومختلف الدورات التدريبية سواء الفنية أو غير الفنية. وتقديم الدعم في بدء الموظفين دراساتهم أو استكمالهم لدراسة سابقة. فضلاً عن مساعدتهم في الرعاية الصحية وغيرها من حالات الطوارئ... الخ.

- Ararat, M. (2006). Corporate Social Responsibility across Middle East and North Africa. Working paper / technical report ID: SU_FMAN_2006/0004, Corporate Governance Forum, Sabanci University, Istanbul, Turkey, available at: <http://research.sabanciuniv.edu/802/1/stvkaf07a66.pdf> (accessed 20 May 2011).
- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Model of Corporate Performance. In: *Academy of Management Review*, Vol. 4, No. 4, pp. 497-505.
- Commission of the European Communities. (2001). Corporate Social Responsibility. Retrieved on September 10th, 2015 at: http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility/index_en.htm
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone Publishing Limited, Oxford.
- Haque, A. (2011). Charity and the Trust Deficit. In Ibrahim, B. (2011). *Takaful 2011* (2011). Proceedings of The First Annual Conference on Arab Philanthropy & Civic Engagement - Selected Research. Amman: Jordan. John D. Gerhart Center for Philanthropy and Civic Engagement.
- Heald, M. (1957). "Management's responsibility to society: The growth of an idea". In: *The Business History Review*, Vol. 31, No. 4, pp. 375-384.
- Ibrahim, B. L. (2008). Introduction: Arab Philanthropy in transition by Ibrahim, B.L. and Sherif, D. H. in: *From Charity to Social Change – Trends in Arab Philanthropy*, Cairo/New York: American University in Cairo Press.
- ILO. (2006). ILO's definition of CSR. Retrieved on September 10th, 2015 at: <http://www.ilo.org/inform/online-information-resources/research-guides/corporate-social-responsibility/lang--en/index.htm>
- ILO. (2009). ILO's Helpdesk brief. Retrieved on September 10th, 2015 at: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---multi/documents/publication/wcms_116336.pdf
- Johnson, H. L. (1971). *Business in contemporary society: Framework and issues*. Wadsworth, Belmont, California: USA.
- Jones, T. M. (1980). "Corporate social responsibility revisited and redefined". In: *California Management Review*, Vol. 22, No. 3, pp. 59-67.
- Khallaf, M. (2011). Community Foundations As A Vehicle for Institutionalizing Corporate Philanthropy In Egypt's New Cities: A Case Study of 10th of Ramadan City." In Ibrahim, B. (2011). *Takaful 2011*. Proceedings of The First Annual Conference on Arab Philanthropy & Civic Engagement - Selected Research. Amman: Jordan. John D. Gerhart Center for Philanthropy and Civic Engagement.
- Mohn, L., & Eissemlater, B. (2007). *The CSR Navigator*, Retrieved on October 13th, 2011 at: http://www.unglobalcompact.org/docs/news_events/9.1_news_archives/2007_10_24/CSR_Navigator_short_final.pdf
- Obalola, M., Omoteso, K., Adelopo, I., Corporate Governance & Corporate Social Responsibility Practices in Africa in Aras, G., & Crowther, D. (2009). *Global perspectives on corporate governance and CSR*, Surrey: England, Gower Applied Research, pp. 131-159.
- Organization for Economic Co-operation and Development (OECD). (2015). *Corporate Social Responsibility*. Retrieved on September 10th, 2015 at: <http://www.oecd.org/corporate/mne/corporateresponsibilityfrequentlyaskedquestions.htm>
- Organization for Economic Co-operation and Development (OECD). (2010). *Competitiveness and Private Sector Development Competitiveness & Private Sector Development: Egypt 2010 – Business Climate Development Strategy*, OECD Publishing, In: Preface by MohiELDin, M. : pp 13-14.
- Rahman, S. (2011). Evolution of Definitions: Ten Dimensions of Corporate Social Responsibility. In: *World Review of Business Research*, Vol. 1, No.1, pp. 166 – 176.
- Rice, G. (1999). Islamic ethics and the implications for business. In: *Journal of Business Ethics*, Vol. 18 No. 4, pp. 345-358.
- Rice, G. (2006). Pro-environmental behavior in Egypt: is there a role for Islamic environmental ethics? In: *Journal of Business Ethics*, Vol. 65 No. 4, pp. 373-390.
- Saif, I. (2011). *Challenges of Egypt's Economic Transition*. The Carnegie Papers: Carnegie Endowment for International Peace, Washington DC: United States of America.
- Samir, H. (2011). *Challenges of CSR Implementation in Egypt in the Aftermath of the 2011 Revolution*. Retrieved on February 20th, 2013 at: <http://ethicalvalue.blogspot.com/2011/09/challenges-of-csr-implementation-in.html>.
- Sidani, A., & Jamali, D. (2012). *CSR in the Middle East: Fresh Perspectives: Chapter 1: CSR in the Middle East: Fresh Perspectives and Chapter 2: Harnessing Values for Impact Beyond Profit*, In Jamali, D. & Sidani, A., Hampshire: United Kingdom, by: Palgrave Macmillan Haskell, D.L., Haskell, J.H. & Pottenger, J.J.
- UNCG 2. (2015). *The power of principles: The Ten Principles of the UN Global Compact*. Retrieved on September 16th, 2015 at: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>



UNGC 1. (2015). What is the UN Global Compact? Retrieved on September 16th, 2015 at:
<https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc>
 UNIDO_2014_Report_Egypt_updated.pdf
 USA International Business Publications (USA IBP). (2007). Arab Countries: Economic & Social Development Handbook - Arab Funds for Economic and Social Development Handbook, Vol. 1, USA: Washington, D.C., pp 72-92.
 Walton, C. C. (1967). Corporate Social Responsibility. Wadsworth, Belmont, California: USA.
 World Business Council for Sustainable Development. (1999). Corporate Social Responsibility. Retrieved on September 10th, 2015 at:
<http://www.wbcsd.org/work-program/business-role/previous-work/corporate-social-responsibility.aspx>



التجارب الرائدة للمسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية في مصر نحو خلق قيمة مشتركة

الجزء الأول

EL ARABY

Since 1964



Italcementi
Italcementi Group

حول هذا الكتاب

هذا التقرير هو الجزء الأول من سلسلة من كتيبين ويهدف إلى تسليط الضوء على أهمية مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات وممارساتها. وقامت على إعداده منظمة العمل الدولية بالشراكة مع اتحاد الصناعات المصرية. ويُعد التقرير مساهمة في بناء مستودع من المعلومات يجري بناءه من جانب وحدة المسؤولية الاجتماعية للشركات المنشأة حديثاً في الاتحاد. وخت مظلة كلية إدارة الأعمال بالجامعة الأمريكية بالقاهرة. يعمل مركز جون جيرهارت كشريك فني تولى جمع البيانات وصياغة وإخراج التقرير.

وتعد هذه السلسلة وسيلة إضافية لتعزيز الإجراءات الفعّالة الرامية إلى انخراط الشركات المحلية في تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية. ليس في صورة مشروعات للتوعية المجتمعية ومشروعات تنمية فحسب، ولكن أيضاً في صورة ممارسات إدارية داخلية راسخة تدعم ممارسات العمل العادل وتعزز تحسين المعايير النموذجية لمكان العمل. والتقرير هو تقرير فني يستند إلى الأدلة والبراهين في توجيهه وإلى الموضوعات في طبيعته. وذلك بهدف الترويج لمجموعة جديدة من السياسات وتحفيز الشركات الأخرى على أن تحذو هذا الحذو وأن تتبنى مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات.

