جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

بحث تكميلي مقدم لنيل درجة الماجستير في الإقتصاد التطبيقي

المسؤولية الإجتماعية لشركات البترول ودورها في تحقيق التنمية الإقتصادية بالسودان

(دراسة حالة شركة بترونرجي للنفط والغاز

للفترة من 2005- 2015)

social responsibility of petrol companies and its role on economic development in sudan

case study :(petro-energy company for oil & gas (2005-2015))

إعداد الطالب :

عثمان محمد الزين إدريس

إشراف :

د/ يوسف الفكي عبد الكريم

ديسمبر- 2016

بسم الله الرحمن الرحيم

الآية

قَالَ تَعَالَىٰ:

﴿ لَّيْسَ ٱلْبِرَّ أَن تُوَلُّوا۟ وُجُوهَكُمْ قِبَلَ ٱلْمَشْرِقِ وَٱلْمَغْرِبِ وَلَٰكِنَّ ٱلْبِرَّ مَنْ ءَامَنَ بِٱللَّهِ وَٱلْيَوْمِ ٱلْءَاخِرِ وَٱلْمَلَٰٓئِكَةِ وَٱلْكِتَٰبِ وَٱلنَّبِيِّۦنَ وَءَاتَى ٱلْمَالَ عَلَىٰ حُبِّهِۦ ذَوِى ٱلْقُرْبَىٰ وَٱلْيَتَٰمَىٰ وَٱلْمَسَٰكِينَ وَٱبْنَ ٱلسَّبِيلِ وَٱلسَّآئِلِينَ وَفِى ٱلرِّقَابِ وَأَقَامَ ٱلصَّلَوٰةَ وَءَاتَى ٱلزَّكَوٰةَ وَٱلْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَٰهَدُوا۟ ۖ وَٱلصَّٰبِرِينَ فِى ٱلْبَأْسَآءِ وَٱلضَّرَّآءِ وَحِينَ ٱلْبَأْسِ ۗ أُو۟لَٰٓئِكَ ٱلَّذِينَ صَدَقُوا۟ ۖ وَأُو۟لَٰٓئِكَ هُمُ ٱلْمُتَّقُونَ ﴿١٧٧﴾ ﴾

سورة البقرة: الاية (١٧٧)

الإهداء

إلى ملاكي في الحياة ،معني الحب،،معني الحنان والتفاني،،

إلي بسمة الحياة وسر الوجود ،، فدعائها سر نجاحي ورضاها عني سر فلاحي **أمي رعاها الله**

إلي من تّوجه الله في حياته بالهيبة والوقار،،فكان عنواناً للعطاء دون إنتظار وترك لنا تاريخاً وإسماً نحمله بكل إفتخار،،فكم تمنيت ان تبقى لتري الثمار ولكن عسى أن تكون الآن في بساتينٍ وريحان ،،ترفل في جنات خلدٍ وأنهار **أبي رحمه الله**

بكل الحب. إلي رفيقة دربي ،، إلي من جاءت من رحم الأحلام،،، وسارت معي نحو الآمال،،، فصارت حباً زاداً للترحال.

فعشقاً بذرناه معاً،وجهداً وكّداً سنبذله معاً، وسنبقى دوماً معاً نجاحاتٍ وإشراقات

فإليك حبيبتي أحضرت شيئاً من ثمر،،، وكنت سقائي وكنت المطر

إليك زوجتي وتوءم روحي،،،،،،،،،،،،،،،، **الدكتورة / إيناس**

إلي من رافقني منذ أن حملنا حقائب صغيرة بداخلها أحلام مبعثرة جميلة وسرنا الدرب خطوة بخطوة،، ومازال يرافقني صخراً صلداً وبحراً يفيض حباً وعقلاً متّقداً ينيردرباً. فمعك أكون أنا،،، ومن دونك أكون مثل أي شئ.

ولو أنني أوتيت كل بلاغةٍ وأوفيت بحر النطق في النظم والنثر لما كنت بعد القول إلاّ مقصراً ومعترفاً بالعجز عن واجب الشكر

إليك أنت الصديق الأخ الإنسان ،،،،،،،،،،،،،،،،،،،،،،،،،،،،،،،، **الأستاذ/وائل صلاح**

إلي من تحلّوا بالإخاء وتميّزوا بالوفاء فهم وشائج الرحم ... وصلة الرحمة الفطرية ... ومثال الترابط الأبدي وينابيع الصدق الصافي ،،فمعكم في الحياةُ سعدت ومعكم في دروبها الحلوة سرت وبكم كل الأحزان عبرت،،، **أخواني وأخواتي**

إلى كل من جمعتني بهم قاعة الدراسة وفرقتنا الحياة ... حتماً سنلتقي في محطات الحياة الواسعة وفي مساحات الذاكرة النضرة ... وعبر مساحات السطور .... ستجدوني أنتظركم لنكمّل المشوار ...

*** إليهم جميعاً ... أهدي ثمرة جهدي المتواضع ***

الشكر والتقدير

الشكر أولاً وأخيراً إلى الله العلي القدير القائل : (ولئن شكرتم لأزيدنكم) صدق الله العظيم

ولأن من لا يشكر الناس لا يشكر الله ..... فقلادة شكر أطوق بها عنق كل من أسهم في إسداء العون والمساعدة لي فكراً أو رأياً أو نصحاً خلال مسيرتي العلمية وذلل لي السفر نحو شواطئ العلم والمعرفة.

الشكر اولا الى منارة العلم جامعة السودان كما وأخص بجزيل شكري وتقديري أستاذي الجليل الدكتور / يوسف الفكي عبد الكريم الذي لم يأل جهداً في سبيل نصحي وإرشادي وتوجيهي ، فقد كان نعم المشرف بعلمه الغزير وصبره الوفير فجزاه الله عني كل خير وجعله ذخراً لهذا الوطن الحبيب .

كما أتقدم بالشكر إلى كل الجهات والمؤسسات التي ساهمت في إخراج هذا البحث حتى يرى النور ، أخص منهم المؤسسة السودانية للنفط وشركة بترونرجي ووزارة التنمية والتخطيط الفولة لما قدموه لي من معلومات ثرة.

وأخيراً من صميم وجداني أتمنى أن يلقى هذا البحث الرضا والقبول وأن يكون دافعاً للمزيد من الإقبال عما عجزت عن الوصول إليه ، فإن وقع فيه نقص أو تقصير فهذا جهد المقل .

المستخلص

تهدف الدراسة الي التعرف لمدي تبني شركات النفط العاملة بالبلاد ممثلة بشركة بترونرجي للنفط والغاز لمفهوم المسؤولية الإجتماعية ودور ذلك علي التنميه الاقتصادية للمجتمع، حيث تم الاعتماد علي بعض الفروض من أهمها أن قيام شركات البترول في السودان بالمسؤولية الإجتماعية يسهم في إستمراريتها، بالإضافة لفرضية أن هنالك العديد من المشاريع الخدمية (مياة – صحة – تعليم) ذات الطابع الإجتماعي التنموي التي يمكن أن تنشأها الشركة في إتجاه تحقيق المسؤولية الإجتماعية. ولإثبات صحة الفروض تم إستخدام المنهج الوصفي التحليلي والذي يعتمد علي تحليل الأرقام والبيانات من خلال تقارير المسؤولية الإجتماعية للشركة ومن خلالها ذلك تم التوصل الي ان الشركة تساهم في تنمية المجتمع المحلي في مناطق الحقول التابعة لها وذلك عن طريق دعم الأنشطة الاجتماعية المختلفة تعليم ، صحة ،حفر أبار مياه ، بيئة ...ألخ.وقد أوصت الدراسة الحكومة بضرورة إنشاء مركز متخصص يقوم بدراسة المجتمعات ومن ثم وضع الخطط والدراسات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية علي حسب حوجة المجتمع وكذلك مراقبة وتقييم أداء الشركات في هذا الجانب. كا أوصت الدراسة الشركة الإحتفاظ والاهتمام بالسجلات الخاصة بالبرامج الاجتماعية التي نفذتها وأيضا ضرورة توجيه بعض إستثماراتها نحو إنشاء معهد حرفي فني يختص بتدريب وتأهيل أفراد المجتمع في التخصصات التي تحتاجها الشركة وفي نفس الوقت تكون قد ساهمت في حل مشكة العطالة في تلك المجتمعات.

Abstract:

This study aims to know the extension at which using in the Sudan Company represented in Petroenergy for oil and gas adopts social responsibility, it also tries to figure out the effection of social responsibility on the sustainable development of society. The researcher suggested many hypotheses; most important are:

The participation of Sudanese oil companies in the social responsibility will contribute in their continuation and progress; there are many projects which provide social developmental services that could be constructed to achieve social responsibility. So as to prove all hypothesis, the researcher adopts the analytical descriptive approach that depends on analyzing numbers and data through the reports of social responsibility of the company; thus through which the researcher figured out that the company does participate in local community development in oil fields areas through supporting the different social activity such as education, health, water wells construction, environment,…etc.

The study recommended the government about the necessity of constructing a specialized center that represents study of societies and then set plans related to the social responsibility according to the needs will be found as well as monitoring and evaluating companies' performance in this aspect. In addition, the study also recommends to reserve and maintain records of social programs that were already implemented, and the necessity of directing some of its investments toward the construction of technical professional center that trains and rehabilitates citizens the needed specializations of the company, simultaneously, this will be considered as a contribution of solving unemployment problem among these societies.

قائمة الموضوعات

الموضـــوع	رقم الصفحة
الآية	أ
الإهـداء	ب
الشكر والعرفان	ج
ملخص الدراسة	د
Abstract	هـ
فهرست الموضوعات	و
فهرست الجداول	ي
الفصل الأول **الإطار المنهجي والدراسات السابقة**	
المبحث الأول :الاطار المنهجي	1
مشكلة البحث	3
أهمية البحث	3
الاهمية العلمية	3
الاهمية العملية	4
أهداف البحث	4
هيكل البحث	4
منهجية البحث	5
مصادر البحث	5
فروض البحث	5
المبحث الثاني : الدراسات السابقة	6

الفصل الثاني **واقع المسؤولية الإجتماعية في الإسلام والوطن العربي**	
المبحث الأول :نشأة وتعريف المسؤولية الإجتماعية	12
المطلب الاول :- نشأة المسؤولية الإجتماعية للشركات	12
المطلب الثاني : تعريف المسؤولية الاجتماعية	13
المطلب الثالث: أسباب تنامي مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات	15
المبحث الثاني:مظاهر إحترام المؤسسات لمسؤولياتها الاجتماعية على الصعيد الدولي	20
المطلب الأول : مبادئ ومرتكزات المسؤولية الاجتماعية للشركات	20
المطلب الثاني :- أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات	22
المطلب الثالث :- مجالات وجوانب المسؤولية الاجتماعية للمنشأة الإقتصادية	23
المطلب الرابع:- المسؤولية الاجتماعية بين مؤيد ومعارض	25
المبحث الثالث :مفهوم التنمية وعلاقتة بالمسؤولية الاجتماعية	26
المطلب الأول : مفهوم التنمية	26
المطلب الثاني : صلة التنمية بالنفط	27
المطلب الرابع :- المسؤولية الاجتماعية = التنمية المستدامة	27
المطلب الثالث:-مقومات التنمية في السودان	29
الفصل الثالث **واقع المسؤولية الإجتماعية في الوطن العربي**	
المبحث الاول: تنظيم الإسلام للمسؤولية الاجتماعية للشركات في الوطن العربي	32
المطلب الاول: المسؤولية الاجتماعية تجاه حملة الأسهم	32
المطلب الثاني: المسؤولية الإجتماعية تجاه العاملين فيها	33
المطلب الثالث: مسؤولية الشركة تجاة المجتمع من منظور إسلامي	34
المطلب الرابع: المسؤلية الإجتماعية تجاه الحكومة	35

المطلب الخامس: المسؤلية الإجتماعية للشركات تجاه البيئة من منظور إسلامي	35
المبحث الثاني: طبيعة المسؤولية الاجتماعية عند الشركات في الدول العربية	36
المطلب الأول: ملامح المسؤولية الاجتماعية في الدول العربية	38
المطلب الثاني : المؤسسات التي تهتم بالمسؤولية الاجتماعية في الوطن العربي	43
المطلب الثالث : معوقات المسؤولية الإجتماعية في الدول العربية	49
المطلب الرابع : تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في التنمية الاقتصادية والاجتماعية العربية	52
الفصل الرابع **المسؤولية الإجتماعية لشركة بترونرجي للنفط والغاز للفترة من (2005 - 2015)**	
المبحث الأول :الكشف والتنقيب عن النفط السوداني	61
المطلب الأول :- تعريف النفط وخصائصه وأهميته	61
المطلب الثاني :- تطور الكشف والتنقيب عن النفط السوداني.	66
المطلب الثالث :- الشركات العاملة في مجال النفط السوداني	76
المبحث الثاني:المسؤولية الاجتماعية لشركة بترونرجي للنفط والغاز للفترة من (2005 - 2015)	81
المطلب الأول :- نبذة عن شركة بترونرجي للنفط والغاز	81
المطلب الثاني :- محاور المسؤولية الإجتماعية لشركة بترونرجي:-	82
المطلب الثالث :تحليل البيانات	100
النتائج	108
التوصيات	110
المراجع	111

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
(4-1)	النشاط الإستكشافي بالبحر الأحمر	68
(4-2)	الشركات الحاملة للتراخيص في السودان	72
(4-3)	نتائج الحفر في الأراضي المرخصة لشركة شيفرون	73
(4-4)	الآبار التى كانت موجوده في القري المجاورة للحقول قبل دخول الشركة	75
(4-5)	قائمة الآبار التى تم حفرها بواسطة شركة بتروانرجى	84
(4-6)	المدارس التي كانت موجوده في مناطق الحقول قبل الشركة	86
(4-7)	المرافق التعليمية التى شيدت بواسطة شركة بتروانرجى	90
(4-8)	المدارس التي تم تأهيلها بواسطة الشركة	91
(4-9)	التجليس	92
(4-10)	المرافق الصحيه التي كانت موجوده قبل دخول الشركة الي مربع 6 بليلة	93
(4-11)	المرافق الصحية والحملات والدعم الدوائى التى نفذت بواسطة الشركة	96
(4-12)	انفاق الشركة على حفر ابار المياة خلال الفترة (2005 – 2015)	101
(4-13)	انفاق الشركة على التعليم خلال الفترة (2005 – 2015)	103
(4-14)	انفاق الشركة على الصحة خلال الفترة (2005 – 2015)	105

الفصل الأول
الإطار المنهجي والدراسات السابقة

ويحتوي علي مبحثين هما:

المبحث الأول : الإطـــــار المنهجي

المبحث الثاني : الدراسات السابقة

الفصل الاول

الإطار المنهجي والدراسات السابقة

المبحث الأول

الإطار المنهجي

تمهيد :

عند التأمل في مظاهر المسؤولية الاجتماعية المختلفة نجد أنها مما وردت في التشريع الإسلامي تحت مسميات مختلفة، فبعضها من قبيل التكافل الاجتماعي و أخرى من باب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، و غيرها من باب رفع الضرر والالتزام بالممارسات الأخلاقية التي وردت في حقها إما نص قرآني أو حديث نبوي شريف.

وفي عالمنا المعاصر وبعد تفاقم المشكلات الاجتماعية والاقتصادية والبيئية في دول العالم والتي كانت الشركات الدولية السبب في ظهور بعض منها، ظهرت ضغوطات كبيرة على هذه الشركات في سبيل مواجهة التزاماتها ومسؤولياتها وتصحيح الممارسات غير المسئولة الصادرة عنها، من هنا بدأت تتبلور ثقافة المسؤولية الاجتماعية، وأصبحت منظمات الأعمال تغير من نظرتها للمجتمع والبيئة، في محاولة منها لتحسين صورتها من جهة وللعب دور فعال وايجابي في المجتمع من جهة أخرى.

أما بالنسبة الي مجال النفط فمن المعروف ان الشركات النفطية العالمية وما تعرف بـ «متعددة الجنسيات«مارست الازدواجية في تطبيق مبدأ المسؤولية الاجتماعية، وعندما انتقلت للعمل في دول العالم الثالث تراخى اهتمامها وحرصها على إتباع المعايير والمواصفات البيئية وأخلاقيات العمل التي كانت تتبعها في دولها الأم مستغلة غياب التشريعات والمساءلة وفساد أنظمة الحكم المحلي، وبالتالي تغلبت المصلحة الخاصة (تعظيم الربح بأي طريقة) فحدثت الخروقات للمعايير البيئية والحقوق العمالية وكثيرًا ما نسمع أو نقرأ عن قضايا عماليه وكوارث بيئية تسببت فيها الشركات المتعددة الجنسيات

في دول أمريكا الجنوبية (الإكوادور والبرازيل) وفي أفريقيا (أنجولا وغانا) وغيرها من دول العالم الثالث.

وعندما قدمت شركات النفط العالمية لدول الشرق الأوسط مارست نفس الازدواجية في تطبيق المسؤولية الاجتماعية ولعقود طويلة، وتحت ضغوط الاحتجاجات العمالية وتنامي المعرفة التقنية للأجهزة المحلية بدأت الشركات تغير في سياستها وبدأ اهتمامها التدريجي بالمسؤولية الاجتماعية وتقديم الخدمات التطوعية، وأصبحت في الأخير جزءًا من منظومة المشاريع وخطة العمل.

والسودان كغيره من الدول العربية والإسلامية مارس المسؤولية الإجتماعية من خلال قيم التكافل والتراحم والتعاون بين أفراده وتفوق بذلك علي نظرائه من المجتمعات الدولية الأخرى وأيضا من خلال بعض شركات الأعمال التي رسخت لهذه المسؤوليات بمساهماتها الخيرية في المجالات المختلفة والتي إرتبطت بأسمائها حتى تاريخ اليوم (أوقاف عبد المنعم، مستشفي بابكر حامد ود الجبل) وغيرها من الأعمال الخيرية. ولكن ظلت المسؤولية الاجتماعية بمفهومها الشامل والعميق والملزم– كجانب اقتصادي مهم غائبة إلى وقت قريب عن واقعنا السوداني ، ثم ما لبثت أن قفزت إلى الواجهة بعد أن شهدت الدولة طفرة استثمارية مكنت من دخول الشركات الكبيرة ذات البعد الدولي مثل شركات الاتصالات وشركات البترول وغيرها من الشركات الكبرى ، حيث فطنت الشركات لأهميتها، وأدركت أنها ليست بمعزل عن المجتمع، فالعاملون بها هم جزء من المجتمع، وأي حراك تجاه المجتمع يصب حتما في خدمة منسوبيها، ولا يتعارض مع توجهاتها الربحية ومشاريعها الاستثمارية .

ومن خلال هذا البحث سنتعرف علي مجالات المسؤولية وبرامجها في شركات البترول العاملة في البلاد، فهناك برامج مرتبطة ارتباطا مباشرا بنشاط الشركات، وأخرى غير مرتبطة مباشرة لكنها تتعلق بالتزام الشركات تجاه المجتمع، وتتمثل معايير النجاح في المردود الايجابي سواء على المدى القريب أو البعيد، وكذلك من المعايير نظرة

المجتمع لهذه الشركات، هل هي نظرة ايجابية أم سلبية ؟ وهل ينظر إليها المجتمع على أنها مجرد جهات ربحية فقط، أم أنها شريك للمجتمع في قضاياه وهمومه؟ وهنا يبرز دور هذه الشركات في جعل المجتمع يتبنى برامجها حينما تلامس وجدانه وتحثه بلغته.

مشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث في معرفة الدور المترتب علي الشركات العاملة في مجال النفط السوداني في تحقيق التنمية الإقتصادية من خلال ممارستها للمسؤوليةالإجتماعية تجاه الدولة والمناطق والمجتمعات التي تعمل بها. ويمكن صياغة المشكلة في الأسئلة الأتية-:

- هل هناك صلة تربط بين ممارسة شركات البترول للمسؤولية الاجتماعية والتنمية الإقتصادية؟

-هل تقوم الشركة قيد الدراسة بالدور الواجب عليها تجاه المسؤولية الإجتماعية أم أن هنالك بعض العوائق الإقتصادية والسياسية والإجتماعية التي تمنع ذلك؟

-هل تعتبر مساهمة شركة بترونرجي كمثال لشركات البترول في المسؤولية الإجتماعية خصماً علي أرباحها أم تعتبر حافزاً لها لتحقيق المزيد من الأرباح ومن ثم تفادي العديد من المشاكل التي قد تتسبب في خسائرها؟

أهمية البحث:

يمكن حصر أهمية الموضوع في الآتي: -

الاهمية العلمية :

- قطاع النفط يمثل أهمية كبيرة في اقتصاديات العالم وبما إن الاستثمارات في هذا القطاع تمنح لشركات كبيرة والتي بدورها تحقق أرباحاً وعوائد مالية ضخمة، فتخصيص جزء من هذه العوائد في تنمية المجتمعات تمثل دعم للاقتصاد القومي وذلك من خلال النهوض بالشرائح الفقيرة ودعم المتطلبات الأساسية لهم من صحة وتعليم ....الخ.

الاهمية العملية :

- السودان في حاجة ماسة إلي دراسة علمية وإحصائية تحفز وتعكس المسؤولية الإجتماعية للشركات العاملة في هذا القطاع وتزداد هذه الحاجة الماسة عندما يتعلق الأمر بالدور المتوقع لهذه المسؤولية الإجتماعية علي تنمية إنسان هذه المجتمعات من ناحية بيئية واجتماعية واقتصادية.

أهداف البحث:-

يمكن حصرها في الآتي:-

- دراسة الدور المتوقع للمسؤلية الإجتماعية لشركات البترول علي واقع الحياة الفعلية في المناطق المستهدفه التي تعمل فيها هذه الشركات.

فروض البحث:-

- دعم برامج وأنشطة المسؤولية الإجتماعية من قبل شركات البترول يسهم في تحقيق التنمية الاقتصادية في المجتمعات المحيطة بالحقول.
- قيام شركات البترول في السودان بالمسؤولية الاجتماعية تعتبر تدابير وقائية لتفادي المشاكل والنزاعات القبلية التي تسود تلك المناطق،ومن ثم يسهم ذلك بصورة كبيرة في إستمرارية هذه الشركات.
- هنالك العديد من المشاريع الخدمية المباشره مثل(حفر أبار المياه، التعليم،الصحة) ذات الطابع الإجتماعي التنموي التي يمكن ان تنشأها الشركات في اتجاه تحقيق المسؤولية الاجتماعية.
- وجود علاقة ذات دلاله إحصائية بين كل من المياه والتعليم والصحة وجود هذه العلاقة يحقق المسؤولية الاجتماعية.

منهجية البحث:-

سوف يتم تناول الموضوع قيد الدراسة عن طريق المنهج الوصفي التحليلي .

مصادر البحث:

يتم الاعتماد علي المصادر الثانوية حيث يتحصل علي المعلومات من خلال الإطلاع على أحدث ما نشر في المجالات المتعلقة بالدارسة من دوريات ووثائق وبعض التقارير الرسمية.

هيكل البحث:-

يصمم هذا البحث بتنظيمه في اربعة فصول جاءت على النحو التالي :

الفصل الأول: حيث تناول الاطار المنهجي والدراسات السابقة ، أما الفصل الثاني فلقد تناول مفهوم المسؤولية الإجتماعية، والفصل الثالث تم التناول عن واقع المسؤولية الإجتماعية في الوطن العربي واخيراً الفصل الرابع تناول المسؤولية الإجتماعية لشركة بترونرجي للنفط والغاز وفي الختام النتائج والتوصيات.

المبحث الثاني

الدراسات السابقة

مايزال مفهوم المسؤولية الإجتماعية بمعناها الشامل ذو الوجه الإستثماري غائب في منظمات الاعمال السودانية ولذلك يفتقر هذا الجانب للأبحاث العلمية المتكاملة ذات البعد التحليلي ولكن هنالك بعض البحوث المماثلة لبعض الكتاب في بعض الدول التي سبقتنا في هذا المضمار ، نذكر منها علي سبيل المثال الدراسات التالية:-

الدراسة الاولي :دراسة بابا عبد القادر (2012)[1]

إشكالية الدراسة : هل يمكن اعتبار المسؤولية الإجتماعية ميزة تنافسية للمؤسسة تساهم في خلق القيمة أم انها مجرد اعباء جديدة تضاف الى باقي التزامات المؤسسة.وللإجابة علي هذا السؤال استخدم الباحث المنهج الوصفي واضعا فرضية أن الشركة يمكن أن تعزز من ميزتها التنافسية عندما تمارس وتدعم الانشطة الاجتماعية فهذا يؤدي الي زيادة المبيعات وتحسن من الاداء الفعلي للعاملين لانهم جزء من هذا المجتمع وبالتالي تحسن الاداء الاقتصادي للشركة .ومن النتائج التي توصل إليها الباحث انه يمكن لمنظمة الاعمال ان تحقق أرباحاً علي المدي الطويل كلما زادت من دورها الاجتماعي لان الدور الاجتماعي بمثابة إستثمار مستقبلي لهذه الشركات، ولتحقيق ذلك أوصي الباحث بضرورة قيام الحكومة بجوانب تحفيزيه للشركات مثلاً تخفيض الضرائب أو بعض الإعفاءات الجمركية بالنسبه للشركات التي تدعم المسؤولية الاجتماعية وبذلك فهي تعمل علي تنافس الشركات لاداء واجبها الإجتماعي.

(1) بابا عبد القادر(2012)، المسؤولية الاجتماعية ميزه استراتيجية خالقه للقيمة، دراسة ماجستير غير منشورة،جامعة مستغانم،الجزائر

الدراسة الثانية :دراسة نورا محمد عماد الدين أنور(2010)[1]

مشكلة الدراسة: هل المسؤولية الإجتماعية تعتبر عبئا على عاتق الشركات أم هي مسؤولية أخلاقية تتبناها الشركات لمزيد من الارباح.و من اهم الفروض التي و ضعها الباحث ان المشاكل الاجتماعية تعتبر الموجه الاول لاستراتيجيات التسويق للشركات و بالتالي فهي تعتبر مرحلة و قائية تفرض على الشركات ضرورة الإهتمام بالبيئة الاجتماعية المحيطة بهما،وقد إستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي للوصول الي النتائج والتي تنص الي أن الثقافة العامة السائدة لدى معظم الشركات هي ان المسؤولية الإجتماعية تعتبر خصما على تقدم الشركات و نمو ارباحها بالذات في الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم. وفي النهاية توصل الباحث الى العديد من التوصيات المهمة منهاضرورة قيام الحكومة المصرية باعداد نماذج متعددة للمسؤولية الإجتماعية تتناسب مع أحجام الشركات و طبيعة عملها في مصر و نشر ثقافة المسؤولية الإجتماعية للشركات مع وضع جدولة لمراقبة و تقييم أداء الشركات في هذا الخصوص،وفي الجانب الاخر علي الشركات أن تخصص جزءاً من ميزانيتها السنوية لدعم المسؤولية الاجتماعية والتي سوف تعود عليها بمزيداً من الارباح لأنه في ظل الازمة العالمية فإن وجود البيئة التنافسية لا يعتمد نجاح الشركات فقط على قدرتها لتحويل المدخلات الى سلع و خدمات بل بقدرتها على معالجة القضايا الإجتماعية لان ذلك يحسن من سمعتها لدي المستهلك والذي بدوره يعمل لخلق ولاء من قبل المستهلك تجاه منتجات الشركة وبالتالي تحقق الشركة مزيداً من الارباح من زيادة حجم المبيعات وايضاً تقليص حجم ميزانية الدعاية.

(1) نورا عماد الدين أنور(2010)، المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل الازمة الاقتصاديه العالمية، منشورات مركز المديرين المصري (مسابقة الأبحاث السنوية)، جمهورية مصر العربية

الدراسة الثالثة :دراسة صالح السحيباني (2009)[1]

مشكلة الدراسة:- هل تحَلى الشركات السعودية لمسؤوليتها الإجتماعية تعتبر تفضلاً منها علي المجتمع أم هي ضرورة حتمية تخضع لعملية تبادل المنافع والمكاسب الإقتصادية بين الطرفين. ولحل هذه الإشكالية استخدم الباحث المنهج الوصفي حيث كانت فرضيته الرئيسية التي وضعها هي أن تطور الاعمال مرتبط بشكل كبير بقدرة هذه المجتمعات علي توفير المتطلبات الأساسية التي ساهمت بظهور المبادرات الفردية والجماعية ومؤسسات الاعمال ولذلك يبدو منطقياً القول بأن وجود مؤسسات متطوره مرتبط بوجود مجتمعات متطوره والعكس صحيح.وفي نهاية البحث توصل الباحث الي أن مفهوم المسؤولية الإجتماعية لدي معظم الشركات الحكومية مازالت محصوره في جانب الهبات والمساعدات فهو ليس بالمعني الشمولي الذي يمتد الي الاستثمار في المجتمع وأفراده، لذلك أوصي الباحث بضرورة إعادة وصياغة مفاهيم المسؤولية الإجتماعية من خلال توسيع وتنويع الأنشطة الأجتماعية ونشر ثقافة المسؤولية الإجتماعية والتنمية المستدامه والتي تحقق المكاسب والمنافع للطرفين الشركه والمجتمع.

الدراسة الرابعة :دراسة حسين عبد المطلب السراج (2009)[2]

مشكلة البحث:- هل خصخصة الشركات الحكومية يعني أن يتوقف دورها الإجتماعي أم ان الإلتزام بها تعتبر إستثماراً يعود عليها بزيادة الربح والإنتاج ، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي حيث وضع فرضية ان كثير من اصحاب الشركات الكبري

---

(1) صالح السحيباني (2009)، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنميه، دراسة مقدمه الي المؤتمر الدولي حول التنميه بيروت ، الجمهورية اللبنانية

(2)حسين عبد المطلب السراج(2009)، المسؤولية الإجتماعية للشركات التحديات والأفاق من أجل التنمية في الدول العربية ،دراسة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة

يرغبون في المشاركة الاجتماعية وينظرون الي العملية الاقتصادية علي انها نشاط اجتماعي ووطني وفي نفس الوقت تساعدهم في الحصول علي الشهادات العالمية مثل شهادات الأيزو وفي الجانب الاخر هنالك ضعف في المساهمة بالنسبة للشركات الصغري لانعدام ثقافة المسؤولية الاجتماعية لديها.وهنالك العديد من النتائج التي توصل اليها الباحث منها أن هنالك قوانين وشروط تضعها معظم الحكومات عند خصخصة الشركات وهذه القوانين تلزم الشركات بالالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وفي نفس الوقت هنالك اقبال ذاتي من الشركات علي القيام بواجباتها الاجتماعية وهي تحذو بذلك مناظرة مثيلاتها من الشركات العالمية بغرض الحصول علي الشهادات العالمية والتي تفتح امامها

التوسع نحو السوق العالمية.ولذلك جاء في توصيات الباحث أنه علي الحكومات التي ترغب في خصخصة شركاتها العامه توفير البنيات التحتية الازمه التي تمكن الشركات من القيام بالاتزاماتها الاخلاقية والاجتماعية كما عليها تزويد هذه الشركات بالدراسات والمعلومات علي ضوء الإحتياجات الفعلية للمجتمع.

الدراسة الخامسة:دراسة الطاهر حمزه (2007)[1]

مشكلة البحث:- ما مدي مساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة من خلال الالتزام المسؤولية البيئية والإجتماعية. وحاول الباحث الإجابة علي هذه المشكلة مستخدما المنهج الوصفي التحليلي مع إفتراض ان الإلتزام بالمسؤولية البيئية والإجتماعية يعتبر بديل عن الادوات التقليدية للسياسة البيئية في المؤسسة الإقتصادية، وعليه فقد توصل الباحث الي العديد من النتائج في هذا الشأن من أهمها أن المؤسسة الإقتصادية يمكن أن تتفادي الادوات التقليدية للسياسة البيئية وبهذا يمكن ان تكون أداة بديلة لها ،

(1) الطاهر حمزه(2007)، المسؤولية البيئية والإجتماعية مدخل لمساهمة المؤسسة الإقتصادية في تحقيق التنمية المستدامه،دراسة ماجستير غير منشورة ، جامعة قاصدي مرباح ،الجزائر

اما في حالة فشلها فيمكن للحكومات إدراج ضغط أدوات أخري وفي هذه الحالة تعتبر أداة تكميلية للسياسة البيئية.ولذلك نجد أن من أهم توصيات الباحث أنه علي الحكومات الساعية لتحقيق التنمية المستدامة إرساء مفهوم المسؤولية البيئية وذلك من خلال تقنينها في الانظمة الداخلية للمؤسسة الاقتصادية لتصبح أداة فعالة وبديلة لأدوات السياسة البيئية.

- ❖من الملاحظ ومن خلال إستعراض الدراسات السابقة جميعاً تدل على أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات بصفة عامة بغض النظر عن طبيعة عملها ونشاطها.

أما في هذه الدراسة فلقد تم تصليت الضوء على المسؤولية الاجتماعية لشركات البترول بصفة خاصة ، نسبة لافتقار هذا الجانب لمثل هذا الابحاث المتكاملة . وذلك لان هذهالشركات عادةً ماتقع انشطتها الانتاجية في مناطق شدة وقد يسودها الكثير من النزاعات القبلية والحروب كما هو الحال في مجتمع البحث الخاص بهذه الدراسة .

ويمكن تلخيص ذلك في :

1. بعض الدراسات السابقة تناولت المسؤولية الاجتماعية في ظل الازمة المالية العالمية وبعضها الاخر تناول التحديات التى تواجه الشركات في اطار المسؤولية الاجتماعية ، أما هذه الدراسة فتناولت دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في التنمية .
2. تعتبر هذه الدراسة من اوائل الدراسات التي تتناول المسؤولية الاجتماعية لشركات البترول في السودان .
3. حداثة الفترة التي تتم فيها الدراسة وهذا مايميزها عن دراسة صالح السحيباني.

الفصل الثاني
مفهوم المسؤولية الإجتماعية

ويحتوي علي ثلاثة مباحث وهما :

المبحث الأول :نشأة وتعريف المسؤولية الإجتماعية

المبحث الثاني :مظاهر إحترام المؤسسات لمسؤولياتها الاجتماعية على الصعيد الدولي

المبحث الثالث :مفهوم التنمية وعلاقتة بالمسؤولية الاجتماعية

الفصل الثاني

مفهوم المسؤولية الإجتماعية

تمهيد :

يشتمل هذا الفصل علي مبحثين، حيث يتم تناول نشأة وتعريف المسؤولية الاجتماعية وكذلك خصائصها ومكوناتها في المبحث الأول وذلك من خلال ثلاث مطالب، أما في المبحث الثاني فيتم تناول المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات علي الصعيد الدولي في أربع مطالب تتناول مبادئ وأبعاد ومرتكزات المسؤولية الاجتماعية للشركات، مجالات تطبيق المسؤلية الاجتماعية ، واخيراً المسؤولية الإجتماعية بين المعارضة والتأييد.

المبحث الأول

نشأة وتعريف المسؤولية الإجتماعية

المطلب الاول :- نشأة المسؤولية الإجتماعية للشركات

تشكلت البدايات الأولي للمسؤولية الإجتماعية مع نشأة المجتمعات وتطورت مع تطور الحضارات ونتيجة لإنطلاقة الثورة الصناعية وسيطرة القطاع الخاص وآليات السوق تزايدت الدعوات بضرورة تبني الشركات لدور ملزم وحقيقي في تنمية المجتمعات التي تعمل فيها وتحقق من خلالها الارباح الكبيرة،ومع مطلع السبعينات من القرن الماضي بدأ مفهوم المسؤولية الإجتماعية يأخذ أبعادا أكبر تتعدي الأنشطة التطوعية ليصبح معبراً عنه من خلال سياسات وإستراتيجيات في المؤسسة.

وقبل حلول الالفية الثالثة أطلق الأمين العام السابق للأمم المتحدة (كوفي عنان) مبادرته التي تسعي الي تفعيل دور الشركات في المجتمع والتي سميت بالاتفاق العالمي والذي يضم مجموعة من المبادئ الرئيسية ويكرس مفاهيم التعاون بين قطاع الأعمال

والمجتمعات التي تعمل فيها وتركز هذه المبادئ علي حقوق الانسان والمبادئ والحقوق الأساسية في العمل وحماية البيئة.

وهناك من يري ان المسؤولية الاجتماعية للشركات مرت بثلاث مراحل وهي :-

1- مرحلة إدارة تعظيم الأرباح (1800-1920):

في هذه المرحلة كانت المسؤولية الأساسية للأعمال هي تعظيم الأرباح والتوجه نحو المصلحة الذاتية الصرفة، و رفع شعار"ما هو جيد لي جيد للبلد.

2- مرحلة إدارة الوصاية، من أواخر العشرينات حتى بداية الستينات:

خلال هذه الفترة كانت مسؤولية الأعمال الأساسية هي تحقيق الربح الملائم الذي يحقق المصلحة الذاتية و مصالح الأطراف الأخرى مثل المساهمين و العاملين، أما الشعار خلال هذه الفترة فهو "ما هو جيد للشركات جيد للبلد.

3- مرحلة إدارة نوعية الحياة للفترة من أواخر الستينات حتى الوقت الحاضر:

تقوم المسؤولية الأساسية للأعمال على أن الربح ضروري و لكن الأفراد أهم من النقود، و هذا يحقق المصلحة الخاصة للشركة و مصالح المساهمين و المجتمع ككل، الشعار هو "ما هو جيد للمجتمع هو جيد للبلد[1].

المطلب الثاني : تعريف المسؤولية الاجتماعية :

هناك عدة تعريف ات للمسؤولية الاجتماعية للشركات ، تختلف باختلاف وجهات النظر في تحديد شكل هذه المسؤولية.

فالبعض يراها بمثابة تذكير للشركات بمسؤولياتها وواجباتها إزاء مجتمعها الذي تنتسب إليه ، بينمايرى البعض الآخر أن مقتضى هذه المسؤولية لايتجاوز مجرد مبادرات اختيارية تقوم بها الشركات صاحبة الشأن بإرادتها المنفردة تجاه المجتمع .

(1) نجم عبود نجم،2006، أخلاقيات علم الإدارة في عالم متغير، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية (بحوث و دراسات)، ص :127-128.

ويرى آخرون أنها صورة من صور الملاءمة الاجتماعية الواجبة على الشركا ،إلا أن كل هذه الآراء تتفق من حيث مضمون هذا المفهوم. وسوف نتطرق لبعض هذه التعريفات علي النحو الاتي :-

تعريف البنك الدولي :يعرف البنك الدولي المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها التزام أصحاب النشاطات التجارية بالإسهام في التنمية المستدامة من خلال العمل مع المجتمع المحلي بهدف تحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم الاقتصاد ويخدم التنمية في آنواحد.

معايير مسؤولية المنظمات تجاه المجتمع كما حددها البنك الدولي بأنها:

- الإدارة والأخلاق الجيدة للشركة .
- واجبات المنظمة تجاه العاملين و البيئة.
- مساهمتها في التنمية الاجتماعية[1]

تعريف الاتحاد الأوروبي :-

المسئولية الاجتماعية على أنها مفهوم تقوم الشركات بمقتضاه بتضمين اعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالهم.وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح على نحو تطوعي .

ويركز الاتحاد الأوروبي على فكرة أن المسئولية الاجتماعية هي مفهوم تطوعي لايستلزم سنا لقوانين أو وضع قواعد محددة تلتزم بها الشركات للقيام بمسئوليتها نحو المجتمع[2].

تعريف جمعية الإداريين الامريكين:-هي استجابة ادارة الشركات الي التغير في توقعات المستهلكين والاهتمام العام بالمجتمع والإستمرار بإنجاز المساهمات الفريدة للانشطة التجارية الهادفة الي خلق الثروة الاقتصادية[3].

---

(1)محمد الصيرفي ، 2007، المسؤولية الاجتماعية للإدارة ،دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، الإسكندرية ، مصر، الطبعة الأولى،ص: 17

(2) الحاج حسن ، فبراير، 2004 ,اقتصاديات البيئة، مجلةجسر التنمية، العدد 26 ،الكويت، ص3

(3) طاهر محسن منصور الغالبي وصالح مهدي محسن العامري ، 2005،المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات، مجلة العلم ،الرياض

وبالنظر إلى التعريفات السابقة يمكن القول، بانه لم يتم تعريف مفهوم المسؤلية الاجتماعية بشكل قاطع ومحدد يكتسب بموجبه قوة الزام قانونية وطنية او دولية ، ولا تزال هذه المسؤلية في جوهرها أدبية ومعنويه أي انها تستمد قوتها وقبولها وانتشارها من طبيعتها الطوعية والاختيارية .

ومن هنا فقد تعددت صور المبادرات والفعاليات حسب طبيعة البيئة المحيطة ونطاق نشاط الشركة وأشكاله وماتتمتع به الشركة من قوة مالية وبشرية، وهذه المسؤولية بطبيعتها ليست جامدة بل لها صفة ديناميكية وواقعية وتتصف بالتطور المستمر كي تتوائم بسرعة وفقاً لمصالحها حسب المتغيرات الاقتصاديه والاجتماعية والسياسية.

المطلب الثالث: أسباب تنامي مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات

فرضت مسألة المسؤولية الاجتماعية للشركات نفسها عنوة مؤخراً في محيط العلاقات الاقتصادية سواء الوطنية منها أو الدولية. فمن ناحية، أثارت ردود أفعال المناهضين للعولمة، منذ منتصف التسعينات، وخاصة بعد قيام منظمة التجارة العالمية، الصدى العميق لدى الشركات المتعددة الجنسيات العملاقة حول دورها ومسؤولياتها الجديدة في مواجهة تنامي ظاهرة الفقر والإفقار في العالم، نتيجة التطبيقات الصارمة لتحرير التجارة الدولية. ومن ناحية ثانية، لقد أعادت منظمات دولية غير حكومية لأصحاب الأعمال مثل المنظمة الدولية لأصحاب الأعمال التي تضم 137 اتحاد فيدرالي وطني لأصحاب الأعمال في 133 دولة تقييم أنشطتها والتدقيق في مواثيق إنشاءها لتذكير أعضاءها بمسؤولياتهم الأساسية كممثلين للقطاع الخاص وكرموز لاقتصاديات السوق في عصر العولمة.

ومما أضفى على مناقشة هذه المسالة وبشكل موسع الأهمية والإلحاح إن موجبات المسؤولية الاجتماعية للشركات لا تعني بالضرورة شريحة معينة من الشركات الوطنية والدولية، لان فلسفة هذه المسؤولية مستمدة من طابعها الاختياري المرن والشامل بما يسمح ويشجع كل مؤسسة، أياً كان حجم ونطاق أعمالها، بان تنتهج ما تراه مناسبا

وملائما من الإجراءات والممارسات وفق إمكاناتها وقدراتها المادية وبما يتجاوب مع حقائق السوق ومقتضياته.فالشركات التجارية والاقتصادية والمالية الوطنية والدولية، على حد سواء، ليست بمؤسسات خيرية وإنما هاجسها الأول هو تحقيق أكبر عائد من الربح على أصحابها. ومن هنا تبلورت فكرة وجوب تذكيرها بمسؤولياتها الاجتماعية والأخلاقية حتى لا يكون تحقيق الربح عائداً عن تشغيل الأطفال والإخلال بالمساواة في الأجور وظروف وشروط العمل.علاوة على ما تقدم، فان ضرورة التزام الشركات بمسؤولياتها الاجتماعية تتعاظم دون أدنى شك في حالة وجود ثغرات في التشريعات الوطنية للدول التي تعمل فيها هذه الشركات، أي عندما لا تنظم مثل هذه التشريعات وتضبط مسائل الحقوق الأساسية المنصوص عليها في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان وإعلان منظمة العمل الدولية بشان المبادئ والحقوق الأساسية للإنسان في العمل وإعلان ريو حول البيئة والتنمية المستدامة، وغير ذلك من الصكوك الدولية التي تكفل حماية والحريات الأساسية للإنسان وحماية البيئة.

ولعل قيام الشركات بدورها التجاري في المجتمع يعد أمرًا حيويًا،إذ أن عدم قيامها بذلك قد يضر بسمعتها ومكانتها، ويحملها المزيد من التكاليف الخاصة بممارسة الأنشطة التجارية، ويقلل من قدراتها التنافسية. وفى حقيقة الأمر، تشير العديد من الدراسات إلى أن الممارسات التجارية المسئولة التي تهتم بعوامل أخرى بخلاف مجرد تعظيم الربح في الأجل القصير تساعد الشركات في تحسين نتائج عمالها، كما تجعل أداء هذه الشركات المسئولة يفوق أداء منافسيها. فمزايا تطبيق مفهوم المواطنة الصالحة للشركات هي مزايا واضحة، إذ يمكن استخدام هذا المفهوم كأداة فعالة لتحسين العلاقة بين أصحاب الأعمال والمجتمع، كما يجب مراقبة تطبيقه بدقة نظرًا لأنه يمكن أن يساعد الشركة على تقليل المخاطر التي تواجهها، وتحسين مكانتها، وزيادة حصتها في السوق، ورفع مستوى مبيعاتها، وتعريف المستهلكين بعلامتها التجارية بأسلوب أكثر فاعلية . وهكذا، ستؤدى الممارسات الأخلاقية إلى ارتفاع أرباح الشركات. ورغم ما تمارسه

الحكومات والمستهلكين والمجتمعات أجهزة الأعلام من ضغوط على الشركات حتى تتحمل المزيد من المسئولية تجاه المجتمع، فإن العوامل الرئيسية التي تدفعها لتبنى برامج مواطنة الشركات غالًبا ما تكون عوامل داخلية.

وقد كشف إستقصاء للرأي أجرى مع ما يزيد عن 500 مدير شركة أمريكية من مختلف الأحجام والقطاعات الاقتصادية عن طريق مركز مواطنة الشركات بجامعة بوسطن بالاشتراك مع مركز مواطنة الشركات التابع لغرفة التجارة الأمريكية،أن الدافع الرئيسي لتطبيق الإستراتيجيات الخاصة بمواطنة الشركات يتمثل في التقاليد والقيم التي تنبع من داخل الشركة(75%) والاهتمام بسمعة الشركة ومكانتها (59%).غير أنه برغم تزايد الاهتمام بمفهوم مواطنة الشركات من جانب الشركات الكبرى، لا يزال هناك الكثير من الإجراءات التي يجب اتخاذها. فقد أشارت دراسة عالمية أجراها مركز جالوب أواخر2002 إلى أن ثقة المواطنين في الشركات الوطنية قد انخفضت إلى42% بينما لم تتعد ثقتهم في الشركات العالمية نسبة 39% كما أشارت دراسة أخرى أجراها نفس المركز عام 2003إلى أن 90% من الأمريكيين يشعرون أن المديرين المسئولين عن إدارة الشركات لا يمكن استئمانهم على رعاية مصالح العاملين لديهم، بينما يشعر49% أن المديرين لا يهتمون إلا برعاية مصالحهم الشخصية.

وتثير هذه الأرقام قضيتين: أولهما، أن الشركات تحتاج للقيام بعمل أفضل من خلال توجيه تبرعاتها لصالح برامج التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدول.وثانيهما،أن الشركات في حاجة إلى توجيه مزيد من الاهتمام للآثار الاجتماعية المترتبة على أنشطتها. وإذا لم تقم الشركات بذلك، فقدت تصبح أكثر عرضة للمخاطر في عالم اليوم الذي يتجه بسرعة نحو العولمة، حيث يكون المستهلكون مستعدين لمعاقبة الشركات من خلال آليات السوق عن الممارسات التي يعتبرونها غير عادلة.

وفى واقع الأمر،أشارت دراسة بعنوان المرصد السنوي للمسئولية الاجتماعية للشركات صادرة عن (**Environics International**) .أن 27% من المستهلكين في 25دولة

عاقبوا الشركات عن الممارسات التجارية غير المسئولة،وأن 27%منهم فكروا في القيام بذلك. كما أشارت دراسة أخرى أجرتها شركة أسترالية تعمل في مجال استعلامات التسويق إلى أن 68% من المستهلكين الأستراليين عاقبوا الشركات عن السلوك غير الأخلاقي، وغالبا ما يأخذ العقاب شكل تحول المستهلكين لمنتجات شركة منافسة. ورغم أن المستهلكين في الدول المتقدمة يبدون استعدادًا أكبر للقيام بذلك، فإن هذا الاتجاه يوجد بوضوح أيضا في بعض الدول النامية. إن الاستياء المتزايد من جانب المواطنين تجاه الشركات الكبرى يجب أن يكون جرس إنذار لكافة الشركات التجارية لكي تضع وتطبق استراتيجيات فعالة تهدف إلى تحسين البيئات التي تعمل فيها واستعادة ثقة المستهلكين.

كما تشير الإحصاءات إلى أن 73% من قادة الأعمال في أوروبا، يؤمنون أن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يمكن أن يسهم بشكل فعال في رفع القاعدة الإنتاجية إلى أقصى مداها، وهناك دراسة صدرت عن جامعة هارفارد أثبتت أن الشركات التي تطبقها نمت بمعدل أربعة أضعاف، عن تلك التي لم تتبن هذا المجال، إضافة إلى أن تثقيف الموظف بهذا المفهوم سيسهم في تخفيف الأعباء عن الشركات، وزيادة الإنتاجية، وخفض التكاليف التي يتسبب بها الغياب والفواتير الصحية بنسبة 30.% وقد أشارت العديد من الدراسات إلى ان بروز وتنامي مفهوم المسؤولية الاجتماعية جاء نتيجة العديد من التحديات كان من أهمها[1] :-

1- **العولمة** :-وتعد من أهم القوى الدافعة لتبني المنظمات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث أضحت العديد من الشركات متعددة الجنسية . ترفع شعار المسؤولية الاجتماعية، و أصبحت تركز في حملاتها الترويجية على أنها تهتم بحقوق الإنسان، وأنها

(1) فؤاد محمد حسين الحمدي،2003 ، الأبعاد التسويقية للمسؤلية الإجتماعية للمنظمات، وإنعكاساتها علي رضى المستهلك، دراسة تحليلية لأراء عينة من المديرين والمستهلكين في عينة من المنظمات المصنعة للمواد الغذائية في اليمن،جامعة حضرموت،كلية الإقتصاد،ص ص 35-36

تلتزم بتوفير ظروف عمل آمنة للعاملين، وبأنها لا تسمح بتشغيل الأطفال، كما أنها تهتم بقضايا البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية.

2- **تزايد الضغوط الحكومية والشعبية** :من خلال التشريعات التي تنادي بضرورة حماية المستهلك والعاملين والبيئة، الأمر الذي قد يكلف المنظمة أموالاً طائلة إذا ما رغبت في الالتزام بتلك التشريعات، وبخلاف ذلك قد تتعرض للمقاطعة والخروج من السوق بشكل عام.

3- الكوارث والفضائح الأخلاقية:-حيث تعرضت الكثير من المنظمات العالمية لقضايا أخلاقية، مما جعلها تتكبد أموالاً طائلة كتعويضات للضحايا أو خسائر نتيجة المنتجات المعابة، كما حدث في كارثة التلوث النفطي للمياه في ساحل ألا سكا والتي تسببت فيها شركة إكسون النفطية ،أو كما حدث في فضيحة الرشوة في شركة بانكو في الارجنتين.

4- **التطورات التكنولوجية المتسارعة:**والتي صاحبتها تحديات عديدة أمام منظمات الأعمال فرضت عليها ضرورة الالتزام بتطوير المنتجات، وتطوير مهارات العاملين، وضرورة الاهتمام بالتغيرات في أذواق المستهلكين و تنمية مهارات متخذي القرار. خاصة في ظل التحول من الاقتصاد الصناعي إلى اقتصاد قائم على المعلومات والمعرفة، وزيادة الاهتمام برأس المال البشري بدرجة اكبر من راس المال المادي. وبالتالي نجد انه مع تغير بيئة العمل العالمية، فان متطلبات النجاح والمنافسة تغيرت أيضا. إذ أصبح لزاماً على منظمات الأعمال أن تضاعف جهودها، وان تسعى نحو بناء علاقات استراتيجية اكثرعمقاً مع المستهلكين والعاملين وشركاء العمل ودعاة حماية البيئة والمجتمعات المحلية والمستثمرين،حتى تتمكن من المنافسة والبقاء في السوق. حيث ان بناء هذه العلاقات من شأنه أن يعمل على تكوين أساس لاستراتيجية جديدة تركز على أفراد المجتمع، وبالتالي تتمكن منظمات الأعمال من مواجهة التحديات التي تتعرض لها في عصرنا الراهن[1].

(1) سرمد كوكب الجميل (2011)، الاستثمار الأجنبي المباشر في الأقطار العربية، دار الحامد للتوزيع والنشر، ص8

المبحث الثاني

مظاهر إحترام المؤسسات لمسؤولياتها الاجتماعية على الصعيد الدولي

المطلب الأول : مبادئ ومرتكزات المسؤولية الاجتماعية للشركات:-

تطلعت كافة الدول المتقدمة والنامية أيضا في العصر الحديث إلي وضع استراتيجيات يرتكز عليها النمو الاقتصادي للمجتمع المحلي والدولي، ومن هنا ظهرت وتطورت مجموعة من التطلعات والحوافر التي من شأنها أن تساعد على زيادة دمج ومشاركة القطاع الخاص في المسئولية الاجتماعية ، ولم يعد تقييم شركات القطاع الخاص يعتمد على ربحيتها فحسب، ولم تعد تلك الشركات تعتمد في بناء سمعتها على مراكزها المالية فقط، فقد ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية عبر أنحاء العالم.

وتبلورت على الصعيد الدولي عدة مرتكزات وأسس عمل باتت تعد من قبيل المراجع الواقعية في تحديد نطاق وأبعاد المسئولية الاجتماعية للشركات. وفي هذا الخصوص نذكر ما يلى[1] :-

1- مبادرات عالم الأعمال، ميثاق غرفة التجارة الدولية بشأن التنمية المستدامة.

2- إعلان المبادئ الثلاثية حول الشركات المتعددة الجنسيات والسياسية الاجتماعية الصادر عن منظمة العمل الدولية، المبادئ التوجيهية لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية بشان الشركات المتعددة الجنسيات، الميثاق العالمي.

3-المبادرات الصادرة عن المنظمات غير الحكومية ، توجيهات منظمة العفو الدولية في مسائل حقوق الإنسان في المؤسسات، المدونة الأساسية لممارسات العمل الصادرة عن الاتحاد الدولي للنقابات الحرة، والسكرتاريات المهنية الدولية.

---

(1) صالح السيحيباني، 2009 ،المسؤولية الإجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية،المؤتمر الدولي حول القطاع الخاص في التنمية ،بيروت، لبنان .

- المبادرات ذات الطابع الحكومي الصادر عن حكومة الولايات المتحدة، الوثيقة البيضاء الصادرة عن المفوضية الأوروبية.

4- المبادرات التجارية ،المبادرات التي وضعتها المؤسسات العالمية ذاتها مثل مختلف مدونات السلوك الفردية، آليات التقارير. وجميع هذه المبادرات وغيرها لا تشكل نموذجاً عالمياً موحداً، ولا تفرض في حد ذاتها قيودا والتزامات على المؤسسات، وإنما هي أنماط وسلوك عمل يتسم بالمرونة والتنوع كي تسترشد بها المؤسسات صاحبة القرار في تحديد ما يلائمها ويتفق مع مصالحها وبرامج عملها وصولاً للنتائج المبتغاة منها.

5- الميثاق العالمي للمسئولية الاجتماعية وهو مبادرة دولية صدر في عام ١٩٩٩، دعت بمقتضاها الأمم المتحدة الشركات للتحلي بروح المواطنة المؤسسية، وزيادة مساهمتها في التصدي لتحديات العولمة، والمشاركة الطوعية في التنمية المستدامة.ويعتبر الميثاق المسئولية الاجتماعية للشركات بأنها هي كل ما تقوم به الشركات ، أياً كان حجمها أو مجال عملها، طواعيةً من أجل تعظيم قيمتها المضافة للمجتمع ككل. والمسئولية الاجتماعية هي مسئولية كل شخص بالشركة وليست مسئولية إدارة واحدة أو مدير واحد. وتبدأ المسئولية الاجتماعية للشركات من التزام الشركات بالقوانين المختلفة خاصةً ما يتعلق بحقوق العاملين، والحفاظ على البيئة، وتنمية المجتمع. وتم تشجيع الشركات على الالتزام بالمبادئ العشر للميثاق العالمي للأمم المتحدة والتى يجب مراعاتها بشكل يومي عند اتخاذ كافة القرارات ووضع الإستراتيجيات. وتم تشجيع الشركات ليس فقط على الالتزام بتلك المعايير، وإنما أيضاً محاولة الامتناع عن عقد صفقات تجارية مع الشركات التي لا تحترم كل أو بعض تلك المعايير.

تقسم المبادئ العشر للاتفاق العالمي للمسئولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات الى المجموعات الأربعة التالية :-

1- حقوق الإنسان :

- دعم حماية حقوق الإنسان المعلنة دوليا واحترامها .
- التأكد من عدم الاشتراك في انتهاكات حقوق الإنسان

2- **معايير العمل :**

- احترام حرية تكوين الجمعيات والاعتراف الفعليبالحقفيالمساومةالجماعية.
- القضاء على جميع أشكال السخرة والعمل الإجباري.
- القضاء على عمالة الاطفال.
- القضاء على التمييز في مجال التوظيف والمهن.

3- المحافظة على البيئة :

- تشجيع إتباع نهج احترازي إزاء جميع التحديات البيئية
- الاضطلاع بمبادرات لتوسيع نطاق المسؤولية عن البيئة.
- تشجيع تطوير التكنولوجيا غير الضارة بالبيئة ونشرها

4- مكافحة الفساد بكل أشكاله، بما فيها الابتزاز والرشاوي

المطلب الثاني :- أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات

عند تناول ابعاد المسؤلية للشركات لابد من القول أن تلك الالتزامات التي تتحملها الشركة تجاه المجتمع لا تتحدد بحدود معينة ، ولا يمكن رسم خطواتها وحدودها ، إنها واسعة الأبعاد والتوجهات والمنطلقات إنها احترام النظام السياسي لا العمل على تقويضه ، وأنها العمل على احترام قوانين العمل وحفظ لحقوق العاملين والإنسان إنها تقويض للممارسات الفاسدة السائدة في المجتمع المضيف وليس اعتماد الفساد وسيلة للربح وبناء القدرة ، احترام للقوانين والأعراف والقيم ، إنها إفصاح للأنشطة والآليات

وشفافية في التعامل وبعكسه ينتفي الهدف الذي تسعى اليه الدول النامية من استضافة تلك الشركات.

1- البيئة 2- التشغيل 3- تحويل الأموال

4- المنافسة 3- تحويل الأسعار 6- الضرائب

7- نقل التكنولوجيا 8-الإفصاح والشفافية- الاستثمار الأجنبي المباشر والتنمية

ان الأبعاد سابقة الذكر يمكن قد أعيد ترتيبها بصيغة تشكل التزامات الشركة تجاه مجتمعها ، وقد تمحورت تلك الالتزامات فيما يلي[1]:-

1- **البعد الإقتصادي** :-

هذا البعد يشير إلى خلق القيمة من خلال إنتاج السلع والخدمات ، ومن خلال خلق فرص العمل ومصادر الدخل.

2-البعد الاجتماعي :-

وهذا يشمل مجموعة متنوعة من الجوانب المتعلقة بتأثير عمليات الشركة على البشر داخل وخارج المنظمة ،مثل علاقات العمل السليمة والصحة والسلامة.

3- البعد البيئي :- هذا البعد يتعلق بآثار أعمال وأنشطة الشركة على البيئة الطبيعية.

المطلب الثالث :- مجالات وجوانب المسؤولية الاجتماعية للمنشأة الإقتصادية

إن المؤسسة التي تود ممارسة مسؤوليتها الإجتماعية أو تلتزم بمبادئ التنمية المستدامة تعمل علي ذلك من خلال تطبيقها في المجالات التالية[2] :-

المالكون :- في هذا الجانب يجب علي الإدارة حماية أصول المنشأة، تحقيق أكبر ربح ممكن، رسم صورة جيدة للمنشاة تعظيم قيمة السهم و المنشاة ككل، زيادة حجم المبيعات.

---

(1) طاهر محسن الغالبي،صالح العامري،2005، المسؤولية الإجتماعية وأخلاقيات الإدارة، وائل للنشر والتوزيع الأردن،ص51

(2) بابا عبد القادر، فبراير 2010،المسؤولية الإجتماعية ميزة إستراتيجية خالقه للقيمة ،مجلة جسر التنمية ،المعهد العربي للتخطيط، العدد التسعون، ص14

العاملون :- إن العدالة الوظيفية ، الرعاية الصحية، رواتب و أجور مدفوعة، إجازات مدفوعة، فرص تقدم و ترقية، تدريب مستمر، إسكان للعاملين و نقلهم، ظروف عمل مناسبة.كل ذلك من الامور التي يجب ان تهتم بها المؤسسة في سبيل تحقيق المسؤولية الاجتماعية.

الزبائن :- أما في هذا الصدد فيجب توفير أسعار مناسبة، الإعلان الصادق، منتجات آمنة و بنوعية جيدة، إرشادات بشان استخدام المنتج ثم التخلص منه أو من بقاياه.

المنافسون :- وفي جانب المنافسون يجب علي المؤسسة ان تقوم بتزويد المعلومات الصادقة معلومات، عدم سحب العاملين من الآخرين بوسائل غير نزيهة، منافسة عادلة و نزيهة.

المجتمع :- وهي من الجوانب المهمةالتي تتمحور في خلق فرص عمل، احترام العادات و التقاليد، توظيف المعوقين، دعم الأنشطة الاجتماعية، دعم البنية التحتية، الصدق في التعامل ، المساهمة في حالة الكوارث.

البيئة :- التشجير و قيادة المساحات الخضراء، المنتجات غير الضارة، الحد من تلوث الماء و الهواء و التربة، الاستخدام الأمثل للموارد و خصوصا غير المتجددة منها.

الحكومة :- ان الالتزام بالقوانين الحكومية والإهتمام بإعادة التأهيل و التدريب، تكافؤ الفرص بالتوظيف، حل المشكلات الاجتماعية ، تسديد الالتزامات الضريبية من الإلتزامات الضرورية التي من المفترض ان تفي بها المؤسسة تجاه الحكومة .

جماعات الضغط :- وهي الجهات التي تمثل الرقابة المباشرة وغير المباشرة علي المؤسسة ولذلك يجب التعامل الصادق مع الصحافة، احترام أنشطة جماعات حماية البيئة، التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك، احترام دور النقابات العمالية و التعامل الجيد معها.

المطلب الرابع:- المسؤولية الاجتماعية بين مؤيد ومعارض

1- الحجج المؤيدة للقيام بمهام المسؤولية الاجتماعية:

يمكن حصر حجج المؤيدين لتبني المسؤولية الاجتماعية فيما يلي[1]:-

- المنظمة جزء لا يتجزأ من المجتمع الذي تتواجد فيه لذا عليها أن تلعب دورا كبيرا في تحقيق أهدافه المختلفة.
- تزداد الأرباح على المدى البعيد إذا تبنت المنظمة دورا اجتماعيا.
- الدور الاجتماعي هو رد فعل على النقد الموجه للمنظمة و هو اهتمامها بالأرباح وإهمال المتطلبات الاجتماعية.
- الصورة العامة للمنظمة ستكون أفضل حينما تلعب دورا اجتماعيا.
- التقليل من إجراءات الحكومة و قوانينها المتعلقة بالتدخل في شؤون الشركة.
- المسؤولية الاجتماعية شكل من التدابير الوقائية لتجنب المشاكل الاجتماعية المعقدة التي ستحدث عاجلا أم آجلا.

2- الحجج المعارضة للقيام بمهام المسؤولية الاجتماعية:

تنطلق الحجج المعارضة من اعتبار أن الالتزام الاجتماعي يتعارض مع الهدف الرئيسي للمنظمة و هو تحقيق الربح، أما الحجج الأخرى فهي كالتالي[2]:

- الالتزام بمهام المسؤولية الاجتماعية يحول المنظمة إلى شكل لا يختلف عما هو سائد في المنظمات الحكومية.
- إذا انفردت المنظمة بإنفاق المبالغ على تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية، فان ذلك يعني تحملها تكاليف إضافية تنعكس على زيادة أسعار السلع التي تتعامل بها، و بالتالي تنعكس سلبا على موقفها وقوتها التنافسية في السوق.

---

(1) المرجع السابق،ص ص :69-71

(2) ثامر ياسر البكري،2001، التسويق و المسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، ص ص : 53-54.

- محدودية الخبرة و المهارة المتاحة لدى منظمات الأعمال في معالجة المشكلات الاجتماعية التي تعترض عملها.
- تضعف الأهداف الرئيسية الأخرى لمنظمة الأعمال لكونها تستنزف طاقة ليست بالقليلة من جهد المنظمة،كما أن المشكلات الاجتماعية هي من مسؤولية الدولة فقط.

المبحث الثالث

مفهوم التنمية وعلاقتة بالمسؤولية الاجتماعية

المطلب الأول : مفهوم التنمية :

أحياناً يستخدم لفظ النمو محل التنمية والعكس ، ولذا من الضروري أن تتم الإشارة إلى الفرق بين التنمية والنمو كمدخل لتعريف التنمية .

فلقد أجمع العديد من الاقتصاديين على أن النمو الاقتصادي هو زيادة الناتج القومي الإجمالي خلال فترة طويلة من الزمن ، بحيث يضم بالإضافة إلى زيادة الناتج زيادة في الطاقة الإنتاجية ونصيب الفرد من الدخل ، بينما يقصد بالتنمية الاقتصادية تغيير حالة المجتمع وليس مجرد تحقيق نمو في الناتج ، فالتنمية ترمي إلى معنى أبعد من ذلك هو التغيير البنياني الشامل [1].

ويمكن حصر تعريفات التنمية عند الفكر الوضعي فيما يلي :

تعريف باران [2]ويرى أن التنمية الاقتصادية هي : الزيادة على مر الزمن في إنتاج السلع المادية بالنسبة للفرد ، أما الدكتور عجمية فيرى أن التنمية : مجموعة المحاولات التي

---

[1]) د. صلاح الدين نامق،(1993)، الجوانب الأخلاقية في التنمية، دار النهضة العربية، القاهرة، ص 18

[2] باران ،(1996) الاقتصاد السياسي والتنمية ، ترجمة أحمد فؤاد،بلبع، دار القلم ، القاهرة، ، صـ 3 .

تهدف إلى تغيير الهيكل الاقتصادي للمجتمع بما يترتب عليه تحسين الوضع النسبي لرأس المال وفي نفس الوقت استخدامه لأقصى درجة من الكفاية [1].

المطلب الثاني : صلة التنمية بالنفط :

لقد برزت صلة التنمية بالنفط في العالم منذ اكتشاف النفط وتطورت هذه الصلة بسرعة وذلك بفضل تعدد مشتقات النفط وتعدد استخداماته في العديد من المجالات الاقتصادية ، حيث ساهم النفط عبر التاريخ في بناء وتحريك اقتصاديات العالم وكان له دور فاعل في التقدم الاقتصادي للدول الغربية ، كما أظهر زيادة مقدرة في الدخل القومي وتحسن في اقتصاد العديد من الدول النامية المصدرة له مثل السودان وظهر عبئه المالي واضحاً على اقتصاديات الدول المستوردة له ، فالنفط أحد العناصر التي أصبح توفرها أمراً ضرورياً في التنمية بسبب الصلة القوية التي تربطه بها .

المطلب الثالث:-مقومات التنمية في السودان :

السودان من الدول النامية التي تتمتع بمقومات التنمية الأساسية فمن حيث المساحة تبلغ مساحته مليون ميل مربع ، وبه إمكانيات هائلة من الموارد الطبيعية والبشرية وهو يقع في مقدمة الدول العربية الأفريقية النامية التي تتمتع بمثل هذه الموارد ، فمن حيث المياه العزبة به نهر النيل وروافده العديدة والذي يعتبر ثاني أكبر نهر في العالم هذا بالإضافة إلى المياه الجوفية التي تغطي معظم المساحات البعيدة عن النهر كحوض البقارة وحوض بارا ، ومعظم أراضي السودان خصبة وتبلغ مساحة الغابات 17.62% من المساحة الكلية ، وتقدر الثروة الحيوانية بحوالي (104) مليون رأس تشمل كلاً من الأبقار، الضأن، الماعز، والجمال.

ومن المحاصيل الرئيسية التي تزرع القطن والصمغ والفول السوداني والسمسم والذرة والقمح وأيضاً بالإضافة الي كميات ضخمة من من النفط والغاز والعديد من المعادن .

---

[1] د. عبد العزيز عجمية ود. محمد الليثي ،(1980)، التنمية الاقتصادية مفهومها ونظرياتها ، دار المجمعات المصرية ،القاهرة، ص 35 .

أما في جانب الموارد البشرية فإن السودان به حوالي 30.89 مليون نسمة تقريباً كما جاء في التعداد السكاني السوداني الخامس(2008م) وحجم مقدر من القوى العاملة الماهرة والتي تحتاج إلى مزيد من التدريب وكسب المهارات الفنية حيث هناك قصور في هذا الجانب ، كما أن هجرة العقول والكوادر إلى الخارج واستقرارها هنالك نهائياً ولفترات طويلة أفقد السودان أحد مقومات التنمية. ومن المفترض أن يرتكز الاقتصاد السوداني على النشاط الزراعي ولكن هنالك العديد من العوامل التي أدت الي تدهور هذا القطاع[1].

أما قطاع التجارة والخدمات فهو الآخر مساهمته ضعيفة بسبب ضعف القطاع الرئيسي وهو الزراعة والقطاع المكمل له وهو الصناعة .

بالرغم من تمتع السودان بمقومات التنمية التي تتمثل في موردين اساسيين هما الموارد الطبيعية والبشرية إلا أن، هذه الموارد لم تستغل من أجل النهوض باقتصاده ويرجع ذلك إلي العديد من العوامل أهمها :

1- **العوامل السياسية والتنظيمية** : وتتمثل في الحروب الأهلية التي دامت لأكثر من أربعين عاماً ولتي أدت إلى توجيه الموارد إلى آلة الحرب بدلاً من التنمية ، كما خلفت الأوضاع السياسية غير المستقرة بعض العوامل كالمحاباة والقبلية والحزبية في الاختيار للوظيفة العامة مما أدى ذلك إلى غياب الكادر الإداري والتنظيمي وبالتالي غياب التخطيط السليم.

2- **الأوضاع الاجتماعية** : والمتمثلة في غياب البنيات الأساسية من طرق وإتصالات تربط بين مناطق السودان المختلفة ، وتردي الأوضاع الصحية والتعليمية مما أدى إلى إنتشار الأمراض وتلوث البيئة واستمرار الأمية والجهل في السكان وبالتالي زيادة نسبة البطالة .

---

[1] عبد الوهاب عثمان شبخ موسى ، سبتمبر (2001م)، منهجية الإصلاح الاقتصادي في السودان ، دراسة تحليلية للتطورات الاقتصادية في السودان خلال الفترة (1970 – 2000م)، مطابع السودان للعملة،ص47 .

3-**الأوضاع الاقتصادية** : إن الظروف السياسية والاجتماعية قد خلفت أوضاعاً اقتصادية جعلت السودان الغني بموارده الطبيعية والبشرية دولة تعيش في تخلف دائم حيث لم تستطع استغلال هذه الموارد وتحقيق تنمية لمجتمعه وبالتالي ظلت مقومات التنمية دون فائدة لعدم استغلالها .

ولمعالجة هذه الأوضاع مجتمعة تحتاج إلى جهود كبيرة ومن ورائها عنصر هام هو التراكم الرأسمالي والذي بدونه لا يمكن إصلاح هيكل الاقتصاد الذي يحتاج لاستغلال الموارد الطبيعية والبشرية وتحريك جمود الاقتصاد وبالتالي تصحيح الأوضاع ككل.

المطلب الرابع :- المسؤولية الاجتماعية = التنمية المستدامة[1]

مفهومي المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة مفهومين قريبين جداً، فالأول يعني دمج الإهتمامات الاجتماعية والبيئية في النشاطات التجارية، ويتتطلب الثاني التوفيق بين الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية .

هنالك علاقات معروفه بين المؤسسة والمجتمع، فالمؤسسة تثري او تفقر محيطها من خلال نشاطها الاجتماعي، ولكن من جهة أخري لا يمكن للمؤسسة أن تستثمر لسنوات من دون أن توفر بيئة تتوفر فيها شروط نجاحها واستمرارها (عمال مهره،بنية تحتية، خدمات عمومية ذات جودة،إستقرار وتكامل الجسم الاجتماعي...) لذلك فان توفير المؤسسة لهذا الجو الملائم للعمل يعود عليها بالمنفعة في الامد الطويل.

وتضمين المؤسسة في التنمية الاقتصادية المحلية لايكون بالتركيز فقط علي الجوانب الاخلاقية في المجتمع ولكن أيضاً علي أساس منطلق من الشرعية والفعالية،فالمؤسسة في نهاية الامر لاتتعامل علي أساس من المشاعر والوطنية فحسب- عندما تستثمر لإعادة تهيئة محيطها- بل هي تقوم بذلك لأنها تنتظر عائداً من وراء ذلك ، ذلك لأن العمل في محيط حساس ومضطرب إجتماعياً يعتبر تهديداً لعمل المؤسسة وتواجدها، في حين أن

(1)المرجع السابق،ص19

النسيج الإجتماعي المتماسك يحسن من أداء المؤسسة، كما أن العائد علي الإستثمار بالنسبه للمؤسسة المنخرطة في خدمة المجتمع ماهو في واقع الأمر سوي إثراء وتحسين لنوعية الموارد الموجودة في المحيط والتي قد تحتاج لها المؤسسة ، لأجل ذلك كله من المهم للمؤسسة أن تعبرعن إلتزامها تجاه المجتمع من خلال خلق فرص للعمل،تكوين العاملين ،تحسين الخدمة للزبائن، الإندماج في الخدمات التطوعية وحملات التوعية،المساهمة في مشاريع البنية التحتية والمشاريع الاجتماعية التنموية (تعليم ،صحة ...الخ)، إحترام حقوق الإنسان وحماية البيئة ، فكلما كانت المؤسسة عضواً فعالاً في المجتمع يمكن أن تندمج بنجاح في هذا المجتمع .

الفصل الثالث

واقع المسؤولية الإجتماعية في الإسلام والوطن العربي

ويحتوي علي مبحثين هما :

المبحث الاول : تنظيم الإسلام للمسؤولية الاجتماعية للشركات في الوطن العربي

المبحث الثاني : طبيعة المسؤولية الإجتماعية عند الشركات في الدول العربية

الفصل الثالث

واقع المسؤولية الإجتماعية في الإسلام والوطن العربي

تمهيد :

في هذا الفصل تم تناول المسؤولية الاجتماعية من منظورين منظور إسلامي ومنظور عربي. تم ذلك من خلال مبحثين،حيث تم تناول كيفية تنظيم الاسلام للمسؤولية الإجتماعية للشركات تجاه حملة الأسهم ، العاملين،المجتمع واخيراّ الحكومه من خلال المبحث الأول، أما في المبحث الثاني فقد تم تناول المسؤولية الاجتماعية للشركات في الوطن العربي وذلك من خلال أربعه محاور تناولت ملامح المسؤولية الاجتماعية العربية ،المؤسسات التي تختص وتهتم بها، معوقاتها،واخيراً كيفية تفعيل دور المسؤلية الاجتماعية للشركات ومساهمتها في التنمية.

المبحث الاول

تنظيم الإسلام للمسؤولية الاجتماعية للشركات في الوطن العربي

في هذا المبحث تم تسليط الضوء علي الجانب الاسلامي للمسؤولية الاجتماعية للشركات وذلك بإعتبار أن غالبية البلدان العربية هي بلدان إسلامية وبالتالي تستمد قوانينها المتعلقة بالمسؤولية الإجتماعية من منظور إسلامي وهو المنظور الذي يحكم التعاملات المالية والإستثمارية للشركات الوطنية مع محاولة إلزام الشركات الأجنبيه بذلك، وجاء التطرق لهذا الجانب علي وجه العموم بأن معظم البلدان العربية هي بلدان إسلامية.

المطلب الأول:- المسؤولية الاجتماعية تجاه حملة الأسهم

حملة الأسهم هم الملاك الحقيقيون للشركة، فيجب أن تتعهد المنظمات بالإدارة الجيدة لأموالهم، و لهم الحق في معرفة الكيفية التي تدار بها أموالهم، من منظور إسلامي تعد منظمات الأعمال أمينة على ذلك في إطار مفهوم الأمانة، ويتوجب أيضا على

المنظماتأن توفر لهمقدرا من عوائد استثماراتها والتي يجب أن تستخدم على النحو الأمثل، وينبغي أن تتم الإدارة على أساس توافق الآراء انطلاقا من مبدأ الشورى، كما ينبغي أن تكون المعاملات التجارية و ما ينتج عنها من ربح و خسارة شفافة و بعيدة عن الغش و التدليس و خاضعة للمسائلة، و من المهم أن يدون أي اتفاق بين المنظمة و حملة الأسهم خطيا لتجنب أي اختلافات لاحقا.

المطلب الثاني:- المسؤولية الاجتماعية للشركة تجاه العاملين فيها:

تضمنت الشريعة الإسلامية ضوابط حفظ حقوق العاملين من أهمها:

للعامل الحق في مستوى معيشي لائق، فالله عز و جل كرم الإنسان و رفعه فوق كل المخلوقات فلا يجوز أن تكون كرامته عرضة للانتقاص بسبب عدم كفاية أجره للوفاء بحاجاته الأساسية و حاجات من هم في كفالته[1]، ولقد أكد الله سبحانه وتعالى على ذلك فقال :﴿ وَلَا تَبۡخَسُواْ ٱلنَّاسَ أَشۡيَآءَهُمۡ ﴾ (الأعراف: 85).

- التعجيل في إعطاء أجر العامل لقول رسول الله صلى الله عليه وسلم :" أعطوا الأجير أجره قبل أن يجف عرقه "(رواه البخاري).
- حق العامل في الحرية وإبداء رأيه و المشاركة في اتخاذ القرارات في إطار مبدأ الشورى والتي أشار إليها الله عز وجل: ﴿ وَأَمۡرُهُمۡ شُورَىٰ بَيۡنَهُمۡ ﴾ (الشورى : 38).
- أن تكفل الشركة للعامل حق الكفاية عند العجز أو البطالة وفي ظل الأزمات، وقد وضع الإسلام نظاما فريدا للضمان الاجتماعي يضمن لكل إنسان حق الحياة الكريمة وقوام هذا الضمان هو نظام الزكاة ونظام الزكاة التكافل الاجتماعي[2].
- تحسين علاقات العمل، و صون الحقوق من خلالإقامة الحق والعدل بين الناس، ذلك أن إقامة الحقوالعدل تشد علاقات الأفراد بعضهم ببعض وتقوية الثقة بين العامل

---

(1) حميد ناصر الزري، (1998)، مفهوم العمل في الإسلام و أثره في التربية الإسلامية، منشورات دار الثقافة و الإعلام، الشارقة، 1، ص : 22

(2) حسين حسين شحاتة، مرجع سابق.ص702

وصاحب العمل وتنمي الثروة وتزيد من الرخاء ويمضي كل من العامل وصاحب العمل إلى غايتهما في العمل والإنتاج دون أن يقف في طريقه مايعطل نشاطه.

- ساوى الإسلام بين الرجل و المرأة في حق العمل، فأباح للمرأة أن تضطلع بالوظائف و الأعمال المشروعة التي تحسن أدائها و لا تتنافر مع طبيعتها و لم يقيد هذا الحق إلا بما يحفظ للمرأة كرامتها و يصونها من التبذل[1].

المطلب الثالث:- مسؤولية الشركة تجاه المجتمع من منظور إسلامي:-

- حث الدين الإسلامي على ضرورة أن يكون للمجتمع الذي تعمل فيه المنظمة نصيب من الخير الذي يجنيه جراء قيامها بأنشطتها المختلفة، و يمكن الاستشهاد بقوله صلى الله عليه و سلم : "خيركم خيركم لأهله" أخرجه الترمذي[2]، و تنعكس رؤية الإسلام لمشاركة منظمات الأعمال في التنمية الاجتماعية من خلال عدة نشاطات منها:
- تحقيق مبدأ تكافؤ الفرص للجميع بلا تفريق بين جنس أو طبقة أو لون أو دين، أي أن الجهد الإنساني كله يجب أن يتعاون في إيجاد التنمية الاجتماعية الشاملة[3].
- الابتعاد عن المعاملات التجارية التي تؤثر سلبا على المجتمع و الابتعاد عما حرمه الإسلام مثل الربا و الاحتكار و الغش و الغبن و الربح الفاحش و الاكتناز.
- الاقتصاد الإسلامي هو اقتصاد قناعة، و في ذلك حث للشركات على ضرورة الاستخدام الأمثل و المخطط للموارد، فلا تحدث حينئذ مشكلة اقتصادية حقيقية.
- ممارسة العمل الخيري و العمل الاجتماعي التطوعي سواء بالرأي أو بالعمل أو بالتمويل، و دعم المؤسسات الخيرية، و تمويل المشاريع الاجتماعية و التنموية.

---

(1) عبد الرحمن بكر،(1970)، علاقات العمل في الإسلام، الهيئة العامة لشؤون المطابع، مصر، ص ص : 30-31

(2) فؤاد محمد حسين الحمدي،(2003)، "الأبعاد التسويقية للمسؤولية الإجتماعية للمنظمات و انعكاساتها على رضا المستهلك"، (رسالة دكتوراة في تخصص فلسفة في إدارة الاعمال-جامعة بغداد، غير منشورة)، العراق، ص : 74.

(3) محسن عبد الحميد،(1989)، الإسلام و التنمية الاجتماعية، دار المنارة للنشر و التوزيع، جدة، السعودية، الطبعة الأولى، ص : 46

- منع التعسف في استعمال الحق و تحديد حرية الأفراد لصالح الجماعة، و الانتفاع بالمباح بشرط عدم الضرر بالمصلحة العامة.

المطلب الرابع :- المسؤولية الاجتماعية للشركات تجاه الحكومة:-

منظمات الأعمال مسئولة اجتماعيا تجاه الحكومة حيث عليها أن تلتزم بدفع الزكاة ففي بعض البلدان هناك وكالات حكومية دينية تقوم بجمع الزكاة، كما يتعين عليها الامتثال ودفع الضرائب المفروضة و ممارسة العمليات التجارية والأنشطة وفقا للقوانين التي تحددها الحكومة، كما ينبغيأن تشارك المنظمة في الأنشطة الاجتماعية وتكون داعمةلسياسات الحكومة خصوصا تلك التي تدعم التنمية الاقتصادية و الاجتماعية.

المطلب الخامس:-المسؤولية الاجتماعية للشركة تجاه البيئة من منظور إسلامي:-

من المبادئ الشرعية التطبيقية في الحفاظ على سلامة ما يلي[1]:

- **حفظ البيئة من التلف:**-من المنهي عنه نهيا مغلظا في الإسلام الإتلاف للبيئة الذي يتمثل في احد نوعين : الإتلاف الذي يفضي إلى عجز البيئة عن التعويض الذاتي لما يقع إتلافه فيؤول إلى الانقراض والإتلاف قي استخدام مواردها ولو كان ذلك الإتلاف استهلاكا في منفعة، وإنما طلبت الشريعة صيانة البيئة من هذين النوعين من التلف.
- **حفظ البيئة من التلوث** :-يكون الفساد أيضا بتلويث البيئة بما يقذف فيها من عناصر مسمومة ، أو بما يغير من النسب الكمية أو الكيفية لمكونات البيئة ، ومن بين الأحكام المتعلقة بصيانة البيئة ما يوجب على الإنسان الطهارة في حياته كلها، ابتداءمن طهارة الجسم إلى طهارة الثوب والآنية والمنزل، وانتهاء بطهارة الشارع والأماكن العامة.

(1) عبد الستار أبو غدة ، (2007)، البيئة و الحفاظ عليها من منظور إسلامي، بحث مقدم إلى : الدورة التاسعة عشرة لمجمع الفقه الإسلامي الدولي بالشارقة، إمارة الشارقة، دولة الإمارات العربية المتحدة، ص ص : 10-12

- **حفظ البيئة من فرط الاستهلاك:**-كثيرة هي النصوص الشرعية في ذم التبذير والإسراف وهو الإنفاق في غير حق سواء في الماء أو الشجر أو سائر موارد البيئة، وفي الاقتصاد والتوسط بين الإسراف والبخل ولاسيما فيما هو محدود الكمية.
- **حفظ البيئة بالتنمية:**- لما كانت بعضالموارد تصير بالاستهلاك إلى نفاد ليس له جبر فان التشريع الإسلامي جاء يصونها بالترشيد في ذلك الاستهلاك، ولكن الموارد التي تصير هي أيضا إلى النفاذ ولكنها تقبل الجبر جاء التشريع الإسلامي يوجه إلى صيانتها من النفاد بترشيد استهلاكها، فانه جاء يوجه إلى صيانتها بالتثمير والتنمية.

المبحث الثاني

طبيعة المسؤولية الإجتماعية عند الشركات في الدول العربية

يكتسب الدور الاجتماعي للشركات فى الدول العربية أهمية متزايدة بعد تخلي عديد من الحكومات عن كثير من أدوارها الاقتصادية والخدمية التي صحبتها بطبيعة الحال برامج اجتماعية كان ينظر إليها على أنها أمر طبيعي ومتوقع في ظل انتفاء الهدف الربحي للمؤسسات الاقتصادية التي تديرها الحكومات، وإن كانت في كثير من الأحيان تحقق إيرادات وأرباحا طائلة.وكان متوقعا مع تحول هذه المؤسسات إلى الملكية الخاصة وإعادة تنظيمها وإدارتها على هذا الأساس أن يتوقف دورها الاجتماعي، ولكن التطبيق العملي لتجارب الخصخصة أظهر أن الدور الاجتماعي والالتزام الأخلاقي للشركات هو أيضا استثمار يعود عليها بزيادة الربح والإنتاج وتقليل النزاعات والاختلافات بين الإدارة وبين العاملين فيها والمجتمعات التي تتعامل معها، ويزيد أيضا انتماء العاملين والمستفيدين إلى هذه الشركات.وأظهر أيضا أن كثيرا من قادة وأصحاب الشركات يرغبون في المشاركة الاجتماعية، وينظرون إلى العملية الاقتصادية على أنها نشاط اجتماعي ووطني وإنساني يهدف فيما يهدف إليه إلى التنمية والمشاركة في العمل العام، وليس

عمليات معزولة عن أهداف المجتمعات والدول وتطلعاتها.وقد ترتب على ذلك تطورا في شكل العلاقة بين الحكومة والقطاع العام والقطاع الخاص والمجتمع المدني في عديد من الدول العربية، شأنها في ذلك شأن عدد كثير من الدول النامية؛حيث حل القطاع الخاص تدريجيا محل القطاع العام الذي تقلص دوره في النشاط الاقتصادي وفي توفير فرص العمل، بينما تركز اهتمام الحكومة حول السعي نحو تهيئة المناخ الملائم لجذب الاستثمار المحلي والأجنبي. كما زادت أهمية الدور الذي يلعبه المجتمع المدني في التنمية الاقتصادية والاجتماعية وفي الرقابة على كل من الحكومة والقطاع الخاص. وقد اهتمت الشركات المحلية—أسوة بالشركات العالمية—بتقييم الآثار المترتبة على نشاطها على العاملين بها ومستوى رفاهيتهم، وعلى المجتمع المحلي والبيئة المحيطة بها، ثم على المجتمع ككل، اقتناعا منها بأهمية ذلك ومردوده على نشاطها واستثماراتها وأرباحها ونموها واستدامتها.

ومع زيادة درجة الوعي بالأثر السلبي للنشاط الاقتصادي على البيئة، والدور الهام الذي تلعبه وسائل الاتصال الحديثة في توعية المستهلكين. وفي ضوء الاهتمام بالتنمية البشرية لرفع مستويات الإنتاجية سعى عدد كثير من الشركات إلى تبني برامج فعالة للمسئولية الاجتماعية تأخذ في الاعتبار ظروف المجتمع والتحديات التي تواجهه.ولاشك أن المسئولية الاجتماعية تعد حجر الزاوية، وأداة مهمة للتخفيف من سيطرة العولمة وجموحها، حيث يمثل القطاع الخاص والشركات الجزء الأكبر والأساسي في النظام الاقتصادي الوطني، وعليه أصبح الاهتمام بالمسئولية الاجتماعية مطلًبا أساسيًّا للحد من الفقر من خلال التزام المؤسسات الاقتصادية (شركات محلية أو مؤسسات دولية) بتوفيرالبيئة المناسبة، وعدم تبديد الموارد، والقيام بعمليات التوظيف والتدريب ورفع القدرات البشرية، وتمكين المرأة ورفع قدراتها ومهاراتها بما يؤهلها للمشاركة في عملية التنمية المستدامة، ومساندة الفئات الأكثر احتياجًا.ونجاح قيام الشركات بدورها في المسئولية

الاجتماعية يعتمد أساسا على التزامها بثلاثة معايير هي: الاحترام والمسئولية تجاه العاملين وأفراد المجتمع. ودعم المجتمع ومساندته..وحماية البيئة سواءً من حيث الالتزام بتوافق المنتج الذي تقدمه الشركة للمجتمع مع البيئة، أو من حيث المبادرة بتقديم ما يخدم البيئة، ويحسن من الظروف البيئية في المجتمع ويعالج المشاكل البيئية المختلفة.

المطلب الاول:- ملامح المسؤولية الإجتماعية في الدول العربية

تشير التجارب العربية القائمة أو التاريخية بوضوح على الدور الاجتماعي للقطاع الخاص، فالحضارة العربية يغلب عليها تاريخيا طابع المجتمعات أكثر من الدول، والتضامن والتكافل والتقدم الحضاري والعلمي الذي أنجز كان يعتمد على المجتمعات والأفراد أكثر من الدول.فالحضارة العربية والإسلامية كانت قائمة تاريخيا على مؤسستين متكاملتين ومستقلتين، وهما الدولة (السلطة) والمجتمعات التي كانت تنظم التعليم والرعاية والتكافل في حين كانت السلطة تنسق شؤون الأمن والدفاع وترعى المجتمعات وتساعدها، وكانت تجربة الدولة المؤسسية التي تقوم على التنمية والرفاه والخدمات في التجربة العربية حديثة جدا.

ولكن المسئولية الاجتماعية للقطاع الخاص لا تقف عند التبرعات للمشروعات والبرامج التنموية والخيرية، فثمة مجالات للعمل ومبادئ يجب أن تلتزم بها الشركات وسيعود ذلك على المجتمعات والدول بفوائد كبرى، ويجنبها كوارث وأزمات بيئية واقتصادية واجتماعية ستكون في تكاليفها ونتائجها أكبر بكثير من التكاليف المترتبة على هذه المسئوليات والالتزامات.ومن مجالات ومحاور هذه المسئوليات الاجتماعية، تنظيم وإدارة الأعمال وفق مبادئ وقواعد أخلاقية، والمشاركة مع الفقراء والطبقات الوسطى (على أساس ربحي)، وحماية البيئة وتطويرها، وحماية الموارد الأساسية كالمياه والغابات والحياة البرية والتربة وتطويرها، ومكافحة الفساد وتجنبه، والتزام حقوق الإنسان والعمل والعمال، ومساعدتهم في

تحقيق مكاسب اقتصادية واجتماعية مثل الادخار والتأمين والرعاية لهم ولعائلاتهم، ومشاركتهم في الأرباح. وعلى الرغم من الدور الواسع لحكومات بعضالدول مثل دول الخليج إزاء الرفاهية والتنمية والرعاية الاجتماعية، فقد تواصلت فيها المساهمات التنموية والاجتماعية للأفراد والشركات. وعندما حققت هذه الدول تقدًما اقتصاديًا، بدأ الدور الاجتماعي والتنموي لمجتمعاتها وشركاتها يتعدى الحدود إلى المجتمعات والدول الأخرى في جميع أنحاء العالم، ويمكن اليوم ملاحظة مئات الآلاف من المساجد والمدارس والمراكز الطبية وآبار المياه ومشروعات الإغاثة والتنمية، بتمويل مجتمعي إما فردي أو مؤسسي.

ومما لا شك فيه أن مستوى المسئولية الاجتماعية للقطاع الخاص فى الدول العربية لم يصل بعد إلى ما وصل إليه في الدول الكبرى. فبرغم الإكثار من النقاش عن دور القطاع الخاص في التنمية و خاصة بعد تقلص دور الدولة في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية في العقود الأخيرة من القرن الماضي، إلا أن هذا الدور مازال في طوره الأول دون تطور فعال. و تكمن أهمية تفعيل دور القطاع الخاص في التنمية إلى تملكه لرأس المال و لقوة اقتصادية قادرة مع تعاونها مع القطاع العام و المجتمع المدني أن تحدث نقلة حقيقية في المجتمع، مع الأخذ في الاعتبار أن بالدول العربية العديد من التجمعات التى تراعى مصالح رجال الأعمال و استثماراتهم. ومن أهم نتائج تفعيل مسؤولية القطاع الخاص هو شحذ الموارد المحلية و الاعتماد عليها و توظيفها للتنمية و تقليل الاعتماد على المساعدات الخارجية.

وعلى صعيد الدفع بموضوع المسئولية الاجتماعية للبروز اقتصاديًا واجتماعيًا ،شهدت عدد من الدول العربية إقامة العديد من المؤتمرات والندوات التى تهتم بموضوع المسئوولية الاجتماعية ، بمشاركة المؤسسات الحكومية والخاصة، ونخبة من كبار المتخصصين في مجال المسئولية الاجتماعية للمؤسسات، و بدعم ومساندة من المنظمات الدولية وعلى

رأسها برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، كما تمت مناقشة الأزمة الاقتصادية العالمية و أثرها على المسئولية الاجتماعية للشركات، وكيف يمكن للشركات أن تتفاعل مع هذه الأزمة وتخرج منها بأقل خسائر ممكنة، وخاصة أنه يتوقع أن تستمر هذه الأزمة ، وهو ما يخلق العديد من التحديات أمام الشركات.

و من الملاحظ في الآونة الأخيرة أن هناك بعض الجهود الفردية لبعض شركات القطاع الخاص، و خاصة أصحاب الشركات الكبرى، الذين أصبحوا على وعي بمسئولياتهم الاجتماعية.

و لكن معظم هذه الجهود غير مؤثرة أو محسوسة وقد بدأت عديد من الشركات العربية فى تبني توجه المسئولية الاجتماعية للشركات بقوة، كالشركات المحلية الرائدة والرعايا المقيمين متعددى الجنسية والقليل من المشروعات الصغيرة المتوسطة ذات الرؤية المستقبلية. وإحدى خصائص هذه الحركة هي المشاركة العربية فى الاتفاق العالمي وفى شبكة دولية من الشركات والمنظمات غير الحكومية ومنظمات أخرى أنشأتها الأمم المتحدة.

وعلي سبيل المثال لا الحصر نجد ان في مملكة البحرين، شكلت وزارة الصناعة والتجارة عبر إدارة المواصفات والمقاييس لجنة فنية لدراسة مشروع المواصفة الدولية للمسئولية الاجتماعيةISO 26000 ، وذلك تجاوبًا مع ما أعلنته المنظمة الدولية للتقييس " آيزو". وتتضمن المواصفة دليلاً إرشاديًا لمبادئ المسئولية والشراكة الاجتماعية داخل المنشآت بمختلف أنواعها بما في ذلك الحكومية والأهلية والصناعية والتجارية من منطلق الشراكة الاجتماعية بين المؤسسة والمجتمع، والتطلعات لمد خطوط الاتصال بينها على مختلف الأصعدة.

وفي سلطنة عمان تقوم الشركات الخاصة مع الشركات الحكومية بدور اجتماعي ملحوظ من خلال تقديم المساعدة لأصحاب الدخول المحدودة ومساعدة الباحثين عن العمل، كما تتنام الشعور لدى الشركات ورجال الاعمال بأنهم مدينون للمجتمع الذي هم جزء منه بالنجاحات والأرباح التي حققوها، مما يستدعي تقديم جزء من أرباحهم هذه لصالح خدمة المجتمع الذي احتضنهم وآمن بقدراتهم وكان سبباً في نجاحهم واستمرارهم.

كما أطلق في الاردن مشروع بناء المنتدى الأردني لمسئولية الشركات الاجتماعية، وذلك بهدف نشر ثقافة مواطنة الشركات والممارسات الأفضل للمسئولية الاجتماعية، وتوفير بيئة و أدوات عمل محفزة للمبادرات الاجتماعية للشركات مثل: الشراكات، والتحالفات، والمشاريع المشتركة مع منظمات المجتمع المدني ومؤسسات القطاع العام[1] .

وفى الإمارات العربية المتحدة تم تأسيس أكاديمية الإمارات للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في العاصمة أبوظبي، في بادرة هي الأولى من نوعها في الوطن العربي، في إطار الجهود التي تبذل لترسيخ ثقافة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ما بين مؤسسات الدولة وبالأخص القطاعات الخاصة، حيث تركز الأكاديمية على عقد دورات وبرامج تعليمية وتدريبية متخصصة تتناول أساسيات ومعايير ومبادرات. المسؤولية الاجتماعية واستراتيجيات المؤسسات المختلفة في هذا الجانب . ولا شك فى أن ذلك من شأنه أن يعزز ثقافة المسؤولية الاجتماعية بين أفراد المجتمع .

وبرزت في السعودية العديد من نماذج وبرامج المسئولية الاجتماعية التي تقوم بها الشركات السعودية بتنفيذها، من خلال أقسام وإدارات متخصصة في مجالات عمل المسئولية الاجتماعية وتحققت نجاحات كبيرة في مجالات التعليم، والصحة، والثقافة،

(1) ستار جبار خليل البياتي، سبتمبر(2009)، القطاع الخاص العراقي بين دوره الانتاجي ومسؤليته الإجتماعية ،مجلة الإصلاح الإقتصادي،مركز المشروعات الدولية ، ص50

والرياضة، والتدريب، والتوعية، المرتبطة برفع كفاءة ومهارات أفراد المجتمع، مما مكنهم وفق خطط وبرامج مدروسة من تجاوز العقبات التي تواجههم، و أن تتوافر لهم فرص عمل تتوافق مع تطلعاتهم وطموحاتهم، الأمر الذي أسهم بشكل كبير في تقليص البطالة لدى الأسر محدودة الدخل، والأسر الفقيرة، والأيتام، وذوي الاحتياجات الخاصة. وقد تم إنشاء مجلس المسؤولية الاجتماعية ويقوم المجلس بدعم أنشطة ومشروعات المسؤولية الاجتماعية التي تتبناها المنشآت لتنمية المجتمع وتلبية احتياجاته ، ويسعى إلى حشد المساندة لبرامج التنمية المستدامة في منطقة الرياض خاصة ومناطق المملكة عامة ، ويختص باقتراح الأنشطة والبرامج الاجتماعية التي يتولاها القطاع الخاص وإيجاد معايير وأنظمة ومحفزات لتطبيقها[1]

وفى مصر، وسعياً منه إلى تأكيد النجاح، ووضع استراتيجية دعم وطني لمزيد من الانتشار لمبادئ المسئولية الاجتماعية للشركات في البلاد، قام البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة، وبالتعاون مع مكتب الميثاق العالمي ومركز المديرين المصري بتأسيس المركز المصري لمسئولية الشركات، لكي يصبح هذا الكيان الجديد دعامة وطنية رئيسية لوضع استراتيجيات المسئولية الاجتماعية للشركات في إطارالنماذج(الفعالة والناجحة بشكل مهني)ومهمة المركز تتلخص فى تقديم كل ما يتعلق بالمسئولية الاجتماعية للشركات في مصر من خلال إدارة المعلومات وتقديمهاعلى المستوى المطلوب وزيادة الوعي لدى رجال الأعمال بأهمية مفهوم المسئولية الاجتماعية للشركات والعمل على تحسين قدراتهم في

(1) صالح السيحيباني، مارس(2009)،المسؤولية الإجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية حالة تطبيقية علي المملكة العربية السعودية،المؤتمر الدولي حول القطاع الخاص في التنمية،بيروت ، لبنان ، 22-23 .

ضوء الممارسات الجيدة والمسئولة والتي تؤدى إلى وضع استراتيجيات مستدامة للمسئولية «الاجتماعية للشركات والمؤثرة بشكل ايجابي على الاستثمارات على المدى الطويل[1].

المطلب الثاني :-المؤسسات التي تهتم بالمسؤولية الاجتماعية في الوطن العربي

بعد ان تزايد الاهتمام فيالفترة الأخيرة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية ، والذي يعرف وفقا لما حددته الأمم المتحدة بأنه " الالتزام والمساهمة في التنمية المستدامة " وبعد انّ تعززت المسؤولية الاجتماعية من خلال الادارة الحكيمة في عمل البلديات والحكومات العربية، وبدات تعتمد على دعم وتحسين مستوى المعيشة بأسلوب يخدم المجتمعات والتنمية في وقت واحد ظهرت العديد من المؤسسات والمنظمات الدولية والعربية والتي نذكر منها مايلي[2]:-

1- المنظمة العربية للمسؤولية الإجتماعية:

يأتي دور المنظمة لتساهم في تسليط الضوء وتعزيز دور المشاركة الفعلّية في المسؤولية الاجتماعية للقطاعات البيئية والسياحية والاقتصادية والامنية والزراعية والصناعية وغيرها من القطاعات ، وهذا من صلب اهداف المنظمة العربية للمسؤولية الاجتماعية في دعم عمل البلديات والحكومات العربية.

وترى المنظمة بان المسؤولية الاجتماعية وبرامجها وان كانت تحقق التنمية المستدامة للمجتمع فإن المجالس البلدية والحكومات العربية يمكن أن تضطلع بالدور الأكبر في هذا الأمر،لان لديها القدرة والامكانيات على المبادرة والتغيير نحو الافضل أمام هذه

(1)نهال المغربل،(2008)، المسؤلية الإجتماعية لرأس المال،المركز المصري للدراسات الإقتصادية، ورقة عمل 138،ص4

(2)ابتسام عبد الله الزعبي،(2013)، عناصر المسئولية الاجتماعية، كلية التربية – قسم علم النفس جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن– الرياض،ص7

الاعتبارات ياتي تاسيس المنظمة العربية للمسؤولية الاجتماعية الهادفة الى التعاون مع مؤسسات وطنية واقليمية ودولية لوضع الدراسات والابحاث حول طبيعة المسؤولية الاجتماعية في الحكومات العربية والمؤسسات الرسمية، والأبعاد التى تقوم عليها، والأهداف التى يمكن تحقيقها من ترسيخ وتعميم هذه المسؤولية، وكذلك الخصائص والسمات الأساسية للمسؤولية الراشدة في ترشيد هذا العمل الاجتماعي، انالدور المناط للمنظمة العربية للمسؤولية الاجتماعية عبر المساهمة في تنظيم مؤتمرات ذات الصلة، تأتي لتضيء سبل تطوير المسؤولية الاجتماعية وأهمية الاستفادة من خبرات بعض الدول العربية التي سبقت بعض الدول العربية الأخرى في هذا المجال وذلك للاستفادة من الخبرات والتقنيات المعتمدة في التجارب الناجحة، بالاضافة الى مناقشة التخطيط والتنفيذ والأليات التي يمكن اتخاذها لتطبيق المسؤولية الاجتماعية كمفهوم استراتيجي في البلديات والحكومات العربية الداعمة للمجتمعات، كذلك ابراز دور مسؤولية الفرد والمجتمع لتطبيق تلك المفاهيم.

ونظرا لأهمية هذا الموضوع المتعلق بالمسؤولية الاجتماعية حول العالم، تتعاون المنظمة العربية للمسؤولية الاجتماعية مع كافة الوزارات والمؤسسات الرسمية على مستوى المنطقة العربية لاعتماد المعايير الدولية للمسؤولية الاجتماعية وحثهم علي العمل والمشاركة في مؤتمرات اقليمية مع خبراء متخصصين في مجال منظمة المعايير الدولية (ايزو) لإطلاعهم على احدث المعايير ذات الصلة ، علما بان منظمة المعايير الدولية في العام 2010 اطلقت معيارا خاصا وبدأت باصدار شهادة ايزو 26000 للمسؤولية الاجتماعية، وتهدف هذه المؤتمرات الى مساعدة كافة انواع الكيانات في القطاعين العام والاهلي لتحقيق افضل المزايا لادارة التشغيل في بيئة تتسم بمراعاة المسؤلية الاجتماعية. كما انه اصبح من الممكن تطبيق مواصفة الايزو 26000 للمسؤولية الاجتماعية على

الكيانات، سواءً كانت على المستوى الحكومي/ الاهلي، الصناعي والخدماتي لمعالجة قضايا حقوق الانسان في العديد من النقاط.

أهداف المنظمة:-

- رفع مستوى التعاطي مع مفهوم المسؤولية الاجتماعية على المستوى المحلي وتحويلها الى مستوى المفهوم الاستراتيجي في عمل البلديات والحكومات العربية وتعزيزها من خلال الادارة الحكيمة وتعميم ثقافتها عبر كافة الوسائل المتاحة.
- تحفيز المجتمعات المدنية على الانخراط في المسؤوليات الاجتماعية والعمل على وضع المبادئ التي تقود الى تحسين وتطوير عمل المسؤولية الاجتماعية ودعم برامجها في تحقيق التنمية المستدامة.
- السعي الى تظهير رؤية الحكومات العربية في مجال المسؤولية الاجتماعية وربطها بشبكة الكترونية واحدة لدعم تطلعاتها وتسهيل التواصل فيمابينها.
- تكريم المؤسسات الرسمية والحكومية الحائزة على شهادات الجودة العالمية ISOفي مجال المسؤولية الاجتماعية.
- تكريم القيادات من مختلف القطاعات الذين قدموا انجازات ومبادرات في مجال المسؤولية الاجتماعية.
- التعاون وابرام الاتفاقات مع المنظمات الوطنية والقليمية والمنظمات العربية والدولية وكذلك المؤسسات الخاصة والرسمية لدعم وتطوير الاهداف ذات الصلة.
- تنظيم ندوات ومؤتمرات ولقاءات ومنتديات سنوية تهدف الى تنمية العلاقات وتبادل المعلومات في مجال المسؤولية الاجتماعية مما يسهل قيام اوسع الفرص للتعاون والتنسيق بين كافة القطاعات الحيوية في المنطقة العربية.
- تحفيز الحكومات في المنطقة العربية على تطوير استراتيجيات اداراتها للوصول الى معايير الجودة العالمية في مجال المسؤولية الاجتماعية.

أنشطة المنظمة

– تقوم المنظمة العربية للمسؤولية الاجتماعية بتكريم المؤسسات الناشطة في مجال البيئة على مستوى العالم العربي في مجال المسؤولية الاجتماعية

– دعم وتكريم المؤسسات الإقتصادية والمصارف الإسلامية على مستوى الوطن العربي نظرا لدورها الرائد في مجال المسؤولية الاجتماعية وإيلائها جانبا كبيرا للمسؤولية الاجتماعية في مجال عملها ولما تقدمه من إنجازات في مجال أعمالها ضمن منظومة المسؤولية الاجتماعية والتي انعكست على التنمية والاقتصاد على مستوى المنطقة والعالم.

– إقامة المؤتمرات الإقليمية والورش والندوات والتي تعزز مفهوم المسؤلية الاجتماعية ومن ثم العمل علي الارتقاء به علي مستوي الافراد والمؤسسات وذلك من اجل الحفاظ علي المكتسبات ومواجهة التحديات.

– منح جائزة درع التميز الذهبي للمؤسسات والصحافة الملتزمة بقضايا المسؤلية.

2– الشبكة الإقليمية للمسؤولية الإجتماعية:–

الشبكة الإقليمية للمسؤولية الإجتماعية هي مؤسسة استشارية ومهنية مستقلة، لها فروع ومكاتب واتفاقيات تمثيلية في مملكة البحرين، ودولة قطر، والكويت، والمملكة العربية السعودية، وجمهورية مصر العربية، وجمهورية السودان، ومملكة هولندا، وتركيا. حيث تهدف الشبكة الإقليمية للمسؤولية الإجتماعية إلى رفع مستوى الوعي حول المسؤولية الاجتماعية للشركات والمؤسسات، والعمل على تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات والمؤسسات، والقطاعات الحكومية والأهلية .

أهداف الشبكة الإقليمية:

1-نشر ثقافة المسؤولية الإجتماعية في دول الخليج العربي على وجه الخصوص والمنطقة العربية ودول الشرق الأوسط على وجه العموم.

2- تشجيع وتمكين القطاع الخاص في دول الخليج العربي وعموم دول الشرق الأوسط لتبني وتنفيذ مبادرات المسؤولية الإجتماعية .

3- مساعدة الشركات والمؤسسات لتلبية معايير الاستدامة والتحول نحو ممارسات المؤسسات المسؤولة.

4- تقديم برامج جديدة مسؤولة تتوافق مع احتياجات منطقة الخليج العربي وبلدان الشرق الأوسط .

5- تطوير العلاقات بين الشركات والمؤسسات المسؤولة، ومنظمات المجتمع المدني، والهيئات الحكومية، ووسائل الإعلام .

6- تأسيس منبر إعلامي إقليمي للتعريف بأفضل الممارسات المسؤولة.

الأنشطة والخدمات:-

نجد أن هنالك العديد من الأنشطة والخدمات التي تقوم بها الشبكه ونذكر منها

علي سبيل المثال الأتي:-

1. الشبكة الإقليمية للمسؤولية الإجتماعية توفر الخدمات الاستشارية الرائدة في مجالات المسؤولية الاجتماعية، مما يساعد الشركات والمؤسسات للقيام بأعمالها وخدماتها وفق معايير الممارسات المستدامة.

2. اقتراح مشاريع ومبادرات مبتكرة ترتبط ارتباطا وثيقا بالأعمال الأساسية للشركات والمؤسسات، وتتوافق مع الحاجات المجتمعية، وتتواءم مع أهداف المنظمات الوسيطة .
3. إنشاء إدارات أو أقسام، أو وحدات المسؤولية الإجتماعية داخل الشركات والمؤسسات، وتوفير التعليم والتدريب اللازمين .
4. نشر الأخبار والتقارير عن أنشطة المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات الأعضاء في مرصد الشبكة الإقليمية للمسؤولية الإجتماعية
5. رصد الأخبار والتقارير الدولية عن أنشطة المسؤولية الإجتماعية، وإعدادها للنشر في موقع الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية.
6. إعداد الدراسات والبحوث في مجالات المسؤولية الإجتماعية في المنطقة.
7. إصدار دليل سنوي للمسؤولية الإجتماعية في المنطقة.
8. تقديم دورات وخدمات تدريبية في مجالات المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة
9. إصدار نشرات ومجلات إلكترونية وتقليدية دورية في مجالات المسؤولية الإجتماعية.
10. تقديم خدمات استشارية في مجالات المسؤولية الاجتماعية وفق متطلبات الايزو 26000.
11. تنظيم مؤتمرات وندوات وحلقات علمية متخصصة في مجالات المسؤولية الإجتماعية.
12. إطلاق جوائز مهنية متخصصة في مجالات المسؤولية الإجتماعية والتنمية المستدامة.

رغم ماسبق فانه يمكن القول بأن معظم الشركات العربية لا تعي مفهوم المسئولية الاجتماعية بمعناها الواسع، وأنها تشمل جوانب كثيرة، منها الالتزام بالأنظمة

والقوانين المتبعة، والنواحي الصحية والبيئية، ومراعاة حقوق الإنسان وخاصة حقوق العاملين، وتطوير المجتمع المحلي، والالتزام بالمنافسة العادلة، والبعد عن الاحتكار، وإرضاء المستهلك. ويرى عدد من خبراء المسؤولية الاجتماعية أن على القطاع الخاص أن يعي عائد المسؤولية الاجتماعية على المدى الطويل، فالشركات التي تعتنق مفهوم المسؤولية الاجتماعية يزيد معدل الربحية فيها 18% عن تلك التي ليس لديها برامج في المسؤولية. ويجب على هذه الشركات القيام بإصدار تقاريرها السنوية غير المالية والتي تحدد فيها آليتها بوضوح في المسئولية الاجتماعية، لتحقيق مبدأ الشفافية ومساعدة وسائل الإعلام على القيام بمسؤولياتها تجاه تلك الشركة أو لا، كما تشمل الشفافية في العمل، والبعد عن الفساد الإداري والمالي والأخلاقي.. إلى غير ذلك من العوامل التي يرتبط بعضها ببعض، وتشكل في مجموعها الأساس للمسئولية الاجتماعية للشركات، ولكن نجد انه لتحقيق ذلك لابد من ازالة كل المعوقات التي تمنع إنتشار المسؤلية الإجتماعية وتحقيق التنمية المستدامه للمجتمعات[1].

المطلب الثالث :- معوقات المسؤولية الإجتماعية في الدول العربية

- هناك أسبابا عديدة تعوق انتشار المسئولية الاجتماعية للشركات فى الدول العربية، من أهمها[2]

1. **عدم وجود ثقافة المسئولية الاجتماعية لدى معظم الشركات العربية** .فمن الملاحظ أن عدد الشركات المتبنية هذه الثقافة يمثلون قلة من الشركات الكبرى في حين أن الغالبية يجهلون تماما هذا المفهوم.

---

(1)هاني الحوراني،(2009)،حاكمية الشركات ومسؤوليتها الاجتماعية في ظل الازمة الاقتصادية العالمية،المؤتمر الثاني حول مواطنة الشركات،صنعاء ، ص ص 4-5

(2)فؤاد محمد حسين الحمدي،(2003)،الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات و انعكاساتها على رضا المستهلك، رسالة دكتوراه ،جامعة بغداد، العراق،ص 40

2. **إن معظم جهود هذه الشركات غير منظمة** .فالمسئولية الاجتماعية للقطاع الخاص كي تكون مؤثرة في حاجة إلى أن تأخذ شكل تنظيمي و مؤسسي له خطة و أهداف محددة، بدلا من أن تكون جهودا عشوائية مبعثرة.
3. **غياب ثقافة العطاء للتنمية** حيث أن معظم جهود الشركات تنحصر في أعمال خيرية غير تنموية مرتبطة بإطعام فقراء أو توفير ملابس أو خدمات لهم دون التطرق إلى مشاريع تنموية تغير المستوى المعيشي للفقراء بشكل جذري و مستدام.
4. **قلة الخبرات والمعرفة** والقدرة العلمية على وضع المقاييس والمعايير لقياس المجهودات، فهناك حتى الآن خلط بين الأعمال الخيرية والمسئولية الاجتماعية .

وتجدر الاشارة الى أنه إذا كان عدداً من الشركات ينفق الأموال للحصول على شهادات الجودة (الأيزو) لتضيف قيمة لنفسها، فبالمثل ينبغي عليها ذلك تجاه الأنشطة الاجتماعية، واعتبارها استثماراً يبقى وليس عبئاً أو تكلفة غير مجدية، ورغم أن مجال المسئولية الاجتماعية لأغلب الشركات لا يزال في مرحلة الإنشاء وأن 90% من المديرين التنفيذيين يعلمون أنها تؤثر على سمعة شركاتهم، إلا أن 50% من الأفراد يعتقدون أن العمل الاجتماعي هو مسؤولية الحكومات، ولأنها لا تمتلك القدر الكافي من المهارات والخبرات والأموال التي يمتلكها القطاع الخاص، ويتضح ضرورة تضافر الجهود ودمجها بينه وبين القطاع الحكومي.

وقد أوضحت الإحصاءات الدولية أن 86% من المستهلكين يفضلون الشراء من الشركات التي لديها دور في خدمة المجتمع، و70 %يرون أن المسؤولية الاجتماعية لها دور مهم جدا، و64% يشجعون فكرة أن تكون المسؤولية الاجتماعية للشركات من معايير تقييم الشركات.فالمسئولية الاجتماعية للشركات منهج إداري يأخذ بعين الاعتبار دور الشركة في المجتمع والآثار (الايجابية والسلبية (المترتبة من أنشطتها على أصحاب المصالح (القطاعات المختلفة في المجتمع التي تتأثر وتؤثر في أنشطة الشركة)، حيث يتضح

أهمية قطاع المشروعات الصغيرة كجزء من شبكة أصحاب المصالح في المجتمع والتي تتأثر وتؤثر في نجاح الشركة والقدرة التنافسية للاقتصاد ككل. وتستدعى النظرة إلى المسئولية الاجتماعية كمشروع تنموي شمولي البحث عن تقاطع المصالح بين قطاع المشروعات الصغيرة وتدعيم المجتمع من كافة جوانبه، والبحث عن نقاط الالتقاء المشتركة، ومن خلال ذلك يمكن أن نحدد حوافز محددة وآليات عمل لكيفية تفعيل المسئولية الاجتماعية.[1]

وللتوضيح يمكن القول أن هناك التقاء مصالح بين القدرة التنافسية لقطاع الأعمال وتوفر بيئة جذابة للأعمال الريادية والمشروعات الصغيرة. وهذا الترابط تم تأكيده في كثير من الدراسات والبحوث في قضايا التنافسية (على اختلاف مدارسها) فالمشروعات الصغيرة والمتوسطة تلعب دورا مهما فى تحقيق الأهداف التنموية للألفية الجديدة.حيث تساعد تلك المشروعات فى التنمية الصناعية وتساعد على تحيق نمو اقتصادي عادل ومتوازن.وتمتلك تلك المشروعات قدرة أكبر على الانتشار من الشركات المتعددة الجنسيات والشركات الوطنية الكبيرة والتى غالبا ما تكون سلاسل تزويدها بالمدخلات محدودة وشبكات توزيعها ومبيعاتها موجه نحو المراكز الحضرية.

تركز المشروعات الصغيرة والمتوسطة فى الغالب على الأمد القصير وذلك نظرا لصغر حجمها وتأثيرها المحدود وافتقارها الى الموارد والخبرات لذلك فهى فى أمس الحاجة لتطبيق برامج المسئولية الاجتماعية ولهذا فان مد يد العون لهذه المشروعات فى مرحلة مبكرة سيكون له مردود كبير، مثل إدارة المخلفات وحماية البيئة.ويحتاج الوضع إلى بذل المزيد من الجهد لخلق البيئة المواتية للمسئولية الاجتماعية للشركات فى قطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة وإزالة المدركات الخاطئة حول التكلفة المالية لهذه المسئولية فى أوساط الشركات الصغر حجما.ولعل فهم كل من الشركات والمشروعات

(1) مرجع سابق ، ص 63

الصغيرة والمتوسطة لاحتياجات المجتمع يساعدها على تطوير منتجات وخدمات ملائمة وفى نفس الوقت تحقيق المزيد من الدخل وخلق فرص عمل جديدة وتوجيه أعمالها الخيرية نحو الشرائح الأقل حظا بالمجتمع.وبتسهيل وصولها إلى التكنولوجيا والتمويل والمهارات، مما يمكن من تقاسم العائد الاقتصادي بين الشركات المتعددة الجنسية والشركات الوطنية الكبيرة وأيضا المشروعات الصغيرة والمتوسطة.فالاقتصاد التنافسي لا يقوم على وجود الشركات العملاقة والكبيرة وحدها فقط، بل وبوجود بيئة جذابة للأعمال الريادية وتوفر شبكة واسعة ومتنوعة من الموردين من المشروعات الصغيرة الكفؤة القادرة على تلبية احتياجات الشركات الكبيرة وغيرها من الأنشطة التكميلية في أي من القطاعات الاقتصادية.

وعلى ذلك يمكن القول أن جزءا كبيرا في مسألة إيجاد أطر عمل جذابة لبرامج المسئولية الاجتماعية نحو خدمة مصالح المشروعات الصغيرة يرتكز على دور للمؤسسات الحكومية، والإعلام والمؤسسات التي تخاطب باسم أصحاب المشروعات الصغيرة. فعلا سبيل المثال يمكن أن تقوم البنوك في توفير القروض الميسرة للمشروعات الصغيرة بدافع من المسئولية الاجتماعية والحس الوطني ... ولكن حقيقة الأمر الواقع إن إطار عمل البنوك قد لا يؤهلها للقيام بهذا الدور فقد تكون تشريعات إعطاء القروض والتي تحكم عملها في الإقراض لا تناسب واحتياجات أصحاب المشروعات الصغيرة. وهنا من المهم مناقشة آلية تفعيل أطر عمل مناسبة والأدوار المختلفة.

المطلب الرابع :- تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية للشركات فى التنمية الاقتصادية والاجتماعية العربية

ومما لا شك فيه أن مستوى المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص فى الدول العربية لميصل بعد إلى ما وصل إليه في الدولالكبرى. فبرغم الإكثار من النقاش عن دور

القطاع الخاص في التنمية و خاصة بعد تقلصدور الدولة في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية في العقود الأخيرة من القرن الماضي،إلا أن هذا الدور مازال في طوره الأول دون تطور فعال.

ولم يتم حتى الآن تحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأبعادها بشكل محدد وقاطع في الدول العربية ،كما لم يتم إضفاء الصفة النظامية عليها من قبل جهات التشريع ، مما أدى لخضوع مفهوم المسؤولية الاجتماعية ومدلولاتها لتفسيرات متعددة منها من يرى أنه مجرد تذكير للمنشآت بمسؤولياتها. و تكمن أهمية تفعيل دور القطاع الخاص في التنمية إلى تملكه لرأس المال و لقوة اقتصادية قادرة مع تعاونها معالقطاع العام و المجتمع المدني أن تحدث نقلة حقيقية في المجتمع، مع الأخذ فيالاعتبار أن بالدول العربية العديد من التجمعات التى تراعى مصالح رجل الأعمال و استثماراتهم.ومن أهم نتائج تفعيل مسؤولية القطاع الخاص هو شحذ مواردنا المحلية و الاعتماد عليهاو توظيفها للتنمية و تقليل الاعتماد على المساعدات الخارجية .

وعلى صعيدالدفع بموضوع المسؤولية الاجتماعية للبروز اقتصاديًا واجتماعيًا ، شهد عدد من الدول العربية إقامة العديد من المؤتمرات والندوات التى تهتم بموضوع المسئولية الاجتماعية ، بمشاركة المؤسسات الحكومية والخاصة، ونخبة من كبار المتخصصين في مجال المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، وبدعم ومساندة من المنظمات الدولية وعلى رأسها برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، كما تمت مناقشة الأزمة الاقتصادية العالمية وأثرها على المسؤولية الاجتماعية للشركات، وكيف يمكن للشركات أن تتفاعل مع هذها لأزمة وتخرج منها بأقل خسائر ممكنة، وخاصة أنه يتوقع أن تستمر هذه الأزمة ، وهو مايخلق العديدمن التحديات أمام الشركات.و من الملاحظ في الآونة الأخيرة أنهناك بعض الجهود الفردية لبعض شركات القطاع الخاص، و خاصة أصحاب الشركات الكبرى، الذينأصبحوا على وعي بمسئولياتهم الاجتماعية. و لكن معظم هذه الجهود غير مؤثرة أو محسوسة وقد

بدأت عديد من الشركات العربية فى تبنى توجه المسئولية الاجتماعية للشركات بقوة، كالشركات المحلية الرائدة والرعايا المقيمين متعددى الجنسية والقليل من المشروعات الصغيرة المتوسطة ذات الرؤية المستقبلية.وإحدى خصائص هذه الحركة هي المشاركة العربية فى الاتفاق العالمي وفى شبكة دولية من الشركات والمنظمات غير الحكومية ومنظمات أخرى أنشأتها الأمم المتحدة.. ويرى عدد من خبراء المسؤولية الاجتماعية أن الشركات التي تقوم بأدوار اجتماعية وخدمية تجد تشجيعا لمنتجاتها ، وبعض هذه البرامج يوجد أسواقا جديدة وعملاء جدد، ومن ثم تصبح برامج المسؤولية الاجتماعية ركيزة أساسية فى تنافسية الشركات، ليس فقط على مستوى الأفراد والمستهلكين العاديين، بل تكون لها الأفضلية من قبل القطاعالحكومي في المناقصات وغيرها من وسائل التشجيع.ايضا تشير أحدالدراسات الشاملة لتاريخالعلاقة بين الربحية والمسؤولية الاجتماعية للشركات، التي نشرت من قبل اثنين من أساتذة كلية إدارة الأعمال في عام 2001 ، باستخدام تحليل الميتا (meta–analysis) لعدد 95 دراسة تجريبية أجريت بين عامي 1972 و 2000 والتي سعت إلى الإجابة عن هذا السؤال.

هل الشركات التي لديها سجلات جيدة للمسؤولية الاجتماعية تعطى أداء ماليا جيدا؟وقد تم تجميع مؤشرات الأداء الاجتماعى للشركات من 27 مصدرا مختلفا للبيانات وتغطي 11 مجالا مختلفا من أنشطة الشركات، بما في ذلك البيئة ، وحقوق الإنسان

المشاركة المجتمعية والمساهمات الخيرية.وأظهرت النتائج أن نحو 53% من هذه الدراسات أكد على وجود علاقة إيجابية، 5% تشير الى علاقة سلبية ،بينما 42% من هذه الدراسات أظهر عدم وجود أية علاقة.وقد تم دراسة العلاقة السببية بصورة معاكسة في عدد من الدراسات ال95، بمعنى ما إذا كان الأداء المالي الجيد قد أنتج نتائج إيجابية للمسؤولية الاجتماعية للشركات، وكانت النتائج ايجابية في 68 ٪ من هذه الدراسات ، كانت هناك علاقة إيجابية، مما يشير إلى أن الشركات التي لديها أداءاً

ماليا جيدا يكون لديهم القدرة على تخصيص الموارد للمبادرات الاجتماعية[1]وعليه يمكن القول أن جزءا كبيرا في مسألة إيجاد أطر عمل جذابة لبرامج المسؤولية الاجتماعية نحو خدمة مصالح المشروعات الصغيرة يرتكز على دور للمؤسسات الحكومية، والإعلام والمؤسسات التي تخاطب باسم أصحاب المشروعات الصغيرة. فعلا سبيل المثال يمكن أن تقوم البنوك في توفير القروض الميسرة للمشروعات الصغيرة بدافع من المسؤولية الاجتماعية والحس الوطني ... ولكن حقيقة الأمر الواقع إن إطار عمل البنوك قد لا يؤهلها للقيام بهذا الدور .... فقد تكون تشريعات إعطاء القروض والتي تحكم عملها في الإقراض لا تناسب واحتياجات أصحاب المشروعات الصغيرة. وهنا من المهم مناقشة آلية تفعيل أطر عمل مناسبة والأدوار المختلفة.

- ويجدر القول أيضاً بأن المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص لا تعنى مجرد المشاركة في الأعمال الخيرية وعمل حملات تطوعية وإنما تتسع لتشمل مسئوليتهمتجاه أفراد المجتمع المتعاملين معهم و العمل على فتح باب رزق للشباب فخلقهم لمشاريعالشباب لاستيعاب البطالة مثلاً يعد من أسمى ما يمكن أن يقوموا به من عطاء ، فيجب أنيكون للقطاع الخاص العربى دور تنموى أساسي و أن يصبحالعطاء من أجل التنمية جزء لا يتجزأ من أنشطة هذا القطاع ، وكي تصبح المسؤوليةالاجتماعية مؤثرة فهي في حاجة لأن تأخذ شكل تنظيمي و مؤسسي له خطة و أهداف محددة بدلا من أن تكون جهودا عشوائية مبعثرة و خيرية قد تؤدى إلى الإتكالية و هذا يستدعىوضع خطة تغيير مجتمعي لنهضة المجتمع العربى. ويمكن أن تساهم المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص فى ذلك من خلال عدة محاور كما يلى:-[2]

(1) Barry Gaberman, A Global Overview of Corporate Social Responsibility,Opcit,pp12-13

(2) الغرفة التجارية الصناعية بالرياض،(2009) سبل وآليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص،الرياض ، الطبعة الثانية ، ص 19-20

- يعتبر المحور التعليمي من أهم المحاور التي تتناولها إدارة المسؤولية الاجتماعية، ومن خلاله تقوم الشركات بتبني عدد من البرامج والمنح للتعليم والتدريب بما يمكن من تطوير المهارات وتحسين فرص الشباب فيإيجاد وظائف مناسبة و ذات دخل معقول. و هنا تأتي مساهمة تندرج تحت مظلة المسؤوليةالاجتماعية ،فمن جهة هي توفر فرص وظيفية لعدد من الشباب في مختلف المجالات أو مساعدتهم فيإنشاء مشاريع صغيرة تعود بالفائدة على مجتمعهم .ومن جهة أخرى تعمل على ترقية الأجيال العربية ورفع كفاءتها.
- ومن المحاور المهمة التي يتناولها برنامج المسؤولية الاجتماعية، المحور الصحي حيث يتوجب على الشركات العربية المساهمة فينشر الوعي الصحي بين أفراد المجتمع بمختف طبقاته و شرائحه و ذلك من خلال تنظيم الحملات الموجهة من جهة وتوفير الأموال اللازمة لذلك.
- برنامج المسؤولية الاجتماعية الخاص بالمتقاعدين الذينما زالت لديهم قدرة على العطاء و ذلك بابتكار مشاريع تتناسب مع أعمارهم واهتماماتهم و توفر لهم دخل مناسب.
- يمكن أيضا أن تقوم هذه الشركات العربية الكبيرة بتشجيع التعاقد من الباطن مع عدد من المشروعات الصغيرة والمتوسطة لتنفيذ عمليات معينة واستغلال الطاقات المتاحة بها واستقطاب عدد آخر منها للانخراط بسلسلة التوريد العالمي لهذه الشركات بما يتيح فرصا تصديرية لهذه المشروعات.

باختصار تنبع مشاريع المسؤولية الاجتماعية من رغبة صادقة وإحساسا بالمسؤولية تجاه المجتمع وتصب في كل الجهات التي من شأنها رفع المستوىالعام للمجتمع في مختلف المجالات وذلك بتوظيف كل مواردها وإمكانياتها في سبيل تنظيم آلية موحدة تخدم المشاريع والحملات الموجهة لخدمة المجتمع وأبناء الوطن من الجنسين. ولاشك في أن هناك حاجة إلى مجهودات كبيرة لنشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية و ثقافة العطاء التنموي

بين المؤسسات والشركات الكبرى في الدول العربية. و هذه الثقافة يجب أن تنتشر من خلال إبراز الواجب الأخلاقي و الوطني الذي يحتم على المؤسسات أنيقوموا به و أيضا من خلال وضع القوانين المحفزة للمؤسسات و التي تجعل منعطائهم حافزا لإنجاح و ترويج أنشطتهم التجاريه. ومن الضروري التأكيد على أن نشر الوعي بالمسؤولية الاجتماعية بين الشركات والأفراد يحتاج إلى سنوات، وأن الشركات وخاصة التي تريد التوسع فى الخارج ستضطر إلى تبني برامج مسؤولية اجتماعية أسوة بالشركات في الدول المتقدمة. ولذلك يجب على الشركات تبني برامج عمل علمية محددة في مجال المسؤولية يمكن تقييمها وقياس مردودها، ويمكن توضيح ذلك من خلالما يلى[1]:-

1- دور الحكومات:

- توفير مناخ ملائم لقيام الشركات بنشاطها ومواجهة تحديات المنافسة المحلية والعالمية.
- إعطاء القدوة الحسنة للشركات من خلال الإفصاح والإعلان بشفافية عن سياسات الحكومة المختلفة وتوفير المعلومات وإتاحتها وتحسين نظم الحوكمة في الهيئات والإدارات الحكومية المختلفة وتشجيع الشراكة بين القطاعين العام والخاص.
- تشجيع الشركات على التزامها بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه مختلف أصحاب المصالح من خلال الحوافز الضريبية والامتيازات الخاصة بالمناقصات الحكومية ،لفترة محددة وربطها بتحقيق أهداف اجتماعية بعينها.
- منح بعض الجوائز الماليةوالمعنوية لتشجيع الشركات على المساهمة الفعالة في برامج المسؤولية الاجتماعية لرأس المال.

(1) حسين عبد المطلب الأسرج ،(2011) المسؤلية الاجتماعية في الدول العربيه التحديات والافاق،الشركة العربية للنشر،مصر،ص 33

2- دورمنظمات الأعمال:

- تحديدمفهوم مسؤولية الاجتماعية لرأس المال،على نحو يعكس الواقع الاقتصادي والاجتماعي للمجتمع العربي.
- تنظيم حملات واسعة النطاق للترويج لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات وزيادة الوعي لدى هذه الشركات، خاصة الصغيرة والمتوسطة، بأهمية هذه البرامج وأثرهاعلى أرباح الشركات في المدى المتوسط والطويل وعلى ان دماجها في سلاسل التوريد العالمية.
- ترتيب أولويات التنمية الاجتماعية التي يتعين على قطاع الأعمال استهدافها وتحديد أكفأ الطرق للتعامل معها.
- رسم إستراتيجية متكاملة للمسؤولية الاجتماعية لرأس المال يتم بناءعليها تحديدالأولويات التي سيتم التعامل معها وأيضا المبادئ العامة التي يجب أن تلتزم بها الشركات عند تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية.
- تحديد إطار زمني لتنفيذ هذه الإستراتيجية واختيار بعض المؤشرات التي تقيس مدى نجاح برامج الإستراتيجية في تحقيق الأهداف المرجوة منها.
- تشجيع الشركات على الإفصاح و الشفافية وعلى تبني معايير محددة بخصوص الإفصاح عن البيانات غير المالية الخاصة ببرامج المسؤولية الاجتماعية.

3-دور القطاع الخاص

- يتعين على كل شركة أن تُضمِن الرسالة الخاصة بها سياستها في تحمل مسؤوليتها الاجتماعية تجاه مختلف أصحاب المصالح ،على النحو الذي يؤكد على حماية أصول الشركه، واحترام حقوق أصحاب المصالح.

- تبني الشركات سياسة واضحة للتنمية البشرية ،بحيث تنص على مشاركة العاملين بالشركات في إدارتها من خلال مراجعة الميزانيات السنوية وتحديد الأجور ومستوى الرعاية الصحية التي يتم التعون بها وأيضا التدريب الذي يحتاجون إليه.
- تلتزم الشركات بمجموعة من القواعد الأخلاقية التي تحددها مجالس إدارات هذه الشركات ويقرها حملة الأسهم ويتم إعلانها بكل شفافية وتلتزم الشركات بتطبيقها.
- يتعين على الشركات أن تهتم بتلبية التزاماتها تجاه عملائها وأن تسعى جاهدة لتلبية رغباتهم وحماية حقوقهم.
- ضرورة مراعاة الاعتبارات البيئية أثناء ممارسة الشركات لنشاطها الاقتصادي.
- إعداد توجيهات استرشادية للمسؤولية الاجتماعية.

4- دور الإعلام

تفعيل أهمية دور الإعلام في نشر المسؤولية الاجتماعية، برغم من أهمية دور الإعلام في نشر المسؤولية الاجتماعية لكنه لا يزال يفتقر لمفردات الوعي بالمسؤولية الاجتماعية إلى حد عدم التفريق بينها وبين ممارسات أخرى لذا من الجيد الإعلان عن الجهود الاجتماعية المبذولة حتى نكون قدوة للآخرين، ومن ثم يتسابق الجميع في هذا المضمار لتحقيق قدر أكبر من المنفعة للمجتمع.

5- دور الشركات عابرة القارات

- تقديم خبراتها المتراكمة من العمل في مجال المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في البلدان المختلفة ،خاصة مايتعلق بالبرامج الفعالة والمؤثرة وكيفية تنفيذها وتمويلها وأيضا أسلوب ومنهجية المتابعة والتقييم والإفصاح وإعداد التقارير.
- تقديم الدعم للشركات المحلية خاصة في مجال تدريب المدربين وتأهيلهم في مجال رسم وتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية لرأس المال.

الفصل الرابع

المسؤولية الإجتماعية لشركة بترونرجي للنفط والغاز

للفترة من (2005 - 2015)

ويحتوي علي مبحثين وهما :

المبحث الأول :الكشف والتنقيب عن النفط السوداني

المبحث الثاني :المسؤولية الاجتماعية لشركة بترونرجي للنفط والغازودورها في تحقيق التنمية الإقتصادية للفترة من (2005 - 2015)

الفصل الرابع

المسؤولية الإجتماعية لشركة بترونرجي للنفط والغاز

للفـترة من (2005 – 2015)

تمهيد :

سوف يتم تناول هذا الفصل من خلال اربعة مباحث ابتداً من الكشف والتنقيب ، مفهوم التنمية وصلته بالنفط ، المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة ، واخيراً المسؤولية الاجتماعية لشركة بترونرجي للنفط والغاز.

المبحث الأول

الكشف والتنقيب عن النفط السوداني

المطلب الأول :- تعريف النفط وخصائصه وأهميته

(1) تعريف النفط (البترول):-

على الرغم من أن هنالك تعريفات عديدة للنفط أو البترول ، إلا أن هنالك شبه إجماع على أن كلمة بترول أصلها لاتيني وتعني زيت الصخر ، أما كلمة نفط (بكسر النون وتشديدها) فهي تقريباً من أصل مصري قديم تعني (الزيت المعدني الطبيعي) وغالباً ما تستخدم كلمات (النفط –البترول –النفط الخام) لتعني كل منها الآخر.

ومن هذه التعريفات نأخذ (النفط الخام هو عبارة عن مواد هايدروكربونية سائلة ودهنية لها رائحة خاصة تتباين أنواعه من الأسود المخضر إلى البني الأخضر كما تختلف لزوجته وكذلك درجة كثافته النوعية)[1].

(1) د.عبد المنعم عبد الوهاب وآخرون ،(1981م)، (جغرافية النفط والطاقة) ، بغداد ، ص60.

(2) تحديد أصل النفط :

إختلف العلماء والمهتمين بعلوم النفط في تحديد أصل النفط ففريق يرى ان النفط عبارة عن مواد هايدروكربونية تكونت من اصل عضوي (حيواني ونباتي) فأتجه اهتمامهم إلى البحث عنه في طبقات الصخور الرسوبية ونجحوا فعلاً في ذلك ، أما الفريق الآخر فيروا أن النفط تكون نتيجة لتفاعلات كيميائية في باطن الأرض بين مواد غير عضوية ، ولكن هذا الفريق لم يلق تأييد من جانب المختصين في مجال العضوية والتي تؤكد أن النفط قد تكون من مواد عضوية ترسبت في أحواض رسوبية متباينة ثم هاجر من موطنه الأصلي بتأثر الضغط والحركات التكوينية للقشرة الأرضية وبتأثر المياه الأرضية أيضاً ، هجرة بطيئة استمرت ملايين السنين إلى المصائد التي يتواجد فيها الآن [1].

وخلاصة القول أن نظرية الأصل العضوي نجحت في تفسير تشكيل الفحوم الهيدروجينية من المواد النباتية والحيوانية على الأقل في الوقت الراهن ولقد استفاد علماء الجيولوجيا من هذه النظرية في التنقيب والاستكشاف وتوصلوا إلى النفط والغاز الطبيعي في مناطق جغرافية عديدة في العالم ، أما نظرية الاصل غير العضوي (الأصل المعدني) فرغم اعتمادها على بعض الشواهد النفطية إلا أنها لم تستطع جذب مؤيدين لها في الوقت الراهن [2]

(3) خصائص النفط :

هنالك خصائص تتعلق بطبيعة النفط كمادة وخصائص تتعلق بطبيعة صناعة النفط :

أ) خصائص النفط الطبيعية : وهي تكمن في الآتي :

1. لمواقع النفط الجيولوجية أهمية خاصة بالنسبة لاستكشافه ونقله ومعالجته وبالنسبة لاستعمال جميع منتجاته الاقتصادية وذلك لأن النفط سائل مخفي في

(1) د. حامد السناري وآخرون ، (1963)، (مبادئ هندسة التعدين والبترول) ، القاهرة ، ص171

(2) حسن عبد الله ،(1977م)، (اقتصاديا البترول) ، دار النهضة ، القاهرة ، صـ 13

تجاويف الصخور في باطن الأرض ويمر بمراحل عديدة حتى يصل الى مرحلة الاستعمال النهائي .

2. يوجد النفط في الطبيعة سائل يصاحبه غاز طبيعي وهذا الغاز هو الذي يجعل النفط يتحرك عبر المساحات وأيضاً السيولة تتيح له إمكانية الحركة المستمرة في خطوط الأنابيب .

3. إرتفاع نسبة الهيدروجين في النفط يجعله ذو قيمة سعرية عالية من بين أنواع الوقود الكيميائي .

4. مادة خام النفط إمكاناتها بلا حدود يمكن فقد بعضها بسهولة ويمكن تأمين بعضها بسهولة أيضاً ويمكن اشتقاق منتجات من النفط بأنماط وأنواع مختلف بالإضافة إلى دخوله في العديد من الصناعات الخفيفة والثقيلة .

ب) خصائص النفط الصناعية :

يمكن حصر خصائص النفط الصناعية في الآتي :

1. يعتبر النفط مورد ناضب لأن البرميل الذي يستخرج من باطن الأرض لا يعوض إلا بجهد إستكشافي ضخم وتحمل مخاطرة كبيرة .

2. تتطلب صناعة النفط استثمارات رأسمالية ضخمة وكثافة تكنولوجية عالية ونسبة كبيرة من العمال المهرة وعنصر مخاطرة عالي .

3. تحتاج صناعة النفط عامة والتكرير خاصة الى كميات كبيرة من الطاقة .

4. التطور التكنولوجي المتواصل لهذه الصناعة أدى إلى تطور الكثير من الصناعات الأخرى .

(4) أهمية النفط :

تتبع أهمية النفط كسلعة إستراتيجية في التنمية من الحقائق التالية :

1. النفط مصدر رئيسي للطاقة .

2. مصدر رئيسي للتراكم الرأسمالي .

3. صناعة التصفية وصناعة البتروكيماويات .

أولاً :أهمية النفط كمصدر رئيسي للطاقة :

أصبح النفط كمصدر رئيسي للطاقة يحظى بموقع متميز بين مجموعة مصادر الطاقة الأخرى وذلك لأسباب فنية واقتصادية عديدة تتمثل في الآتي(1):

1. ارتفاع درجة احتراقه وارتفاع معامله الحراري مقارنة بالفحم الحجري .
2. نظافة استخدامه وسهولة وإنخفاض تكلفة نقله وتخزينه .
3. النفط محرك أساسي للقطاعات الاقتصادية من حيث مساهمته كطاقة في القوى المحركة للصناعة أو محركة للزراعة والنقل والتجارة .
4. تتناسب الطاقة النفطية بتكاليفها مع إمكانيات الدول النامية كمصدر رخيص للطاقة نسبياً بالمقارنة بمصادر الطاقة البديلة .
5. النفط ومشتقاته أقل تلوثاً للبيئة من بدائل الطاقة الأخرى خاصة الفحم الحجري

ثانياً : أهمية صناعة التصفية : صناعة البتروكيماويات :

1. تنمية الصناعات البتروكيماوية تعني رفع نسبة إستهلاك النفط الخام والغاز الطبيعي المنتج اي زيادة الطلب العالمي على النفط .
2. الصناعات البتروكيماوية توفر العديد من السلع الإستهلاكية للسكان .
3. الصناعات البتروكيماوية ذات أهمية كبيرة للتنمية الزراعية في إنتاج الأسمدة .
4. صناعة التصفية تعني تحويل النفط الخام إلى مشتقات مختلفة وهذا يعني تنويع الصادرات وتقليل التبعية الاقتصادية الناتجة عن الاعتماد على صادر واحد .
5. صناعة التصفيةتؤدي إلى بلورة تقاليد اجتماعية جديدة تساعد في رفع المستوى الاجتماعي والثقافي والصحي للعاملين ولمجتمعهم الذي ينتمون إليه

---

(1) محمد أزهري السماك ،(1973) (اقتصاديات النفط والسياسة النفطية) ، مصدر سابق، ص11

6. تسهم صناعة التصفية في زيادة حجم الاستخدام وتتسم هذه الصناعة بكثافة العمل بالمقارنة بصناعة استخراج النفط الخام .

تعتبر المصافي حلقة وصل بين القطاع النفطي وبقية القطاعات الاقتصادية المحلية إذ أنها توسع السوق المحلية بما تشتريه من مستلزمات محلية تدخل في عملية التصفية وبما توزعه من دخول .

ثالثاً : أهمية النفط كمصدر للتراكم الرأسمالي :

وهذا يظهر من خلال الآتي :

1. النفط رتب آثار مالية واقتصادية مباشرة على عملية التنمية الاقتصادية مما أظهر ذلك أهداف اقتصادية جديدة وأولويات وإستراتيجيات جديدة للاستثمار .
2. تميزت الدول المصدرة للنفط بتوافر فائض مهم من المدخرات القيمه يفيض عن إحتياجات الإنفاق الاستثماري والإنمائي المخطط يقابل ذلك إمتداد أزمة العجز في حصيلة النقد الأجنبي اللازمة لتغطية الواردات من السلع والخدمات في البلدان غير المصدرة للنفط .
3. أصبح النفط اكبر سلعة تدخل في إطار التجارة الدولية وذلك نتيجة للطلب المتزايد عليه .

(5) مواصفات وخصائص النفط السوداني :

حسبما ورد في شهادات المعامل العالمية التي حددت مواصفات النفط السوداني فقد أقرت بأنه خام ذو جودة عالية ويصنف من الخامات المتوسطة الكثافة ويمتاز بإنخفاض نسبة المواد الكبريتية والمعادن وهو خام برافيني ذو محتوى شمعي يتطلب بعض المعالجات المركزية مما يتعين إجراء معالجات كيميائية بإضافة خافضات لنقطة الإنسكاب ومعالجة مدارية وذلك لسهولة ضخه ونقله .

المواد البرافينية تميز الخام بالقيمة الحرارية العالية ، وأن الخام البرافيني خام خال من وجود الأسفلت كخام للنفط السوداني ونجد أن البنزين اتلذي يتم تصفيته بمصفاة الخرطوم يتميز بالمزايا التالية :

1. نجده خالياً من مادة الرصاص مما يزيد الطلب على استهلاكه وهو يقترب من المواصفات التي تتجه إليها الدول حالياً خاصة الدول الأوربية .
2. يكون البنزين أقرب للسيوبر عالي الكثافة ومرتفع السعر كما يعتبر الجازولين السوداني خالياً من المواد الكبريتية بنسبة أكثر من خمس مرات وهذا أقل مما كان يسوق في السودان عن طريق الإستيراد ، أما الغاز فهو ينتج وفقاً للمواصفات العالمية[1].

بالإضافة إلى ذلك يتميز النفط السوداني برخص تكاليف استخراجه وضخامة أحتياطيه .

المطلب الثاني :- تطور الكشف والتنقيب عن النفط السوداني*.

إن أول خبر ورد عن وجود بترول في السودان كان في فبراير عام 1950م حيث يقال أنه قد عثر على زيت يظهر من أحد آبار المياه بمدينة واو بجنوب السودان من بئر تسمى (سعد) وأخذت منه عينات وأرسلت للتحليل الكيميائي ومضى الخبر يقول أن البئر أنتجت بضع براميل من الزيت وأنها مملوكة لأحد التجار الأجانب ، وتحكى بعض القصص وتتناقل الأخبار عن أن بعض الآبار في مدينة الفاشر بشمال دارفور وفي مدينة الدلنج بجنوب كردفان قد أخرجت زيتاً في الخمسينات ولكن لم تظهر أدلة تبين ذلك منذ تلك الفترة إلا في أوائل السبعينات عندما اكتشفت عينات منه في البحر الأحمر ثم غرب كردفان وبالتحديد في حقل أبو جابرة عام 1979م واستمرت بعدها اكتشاف النفط بكميات تجارية في مناطق ولاية أعالي النيل حتى بلغت عدد الحقول النفطية التي أكتشفت حتى

---

[1] سيف الدين صالح ،(2011) ، البترول السوداني، (قصة كفاح أمة) ، مطابع العملة ، السودان ، مصدر سابق ، صـ 51 .

*هذه المعلومات تشمل السودان الشمالي والجنوبي أي قبل الإنفصال

عام 1984م حوالي خمسة عشر حقلاً تتراوح بين حقول متوسطة وصغيرة الحجم موزعة بثلاث مناطق رئيسية هي منطقة أعالي النيل وغرب كردفان وجنوب دارفور ، وتوقف التنقيب بعد ذلكولم يستأنف إلا في أوائل التسعينات ، وهي الفترة التي بدأ فيها إستغلال النفط المحلي ، ولقد مرت فترة البحث والتنقيب عن النفط السوداني بعدة مراحل يمكن حصرها في الآتي :

المرحلة الأولى (1918 – 1968م):

بدأت عمليات التنقيب عن النفط في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا عموماً مع بداية القرن العشرين إلا أن شركات النفط العالمية لم تنقب في السودان بصورة مكثفة إلا في أواخر الخمسينات رغم المحاولات السابقة لهذا التاريخ ، فقد ورد في المعلومات عن النفط في السودان أن أول محاولة للتنقيب عن النفط في السودان كانت عام 1918م عندما أرسلت الحكومة البريطانية المستعمرة للسودان آنذاك الجيلوجيين الإنجليزيين (جراهام وتوميسون) للتنقيب في حدود السودان المطلة على البحر الأحمر ، وزاولا عملهما فعلاً وورد تقريرهما أنه لا يوجد نفط في السودان (1)، وفي عامي (1923 – 1924م) أرسلت الشركة الإنجليزية الإيرانية كل من المستر (ليز) والمستر (وايلي) وهما جيلوجيان للتنقيب عن النفط في السهول الواقعة شمال مدينة بورتسودان وخرجا بنفس النتيجة السابقة بأنه لا يوجد نفط في هذه المنطقة ، وفي عام

1940م زار السودان ممثلان لشركة استاندر أويل وشركة البترول الهولندية للتنقيب عن النفط في السودان في العديد من المناطق وانتهت الشركتان بقرار عدم جدوى إستئناف أعمال التنقيب.

وبعد الإستقلال كان البحث عن النفط ضمن أهداف الحكومة الوطنية فباشرت التحقيق من تلك النتائج السابقة عن إمكانية وجود النفط من عدمه ، وذلك بتوجيه الدعوة

---

(1) قصة البترول ،(1984م)، تقرير وزارة الثقافة والإعلام ، ، ص 46 .

إلى مدير الجيلوجيا بألمانيا الاتحادية والذي بحث عن النفط بالاشتراك مع مدير الجيلوجيا بالسودان في منطقة ساحل البحر الأحمر ولقد ورد في التقرير السنوي السوداني ان المنطقة تستحق بحثاً مستفيضاً مما جعل الدولة تبحث إمكانية استقطاب الشركات الأجنبية بحكم إمتلاكها للتكنولوجيا ورأس المال الضخم والمقدرة على المخاطرة والقدرة والخبرة الطويلة وهي مقومات مهمة للبحث والتنقيب عن النفط ، فصدر أول قانون للتنقيب عن النفط وإستغلاله بعد إستقلال السودان وسمي

(بقانون تنمية الثروة النفطية لسنة 1958م) ومن تسمية القانون يمكن التأكد بأن هنالك تقارير مباشرة عن النفط في السودان ، وهذا القانون هو الذي يحكم الاتفاقيات النفطية بين السودان والشركات المنقبة ، وتبعت هذا القانون لائحة تنمية الثروة النفطية لسنة 1959م وبالفعل تم استقطاب أكثر من شركة للتنقيب في السودان في هذه المرحلة كما بالجدول أدناه .

جدول رقم (1-4)

النشاط الاستكشافي بالبحر الأحمر – السودان

الشركة	الفترة	المساحة / كلم	المسح الزلزالي	عدد الآبار	النتـــائج		
					ناجحة	شواهد	جافة
أجب	1964/59	8500	1280	6	--	2	4
أوشيك	1976/74	14400	1834	--	--	--	--
شيفرون	1976/74	31200	5303	3	2	1	--
يونيون	1982/79	4640	440	1	--	--	1
توتال	1983/79	6400	--	1	--	--	1
تكساس	1983/79	27500	600	1	--	--	1
المجموع				12	2	3	7

المصدر : وزارة الطاقة والتعدين –المؤسسة السودانية للنفط –إدارة الإحصاء والمعلومات

حيث وافقت حكومة السودان لأربعة شركات أجنبية للتنقيب عن النفط ، أول هذه الشركات هي شركة أجب الإيطالية التي قامت بحفر ستة آبار في ساحل البحر الأحمر ولم تحصل إلا على بعض الشواهد حسب تقريرها حيث كانت هذه الشواهد النفطية والغازية في كل من بئر (دوارا) و (مواقيت) ، وفي العام نفسه حصلت شركة كلفورنيا الأمريكية على الترخيص للتنقيب ولكنها لم تحصل على شيء حسب تقريرها ، ثم تبعتها شركة شل الإنجليزية في نفس العام أيضاً للتنقيب في الصحراء دون نتائج تذكر ، ولقد حاولت حكومة السودان في عام 1968م بذل جهد ذاتي لمعرفة طبيعة السودان النفطية بالتعاون مع الدول التي لديها المال والخبرة والتكنولوجيا فأنشأت شركة دقنة وهي شركة سودانية كويتية أمريكية للتنقيب عن النفط ولكن لم تشر تقاريرها إلى أي نتائج مبشرة ، بعدها توقفت الشركات الأجنبية عن التنقيب في السودان ولم تعاود التنقيب إلا بعد عام 1970م (1).

ويمكن حصر الأسباب التي أدت إلى عدم التمكن من الحصول على معلومات مبشرة عن النفط والغاز في السودان في هذه المرحلة فيما يلي :

1. ضعف الإمكانيات المادية الاقتصادية والتكنولوجية لهذه الشركات في تلك الفترة وبالتالي فإن ظروف الترسيب القارية (غير البحرية) لم تكن مجزية ومضمونة بالقدر الكافي من قبل شركات النفط العالمية مما جعل الشركات تحصر التنقيب في منطقة ساحل البحر الأحمر .
2. مناطق ساحل البحر الأحمر لم تعطي شواهد نفطية مشجعة تدفع هذه الشركات إلى مواصلة التنقيب في مناطقالسودان البعيدة عن الساحل .
3. إن السوق النفطية العالمية لم تكن مشجعة للشركات الأجنبية التي تقوم بالبحث والتنقيب عن النفط من أجل المخاطرة والبحث بعيداً عن الساحل ، فلقد ظلت السوق

---

(1) المرجع السابق ، ص 48 .

النفطية العالمية تشهد كساداً لفترة طويلة حيث كان سعر برميل النفط في عام 1925م 1.68 دولار وانخفض إلى 0.97 دولار في عام 1935م ثم ارتفع إلى 1.02 دولار. عام 1945م وفي عام 1965م كان 1.8 دولار واستمر حتى عام 1970م بنفس السعر (2).

4. عدم وجود جهة أو مصلحة خاصة بالنفط تهتم بالطاقة وتضع السياسات والبحوثوالدراسات التي تتعلق بالتنقيب والإنتاج وتبحث في ذلك بجدية .

المرحلة الثانية (1975 -1985م):

تعتبر هذه المرحلة من أهم مراحل التنقيب في السودان فلقد شهدت تكثيف التنقيب من قبل العديد من الشركات الأجنبية النفطية كما شهدت توغل الشركات إلى مناطق عديدة داخل السودان بالإضافة إلى مناطق ساحل البحر الأحمر

كما أن هذه الفترة شهدت اكتشاف كميات تجارية من الغاز الطبيعي في ساحل البحر الأحمر وشواهد نفطية أيضاً في نفس المنطقة بالإضافة إلى اكتشاف كميات تجارية في منطقة غرب السودان وجنوب الأواسط ، كما شهدت هذه الفترة أيضاً في نهايتها توقف شركات النفط العالمية عن التنقيب في السودان لعوامل داخلية وخارجية .

في بداية السبعينات ظهرت أزمة النفط العالمية بسبب استخدام النفط كسلاح في حرب اكتوبر 1973م ومن ثم ارتفعت اسعار النفط بصورة واضحة كما أن بعض الدراسات كشفت في هذه الفترة قرب نضوب النفط المكتشف مما حدا بالشركات الأجبية الى تكثيف البحث عن النفط في مناطق جديدة من العالم لم يكتشف فيها من قبل ، ولقد كان السودان أحد الدول التي اهتمت بها الشركات الأجنبية الباحثة عن النفط وذلك بسبب ساحله المطل على البحر الأحمر والذي ظهرت فيه من قبل بعض الشواهد النفطية ، كما أن حالة الاستقرار السياسي الداخلي بعد إتفاقية أديس أبابا والتي أدت إلى إيقاف الحرب

---

(2) محمد أزهري السماك ود. زكريا عبد الحميد الباشا ، (1973م) ، دراسات في اقتصاديات النفط والسياسة النفطية ، وزارة التعليم العالي ، جامعة الموصل ، صـ 333 .

الأهلية واستقرار الحكم نسبياً وقيام الحكومة بالاهتمام بموارد البلاد ومحاولة وضع الخطط والإستراتيجيات لإستغلالها ، ولقد كان النفط احد هذه الموارد المطلوبة بإلحاح في تلك المرحلة بسبب حاجة التنمية له من جهة ولصعوبة توفيره من الخارج بعد إرتفاع أسعاره وزيادة الطلب عليه خارجياً من جهة أخرى .

ولذلك كان لابد للدولة أن تسعى بأقصى سرعة من أجل البحث عن النفط وإستغلاله كهدف إستراتيجي من أجل التنمية المطلوبة ، وبالفعل أولت الدولة في هذه الفترة اهتماماً خاصاً بالبحث عن النفط مستفيدة من طلبات الترخيص العديدة التي تقدمت بها الشركات الأجنبية ، ولذلك قامت بتعديل قانون النفط لسنة 1959م بقانون جديد سمي قانون الثروة النفطية لسنة 1970م والذي ساهم كثيراً في جذب الشركات المنقبة عن النفط من خلال التسهيلات التي قدمها القانون ويمكن حصرها في الآتي :

1. تبسيط إجراءات الترخيص .
2. على حامل الترخيص تشغيل شركته فقط دون عمل شركة سودانية في طور التنقيب كما كان في القانون السابق .

إن فترة سريان العقد ومقدار مشاركة رأس المال المحلي بالشركة المنتجة يمكن التفاوض بشأنهما والاتفاق عليهما عند الحصول على ترخيص التنقيب .

كذلك تم تعديل قانون 1970م بقانون 1974م لإعطاء مزيد من التسهيلات لجذب الشركات الأجنبية وأيضاً أنشأت الدولة مؤسسات وإدارات متخصصة في مجال التنقيب والتوزيع والتسويق كما أنشأت وزارة خاصة بالطاقة عام 1977م إلا أن هذا القطاع ظل يعاني من مشاكل تنظيمية وقصور في التخطيط وقلة الكفاءات والتدريب ، ولقد بلغت مساحة المناطق المرخصة في ساحل البحر الأحمر 60 ألف كيلو متراً مربعاً وتم حفر العديد من الآبار الاختبارية في مناطق (بشائر وسواكن ودوارا وشيلاتين) .

جدول رقم (2-4)

الشركات الحاملة للتراخيص بأواسط وجنوب السودان

الشركة	التاريخ	المساحة / كلم2		المسوحات المنفذة/ كلم2			آبار	التكلفة
		أساسية	إضافية	مغناطيسي	جانبي	زلزالي		
شيفرون	1975	516000	2590	146000	102	6000	88	878773.1
توتال	1980	170948	2548	86466	198	3372	--	59687.3
صن	1982	172000	2362	63022	220	6900	6	42710.9
المجموع		858948	7501	259455	251	7027	94	881171.3

المصدر : وزارة الطاقة والتعدين –المؤسسة السودانية للنفط –إدارة الإحصاء والمعلومات

فكانت النتائج مشجعة بالنسبة للغاز الطبيعي حيث تم اكتشافه بكميات تجارية بالإضافة إلى العديد من الشواهد النفطية ولقد توغلت بعض الشركات إلى المناطق البعيدة عن الساحل خاصة المنطقة الجنوبية الوسطى ومناطق غرب السودان .

والبيانات أعلاه تؤكد أن كل من شركة توتال وصن وشيفرون قد قامتا بعمل تنقيب في مساحات كبيرة ولقد استخدمت شركة شيفرون وسائل متطورة للتنقيب مثل الأقمار الصناعية حيث منحت مساحة تقدر بـ 516 ألف كيلو متر مربع ، وقامت بحفر 88 بئر في الفترة (1977 -1985م) استخدمت فيها 21 ماكينة حفر ولقد كانت نسبة الآبار الناجحة 50% بالإضافة إلى 12.4% آبار بها شواهد نفطية و 37.6% من الآبار جافة كما بالجدول(3-11).

جدول رقم (3-4)

نتائج الحفر في الأرض المرخصة لشركة شيفرون المنطقة الغربية والجنوبية الوسطى

السنة	عدد الماكينات	الآبار المحفورة	آبار ناجحة	آبار بها شواهد نفطية	آبار جافة
1977	1	1	–	–	1
1978	2	3	–	1	2
1979	2	6	2	–	4
1980	2	8	5	–	3
1981	2	14	5	3	6
1982	3	18	8	3	7
1983	3	23	16	3	4
1984	4	11	8	–	3
1985	1	4	–	–	4
المجموع	**21**	**88**	**44**	**10**	**34**

المصدر : وزارة الطاقة والتعدين –المؤسسة السودانية للنفط –إدارة الإحصاء والمعلومات

لقد كانت حصيلة التنقيب اكتشاف كميات كبيرة من النفط كما هي موضحة في البيانات أعلاه ، ولقد قدر النفط المكتشف في هذه الحقول مجتمعة بحوالي (1.5) بليون برميل إلا أن النسبة التي يمكن إنتاجها قدرت بحوالي 30% من جملة النفط المكتشف وبناءً على المعطيات الفنية المتاحة تم تقسيم الحقول النفطية المكتشفة إلى ثلاثة أقسام[1]:

[1] حسن الزبير ،(1990م)، استغلال النفط السوداني والخيارات المتاحة ، مؤتمر الطاقة ، الخرطوم ،.

1/حقول تتسم بوفرة العمل المنجز :

أ) حقول الوحدة طلح : ولقد أكتشفتت هذه الحقول عام 1980م وتم فيها حفر 22 بئر إستكشافية كما تم تطويرها عدة مرات وأجريت فيها إختبارات الإنتاج ويقدر الإحتياطي في هذا الحقل بحوالي 525 مليون برميل ويمكن أن تنتج حوالي 35 ألف برميل في اليوم .

ب) حقل هجليج : يقع هذا الحقل على بعد 70 كيلو متر شمال حقل الوحدة طلح تم أكتشافه عام 1980م ويقدر الإحتياطي فيه بأكثر من 552 مليون برميل .

2/ حقول تتسم بعدم إكتمال العمل المطلوب :

وهو حقل عداريل ولقد أكتشف عام 1983م ويقدر الإحتياطي فيه بـ 30 مليون برميل ويمكن أن ينتج 15ألف برميل في اليوم ويحتاج أيضاً إلى آبار إنتاجية إضافية ولقد قامت شركة (الخليج سودان) بعمل نظافة للحقل .

3/ حقول أبو جابرة وشارف :

وهذه الحقول بها إحتياطي يقدر بحوالي 35 مليون برميل وإنتاجه اليومي يقدر بـ 15 ألف برميل .

ولقد توقفت بعد ذلك كل الشركات التي كانت تنقب عن النفط وذلك لعدة عوامل يمكن حصرها في الآتي :

1. إنخفاض اسعار النفط العالمية مع مقارنة بأسعار بداية السبعينات وظهور كساد في سوق النفط العالمي مما جعل الشركات المنقبة تقلص نشاطها في الأطراف البعيدة عن مناطق الإستهلاك العالمي مع الاحتفاظ بمناطق الترخيص ذات المخاطر الأقل .
2. التوصل إلى اكتشاف كميات إضافية من النفط في الحقول القديمة نتيجة للتطور التكنولوجي في مجال البحث والاستكشاف ولم يعد هنالك خوف من نضوب النفط في الوقت القريب .
3. إن العلاقات السياسية الدولية تؤثر على تنمية واستثمار النفط في الدول النامية ولقد تأثر السودان بهذه السياسات في هذه الفترة بسبب مروره بظروف سياسية غير ملائمة .

المرحلة الأخيرة (1990 –1999م):

شهدت هذه الفترة اهتمام الدولة بالتنقيب واستغلال النفط المكتشف ، كما شهدت إنشاء أول قطاع للنفط يهتم بإستخراج وإستغلال النفط المكتشف وشهدت أيضاً إنتهاء فترة الإمتياز لبعض المناطق في غرب وجنوب البلاد التي كانت مرخصة لشركة شيفرون الأمريكية وآلت إلى حكومة السودان مما جعل الدولة تبدأ في تجربة الإنتاج لأول مرة بحقل ابوجابرة ، كما وضعت الدولة بعض القوانين واللوائح لجذب الشركات الأجنبية للتنقيب عن النفط وإستغلال المكتشف منه وعمدت إلى إعادة هيكلة قطاع النفط واهتمت بالتدريب ووضع الخطط والاستراتيجيات لعمل مسح لكافة مساحات السودان لمعرفة الإحتياطي المؤكد من النفط والغاز ، ورغم الظروف السياسية المحلية والعالمية بالإضافة إلى ظروف الطلب والعرض لسلعة النفط عالمياً والتي ادت إلى إحجام الشركات الأجنبية عن التنقيب في السودان إلا أن الدولة سعت إلى استقطاب الشركات وإستغلال النفط المكتشف ، وبدأ بإستقطاب شركات صغيرة منها شركة(روم بترول) للتنقيب في منطقة شارف وأبو جابرة وشركة(ستيت الكندية) للبحث في منطقة هجليج بالإضافة إلى (شركة الخليج) للعمل بحقل عداريل ، ولقد حاولت الدولة كسر حاجز الحصار الذي فرضته الدول الغربية على شركاتها بعدم التنقيب في السودان فاتجهت شرقاً واستقطبت كل من الصين وماليزيا كما استعانت بخبرات بعض الدول الشقيقة كإيران والعراق في مجال التدريب والاستشارات الفنية ومتابعة الاتفاقيات وتنفيذها ، كذلك استقطبت إحدى الشركات الكندية في العمل سوياً مع الشركات الصينية والماليزية .

وفي هذه الفترة تم التركيز على الحقول القديمة لمعرفة الإحتياطي المؤكد ولم تشهد هذه الفترة أي تنقيب خارج الحقول ، ولقد قامت الدولة بمنح الشركة الصينية حقوق امتياز للتنقيب في العديد من المناطق داخل السودان ، كما طرحت 50% من مساحة السودان للتنقيب فيها عن النفط .

المطلب الثالث :- الشركات العاملة في مجال النفط السوداني

هناك العديد من الشركات الوطنية والأجنبية تعمل في مجال إنتاج النفط والخدمات الأخرى ، وتنقسم هذه الشركات إلى مجموعتين الأولى تمثل الشركات صاحبة الإمتياز في التنقيب والإنتاج وقد يشمل التصدير، والمجموعة الثانية تشمل الشركات التي تقدم خدمات متخصصة للمجموعة الأولى وكل ذلك على النحو التالي (1).

أولاً : الشركات العاملة في مجال التنقيب والإنتاج والإستخراج للنفط السوداني

يطلق على هذه الشركات أصحاب الرخص (الإمتياز) وهي :

(أ) شركة النيل الكبرى GNPC :

وهي تعمل في المربعات 1 -2 -4 وهي عبارة عن شراكة تضم الآتي :

1- الشركة الوطنية الصينية CNPC .

2- الشركة الوطنية الماليزية بتروناس .

3- الشركة الكندية تلسمان .

4- الشركة الوطنية السودانية (سودابت).

وقد تم توقيع الشراكة في 1997/3/1م وقد دخلت شركاتGNPOC في شراكة مع بعض الشركات الأخرى كالتالي :

(ب) شركة بترودار :

التي وقعت بتاريخ 2000/3/12م ونظام عملها في المربعات 3 -7 وهي تعمل عن طريق شراكة مع الشركات التالية :

1. الشركة الوطنية الصينية .
2. الشركة الوطنية السودانية.
3. الشركة الوطنية الماليزية .

---

(1) سيف الدين حسن صالح ،(2011م)، البترول السوداني قصة كفاح أمة ، مطابع العملة ، صـ 41 .

4. الشركة الخليجية (آل ثاني).
5. مجموعة الخليج .

- ولكن نجد أنه بعد الانفصال تم تصفية شركة بترودار وذلك لأن كل الحقول التي كانت تعمل فيها تقع في جنوب السودان ولم يتبقي من الشركة سوي بعض الاقسام التي تشرف علي خطوط الأنابيب والمصفاة التي تقع في ولاية النيل الأبيض منطقة الجبلين.

(ج) الشركة الصينية (بترونرجي):

وهي تعمل في المربع 6 وقد تم توقيع الإتفاقية في 1995/9/23م وتم سريان الإتفاقية في 2002/10/30م ليشمل دخول الشركة الوطنية السودانية (سودابت) كشريك في الإمتياز معها .

(د) شركة توتال الفرنسية :

تم توقيع الإتفاق في 1980/11/5م لتعمل في المربع 5 –ب .

(هـ) شركة IPC :

نطاق عملها مربع 5 –أ وذلك بموجب الإتفاقية الموقعة معها في 1997/2/6م وهي تعمل عن طريق الشراكة مع شركات :

1. شركة لوندين السويسرية .
2. شركة بتروناس الماليزية .
3. شركة OMV النمساوية .
4. الشركة الوطنية السودانية .

(و) شركة النيل الأبيض :

تم توقيع الإمتياز في 2001/5/2م ونطاق عملها مربع 5–ب وهي تعمل عن طريق الشراكة أيضاً مع الشركات التالية :

1. الشركة الماليزية بتروناس .

2. الشركة الوطنية السودانية .

3. شركة لوندين السويسرية .

4. شركة OMV النمساوية .

- وهي أيضا تمت تصفيتها بعد الانفصال

(ك) شركة صحارى GSPOC

وهذه تنقب في الولاية الشمالية – دنقلا في صحراء العوينات ولكن حتي الأن لم يظهر بترول فيها بالرغم من حفر ثلاث ابار استكشافية ولكن نجد ان الدراسات تؤكد علي وجود إحتياطي من النفط في هذه المنطقه.

(ل) شركة الراوات Raspoc

وهي تعمل في ولاية النيل الابيض منطقة الراوات وهي من الشركات الحديثة وحاليا تم حفر أربعة ابار وهنالك مبشرات بوجود مخزون نفطي اقتصادي

ثانياً : الشركات العاملة في البترول السوداني (الخدمات النفطية) :

هذه الشركات تعمل في مجال مرتبط بإستخراج النفط السوداني ولا تقل أهميته عن شركات التنقيب وهي مرتبطة معها بأعمالها وهذه الشركات تقدم خدمات نفطية وهي كالآتي :

(أ) الشركات العاملة في مجال المسح الجيوفيزيائي :

1. شركة ZPEB الصينية .

2. شركة BGP الصينية .

(ب) الشركات العاملة في مجال الحفر :

1. شركة سور الصين العظيم GW .

2. شركة بترونيدز العالمية PSI

3. شركة أساور

4. شركة تايقر

5. شركة الدندر

(ج) الشركات العاملة في مجال LOGGING:

1. شركة CNLC .

2 . شركة GW

(د) الشركات العاملة في مجال MUDLOGGING :

1. شركة GEOSER VICES .

2. شركة ZPEB .

3. شركة CNLC .

4. شركة GW

(هـ) الشركات العاملة في مجال السمنته CEMENT SERVICES :

1. شركة ZPEB.

2. شركة GW.

(و) شركات الإنشاءات وبناء الطرق والنقل :

1. شركة هجليج .

2. شركة كير .

3. شركة CICO .

4. شركة حسين موسى .

5.شركة الجزيرة

6. شركة أرامكو

(ك): الشركات العاملة في مجال تسويق المنتجات النفطية بالسودان :

هذه الشركات تقوم بتسويق مشتقات البترول والجاز أويل والغاز (البوتجاز) وغاز الطائرات وهي تبلغ حوالي (25) شركة ومن المتوقع زيادة عدد الشركات العاملة في هذا المجال مستقبلاً .

وتنقسم هذه الشركات حسب النشاط التي تقوم به إلى :

أولاً : الشركات التي تعمل في مجال تسويق البنزين والجاز أويل نذكر منها :

1. النحلة 2. ليبيا أويل للبترول 3.الوطنية للبترول
4. نبتة للبترول 5. شركة سنابل 6. الشركة الصينية
7. شركة الطريفي 8. شل سودان 9. شركة نوافل
10. شركة الميثاق 11. شركة البحار الدافئة 12. شركة بشائر
13. شركة كونكورب 14. شركة نبتا 15.شركة النيل
16. شركة بتروناس

ثانياً : الشركات التي تعمل في مجال تسويق الغاز (البوتجاز) :

1. أبرسي غاز 2. إيران غاز 3. سودا غاز

ثالثاً : الشركات التي تعمل في مجال تسويق البنزين والجاز أويل والغاز :

1. أمان غاز 2. النحلة للبترول 3. النيل للبترول 4. فابكو سودان

رابعاً : الشركة التي تعمل في مجال تسويق غاز الطائرات :

شركة نايل بكري .

خامساً : شركة تعمل في مجال صادر الغاز :

جيكو .

وأخيراً نجد أن الشواهد تدل على أن أغلب ولايات السودان بها شواهد نفطية مما يجعل ذلك حافزاً للشركات العالمية لتوسيع استثماراتها لاستخراج البترول من هذه الولايات إذا توفر المناخ المناسب من حيث تقديم التسهيلات الاستثمارية وكذلك توفير المناخ الأمني مما يشجع هذه الشركات على توسيع نشاطها في هذا المجال وكسب ثقتها مما يعود بالفائدة المزدوجة على مستوى الدولة وكذلك المستوى المحلي وستساهم هذه الاستثمارات في خلق فرص العمل لمواطني الولايات في شتى المجالات الإدارية والفنية والذي بطبيعة

الحال سيؤدي إلى ارتفاع مستوى المعيشة وإنشاء وحدات الخدمات من تعليم وصحة وغيرها.

المبحث الثاني

المسؤولية الاجتماعية لشركة بترونرجي للنفط والغاز للفترة من (2005 – 2015)

المطلب الأول :- نبذة عن شركة بترونرجي للنفط والغاز

يعتبر حقل مربع(6) بليلة إحدى المربعات المنتجة للبترول في السودان و يدار بواسطة شركة بترونرجي وهي شركة مساهمة بين الشركة الصينية الوطنية للبترول CNPC وشركة SUDAPET ممثلة لحكومة السودان ويمتد عبر ولايات غرب كردفان، جنوب كردفان، وشرق دارفور بين خطي طول 28.47 شرقا و26.21غربا وخطي عرض 11.54شمالا و10.33 جنوبا و يضم بداخله عدد من المحليات ومدن كبيرة مثل مدينة الفولة ، المجلد ، بابنوسة وابوجابرة .

طبيعة الارض:-

أرض غابية تتخللها بعض السهول والأودية وبعض التلال وتعتبر من أحزمة السافنا الفقيرة.

النشاط السكانى:-

يمتهن السكان المحليين الرعي والزراعة والتجارة ولكن بعد النشاط الأقتصادى للبترول إنتقل البعض منهم للعمل بشركات البترول.

الحقول البترولية لشركة بترونرجي:-

لشركة بترونرجي ثمانية حقول تعتبر هي الحقول الرئيسية المنتجة للبترول ضمن مناطق الامتياز الممنوحه لها من قبل الحكومه السودانية وهذه الحقول هي حقل بليلة، حقل شق

العرديب ، حقل موقا ، حقل جيك ، حقل كيي ،حقل حديدة ، حقل سفيان وأخيرا حقل شوكه وهي من الحقول المكتشفه حديثا ومازال العمل فيها تحت طور الاستكشاف . ويبلغ حجم الإنتاج اليومي من جملة الحقول حوالي 45 الف برميل، وتعتبر الشركة من أكبر الشركات المنتجة للنفط في البلاد الآن وذلك بعد تدني إنتاج شركة النيل الكبري نسبة لإنفصال الجنوب.

المطلب الثاني :- محاور المسؤولية الإجتماعية لشركة بترونرجي:-

ارتبط ملف تنمية المجتمع بشركة بترونرجي مع بدايات انتاج الشركة الفعلي في العام 2005وذلك بالتضامن مع لجنة الخدمات بوزارة النفط ولقد رصدت ميزانيات مقدرة للمحاور الثلاث التعليم ، الصحة ، ومياه الشرب ولقد استمرت هذه الميزانيات بالتدفق حتى العام 2006 وفي العام 2007 ونتيجة لكثرة المشاكل القبلية بين قبائل المسيرية مع بعضها من جهة وكذلك المشاكل بين المعالية والرزيقات من جهة أخري تعطلت عمليات تنمية المجتمع واستمر الحال علي ذلك خلال الاعوام 2010،2009،2008، وبعد أن إنفرجت الأزمة طالبت وزارة النفط بتحديد آلية دفع ميزانيات مشاريع تنمية المجتمع بالامتياز 6 وتم تبادل مكاتبات عديدة بين الشركة وشركة سي ان بي سي الصينية الشريك الثاني في شركة بترونرجي وتوصل الشركاء بالشركة على ان تكون آلية الدفع مناصفة بين حكومة السودان والشريك الصيني حيث استأنفت المشاريع منذ العام 2011 وحتي تاريخه.ونجد أنمشروعات التنمية تشتمل علي محاور متعددةفى مجالات التعليم ، الصحة ،المياه، الزراعة والمشاركة في العمل الاجتماعي مع المواطنين في المناسبات الرسمية الإجتماعية والإقتصادية وتسيير القوافل الصحية والبيطرية هذا بجانب دمج أبناء المجتمعات المحلية فى عمليات صناعة النفط وتشغيل عدد مقدر من ابناء المنطقة بالشركة والشركات المختلفة الاخرى، بجانب ذلك تبنت الوزارة والشركة مشاريع تنمويه أخري في إطار توفير الحياة الكريمة للمواطنين وتذليلها حيث ساهمتا في تشيد الطرق

الداخلية لمدينة الفولة بكلفة 249,000 دولار كما سمحت للمواطنين بالاستفادة من طائرتها بالترحل من الخرطوم الى بليلة والعكس بالعكس حيث تبلغ كلفة ترحيل الفرد بالطائرة 150 دولار حيث يبلغ في المتوسط سنويا سفر 1,020 فردا[1]. وحتي نقف علي إسهامات الشركة في التنمية الإجتماعية سوف نقوم بالتركيز علي محاور التنمية التي أولتها الشركة جل إهتمامها نسبةً لحاجة المنطقة الشديدة إليها وهذه المحاور تمثلت في محور المياه، التعليم ، الصحة ، ومن ثم نستعرض ماقدمته الشركة في مجال حماية البيئة.

أولاً :- محور المياه

تعتبر من أهم المحاور لوحدة تنمية المجتمع بشركة بترونرجى المحدودة وهي من أوائل الخدمات الإجتماعية التي قدمتها الشركة لإنسان المنطقة، وذلك لأهمية المياه للسكان المحليين والثروة الحيوانية بالمنطقة وفى هذا المحور تم تنفيذ عدد من المصادر لمشروعات المياه المختلفة (حفر الآبار والحفائر وخزانات مياه الشرب).حيث تم تنفيذ وحفر عدد 58بئراً وعدد من الحفاير وما زالت قضية توفير مياه الشرب تحظى باهتمام كبير وذلك بالنظر إلى ما تعانى منه المنطقة من شح في مصادر المياه وخاصة في موسم الصيف والذي يمتد لحوالي ستة أشهر في السنةحيثيعتمد أغلبية السكان في معظم المناطق خلال الصيفعلى الأبار في توفير احتياجاتهم من مياه الشرب للإنسان والحيوان وغيرها من الاحتياجات الحيوية الأخرى.كما درجت الشركة على ترحيل مياه الشرب الى القرى التي تقع داخل الامتياز و التى لم تحفر فيها آبار مياه خاصة في فترة الصيف حيث تلتزم الشركة بتسيير عدد 20 رحلة تناكر مياه شرب يوميا بما يعادل 7,200 رحلة في السنة وبلغت الكلفة الاجمالية لنقل وتوزيع المياه 11,920,000 دولار لعدد 650,000 مواطن وما لا يقل عن 4,000,000 راس من الحيوان وذلك منذ العام 2005 وحتى

(1) التقرير السنوي لإدارة التنمية والخدمات ،(2015)، شركة بتروانرجي ؛ ديسمبر،ص7

العام2015. وفوق كل ذلك تدار عمليات حفر الآبار ونقل وتوزيع المياه باشراف مباشر من قبل الشركة .

جدول رقم (4-4)

الآبار التى كانت موجوده في القري المجاورة للحقول قبل دخول الشركة

الرقم	إسم البئر	الولاية / موقع البئر	تاريخ التشييد
1	قرية الفلاتية	غرب كردفان – محلية كيلك	1972
2	قرية الفردوس	غرب كردفان – محلية ابو زبد	1975
3	شق العرديب	غرب كردفان– محلية السلام	1975
4	كايا 1	غرب كردفان 42.5 كيلو شمال غرب كيلك	1981
5	ام جرو شرق	غرب كردفان –محلية السنط	1965
6	تباريب	غرب كردفان 46 كيلو جنوب محلية ابيي	2003
7	درابة غرب سمبر	غرب كردفان –محلية لقاوة	1969
8	بركة	غرب كردفان –محلية الدبب	1966
9	أم جرو غرب	غرب كردفان 47– كيلو شرق ابوزبد	1999
10	معسكر ابوجابرة	غرب كردفان 160 كيلوغرب المجلد	2002
11	الخويرات	غرب بليلة– محلية الميرم	1994
12	جاد السيد	غرب بليلة –محلية السلام	2000

13	المجرور	غرب كردفان – محلية الأضية	1992
14	قرية الدييم	غرب كردفان – 50كيلو غرب لقاوة	1985
15	كريديلة	غرب كردفان 180 كيلو الكيلك	1999
16	أم ديبون	غرب كردفان – محلية الأضية	2001
17	بابنوسة معسكر الجيش	غرب كردفان –بابنوسه	2004
18	أم بطيخ	غرب كردفان 130 كيلو المجلد	1989
19	جبر الدار	غرب كردفان –محلية السنط	2002
20	إم جرو	غرب كرفان –محلية الدبب	2000
21	النبقايا	غرب كرفان – البرصايا	1986
22	أم شعلوبه	غرب كردفان – محلية غبيش	2003

المصدر وزارة التنمية والتخطيط –الفولة

جدول (5-4)

قائمة الآبار التى تم حفرها بواسطة شركة بتروانرجى

الرقم	إسم المشروع	الولاية/ المسافة من معسكر بليلة	التكلفة بالدولار	تاريخ التشييد
1	المطار القديم	غرب كردفان 5 كيلو شرق بليلة	9000	2005
2	قرية الفلاتية	غرب كردفان 19 كيلو شرق بليلة	9150	2005
3	غباشا	غرب كردفان 76 كيلو شمال بليلة	9000	2005
4	أم سعاته	غرب كردفان – محلية الأضية	9100	2005
5	جبرونا	غرب كردفان – ابو زبد	9250	2005
6	شق البوره	غرب كردفان – لقاوة	9000	2005
7	قاتو	غرب كردفان 142 كيلو غرب بليلة	9400	2005
8	ام دقيق	غرب كردفان – محلية الأضية	11000	2006
9	ايلكو	غرب كردفان 20 كيلو شمال بليلة	11500	2006
10	أم دروتا	غرب كردفان 50 كيلوغرب بليلة	11000	2006
11	كركرايا	غرب كردفان 60 كيلو شمال بليلة	11000	2006
12	سنيطاية الوادى	غرب كردفان 60 كيلوغرب بليلة	11000	2006
13	المنورة	غرب كردفان 83 كيلوغرب بليلة	11300	2006
14	أم شاشايا	غرب كردفان 80 كيلو شمال غرب بليلة	11000	2,006
15	جوغان	غرب كردفان– محلية الصنود	11700	2006
16	ودعيسى الفولة	غرب كردفان – مدينة الفولة	11850	2006
17	ام جرو شرق 4	غرب كردفان 43.5 كيلو شمال غرب بليلة	11900	2007
18	جغمنى	غرب كردفان80كيلو شمال بليلة	13000	2011

19	أم سعاتتا	غرب كردفان 188 كيلو شمال غرب بليلة	13000	2011
20	المزروب	شرق دارفور229 كيلو شمال غرب بليلة	13000	2011
21	القرف ودجودة	شرق دارفور 181 كيلو شمال غرب بليلة	13000	2011
22	أم شالووبا	غرب كردفان 229 كيلو شمال غرب بليلة	13000	2011
23	أم سكر	غرب كردفان 200 كيلو شمال غرب بليلة	13000	2011
24	أم شويكة	غرب كردفان183 كيلو غرب بليلة	13000	2011
25	أم رسوم	غرب كردفان107 كيلو شرق بليلة	13000	2011
26	قرية شق الدود	غرب كردفان –32 شمال شرق الفولة	13500	2012
27	الراقدة	غرب كردفان – محلية كيلك	13500	2012
28	حجر	غرب كردفان – محلية الميرم	13500	2012
29	المطار الجديد	غرب كردفان 2 كيلو شرق بليلة	13500	2012
30	نقطة الدابلين	غرب كردفان 23 كيلوغرب بليلة	13500	2012
31	بركة 2	غرب كردفان68 كيلوغرب بليلة	13500	2,012
32	وسعاتا	غرب كردفان 73 كيلو شمال بليلة	13500	2012
33	الكووا	غرب كردفان 67 كيلو شرق بليلة	13500	2,012
34	أم ردم كلورى	غرب كردفان – الدبب	13500	2012
35	ودبلأل	غرب كردفان – المجلد	13900	2013
36	السوق الجديد– الشق	غرب كردفان 23 كيلوغرب بليلة	13900	2013
37	النموكى	غرب كردفان 85 كيلوشمال بليلة	13900	2013
38	قرية بونج الفرشايا	غرب كردفان – 17كيلو غرب المجلد	13900	2013
39	ام سيالة الضخ (4)	غرب كردفان – ام سيالة	13900	2013
40	أم صبر الضخ (5)	غرب كردفان – محلية لقاوة	13900	2013

41	ام سرير	غرب كردفان – محلية كيلك	13900	2013
42	تباريبب 2	غرب كردفان 56 كيلو شمال بليلة	13900	2013
43	الرقيقا	غرب كردفان 60 كيلوشمال شرق بليلة	13900	2013
44	شق القنا	غرب كردفان 87 كيلو شمال بليلة	13900	20013
45	التعالبة	غرب كردفان – ابيي	14400	2014
46	المجلد (الخبوب)	غرب كردفان 115 كيلوغرب بليلة	14400	2014
47	قرية حمودة	غرب كردفان –شمال غرب محلية أم البشر	14400	2014
48	أم عششا	غرب كردفان 67 كيلو شرق بليلة	14400	2014
49	شق عمر	غرب كردفان – محلية كيلك	14400	2014
50	القرضاية	غرب كردفان – السلام	14400	2014
51	القرية النموذجية	غرب كردفان 3 كيلو شمال بليلة	14400	2014
52	السوق الجديد	غرب كردفان 17 كيلو شرق بليلة	14400	2014
53	شق العرديب	غرب كردفان 36 كيلو شمال بليلة	14400	2014
54	شوكة 2	غرب كردفان 170 كيلوغرب بليلة	14400	2014
55	سمبر	غرب كردفان 49 كيلوشمال غرب بليلة	14400	2014
56	سفيان	غرب كردفان 265 كيلوغرب بليلة	14400	2014
57	الفردوس الجديدة 2	غرب كردفان – محلية ابو زبد	15000	2015
58	قرية حسين موسى ج	غرب كردفان – محلية ابو زبد	15000	2015

المصدر :- وزارة النفط والغاز – إدارة الخدمات الإجتماعية

ثانياً :- محور التعليم

في هذا المحور يتم إستهداف إتاحة التعليم للسكان في مناطق الحقول النفطيه التابعة للشركة وذلك من خلال إنشاء المدارس الجديد وإعادة تأهيل المدارس القديمة بالإضافة الي المساهمة في توفير الأثاثات المكتبية والإجلاس وكل ذلك من أجل خلق بيئة مدرسية صالحة تُرغب وتعمل علي جذب الطلاب للعلم والإهتمام به وذلك لأن التعليم في هذه المناطق ليس من أولويات السكان حيث يمتهن معظم الاطفال الرعي بإعتبارهم قبائل رعوية . ولكن من خلال الدعومات والمعينات المالية والعينية التي تقدمها الشركة في هذا المجال حيث كانت في البداية تعرض توظيف رب الاسرة في الشركة أو التكفل بمرتبه وهو جالس في بيته في مقابل إرسال أبنائه الي المدرسة وكان ذلك بالتعاون مع وزارة النفط والغاز ،وكذلك من خلال إتاحة العديد من الوظائف العمالية للسكان والتي مكنتهم من الإحتكاك بالمهندسين وموظفي الشركة إستطاعت أن تبث روح الوعي وثقافة التعليم بين سكان هذه المناطق وأصبح التعليم قبلةً للأطفال والشباب، والجدولين (6-4) و (7-4) توضح ماكانت عليه الحال قبل دخول الشركة للاستكشاف والتنقيب والانتاج في هذه المناطق وما أصبحت عليه الحال الآن بعد مساهمات الشركة في هذا المجال.

جدول (6-4)

المدارس التي كانت موجوده في مناطق الحقول قبل الشركة

الرقم	الولاية	اسم المدرسة	سنة االتأسيس
1	غرب كردفان – محلية كيلك	مدرسة المجرور أساس بنين	1961
2	غرب كردفان –محلية لقاوة	مدرسة المزروب أساس بنات	1965
3	غرب كردفان – محلية ابوزبد	ام عدارة الثانوية	1982
4	غرب كردفان – محلية الصنود	مدرسة الناير أساس	1989
5	غرب كردفان – محلية الدبب	الصحابه الاساسية بنين	1999
6	غرب كردفان – محلية أبيي	مدرسة الزهراء الاساسية بنات	2003
7	غرب كردفان – محلية الميرم	مدرسة التبون الثانوية	2003
8	غرب كردفان –محلية السلام	مدرسة عديلة بنين	2004

المصدر :- وزارة التربية والتعليم –الفولة

جدول (7-4)

المرافق التعليمية التى شيدت بواسطة شركة بتروانرجى

الرقم	الولاية	اسم المدرسة	سنة الإنشاء	التكلفة بالدولار
1	غرب كردفان	لايوجد	2005	0
2	غرب كردفان	بركة أساس	2006	159,500
3	غرب كردفان	سنيطاية أساس	2006	159,500
4	غرب كردفان	أم قلودة أساس	2011	378,900
5	غرب كردفان	قرية السوق الجديد أساس	2011	200,000
6	غرب كردفان	الدقاق أساس	2012	307,439
7	غرب كردفان	جغمنى أساس	2013	337,439
8	غرب كردفان	مدرسة المجرور أساس	2013	350,000
9	غرب كردفان	مدرسة الفلاتية أساس	2014	364,000
10	غرب كردفان	مدرسة الفردوس أساس	2015	377,000
11	غرب كردفان	مدرسة أم شيب الثانوية	2015	412,000
التكلفة الكلية للمشاريع التعليمية التى تم تنفيذها 2006-2015				1248545

المصدر :- وزارة النفط والغاز – إدارة الخدمات الإجتماعية

جدول (8-4)

المدارس التي تم تأهيلها بواسطة الشركة

الرقم	الولاية	اسم المدرسة	سنة الانشاء	مبلغ التأهيل بالجنية
1	غرب كردفان	مدرسة المزروب أساس بنات	1965	310,000
2	غرب كردفان	مدرسة الناير أساس	1989	310,000
3	غرب كردفان	مدرسة المجرور أساس بنين	1948	310,000
4	غرب كردفان	ام عدارة	1982	270,000
5	غرب كردفان	الصحابه الاساسية بنين	1999	120,000
6	غرب كردفان	مدرسة الزهراء الاساسية بنات	2003	150,000
التكلفة الكلية للمشاريع التعليمية التى تم تأهيلها				**1,470,000**

المصدر :- شركة بترونرجي –ادارة التنمية

جدول (9-4)

عدد الطلاب الذين تم توفير الإجلاس لهم في مختلف المناطق

الرقم	الولاية	اسم المدرسة
1	الفولة غرب كردفان	1750 طالب
2	أم عدارة غرب كردفان	500 طالب
3	الصحابة غرب كردفان	1000 طالب
4	ابوزبد غرب كردفان	1250 طالب
5	أم سيالة غرب كردفان	500 طالب
6	المقدمه اساس	250 طالب
7	ام بطيخ الا ساسية	200 طالب
8	ام حميض الاساسية بنات	350 طالب
المجموع		**طالب 5800**

المصدر :- شركة بترونرجي – ادارة التنمية

ثالثاً :- محور الخدمات الصحية

لقد أولت الشركة إهتماماكبيراً بصحة وسلامة الإنسان والحيوان والبيئة منذ البدايات حيث نجد أن هنالك قسم خاص يهتم بهذه الجوانب وهو قسم الصحة والسلامة والبيئة (HSE) وايضا هنالك قسم تنمية المجتمع الذي يعتبر القسم المنوط به تنفيذ ومتابعة برامج التنمية ،حيث قامت وحدة التنمية بإنشاءالعديد من العيادات المتكاملة وبدكاتره ذوو خبرة وكفاءة في كل حقل من الحقول التابعه لها حيث تكفلت الشركة باسكانهم واعاشتهم ودفع رواتبهم حتى يقدموا علاجا مجانيا للاهالي وكان الهدف من ذلك توفير الرعاية الصحيه لإنسان المجتمعات التي تقع فيها هذه الحقول وتوفير الدواء المجاني لهم حيث تستقبل هذه العيادة يوميا عددا كبيرا في شتي التخصصات الطبية ، وكذلك خدمات الاسعاف لنقل المرضى الى المستشفيات الكبيرةوالى الخرطوم بالطائرة ، الي جانب ذلك سعت الشركة في إنشاء مراكز صحية في المناطق التي تبعد عن الحقول مثل مركز صحي القريه الجديده وأيضا قامت بإعادة التأهيل المتكامل للمستشفيات الكبيرة في داخل المدن مثل مستشفي الفولة ومستشفي المجلد ، ونسبة لتدني مستوي التعليم وانتشار الأمية في هذه المناطق كانت هنالك العديد من العادات الصحية الخاطئه المصاحبة في عمليات الولادة وختان الذكور فسعت الشركة لمعالجة هذه العادات من خلال نشر الوعي والثقافة بتسيير عدد مقدر من القوافل الطبية بإمكانات مقدرة الي الاسواق واماكن تجمعات العرب الرحل وكذلك إقامت مخيمات العيون بالتعاون مع منظمة البصر الخيرية في العديد من المناطق مثل ام البشر، المقدمه، ام بطيخ .وقد كان لكل هذه المشروعات الصحية الاثر الايجابي في تحسين المستوى الصحي في هذه المناطق[1].

أما في مجال صحة الحيوان فقد كانت للشركة القدح المعلى في القضاء علي أخطر الأمراض التي كانت تصيب الأبقار والماشية في هذه المناطق وخاصة في

(1)التقرير السنوي لادارة التنمية والخدمات، (2015) ،شركة بترونرجي ، ديسمبر، ص12

موسم الخريف حيث يكثر توالد الحشرات والذباب التي تصيب الحيوانات بالعديد من الأمراض وتم ذلك من خلال إنشاء المزارع والحصائر المتخصصه وإقامت الإختبارات المعملية وجلب المضادات من دولة الصين الشقيقة .

جدول (10-4)

المرافق الصحيه التي كانت موجوده قبل دخول الشركة الي مربع 6 بليلة

الرقم	اسم المرفق الصحي	الموقع	تاريخ الانشاء
1	مستشفى الفولة	مدينة الفولة	1962
2	مركز صحي شق العرديب	بليلة	1981
3	مركز صحى قرية المنورة	غرب كردفان	1989
4	مركز صحي أم قلودة	غرب كردفان	1999
5	مركز صحي جاد السيد	غرب كردفان	2000
6	مركز صحي ود جودة	غرب كردفان	2003

المصدر :- وزارة الصحة -الفولة

جدول (11-4)

المرافق الصحية والحملات والدعم الدوائى التى نفذت بواسطة الشركة

الرقم	اسم المرفق الصحي / البرامج الصحيه	الموقع	الميزانية بالجنية	تاريخ الانشاء
1	مركز صحي معسكر الشركة الرئيسي	معسكر بليلة	250.000	2005
2	3 حملات صحية وبيطرية	قرى بليلة وما جاورها	120.000	2005
3	3 حملات صحية وبيطرية	قرى بليلة وما جاورها	150.000	2005
4	مستشفي ام سيالة	غرب كردفان- الانابيب	350.000	2006
5	3 حملات صحية وبيطرية	قرى بليلة وما جاورها	175.000	2006
6	دعم دوائي ومعدات صحية	قري بليلة	250,000	2011
7	مركز صحي ام عدارة	غرب كردفان- محلية ام زبد	200.000	2011
8	مركز صحي حقل موقا	معسكر موقا	100.000	2011
9	مستشفى الفولة	مدينة الفولة	5,00,000	2012
10	مركز صحي جاد السيد	غرب كردفان	300.000	2012
11	مركز صحي شق العرديب	بليلة	210.000	2013
12	مركز صحى قرية السوق الجديد	غرب كردفان	210.000	2013
13	مركز صحي ود جودة	غرب كردفان	40.000	2013
14	مركز صحي حقل جيك	معسكر جيك	125.000	2014
15	مركز صحى قرية المنورة	غرب كردفان	95.000	2014

16	مجمع سكن الأطباء ومستشفى أبوقلب	غرب كردفان	314000	2014
17	مركز صحي حقل كيي	معسكر كي	123,000	2014
18	مركز صحي أم قلودة	غرب كردفان	205,000	2014
19	مركز صحي حقل حديدة	معسكر حديدة	140.000	2015
20	مركز صحي ابو سكر	غرب كردفان	88.000	2015
21	مركز صحي حقل سفيان	غرب كردفان– ر المصفاة	170.000	2015
22	مركز صحي عديلة	غرب كردفان – عديلة	250.000	2015
التكلفة الكلية للمشاريع الصحية التى تم تنفيذها			**10,368294**	

المصدر :– وزارة النفط والغاز – إدارة الخدمات الإجتماعية

رابعاً :- الخدمات البيئية

في مجال البيئة نجد أن حماية البيئة من التلوث لاتعني منعه كلًيا لسببين أولهما أنها تتطلب تكاليف باهظة لدرجة عدم تناسبها مع العائد الاجتماعي، أي أن منع التلوث تم امام طلب إجتماعي ولكنه غير اقتصادي ،أما السبب الثاني فهو أن البيئة ذا تقدرة على إستيعاب التلوث إلى حد معين الأمر الذي يجعل منع التلوث إلى مادون هذا الحد لامبرر له، لذ نجد دائماً في حماية البيئة أن درجة اللاتلوث لايمكن تحقيقها ، ومع ذلك توجد جهود لتحقيق هذا الهدف عن طريق تقنيات متقدمة لتدوير المخلفات، في نطاق محدود حيث يعاد استخدام المخلفات باعتبارها مواد خام تدخل في تصنيع منتجات أخرى تصلح لها هذه المواد، مع إعادة تصنيع ماينتج عن ذلك أيضا من مخلفات، وهكذا حتى تصل المؤسسة إلى درجة اللاتلوث، حيث يمكن تغطية تكلفة تدوير المخلفات عن طريق ما تحصل عليه المؤسسة من منتجات إضافية، ومع ذلك فإن تدوير المخلفات إذا أمكن الوصول به إلى درجة اللاتلوث في بقى دائما محدود بنطاق مؤسسة أومنطقة ،وتحقيقه على مستوى البيئة أمر يصعب تحقيقه وغير اقتصادي في ذات الوقت طالما كانت البيئة قادرة على استيعاب التلوث إلى حدمعين.

وفي شركة بترونرجي نجد ان هنالك إهتمام واضح بصحة البيئة حيث خصصت لها قسم كامل وهذا القسم يعني بحماية البيئة وتقليل المخاطر البيئية الي أدني المستويات الممكنه وذلك من خلال الأتي[1]:-

1-في عمليات حفر البترول يتم المراقبة من قبل الشركة علي الشركات المتعاقدة والتي تعمل في حفر الآبار حيث يمنع منعاً باتاً تدفق الزيت (النفط) علي سطح الأرض لأن ذلك يعمل علي تبخر الزيت وهذا يؤثر علي الغلاف الجوي، ولذلك تضع الشركة قوانين صارمة وعقوبات تصل الي حد الإيقاف عن العمل وإنهاء التعاقد.

(1)تقرير إدارة الصحة والسلامه المهنيه، قسم البيئة ،شركة بترونرجي ،(2015)، ديسمبر، ص12

2- من اجل الحفاظ علي التربة تقوم الشركة بعملية فصل المياه المصاحبة للنفط باحدث الطرق العلمية بحيث اذا كانت هذه المياه لم يتم فصلها بصورة جيده وتم إستخدامها للزراعة فإن كمية النفط المختلطة بها تؤثر بصورة كبيرة علي النباتات. وعليه فبعد تنقية هذه المياه من النفط المصاحب يتم إستخدامها في عمليات التشجير علي نطاق واسع داخل الحقول والمصافي وذلك لإمتصاص غاز ثاني اكسيد الكربون الضار في الهواء الجوي ، وتقوم الشركة بكل ذلك من خلال التعاقد مع شركة (FNC) .

3-تقوم الشركة بالتخلص من النفايات بطريقة علمية وذلك من خلال التعاقد مع شركة (مابسكو المحدوده) حيث يتم فرز النفايات الي :-

أ/ نفايات غذائية وهي بقايا الأطعمه

ب/ نفايات ورقية

ج/ نفايات بلاستيكية

د/ نفايات معدنيه

فمن بين هذه النفايات مايتم إعادة تدويرها مرة أخري مثل المعدنية والبلاستيكية ومنها مايتم التخلص منها عن طريق الحرق.

خامساً:-المساهمة في الأنشطة الإجتماعية

عمدت الشركة إلي خلق نوع من التواصل مع المجتمعات المحيطة بالحقول وذلك من خلال المساهمة في الأنشطة الرياضية عبر إقامة الدورات الرياضية والتي وصلت لاكثر من أثنا عشر دوره حتي الأن، كما إهتمت الشركة بتكريم الشخصيات الكبيرة ذات الثقل الإجتماعي مثل العمد والمشايخ بالإضافة الي المشاركة في المناسبات الرسمية والدينية كشهر رمضان والأعياد ومما يجدر ذكره ان الشركة تساهم في إفطارات رمضان من خلال تقديم آلاف الأكياس بما تعرف بسلة رمضان الي المجمعات السكنية وداخليات الطلاب داخل المدن الكبيرة، بالإضافة لذلك فإن للشركة مساهماتها الفعالة في تسوية المشاكل القبلية من خلال إرسال وفود ممثلة للشركة.كل ذلك من أجل ذرع بذور الثقة والإطمئنان

في نفوس الأهالي لأن معظم الحقول النفطية التابعه للشركة تقع في مناطق يسودها النزاعات القبلية حيث كان الفهم السائد بين المواطنين أن هذه الشركات إنما جاءت لنهب خيرات البلد من دون أن تقدم او تراعي للمصالح القبلية.

المطلب الثالث :تحليل البيانات

سوف يتم تحليل الجداول بالنسبة لبيانات المياه والتعليم والصحة كلٌ على حدى علي النحو التالي:-

1- المقارنة بين ماكانت عليه الحال قبل دخول الشركة وبعد دخول الشركة بالنسبة لمجتمع البحث.
2- المقارنه بين بيانات الأعوام من 2005 حتي 2007 وهي الفترة التي شهدت بدايات المسؤولية الاجتماعية للشركة وبين بيانات الأعوام من 2011 وحتي 2015 وهي الفترة التي رجعت فيها الشركة الي دعم برامج المسؤولية الإجتماعية مرةً أخري بعد توقف إستمر أربعة سنوات من 2007 وحتي 2010 بسبب النزاعات القبلية والحروب.
3- المقارنة بين المحاور الثلاث من حيث أدائية الشركة تجاه كل محور.

أ/:- تحليل بيانات المياه:-

عند تفريغ بيانات الجدول (5-4) والتي توضح عدد آبار المياه التي حفرت بواسطة الشركة خلال الفترة من (2005 وحتي 2015) وعند جمع المبالغ التي صرفت في كل سنة ومن ثم حساب النسبة المئوية لهذه السنه من المبالغ الكلية لجميع سنوات الدراسة نخرج بالجدول (12-4) وهو الجدول الذي يخضع للتحليل بالإضافه للجدولين (4-4)و (5-4).

جدول رقم (12-4)

انفاق الشركة علي حفر ابار المياة خلال الفترة (2005 – 2015)

العام	ميزانية المياه بالجنية	النسبة
2005	63,900	9%
2006	101,350	14%
2007	11,900	2%
2008	-	0%
2009	-	0%
2010	-	0%
2011	104,000	%31
2012	121,500	16%
2013	139,000	19%
2014	172,800	23%
2015	30,000	4%
المجموع	**744450**	**100%**

المصدر : أعداد الدارس

1-حال المجتمع ومصادر المياه قبل وبعد دخول الشركة:-

بالنظر في الجدولين (4-4) و(5-4) نجد أن هنالك زيادة ملحوظه في عدد آبار المياه بعد دخول الشركه عن التي كانت موجوده قبل الشركة فمثلاً نجد أنه:-

- عدد ابار المياه قبل دخول الشركة كانت= 22
- التي نفذت بعد دخول الشركة = 58

- المجموع الكلي =70

أي بزيادة أكثر من 100%

2- بلغت نسبة ميزانية المياة من عام 2005-2007م أي في الثلاث سنوات الأولي من عمر الشركة (25%) بالنسبة للميزانية الكلية(744450)خلال الاحدى عشر سنة، بينما في الأعوام من 2011وحتي2015م نجد أن النسبة بلغت (75%) من الميزانية الكليه خلال الاحدى عشر سنه وهذا يدل علي أن الشركة تهتم بوضع ميزانية ثابته تقريباً كل سنه للصرف علي محور المياه حيث بلغت في الثلاث سنوات الاولي25% وفي السنوات الخمس الأخيرة 75% وكل ذلك يدل على اهتمام الشركه بالمياة "بحفر ابار المياة" وذلك لاهميتها بالنسبة للسكان المحليين وكذلك للثروة الحيوانية وبذلك تكون الشركة قد ساهمت وبشكل ملحوظ في تقليل عمليات الرحول للرعاة ومكنتهم من التمركز حول مصادر المياه وهي الآبار الجوفية التي حفرت في مناطق عديدة بواسطة الشركة.

3-كما نجد أنه في الأعوام 208م وحتي 2010م لم تقم الشركة بالصرف علي المياه وهذا يرجع لعدم الاستقرار الأمني والنزاعات القبيلة.

ب/ تحليل بيانات التعليم:-

عند تفريغ بيانات الجدول (7-4) والتي توضح عدد المدارس التي أنشأت بواسطة الشركة خلال الفترة من (2005 وحتي 2015) وعند جمع المبالغ التي صرفت في كل سنة ومن ثم حساب النسبة المئوية لهذه السنه من المبالغ الكلية لجميع سنوات الدراسة نخرج بالجدول (13-4) وهو الجدول الذي يخضع للتحليل بالإضافه للجدولين (6-4) و(7-4).

جدول رقم (13-4)

انفاق الشركة علي التعليم خلال الفترة (2005 – 2015)

العام	ميزانية التعليم بالجنية	النسبة
2005	-	0%
2006	319,000	10%
2007	-	0%
2008	-	0%
2009	-	0%
2010	-	0%
2011	578,900	19%
2012	307,439	10%
2013	687,439	23%
2014	364,000	12%
2015	789,000	26%
المجموع	**3,045,778**	**100%**

المصدر : اعداد الدارس

1-حال المجتمع بالنسبة للتعليم قبل وبعد دخول الشركة:-

بالنظر في الجدولين (6-4) و(7-4) نجد أن هنالك زيادة ملحوظه في عدد المدارس بعد دخول الشركه عن التي كانت موجوده قبل الشركة فمثلاً نجد أنه:-

- عدد المدارس قبل دخول الشركة كانت =8
- التي نفذت بعد دخول الشركة = 10
- المجموع الكلي =18

أي بزيادة أكثر من 100%

2-بلغت نسبة ميزانية الصرف علي التعليم في الثلاث سنوات الاولي (10%) من جملة الميزانية 3045778 خلال (11سنه) بينما في الخمس سنوات الأخيرة أي من 2011 وحتي 2015 بلغت النسبه 90% وهذا يدل علي إقبال المواطنين علي العملية التعليمية في السنوات الأخيرة وذلك للجهود التي قامت بها الشركة في جانب الترغيب والتحفيز لسكان المناطق المتاخمة للحقول والتي آتت اكلها مما حفزت الشركة مرة أخري لزيادة الإهتمام بهذا الجانب وذلك بزيادة عدد المدارس الجديدة في كل عام.

3-أيضاً من الملاحظ أن نسبة الصرف علي التعليم 10% أقل من نسبة الصرف علي المياه (25%) لنفس الثلاث سنوات الأولي بالرغم من أن جملة الصرف علي التعليم خلال 11 سنه أكبر من جملة الصرف علي المياه خلال نفس السنوات (11 سنه)وهذا يرجع إلي إهتمام الشركة في السنوات الأولي بالمياه أكثر من التعليم نسبة لحاجة المواطنين الماسة إليها وكذلك إستراتيجية ورؤية الشركة في أن حفر آبار المياه وتوفر مياه الشرب للإنسان والحيوان يصب في تمركز واستقرار الناس وخاصة الرعاة حول مصادر المياه ومن ثم يصبح هذا الإستقرار محفزاً إلي إهتمام المواطنين بالتعليم وإرسال الأبناء الي المدارس.

4-في الأعوام من207م وحتي 2010 لا توجد بيابات واضحه يرجع ذلك لعدم الاستقرار الامني والنزاعات القبيلة التي أدت لتوقف عمليات التنمية في تلك الفترة.

ج/ تحليل بيانات الصحة:-

عند تفريغ بيانات الجدول (11-4) والتي توضح عدد المراكز الصحية التي أنشأت بواسطة الشركة خلال الفترة من (2005 وحتي 2015) وعند جمع المبالغ التي صرفت في كل سنة ومن ثم حساب النسبة المئوية لهذه السنه من المبالغ

الكلية لجميع سنوات الدراسة نخرج بالجدول (14-4) وهو الجدول الذي يخضع للتحليل بالإضافه للجدولين (10-4) و(11-4).

جدول رقم (14-4)

انفاق الشركة علي الصحة خلال الفترة (2005 – 2015)

العام	ميزانية الصحة بالجنية	النسبة
2005	520,000	12%
2006	525,000	12%
2007	-	0%
2008	-	0%
2009	-	0%
2010	-	0%
2011	550,000	13%
2012	800,000	18%
2013	460,000	11%
2014	862,000	20%
2015	648,000	15%
المجموع	**4،365,000**	**100%**

المصدر :إعداد الدارس

1-حال المجتمع بالنسبة للصحة قبل وبعد دخول الشركة:-

بالنظر في الجدولين (10-4) و(11-4) نجد أن هنالك زيادة ملحوظه في عدد المدارس بعد دخول الشركه عن التي كانت موجوده قبل الشركة فمثلاً نجد أنه:-

عدد المراكز الصحية قبل دخول الشركة كانت =6

التي نفذت بعد دخول الشركة = 22

المجموع الكلي =28

أي بزيادة أكثر 200%

2-بلغت نسبة ميزانية الصرف علي الصحة في الفترة الاولي من 2005م و 2006م (24%) من جملة(4.365.000) وهي المبالغ التي صرفت طيلة (11سنه) أما في السنوات الأخيرة من 2011 وحتي 2015 وصلت النسبة الي 76% ، كما يلاحظ أن أكبر نسبة صرف علي الصحة كانت في العام 2014 بمبلغ 862الف دولار وذلك لأن الشركة قامت فيها بفتح العديد من المراكز الصحية وأقامت العديد من المخيمات الصحيه نسبة لظهور مرض الكبد الوبائي في تلك الفترة .وهذا يدل على دراية الشركة باهمية الصحة بالنسبة للمجتمع المحلي الذي كان يقطع الفيافي للحصول علي الصحة في المدن الكبيرة أما حالياً بفضل الشركة أصبحت هنالك العديد من المستشفيات والمراكز الصحية المنتشرة في جميع المحليات والفرقان .

3-وأيضاً عند مقارنة جملة المبالغ التي صرفت علي الصحة طيلة (11سنه) مع ميزانية التعليم والمياه لنفس السنوات نجد أن ميزانية الصحة هي الأعلي ممايدلل علي أن الشركة تعطي الأهميه القصوى لها حيث كانت الشركة منذ مجيئها وقبل اقامة المراكز الصحيه تدعم وتنظم القوافلالصحيه في جميع القري المحيطة بالحقول وفيما

بعد وحتي يومنا هذا عندما تفتتح الشركة اي حقل تابع لها تفتتح معها مركزاً صحياً متكاملاً يستفيد منها العاملين وجميع سكان المناطق المحيطه بالحقل المعني.

4-يلاحظ أيضاً أن السنوات من 2007 وحتي2011 توقفت الدعومات المباشرة لمحور الصحة نسبةً للنزاعات القبلية والحروب ولهذا لا توجد بيانات واضحه في هذه السنوات ، ولكن مع ذلك ظلت المراكز الصحية التابعة لموظفي الشركة مفتوحه للسكان القريبين جداً من هذه المراكز.

النتائج والتوصيات

اولاً: النتائج :-

1- أظهرت الدراسة في شقها النظري أنه لايوجد تعريف موحد للمسؤولية الإجتماعية للشركات.

2- إتضح أن مفهوم المسؤولية الإجتماعية في الدول العربية ذو بعد تاريخي قديم قدم الإسلام الذي يشتمل في تعاليمه الربانية علي قيم التكافل والتراحم، ولكن من ناحية أخري لم يأخذ هذا المفهوم حظه من الدراسة في الدول العربية بما يوضح أن المسؤولية الإجتماعية للشركات والقيام بالإلتزامات الأخلاقية والإجتماعية تجاه المجتمع ليس له عائد ويقتصر عائده علي التزكية الروحية وإنما هنالك مكاسب مالية وعوائد ربحية علي المدي الطويل يعود بالنفع علي الشركات التي تلتزم بالمسؤولية الإجتماعية.

3- يمكن أن تلعب شركات البترول العاملة في البلاد دوراً كبيرا في تخفيض حدة الفقر من خلال مساهماتها في أنشطة التنمية الاقتصادية المختلفة وذلك لأن معظم هذه الشركات نجد مواقع الإمتياز الممنوحة لها في مناطق تتسع فيها رقعة الفقر وبالتالي هي مناطق أشد ماتكون في الحاجة للتنمية .

4- اهتمت شركة بترونرجي للنفط والغاز بالمسؤولية الاجتماعية حيث قدمت وحسنت خدمات المياة والصحة والتعليم بما يخدم التنمية الاقتصادية في مناطق عملها .

5- زاد عدد المدارس بعد دخول الشركة بنسبة 100% من 8 الي 18 مدرسة .

6- زاد عدد المنشأت الصحية من 6 الى 22 منشأة صحية، اي بزيادة اكثر من 200%.

7- زاد عدد ابار المياة بنسبة اكثر من 100% حيث كانت قبل دخول الشركة 22 بئر ثم اصبحت 58 بئر .

8- أن للشركة دور سلبي في دعم الانشطة الاخري مثل الانشطة الصناعية والزراعية.

ثانياً :التوصيات

يمكن تلخيص التوصيات الختامية من أجل النهوض بالمسؤولية الإجتماعية كمايلي :-

أ/ دور الحكومة:-

1- بزل مذيد من الجهد في سبيل توفير الاستقرار الامني السياسي للشركات العاملة بقطاع البترول بصورة عامة وشركة بترونرجي بصورة خاصة ، حيث ان ذلك له دور كبير في إستمرار الخدمات التنموية التي تقدمها الشركة للمجتمع وذلك يتضح جلياً من خلال تتبع سير المسؤولية الاجتماعيةلشركة بترونرجي حيث يلاحظ توقف الأنشطة التنموية للفترة من 2007م وحتي 2011م وذلك بسبب عدم الإستقرار الأمني المتمثل في المشاكل والنزاعات القبلية التي إندلعت في تلك الفترة.

2- إنشاء مركز متخصص في مجال المسؤولية الإجتماعية ليقوم بالاتي:-

أ/ وضع الخطط والدراسات وإعداد النماذج المتعددة التي تتناسب مع أحجام الشركات وطبيعة عملها.

ب/ دراسة المجتمعات وتحديد حاجتها من أنشطة المسؤولية الاجتماعية المختلفة.

ج/ تقديم الإستشارات الفنية وتقييم الأداء بصورة دورية والمساعدة في إعداد التقارير السنوية الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات.

د/ نشر تقارير المسؤولية الإجتماعية للشركات ومن ثم صياغة تقرير دوري شامل يضم كافة الشركات توضح من خلالها الإيجابيات والسلبيات التي تصاحب تقدم المسؤولية الاجتماعية وأثرها علي التنمية في البلاد.

هـ/ نشر ثقافة المسؤولية الإجتماعية من خلال إقامة الندوات ودعوة كل من المجتمع المدني وقطاع الأعمال من أجل التبادل الفكري وعرض التجارب ومن ثم المشاركة في وضع برامج وخطط التنمية الاقتصادية.

ب/دور الشركة:-

1- الإهتمام بحفظ وأرشفة الملفات الخاصة بأنشطة المسؤولية الاجتماعية التي نفذتها الشركة.

2- إقامة معهد حرفي فني يعمل علي إستيعاب الشباب الذين تخلفوا عن اللحاق بالمدارس وهم كثر، علي أن يشتمل هذا المعهد علي التخصصات التي تحتاج إليها الشركة مثل التبريد والتكييف، مكانيكا سيارات ، حدادة ، نجارة....الخ. وبذلك تصبح الشركة داعمة للمسؤولية من جهة ومستفيدة من جهة أخري وذلك بتوظيف خريجي هذا المعهد في الشركة لسد إحتياجات الشركة في هذا الجانب.

3-الاهتمام بدعم المشاريع الزراعية والصناعية ، حيث نجد ان الشركة لم تولى اهتماماً بهذا الجانب ، رغم أن ذلك سيسهم بصورة كبيرة في استقرار الروحل .

توصيات لبحوث مستقبلية :

1. مقارنة الميزانية المخصصة للمسؤولية الاجتماعية مع الميزانية الكلية في شركات البترول.
2. التركيز علي جانب المسؤولية البيئية لشركات البترول العاملة في البلاد.

المصادر والمراجع

اولاً: القرآن الكريم:

ثانياً: السنة :

ثالثاً : الكتب العلمية :

1.ابتسام عبد الله الزعبي،(2013)، عناصر المسئولية الاجتماعية، كلية التربية – قسم علم النفس جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن– الرياض.

2.باران (1996) الاقتصاد السياسي والتنمية ، ترجمة أحمد فؤاد،بلبع، دار القلم، القاهرة.

3.ثامر ياسر البكري،2001،التسويق والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى.

4.حامد السناري وآخرون ، (1963)، (مبادئ هندسة التعدين والبترول) ، القاهرة .

5.حسن عبد الله ،(1977م)، (اقتصاديا البترول) ، دار النهضة ، القاهرة .

6.سرمد كوكب الجميل (2011)، الاستثمار الأجنبي المباشر في الأقطار العربية، دار الحامد للتوزيع والنشر.

7.سيف الدين حسن صالح ،(2011م)، البترول السوداني قصة كفاح أمة ، مطابع العملة .

8.صلاح الدين نامق،(1993)، الجوانب الأخلاقية في التنمية، دار النهضة العربية، القاهرة.

9.طاهر محسن الغالبي،صالح العامري،2005، المسؤولية الإجتماعية وأخلاقيات الإدارة، وائل للنشر والتوزيع الأردن.

10. عبد الرحمن بكر،(1970)، علاقات العمل في الإسلام، الهيئة العامة لشؤون المطابع، مصر.

11. عبد العزيز عجمية ود. محمد الليثي ،(1980)، التنمية الاقتصادية مفهومها ونظرياتها ، دار المجمعات المصرية ،القاهرة.

12. عبد المنعم عبد الوهاب وآخرون ،(1981م)، (جغرافية النفط والطاقة) ، بغداد .

13. عبد الوهاب عثمان شبخ موسى ، سبتمبر (2001م)، منهجية الإصلاح الاقتصادي في السودان ، دراسة تحليلية للتطورات الاقتصادية في السودان خلال الفترة (1970 – 2000م)، مطابع السودان للعملة.

14. محسن عبد الحميد،(1989)، الإسلام و التنمية الاجتماعية، دار المنارة للنشر و التوزيع، جدة، السعودية، الطبعة الأولى.

15. محمد الصيرفي ، 2007، المسؤولية الاجتماعية للإدارة ،دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، الإسكندرية ، مصر، الطبعة الأولى.

16. نادية عارف،(2003)، التخطيط الإستراتيجي والعولمة، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر،الطبعة الأولي.

17. نهال المغربل،(2008)، المسؤلية الإجتماعية لرأس المال،المركز المصري للدراسات الإقتصادية.

18. نورا عماد الدين أنور(2010)، المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل الازمة الاقتصاديه العالمية، منشورات مركز المديرين المصري (مسابقة الأبحاث السنوية)، جمهورية مصر العربية.

19. هاني الحوراني،(2009)،حاكمية الشركات ومسؤوليتها الاجتماعية في ظل الازمة الاقتصادية العالمية،المؤتمر الثاني حول مواطنة الشركات،صنعاء .

رابعاً: الرسائل العلمية:

20. بابا عبد القادر(2012)، المسؤولية الاجتماعية ميزه استراتيجية خالقه للقيمة، دراسة ماجستير غير منشورة،جامعة مستغانم،الجزائر.

21. حسين عبد المطلب السراج(2009)، المسؤولية الإجتماعية للشركات التحديات والأفاق من أجل التنمية في الدول العربية ،دراسة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة.

22. صالح السحيباني (2009)، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنميه، دراسة مقدمه الي المؤتمر الدولي حول التنميه بيروت، الجمهورية اللبنانية.

23. الطاهر حمزه(2007)، المسؤولية البيئية والإجتماعية مدخل لمساهمة المؤسسة الإقتصادية في تحقيق التنمية المستدامه،دراسة ماجستير غير منشورة ، جامعة قاصدي مرباح ،الجزائر.

24. نورا عماد الدين أنور(2010)، المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل الازمة الاقتصاديه العالمية، منشورات مركز المديرين المصري (مسابقة الأبحاث السنوية) جمهورية مصر العربية.

خامساً : المجلات والمنشورات :

25. بابا عبد القادر، فبراير(2010)،المسؤولية الإجتماعية ميزة إستراتيجية خالقه للقيمة مجلة جسر التنمية ،المعهد العربي للتخطيط، العدد التسعون.

26. الحاج حسن ،فبراير، 2004,اقتصاديات البيئة، مجلةجسر التنمية، العدد 26 الكويت.

27. حميد ناصر الزري، (1998)، مفهوم العمل في الإسلام وأثره في التربية الإسلامية، منشورات دار الثقافة و الإعلام، الشارقة.

28. ستار جبار خليل البياتي، سبتمبر(2009)، القطاع الخاص العراقي بين دوره الانتاجي ومسؤليته الإجتماعية ،مجلة الإصلاح الإقتصادي،مركز المشروعات الدولية

29. الغرفة التجارية الصناعية بالرياض،(2009) سبل وآليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص،الرياض ، الطبعة الثانية ، ص 19-20

30. نجم عبود نجم،2006، أخلاقيات علم الإدارة في عالم متغير، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية (بحوث و دراسات).

سادساً :التقارير:

31. التقرير السنوي لإدارة التنمية والخدمات ،(2015)، شركة بتروانرجي ؛ ديسمبر.

32. تقرير إدارة الصحة والسلامه المهنيه، قسم البيئة ،شركة بترونرجي،(2015)،

سابعاً :المؤتمرات:

33. حسن الزبير ،(1990م)، استغلال النفط السوداني والخيارات المتاحة ، مؤتمر الطاقة الخرطوم.

34. حسين عبد المطلب الأسرج ،(2011) المسؤلية الاجتماعية في الدول العربيه التحديات والافاق،الشركة العربية للنشر،مصر.

35. صالح السحيباني (2009)، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنميه، دراسة مقدمه الي المؤتمر الدولي حول التنميه بيروت ، الجمهورية اللبنانية.

36. عبد الستار أبو غدة ، (2007)، البيئة و الحفاظ عليها من منظور إسلامي، بحث مقدم إلى : الدورة التاسعة عشرة لمجمع الفقه الإسلامي الدولي بالشارقة، إمارة الشارقة، دولة الإمارات العربية المتحدة.

المراجع الاجنبية :

37. Barry Gaberman, A Global Overview of Corporate Social Responsibility.