



وزارة الموارد البشرية
والتنمية الاجتماعية
المملكة العربية السعودية

استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية





وزارة الموارد البشرية
والتنمية الاجتماعية
المملكة العربية السعودية



رؤية VISION
2030
المملكة العربية السعودية
KINGDOM OF SAUDI ARABIA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

كلمة افتتاحية

العتاء قفمة متأصلة فف الثقافة العربية والإسلامفة، هذا ما نراه بوضوح فف الشركات فف فمفع أناء المملكة. ففث إن البنة الاجتماعية منبثة من الأهداف الإسلامية السامفة الفف تشكل بئة محفزة على العطاء والعمل الخفر. وقد أابت الشركات على إنفاق مبالغ لا فستهان بها، فر أن ففعل دور المسؤولة الاجتماعية ففدعو إلى تضافر جهود الجهات ذات العلاقة لدعم وتشجع القطاع الخاص على الفحول فف مفهوم العطاء من الرعوفة إلى الاستدامة؛ لفحقق أثر أعمق على المجتمع على المدى البعفد.

وعلفه فإن من أهم المفاور الفف تقوم الوزارة ففالف بالعمل علفها ضمن الأهداف الاستراتيجية فف برنامج الفحول الوطنف:

- رفع الوعى بمفهوم المسؤولة الاجتماعية، إذ غالباً ما فُخلط بفنه وبفن العمل الخفر والتبرعات
- النظره الفكاملفة ففما ففعلق بالفانب الفنظمف فف القطاع الحكومف
- النظر للمسؤولة الاجتماعية من وجهة نظر المسففد
- رفع وعى المسفهلك بالممارسات المسؤولة للشركات

وبالفالف، فإن الخطوة الأولى فف هذا المسار ففطلب قراءة المعطفات الفالفة لوضع المسؤولة الاجتماعية فف مملكتنا الفبفة، ومن ثم إنشاء البنة الفففة وممكنات المساهمة من خلال استراتيجية وطنية للمسؤولة الاجتماعية لففوفر هذا العطاء من عمل عفوف مرئجل إلى عمل ممنهج ففسم بالفأفر الفنموف المسفدام.

نضع بفن أففكم نبذة عن استراتيجية المسؤولة الاجتماعية ونسأل الله الفوففق والعون والسداد.

وزفر المفاور البشرفة والفنمفة الاجتماعية
م. أحمد بن سلفمان الفراجف



الفهرس

1	المقدمة
7	المنهجية
11	نظرة عامة عن المسؤولية الاجتماعية للشركات
19	واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية
23	أفضل الممارسات الدولية للمسؤولية الاجتماعية للشركات
29	استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية
43	الملحقات

01

المقدمة

اقتصرت بدايات المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنشطة بيئية وخيرية وإنسانية اعتمدها الشركات بناء على اعتبارات شخصية، ثم تطور المفهوم ليصبح أكثر انسجاماً مع متطلبات العصر. وتطمح المملكة لتكون جزءاً من هذا التطور الدولي لذا سلط الهدف 6.2.1 من رؤية المملكة 2030 الضوء على أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال برنامج التحول الوطني، ووضعت رؤية طموحة لمستقبل المنظومة قائمة على «ترسيخ ثقافة المسؤولية الاجتماعية في كافة قطاعات التنمية عبر تعزيز قيام الشركات بمسؤوليتها الاجتماعية التي لها أثر على تنمية المجتمع والبيئة والاقتصاد»

بناءً على ذلك، قامت وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية بوضع استراتيجية شاملة للمسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة تشمل ست ركائز أساسية وهي الشراكات والحوكمة، والأنظمة واللوائح، والتخطيط الوطني، والمحفزات، والتوعية وتطوير القدرات، والرصد والقياس.

وقد استهلّت الاستراتيجية مرحلتها الأولى بتحليل واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية وإجراء مقارنة معيارية لأفضل الممارسات الدولية في المجال. وهو ما مكّن الوزارة من تحديد الفجوات الرئيسية في المملكة، وتوجيه عملية وضع الركائز والأهداف والمبادرات.

المحاور*



محور ربط القارات الثلاث وطن طموح

- تحمل المسؤولية في حياتنا
- تحمل المسؤولية في أعمالنا
- تحمل المسؤولية في مجتمعنا



قوة استثمارية رائدة اقتصاد مزدهر

- تحسين بيئة الأعمال
- التكامل إقليمياً ودولياً
- إطلاق قطاعاتنا الواعدة



العمق العربي والإسلامي مجتمع حيوي

- دعم الثقافة والترفيه
- تمكين مجتمعنا
- تحقيق استدامة بيئية

الأهداف*



رفع عدد المواقع الأثرية المسجلة
على قائمة اليونسكو بمقدار الضعف
على الأقل



تصنيف 3 مدن سعودية بين أفضل
100 مدينة في العالم



الارتقاء بمؤشر رأس المال الاجتماعي
من المرتبة 26 إلى المرتبة 10 عالمياً



تحقيق النمو الاقتصادي وارتفاعه من
المرتبة 19 إلى المراتب الـ 15 الأولى
على مستوى العالم



الانتقال من المركز 25 في مؤشر
التنافسية العالمي إلى أحد المراكز
الـ 10 الأولى



رفع مساهمة الاستثمارات الأجنبية
في الناتج المحلي الإجمالي من
3.8% إلى المعدل الإجمالي العالمي
البالغ 5.7%



رفع نسبة مدخرات الأسر من إجمالي
دخلها من 6% إلى 11%



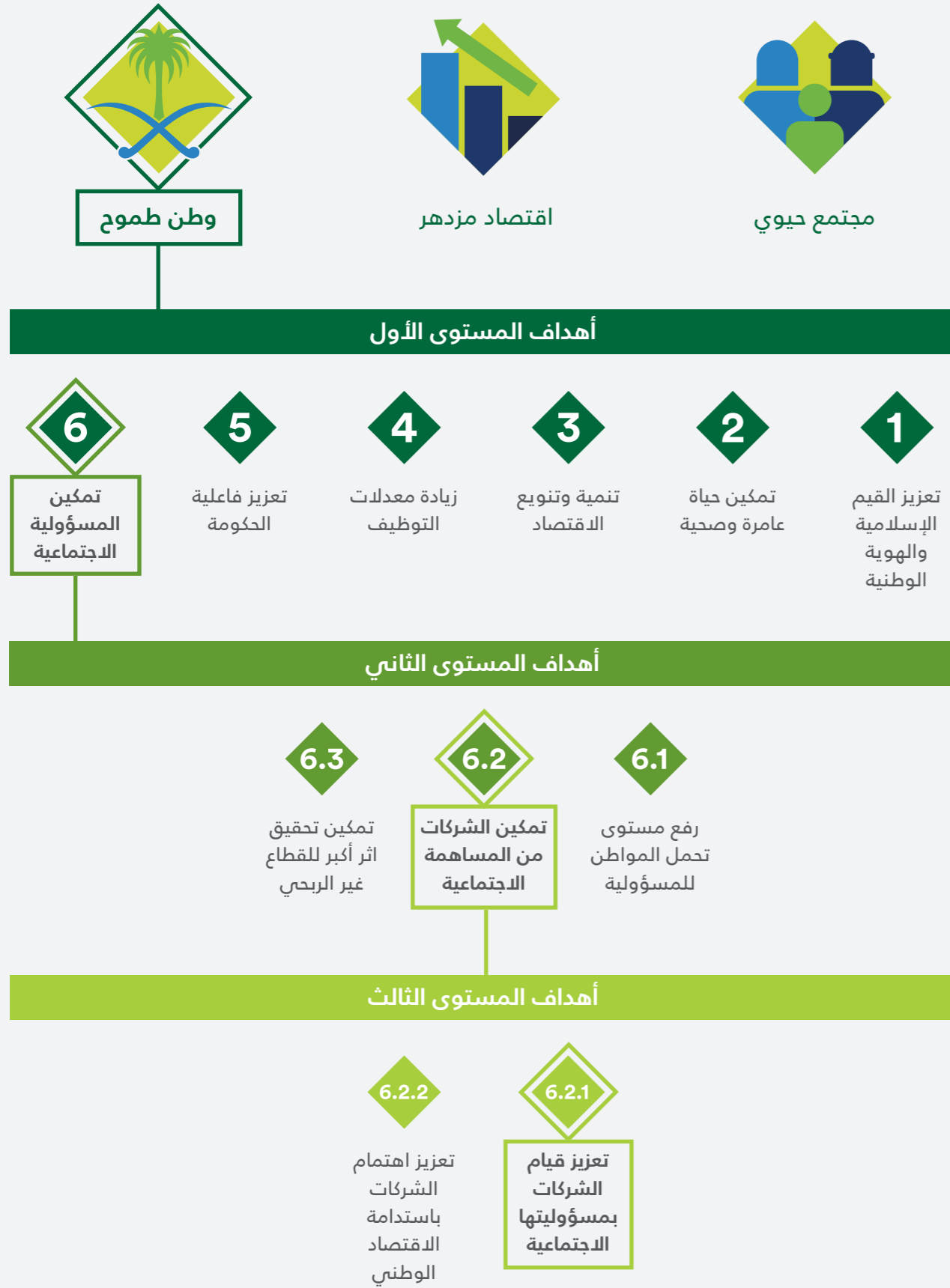
الوصول إلى 1 مليون متطوع في
القطاع غير الربحي سنوياً (مقابل 11
ألف الآن)



رفع مساهمة القطاع غير الربحي في
الناتج المحلي الإجمالي من أقل من
1% إلى 5%

لمحة عامة عن رؤية المملكة 2030

وضعت المملكة أهدافاً طموحة في رؤية 2030 تعتمد على ثلاثة محاور من أهمها تمكين وطن طموح مواطنه مسؤول وهي تستند إلى مقومات المملكة ومكامن قوتها وتقوم على التعاون والشراكة بين جميع القطاعات في تحمل المسؤولية لدعم المواطنين في تحقيق تطلعاتهم. ومن أهمها مساهمة قطاع الأعمال السعودي في النهوض بمجتمعهم ووطنه للمساعدة في مواجهة التحديات الوطنية والوصول إلى اقتصاد مستدام.



نظرة عامة على موضوعات وأهداف رؤية المملكة 2030

يرتبط الهدف 6.2.1 من رؤية 2030 مباشرةً بتمكين وطن طموح مواطنه مسؤول

02

المنهجية

تم تقييم الوضع الراهن لمعرفة الجوانب التي ينبغي أن تشملها استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية. وذلك عبر الاستعانة بالعديد من أدوات جمع البيانات وتبادل المعلومات مع الجهات المعنية، كورش العمل، ولجان المختصين والخبراء، والمسح الوطني، وجلسات التشاور، ومراجعة الوثائق والبحوث.

وبالتوازي مع تحليل واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة تم إجراء مقارنة معيارية لأفضل الممارسات الدولية في المجال، بالرجوع إلى العديد من الدراسات والمنشورات الخاصة بالدول المعنية، ومقابلة الخبراء الدوليين لاستخلاص الدروس المستفادة من أفضل الممارسات الدولية.

ورش العمل

في بادئ الأمر، تم تنظيم ورش عمل مع ممثلين من مختلف القطاعات لمناقشة مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات وأنواعها بالمملكة، وتشارك الأفكار حول أهم برامجها. ومن ثم تم عقد عدة ورش عمل، لكل من القطاعات الثلاثة (العام، والخاص، وغير الربحي) للوقوف على المكانة المنشودة للمملكة، وتبادل الأفكار، وتحديد الأولويات من بين المبادرات الاستراتيجية المقترحة لبلوغ الأهداف الرئيسية المتفق عليها



1 مايو 2019
القطاع العام والخاص وغير الربحي

أكثر من 55 مشاركاً



24 يوليو 2019
القطاع غير الربحي

أكثر من 50 مشاركاً



25 يوليو 2019
القطاع الخاص

أكثر من 60 مشاركاً



26 يوليو 2019
القطاع العام

أكثر من 60 مشاركاً

الخبراء

تم تشكيل فريق عمل محلي من خبراء في المسؤولية الاجتماعية للشركات يمثلون القطاعات الرئيسية الثلاث، بحضور شريك استراتيجي من القطاع الخاص المحلي ومنظمة غير ربحية محلية متخصصة في المسؤولية الاجتماعية للشركات لمناقشة التحديات والفرص الممكنة. كما تم الجمع بين بيوت الخبرة العالمية والمحلية في المجال لضمان مواءمة الحلول مع المجتمع المحلي والتوصل إلى أفضلها.

10

اجتماعات

30

ساعة استشارية

3

تقارير



شريك استراتيجي من القطاع الخاص المحلي



بيوت خبرة عالمية في المسؤولية الاجتماعية للشركات



بيوت خبرة محلية في المسؤولية الاجتماعية للشركات



فريق عمل من الخبراء المحليين



منظمة غير ربحية محلية متخصصة في المسؤولية الاجتماعية

المسح الوطني

غطت المسوحات الميدانية جميع مناطق المملكة والموزعة على خمس مناطق رئيسية هي المنطقة الغربية، المنطقة الشمالية، المنطقة الشرقية، المنطقة الوسطى، المنطقة الجنوبية. وشملت أكثر من 12 جهة من القطاع العام وأكثر من 80 منظمة غير ربحية وأكثر من 220 شركة من القطاع الخاص إلى جانب أكثر من 3000 فرداً من المجتمع السعودي.



أكثر من 220 شركة من القطاع الخاص



أكثر من 80 منظمة غير ربحية



أكثر من 12 جهة من القطاع العام



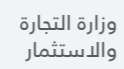
أكثر من 2800 من أفراد المجتمع

جلسات التشاور

تم عقد جلسات تشاورية مع أصحاب العلاقة من القطاع العام والخاص وغير ربحي كل على حدة لمناقشة المحاور المختلفة ومجالات التعاون في تطبيق استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركات



القطاع العام



وزارة التجارة والاستثمار



وزارة الصحة



وزارة الاقتصاد والتخطيط



وزارة الداخلية



وزارة للإسكان



وزارة الثقافة



وزارة الطاقة والصناعة والثروة المعدنية



وزارة الشؤون البلدية والقروية



الهيئة السعودية للمواصفات والمقاييس والجودة



الهيئة العامة للاستثمار



مجلس الضمان الصحي التعاوني



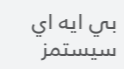
مجلس الغرف السعودية



نماء



القطاع الخاص



بي ايه اي سيستمز



الشركة السعودية للصناعات الأساسية



شركة البحر الاحمر للتطوير



شركة الزيت العربية السعودية



الشركة الوطنية السعودية للنقل البحري



القطاع غير الربحي



مؤسسة الملك خالد الخيرية



مؤسسة محمد بن سلمان بن عبد العزيز الخيرية (مسك الخيرية)



جمعية المسؤولية الاجتماعية

03

نظرة عامة عن المسؤولية الاجتماعية للشركات

يتضمن العمل على أي استراتيجية الوقوف على 3 محاور رئيسية وهي:

المفهوم



الأبعاد



الجهات ذات العلاقة



أنشطة المسؤولية الاجتماعية
للشركات مرتبطة بالاستدامة
ولها موضع استراتيجي أساسي
في الشركة عبر أبعادها الثلاث:
الاقتصادي والاجتماعي والبيئي

أنشطة المسؤولية الاجتماعية
للشركات منظمة ومرتبطة
باستراتيجية الشركة ومبنية على
قدراتها حيث تقوم الشركة باختيار
مجالات المساهمة بناء على طبيعة
عملها وأنواع المنتجات والخدمات
التي تقدمها

أنشطة المسؤولية الاجتماعية
للشركات مبنية على اعتبارات فردية،
وعادة ما تعكس الانتماءات الشخصية
للمؤسس أو الرئيس التنفيذي، وغالبًا
ما تأتي نتيجة دوافع دينية أو عرقية لا
ترتبط باستراتيجية الشركة

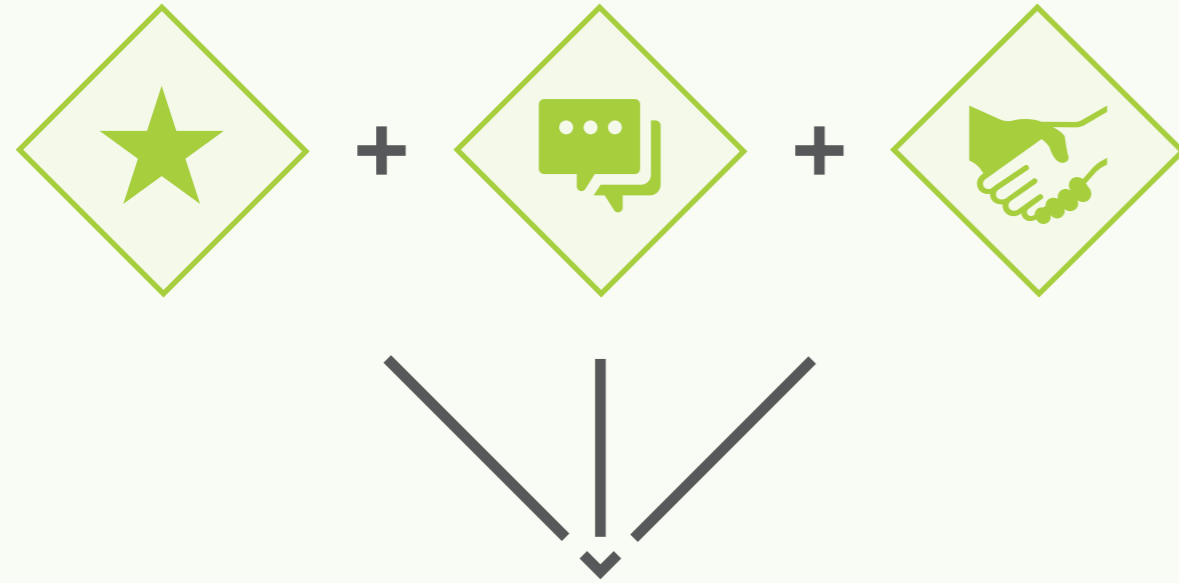


مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات

تأتي المسؤولية الاجتماعية للشركات في عدة أشكال، بدءًا من الأعمال الخيرية وانتهاءً بالتنمية المستدامة. وتطمح المملكة العربية السعودية إلى تشجيع القطاع الخاص على اتخاذ منحى أكثر استراتيجية في تبني برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات، للوصول إلى نهج تنموي أكثر استدامة.

تاريخ المفهوم في المملكة





مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات الذي تبنته الوزارة

المسؤولية الاجتماعية لمنشآت القطاع الخاص هي التزامها الطوعي بالعمل على خلق أثر مستدام لتنمية المجتمع والاقتصاد والبيئة، وان يكون ذلك ضمن استراتيجيتها في كافة علاقاتها وانشطتها الداخلية والخارجية.

ما هي المسؤولية الاجتماعية للشركات؟

بينت نتائج دراسة الواقع الحالي وجود مفاهيم مختلفة للمسؤولية الاجتماعية، مما نتج عنه تباين في ممارسات المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات، وبالتالي كان من الضروري العمل على توحيد هذا مفهوم على مستوى المملكة.

وبناء عليه تم عقد مجموعة من ورش العمل، والاستعانة بالخبراء، وتنظيم جلسات تشاور للخروج بمفهوم شمولي للمسؤولية الاجتماعية للشركات يتكامل مع رؤية المملكة، ويمثل حجر أساس للاستراتيجية الوطنية ويساعد على توحيد الجهود نحو صناعة واقع أفضل.

أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات

يمكن تصنيف برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات تحت أحد الأبعاد الرئيسية الثلاثة

بيئي

يهدف إلى خفض التأثير السلبي على البيئة والمساهمة في حمايتها والمحافظة عليها



اقتصادي

يدعم تحقيق نمو اقتصادي طويل الأجل مع مراعاة الاستدامة الاجتماعية والبيئية

اجتماعي

يهدف إلى الارتقاء بجودة حياة كافة فئات المجتمع في الحاضر والمستقبل

أصحاب العلاقة

تعتمد منظومة المسؤولية الاجتماعية للشركات بالدرجة الأولى على 3 أطراف رئيسية، وهم: المساهمون والوسطاء والمستفيدون. وقد بينت الدراسات المرجعية أن الطريقة الأمثل لتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات تتم من خلال الوسطاء بدلا من قيام المساهمين بتنفيذها مباشرة.

المساهمون

الشركات

- الكبيرة المدرجة
- الكبيرة غير المدرجة
- المنشآت الصغيرة والمتوسطة

الوسطاء

الجمعيات الخيرية

المنظمات غير الربحية

المستفيدون

البيئة

الاقتصاد

المجتمع

- الأمن المائي
- المناخ
- الحياة الفطرية
- ...

- الشركات المتناهية الصغر
- المحتوى المحلي
- الريادة الاجتماعية
- المدن المستدامة
- ...

- المستهلكون
- كبار السن
- ذوي الاحتياجات الخاصة
- الفقر
- ...

04

واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية

تطلب وضع استراتيجية المسؤولية الاجتماعية في المملكة إيجاد تصور شامل للوضع الراهن يشمل قياس الوعي، وتحديد الممارسات والطموحات، والوقوف على أبرز التحديات.

وقد استعانت الدراسة بالعديد من أدوات البحث والتقصي، شملت المسح الميداني الذي غطى أكثر من 3000 مشارك من مختلف القطاعات والأنشطة.

وقد تبين أن الشركات السعودية تعتبر متأخرة بعض الشيء في هذا المجال الذي تغلب عليه الإسهامات الفردية من مؤسسات القطاع الخاص، كما أن ثقافة المسؤولية الاجتماعية غائبة على وجه العموم، ما يحد من فعالية جهود التنمية المستدامة وتبني المبادرات الاجتماعية عموماً.

الجدير بالذكر أن العديد من التحديات الحالية ناتجة عن قلة الوعي بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات. وقد أوضحت الاستشارات مع الأطراف ذات العلاقة أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة ما يزال محدود النطاق ولا يتوافق مع المعايير الدولية، وتعود في المقام الأول إلى رؤية الشركة واتجاهاتها.

وتتمثل أبرز التحديات المتعلقة بمأسسة وتمكين المسؤولية الاجتماعية للشركات في ضعف التنسيق بين الأطراف ذات العلاقة، وغياب الأنظمة والأطر التشريعية للمسؤولية الاجتماعية للشركات، ونقص المحفزات المالية وغير المالية.

أبرز التحديات الراهنة للمسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية

4 جهود متباينة ومتفرقة لتعزيز الوعي حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، ونقص في عدد الفعاليات وورش العمل والمنشورات التقليدية أو عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وغيرها

5 نقص في المحفزات المالية التي تشجع الشركات على المساهمة في المسؤولية الاجتماعية (مثل المحفزات الضريبية وتسهيل الأعمال، الخ)

6 نقص في المحفزات التقديرية (مثل الجوائز والادوسمة) لتشجيع الشركات على المساهمة في المسؤولية الاجتماعية،

7 غياب الأنظمة والأطر التشريعية للمسؤولية الاجتماعية للشركات (مثل الإفصاح، والمعايير)

8 عدم وجود إطار واضح للحكومة مما يؤدي إلى ضعف التنسيق بين مختلف الأطراف المعنية بالإعداد المؤسسي للمسؤولية الاجتماعية للشركات

أهم تحديات المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة والتي برزت من خلال تحليل الوضع الراهن

(يرجى مراجعة الملحق للاطلاع على القائمة الكاملة)

1 عدم وجود مفهوم موحد للمسؤولية الاجتماعية للشركات، ومحدودية وعي الجهات ذات العلاقة بالمفاهيم وبأفضل الممارسات والأولويات التنموية

2 غياب الدور الاستراتيجي للمسؤولية الاجتماعية في الشركات، حيث أن المساهمات في الغالب تبني على اعتبارات فردية أو موسمية وبشكل غير رسمي

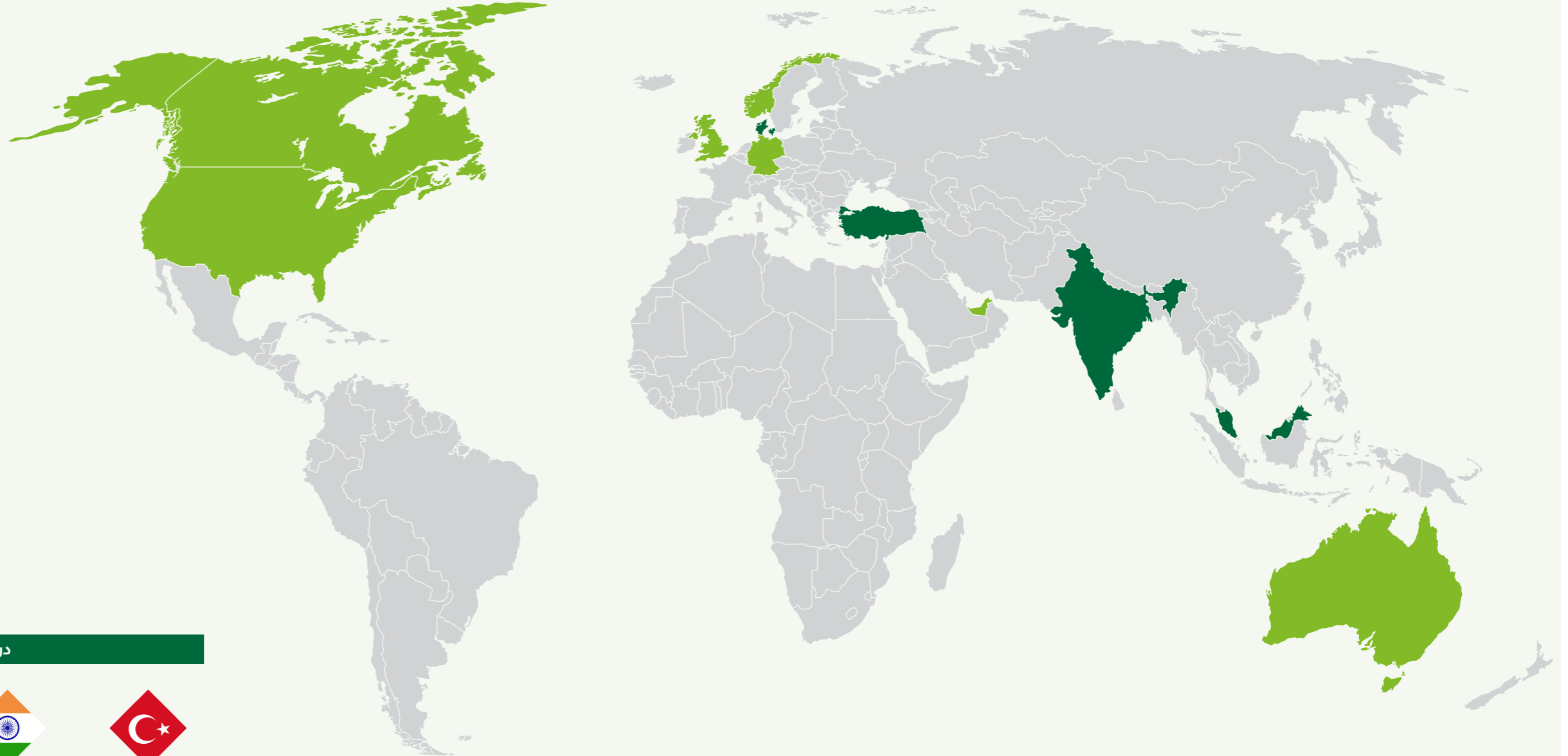
3 قيام الشركات الكبيرة بتنفيذ أنشطة المسؤولية الاجتماعية بشكل مستقل ومباشر بدلاً من الاعتماد على الوسطاء

05

أفضل الممارسات الدولية للمسؤولية الاجتماعية للشركات

تلعب المسؤولية الاجتماعية للشركات دوراً هاماً في كثير من الدول من الناحية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. وقد تختلف المعايير والممارسات من دولة الى أخرى، لكن يوجد الكثير من أوجه الشبه والتجارب الناجحة التي يمكن استنباط العديد من الدروس القيمة منها عند التطبيق في المملكة.

تعمل الدروس المستفادة من أفضل الممارسات العالمية على توفير مبادئ توجيهية لجهود تطوير المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية وتمكين الشركات من إحداث أثر طويل الأمد على المجتمع والاقتصاد والبيئة.



دراسة حالات تفصيلية



ماليزيا



الدنمارك



الهند



تركيا

مقارنات مرجعية مستهدفة لأبعاد محددة



أستراليا



كندا



النرويج



الولايات المتحدة الأمريكية



المملكة المتحدة



ألمانيا



سنغافورة



الإمارات العربية المتحدة

أفضل الممارسات الدولية

تم إجراء 12 دراسة حول أفضل ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في الدول الرائدة في هذا المجال، مع الاستفادة من إحصاءات وتقارير ومقابلات عدة مع خبراء في الدول المعنية لاستخلاص الدروس من أفضل الممارسات الدولية. وقد اختيرت الدول على أساس معايير رئيسية هي:

- النجاح في تمكين المسؤولية الاجتماعية للشركات في الدولة
- القابلية للمقارنة مع المملكة العربية السعودية (مثل حجم السكان ومرحلة النمو الاقتصادي)
- التنوع الجغرافي للدول

أبرز الدروس المستفادة من المقارنة المرجعية للمسؤولية الاجتماعية للشركات

بعد التحليل العميق لأفضل الممارسات الدولية في 12 دولة رائدة في المسؤولية الاجتماعية للشركات، تم استخلاص العديد من الدروس المستفادة بناء على عدة محاور منها التوعية والحوكمة والحوافز والرصد. وفيما يلي بعض أهم الدروس المستفادة من المقارنة المرجعية للمسؤولية الاجتماعية للشركات:

(يرجى مراجعة الملحق للاطلاع على القائمة الكاملة)

3 اعتماد المحفزات المالية بشكل كبير لتشجيع الشركات على رفع مساهمتها في أنشطة المسؤولية الاجتماعية وتعتبر التخفيضات الضريبية من المحفزات الأكثر شيوعاً إذ أنها مباشرة وسهلة الإدارة

4 اعتماد مجموعة كبيرة من المحفزات غير المالية لتشجيع الشركات على رفع مساهمتها في أنشطة المسؤولية الاجتماعية (مثل حقوق التسمية، والعلامات البيئية، والجوائز، الخ)

5 تنظيم الإفصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات، حيث تقوم بعض الدول بوضع مبادئ توجيهية لتنظيم إعداد التقارير، فيما تفرض دول أخرى أنظمة ملزمة

6 اعتماد نماذج حوكمة مختلفة على المستوى الوطني لتفعيل أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات، وتتضمن كافة النماذج جهات مرجعية ذات علاقة من القطاع العام (الوزارات المُمكنة) مما يسهل التعاون والوصول إلى الأهداف الوطنية للمسؤولية الاجتماعية للشركات

1 اعتماد مفهوم موحد للمسؤولية الاجتماعية للشركات

2 تنظيم التعاون بين القطاعات الثلاث، بحيث يمثل القطاع الخاص دور المساهم، بينما يعتبر القطاع غير الربحي الوسيط، أما القطاع العام فيلعب دور المُمكن

06

استراتيجية المسؤولية الاجتماعية في المملكة العربية السعودية

بناء على نتائج تحليل واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية لتحديد الممارسات والطموحات، والوقوف على أبرز التحديات واستنادا إلى أهم الدروس المستفادة من أفضل الممارسات العالمية، قامت وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية بوضع استراتيجية شاملة للمسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة تغطي ست ركائز أساسية وهي الشراكات والحوكمة، والأنظمة واللوائح، والتخطيط الوطني، والمحفزات، والتوعية وتطوير القدرات، والرصد والقياس وذلك لوضع بنية تحتية وإطار تنظيمي وتشغيلي لتحقيق المستهدفات من "تعزيز قيام الشركات بمسؤوليتها الاجتماعية"

الرؤية



الركائز



أهداف المستوى الأول



أهداف المستوى الثاني



المبادرات



هيكلية الاستراتيجية

تنبثق استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركات وخطة عملها من رؤية المملكة 2030 وتتم ترجمة الهدف "6.2.1 تعزيز قيام الشركات بمسؤوليتها الاجتماعية" إلى أرض الواقع عبر مجموعة من المبادرات الاستراتيجية القابلة للتنفيذ والقياس

هيكل الرؤية

5

الرؤية لخمس سنوات

لمن/مع من؟

المملكة العربية السعودية بما
يشمل: مجتمعها، اقتصادها، وبيئتها

السبب

- تعزيز مساهمة الشركات
- المساهمة في تحقيق رؤية 2030
- تعزيز أثر البرامج المسؤولية الاجتماعية للشركات ذات الأولوية

التطلع

ترسيخ ثقافة المسؤولية الاجتماعية
في كافة قطاعات التنمية

وضعت المملكة رؤية طموحة
لمستقبل منظومة المسؤولية
الاجتماعية للشركات

لِإِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنَّيِّبِ

ترسيخ ثقافة المسؤولية الاجتماعية في كافة قطاعات التنمية لتعزيز
مساهمة الشركات في برامج المسؤولية الاجتماعية التي لها أثر على تنمية
المجتمع والبيئة والاقتصاد.

الركيزة الأولى

الشراكات والحوكمة

هدف المستوى الأول

إقامة شراكات ووضع حوكمة وطنية لتعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات

أهداف المستوى الثاني

1.1

بناء نموذج الشراكات

اتباع نموذج الشراكات لتطوير البيئة التنظيمية للمسؤولية الاجتماعية. حيث أن الشراكات بين القطاع العام والخاص وغير الربحي أساسية لمواءمة وتطوير وصياغة السياسات الوطنية للمسؤولية الاجتماعية للشركات والاستراتيجيات والمبادرات واللوائح والحوافز

1.2

تنفيذ الحوكمة التشاركية

وضع الهيكل الأمثل للحوكمة مع تمثيل مختلف القطاعات (العام والخاص وغير الربحي) لتقديم خدمات الإشراف والتنفيذ المحددة للمسؤولية الاجتماعية للشركات، مثل تنسيق ومواءمة الأنظمة واللوائح والرصد والقياس والإبلاغ عن معايير نجاح واعتماد برامج التوعية، إلخ.

2

عدد مؤشرات الأداء

7

عدد المبادرات

1

الركيزة الثانية

الأنظمة واللوائح

هدف المستوى الأول

تطوير أنظمة متكاملة للمسؤولية الاجتماعية للشركات

هدف المستوى الثاني

2.1

إنشاء الأنظمة والمعايير التوجيهية للمسؤولية الاجتماعية للشركات

وضع الأنظمة واللوائح لتمكين المسؤولية الاجتماعية للشركات بحيث يغطي النظام إطار الحوكمة المتفق عليه لتخطيط وتنفيذ ومتابعة تقدم المسؤولية الاجتماعية للشركات وكذلك صياغة القواعد التنظيمية للمحفزات ومواءمتها مع الوزارات الرئيسية وأيضاً تطوير القواعد التنظيمية للإفصاح والإبلاغ في ما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للشركات ومواءمتها مع الوزارات المعنية

3

عدد مؤشرات الأداء

1

عدد المبادرات

2

الركيزة الثالثة

التخطيط الوطني

هدف المستوى الأول

وضع إطار عمل شامل للتخطيط الوطني للمسؤولية الاجتماعية

أهداف المستوى الثاني

3.1

دمج أهداف رؤية 2030 وأهداف الأمم المتحدة للتنمية المستدامة في الخطة الوطنية للمسؤولية الاجتماعية للشركات

الدمج الفعال لأهداف الأمم المتحدة للتنمية المستدامة مع الأولويات الوطنية للخروج بمبادرات وطنية مجزية في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات، موجهة للقطاع الخاص ومتوافقة مع الأهداف الوطنية للتنمية المستدامة، بحيث يمكن للشركات تخصيص الموارد المالية أو البشرية لهذه البرامج. وستمكن هذه البرامج القطاع الخاص على إحراز التقدم وفقاً لرؤية المملكة 2030، والالتزامات الوطنية والدولية للتنمية المستدامة

3.2

اعتماد دورة تخطيط سنوية للمسؤولية الاجتماعية للشركات شاملة جميع أصحاب العلاقة

التقييم المستمر للخطة الوطنية بناء على المتغيرات، ومراجعة الاستراتيجية سنويًا بناء على مستجدات الأولويات الوطنية وما تم إنجازه من الأهداف الموضوعية

2

عدد مؤشرات الأداء

4

عدد المبادرات

3

الركيزة الرابعة

التحفيز والتشجيع

هدف المستوى الأول

إنشاء محفظة متوازنة من حزم التحفيز للمساهمة في المسؤولية الاجتماعية للشركات

أهداف المستوى الثاني

4.1

تشجيع المساهمة في المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال المحفزات المالية

العمل على بناء محفزات تقدم ميزة مالية للشركات لها تأثير مباشر على قوائم دخل الشركة (التكاليف أو الإيرادات) مثل الاعفاءات الضريبية، وتسهيل الحصول على التمويل وغيرها

4.3

وضع آلية لتقديم المحفزات بناء على معايير تصنيف مناسبة

تطوير منهجية لتصنيف الشركات حسب مساهمتها في المسؤولية الاجتماعية إلى 4 فئات: (أساسي - برونزي - فضي - ذهبي) لتصنف الشركات وفق أربع معايير أساسية هي: ممارسات العمل، ممارسات التشغيل العادلة، التنمية والمشاركة المجتمعية، والبيئة

4.2

تشجيع المساهمة في المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال المحفزات تقديرية

العمل على بناء محفزات تقديرية تقدم مزايا (غالبًا ما تتعلق بالتسويق) للشركات الأكثر مساهمة في المسؤولية الاجتماعية. وتتراوح هذه المحفزات من الجوائز إلى الحملات الإعلامية وغيرها

3

عدد مؤشرات الأداء

8

عدد المبادرات

4

الركيزة الخامسة

التوعية وتطوير القدرات

هدف المستوى الأول

رفع الوعي بالمسؤولية الاجتماعية للشركات
وتطوير وتمكين القدرات

أهداف المستوى الثاني

5.1

تعزيز الوعي بالمسؤولية الاجتماعية
للشركات وممارستها

وضع استراتيجية اتصال لتعميم المفهوم
الموحد ورؤية واستراتيجية المسؤولية
الاجتماعية للشركات والعمل على حملات
توعية لتوصيل الرسائل الرئيسة لكل فئة من
ال جماهير المستهدفة بالطريقة الأنسب

5.2

تطوير قدرات العاملين في المسؤولية
الاجتماعية للشركات من خلال برامج تعليمية
منظمة وبرامج تغيير السلوك المجتمعي

تطوير واعتماد برامج التعليم والتطوير
المهني بالتعاون مع الجهات ذات العلاقة
لبناء الخبرة في مجال المسؤولية الاجتماعية
للشركات وسد الفجوة الحالية في القدرات.
كما تسعى وزارة الموارد البشرية والتنمية
الاجتماعية إلى تعزيز الشراكات مع السفراء
وقادة المسؤولية الاجتماعية للشركات في
القطاع الخاص لتحفيز التغيير في سلوك
المسؤولية الاجتماعية للشركات

5

عدد مؤشرات
الأداء

7

عدد
المبادرات

5

الركيزة السادسة

الرصد والقياس

هدف المستوى الأول

إعداد أدوات لرصد وقياس المسؤولية الاجتماعية
للشركات

أهداف المستوى الثاني

6.1

تطوير إطار عمل متكامل لمتابعة أداء
الشركات في المسؤولية الاجتماعية

وضع نماذج واضحة لرصد ومتابعة جميع
مبادرات وبرامج استراتيجية المسؤولية
الاجتماعية للشركات، وتحديد آلية لقياس
مؤشرات الأداء المتعلقة بالمسؤولية
الاجتماعية للشركات على مستوى المملكة

6.2

تقديم متطلبات إعداد التقارير للشركات حول
أنشطة المسؤولية الاجتماعية

التعاون مع الوزارات المعنية والجهات ذات
العلاقة لوضع معايير الإفصاح عن أنشطة
المسؤولية الاجتماعية للشركات كجزء من
متطلبات إفصاح الاستدامة الأوسع نطاقاً

2

عدد مؤشرات
الأداء

4

عدد
المبادرات

6



المؤشر الاستراتيجي:
نسبة انفاق القطاع الخاص من إجمالي
الإنفاق الاجتماعي



مؤشر المستوى الثاني:
نسبة الشركات الكبرى التي تقدم برامج
المسؤولية الاجتماعية

مؤشرات الأداء

تم وضع مجموعة من مؤشرات الأداء التشغيلية لقياس التقدم في تنفيذ استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركات وضمان تحقيق المؤشرات الاستراتيجية للهدف "6.2.1 تعزيز قيام الشركات بمسؤوليتها الاجتماعية" من الرؤية الوطنية 2030.

07

الملحقات

أبرز تحديات الوضع الحالي للمسؤولية الاجتماعية في المملكة العربية السعودية

◆ ممكنات المسؤولية الاجتماعية للشركات	
الشراكات والحوكمة	
13	عدم وجود إطار واضح للحوكمة مما يؤدي إلى ضعف التنسيق بين مختلف الأطراف المعنية بالإعداد المؤسسي للمسؤولية الاجتماعية للشركات
14	اتفاقيات شراكة محدودة مع تركيز اقل على القطاع الخاص والجمعيات الدولية
التخطيط الوطني	
15	عدم وجود خطة عمل وطنية ونظام لتحديد الأولويات وإدارة الأداء (مثل مؤشرات الأداء الرئيسية، ومراجعة الأداء، والإجراءات)
المحفزات	
16	نقص في المحفزات المالية التي تشجع الشركات على المساهمة في المسؤولية الاجتماعية (مثل المحفزات الضريبية وتسهيل الأعمال، الخ) ونقص في المحفزات التقديرية (مثل الجوائز والدوسمة) لتشجيع الشركات على المساهمة في المسؤولية الاجتماعية،
الأنظمة واللوائح	
17	غياب الأنظمة والأطر التشريعية للمسؤولية الاجتماعية للشركات (مثل الإفصاح، والمعايير)
التوعية وتطوير القدرات	
18	انشطة غير منظمة وغير منسقة لا تحتوي على القدر المناسب من الفعاليات/المؤتمرات، ولا يوجد منصة إلكترونية، كذلك محدودة الدورات/الشهادات المهنية
الرصد والقياس	
19	غياب أدوات القياس والرصد من قبل الحكومة، مع وجود مؤشر واحد فقط على المستوى الوطني يتم رصده من قبل جهة خاصة (مؤشر التنافسية السعودية المسؤولة الذي ترعاه مؤسسة الملك خالد)

◆ معايير المسؤولية الاجتماعية للشركات	
1	عدم وجود مفهوم موحد للمسؤولية الاجتماعية للشركات، ومحدودية وعي الجهات ذات العلاقة بالمفاهيم وبأفضل الممارسات والأولويات التنموية
2	عدم منح القطاع الخاص المستوى المناسب من الأهمية للمسؤولية الاجتماعية للشركات، فهو ينظر إليها على أنها عمل خيري ومن واجبات الحكومة
3	اعتبار الزكاة نوعًا من أنواع المسؤولية الاجتماعية للشركات، مما يحد من مشاركتها في الأنشطة الأساسية للمسؤولية الاجتماعية
4	القصور في تغطية شركات المملكة لكافة محاور الأيزو 26000، فمعظم تركيزها يصب في 3 محاور: إشراك المجتمع وتنميته، وممارسات العمل، وقضايا المستهلك

◆ أصحاب العلاقة المعنيون بالمسؤولية الاجتماعية للشركات	
5	محدودية مشاركة المنشآت الصغيرة والمتوسطة في أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات، مع تركيز أعلى نسبيًا على تقديم الخدمات، ويعزى ذلك بشكل أساسي إلى نقص في القدرات المالية
6	غياب الدور الاستراتيجي للمسؤولية الاجتماعية في الشركات، حيث أن المساهمات في الغالب تبنى على اعتبارات فردية أو موسمية وبشكل غير رسمي
7	قيام الشركات الكبيرة بتنفيذ أنشطة المسؤولية الاجتماعية بشكل مستقل ومباشر بدلاً من الاعتماد على الوسطاء
8	محدودية المنظمات غير الربحية المتخصصة في المملكة من حيث العدد، مع انحصار تركيزها في المقام الأول على محور واحد من محاور الأيزو 26000 (وهو إشراك المجتمع وتنميته)، والاعتماد الكبير على الدعم الحكومي كمصدر للدخل
9	محدودية التغطية الجغرافية، حيث تتركز معظم المنظمات غير الربحية في المدن الكبرى في المملكة
10	المشاركة المحدودة للموظفين في أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات، حيث إن غالبية الشركات الكبيرة لا تُشرك سوى 1 إلى 10 من موظفيها في تلك الأنشطة
11	التركيز الكبير على البعد الاجتماعي مع التركيز المحدود على الأبعاد الأخرى
12	عدم توافق أولويات الاحتياجات الاجتماعية مع ما تقدمه المنظمات غير الربحية من خدمات، وخاصة الخدمات الاجتماعية المتعلقة بالمسنين وذوي الاحتياجات الخاصة والنساء والشباب

نتائج المقارنة المرجعية للدول في ما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للشركات

الممكّنات	
المنظومة / أصحاب العلاقة	
10	تنشئ الدول الرائدة عادةً جهات/ لجان متخصصة في المسؤولية الاجتماعية تتولى 6 مسؤوليات رئيسية وبمستويات متفاوتة من التدخلات وهي: التخطيط الوطني، تطوير المنظومة، التوعية وتطوير القدرات، التحفيز والتشجيع، الرصد والقياس، الأنظمة واللوائح
11	اعتماد نماذج حوكمة مختلفة على المستوى الوطني لتفعيل أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات، وتتضمن كافة النماذج جهات مرجعية ذات علاقة من القطاع العام (الوزارات المُمكّنة) مما يسهل التعاون والوصول إلى الأهداف الوطنية للمسؤولية الاجتماعية للشركات
12	في معظم الدول، تتعاون الحكومة غالبًا مع مؤسسات القطاع الخاص لإقرار أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات (الاستشارات، تطوير الأعمال، عمليات المسح، والمنشورات، والأدوات، والفعاليات)
التخطيط الوطني	
13	وضعت الدول الرائدة خطط عمل محددة للمسؤولية الاجتماعية للشركات، والتي تُدمج في بعض الأحيان داخل إطار الاستدامة الأوسع نطاقًا
14	تشمل أفضل ممارسات التخطيط الوطني خطة عمل محددة وواضحة تتضمن مسؤوليات ومؤشرات أداء رئيسية يمكن متابعتها
التحفيز والتشجيع	
15	اعتماد المحفزات المالية بشكل كبير لتشجيع الشركات على رفع مساهمتها في أنشطة المسؤولية الاجتماعية وتعتبر التخفيضات الضريبية من المحفزات الأكثر شيوعًا إذ إنها مباشرة وسهلة الإدارة
16	اعتماد مجموعة كبيرة من المحفزات غير المالية لتشجيع الشركات على رفع مساهمتها في أنشطة المسؤولية الاجتماعية (مثل حقوق التسمية، والعلامات البيئية، والجوائز، الخ)
17	تلجأ الحكومات الرائدة إلى أدوات مثل سندات الأثر الاجتماعي، والتمويل بنسبة مطابقة، من أجل تحقيق أقصى قدر ممكن من التأثير
الأنظمة واللوائح	
18	تسنّ الدول التي تمّت مقارنتها مرجعيًا أنظمة متعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات على مستويين: إعداد التقارير والإنفاق
19	تنظيم الإفصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات، حيث تقوم بعض الدول بوضع مبادئ توجيهية لتنظيم إعداد التقارير، فيما تفرض دول أخرى أنظمة ملزمة
20	حتى الآن، تعد الهند الدولة الوحيدة التي توجب الإنفاق في ما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، وما زالت هنالك تحديات من حيث الفعالية

المفهوم	
1	تطوّر مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في الدول الرائدة من العمل الخيري إلى المساهمة في التنمية المستدامة
2	اعتماد مفهوم موحد للمسؤولية الاجتماعية للشركات
الأنماط	
3	تطورت المسؤولية الاجتماعية للشركات في الدول الرائدة إلى موضوعات أكثر تعقيدًا تشمل عددًا من أصحاب العلاقة
4	يتوقع المواطنون أن يتحقق التأثير الأقوى للشركات في مجالات مثل الحوكمة والبيئة وممارسات العمل، في حين يتوقعون حدوث تأثير أقل في ما يتعلق بمشاكل المستهلك والمشاركة المجتمعية

أصحاب العلاقة	
العرض	
5	تنظيم التعاون بين القطاعات الثلاث، بحيث يمثل القطاع الخاص دور المساهم، بينما يعتبر القطاع غير الربحي الوسيط، أما القطاع العام فيلعب دور المُمكّن
6	لا تمثل المنشآت الصغيرة والمتوسطة بالإفصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية الخاصة بها بالشكل المناسب مما يحد من معرفة مدى مساهمتها في هذا المجال، وقد وفرت العديد من الدول دعمًا مخصصًا لهذه المنشآت لمواجهة هذا الخلل
الوسيط	
7	ينسجم تركيز المنظمات غير الربحية وتغطيتها مع احتياجات الدولة وفقًا لما هو محدد في أولوياتها الوطنية
8	ترتبط المساهمة المالية أو التطوع بالوقت بشكل كبير بالثقافة المحلية
الطلب	
9	تستهدف مساهمة الشركات في مجال التنمية الاجتماعية بشكل رئيس فئات محددة مثل الأطفال والشباب وكبار السن والأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة

نتائج المقارنة المرجعية للدول في ما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للشركات

الممكّنات	
التوعية وتطوير القدرات	
21	توظّف الدول الرائدة مجموعة واسعة من أدوات التوعية والتثقيف لضمان الوصول إلى جميع أصحاب العلاقة المعنيين، بما في ذلك أدوات مثل الجوائز، وأوسمة المسؤولية الاجتماعية للشركات، والمنصات الإلكترونية
الرصد والقياس	
22	تعتمد الحكومات في أغلب الأحيان أطر عمل مثبتة الفعالية ومعروفة في ما يخص إعداد التقارير والقياس (مثل: المبادرة العالمية لإعداد التقارير "جي آر آي") لزيادة مستوى الشفافية، بينما تطور بعض الدول الأخرى مؤشرات خاصة بها للمسؤولية الاجتماعية للشركات
23	عادةً ما يتم تخفيف متطلبات إعداد التقارير للمنشآت الصغيرة والمتوسطة (حيث ينبغي على الشركات الكبيرة على سبيل المثال رفع تقارير حول نموذج العمل وسياسات المسؤولية الاجتماعية الخاصة بها، وخطط التنفيذ، والمخاطر، ومؤشرات الأداء الرئيسية غير المالية، وغير ذلك، أما المنشآت الصغيرة والمتوسطة فترفع التقارير حول السياسات والإجراءات والتقييم فقط)
24	تُستخدم طرق حساب التصنيف الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات من قبل المؤسسات الخاصة من أجل أغراض تقييم الاستثمار (مثل: مؤشر FTSE4Good ومؤشر داو جونز للاستدامة)

لمزيد من المعلومات يرجى التواصل معنا

البريد الإلكتروني: SR@HRSD.GOV.SA



وزارة الموارد البشرية
والتنمية الاجتماعية
المملكة العربية السعودية

