

المسؤولية المجتمعية للبنوك العاملة في الأردن خلال عامي ٢٠١٠ و ٢٠١١

إعداد: دائرة الدراسات
جمعية البنوك في الأردن

أيلول ٢٠١٢
عمان - الأردن

© جميع الحقوق محفوظة لجمعية البنوك في الأردن، ولا يسمح بإعادة إصدار هذه الكراسة أو أي جزء منها أو تخزينها في نطاق استعادة المعلومات أو نقلها أو استنساخها أو ترجمتها بأي شكل من الأشكال دون إذن خطي من الجمعية. ويجوز الاقتباس منها لأغراض البحث العلمي بعد الإشارة إلى المصدر.

تصميم وطباعة


Control
Design & Printing Services

Tel: 4653644 - Telefax: 4653640

e-mail: info@bestcontroldesign.com

قائمة المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
٥	تقديم رئيس مجلس الإدارة
٧	مقدمة المدير العام
٩	١- مدخل إلى المسؤولية المجتمعية
٩	١-١ مفهوم المسؤولية المجتمعية
١٠	٢-١ دوافع المسؤولية المجتمعية
١٠	٣-١ أبعاد المسؤولية المجتمعية
١٢	٤-١ هرم كارول للمسؤولية المجتمعية
١٣	٥-١ مستويات المسؤولية الاجتماعية
١٣	٢- أدوار المسؤولية المجتمعية للبنوك العاملة في الأردن
١٣	١-٢ لمحة عن البنوك العاملة في الأردن
١٤	٢-٢ المسؤولية المجتمعية للبنوك العاملة في الأردن
١٥	٣-٢ حجم مساهمة البنوك العاملة في الأردن في مبادرات المسؤولية المجتمعية
١٧	٤-٢ أنماط المسؤولية المجتمعية للبنوك في الأردن
١٨	٥-٢ خصائص المسؤولية المجتمعية للبنوك العاملة في الأردن
٢٤	المراجع والمصادر

تقديم

تعمل جمعية البنوك في الأردن ومنذ تأسيسها عام ١٩٧٨ على الارتقاء بالعمل المصرفي والنهوض به من خلال رعاية مصالح البنوك الأعضاء والتنسيق فيما بينهم تحقيقاً لمنفعتهم المشتركة، بالإضافة إلى سعيها لتطوير أساليب أداء الخدمات المصرفية وتحديثها، وترسيخ مفاهيم العمل المصرفي وأعرافه.

وانطلاقاً من الدور الكبير الذي تضطلع به الجمعية، وحرصاً منها على توفير المعلومات الدقيقة بموضوعية وشفافية، ارتأت الجمعية أن تقوم بإعداد دراسات مختصرة ومفيدة لتوضيح أي غموض يتعلق بالعمل المصرفي، وللإجابة عن الاستفسارات والآراء المطروحة حول مختلف القضايا المتعلقة بالجهاز المصرفي الأردني، بجانب دورها التعليمي والتثقيفي لزيادة الوعي المصرفي.

وإننا نأمل مع إصدارنا لهذه الدراسات أن تحقق الفائدة المرجوة منها في توضيح حقائق الأمور، بالاعتماد على البيانات والمعلومات من مصادرها الأساسية.

والله الموفق،،

باسم خليل السالم

رئيس مجلس الإدارة

المقدمة

يسر جمعية البنوك في الأردن أن تضع بين أيديكم العدد الثالث من المجلد الثالث لسلسلة كراسات الجمعية والذي يأتي تحت عنوان « المسؤولية المجتمعية للبنوك العاملة في الأردن خلال عامي ٢٠١٠ و٢٠١١ ».

وتأتي هذه الكراسة سعياً منا لإظهار الدور الكبير الذي تضطلع به البنوك من حيث إسهاماتها في مجال المسؤولية المجتمعية. حيث تناول الجزء الأول من الكراسة خلفية نظرية عن المسؤولية المجتمعية بما في ذلك مفهوم المسؤولية المجتمعية ودوافعها وأبعادها وهرم كارول للمسؤولية المجتمعية.

أما الجزء الثاني من الكراسة فقد بحث في واقع وأدوار المسؤولية المجتمعية للبنوك العاملة في الأردن، حيث استعرض هذا الجزء لمحة عن البنوك في الأردن وناقش مسؤولياتها المجتمعية وأحجام مساهماتها وتوزيعها على القطاعات المختلفة، كما تناول هذا الجزء أنماط المسؤولية المجتمعية للبنوك في الأردن والخصائص التي تتصف بها ممارسات تلك البنوك في مجال المسؤولية.

ومن المهم أن نشير هنا إلى أن المسؤولية المجتمعية للشركات تستمد قوتها من الطبيعة الطوعية والاختيارية لها، حيث أن الشركات تقوم بممارستها بدافع ذاتي نابع من انتماؤها لمجتمعاتها، ولا بد أن تبقى المسؤولية المجتمعية على هذا الشكل بدون أن تكون مضروبة بقوة القانون لأن القوانين وجدت لمنع ارتكاب الأخطاء ولم توجد للإجبار على فعل الصواب. ومع ذلك فإن عدم وجود قانون يحتم على الشركات ممارسة مسؤولياتها المجتمعية لا يعني أن تترك الشركات مسؤولياتها لأنها واجب أخلاقي والتزام أدبي.

وإننا إذ نصدر هذه الكراسة لنامل أن تكون قد وفقنا في تسليط الضوء على الدور الاجتماعي للبنوك في الأردن، وأن نكون قد تمكنا من إيضاح وتغطية نشاطات المسؤولية للبنوك بالشكل الذي يبرز مدى تبنيها لمبادرات المسؤولية المجتمعية وعلى كافة الأصعدة.

د. عدلي قندح
المدير العام

١- مدخل إلى المسؤولية المجتمعية

١-١ مفهوم المسؤولية المجتمعية

في عام ١٩٥٢ قام هاورد باون (Howard Bowen)^(١) بإطلاق مفهوم المسؤولية المجتمعية للشركات (CSR) على أساس أنها عقد ضمني بين الشركة والمجتمع. وبدأ مصطلح «المسؤولية المجتمعية للشركات» بالانتشار منذ أواخر الستينيات وبدايات السبعينيات من القرن الماضي من خلال مفاهيم التزام الشركات في تحمل نتائج أنشطتها على المجتمع، خاصة بعد انتشار الشركات متعددة الجنسية. وهناك العديد من التعاريف الخاصة بالمسؤولية المجتمعية ورد منها ما يلي:

* المسؤولية المجتمعية للشركات هي منهجية عمل تتبناها الشركات في ممارسة الأعمال التجارية، حيث تقوم هذه الشركات بدمج الممارسات الأخلاقية في جميع عملياتها الإدارية والتجارية والتشغيلية (الداخلية منها والخارجية)، بما في ذلك الطريقة التي تبرز بها تلك الشركات رؤيتها ورسالتها في السوق وأمام المجتمع:

* المسؤولية المجتمعية للشركات هي شكل من أشكال التنظيم الذاتي للشركات الذي يندمج في نموذج الأعمال. وتعمل المسؤولية المجتمعية كآلية ضمنية ذاتية، تقوم من خلالها الشركات بمراقبة مدى امتثالها مع روح القانون والمعايير الأخلاقية، والأعراف الدولية.

* عرف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسؤولية المجتمعية على أنها الالتزام المستمر من قبل شركات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، والمجتمع المحلي والمجتمع ككل.

* ومن وجهة نظر المفوضية الأوروبية فإن المسؤولية الاجتماعية للشركات لا تعني فقط تحقيق التوقعات القانونية، ولكنها أيضاً تتجاوز الامتثال وزيادة الاستثمار في رأس المال البشري والبيئة والعلاقة مع أصحاب المصلحة.

وتعتبر المسؤولية المجتمعية ذات طبيعة طوعية واختيارية بحيث أن الشركات تقوم بممارستها بدافع ذاتي نابع من انتمائها لمجتمعاتها ضمن أطر الالتزام الأدبي والمعنوي والأخلاقي. وحتى تظل المسؤولية المجتمعية محافظة على كينونتها وأصل نشأتها فلا بد من أن تبقى تستمد قوتها وقبولها وانتشارها من طبيعتها الطوعية الاختيارية، بدون أن تكون مفروضة بقوة القانون لأن القوانين وجدت لمنع ارتكاب الأخطاء ولم توجد للإجبار على فعل الصواب. ومع ذلك فإن عدم وجود قانون يحتم على الشركات ممارسة مسؤولياتها المجتمعية لا يعني أن تترك الشركات مسؤولياتها لأنها واجب أخلاقي والتزام أدبي.

1 - Bowen, Howard (1953): Social responsibility of the businessman, New York.

٢-١ دوافع المسؤولية المجتمعية

من حيث الجوهر، فإن الأساس الذي تتبلور عليه المسؤولية المجتمعية للشركات يكمن في بناء وتطوير الأعمال المستدامة، والتي تتطلب اقتصاديات وأسواق ومجتمعات صحية. ويمكن القول بأن الدوافع الرئيسية للمسؤولية المجتمعية للشركات تكمن في:

* تعزيز المصلحة الذاتية: تعزيز الأخلاق وإيجاد مجتمع متماسك واقتصاد عالمي مستدام حيث الأسواق والعمالة والمجتمعات المحلية قادرة على العمل معاً بشكل جيد.

* الاستثمار الاجتماعي: المساهمة في البنية التحتية المادية ورأس المال الاجتماعي باعتباره أصبح جزءاً ضرورياً من ممارسة الأعمال التجارية.

* الشفافية والثقة: انخفاض مستويات الثقة في الشركات من وجهة نظر العامة. هناك توقعات متزايدة على أن الشركات سوف تكون أكثر انفتاحاً وأكثر خضوعاً للمساءلة وأن تكون مستعدة لتقديم تقرير حول أدائها في المجالات الاجتماعية والبيئية.

* ارتفاع توقعات الجمهور من الشركات: على الصعيد العالمي من المتوقع أن تفعل الشركات أكثر من مجرد توفير فرص العمل والمساهمة في الاقتصاد من خلال الضرائب والعمالة.

٣-١ أبعاد المسؤولية المجتمعية

قامت المفوضية الأوروبية بتحديد بعدين رئيسيين للمسؤولية المجتمعية للشركات هما البعد الداخلي والبعد الخارجي². حيث يرتبط البعد الداخلي بالممارسات داخل الشركة والتي تستلزم تعديلها لتتضمن على ممارسات المسؤولية المجتمعية، ويشمل هذا البعد إدارة الموارد البشرية مثل توفير بيئة تعلم للموظفين مدى الحياة، وتطوير قدراتهم وتحسين تدفق المعلومات، وتشجيع قوة العمل، وتقاسم الأرباح وأنظمة ملكية الأسهم، والاهتمام بالتوظيف والأمن الوظيفي وغيرها. كذلك يشمل البعد الداخلي سلامة العمل والمقاييس الصحية لأن معايير السلامة وصحة الموظفين تؤثر بشكل مباشر على الإنتاجية. كما يتضمن البعد الداخلي على التكيف مع التغيير بما في ذلك الأخذ بعين الاعتبار لجميع الأطراف ذات العلاقة عند اتخاذ قرار التغيير وخاصة قرارات إعادة الهيكلة أو الاندماج أو غيرها. يضاف إلى ما سبق عنصر إدارة الآثار البيئية والذي يتضمن على تقليل استهلاك وهدر الموارد وتقليل التلوث الناتج عن ممارسة أعمال الشركة والتوجه نحو الاستثمارات البيئية.

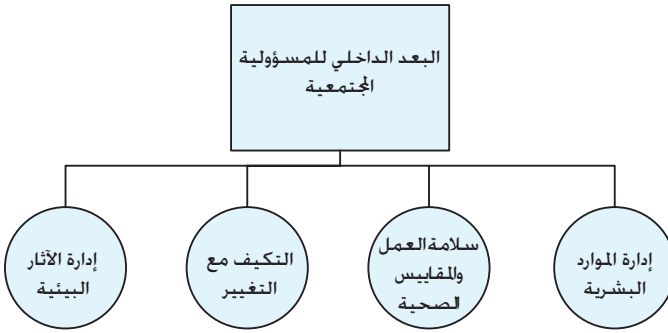
أما البعد الخارجي فيرتبط بالبيئة الخارجية للشركة بما فيها من مجتمعات محلية أو شركاء

2 - EU Green Paper (2001), Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility, Brussels, Commission of the European Communities, Retrieved on August 27, 2004.

الأعمال (الموردين، العملاء، وأحياناً المنافسين)، بالإضافة لحماية حقوق الإنسان. حيث تساهم الشركات في المجتمعات المحلية من خلال التوظيف والتدريب ودفع الأجور والمزايا والضرائب. كذلك يجب على الشركة أن تتابع الأداء الاجتماعي لشركاء الأعمال التي تعمل معهم سواء كانوا موردين أو عملاء أو منافسين. وفيما يتعلق بحقوق الإنسان فعلى الشركة احترامها والسعي لحمايتها واتخاذ مواقف جادة للحد من انتهاكات حقوق الإنسان في الدول التي تعمل بها. والشكلان التاليان يبينان عناصر البعد الداخلي والخارجي للمسؤولية المجتمعية.

شكل رقم (١)

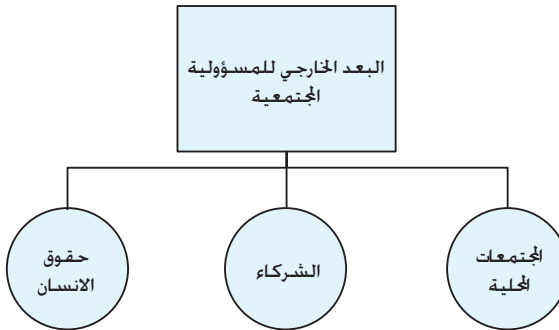
عناصر البعد الداخلي للمسؤولية المجتمعية



(Source: EU Green Paper (2001)

شكل رقم (٢)

عناصر البعد الخارجي للمسؤولية المجتمعية



Source: EU Green Paper (2001)

٤-١ هرم كارول للمسؤولية المجتمعية

قام الباحث كارول (١٩٧٠) من خلال دراسته للأداء الاجتماعي للشركات بتحديد أربع مستويات للمسؤولية المجتمعية وهي المستوى الاقتصادي والمستوى القانوني والمستوى الأخلاقي ومستوى الأعمال الخيرية. وقد جاءت هذه المستويات لتعبر عن أن تاريخ الأعمال التجارية شهد بشكل مبكر تركيزاً على الجانب الاقتصادي والقانوني للمسؤولية المجتمعية بينما ظهر التركيز على الجانب الأخلاقي والعمل الخيري في مرحلة متأخرة نسبياً.

وقد قام كارول في دراسته عام (١٩٩١) بتقديم نموذج للمسؤولية المجتمعية على شكل هرمي كما هو موضح بالشكل رقم (٣). وتكمن أهمية هذا الهرم في أنه يبين للإدارة الالتزامات المختلفة للمسؤولية المجتمعية بطريقة متناسقة³.

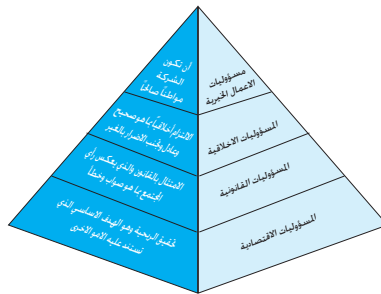
فالمسؤولية الاجتماعية حسب مفهوم كارول هي مجموع الأنواع الأربعة للمسؤولية، والتي يمكن كتابتها على شكل معادلة كما يلي:

$$\text{المسؤولية الاجتماعية للشركات} =$$

المسؤولية الاقتصادية + المسؤولية القانونية + المسؤولية الأخلاقية + مسؤوليات الأعمال الخيرية
وحتى تكون الشركة مواطناً صالحاً، عليها أن تسعى ليس فقط لتحقيق المصلحة المالية لحملة الأسهم، بل أن تسعى لتحقيق مصالح كافة أصحاب المصالح الآخرين من مستهلكين ودائنين وموظفين ومديرين إضافة للمحافظة على البيئة التي تعمل بها وتحقيق مصلحة المجتمع ككل.

شكل رقم (٣)

هرم كارول للمسؤولية المجتمعية



Source: Carroll (1991)

3-Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility:

Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. Business Horizons, 34, p. 39-48.

١-٥ مستويات المسؤولية الاجتماعية

في عام ١٩٩٤، قام فريق العطاء الاجتماعي لست شركات عالمية بتطوير «مجموعة لندن لقياس الاستثمار في المجتمع»، وذلك بهدف قياس الفائدة التي تعود على المجتمع والشركة جِراء تنفيذ المشاريع التنموية والتطوعية. وقد تضمن نموذج القياس على تقسيم ممارسات المسؤولية الاجتماعية إلى أربعة مستويات أساسية وذلك على النحو التالي:

(١) المستوى الأول: أساسيات العمل المؤسسي.

(٢) المستوى الثاني: المبادرات التجارية في المجتمع.

(٣) المستوى الثالث: الاستثمار في المجتمع.

(٤) المستوى الرابع: العطاء الاجتماعي.

ومما سبق يتضح أن الفوائد التجارية التي تعود على الشركات تكون أكبر في المستوى الأول حيث لا تكون المشاركة مخصصة لغرض أو بدافع خيري أو إنساني محدد ولكنها مصممة كجزء لا يتجزأ من أهداف وأساسيات العمل المؤسسي للشركة، بينما المستوى الرابع يمثل قمة العطاء الخيري والاجتماعي للشركة.

٢- أدوار المسؤولية المجتمعية للبنوك العاملة في الأردن

٢-١ لمحة عن البنوك العاملة في الأردن

بلغ عدد البنوك العاملة في الأردن ٢٦ بنكاً مع نهاية عام ٢٠١١، تتوزع بواقع ١٣ عشر بنكاً تجارياً أردنياً وثلاثة بنوك إسلامية أردنية وعشرة فروع لمصارف أجنبية.

استطاعت البنوك العاملة في الأردن أن تحقق قفزات كمية ونوعية على جميع الأصعدة حيث حققت موجودات البنوك نمواً ملحوظاً بلغت نسبته ٢٥، ٩٪ في المتوسط سنوياً خلال الخمس سنوات الأخيرة (٢٠٠٧-٢٠١١)، ليبلغ إجمالي موجودات البنوك حوالي ٦، ٢٨ مليار دينار في نهاية شهر تموز ٢٠١٢. أما التسهيلات الائتمانية فقد نمت خلال الخمس سنوات الأخيرة بمعدل سنوي بلغ ٣، ١٠٪ في المتوسط ووصلت قيمتها إلى ٢، ١٧ مليار دينار في تموز ٢٠١٢. وعلى صعيد إجمالي الودائع فقد حقق أيضاً نمواً ملحوظاً خلال الخمس سنوات الأخيرة بلغت نسبته في المتوسط ٨، ١٠٪ سنوياً ليصل رصيد إجمالي الودائع إلى ٠، ٢٥ مليار دينار في تموز ٢٠١٢.

وقد كانت البنوك في الأردن سباقة لتبني آخر ما توصلت إليه التكنولوجيا الحديثة من خلال استخدامها لمنظومة من الوسائل التقنية الحديثة عالية الأمان الأمر الذي مكّنها من توفير خدماتها

المصرفية على مدار الساعة بما في ذلك خدمات الصراف الآلي والبطاقات البلاستيكية والبطاقات الذكية والخدمات المصرفية عبر الانترنت وعبر الهاتف وغيرها.

وتقدم البنوك العاملة في الأردن مجموعة متكاملة من الخدمات والمنتجات والحلول المصرفية من خلال شبكة من الفروع بلغ عددها ٧٠٢ فرعاً داخل الأردن، بالإضافة إلى ٧٢ مكتباً و ١٢١٩ جهاز صراف آلي وذلك كما هو العدد في نهاية عام ٢٠١١.

كذلك تلعب البنوك العاملة في الأردن دوراً مهماً على صعيد التوظيف والتدريب حيث تجاوز عدد موظفي البنوك ١٧٣٤٧ موظفاً وموظفةً كما في نهاية عام ٢٠١١، بينما تجاوز عدد الموظفين الذين تم إشراكهم في الدورات التدريبية ٦, ٢٧ ألف موظفاً وموظفةً خلال عام ٢٠١١.

هذا وتقوم البنوك العاملة في الأردن بالمساهمة في التنمية الاقتصادية الشاملة والمستدامة وبشكل يعكس تحملها لمسؤولياتها تجاه المجتمع الأردني وذلك من خلال:

- * تقديم التمويل اللازم للمشاريع في القطاعين العام والخاص.
- * توفير التمويل اللازم للمشاريع الضخمة من خلال قروض التجمع البنكي.
- * استقطاب المدخرات والتشجيع على الادخار والاستثمار.
- * توفير مختلف الخدمات المصرفية لسائر القطاعات.
- * العمل على توزيع الموارد الاقتصادية بكفاءة وفعالية.
- * تفعيل الشراكة بين القطاع الخاص والقطاع العام من خلال التعاون والتنسيق المستمر مع مختلف الجهات.

* توفير القنوات الرئيسية للسياسة النقدية وبالتالي العمل على زيادة كفاءة وفعالية السياسات الاقتصادية الكلية.

* الاهتمام بتمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة وإنشاء دوائر خاصة في معظم البنوك للوقوف على الحاجات التمويلية لهذه المنشآت.

* الاهتمام بالتمويل البيئي ودعم المشاريع ذات الطابع الأخضر والصديقة للبيئة.

* تقديم ورعاية ودعم مبادرات المسؤولية المجتمعية بكافة مجالاتها.

٢-٢ المسؤولية المجتمعية للبنوك العاملة في الأردن

تؤمن البنوك العاملة في الأردن بمواطنتها وانتمائها للمجتمع الأردني، كما أنها تعتقد بضرورة وجود مسؤولية اجتماعية للشركات بشكل يجعلها تتحمل مسؤولياتها تجاه المجتمع.

إن الشفافية العالية التي تتمتع بها البنوك العاملة في الأردن من خلال الإفصاح والإعلان الدوري والدقيق عن نتائجها المالية وأعمالها السنوية هو في جوهر المسؤولية الاجتماعية لها، حيث تعتبر البنوك أكثر القطاعات شفافية وإفصاح مقارنة بالقطاعات الاقتصادية الأخرى في المملكة، وهذا يساعد في الحكم على مدى التزام البنوك تجاه مختلف الجهات المستفيدة من مساهمين وعاملين وخزينة ومجتمع محلي وغيرها. وقد أكدت العديد من الدراسات على أن البنوك الأردنية تتمتع بشفافية عالية من حيث الإفصاح والإعلان الدوري والدقيق عن مبادراتها وأعمالها الاجتماعية مقارنة بالقطاعات الأخرى، وبما ينسجم مع التزام البنوك بمعايير الإفصاح والشفافية الدولية والمحلية.

وفي هذا السياق، فقد بدأت بعض البنوك الأردنية بالعمل على إعداد وإصدار ما يسمى بتقرير الاستدامة (Sustainability Report) وهو عبارة عن تقرير متخصص يبين أداء الشركة أو البنك في مجالات التنمية المستدامة بحيث أنه يغطي إنجازات البنك ضمن مختلف المجالات الاقتصادية والبيئية والاجتماعية ويبين إسهامات البنك في تلك المجالات.

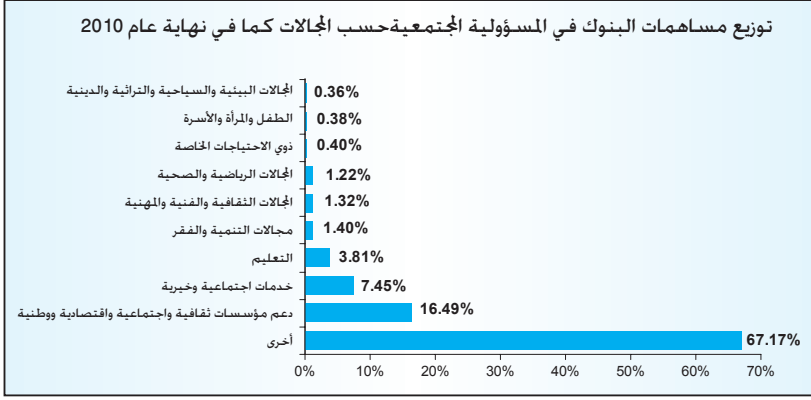
٢-٣ حجم مساهمة البنوك العاملة في الأردن في مبادرات المسؤولية المجتمعية

بلغ مجموع المبالغ التي أنفقتها البنوك العاملة في الأردن على مبادرات المسؤولية المجتمعية ما مقداره ٤, ٢٢ مليون دينار تقريباً خلال عام ٢٠١٠، بينما ارتفعت القيمة إلى ٩, ٣٦ مليون دينار خلال عام ٢٠١١، وتشكل مساهمات البنوك في مبادرات المسؤولية المجتمعية ما بين ٩ - ١٠٪ من صافي ربح البنوك خلال عامي ٢٠١٠ و ٢٠١١.

مساهمات البنوك في مبادرات المسؤولية الاجتماعية خلال عام ٢٠١٠

المجالات	المبلغ بالدينار	% النسبة من الإجمالي
المجالات البيئية والسياحية والتراثية والدينية	116.518	0.36%
الطفل والمرأة والأسرة	124.403	0.38%
ذوي الاحتياجات الخاصة	129.725	0.40%
المجالات الرياضية والصحية	395.063	1.22%
المجالات الثقافية والفنية والمهنية	427.869	1.32%
مجالات التنمية والفقر	453.499	1.40%
التعليم	1.235.243	3.81%
خدمات اجتماعية وخيرية	2.416.362	7.45%
دعم مؤسسات ثقافية واجتماعية واقتصادية ووطنية	5.347.957	16.49%
أخرى	21.779.061	67.17%
المجموع	32.425.700	100%

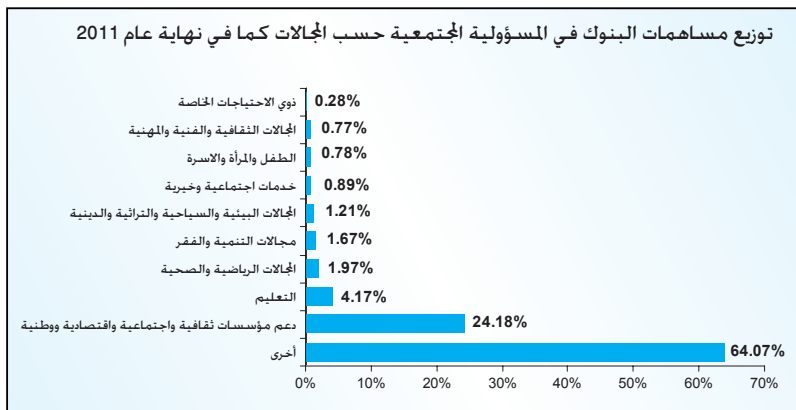
شكل رقم (٤)



مساهمات البنوك في مبادرات المسؤولية الاجتماعية خلال عام ٢٠١١

المجالات	المبلغ بالدينار	% النسبة من الإجمالي
ذوي الاحتياجات الخاصة	102.424	0.28%
المجالات الثقافية والفنية والمهنية	284.814	0.77%
الطفل والمرأة والأسرة	287.423	0.78%
خدمات اجتماعية وخيرية	329.050	0.89%
المجالات البيئية والسياحية والتراثية والدينية	447.451	1.21%
مجالات التنمية والفقر	616.961	1.67%
المجالات الرياضية والصحية	724.308	1.97%
التعليم	1.536.317	4.17%
دعم مؤسسات ثقافية واجتماعية واقتصادية ووطنية	8.914.112	24.18%
أخرى	23.616.755	64.07%
المجموع	36.859.614	100%

شكل رقم (٥)



مساهمات البنوك في المسؤولية المجتمعية ونسبتها إلى صافي ربح البنوك

السنة	مساهمات البنوك في المسؤولية الاجتماعية (دينار)	صافي الربح بعد الضريبة للبنوك (دينار)	نسبة مساهمات المسؤولية الاجتماعية إلى صافي الربح %
2010	32.425.700	366.000.000	8.86%
2011	36.859.614	389.535.000	9.46%

٢-٤ أنماط المسؤولية المجتمعية للبنوك في الأردن

تأتي مساهمة البنوك في المسؤولية الاجتماعية من خلال المشاريع والمبادرات المشتركة التي تقيمها البنوك معاً، أو من خلال المشاريع الفردية التي تدعمها وتساندها البنوك بشكل فردي. ويمكن القول أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية الذي تؤمن به البنوك هو مفهوم شامل ويضم تحت مظلته كافة القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والإنسانية في المملكة. ومن الأمثلة على ذلك نذكر المساهمة في حملات التوعية المختلفة والرعاية الاجتماعية والرعاية الصحية والرياضية وتشجيع البحث العلمي والتدريب والتوظيف والأنشطة الثقافية والتراثية والتفاعل مع الجهات الحكومية وجمعيات النفع العام وغيرها.

* المشاريع المشتركة للبنوك: وهي المبادرات التي تقوم بها البنوك بشكل مشترك مع بعضها البعض. ومن الأمثلة عليها صندوق الحسين للإبداع والتفوق والذي يتم تمويله من قبل الجهاز المصرفي في

الأردن مساهمةً منه في تطوير البيئة الإبداعية المحلية في الجامعات الأردنية. كما تقدم البنوك دعماً لصندوق الأمان لرعاية الأيتام و الصندوق الأردني الهاشمي للتنمية البشرية. كذلك قامت البنوك بالمساهمة في مبادرة ”سكن كريم لعيش كريم“ من خلال توفير التمويل المناسب لشراء الوحدات السكنية وضمن شروط سهلة وميسرة.

* المشاريع الفردية: وهي المبادرات التي يقوم بها كل بنك على حدة، حيث تتميز البنوك العاملة في الأردن بنشاط واضح وكبير من حيث حجم وعدد المبادرات الفردية التي تقوم بها وفقاً لتوجهاتها الخاصة والتي تصب في مجالات عديدة نذكر منها قطاعات الصحة والتعليم والتراث والبيئة والثقافة والعمل الاجتماعي والتنمية البشرية وغيرها من المجالات.

٢-٥ خصائص المسؤولية المجتمعية للبنوك العاملة في الأردن

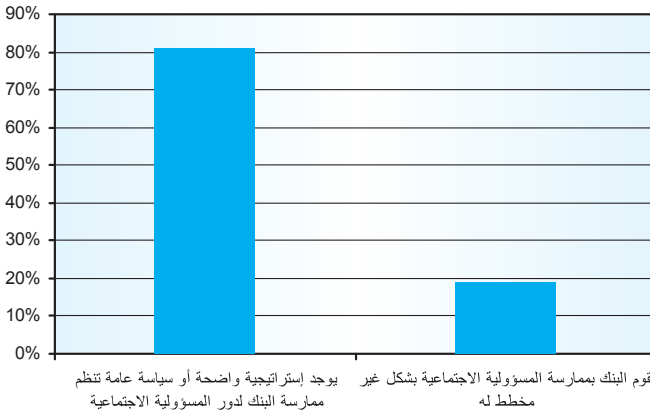
قامت جمعية البنوك في الأردن بإجراء دراسة استطلاعية حول أهم خصائص ومميزات المسؤولية المجتمعية للبنوك العاملة في الأردن. وفيما يلي نستعرض أهم الخصائص التي تم استخلاصها وفقاً للاستطلاع المذكور.

(١) وجود إستراتيجية واضحة أو سياسة عامة تنظم ممارسة البنك لدور المسؤولية الاجتماعية

أشارت النتائج إلى أن ٨١٪ من البنوك العاملة في الأردن لديها إستراتيجية واضحة أو سياسة عامة تنظم ممارسة البنك لدور المسؤولية الاجتماعية، بينما يمارس ١٩٪ من البنوك دور المسؤولية الاجتماعية بشكل غير مخطط له.

شكل رقم (٦)

هل هنالك إستراتيجية واضحة أو سياسة عامة تنظم ممارسة البنك لدور المسؤولية الاجتماعية

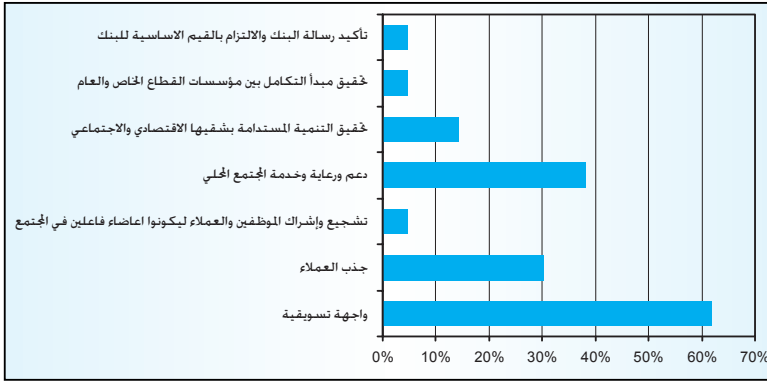


٢) أهداف ممارسة دور المسؤولية الاجتماعية

كانت أهم الأسباب التي تسعى البنوك لتحقيقها من خلال ممارستها لدور المسؤولية الاجتماعية هو تشكيل واجهة تسويقية تعكس الدور المجتمعي لها وذلك بنسبة أهمية بلغت ٩, ٦١٪، في حين كان هدف دعم ورعاية وخدمة المجتمع المحلي في المرتبة الثانية وبنسبة أهمية بلغت ١, ٢٨٪، أما هدف جذب العملاء فقد حل بالمرتبة الثالثة بنسبة أهمية بلغت ٤, ٢٠٪، وحل هدف تحقق التنمية المستدامة بشقيها الاقتصادي والاجتماعي في المرتبة الرابعة بنسبة أهمية ٢, ١٤٪، بينما جاء في المرتبة الخامسة والأخيرة ثلاثة أهداف بلغت الأهمية النسبية لكل منها ٨, ٤٪ وتشمل تشجيع وإشراك الموظفين والعملاء ليكونوا أعضاء فاعلين في المجتمع، وتحقيق مبدأ التكامل بين مؤسسات القطاع الخاص والعام، وتأكيد رسالة البنك.

شكل رقم (٧)

ما هو الهدف الذي يسعى البنك للحصول عليه من خلال المسؤولية الاجتماعية



٣) درجة تأثير المسؤولية الاجتماعية على سمعة البنك

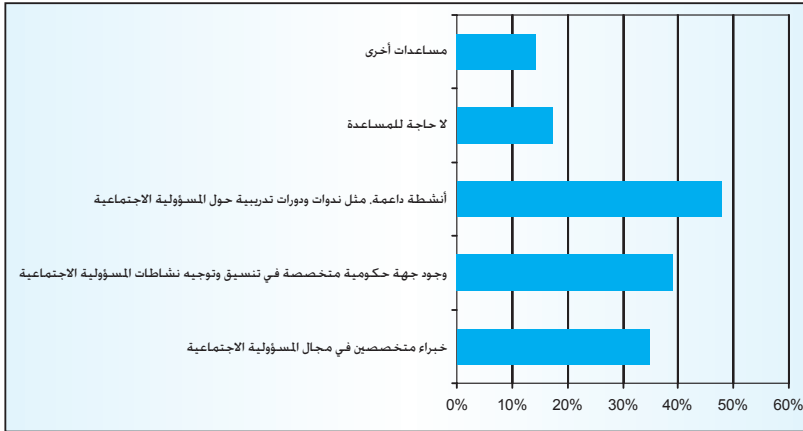
حسب إجابات البنوك عن السؤال « على مقياس من ١ إلى ٥، ما مدى تأثير المسؤولية الاجتماعية على سمعة البنك؟» (١ ليس له تأثير، ٥ له تأثير كبير)، أشارت النتائج إلى أن البنوك العاملة في الأردن تعتقد وبدرجة كبيرة أن للمسؤولية الاجتماعية التي يمارسها البنك أثراً كبيراً عليه. حيث بلغت درجة التأثير ٢٨, ٤ من خمسة، مما يعني أن البنوك تعتقد أن درجة تأثير المسؤولية المجتمعية على سمعة البنك كبيرة وتصل لنسبة ٦, ٨٥٪.

٤) متطلبات تطوير دور البنوك العاملة في الأردن في مجال المسؤولية الاجتماعية

أشارت نتائج الدراسة إلى أن البنوك العاملة في الأردن تحتاج إلى مجموعة من المتطلبات والعوامل التي قد تساعد في تطوير وزيادة قدراتها للنهوض بمسؤولياتها الاجتماعية على أتم وجه. وقد جاء في مقدمة هذه العوامل وجود أنشطة داعمة، مثل الندوات والدورات التدريبية حول المسؤولية الاجتماعية ونسبة أهمية بلغت ٤٧,٨٪، ثم وجود جهة حكومية متخصصة في تنسيق وتوجيه نشاطات المسؤولية الاجتماعية بنسبة أهمية بنسبة أهمية بلغت ٢٩,١٪، يليها خبراء متخصصين في مجال المسؤولية الاجتماعية بنسبة أهمية بلغت ٢٤,٨٪. وقد أشار ١٧,٤٪ من البنوك إلى عدم حاجتها للمساعدة، فيما حازت المساعدات الأخرى على نسبة ١٤,٣٪، وتتضمن هذه المساعدات على بناء توجه سنوي للمسؤولية الاجتماعية في البنك والتنسيق التام بين القطاعين العام والخاص لدعم المشاريع والمبادرات ذات الأثر الواضح في هذا المجال.

شكل رقم (٨)

ما هي المساعدة التي يحتاجها البنك للقيام أو النهوض بالمسؤولية الاجتماعية وزيادتها

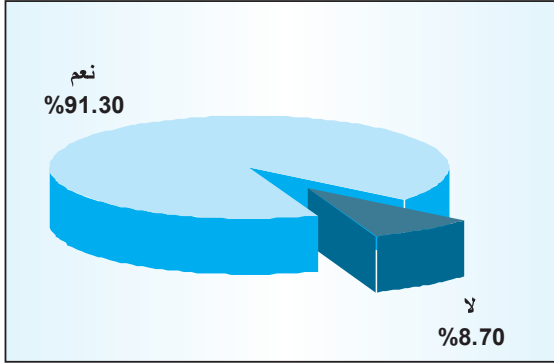


٥) دور البنوك العاملة في إثراء وتشجيع مبادرات المسؤولية الاجتماعية في المجتمع

أكدت النتائج وجود قناعة كبيرة لدى البنوك بنسبة تبلغ ٩١,٣٪ بأنها تستطيع تشجيع مسؤولية اجتماعية أكبر في السوق من خلال علاقاتها وتعاملاتها مع عملائها من الشركات.

شكل رقم (٩)

هل يمكن للبنك من خلال علاقاته وتعاملاته مع عملائه من الشركات التشجيع على مسؤولية اجتماعية أكبر في السوق

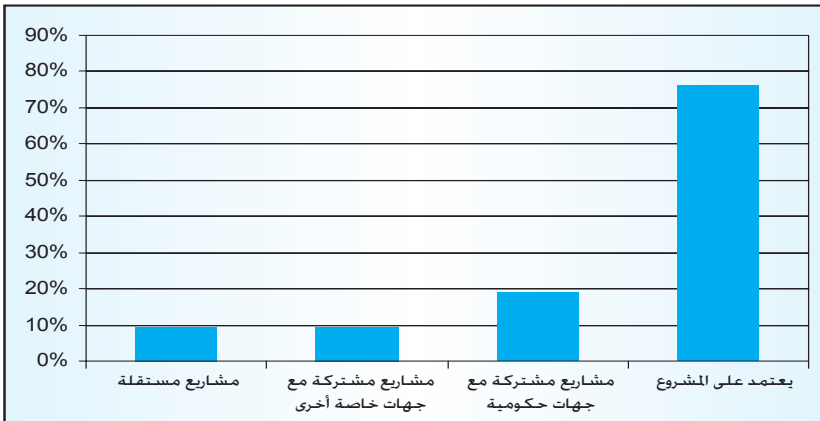


٦) تفضيلات البنوك للجهة المشاركة لها في مشاريع المسؤولية المجتمعية

أكدت النسبة الأكبر من البنوك (٧٦,٢٪) أن تفضيلها لطبيعة الجهة التي تشاركها في مشاريع المسؤولية الاجتماعية تعتمد على المشروع نفسه، مع تأكيد ١٩٪ من البنوك أنها تفضل العمل من خلال مشاريع مشتركة مع جهات حكومية، بينما كان هناك تساوي في نسبة تفضيل المشاريع المشتركة مع جهات خاصة أخرى ونسبة تفضيل المشاريع المستقلة والتي بلغت ٩,٥٪.

شكل رقم (١٠)

ما هي مشاريع المسؤولية الاجتماعية التي يفضل البنك المشاركة بها؟



٧) القيود التي تواجه البنوك عند المشاركة بمشاريع تخص المسؤولية الاجتماعية

أشارت النتائج أن أهم القيود التي تواجهها البنوك فيما يتعلق بمشاريع المسؤولية الاجتماعية تتضمن على:

١- عدم وجود مخصص في الميزانية، مع ضرورة إدراج هذه المشاريع ضمن الموازنة التقديرية لهذه الغاية.

٢- نقص المعلومات في السوق عن المشاريع الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية وعن الجهات التي تحتاج إلى الدعم.

٣- الجهات المستفيدة من مبادرات المسؤولية الاجتماعية لا تقدم طلبات واضحة بشأن ما هو مطلوب من البنك.

٤- في الغالب تعتقد الجهة الطالبة للدعم أن الموضوع هو تبرع.

٥- عدم وجود طريقة للتأكد من قيام الجمعيات الخيرية باستغلال وتوزيع قيمة الدعم على المحتاجين.

٦- مدى التنظيم والفاعلية واستمرارية هذه المشاريع.

٧- عدم توفر الإحصائيات الواضحة.

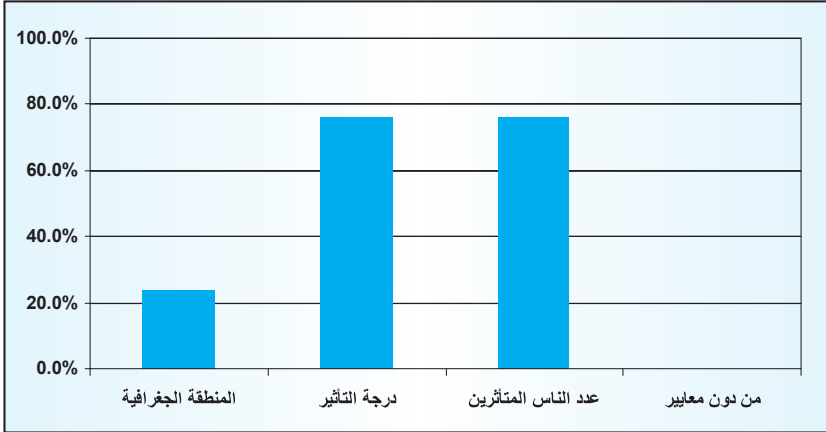
٨- بالنسبة للبنوك الأجنبية، بطئ إجراءات الحصول على الموافقات من الفرع الرئيسي.

٨) المعايير التي تهتم البنك عند اتخاذ قرار الاستثمار في مشاريع المسؤولية المجتمعية

أشارت النتائج إلى أن أهم المعايير التي يهتم بها البنك عند اتخاذ لقرار ممارسته لأدوار المسؤولية المجتمعية تتضمن درجة تأثير تلك المبادرات وعدد الناس المتأثرين بممارسات المسؤولية المجتمعية، حيث احتل هذان المعياران نسبة ٧٦,٢٪ من الأهمية، فيما كانت أهمية المنطقة الجغرافية بسيطة وفي حدود ٢٣,٨٪.

شكل رقم (١١)

ما الذي قد يهم البنك عند الاستثمار في مبادرة للمسؤولية الاجتماعية



المراجع والمصادر

- ١- البنك المركزي الأردني، النشرة الإحصائية الشهرية، أعداد مختلفة.
- ٢- جمعية البنوك في الأردن، التقرير السنوي، أعداد مختلفة.
- ٣- د. عدلي قندح، الدور الاجتماعي والاقتصادي للبنوك في الأردن، عمان - الأردن، ٢٠٠٩.
- 4- Bowen. Howard (1953): Social responsibility of the businessman. New York.
- 5- EU Green Paper (2001). Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility. Brussels. Commission of the European Communities. Retrieved on August 27, 2004.
- 6- Carroll. A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. Business Horizons. 34, p. 39-48.