مجلة جودة الخدمة العمومية
للدراسات السوسيولوجية والتنمية الادارية
ISSN : 2602-6295 EISSN : 8395-2830
المجلد: (06) العدد: (01) 2023
الصفحات: 08 28

برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في قطاع الاتصالات في السودان بين متطلبات الواقع والمأمول- شركة زين للاتصالات أنموذجا

Social responsibility programs for companies operating in the telecommunications sector in Sudan between the requirements of reality and hope - Zain Telecom Company as a model

د. فيصل محمد عبد الباري توتو *

جامعة النيلين- كلية الدراسات الاقتصادية والاجتماعية- قسم الاجتماع والأنثروبولوجيا والخدمة الاجتماعية.

fisaltoto20@neelain.edu.sd

تاريخ الاستلام: 2023/02/10	تاريخ القبول: 2023/02/17	تاريخ النشر: 2023/07/02

-الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على واقع برامج المسؤولية الاجتماعية في الشركات العاملة في قطاع الاتصالات في السودان (شركة زين للهاتف للاتصالات نموذجاً) ومدى استيعابها لهذا المفهوم بصورة صحيحة، بدأً بالالتزام بالقوانين والتشريعات المكرسة لأعمال وتوجهات المسؤولية الاجتماعية خاصة فيما يتعلق بحقوق العاملين مروراً بالحفاظ على البيئة والمساهمة في التنمية المستدامة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن شركة زين للاتصالات ساهمت في تقديم برامج للمسؤولية الاجتماعية باستمرار، لكنها تظل غير كافية ولا تعالج مشاكل المجتمع السوداني، وأخيراً أوصت الدراسة بضرورة العمل على توسيع نطاقات ومجالات المسؤولية الاجتماعية للشركات على النحو الذي يسمح بإيجاد حلول للمشاكل المجتمعية المستعصية.

-الكلمات المفتاحية: برامج المسؤولية الاجتماعية؛ قطاع الاتصالات؛ المساهمات المجتمعية الأعمال الخيرية؛ السودان.

Abstract:

This study aims to identify the reality of social responsibility programs in companies operating in the telecommunications sector in Sudan (Zain Telephone Company for Telecommunications as a model) and the extent to which they correctly assimilate this concept, starting with compliance with laws and legislation devoted to the work and orientations of social responsibility, especially with regard to workers' rights, through preserving the environment. and contribute to sustainable development. The study reached several conclusions, the most important of which are: Zain Telecom has contributed to providing programs for social responsibility continuously, but they remain insufficient and do not address the problems of Sudanese society.

key words*: social responsibility programmers; telecom sector; community contributions; Charity;Sudan.*

* المؤلف المرسل: فيصل محمد عبد الباري توتو

مقدمة:

لقد جاء الغرب في الآونة الأخيرة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية كوسيلة هامة للتخفيف أو الحد من الأضرار التي تسببها الممارسات الاقتصادية الخاطئة والانعكاسات السلبية للعولمة وكذلك توجيه اهتمام الشركات والمنظمات صوب قضايا المجتمع والبيئة، ومما زاد في تنامي هذا الاهتمام هو تراجع دور الدولة إلى حد كبير في العملية الإنتاجية والإنمائية، وعدم قدرتها على مواصلة الدعم الاجتماعي للفئات الضعيفة، إلى جانب فشل الرأسمالية في تحقيق العدالة الاجتماعية وتركيزها على المعيار الربحي والمادي. وبالرغم من أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية قد تطور في العالم الغربي الذي قضى قروناً طويلة في مناقشة نظرياته، إلا أن أصل هذا المفهوم يعود إلى ديننا الحنيف منذ أربعة عشر قرناً، فالإسلام هو دين الحياة وأساسها وقد جاء بنصوص متعددة في القرآن الكريم والسنة النبوية التي تحث على التكافل الاجتماعي، الإنفاق وبذل الخير بكافة سبله والعمل بما ينفع الناس، كما أن هذا المفهوم الذي لا زال محل تطور في العالم الغربي إذ لم يتفق على تعريف موحد لهذه المسؤولية كما أن تكييفها القانوني لا زال يتأرجح بين الإلزام القانوني والالتزام الأخلاقي (محمد، 2016، ص19).

ومن جانب آخر، يعتبر مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات Corporate Social Responsibility مفهوم حديث في مجتمعاتنا العربية المعاصرة، يختلف عن الأعمال الخيرية التي كانت تقوم بها الشركات سابقاً. حيث يعتبر هذا المفهوم واحدة من دعائم الحياة المجتمعية الهامة ووسيلة من وسائل تقدم المجتمعات، إذ تركز على مشاكل المجتمع الراهنة، وذلك من خلال تقديم المساعدات والتبرعات والمبادرات التي يكون لها تأثير مباشر وفعال في المجتمع. والشاهد في الأمر هو أن الشركات لها عزيمة قوية في البروز مجتمعياً من خلال المبادرات والمشاركات الاجتماعية بتبنيها لبعض البرامج والسياسات التي تُصب في خدمة المجتمع، لكن تظل رؤيتها غير واضحة المعالم في صياغة مثل هذه البرامج والسياسات ما ينعكس على عملية تجسيدها على أرض الواقع الأمر الذي يتطلب ضرورة احتكاك هذه الشركات بالمجتمع من أجل تحديد مشاكلها إلى جانب التفكير في إيجاد الحلول المناسبة، وفي هذا الصدد يبرز قطاع الاتصالات بكل شركاته كقطاع قريب من المواطن بكل تفاصيله (سفيان وكمال، 2010، ص44).

يتكون قطاع الاتصالات في السودان من ثلاثة شركات رئيسية تتنافس فيما بينها داخل السوق السوداني، وتسعى على الدوام وبكل قواها لتحسين الصورة الذهنية لها وتعزيز الثقة مع

المجتمع، وتسعى أيضا إلى تغيير المفهوم القديم من كونها تهدف إلى عملية تحقيق الربح فقط إلى مفهوم جديد يعكس طابع المسؤولية والالتزام تجاه كل العملاء الذي يتعاملون معها، وذلك من خلال ما تقوم به من برامج ونماذج تطبيقية اجتماعية متعددة ومتنوعة داخل المجتمع. وبناء على ما سبق تتحدد الإشكالية الرئيسية للدراسة كن خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي: **ما هي برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في قطاع الاتصالات بالسودان؟**

وينبثق عن هذا السؤال الرئيسي مجموعة أسئلة فرعية أخرى:

- ما المقصود بالمسؤولية الاجتماعية وما هي أهم المجالات التي تقوم بخدمتها؟
- ما هي ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركة "زين" للاتصالات؟

1-أهمية وأهداف الدراسة:

1-1- أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة من أهمية الموضوع نفسه، لما له من دور أساسي في تحقيق التنمية المستدامة ورفاه المجتمع، وتأتي أهمية هذه الدراسة أيضاً في كونها تشرح وتوضح مفهوم المسؤولية الاجتماعية في شركات قطاع الاتصالات في السودان (شركة زين) باعتباره القطاع الأكثر منافسة في السودان، وأهمية هذا القطاع في الاقتصاد السوداني، كما تتجلى أهمية الدراسة أيضاً في الوصول إلى نتائج من شأنها أن تساعد هذه الشركات في إعادة النظر في برامجها وسياساتها الاجتماعية.

1-1-1- أهداف الدراسة

تسعى الدراسة الحالية لتحقيق هدف رئيسي هو: الوقوف على واقع الممارسات والنماذج التطبيقية للمسؤولية الاجتماعية في الشركات العاملة في قطاع الاتصالات بالسودان وينبثق عن هذا الهدف الرئيسي مجموعة أهداف فرعية هي:

- السعي لتوضيح الأُسس النظرية والمفاهيمية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والمجالات التي تخدمها.
- الوقوف على واقع الممارسات والنماذج التطبيقية لبرامج المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في قطاع الاتصالات في السودان.
- إبراز الممارسات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية في الشركات العاملة في قطاع الاتصالات في السودان.

- الوصول إلى نتائج علمية ومقترحات عملية من شأنها أن تساهم في تحسين وتطوير البرامج والسياسات المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في قطاع الاتصالات في السودان.

1-1-2-منهج الدراسة:

وللإجابة على إشكالية الدراسة وتحقيق أهدافها، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال استعراض مختلف الأُسس النظرية والمفاهيمية المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات ومن ثم القيام بالدراسة الدراسة التطبيقية من خلال استعراض البرامج والممارسات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية لشركة (زين للاتصالات) وذلك تجسيداً لكل ما تم تنفيذه على أرض الواقع بغية التحليل واستخلاص أهم النتائج.

2-الإطار النظري للدراسة:

1-2-مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

يعتبر مفهوم المسؤولية الاجتماعية من أكثر المفاهيم الشائعة الاستخدام في الآونة الأخيرة خاصة في عالم الاقتصاد والأعمال، حيث تشير إلى اعتبارات مختلفة، لأشخاص عديدين سواء من رجال الأعمال والإدارة والمال أو تنظيمات المجتمع المدني، أو الجامعات أو الجمهور. الأمر الذي يخضع هذا المفهوم لتفسيرات متباينة وأحياناً متعارضة. فيرى البعض أن المسؤولية الاجتماعية لا تغدو أن تكون مجرد تذكير للشركات ومنظمات الأعمال بمسؤوليتها وواجباتها اتجاه مجتمعها بينما يرى البعض الآخر أن جوهر هذه المسؤولية لا يتجاوز مبادرات اختيارية طوعية، دون التزام المنظمات صاحبة الشأن بإدارتها المنفردة اتجاه المجتمع، وهناك من يرى أنها صورة من صور الملائمة الاجتماعية الواجبة على الشركات والمنظمات، ولكن في كل الأحوال فإن مقتضى هذه المسؤولية ونطاقها لا يتجاوز في وقتنا الحالي إطار المبادرات الايجابية الطوعية الاختيارية التي تقوم بها الشركات والمنظمات، سواء كان ذلك من تلقاء نفسها أو بالتعاون والتشاور والتنسيق مع غيرها من المشركات ومنظمات الأعمال (محمد، 2016، ص41).

المسؤولية الاجتماعية للشركات هو مصطلح ينطوي على العديد من المفاهيم والتعاريف المختلفة كالطرق التي تسعى من خلالها الشركات إلى مواءمة قيمها وسلوكها مع قيم وسلوك مختلف أصحاب المصلحة (Mallin, 2009, p1).

يعالج مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات مجموعة واسعة من القضايا مثل إغلاق المصانع، وعلاقات الموظفين وحقوق الإنسان، وأخلاقيات الشركات، وعلاقات المجتمع والبيئة وفي هذا الصدد وجب التعرف على مفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث يُنظر لها على أنها "عقد بين المنظمة والمجتمع تلتزم بموجبه المنظمة بإرضاء المجتمع وتحقيق مصالحها مع الصالح العام، أيضاً تُعرف بأنها الدرجة التي يؤدي مديرو المنظمة أنشطتهم نحو حماية المجتمع وتحسينه بعيداً عن السعي لتحقيق الفنية الاقتصادية المباشرة للمنظمة (سارة، 2020، ص118).

وعرف دركر (Drucker, 1977) المسؤولية الاجتماعية بأنها التزام المنظمة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، مما يأخذ على هذا التعريف هو عدم وضوح درجة الالتزام وأبعاده وضوابطه وقواعد تحديده إلى جانب المنافع والآثار والنتائج المترتبة عليها، والمخاطر المحتملة عند عدم الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية، كما عرفها Carol على أنها التزام المنظمة بأن تضع نصب عينيها خلال عملية صنع القرارات والآثار والنتائج المترتبة عن هذه القرارات على النظام الاجتماعي الخارجي بطريقة تضمن إيجاد توازن بين مختلف الأرباح الاقتصادية المطلوبة والفوائد الاجتماعية المترتبة عن هذه القرارات (سليم ومحمد، 2017، ص ص168-169).

أيضا تعني عملية توصيل الآثار الاجتماعية والأخلاقية والبيئية للاجراءات الاقتصادية للمنظمات الى مجموعات مصالح معينة داخل المجتمع والمجتمع ككل (Belal, 2008, p1).

وتُعرف المسؤولية الاجتماعية للشركات أيضاً بأنها "التزام بتحسين رفاهية المجتمع من خلال ممارسات أعمال اختيارية تقديرية ومساهمات لموارد المؤسسة. أيضاً هي السلوك الأخلاقي لمؤسسة ما اتجاه المجتمع وتشمل سلوك الإدارة المسئولة في تعاملها مع الأطراف المعنية، التي لها مصلحة شرعية في مؤسسة الأعمال وليس مجرد حاملي الأسهم (زايد وساولي، 2021، ص170).

وقد عرفت المنظمات والهيئات والتكتلات الدولية مفهوم المسؤولية الاجتماعية بأنها إجراءات تدمج بموجبها منظمات الأعمال الشواغل الاجتماعية في سياساتها وعملياتها المتصلة بأعمالها التجارية وتشمل ذلك الشواغل البيئية والاقتصادية والاجتماعية ويعتبر الامتثال للقانون الحد الأدنى من الالتزام بالمعايير التي يتعين على منظمات الأعمال مراعاتها، أيضاً تعني مساهمة قطاع الأعمال في تحقيق الأهداف التنموية وهي تشير إلى الأخذ بعين الاعتبار للانشغالات الاقتصادية والاجتماعية والبيئة من قبل منظمات الأعمال بطريقة يتم من خلالها تعظيم العوائد وتخفيض الأضرار وتحمل المسؤولية الاجتماعية، أيضاً تعني ترجمة لقرارات ونشاطات المنظمة تجاه المجتمع والبيئة من خلال تبني سلوك شفاف وأخلاقي (مقدم، 2014، ص72).

وتُعرف أيضاً بأنها "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 (محمد، 2015، ص87).

2-2-2- المسؤولية الاجتماعية بين المؤيدون والمعارضون:

إن المتتبع لموضوع المسؤولية الاجتماعية يجد أن هناك مواقف مؤيدة لأن تتبنى المنظمة مزيداً من الأدوار الاجتماعية، غير أن بالمقابل أن يكتشف بسهولة أن هناك من يُعارض هذا التوجه ويعتبره مهدداً لوجود منظمات الأعمال الحرة، ويدعم كلا الطرفين آراءهم بحجج قائمة على أُسس عقلانية وعلمية. ويمكن أن نستعرض بإيجاز آراء الطرفين على النحو التالي: (الغالي، 2005، ص69).

2-2-3- المؤيدون لتبني المسؤولية الاجتماعية:

يمثل المجتمع الإطار أو الوعاء الكبير الذي تعمل فيه المنظمات في ظله، وأن وجود هذه المنظمات يصبح غير مبرر في حالة عدم اهتمامها بقضايا المجتمع الأساسية منها بشكل خاص، أن تعارض أهداف المنظمة مع مصالح المجتمع مسألة محسومة من قبل هذا الفريق بإعطاء الأولوية للمجتمع قياساً للمنظمة وهم مستندين إلى الحجج التالية:

- توقع الجمهور من منظمات الأعمال أن تؤدي دوراً فعالاً في تحقيق أهدافه من مجالات متعددة ليست اقتصادية فقط، وهذا يجسد كون منظمة الأعمال جزء لا يتجزأ من المجتمع الذي تعيش وتنمو وتزدهر فيه.
- يرى أصحاب هذا الاتجاه أن الأرباح على المدى البعيد يمكن أن تزداد من خلال تبني المنظمة دوراً اجتماعياً أكبر، حيث أن رضا المجتمع ومد جسور التعاون والتفاهم والثقة معه يمثل مدخلاً مهماً ذي مردود مستقبلي كبير.
- إن الالتزامات الأخلاقية تملي على الشركات أن يكون لها دوراً اجتماعياً، إذ يمثل الالتزام الاجتماعي حالة موازنة معقولة اتجاه النقد الموجه للشركات بكونها تهتم فقط بتحقيق الأرباح وتوسيع الاستثمار على حساب العديد من المتطلبات الأساسية للعاملين والمجتمع بشكل عام.
- يرى أنصار هذا الاتجاه أن المنظمة إذا مارست دوراً اجتماعياً أو نشاطاً ثقافياً فإن ذلك سوف يُحسن الصورة العامة للمنظمة مما يُعزز من الميزة التنافسية الجديدة التي تسعى منظمات الأعمال إلى تحقيقها كالسمعة أو الشهرة.

- التقليل من إجراءات الحكومة وقوانينها المتعلقة بالتدخل في شؤون الأعمال، إن المبادرات الاجتماعية وحل المشكلات الملقاة تقليدياً على كاهل الحكومة يقطع الطريق على طموحات بعض السياسيين الراغبين في تقييد حرية الأعمال في المجتمع.
- تدابير وقائية لتجنب المشاكل الاجتماعية المعقدة التي ستحدث، وهذه التدابير ينبغي أن تتطور باستمرار وفي ضوء احتياجات المجتمع لها.

2-2-4- المعارضون لتبني المسؤولية الاجتماعية:

تعتبر حجج المعارضين لتبني دوراً اجتماعياً أكبر من منظمات الأعمال هي في الواقع حججاً منطقية وموضوعية تستحق المناقشة والتحليل وإبداء الرأي بشأنها وتدور معظم هذه الحجج حول واحدة أو أكثر من التوجهات التالية:

- إن تبني المنظمة لأدوار اجتماعية أكبر يؤدي إلى خرق قاعدة تعظيم الأرباح التي هي جوهر وجود المنظمة، فهذه المنظمات وجدت أساساً للعمل وتقديم سلع وخدمات مختلفة بنوعية عالية وأسعار معقولة.
- ذوبان الأهداف الأساسية الاقتصادية للمنشأة واضمحلالها مع مرور الزمن وزيادة مطالبة المجتمع والدولة للمنظمات في تبني أهداف اجتماعية وتصبح المنظمات عاجزة عن الارتقاء بالإنتاجية العالية.
- تحميل المنظمات كلفة عالية جراء الأنشطة الاجتماعية المتزايدة، حيث أن قدرة المنظمة محدودة مهما كانت مواردها، فإذا حمَلت بأهداف اجتماعية تتجاوز هذه القدرة أو تحد منها فإن المنظمة ستتعرض للمخاطر.
- افتقار المنظمات إلى المهارات الكافية التي تمكنها من النهوض بالدور الاجتماعي بشكل صحيح من جانب ومن جانب آخر فإن هناك مؤسسات متخصصة بهذا الدور الاجتماعي يجب أن يعزز دورها وأن تكرس منظمات الأعمال دوراً أكبر للأداء الاقتصادي.
- صعوبة المساءلة القانونية والمحاسبة عن الأنشطة الاجتماعية، وترجع هذه الصعوبة إلى عدم وجود معايير مطورة لقياس الأداء الاجتماعي Social Performance Measurement.

- لا يوجد جهة عليا رسمية من الجمهور يمكن أن تتابع مدى الإنجاز الاجتماعي المتحقق، حيث أن عدم وجود مثل هذه الجهة يعقد من عملية التأكد من مدى الإنجاز المتحقق وقد يترك المجال للإدعاء بدور أكبر مما هو واقع فعلاً.

3- مجالات المسؤولية الاجتماعية:

تعمل منظمات الأعمال والهيئات الحكومية ومؤسسات المجتمع المدني في بيئة متغيرة ومتطورة تؤثر فيها اعتبارات العولمة وتقارب المجتمعات وتتفاعل فيما بينها متغيرات اقتصادية وتكنولوجية وسياسية واجتماعية وبيئية متعددة ويمكن ذكر المجالات والقطاعات التي تدخل تحت نطاق المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال الجدول التالي: (سفيان، كمال، 2020، ص.49-50)

الجدول (1): مجالات المسؤولية الاجتماعية للشركات

المسؤولية الاجتماعية						
القطاع	التعليم	التنمية	الأسرة	البيئة	الصحافة	الأنشطة
- بناء المراكز الصحية - العلاج للفقراء - عمل برامج لعلاج الحالات المرضية - عمل برامج لعلاج الحالات الخطيرة	- بناء المدارس - توفير الأدوات المدرسية - المساعدة في دفع الرسوم للفقراء - نشر ثقافة وأهمية دور التعليم	- التنمية المستدامة - التنمية البشرية - استغلال الموارد - إصلاح العشوائيات - مكافحة الفقر	- غرس القيم الاجتماعية - التنشئة الاجتماعية الصحية - التربية السليمة ومكافحة الممارسات اللاأخلاقية	- الحماية من التلوث - مكافحة الضوضاء - الحفاظ على الموارد النادرة - القيام بمشروعات للحفاظ على البيئة	- نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية - نشر أخبار غير مكذوبة - إعلانات مجانية لحملات توعية - بناء مساحات خضراء وملاعب للأطفال - عمل رحلات ترفيهية للأطفال الفقراء والأيتام وذوي	- مساعدة الفقراء - محو الأمية - أنشطة صيفية للطلاب - تشجير الأماكن المحتاجة حملات

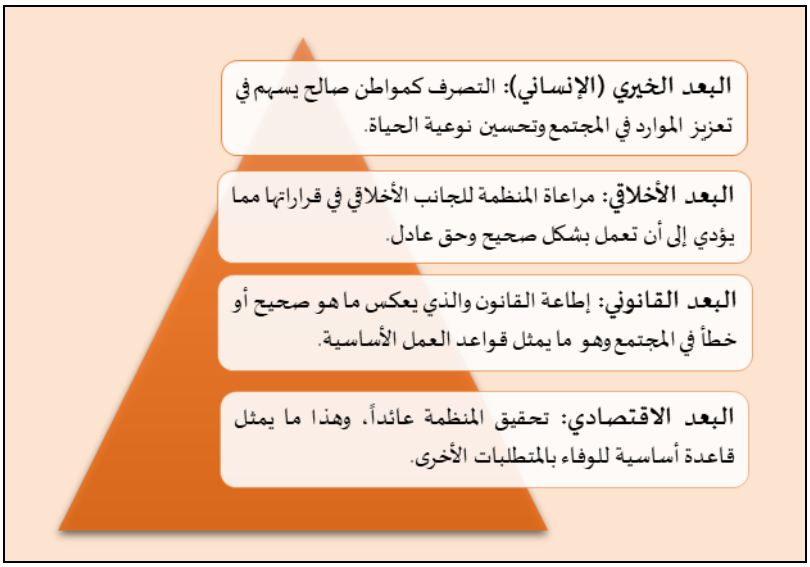
المصدر: سفيان وكمال، 2020، ص ص49-50.

1-3- أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

سعى العديد من العلماء والباحثين إلى محاولة تحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية من خلال زوايا مختلفة، وصاغوا لها مسميات متباينة، حيث تمثلت المسؤولية الاجتماعية في أربعة أبعاد رئيسية هي: (رضا، 2019، ص35).

- **البعد الاقتصادي:** تعتبر أساس المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، حيث يتطلب ذلك استخدام الموارد بشكل رشيد لكي تتمكن هذه المؤسسات من إنتاج السلع والخدمات بجودة عالية على النحو إلي يريدها المجتمع، إلى جانب بيعها لتحقيق الربح. وعدم إلحاق الأذى بالمنافسين، ومنع الاحتكار والأضرار بالمستهلكين.
- **البعد القانوني:** يقتضي ذلك ضرورة الالتزام بالقوانين والتشريعات المنظمة لمختلف المجالات في المجتمع، كاحترام قوانين حماية المستهلك من المواد الضارة، وحماية الأطفال صحياً وثقافياً، إلى جانب حماية البيئة من أخطار التلوث بمختلف أنواعه وصيانة الموارد الطبيعية وتنميتها والتخلص من مخلفات المنتجات بعد استهلاكها.
- **البعد الأخلاقي:** تعد أساس المسؤولية الاجتماعية، وبالرغم من أن الجوانب القيمية والأخلاقية والمعتقدات السائدة في المجتمع لم تُأطر بعد بقوانين ملزمة، لكن يعتبر احترامها أمراً ضرورياً لزيادة سمعة المنظمة في المجتمع وقبولها، فعلى المنظمة أن تلتزم بعمل ما هو صحيح وعادل ونزيه.
- **البعد الخيري:** يرتبط هذا البعد بمبدأ تطوير نوعية الحياة بشكل عام وما يتفرع ذلك من عناصر ترتبط بالذوق العام ونوعية ما يتمتع به الفرد من غذاء وملبس ونقل، كما يمثل هذا البعد المزايا والمنافع التي يرغب المجتمع في الحصول عليها من المنظمة بشكل مباشر، مثل الدعم المقدم لمشروعات المجتمع المحلي بكافة أشكالها. لقد تم تجسيد هذه الأبعاد في شكل هرمي متسلسل لتوضيح طبيعة الترابط بين هذه الأبعاد وفقاً للشكل التالي:

الشكل 1 : أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات



المصدر: (فلاق، 2020، ص.51)

4-المسؤولية الاجتماعية لشركة زين للاتصالات:

4-1- نبذة عن شركة زين: بدأت رحلة شركة زين (موبيتل سابقاً) بنهايات العام 1996م كأول مشغل لخدمة الهاتف السيار في السودان، وكانت بداية نشاطها التجاري في فبراير من العام 1997م، حينها خطت أولى خطواتها على العاصمة الكبرى (الخرطوم) عبر شبكة الجي إس إم (GSM) ليصبح السودان بذلك الدولة الرابعة بشمال أفريقيا في إطلاق خدمة الهاتف السيار.

وفي التاسع من سبتمبر 2007م، غيرت الشركة السودانية للهاتف السيار علامتها التجارية من موبيتل إلى زين- السودان في ذات الوقت مع كل شركات المجموعة العاملة في كل من الكويت مملكة البحرين، والمملكة الأردنية الهاشمية، ومن ثم صارت (زين) العلامة التجارية لشركات المجموعة في أفريقيا والشرق الأوسط (شركة زين، 2020 .(https://www.sd.zain.com/Arabic/About/Pages/Overview-Tab.aspx

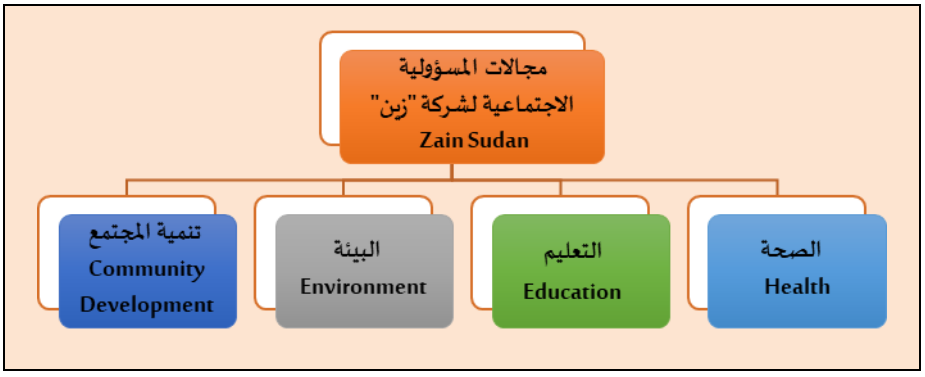
كانت رسالة الشركة منذ بدء نشاطها وتأسيسها، لا تزال تقدم خدمات تفوق توقعات المشتركين وتنمية المجتمع، ورفد الاقتصاد القومي إلى جانب تقديم أفضل قيمة للشركاء والمساهمين كافة

تدرك شركة "زين" أن المشاريع التي تقوم بها في مجالات المسؤولية الاجتماعية سوف تلعب دوراً مهماً في تنمية قدراتها نحو تحقيق أهدافها الرامية، لذلك تفتخر بأنها تحتل مركزاً متقدماً بين مجموعة شركات زين من حيث مشاركة موظفيها في العمل التطوعي وخدمة المجتمع لتقديم أكثر مبادرات المسؤولية المجتمعية تأثيراً

وخلال السنوات الأخيرة، اتجهت شركة "زين" نحو العمل على صقل وتطوير الأطر المنهجية لعملياتها في مجال المسؤولية الاجتماعية، وقد اشتمل ذلك على إنشاء إدارة مركزية للمسؤولية الاجتماعية على مستوى مجموعة "زين" مع وجود إدارات فرعية في كل واحدة من شركاتها العاملة الأمر الذي طور من مبادرتها تجاه المجتمعات التي تعمل بها.

أبرز المشاريع التي قدمتها شركة "زين" Zain في مجال المسؤولية الاجتماعية قبل الدخول في استعراض محاور المسؤولية الاجتماعية يجب أن نلقي الضوء قليلاً على أهم ما قدمته وتقدمه "زين" للمجتمع يتمثل في خلق التواصل بين الناس في شتى بقاع السودان ومنتجاتها وخدماتها تعمل على ربط العائلات والأصدقاء فيما بينهم إضافة إلى تلبية احتياجاتها وتربط بين شتى أرجاء العالم بغض النظر عن الموقع الجغرافي، أيضاً التزامها بالاستمرار في جعل الاتصالات معقولة الأسعار وفي متناول الجميع، فهي تواصل في تقديم خدمات مبتكرة من أجل سد "الفجوة الرقمية القائمة بين أولئك الذين لديهم إمكانيات تكنولوجية وافرة وأولئك الذين ليس لديهم، كما أنها تفتخر بتقديم الرعاية لعملائها بما يتيح لهم الحصول والوصول إلى أحدث التقنيات. وتتركز ممارسة المسؤولية الاجتماعية لشركة "زين" تجاه المجتمع من خلال أربعة مجالات رئيسية هي:

الشكل 2 : مجالات المسؤولية الاجتماعية لشركة "زين" Zain Sudan



المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على شركة زين للاتصالات

5- برامج المسؤولية الاجتماعية لشركة زين:

5-1- الصحة Health:

مثلت الصحة جوهر اهتمام الشركة من خلال تنفيذ مشاريع ومبادرات مهمة جسدت حرص الشركة على رد قليل من دين المجتمع عليها وثقته الكبيرة فيها، فالشركة السودانية للهاتف السيار (زين) بعلامتها المميزة، أصبحت شريك أصيل في تطوير الصحة وعنصر أساسي داخل كل مستشفى ومرفق صحي ومؤتمر طبي ومن أهم انجازات الشركة في مجال الصحة هي:

- **تشييد مستشفى شركيلا للأمومة والطفولة الآمنة**: تكفلت شركة "زين" بتشييد مستشفى للأمومة والطفولة الآمنة بولاية شمال كردفان، بتكلفة بلغت 545 ألف دولار أمريكي لتوفير الرعاية الطبية لأكثر من خمس آلاف أسرة، ويعتبر الأول من نوعه بالمنطقة.
- **توفير أجهزة الرنين المغنطيسي**: عملت الشركة على توريد أحدث أجهزة الرنين المغنطيسي لولاية البحر الأحمر تفوق قيمة الجهاز الواحد 5 مليون جنيه سوداني، حيث يوفر الجهاز خدمة جيدة للمرضى بولاية البحر الأحمر، كما ساعدت هذه الأجهزة في سرعة عملية التشخيص وتخفيف الضغط على المركز إلى جانب تخفيف تكلفة العلاج بالولاية.
- **العيادات المتحركة لمجلس تنمية وتطوير الرحل**: تبرعت الشركة بثلاث عيادات متنقلة معدة إعداداً كاملاً لإقليم دارفور مخصصة لخدمة 10 ألف من الرحل والمتجولين (وفقاً لنمط حياتهم) بمناطق لا توجد بها رعاية صحية حيث توفر هذه العيادات كل الخدمات الصحية والبيطرية للرحل ولغير الرحل من أهالي المنطقة.
- **دعم المستشفيات الولائية والاتحادية**: قدمت الشركة دعم مقدر تمثل في معدات طبية وأجهزة متنوعة لمستشفيات الرصيرص، الدمازين، سنجة، سنار الحصاحيصا، المحيربا مدني، شندي عطرة، طابت، الحوش، الفاشر، كادوقلي، دنقلا، حلفا القديمة، كوستي وغيرها من المستشفيات. كما دعمت الشركة مستشفى أم درمان بجهاز عظام حديث ومعدات طبية لمستشفى الشعب الخرطوم ومعمل مناعة لمستشفى الجلدية الخرطوم بالإضافة لرعاية عدد من المؤتمرات الطبية التي تسهم في تطوير قطاع الصحة وحملات التوعية الصحية في مجالات أمراض القلب وسرطان الثدي وحملات التطعيم للأطفال وغيرها.

- **حملات التبرع بالدم**: قام موظفو الشركة السودانية للهاتف السيار (زين) بتنظيم حملة للتبرع بالدم للمرضى احتفالا باليوم العالمي للتبرع بالدم، حيث تدافع موظفو الشركة لتلبية نداء المجتمع، حيث كان التجاوب الكبير من موظفي الشركة والإسراع في التبرع بدمائهم أبلغ دليل على رسالة الشركة السامية ومساندتها القوية مع قضايا الصحة في البلاد والتي انتهجتها منذ تأسيسها وحتى الآن.

2-5- التعليم Education:

يعتبر التعليم جزء أساسي في إستراتيجية المسؤولية المجتمعية لشركة "زين"، وقد أولت الشركة اهتماما خاصاً لهذه المجال حيث يمتد عطاءها لكل ولايات السودان دون استثناء لإقليم أو مدينة، مساهمة منها في بناء أجيال واعدة وقادرة على قيادة عجلة التنمية. وتمثلت مساهمة الشركة في مجال التعليم في:

- **بناء المدارس**: قامت الشركة بإنشاء 10 مدارس إلى جانب المساهمة في إعادة تأهيل وترميم 26 مدرسة في الثلاثة أعوام السابقة على سبيل المثال أنشأت الشركة "مدرسة زين الثانوية بنات بالسديرة، بمحلية حلفا- ولاية كسلا، وفي منطقة (العباسية) محلية السوكي بولاية سنار أنشأت الشركة "مدرسة زين الثانوية المشتركة" كما أنشأت الشركة "مدرسة زين الأساسية في ولاية القضارف بمحلية (قلع النحل)، وفي ولاية الخرطوم شيدت زين "مدرسة أساسية بحي مايو، وفي الولاية الشمالية، تم إنشاء وبناء مدرستين بمقاصر وكرمة، أما في ولاية شمال كردفان فقد تكفلت الشركة بإنشاء مدرسة (أم صيقعون الجاك) بولاية غرب كردفان، أيضاً في ولاية نهر النيل تم إنشاء مدرسة زين بمنطقة (ديم أم الطريفي).
- **مشروع الإجلاس المدرسي**: قامت الشركة بمبادرة إجلاس 30 ألف طالب خلال الفترة من العام 2012-2013م، بقيمة بلغت 4 مليون جنيه يوداني تم توزيعها بكل من ولايات شمال وجنوب كردفان وولايات دارفور الخمسة، النيل الأزرق، كسلا، القضارف، وولاية الجزيرة، وكانت الشركة قد قصدت من ذلك المشروع، المساهمة في استمرارية التعليم في تلك المناطق التي لا تتوفر بها مقاعد للدراسة لتوفير حد أدنى من مقومات بقاء الدرس وعدم هجرهم المدارس.
- **الزي والمعينات المدرسية**: استمراراً لمبادرات دعم التعليم واستشعاراً من الشركة بالمسؤولية تجاه المجتمع، أطلقت الشركة مشروع الزي المدرسي في العام 2011م وفرت عبره وحتى الآن أكثر من 154,000 مائة أربعة وخمسون ألف لبسة غطت معظم ولايات السودان بتكلفة

بلغت 8,115,000 ثمانية مليون ومائة وخمسة عشر ألف جنيه سوداني، إلى جانب الزي المدرسي تم توزيع المعينات المدرسية والتي تتمثل في الاقلام والكراسات على مدارس مختلفة في ولايات دارفور، جنوب كردفان، النيل الأزرق، الخرطوم، الولاية الشمالية، ولاية الجزيرة. وكان ذلك بالتركيز على الشرائح الأكثر فقراً في المجتمع والأيتام مما كان له أثر كبير في استمرار هؤلاء الطلاب بالدراسة. ويستفيد من المشروع سنوياً أكثر من 555 ألف طالب وطالبة.

- **معامل الحاسوب**: قدمت شركة "زين دعماً لعدد مقدر من المدارس والكليات والجامعات بمعامل حاسوب كاملة، وذلك بغرض مواكبة التقدم التكنولوجي الكبير الذي شمل المجال التربوي وطُرق وأساليب تدريسه، حرصاً من الشركة لتعميم الاستفادة من التكنولوجيا وتوظيفه في خدمة المجتمع، وبلغ عدد المعامل التي أنشأتها زين بالجامعات والمؤسسات التعليمية (19) معملاً متكاملاً ضمت عدد 296 جهاز حاسوب بجميع ملحقاته، بالإضافة إلى الأثاثات المكتبية التي تتطلبها هذه المعامل. ومن المعامل التي تكفلت بها شركة "زين" معمل الحاسوب بـ"مكتبة جامعة نيالا الافتراضي" بولاية جنوب دارفور (120 جهاز حاسوب) أيضاً تبرعت الشركة بمعمل حاسوب لمدرسة الشيخ مصطفى الأمين، وجامعة الزعيم الأزهري، كما تبرعت أيضاً بمعامل حاسوب لكل من المركز القومي لرعاية الطفولة، مدرسة السرة بنت خبير الثانوية بنات بأم درمان، جامعة الجزيرة، جامعة القضارف وغيرها.
- **قاعات الكليات الجامعية**: قامت الشركة بتشييد قاعتان بكليتي التربية والشريعة والقانون بجامعة دنقلا بمنطقة رومي البكري بالولاية الشمالية، وقاعة بكلية المحيريبا التقنية، وقاعة زين بالهلالية بولاية الجزيرة.
- **مشروع إفطارتلميذ**: منذ العام 2012م دأبت الشركة على توفير 3000 وجبة إفطار يومياً للتلامي في المدارس الطرفية بولاية الخرطوم في محلياتها السبع ضمن "مشروع إفطار تلميذ" حيث بلغ إجمالي الوجبات على مدى الثلاثة سنوات الماضية عدد 1,584,000 وجبة بتكلفة قدرها (1,617,000) والجدير بالذكر أن هذا المشروع ساعد في الأحياء التي نُفذت فيها على عودة 70% من التلاميذ إلى مدارسهم بعد أن تركوها.
- **مسابقة اليوسي ماس القومية**: تقوم الشركة برعاية ودعم المسابقات القومية لبرنامج الحساب الذهني "اليوسي ماس" من أجل تنمية قدرات الطُلاب واكتشاف المواهب، ويُشارك في هذه المسابقة القومية فُرق من كُل ولايات السودان في لوحة قومية جديرة بالاهتمام

والتشجيع ويبلغ عدد المتسابقين في المسابقة أكثر من 600 طالب وطالبة سنوياً مدعومين بالمؤازرة والتشجيع من أسرهم التي تُرافقهم في كل مراحل المسابقة التي يشرفها دائماً وزراء التربية والتعليم إلى جانب القيادات التربوية والمهتمين بأمر التعليم وتطوير المناهج.

3-5- البيئة Environment:

ينعكس التزام الشركة تجاه البيئة بشكل واضح في أنشطة أعمالها التي تقوم بها من خلال تحويل نظام الشحن لهواتف شبكة زين من البطاقات البلاستيكية إلى البطاقات الورقية، وكذلك قامت بتحويل 232 من محطات تشغيل الشبكة إلى نظام الطاقة الهجينة والتي تستهلك وقود أقل بنسبة 40%، ونظام الطاقة الشمسية في بعض المحطات مما أدى لتخفيض استهلاك الوقود بنسبة 100%، كما تحتفل الشركة سنوياً بالشهر العالمي للبيئة بإطلاق ورعاية برامج تستهدف التوعية بقضايا البيئة بمشاركة موظفي زين مثل المشاركة في تنظيف الغابة النباتية في المقرن ونظافة غابة السنط.

وإيماناً من شركة "زين" بأهمية مكافحة التصحر والجفاف وزيادة وعي المواطنين بأهمية قضايا البيئة، دشنت الشركة مشروع شجرة التلميذ الذي تهدف من خلاله الشركة لغرس مليون شجرة على مدى خمسة أعوام بكل ولايات السودان، ورفع وعي التلاميذ بأهمية وجود الأشجار في البيئة المحيطة بهم، وتمت زراعة 200 ألف شجرة في كل من ولاية الجزيرة، نهر النيل، النيل الأبيض، الخرطوم وذلك خلال العام 2012م.

4-5- تنمية المجتمع Community Development:

تمثلت مساهمات الشركة في مجال تنمية المجتمع في عدد كبير من البرامج والخدمات وكان من بينها:

- **المعاقين**: أولت الشركة منذ تأسيسه، اهتماما خاصاً لشريحة المعاقين من خلال مبادرات ومساهمات عديدة كان أبرزها تصميم خدمات خاصة بالصم والمكفوفين بتخفيض 50% من قيمة الرسائل النصية والصوتية، إلى جانب تدشين معمل تدريب الصم على أساليب التواصل، وبطولة البارالمبية (البطولة الأولمبية للمعاقين) بالتعاون مع مجموعة دال للوصول بهم إلى اولمبياد البرازيل 2016م، ودعم منظمة بن الجموح لذوي الاحتياجات الخاصة وغيرها من المبادرات لشريحة المعاقين.
- **مشاريع المياه بولايات السودان المختلفة**: مازال الحصول على المياه النقية والصالحة للشرب يشكل تحدياً كبيراً في معظم أقاليم السودان، التزمت شركة "زين" في العام 2012م

بحفر 10 آبار مياه في ولاية البحر الأحمر، وذلك للمساهمة في تحسين حياة 16,750 شخص، وتعتمد تلك الآبار على استخدام الطاقة الشمسية، كما أنشأت الشركة أيضاً محطة مياه كاملة بقرية موركة بالولاية الشمالية و10 مضخات مياه لولاية شمال كردفان ومولد كهربائي لمحطة مياه قرية كوكاية المنجور بولاية غرب دارفور وتنكر مياه لقرية وقر بولاية كسلا وتنفيذ مشروع مياه الجفيل والذي يهدف إلى تحسين حياة 10 ألف نسمة في مناطق شمال كردفان.

- **تدريب الخريجين**: أطلقت الشركة في شهر أكتوبر من العام 2009م، مبادرة تدريب الخريجين لمدة عام كامل في قسم خدمات المشتركين، حيث تحرص الشركة على استمرار المبادرة بأعلى درجات الشفافية والمساواة، بلغ عدد الذين استفادوا من المشروع 3000 خريج حتى الآن، وتحرص الشركة على تخصيص نسبة مقدرة سنوياً لذوي الاحتياجات الخاصة.
- **وحدة حماية الأسرة والطفل**: ظلت شركة "زين" ترعى وتدعم وحدة حماية الأسرة والطفل منذ العام 2009م بعقد شراكة مع وحدة حماية الأسرة والطفل التابعة للشرطة، ويتضمن عقد الشراكة دعماً تقنياً فنياً وطبياً وتوعوياً وإرشاديا وتدريبياً، ويتمثل الدعم التقني في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بإنشاء الشركة لمركز معلومات متكامل وتوفير مخدمات للربط البيني بين وحدات الشرطة في مراكز الوحدة الثلاثة بالعاصمة، بالإضافة إلى دعم وتشغيل ورفع كفاءة الرقم المجاني (9696) لتلقي الاستفسارات والشكاوى والذي فاق عدد المحادثات عبره الـ200 ألف محادثة حتى الآن منذ إنشائه في فبراير 2009م، أما الدعم الصحي تمثل في توفير أدوات طبية وأثاثات خاصة لتجهيز عيادات الطب الشرعي التابعة لوحدة حماية الأسرة والطفل. وغيرها من الدعومات التي تقدمها الشركة.
- **مبادرة الأم المثالية**: أولت شركة "زين" الأمهات اهتماما خاصاً في برامجها، حيث قامت في العام 2012م بإطلاق مبادرة الأم المثالية في كل ولايات السودان كرمز لدور الأم العظيم عبر ترشيح مباشر من المواطنين وتزكية من المؤسسات والجهات الاعتبارية وفي كل عام يتم تكريم عدد من الأمهات عبر احتفالية كبيرة تنقل عبر وسائط الإعلام.
- **دورات التدريب المهني للمعاقين**: قامت شركة "زين" بتدريب عدد كبير من فئات المعاقين الصم والبكم والمكفوفين والمعاقين حركياً للاعتماد على أنفسهم من خلال تدريبهم على حرف ومهن تعينهم على كسب معيشتهم وترقيتهم مهنياً وذلك بإقامة دورات تدريبية في أعمال التجارة والألمونيوم والتصنيع الغذائي.

- **الإفطارات**: تعمل شركة "زين" على إقامة إفطارات كل سنة خلال شهر رمضان الكريم وتستهدف بذلك قطاعات متعددة من المجتمع، كداخليات الطلاب والمستشفيات والسجون والطُرق العامة وذوي الاحتياجات الخاصة، إضافة لإقامة برامج ترفيهية مصاحبة بلغت جملتها 200 ألف وجبة.
- **درء الكوارث**: سيرت الشركة قافلة لدعم المتضررين من أحداث منطقة أبوكرشولا بولاية جنوب كردفان احتوت القافلة على معدات طبية ومراتب ومواد تموينية، كما سيرت الشركة من قبل قافلتي إغاثة ودعم لنازحي ولايات جنوب كردفان والنيل الأزرق. وخلال هذا الشهر اهتمت شركة "زين" بالمتضررين من موجة السيول الأخيرة التي ضربت أجزاء واسعة من ولاية الخرطوم خاصة منطقة شرق النيل في قرى مرابيع الشريف والجريف وحي الهدى حيث قام مجموعة من الموظفين بالشركة بتوزيع وجبات إفطار متحرك على المتضررين في أيام رمضان، إضافة لتوزيع عدد 1000 خيمة للذين فقدوا منازلهم وأصبحوا بلا مأوى في غرب أم درمان.
- **الثقافة**: انطلاقا من دور شركة "زين" التشجيعي للفنون والآداب في المجتمع السوداني، وتجسيداً لقيم الوفاء والتقدير للمبدعين السودانيين في مختلف المجالات الأدبية، عملت الشركة على تنظيم جائزة علمية باسم الأديب السوداني العالمي الطيب صالح، صارت حدثاً وتظاهرة ثقافية ينتظرها الجميع في شهر فبراير من كل عام، وهي الآن في دورتها الرابعة تسير بخطى راسخة وترتيبات دقيقة من المؤمل أن تكون امتدادا لنجاحات الدورات السابقة بتشريف أدباء من المحيط العربي والأفريقي. إلى جانب ذلك ترعى زين عدداً من المراكز الثقافية مثل مركز راشد دياب وإتحاد الكتاب السودانيين وندوة العلامة عبد الله الطيب كما ترعى الشركة عدداً من المنتديات الثقافية والأندية، قامت الشركة أيضاً برعاية 35 منتدى و15 ندوة عبد الله الطيب إكمالاً لمسيرة الراحل والمحافظة على تراث لغة الضاد بقاعة الشارقة جامعة الخرطوم.

6- خاتمة:

أصبحت المسؤولية الاجتماعية اليوم تحتل مكانة مرموقة وسط جميع الأصعدة والمجالات المحلية والقومية والعالمية، بالإضافة إلى ذلك تحظى باهتمام كبير من قبل الشركات والمنظمات المختلفة، فهي تُساهم بشكل حيوي في تنمية المجتمعات المحلية من جهة، ورفع مكانة وسمعة الشركات والمنظمات في المجتمع من جهة أخرى، ويبرز دور هذه الشركات ف المجتمع من خلال المشاريع والبرامج والمبادرات الاجتماعية التي تهدف من خلاله الشركة إلى إيجاد حلول للمشاكل

الموجودة في المجتمع وتحتل شركة "زين" السودان للهاتف السيار مركزاً متقدماً بين مجموعة شركات "زين" من حيث مشاركتها في العمل التطوعي وخدمة المجتمع لتقديم أكثر مبادرات المسؤولية الاجتماعية تأثيراً وتجسد ذلك من خلال البرامج والمشروعات التي تنفذها الشركة على أرض الواقع مستهدفة بذلك كل الشرائح والقطاعات الموجودة في ولايات السودان المختلفة.

ولا يخفى على أحد، والأمر كذلك، بأن شركة "زين" السودان Zain Sudan هي من أفضل شركات الاتصال في السودان وأكثرها شهرة وشعبية وسط الجمهور والعملاء، وقد استطاعت الشركة بلوغ هذه المستويات العليا من الميزة التنافسية من خلال تمتين علاقاتها مع المجتمع عبر المبادرات والمشروعات والبرامج التي تقدمها في مختلف المجالات.

وقد توصلت هذه الدراسة التي كانت تبحث عن واقع الممارسة التطبيقية لبرامج المسؤولية الاجتماعية في الشركات العاملة في قطاع الاتصالات بالسودان إلى جملة من النتائج نوجزها في النقاط التالية:

- توجد لدى شركة "زين" إدارة مركزية للمسؤولية الاجتماعية على مستوى مجموعة زين مع وجود إدارات فرعية في كل واحدة من شركاتها العاملة، الأمر الذي طور من مبادراتها تجاه المجتمعات التي تعمل بها.
- تقدم شركة "زين" للهاتف السيار في السودان برامج متنوعة ومختلفة في مجال المسؤولية المجتمعية، لكنها تظل غير كافية وتحتاج إلى مزيد من التكثيف وبذل الجهود.
- هناك غموض ولبس من جانب شركة "زين" لمفهوم المسؤولية المجتمعية، ويظهر ذلك جلياً من خلال الخلط بين مفهوم الأعمال الخيرية والمسؤولية الاجتماعية، فهناك فرق كبير بين الأعمال الخيرية والتي لم ترتبط بالتنمية المجتمعية والمسؤولية الاجتماعية التي ترتبط بمفهوم التنمية المجتمعية، وهذا اللبس والخلط في المفهوم جعل من مبادرات الشركة تنحصر في الأعمال الخيرية أكثر من التنموية.

وبناء على ما سبق ذكره يمكن اقتراح جملة من التوصيات المتعلقة بموضوع الدراسة:

- ضرورة العمل على سن التشريعات والقوانين المنظمة لأعمال وتوجهات المسؤولية الاجتماعية في الشركات، من أجل التغلب على الازدواجية والتضارب فيما بين برامج المسؤولية الاجتماعية داخل القطاع الواحد وبقية القطاعات.

- ضرورة العمل على وضع سياسات وبرامج ومشروعات تُعنى بحل مشاكل المجتمع بشكل فعال بما يخدم المصلحة العامة ويحقق التنمية المستدامة.
- ضرورة العمل على توسيع نطاقات ومجالات عمل المسؤولية الاجتماعية لتشمل مجالات أخرى أكثر فائدةً وأهمية بالنسبة للمجتمع.
- غرس ثقافة المسؤولية الاجتماعية في الشركة وتشجيعها على تحمل جزء كبير من القضايا المجتمعية الملحة في المجتمع.

ختاماً، واستشرافاً للمستقبل، لقد بدأ واضحاً أن المسؤولية الاجتماعية أصبحت خياراً استراتيجياً لكل منظمة أو مؤسسة تنظر بوعي ما للمسؤولية الاجتماعية من أهمية كبيرة في تحسين صورتها وسمعتها وسط المجتمع، كما أنها أصبحت بديلاً لا يمكن الاستغناء عنه أو تركه في سبيل النهوض بالمجتمعات وتطورها من خلال إيجاد حلول لمشاكله.

7- قائمة المراجع:

- مراد زايد وساولي تاسعديت (2021) دور المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في دعم أخلاقيات العمل، مجلة التحليل والاستشراف الاقتصادي، المجلد (2)، العدد (1).
- سارة زرقوط (2020) المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل الاقتصاد البنفسجي، مقاربة مفاهيمية، مجلة إضافات اقتصادية، المجلد (4)، العدد (2).
- شركة "زين" لمحة عن شركة زين، 2020م، تاريخ الاسترداد 23 ديسمبر 2020م. https://www.sd.zain.com/Arabic/About/Pages/Overview-Tab.aspx، (تم الاطلاع في 2021/12/30م).
- شركة "زين" السودان، المسؤولية المجتمعية، تاريخ الاسترداد 23 ديسمبر 2020م https://www.sd.zain.com/Arabic/About/Pages/CorporateSocialResponsibility-Tab.aspx، (تم الاطلاع في 2021/12/30م)
- فلاق محمد، (2016) المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان.
- سفيان خلوفي وكمال شريط، (2020) ممارسات المسؤولية الاجتماعية في الشركات العاملة في قطاع الاتصالات بالجزائر، مجلة دفاتر المتوسط، المجلد05، العدد03، الجزائر.
- سليم حيرش ومحمد شقراني، (2017) المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في الدول العربية – نظرة إلى ما وراء العمل الخيري – دراسة حالة مجموعة زين للاتصالات، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد 6، العدد 2.
- مقدم وهيبة، (2014) تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية – دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري، رسالة دكتوراه غير منشورة في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران، الجزائر.

- محمد سيد فهمي، (2005) المسؤولية الاجتماعية، (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2015م)، 87.
- طاهر الغالي وصالح العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال والمجتمع، دار وائل للنشر ، الأردن.
- رضا فولي عثمان، (2019) المسؤولية الاجتماعية للشركات والمؤسسات: بين المقاربة النظرية والممارسات التطبيقية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا، برلين.
- B, Anwar Rahman (2005) Disclosure of Corporate Social Responsibility Operating in Developing Countries - The Case of Bangladesh - Corporate Social Responsibility Series, Ashgate Publishing Limited, England.
- Christine A. Mallin (2009) Corporate Social Responsibility - A Case Study Approach, Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham, UK.