

محاسبة المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات الأردنية

نشر هذا البحث بدعم من عمادة البحث العلمي والدراسات العليا في
جامعة الزرقاء الخاصة / الأردن

الدكتور رضوان محمد العناتي

قدم هذا البحث للمشاركة في المؤتمر الدولي السابع

المنعقد في الفترة 10-11/11/2009

كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية

جامعة الزرقاء الخاصة

ملخص

يهدف هذا البحث إلى قياس الدور الذي تلعبه شركات الاتصالات الأردنية من هواتف أرضية ثابتة وخلوية متنقلة في تنمية مجتمعها المحلي بدءاً من الحد من مزار التلوث الإشعاعي الناتج وكذلك مساهمة هذه الشركات في توفير فرص العمل مما يساهم في الحد من البطالة إضافة لدعم الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرياضية.

ولتحقيق أهدافها اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي في تحليل البيانات الخاصة بمجتمع الدراسة التي حصل عليها الباحث من المقابلات الشخصية والدراسة المتفحصة لتقارير محاسبة المسؤولية في شركات الاتصالات الأردنية.

توصلت الدراسة إلى أن شركات الاتصالات الأردنية تساهم في تنمية مجتمعها المحلي الذي تعمل فيه عن طريق دعم الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرياضية بدرجة متوسطة حوالي 56% وأن هناك تبايناً واضحاً بين أداء شركات الاتصالات الأردنية في تنمية مجتمعها المحلي الذي تعمل فيه عن طريق دعم الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرياضية، إضافة إلى أن شركات الاتصالات الأردنية لا تساهم في تنمية مجتمعها المحلي الذي تعمل فيه عن طريق توفير فرص عمل دون أن يكون لديها حاجة فعلية.

وقد أوصت الدراسة بضرورة توعية إدارات شركات الاتصالات الأردنية بدورها في تحمل مسؤولياتها نحو مجتمعها الذي تعمل فيه خصوصاً في ظل تداعيات الأزمة الاقتصادية العالمية، وكذلك تنمية الدور الذي تلعبه شركات الاتصالات الأردنية في خدمة وتنمية مجتمعها المحلي الذي تعمل فيه بشكل خاص وفي الأردن بشكل عام عن طريق توجيه بعض استثماراتها نحو مشاريع ذات صبغة اجتماعية تساهم في توفير فرص عمل مما يساهم في الحد من البطالة وتنمي الجوانب الثقافية والاجتماعية والرياضية.

محاسبة المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات الأردنية

مقدمة:

باتت مسألة المسؤولية الاجتماعية للشركات في الوقت الحاضر واضحة في برامج جميع الشركات الكبرى تقريبا، وقد أدرجت في جدول أعمال الدورة الاستثنائية للجمعية العامة للأمم المتحدة لاستعراض تنفيذ نتائج مؤتمر القمة العالمي للتنمية الاجتماعية، التي عقدت في جنيف، سويسرا، في الفترة من 26 إلى 30 حزيران/يونيه 2000. وسعت البلدان للموافقة خلال الدورة على مبادرات إضافية تساعد على استئصال شأفة الفقر، والنهوض بالعمالة الكاملة، وتعزيز الحصول على الخدمات الاجتماعية، وضمان توفير فرص عادلة للجميع للمشاركة التامة في المجتمع(مؤتمر القمة العالمي للتنمية الاجتماعية وما بعده:تحقيق التنمية الاجتماعية للجميع في ظل عالم يتحول إلى العولمة،2006).وتبدو الحاجة لزيادة دور الشركات في تحقيق مسؤوليتها الاجتماعية أشد إلحاحاً في ظل تداعيات الأزمة الاقتصادية العالمية على الدول التي تعمل فيها هذه الشركات.

وأدى مؤتمر القمة، الذي عقد في كوبنهاغن عام 1995، إلى اتفاق يركز بصفة هامة على الوفاء باحتياجات الأفراد في عالم يتجه صوب العولمة. وتشمل هذه الاحتياجات احتياجات الناس من دخل، وعمل، وإدراك بعدم تهميشهم مستقبلا. وفي حين شدد مؤتمر القمة أيضا تشديد على مسائل النمو الاقتصادي، والتجارة، وتوليد العمالة، فإنه لم يشدد على الدور والمسؤوليات الحالية للقطاع الخاص. ومن بين المقترحات المقدمة للدورة الاستثنائية توصية بأن تنظر لجنة التنمية الاجتماعية التابعة للأمم المتحدة في مسألة المسؤولية الاجتماعية للشركات بصفقتها من المواضيع ذات الأولوية في عام 2002 ويبدو للعديد من الأشخاص، أن مسألة المسؤولية الاجتماعية للشركات قد باتت جاهزة للتوصل إلى توافق آراء دولي بشأنها. ويعتقد البعض أن اتفاقا في الدورة الاستثنائية للجمعية العامة بشأن مبادئ توجيهية للمسؤولية الاجتماعية للشركات، ستشكل، رغم أنها غير ملزمة قانونيا، معيارا معترفا به عالميا لسلوك قطاع الأعمال التجارية.

هناك أيضا أسباب داخلية لجعل الشركات أكثر وعيا من الناحية الاجتماعية. ونظرا إلى أن حجم الشركات قد فاق حجم العديد من الحكومات، فقد أصبحت مسألة حسن إدارة الشركات أكثر أهمية. وفي حين تظل الشركات دائما مسؤولة أمام حاملي أسهمها، فقد

ظهرت حركة نحو مزيد التشديد على حماية حقوق حامل الأسهم، وهي مبادرة تتطلب مزيداً من الإنصاف والشفافية.

واستناداً إلى منظمة "تسخير الأعمال التجارية لصالح المسؤولية الاجتماعية"، وهي منظمة أعمال تجارية تتخذ من الولايات المتحدة مقراً لها وتعمل من أجل النهوض بالقيم الاجتماعية، تبين الدراسات أن الشركات التي يوجد فيها توازن بين مصالح حاملي الأسهم – مثل التوازن بين الإدارة، واليد العاملة والعملاء – حققت معدلات نمو ومعدلات لتوليد العمالة تفوق الشركات الأخرى بنسبة أربعة أضعاف وثمانية أضعاف على التوالي. وفي الوقت نفسه، أثبتت الدراسات أنه يمكن للدعاية السيئة بسبب الأخلاقيات أن تخفض من سعر سهم الشركة في البورصة لفترة ستة شهور على الأقل.

ومن بين الفوائد التي تجنيها الشركات ذات الممارسات المسؤولة اجتماعياً تقليص تكاليف التشغيل، وتحسين الصورة العامة لأصناف المنتجات وسمعتها، وزيادة المبيعات، وإخلاص العملاء، وزيادة الإنتاجية والتنوع.

نظراً للدور الذي ينبغي أن تساهم به الشركات في المسؤولية الاجتماعية اتجاه أفراد المجتمع المحلي الذي تعمل فيه وعدم اقتضار هدف هذه الشركات على تعظيم الأرباح والقيمة السوقية وتحقيق النمو والازدهار، وحيث أن الشركات في أي مجتمع هي كائنات حية تتأثر وتؤثر في بيئتها المحيطة يأتي هذا البحث لتحقيق جملة الأهداف المشار إليها أدناه.

أهداف البحث ومسوغاته

يسعى هذا البحث إلى قياس الدور الذي تلعبه شركات الاتصالات الأردنية من هواتف أرضية ثابتة وخطوية متنقلة في تنمية مجتمعها المحلي بدءاً من الحد من مضر التلوث الإشعاعي الناتج وكذلك مساهمة هذه الشركات في توفير فرص العمل مما يساهم في الحد من البطالة إضافة لدعم الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرياضية.

ويسعى هذا البحث -إضافة لما سبق- إلى تقديم التوصيات المناسبة لإدارات شركات الاتصالات الأردنية والتي تساهم في تنمية الدور المتعلق بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية مما ينعكس إيجاباً على مواطني الأردن الحبيب.

الفوائد التي يسعى البحث لتحقيقها

ويمكن تلخيص فوائد هذا البحث فيما يلي:

1. الحد من التلوث الإشعاعي لأبراج الاتصالات.
2. تنمية الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية والمحاسبة عليها في شركات الاتصالات الأردنية.
3. تقديم توصيات عملية قابلة للتطبيق تؤدي إلى تنمية مساهمة شركات الاتصالات الأردنية في خدمة وتنمية المجتمع المحلي الذي تعمل فيه.

فرضيات البحث

يمكن تلخيص فرضيات البحث الثلاث التالية:

1. لا تساهم شركات الاتصالات الأردنية في تنمية مجتمعها المحلي الذي تعمل فيه عن طريق دعم الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرياضية.
2. لا تساهم شركات الاتصالات الأردنية في تنمية مجتمعها المحلي الذي تعمل فيه عن طريق توفير فرص عمل.
3. لا تساهم شركات الاتصالات الأردنية في الحد من مزار التلوث الإشعاعي الناتج عن أبراج الاتصالات.

منهجية البحث

يتكون مجتمع الدراسة من ثلاثة شركات اتصالات ومجموعة اتصالات وذلك على النحو التالي:

- مجموعة أورانج: وتشمل أورانج انترنت، أورانج خلوي، شركة الاتصالات الأردنية.
- الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة (زين).
- شركة أمنية.
- شركة شعاع المدينة للاتصالات اللاسلكية (كولاكم): وهي المشغل الأردني المتخصص في مجال الاتصالات المتكاملة، وقد أنشئت عام 2009 لذا سيتم استثنائها من الدراسة حيث لا يتوفر لديها أي أنشطة عن المسؤولية الاجتماعية حتى تاريخ إجراء البحث.

الطرق المستخدمة في البحث

1. المقابلات المعمقة لإدارات شركات الاتصالات الأردنية.
2. دراسة تقارير محاسبة المسؤولية الاجتماعية في شركات الاتصالات الأردنية.

3. الإطلاع على نسب الإشعاعات من أبراج الاتصالات وهل هي ضمن النسب المسموح بها عالمياً.

الدراسات والتجارب السابقة:

اعتمدت الدراسة في تحقيق أهدافها مجموعة من الدراسات والتجارب السابقة التي أهمها:

1- تتلخص فعاليات "مؤتمر المسؤولية المجتمعية للمؤسسات في الأردن - ثقافة ونهج

2009 " فيما يلي:

- إن مبدأ المسؤولية المجتمعية يتعدى مفهوم الأعمال الخيرية ليشمل توفير آليات فاعلة من شأنها التصدي للتحديات القائمة ومحاولة إيجاد حلول للمشكلات التي تقف عائقاً في وجه النمو الاقتصادي ورفاه المجتمع على المدى الطويل. وأكد انه يتعين على المؤسسات أن تضع المسؤولية المجتمعية في صلب استراتيجياتها بعيداً عن العلاقات التسويقية والعمامة وإدارة الأزمات، إذ أن هذه المسؤولية هي في المقام الأول رسالة وطنية وخدمة إنسانية تهدف إلى تحسين حياة المجتمع من خلال تناول مشكلات معينة في بيئة معينة وإيجاد حلول عملية لها.
- إن مفهوم المسؤولية المجتمعية ما زال بحاجة إلى جهود لتضمينه في الخطط الإستراتيجية للمؤسسات، منوهاً إلى أنه من الخطوات الرائدة في هذا المجال قيام مركز الملك عبد الله للتميز بتضمين معايير الجائزة بنداً يشير إلى تطبيق المسؤولية المجتمعية في المؤسسات سواء كانت قطاعاً حكومياً أم خاصاً أم جمعيات أعمال.
- إن المسؤولية المجتمعية واجب والتزام وطني يقع على عاتق الجميع فكلنا مسؤول أفراد كنا أو مؤسسات علينا أن نعمل بروح الفريق الواحد من أجل تحقيق النجاح في العمل وزيادة الإنتاج وحماية البيئة والارتقاء بشمولية ما يحتاجه العنصر البشري.

أ وقد أوصى مؤتمر المسؤولية المجتمعية بما يلي:

- بإطلاق جائزة ملكية خاصة بالمسؤولية المجتمعية محفزة لمؤسسات القطاع العام والخاص وسن و إعادة النظر بالتشريعات والقوانين والأنظمة الداعمة للمؤسسات المسؤولة مجتمعياً ونشر نتائج دراسات المسوحات المجتمعية التي تجريها مؤسسات القطاع العام والخاص بشفافية للعموم لتشخيص المشكلات وتحديد مجالات الدعم المؤسسي

- ضرورة بناء القدرات المعرفية المختصة بمفهوم المسؤولية المجتمعية لكافة المستويات الوظيفية في مؤسسات القطاع العام والخاص والتوسع الأفقي والعمودي بالدراسات البحثية المختصة والأدب المترجم إلى اللغة العربية وحث و مساعدة المؤسسات على تبني منهجية تطبيقية خاصة في المسؤولية المجتمعية.
- تحديد آلية لتبادل ممارسات المسؤولية المجتمعية الفضلى بين المؤسسات وزيادة الوعي المجتمعي والمؤسسي بالقضايا الكونية ومبادئ الاتفاق العالمي للأمم المتحدة والتركيز على مشاريع الاستدامة المجتمعية المدعومة محليا وإقليميا وعالميا من قبل مؤسسات القطاع الخاص لاعتبارها شريكا للحكومة في التنمية المجتمعية المستدامة، وتعظيم دور الشركات في تقديم المساندة والدعم.
- تبني سياسة إعلامية وطنية وعربية موحدة تجاه المسؤولية المجتمعية والتركيز على دور تلك المؤسسات في نشر الوعي المجتمعي الخاص بالمفهوم تسليط الضوء على قضايا المجتمع الملحة، وإبراز دور المؤسسات الداعمة للمجتمعات وتعميم قصص نجاح المؤسسات الرائدة في العمل المجتمعي.

2- حالة شركة الاتصالات الصينية (2008) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية المؤسسية":
حيث قامت شركة الاتصالات الصينية بتحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية المؤسسية لديها فيما يلي:

- الالتزام التام بالأنظمة والقوانين وتقاليد المجتمع الصيني والأخلاق.
- المساعدة في تطوير المناطق الريفية اقتصادياً واجتماعياً.
- المساهمة في الرفاه الاقتصادي الاجتماعي عن طريق برامج الحد من الفقر وكذلك في نشر ثقافة تكنولوجيا المعلومات في التعليم.
- المحافظة على سلامة البيئة بحيث تبقى نظيفة للحياة البشرية عن طريق استخدام المعدات والمواد الملائمة لتحقيق هذا الغرض

3- دراسة خشارمة (2008) بعنوان: " تحليل مستوى الإفصاح عن محاسبة المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية المساهمة الأردنية- دراسة تحليلية"
تهدف هذه الدراسة، إضافة للهدف الوارد في عنوانها، إلى تحديد بعض السمات أو صفات الشركة المحددة للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية وقد تم استخدام أسلوب مؤشر الإفصاح عن التقارير السنوية لقياس مستوى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية، وقد توصلت الدراسة إلى أن مستوى الإفصاح في هذه الشركات بحاجة إلى تحسين وتطوير باستخدام أحدث الأساليب العلمية.

4- دراسة طارق (2006) بعنوان: "إطار محاسبي مقترح لتطبيق نظام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية" توصل الباحث إلى إمكانية إعداد تقارير الإفصاح الاقتصادي الاجتماعي لوحدة قطاع العمل المصرفي متوفرة ويمكن تصنيفها، كما أن طبيعة العمل المصرفي تخلق نوعاً من الالتزامات أو المطلوبات ولكن تصنف الأصول المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية كأصول اقتصادية بقائمة المركز المالي.

5- دراسة نور (2001) بعنوان: "نموذج تقييم كفاءة الأداء الاجتماعي لمنشأة صناعية- دراسة حالة"

تهدف هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على محاسبة المسؤولية والوقوف عند أهم مشاكلها وكذلك محاولة وضع النموذج المذكور في العنوان أعلاه، وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن نصيب المواطن في البيئة المحيطة من الإنفاق الاجتماعي هو 1.28 دينار مقابل 1250 دينار للطن الواحد من المبيعات.

أوصت الدراسة بإلزام الشركات في المجتمع وخاصة الكبيرة المؤثرة على البيئة بتحديد موقفها من المسؤولية الاجتماعية وفق معايير ومؤشرات معينة عند إعداد دراسات الجدوى الاقتصادية والفنية، وقيام الشركة بمسك سجلات ومستندات لتوثيق نشاطها المتعلق بالأداء الاجتماعي وعرض نتائج هذا الأداء دورياً.

قطاع الاتصالات الأردني:

يتألف قطاع الاتصالات الأردني من ثلاثة شركات اتصالات ومجموعة اتصالات وذلك على النحو التالي:

- مجموعة أورانج: وتشمل أورانج انترنت، أورانج خلوي، شركة الاتصالات الأردنية.
- الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة (زيون).
- شركة أمنيّة.
- شركة شعاع المدينة للاتصالات اللاسلكية (كولام).

ويشرف على تنظيم قطاع الاتصالات هيئة تنظيم قطاع الاتصالات، وفيما يلي نبذة مختصرة عنها:

أُنشئت هيئة تنظيم قطاع الاتصالات عام 1995 لترتبط برئيس الوزراء، ومهمتها الرئيسية تنظيم خدمات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في المملكة وفقاً للسياسة العامة المقررة لضمان تقديم خدمات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات للمستخدمين بسوية عالية وأسعار معقولة وبما يحقق الأداء الأمثل لقطاعي الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.

ويرى الباحث ضرورة إدراج نبذة مختصرة عن مجموعة الاتصالات الأردنية ():

أورانج

تلعب مجموعة الاتصالات الأردنية دوراً مميزاً في قطاع الاتصالات الثابتة والمتنقلة وخدمات الإنترنت وتراسل المعلومات، وذلك لأنها شكّلت القاعدة الحقيقية للنهوض الكبير لخدمات الاتصالات، والاندماج مع دول الإقليم والعالم الذي يشاهد في المملكة، فبعد أن قامت في عام 2006 بتطبيق مفهوم المشغل المتكامل بين شركاتها الأربعة توحيداً للخدمات المقدّمة تحت مظلة المشغل الواحد من خدمات الاتصالات الثابتة، الخليوية، الإنترنت والمحتوى، وعملت أورانج الأردن منذ ذلك الحين على توفير أفضل الخدمات لزبائننا من خلال خدماتها المتنوعة والشاملة وأسعارها المنافسة والعروض التي تقدمها لتلبي احتياجات السوق المحلي وبما يعود بالنفع على المواطن الأردني، تخدم أورانج حالياً أكثر من 2.4 مليون مشترك وتقدم لهم تقنيات الاتصالات المناسبة، بأسعار مقبولة.

يلخص الجدول التالي أهم الإحصاءات المتعلقة بقطاع الاتصالات الأردني:

2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	عدد المشتركين (بالآلاف)
519	559	614	628	638	623	674	660	الهاتف الثابت
5,314	4,772	4,343	3,138	1,624	1,325	1,200	866	الهاتف الخليوي والراديو المتنقل
229	228	206	197	111	92	62	66	الانترنت (مشتركين)
1,500	1,163	770	720	537	399	279	238	الإنترنت (مستخدمين)
2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	نسبة الانتشار (%)
91	83.3	78	57	30.4	24.2	22.9	16.7	الهاتف الخليوي والراديو المتنقل
4	4	3.7	3.6	2.07	1.67	1.16	1.32	الانترنت (مشتركين)
26	20	13.7	13.2	10	7.7	5.5	4.8	الإنترنت (مستخدمين)
2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	حجم الاستثمار (مليون دينار)

23	12.2	12.7	12.3	10	11.5	38.2	90.1	الهاتف الثابت
65	92.5	138.9	137	100.3	91.90	93.3	89.2	الهاتف الخليوي والراديو المتنقل
22	11.1	2.3	5.6	0.7	1.5	3.5	5.5	الانترنت
5	0.5	1.5	0.4	0.4	1.1	2.6	0.1	خدمات اتصالات أخرى
115.0	116.3	155.4	155.3	111.4	106.0	137.6	184.9	المجموع
2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	عدد العاملين
2212	2303	2432	2701	3048	3663	4548	4792	الهاتف الثابت
2079	2283	2251	2124	1641	1249	1168	1044	الهاتف الخليوي والراديو المتنقل
644	498	415	450	353	294	408	457	الانترنت
345	135	294	50	52	45	53	25	خدمات اتصالات أخرى
5280	5219	5392	5325	5094	5251	6177	6318	المجموع
2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	الاقتصاد والسكان
5,849	5,723	5,600	5,473	5,350	5,230	5,098	4,978	عدد السكان (بالآلاف)
1104	1060	1037	980	946	897	874	823	عدد الأسر (بالآلاف)
14190*	11225*	10109	9012	8081	7229	6794	6364	الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الجارية (مليون دينار)

*أولي

محفوظة حقوق الطبع ©2009. هيئة تنظيم قطاع الاتصالات. جميع الحقوق محفوظة.

ويمكن استخلاص مجموعة من الحقائق حول قطاع الاتصالات لعام 2008:

1. شكلت نسبة حجم الاستثمار في قطاع الاتصالات ما نسبته (8.1%) من الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الجارية.
2. يقابل كل مشترك في الهاتف الثابت حوالي عشر مشتركين في الهاتف الخليوي والراديو المتنقل.
3. انتشار الهواتف الخليوية مرتفع جداً حيث كان لكل مواطن كبيراً صغيراً حوالي جهاز واحد، ولو قسمنا عدد الهواتف الخليوية على عدد الأسر الأردنية لكان الناتج حوالي (5) أجهزة بالمعدل.

الدراسة الميدانية

قام الباحث، كما تم الإشارة سابقاً- بالمشح الأديبي عن طريق شبكة المعلومات الدولية ومن ثم القيام بالمقابلات المعمقة لإدارات شركات الاتصالات الأردنية وبشكل متواز دراسة تقارير محاسبة المسؤولية الاجتماعية في شركات الاتصالات الأردنية، حيث تم تلخيص ما توصل إليه الباحث على النحو التالي:

أولاً: الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة (زين)

أفادت الشركة عن اهتمامها الشديد بأنشطة المسؤولية الاجتماعية وتم التأكد من ذلك من تقرير محاسبة المسؤولية الاجتماعية التي بيّنت ما يلي:

1. مركز زين للتدريب على صيانة الأجهزة الخليوية إحدى المبادرات التي أعلنتها الشركة تأكيداً منها على الدور الريادي الذي تلعبه زين في مجال خدمة المجتمع المحلي مساهمة منها في الشراكة مع القطاع العام في مواجهة التحديات الرئيسة

التي تواجه الاقتصاد الوطني وهما الفقر والبطالة حيث يوفر مركز التدريب التأهيل اللازم للأيدي العاملة لرفع كفاءاتهم وقدراتهم وإنتاجيتهم وينعكس إيجاباً على تحسين المستوى المعيشي لديهم من خلال حصولهم على فرص عمل تكون مجدية مادياً علماً بأن المركز خرّج حتى 2009/9/23 (44) خريجاً وذلك في ثلاثة أفواج.

2. افتتحت الشركة حديقة لأطفال مؤسسة الحسين الاجتماعية الواقعة في منطقة الأشرفية.

ويتمشى افتتاح الحديقة مع جهود زين الرامية إلى تعميق مفهوم التكافل الاجتماعي بين فئات المجتمع إذ تعد مؤسسة الحسين إحدى مؤسسات الرعاية التابعة لوزارة التنمية الاجتماعية، حيث تضم المؤسسة 85 طفلاً تتراوح أعمارهم ما بين حديثي الولادة و 6 أعوام .
كما قامت الشركة وعلى هامش افتتاح الحديقة بتجديد شراكتها مع وزارة التنمية الاجتماعية للعام الخامس على التوالي من خلال مبادرة صندوق زين للإغاثة، ويسعى صندوق زين للإغاثة الذي وأطلق بهدف إيجاد آلية منظمة للتعامل مع الطلبات التي ترد إلى الشركة من قبل العديد من المواطنين وجمعها تحت مظلة مركزية واحدة لضمان وصول الدعم لمستحقيه، إلى المساهمة في تحسين المستوى المعيشي للمواطنين عن طريق صرف معونات نقدية استثنائية للأفراد والأسر الفقيرة والمحتاجة في المملكة، من غير المستفيدين من معونات صندوق المعونة الوطنية التابعة للوزارة. إذ تمكن الصندوق و منذ تأسيسه في العام 2005 إلى إيصال الدعم لآلاف الأسر المحتاجة في جميع محافظات المملكة.

3. أقامت شركة زين حفل إفطار لأطفال مبرة أم الحسين وذلك بمناسبة شهر رمضان المبارك بهدف مشاركة أطفال المبرة الفرحة بهذا الشهر الفضيل و تعد موائد الرحمن التي تقدمها شركة زين للعام التاسع على التوالي، وتقدم من خلالها أكثر من 32 ألف وجبة في ثمانية مواقع في سبع محافظات.

4. قامت بإطلاق عدد من المبادرات خلال الشهر الفضيل هذا العام أهمها شراء منزل و توفير كافة مستلزماته لعائلة لتنتهي بذلك حياة التشرد التي عاشتها الطفلة مع عائلتها على مدار الست شهور الماضية

5. كما قامت شركة زين بتوزيع حقائب مدرسية وهدايا على أطفال مبرة أم الحسين وذلك بمناسبة بدء العام الدراسي بهدف التمتع مع هؤلاء الأطفال بلحظات من البهجة والفرح والسعادة

6. تسعى زين من خلال المبادرات التي تطلقها إلى تقديم الدعم الواسع للعديد من قطاعات المجتمع الأردني منها القطاع الرياضي والشبابي ويتمثل ذلك بما يلي:

- بتجديد اتفاقيتها لدعم ورعاية نادي الفيصلي والوحدات وذلك في إطار إستراتيجية الشركة الهادفة إلى دعم كرة القدم الأردنية.
- قامت بتأسيس نادي "زين" لكرة السلة الذي نجح بتحقيق عدة إنجازات محلية وعربية وعالمية على مستوى كرة السلة.
- إقامة بطولة (حارات زين) التي شارك في دورتها السادسة ما يزيد على (2000) طالب يمثلون مختلف محافظات وألوية المملكة، إلى خلق فرص تنافسية للطلاب الواعدين ضمن بيئة رياضية وتربوية صحية بإشراف قادة متخصصين في مجال تدريب وإدارة كرة القدم.

7. تقديم الرعاية الصحية المجانية لمئات الأطفال في قرى المملكة من خلال عيادة زين المتنقلة للأطفال

8. إطلاق حملة الشتاء الخيرية وتوزع الشركة من خلالها مستلزمات الشتاء الأساسية من بطانيات ومواد تموينية ومدافئ إلى مئات العائلات المستورة والمحتاجة في جميع محافظات المملكة وذلك بالتنسيق مع عدد من الصحف الأردنية والمؤسسات النقابية والخيرية.

9. أهدت الشركة غرفة انتظار لمركز الحسين للسرطان. جاء ذلك عقب تقديم مجموعة زين مبلغ 250 ألف دولار (ما يقارب الـ 175 ألف دينار) على شكل دعم لجهود المؤسسة في علاج مرضى السرطان. وفي إطار مساندتها لمؤسسة ومركز الحسين للسرطان قامت بدعم حملة "نحو الحياة" لعلاج مرضى السرطان التي أطلقتها المؤسسة في العام 2003 وذلك لسنة اعوام على التوالي، إذ وصل المبلغ الاجمالي الذي قدمته الشركة لصالح الحملة نحو نصف مليون دينار.

10- طرحت الشركة بطاقات شحن ذات تصميم وشكل جديد، وبمعايير تتسجم مع مساعي الشركة في تبني إدارة بيئية أكثر فعالية وكفاءة تساهم في تقويم الأداء البيئي للشركة بما يساعد في المحافظة على البيئة.

11- بلغت تبرعات شركة زين في الأردن بلغت منذ تأسيسها نحو 25 مليون دينار كان آخرها دعم مبادرة إسكان المعلمين بمبلغ 450 ألف دينار.

12- تخصيص الشركة 42 منحة دراسية جامعية سنويًا للطلبة من ذوي الدخل المحدود في المملكة.

ويأتي تكريم جلالة الملك عبد الله الثاني شركة زين بوسام الحسين للعتاء المميز من الدرجة الأولى تقديراً لجهود الشركة في خدمة المملكة ودورها في دعم المجتمع المحلي، حيث تعد من أكبر الشركات التي تقدم الدعم والتبرع المالي للمبادرات ضمن المسؤولية المجتمعية للشركات.

ثانياً: مجموعة أورانج:

1. وقعت أورانج الأردن و مؤسسة نهر الأردن اتفاقية تقوم بموجبها أورانج الأردن بتقديم الدعم المادي لقرية راسون محافظة عجلون ، حيث جاءت هذه الاتفاقية استكمالاً للمشروع المشترك مع مؤسسة أورانج ذراع فرانس تليكوم للعمل الاجتماعي التي قامت بدعم القطاع التعليمي والصحي والمجتمع في تلك القرية الأردنية النائية.

2. تقوم أورانج الأردن برعاية و دعم ملتقى النساء العالمي / فرع الأردن و الذي قام بإطلاق برنامج "تعزيز المهارات القيادية والتعلم بالملزمة" الثاني للقيادات النسائية الواعدة في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالتعاون مع جمعية "إنتاج" وبدعم هيئة القيادات العربية الشابة-فرع الأردن، حيث انضم إلى البرنامج التدريبي نخبة متميزة من السيدات العاملات في هذا القطاع .يعتبر ملتقى النساء العالمي / الأردن ، جمعية خاصة غير ربحية أنشأت عام 2003 ويضم عدد من السيدات اللواتي حققن إنجازات ذات قيمة في القطاع الخاص والحياة العامة.

3. شرعت أورانج الأردن في تنفيذ خطتها التنفيذية للسبع مدارس التي قامت بتبنيها للعام الدراسي الحالي ضمن مشروع تبني المدارس التابع لمؤسسة إنجاز لتهيئة الفرص الاقتصادية للشباب الأردني .حيث تعمل أورانج من خلال هذا المشروع على مرافق

البيئة المدرسية ذات التأثير المباشر على عملية التعليم و التعلم ، بالإضافة إلى
توظيف خبرات و مهارات المتطوعين من موظفيها لبناء المهارات الفردية و القيادية
لطلبة تلك المدارس و تعميق المفاهيم الاقتصادية لديهم ، بالإضافة إلى تنفيذ عدد من
البرامج التدريبية لهؤلاء الطلبة من اجل زيادة الكفاءات و تطوير المهارات
الاجتماعية و الاقتصادية لديهم .

4. رعت أورانج الأردن حملة وقار (أسمو بأخلاقي) التي انطلقت في الجامعة الأردنية
و استمرت على مدار ثلاثة أيام تطلها إلقاء العديد من المحاضرات التي نادت بالعمل
على صنع التغيير و النمو بالأخلاق و تجنب كل ما يخل بها.وهدفت الحملة إلى أن
يكون طلاب الجامعة ايجابيين و حضاريين بأخلاقهم و تعزيز الأخلاق الحميدة لديهم ،
كما تم التعريف من خلال الحملة بميثاق التزام الطلاب الصادر عن مجلس عمادة
الجامعة و الذي ينادي باحترام القواعد الإيمانية و القوانين التي يتوجب على كل طالب
جامعي الالتزام بها .

و قد قامت أورانج الأردن بدعم هذه الحملة إيماناً منها بدور الشباب الأردني الذي إذا
صلح صلح المجتمع كله و تأكيداً على ان دورها لا يتوقف عند حد تنمية قطاعي
الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات في المملكة بل يتعدى إلى مشاركتها و دعمها لأنشطة
المجتمع بكافة قطاعاته مؤكدةً أن خيار الالتزام نحو المساهمة في التنمية المستدامة
للمجتمع الأردني خيار لا رجعة فيه

5. كرمت أورانج الأردن عدداً من موظفيها المتطوعين في برنامج إنجاز لتهيئة الفرص
الاقتصادية والمهارات القيادية والاتصال والتواصل للشباب والشابات ، في مبادرة
تعكس إيمان أورانج الأردن بجهود أبنائها الذين ساهموا في وضعها في مرتبة متقدمة
على كافة الأصعدة.

6. افتتحت تكية أم علي فرعها الثاني لأسواق تكايا الخير والأول في العاصمة عمان
بدعم من شركة أورانج الأردن، حيث تضمن الافتتاح توقيع اتفاقية دعم للأسواق من
قبل شركة أورانج الأردن والتي تكفلت بتكاليف إنشاء السوق.

7. تساهم شركة أورانج الأردن في حملة الحقائق المدرسية التي ستطلقها أمانة عمان
الكبرى بمناسبة بداية العام الدراسي الجديد، وتأتي هذه المساهمة من قبل أورانج
الأردن حرصاً منها على مساعدة الطلاب وذوهم في توفير ثمن الحقائق نظراً
لارتفاع أسعارها وأسعار الكثير من السلع الأساسية الأخرى في السوق بالتزامن مع

حول شهر رمضان الذي يحمل في طياته الكثير من الأعباء والمصاريف على العائلات الأردنية الأقل حظاً.

ثالثاً: شركة أمنية:

1. تقدم الشركة على موقعها الالكتروني إرشادات حول سلامة الأطفال واستخدامهم للأجهزة الخلوية والانترنت.

2. إن استخدام جهازك الخليوي أثناء القيادة مخالف لقوانين السير، فبإمكانك التوقف في مكان آمن لإجراء مكالمة، أو استخدم الجهاز المخصص للتحدث داخل السيارة، دون الحاجة إلى استخدام اليدين.

3. لم تقدم شركة أمنية أي دليل على دعم الأنشطة الثقافية والرياضية والاجتماعية.

4. تعمل معظم الأجهزة الخلوية من خلال أشعة المايكروويف ضمن شبكة موجات الراديو، كما أننا محاطون ببعض موجات التلفاز، الرادار، الانترنت الخليوي، أجهزة التحكم عن بعد و موجات المايكروويف. بعد إجراء العديد من الاختبارات والتحليلات على مدى عشرات السنين، تبين من الدراسات المقدمة من منظمة الصحة العالمية بأنه لا توجد أية أعراض مضرّة بجسم الإنسان تسببها الأشعة التي تعمل ضمنها شبكة الهواتف الخلوية.

اختبار الفرضيات والنتائج

إن الأسلوب المناسب لاختبار فرضيات هذا البحث هو الأسلوب الوصفي التحليلي لما حصل عليه الباحث من المقابلات المعمقة للمسؤولين عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية في تلك الشركات ومن دراسة تقارير محاسبة المسؤولية لتلك الشركات سواء كانت تقارير مستقلة أو ما تم الحصول عليه كأدلة إثبات لصدق ما ذهبوا إليه في المقابلات.

اختبار الفرضية الأولى

تنص هذه الفرضية على: "لا تساهم شركات الاتصالات الأردنية في تنمية مجتمعها المحلي الذي تعمل فيه عن طريق دعم الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرياضية".

استناداً إلى الدراسة الميدانية المشار إليها أعلاه فقد توصل الباحث لما يلي:

1. هناك تبايناً واضحاً بين أداء شركات الاتصالات الأردنية في تنمية

مجتمعها المحلي الذي تعمل فيه عن طريق دعم الأنشطة الثقافية

والاجتماعية والرياضية حيث كان تقييم هذا الأداء، عن طريق إعطاء نقطة لكل نشاط اجتماعي رئيسي تقوم به الشركة، مرتباً تنازلياً على النحو التالي:

- الشركة الأردنية لخدمات الهواتف المتنقلة (زيمن): (12) نقطة.

- مجموعة أورانج: (7) نقاط.

- شركة أمنية: نقطة واحدة كنتيجة غير مباشرة لما قدمته على موقعها من إرشادات.

وعليه يمكن الحكم بوضوح على أن أداء الأولى يرتقي إلى مستوى جيد جداً، أما الثانية فكان مقبولاً، في حين كان ضعيفاً للثالثة.

2. ولأغراض اختبار الفرضية الأولى لقطاع الاتصالات فكانت النتيجة (20) من أصل (36) وبالتالي ترفض الفرضية الأولى ونقول: تساهم شركات الاتصالات الأردنية في تنمية مجتمعها المحلي الذي تعمل فيه عن طريق دعم الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرياضية بدرجة متوسطة حوالي 56% (36/19).

اختبار الفرضية الثانية

تنص هذه الفرضية على: "لا تساهم شركات الاتصالات الأردنية في تنمية مجتمعها المحلي الذي تعمل فيه عن طريق توفير فرص عمل".

كانت إجابات شركات الاتصالات حول هذه المساهمة متشابهة تقريباً حيث أنها توفر فرص عمل عند حاجتها الفعلية حيث أن لتوفير فرص العمل تكاليفها وليس لغاية بيان أنها تساهم في تنمية مجتمعها المحلي الذي تعمل فيه، وللتأكد من صحة ما ذهبوا إليه، قام الباحث بدراسة حجم القوى العاملة في هذه الشركات للسنوات (2001-2008):

عدد العاملين	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
الهاتف الثابت	4792	4548	3663	3048	2701	2432	2303	2212
الهاتف الخليوي والراديو المتنقل	1044	1168	1249	1641	2124	2251	2283	2079
الانترنت	457	408	294	353	450	415	498	644
خدمات اتصالات أخرى	25	53	45	52	50	294	135	345
المجموع	6318	6177	5251	5094	5325	5392	5219	5280

وتبين أنه لا يوجد زيادة مضطردة في حجم العمالة في هذا القطاع لهذه السنوات حيث انخفضت للسنوات (2002-2004) ثم ارتفعت للسنتين 2005، 2006 ومن ثم عادت

للإنخفاض عام 2007 وللاارتفاع عام 2008، مما يعني أنه لو كان هناك نسبة من التعيين مساهمة من الشركات في تحمل مسؤوليتها الاجتماعية لما حدث هذا التذبذب. وعليه نقبل الفرضية الثانية ونستطيع القول أن شركات الاتصالات الأردنية لا تساهم في تنمية مجتمعها المحلي الذي تعمل فيه عن طريق توفير فرص عمل دون أن يكون لديها حاجة فعلية.

اختبار الفرضية الثالثة

تنص هذه الفرضية على أنه: "لا تساهم شركات الاتصالات الأردنية في الحد من مضار التلوث الإشعاعي الناتج عن أبراج الاتصالات" وعند سؤال ذوي الاختصاص في تلك الشركات أكد بعضهم أنه لا يوجد أي تلوث لهذه الأبراج، في حين أكد البعض الآخر أن هذه الإشعاعات ليست ضارة بالشكل الذي يتخيله البعض، ولأغراض حسم هذا التباين فقد تم السؤال عن نسب الإشعاعات التي تصدرها هذه الأبراج وهل هي ضمن الحدود المسموح بها فاعتذروا على اعتبار أن هذه من المعلومات السرية، فقام الباحث بزيارة الموقع الإلكتروني لهيئة تنظيم قطاع الاتصالات حيث أكد مديرها العام على ما يلي:

- إن الهيئة لا تتدخل في المكان الذي يوضع به البرج، وإنما تقرر شركة الاتصالات إقامة أو نصب برج في ذلك المكان وإنما تتدخل وتضع حداً للأمان لمستوى الانبعاث.
 - أن لدى الهيئة دراسات مجربة ومعتمدة عالمياً عند إنشاء أي برج تفحص هذا الانبعاث من البرج بحيث لا يصل للحد الأعلى الذي يشكل خطراً على حياة المواطن، وهي تتابع بشكل دوري وفي مراحل لاحقة مستوى الانبعاث وفي حالة زيادة نسبة الانبعاث عن المستوى الذي وضعته الهيئة، تقوم الهيئة بإصدار الشركة صاحبة البرج بتصويب وضعها، وربما اتخاذ إجراءات بحقها.
- ونظراً لعدم اطلاع الشركات الباحث على نسب الانبعاث لديها من أبراج اتصالاتها وكذلك عدم وجود أي معلومات حول هذا الموضوع في تقارير محاسبة المسؤولية لديها أو حتى على موقعها الإلكتروني، لذا يمتنع الباحث عن قبول أو رفض هذه الفرضية بل يمكن أن نعتبر ذلك من محددات هذا البحث.

لتوصيات:

- بناء على ما تقدم ولأغراض تقديم توصيات عملية قابلة للتطبيق تؤدي إلى تنمية مساهمة شركات الاتصالات الأردنية في خدمة وتنمية المجتمع المحلي الذي تعمل فيه فإن الدراسة توصي بالآتي:
- 1- توعية إدارات شركات الاتصالات الأردنية بدورها في تحمل مسؤولياتها نحو مجتمعها الذي تعمل فيه خصوصاً في ظل تداعيات الأزمة الاقتصادية العالمية.
 - 2- تنمية الدور الذي تلعبه شركات الاتصالات الأردنية في خدمة وتنمية مجتمعها المحلي الذي تعمل فيه بشكل خاص وفي الأردن بشكل عام عن طريق توجيه بعض استثماراتها نحو مشاريع ذات صبغة اجتماعية تساهم في توفير فرص عمل مما يساهم في الحد من البطالة وتتمي الجوانب الثقافية والاجتماعية والرياضية.
 - 3- توفير حكومة المملكة الأردنية الهاشمية إعفاءات حوافز ضريبية إضافية لتلك المشاريع الموصى بها في التوصية رقم (2) أعلاه، مما يعزز تنمية دور شركات الاتصالات الأردنية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
 - 4- توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عمليات إحداث التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
 - 5- توجه الباحثين مستقبلاً نحو إجراء المزيد من الدراسات حول آثار الإشعاعات الناتجة عن أبراج الاتصالات وعن استخدام الهواتف الأرضية الثابتة والخلوية المتنقلة.

قائمة المراجع:

- 1- الجمعية العامة للأمم المتحدة، (2006) مؤتمر القمة العالمي للتنمية الاجتماعية وما بعده:تحقيق التنمية الاجتماعية للجميع في ظل عالم يتحول إلى العولمة.
- 2- المجلة المصرية للدراسات التجارية، مجلد(31)، ص 97 - 118، 2008.
- 3- المملكة الأردنية الهاشمية، (2005) الأجنحة الوطنية، عمان.
- 4- مؤتمر المسؤولية المجتمعية للمؤسسات في الأردن - ثقافة ونهج، 2009.
- 5- نور،عبد الناصر(2001)، المجلة الدولية للعلوم الادارية،المجلد(6)،العدد(3)،ص 257-287
- 6- وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات - دائرة الإحصاءات العامة،(2007)، النتائج الرئيسية لمسح استخدام تكنولوجيا المعلومات في المنازل، وزارة الاتصالات، عمان.
- 7- طارق، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا،2006،www.sustec.edu

المواقع الالكترونية

- www.chinatelecom-h.com
- www.google.com
- www.yahoo.com
- www.uj.edu.com
- www.sustec.edu

Abstract

Social Responsibility Accounting in Jordan Télécommunications Companies
Radwan M. el-Anati

The main aim of this study is to measure the role of Jordan Telecommunication Companies(JTC) in fulfilling social responsibility. To achieve these objectives, a descriptive /a analytical approach is used for information attained from personal interviews and depth study for social responsibility reports.

The social responsibility role of JTC is satisfactory (56%), there is a difference among JTC and the contribution of job creation is not clear.

Developing The social responsibility role of JTC is essential through social responsibility projects and improving the awareness of JTC toward social responsibility.