

جامعة بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
مخبر العلوم الاقتصادية و علوم التسيير
فرقة: " ممارسات تطبيق الحوكمة في المؤسسات الاقتصادية العمومية و الخاصة "

مجممل مداخلات اليوم الدراسي حول

مكانة و ممارسات المسؤولية الاجتماعية في العلوم الإنسانية والاجتماعية

مجمع المخابر 07 ديسمبر 2017

رئيس اليوم الدراسي: د/ غضبان حسام الدين

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

- مخبر العلوم الاقتصادية و علوم التسيير -

و فرقة - ممارسات تطبيق الحوكمة في المؤسسات الاقتصادية العمومية و الخاصة-

ينظمان

يوما دراسيا حول:

مكانة و ممارسات المسؤولية الاجتماعية في العلوم الانسانية و الاجتماعية

يوم 07 ديسمبر 2017

مداخلة ضمن محور: الاطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية في تخصصات العلوم الانسانية
والاجتماعية

عنوان المداخلة: راس المال الاجتماعي و المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة

من إعداد:

جودي ليلي جامعة بسكرة أستاذ مساعد "أ"	بلغول ليلي جامعة قسنطينة -2 طالبة دكتوراه balghoulleile@gmail.com 06.59.43.69.61	أ. سرارمة مريم جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي أستاذ مساعد "أ" Meriem.serarma@gmail.com 05.42.14.16.22
---	---	---

ملخص

أصبح رأسمال الاجتماعي قضية أكثر غموضاً كونه صورة ترتبط أساساً بقيم غير ملموسة يشارك الجميع في تكوينها، ومن بين الأطراف الفاعلين في تكوينه نجد المؤسسات الاقتصادية عبر تبنيها لعدة مناهج واستراتيجيات خلال أنشطتها من بينها المسؤولية الاجتماعية اتجاه أصحاب المصلحة، وعليه تهدف هذه الدراسة إلى إبراز العلاقة بين مفهومي المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة ورأسمال الاجتماعي.

لتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المقاربة السوسيو- اقتصادية في التحليل والتي تدمج بين الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية للمفاهيم، وتم التوصل إلى أن المسؤولية الاجتماعية تساهم في تكوين وتعزيز رأسمال الاجتماعي عن طريق تعزيز العلاقة مع أصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين، والوصول بالمؤسسة إلى أرقى مستويات المواطنة مما يعزز من إنتمائها للمجتمع والمشاركة في التنمية المستدامة.

الكلمات المفتاحية:

رأسمال الاجتماعي، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، أصحاب المصلحة.

Abstarct

Social capital has become more ambiguous issue because it concerns mainly intangible values which are shared by all, Economic institutions are among the elements actors in the formation of social capital through the adoption of several approaches and strategies in their activities, including social responsibility towards stakeholders. This study aims at shedding light on the relationship between concepts of corporate social responsibility and social capital.

In order to achieve the objectives of the study we adopted the socio-economic approach which is based on the integration of economic and social dimensions of concepts, and results showed that the corporate social responsibility contributes to the formation and enhancement of social capital by strengthening the relationship with internal and external stakeholders, and also allows of moving the institution to the highest levels of citizenship, and enhance its sense of belonging to the community then enhance their participation in sustainable development.

Key words :

Social capital, corporate social responsibility, Stakeholders.

تمهيد

يعكس رأسمال الإجماعي ارتباط الظواهر الاجتماعية بالتقدم الاقتصادي، وقد أصبح قضية أكثر غموضاً كونه صورة ترتبط أساساً بقيم غير منظورة أو ملموسة وكون الجميع يشارك في تكوينه ويستفيد من رصيده تلقائياً، باعتبار المؤسسة الاقتصادية وحدة من المجتمع فهي تأثر فيه وتتأثر به كما أن نمط وثقافة تسيير هذه الأخيرة لها تأثيرها الخاص ليس فقط على الاقتصاد القومي بل أوسع من ذلك على البناء الاجتماعي ككل، والمؤسسة في الأصل تنتشك من علاقات إجتماعية بين مجموعة من الأفراد لتحقيق هدف مشترك، بالتالي فهي تعد عنصر فاعل في تكوين رأسمال الاجتماعي سواء داخليا بين عمالها أو فيما بينها وبين مجتمعها ومحيط أعمالها.

حتى وقت قريب كان ينظر للمؤسسات الاقتصادية على أنها كيانات تعظم الأرباح و فقط، لكن مع فضائح المؤسسات الكبرى وافلاساتها بسبب الفساد وسوء الممارسات الإدارية أثير الانتباه إلى قضايا الحكم الراشد، الأخلاق، الثقة والمسائلة، كما ظهرت متغيرات وتوقعات جديدة بشأن علاقة المؤسسة بالمجتمع الذي تنشيط فيه وأصبح ينتظر منها أن توازن بين مصالح جميع الأطراف ذوي العلاقة بها، مما أدى إلى الحديث عن الأداء البيئي والاجتماعي إلى جانب الأداء المالي، وهنا زادت النقاشات حول المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.

ومن هنا ويهدف توضيح بعض جوانب هذين المفهومين و العلاقة بينهما يمكن طرح الإشكالية الأساسية لهذه الورقة البحثية من خلال التساؤل الأساسي التالي:

ماهي العلاقة بين راس المال الاجتماعي و المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة؟

بغرض الإجابة على الإشكالية المطروحة و للإحاطة بمختلف جوانب الموضوع تم تقسيم الدراسة إلى ثلاث محاور أساسية:

أولاً: ماهية رأس المال الاجتماعي

ثانياً: ماهية المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة

ثالثاً: المسؤولية الاجتماعية سبيل لتعزيز رأسمال الاجتماعي

أولاً: ماهية رأس المال الاجتماعي

إن المؤسسات التي تمتلك شبكات عمل نشيطة وفاعلة ومخزون عميق من الثقة وحس واضح بهوية المؤسسة، فإنها تحصل على نجاح كبير في مجال إنجاز العمل، مقارنة بتلك المؤسسات التي تتصف بكونها إلى حدٍ ما مجزأة، كذلك هو الحال بالنسبة للمجتمع والاقتصاد ككل فالجماعة التي يكون أعضاؤها جديرين بالثقة في بعضهم البعض سوف تكون أكثر قدرة على الإنجاز بالمقارنة مع الجماعات الأخرى، بالتالي فإن الفرق بين تقدم الجماعة الأولى والثانية يعود إلى رصيد رأس المال الاجتماعي، وسيتم في هذا العنصر توضيح مفهوم هذا الأخير والعلاقة بينه وبين العناصر الأخرى لرأس المال.

1- تعريف رأس المال

يقصد برأس المال الثروة، وقد قدمت عدة تعاريف لهذا المفهوم وتطور مع تطور الحياة الاقتصادية والاجتماعية، وذلك سواء بالنسبة للفرد، المنظمات أو المجتمعات، إذ أصبح يعرف بصورة عامة على أنه "مجموع الأصول المادية والقيم الأخرى التي يمتلكها شخص طبيعي أو اعتباري"¹، وعلى هذا الأساس يمكن تقسيم رأس المال إلى رأس مال مادي (ملموس) ورأس مال لا مادي (غير ملموس) ، مما يعني أن قيمة رأس المال (أي قيمة المؤسسة) تحدد كما يلي²:

القيمة الكلية لرأس المال = قيمة رأس المال المادي + قيمة رأس المال اللامادي

ويمكن توضيح هذه المعادلة من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم(01): عناصر وقيم رأس المال

	الأصول	الخصوم		
عناصر الميزانية القيمة الحالية	التثبيات	أموال خاصة	} أصول صلبة } أصول سائلة	} القيمة الكلية
	الأصول الجارية	ديون		
رأس المال اللامادي القيمة المعنوية	أصول معنوية	قيم و نوايا	} أصول غير ملموسة	

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على Iness bouden, jean-françois casta, l'identification du capital immatériel dans les états financiers : problématique et enjeux, p 3

من خلال هذا الشكل يتضح أن عناصر رأس المال المادي هي عناصر يمكن تحديدها إنطلاقاً من عناصر الميزانية (بالنسبة للوحدات) وقيمتها تكون غالباً أقل من قيمة ومجموع عناصر رأس المال اللامادي التي هناك اختلاف كبير فيما يخص تحديدها وتصنيفها نتيجة لاختلاف وجهات نظر الباحثين من جهة وكونها أصول معنوية من جهة أخرى، ومن خلال هذه الورقة البحثية يمكن تحديد أهم عناصر رأس المال اللامادي كمايلي³:

- رأس المال الفكري (المعرفي) (*intellectual*): يرتبط كثيراً برأس المال المالي والاجتماعي ويرتكز على نظام التعليم السائد في المجتمع الذي بتطوره يمكن خلق مجتمعات قوية ومزدهرة.
- رأس المال الثقافي (*Cultural*): عبار عن نظام معقد يتكون من مختلف التبادلات من مختلف أنواع رأس المال، وهو يشمل مختلف العمليات المشتركة الداخلية والخارجية للمجتمع.
- رأس المال البشري (*Human*): هو مزيج من رأس المال الاجتماعي والفكري بالإضافة إلى الخبرات التي قد يحصل عليها الفرد أو المجتمع وهو رأس مال يحمله الأشخاص بداخلهم.
- رأس المال الديني (*Spiritual*): يحتوي على جوانب من رأس المال الفكري والبشري لكنه أعمق وأقل قابلية للقياس، ورأس المال الديني الجيد يمكن من جعل الأفراد ايجابيين وفعالين.

- رأس المال الاجتماعي (*social*): إن الكيان الذي يملك رأس مال اجتماعي جيد هو الذي يستطيع اتخاذ قرارات صائبة ويكون له شبكة اتصالات فعالة، وهذا ما يؤكد على أهمية رأس المال الاجتماعي في تغيير الأوضاع السياسية والاقتصادية وتنظيم المجتمع.

1- تعريف رأس المال الاجتماعي

ينطوي مفهوم رأس المال الاجتماعي على جانبين أساسيين: جانب رأس المال الذي يشير إلى أنه مفهوم يتكون من خلال التراكم عبر فترات طويلة من الزمن، والجانب الاجتماعي الذي يدل على أنه رأس مال لا يكونه فرد بذاته (كما هو الحال في رأس المال المادي أو البشري) و إنما يتكون في إطار جماعة، وقد قدمت تعاريف كثيرة لهذا المصطلح و تطورت منذ ظهوره من خلال كتابات "هانيفان" عام 1916 إلى وقتنا الحالي، و بالرجوع الى مختلف تعريفاته⁴ يمكن القول أن " رأس المال الاجتماعي هو عبارة عن مجموعة من الموارد و القيم التي تتولد لدى الافراد نتيجة لعلاقاتهم الاجتماعية المختلفة و التي يمكن تنميتها وتوسيعها من خلال النشاطات و الانتماءات المختلفة و التي تمكن من تحقيق فوائد عديدة للفرد و الجماعة و المجتمع في مختلف المجالات"⁵.

2- علاقة رأس المال الاجتماعي بالأنواع الأخرى من رأس المال

يرتبط رأس المال الاجتماعي ارتباطا وثيقا بمختلف أنواع رأس المال الأخرى و يؤثر فيها بشكل كبير، حيث أنه⁶:

- يرتبط ارتباطا وثيقا برأس المال الطبيعي لأنه يقوم على العلاقات بين الافراد و الجماعات الذين يعتمدون بدورهم على البيئة الطبيعية.

- يسهل تطوير رأس المال الفكري من خلال التأثير على الشروط اللازمة لبناء العلاقات و تبادل و مزج الافكار و المعارف.

- فعال في تنمية رأس المال البشري في الشركات من خلال الخبرات التعليمية و التفاعلات الاجتماعية مع الموظفين الآخرين.

- يؤثر على رأس المال المالي من خلال زيادة الربحية، الخصبة السوقية، نمو المبيعات و الكفاءة التشغيلية... الخ، و كل هذا من خلال التفاعلات في مختلف الشبكات.

- يساعد على اقتناء و ادارة و استخدام رأس المال المادي (الصناعي) من خلال المعايير المشتركة، الاهداف و العلاقات الاجتماعية مع اصحاب المصلحة الخارجيين.

ثانيا: ماهية المسؤولية الاجتماعية

يعتبر مفهوم المسؤولية الاجتماعية من المفاهيم الحديثة نسبيا إذ أنه ظهر نتيجة لسلبات الرأسمالية الوحشية القائمة على تعظيم الأرباح ولو على حساب العمال واستغلالهم والمجتمع وانتهاك قيمه والبيئة وهدر مواردها، وفي ظل تصاعد الوعي البيئي والاجتماعي تم رفض هذه التجاوزات من قبل جهات ضاغطة (نقابات العمال، جمعيات حماية البيئة، جمعيات حماية المستهلك،...)، وأصبحت المسؤولية الاجتماعية ضرورة حتمية لاستمرارية نشاط المؤسسة، وعليه سيتم في هذا العنصر إبراز أهم المفاهيم المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وكذا أبعادها ومجالاتها.

1- تعريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

إن تعريف المسؤولية الاجتماعية شأنه شأن رأس المال الاجتماعي، إذ بالرغم من كثرة البحوث في هذا المجال لم يتم الإتفاق على تعريف واحد ومحدد لها، لكنها تعني بصورة عامة تحمل الشركات لمسؤولياتها اتجاه أصحاب المصالح من حملة الأسهم ، المستهلكين، العملاء، الموردين، العاملين وحتى البيئة والمجتمع وكذا إعطائهم نفس الاهتمام، ومن أهم التعريفات وأكثرها شيوعا تعريف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة بأنها: " الالتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل"⁷.

انطلاقا من هذا التعريف يمكن القول إن المسؤولية الاجتماعية تشمل معنيين:

- **المعنى الأول:** يركز على علاقة المؤسسة بأصحاب المصلحة وعدم إهمال حقوقهم خلال نشاطاتها.
- **المعنى الثاني:** يركز على دور المؤسسات في المجتمع وضرورة المشاركة في التنمية المستدامة بأبعادها الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية.

كما تجدر الإشارة إلى أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية يشهد تطورا وتحيينا مستمرا مع تطور المجتمع وتوقعاته وكذا تطور الأنشطة والمتغيرات الاقتصادية، فكلما تطورت بيئة الأعمال وتطورت طبيعة الاقتصاد والمجتمع كلما ظهرت معها تجاوزات وجرائم جديدة من قبل الشركات مما يظهر اهتمامات اجتماعية وبيئية جديدة، و لعل آخر مرحلة وصل إليها العالم اليوم هي مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في ظل الاقتصاد الرقمي واقتصاد المعرفة والاهتمام بقضايا الجرائم الإلكترونية والتكنولوجيا النظيفة⁸.

2- أبعاد ومستويات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

حدد الباحث Carroll أربع أبعاد للمسؤولية الاجتماعية يمكن توضيحها وفق تسلسل هرمي حسب الأولوية كما في الشكل الموالي:

الشكل رقم(01): أبعاد المسؤولية الاجتماعية حسب الباحث Carroll



المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على: Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. Business horizons, 34(4), 39-48, p-p: 2-4.

يوضح الشكل رقم(01) أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تتضمن عدة أبعاد منها البعد الاقتصادي، القانوني، الإنساني، الأخلاقي، حيث أن البعد الاقتصادي والقانوني هما الجوانب المسلم بها في أعمال المؤسسات لذلك يمثلان القاعدة المادية لبناء الهيكل الهرمي، بينما يمثل البعدين الأخلاقي والإنساني، الأكثر

حادثة في توجيهه وتعامل مؤسسات الأعمال في علاقاتها وتفاعلها مع المجتمع، وحسب Carroll فإن المؤسسة لا ينبغي أن تنتقل إلى مستوى معين دون الوفاء بالمستوى الذي قبله.

1- مجالات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

يقصد بالمجالات أوجه المسؤولية الاجتماعية التي تعكس الأداء الاجتماعي للمؤسسة، وما تجدر الإشارة إليه أن هناك مجالات أساسية وفق المفهوم التقليدي للمسؤولية اتجاء أصحاب المصلحة، ومجالات حديثة تشير إلى أرقى مستويات المسؤولية الاجتماعية كاستراتيجية تنافسية من خلال الاستثمار الاجتماعي، ويمكن توضيح هذه المجالات في ما يلي:

3-1- التزام المؤسسة اتجاء أصحاب المصالح

لم تعد المؤسسة الاقتصادية مسؤولة فقط عن تعظيم أرباح المساهمين (علاقة ثنائية الأطراف) ولكن ينبغي عليها أن توازن أيضا بين مصالح أصحاب المصلحة الذين يؤثرون ويتأثرون بعملياتها (علاقة متعددة الأطراف) وبناءا على ذلك تكون مسؤولياتها على النحو التالي⁹:

- المسؤولية اتجاء ملاك المؤسسة: عن طريق حماية الأصول وتعظيم قيمة السهم والمنظمة ككل.
- المسؤولية اتجاء العمال والموظفين: يعتبر المورد البشري أحد أهم عناصر المسؤولية الاجتماعية، وتشمل تحسين ظروف العمال وتدريبهم والرعاية الصحية لهم ولعائلاتهم والتعامل بمبدأ تكافؤ الفرص والمساواة وكذا تحسين المستوى المعيشي للعمال وعدالة الاجور.
- المسؤولية اتجاء الزبائن والمستهلكين: أسعار مناسبة، الإعلان الصادق، حماية المستهلك وتقديم منتجات آمنة، مع توفير خدمات ما بعد البيع وحسن الاستقبال وكذا احترام المواعيد.
- المسؤولية اتجاء الموردين: تسديد الالتزامات والصدق في التعامل.
- المسؤولية اتجاء المنافسين: التحلي بمبادئ المنافسة العادلة والشريفة وتقديم معلومات صادقة.
- المسؤولية اتجاء الحكومة وجماعات الضغط: احترام القوانين والتشريعات وتسديد الالتزامات الضريبية للدولة، وكذا احترام النقابات العمالية والتحاور مع جمعيات حماية المستهلك وحقوق الإنسان وغيرها.
- المسؤولية اتجاء المجتمع والبيئة: تقليل الآثار السلبية لأنشطة المؤسسة على المجتمع والبيئة، باحترام عادات وتقاليد المجتمع وكذا تبني سياسات الإنتاج والتسويق الأخضر وترشيد استخدام الموارد الطبيعية.

3-2- المبادرات الاجتماعية والاستثمار الاجتماعي

عرف الاقتصاديون الاستثمار بأنه التضحية المؤقتة بأموال حالية من أجل الحصول على أموال مستقبلية، مما جعله يختلف من حيث الهدف و الجوهر عن الاستثمار الاجتماعي، فجوهر هذا الاخير هو

تحقيق أهداف اجتماعية، تعمل علي تنمية أفراد المجتمع في النواحي الاقتصادية، التعليمية، الصحية وغيرها من النواحي التي تخدم احتياجات الفئات ذوي الدخل المنخفض أو الحاجات الخاصة في المجتمع، كما أنه يحقق الأرباح على المدى الطويل، لأن المبادرات الاجتماعية والبيئية تتحول مع مرور الوقت إلى استثمار مريح¹⁰.

مما سبق يمكن القول أن المبادرات الاجتماعية هي عبارة عن برامج للمسؤولية الاجتماعية تضعها المؤسسة وتسهر على تطبيقها والإنفاق عليها وهي تعتبر استثمارات في المجالات الاجتماعية والبيئية ويمكن تلخيص هذه البرامج في ثلاث مجالات¹¹:

- ❖ **برامج تنمية المجتمع المحلي:** مثل حملات التوعية بالمشاكل الاجتماعية كالمخدرات والتسرب المدرسي، وكذا رعاية النوادي الثقافية وحتى المشاركة في تطوير البنية التحتية والفوقية*.
- ❖ **برامج خاصة بالموظفين وعائلاتهم:** مثل برامج تكوين العمال وتحفيزهم وإقامة رحلات سياحية لهم، توعية العمال بمعايير الأمن والسلامة المهنية.
- ❖ **برامج المحافظة على البيئة:** برامج إعادة التدوير وتقليل الانبعاثات ورعاية المساحات الخضراء، وحتى المساهمة في حماية الحياة البرية والتنوع البيولوجي.

تعتبر المبادرات الاجتماعية استراتيجية تنافسية تكسب المؤسسة ميزة تنافسية مستدامة نتيجة لوعيها بأهمية دورها في المجتمع، وتيقنا منها بأن الإنفاق على أنشطة المسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى تحقيق ولاء والتزام أصحاب المصلحة الداخليين من جهة وكسب رضا أصحاب المصلحة الخارجيين من جهة أخرى، مما ينعكس إيجاباً على القدرة التنافسية للمؤسسة، كما أن تبني المؤسسات لهذه المبادرات يكون طوعياً عندما تصل إلى درجة عالية من ثقافة الانتماء للمجتمع الذي تنشط فيه، إذ تأخذ على عاتقها مسؤولية المساهمة في التنمية المستدامة لمحيط أعمالها، وخير مثال على ذلك هي المؤسسات متعددة الجنسيات¹².

وما تجدر الإشارة إليه أن المسؤولية الاجتماعية ليست مجرد الأعمال الخيرية والتطوعية، كما أن تبني المؤسسة للمسؤولية الاجتماعية لا يعني بالضرورة تبنيها لأنشطة أو مبادرات جديدة خارجة عن نشاطها، فهي تعبر أيضاً عن تصرفات وقيود مدمجة آلياً في الأنشطة المعتادة للمؤسسة، حيث تشمل الإنتاج وخلق الأرباح وتوفير فرص العمل بالدرجة الأولى¹³.

* البنية الفوقية تشمل الثقافة، المؤسسات، الأدوار الاجتماعية، بنى السلطة السياسية، ...

ثالثاً: المسؤولية الاجتماعية سبيل لتعزيز رأسمال الاجتماعي

تبين من خلال العرض السابق أن المسؤولية الاجتماعية تتجسد من خلال الوفاء بمصالح جميع الأطراف أصحاب المصلحة، كما ترتقي بالمؤسسة إلى مفهوم الأداء الشامل والمتوازن، ومن منطلق أن رأسمال الاجتماعي يعبر عن مجموعة الموارد و القيم التي تتولد لدى الافراد نتيجة لعلاقاتهم الاجتماعية المختلفة والتي تحكمها عدد من القيم والمعايير كالثقة، الالتزام الاحترام... الخ، وبما أن علاقة المؤسسة بأصحاب المصلحة وعلاقتها بالمجتمع ككل تكون قوية ومتينة وشفافة في حال انتهاجها منهج المسؤولية الاجتماعية، فإن تعزيز هذه العلاقة من شأنه تعزيز رأسمال الاجتماعي في المجالات التالية¹⁴:

1- تعزيز رأسمال الاجتماعي على المستوى الجزئي (داخل المؤسسة)

يتجسد رأسمال الاجتماعي داخل المؤسسة في العلاقات بين العمال في مختلف المستويات وكذا العلاقة بين المساهمين والمسيرين، وتكون المسؤولية الاجتماعية سبيلا لدعم وتنمية رأسمال الاجتماعي داخل المؤسسة عن طريق حماية مصالح أصحاب المصلحة الداخليين (العمال والمساهمين)

انطلاقاً من تبني المؤسسة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية فهي تضمن حماية الحقوق القانونية والإنسانية للعمال وفق مبدأ تكافؤ الفرص والمساواة، وكذا تحسين ظروف عملهم وتدريبهم ومكافئتهم، بالإضافة إلى العمل على المبادرة بتوفير مراكز للتسلية والترفيه وتقديم خدمات العلاج والنقل والأكل بالمجان، كل ذلك ينعكس إيجاباً على رفع معنويات العاملين إلى جانب ارتفاع مستوى الشفافية والانفتاح والتحلي بالسلوكيات والأخلاق الحميدة وكذا نبذ كل أشكال الفساد والبيروقراطية، كل هذا من شأنه أن يغير الدوافع التي تحكم علاقات العاملين ومفاوضات النقابات العمالية بحيث يحكمها المزيد من التعاون وليس العداة، كما يؤدي إلى زيادة ثقة العمال في المؤسسة ويزرع خصال الوفاء والاخلاص في تأدية المهام ويعزز شعورهم بالفخر التنظيمي للمؤسسة، مما يمكن من خلق نظام داخلي مستقر ينعكس على تعزيز رأسمال الاجتماعي بما يضمن حسن سير العمل والتعاون من أجل تحقيق المنفعة العامة.

كما لا يمكن اهمال المنافع الجمة التي تنعكس على العلاقة بين المساهمين والمسيرين في إطار تبني المسؤولية الاجتماعية، إذ أنها تجنب المؤسسة الكثير من الخلافات والصراعات التي تمزق مجلس الإدارة والإدارة العليا، بالتالي فهي تخلق نوع من التفاهم والوعي بالأهداف المشتركة بالرغم من تضارب المصالح.

2- تعزيز رأسمال الاجتماعي على المستوى الكلي (المجتمع)

يتجسد رأسمال الاجتماعي على المستوى الكلي في الروابط الاجتماعية سواء بين أفراد المجتمع فيما بينهم أو بينهم وبين الحكومة وكذا بين المؤسسات بصفاتها أفراد، تجدر الإشارة إلى أن تبني المؤسسة للمسؤولية الاجتماعية ينعكس على إرضاء مصلحة المجتمع المحلي في إطار مجموعة من القيم والأخلاق والمبادرات التي تنعكس إيجابيا على رصيد رأسمال الاجتماعي، ويمكن توضيح ذلك من خلال ما يلي:

- عندما تصل المؤسسة إلى مستويات متقدمة من المسؤولية الاجتماعية فهي تقدم مجموعة من المبادرات التطوعية والأعمال الخيرية كمساعدة الفقراء، رعاية النوادي الثقافية والرياضية، القيام بحملات توعوية ودورات تثقيفية وحتى برامج البنية التحتية... الخ، وكل ذلك يعزز من العلاقات الاجتماعية بين الأفراد ويغرس روح التعاون والمساعدة، كما يعكس تضامن المؤسسة وقوة انتمائها إلى المجتمع.

- تساعد على تجنب أشكال الفساد ونبذ الرشوة والبيروقراطية والالتزام بالصدق، الشفافية والقيم الأخلاقية في تعاملات المؤسسة مع مختلف الفاعلين في المجتمع مما يساهم في تعزيز الثقة والتعاون والاحترام بشكل يعزز الترابط الاجتماعي بين أفراد المجتمع.

- تمكن من زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع مع توليد شعور عالي بالانتماء من قبل الأفراد ذوي الاحتياجات الخاصة كالمعوقين وقليلي التأهيل والأقليات والمرأة والشباب، وكذا توفير نوع من العدالة الاجتماعية والاستقرار الاجتماعي.

- تقتضي المسؤولية الاجتماعية والنزاهة والقيم الأخلاقية في التعامل اتجاه الموردين والعملاء تعزيز الروابط الاجتماعية معهم بما يضمن رضاهم وتضامنهم وإخلاصهم، كما أن هذان الطرفان ما هما إلا أفراد في المجتمع وعن طريقهم تصدر المؤسسة القيم العادلة والأخلاق الطيبة إلى المجتمع.

وما تجدر الإشارة إليه أن رأسمال الاجتماعي باعتباره القيمة المضافة التي تخلقها الروابط الاجتماعية في إطار التعاون المشترك، التفاهم، الثقة والاحترام فإنه لا يمكن تجزئة قيمته أو فصل مكوناته، كما أن تراكم رأسمال الاجتماعي يتوزع على الجميع، مما يعني أن تعزيز الروابط الاجتماعية مع أصحاب المصلحة الداخليين سيأثر إيجابيا على الروابط الاجتماعية مع أصحاب المصلحة الخارجيين والعكس صحيح.

2-1- تعزيز رأس المال الاجتماعي من خلال دعم القيمة التشاركية و المواطنة لدى المؤسسة

بالرغم من أن مسؤولية التنمية الاقتصادية والاجتماعية تقع على عاتق الحكومات إلا أن احتياجات المجتمع المحلي تجاوزت هذا المفهوم التقليدي، وأصبحت كل الأطراف في المجتمع بما فيها المؤسسات مطالبة ببذل كل الجهود من أجل المساهمة في إحداث التنمية المستدامة في ظل إقامة شراكات بين الحكومة والقطاع العام والقطاع الخاص والمجتمع المدني.

يعكس هذا الاتجاه المفهوم الحديث للمسؤولية الاجتماعية والقائم على أساس مبدأ المواطنة الذي يقتضي قيام أفراد المجتمع بواجباتهم مقابل حقوقهم المكتسبة، وأن المؤسسات ماهي إلا مواطن أو فرد ينشط في المجتمع يؤثر فيه ويتأثر به، وأن العلاقة بين المؤسسة والمجتمع إنما هي علاقة أخذ وعطاء، فلا يمكن أن تقام المؤسسة دون روابط اجتماعية، ولكي تستفيد من المجتمع ومن الموارد الطبيعية والبشرية المتاحة يجب أن تجنبه أضرارها وأن تسعى لتنميته في إطار تعاقد اجتماعي يدعم القيم التشاركية بينها وبينه، حتى وإن كان ذلك خارج أنشطتها ولا يحقق لها أرباح مباشرة.

تبنى مفهوم المسؤولية الاجتماعية ينتقل بالمؤسسة إلى أرقى مستويات المواطنة ويعزز من ثقافة انتمائها للمجتمع كما يجعلها مواطن صالح ينشر القيم والأخلاق الطيبة في المجتمع ويشعر بمسؤولية التغيير ويساهم في تطوير مجتمعه وحل مشاكله ويرصد قضاياها باستمرار وهذا هو جوهر رأسمال الاجتماعي. بناء على ما سبق يمكن القول أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تعزز وعيها بأهمية الشراكة والتعاون والتشاور بين الحكومة والقطاع الخاص والمجتمع المحلي لإحداث التنمية الاقتصادية والاجتماعية واستدامتها، بالتالي فإن هذا التعاون يعزز من تراكم رأسمال الاجتماعي ويسمح بخلق قيمة مضافة تشاركية ومستدامة.

خاتمة

يُعد تراكم رأسمال الاجتماعي مفتاحاً لنمط جديد من التنمية هي الأكثر إنسانية واستدامة، حيث أنه يجسد قابلية جميع أفراد المجتمع واستعدادهم الجاد لتحقيق أهداف مشتركة، من خلال تنمية العمل الجماعي المتناسك، وحسب مبدأ المواطنة للمؤسسات فإن هذه الأخيرة ماهي إلا فرد أو مواطن في المجتمع له حقوق وواجبات اتجاه مجتمعه.

تقع على عاتق المؤسسة مسؤولية إدارة العلاقات الاجتماعية مع مختلف أصحاب المصلحة سواء الداخليين أو الخارجيين وتسخير الجهود لتحقيق روابط اجتماعية منتجة معهم، وتعتبر المسؤولية الاجتماعية من بين الممارسات الإدارية الداعمة لهذه الروابط، حيث أنها تسمح بالاندماج الجيد والفعال للمؤسسة في المجتمع، بالتالي فهي آلية للاستثمار في رأسمال الاجتماعي وتعزيزه سواء داخل المؤسسة بين عمالها أو

فيما بينها وبين مجتمعها ومحيط أعمالها، وذلك من خلال مجموع القيم والمبادئ والأخلاقيات التي تتبناها المؤسسة بموجب مسؤوليتها الاجتماعية، كما أنها ترتقي بالمؤسسة إلى اكتساب ثقافة المواطنة وتعزز من شعورها بالانتماء للمجتمع وتحمل مسؤولية تطويره وعدم إلحاق الضرر به.

الهوامش

¹ dictionnaire de droit privé définition de capitale (droit des sociétés)

² Thlbaut protopapa, la valorisation du capital immatériel : avantages, inconvénients et perspectives pour les PME, mémoire pour l'obtention du diplôme de master, haute école ICHEC, 2015/2016., p-p 15-19

³ permaculture : eight forms of capital, no 68, p p 58-59

⁴ سرارمة مريم و آخرون، الخلفية النظرية لراس المال الاجتماعي، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول الخيارات الكفيلة بتنمية واستدامة رأسمال الاجتماعي "رؤى متقاطعة"، أيام 10/09/08 أكتوبر 2017، جامعة التكوين المتواصل، خنشلة، الجزائر، ص: 10.

⁵ المرجع السابق، ص: 11.

⁶ Moses Acquah and others, measuring and valuing social capital, A Systematic Review, p12

⁷ World Business Council for Sustainable Development, J. C. (2001). **The Business case for sustainable development: Making a difference towards the Johannesburg summit 2002 and beyond.** , p :06.

⁸ ليلي بلغول وسندس شايب عينو، التكامل العملي بين الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ودوره في تعزيز رأسمال الاجتماعي "مقاربة سوسيو-اقتصادية"، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول الخيارات الكفيلة بتنمية واستدامة رأسمال الاجتماعي "رؤى متقاطعة"، أيام 10/09/08 أكتوبر 2017، جامعة التكوين المتواصل، خنشلة، الجزائر، ص: 12.

⁹ Jamali, D., Safieddine, A. M., & Rabbath, M. (2008). **Corporate governance and corporate social responsibility synergies and interrelationships.** Corporate Governance: An International Review, 16(5), 443-459, p :17.

¹⁰ <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=255682> , Consulté le : 01/09/2017

¹¹ صالح الحموري ورولا المعايطه، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات من الألف إلى الياء، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان - الأردن -، 2015، ص-ص: 173-183.

¹² ليلي بلغول وسندس شايب عينو، مرجع سبق ذكره، ص: 14.

¹³ Sahut, J. M., Boulerne, S., Mili, M., & Teulon, F. (2012). **What Relation Exists between Corporate Social Responsibility and Longevity of Firms?.** International Journal of Business, 17(2), 152., p: 03.

¹⁴ ليلي بلغول وسندس شايب عينو، مرجع سبق ذكره، ص-ص: 20-22.

المسؤولية الاجتماعية من منظور اعلامي

—دراسة في تأصيل المفهوم—

الباحثة: شيقر سليمة- شيقر نادية

جامعة الجزائر 03-جامعة الجزائر 02.

مقدمة:

يرتبط الاعلام في العصر الحديث ارتباطا وثيقا بدوره في المجتمع وعلاقته بالفرد المتلقي، كون هذا الأخير يعتبر الحلقة الأخيرة والمهمة في عناصر العملية الاتصالية وكيفية استقباله للرسالة الاعلامية ومدى استيعابه لها وتناغمه مع مضمونها من عدمه، وهو ما اتجه بالفكر الاجتماعي الى ربط نشاط وسائل الاعلام بالمجتمع من خلال تحميله مسؤولية نقل الواقع من قبل وسائل الاعلام باختلافها اخذين بعين الاعتبار مسؤولية تماشي ما ينشر ويذاع من مضامين اعلامية مع ذلك الواقع، بمعنى عدم استخدام مصطلح الحرية كمفهوم مطلق مثلما حدث في النظم الاعلامية والاتصالية الليبرالية التي أطلقت العنان لممارسة الحرية الاعلامية حتى تم تمييعه من قبل الاعلاميين ما نجم عنه فوضى اعلامية كبيرة وانسلاخ بين وسائل الاعلام والرأي العام (الجمهور)، فالمسؤولية الاجتماعية في الاعلام أنت كردة فعل عن نظرية الحرية في النظم الليبرالية، اخذة مفهوم الحرية في حد ذاتها كمسؤولية أمام المجتمع الذي تنشط فيه، وقد شاع استخدامهما في الوطن العربي والجزائر بالخصوص نظرا للخصوصية الثقافية التي تتغذى من البعد الديني العقائدي اغمحافظ وترسيخ قيم الهوية واعتبار منظومة القيم من بين مواضيع المقدسة التي لا يمكن العبث بها من قبل وسائل الاعلام، ورغم عدم امكانية الجزم عن نجاحها من عدمه كممارسة فعلية في الجزائر الا أن قوانين الاعلام الجزائرية برمتها بنت أغلب بنودها وموادها على مبادئ المسؤولية الاجتماعية لتماشي أفكارها مع أفكار المجتمع الجزائري، مايسهل تعاطيها من قبل وسائل الاعلام والاعلاميين والرأي العام.

وعلى هذا الأساس نطرح الاشكالية التالية:

ما مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الاعلام؟ وماهي أبعادها في قوانين الاعلام الجزائرية؟

ويندرج عن هذا التساؤل الرئيس التساؤلات التالية:

- كيف تطبق المسؤولية الاجتماعية كاتجاه فكري اجتماعي في ميدان الاعلام؟
- مامدى ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الوسائل الاعلامية الجزائرية؟

مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الاعلام:

هي نظرية أخلاقية تعتبر أنه ليس هناك حرية مطلقة للصحافة وانما حرية مسؤولية تقوم أو يجب أن تقوم على مبادئ وأخلاق انسانية نبيلة، وعلى الصحافة أن تتقيد بها وتحترمها حتى لا تزيغ عن رسالتها الأساسية وهي خدمة الصالح العام. (ليلي عبد المجيد، ص 120)

بدايات المسؤولية الاجتماعية في الاعلام كنظرية:

تميزت الفترة التي سبقت ظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية، بسيطرة نظرية الحرية على المجتمع الغربي والتي تميزت بانحرافات سادت في ميدان الصحافة ثم في باقي وسائل الاعلام، حيث بلغت ذروتها عند نهاية الحرب العالمية الثانية، ونتيجة لذلك ظهرت محاولة لايجاد بديل لهذه النظرية حيث تشكلت لجنة لحرية الصحافة مكونة من اثني عشر أستاذا أكاديميا يرأسهم البروفيسور "روبيت هونشير" وضمت بين أعضائها أبرز نقاد الصحافة الأمريكية مثل "وليم ديفرز" و"ثيودور بترسون".

وقد أجرت اللجنة دراستها على الصحافة الأمريكية بتمويل من مجلة تايمز الأمريكية ودائرة المعارف البريطانية وقدمت تقريرها في كتاب أعدته اللجنة عام 1947 بعنوان "صحافة حرة مسؤولة"، ولقيت عوة لجنة حرية الصحافة لصحافة حرة ومسؤولة صدى داخل الولايات المتحدة الأمريكية وخارجها في بلدان أوروبا وعلى رأسها المملكة المتحدة فتشكلت اللجنة الملكية الأولى للصحافة عام 1994 ودعت الى ضرورة احساس العاملين في الصحافة بمسؤوليتهم الاجتماعية و وافق الممارسون في الولايات المتحدة الأمريكية على أن الحرية السلبية في النظرية الليبرالية غير مرغوبة في المجتمع الحديث، وأن الحرية لا بد أن ترتبط بالمسؤولية فالانسان ليس كائنا

عاقلا راشدا بل عرضة عمليات تأثير واسعة النطاق من قبل خبراء العلاقات العامة.(عبد اللطيف حمزة، 1995، ص 122، 124)

ان الصحافة في ظل مبدأ سوق الأفكار الحرة تمكنت من زيادة قوتها ونفوذها حتى غدت مملوكة لفئة من أصحاب المصالح والمؤسسات التجارية الذين أخذوا يمارسون احتكارا على الأفكار التي تصل للجماهير حتى أصبح الناس رغم عقلانيتهم وقدرتهم على التفكير واتخاذ القرار السليم، غير قادرين على التمييز بين الحقيقة والدعاية البارعة الذكية.

ان التطور الاقتصادي والتقني لوسائل الاعلام قلل من قدرة الأفراد والجماعات على المشاركة في هذه الوسائل مما أتاح الفرصة لوسائل الاعلام أن تسلط الأضواء على فئات معينة من المجتمع وتنسى السواد الأعظم من الناس.

تركيز الصحافة واهتمامها بالمضامين الاجتماعية السطحية واثارة المشاعر والأحاسيس على حساب معنويات الشعب وقيمه.

التعدي على خصوصيات الأفراد وانتهاك الحرمات الشخصية لأفراد المجتمع وبخاصة رموزه المعروفة والمشهورة.

الوعي المتنامي بفشل فكرة " سوق الأفكار الحرة" وعدم قدرتها على الوفاء بالوعد التي قطعها مؤيدو هذه الفكرة بتلبية حاجات المجتمع.(عبد اللطيف حمزة، ص 124)

المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية:

-ان الصحافة وكذلك وسائل الاعلام الأخرى يجب أن تقبل وأن تنفذ التزامات معينة اتجاه المجتمع.

-يمكن تنفيذ هذه الالتزامات من خلال الالتزام بالمعايير المهنية لنقل المعلومات مثل الحقيقة والدقة والموضوعية والتوازن.

-ان الصحافة يجب أن تتجنب نشر ما يمكن أن يؤدي الى الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية أو توجيه أية اهانات الى الأقليات.

- ان الصحافة يجب أن تكون متعددة وتعكس تنوع الاراء وتلتزم بحق الرد.
 - ان للمجتمع حقا على الصحافة في أن تلتزم بمعايير رفيعة ادائها لوضائفها.
 - ان التدخل العام يمكن أن يكون مبرر التحقيق المصلحة العامة. (محمد عبد الحميد، ص 27)
- وظائف ومهام نظرية المسؤولية الاجتماعية في الاعلام:**

جاءت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الاعلام لتعزز مفهوم الحرية الاعلامية لكن هذه الحرية ليست مطلقة والفكرة الأساسية للنظرية أن الحرية لا بد لها من مسؤوليات واتلزمات، وقد عملت لجنة "هوتشنز" على وضع مجموعة من التصورات حول وظائف الصحافة في المجتمع الحديث وعدد من التوصيات للحكومة والمؤسسات، ومن هذه الوظائف التي رأت اللجنة أن على الصحافة القيام بها ما يلي:

- تقديم تقرير صادق وشامل وذكي عن الأحداث اليومية.
- أن تعمل الصحافة كمنبر لتبادل التعليق والنقد.
- أن تقدم صورة للجماعات المتنوعة التي يتكون منها المجتمع.
- أن تبرر أهداف المجتمع وقيمه وتوضحهما.
- أن توفر معلومات كاملة عما يجري يوميا. (محمد عبد الحميد، ص 25)

وللصحافة جملة من الوظائف كذلك في ظل المسؤولية الاجتماعية لعل أبرزها:

- الوظيفة السياسية باعلام المواطنين بما تفعله الحكومة والقوى السياسية الأخرى، بحيث تغدو جزء متكامل من العملية السياسية، وهي الوظيفة التي تسمى بالوظيفة الرقابية.
- الوظيفة التعليمية: باتاحة الفرصة لعرض الأفكار والاراء ومناقشتها: لتكون منتدى الأفكار.
- الصحافة كخدمة لضخ المعلومات المتوازنة والدقيقة.
- الوظيفة الثقافية كمرآة للمجتمع وتأكيد قيمه.
- الوظيفة الاقتصادية لتعريف الناس بالسلع والخدمات.

• وظيفة التأريخ.

وهناك وظائف أخرى وضعها النقاد البريطانيون تتمثل في: اثاره الاهتمام بالقضايا العالمية كالبيئة والموارد والسكان ومشكلات التصحر وجرف التربة وطبقة الأوزون، والتصدي للأفكار الشوفينية والتعرات القومية، التي تهدد بالحروب وعدم الاستقرار في العلاقات الدولية. (محمد حسام الدين، 2003، ص65)

مفهوم الحرية من منظور المسؤولية الاجتماعية:

توجد مجموعة من المعايير التي أطر لها أصحاب هذه النظرية، والتي تشرح مفهوم الحرية كمصطلح مهم جدا بالنسبة للمجال الاعلامي كممارسة وللجمهور .

* حيث أن الحرية تعتبر كحق وواجب ومسؤولية ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الاعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع من خلال وضع مهنية الاعلام كالصدق والدقة و...

* يجب على وسائل الاعلام أن تتولى تنظيم أمورها ذاتيا في اطار القانون الذي تعمل فيه المؤسسات.

* يجب أن تكون وسائل الاعلام تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع .

* للجمهورية العامة الحق في أن يتوقع من وسائل الاعلام مستويات اداء كليا وأن التدخل في شؤون هذه الوسائل يمكن أن يكون تحقيق هذه المصلحة العامة.

* يجب أن يكون على الاعلاميين أن يكونوا مسؤولين أمام المجتمع وأمام مسؤولياتهم الاعلامية.

* ترفض هذه النظرية نشر أو عرض كل مايساعد على الجريمة، وماله تأثير سلبي كما ترفض تدخل وسائل الاعلام في شخصيات الأفراد.

* ملكية وسائل الاعلام مسموحة للجميع بدون استثناء. (محمد عبد الحميد، ص 122)

كما أن للصحافة والاعلام بشكل عام مجموعة من المعايير التي تنظم الاداء المهني في ظل المسؤولية الاجتماعية وهذه المعايير تحفظ حقوق وواجبات كل الأطراف المعنية بالرسالة الاتصالية وتتمثل هذه المعايير في:

يلخص أجي وأولت واميري القانون الأخلاقي للصحافة في خمس دوائر متداخلة :

1-الدائرة الداخلية: الأصغر وتمثل المعايير المهنية والممارسات الأخلاقية للأفراد، بالإضافة الى حراس البوابة، الذين يحددون ماذا نقرأ ونسمع ونرى.

2-الدائرة الثانية: تمثل معايير الوسيلة الاعلامية ومواثيقها الداخلية، سواء كانت مكتوبة أو غير مكتوبة، ولابد أن يستجيب الافراد في الدائرة الأولى لمعايير المؤسسة في الدائرة الثانية.

الدائرة الثالثة: لمعايير المهنة التي تضعها الهيئات الصحفية المستقلة لتنظيم عمل وسائل الاعلام المختلفة، مثل الجمعية الأمريكية لمحري الصحف، وجمعية الصحفيين المهنيين.

الدائرة الرابعة: تمثل الفلسفات الاعلامية الأساسية وقوانين الحكومات في النظريات المختلفة السلطوية، السوفيتية، الليبرالية والمسؤولية الاجتماعية، وتحت مفهوم المسؤولية الاجتماعية توجد واجبات الملاك والمدبرين.

الدائرة الخامسة: وتمثل الحدود التي يسمح بها الناس لكل معايير النشاط الانساني، والتي لا تتخطاها الهيئات والأفراد.(محمد حسام الدين، 2003، ص ص65، 66)

مظاهر وواقع تطبيق نظرية المسؤولية الاجتماعية:

1-مظاهر التطبيق:

بعد صدور تقرير لجنة "هوتشمر" سارعت العديد من الدول الى الاستجابة، بداية من الولايات المتحدة الأمريكية التي صدر بها التقرير الى الدول الأوروبية وخاصة بريطانيا التي استجابت بسرعة حيث تشكلت اللجنة الملكية الأولى للصحافة عام 1949، ودعت الى الالتزام العملي في الصحافة بمسؤوليتهم الاجتماعية كما تم تشكيل مجلس للصحافة، لكن فكرة تقديم معونات للصحف لقيت رفضا شديدا في بريطانيا وغيرها من دول أوروبا خوفا من استغلال الحكومات لها في التدخل في شؤون الصحافة، لكن هناك دول أوروبية أخرى اعتمدت على تقديم اعانات للصحف وحققت نتائج كالسويد التي واجهت حظر سيطرة الاحتكارات على صحافتها بانشاء نظام تقديم اعانات حكومية للصحف بهدف المحافظة على التنوع الصحفي.

وفي الولايات المتحدة الأمريكية تم تشكيل لجان رقابة أهمها لجنة الاتصالات الفدرالية ولجنة "كارنيجي" لتي شكلها الرئيس "جونسون عام 1964" والتي قدم تقريرا يطالب الكونغرس بإنشاء مكتب فدرالي للتلفزة العامة.

وانطلاقا مما سبق فان النظرية المسؤولية الاجتماعية قد لقيت اقبالا على تطبيقها منذ ظهورها وذلك في معظم الدول الليبرالية ولكن بدرجة متفاوتة. (بلقاسم بروان، ص 27)

2-واقع التطبيق:

من بين العوامل التي تساعد على تجلية الرؤية حول مدى تطبيق نظرية المسؤولية الاجتماعية في المجتمعات الغربية أن هناك مشكلة أساسية تتعلق بهذه النظرية في الولايات المتحدة الأمريكية نفسها، حيث لا يوجد اتفاق عام حول مسؤوليات الاعلام، وسبب ذلك يعود الى موقف الاعلاميين الأمريكيين أنفسهم الذين لا يرغبون في تحديد المسؤوليات بصورة دقيقة وحاسمة خشية ان يؤدي هذا التحديد الى محاولة الزامهم بتلك المسؤوليات وهذا بلا شك يتضمن تهريا من المسؤولية.

هذا بالإضافة الى سيطرة أصحاب رؤوس الأموال على وسائل الاعلام وكذا توجيه الجماعات الضاغطة لوسائل الاعلام، اضافة الى توجيه وسائل الاعلام ذاتها الى الاهتمام بالترفيه الرخيص الذي يعتمد على الجنس وكل ما يحط من قيمة الانسان في مقابل القيم الانسانية الراقية.

وبناء على ما سبق فانه يمكن القول بأن نظرية المسؤولية الاجتماعية في الاعلام غير مطبقة في المجتمعات الغربية عموما، وأن هذه النظرية بقيت حبرا على ورق ولم تطبق لا في الغرب فقط الذي يعد مهدها ولكنها لم تطبق في العالم بأسره لأن وسائل الاعلام في الدول النامية تابعة الى وسائل الاعلام في الغرب أو الدول المتقدمة سواء من حيث البرامج ومن حيث السياسة المتبعة أو التوجه العام، ذلك أن كل وسائل الاعلام يسيطر عليه مستثمرون ورجال أعمال هدفهم هو الربح فقط. (بلقاسم بروان، ص 28)

ارتباط المسؤولية الاجتماعية للاعلام بالرأي العام:

يدور الحوار حول النظام الاعلامي ونظم الاتصال داخل الدولة وخارجها ومدى سيطرتها في مجالات المعلومات، والصعوبات التي يمكن أن تطرحها هذه الأوضاع في مجال تكوين رأي عام على المستوى الداخلي، وكلها موضوعات كثيرا ما يثيرها الباحثون لتأكيد هذه العلاقة بين مفهوم المسؤولية الاجتماعية ومفهوم الرأي العام .

ونظرا لأن القضايا التي تؤثر في تشكيل الرأي العام في العصر الحديث هي قضايا ترتبط بالمعلومات والقدرة على تجميعها واعادة تشكيلها، فان التلفزيون يظل أهم وسيلة في دول العالم النامي، الأكثر انتشارا وتأثيرا في الرأي العام على تحقيق أركان المسؤولية الاجتماعية للاتصال الجماهيري، نظرا لانخفاض نسب القراءة وارتفاع مستوى الأمية وهو عامل لايسمح بصياغة مضمون قادر على بناء الفكر الناقد الواعي للأبعاد المختلفة للقضايا والمشكلات المستجدة داخل المجتمع وخارجها، لمناقشتها بموضوعية ولتكوين رأي عام تجاهها. (رمضان عبد المجيد، 2013، ص 369)

وفي هذا الاتجاه شرعت الجزائر بشكل متدرج في فتح المجال للقنوات التلفزيونية الفضائية لبث برامجها على المشاهدين الجزائريين قصد تشكيل رأي عام متصل بالقضايا التي تخدم مصالح الوطن، وسد الطريق أمام تأثيرات القنوات التلفزيونية الأجنبية التي توجه رسائل تعكس توجهات المنظومة الاعلامية الوطنية القائمة على الوحدة و الترابط والأمن والاستقرار.

وقد حصر الباحث "عزي عبد الرحمن" عددا من المتغيرات التي ترتبط بمفهوم الرأي العام، وتتمثل في تقليص ظاهرة الأمية، وانتشار التعليم، وتزايد مشاركة الكثير من الفئات الاجتماعية في الحياة السياسية وغيرها، وهو الأمر الذي جعل الجماعات المختلفة في هذه المجتمعات تطالب بأن يؤخذ رأيها بعين الاعتبار اعلاميا وسياسيا، ويرتبط المفهوم أيضا بظاهرة الديمقراطية، اذ يلعب الاعلام دورا خاصا في عرض الاراء المختلفة المتباينة والمتصارعة كي يتمكن الجمهور، بناء على ذلك من تكوين رأي عام.(رمضان عبد المجيد، 2013، ص 369)

وهناك جملة من القضايا والتحديات العديدة التي تواجه مجتمعاتنا العربية يمكن بلورتها واختزالها في اطار التحدي الثقافي والمعرفي، وتمثل قضايا التعليم والاعلام جوهر هذا التحدي،

والذي أصبح حقيقة واقعة في عصر العولمة، التي أزلت الحدود وحولت العالم الى قرية كونية يتحكم في مصيرها قطب أوحده، يهدف الى اذاعة ونشر القيم المقبولة من جانيه، ورفض ونبذ الأشكال الاجتماعية والثقافية والقيمية غير المقبولة من المجتمع الغربي الذي تنتمي اليه الدول المصنعة الرأسمالية الكبرى. ومن ثم فالتعاون الدولي عن طريق عزل وادانة الدول التي تفسر هذه القيم بطرق مختلفة... وفي ذلك يقول عبد الاله بلقزيز: "أن العولمة ماهي الا التغيير المكشوف عن السيطرة الثقافية الغربية التي توظف مكتسبات الثورة المعلوماتية لهذا الغرض"، وفي ذات الموضوع يشير "سمير أمين" أن العولمة طرحت نفسها كإيديولوجيا تعبر عن النسق القيمي للغرب على حسب النسق القيمي للحضارات الكبرى". (نسمة البطريق، ص 6)

المسؤولية الاجتماعية في الاعلام الجزائري من خلال قانوني الاعلام 1982 - 1990:

رغم اختلاف الظروف التي أدت الى ظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية وما مر به الاعلام الجزائري من تغيرات اجتماعية وسياسية واقتصادية، الا أن كليهما يهدفان الى الحفاظ على الجماهير كعينة من المجتمع العام من خلال تحديد المسؤوليات اللازمة لتحقيق ذلك وكذا وضع الخطوط الدقيقة للمفهوم الاجرائي والميداني لها من خلال رسم الضوابط القيمة والاجتماعية التي تلزم الصحفي بضرورة التحلي بها، ولن يضمن مصلحة المجتمع ويعمل على دوامها كما يفكر في مصلحته الشخصية، الا أن الفارق يكمن في أن للنظرية المسؤولية الاجتماعية مسؤولية اختيارية في حين المسؤولية التي حددها القانون فهي اجبارية الزامية يعاقب عليها الصحفي اذا ما خالفها.

وما يلفت انتباهنا أيضا اهتمام كل من النظرية والقوانين بموضوع المسؤولية الاجتماعية على عاتق الصحفيين تمنعهم من النشر الاعتباطي لحديثات الموضوع الخاص بالظاهرة، وذلك للآثار التي قد يخلفها هذا النشر على أعضاء المجتمع، حتى أن كلا القانونين خصصا جمهور القصر

وأن لا تنتشر بأية وسيلة ماقد يدعو الى التحريض على العنف أو الاجرام.

هذا ما أدى الى ظهور رأيين: الأول يعتبر أن نشر الجريمة أمر ضروري ولا بد منه من أجل الاعلام ومساعدة المجتمع على اقتلاع الظاهرة، ولا يمكن أن يهدف الصحفي الى التحريض عند

نشره للموضوع، وأن مثل هذه الظاهرة المثيرة من الممكن جلب أكبر عدد من الجماهير لتحصيل الربح المادي باعتبار أن موضوع الجريمة مثير والجمهور يبحث عن الاثارة.

أما الرأي الثاني: يعتبر نشر الظواهر الاجرامية مثلا في وسائل الاعلام يؤدي الى ترويج السلوك الاجرامي بذاته ولذا لا بد من من الحفاظ على المجتمع وأن يتحمل الصحفي مسؤولية ذلك وأن يحذف من وسائله كل ما يؤدي الى التحفيز سواء مباشر أو غير مباشر.(عايش حليلة، 2008 - 2009، ص74)

نقد نظرية المسؤولية الاجتماعية:

ورغم أن نظرية المسؤولية الاجتماعية قامت على نقد نظرية الحرية في الاعلام وعرضت نفسها كبديل لتصحيح الانزلاقات التي وقعت فيها نظرية الحرية. الا أنها لم تستطع أن تكون البديل ولا المصحح لهذه النظرية والدليل هو مواجهتها للعديد من الانتقادات، التي تناولت مختلف جوانبها انطلاقا من مبادئها وصولا الى طرق تطبيقها ومن هذه الانتقادات نذكر:

- يقول ميريل أن الاعتماد على المسؤولية الاجتماعية كمعيار للحكم على الصحف يعتبر بمثابة خيانة من وجهة نظر الديمقراطيات الغربية، أي أن الاعتماد على هذه النظرية فيه تنازل عن المبادئ الديمقراطية.
- ينظر الصحفيون الأمريكيون الى هذه الأفكار (نظرية المسؤولية الاجتماعية)على أنها تمثل اتجاها نحو الاشتراكية وخطر على الصحافة، وذلك لأنها نادى بتقديم اعانات للصحف الصغيرة وقيام قطاع عام في مجال وسائل الاعلام وهذا فيه نوع من سيطرة الدولة على وسائل الاعلام.
- ظهور وسائل اعلام تابعة للدولة تخلى على مبادئها حرية الصحافة والمنافسة الحرة واضرار بالمؤسسات الاعلامية (لأن الدول تدعم مؤسساتها وتزودها الاشهار وبالتالي تساعد على المنافسة).
- الزام وسائل الاعلام بقواعد محددة (العمل على نشر القيم والعادات الحميدة في المجتمع يعتبر نوع من الرقابة وتقليص من حرية وسائل الاعلام).

- ظهور مجالس الصحافة واللجان المكلفة بمراقبة وسائل الاعلام في نوع من التضييق والرقابة وتشبه الاشتراكية.(بلقاسم بروان، ص 156)

خاتمة:

ان النظر الى واقع الممارسة الاعلامية في الجزائر منذ صدور أول قانون للاعلام عام 1982 يدرك أن أهم مأخذ نظري يمكن أن يوطر الأداء المهني للخصوصية الثقافية والبيئة الاتصالية الجزائرية التي تختلف عن ششقيقاتها في الوطن العربي لعدة اعتبارات ومعايير، هي المسؤولية الاجتماعية، ذلك أنها الأكثر واقعية فوسائل الاعلام في الدول الناشئة لها مسؤولية كبيرة اقترنت بالتنمية والتنشئة الاجتماعية، والحفاظ على الاستقرار و السلام الداخلي للبلاد وفض النزاعات والنعرات العرقية والأقليات ... ما يعني أن وسائل الاعلام في هذا الاطار تلعب دور الرقيب على السلطة والبيئة الاتصالية كذلك وتضمن حماية الجمهور المستهدف.

لذا تركز هذه النظرية على استخدام الحرية كحق وواجب ومسؤولية تبدأ من ضمير الاعلامي الذي يرسم معالم رسائله الاتصالية بما يتماشى مع فكر المسؤولية الاجتماعية الذي يفصل بين السلطات ويخول وسائل الاعلام أن تكون سلطة رابعة بامتياز.

مراجع المداخلة:

- 1-بلقاسم بن روان، وسائل الاعلام والمجتمع، دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية، دار الخلدونية، الجزائر، 2007.
- 2-محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام -اتجاهات التأثير-، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
- 3-عبد اللطيف حمزة، الاعلام له تاريخه ومذاهبه، دار الفكر العربي، 1995.
- 4-ليلى عبد المجيد، تشريعات اعلامية، جامعة القاهرة.
- 5-نسمة البطريق، المسؤولية الاجتماعية للاعلام تجاه قضايا العائد على التعليم، جامعة القاهرة.
- 6-رمضان عبد المجيد، مفهوم المسؤولية الاجتماعية للاعلام -قانون الاعلام الجزائري نموذجاً- ، دفاتر السياسة والقانو، العدد التاسع، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، الجزائر، 2013.

7- محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة،
2003.

8- عايش حليلة، الجريمة في الصحافة الجزائرية، مذكرة ماجستير فرع علوم الاعلام والاتصال
فرع صحافة، جامعة منتوري، قسنطينة، (2008 - 2009).

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

يوم دراسي حول

مكانة وممارسة المسؤولية الاجتماعية في العلوم الانسانية والاجتماعية

2017/11/07

الاسم : خالد

اللقب : غربي

الرتبة : طالب دكتوراه سنة اولي

الكلية والجامعة : كلية العلوم الانسانية والاجتماعية - جامعة العربي التبسي - تبسة -

البريد الالكتروني:Gherbi.or.khaled6@gmail.com

الاسم : محمد

اللقب : مسعي احمد

الرتبة : طالب دكتوراه سنة ثالثة

الكلية والجامعة : كلية العلوم الانسانية والاجتماعية - جامعة محمد خيضر - بسكرة -

البريد الالكتروني:abouhadjer01@gmail.com

محور المشاركة : الاطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية في تخصصات العلوم الانسانية والاجتماعية

عنوان الورقة البحثية : سياق البعد الاجتماعي في النسق الاقتصادي

مقدمة :

على رغم الانتشار المتزايد لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في عالم اليوم، إلا أن تعريفها وتطورها التاريخي والدوافع التي تشجع الشركات على الاضطلاع بها والنتائج التي تحققها، و تأثيرها على المستهلكين، لا يزال غير واضح للكثير من الناس وحتى الكيانات الاقتصادية المعنية. فقد أدرك المواطن أن أداء المسؤولية الاجتماعية على الصعيد القومي، ما زال ناقصا وغير مكتملا كما تمارس مضامينها مختلف الأطراف. ففي نطاق مسؤوليته نجد أن المواطن يؤدي - من وجهة نظره - واجباته دون أن يحصل على حقوقه، وهو يدرك أن الدولة تفرض عليه واجبات دون أن يحصل في المقابل على الحقوق التي تحقق إشباعاً لحاجاته. بالإضافة إلى ذلك فإن القطاع الخاص ما زال لم يعثر على وعيه بمسؤوليته الاجتماعية نحو المجتمع، كما يعيش المجتمع المدني حالة من الترهل الرخو فيما يتعلق بإدراك وأعباء مسؤوليته الاجتماعية. وهو الوعي الذي بدأ يدفع المواطن باتجاه المطالبة بضرورة أن يفي كل الأطراف بمسئولياتهم الاجتماعية، قد تبدأ المطالبة سلامية وناعمة، غير أنها قد تنتهي بسلوكيات خشنة، حيث تنتشر مظاهر

الاحتجاج والرفض على سطح المجتمع. بحيث يمكن اعتبار ذلك في حد ذاته إرهابات تدق نواقيس الخطر حتى يضطلع كل طرف بمسئوليته وإلا تآكل الاستقرار الاجتماعي.

فالمسؤولية الاجتماعية أمر يجب على كل منظمة أو فرد القيام بها للحفاظ على التوازن ما بين الاقتصاد والنظام البيئي، وهي أمر لا يختص فقط بمنظمات الأعمال بل هي شأن كل فرد تؤثر أفعاله على البيئة، وهذه المسؤولية لا تقتصر فقط على الالتزامات القانونية بل تتجاوزها إلى تحسين العلاقة مع أصحاب المصلحة كلهم. ونظرا لوجود مشكلات كثيرة ارتبطت بإهمال الشركات لمسئولياتها الاجتماعية و ما نجم عن ذلك من فساد اقتصادي و اجتماعي، فأصبح تبني البرامج المجتمعية و البيئية أمرا ضروريا لضمان استمرارية المؤسسة و تحسين أدائها الاقتصادي و كذا الحفاظ على صورتها في المحيط الذي تتواجد فيه.

وفي هذه الورقة فإننا سوف نتعرض لسياق البعد الاجتماعي في الفعل الاقتصادي للمنظمات، حيث نتطرق لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وتناول أساسيات المسؤولية الاجتماعية .
وتناول أساسيات المسؤولية الاجتماعية من أبعاد، مبادئ، العناصر ومعايير قياسها

1 - مفهوم المسؤولية الاجتماعية :

في كل مرحلة من مراحل التطور الاجتماعي، يتكشف وجه جديد للمجتمع لم يكن معروفا قبل ذلك. وإذا كان علم الاجتماع هو العلم الذي يهتم بظهور وأقول المجتمعات وتغير التكوينات والتفاعلات المرتبطة بذلك. فإننا نجد تواريا مع ذلك يشهد في كل مرحلة، ظهور جهاز مفاهيمي جديد، يشكل بنية رمزية لمتغيرات جديدة تكشفت في بناء المجتمع. تأكيداً لذلك أنه في مرحلة من مراحل تطور العلم الاجتماعي تظهر مفاهيم جديدة ترمز لتكوينات التفاعلات القائمة بهذا المنطق تكشفت مفاهيم التطور والانتشار، بحيث طرحت هذه المرحلة بنية من المفاهيم تتلاءم مع التفاعلات الواقعية، حيث طرحت مفاهيم التطور والتقدم والتحلل، والانتخاب الطبيعي، وتحولات الطاقة والقوة، والانتشار والتثاقف، والمناطق الثقافية والمركبات الثقافية. وفي مرحلة تالية وبالتحديد في أعقاب الثورة الفرنسية والصناعية، وقعت تحولات اجتماعية ذات طبيعة درامية طرحت متغيرات جديدة من ناحية، بالإضافة إلى تحقق تراكم في ذات الوقت على صعيد التنظير في العلوم الإنسانية من ناحية ثانية. الأمر الذي دفع إلى ظهور ترسانة جديدة من المفاهيم ذات علاقة بالتفاعلات الواقعية التي تشير إلى تكشف جوانب أو مساحات جديدة من الحقائق المجتمعية. في هذه الفترة ظهرت مفاهيم الطبقة الاجتماعية، والتغير الاجتماعي، والتضامن الاجتماعي، والطبقة البرجوازية، وفائض القيمة، إضافة إلى مفاهيم التضامن الآلي والتضامن العضوي والبيروقراطية والكاريزما والصفوة. وفي المرحلة المعاصرة التي نعيشها، حيث بروز فاعلية المجتمع المدني والقطاع الخاص وتراجع دور الدولة أو المجتمع السياسي. إضافة إلى بروز دور الجماهير وتقدمها من خلال انتظامها في تشكيلات اجتماعية مختلفة، انتقلت إليها بعض مسؤولية تطوير مجتمعاتها. ارتباطا بهذا السياق بدأت تظهر الآن مجموعة جديدة من المفاهيم كالمؤسسات غير الحكومية، والتنمية المستدامة، والشفافية، والمحاسبية والتشبيك والشراكة. إضافة إلى المسؤولية الاجتماعية [1]. بحيث نستطيع القول بأنه نظراً لأن المفاهيم التي ظهرت في كل مرحلة، ترمز إلى مساحة جديدة من الواقع المتكشف، الذي يتضمن عديد من المتغيرات. التي نتعرف عليها وتفاعل بشأنها من خلال رموزها. فإن هذا الوضع قد

دفع إلى ظهور ما يمكن أن يسمى بشبكة المفاهيم، تناظر شبكة العلاقات الواقعية بين المتغيرات. وفي هذه الشبكة المفاهيمية نستطيع التمييز بين المفهوم الذي يشكل النواة الصلبة أو مركز الشبكة، وبين جملة المفاهيم التي تقع على دوائر متتابعة من هذا المركز. واعتقد أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية من نمط مفاهيم النواة الصلبة أو هو المفاهيم المركز.

وترجع مركزية مفهوم المسؤولية الاجتماعية، من خلال عدة اعتبارات، الاعتبار الأول أن هذا المفهوم شكل أحد المواضيع التي تفاعلت بشأنه مختلف الاتجاهات النظرية. بعض هذه الاتجاهات رأى أن المسؤولية ذات طبيعة فردية بالأساس، وانطلاقاً من المسؤولية الفردية تتشكل المسؤولية الاجتماعية. بينما أدركت اتجاهات نظرية أخرى المسؤولية الاجتماعية باعتبارها ذات جذور مجتمعية بالأساس، فالمجتمع هو المسئول عن تشكيل المسؤوليات الفردية والاجتماعية التي يمكن أن تؤدي أدواراً أو وظائف تؤكد استمراره وتعيينها على الأفراد. يضاف إلى ذلك وجود بعض الاتجاهات النظرية التي حاولت تعيين المسؤولية الاجتماعية بالنظر إلى مرجعيات وسط، كالقول بالمسؤولية التطبيقية عن التغيير الاجتماعي كما تذهب النظرية الماركسية. كما تتجلى مركزية المفهوم من كونه يتسع لينتشر في نطاق نظم عقلية عديدة، كقول علم الاجتماع بالمسؤولية الاجتماعية، أو اهتمام علم الأخلاق بالمسؤولية الأخلاقية أو تركيز القانون بالمسؤولية الجنائية أو المدنية. يضاف إلى ذلك أن مركزية المفهوم قد تتجلى من خلال إمكانية أن تلتقى على ساحته مختلف التكوينات الاجتماعية. في هذا الإطار قد تكون المسؤولية فردية، أو تكون اجتماعية تقوم بها مختلف جماعات المجتمع ومؤسساته كالقول بالمسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال أو الشركات، أو القول بالمسؤولية المجتمعية، أي مسؤولية المجتمع، ويتصاعد الأمر حتى القول بالمسؤولية العالمية [2] عن بعض الأحداث أو الظروف التي تطلب تكاتف جهود العالم.

ذلك يدفعنا إلى محاولة تعريف مفهوم المسؤولية الاجتماعية الذي طرحت له تعريفات عديدة ومن زوايا متنوعة، فمن الناحية اللغوية تعرف المسؤولية الاجتماعية، باعتبارها تعنى "أن الإنسان مسئول عن فعل قام به في الماضي وخلف وراءه آثاراً معينة، وهو الذي يتحمل تبعه هذه الآثار والنتائج". وارتباطاً بذلك يعرف المعجم الوسيط المسؤولية باعتبارها "حال أو صفة من يسأل عن أمر تقع عليه تبعيته، يقال: أنى برئ من مسؤولية هذا العمل، وتطلق أخلاقياً على التزام الشخص بما يصدر عنه قولاً أو عملاً، وتطلق قانونياً على الالتزام بإصلاح الخطأ الواقع على الغير طبقاً للقانون". وفي هذا الإطار فإننا نجد أن التعريف اللغوي للمسؤولية يجنح إلى ربطها بالفرد عادة، إضافة إلى إبراز طابعها السلبي والماضي حيث يدور الحديث دائماً عن مسؤولية الفرد، عن فعل وقع أو عن خطأ وقع، وينبغي إصلاحه، إلى جانب أن التعريف اللغوي يجعل الفرد هو مرجعية الأفعال التي تجسد المسؤولية الاجتماعية.

وارتباطاً بذلك يطرح التنظير الاجتماعي تعريفاً للمسؤولية الاجتماعية باعتبارها مسؤولية الفرد عن أفعاله حيال السلطة الاجتماعية، وما تمثله من أعرف وتقاليد وعادات ورأى عام، وتتميز هذه المسؤولية بعودة السلطة فيها لمرجعية المجتمع والثقافة ومنظومات القيم المتضمنة فيها، وتكون العبرة فيها بالنتائج التي تتحقق على ساحة المجتمع [3]. في هذا الإطار تدرك المسؤولية الاجتماعية باعتبارها مسؤولية أمام المجتمع، تحدها

أعرافه وتقاليده واحتياجاته، وهي تتصل عادة بجانب الواجبات المرتبطة بأدوار الفرد في المجتمع. وهي الأدوار التي تؤدي وظائف أساسية لصالح بناء المجتمع، حيث يستوجب عدم الوفاء بها العقاب من قبل المجتمع، وهو العقاب الذي يبدأ مخففا كاللوم، وينتهي إلى إنزال العقاب المادي بالشخص.

على هذا النحو تعد المسؤولية الاجتماعية بنية من الواجبات والحقوق تحدد السلوك الذي ينبغي أن يطرقه الفرد تجاه المجتمع. وفي هذا الإطار فإننا نجد أن المجتمع وليس الدولة أو النظام السياسي هو هدف ونطاق فاعلية المسؤولية الاجتماعية. فالمجتمع يشكل الإطار الشامل الذي تسعى كافة الأطراف الأداء مسؤولياتها الاجتماعية بهدف تأكيد بقائه واستقراره. وفي هذا النطاق تعتبر المسؤولية الاجتماعية هي المفهوم الشبكي الشامل أو النواة الصلبة، أو مركز دائرة منظومة المفاهيم ذات العلاقة بالمسؤولية الاجتماعية، أو هي المفهوم الشامل للمسؤولية بحيث تعتبر أنماط المسؤوليات الأخرى تفرعات منه. فمثلا تحتوي المسؤولية الاجتماعية على المسؤولية الأخلاقية، التي يمكن تعريفها بأنها العقل الذي يشعر القائم به بالارتياح إذا قام به باعتباره واجب، أو بالندم إذا خالف فعله أمر هذا الواجب. وتشتترط هذه المسؤولية الفعل الذي يميز بين الخير والشر، وامتلاك الفاعل الحرية التي على أساسها يختار أحدهما ويفضله على الآخر، استنادا إلى ذلك تعد المسؤولية الأخلاقية ذات طبيعة داخلية، ولذلك فهي لا تحاسب الفاعل على نتائج أفعاله فحسب، بل وعلى نواياه أيضا، حتى وإن لم يقم الشخص بفعل يؤثر به على العالم الخارجي. فهي مسؤولية تستند إذا إلى النية والسلطة فيها تعود إلى الضمير الفردي الذي يشكله المجتمع [4].

ويتصل بذلك جانب آخر للمسؤولية الاجتماعية يتمثل في المسؤولية المدنية والمسؤولية الجنائية، وتحدد المسؤولية المدنية قانونا، أي بنص القانون، وهي تفرض على الشخص إصلاح ما أتلّفه، تطبيقا للمبدأ الذي يؤكد أن من أتلّف شيء فعلية إصلاحه. وقد تنتع المسؤولية المدنية للشخص لتشغل مساحة كبيرة، كمسؤولية صاحب العمل عن استثمار وتعظيم أمواله، أو مسؤولية رب العائلة عن سلامة ورعاية أطفاله الصغار، وعن خدمة ورعاية حيواناته، وأيضا عن الحفاظ على الأشياء التي يمتلكها، ومسؤولية صاحب السيارة عن خطأ حادث وقع منه في هذا الإطار تتغير شروط المسؤولية المدنية بتغير أوضاع المجتمع وتطوره الحضاري. على خلاف ذلك نجد أن المسؤولية الجنائية تحدد حالة الشخص المستحق للعقاب، بسبب خروجه عن النظام الأساسي للحياة المجتمعية، والذي يجازى عليه القانون. وفي حالة المسؤولية الجنائية يجد الإنسان نفسه معرضا لإصلاح خطأ وقع فيه، إضافة إلى تحمل نتائج المخالفة أو الجنحة أو الجناية. وترتبط المسؤولية الجنائية بانتهاك عاطفة قوية وعميقة في النفس الإنسانية، تتضمن شعورا واضحا بالتوافق مع النظام العام خوفا من حكم شائن يقضى على المكانة الاجتماعية للفرد. وإذا كان القانون هو الحد الأدنى من الأخلاق كما يقرر علماء الاجتماع، أو هو الأخلاق في أقل مستوياتها، فإن هذا القانون يقرر المسؤولية الجنائية على الكائن المرتكب للفعل متى توفرت فيه شروط الفردية الإنسانية والعقل والحياة والرشد. وعلى هذا النحو توقع المسؤولية الجنائية على الجماعة ولا على ما ليس إنسانا ولا على المجنون أو الطفل [5].

وإذا كانت المسؤولية الاجتماعية بفرعاتها العديدة، مفروضة على الفرد من خارجه أي من قبل المجتمع وهي معينة له، وتتزايد متطلباتها وتتسع مساحتها كلما شب الإنسان عن الطوق، وباكتمال الأدوار الاجتماعية

للشخص فإن ذلك يعد معياراً أو مدخلاً لاستكمال مسؤوليته الاجتماعية. وفي هذا السياق تتوازي مساحة المسؤولية الاجتماعية مع مراحل تحول دورة حياة الإنسان، حيث نجد أن المرحلة الأولى والأخيرة في حياة الإنسان هي المراحل التي تضيق في نطاقها المسؤولية الاجتماعية. ففي مرحلة الطفولة يتدرب الكائن البشرى على المسؤوليات الاجتماعية، وأنماط المسؤوليات الأخرى، وتتصاعد معرفته وممارسته لهذه المسؤوليات، توازيا مع تصاعد نموه الاجتماعي، حتى يبدأ في القيام ببعض المسؤوليات المحدودة التي تتوازي مع قدرته على إنجاز بعض الأدوار الاجتماعية، بحيث يستمر ذلك تقريبا حتى منتصف العشرينيات واولئ الثلاثينيات. وابتداء من هذا الحد تتسع المسؤوليات الاجتماعية للإنسان، حتى تبدأ مرحلة أخرى من الانكماش والتراجع مع بداية مرحلة الكهولة والشيخوخة. حيث يبدأ الفرد في التخلي عن مسؤولياته الاجتماعية الواحدة تلو الأخرى، توازيا مع تخلى الإنسان او اكتمال وفائه بأدواره الاجتماعية [6].

2- المداخل النظرية للمسئولية الاجتماعية :

برز مفهوم المسؤولية الاجتماعية ضمن حزمة المفاهيم التي طرحت في الفترة التي استغرقت عصر التنوير، وحتى ظهور نظريات التحديث. وبرغم أن المفهوم لم يطرح صراحة، إلا أن المتغيرات التي يشير إليها المفهوم كانت موضع اعتبار وحوار. ويمكن القول بأن التفكير في المسؤولية الاجتماعية تراوح بين تفكير الفرد بتأسيس المجتمع وتنظيمه، وهو ما يعنى مسؤوليته عن ما يحدث فيه. وبين تعيين المجتمع للمسئولية الاجتماعية للفرد، ولم تعرف النظرية الاجتماعية موقف يجمع هذا الاستقطاب عند منطقة المنتصف إلا مع نهاية القرن العشرين تقريبا. في هذا الإطار فإننا نستطيع أن نرصد ثلاثة مواقف نظرية فيما يتعلق بنشأة مفهوم المسؤولية الاجتماعية، ومصادر تحديد هذه المسؤولية.

2-1 المسؤولية الاجتماعية للفرد في تأسيس المجتمع: ويشكل الفكر النفعي المصدر الأول في تحديد مفهوم المسؤولية، الذى رآها تنطلق من المسؤولية الفردية بالأساس، وتتسع أو ترتقى لتصبح مسؤولية اجتماعية. ويعبر عن هذا الموقف الفيلسوف الإنجليزي توماس هوبز، الذى رأى المسؤولية الاجتماعية الفردية لها جذورها فى الطبيعة الإنسانية بالأساس. حيث نجده يؤكد على العلاقة بين الغريزة والعقل في التكوين الإنساني، وإذا كان من الطبيعي أن يسعى الإنسان لإشباع حاجاته تعبيراً عن حب البقاء فإنه يتجه إلى تأسيس حالة الاجتماع، لتحقيق إشباع أكثر أمنا واستقرارا لحاجاته الأساسية المهددة بعدم الإشباع في ظل الفوضى البنائية القائمة أو المحتملة [7]. ذلك يعنى احتواء الطبيعة البشرية على عنصرين متناقضين هما الرغبة والعقل. الأولى تدفع إلى الحصول على ما يشعر أنه في حاجة إليه، دون أن يعبا برغبات الآخرين واحتياجاتهم، وهو ما يدعو إلى صراع وتصادم مصالح البشر. أما العقل فهو الذى يهذب الطبيعة البشرية، وهو الذى يرشد الإنسان إلى حل مشاكله مع الآخرين دونما حاجة إلى التطاحن. ويترتب على ذلك كما يذهب توماس هوبز أنه وإن اتسم سلوك الإنسان بالأنانية التي تهدف إلى منفعة الإنسان الفرد، إلا أن هذه المنفعة تتسع لتتحول إلى نوع من المنفعة الاجتماعية، ويعنى ذلك أن إشباع عواطفنا يتحقق عن طريق إشباع حاجات وعواطف الآخرين. وهو ما يعنى أن توماس هوبز يرى أن المسؤولية الفردية التي تسعى إلى تأكيد إشباع

الحاجات الفردية استنادا إلى منطق المنفعة، يعد المدخل الحقيقي للمسئولية الاجتماعية، التي تعنى أن إشباع الحاجات الفردية لن يتحقق إلا من خلال إشباع الحاجات الاجتماعية.

ويتسق الموقف النفعي، مع البدايات التي وضعها توماس هوبز فيما يتعلق بالمسئولية الاجتماعية، حيث يرى رواد المذهب النفعي أن البشر يسعون بالضرورة لتحقيق مصالحهم. وأن المصلحة هي غاية السلوك عادة، والإنسان مسئول عن تحقيقها، أو توفير الشروط الضرورية لتحقيقها، وأن الإطار المرجعي للحكم على المصلحة أو تقييم المسئولية يتمثل في ذاتية الإنسان. وهي الحالة التي تطرح قضية عشوائية الغايات وتبعثر المسئوليات الفردية إلى حد التصادم، حيث يسعى كل فرد إلى تحقيق مصلحة، الأمر الذي يطرح مشكلة النظام الاجتماعي من جديد، غير أن الفكر النفعي يتطور من تأكيد سعى الإنسان لتحقيق المصلحة الفردية، ومن ثم المسئولية الفردية عن تحقيق هذه المصلحة، إلى سعيه المنفعة أو المصلحة العامة، عن طريق استيعاب البعد الاجتماعي في السلوك الإنساني الذي يعبر عن مسئوليته. حيث أشار إلى ذلك "جيمس مل" حيث يذهب جوهر هذا المبدأ هو التأكيد على أن المعيار الوحيد للصواب والخطأ هو تحقيق السعادة القصوى لأكثر عدد من البشر [8].

ارتباطا بذلك نجد أن "كمبرلند" يذهب إلى أن خير الجميع يعتبر غاية عليا لسلوك الإنسان ومعياراً أقصى لتقييم وتعيين مسئوليته الاجتماعية، ومن ثم فقد أصبح الخبر العام هو قانون الأخلاق الأسمى. فيه تتحقق سعادة البشر والجماعة معا. وقد سار في هذا الاتجاه شافيتسبري فربط خير الفرد بخير المجموع، وقال إن الخيرية لا تكون إلا في نزوع الإنسان من تلقاء نفسه وبغير ضغط خارجي، إلى ترقية خير المجتمع الإنساني وسعادته. وقد طور "هاتشيسون" هذه الأفكار حينما جعل غاية السوك هي تحقيق أكبر قدر من السعادة لأكثر عدد من الناس، ذلك يعني أن الموقف النفعي جعل الحاجات الأساسية للفرد هي الطاقة الدافعة لتأسيس المسئولية الفردية عن السلوكيات أو الأفعال التي تستهدف إشباع الحاجات الأساسية للإنسان الفرد. غير أنه بسبب البعد الاجتماعي في بناء شخصية الفرد، وهو البعد الذي رمز له بالعقل، الذي يعد نافذة لاستيعاب كل الموروثات الاجتماعية. فإن المسئولية الفردية لن يتحقق إلا من خلال تأسيس المجتمع المستقر والقادر على إشباع الحاجات الأساسية لمواطنيه.

2-2- المجتمع يتولى تعيين المسئولية الاجتماعية: ويقف هذا الموقف موقفا مناقضا من الموقف

السابق، يؤكد أن تعيين المسئولية وتحديد طبيعتها يأتي من خارج الإنسان بالأساس. وإذا كان الإنسان هو الكائن العاقل، فإن تعيين المسئولية يرتبط بدرجة عالية من العقلانية. وإذا كانت الفلسفة المثالية عند هيجل تؤكد أن الكون رشيد بطبيعته، وأن تطوره يعتمد على نشر العقلانية في الواقع، حتى يتطابق مع مقنضيات العقل الكوني. فإن ذلك يعني أن عقلانية الإنسان تتأكد إذا تطابقت مع العقل الشامل أو عبر عنه. وأن الرجال العظماء في التاريخ هم الذين تكيفت عقولهم مع متطلبات هذا العقل الكوني أو الفكرة المطلقة. وفي هذا الإطار تستند مسئولية الإنسان إلى مستوى عقلانيته، وإذا كانت عقلانيته تأتيه من خارجه، فإن ذلك يعني أن مسئوليته تعين له، أو بالأصح تفرض عليه. ولذلك يرفض هذا الموقف تحديد المسئولية الاجتماعية باعتبار أن دافعيتها من داخل الإنسان، أو هي عقلانية ومسئولية محتمة بيولوجيا، أو محتمة بعوامل ليست اجتماعية مرفوضة. وفي هذا الإطار نجد أن السلوك أو الدور ينجز في ظل شروط موقفية، لا سيطرة للإنسان عليها. وفي هذا

الإطار يصبح من أهم لزوميات السلوك العقلاني أو المسئول، أن يتوفر لدى الفاعل فهم كامل للشروط الموقفية المتصلة بمسئوليته الاجتماعية وسلوكه [9]. وإذا كان هذا الموقف يؤكد على أهمية أن يتوفر لدى الإنسان الفهم الكامل لطبيعة وحدود المسؤولية التي عينت له، فإن ذلك يعنى أيضا أنه من الضروري أن يعمل وفقا لمتطلباتها.

وإذا كان الاتجاه السابق قد ربط العقلانية بمرجعيتها البيولوجية وجعل المسؤولية فردية مرتبطة بعقلانيتها، وهى المسؤولية التي قد ترتقى لتصبح ذات طبيعة اجتماعية. فإن الموقف الأخير يعتبر أن المجتمع يعتبر المرجعية الأساسية لتعيين المسؤولية الاجتماعية، وذلك باعتبار أن المجتمع هو الذى يحدد القواعد الحاكمة أو المحددة للمسؤولية من خارج الفرد. فالمسؤولية معينة للفرد، غاياتها ووسائلها معينة كذلك، إضافة إلى حزمة الحقوق والواجبات المرتبطة بها. وهو الأمر الذى يشكل جوهر الخلاف بين المسؤولية الفردية والمسؤولية الاجتماعية. ارتباطا بذلك فإن نسق الثقافة والقيم في المجتمع هو الذى يتضمن تحديد طبيعة المسؤولية الاجتماعية، التي ينبغي أن يقوم بها الفرد استنادا إلى موقعه بناء المجتمع، أي استنادا إلى المكانة التي يشغلها والأدوار التي يقوم بها. حيث نجد أن نسق الثقافة والقيم في المجتمع يحدد المسؤولة الاجتماعية للأفراد بصورة مزدوجة، فهو من ناحية يحدد الأهداف أو المهام أو الوظائف، التي تسعى المسؤولية لإنجازها في المجتمع، وهى وظائف أو غايات ذات طبيعة اجتماعية بالأساس. إضافة إلى أنه يحدد مجموعة القواعد التي تضبط وفاء الأفراد بمسئولياتهم الاجتماعية، ثم يقرر الجزء الاجتماعي المرتبط بطبيعة ومستوى وفاء الفاعل بالمسؤولية المعينة له [10].

ويذهب هذا الموقف إلى التأكيد على مسألتين، الأولى أنه إذا كان نسق الثقافة ومنظومات القيم المتضمنة في هذا النسق متماسكاً، بمعنى أنه قادر على ضبط تفاعلات الواقع الاجتماعي. فإن تعيين المسؤولية وتحديد حدودها، والجزاءات المرتبطة بها يصبح أكثر وضوحاً. ويتصل ذلك أنه إذا ضعفت منظومات القيم، وسيطرت على المجتمع حالة الأنومي، فإن ذلك ينعكس على عدم التحديد الواضح لمسئوليات الأفراد او عدم وفائهم بالتزاماتهم الاجتماعية. وإذا كان نسق الثقافة والقيم هشاً، فإنه قد لا يعاقب على عدم وفاء بعض الأفراد بمسئولياتهم الاجتماعية، وبذلك يتهدد وجود المجتمع وتتآكل فاعليته. لأن عدم وفاء البشر بمسئولياتهم الاجتماعية المعينة لهم من قبل الجماعة دونما عقاب أو جزاء، من الممكن أن يؤدي إلى تآكل بنية الجماعة ذاتها. وتذهب المسألة الثانية، إلا أنه برغم أن هذا الاتجاه يرى أن المجتمع هو مصدر المسؤولية الاجتماعية للفرد، إلا أنه لا يحرم الإنسان من المشاركة في بناء نسيج مسؤليته، وإلا تحول فعله وسلوكه في نطاق هذه المسؤولية ليصبح ذو طبيعة ميكانيكية لا عقلانية، وهنا تفتقد المسؤولية طابعها الإنساني. وفى هذا الإطار فإن المسؤولية الاجتماعية للمواطن تسترد عقلانيتها إذا أدرك الفرد مدى ارتباط مسؤليته بمسئوليات الآخرين في المجتمع. ثم كيف تتآزر هذه المسؤليات الفردية، مسؤليته متضافرة مع مسؤليات الآخرين، لتساهم في تحقيق وظائف نسقية مرتبطة ببناء المجتمع ككل. كما تسهم في استمرار المجتمع مستقراً ومتمتعاً بحيويته في ذات الوقت [11]. في هذا الإطار فإننا نجد أن هذا الموقف يذهب إلى أنه إذا كانت المسؤولية معينة للإنسان من خارجه، عليه أن ينجز التزاماتها، فإن قيام الفرد بمسئولياته المختلفة يستند إلى التحديد الثقافي والمعيارى

لذلك. حيث نجد أن الفرد من خلال عملية التنشئة الاجتماعية يستوعب المعايير المختلفة، التي تولد لديه استعدادات معينة للاضطلاع بمسؤوليات محددة. إضافة إلى تعيين هذه المسؤولية، وفرضها عليه من الخارج، ومن ثم فهو مرتبط من داخله ومن خارجه بالمسؤولية المعينة له. حيث نجد أنه في حالة عدم قيامه بالتزامات مسؤوليته، فإن ذلك يفرض عليه معاناه وخز ضميره الداخلي، كما يعرضه لمواجهة عقوبات من الخارج لعدم وفائه بمتطلبات مسؤوليته الاجتماعية، وهو ما قد يعرض الإنسان لتوتر ومشقة على ساحة شخصيته.

2-3- تحديد التنظير الحقوقي لطبيعة المسؤولية الاجتماعية: مع بداية العقد الأخير من الألفية

الثانية برز التنظير الحقوقي كمدخل لفتح أبواب المشاركة أمام الجماهير وتدريبهم على تحمل مسؤولياتهم، وقد ارتبط بروز المدخل الحقوقي مع صعود نجم تنظير المجتمع المدني وبخاصة المنظمات الحكومية، ودورها في التنمية من أسفل، أي من الجماهير، وتراجع دور الدولة القومية كفاعل تنموي فشلت غالبية تجارب التنمية التي قادتها. ذلك يعنى أن ظهور هذا المدخل ارتبط من ناحية بعدم فاعلية كافة أشكال التنمية المفروضة من أعلى. و التي تجعل بنية المسؤولية الاجتماعية بنية غير متوازنة، حيث تنفصل الحقوق عن الواجبات ضلعي المسؤولية الاجتماعية. في نطاقها فرضت الدولة على المواطنين واجبات في مواجهة اعتراف ضعيف بالحقوق التي ينبغي أن يحصل عليها المواطنين، العاجزين في مواجهة الدولة العاتية في قوتها. ولهذا السبب ولضعف الدولة وفشل تجاربها التنموية كما أشرت حدث انقلاب في الفكر التنموي، حيث برز تنظير يؤكد على ضرورة أن تبدأ التنمية من أسفل، في هذا الإطار عملت بعض تنظيمات المجتمع المدني باتجاه تطوير وعى البشر بأهمية قيادتهم للتنمية لتحسين أوضاعهم. وهو ما عرف بالتنمية المستدامة، ولكي يشاركوا في تطوير أوضاعهم، فإنه من الضروري أن يكونوا على وعى كامل بحقوقهم والتزاماتهم. وقد ساعد على تبلور وترسخ هذا النمط من التنظير من ناحية ثانية بتراجع دور الدولة، وتراجع بطشها تحت وطأة رقابة مؤسسات النظام العالمي. بحيث أتاح ذلك الساحة أمام المواطنين لأخذ زمام المبادرة، لتطوير أوضاعهم وفرض الرقابة على أجهزة الدولة، وتوجيهها لخدمة مصالحهم بتأهيل وتوجيه من تنظيمات المجتمع المدني.

غير أن ذلك لم يتم بصورة عشوائية ولكنه - أي التأكيد على المدخل الحقوقي - تبنى الطابع المؤسسي، من طرفين متقابلين. حيث نجد على أحد الأطراف تنظيمات المجتمع المدني، وبخاصة المنظمات غير الحكومية التي تعبر عن روحه وجوهرة، والتي تولت تدريب الجماهير على تحمل مسؤولياتها الاجتماعية، وحتى يمكن أن يتحمل مسؤولياتها الاجتماعية فإنه من الضروري أن يمتلك المواطن الوعى بحقوقه وواجباته، وهو الطرف المقابل في التفاعل مسؤوليته الاجتماعية. ومن ثم فإلى جانب أن تنظيمات المجتمع المدني عملت باتجاه تمكين الفئات الاجتماعية المهمشة اقتصاديا وسياسيا، فإنها عملت كذلك على تطوير وعيها الاجتماعي والسياسي والقانوني، بما يؤسس لديها مسؤولياتها الاجتماعية باتجاه المشاركة الفعالة على كافة الأصعدة.

وتوجد محطات تاريخية شكلت علامات في تاريخ تطور المدخل الحقوقي، بدأت هذه المحطات مع منتصف الثمانينيات حيث برز الحديث حول حقوق الإنسان المشروطة. وفي نهايتها وبالتحديد في عام 1989 بدأ البنك الدولي يؤكد على صيغة الحكم الرشيد، من خلال إعادة التركيز على الدولة. واستمرار ذلك من خلال دليل التنمية البشرية الصادر عن البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة في 1990/1968 حيث انتقل التأكيد التنموي

ليركز على الإنسان ومواجهة الفقر. وفي المؤتمر العالمي لحقوق الإنسان المنعقد في فينا 1993 تم التأكيد على ربط التنمية بحقوق الإنسان. وفي عام 1997 أكدت عملية الإصلاح التي تبنتها الأمم المتحدة على ضرورة نشر ثقافة حقوق الإنسان. ونتيجة للتطورات السابقة برز المدخل الحقوقي في منتصف التسعينيات باعتباره يسعى لدمج الإنسان في التنمية البشرية المستدامة، ارتباطاً بذلك يؤكد المدخل الحقوقي على أن الهدف الذي تتجه إليه المسؤولية الاجتماعية يتمثل تحسين أوضاع البشر بالتركيز على احتياجاتهم ومشكلاتهم وإمكانياتهم. ومن هذا المنطلق يرتبط المدخل الحقوقي بنفس القضايا التي تهتم بها معظم المبادرات التنموية التي أكدت على حق الإنسان في إشباع حاجاته الأساسية كالغذاء والمأوى، والرعاية الصحية والتعليم والأمن والحرية لتطوير نوعية الحياة. على هذا النحو يستند المدخل الحقوقي إلى مسلمة أن للبشر حقوق ثابتة، وبأن الحرمان من الحاجات يعد إنكاراً لتلك الحقوق [12].

ذلك يدفعنا إلى البحث عن الفاعل الذي يتولى - استناداً إلى المدخل الحقوقي - تطوير نوعية حياة الفقراء بما يجعلها قادرة على إشباع احتياجاتهم الأساسية، من خلال تدريبهم وتنشئتهم وتطوير وعيهم بحقوقهم وواجباتهم. في هذا الإطار نجد أن تنظيمات المجتمع المدني من خلال مسؤوليتها الاجتماعية عن التنمية الاجتماعية المستدامة، التي تبدأ من الجماهير هي الفاعل الذي يعمل في اتجاه تطوير إمكانيات الفقراء وقدراتهم، وتأكيد ثقافتهم بأنفسهم وأحقيتهم في فرص الوطن، إلى جانب أن هذه المنظمات تعمل في اتجاه تمكين هؤلاء المهمشين والفقراء اقتصادياً واجتماعياً. إضافة إلى ذلك نجدها تعمل على تطوير وعيهم الحقوقي في مختلف المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، في مقابل توعيتهم بضرورة الوفاء بواجباتهم كاملة. لأن القيام بهذه الواجبات يعد المدخل الحقيقي للحصول على الحقوق، وأن ذلك يشكل النواة الصلبة لمسئولياتهم الاجتماعية. فالقيام بالواجبات يشكل المدخلات بينما الحصول على الحقوق يشكل المخرجات من وجهة نظر هذا المدخل. وفي هذا الإطار نجد أن تنظيمات المجتمع المدني تلعب دورها في مساندهم على إدراك واجباتهم، والوقوف إلى جانبهم للحصول على حقوقهم، بما يجسد بعدى مسؤوليتهم الاجتماعية [13].

3 - سياقات نشأة مفهوم المسؤولية الاجتماعية :

عرف بروز مفهوم المسؤولية المجتمعية للمؤسسة تمهيدات عبرت عنها المنظمات الإقليمية و الدولية منذ ثمانينات القرن الماضي حين وقع تداول مفاهيم مثل التجارة العادلة، التنمية المستدامة ثم الاقتصاد الإيثيقي (الأخلاقي) و صارت مواضيع مطروحة للجدل بين مختلف الدوائر السياسية و الاقتصادية وقوى المجتمع المدني و يمكن القول إنّ للمفهوم الحالي للمسؤولية المجتمعية للمؤسسة عدّة مصادر يمكن إيجازها فيما يلي:

- التدهور المتزايد لأوضاع البيئة نتيجة الاستنزاف الصناعي المفرط ما أدّى إلى انشغال دولي عبرت عنه قمة الأرض بريو دي جينيرو سنة 1992 عندما أقرت الترابط بين فكرة حماية البيئة و فكرة تأمين التنمية المستدامة.

- الاقتناع المتنامي بالعلاقة الارتباطية بين المسؤولية الاجتماعية و البيئية للمؤسسة ومردوديتها الاقتصادية و نجاعتها المالية، هذا الاقتناع المتولد عن التأكيدات المستمرة من قِبَل النقابات و سائر قوى المجتمع المدني على ما يترتّب عن الاهتمام بالبعد الاجتماعي من منافع اقتصادية بالنسبة إلى

المؤسسة، وهي تأكيدات وجدت سنداً لها في تلك النجاحات التي حققتها العديد من التجارب و المبادرات في هذا المجال.

- تسارع نسق الخصخصة وتراجع الدور الاقتصادي للقطاع العام ما جعل مسؤولية التنمية المستدامة تُلقى على عاتق القطاع الخاص عوضاً عن الحكومات من خلال تحمُّله التدريجي لمسؤوليات اجتماعية.
- تنامي ظاهرة موثيق السلوك التي صارت تعتمد على الشركات وتدعو شركاءها إلى تبنيها، و هي موثيق تمنع أشكال الاستغلال و التفرقة و تدعو إلى إيلاء أهمية للعنصر الاجتماعي داخل المؤسسة و خارجها.

لقد صار مفهوم المسؤولية المجتمعية للمؤسسة يسجل حضوراً لافتاً في الحقل العلمي منذ أواخر التسعينات من القرن العشرين و ذلك من خلال تخصيص العديد من الجامعات و المعاهد العليا شعب و وحدات تعليمية متخصصة في هذا المفهوم، كما بات المفهوم متداولاً في العديد من المؤلفات و المقالات و مواقع " الواب" بل إن صحفاً بأكملها خصّصت للتداول بشأنه، كذلك كان هذا المفهوم وراء العديد من مبادرات آلاف المؤسسات التي أقدمت على اعتماد العديد من الموثيق الخاصة بحسن السلوك و باحترام معايير العمل و المعايير المتعلقة بالبيئة و بحقوق الإنسان و بمبادئ الحكم الرشيد و هي البنود المؤسسة لمفهوم المسؤولية المجتمعية.

لقد بدا اللجوء إلى هذا التوجّه المركّز على أهمية المسؤولية المجتمعية للمؤسسة تمثيلاً فرضته التغيرات الراهنة التي عرفها المجتمع الإنساني على مختلف المستويات، فالمجتمعات الحديثة هي بصدد البحث عن نقاط استدلال جديدة تهتدي من خلالها إلى حلّ إشكاليات متصلة بالتغيرات التي ولّدتها العولمة و كوننة الاقتصاد و اتّساع دائرة حركة التصنيع و احتداد مظاهر الاستنزاف البيئي و الاستغلال البشري... إلخ

4 - خصائص المسؤولية الاجتماعية :

تتميز المسؤولية الاجتماعية ببعض الخصائص الرئيسية :

أول هذه الخصائص أن المسؤولية الاجتماعية للفرد تعكس توازن بين التكوين البيولوجي للإنسان والتكوين الاجتماعي. وهو ما يعنى من ناحية أن الإنسان بحكم تكوينه البيولوجي والخلقي مؤهل لأن يتحمل المسؤولية الاجتماعية. يؤكد ذلك امتلاك الإنسان للعقل المدرك والقادر على إدراك المسؤولية، بقول تعالى في ذلك " إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا " سورة الأحزاب الآية 72، وهو ما يعنى أن الإنسان كائن مخلوق ومؤهل للقيام بأدوار اجتماعية. ويسمى عالم الاجتماع تالكوت بارسونز Talcott Parsons هذه الحالة بالاستعداد، أي أن الإنسان كائن مخلوق لكي يقوم بأدوار ويتحمل مسؤوليات اجتماعية. واستناداً إلى هذا البعد الفطري أو الخلقي في الإنسان، فإنه يكتسب مسؤولياته الاجتماعية الواحدة تلو الأخرى من خلال التنشئة الاجتماعية. عبر مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة، حيث تؤسس فيه هذه المؤسسات بنية المسؤولية الاجتماعية بجوانبها المتعلقة بالواجبات أو الحقوق [14].

وتتمثل الخاصية الثانية بتباين المسؤوليات الاجتماعية وفقاً لمجموعة من المتغيرات الاجتماعية، ارتباطاً بذلك بتباين المسؤوليات الاجتماعية التي تقوم بها الإناث عن الذكور استناداً لمتغير النوع، وكذلك بتباين

المسئوليات الاجتماعية استناداً إلى متغير السن، حيث يلعب هذا المتغير دوراً محورياً في تحديد قدر المسؤولية الاجتماعية للشخص. بالإضافة إلى ذلك نجد أن لمتغير المستوى الاجتماعي الاقتصادي فاعلية في هذا الصدد، حيث نجد أن مساحة المسؤولية الاجتماعية تتسع عند الأغنياء مقارنة بمساحة المسؤولية الاجتماعية للفقراء. وتأكيداً لذلك نجد أن المرجعيات الدينية تتحدث عادة عن مسئوليات الأغنياء تجاه الفقراء، تأكيداً لذلك تفرض واجبات معينة على الأغنياء تجاه الفقراء، كالزكاة مثلاً. كما تتباين المسؤولية الاجتماعية حسب متغير التعليم، فملكية البعض لرأس المال التعليمي أو الثقافي أو الاجتماعي أو منها جميعاً، يجعل من هذه الفئة المالكة نخبة تكون بالتالي مسئولياتها الاجتماعية أكثر اتساعاً مقارنة بالمسئوليات الاجتماعية للجماهير. في هذا الإطار نستطيع التأكيد على قاعدة أنه كلما كان الإنسان أكثر انتماء للمجال العام وأكثر ارتباطاً به، كلما اتسعت مساحة مسئولياته الاجتماعية بصورة واضحة.

وتشير الخاصية الثالثة للمسئولية الاجتماعية إلى أنها لا تختلف بين المجتمعات، فجميع البشر لديهم مسئوليات اجتماعية تجاه المجتمع، وفي هذا الإطار من الضروري أن نميز في المسؤولية الاجتماعية للفرد عدة أبعاد أساسية. أول هذه الأبعاد تمثل في طبيعة مسئوليات الفرد تجاه التكوينات الاجتماعية داخل المجتمع. فكلما كانت التكوينات الاجتماعية ذات طبيعة إثنية، كلما كان ثقل الواجبات بالنظر إلى الحقوق في بنية المسؤولية أعلى. غير أننا إذا انتقلنا من نطاق التكوينات الاجتماعية الإثنية ذات الطبيعة التقليدية إلى المجتمع، فإننا سوف نلاحظ توازناً في بنية المسؤولية بين الحقوق والواجبات [15]. وارتباطاً بذلك فإنه كلما قطع المجتمع شوطاً على طريق التقدم، وكلما ابتعد عن التكوينات الأثرية، وكلما تحققت بصورة نسبية دولة الرفاهية، كلما تضخم مكون الحقوق مقارنة بمكون الواجبات. بحيث تصبح حقوق المواطن على الدولة واضحة ومعترف بها مقارنة بالدولة المتخلفة التي لا تعترف بأن للمواطن حقوقاً إلا على الصفحات الورقية للدستور. من الأبعاد الأساسية للمسئولية الاجتماعية للفرد أنها تتشكل في اتجاهين، فهناك مسؤولية للفرد تجاه الآخر داخل المجتمع. فعلى الفرد عديد من الواجبات تجاه الآخرين كما أن له حقوق عليهم، وهو ما يمكن أن نسميه بالمسئولية في بعدها الأفقي. بالإضافة إلى ذلك يوجد البعد الرأسي للمسئولية الاجتماعية، وهي مسئولية الفرد تجاه المجتمع، فعليه استناداً إلى مرجعية المواطنة حزمة من الواجبات في مقابل أن له حزمة من الحقوق [16].

وتؤكد الخاصية الرابعة على ميل المسؤولية الاجتماعية للاتساع، وهو ما يعنى أن هذه الخاصية تعنى أن هناك دوائر متتابعة للمسئولية، ابتداءً من مسئولية الفرد في نطاق الأسرة وحتى مسئوليته كفرد في هذا العالم. وفي هذا الإطار فإننا نلاحظ أن عبور الفرد إلى دوائر أوسع من المسئولية، يستند إلى بعدين أساسيين. الأول النمو أو التطور العمري إذ نجد أن الإنسان كلما كبر كلما اضطلع بمسئوليات أوسع، كالانتقال من حدود المسئولية الأسرية إلى نطاق مسئولية الفرد في العمل مثلاً، بحيث تصبح مسئولية العمل مضافة إلى مسئولية الفرد. أما البعد الثاني فيتصل بتحريك الفرد من مجال الأسرة حيث المجال الخاص إلى المجال العام، ومن المجال العام إلى مركز المجال العام. وفي هذه الحالة فإننا نجد أن هناك بعض الأفراد الذين تتوقف مسئولياتهم عند حدود الأسرة أو العمل، غير أن هناك بعض الأفراد الآخرين الذين تتسع مسئولياتهم الاجتماعية، حينما ينضموا إلى النخبة الاجتماعية والثقافية. بحيث يضيفوا إلى مسئولية العمل مسئوليات عامة بحكم كونهم من

النخبة، وفي هذه الحالة تتسع مسؤولياتهم لتصبح مسؤوليات عن المجتمع ككل. ونحن إذا تأملنا هذه القضية فسوف نجد أن اتساع المسؤولية الاجتماعية للفرد تتضافر مع اتساع مساحة التفاعل الاجتماعي، كلما اتسعت مساحة مسؤولياته الاجتماعية [17]. وعلى ذلك نجد أن مساحة المسؤولية الاجتماعية للكبار مقارنة بالصغار وللرجال مقارنة بالنساء، وللعقلاء مقارنة بفاقدى العقل، ولمن هم في أعلى السلم الاجتماعي لمن هم في درجاته الأدنى.

وتؤكد الخاصية الخامسة على تميز بنية المسؤولية الاجتماعية بالتوازن بين الحقوق والواجبات. وإذا كانت الواجبات هي التي كانت في البداية هي المفروضة على الفرد استنادا إلى وازع أخلاقي بداخله أو أوامر دينية تفرض عليه ذلك، أو أن هذه الواجبات هي عبارة عن لزوميات متوقعة من الآخر الذي يتدرج حتى الآخر العام، في مقابل ذلك فإننا نجد أن من حق الفرد على المجتمع أن يحصل على الفرص التي تتيح له إشباع حاجاته الأساسية، وهي التي يعبر عنها عادة بصيغ حقوق الإنسان. وفي هذا الإطار فإننا نجد أنه كلما تحقق التوازن بين الواجبات والحقوق، كلما تقوى ارتباط الفرد بمجتمعه وتأكيد انتمائه له، وكلما انعكس ذلك على دعم المواطنة. أما إذا إهتز التوازن بين الواجبات والحقوق، كأن يفرض المجتمع ممثلاً في الدولة على الفرد كثيراً من الواجبات. فإن مثل هذا الموقف يصبح قهرياً، وإذا استمر لفترة طويلة، فإنه قد يضعف انتماء الفرد لمجتمعه، خاصة أن الأخير يفرض عليه القيام بالواجبات دون أن يمنحه حقوقه في إشباع حاجاته الأساسية. والعكس صحيح فإنه إذا اختل التوازن لصالح الحقوق، فإنه ينشر حالة من الاسترخاء في المجتمع. كما أنه يقتل الطوعية والإرادية في الأفراد وقد يؤدي ذلك إلى ضعف الانتماء، بحيث يصبح مدخلاً لحالة من عدم الاستقرار الاجتماعي، يحدث ذلك إذا لم تكن ثمة عدالة قائمة فيما يتعلق بتوزيع الحقوق والواجبات بين مختلف أفراد المجتمع أو جماعاته.

بالإضافة إلى ذلك تذهب الخاصية السادسة إلى أن الوازع الأخلاقي يعد أحد الخصائص الأساسية للمسؤولية الاجتماعية، ويرجع ذلك إلى أن سلوك الفرد والأدوار التي يؤديها في مختلف المجالات الاجتماعية تكون موجهة بثلاثة أبعاد أساسية. الأول من خلال منظومات القيم كموجهات ثقافية عامة، حيث يعنى توجيهها لأداء البشر لأدوارهم الاجتماعية تعبير عن بعد أخلاقي. بالإضافة إلى ذلك - وهو البعد الثاني - فإن القيم والمبادئ تتسلل إلى داخل الفرد، من خلال عملية التنشئة الاجتماعية لتشكل ضميره الداخلي، الذي يدفعه إلى أداء أدواره أو مسؤولياته الاجتماعية حسبما يفرض أو يتطلب المجتمع ذلك. بينما يتصل البعد الثالث بصيغة التوقعات المتبادلة حيث يعمل الوازع الأخلاقي هنا باتجاه تطابق أداء الفرد لأدواره التي تعكس، وفائه بمسؤولياته الاجتماعية تطابقاً مع توقعات الآخر، ابتداء من الآخر الفردي إلى الآخر العام أو المجتمع، بالإضافة إلى ذلك هناك الوازع الأخلاقي للوفاء بالمسؤولية الاجتماعية من خلال تحول الثقافة ومنظومات القيم إلى أعراف وتقاليد وقواعد وقوانين. تفرض ضرورة قيام الأفراد بمسؤولياتهم الاجتماعية تجاه الجماعة أو المجتمع، وإلا واجه الفرد العقاب بسبب تقصيره عن الوفاء بأي من متطلبات المسؤولية الاجتماعية [18].

5- أنماط المسؤولية الاجتماعية :

5-1- المسؤولية الاجتماعية للفرد: تشكل المسؤولية الاجتماعية للفرد الدائرة الأولى من دوائر المسؤولية. وهى الدائرة التي يصبح الفرد فيها هو الفاعل المحوري وحسبما يذهب "جون ستيورات مل" فإن الفعل الأخلاقي والمسؤولية الأخلاقية لا تفرض على الإنسان من خارجه، ولكن المسؤولية هي تعبير مقصد صاحبها، كما هي تعبير عن إرادته، ولأن الفرد كائن اجتماعي وأخلاقي فإن حالة الاجتماع تتبع من داخله، ومن داخله أيضا تتشكل الأخلاق التي تنظم حالة الاجتماع. فإذا التزم الإنسان بهذه الأخلاق للمساهمة في بناء حالة الاجتماع فإن ذلك يعد تعبيراً عن مسؤوليته الاجتماعية. وحتى تصبح الإرادة - أصل المسؤولية الاجتماعية - مكتملة فلا بد أن تستند إلى قاعدة من المعرفة والخبرة، وهى المضامين المعنوية التي يصل إليها الإنسان وتحدد مسؤوليته الاجتماعية. لذلك يرى هذا الموقف أن الفرد الذى يمتلك المعرفة، هو الفرد الذى يمتلك القدر الملائم من العقلانية، والعقلانية هنا تحدد غايات وأهداف المسؤولية، كما تحدد أكثر الوسائل ملائمة لتحقيق أو إنجاز أهداف هذه المسؤولية، ولأن الفرد له طبيعته الأخلاقية، فإن المسؤولية التي تترتب على ذلك من الضروري أن تكون ذات طبيعة أخلاقية كذلك.

وفى إطار المسؤولية الاجتماعية للفرد فإننا نجد أن الفرد عليه واجبات لكل دوائر المسؤولية الاجتماعية التي تتلو دائرة المسؤولية الفردية، فعليه مسؤولية تجاه الجماعة التي ينتمى إليها أيا كانت طبيعتها. ولما كان الفرد ينتمى إلى عدة جماعات، فإنه عادة ما يدرج هذه حسب درجة اقترابها منه، وحسب مدى محوريتها في إشباع حاجاته الأساسية وهنا نجد أن الأسرة هي أو الجماعة القربية الأكثر اقتراباً من الفرد، يتلو ذلك اتجاه المسؤولية الفردية بواجباتها وحقوقها إلى إطار الجماعة الإثنية، أيما كان المتغير الذى يحدد هوية الجماعة الإثنية، بالإضافة إلى ذلك تتجه بعد ذلك بواجباتها تجاه المجتمع المحلى ثم المجتمع العام [19]. وهو ما يعنى أن المسؤولية الفردية تحتوى على حزمة من الواجبات توزع على الدوائر الاجتماعية المتتابعة والمحيطة بالفرد، وفى مقابل ذلك تحتوى على حزمة من الحقوق التي يحصل عليها الفرد بالمقابل. بيد أنه كلما كانت الدائرة المحيطة بالفرد أقرب كلما كانت الحقوق والواجبات التي تشكل بنية المسؤولية موجهة بصورة مباشرة في اتجاهي الواجبات والحقوق، في هذا الإطار فإننا إذا تأملنا المسؤولية الاجتماعية للفرد فسوف تبرز أماننا ثلاثة حقائق.

حيث تتمثل الحقيقة الأولى في أن المسؤولية الاجتماعية للفرد ترتبط عادة بدورة حياته، فهي تنمو محدودة في فترة الطفولة، ثم تبدأ في الاتساع حتى تصل إلى أوجها في عقدي منتصف العمر، ثم تبدأ في التقليل في مرحلة الكهولة والشيخوخة. يضاف إلى ذلك إهتزاز توازن بنية المسؤولية الاجتماعية حيث نجد أن حزمة الحقوق تتجاوز الواجبات، وهى ترتبط في عدم توازنها بدورة الحياة كذلك. حيث نجد أنها تميل إلى بعد الحقوق على حساب الواجبات في مرحلة الطفولة والشيخوخة إلا أنها تكون متوازنة عادة في عقود منتصف العمر. وتتصل الحقيقة الثانية في أننا إذا تأملنا المسؤولية الفردية فسوف نجد أنها غير محدده المعالم نسبياً في الجماعات الأولية أو حتى المجتمعات الأولية كالريف، فالحدود غير واضحة بين مسؤولية الفرد ومسؤولية الجماعة، في حين أننا نجد في المجتمعات التي قطعت شوطاً على طريق التحديث والتقدم، فإن المسؤولية الفردية تصبح متميزة عن المسؤولية الاجتماعية. إضافة إلى أن بنية الحقوق والواجبات تصبح متوازنة فى

المجتمعات المتقدمة وإن جنحت إلى اتساع مساحة الحقوق على عكس نظيرتها في المجتمعات الأولية حيث الجنوح باتجاه الواجبات [20]. وتشير الحقيقة الثالثة أنه وإن كانت المسؤولية الفردية هي تولت استناداً إلى المكون أو الميل الاجتماعي بداخل الإنسان، تشكيل الجماعة، فإنه بمجرد اكتمال تشكل الجماعة والمجتمع، فإن المجتمع يتولى بعد ذلك تشكيل المسؤولية الاجتماعية للأفراد ويعين حدودها.

5-2- المسؤولية الاجتماعية للجماعة: ينتمى الفرد بحكم المكون الاجتماعي بداخله إلى عضويته جماعات عديدة، كما يتشكل المجتمع من ذات الجماعات، التي قد تتسع لتأخذ شكل الفئات الاجتماعية، أو حتى الطبقات. ومن المنطق عليه أن أي جماعة اجتماعية تقع عليها مسؤولية اجتماعية محددة تجاه الأفراد كمستوى أدنى، وتجاه المجتمع كمستوى أعلى، وفي هذا الإطار يمكن أن تبرز مجموعة من الحقائق الأساسية. وتشير الحقيقة الأولى إلى أن الجماعات المشكلة لبناء المجتمع تتباين عادة من حيث وظيفة المسؤولية الاجتماعية التي تضطلع بها. وإذا افترضنا أن للمجتمع حاجات، فإن الجماعات والأفراد المشكلين لهذه الجماعات - حسبما يذهب إميل دوركايم - ما هم إلا أدوات لإشباع الحاجات [21]. وحسب محورية الوظائف التي تؤديها مختلف الجماعات بالنسبة للمجتمع، تتحدد مكاناتها بنفس القدر، وعلى ذلك تتباين الجماعات من حيث درجة ارتباطها العضوي ببناء المجتمع. فجماعة الأسرة أو العائلة تشغل مكانة محورية في بناء المجتمع، على خلاف جماعة النادي أو جماعة قضاء وقت الفراغ. وتتصل الحقيقة الثانية بأنه إذا كان بناء المجتمع متماسكاً، ويعيش في ظل حالة من التوازن أو الاستقرار الاجتماعي، كلما كانت الواجبات والحقوق المشكلة لبنية المسؤولية الاجتماعية لهذه الجماعات متجانسة. في حين أننا نجد أنه كلما سادت المجتمع حالة من الفوضى الاجتماعية، كلما تباينت الجماعات من حيث بنية المسؤولية الاجتماعية التي تضطلع بها، فبعض الجماعات قد تحصل على حقوق أكثر بينما تضطلع بواجبات أقل. وهو الأمر الذي يؤدي بروز المسؤولية الاجتماعية الناقصة في مقابل المسؤولية الاجتماعية الفائضة.

فالمسؤولية الاجتماعية الناقصة للجماعة تتميز بأن توازن الحقوق والواجبات لغير صالح الحقوق ولصالح الواجبات، بمعنى أن الجماعة تقوم بواجبات أكثر من الحقوق التي تحصل عليها. أما المسؤولية الاجتماعية الفائضة، فتعني أن بعض الجماعات تحصل على حقوق أكثر مما تؤدي من واجبات. ذلك يعني أن تتباين الجماعات من حيث طبيعة المسؤولية الاجتماعية، من المحتمل أن يكون سبباً في اندلاع حالة الصراع الاجتماعي بين الجماعات من ناحية، أو بينها وبين النظام السياسي من ناحية ثانية.

وتذهب الحقيقة الثالثة إلى تتباين الجماعات المشكلة لبناء المجتمع إلى ثلاثة أنماط من الجماعات. أول هذه الأنماط هي الجماعات الإثنية أو الأرثية، حيث العضوية في هذه الجماعات تكون عادة بالمولد، كالجماعة القرابية والجماعة العرقية والجماعة الدينية. ونظراً لأن هذا النمط من الجماعات هو الذي يخلع على الفرد بعض هويته، فإن الانتماء لهذا النوع من الجماعات يكون أقوى، إلى الدرجة التي يرى فيها الفرد أنه من الإيجابي أن يمنح الجماعة مضامين واجباته نحوها دون انتظار للحصول على حقوق بنفس القدر، ومن ثم يكون انتماءه أقوى لهذا النمط من الجماعات. على خلاف ذلك نجد الجماعات ذات الطبيعة التنظيمية كالمدرسة والجامعة ومؤسسة العمل، حيث ينظم الأفراد في هذا النمط من الجماعات كمدخل لتنظيم المجتمع.

وفى العادة نجد أن للإنسان حقوق تتوازى مع الواجبات التي يؤديها لهذه الجماعات، وفى العادة تكون الواجبات والحقوق مدونة وليست شفوية. وإذا كانت قيم العزوة والخصوصية هي ما يميز جماعات النمط الأول، فإن جماعات النمط الثاني تعتمد بالأساس على قيم الإنجاز. وإذا كان الفرد يعتمد على النمط الأول من الجماعات عاطفياً، لأنها التي تحدد له مكانته في المجتمع، باعتبار ان مكانتها مرجعية لذلك، فإن علاقته بالنمط الثاني ذو طبيعة مصلحة بالأساس، حيث يعتمد التفاعل فيها على تبادل القيم والمصالح.

على خلاف ذلك نجد النمط الثالث من الجماعات التي تتميز بأنها ذات طبيعة تطوعية، حيث يلتحق بها الإنسان لإحساس متزايد بالمسؤولية الاجتماعية التي تفرض عليه مساعدة الآخرين وتمكينهم بالمنظمات غير الحكومية. أو أن الالتحاق بها يتم لعوامل وأسباب ثانوية كالنادي الرياضي، وجماعة قضاء وقت الفراغ. وفى العادة نجد أن المسؤولية الاجتماعية لهذه الجماعات ذات طبيعة إثارية، لأن الجماعة ذاتها تهدف إلى الارتقاء بحياة الآخرين غير الممكنين من الضعفاء، والفقراء والشباب وسائر المهمشين في المجتمع، حيث يؤدي الأفراد فى هذا النمط من الجماعات واجباتهم، غير أنهم لا يسعون كثيراً وراء الحصول على حقوق [22].

5-3- المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص: مع تحول مجتمعات العالم إلى الأيديولوجيا الليبرالية، حيث أصبحت الأيديولوجيا الليبرالية هي الموجه للفعل والأداء بالنسبة لغالبية مجتمعات الجنوب وأوروبا الشرقية منذ بداية الستينيات، بعد أن توارت إلى خلفية المسرح العالمي الأيديولوجيا الاشتراكية. وقد كان من الطبيعي أن يتضافر هذا التحول الأيديولوجية مع تحولات واقعية دفعت بالقطاع الخاص إلى مركز الصدارة في قيادة عملية التنمية والتحديث في هذه المجتمعات. في هذا الإطار بدأت مناقشة المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، خاصة بعد أن اتسعت فاعليته، لتصبح ذات طبيعة عالمية بانتشار صيغة الشركات المتعددة الجنسية، وتضافرها مع موجات العولمة. التي انطلقت من السياقات الاجتماعية الاقتصادية للقوى الكبرى المسيطرة على النظام العالمي، مع ما صاحبها من اتساع رقعة التهميش الاجتماعي سواء على الصعيد العالمي أو على صعيد مجتمعات الجنوب. الأمر الذي أثرت معه قضية هامة تتمثل في أنه إذا كان العالم قد تحول إلى سوق كبيرة يجنى منها القطاع الخاص أرباحه التي يحصل عليها من مصادر أو موارد أساسية في هذا العالم، فإن على القطاع الخاص مسؤولية اجتماعية بأن يعمل على توجيه جزء من أرباحه إلى السياقات الاجتماعية التي تشكل بيئته ليعمل على تطويرها، بما يجعلها باقية كبيئة مواتية له على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والثقافي، على هذا النحو برزت أهمية المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال او القطاع الخاص على صعيد الفكر الاقتصادي والتنموي.

استناداً إلى ذلك رأى التنظير الاجتماعي المهتم بالمسؤولية الاجتماعية أن القطاع الخاص تقع عليه المسؤولية الاجتماعية لتطوير أوضاع المهمشين والفقراء وأن عليه أخلاقياً أن بمتطلبات هذه المسؤولية، التي تصدر مستندة إلى أهمية إدراك المسؤولين عن القطاع الخاص، أنه كلما ارتقت نوعية الحياة بالنسبة لمختلف فئات المجتمع، كما اتسع نطاق السوق، الأمر الذى يعنى تدفقاً للسلع وعائداً أكبر من الأرباح، وهو ما يعنى أن جهود القطاع الخاص في تطوير نوعية الحياة في المجتمع من خلال الدفع بنسبة من أرباحه في المساعدة في تمكين الفئات المهمشة، من المفترض أن يعود إليه بأرباح أكثر ذلك أنه يعد واجهة اجتماعي مثلما هو واجب

أخلاقي أن يعمل القطاع الخاص في اتجاه ترقية الأوضاع المجتمعية المدني يعمل في إطاره، لأنه بذلك يؤسس البيئة الآمنة والمواتية لممارسة نشاطه [23].

5-4- المسؤولية الاجتماعية للمجتمع المدني: يعد المجتمع المدني آخر أشكال المجتمعات التي تبلورت بحيث أصبح يشكل بيئة حاضنة لحياة الإنسان. وإذا كان ظهور المجتمع المدني قد تصافر مع ظهور المجتمع السياسي في القرن السادس عشر، وهي المرحلة التي تعرض لها بعمق وإسهاب تنظير العقد الاجتماعي، فإن المجتمع المدني قد أصبح أكثر بروزاً في وجوده وفاعليته في عصر العولمة، بسبب ظروف عديدة، منها تراجع دور الدولة القومية، بحيث أصبحت هذه الدولة، بخاصة في نطاق مجتمعات الجنوب، عاجزة عن تنمية مجتمعاتها وإشباع حاجات مواطنيها. من هذه الظروف أيضاً تخلف أداء القطاع الخاص على الصعيد الوطني في مجتمعات العالم الثالث، بحيث اقتصر وعيه على مسؤولياته الاقتصادية، دون أن يتسع ليشمل مسؤوليته الاجتماعية خاصة إذا تصاحب تصافر أدائه مع القطاع الخاص الأجنبي بحيث استفحل استغلال السوق المحلية، يضاف إلى ذلك التغيرات التي طرأت على سوق العمل، الأمر الذي زاد من معدلات البطالة. بحيث أدت هذه الظروف جميعاً إلى زيادة مساحة التهميش الاجتماعي، حتى أننا نجد أن عدد السكان تحت خط الفقر في مجتمعاتنا العربية تراوحت بين 34% و 50%، وأن عدد السكان الذين يقعون تحت خط الفقر المدقع نحو 12.5% من هؤلاء [24].

ارتباطاً بذلك تبرز المسؤولية الاجتماعية للمجتمع المدني، بخاصة المنظمات غير الحكومية، التي تؤسس سياساتها باتجاه السعي لتطوير قدرات المهمشين الفقراء الذين عجزت الحكومة عن إشباع احتياجاتهم الأساسية. فاستبعدوا إلى ضفاف المجتمع، وانشغل عنهم القطاع الخاص، بل سحق بعضهم بسبب سعيه المحموم من أجل الربح - والدفع بهم مرة أخرى في قلب المجرى الرئيسي للمجتمع. ولإنجاز هذه المهمة فإننا نجد أن المجتمع المدني يتبع ثلاثة أساليب. من خلال الأسلوب الأول يسعى المجتمع المدني إلى تطوير قدرات المهمشين بالعمل على تمكينهم من الناحية الاقتصادية، من خلال صيغ المشروعات الصغيرة تارة، أو إعادة تأهيلهم بحسب متطلبات واحتياجات سوق العمل الحديثة تارة أخرى. وفي هذا الصدد فإن تبنى المنطق الجديد للتنمية، وهي التنمية المستدامة التي تتميز بأنها تبدأ التطوير من أسفل، أي من الجماهير المهمشة ذاتها بتحويلها من قوى عاطلة، إلى قوى قادرة على الإنتاج والعطاء، وبذلك من خلال تنظيمهم في أطر إنتاجية تستوعب طاقة العمل التي لديهم، خاصة أن التنمية التي ينشدها المجتمع المدني، هي تنمية تعتمد على الخامات المحلية بالأساس. بالإضافة إلى ذلك يسعى المجتمع المدني إلى تدبير تمويل مشروعاته التنموية هذه، من خلال مصادر عديدة، قد تكون الدولة، وقد تكون مؤسسات التمويل الدولية، وقد يكون القطاع الخاص. وقد يصدر التمويل عن بعض أهل الخير أو المستفيدين المهمشين والفقراء أنفسهم، حتى يشعروا بأنهم قد تحولوا إلى منتجين ولا يتلقون إحساناً.

ومن خلال الأسلوب الثاني يعمل المجتمع المدني باتجاه تطوير القدرات السياسية والثقافية والاجتماعية للمهمشين الفقراء، تطوير قدراتهم الاجتماعية بأن يجعلهم ينتظمون في روابط وجماعات، قادرة على إنتاج رأس المال الاجتماعي، من خلال صيغ عديدة أبرزها صيغة العون المتبادل. ذلك بالإضافة إلى محور أميتهم وتطوير

قدراتهم فيما يتعلق بمتابعة القضايا العامة سواء تلك الخاصة بالمجتمع المحلي أو المجتمع العام. يضاف إلى ذلك، فإن انتظام هؤلاء المهتمين من خلال تنظيمات المجتمع المدني يساعدهم في التدريب على المشاركة السياسية والاجتماعية، بما يجعلهم مواطنين قادرين على تحمل مسؤولياتهم الاجتماعية تجاه عائلاتهم، ومجتمعهم المحلي والعام، أي تكون في مقدرتهم ممارسة المواطنة حسب متطلباتها ومعاييرها الأساسية.

ويتمثل الأسلوب الثالث في التبشير بصيغة الحكم الرشيد، لتصبح الصيغة التي تضبط معايير التفاعل السياسي والبيروقراطي والاجتماعي على السواء. بحيث يصبح التبشير بهذه الصيغة الحديثة للتفاعل مدخلا للتعبير بالتحول الديمقراطي من ناحية، ولتطوير العلاقة بين المواطن والدولة من ناحية ثانية. ولإنجاز ذلك فإننا نجد أن تنظيمات المجتمع المدني تضرر دعوة باتجاه اللامركزية في الإدارة وممارسة السلطة، وذلك باعتبار أنه إذا كانت تنظيمات المجتمع المدني تبدأ عملها من ساحة الجماهير، فإنها تدرج هذه الجماهير على المشاركة في إدارة شئونها. ولن يتحقق ذلك إلا من خلال تقليص المسافة بين المستويات العليا والدنيا للإدارة، والهبوط بالمستويات العليا من مركزيتها الإدارية في العواصم إلى لا مركزية تقترب من الجماهير.

بالإضافة إلى ذلك تعمل تنظيمات المجتمع المدني على نشر ثقافة إدارة الحكم الرشيد وهي الصيغة التي تضبط أداء السياسة والإدارة في الدولة، أو تنظيم العلاقة بين المواطنين وسائر مؤسسات الدولة، حيث تستند هذه الإدارة الرشيدة إلى منظومة من القيم التي نعرض لبعضها. في هذا الإطار تتمثل القيمة الأولى في الشفافية والقدرة على المحاسبة والقابلية لها، بحيث تتضمن هذه القيم أهمية ونشر المعلومات. بحيث يصبح الجمهور المتعامل مع الإدارة على وعى بها، ومن ثم يصبح قادراً على المساءلة والمحاسبة وأن تكون الإدارة ذاتها قابلة لهذا السلوك. يضاف إلى ذلك الاحتكام للقانون، حتى يصبح التعامل مع الإدارة محايداً لا يشكل تربة مواتية لاستنابات أي من سلوكيات الفساد، وذلك بالإضافة إلى التخلي عن النزعة الأبوية في ممارسة السلطة والإدارة، والقبول بآليات تداول السلطة على كافة المستويات، وإذا كان العصر التنموي الذي نعيشه هو عصر القطاع الخاص والمجتمع المدني كفاعلين أساسيين، فإن جانب من المسؤولية الاجتماعية للمجتمع المدني، تتمثل في ضرورة أن يعمل على نشر ثقافة التطوع في المجتمع. بحيث تصبح هذه الثقافة المرجعية التي تتحقق انطلاقاً منها ثقافة التنمية المستدامة التي تتحمل الجماهير أعباءها بالأساس.

إلى جانب ذلك يعمل المجتمع المدني من خلال الأسلوب الرابع باتجاه حراسة ومراقبة التحول الديمقراطي، حتى يمكن إنجاز هذا التحول وفق معايير الصحيحة. بحيث يساعد ذلك على قبول أصحاب القرار إمكانية المشاركة في مقابل إقبال المواطنين على المشاركة، والعمل على تصحيح أي انحراف عن الممارسة الديمقراطية من الطرفين.

5-5- الدولة فاعل يضطلع بمسؤولية اجتماعية: تعد الدولة فاعل محوري عليه مسؤولية اجتماعية تجاه المجتمع. ونحن إذا تأملنا تاريخ الدولة في تحملها لمسئولياتها المختلفة في النهوض بالمجتمع والعمل على تحديثه فإننا سوف نجد أن وفاءها بهذه المسؤوليات مر بعدة مراحل أساسية. في المرحلة الأولى منذ اكتمال الدولة كضابط لإيقاع المجتمع القومي في القرن السادس عشر تحملت الدولة أعباء الاستجابة لاحتياجات المجتمع القومي، وبغض النظر عن التوجه الأيديولوجي الذي تبنته الدولة، فإننا نجدها قد عملت على الدفع

باتجاه تحديث المجتمع، بحيث اعتبرت ذلك من مسؤولياتها الأساسية، بل أننا إذا تأملنا حركة الاستعمار في السياق الأوربي فسوف نجد لها عبارة عن سعى الدولة لجلب موارد المستعمرات للاستفادة بها في تطوير المجتمع وتعظيم قدراته وإمكانياته، بغض النظر عن كون الدولة هي الفاعل المباشر الذي يتولى عملية التحديث، أو شاركها في ذلك القطاع الخاص، القطاع العام، كما حدث في بعض المجتمعات الأوربية، ومن خلال تاريخ طويل من النضال بين الجماهير والأنظمة السياسية، استقرت العلاقة بين المواطن والدولة على أساس فتح الأخيرة لكل قنوات المشاركة أمام المواطنين، حسب ثقافة الحكم الرشيد المتطورة، وهو ما يعنى أن الدولة القومية تجاوزت مرحلة الثقافة الأبوية، التي تنظر إلى المسؤولية الاجتماعية باعتبارها واجبات مفروضة على المواطنين، عليهم الوفاء بمتطلباتها.

وإذا كانت الدولة في المجتمعات الأوربية التي قطعت شوطاً على طريق التحديث قد قبلت مشاركة المواطنين في مختلف مجالات النقاء الدولة بهم، الأمر الذي عجل بالتطور الديمقراطي وجعله أكثر شفافية، فإن الدولة في مجتمعات الجنوب، بغض النظر عن طبيعة النظام السياسي، ظلت أبوية، معانده وصعبة المراس، ترفض التخلي عن الثقافة الأبوية، واستناداً إلى هذه الثقافة فهي تنظر إلى المسؤولية الاجتماعية، من خلال نافذة فرض الواجبات على المواطنين دون الالتفات إلى الاستجابة لآية حقوق لهم عليها. الثقافة والدولة الأبوية تبتعد قدر الإمكان عن الصيغ الحديثة لإدارة الحكم الرشيد في ممارسة السلطة، قراراتها أبوية لا مراجعة لها، وما على الجميع سوى الخضوع لهذه القرارات، وقد يصل الأمر إلى حرمان الجماهير حتى من حقها في المطالبة بالحقوق، بوسائل الخداع حيناً، وبالقهر الأبوي أحياناً، لذلك فشل التحول الديمقراطي في غالبية مجتمعات العالم الثالث. ولأن معادلة الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية والقوة لصالح الدولة الأبوية وغير صالح للمواطنين، فقد أصبح مقدراً عليهم أن يقوموا بالواجبات دون أن يحصلوا على الحقوق، وهو ما دفع المواطنين في أغلب دول الجنوب إلى العزوف عن المشاركة. الأمر الذي أضر بالمجتمع وأورثه كثيراً من الأمراض الاجتماعية، الناتجة عن العزوف عن المشاركة في مختلف المجالات الأمر الذي أدى إلى انخفاض الإنتاج، وممارسة مظاهر الاحتجاج والتمرد والتخريب، طالبا للوفاء بجانب الحقوق في بنية المسؤولية الاجتماعية.

غير أنه مع بروز عصر العولمة واكتمال فاعليتها على ساحة النظام العالمي، تأثرت الدولة القومية في مجتمعات بفاعلية عاملين، الأول بروز سطوة وتأثير القوى العالمية والمؤسسات الدولية على سلوك الدولة، حتى في داخل حدودها وبخاصة في علاقتها بمواطنيها، في ظل شعارات التأكيد على حقوق الإنسان والأقليات، ومن ثم المواطنين. بحيث لم تعد الدولة الأبوية مطلقة اليد في تعاملها مع مواطنيها، يساعد في ذلك دور بعض تنظيمات المجتمع المدني التي أصبحت في بعض الأحيان، حلقة صلة بين تفاعلات الداخل والضغوط التي يمكن أن تفرض من الخارج. ويتصل العامل الثاني بتراجع دور الدولة عن أن تكون الفاعل المحوري في عملية التحديث، حيث أسلم قيادها لفرسان القطاع الخاص. على هذا النحو وجدت دولة الجنوب نفسها، من حيث قدرتها على الاضطلاع بمسؤولياتها في موقف لا تحسد عليه. مقارنة بنظيرتها الغربية المتطورة، ونتيجة لذلك نجد أن دولة الجنوب، قد انتقلت من حيث قدرتها على الوفاء بمسؤولياتها الاجتماعية إلى مرحلة ثالثة ومعاصرة.

وإذا كانت الدولة الغربية المتقدمة ما زالت فاعلة، وإن تراجعت وظائفها إلى تأكيد التآزر بين العناصر والمؤسسات. التي تشكل بنية الدولة وتعمل على تحديث المجتمع، فهي تلعب دور "المايسترو" الذي يضبط الإيقاع. فهي تراقب الأداء الاقتصادي والسياسي والاجتماعي والثقافي، لينتدق في قنواته الصحيحة والمساعدة في حل المشكلات التي قد تعترض هذا التدفق ولديها احتياطي كاف من الإمكانيات التي يمكن أن تساعدها - كموارد - لأداء هذا الدور. على خلاف ذلك فإننا نجد أن الدولة في مجتمعات الجنوب قد أصبحت عاجزة، فقد انتقلت عملية التحديث من يدها إما باتجاه القطاع الخاص، أو باتجاه المجتمع المدني، ولم يبق تحت سيطرتها سوى النذر اليسير. وبسبب هذا الانتقال أصبحت مواردها محدودة، وبسبب النزعة الأبوية ذات المزاج المنحرف أحيانا نجدها قد فضلت الدولة أبناءها الأثرياء على أبنائها الفقراء، بحيث تداخل تزاوج نتيجة لذلك الاقتصاد مع السياسة. وبسبب هذا التزاوج وقعت مظاهر تجاوز وفساد عديدة، وأدير المجتمع بمنطق العائلة، ولم يعد مهما أن تقي الدولة بمسئولياتها الاجتماعية تجاه الفقراء، ولو حتى من خلال القيام بدور المايسترو في إنجاز عملية التحديث، أو صياغة التآزر بين جهود التحديث التي تقع على ساحة المجتمع. الأمر الذي دفع إلى مزيد من تردى الأوضاع، بحيث شكل ذلك تربة خصبة لاستتبات كل مظاهر الرفض والاحتجاج الاجتماعي[25].

6- أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمنظمات : سعى العديد من الكتاب والباحثين إلى محاولة تحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية من وجهات نظر مختلفة، ووضعوا لها مسميات متباينة، نذكر منهم على سبيل المثال كل من (Pride & Ferrell) الذين أشاروا إلى أربعة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية تتمثل في ما يلي [26]:

6-1 المسؤولية الإنسانية : أي أن تكون المنظمة صالحة وتعمل على الإسهام في تنمية وتطوير المجتمع وتحسين نوعية الحياة.

6-2 المسؤولية الأخلاقية : بمعنى أن تكون المنظمة مبنية على أسس أخلاقية، وأن تلتزم بالأعمال الصحيحة، وأن تمتنع عن إيذاء الآخرين.

6-3 المسؤولية القانونية : أي التزام المنظمة بإطاعة القوانين، و اكتساب ثقة الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية وعدم القيام بالأعمال المخلة بالقانون.

6-4 المسؤولية الاقتصادية: بأن تكون المنظمة نافعة ومجدية اقتصاديا، وأن تحاول جاهدة توفير الأمان للآخرين.

وشمولية محتوى المسؤولية الاجتماعية جعلت الباحث كارول (Archie Carroll) يشير إليها بأربعة أبعاد هي البعد الاقتصادي والأخلاقي والقانوني والخيري كما هي موضحة في الشكل أدناه:

-المسؤولية الخيرة: إنَّ التصرف كمواطن صالح يسهم في تعزيز الموارد في المجتمع وتحسين نوعية الحياة فيه.

-المسؤولية الأخلاقية: عندما تراعي المنظمة الأخلاق في قراراتها فإنها تعمل ما هو صحيح وحق وعادل وتتجنب الاضرار بالفئات المختلفة.

-المسؤولية القانونية: من خلال الامتثال للقوانين، لأنَّ القوانين هي مرآة تعكس ما هو صحيح أو خطأ في المجتمع وتمثل قواعد العمل الأساسية

-المسؤولية الاقتصادية: كون المنظمة تحقق ربحاً، فإنَّ هذا يمثل قاعدة أساسية للوفاء بالمتطلبات

قائمة المراجع

- 1.Powell Fred & Donal Guerin, Civil Society and Social Policy, Grtish Library Cataloguing in Publication, 1997,P.126.
- 2.Manne, Henry G. & Henry C. Wallich, The Modern Corporation and Social Responsibility, Rational Debate Series, American Enterprise Institute For Public Plicy Research, Washington, D. C. P,3.
3. زايد بن عجير الحارثي، واقع المسؤولية الشخصية الإجتماعية لدى الشباب السعودي وسبل تنميتها، اكااديمية نايف العربية للعلوم الامنية، الرياض، 2001، ص 9
- 4 نفس المرجع، ص 10
- 5 نفس المرجع، ص 11
- 6 Powell Fred & Donal Guerin Op, Cit, P. 160.
- 7 على ليله، النظام العربي المعاصر، متغيرات الإصلاح.. وحدوده، دار الوافي للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، 2006، ص 245.
- 8 على ليلة، النظرية الإجتماعية بين التفكير فى نشأة النظام والخلاف حول هويته، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، 2007، ص ص 47-49-52-57-199
- 9 توفيق الطويل، الفلسفة الخلفية، نشأتها وتطورها، منشأة المعارف، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 1960، ص 285.
- 10 Emile Durkheim: The Division. Of Labor in Society, Trans. By George Simpson, New York, The Free Press, 1966, PP.48-132
- 11 Emile Durkheim, Op, Cit, P. 139
- 12 Cornwall, Andrea and Celestine Nyamu-Musembi, Putting The "Rights-Based Approach, to Development into Perspective, Third World Quarterly, New York Carfax Publishing, 2004,P. 1423.
- 13 Ibid,P.1425.
- 14 زيد بن عجير الحارثي، مرجع سابق، ص 14
- 15 Parsons.Talcott, The Social System. The Free Press, Glencose, Illimois,1922, P.62.
- 16 ناديا متى فخرى، المسؤولية الاجتماعية، عناصرها ومظاهرها وكيفية تنميتها مجلة الجيش، لبنان، العدد 249، اذار، 2006
- 17 على ليلة، فلفريدو باريتو ودورة الصفوة في إطار النظام، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، 2006، ص132

18 على ليلة, إميل دوركيم والتصور الوظيفي للمجتمع, المكتبة المصرية للنشر والتوزيع, 2007, ص111

19 توفيق الطويل, الفلسفة الخلفية, نشأتها وتطورها, منشأة المعارف, الإسكندرية, الطبعة الأولى, 1960, ص ص 285-286

20 Emma Harris, Op, Cit, P, 11

21 احمد الشريف, (16 أغسطس 2010), المسؤولية الاجتماعية حاجة للفرد وحاجة للمجتمع, 2017/11/12, <http://www.amanjordan.org/a-news/wmview.php>

22 نفس المرجع

23 نفس المرجع

24 حسين عبد المطلب الأسرج, المسؤولية الاجتماعية للاستثمار الأجنبي المباشر ودورها في مساندة المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مصر, فعاليات المؤتمر الخمسين للجمعية المصرية للتشريعات الصحية والبيئية, "هموم بيئية للحل" القاهرة, خلال الفترة 5-6/6/2009

25 على ليلة, الأمن القومي العربي "تفكيك المجتمع والدولة", الجزء الثاني 2009, مجموعة قرطبة للطبع والنشر والتوزيع, الرياض, ص 235.

26 عبد السلام مخلوفي وسفيان بن عبد العزيز, تأثير معايير المسؤولية الاجتماعية على نشاط الشركات متعدد الجنسيات, الملتقى الدولي الثالث, منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية, كلية علوم الاقتصادية و علوم التسيير, جامعة بشار, ص 7.

27 عرابة رابح وبن داودية وهيبية, المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في التنمية, عرض تجارب بعض الشركات العالمية, جامعة الشلف, بدون تاريخ, ص 4 .

استمارة المشاركة:

الاسم: سامية

كنزة

اللقب: عواج

حامدي

الرتبة: أستاذ محاضر قسم أ

طالبة دكتوراه

الكلية و الجامعة: كلية العلوم الإنسانية - جامعة سطيف 2-

البريد الإلكتروني:

محور المشاركة: مكانة و ممارسات المسؤولية الاجتماعية في العلوم الإنسانية و الاجتماعية

عنوان الورقة البحثية: المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية بين الواقع و الرهانات

دراسة ميدانية بالمؤسسة الخدمائية اوريدو

ملخص الورقة البحثية:

و تمثل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية على اختلاف طبيعة نشاطها سواء سلعي أو خدمي موضوعا جديرا بالبحث والدراسة ويرجع ذلك إلى تعظم أهمية كسب ثقة الأطراف المتعاملة مع المؤسسة وتفادي أية نزاعات قد تؤثر على صورتها، وكذا أهمية الاندماج في المجتمع كعضو نافع يساهم في الحفاظ على استقرار ، حيث يمكن هذا النوع من المسؤولية من تحسين أداء المؤسسة وبالتالي الربح على المدى البعيد من جهة ، وحماية البيئة وتحسين نوعية الحياة من جهة أخرى.

إشكالية:

تعد المسؤولية الاجتماعية تحدي لا بد على المؤسسة أن تكسبه و أن تجعل منه توجهها استراتيجيا في عملها يحقق لها العديد من المزايا المستدامة تدخل بها الأسواق العالمية وتضمن لها الريادة و الانفراد على مثيلاتها في مجال نشاطها .

لذا اقتنعت العديد من المؤسسات بأهمية الدور الاجتماعي الذي تلعبه بعد أن تأكدت من إن الإنفاق على أنشطة المسؤولية الاجتماعية باتجاه توقعات أطراف ذات المصلحة يؤدي إلى تحقيق ولاء عملائها و التزام موظفيها من جهة ، و إلى كسب رضا المجتمع المحلي وباقي أصحاب المصالح الخارجيين من جهة أخرى .

حيث ارتأت العديد منها إلى تبني برامج فعالة للمسؤولية الاجتماعية تأخذ بعين الاعتبار ظروف المجتمع والتحديات التي تواجهه و ذلك من خلال التغيير في أنماط تسيرها وتبني أساليب حديثة في الإنتاج و التسويق و محاربة جميع أشكال التمييز و العنصرية بين موظفيها و الرفع من قدراتهم من

خلال برامج التدريب و التكوين وتوفير جو آمن مناسب للعمل و طرح منتجات آمنة خالية من العيوب و الأضرار... الخ.

و بالرغم من أن هذه الأنشطة و البرامج تكبد المؤسسة مبالغ مالية على المدى القصير إلا أنها تمثل استثمارات حقيقية مربحة تعود فوائدها على المدى البعيد و هذا استنادا إلى تجارب العديد من المؤسسات خاصة العالمية منها.

و المؤسسات الجزائرية ليست بمعزل عن قضية المسؤولية الاجتماعية التي لم تقتصر على المؤسسة الاقتصادية فقط بل تعدت ذلك لتشمل المؤسسة الخدمائية التي من المفترض أن تعطي أهمية كبيرة خاصة في ظل التغيرات الجذرية في الجزائر و التي مست العديد من الجوانب.

فقد كان الاعتقاد سائد بأن المنظمات الاقتصادية هي التي تتحمل جانب المسؤولية الاجتماعية و لكن مع ما افرزه التغيير في الدولة من منظمات خدمائية و زيادة العاملين فيها و ارتفاع الأرباح التي تحققها فرض عليها دورا اجتماعيا جديدا.

و من هنا تكمن المشكلة أساسا في إمكان إدارة الشركات الخدمائية و بالخصوص شركة Oredo للاتصالات العاملة بالجزائر على اخذ مفهوم المسؤولية الاجتماعية منها و تطبيقا في تعاملها سواء داخل الشركة أو خارجها مع الأطراف المتفاعلة معها. وفي ضوء ذلك يمكن صياغة الإشكالية التالية: ما هو واقع المسؤولية في المؤسسة الخدمائية الجزائرية؟

وتأسيسا لما سبق يمكن صياغة التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الخدمائية الجزائرية ؟

و تحت هذا السؤال الرئيسي تندرج التساؤلات الفرعية التالية:

هل تلتزم المؤسسة الخدمائية الجزائرية Oredo بمسؤوليتها الاجتماعية ؟

هل يساهم الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في نجاح المؤسسة الخدمائية Oredo؟

ما مدى مساهمة الأنشطة الاتصالية المسؤولة في ترسيخ المساهمات الاجتماعية لمؤسسة Oredo؟

فرضيات الدراسة:

تلتزم المؤسسة الخدمائية الجزائرية Oredo بتطبيق المسؤولية الاجتماعية .

نجاح المؤسسة الخدمائية Oredo مرهون بمدى التزامها بتطبيق

المسؤولية الاجتماعية.

تساهم الأنشطة الاتصالية المسؤولة في ترسيخ المساهمات الاجتماعية

لمؤسسة Oreedo .

أهداف الدراسة :

نسعى من وراء القيام بهذه الدراسة بشقيها النظري و التطبيقي الى تحقيق مجموعة من الغايات منها:
التعرف عن ماهية المسؤولية الاجتماعية من خلال دراسة ابعادها و عناصرها ،و أساليب و أدوات
التحسين الاجتماعي.

معرفة واقع المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة Oreedo.

معرفة أبرز الوسائل التي تستعين بها مؤسسة Oreedo في تطبيقها للمسؤولية الاجتماعية.
إبراز الدور الفعال لوسائل الاتصال في التعريف بالمساهمات الاجتماعية و ترسيخ المسؤولية الاجتماعية
للمؤسسة

و يبقى أهم هدف نسعى من وراء القيام بهذه الدراسة هو معرفة ما إذا كانت مؤسسة Oreedo مؤسسة
مواطنة (مسؤولة اجتماعيا).

مفاهيم الدراسة:

تعريف المسؤولية :

عرفت المسؤولية من الجانب اللغوي :على أنها حساب من أعمال معينة .¹
اصطلاحا: هي أهلية الإنسان لأن يحاسب على أفعاله و الفاعل لا يكون مسؤول عن فعله إلا إذا توفرت
فيه الشروط التي حددها القانون مثل معرفة الفرد و إدراكه بالفعل الذي قام به.

تعريف المسؤولية الاجتماعية :

قد برز مصطلح المسؤولية الاجتماعية في مجال الأعمال بشكل مثير للاهتمام، حيث أصبحت
المؤسسات تسعى إلى تفعيل دورها في المجتمع وتحسين نوعية الحياة لأفراد وتسعى جاهدة إلى تحقيق
النمو على المستويين الاقتصادي والاجتماعي، وحتى وقتنا الراهن لم يتم تحديد تعريف للمسؤولية
الاجتماعية بشكل محدد يكتسب بموجبه قوة إلزام قانونية وطنية أو دولية، ولا تزال هذه المسؤولية تستمد
انتشارها من طبيعتها الطوعية الاختيارية²، لذا فإننا نجد العديد من التعاريف للمسؤولية الاجتماعية نورد
منها:

¹ جمال عبد الناصر، المعجم الاقتصادي ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، (د ط) ، عمان ، 2006 ، ص 342

² محمد حسام الدين ،المسؤولية الاجتماعية للصحافة ، الدار المصرية اللبنانية ، (د ط) ، القاهرة ، 2003 ، ص 40.

تعرف قاموس Business dictionary Bnet : المسؤولية الاجتماعية على أنها مقاربة طوعية تتبناها الشركة لتحقيق منتظرات أصحاب المصالح عن طريق دمج الاعتبارات أو الانشغالات الاجتماعية ، الأخلاقية،و البيئية، بالأهداف الاقتصادية للمؤسسة و الالتزام القانوني ،إضافة إلى التزام الشركة بالتعامل الأخلاقي و المساهمة في التنمية الاقتصادية و الاهتمام بالعاملين و أسرهم و بالمجتمع المحلي و الدولي¹

-نلاحظ أن هذا التعريف قد نظر إلى المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة على أنها عمل طوعي تهدف المؤسسة من ورائه للاهتمام بالانشغالات الاجتماعية و البيئية لتحقيق منتظرات أصحاب المصالح و الإسهام في التنمية الاقتصادية.

تعريف اللجنة الأوربية: "المسؤولية الاجتماعية مفهوم يقوم على دمج الانشغالات الاجتماعية، البيئية والاقتصادية في مختلف نشاطات المؤسسة والتفاعل مع مختلف الأطراف المتعاملة مع المؤسسة بشكل إرادي أو تطوعي.²

نلاحظ أن المسؤولية الاجتماعية مفهوم إداري مرتبط بوظائف المؤسسة ونشاطاتها قائم على علاقة المؤسسة مع الأطراف الداخلية والخارجية، وبشكل إرادي نابع من الثقافة التنظيمية للمؤسسة. و كتعريف إجرائي :

تعرف على أنها كل الأعمال و البرامج و الأنشطة التي تشرف عليها إدارة الموارد البشرية و التي تهدف إلى تحقيق أهداف اجتماعية تتكامل مع الأهداف الاقتصادية فهي التزام بضرورة الاهتمام بمصالح الأطراف ذوي العلاقة و تحقيق الرضا لديهم من خلال معالجة المشاكل الاجتماعية و تحسين نوعية الحياة و ترقية المجتمع المحلي الذي تنشط فيه.

تعريف المؤسسة الخدمائية :

- المؤسسة الخدمائية هي هيكل منظم لقدرات خاصة لتقديم خدمات مختلفة الأشكال و الأنواع ، فالشركات و المؤسسات العامة في مجال الخدمات تقدم فعليا أنواع مختلفة من الخدمات إلى المستهلكين سواء كانوا أفراد أو مؤسسات ،فهي تستخدم أشخاص محترفين ، و تقوم بتأجير مهارتهم لتبيع الخدمة

¹ اصغر جرادات، عزلم أبو حمام، المسؤولية الأخلاقية و الاجتماعية للمنظمات، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، مكتبة الجامعة الشارقة - الإمارات العربية المتحدة، ط 1، 2013. ص 30

² <http://www.wikipedia.org/responsabilité-sociale-des-entreprises-134k> , 2009, 27/01/2015, 11 : 30

للزبون، فهناك مؤسسات تؤدي خدماتها على سلع يملكها الزبون و أخرى تؤديها مباشرة مثل التأمينات ، المستشفيات ، البنوك...الخ.

- المؤسسة الخدمائية :هي منظمة تقوم على أساس أشخاص قادرين و متمكنين من العملية الاقتصادية بوسائل خاصة تهدف إلى تحقيق أرباح، و ذلك عن طريق إشباع حاجيات، و رغبات الزبون، كما تسهر هذه المؤسسة على تقديم خدمات ذات مستوى مرغوب من الجودة ،و لتحقيق اسمها التجاري ،و سمعتها و على المؤسسة السهر على إتباع الخطوات التالية:

- تعيين و تحديد طبيعة الزبائن المعنيين بالخدمة.

- معرفة رغبات ،و حاجيات الزبائن.

- محاولة تكييف الخدمة المقدمة من رغبات الزبائن و مواصفات الجودة ،و الميزة الخاصة للشركات العاملة في مجال الخدمات.

الإطار المنهجي للدراسة

منهج الدراسة :

يمكن تعريف المنهج العلمي على انه أسلوب أو طريقة لدراسة الظواهر الاجتماعية بشكل علمي منظم من اجل الوصول و الإحاطة بالظاهرة و وصفها من حيث حجمها أو أسبابها أو أشكالها...الخ . وبالنسبة لمنهج الدراسة سنعتمد على المنهج الوصفي التحليلي : هو طريقة من طرق التحليل و التفسير وشكل علمي للوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية معينة،أو هو طريقة الوصف الظاهرة المدروسة و تصويرها كميًا عن كريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة و تصنيفها و تحليلها و إخضاعها للدراسة الدقيقة.¹

و الذي نعتبره مناسبًا لطبيعة الموضوع و الذي يهدف في مرحلته الأولى إلى جمع المعلومات الكافية المتعلقة بموضوع الدراسة و الفحص الدقيق و تحليل والتشخيص من خلال تحليل البيانات المتعلقة بظاهرة المسؤولية الاجتماعية و الخصائص التي تميزها و الوقوف على ابعادها و مجالاتها و المنافع التي تعود بها على المؤسسة و التي تم جمعها من خلال أداة الملاحظة و المقابلة .

¹ محمد سلمان الدجاني، منهجية البحث العلمي في علم السياسة، دار زهران للنشر، ط1، 2012،

عينة الدراسة:

تعرف العينة بأنها نموذج يشمل جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الأصل المعني بالبحث و تكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته المشتركة، و هذا النموذج أو الجزء يغني ال،باحث عن دراسة كل تلك الوحدات ويتم اختياره عادة وفق أساليب علمية متعارف عليها، فإذا كان المجتمع الأصل يشمل 20 ألف عائلة و يحتاج الباحثون إلى دراستهم دراسة مسحية أو أية دراسة منهجية أخرى تعتمد الاستبيان أو المقابلة أحيانا كأداة لجمع البيانات و المعلومات عن ذلك المجتمع، فإنه سيعمد في الغالب إلى اختيار عدد معقول منهم يستطيع توجيه أسئلة الاستبيان أو المقابلة إليهم ضمن الفترة الزمنية المتوفرة لديه و المحددة له لإنجاز بحثه أو رسالته.¹

و يتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في عينة من مسؤولين داخل المؤسسة و ذلك باستجوابهم من خلال المقابلة لتشخيص المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة و المتمثلين في :
المكلف بالتسويق، المكلف بالعلاقات العامة .

يمثل هذا المجال المجتمع البحث الذي تشمله الدراسة و يقصد به " المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ،و يمثل هذا المجتمع المستهدف

أدوات جمع البيانات :

إن الشائع حول أدوات البحث العلمي هو أنها تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات و البيانات المستهدفة في البحث ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر .
و لقد اعتمدنا في هذه الدراسة الوصفية على أدوات جمع البيانات التالية :

الملاحظة :

و قد استخدمنا الملاحظة لاستخلاص البيانات المتعلقة بنشاط المسؤولية الاجتماعية و ملاحظة تصرفات المسؤولين المستجوبين داخل المؤسسة و مختلف ردود أفعالهم أثناء الاجابة عن أسئلة المقابلة لقياس مدى صدق الإجابات .

المقابلة : و لقد اعتمدنا على المقابلة في استجواب بعض المسؤولين بالمؤسسة و ذلك لجمع المعلومات اللازمة حول تطبيق المسؤولية الاجتماعية .بدءا من مسؤول التسويق لإفادتنا بمختلف ما يتعلق

¹ عامر إبراهيم قنديلجي، البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات التقليدية و الالكترونية، دار البازوري العلمية للنشر، ط1، 1999، 137-

بالمسؤولية الاجتماعية ، ثم مسؤول العلاقات العامة للتعرف على مختلف الأنشطة الاتصالية التي تتبعها المؤسسة لتجسيد مفهوم المؤسسة المواطنة لدى مختلف الأطراف ذوي العلاقة.

الإطار النظري للدراسة:

عناصر المسؤولية الاجتماعية:

تقوم المؤسسات الاقتصادية بالدور الاجتماعي المنوط بها، كما تتحمل مسؤوليتها اتجاه العديد من أصحاب المصالح ذات الصلة بالمؤسسة ، ويمكن تعريف أصحاب المصالح بأنهم الأفراد أو المجموعات أو المنظمات التي لها اهتمام بأداء ونجاح المؤسسة مثل الزبائن أو المالكين أو العاملين في المؤسسة أو الموردين أو الدائنين أو الاتحادات أو الشركات أو المجتمع والتي تؤثر وتتأثر بتحقيق المؤسسة لأهدافها وقيامها بنشاطاتها¹.

و يمكن تقسيم عناصر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة إلى المجموعات الآتية أ -المجموعات الرئيسية من أصحاب المصلحة: وتضم هذه الفئة جميع أصحاب المصلحة الذين لهم علاقة مميزة مع المؤسسة وتشمل هذه الفئة كل من :²

المساهمون : يمثل المساهمون فئة مهمة من أصحاب المصالح، فهؤلاء يملكون حقوق ملكية جزء من أصول المؤسسة ما يخولهم الحق في الاستفادة من جزء من أرباحها.

الزبائن: إن هذه الشريحة ذات أهمية كبيرة لكل المؤسسات الاقتصادية ، فوجود المؤسسة وبقاؤها مرتبط بإنتاج سلع أو خدمات وتسويقها ووجود طلب عليها من قبل هؤلاء.

الموردون والموزعون: يتوقف نشاط أي مؤسسة على بناء علاقة قائمة على الثقة مع الموردين فهؤلاء يمثلون مصدرا مهما لمدخلات المؤسسة ،كما تحتاج لجماعة أخرى من أصحاب المصلحة الحاسمين وهي جماعة الموزعين، حيث يعمل هؤلاء عمل الموردين لكن من جهة المخرجات

العمال :ويعتبر العامل مصدر خلق القيمة في المؤسسة، فله مصلحة مهمة لا تقتصر على الأجر فحسب، بل تتعداها إلى توفير ظروف عمل ملائمة كمحيط العمل، التكوين والتدريب وكذلك نظام للحوافز

¹ خيرة عيشوش ، عبد اللطيف كرزابي ، المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين في إطار أخلاقيات الأعمال ، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية ، جامعة بشار، 15/14 فيفري 2012 ، ص08.

² عبد الرحمان العايب ، الشريف بقة ، إشكالية إدارة العلاقة مع أصحاب المصالح كمدخل لممارسة المسؤولية الاجتماعية من طرف منظمات الأعمال في الجزائر ، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية ، جامعة بشار ، 15 /14 فيفري 2012 ، ص10.

المجتمع المحلي:نقصد بهم كل من يقطن أو يعيش حول محيط وحدات الإنتاج ويتأثرون سواء بصفة مباشرة أو غير مباشرة من النشاط الذي تمارسه المؤسسة، لذا نجد المؤسسة تتطلع إلى تجسيد متأثرة العلاقة معه.¹

مجموعات أصحاب المصلحة الآخرون :تتشكل هذه الفئة من:المنافسون : وهم المؤسسات التي تنشط في قطاع الصناعة الخاص بالمؤسسة وتؤثر وتتأثر بنشاطها

الحكومات : تدخل كطرف من أصحاب المصلحة من خلال تأثيرها على المؤسسات بالسياسات التنظيمية والقوانين والتشريعات الاستثمارية .

البيئة والطبيعة: ويقصد بها كل من التربة والماء والهواء، وقد أصبح المجتمع معنيا بشكل كبير وبتزايد مستمر بالآثار البيئية التي تتركها الممارسات المختلفة على صحتهم .

المنظمات غير الحكومية : ولنشاطها تأثير كبير على سير المؤسسة وأهدافها .

الجمهور ووسائل الإعلام: و تلعب دورا كبيرا في الضغط على المؤسسات لتقديم إيضاحات أكثر شفافية².

أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

يعتبر تصنيف الباحث "Carroll" من أهم التصنيفات لأبعاد المسؤولية الاجتماعية حيث يشير إلى جوهرها بأربعة أبعاد رئيسية تتمثل في: البعد الاقتصادي ، البعد القانوني، البعد الأخلاقي، والبعد الإنساني (الخير)

أ-البعد الاقتصادي:(المسؤولية الاقتصادية) يستند هذا البعد إلى مبادئ المنافسة النزيهة والتطور التكنولوجي ويشتمل على مجموعة من عناصر المسؤولية الاجتماعية يجب أن تؤخذ في إطار احترام قواعد المنافسة العادلة والحررة والاستفادة التامة مم التطور التكنولوجي بما يخدم المجتمع ولا يلحق ضررا بالبيئة حتى تكون نافعة ومجدية اقتصاديا،³ وباعتبار أن المؤسسة وحدة اقتصادية أساسية في المجتمع فمن الضروري أن تقوم بإنتاج سلع وخدمات مطلوبة من المجتمع مع تحقيق الربح⁴

¹ عبد الرحمان العايب،مرجع سابق، ص10- 11

² محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية للشركات الـعربية، مجلة الباحث ، العدد 12، 2013، الجزائر، ص11.

³ نوال ضيافي، المسؤولية الاجتماعية والموارد البشرية، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية ، جامعة تلمسان، 2010/2009، ص 30.

⁴ محمد فلاق، نفس المرجع، ص31.

ب البعد القانوني: (المسؤولية القانونية) هذه المسؤولية عادة ما تحددها الحكومات بقوانين وأنظمة يجب أن لا تخرقها المؤسسة في ظل أدائها لأنشطتها، ويتمثل هذا البعد في تقييد إدارة المؤسسة بهذه القوانين واللوائح والأنظمة والتشريعات مع ضمان الالتزام بالسلوك المقبول اجتماعياً¹.

ج . البعد الأخلاقي :يستند هذا المبدأ في تحليله إلى المبادئ الأخلاقية التي تكفلها الأعراف والقيم الاجتماعية من خلال ضرورة حماية البيئة ، احترام حقوق الإنسان والجوانب الأخلاقية في الاستهلاك، واحترام العادات والتقاليد السائدة في المجتمع وتقديم ما يتوافق معها من منتجات، وعلى المؤسسة أن تمارس أعمالها ضمن قواعد وضوابط هذه القيم والتي تحدد السلوك المقبول في المجتمع.²

البعد الخيري (المسؤولية الإنسانية) وهو التزام المؤسسة طوعية بخدمة المجتمع وتحقيق الرفاه لأفراد من خلال حل المشاكل الاجتماعية وتحسين جوانب الحياة ودعم القضايا البيئية.³

ادوات تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المنظمات:

هناك جملة من الأدوات لإدماج المسؤولية الاجتماعية على مستوى المؤسسة، وتكون عادة صادرة من بعض المنظمات والهيئات الدولية للتقييس أو بعض الجمعيات ولعل أهمها:

أ . الميثاق العالمي:⁴

تم في عام 1999 اقتراح أول ميثاق عالمي للمسؤولية الاجتماعية ، وأطلق الميثاق بمرحلته النهائية عام 2000 ، وهو عبارة عن مبادرة طوعية متعلقة بالمؤسسات تعرض تسهيلات وتعهدا من خلال عدة آليات (سياسة الحوار، ومشاريع متعلقة بالشراكة) ،كما يعتمد هذا الميثاق على المسؤولية الاجتماعية العامة بما في ذلك شفافية المؤسسات و يتطلب وضع الإطار الاجتماعي والبيئي على المستوى الدولي ، لدى المؤسسات الاقتصادية لتصبح أكثر احتراما للقيم الاجتماعية والأخلاقية في ممارساتها للتنمية الاقتصادية، وتتمثل مبادئ الميثاق في:

حقوق الإنسان: على المؤسسات أن تحترم حقوق الإنسان المعن على عالميا.

¹ مصطفى يوسف كافي، فلسفة التسويق الأخضر، مكتبة المجتمع العربي للنشر، ط1، عمان، 2014، ص288.

² تأمر البكري، التسويق أسس ومفاهيم معاصرة ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، (د ط)، عمان، 2006، ص233.

³ شفيقة مهري، الاتصال وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية في المؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2011/2012، ص 81

⁴ صالح التيجاني، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية، مؤتمر دولي حول القطاع الخاص و التنمية ، بيروت، 25/23 مارس، 2009، ص07.

العمل: الإلغاء الفعلي لعمالة الأطفال، وإزالة التمييز فيما يتعلق بالموظفين والتوظيف و أشكال العنف¹.
البيئة: على المؤسسات التشجيع على تطوير التكنولوجيات غير الضارة بالبيئة ونشرها
مكافحة الفساد: العمل ضد كل أشكال الفساد بما فيها الرشوة والابتزاز²

ب- الإيزو 26000 للمسؤولية الاجتماعية: المواصفة القياسية هي وثيقة أعدت على أساس من الاتفاق، تم اعتمادها بواسطة منظمة معترف بها لتقدم قواعد و إرشادات أو خواص متعلقة بأنشطة أو بنتائجها بهدف تحقيق الدرجة المثلى للنظام في إطار معين³.

و هي عبارة عن مواصفة عالمية تقدم الإرشادات العامة للمبادئ الأساسية للمسؤولية الاجتماعية، كما أنها تتطرق للوسائل التي تمكن المؤسسات من إدخال مفهوم المسؤولية الاجتماعية ضمن إطار ممارساتها، وهي مواصفة اختيارية صادرة عن المنظمة العالمية للتقييس ISO تم إعدادها بشكل نهائي عام 2008⁴.

ج. مبادرة الإبلاغ العالمية:

هي مبادرة هدفها المساعدة في التفكير في المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة من خلال إدماج مؤشرات اجتماعية في التقارير السنوية للمؤسسات حول المسؤولية الاجتماعية، وأساس هذه المبادرة هو وضع الخطوط الأساسية لصياغة تقارير التنمية المستدامة من طرف المؤسسات والذي تم وضعه من طرف منظمة الأمم المتحدة سنة 1997 والذي محتواه أن تقدم المؤسسات تقريرا موحدا عن التنمية المستدامة والذي من خلاله يتم معالجة المسائل البيئية والاجتماعية والاقتصادية⁵، وتقوم هذه المبادرة أساسا على مجموعة من المبادئ ، وهي :

مبدأ الشفافية والوضوح : ضرورة الإفصاح على كل العمليات بشكل أكثر مصداقية ..

مبدأ التدقيق: تكون التقارير مصنفة، تم تحليلها بحيث يمكن للمدققين تدقيقها، للتأكد من صحتها وفعاليتها. .

¹ عمر بوسلامي، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف1، 2012/2013، ص 66

² شفيقة مهري، مرجع سابق، ص 78

³ وهيبه مقدم، تحسين الأداء البيئي والاجتماعي للمؤسسات الصناعية من خلال تبني المواصفة إيزو 26000، الملتقى الدولي الثالث حول: التساؤلات والإمكانيات المتاحة لاختيار المسارات الصحيحة لصناعة مصادر النمو، جامعة مستغانم، (د س ن)، ص7.

⁴ ECOLOGIA for small and medium sized businesses ,handbook for implementers of iso26000 Global Guidance standard on social responsibility , Version 2, 2011, p 3 .

⁵ عبد الرحمان العايب، الشريف بقة، ص 119

مبدأ الاكتمال: تشتمل التقارير على كل المعلومات التي تهم الأطراف ذات العلاقة.
مبدأ الملائمة : تكون المعلومات الواردة في التقارير ملائمة لاحتياجات متخذي القرار ..
مبدأ الحياد : فعلى القائمين على إعداد التقارير تجنب الانحياز إلى معلومات معينة
د . معيار المساءلة الاجتماعية *SA8000":

معيار SA8000 هو عبارة عن معيار دولي يشجع المؤسسات على تطوير ممارسات مقبولة اجتماعيا والحفاظ عليها وتطبيقها في أماكن العمل، وضع من قبل معهد المحاسبة الاجتماعية عام 2000 ،وهو معيار يعنى بشروط العمل، منع عمل الأطفال، والعمل الجبري، هدفه هو التعريف بالمتطلبات التي تسمح للمؤسسة بإنشاء ووضع سياسات وعمليات تسمح لها بمعالجة القضايا المرتبطة أساسا بالعمال.¹
ه نظام الصحة والسلامة المهنية "18001". * * OHSAS ويعرف هذا النظام بأنه ممارسات نظامية لتحديد الإمكانات لتقليل المخاطر وتقييمها، واتخاذ الضبط المناسب لتنفيذ ومراقبة نظام إدارة الصحة والسلامة المهنية، هذا و يحدد المتطلبات التي يجب توفرها للتحكم في المخاطر المتعلقة بالصحة والسلامة المهنية وتحسين أدائها.²

و نظام إدارة الجودة ISO9001: إن اهتمام المؤسسة بتقديم منتجات ذات جودة سواء من ناحية الحفاظ على صحة المستهلك أو من ناحية الحفاظ على البيئة أصبح من الرهانات التي تواجهها المؤسسة الاقتصادية في ظل تبنيها للمسؤولية الاجتماعية والبيئية، وتعتبر الجودة أحد أهم عوامل سوق المنافسة حيث أن عملية تحسين الجودة تعد من أهم عناصر الإدارة ومواضيعها في الوقت الحالي وتعبّر عن جملة السمات والخصائص المتعلقة بالمنتج أو الخدمة والتي تجعلها قادرة على الوفاء باحتياجات معينة.³

الإطار التطبيقي للدراسة:

لقد تناولنا في الفصول السابقة جملة من المفاهيم المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية و المفاهيم المتعلقة بها مثال ذلك الاتصال المسؤول.

¹ Alain chauve aux , Jean – Jacques Rosé , L'entreprise responsable , éditions d'organisation , Paris , France , 2001 , P 226

² زهرة محمد الشمري ، تقويم نظام إدارة الصحة والسلامة المهنية على وفق المواصفة الدولية 18001 OHASAS ، مجلة العلوم الإدارية والاقتصادية ، المجلد15 ، العدد53 ، 2009 ، ص105.

³ فريد عبد الفتاح نور الدين ، إدارة الجودة الشاملة ، دار الكتب للنشر والتوزيع،(د ط)، القاهرة ، 1996 ، ص10.

و رغبة منا إلى إسقاط الجانب النظري على الجانب الميداني لتبيان مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة محل الدراسة و مدى اهتمامها بخدمة المجتمع ، قمنا بإجراء الدراسة على المؤسسة الخدمائية Oreedo.

ولقد ارتأينا أن نكشف من خلال هذا الفصل ما هو موجود بالمؤسسة من ممارسات اجتماعية و ما مدى اهتمامها بالأنشطة الاتصالية التي تساهم في تفعيل مساهمات المؤسسة و تنقل التزامها بالحفاظ على المجتمع .

النتائج المتحصل عليها من خلال المقابلة التي تم إجرائها مع مسؤول التسويق و مسؤول العلاقات العامة.

أسئلة المقابلة:

المحور الأول: خاص بنظرة المؤسسة للمسؤولية الاجتماعية

س1- ما هو تقييم المؤسسة للمسؤولية الاجتماعية؟

س2- هل تتبنى المؤسسة احد أدوات المسؤولية الاجتماعية؟

س3- ما هي ابرز الخطوات و الإجراءات التي اعتمدها المؤسسة للحصول على مواصفة الايزو؟

س4- ما هي دوافع تبني المؤسسة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية؟

س5- ما هي ابرز الإجراءات التي قامت بها المؤسسة لتكريس المسؤولية الاجتماعية؟

المحور الثاني: خاص بالتزام المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية

س1- ما هي الإجراءات التي تقوم بها المؤسسة مع المجتمع المحلي؟

س2- كيف يتجسد التزام المؤسسة مع المستهلكين؟

س3- كيف تتعامل المؤسسة مع عمالها؟

س4- هل تحاول المؤسسة ربط علاقات جيدة مع جماعات الضغط وكيف ذلك ؟

س5- كيف تساهم مؤسسة Oreedo في تحسين المستوى المعيشي لدى الأفراد؟

س6- ما هي نقاط القوة و الضعف في مؤسسة Oreedo؟

النتائج في ضوء الفرضيات :

الفرضية الأولى: تلتزم مؤسسة Oreedo بتطبيق المسؤولية الاجتماعية

أظهرت نتائج المقابلة إن مؤسسة Oreedo قد أخذت في الاعتبار مجموعة من الأدوات التي سعت من خلالها إلى الالتزام بواجبها اتجاه المجتمع و قد ترجم هذا الالتزام من خلال الوسائل المعتمدة لذلك ،بدءا من حصول المؤسسة على مواصفة ايزو 9001 للجودة .

كما تضح في المقابلة أن التزام المؤسسة كان وليد الإرادة الذاتية للمؤسسة.

الفرضية الثانية: نجاح المؤسسة مرهون بمدى تطبيقها للمسؤولية الاجتماعية

من خلال المقابلة التي قمنا بها مع مسؤول التسويق في المؤسسة نستنتج صحة الفرضية حيث أن المؤسسة تتحمل مسؤوليتها الاجتماعية تجاه زبائنها باعتبارهم شركاء المؤسسة و ذوي أهمية كبيرة في التأثير على استمراريته و تحقيقها لأهدافها و التزام الصدق و الشفافية في نقل مختلف رسائلها الترويجية و الأخذ بعين الاعتبار شكاويهم و ذلك لضمان الارتياح الدائم لعملائها.

الفرضية الثالثة:تساهم الأنشطة الاتصالية في ترسيخ المسؤولية الاجتماعية.

تظهر نتائج الأسئلة التي صرح بها المسؤول العلاقات العامة أن المؤسسة تنقل المساهمات الاجتماعية عبر الوسائل الخاصة بالمؤسسة او الوسائل العامة من خلال المعارض الدولية و المحلية التي تقوم بها بالإضافة إلى الرسائل التي تنشرها على الموقع الالكتروني الخاص بها وغيرها من الوسائل الأخرى. نتائج الدراسة في ضوء الأهداف:

بناء على النتائج المتحصل عليها في البحث الميداني يمكن القول إن الدراسة حققت هدفها الرئيسي في الكشف عن واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الخدمانية Oreedo.

فبخصوص ماهية المسؤولية الاجتماعية فهي التزام المؤسسة بصفة طوعية بالاعتبارات الأخلاقية و الاجتماعية دون وجود إجراءات قانونية ملزمة، فهي تلك الأعمال و البرامج و الأنشطة التي تشرف عليها إدارة الموارد البشرية و التي تهدف إلى تحقيق أهداف اجتماعية تتكامل مع الأهداف الاقتصادية فهي التزام بضرورة الاهتمام بمصالح أطراف ذوي العلاقة معها و تحقيق الرضا لديهم من خلال معالجة المشاكل الاجتماعية و تحسين نوعية الحياة و ترقية المجتمع المحلي الذي تنشط فيه.

إما عن واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة فنجدها تولي اهتماما كبيرا بخدمة المجتمع حيث تعمل على تلبية مختلف احتياجات زبائنهم و الصدق في التعامل معهم بالإضافة إلى المبادرات الطوعية اتجاه المجتمع المحلي من خلال الجمعيات الخيرية.

كما مكنتنا الدراسة من كشف عن الاتصال المسؤول في مؤسسة Oreedo و التي تهتم بنقل رسائلها المسؤولة اتجاه المجتمع و بالتالي نجدها تمارس الاتصال المسؤول من خلال مختلف

الوسائل الاتصالية سواء كان ذلك من خلال صفحتها على الفايسبوك أو الموقع الإلكتروني أو المجالات أو الصحف أو الراديو أو التلفزيون و الملصقات .

ومنه يمكن القول أن المؤسسة تعتمد على سياسة اتصالية مسؤولة تنقل من خلالها التزامها نحو الأطراف ذوي العلاقة بها ومنه يتضح أن العلاقة بين الاتصال المسؤول و المسؤولية الاجتماعية هي علاقة تأثير فبدون الاتصال لا يمكن تحقيق الهدف من هذه المسؤولية هو تحسين صورة المؤسسة.

النتائج العامة للدراسة:

مكننا المسار التطبيقي للدراسة من خلال الاعتماد على المقابلة بالإضافة إلى الملاحظة إلى الوصول إلى النتائج العامة التالية:

- تلتزم مؤسسة Oreedo بمسئوليتها الاجتماعية و التي تعتبرها آليات تحقيق التنمية المستدامة في المجتمع إذ تزوج بين بعد الاقتصادي المتمثل في تعظيم أرباح المؤسسة و البعد الاجتماعي في تحقيق الرفاهية للأطراف ذوي العلاقة بها.

- لجأت مؤسسة Oreedo وراء تبنيها المسؤولية الاجتماعية إلى عدد من الوسائل أو الإجراءات و التي تنصب في إطار التزام نحو المجتمع الذي تنشط فيه مثل مراعاة الذوق العام لمعاملتها ،استخدم مقاييس عالمية ومعايير لضمان ملائمة المنتج من خلال مواصفات الايزو 9001 للجودة

- تقوم المؤسسة بالأنشطة الاتصالية من خلال استخدامها لبعض الأدوات مثل الرعاية، الأنشطة الخيرية، الأبواب المفتوحة ، المعارض ، إضافة إلى تكوين علاقات مع مختلف وسائل الإعلام ، وكلها تنصب في تكوين صورة مرغوبة لدى الجماهير.

- تتبنى المؤسسة سياسة اتصالية مسؤولة واضحة من خلال مختلف الرسائل التي تنشرها كالتزامها بتوفير العيادات الصحية المتنقلة بالإضافة إلى تكريم المرأة الريفية في عيدها و غيرها من الأعمال التي تسعى من ورائها إلى تغيير صورتها لدى الأطراف ذوي العلاقة و تحاول إبراز توجهها الاجتماعي .

- السياسة الاتصالية للمؤسسة ساهمت بشكل كبير في إبراز الالتزام الاجتماعي للمؤسسة و تكوين صورة ايجابية عن المؤسسة و تحقيق رضا المجتمع المحلي .

خاتمة:

لقد قمنا من خلال دراستنا هذه بمعالجة أحد المواضيع الحديثة والتي أضحت حتمية على المؤسسات الاقتصادية المعاصرة ألا وهي المسؤولية الاجتماعية و ذلك بدراسة واقع تطبيقنا على مستوى المؤسسة الخدمائية اوريدو حيث أصبح هذا النوع من المسؤولية ذو أهمية بالغة على مستوى المؤسسات الاقتصادية وجزءا أساسيا من الفكر الإداري ، فصحيح أن مسؤولية المؤسسات الاقتصادية الأولى هي تحقيق الأرباح ، إلا أنها بإمكانها في الوقت ذاته المساهمة في تحقيق الأهداف الاجتماعية وحماية البيئة ويكون ذلك بإدماج المسؤولية الاجتماعية ك استثمار إستراتيجي ضمن نشاطها ، وهذا من خلال اعتبار هذه المسؤولية كاستثمار وليس كتكلفة.

حيث شهد قطاع الأعمال خلال الفترة الماضية مشكلات اجتماعية اتجه المجتمع التي قامت على أساس أن هناك مسؤولية واحدة هي تحقيق أقصى الأرباح واستغلال الموارد المتاحة، الأمر الذي دفع بالمؤسسات الغربية منها إلى اعتبار المسؤولية الاجتماعية من أولوياتها ومن وظائفها التي تضطلع بها من أجل ضمان استمرارها والحفاظ على أدائها الوظيفي، وتعتبر مؤسسة موضوع بحثنا إحدى هذه المؤسسات، حيث أدركت الأهمية البالغة للالتزام اتجه المجتمع الذي تنشط فيه واتجاه زبائننا خاصة ، واتجاه حماية البيئة والحفاظ على مواردها من خلال اعتمادها على مواصفات ومعايير عالمية في الالتزام ، ورغم الاهتمام المتواضع بالمجتمع المحلي إلا أن هذا لم يمنع من الاهتمام الواضح بالزبائن باعتبارهم شريك إستراتيجي للمؤسسة ويساهم بقراراتها في استمرارها من خلال منتجاتها ذات الجودة والتي تعكس اهتمام المؤسسة بمتطلبات واحتياجات المجتمع والعمل على تكيفها ضمن منتجاتها.

قائمة الهوامش:

ثامر البكري، التسويق أسس ومفاهيم معاصرة ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، (د ط)، عمان، 2006.

جمال عبد الناصر، المعجم الاقتصادي ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، (د ط) ، عمان ، 2006 .
خيرة عيشوش ، عبد اللطيف كرزابي ، المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين في إطار أخلاقيات الأعمال ،
الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية ، جامعة بشار ، 15/14 فيفري 2012 .

زهرة محمد الشمري ، تقويم نظام إدارة الصحة والسلامة المهنية على وفق المواصفة الدولية 18001
OHASAS، مجلة العلوم الإدارية

شفيقة مهري ،الاتصال وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية في المؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير
في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2011/2012.

صالح التيجاني، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية، مؤتمر دولي حول
القطاع الخاص و التنمية ، بيروت، 25/23 مارس، 2009 .

عامر إبراهيم قنديلجي ،البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات التقليدية و الالكترونية،دار اليازوري
العلمية للنشر، ط1، 1999.

عبد الرحمان العايب ، الشريف بقة ، إشكالية إدارة العلاقة مع أصحاب المصالح كمدخل لممارسة
المسؤولية الاجتماعية من طرف منظمات الأعمال في الجزائر ، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات
الأعمال والمسؤولية الاجتماعية ، جامعة بشار ، 14 / 15 فيفري 2012 .

عمر بوسلامي، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية،
رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف1، 2012/2013.

فريد عبد الفتاح نور الدين ، إدارة الجودة الشاملة ، دار الكتب للنشر والتوزيع،(د ط)، القاهرة ، 1996

..

محمد حسام الدين ،المسؤولية الاجتماعية للصحافة ، الدار المصرية اللبنانية ، (د ط) ، القاهرة ،
2003.

محمد سلمان الدجاني، منهجية البحث العلمي في علم السياسة،دار زهران للنشر، ط1، 2012،

محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية للشركات الـأفطية العربية ، مجلة الباحث ، العدد 12، 2013 ، الجزائر .

مصطفى يوسف كافي، فلسفة التسويق الأخضر، مكتبة المجتمع العربي للنشر، ط1، عمان ، 2014 .
ناصر جرادات، عزام أبو حمام، المسؤولية الأخلاقية و الاجتماعية للمنظمات، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، مكتبة الجامعة الشارقة – الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2013.

نوال ضيافي، المسؤولية الاجتماعية والموارد البشرية، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية ، جامعة تلمسان، 2010/2009.

والاقتصادية ، المجلد15 ، العدد53 ، 2009 .

وهيبة مقدم، تحسين الأداء البيئي والاجتماعي للمؤسسات الصناعية من خلال تبني المواصفة إيزو 26000 ،الملتقى الدولي الثالث حول:التساؤلات والإمكانيات المتاحة لاختيار المسارات الصحيحة لصناعة مصادر النمو، جامعة مستغانم، (د س ن).

Alain chauve aux , Jean – Jacques Rosé , L'entreprise responsable , éditions d'organisation , Paris , France , 2001 , P 226

ECOLOGIA for small and medium sized businesses ,handbook for implementers of iso26000 Global Guidance standard on social responsibility , Version 2, 2011,p 3 .

<http://www.wikipedia.org/responsabilité -sociale -des entreprises-134k> , 2009, 27/01/2015,11 : 30

يوم دراسي حول: مكانة وممارسات المسؤولية الاجتماعية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المحور الثاني: آليات تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المنظمات
عنوان المداخلة: دور التسويق الداخلي في تعزيز روح المسؤولية الاجتماعية

لدى الأستاذ الجامعي: دراسة حالة جامعة بسكرة

إعداد:

د. جوهرة أقطي، أستاذ محاضر أ، قسم علوم التسيير، جامعة بسكرة،

d.agti@univ-biska.dz ، 0798856279

د. بن واضح الهاشمي، أستاذ محاضر أ، قسم علوم التسيير، جامعة

المسيلة.

Abstract : This study aimed at investigating the impact of internal marketing activities (training, motivation, inter-functional coordination and integration, customer orientation, and empowerment) on social responsibility of university professor in term of (philanthropy dimension, ethical dimension, legal dimension, and economic dimension) on the BISKRA university. The researchers used a questionnaire as a tool to gather the primary data and it distributed to 65 university's professors as a convenience sample. After they analyse the data through SPSS program, the study found that both empowerment and student orientation contribute in raising the spirit of social responsibility of the university professor. Also the results assured that both motivation, empowerment and student orientation contribute in raising the level of the philanthropy dimension of university professor. Also empowerment and student orientation contribute in raising the level of ethical dimension of university professor, while only empowerment contributes to raise the level of legal and economic dimension of university professor. In addition both training and inter-functional coordination and integration do not explain any dimension of the social responsibility of the professor at Biskra University. The explanations and recommendations were also proposed

Key words : social responsibility, internal marketing, university's professor.

ملخص: هدفت الدراسة إلى اختبار أثر تبني أنشطة التسويق الداخلي (التدريب، التحفيز، تكامل الوظائف، التوجه نحو الزبون، التمكين) على روح المسؤولية الاجتماعية لدى الأستاذ الجامعي من حيث (البعد الخيري، البعد الأخلاقي، البعد القانوني، والبعد الاقتصادي) في جامعة بسكرة. وباستخدام استبيان تم توزيعه على عينة ميسرة مكونة من 65 أستاذ، وبعد التحليل باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS توصلت الدراسة إلى أن كل من التمكين والتوجه نحو الطالب يساهم في رفع روح المسؤولية الاجتماعية للأستاذ الجامعي. كما أكدت نتائج الدراسة أن كل من التحفيز والتمكين والتوجه نحو الطالب يساهم في رفع مستوى البعد الخيري للأستاذ الجامعي، كذلك يساهم كل من التمكين والتوجه نحو الطالب في رفع مستوى البعد الأخلاقي للأستاذ الجامعي، في حين فقط التمكين من يساهم في رفع مستوى البعد القانوني والاقتصادي للأستاذ الجامعي، بينما لا يفسر كل من التدريب وتكامل الوظائف أي بعد من أبعاد روح المسؤولية الاجتماعية للأستاذ في جامعة بسكرة. وقدمت الدراسة مجموعة من التفسيرات والتوصيات ذات الصلة بالموضوع.

كلمات مفتاحية: مسؤولية اجتماعية، تسويق داخلي، أستاذ جامعي.

1. مقدمة:

واجهت المؤسسة ضغوطات و تحولات عديدة نتيجة سرعة تغير محيط الأعمال، وهذا ما دعا المؤسسات للمشاركة مع باقي الفاعلين لتحقيق التنمية في إطار المسؤولية الاجتماعية، فالمسؤولية الاجتماعية امتدت لتحقيق المركز التنافسي للمؤسسة ومن ثم العائد الاقتصادي ثم حماية البيئة. لذلك من المهم أن يشارك أعضاء المنظمة في كل المستويات التنظيمية في أنشطة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

لذلك فإن تبني فلسفة التسويق الداخلي على صعيد الموارد البشرية من شأنها تفعيل مساهمته في تحقيق رؤية المؤسسة وغاياتها. فالتسويق الداخلي عبارة عن جملة من ممارسات إدارة الموارد البشرية والتي تنظر للموظف على أنه المجتمع الداخلي المستهدف قبل المجتمع الخارجي.

■ إشكالية الدراسة:

عاشت بعض الدول العربية في السنوات القليلة الماضية ثورات متتالية كان الناشط فيها الشباب من مختلف فئات المجتمع، ورغم عدم وجود إحصائيات دقيقة عن نسبة الجامعيين منهم لكن ما يتم تداوله في الإعلام تدل على أن الفئة الأكثر من الشباب هم جامعيين، وبغض النظر عن الأسباب المختلفة التي حركت الشباب وبعيدا عن الأبعاد السياسية لتلك الثورات سنحاول من خلال هذه الدراسة البحث في دور الجامعة من خلال تبنيها لفلسفة التسويق الداخلي الموجهة للأستاذ في تنمية الأبعاد الأخلاقية والخيرية والقانونية والاقتصادية لديه باعتباره الزبون الداخلي وحلقة الوصل المباشرة بالزبون الخارجي (الطالب).

فقد تتحقق المسؤولية الاجتماعية للجامعة من خلال موظفي الجامعة وسنركز في هذه الدراسة على دور الجامعة في تطبيق فلسفة التسويق الداخلي على الأستاذ والذي من خلاله يمكن تحقيق أبعاد المسؤولية الاجتماعية المختبرة في هذه الدراسة من خلال تعامله المباشر مع الطلبة الذين يمثلون أهم فئة في المجتمع وموظفي المؤسسات في المستقبل.

فما هي أنشطة التسويق الداخلي الأكثر مساهمة في رفع مستوى أبعاد المسؤولية الاجتماعية للأستاذ الجامعي؟

■ التعريف الإجرائي لمتغيرات الدراسة:

التسويق الداخلي : يعرف بأنه نشاط رئيسي في المؤسسة يهدف إلى تطوير معرفة كل من العملاء الداخليين والخارجيين وإزالة المعوقات الوظيفية لزيادة الفعالية.

وأبعاد التسويق الداخلي هي:

- **التدريب**: هو تنمية قدرات الأفراد على أداء العمل بشكل أفضل.

- **التحفيز:** هو مجموعة الظروف التي تتوفر في بيئة العمل والتي تعمل على تشجيعهم على العمل.
- **التمكين:** هو مشاركة الموظفين للإدارة في اتخاذ القرارات، وتفويضهم بالقدر الكافي من السلطة والحرية.
- **التوجه نحو الزبون:** الإجراءات المتخذة للتعرف على احتياجات ورغبات الزبائن والوصول إلى المعلومات الضرورية حولهم لتحقيق استجابة سريعة.
- **التنسيق والتكامل بين الوظائف:** ونقصد بالتكامل الوظيفي استخدام المنظمة كل وظائفها في خلق أعلى قيمة للزبائن المستهدفين.

المسؤولية الاجتماعية: ويقصد بالمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال هي الالتزام الطوعي بالتصرف الأخلاقي و المسئول تجاه مجموعة من الأطراف (أصحاب المصلحة) من أهمهم: العاملون، العملاء (المستهلكون)، حملة الأسهم، المجتمع، البيئة، حيث ينطوي هذا التصرف على مراعاة منظمات الأعمال للجوانب الاجتماعية و البيئية عند أدائها لنشاطاتها الاقتصادية، و حرصها على أن تكون طرفا مساهما في تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية و البشرية في المجتمع.

وأبعاد المسؤولية الاجتماعية هي:

- **المسؤولية الخيرية:** أي أن تكون المنظمة صالحة، وأن تعمل على الإسهام في تنمية وتطوير المجتمع، وأن تعمل على تحسين نوعية الحياة.
- **المسؤولية الأخلاقية:** بمعنى أن تكون المنظمة مبنية على أسس أخلاقية، وأن تلتزم بالأعمال الصحيحة، وأن تمتنع عن إيذاء الآخرين.
- **المسؤولية القانونية:** أي أن المنظمة يجب أن تلتزم بإطاعة القوانين، وأن تكسب ثقة الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية وعدم القيام بالأعمال المخلة بالقانون.
- **المسؤولية الاقتصادية:** ويقصد بها أن تكون المنظمة نافعة ومجدية اقتصاديا، وأن تحاول جاهدة توفير الأمان للآخرين.

II. الإطار النظري:

1. المسؤولية الاجتماعية:

لم يكن مفهوم المسؤولية الاجتماعية في النصف الأول من القرن العشرين معروفا بشكل واضح، حيث كانت تحاول المنشآت جاهدة لتعظيم أرباحها وبشتى الوسائل، ولكن مع النقد المستمر

الحاصل لمفهوم تعظيم الأرباح فقد ظهرت بوادر لأن تتبنى المنشآت دوراً أكبر تجاه البيئة التي تعمل فيها (بن جيمة مريم وبن جيمة نصيرة، 2012، ص 2).

وللمسؤولية الاجتماعية للشركات كمفهوم ثلاثة أوجه حسب (عربة الحاج وبن اودية وهيبية، 2012، ص 2):

أ) **المفهوم الكلاسيكي:** يعود للعالم آدم سميث (ADEM SMITH) الذي أكد على أنّ كافة منظمات الأعمال تسعى لتقديم أفضل الخدمات لعموم المجتمع وتحقيق أعلى مستوى ممكن من الأرباح وبما ينسجم مع الأحكام القانونية والقواعد الأخلاقية السائدة. فالريح هنا أصبح هدفاً أحادياً تسعى إليه المنظمة.

ب) **المفهوم الإداري:** الذي تمّ إدراكه سنة 1930، حيث تمّ التحوّل من الهدف الأحادي إلى هدف آخر يتمثل في تعظيم رضا المديرين أنفسهم وبحثهم عن القوة والأمان والموقع المتميز في ظلّ نمو واتساع المنظمة، وأشار فرنسيس سيتون (FRANCIS X.SUTTON) في بحثه سنة 1956، إلى كون المسؤولية الاجتماعية تظهر وتبرز في الشركات الكبيرة من خلال موازنة إدارة المنظمة ما بين عدد من العناصر المتفاعلة معها (حملة الأسهم، المقرضين، الموردين، الزبائن والحكومة) والتي يكون لها تأثير كبير في مساعدة المديرين على تقديم المزيد من المنافع العامة نحو المجتمع؛

ج) **المفهوم البيئي:** الذي اختلفت تسمياته من نموذج البيئة الاجتماعية عند (JACOBY) والنموذج النوعي لحياة المديرين عند (HAY-GRAY) إلى نموذج وجهة النظر العامة لـ (WILLIAMS)، بدأت ملامحه تظهر سنة 1960 بتحقّق المديرين في كون مسؤوليتهم الاجتماعية لا تنحصر داخل المنظمة فحسب ولا ترتبط بالسوق حصراً، بل تمتد إلى أطراف وفئات متعدّدة تتمثل في عموم المجتمع. وخير من أوضح الفكرة هما رالف نادر (RALPH NADER) و جون جالبريث (JOHN K.GALBRAITH).

وهناك ثلاث تفسيرات متباينة وأحياناً متعارضة حول المسؤولية الاجتماعية للشركات وهي حسب (منصف شرقي، 2012، ص 5):

- المسؤولية الاجتماعية هي بمثابة تذكير الشركات بمسؤولياتها وواجباتها إزاء مجتمعها.
 - مقتضى هذه المسؤولية لا يتجاوز كونه مجرد مبادرات إختيارية دون إلزام، تقوم بها الشركات صاحبة الشأن بإرادتها المنفردة تجاه المجتمع.
 - المسؤولية الاجتماعية صورة من صورّ الملائمة الاجتماعية الواجبة على الشركات.
- ولخص (العيداني إلياس، 2012، ص 15) أهم المبررات التي يسوقها المؤيدون للمسؤولية الاجتماعية كما يلي:

1. تصحيح للآثار السلبية التي قد تسببها بعض المنظمات كتلوث الهواء والمياه وغيره.
 2. تحسين الصورة الذهنية للمنظمات أمام المجتمع المحلي وخاصة الشركات الكبيرة التي يتم انتقادها على أن لها نفوذ قوي وممارسات احتكارية.
 3. قدرة المنظمة المالية على القيام بالمشاريع التي تكلف كثيراً، ولا يستطيع المجتمع تحملها وحده كتصميم على مستوى كبير.
- وأما المبررات التي يسوقها المعارضون للمسؤولية الاجتماعية فهي حسب (العايب عبد الرحمان وبقة الشريف، 2012، ص 13):
1. إن الالتزام بمهام المسؤولية الاجتماعية يحول المنظمة إلى شكل لا يختلف عما هو سائد في المنظمات الحكومية.
 2. وإذا انفردت المنظمة بإنفاق المبالغ على تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية، فإن ذلك يعني تحملها كلفاً إضافية تنعكس على زيادة أسعار السلع التي تتعامل بها، وبالتالي تنعكس سلباً على موقفها وقوتها التنافسية في السوق.
 3. زيادة على ذلك محدودية الخبرة والمهارة المتاحة لدى منظمات الأعمال في معالجة المشكلات الاجتماعية التي تعترض عملها.
- وعرض (زايدي بلقاسم ومقدم وهيبة، 2012، ص 11) المبادئ العشرة للمسؤولية الاجتماعية التي يقوم عليها الاتفاق العالمي هي :
- دعم حماية حقوق الإنسان المعلنة دولياً واحترامها.
 - ضمان عدم ضلوع الشركات في أي انتهاكات لحقوق الإنسان.
 - احترام حرية تكوين الجمعيات والاعتراف الفعلي بالحقوق في المساواة الجماعية.
 - القضاء على كافة أشكال العمل الجبري.
 - القضاء على عمالة الأطفال.
 - القضاء على التمييز في التوظيف والمهن.
 - تشجيع إتباع نهج احترازي يتعلق بالتحديات التي تواجهها البيئة.
 - الاضطلاع بمبادرات لتشجيع المزيد من المسؤولية تجاه البيئة.
 - تشجيع تطوير التكنولوجيا غير الضارة بالبيئة ونشرها.
 - مكافحة الفساد بكل أشكاله، بما فيها الابتزاز والرشوة.
- وقد تناول الباحثون أبعاد المسؤولية الاجتماعية من وجهات نظر مختلفة، ووضعوا لها مسميات متباينة فمنهم من قيم مسؤولية المنظمة من خلال المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي،

المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين، المسؤولية الاجتماعية تجاه الزبائن، المسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين.

وحسب كروول Carroll فإن المسؤولية الاجتماعية تضم أربعة عناصر جوهرية رئيسية وهي: الاقتصادي Economic، والأخلاقي Ethical، القانوني Legal، الخيرية Philanthropy، وفي هذا الإطار قدم كروول Carroll مصفوفة بين هذه العناصر الأربعة وكيف يمكن أن تؤثر على كل واحد من المستفيدين في البيئة، حيث أن فهم هذه العناصر الأربعة للمسؤولية الاجتماعية التي قدمها كروول Carroll يتطلب إيجاد علاقة وثيقة بين متطلبات النجاح في العمل ومتطلبات تلبية حاجات المجتمع وخاصة في إطار العناصر الاقتصادية والقانونية حيث تمثل هذه العناصر مطالب أساسية للمجتمع من المفترض تلبيتها من قبل منظمات الأعمال. في حين يتوقع المجتمع من منظمات الأعمال أن تلعب دورًا أكبر فيما يخص العنصر الأخلاقي والخيري، علمًا بأن هذا الأخير يمثل في حقيقته رغبات مشروعة للمجتمع من المفترض أن تتبناه منظمات الأعمال، وقد وضع كروول Carroll هذه العناصر بشكل هرمي متسلسل لتوضيح طبيعة الترابط بين هذه العناصر من جانب ومن جانب آخر فإن استناد أي بعد على بعد آخر يمثل حالة واقعية.

2. التسويق الداخلي:

بدأ الحديث عن مفهوم التسويق الداخلي عام 1950، حيث تمت مناقشته بشكل غير مباشر في أدبيات إدارة الجودة الشاملة (Mat, 2008, p 75). بينما يرى (Saad et al (2002, P 28) أن أول من أدخل مفهوم التسويق الداخلي هما Sasser and Arbeit, 1976 اللذان قالوا أن الأفراد هم أول سوق لخدمات المنظمة. وتعود جذور التسويق الداخلي إلى تسويق الخدمات، حيث أن الهدف من تطبيقه هو تحفيز الموظفين على الالتزام بتقديم خدمات ذات جودة عالية لإرضاء الزبون أن الفرد الجيد هو الذي يخدم الزبون جيدا (Simberova, 2007, P 471). كما أنه يركز على توظيف، تدريب، تحفيز، الاتصال والاحتفاظ بالموظفين الذين لديهم توجه خدمي (Kelemen, 2007, P 746). كذلك يشير (Gillemo & Rijksen (2000, P 36) أن مفهوم التسويق الداخلي قصير نسبيًا، ويعتقدان أن هناك خمسة تيارات أثرت على تطور المفهوم، وتتضمن: تسويق الخدمات، إدارة الموارد البشرية، جودة الخدمات، نظرية التنظيم، والاعتبارات التخطيطية والإستراتيجية.

وبالرغم من تعدد الدراسات التي اهتمت بالتسويق الداخلي، إلا أنه لا يوجد اتفاق حول معناه الدقيق (Ling, 2004, P 406). إذ تم تقديم تعريفات مختلفة للتسويق الداخلي في أدبيات التسويق والسلوك التنظيمي (Bansal et al, 2001, p 64). ويرى (Benea (2008, P

26) أنه يمكن تصنيف مفاهيم التسويق الداخلي إلى ثلاثة أقسام هي: الزبون الداخلي، تطوير التوجه نحو الزبون، ونظرية التسويق الداخلي كآلية تنفيذية.

ويرى (Bannon, 2005, P 3) أن التعاريف التقليدية للتسويق الداخلي تفترض ضمناً أن رضا الموظفين يعني أنهم محفزون أكثر، مستعدون للدفاع عن المنظمة، أقل رغبة في محاولة البحث عن وظائف بديلة، فرق أداء أفضل، استعداد لإضافة قيمة داخلية وخارجية، زبائن محتملون، تطابق أهدافهم بأهداف المنظمة، وأكثر رغبة واستعداداً في الإيمان برؤية المنظمة.

ويمكن أن ينظر إلى التسويق الداخلي كعملية، كفسلفة تنظيمية، أو كوظيفة. كفسلفة فإن التسويق الداخلي مرتبط ارتباطاً وثيقاً بالثقافة التنظيمية للمنظمة (Logaj & Tranvievic, 2006, p 84). والفكرة الأساسية لهذه الفلسفة هي أنه إذا أرادت الإدارة أن يقدم موظفوها عملاً عظيماً

للزبون فعلياً أن تقدم هي عملاً عظيماً لموظفيها (George, 1990, P 64). وكعملية يرى (Turkoz & Akyol, 2008, P 149) أن التسويق الداخلي عبارة عن جهد مخطط يستخدم المدخل التسويقي في تحفيز الموظفين وتعليمهم والتنسيق بينهم (الزبائن الداخليين) نحو خلق رضا الزبون الخارجي، وكنتيجة لذلك رفع الأداء التنظيمي. وكوظيفة يرى Kotler & Keller (2006, P 64) أن التسويق الداخلي وظيفة تعنى بالاختيار والتدريب والتحفيز الجيد لجميع العاملين في المنظمة، وخاصة أولئك الذين يرغبون بتقديم خدمات متميزة لزيائهم.

إن الهدف الأساسي للتسويق الداخلي هو معرفة حاجات الموظفين والعمل على إشباعها كمقدمي خدمات، والعمل على جذب الزبائن وإرضائهم من خلال تفاعل الموظفين معهم (حداد وعلي، 2008، ص. 399). كما أن الهدف من التسويق الداخلي في المستوى الاستراتيجي، خلق محيط ملائم يدعم اهتمام الموظفين برضا الزبون الخارجي (Kyriazopoulos et al, 2007, P 6).

من جهة أخرى يرى (Saad et al, 2002, P 29) أنه للتحقيق الفعال للأهداف الخارجية، فإن التسويق الداخلي يجب أن يمارس من خلال تحفيز الموظفين على تبني سلوك الاهتمام بالزبون، وذلك باستخدام الأدوات والتقنيات التسويقية داخلياً.

يختصر (Jones, 1986, P 201) مبادئ التسويق الداخلي كما يلي:

- الأفراد هم السوق الأول لخدمات المنظمة؛
- ضمان موظفين يدركون لماذا يجب أن ينجزوا المتوقع منهم؛
- يجب أن يقبل الموظفون شروط أداء الخدمات في المنظمة؛
- ضرورة توفر قنوات داخلية لتبادل المعلومات؛
- الحاجة إلى البيع الشخصي.

تعددت أبعاد التسويق الداخلي، حيث لم يوجد اتفاق في الأدبيات السابقة حول هذه الأبعاد، وقد قدم Ha et al (2007, P 134) مجموعة أبعاد تكررت في بعض الدراسات، تتمثل في التنسيق والتكامل بين الوظائف (inter-functional coordination and integration)، التوجه نحو الزبون (customer orientation)، مدخل التسويق الشبيه (marketing like-approach)، الرضا الوظيفي، التمكين، تحفيز العاملين، جودة الخدمات، تطوير العاملين، رؤية المنظمة، إستراتيجية المكافآت، الاتصال الداخلي والقيادة العليا.

3. الدراسات السابقة:

بعد مسح أهم الدراسات السابقة حول كل من التسويق الداخلي والمسؤولية الاجتماعية كانت الدراسة الوحيدة التي ربطت بين متغيري الدراسة حسب علم الباحثين هي دراسة C.B, Daniel Korschun Bhattacharya, Sankar Sen (2007):

تشير هذه الدراسة إلى أن المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) يمكن أن تكون أكثر فعالية من خلال تطبيق برامج التسويق الداخلي التي تلبي احتياجات الموظف. خاصة وأن المسؤولية الاجتماعية قادرة على إنتاج عائدات كبيرة لكل من الموظف والشركة. وقدمت الدراسة بعض التحديات التي تواجه المؤسسات في النشر الفعال لإستراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركات داخليا (بين الموظفين)، وقدمت أهم الحلول لذلك، أهمها أن على المديرين: (1) جلب موظفين أقرب إلى مبادرات الشركة في تبني المسؤولية الاجتماعية، (2) فهم وتلبية احتياجات الموظفين المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، (3) التركيز على تعزيز هوية الموظف مع الشركة، و(4) إشراك الموظفين في خلق قيمة مشتركة حول المسؤولية الاجتماعية للشركات.

■ فرضيات الدراسة:

H1: يوجد أثر دال إحصائيا للتسويق الداخلي على روح المسؤولية الاجتماعية لدى أساتذة جامعة بسكرة.

H1a: يوجد أثر دال إحصائيا للتدريب على روح المسؤولية الاجتماعية لدى أساتذة جامعة بسكرة.

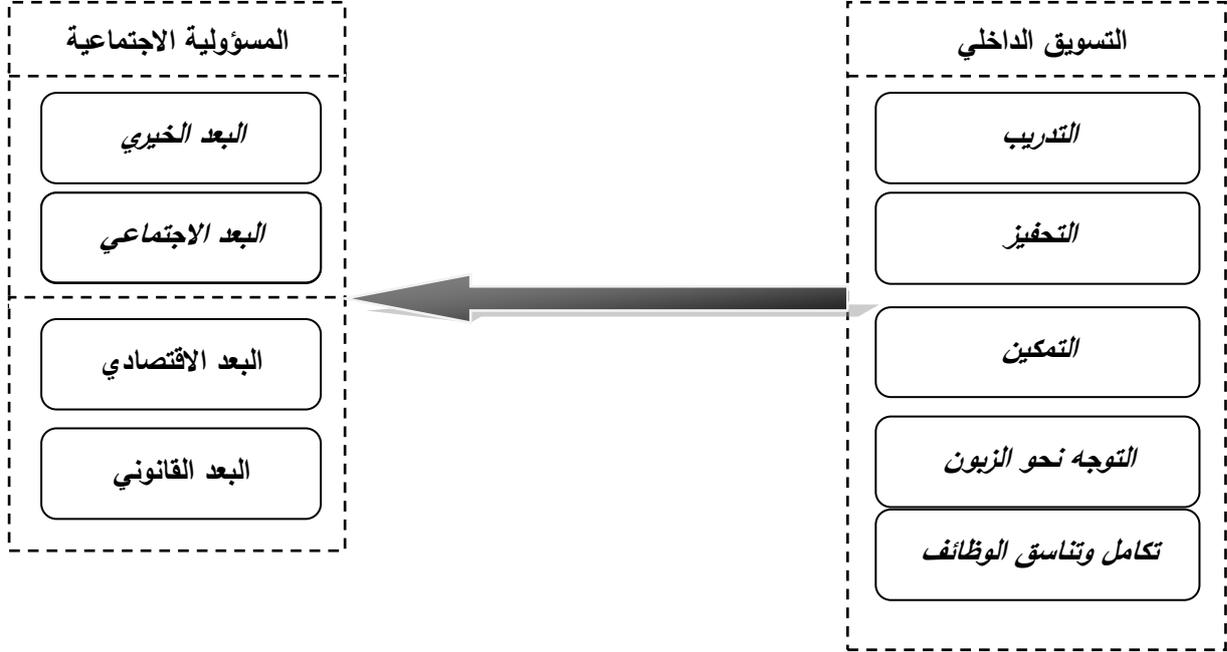
H1b: يوجد أثر دال إحصائيا للتحفيز على روح المسؤولية الاجتماعية لدى أساتذة جامعة بسكرة.

H1c: يوجد أثر دال إحصائيا لتكامل الوظائف على روح المسؤولية الاجتماعية لدى أساتذة جامعة بسكرة.

H1d: يوجد أثر دال إحصائيا للتوجه نحو الزبون على روح المسؤولية الاجتماعية لدى أساتذة جامعة بسكرة.

Hie: يوجد أثر دال إحصائياً للمتكمين على روح المسؤولية الاجتماعية لدى أساتذة جامعة بسكرة.

■ نموذج الدراسة:



المصدر: إعداد الباحثان اعتماداً على الدراسات السابقة

III. منهجية الدراسة:

1. تصميم الدراسة:

تم تصميم الدراسة الحالية اعتماداً على مجموعة خطوات بإتباع الطريقة الافتراضية-الاستنتاجية، حيث تم تقديم شرح نظري لمتغيرات الدراسة: التسويق الداخلي، والمسؤولية الاجتماعية، كما تم شرح العلاقة بين هذه المتغيرات. واعتماداً على الدراسات السابقة، تم بناء مجموعة فرضيات من نظريات موجودة سابقاً، ومن ثم اختبار هذه الفرضيات من أجل الخروج بمجموعة نتائج يمكن تعميمها على مجتمع الدراسة. كما تم الاعتماد على المنهج الكمي من خلال تحويل البيانات التي تم تجميعها إلى أرقام، وتحليلها باستخدام أساليب إحصائية، وترجمتها في شكل نسب وقيم رياضية. إن ما سبق توضيحه من تقنيات منهجية يتلاءم وتموضع الباحث ضمن المقاربة الوضعية في بناء المعرفة.

2. أسلوب الدراسة:

اعتمد الباحثان في دراستهما على الاستبيان كأداة لجمع البيانات الأولية، حيث صمم الاستبيان بالاعتماد على دراسات سابقة وقد استخدم مقياس Likert، بحث يتراوح المقياس من 1 إلى 5 أي من

غير موافق بشدة إلى موافق بشدة. كما اعتمد الباحثان على الاستبيان لأنه الطريقة المناسبة لجمع البيانات الكمية في مجتمع كبير فهي بسيطة و سريعة (Doherty & Terry, 2009 :112). شمل الاستبيان على جزأين من الأسئلة: المجموعة الأولى تتضمن المتغيرات الديمغرافية وهي (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، والخبرة المهنية). بينما المجموعة الثانية فقد تضمنت (25) فقرة لقياس التسويق الداخلي، و (17) فقرة لقياس المسؤولية الاجتماعية.

3. مجتمع الدراسة وعينتها:

يشمل مجتمع البحث جميع أستاذة جامعة بسكرة. اعتمد الباحثان على عينة ميسرة بلغ حجمها 100 موظف، تم توزيع الاستبيان خلال شهر سبتمبر 2017 استرجعت منها 65 استبيان صالح للتحليل أي بنسبة استرداد بلغت 65% .

VI. نتائج الدراسة:

1. خصائص عينة الدراسة:

يعرض الجدول الموالي التكرارات والنسب المئوية التي تصف عينة الدراسة حسب كل من الجنس، العمر، المستوى التعليمي، وسنوات الخبرة.

الجدول (1): توزيع أفراد العينة وفقا لمعيار الجنس، العمر، الدخل، المستوى التعليمي،

والخبرة العملية

المتغير	العدد	النسبة (%)	المتغير	العدد	النسبة (%)
الجنس	الإناث	42	العمر	29-20	22
	الذكور	23		39-30	29
	المجموع	65		49-40	8
الخبرة المهنية	أقل من 5 سنوات	16	المجموع	59-50	6
	5-أقل سنوات	17		المجموع	65
	10-15 سنة	18		المجموع	100
	15 فما أكثر	14	المستوى التعليمي	ماجستير	32
		21,5		دكتوراه	33

المصدر: إعداد الباحثين اعتمادا على تحليل الاستبيان من خلال برنامج SPSS

شملت العينة 65 أستاذ، 64.6% من المجيبين كان إناث، أما الذكور فيمثلون 35.3% وهي النسبة الأقل. كما أن أغلبية أعمار الموظفين المستجوبين كانت بين 30-39 سنة وتمثل 44.6% من المجيبين على الاستبيان، تليها نسبة الأساتذة الذين أعمارهم تتراوح بين 20 و 29 سنة إذ بلغت نسبتهم 33.8%، في حين تقاربت نسبة الموظفين الذين أعمارهم بين 40 إلى 49 سنة والذين أعمارهم 50 سنة فأكثر والتي بلغت نسبتها على التوالي 12.3% و 9.2%. أما فيما يخص توزيع العينة حسب المستوى التعليمي فكانت النسبة متقاربة فالحاصلين على شهادة الماجستير 50.2% بينما الحاصلين على شهادة الدكتوراه فنسبتهم 50.8%. أما بالنسبة لخصائص العينة حسب الخبرة المهنية فكانت متقاربة بين جميع فئات سنوات الخبرة.

2. صدق وثبات الأداة:

لقياس مدى ثبات الأداة اعتمد الباحثان مقياس كرومباخ الفا لقياس الاتساق الداخلي وقد كانت النتائج أكبر من 70% ويعتبر هذا مقبولا استنادا إلى دراسات سابقة. إذ أشار (Navarro et al, 53, 2010) أن (Carmines and Zeller (1979) وجدا أن أداة القياس تكون ملائمة إذا كان كرومباخ الفا أكبر أو يساوي 0.707. كما هو موضح بالجدول (2) كرومباخ الفا محصورة بين 0.712 و 0.897 أي أكبر من 0.707 وبهذا فثبات الأداة محقق.

الجدول(2): ثبات أداة الدراسة

المتغير	عدد الحالات	عدد الفقرات	Cronbach's Alpha
التدريب	65	6	,893
التحفيز	65	5	,712
التمكين	65	6	,883
التوجه نحو الزبون	65	4	,836
تكامل الوظائف	65	4	,768
التسويق الداخلي	65	25	,880
البعد الخيري	65	5	,797
البعد الأخلاقي	65	4	,712
البعد القانوني	65	3	,777
البعد الاقتصادي	65	5	,884
المسؤولية الاجتماعية	65	17	,897

المصدر: إعداد الباحثين اعتمادا على تحليل الاستبيان من خلال برنامج SPSS

3. تبني أنشطة التسويق الداخلي والمسؤولية الاجتماعية في جامعة محمد

خضير بسكرة

يعرض الجدول الموالي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل بعد من أبعاد متغيرات الدراسة (التسويق الداخلي والمسؤولية الاجتماعية):

الجدول (3): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمتغيرات الدراسة

المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التعليق
التدريب	3,9282	,69157	عالي
التحفيز	3,3969	,54025	عالي
التمكين	3,6051	,68691	عالي
التوجه نحو الزبون	3,7115	,61114	عالي
تكامل الوظائف	3,6231	,59313	عالي
التسويق الداخلي	3,6609	,41425	عالي
البعد الخيري	3,3508	,54776	متوسط
البعد الأخلاقي	3,5423	,51835	عالي
البعد القانوني	3,5949	,63326	عالي
البعد الاقتصادي	3,7169	,47683	عالي
المسؤولية الاجتماعية	3,5466	,43298	عالي

المصدر: إعداد الباحثين اعتمادا على تحليل الاستبيان من خلال برنامج SPSS

يعرض الجدول (3) تشخيص لمتغيرات الدراسة، إذ أن قيمة الوسط الحسابي لكل أنشطة تبني التسويق الداخلي فاقت 3.39 وهي بالتالي عالية،. بينما أبعاد المسؤولية الاجتماعية فكانت عالية بالنسبة للبعد الأخلاقي والقانوني والاقتصادي، في حين البعد الخيري فهو متوسط. كما قاربت قيم الانحراف المعياري لكلا المتغيرين بأبعادهما إلى الصفر وهو ما يؤكد تركيز إجابات المبحوثين.

4. اختبار الفرضيات:

سيتم اختبار فرضيات الدراسة من خلال اختبار الانحدار المتعدد، ولذلك سيتم اختبار مدى توفر شروطه الإحصائية والمتمثلة في كل مما يلي:

1- المعنوية الكلية لنموذج الانحدار: وتتمثل في قيمة معنوية النموذج من خلال قيمة F

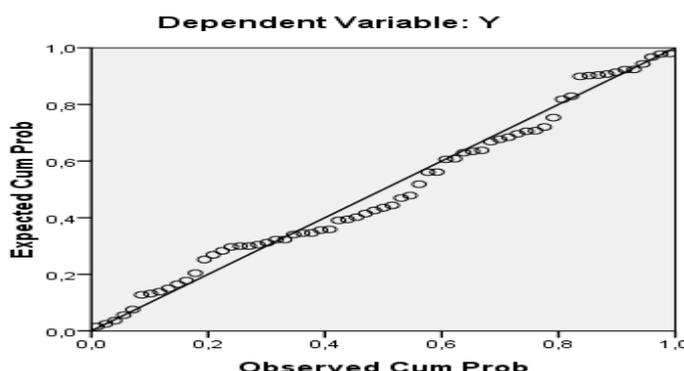
والتي بلغت 0.000 وهي أقل من 0.05 كما يوضحها الجدول (4).

2- المعنوية الجزئية للنموذج: وتتمثل في قيمة معنوية t للثابت والتي بلغت 0.000 وهي أقل من 0.05 كما يوضحها الجدول (5).

3- مدى توفر شروط الطريقة المستخدمة في تقدير معالم نموذج الانحدار:
أ. التوزيع الطبيعي (إعتدالية التوزيع الاحتمالي للبواقي Normality test): وهو ما يوضحه الشكل (3).

الشكل (3): التوزيع الطبيعي للبواقي

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

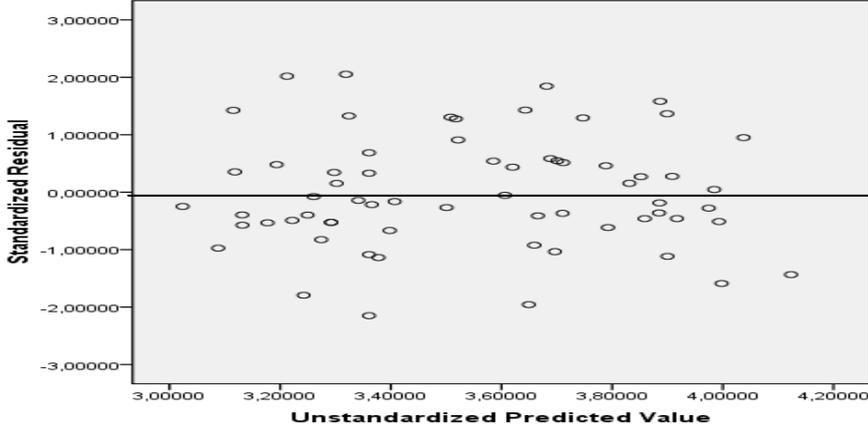


المصدر: إعداد الباحثين اعتمادا على تحليل الاستبيان من خلال برنامج SPSS من خلال الشكل البياني السابق يتم الحكم على مدى توافر الشرط الخاص باعتدالية التوزيع الاحتمالي للبواقي في نموذج الانحدار. بحيث نجد أن النقاط تقع بشكل متقارب جدا على الخط الواصل بين الركن الأيمن العلوي والركن الأيسر السفلي، وهو ما يكيد أن الأخطاء تتبع توزيع طبيعي.

ب. الاستقلال الذاتي للبواقي: Durbin-watson وتم اختبارهما من خلال إحصائية Durbin-watson، بلغت قيمته 1.631 كما يوضحه الجدول (4) وبمقارنتها في الجداول الإحصائية لدرجة حرية 59 وحجم عينة 65 نجدها في المجال المطلوب، وهو ما يؤكد الاستقلال الذاتي للبواقي.

ج. اختبار تجانس البواقي (اختبار ثبات التباين) Homoscedasticity: وهو ما يوضحه الشكل (4).

الشكل (4): اختبار تجانس البواقي



المصدر: إعداد الباحثين اعتماداً على تحليل الاستبيان من خلال برنامج SPSS
يلاحظ أن انتشار وتوزيع البواقي يأخذ شكل عشوائي على جانبي خط الصفر (وهو الخط الذي يفصل بين البواقي السالبة والبواقي الموجبة)، حيث أنه لا يمكننا رصد نمط أو شكل معين لتباين هذه البواقي، وهو ما يعني أن هناك تجانس أو ثبات في تباين الأخطاء.

د. عدم وجود ازدواج خطي بين الأبعاد المستقلة Multicollinearity وهو ما توضحه قيمتي معامل التضخم FIV و Tolerance في الجدول (5)، حيث تراوحت قيم معامل التضخم بين 1.211 و 2.050 وهي أقل من 10 أما التباين فتراوحت قيمه بين 0.488 و 0.826 وهي أكبر من 0.1 وهذا اعتماداً على دراسة (Nystrom., et al, 2002 : 239) ما يؤكد عدم وجود مشاكل الازدواج الخطي (Multicollinearity) بين أبعاد المتغير المستقل (المتغيرات المستقلة في النموذج الكلي).

الجدول (4): نتائج تحليل التباين للانحدار الكلي

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى دلالة F	معامل التحديد المعدل R ²	معامل الارتباط (R)	Durbin-Watson
1	5,496	5	1,099	9,973	,000	,412	,677	1,631
	الانحدار	6,502	59					
	الخطأ المتبقي	11,998	64					
المجموع								

المصدر: إعداد الباحثين اعتماداً على تحليل الاستبيان من خلال برنامج SPSS
ملاءمة النموذج: كما هو موضح في الجدول (4)، معامل التحديد يساوي 0.412، هذا يعني أن 41.2% من التباين في روح المسؤولية الاجتماعية لدى أستاذة جامعة بسكرة

مفسر بالتغير في أنشطة التسويق الداخلي عند مستوى دلالة F يساوي 0.000 وهي >0.05، وهذا دليل بأن النموذج ذو أهمية إحصائية.

الجدول (5): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار أثر تبني أنشطة التسويق الداخلي

على روح المسؤولية الاجتماعية لدى الأساتذة

إحصائيات التباين		مستوى دلالة T	قيمة T المحسوبة	المعاملات النمطية		المعاملات النمطية	النموذج
VIF	Tolerance			Beta	الخطأ المعياري		
		,000	5,897		,381	2,245	1 ثابت
1,211	,826	,529	-,634	-,067	,066	-,042	التدريب
1,389	,720	,395	,857	,097	,091	,078	التحفيز
1,832	,546	,329	-,984	-,128	,082	-,080	تكامل الوظائف
1,389	,720	,021	2,375	,268	,080	,190	التوجه نحو الزبون
2,050	,488	,000	6,055	,831	,100	,607	التمكين

المصدر: إعداد الباحثين اعتماداً على تحليل الاستبيان من خلال برنامج SPSS

طبقاً للنتائج الموضحة بالجدول (5)، فإن كل من التدريب، التحفيز، وتكامل الوظائف، ليس لهم أثر دال إحصائياً على روح المسؤولية الاجتماعية للأستاذ الجامعي حيث فاقت مستويات دلالتها 0.05 وبلغت على التوالي 0.826، 0.720، 0.329، 0.226 وعليه فإن الفرضيات الأولى والثانية والثالثة مرفوضة. بينما يوجد أثر دال إحصائياً لكل من التوجه نحو الزبون (الطالب) وتكامل وتناسق الوظائف على روح المسؤولية الاجتماعية للأستاذ حيث بلغت مستويات دلالتها على التوالي 0.021 و 0.000 وهي أقل من 0.05، حيث يفسر التوجه نحو الزبون (الطالب) 26.8% من روح المسؤولية الاجتماعية لدى الأستاذ بينما يفسر التمكين 83.1% من روح المسؤولية الاجتماعية للأستاذ، وعليه فإن الفرضيتين الرابعة والخامسة مقبولتان. وتفصيل أكثر في تفسير كل نشأ من أنشطة التسويق الداخلي لكل بعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية نعرض الجدول الموالي.

الجدول (6): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار أثر تبني أنشطة التسويق الداخلي على أبعاد المسؤولية الاجتماعية لدى الأساتذة

البعد الاقتصادي		البعد القانوني		البعد الأخلاقي		البعد الخيري		
Beta	sig	Beta	sig	Beta	sig	Beta	Sig	
	,000		,002		,000		,001	الثابت
,008	,946	,021	,867	,036	,761	,160	,154	التدريب
,121	,350	,044	,741	,121	,345	,243	,045	التحفيز
,075	,612	,059	,704	,109	,461	,155	,260	تكامل الوظائف
,081	,529	,226	,096	,269	,039	,289	,018	التوجه نحو الزبون
,618	,000	,573	,001	,679	,000	,784	,000	التمكين

المصدر: إعداد الباحثين اعتماداً على تحليل الاستبيان من خلال برنامج SPSS يوضح الجدول (6) أن كل من التحفيز والتوجه نحو الطالب والتمكين له أثر دال إحصائياً على البعد الخيري للأستاذ الجامعي ويفسرون على التوالي 24.3%، 28.9%، و 78.4% من البعد الخيري. كما أن كل من التوجه نحو الطالب والتمكين له أثر دال إحصائياً على البعد الأخلاقي إذ يفسران على التوالي 26.9% و 67.9%. بينما يفسر التمكين فقط كل من البعد القانوني والبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية للأستاذ الجامعي، وبلغت نسبة تفسيره 57.3% للبعد القانوني، و 61.8% للبعد الاقتصادي.

5. مناقشة نتائج الدراسة:

- ✓ أكدت نتائج الدراسة أن الجامعة تقدم التكوين اللازم للأستاذ بما يتماشى ومستجدات المحيط حيث توفر له التريصات قصيرة المدى، كما توفر دورات تدريب على اللغات إضافة إلى الملتقيات والندوات العلمية، وهو ما ساعد الأستاذ على تلبية الاحتياجات المعرفية لدى الطلبة.
- ✓ كما أكد الأساتذة المستجوبين أنهم يتلقون التحفيز المادي والمعنوي الكافي. كما أنهم يملكون صلاحيات اتخاذ القرارات التي تهمهم، إضافة إلى توفير حرية التصرف والاستقلالية الضرورية للعمل. كذلك فإن الأساتذة يساهمون في حل مشكلات العمل المختلفة كل حسب مهامه.

- ✓ وتوصلت الدراسة إلى أن أساتذة الجامعة لا يرون أن هناك فرق بين احتياجاته كأستاذ واحتياجات الطالب باعتباره متلقي الخدمة التعليمية، وأن رضاه الوظيفي مرتبط برضا الطالب على الخدمة التعليمية المقدمة، وهو ما يجعله على استعداد دائم لمساعدة الطلبة والإجابة على إشكالاتهم وتساؤلاتهم.
- ✓ يثمن الأساتذة فعالية الاتصال الداخلي والعمل الجماعي، والذي يترجم تواكب الجامعة مع تغيرات المحيط الخارجي من جهة، واستجابتها لاحتياجات الأستاذ.
- ✓ وفيما يتعلق بروح المسؤولية الاجتماعية لدى الأساتذة فقد كان البعد الخيري أقل الأبعاد مستوى، حيث يتحفظ المستجوبين عن استعدادهم إلى تقديم كل الجهود المادية والمعنوية لدفع الجامعة نحو المشاركة في الخيرية. كما أن كل المستجوبين لا يلمسون أي مساهمة حقيقية للجامعة في الأعمال الخيرية المرتبطة بمراكز الطفولة المسعفة ودور الأيتام. كذلك يتحفظ الأساتذة في موافقتهم عن المساهمة المالية في مناسك العمرة والحج التي يمكن أن تقدم لموظفي الجامعة.
- ✓ ومن جهة البعد الأخلاقي لدى الأستاذ الجامعي فقد سجل مستوى موافقة عالية حيث يؤكد المستجوبين عن رفضهم لشتى أنواع الفساد الإداري وللعديد من المظاهر السلبية في الجامعة من غش وسرقة علمية... الخ. ويؤكد المستجوبين على استعدادهم للمشاركة في إيجاد حلول للمشاكل الأخلاقية في الجامعة والمساهمة في الحد منها.
- ✓ كذلك عرف البعد القانوني مستوى مرتفع وهذا يترجم التزام الأستاذ بتطبيق القواعد والقوانين المرتبطة بالجامعة. إضافة إلى تثمينهم لعمل النقابات العمالية.
- ✓ يعترف الأساتذة المستجوبين بدور الجامعة في تنمية الاقتصاد الوطني من خلال تقديم خريجين بمؤهلات عالية وللاستاذ الجامعي الدور الفعال في جودة الخريجين. كما يؤكد المستجوبين أن للأستاذ الجامعي القدرة والرغبة في دعم وتنفيذ الأنشطة المساعدة على انفتاح الجامعة على محيطها الاقتصادي والاجتماعي.
- ✓ تؤكد نتائج الدراسة لأن تمكين الأستاذ من أداء عمله باستقلالية والاستجابة لاحتياجاته الوظيفية إضافة إلى مشاركته في اتخاذ القرارات من شأنه رفع كل من البعد الخيري والأخلاقي للأستاذ حيث يصبح أكثر التزام بقوانين وقواعد الجامعة، وأكثر استعداد للمشاركة في النشاطات الخيرية للجامعة، إضافة إلى التزامه بواجبه التعليمي.
- ✓ يساعد التوجه نحو الطالب من خلال الاستجابة لاحتياجاته ورفع مستوى الخدمة التعليمية على تقديم خريجين بمستوى جودة عالية وبمؤهلات قوية من شأنهم دفع عجلة النمو الاقتصادي للبلاد.

✓ رغم تلقي الأساتذة للتحفيز الكافي ورغم وجود تكامل بين مهام الأساتذة واتصال داخلي فعال حيث تصل المعلومة في الوقت المناسب وبالطريقة الصحيحة، إلا أن ذلك لم يساهم في تحسين أي بعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية للأستاذ، فقد تكون تلك هي الحدود الأدنى لحقوق الأستاذ الجامعي.

6. التوصيات:

- ✓ تعد الأعمال الخيرية التي تقدمها مصلحة النشاطات الثقافية ذات أهمية بالغة، لذلك فهي مسؤولية جميع الأطراف في الجامعة وليست جهة واحدة.
- ✓ تمارس كل مؤسسة أنشطة التدريب والتحفيز والتمكين... الخ اتجاه موظفيها، لكن من الأهمية أن يتم استغلال هذه الأنشطة في تعزيز الدور الإضافي للموظف، وهو لب فلسفة التسويق الداخلي.
- ✓ تعزيز الشعور بالمسؤولية والإيمان بأهمية مهام الأستاذ الجامعي ورسالته تشكل رقابة ذاتية للأستاذ تدفعه إلى تقديم الأفضل باستمرار.

قائمة المراجع:

1. العايب عبد الرحمن، بقة الشريف، إشكالية إدارة العلاقة مع أصحاب المصالح كمدخل لممارسة المسؤولية الاجتماعية من طرف منظمات الأعمال في الجزائر :حالة المؤسسة الاقتصادية العمومية للتوظيف،الملتقى الدولي الثالث:منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية يومي: 14-15فيفري 2012.
2. العيداني إلياس، علي عبد الله، المنظمة المعاصرة بين إشكالية الوصول للأهداف الإستراتيجية وتحقيق المسؤولية الاجتماعية في ظل التحديات الراهنة، الملتقى الدولي الثالث حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار يومي 14-15فيفري 2012.
3. بن جيمة مريم، بن جيمة نصيرة، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الإدارة، الملتقى الدولي الثالث جامعة بشار حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية يومي: 14-15فيفري 2012.
4. حداد، ش.إ، وعلي، ع.ع، (2008)، "اختبار صلاحية تطبيق مقياس لتسويق الداخلي في بيئة الأعمال الأردنية (دراسة تحليلية لأبعاد التسويق الداخلي في البنوك التجارية الأردنية)، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد. 4، العدد. 4.
5. زايدي بلقاسم، مقدم وهيبية، تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية،جامعة بشار ، يومي 14-15فيفري 2012 .
6. عرابة رابح، بن داودية وهيبية، المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في التنمية :عرض تجارب بعش الشركات الأجنبية، الملتقى الدولي الثالث جامعة بشار حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية يومي: 14-15 فيفري 2012.

7. منصف شرقي، دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات العمال :دراسة حالة مؤسسة سوناطراك، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، يومي 14-15 فيفري 2012.

8. Bannon, D.P., (2005), "Internal Marketing and Political Marketing", PSA, PP. 1-15.
9. Bansal, H.S., Mendelson, M.B., & Sharma, B., (2001), "The Impact of Internal Marketing Activities on External Marketing Outcomes", **Journal of Quality Management**, Vol.6.
10. Benea, M.C., (2008), "Internal marketing and Performance in Services Organizations", **Hunedoara, Romania**.
11. Jones, P.M., (1986), "Internal Marketing", **International Journal of Hospitality Management**, Vol. 5, No.4.
12. Ha, N.C., Abu-Bakar, R., & Jaafar, S.I.S. (2007), "Internal Marketing Issues in Service Organizations in Malaysia", **International Review of Business Research Papers**, Vol. 3 No.5.
13. George, W.R., (1990), "Internal Marketing and Organizational BehaviorM A Partnership in Developing Customer-Conscious Employees at Every Level", **Journal of Business Research**, Vol. 20.
14. Gillemo, S., & Rijkssen, M., (2000), "**Saab Versus Internal Marketing – Internal Brand Alignment in an MNC Operating in the Automobile Industry**", Unpublished Master thesis, school of economics and commercial law, Goteborg University.
15. Kelemen, M., (2007), "Internal Marketnig : A Qualitative Study of Culture Change in the UK Banking Sector", **Journal of Marketing Management**, Vol. 23, No. 7-8.
16. Kyriazopoulos, P., Yannacopoulos, D., Spyridakos, A., Siskos, Y., Grigoroudis, E., (2007), « Implementing Internal Marketing Through Employee's Motivation », **European Union and Greek Government**.
17. Lings, I.N. (2004), "Internal Market Orientation Construct Market Orientation", **Journal of Business Research**, 57.
18. Logaj, V., & Trnavievc, A., (2006), "Internal Marketing and Schools: The Slovenian Case Study", **Managing Global Transitions**, Vol. 4, No. 1.
19. Mat, J., (2008), "**The Influence Of Leadership Style On Internal Marketing In Retailing**" Unpublished Submitted impartial Fulfillment of the Requirement For the Degree of Doctor of Philosophy, University of Stirling.
20. Saad, N.M., Ahmed, P.R., & Rafiq, M., (2002), "Internal Marketing: Using Marketing-Like Approaches to Build Business Competencies and Improve Performance in Large Malaysian Corporations", **Asian Academy of Management Journal**, Vol. 7, No. 2.
21. Simberova, I., (2007), "Internal Marketing as a Part of Marketing Culture Supporting Value for External Customer", **Economics and Management**, Vol. 12.
22. Turkoz, I., & Akyol, A., (2008), "Internal Marketing and Hotel Performance", **International journal of tourism and hospitality research**, Vol.19, No.1.

الموضوع:

علاقة المسؤولية الاجتماعية بالبيئة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية في ظل اليات الحوكمة .

ضمن المحور الثاني: اليات تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المنظمات

من اعداد:

- العماري طاهر ،طالب دكتوراه سنة رابعة ،تخصص حوكمة المؤسسات ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ،جامعة مولاي الطاهر سعيدة

Taharlamari@hotmail.fr

- بن يمينة فاطيمة الزهراء ، طالبة دكتوراه سنة ثانية ،تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ،جامعة مولاي الطاهر سعيدة،

F.benyamina1990@gmail.com

الملخص:

تهدف هذه الدراسة الى معرفة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية كالية من اليات الحوكمة وتأثيرها على البيئة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية التي تمتاز بكثرة الديناميكية و التغير ، إلى جانب مواجهتها لعدة تحديات خاصة الاجتماعية منها ، ففي ظل التطورات المستمرة التي يشهدها المجال الاقتصادي تزايدت الآثار الاجتماعية الناتجة أساسا من تلك الأنشطة الاقتصادية المتنامية و أصبح المفهوم الحقيقي لنمو المؤسسة و تطورها يتعدى المفهوم التقليدي القائم على تحقيق أقصى الأرباح الممكنة ، حيث ظهر و بقوة أمام المؤشرات الاقتصادية قيد الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية التي أضحت تشكل محور هام يجب مراعاته لكل مؤسسة اقتصادية تطمح إلى تحقيق غايات البقاء و الاستمرارية، فتزايد الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى توسيع نطاق الاهتمام بأصحاب المصالح في مجال حاكمية المؤسسة فقد تعدى الأمر بالنسبة للاهتمام فقط بالمساهمين ، إلى عدة أطراف أخرى (أصحاب المصالح) و التي يمكنها أن تؤثر أو تتأثر بأهداف المؤسسة ، ويمثلون كل طرف داخلي و خارجي يشارك أو مسؤول عن الإدارة الجيدة للمؤسسة ، وهذه المسؤولية لا تقتصر فقط على الالتزامات القانونية بل تتجاوزها إلى تحسين العلاقة مع أصحاب المصلحة .

The enterprise current economic and competitiveness environment has become so much dynamic and changeable; as well, it faces many challenges especially social ones. through the developments being in the economic scope, social impacts caused by growing activities have increased, and the real concept of the enterprise revolution goes beyond the traditional one wished based on achieving maximum possible profits, then the social responsibility takes place as a strong factor that any enterprise has to take in consideration in order to keep growing and existing. The increased attention to social responsibility leads to raise stakeholder interest - in the field of enterprise governance- instead-of shareholders only, these several parties (stakeholders) can effect and be affected by the enterprise objectives and they represent all internal - external parties that involved in its governance. This responsibility is not limited only to the legal obligations but exceed it to improve the relationship with stakeholders.

الكلمات المفتاحية : المسؤولية الاجتماعية ، حوكمة المؤسسات، أخلاقيات الأعمال ، أصحاب المصلحة ، البيئة الاقتصادية والتنافسية ..

تقديم :

ان الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية أدى إلى توسيع نطاق الاهتمام بأصحاب المصالح في مجال حاكمية المؤسسة فقد تعدى الأمر بالنسبة للاهتمام فقط بالمساهمين حسب نموذج (shareholder) ، إلى عدة أطراف أخرى (أصحاب المصالح) والتي يمكنها أن تؤثر أو تتأثر بأهداف المؤسسة حسب نموذج (stakeholder)، ويمثلون كل طرف داخلي و خارجي يشارك أو مسؤول عن الإدارة الجيدة للمؤسسة.

و من جهة أخرى تنشط المؤسسة وسط بيئة تنافسية تؤثر و تتأثر بعدة أطراف تدعى قوى التنافس حسب نموذج بورتر و تتمثل هذه الأطراف في المنافسين ، قوة مفاوضة الزبائن و قوة مفاوضة الموردين، و احتمالية دخول المنافسين الجدد إلى القطاع الذي تنشط فيه المؤسسة ، خاصة و أن البيئة التنافسية الحالية أصبحت تمتاز بالديناميكية و التغيير إلى جانب مواجهتها لعدة تحديات خاصة الاجتماعية منها ، ففي السنوات الأخيرة أدرك قطاع الأعمال أن أنماط الإنتاج و الاستهلاك الراهنة ليست مستدامة و على المؤسسات إذا كانت تزعم البقاء و التطور في ظل البيئة الاقتصادية الحالية إن تضمن بشكل تدريجي و متواصل في استراتيجياتها و مخططاتها بعيدة المدى الاعتبارات البيئية و الاجتماعية التي غيرت من ظروف النشاط على مستوى جميع الأسواق و فرضت ظروف تنافسية جديدة ، وهذا ما أشار إليه تقرير افريل 2002 من طرف "برنامج الأمم المتحدة للبيئة"، (مجلس الأعمال العالمي من اجل التنمية المستدامة) ومعهد الموارد العالم (World Resource Institute) تحت عنوان أسواق الغد: التوجهات العامة وأثارها على الأعمال.

وتأسيسا على ذلك فإن مفتاح ونجاح و نمو المؤسسات الاقتصادية يمكن ربطه بمدى أهمية وإدراك دور المسؤولية الاجتماعية في إرساء مبادئ حاكمية المؤسسة من خلال إشراك جميع الأطراف في اتخاذ القرار و الأخذ بعين الاعتبار جميع القوى خارج بيئة المؤسسة خاصة البيئة التنافسية من اجل التفوق التنافسي. و عليه نطرح الإشكالية التالية: ماهي علاقة المسؤولية الاجتماعية بالبيئة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية في ظل البيات الحوكمة ؟.

و عليه سوف نحاول معالجة هذا الموضوع وفق العناصر التالية:

أولا : الحوكمة و دورها في تعزيز القدرة التنافسية.

ثانيا : المسؤولية الاجتماعية و علاقتها بحوكمة المؤسسة.

ثالثا : دور ونطاق أخلاقيات الأعمال في إرساء حوكمة المؤسسة

رابعا:المسؤولية الاجتماعية و الإدارة الإستراتيجية

خامسا: المسؤولية الاجتماعية و الالتزام مع أطراف البيئة التنافسية.

سادسا :عراقيل تطبيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الجزائرية

أولا : الحوكمة و دورها في تعزيز القدرة التنافسية.

1- مفهوم و أهمية حوكمة المؤسسة.

شهد العقد الأخير من القرن الماضي البدايات الحقيقية للحديث عن الحوكمة ، وذلك بعد تفجر الكثير من القضايا التي طفت على السطح وظهرت فيها التجاوزات الإدارية والمالية ، وقد كشفت هذه الأزمات والانهيارات عن أنماط من الفساد المالي والإداري جعل الحديث عن الحوكمة يحظى بأهمية خاصة¹ ، ومن أخطر تلك القضايا الأزمة المالية الخانقة التي عصفت مع منتصف تسعينيات القرن الماضي ، بالاقتصاديات المتقدمة فيما كان يعرف بنمور آسيا.

فالاهتمام بحوكمة المؤسسة يعني التفرقة بين الملكية و الإدارة داخل المؤسسة ، حيث تطرق كل من Jensen and Meckling² في عام 1976 ، و Oliver Williamson في عام 1979 إلى "مشكلة الوكالة" حيث أشارا إلى حتمية حدوث صراع بالمؤسسة عندما يكون هناك فصل بين الملكية والإدارة. وفي هذا السياق أكدوا على إمكانية حل مشكلة الوكالة من خلال التطبيق الجيد لآليات حوكمة المؤسسات.³

كذلك الحوكمة تعبر عن الحكم الرشيد، فعرفته الأوساط العلمية على انه الحكم الرشيد الذي يتم تطبيقه عبر حزمة من القوانين والقواعد التي تؤدي إلى الشفافية وتطبيق القانون.⁴

كما تعرفها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD بأنها: " مجموعة من العلاقات فيما بين القائمين على إدارة المؤسسة ومجلس الإدارة وحملة الأسهم وغيرهم من المساهمين ".⁵

و تعرف مؤسسة التمويل الدولية IFC الحوكمة بأنها: " هي النظام الذي يتم من خلاله إدارة المؤسسات والتحكم في أعمالها".⁶

وإزداد الاهتمام بمفهوم حوكمة المؤسسات ، حيث حرصت عدد من المؤسسات الدولية على تناول هذا المفهوم بالتحليل والدراسة، حيث تناولت المبادئ الخمسة الصادرة في 1999 من (OECD) تطبيقات حوكمة المؤسسات في شأن الحفاظ على حقوق حملة الأسهم، وتحقيق المعاملة العادلة لحملة الأسهم، وإزكاء دور أصحاب المصالح، والحرص على الإفصاح والشفافية، وتأكيد مسؤولية مجلس الإدارة،⁷ وفي سنة 2004 أصدرت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية قائمة جديدة لمعايير حوكمة المؤسسات، مضيفة مؤشر تأمين الأسس لإطار حوكمة فعالة للمؤسسات. أما في الآونة الأخيرة، فقد تعاضمت بشكل كبير أهمية حوكمة المؤسسات لتحقيق كل من التنمية الاقتصادية والقانونية والرفاهة الاجتماعية للاقتصاديات والمجتمعات.⁸ وقد بدأ الاهتمام بموضوع "حوكمة المؤسسات Corporate Governance" يأخذ حيزا مهما في أدبيات الاقتصاد إثر إفلاس بعض الشركات الدولية الكبرى مثل إنرون و وورلدكوم، وتعرض شركات دولية أخرى لصعوبات مالية كبيرة مثل سويس إير،

وفرانس تليكوم، وذلك حسب تقرير صدر عام 2000 لمصرف سويسري خاص تناول موضوع حوكمة المؤسسات والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الكبرى.⁹

2- أهداف الحوكمة.

- تسعى قواعد وضوابط الحوكمة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف يمكن تلخيص أهمها فيما يلي:¹⁰
- مراعاة مصالح وحقوق المساهمين وحمايتهم، عبر توفير معلومات صحيحة وشفافة عن أنشطة المؤسسة والوضع المالي بما يمكن المساهمين الحاليين والمتوقعين من اتخاذ قراراتهم بناءً على ما يظهر من الوضع المالي لتلك المؤسسات.
 - تحقيق الشفافية في جميع أعمال المؤسسات وتأمين العدالة لكافة أصحاب المصالح والمتعاملين مع المؤسسة و الحد من استغلال السلطة في غير المصلحة العامة.
 - العمل على جذب الاستثمارات واستقطابها فإن المؤسسة التي تطبق قواعد الحوكمة ومعاييرها تكون أقدر من غيرها على جذب الاستثمارات لما تشيعة من الثقة والمصداقية في تعاملاتها، الأمر الذي يولد بدوره طمأنينة تجاه تلك المؤسسة وأنشطتها وممارساتها.
 - زيادة تنافسية المؤسسة التي تطبق معايير الحوكمة وتمكينها من الاستحواذ على أكبر قدر ممكن من السوق في مجال أنشطتها.
 - مكافحة الفساد المالي والإداري في تلك المؤسسات من خلال تطبيق مبادئ الإفصاح والشفافية وكذلك من خلال تطبيق وتفعيل نظم الرقابة المالية والإدارية.

3- محددات حوكمة المؤسسات:

تعمل محددات حوكمة المؤسسات على زيادة الثقة في الاقتصاديات الوطنية، وتفعيل وتعميق دور أسواق المال في تعبئة المدخرات من جهة، ورفع معدلات عوائد الاستثمار من جهة أخرى، إضافة إلى حماية حقوق صغار المستثمرين وتشجيع القطاع الخاص ومؤسساته على النمو ورفع قدرته التنافسية. ولعل المحددات الأساسية لحوكمة الشركات تتمثل في¹¹:

- ### 3-1 المحددات الداخلية:
- وتشير إلى القواعد والأسس التي تحدد كيفية اتخاذ القرارات وتوزيع السلطات داخل المؤسسة بين الجمعية العامة ومجلس الإدارة والمديرين التنفيذيين، والتي يؤدي توافرها من ناحية وتطبيقها من ناحية أخرى إلى تقليل التعارض بين مصالح هذه الأطراف الثلاثة، وتتكون داخل المؤسسات نفسها وتشمل:
- آلية توزيع السلطات داخل المؤسسة، الآلية والقواعد والأسس الناظمة لكيفية اتخاذ القرارات الأساسية في المؤسسة .
 - العلاقة الهيكلية بين الجمعية العامة للمؤسسة ومجلس إدارتها والمديرين التنفيذيين ووضع الآلية المناسبة لهذه العلاقة مما يخفف من التعارض بين مصالح هذه الأطراف الثلاثة وصولاً لتكامل هذه المصالح.

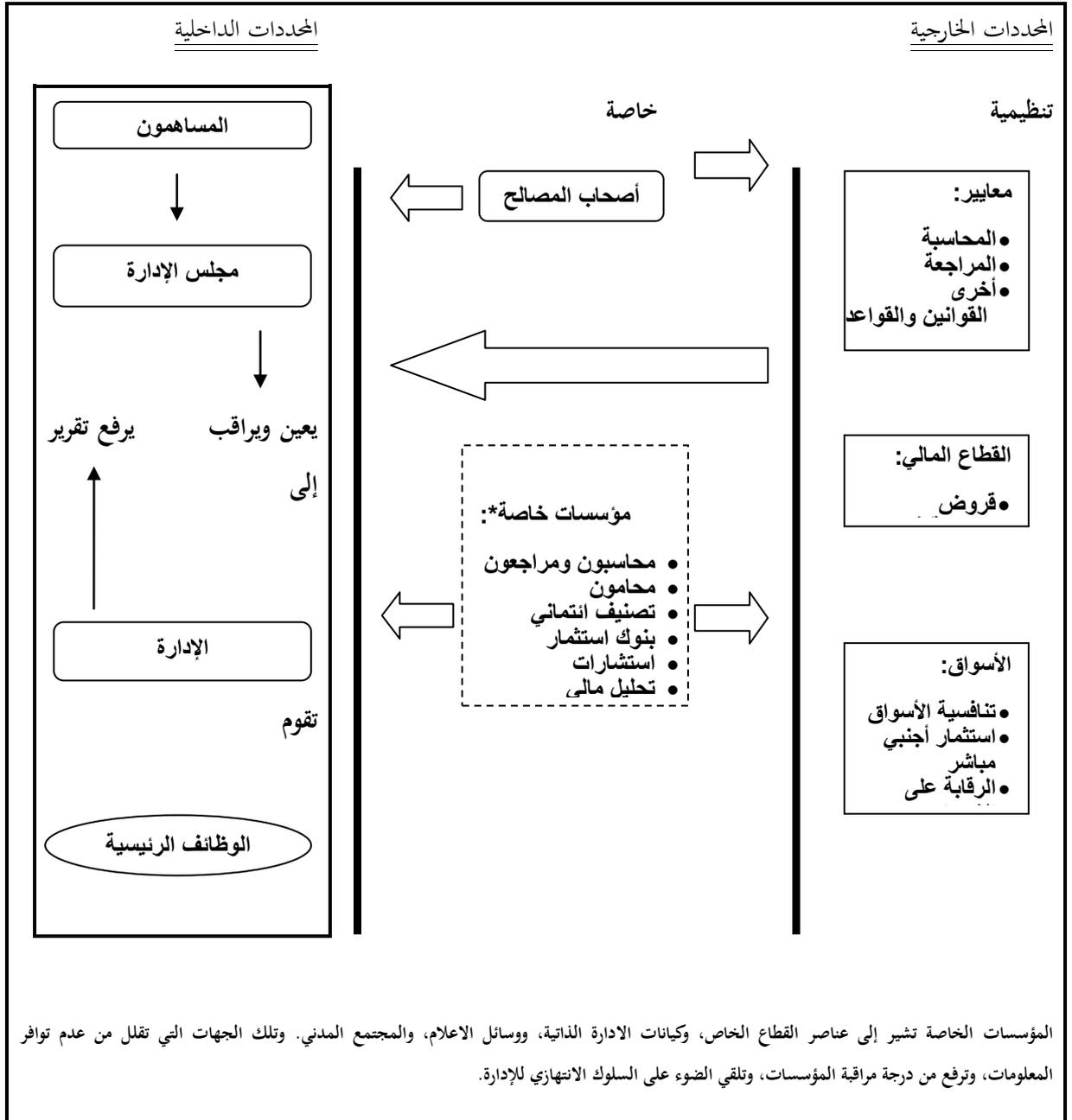
3-2 المحددات الخارجية:

وتشير إلى المناخ العام للاستثمار في الدولة والذي يشمل العناصر:

- القوانين العامة المنظمة للنشاط الاقتصادي عمومًا، المناخ العام للاستثمار في الدولة، كفاءة القطاع المالي من بنوك ومؤسسات تأمين وأسواق مالية ذات الأثر على التمويل، مستوى التنافس في أسواق عناصر الإنتاج والسلع والخدمات اللازمة للمؤسسات لممارسة نشاطاتها الإنتاجية، وجود وكفاءة ومقدرة الأجهزة الرقابية، مثل وجود هيئة أسواق المال ومدى قدرتها في الرقابة على أعمال المؤسسات، خاصة المؤسسات المدرجة في أسواق المال، وجود جمعيات مهنية ذات صلة، مثل جمعية المحامين والمحاسبين ومكاتب المراجعة والتصنيف الائتماني والاستشارات.. إلخ.

كما يلخص الشكل التالي كل من المحددات الداخلية والخارجية للحكومة.

الشكل (1): المحددات الخارجية والداخلية للحكومة



المصدر: Iskander, M. and N. Chamlou. (2002). *Corporate Governance: A Framework for Implementation*. P122, Fig. 6.1. Published in: *Globalization and Firm Competitiveness in the Middle East and North Africa Region*, edited by: S. Fawzy. Washington: World Bank.

4- دور الحوكمة في تعزيز القدرة التنافسية:

- للحوكمة دور كبير في تعزيز القدرة التنافسية للاقتصاد حيث تعمل على جذب الاستثمارات ودعم الأداء الاقتصادي والقدرة التنافسية على المدى الطويل من خلال عدة طرق وأساليب أهمها:¹²
- التأكيد على الشفافية في معاملات المؤسسة، وفي إجراءات المحاسبة والمراجعة المالية، حيث أن الحوكمة تقف في مواجهة أحد طريقي علاقة الفساد الذي يؤدي إلى استنزاف موارد المؤسسة وتآكل قدرتها التنافسية وبالتالي انصراف المستثمرين عنها.
 - إجراءات حوكمة المؤسسات تؤدي إلى تحسين إدارة المؤسسة، مما يساعد على جذب الاستثمارات بشروط جيدة وعلى تحسين كفاءة أداء المؤسسة.
 - تبني معايير الشفافية في التعامل مع المستثمرين ومع المقرضين من الممكن أن يساعد على تفادي حدوث الأزمات المصرفية.
 - إن تطبيق حوكمة المؤسسات يقوي ثقة الجمهور في عملية الخوصصة ويساعد على ضمان تحقيق الدولة لأفضل عائد .

ثانيا : المسؤولية الاجتماعية و علاقتها بحوكمة المؤسسة.

1- تعريف المسؤولية الاجتماعية :

يتضمن مفهوم المسؤولية الاجتماعية بشكل عام دمج الاهتمامات البيئية و الاجتماعية و الاقتصادية في نشاطاتها و تعاملاتها مع أصحاب المصلحة، و هي ممارسات طوعية لا إجبارية، و قد ظهر هذا المفهوم في الأدبيات المتعلقة بمنظمات الأعمال، في الستينات من القرن الماضي، من خلال كتاب (H. Bowen) في 1953 : "المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال"، و "مسؤولية المنظمة" لصاحبه (G Goyder) في 1961، و بعدها انتشرت البحوث و الدراسات في هذا المجال و اتسع نطاق المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال.

و هناك تعريفات مختلفة للمسؤولية الاجتماعية، سوف نورد بعض التعاريف لبعض الهيئات خاصة الدولية منها كما

يلي :

عرف البنك الدولي المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال على أنها : التزام أصحاب النشاطات التجارية للمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم و عائلاتهم و المجتمع المحلي و المجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة و يخدم التنمية في آن واحد.¹³

كما عرفت الغرفة التجارية العالمية المسؤولية الاجتماعية على أنها :جميع محاولات التي تساهم في تطوع المؤسسات لتحقيق التنمية بسبب اعتبارات أخلاقية و اجتماعية، وبالتالي فان المسؤولية الاجتماعية تعتمد على مبادرات رجال الأعمال دون وجود إجراءات ملزمة قانونيا ، ولذلك فان المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال الإقناع و التعليم.

كما تعرف منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية " المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة "على أنها التزام هذه الأخيرة في المساهمة في التنمية الاقتصادية، مع الحفاظ على البيئة و العمل مع العمال و عائلاتهم و المجتمع المحلي و المجتمع بشكل عام بهدف تحسين جودة الحياة لجميع الأطراف.

كذلك التعريف الذي وضعته المنظمة العالمية للمعايرة (ايزو)، فهذه الأخيرة تعتبر المسؤولية الاجتماعية بأنها "ممارسات تقوم بها المؤسسة لتحمل المسؤولية الناجمة عن أثر النشاطات التي تقوم بها على المجتمع و المحيط لتصبح نشاطاتها منسجمة مع منافع المجتمع و التنمية المستدامة، تركز المسؤولية الاجتماعية على السلوك الأخلاقي، احترام القوانين و الأدوات الحكومية و تدمج مع النشاطات اليومية للمؤسسة".¹⁴

أما مواصفة الايزو 26000 عند تعريفها للمسؤولية الاجتماعية ، ترى بأن "مسؤولية المؤسسة هي ترجمة لقراراتها و نشاطاتها تجاه المجتمع و البيئة من خلال تبني سلوك شفاف و أخلاقي"¹⁵ :

- يسهم في تحقيق التنمية المستدامة بما في ذلك الصحة و الرفاه في المجتمع.
- يأخذ في الاعتبار توقعات أصحاب المصالح.
- يحترم القوانين السارية، و يتوافق مع المعايير الدولية.

إذن من خلال التعاريف السابقة يتبين أن المسؤولية الاجتماعية تتضمن نقاط أساسية هي :

- الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية هي القناة التي من خلالها تساهم المؤسسة في تحقيق التنمية المستدامة.
- إن التزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية طوعيا يجعلها محل اعتراف بدورها الايجابي من طرف جميع الأطراف التي تتعامل معها.
- التزام المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية يعتبر احد العناصر الهامة لبناء استراتيجياتها على المدى البعيد.
- الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية يتطلب تغييرا في نمط التسيير بالمؤسسة يأخذ بعين الاعتبار احتياجات المستهلك.
- تقتضي المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة بان تنشر المعلومات بكل شفافية أمام الأطراف المعنية لتثبيت التزامها المستمر بالحماية الاجتماعية.

- المؤسسة الحديثة (التي لها مسؤولية اتجاه مجتمعها) ستربط بعلاقات عديدة مع أفراد المجتمع (المحيط) الذي تنشط فيه مما يؤهلها للارتقاء لمؤسسة مواطنة (Entreprise citoyenne).
 - يتضمن مفهوم المسؤولية الاجتماعية تحمل المؤسسات لكل الآثار السلبية التي يمكن أن تحدثها نشاطاتها على البيئة و المجتمع.
 - تهدف سياسات و برامج المسؤولية الاجتماعية إلى تحقيق منافع ذات طابع اجتماعي.
 - تتمثل أسس و ركائز المسؤولية الاجتماعية في : احترام أخلاقيات الأعمال، احترام القوانين و اللوائح الحكومية.
- يمكن أن نبين الفرق بين النموذج الاقتصادي و النموذج الاجتماعي كما يلي :

النموذج الاقتصادي يركز على	النموذج الاجتماعي يركز على
- الإنتاج	- نوعية الحياة
- استغلال الموارد الطبيعية	- المحافظة على الموارد الطبيعية
- قرارات داخلية قائمة على أساس أوضاع السوق	- قرارات قائمة على أساس أوضاع السوق مع رقابة متنوعة من المجتمع
- العائد الاقتصادي (الربح)	- الموازنة بين العائد الاقتصادي و الاجتماعي
- مصلحة المؤسسة أو المدير أو المالكين	- مصلحة المؤسسة و المجتمع
- دور قليل جدا للحكومة	- دور فاعل للحكومة

المصدر : ظاهر محسن منصور ألعالي و صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال، ص 54.

2- أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة :

تتضمن المسؤولية الاجتماعية أبعاد متعددة العناصر نورد أهمها كما يلي:

- أ- **البعد الاقتصادي** : يهدف هذا البعد إلى تحقيق :
- منع الاحتكار و عدم الإضرار بالمستهلكين.
 - احترام قواعد المنافسة و عدم إلحاق الضرر بالمنافسين.
 - استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي ، و تسخيره في معالجة الأضرار التي تلحق بالمجتمع و البيئة.
- ب- **البعد القانوني** : يهدف هذا البعد إلى تحقيق :
- حماية المستهلك من المواد الضارة و منع التلوث بشتى أنواعه.
 - صيانة الموارد و تنميتها و التخلص من المنتجات بعد استهلاكها.
 - تحسين ظروف و مناخ العمل .
- ج- **البعد الاجتماعي** : يهدف هذا البعد إلى تحقيق :

- مراعاة حقوق الإنسان و مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف.
- احترام العادات و التقاليد و مراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك.
- تحسين نوعية المنتجات و الخدمات المقدمة.

3- المسؤولية الاجتماعية و بحوكمة المؤسسة.

يرتبط مفهوم المسؤولية الاجتماعية بمفهوم الحكم الراشد ، حيث أن مبدأ المسؤولية الاجتماعية يؤدي أو يحفز على مبدأ التحالف أو التنسيق بين العديد من الأطراف التي يمكن أن تشارك في عملية التسيير أو اتخاذ القرار داخل المؤسسة ، حيث توفر (الحوكمة) الإطار التنظيمي الذي يمكن المؤسسة من تحقيق أهدافها، وتحدد القواعد المتعلقة بكيفية اتخاذ القرارات والشفافية والإفصاح عن تلك القرارات، وتحديد السلطة والمسئولية للمديرين والعاملين بالمؤسسة، وحجم ونوعية المعلومات التي يتم الإفصاح عنها للمستثمرين الأمر الذي يصب في صالح حماية حقوق صغار المساهمين، ومختلف المتعاملين.

و إن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية أدى إلى توسيع نطاق الاهتمام بأصحاب المصالح في مجال حاكمية المؤسسة فقد تعدى الأمر بالنسبة للاهتمام فقط بالمساهمين حسب نموذج (le modèle actionnarial) (shareholder)، إلى عدة أطراف أخرى(أصحاب المصالح) و التي يمكنها أن تؤثر أو تتأثر بأهداف المؤسسة حسب نموذج (le modèle à parties prenantes) (stakeholder)، ويمثلون كل طرف داخلي و خارجي يشارك أو مسؤول عن الإدارة الجيدة للمؤسسة.

إن أصحاب المصالح هم مجموعة الأفراد والجماعات والمؤسسات التي تؤثر وتتأثر بالأفعال التي تتخذها المؤسسة.¹⁶ و يمكن تصنيف أصحاب المصالح إلى خمس مجموعات، المسيرين، المساهمون، والعملاء، والأجراء، وأصحاب المصالح الآخرون.¹⁷ خاصة الذين هم في مجال التنافس أو يتواجدون أين تنافس المؤسسة .

ويتالي على المؤسسة أن تحدد سلم لأولويات تأثير لأصحاب المصالح حيث يكون البعض من هؤلاء قوة مساهمة في دفع استراتيجيات المؤسسة و خياراتها ، في حين يكون قوى أخرى معرقله لها و تؤدي إلى إضعاف مردوديتها

(Freeman, 1984)¹⁸.

فالمؤسسة تتعامل مع عدة أطراف في البيئة الخارجية خاصة البيئة التنافسية التي تعتبر أهم البيئات أين تتنافس المؤسسة مع باقي المؤسسات، وتتمثل هذه الأطراف في كل من المنافسين الحاليين و المنافسين المحتمل دخولهم إلى السوق كذلك الموردين و الزبائن.. فكل هذه الأطراف تؤثر في قرارات المؤسسة الإستراتيجية ، لذلك تسعى الإدارة الإستراتيجية للمؤسسة إلى محاولة تحليل السلوك التنافسي و توجيه معاملاتهما لهاته الأطراف من خلال تبني مبدأ المسؤولية الاجتماعية تجاههم ، لكي تكون هناك إدارة إستراتيجية جيدة من أجل إرساء مبادئ الحوكمة.

ثالثاً: دور ونطاق أخلاقيات الأعمال في إرساء حوكمة المؤسسة:

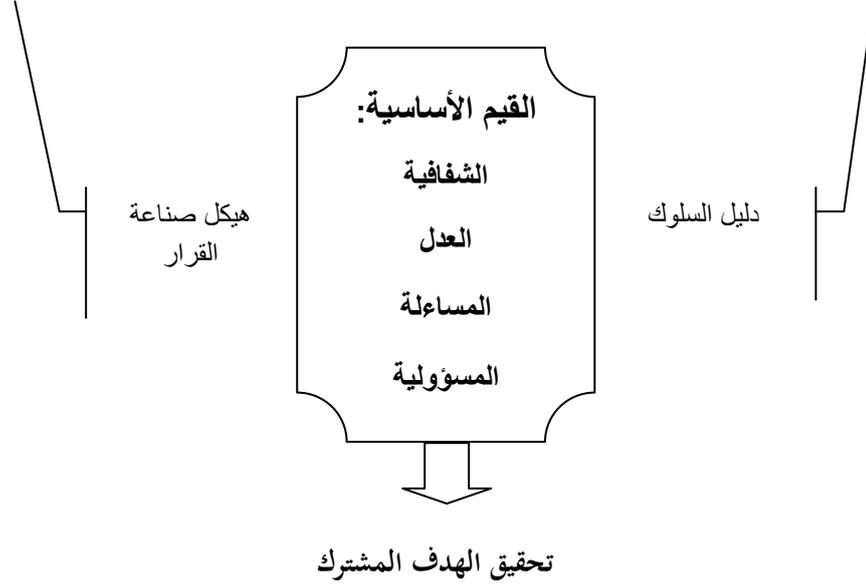
إن أهم شيء يؤكد ضرورة المسؤولية الاجتماعية في إرساء مبادئ الحوكمة هو أخلاقيات العمل ، حيث أصبحت "أخلاقيات العمل" تشكل جزءاً رئيسياً من صناعة النمو في المؤسسات، عقب ذلك القدر الهائل من الفضائح والتجاوزات واتساع دائرة الجرائم والفساد الإداري خاصة جرائم الاختلاس والرشوة واستغلال النفوذ التي تشهدها المؤسسات على مستوى العالم وحاجة المجتمعات إلى وجود معايير وأخلاقيات عمل أكثر رُقياً، وضرورة تحديد علاقاتها بالعاملين والعملاء والشركات والجمهور، فضلاً عن مراجعة المفاهيم الخاصة بأهداف المؤسسات، ويعكس النمو بأهمية أخلاقيات الأعمال تحولاً حاسماً في الرأي العام بشأن المسؤولية الأخلاقية للمؤسسات ، فقد كان من المتوقع أن تحقق المؤسسات أرباحاً للمساهمين من خلال إنتاج السلع والخدمات بأسعار تنافسية وفقاً للقوانين واللوائح السائدة في المجتمع التي تزاوَل فيه المؤسسات أنشطتها، لذلك أصبح بالمؤسسات أن تتولى المسؤولية الأخلاقية عن العديد من القضايا، التي تشمل البيئة، والجنس ، والعرق، والمنتجات، ومعايير السلامة والصحة في بيئة العمل.¹⁹

إن لأخلاقيات العمل و التوجه نحو المسؤولية الاجتماعية أمر مهم في إرساء مبادئ حوكمة المؤسسة من اجل عملية اتخاذ القرار الفعال حسب الشكل رقم(1) ، فيمكن توظيف الأخلاقيات بشكل سليم في العمل ، بحيث أن تطبق المؤسسة من بين العديد من الأمور إجراء شفافاً وديمقراطياً لصنع القرارات، ولا يكفي أن تكون القرارات الصادرة صحيحة فحسب ، بل يجب أن تكون الطريقة المستخدمة في التوصل إلى هذه القرارات صحيحة أيضاً ولا ريب أن هناك مديرون أكثر وعياً ويحرصون على موازلة أنشطتهم وفقاً للمعايير الأخلاقية باعتبار أن ذلك خيار استراتيجي²⁰ ، بينما يتخذ بعض المديرين القواعد الأخلاقية كستار لاتخاذ قراراتهم الانتهازية، وخاصة في المواقف التي لا يستطيع فيها العامة التفرقة بين السلوك الأخلاقي والسلوك الانتهازي²¹، و أولئك الذين يتأثرون بشكل مباشر وكبير بقرارات المؤسسة لهم حق أخلاقي وأدبي ، وهو التعرف على سبب اتخاذ هذه القرارات ومن هم متخذو هذه القرارات ، كما يجب أن يتم مشاركتهم أو استشارتهم ، ومن المتطلبات الأخرى الهامة في تطبيق الأخلاقيات وتنفيذ العمل بطريقة صحيحة ، هو ضرورة أن تكون المعلومات التي تستند إليها القرارات موثوق منها ودقيقة قدر الإمكان.

الشكل رقم (1): يمثل مرتكزات أخلاقيات العمل في إرساء الحوكمة.

حوكمة المؤسسات

أخلاقيات العمل



المصدر : من إعداد الباحثان .

- أسباب الاهتمام بأخلاقيات العمل :

لقد حظيت أخلاقيات العمل بالاهتمام على نحو واضح وملفت للنظر وظهرت مصطلحات جديدة مثل قواعد وآداب المهنة وأخلاقيات الوظيفة وأخلاقيات الأعمال، و أدت عدة أسباب إلى التركيز على أخلاقيات الأعمال في المؤسسات نذكر من بينها :

- 1- التحول في مفاهيم الكفاءة وأهداف المؤسسات.
- 2- تعقد وتداخل المصالح في المؤسسات الحديثة.
- 3- إرساء مبادئ الإدارة السليمة(الحوكمة) داخل المؤسسة.
- 4- الاهتمام بالتعلم و التدريب داخل المؤسسة.
- 5- الالتزام بروح القانون وأهمية البعد الاجتماعي .
- 6- البحث عن إنتاج ما هو مفيد للبشر وتحسين نوعية الحياة .

رابعاً: المسؤولية الاجتماعية و الإدارة الإستراتيجية :

يمكننا القول بأن الإدارة الإستراتيجية هي العملية التي تتضمن تصميم و تنفيذ و تقييم القرارات التي لها صلة ببيئة المؤسسة و تنافسيتها أي ذات التأثير طويل الأجل ، التي تهدف إلى زيادة قيمة المؤسسة خاصة عند تبنيتها لمبدأ المسؤولية الاجتماعية في توطيد علاقاتها مع مختلف المتعاملين (المنافسين ، العملاء ، المساهمين ، الموردن ، المجتمع ككل....).

لكي تحقق المؤسسة إدارة جيدة تعتمد على إشراك جميع الأطراف في اتخاذ قراراتها، و حتى تتمكن المؤسسة من بلوغ أهدافها و اتخاذ قرارات إستراتيجية صائبة في ظل التغيرات البيئية على إدارتها الإستراتيجية، أن تتميز بمجموعة من الخصائص التي تمكننا من جمع الأفكار و طرحها بموضوعية و عقلانية:

أ- **إدارة إستراتيجية مرنة** : حتى تستطيع الإدارة الإستراتيجية بناء مؤسسة قادرة و ناجحة و متفوقة في بيئة ديناميكية متطورة و حركية و معقدة يجب أن تتصف بالمرونة ، وحتى تبلغ التفوق التنافسي في بيئة ديناميكية يجب أن تتعد عن الإجراءات البيروقراطية و تميل تدريجياً إلى المرونة ، فقد أدركت المؤسسات اليوم أن تبنى ميزة تنافسية دائمة أمر بعيد المنال ، بمعنى أن الأمر يفرض على المؤسسات قدرة المرونة الإستراتيجية ، خاصة في ظل التغيرات الاقتصادية و الاجتماعية المتزايدة ، ولكي تكون الإدارة الاستراتيجية مرنة عليها أن تلتزم نحو تنمية مواردها و طاقاتها المتنوعة وفق متطلبات مجتمعتها .

ب- **إدارة إستراتيجية مبدعة تعتمد على المعرفة** : يجب أن تعتمد و تركز الإدارة الإستراتيجية على السعي نحو المعرفة التي تشمل جميع المستويات و الميادين ، حيث من خلال ممارستها تقوم بإدماج طرق الحصول على المعرفة ، فحسب (Quinn,1999) أنه من الصعب أن تنجح المؤسسة الحالية وتفرض قوتها الاقتصادية في ميدان الإنتاج فقط بالربط بين مواردها المختلفة و طاقاتها دون المعرفة ، فالمؤسسة الذكية تعرف كيف تربط بين معرفتها وكيف يمكن لها أن تعتمد على الكفاءات التي تستطيع التوفيق بين ما يجب أن يكون وفق المعطيات الاقتصادية و الاجتماعية. فالتركيز على المسؤولية الاجتماعية يعزز التعلم المرتبط بمجال الإدارة الاجتماعية و البيئية، كما تساهم المسؤولية الاجتماعية في بناء مهارات جديدة.

ج- **إدارة إستراتيجية تنظيمية**: إن التأثير على السلوكيات التنظيمية بإتباع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات كأداة للإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية، فيمكن أن تؤثر المسؤولية الاجتماعية على السلوكيات المهنية، مثل المشاركة و الرضا الوظيفي، كما تمنح دور إضافي لأداء الموارد البشرية، حيث أظهرت دراسة قامت بها مؤسسة استشارية إنجليزية في عام 2005 أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تسمح بتخفيض معدل دوران العمل و زيادة ولاء الموظفين تجاه مؤسساتهم.

د- **إدارة إستراتيجية مسؤولة**²²: ترسم حدود و أبعاد المسؤولية للمؤسسة من قبل إدارة القمة فيها ، وتعد المسؤولية بمختلف أبعادها (اجتماعية ، اقتصادية ، سياسية ، ...) من المتغيرات الأساسية الواجب مراعاتها عند اتخاذ القرارات و صياغة الإستراتيجية ، ويتم تحديد أبعاد المسؤولية من خلال دراسة و تحليل رسالة المؤسسة و مكونات كل البيئة الخارجية ، بغية إحداث التوازن المقبول بينهما ، فالمسؤولية الاجتماعية هي تعهد و التزام إدارة المؤسسة عامة و الإدارة العليا خاصة بمزاولة الأعمال و الأفعال مع تطلعات و أهداف المجتمع بأفراده و مؤسساته ، من خلال التنسيق بين مختلف العناصر من أجل بلوغ الأداء المستهدف.

فحسب وجهة نظر (Carroll,1979) هناك أربعة مسؤوليات أساسية يجب على مدراء المؤسسات مراعاتها و هي مسؤوليات اقتصادية ، قانونية ، اجتماعية ، حسن التقدير و التميز:

- **المسؤولية الاقتصادية** : هي تلك المتعلقة بتقديم السلع و الخدمات ذات القيمة إلى المجتمع الذي تعمل فيه وتوفر الحاجيات ، و تتعدى المسؤولية الاقتصادية إلى مختلف المتعاملين أو أصحاب المصالح ، بمعنى أن لهذه الأطراف تأثير بشكل ما على المؤسسة وكذلك المؤسسة تتأثر بهم ومخرجات كلا الجانبين يتفاعلا مع بعضهما ، وتنعكس هذه التفاعلات على أهداف و غايات كل منهما ، فمسؤولية الإدارة الإستراتيجية اتجاه كل الأطراف تزداد تركيزا كلما زاد هذا التأثير بينهما ، فالقرارات الإستراتيجية الصادرة من المؤسسة تكون محصورة في حدود تلك المسؤولية اتجاه الأطراف و على الإدارة تخفيض كل التأثيرات.
- **المسؤولية القانونية** : وهي تلك الاعتبارات التي تحددها القوانين و الأنظمة و التشريعات المختلفة و الصادرة عن الجهات صاحبة السلطة ، والتي يجب على الإدارة الإستراتيجية أن تأخذها في الحسبان و تطبقها في المؤسسة في مختلف التعاملات.
- **المسؤولية الأخلاقية** : هي تلك المعتقدات ذات العلاقة بالسلوكيات و التصرفات الصادرة عن المؤسسة في مجتمع ما ، فمثلا ينتظر المجتمع من المؤسسة أن تتعامل مع العاملين و المجتمع عموما بأسلوب منظم و متناسق مع ما هو سائد .
- **مسؤولية حسن التقدير و التميز** : وهي المسؤولية التي يجب أن تتمتع بها الإدارة الإستراتيجية اتجاه أفرادها من خلال تدريب العاملين و تطوير قدراتهم، واستثمار و تطوير الخبرات المختلفة لجميع العاملين في المؤسسة مهما اختلفت توجهاتهم .

خامسا : المسؤولية الاجتماعية و الالتزام مع أطراف البيئة التنافسية

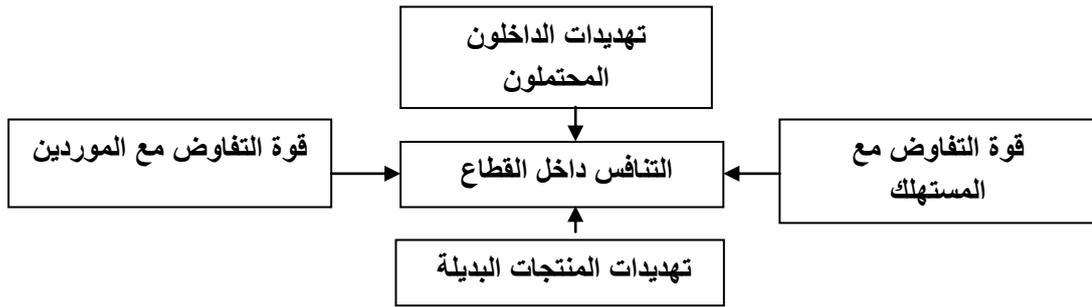
1- البيئة التنافسية و قوى التنافس :

تتواجد المؤسسات لتحقيق أهدافها من جهة ، ومن جهة أخرى لسد حاجة المجتمع من المنتجات و الخدمات التي يحتاجها ، و بالتالي فان بقاءها مرتبط بقدرتها على أداء وظائفها بطريقة كفؤة وفعالة من أجل الوصول إلى أهدافها ، ومن هنا جاء اهتمام الباحثين و في مقدمتهم John cans بدراسة العلاقة بين المؤسسة و البيئة التي تعمل بها ، حيث اعتبر أن المؤسسة هي كائن حي و أنها جزء من النسيج الاجتماعي.²³

فالمؤسسة لا تتخذ قراراتها بمعزل عن بيئتها خاصة البيئة التنافسية أين تنشط و تنافس المؤسسة فهناك عدة أطراف تؤثر في تنافس المؤسسة و بقائها وهم على علاقة مباشرة مع المؤسسة ، مثل المنافسين، الموردون، الزبائن و المستهلكون، المساهمين، دور الدولة...و عليه كيف للمؤسسة أن تتعامل مع مختلف هاته الأطراف من اجل تحقيق تفوق تنافسي في بيئتها التنافسية بتبني اتجاه المسؤولية الاجتماعية و إرساء حاكمية المؤسسة خاصة و أن بيئة المؤسسة تتميز بخصيبي الديناميكية ، التغير و التعقد المرتبطين.

فحسب نموذج "مايكل بوتر" الشكل رقم (2) الذي يوضح قوى التنافس ، و يهدف هذا النموذج إلى إجراء تحليل لعناصر البيئة التنافسية ودراسة مختلف الأطراف المؤثرة في مجال نشاط معين ، بحيث كل قوة لها تأثير معين فيجب على المؤسسة دراسة ومعرفة ومتابعة كل التغيرات، من أجل معرفة الفرص والتحديات كذلك من الضروري فهم تأثير الاتجاهات الكبرى مثل القوى الاقتصادية والاجتماعية والسياسية... وهي الاتجاهات التي تحدد الطلب على المنتجات والخدمات ودراسة التغيرات السياسية المتوقعة، والتي سوف تؤثر في أسواق تلك المؤسسة.²⁴

فالمؤسسة التي تركز على المسؤولية الاجتماعية في تعاملاتها تستطيع استغلال و خلق فرص من خلال كسب ثقة كل القوى المشكلة للتنافس. الشكل رقم 2: يوضح القوى الخمس للمنافسة التي تحدد مردودية القطاع.



المصدر : Michael PORTER, L'avantage concurrentiel, DUNOD, Belgique, OCT2003.P15

- الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية مع أطراف البيئة التنافسية:

أ- الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المنافسين :

المتنافسون هم جميع المؤسسات العاملة في صناعة ما والتي تتنافس فيما بينها للحصول على الموارد لتقديم منتجات أو خدمات متماثلة للزبائن، ولهم تأثير كبير في البيئة التنافسية للمؤسسات ، حيث تزداد حدة المنافسة بين المنافسين الحاليين أي بين المؤسسات التي تعمل حالياً في الصناعة ، فكلما زاد عدد المؤسسات المتنافسة في الصناعة ، كذلك حجمهم وقوتهم ، زادت حدة المنافسة فيما بينهم ، حيث تكثر محاولات التخفيض للأسعار و إتباع استراتيجيات عدائية، و لمواجهة كل هذا يجب تبني الاستراتيجيات الداعمة للمسؤولية الاجتماعية من اجل دعم الاتجاه القائم على التنافس الشريف بين المنافسين، وتغيير قواعد المنافسة عن طريق وضع معايير تنافسية للسلوك يمكنها تمييز المصالح المتبادلة للمنافسين ومصالح المجتمع والمصالح البيئية ، ولذا ظهر الاقتراح بأن الإعلان خير من المنافسة على الأسعار نظراً لتضائل الاحتمالات بأن يؤدي إلى إقصاء المنافسين،²⁵ وبالإضافة إلى ما تقدم يرى "Arce" أن المنافسة الإعلانبة لا تمثل خرقاً لقوانين الممارسات التجارية، على خلاف التآمر الضمني في تحديد الأسعار، وبهذه الطريقة يؤدي الاعتراف بالتبادلية إلى إيجاد معيار للمنافسة بدون وجود مخاوف أخلاقية.

و إن المنافسين ينتظرون من المؤسسات :

-صيانة حقهم في المنافسة الشريفة.

-احترام حقهم في الابتكار.

-عدم استعمال الأساليب غير المشروعة للإضرار بالغير.

ولا يتوقف الأمر على المنافسون الحاليون بل يتعداه إلى احتمالية وجود منافسون جدد الذين يضيفون تهديدات جديدة من شأنها أن ترفع حدة المنافسة ، فالمؤسسة التي تتبنى قواعد الالتزام الاجتماعي قد تخلق حواجز أمام دخول المنافسين الجديد،وهذا ما يوفر الحماية للقطاع الذي تنشط فيه المؤسسة، ومن جهة أخرى يفرض على المؤسسات أتي تريد الدخول للقطاع تبني المسؤولية الاجتماعية.

ففي ظل الظروف التنافسية ، قد ترى المؤسسة أن السلوك الأخلاقي يكلفها كثيراً على الأجل القصير ولكن الأداء يمكن أن يتحسن على الأجل البعيد وإن صح ذلك، فقد تدعو المؤسسة منافسيها إلى انتهاج نفس السلوك الأخلاقي وفي هذه الحالة تؤدي العملية التنافسية إلى تشجيع أو تحفيز تبني السلوك الأخلاقي مما يرسى معالم الحاكمية الجيدة للمؤسسات.

وقد تم اقتراح مجموعة من الحلول لعلاج مشكلة التضارب بين نتائج العمل المرضية وبين الجوانب الأخلاقية، والذي يتمثل في أن تمضي المؤسسة في طريقها وتلتزم بالسلوك الأخلاقي¹. و لكي تتمكن من الاستمرار في السوق، فعليها بذل جهد أكبر للتوصل إلى طرق ووسائل مبتكرة تساعدها على مزاوله نشاطها بفعالية بدون التخلي عن التزاماتها الأخلاقية.

و لعل الحل البديل وربما الحل الأكثر واقعية "للتكلفة الأخلاقية للمنافسة" هو نوع من العمل الجماعي ، الذي يشتمل تغيير قواعد المنافسة وتقديم حوافز مالية وأخلاقية للأفراد الذين يرغبون في العمل وفقاً للمعايير الأخلاقية حينما يتخلى عنها المنافسون.

ب-التزام و احترام المسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء لكسب ولائهم:

إن التغيير الحادث في ميزان القوى الاجتماعية يمكن أن يكون ايجابيا ، بمعنى أنه يمثل فرص لبعض المؤسسات ، كما يمكن أن يشكل تهديدا لبعض الآخر ، فالتغيير في ثقافة الزبون يمكن أن يغير من الطريقة التي يفكر بها وأسلوب حياته وطريقة إنفاقه لأمواله و المنتجات التي يرغب في الحصول عليها ما يترتب على ذلك من تغيير في الاستراتيجيات و السياسات التي تقررها المؤسسة للتعامل مع هذا النوع من العملاء (احمد عوض،2000).

لذلك يجب على المؤسسة تبني مبدأ المسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء باعتبارهم القطاع المستهدف الذين يستهلكون السلع والخدمات التي تقدمها المؤسسة.

إن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء يعني تقديم منتج أو خدمة بمواصفات عالية الجودة مع احترام شروط الصحة و الأمان ، كما يعني احترام ثقافة العميل وخصوصياته الدينية و الاجتماعية وأعرافه و عاداته وتقاليده وتلبية الحاجة من وراء الخدمة و السلعة المقدمة، هذا لان للزبون قوة مفاوضة كبيرة .

فإذا تبين للعميل حرص المؤسسة على الاهتمام بولاءه بكل الالتزامات خاصة الاجتماعية منها فان هذا يعني :

- تزايد الثقة بين العميل و المؤسسة و بالتالي سوف يفضل منتجات المؤسسة.
- تكتسب المؤسسة شهرة من خلال المنتجات و الخدمات المقدمة التي تراعي خصوصيات العميل.
- سوف تكون هناك دعاية مجانية للمؤسسة عن سلوكها و تصرفها الحسن و الأخلاقي اتجاه العميل.

ج- أهمية الالتزام الاجتماعي اتجاه الموردين :

يعتبر الموردون من أصحاب المصالح المهمين في البيئة التنافسية ، من حيث الحصول على الموارد اللازمة لإدامة العملية الإنتاجية بنوعيات جيدة و بأسعار معقولة تتوقف على مدى وجود موردين يعرضون هذه المواد بأسعار مناسبة و جودة عالية، فهو ما يعني أن مخرجاتهم تمثل مدخلات المؤسسة المشترية ، و من ثم تستطيع أن تؤثر على هيكل التكلفة و مستويات الجودة، ومواعيد التسليم و بالتالي قدراتها التنافسية و إمكانية تحقيقها لأهدافها السوقية و المالية ، و تتأثر المؤسسة المستخدمة للموارد بالعديد من المشكلات التي قد تصدرها لها المؤسسات الموردة مثل انخفاض جودة المواد الخام أو المشكلات العملية و التي تعيق المؤسسة من الحصول على احتياجاتها بالجودة المناسبة و السعر المناسب و الكمية المناسبة و في الوقت المناسب.

و بصفة عامة فإن العلاقة بين المؤسسة والمورد تمثل فرصة في الأحوال التالية:²⁶

- إذا تمكنت المؤسسة من الحصول على ما تحتاج إليه بأسعار أقل ومستوى جودة عالية.
- الحصول على شروط دفع أفضل ما يحصل عليه المنافسون، ومواعيد التسليم منضبطة والمواصفات مطابقة.
- المرونة في قبول مردودات المشتريات و تحمل نفقات النقل والتأمين.
- تلبية احتياجات المؤسسة في أوقات الأزمات.

و لتستغل المؤسسة الفرص و تواجه مثل تلك المشكلات فإنه عليها أن تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه مورديها من خلال التعامل بأسلوب أخلاقي معهم فإنهم يفضلون استمرار التعامل معها ، وتكون العلاقة مبنية على الاحترام و الثقة المتبادلة. فيتطلب من المؤسسة معاملتهم بشفافية وتسديد حقوقهم في الوقت المناسب، واستبعاد العمولة أو السمسرة وغيرها من أدوات الفساد الإداري ، وإن وضوح الإعلانات عن المناقصات والسعي لاستدراج العروض من أحسن المؤسسات للحصول على تنافسية

كاملة وإعلام العارضين بأسس المفاضلة ودعوتهم لجلسات فض العروض بشفافية، وسماع شكواهم ومعالجتها، كل ذلك يسهم بخلق جو من الشفافية والمعايير الأخلاقية في تعامل المؤسسة مع الموردين والدائنين.

فكل هذا يتيح للمؤسسة أن تتفق مع مورديها على أسعار و نوعية المنتجات ، بل و تستطيع أن تطلب منهم تعديل أسلوب عملهم و التكنولوجيا المستعملة لديهم للوصول إلى الجودة المطلوبة ، كذلك المورد يرتاح للمؤسسة ويكون له استعداد للعمل مع المؤسسة وتطوير منتجاتها، في هذه الحالة تستطيع المؤسسة ضمان الحصول على ما تريد بالمواصفات المطلوبة و في الوقت المناسب.

د-أهمية الالتزام الاجتماعي اتجاه المساهمين أو المستثمرين:

إن للمساهمين أهمية وتأثير كبير على المؤسسة وتواجدها ، لذلك يجب أن تولي أهمية كبيرة لمنهج الالتزام الاجتماعي ،لان المؤسسة الملتزمة اجتماعيا ستكون قوائمها المالية دقيقة و صادقة يمكن الاعتماد عليها ، و بالتأكيد لن تقدم على خداع المستثمرين بتقديم بيانات مالية كاذبة ، و بالتالي فان أخلاقيات العمل تؤثر على فرص جذب المستثمرين و المساهمين ، فغيابها يقلل من فرص جذبهم و بالتالي يقلل في فرص توسيع المؤسسة ودخول أسواق جديدة.

هـ- الالتزام مع الدولة و الجمهور العام :

تطلب الدولة و الجمهور العام المؤسسات بضرورة التزامها بدفع الضرائب من أجل تطوير المجتمع ، كما يطالبونها بضرورة المشاركة في الأعمال الخيرية ، و توظيف أفراد من المجتمع المحلي، و المساهمة في تقديم خدمات حرة إلى المعوقين، و المساهمة في برامج التطوير الإقليمي ، و تحقيق التنمية المستدامة . وهم بدورهم يزودون المؤسسات بالموارد البشرية، و البنية الأساسية.

سادسا- عراقيل تطبيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الجزائرية :

- خصوصية الاقتصاد الجزائري المقبل على الانفتاح ، و طموح المؤسسات الاقتصادية الجزائرية في البقاء و الصمود وسط البيئة التنافسية يشغلها عن تبني المسؤولية الاجتماعية فمثلا يتكون القطاع الخاص في الجزائر في الوقت الحالي من المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، و معروف عن هذه الأخيرة أن اهتمامها قليل بالمسؤولية الاجتماعية و بممارستها.
- ضعف الصحة المالية للمؤسسات الاقتصادية يجعلها تركز كل جهودها المالية و المادية و البشرية في سبيل تحسين كفاءتها الاقتصادية و ربحها المادي، متجاهلة بذلك أدائها البيئي و الاجتماعي.
- نقص وعي المؤسسات اتجاه تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية من خلال مواصفة اينزو 26000 إلى جانب ضعف اهتمام مراكز التقييس الوطنية بتدعيم و تشجيع تبني هذه المواصفة على نطاق واسع، فلا يمكن للمؤسسات الصناعية تبني هذه المواصفة حتى و إن أبدت رغبتها في ذلك، لأن العملية تحتاج إلى مرافقة و دراية و خبرة من فنيين مختصين و دعم فني من المؤسسات و المعاهد الوطنية المختصة بالتقييس، هذه الأخيرة لا توفر خدماتها لكل المؤسسات الصناعية، إنما تراعي عدة عوامل، منها ما هو مرتبط بالجوانب المادية و الخبرة الفنية، و منها ما يرتبط بأداء و سمعة هذه المؤسسات الصناعية ذاتها.

- قلة الوعي و الإدراك بأهمية المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للمدراء الإستراتيجيون داخل المؤسسات مع غياب خبرتها الفنية و الإدارية في هذا المجال ، كذلك غياب ثقافة تنظيمية توضح الإطار العام لنجاح المؤسسة من خلال الالتزام الاجتماعي.
- ضعف التسيير القائم على إشراك جميع الأطراف الفاعلة في تحقيق أهداف المؤسسة.
- عدم الاهتمام بتحسين العلاقات مع أصحاب المصلحة للمؤسسة الاقتصادية ، خاصة قوى التنافس.

خاتمة و توصيات:

إن المؤسسة الاقتصادية في الوقت الراهن تواجه الكثير من التحديات و لم يعد الهدف الرئيسي هو مضاعفة الأسهم و الأرباح دون مراعاة الاعتبارات الاجتماعية ، حيث أصبحت القضايا الاجتماعية اليوم تشكل محور أساسي ، و على المؤسسات الاقتصادية إذا أرادت البقاء و النمو أن تكون ملتزمة اجتماعيا اتجاه جميع الأطراف داخليا و خارجيا واتجاه المجتمع ككل ، هذا يسهم في إرساء مبادئ حوكمة المؤسسة و توسيع نطاق الإدارة الجيدة التي تقوم على إشراك جميع الأطراف الفاعلة في اتخاذ القرار.

لان بقاء المؤسسة يتوقف إلى حد كبير على مدى إرضاء البيئة وتحقيق أهداف الأطراف المشكلة لهذه البيئة رغم تعددها وتباينها وتعارضها في نفس الوقت.²⁷

و لكي تتبنى المؤسسات المسؤولية الاجتماعية و إرساء مبادئ حوكمة المؤسسة و إشراك جميع الأطراف الفاعلة في اتخاذ القرار استجابة لمتطلبات التنمية المستدامة وتحقيق التنمية الاجتماعية سوف نقترح بعض التوصيات :

- الاهتمام بالتدريب على أن يتم وضع إطار للمعايير الأخلاقية، حيث تقع مسؤوليات جديدة على عاتق المديرين التنفيذيين وأعضاء مجالس الإدارة، بتعليم أفراد المؤسسات كيفية أداء أدوارهم من خلال بث القيم الرفيعة .
- دعم ثقافة الالتزام بالمسؤولية على مستوى المؤسسات الاقتصادية، و ذلك بوضعها ضمن أولويات التخطيط الاستراتيجي للمؤسسة ، وتوفير الدعم والمساندة التامة من قبل المؤسسات الحكومية تجاه تحقيق التنمية المستدامة بأبعادها الثلاثة الاقتصادية والمجتمعية والبيئي، و تبني مواصفة المسؤولية الاجتماعية.
- يجب تعديل مسار التنمية الصناعية و التعزيز من استدامتها، من خلال دمج قضايا الصناعات الخضراء والإنتاج الأنظف في صلب السياسات الصناعية.
- كذلك تحتاج التنمية المستدامة إدارة كفئة و أخلاقية للموارد والثروات الطبيعية واستخدام أساليب تقنية نظيفة بيئيا ومقبولة اقتصاديا واجتماعيا، مع ترشيد استهلاك الطاقة وتحسين كفاءة استخدامها.
- عقد المؤتمرات و الندوات العلمية التي تعنى بشرح مفهوم المسؤولية الاجتماعية، و كذا توضيح مبادئ و أهمية مواصفة ايزو 26000، فيحضر هذه الندوات رجال الأعمال و مسيرو المؤسسات الصناعية ، لان تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية من خلال مواصفة ايزو 26000 من شأنه أن يحسن من الأداء الاجتماعي البيئي في مؤسساتنا الاقتصادية سواء كانت خاصة أو عمومية، و يجعل منها محركا قويا من محركات التنمية الاجتماعية و

الاقتصادية، لذلك فإن هذه المواصفة لا تقل أهمية عن باقي المواصفات الأخرى التي تسعى معظم المؤسسات للحصول عليها مثل سلسلة مواصفات (ايزو 9000).

- ضرورة العمل على دعم توجه المؤسسات إلى ممارسة المسؤولية من قبل الغرف التجارية والوزارات المعنية ومساهمة وسائل الإعلام والمتخصصين بنشر ثقافة المسؤولية والرعاية والعمل الاجتماعي والخدمة العامة.
- تحسين العلاقة بين المؤسسة و باقي أصحاب المصلحة المتعاونين معها، و ذلك من خلال خلق حوار مشترك بين الطرفين موضوعه عن أهمية تحقيق المنافع المتبادلة ، و تحسينها بشكل مستمر، في سبيل أن تتحسن الذهنية تجاه المؤسسة، و تتكاتف جهود كل الأطراف لتحقيق المصلحة العامة.
- عدم إهمال حق المجتمع في استفادته من مزايا تمنحها المؤسسة الاقتصادية الصناعية، مثل عدالة التوظيف، و منح المساعدات و الهبات لمنظمات المجتمع المدني، و المساهمة في تحقيق التنمية بكافة أشكالها.

قائمة المصادر و المراجع :

-
- ¹ - الحوكمة في المؤسسات المالية والمصرفية العاملة وفق الشريعة الإسلامية: مؤتمر حوكمة الشركات المالية والمصرفية: الرياض 17-18-ابريل 2007م.
- ² - Jensen and Meckling, "Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure", *Journal of Financial Economics*, 1976, vol 3.
- ³ - Oliver Williamson, "Corporate governance", *The Yale law journal*, vol 93, n° 7, June 1984.
- ⁴ - سندس سعدي حسين: أثر حوكمة الشركات في التدقيق الداخلي (بحث لنيل شهادة المحاسبة القانونية)، المعهد العربي للمحاسبين القانونيين، بغداد، 2006، ص5.
- ⁵ - البنك الأهلي المصري، أسلوب ممارسة سلطات الإدارة الرشيدة في الشركات: حوكمة الشركات. النشرة الاقتصادية، العدد الثاني، المجلد السادس والخمسون، 2003.
- ⁶ - Alamgir, M. (2007). *Corporate Governance: A Risk Perspective*, paper presented to: Corporate Governance and Reform: Paving the Way to Financial Stability and Development, a conference organized by the Egyptian Banking Institute, Cairo, May 7 – 8.
- ⁷ - Organization for Economic Co -operation and Development, "Principles of Corporate Governance", *Economic Reform Journal*, Issue n°. 4, October 2000.
- ⁸ - Organization for Economic Cooperation and Development, "Improving corporate governance standards: the work of the OECD and the Principles", *Globe white page*, 2004.
- ⁹ - Helbling, C, and J. Sullivan, "Introduction: Instituting Corporate Governance in Developing, Emerging and Transitional Economies", in *Search for Good Directors, a Guide to Building Corporate Governance in the 21 Century*, Center for International Private Enterprise, Washington, 2003, p 7.
- ¹⁰ - أحمد منير النجار، البعد المصرفي في حوكمة الشركات، اتحاد المصارف الكويتية، العدد 40 ، مارس 2007.
- ¹¹ - أحمد منير النجار، البعد المصرفي في حوكمة الشركات، اتحاد المصارف الكويتية، العدد 40 ، مارس 2007.
- ¹² - مركز المشروعات الدولية الخاصة، دليل تأسيس حوكمة الشركات في الأسواق الصاعدة، www.cipe-arabia.org/pdfhelp.asp
- ¹³ - www.alaswaq.net
- ¹⁴ - Michel Capron et Françoise Quairel-Lanoizelée; la responsabilité d'entreprise; éditions la découverte; Paris; 2007; p: 23
- ¹⁵ - Site AFNOR, La norme ISO 26000 en quelques mots, <http://www.afnor.org/profils/centre-d-interet/rse-iso-26000/la-norme-iso-26000-en-quelques-mots>
- ¹⁶ - شارلز هل وجاريت جولز، الإدارة الإستراتيجية "مدخل متكامل"، (دار المريح للنشر، المملكة العربية السعودية، 2001)، ص 77.
- ¹⁷ - أحمد القطامين، الإدارة الإستراتيجية مفاهيم وحالات تطبيقية، (دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002)، ص 25.
- ¹⁸ - Vincent Commenne .Responsabilité sociale et environnementale: l'engagement des acteurs économique, édition charle léopole mayer, paris, 2006, p58.
- ¹⁹ - Thomsen, S. (2001) "Business Ethics as Corporate Governance" *European Journal of Law and Economics*, vol 11, no 2, pp 153-164.

²⁰ Thomsen, S. (2001) "Business Ethics as Corporate Governance" *European Journal of Law and Economics*, vol 11, no 2, pp 153-164.

²¹ Arthurs, H. (1990) "Ideology, Interest and Implementation of a professional Ethical Code", in D. MacNiven (ed) *Moral Expertise* London. Routledge.

²² - Jean-Pascal Gond – Jacques Igalen, *Manager la responsabilité sociale de l'entreprise*, http://www.dareios.fr/ftp/RSE/RSE_132-137.pdf.

²³ - صالح عبد الرضا رشيد، إحسان دهش جلاب، الإدارة الإستراتيجية مدخل تكاملي، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان الأردن، 2008، ص 100.

²⁴ - Ansoff, H. Igor; McDonell, Edward J. "Implanting Strategic Management", 2nd

²⁵ Arce, D.G. (2005) "Subgame Perfection and the Ethics of Competition", *Managerial and Decision Economics*, vol 26. pp 397-405.-

²⁶ - محمد أحمد عوض: الإدارة الإستراتيجية – الأصول والأسس العلمية ، الدار الجامعية للنشر و التوزيع ، الإسكندرية ، 2001 ، ص 124.

²⁷ - عبد الغفار حنفي: رسمية قرياقص، أساسيات الإدارة و بيئة الأعمال. مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية. 1998 ص 153.

إدارة الموارد البشرية والمسؤولية الاجتماعية

ورقة تدرج ضمن المحور الثالث من اليوم الدراسي : مكانة و ممارسات المسؤولية الاجتماعية في العلوم الإنسانية والاجتماعية ، المنظم من طرف جامعة محمد خيضر بسكرة ، يوم 07 ديسمبر 2017 .

من إعداد

المشارك الأول

الاسم واللقب: أيت قاسي عزو رضوان طالب دكتوراه التخصص: اقتصاد كلي نقدي ومالي
المؤسسة: كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير. عبد الحميد ابن باديس مستغانم.
الهاتف: 0559404491. العنوان الإلكتروني: redouane7282@yahoo.fr

المشارك الثاني

الاسم واللقب: مطاهري بهاء الدين طالب دكتوراه التخصص: اقتصاد كلي نقدي ومالي
المؤسسة: كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير. عبد الحميد ابن باديس مستغانم.
الهاتف: 0793024211. العنوان الإلكتروني: metahri.univ@gmail.com

المقدمة

ظهرت إدارة الموارد البشرية كان نتيجة لمجموعة من التطورات المتداخلة التي ساهمت في تبرير الحاجة الملحة إلى وجود إدارة متخصصة تعنى بشؤون العاملين بالمنظمة وتعمل على توفير أنجع الآليات لإدارة الطاقات البشرية بكفاءة وجودة عالية، وفي ظل ثورة المعلومات والتطورات التكنولوجية الحاصلة وفي ظروف بيئة سريعة التغيير وضعت إدارة الموارد البشرية أمام مجموعة من التحديات التي تطالبها بتكييف استراتيجياتها بما يحقق أهدافها على مستوى الفرد، المنظمة والمجتمع.

وكنتييجة لمواجهة التحديات العالمية المعاصرة وعلى رأسها العولمة أعادت العديد من المنظمات تفكيرها وتزايد اهتمامها اتجاه المجتمع بصفة عامة ومواردها البشرية بصفة خاصة باعتبار هذه الأخيرة أهم مورد وأهم استثمار للمؤسسة الحديثة، حيث تغيرت اهتمامات المنظمات وأولت أهمية متزايدة بالجانب الاجتماعي والالتزام اتجاهه لما يجلبه لها من سمعة حسنة وصورة جيدة وتوفير مكانة اجتماعية تؤهلها للمنافسة وتحقيق الأرباح على المدى البعيد، فالإنسان بتميزه وطموحه وكفاءته وخبراته المتراكمة هو العنصر المفكر والرئيسي وضمير المؤسسة الحي وإحساسها الواعي لما يجري داخلها وحولها من أحداث، ولكي تصبح منظمات الأعمال أكثر استجابة من السابق في مجال أدائها الاجتماعي ظهر مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة ويتم تجسيده في إطار الموارد البشرية حيث يتطلب من المؤسسة إنجاز أعمال مسؤولة عن أفرادها العاملين في كل المستويات وجميع الوظائف ومراحل الحياة المهنية لهم بهدف إنجاز توقعات الأداء الاجتماعي للمجتمع ككل.

فلم يعد كافيا القيام بالوظائف الروتينية لإدارة الموارد البشرية بل أصبح من الضروري تجسيد وتطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية في وظائف إدارة الموارد البشرية الحديثة، حيث أن منظمات الأعمال تعيش الآن في عصر التجديد والمسائلة الاجتماعية والوعي البيئي.

أولاً : مفهوم إدارة الموارد البشرية

تحتاج المنظمة عددا من الموارد كي تنشأ و تحافظ على بقائها كالموارد المادية، الموارد المعرفية والمعلومات، الزمن و هو مورد آخر مهم، الموارد المالية و هي ضرورية لتوفير الموارد الأخرى و من أهم هذه الموارد هي الموارد البشرية أي الإنسان أو العاملين بجهدهم و طاقاتهم .

كل هذه الموارد مهمة و تحتاج المنظمة أن تهتم بها، إلا أنّ الإهتمام بالموارد البشري هو الأكثر تعقيدا، فالموارد الأخرى لا تملك الإرادة و لا الحاجات و الطموحات فهي لا تستطيع أن تختار أو تعارض ولا يمكن أن تغير الدور المحدد لها كما يحصل بالنسبة للإنسان، حيث يتوقف تحديديها و عملها على الإدارة وكيف تستخدمها، أما الإنسان فيقدم للمنظمة جهده ومعارفه و قدراته في إتخاذ القرارات، التفكير و التحليل والإبداع و قد يخالف الإدارة و يغير ما تحدده له، كما يمكن أن يساهم في تطوير المنظمة إذا سمح له ذلك، فالتعامل معه أكثر تعقيدا و يمثل للمنظمات المورد الأكثر أهمية لأنه يحدد لها فرصها في البقاء، النجاح والنمو¹.

و عليه، فإن إدارة الموارد البشرية تعني الإستخدام الأمثل للعنصر البشري من ناحية التوظيف، التنمية، التأهيل و التكوين و العلاقات الإجتماعية للحصول على الكفاءات و الخبرات و الإستعداد التام للعمل للإستفادة من قدرات كل فرد في المنظمة²، بإستعمال أسس و مبادئ الإدارة التي تبدأ من التخطيط، الإستقطاب، الإختيار، التدريب، التحفيز و تقييم الأداء، و كل ما له صلة بالعنصر البشري، فهي مسؤولة عن:³

- جذب و إستقطاب الأيدي العاملة المناسبة.
- المحافظة على العاملين و العمل على بقائهم داخل المنشأة بشكل فعال.
- صيانة القوى العاملة، تدريبها، تنميتها و تقويم آدائها .
- تحفيز القوى العاملة و توجيهها لتحقيق أهداف المنظمة و تطويرها .

¹ سعاد نائف برونوطي، إدارة الموارد البشرية ، دار وائل للطباعة و النشر، عمان، الأردن، 2004، ص 17 .

² Genevieve lacono, gstion des ressources humaines, Casbah Edition,Algerie, 2004, p07.

³ صلاح الدين عبد الباقي، الإتجاهات الحديثة في إدارة الموارد البشرية، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2002، ص 15 .

و هي بهذا تمثل (إدارة الموارد البشرية) المحور الأساس في تنظيم العلاقة بين المنظمة و موظفيها، و ترمي إلى تحقيق أهدافها و أهدافهم، و يتم ذلك من خلال مجموعة أنشطة و برامج خاصة، و بذلك تعد إدارة إستراتيجية، لا يمكن الإستغناء عنها و تعمل في إطار المفاهيم الآتية:¹

- إدارة الموارد البشرية وظيفة إدارية أساسية.
- إدارة الموارد البشرية تشترك في التخطيط الإستراتيجي الشامل للمنظمة.
- إدارة الموارد البشرية تتعامل مع العنصر البشري على أساس أنه أصول إستثمارية يمكن تطويرها وإدارتها بفعالية و كفاءة إذا أرادت المنظمة أن تحقق مردودا جيدا في الأمد الطويل ممثلا في زيادة الإنتاجية والتفوق في الأداء.

فإدارة الموارد البشرية هي عملية الإهتمام بكل ما يتعلق بالموارد البشرية التي تحتاجها أية منظمة لتحقيق أهدافها، و هذا يشمل إقتناء هذه الموارد و الإشراف على إستخدامها، صيانتها و الحفاظ عليها وتوجيهها لتحقيق أهداف المنظمة و تطويرها، كما تعتبر " إدارة الموارد البشرية بأنها تخطيط و تنظيم و توجيه ومراقبة النواحي المتعلقة بالحصول على الأفراد و تنميتهم و تعويضهم و المحافظة عليهم بغرض تحقيق أهداف المنشأة"² كما أن إدارة الموارد البشرية تشتمل على عمليات أساسية ينبغي أدائها و مجموعة من القواعد العامة التي يجب إتباعها، و كذلك مجموعة أدوات و أساليب يتعين إستخدامها لإدارة مجموعة من الأفراد في التنظيم والمهمة الرئيسية لمدير الموارد البشرية هي مساعدة المديرين في المنشأة و تزويدهم بما يحتاجون إليه من رؤى و مشورة متخصصة تمكنهم من إدارة مرؤوسيههم بطريقة أكثر فعالية³.

و يمكن تعريف إدارة الموارد البشرية على أنها الوسيلة الإستراتيجية و الواضحة لإدارة أهم مورد بالمنظمة و أغلاها قيمة و هو المورد البشري، أي العاملين بالمنظمة و الذين يساهمون أفرادا و جماعات في تحقيق أهدافها⁴، وهي الأنشطة الإدارية المتعلقة بحصول المؤسسة على احتياجاتها من الموارد البشرية، تطويرها، تحفيزها والحفاظ عليها بما يمكن من تحقيق الأهداف التنظيمية بأعلى مستويات الكفاءة والفعالية⁵

¹ سنان الموسوي، إدارة الموارد البشرية و تأثيرات العولمة عليها، دار مجدلاوي للنشر و التوزيع،الأردن، 2003

، ص 3

² باري كشواي، إدارة الموارد البشرية ، إعداد قسم الترجمة بدار فاروق، مصر، الطبعة الغربية الثانية، 2006، ص 18

³ نفس المرجع أعلاه، ص 17

⁴ Genevieve lacono, op.cit. p10

⁵ جمال الدين محمد المرسي، الإدارة الاستراتيجية للمورد البشرية، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2006، ص16

ثانيا : أهمية إدارة الموارد البشرية.

تقوم المنظمات بإنشاء إدارة الموارد البشرية فيها بغية تسهيل التعامل مع الأفراد العاملين فيها، و تيسير حل المشاكل التي تنشأ فيما بينهم من جهة و بينهم و بين الإدارات المختلفة في المنظمة من جهة أخرى، و تدريبهم... و ينعكس ذلك إيجابيا على رفع روحهم المعنوية و إستقرارهم الوظيفي و زيادة إنتاجيتهم، مما يؤدي إلى حسن إنجاز العمل و تحقيق أهداف المنشأة ذاتها، من هنا جاء مفهوم إدارة الموارد البشرية على أنها الإدارة التي تقوم بتوفير ما تحتاجه المنشأة من الأيد العاملة و المحافظة عليها ، تدريبها، وتطويرها و العمل على إستقرارها، و رفع روحها المعنوية، كما تقوم هذه الإدارة أيضا بمتابعة تطبيق اللوائح والتعليمات و القوانين التي شاركت في صياغتها و إعتدتها الإدارة العليا في المؤسسة كذلك تعمل الإدارة على تعديلها من وقت لآخر بما يتماشى مع مصلحة المنشأة و العاملين فيها¹.

حيث ساهم إدراك المنظمات الحديثة لأهمية العنصر البشري في إعتباره أحد الأسلحة الاستراتيجية في صراع المنظمات من أجل البقاء والنمو لذا فأسباب الاهتمام بإدارة الموارد البشرية هي:²

- 1- إحتياجات العاملين المتعددة والمتجددة: حيث يتوقع الأفراد من منظماتهم تلبية الإحتياجات التالية: رعاية الأطفال، الإجازات، العناية بالمسنين، المشاركة الوظيفية... إلى غير ذلك من الخدمات الصحية والاجتماعية والترفيهية.
- 2- تشابك المهام الادارية: حيث أدى ظهور المنافسة الأجنبية و التطور التكنولوجي الواسع وثورة المعلومات والابتكار... إلى تعقد دور مدير إدارة الموارد البشرية والمشاركة في اتخاذ القرارات الإستراتيجية وتصميم البرامج اللازمة لاستقطاب وجذب الكفاءات والمهارات والقدرات المتميزة وتنميتها.
- 3- تعقد مفهوم الوظائف ومتطلبات الأداء: بعد زوال الفواصل بين الوظائف وظهور فرق وجماعات العمل التي تضم أفرادا مختلفين من أقسام مختلفة إتسمت الوظيفة في المنظمة الحديثة بالتعقد وزيادة المهارات اللازمة لممارستها، بالتالي زاد دور إدارة الموارد البشرية في تقييم وتنفيذ البرامج والسياسات الفردية لتحقيق التوافق مع هذه المتطلبات والمتغيرات.
- 4- شدة المنافسة: تحرير التجارة وفلسفة التخصصية والتطور المستمر في الإنتاجية ونظم العمل، تطلب ذلك تحسين نوعية الموارد البشرية.

¹ محمد فالخ صالح، إدارة الموارد البشرية، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2004، ص 20.

² سامح عبد المطلب عامر، مرجع سبق ذكره ، ص 24.

- 5- التدخل الحكومي: القوانين والتشريعات المعاصرة والتي تطالب المنظمات باستخدام وجذب أفضل الموارد البشرية وكذا التشريعات اللازمة لتحديد الأجور وساعات العمل والأمن والعلاقات الصناعية.
- 6- التطور في نظم معلومات الموارد البشرية: فتطور الأنظمة للتوصل الى أفضل سياسات الأجور، الحوافز، ساعات العمل، الإنتاج والخدمات... أدى الى ظهور الحاجة الى بناء قواعد معلومات متطورة لتزويد مديري الموارد البشرية بمعلومات شاملة وسريعة عن إعداد الخطط الإستراتيجية للعمال وأنشطتها.
- 7- ضرورة وضع سياسات لإدارة الموارد البشرية: وذلك لتحقيق التناسق والعدالة والموضوعية في السلوك والأنشطة المتعلقة بالموارد البشري من تعيين، تحفيز، ترقية، تدريب، تقييم الأداء... وإدارة الموارد البشرية هي الأساس في تصميم تلك السياسات والبرامج من أجل ولاء وانتماء العاملين للمنظمة.
- 8- إرتفاع تكلفة تشغيل العنصر البشري: زيادة قيمة الإستثمارات الموجهة للعنصر البشري وأيضاً التكاليف المصاحبة للتغلب على مشكلات العنصر البشري ومتطلباته، يؤدي ذلك إلى تحمل المنشأة عبئاً كبيراً للتعامل مع بعض الظواهر الأخرى مثل: الغياب والتأمين الصحي والعلاج والاجازات وانخفاض الانتاجية...
- 9- الاتجاهات العالمية المعاصرة: التطورات العالمية السريعة والمتلاحقة ساهمت في زيادة الإعتراف بأهمية وإدارة الموارد البشرية ومن بين هذه الاتجاهات:
- إدارة التغيير ومدى استيعاب الأفراد لذلك
 - القدرة التنافسية للسوق العالمية
 - فلسفة الجودة الشاملة
 - القيم الثقافية للمنظمة المعاصرة

فأهمية إدارة الموارد البشرية نابعة من تعاملها المباشر مع أهم موارد المنشأة أي المورد البشري. وفي المبحث الموالي سنلمس درجة أهمية هذه الإدارة من خلال معرفة مختلف الوظائف التي تؤديها ومدى مشاركتها في وضع الاستراتيجية على مستوى المنظمة بالتالي ارتباطها بشكل كبير في مدى النجاح المستقبلي للمنظمة.

ثالثاً : وظائف ادارة الموارد البشرية

1- الوظائف الادارية :

لابد على ادارة الموارد البشرية أن تضع خطة العمل التي تمكنها من تحقيق أهدافها في ظل الظروف المستقبلية المحتملة وأن تجد التنظيم المناسب لتنفيذ الخطط المسطرة مع الحرص على وجود التنسيق بين مختلف الأنشطة من خلال ميكانيزمات التنسيق الأساسية وهي القواعد و الانضباط والاتصالات الرسمية ، وأن توجد تلك النشاطات لتحقيق الأهداف وفي الأخير يكون لزاما عليها التأكد من تنفيذ الأعمال وفق ما خطط له وذلك للتحقق من عدم خروجها عن الحدود المسطرة لها، وهو ما يندرج ضمن عملية الرقابة¹ .

كل هذه الوظائف تعتبر وظائف إدارية تقوم بها إدارة الموارد البشرية كباقي الإدارات الأخرى في المؤسسة مثل إدارة الإنتاج والتسويق والمالية وغيرها.

2- الوظائف المتخصصة:

زيادة على الوظائف السابقة الذكر فإن إدارة الموارد البشرية تتخصص كغيرها بوظائف أخرى وتركز إهتمامها في الأنشطة التخصصية المتعلقة بالأفراد العاملين بالمنظمة والتي تتضمن:²

1-2- تخطيط الموارد البشرية: يتعلق هذا النشاط في تحديد الإحتياجات المطلوبة من القوى العاملة في المنظمة بالكم والنوع وفقاً لطبيعة النشاطات المراد إنجازها في المنظمة.

2-2- تحليل وتصنيف وتوصيف الوظائف: ويرتبط هذا النشاط بتحليل الوظائف وتصنيفها وتوصيفها وتحديد الواجبات والمسؤوليات المناطة بكل مستوى وظيفي معين في المنظمة.

3-2- نظام الإختيار والتعيين: ويرتبط هذا النشاط بتحديد سبل الإختيار والتعيين للموظفين من خلال إجراء عمليات التعيين والإختيار والمقابلات والشروط اللازمة لذلك.

¹ بن حمود يوسف، التخطيط الاستراتيجي للموارد البشرية على مستوى المؤسسة ودوره في تحسين أداء الفرد، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، جامعة مستغام، 2010، ص6.

² خضير كاظم حمود، ياسين كاسب الخرشنة، إدارة الموارد البشرية، دار المسيرة للنشر، عمان، الأردن، الطبعة الأولى 2007، ص31.

4-2- تصميم نظام الأجور والحوافز: ويتم من خلال ذلك تصميم أنظمة الأجور المتعلقة بكل مستوى وظيفي، إضافة لتحديد الحوافز المادية والمعنوية على المستوى الفردي أو الجماعي للعاملين في المنظمة ووفقا للأداء المناط بهم.

5-2- إعداد خطة التدريب: ويتم من خلال السعي باستمرار نحو تحسين وتطوير المهارات لدى الأفراد العاملين في المنظمة من خلال وضع البرامج التدريبية والتطويرية الملائمة لهم.

6-2- تصميم نظام تقويم الأداء: يتم وفق ذلك وضع ضوابط إدارية وتنظيمية لتقويم الأداء المنجز للعاملين وفق قواعد وثوابت تنظم من خلالها أسلوب العدالة والمساواة في التقويم العام للأداء الفردي أو الجماعي للعاملين لديها.

7-2- وضع نظام الترقيات والنقل: وتقوم هذه المهمة بوضع الضوابط للترقيات والنقل للعاملين في المنظمة.

8-2- صيانة ورعاية العاملين: وتتم هذه الوظيفة بالقيام بوضع ضوابط نظم السلامة المهنية والصناعية والرعاية الصحية والاجتماعية للعاملين في المنظمة.

9-2- تقديم الخدمات للعاملين: تتم هذه الوظيفة بوضع ضوابط تقديم الخدمات الاجتماعية والثقافية والترفيهية وكافة التسهيلات التي تسهم في تحسين أجواء العلاقات السائدة بالعمل من ثقة ومودة وإخاء وغيرها من الضوابط ذات الأهمية في خلق الولاء والانتماء للمنظمة.

رابعا : التحديات التي تواجه إدارة الموارد البشرية في مطلع القرن الواحد والعشرين؛

حمل القرن الحادي والعشرين في طياته الكثير من التحديات وإمتدت آثارها بصورة شاملة على مختلف جوانب الحياة الإقتصادية والإجتماعية والثقافية، وهذه التحديات كالعولمة وشدة المنافسة والتطور النوعي الشامل وثورة الإتصالات والمعلومات والتجارة الحرة أثرت على طبيعة العلاقات التي سادت العمل في المنظمات المختلفة، كما فرضت على المدراء أن يكونوا أكثر مرونة وقابلية وقدرة على تنفيذ قواعد الجودة في كل ما يمارسونه من أداء خاصة وأن هذه التحديات تجعل القائمين بالتعامل مع القوى البشرية أن يكونوا ذا قدرات إبداعية وابتكارية ويسهمون بشكل فعال في تحقيق سبل التكيف والاستجابة لهذه المتغيرات المتسارعة في عالم الأعمال بشكل خاص،

ويمكن إيجاز هذه التحديات فيما يلي:¹

1- إدارة الجودة الشاملة: لقد أسهم التحدي النوعي الشامل في مختلف مسارات إدارة الموارد البشرية من خلال بناء الاستراتيجيات التنظيمية لمختلف المنظمات العاملة في المجتمعات المتقدمة كالولايات المتحدة الأمريكية واليابان وغيرها من الأقطار في التركيز على العنصر البشري وإيلائه أهمية كبيرة خاصة من خلال التركيز على الجوانب التالية والتي تمثل المفاهيم المحورية والأفكار الرئيسية في إدارة الجودة الشاملة:²

- العناية والاهتمام الشديدين بالزبون أو العميل.
- التركيز على العمليات والنتائج.
- الاهتمام بالرقابة أكثر من التركيز على التفتيش.
- تحديد خبرات ومهارات العاملين.
- إتخاذ القرارات المبنية على الحقائق.
- الاهتمام بالتغذية الراجعة والاتصال.
- تأكيد أن الاهتمام بالجودة يحقق الربح.
- اتقان العمل من أول مرة والتشديد على مبدأ أن لا عيوب مطلقاً.
- الأخذ بمبدأ الكلفة الشاملة في الجودة، نذكر من عناصرها كلفة الوقاية، كلفة التقييم، كلف الانقطاعات الخارجية، كلفة الفرص الضائعة...
- وضع علامات مقارنة مناسبة للمنافسة.
- تأكيد مبدأ إشراك الجميع في عملية التحسين المستمر.

2- تحديات العولمة التنافسية: أسهمت العولمة في خلق توسع شامل في الأسواق العالمية بحيث أصبح المجتمع الإنساني قرية صغيرة نستطيع في ثواني أن نتعامل مع مختلف المنظمات ونحصل على مختلف البدائل السلعية وكذلك التعامل مع مختلف الثقافات الإنسانية وإفرازها القيمية المتباينة، كذلك الحصول على القوى البشرية واختيارهم خضعت للعديد من الاعتبارات التي نصت عليها الاتفاقات والمعايير الدولية ومعايير العمل

¹ خضير كاظم حمود، مرجع سبق ذكره، ص 24.

² عبد الباري إبراهيم درة، زهير نعيم الصباغ، إدارة الموارد البشرية في القرن الحادي والعشرين، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2008، ص 55.

السائدة وهذا ما يجعل سبل التعامل مع العاملين خاضعا للعديد من التشريعات والقوانين ليس فقط على الأصعدة المحلية وإنما الدولية أيضا، كما أن التنافسية المستخدمة بين الشركات متعددة الجنسيات جعلت من سبل إختيار العاملين خاضع للعديد من الآثار والمتغيرات المختلفة.

3- **التحديات التكنولوجية:** أسهم التطور التكنولوجي وتحديات ثورة المعلومات والاتصالات في إحداث العديد من التطورات الاقتصادية والاجتماعية والحضارية مما أدى بالمنظمات الإنسانية تغيير سبل تعاملها مع القوى العاملة في ضوء تعدد الثقافات والقيم السائدة بالمجتمعات من ناحية وتعدد المهارات والتخصصات التي أفرزتها متطلبات التطور الحاصل في مختلف مجالات عرض وطلب القوى البشرية، كما ساهم هذا التنوع الثقافي للأفراد في تأكيد قيم جديدة أملتتها ضرورات التعامل مع المستحدثات التكنولوجية من إحترام العمل ومواعيد تنفيذه واعتبار الوقت كلفة وتحسين نوعية حياة الأفراد العاملين وغيرها من الآثار التنظيمية والإدارية المختلفة.

4- **تحديات بيئة الأعمال:** إن البيئة الخارجية التي تجسدت معالمها من خلال استجابتها للمتغيرات المتسارعة أفرزت في الواقع العملي بيئة ديناميكية أي بنية غير مستقرة أو ثابتة حيث أن الإطار العام للتعامل مع البيئة يقوم على اعتبار التغيير ظاهرة طبيعية أما الثبات والإستقرار فهو حالة شاذة، إن هذه المتغيرات أثرت على سوق العمل ومهارات القوى العاملة وكذلك قيم العاملين ومتطلباتهم الثقافية ولذا فإن البناء الإستراتيجي والتنظيمي لمنظمات القرن الحادي والعشرين ركز على ضرورة الإستجابة النوعية الشاملة لهذه المعطيات من خلال التحلي بالمرونة الشاملة والإستجابة الفاعلة للمتغيرات البيئية وإفرازها المختلفة.

خامسا : إتجاهات تأثير المسؤولية الاجتماعية على الموارد البشرية.

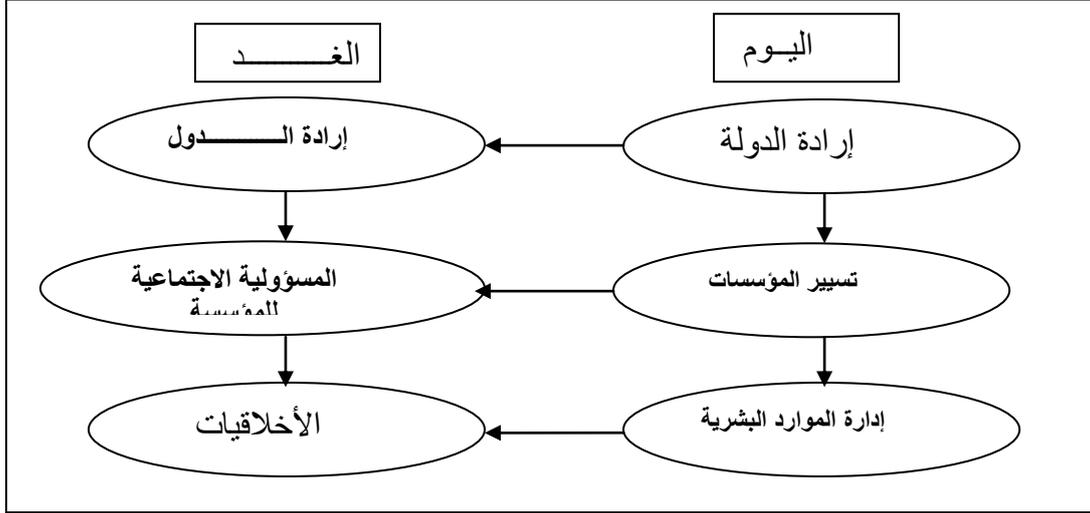
نحاول إلقاء الضوء على التغيرات الجوهرية التي مست منظمات الأعمال بمرور الزمن وكيف تغيرت معها إهتمامات ومهام مسؤول الموارد البشرية، وأثر ذلك على تجسيد مبادئ المسؤولية الاجتماعية في وظائف إدارة الموارد البشرية وتحسين الحياة المهنية للفرد.

1- الانتقال من قيمة مادية إلى قيم أخلاقية في منظمة القرن الواحد والعشرين:

كانت منظمة القرن الماضي تسير حسب إرادة المساهمين وما على المسيرين إلا تحقيق مطالبهم ورغباتهم ولم تؤخذ بعين الاعتبار الأعراض والمشاكل الناتجة عن أعمالهم، أما القرن الواحد والعشرين يجعلنا نشهد منطلقا آخر وهو عوامة المبادلات ومسائل التنمية المستدامة والمسؤولية الاجتماعية والتي تجاوزت إطار الدولة الواحدة، كما أن

المبادئ والأنظمة أصبحت على مستوى عالمي وكلفت بها المؤسسات، ولكي تكون هذه المبادئ محترمة ومطبقة يجب أن يلتزم الأفراد بقيم أخلاقية فبهذه الأخيرة يسمحون بتطوير مبادئ التنمية المستدامة وتفعيلها أي وجود الإرادة لاحترام الفرد والكون بالتالي استدامة الثروات¹ ، والشكل الموالي يوضح التغير في قيم منظمة الأعمال.

شكل رقم 1: المخطط الأولي لميشال جوراس "Michel Joras"



المصدر: Françoise de BRY, Jacques IGALENS et Jean-Marie PERETTI, Ethique et responsabilité sociale, Editions EMS 2011 , Paris, France , p 292

إن منظمة القرن الواحد والعشرين يجب أن تأخذ بعين الاعتبار كل أصحاب المصالح وليس فقط المساهمين كشريك وحيد في الاستثمار، حيث أن امتلاك رأس المال لا يعطي للمالك كل السلطة بل يجب التشارك مع أصحاب المصالح الآخرين كما أن المنظمة ستحدد أهدافها بالارتكاز على ثلاث أبعاد والتي لا يمكن أن يهمل أي منها وهي²:

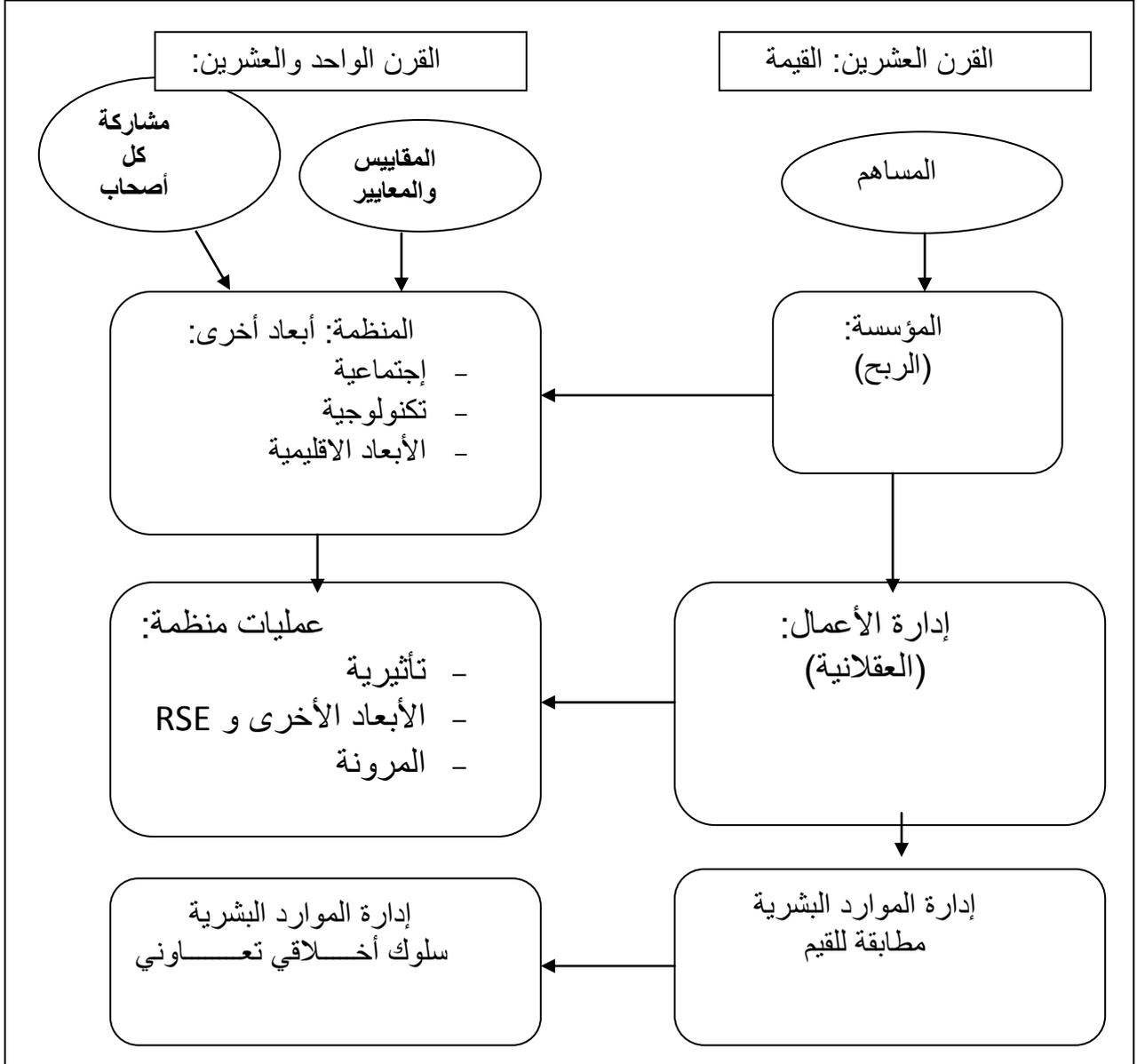
- الفعالية الاقتصادية المستجيبة لاحتياجات السوق
 - النتائج الاجتماعية
 - الآثار البيئية المترتبة على منتجاتها/ خدماتها/ وعلى عملياتها الوظيفية في كل مراحل حياة المؤسسة.
- فمنظمة القرن الواحد والعشرين يجب أن تنقل أساليب عملها إلى طرق عمل تأخذ بعين الإعتبار الأبعاد الثلاثة، وحديث الساعة أصبح عن تحول المؤسسات إلى مرافق لجماعات العمل حيث يحصل كل فرد على بيئة عمل

¹ Françoise de BRY, Jacques IGALENS et Jean-Marie PERETTI, Ethique et responsabilité sociale, Editions EMS 2011 , Paris, France , p 292

² Françoise de BRY, op.cit, p 295

مريحة ورضا وظيفي مطابق للمبادئ المعمول بها في المجال أي المعايير والقيم المعمول بها، فكل فرد يجب أن يعمل بمبادئ تعاونية وكذلك على المؤسسة إدخال التكنولوجيات الحديثة التي تم التوصل إليها والتي تسمح بالعبء أكثر¹. والشكل الموالي يوضح ما سبق:

شكل رقم 2: الفرق بين منظمة أعمال القرن العشرين والواحد والعشرين



المصدر: Françoise de BRY, op.cit , p296

¹ Françoise de BRY, Idem, p 296

إذا قارنا عمل المؤسسة في القرن العشرين مع عملها في القرن الواحد والعشرين فإننا نلاحظ بوضوح أننا نشهد تغير جوهري حيث انتقلت من البحث عن الربح كاتجاه للقرار والتحفيز إلى البحث عن التماسك (الترايط) بين مزاولة العمل والقيم المرجوة، نحن في خضم مسألة الأخلاقيات¹.

2- مهام مسؤول الموارد البشرية في مؤسسة القرن الواحد والعشرين:

تسعى منظمات الأعمال الحديثة والواعية لضرورة مجارات التغيرات المتسارعة إلى إدارة أعمالها من خلال مدخل المسؤولية الاجتماعية، ومسؤول الموارد البشرية في ظل هذه الظروف يقع على عاتقه أخذ بعين الاعتبار المهام التالية:²

أ- الإتصال الداخلي: في إطار الإتصال الداخلي يجب على مسؤول الموارد البشرية القيام بما يلي:

- تيسير دوران المعلومات السليمة والمفيدة في المؤسسة.
- أن يتكفل بالحوار الاجتماعي بين الإدارة والمساعدین (العمال).
- نقل قيم المؤسسة للعمال وبنائها معهم لإيجاد دستور أخلاقي خاص بالمؤسسة.
- إعطاء معنى وقيمة للعمل من خلال شرح أهداف الإدارة وتكليف سجلها بلغة يفهمها العامل في كل المستويات.
- تحديد النزاعات الداخلية والعمل على التخفيف منها باستمرار.
- تحديد الحواجز التي تعيق الاستقلال الذاتي للعامل والتنبؤ باحتياجات التكوين.
- صيانة والمحافظة على الكفاءات والسماح بتجديد معارفهم للبقاء في المنافسة على مستوى سوق العمل.
- الاهتمام بالعدالة في توزيع الأجور والمزايا وعقود العمل والاجازات.
- تحسين أدوات وعمليات الإتصال الداخلي.

ب- الحوار الاجتماعي: يجب على المسؤول القيام بما يلي:

- احترام التشريعات الاجتماعية وتحديث معارفه بصفة منتظمة.
- أن يكون وسيطا بين الأجراء والمؤسسة (حفظ السلام الاجتماعي).
- التفاوض مع القادة والنقابات حول طبيعة مخطط التكوين لوضعه واعطائه الأولوية في التجدید.
- تحسين الإدماج المستدام للأشخاص المعاقين.

¹ Françoise de BRY, op.cit, p 296

² Monique Gouran, Responsabilité sociétal et ressources humaines, Afnor editions, France, 2011, p 83.

- التنسيق مع طبيب العمل لتحديد المعاقين الذين يعانون من العزلة وتهيئة مكان العمل بما يتناسب ووضعهم الصحي.

ج- التوظيف وتطوير الكفاءات: يجب على إدارة الموارد البشرية العمل على:

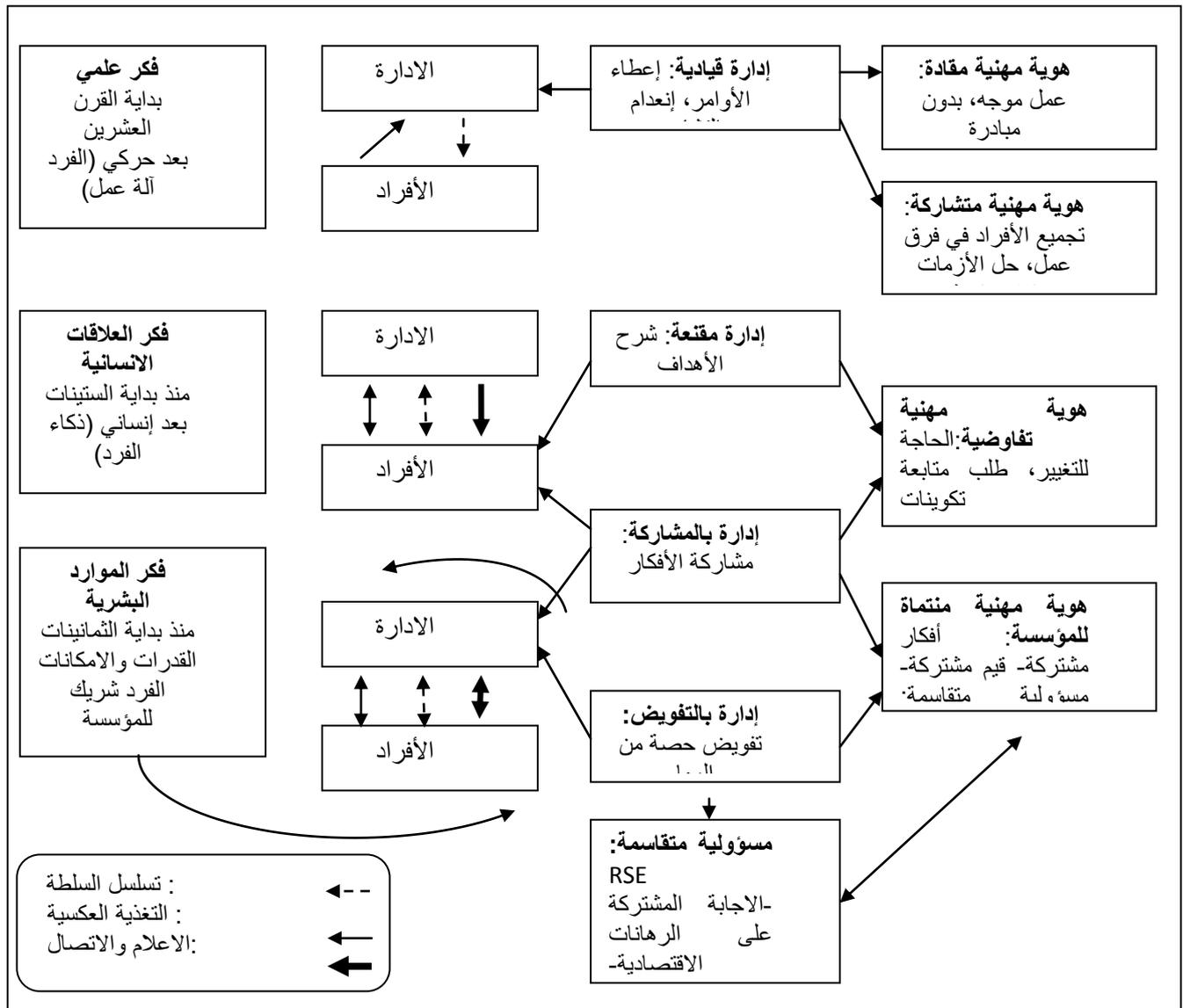
- تحديد طبيعة المناصب بالتنسيق مع الإدارات الأخرى.
 - توصيف الوظائف .
 - البحث عن المرشح الأكثر توافقا مع متطلبات الوظيفة.
 - البحث الداخلي (إذا أمكن) في إطار الترقية.
 - البحث الخارجي باستخدام شبكات التوظيف.
 - العمل على دمج العمال الجدد في المؤسسة.
 - الاهتمام بتحديث الكفاءات والعاملين بالمؤسسة.
 - تحضير خطة التكوين وتحديد المعارف المرتبطة بالتنمية.
- كخلاصة لما سبق فإن إدارة الموارد البشرية الحديثة يجب أن تعرف القيام بما يلي:
- كيفية اتخاذ قرارات مستديمة.
 - التواصل.
 - تنظيم العمل مع متعاوني المؤسسة.

3- تغير العلاقة بين الإدارة والأفراد تبعاً لتزايد تبني المسؤولية الاجتماعية:

إن تدرج السلطة (الهرمية) في بدايات الأمر لم يفتح المجال للاستفادة من التغذية العكسية، ثم ظهر مفهوم التفويض في السلطة الذي أصبح العمال من خلاله قادرين على تقديم آرائهم أو شكوايهم لرؤسائهم، بالتالي الاستفادة من التغذية العكسية، وتبلور الحوار الاجتماعي ليأخذ مكانته في المؤسسة والذي تمثله شبكة الإعلام بأنواعها والتي تعتبر شبكة تواصل جديدة تستخدمها الإدارة لإعلام عمال المؤسسة عن طريق مجالات التخصص مثلاً، فبعد ظهور فكر العلاقات الانسانية أصبحت الإدارة "إدارة مقنعة" (تشرح أسباب القيام بالأنشطة)، من جهة أخرى بدأت التكوينات المهنية تأخذ مكانتها في المؤسسات وهو ما يبشر بإمكانية تطبيق نموذج الإدارة بالمشاركة، حيث يتسلح العمال بالمعارف التي تمكنهم من الفهم والمشاركة بالإبداع والتحديد في المؤسسة، بالتالي نلاحظ كيف أن الهوية المهنية انتقلت تدريجياً من هوية مقادة-موجهة إلى هوية تفاوضية بحيث يستطيع العمال الإدلاء بشكوايهم وآرائهم والتسجيل في البرامج التكوينية أو التدريبية وإقامة المظاهرات لأجل المطالبة

باحترامهم التغييرية والإحساس بأنهم نافعون ومسؤولين¹، وهو الأمر الذي يدفع بأداء منظمات الأعمال إلى الأحسن. والشكل الموالي يلخص تغير الهوية المهنية للفرد بالمؤسسة وتغير العلاقة بينه وبين الإدارة تبعاً لتغير الفكر الإداري.

شكل رقم 3: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وإدارة الموارد البشرية: إدارة أعمال وهوية مهنية



المصدر : Monique Gouran, Responsabilité sociétal et ressources humaines, Afnor editions, France, 2011, :

¹Monique Gouran,op.cit, p21.

سادسا : تجسيد المسؤولية الاجتماعية في وظائف إدارة الموارد البشرية؛

1- المسؤولية الاجتماعية واستقطاب الموارد البشرية:

إن عملية استقطاب وتوظيف الأفراد تساهم في جلب الكم والنوع المناسب من الموارد البشرية إذا ما تمت بطريقة سليمة، حيث تتم المفاضلة بين الأفراد لاختيار الأفضل والأنسب للوظائف الشاغرة كما أن صحة هذه العملية تؤدي بالضرورة إلى تقليل جهود ونفقات أنشطة الموارد البشرية الأخرى.

فبالنسبة لعملية الاستقطاب فإن المنظمة يمكن أن تجسد دورها الاجتماعي وسلوكيات أخلاقية أثناء قيامها بالإجراءات المتعلقة بهذه العملية، ومن بين هذه الممارسات نذكر:¹

- تحقيق المسؤولية الاجتماعية والقانونية والأخلاقية لإدارة الموارد البشرية عن طريق الإلتزام بعملية البحث الصحيحة وتأمين حقوق المتقدمين المرشحين لشغل الوظائف.
- أن تنقيد منظمات الأعمال من خلال مواردها البشرية بصدق الإعلان عن الوظائف الشاغرة في المنظمة وفق ما أفرزته العملية التخطيطية فيها وأن تصل هذه الإعلانات إلى كافة الشرائح الموجهة لها في المجتمع.
- الموثوقية في الإجراءات والأساليب المعتمدة في عمليات التعبئة والاستقطاب وأن تتسم هذه الإجراءات بالشفافية والنزاهة والعدالة وأن تقبل المنظمة الاعتراض عليها من قبل المعنيين بالأمر في حالة حصول خروقات لمثل هذه الإجراءات والأساليب.
- عدم سحب العاملين والموظفين من المنافسين الآخرين بطرق غير مشروعة وأساليب غير قانونية وأخلاقية حيث أن مثل هذا الإجراء يخرق قواعد المنافسة في سوق العمل.
- نزاهة التعامل مع المكاتب التي توفر اليد العاملة لمنظمات الأعمال وأن يكون هذا التعامل مبنيا على الوضوح والثقة بحيث ينعكس إيجابيا على هذه المكاتب كمنافذ إجتماعية وإنسانية لحل مشكلة البطالة في المجتمع.
- أن تكون عملية الاستقطاب مستندة إلى تحديد دقيق وموضوعي للإحتياجات من مختلف التخصصات لشغل وظائف حقيقية وفي ضوء عمليات تخطيط منهجية وعلمية للموارد البشرية للمنظمة، وهذا يبعد

¹ طاهر محسن منصور الغالي، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2005، ص 261.

المنظمة من أن تقع في إشكالية التوظيف الوجيه أو السياسي أو الوساطات أو المحسوبة وغيرها، ويجسد مقولة وضع الشخص المناسب في المكان المناسب.

- الموازنة الصحيحة والعادلة التي تخدم مصالح المنظمة والعاملين والأطراف الأخرى في عمليات الاستقطاب من داخل المنظمة أو من خارجها حيث أن هذا الأمر يعطي فرصاً متكافئة للعاملين لإشغال مناصب أعلى في المنظمة وفق جدارتهم وكفاءتهم من جهة ومن جهة أخرى لا يحرم المنظمة من الاستفادة من القدرات والخبرات للأفراد من خارجها.

- بعد أن أصبحت عملية الإستقطاب تجري وفق أساليب الإتصال الإلكترونية فإن مسؤولية إدارة الموارد البشرية في المنظمة تتجسد في الإطلاع على جميع الطلبات للحفاظ على مبدأ تكافؤ الفرص للجميع والحفاظ على سرية البيانات والمعلومات الشخصية للمتقدمين والالتزام بالرد على الطلبات وفق الاعتبارات القانونية والأخلاقية.

2- المسؤولية الاجتماعية أثناء توظيف الموارد البشرية:

بعد الإستقطاب يقع على عاتق المنظمة تصفية هؤلاء الأفراد واختيار الأفضل منهم عن طريق المقابلة، الإختبار والإختيار ثم التوظيف الفعلي أو التعيين، وكلها إجراءات ذات أهمية كبيرة تستطيع من خلالها المنظمة أن تعكس صورتها الإيجابية للعاملين وكذلك للمجتمع حيث أن هذه الإجراءات إذا ما إتسمت بالمسؤولية والمصداقية والشفافية والعدالة والنزاهة والإحترام فإنها ستمثل إستثماراً في الجوانب الاجتماعية وينعكس ذلك إيجابياً على الموارد البشرية وإدارتها في المنظمة، وفيما يلي بعض أوجه تعزيز المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية في بعض الجوانب المتعلقة بهذه الإجراءات:¹

- أن تكون المقابلات التي تجريها إدارة الموارد البشرية للمتقدمين قائمة على أسس موضوعية بعيدة عن التحيز بكافة أشكاله وأن تكون الأساليب والطرق والإجراءات في هذه المقابلات واضحة وشفافة وعادلة.

- إتاحة فرص متساوية لجميع المترشحين بعرض قابلياتهم ومهاراتهم لكي تكون عملية الإختيار والتعيين لاحقاً سليمة وقائمة على أسس صحيحة.

¹ طاهر محسن منصور الغالي، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، مرجع سبق ذكره، ص 263.

- توفير وقت معقول لغرض كشف جوانب الشخصية للمتقدم خاصة وأن هناك أخطاء محتملة ومخاطر قائمة لفهم شخصيات بعض من المتقدمين بشكل غير صحيح وعلى غير حقيقتها.
- أن لا تستهين لجان المقابلة بقدرات وشخصيات وإنسانية المتقدمين مهما تكن هذه الشخصيات ومستوى المهارات التي يمتلكونها خاصة وأن مثل هؤلاء الأشخاص سينقلون هذه الصورة لاحقاً عن المنظمة من خلال هذه المقابلات إلى مختلف الفئات الأخرى. وهنا نشير إلى أنه إذا كان من حق المنظمة اختيار الأكفأ فليس من مصلحتها الاستهانة بالآخرين بل يجب توفير جو ملائم من ناحية احترام الموعد وتوقيت المقابلة وحسن استقبال للمرشحين.
- أن تكون لجان الاختبار مراعية للموضوعية ومتكاملة من الناحية الفنية والتخصصات وأن لا يدخل فيها من هو غير مؤهل للتعامل مع مثل هذه الإختبارات.
- أن يكون الإختبار ثابتاً، أي أن يعطي المقياس نتائج مستقرة غير قابلة للتغير عند إعادة استخدامه لمجموعة أخرى من المتقدمين بنفس الخصائص. أو بعد فترة زمنية محددة لذلك يقترح أن يخضع إلى إعادة الإختبار للتأكد من مدى ثبات نتائجه ودقته في القياس. ويعد الصدق والثبات شرطان متلازمان يتعين تحقيقهما في الإختبار بهدف ضمان سلامة موقف المنظمة من ناحية المسؤولية القانونية والاجتماعية¹.
- إعطاء عناية فائقة للاختبارات الشخصية حيث أنها اختبارات غالباً ما يرافقها الكثير من عدم الدقة واحتمال الخطأ فيها وازد لذلك يجب أن تكون هذه الاختبارات صادقة في قياس ما يفترض قياسه في الجوانب الشخصية وأن تتسم بالثبات لكي يمكن الاعتماد على نتائجها.
- أن تراعى الاعتبارات القانونية لسياسات التوظيف وإجراءاته وقوانينه السائدة في البلد كما أن متطلبات أو الشروط الإضافية الخاصة بالشركة يفترض أن تعطي دعماً للجوانب الأخلاقية والسلوكية لمثل هذه الاعتبارات القانونية.
- يتم الاختيار والتعيين على أساس نتائج الاختبارات والمقابلات والتقييم النهائي لها من قبل اللجان المختصة وبالتالي فإن عملية الاختيار والتعيين تأتي منسجمة بإجراءاتها وتجسد العدالة والمصادقية والكفاءة لتنعكس إيجابياً على سمعة المنظمة وسعيها لتحقيق أهدافها.

¹ طاهر محمود الكلالده، الإتجاهات الحديثة في إدارة الموارد البشرية، عمان، الأردن، الطبعة العربية، 2011، ص70.

- الفحص الطبي الإبتدائي والدوري

3- المسار الوظيفي:

بعدما توظف المنظمة الأفراد الذين كانت بحاجة إلى كفاءتهم فإن مهام إدارة الموارد البشرية تجاههم لا تتوقف عند ذلك الحد، فالتغيرات الحاصلة سواء كانت على المستوى الداخلي أو الخارجي للمنظمة يتطلب تطوير وأقلمة قدرات ومهارات الموارد البشرية معها. ويمكن أن تجسد إدارة الموارد البشرية إلتزامها الأخلاقي والإجتماعي خلال المسار الوظيفي للعامل أو الموظف من خلال أنشطة التدريب والتطوير، الأجور والمكافآت وحتى في عمليات تقييم الأداء وذلك كما يلي:

3-1- المسؤولية الاجتماعية في التدريب والتطوير:

تعتبر أنشطة التدريب والتطوير أنشطة هامة لأنها تعزز من قدرات المنظمة على المدى البعيد ولأنها تمثل إستثمارا في الأصول المعرفية أساس الميزة التنافسية للأعمال وفيما يلي أهم ما يمكن للمنظمة أخذه بعين الإعتبار أثناء قيامها بأنشطة التدريب والتطوير فيما يتعلق بالجانب الإجتماعي والأخلاقي:¹

- هذه الأنشطة تمثل أحد الحقوق المهمة للعاملين في المنظمة وبذلك لا يمكن استبعاد البعض منها لأي سبب كان كالجنس أو العرق أو اللون أو الدين أو القومية أو غيرها.
- تعزز هذه الأنشطة تنمية المهارات وبناء القيادات المستقبلية التي تحتاجها ويحتاجها المجتمع أيضا وبذلك ينظر المجتمع للمنظمة كمركز معرفي يساهم في تطويره. فبناء قيادات بديلة أمر واجب لكي لا تتضرر أعمال المنظمة إذا ما حصل طارئ مفاجئ للمدير.
- يجب أن تؤخذ أنشطة التدريب والتطوير في إطار خلق فرق عمل ملتزمة وبمهارات عالية وقد يتطلب ذلك تدريبهم خارج البلاد أو لدى منظمات أخرى أو داخل المنظمة.
- ينطلق التدريب والتطوير لتعزيز ثقافة المنظمة وتوكيد الجوانب الاجتماعية والأخلاقية فيها وبذلك تصبح المنظمة ذات نسيج ثقافي متجانس تعزز في إطاره الممارسات الأخلاقية والسلوكية المسؤولة.
- عدم إستغلال برامج التدريب والتطوير لتبذير الموارد أو إقصاء العاملين أصحاب الفكرة والرأي الآخر وكذلك عدم إستغلال موارد التدريب وإمكاناته للإختلاس والفساد الإداري.

¹ طاهر محسن منصور الغالي، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، مرجع سبق ذكره، ص 265

- أن يكون التدريب والتطوير ضمن برامج هادفة لمواكبة التطور العلمي والتكنولوجي لحماية العاملين من التقادم وتوليد شعور لديهم بأنهم يواصلون ما يستجد في حقول المعرفة التي تخصصوا فيها ولن تكون نهاية الدراسة في الجامعة أو المعهد المحطة الأخيرة في تحصيلهم العلمي.
- يفترض أن تكون أنشطة التدريب والتطوير معززة للمسار الوظيفي محققة إنسجاما لمصلحة العاملين والتوجهات التطويرية في المنظمة.

3-2- المسؤولية الاجتماعية في الأجور والمكافآت:

تعتبر الأجور والمكافآت مسألة ذات إشكالية لأنها تمس المنظمة ومصالح العاملين بشكل مباشر ولأنها ترتبط بالتشريعات والقوانين الصادرة من الدولة، فإذا نظرت المنظمة إلى هذه التعويضات بمنظور شمولي وبكونها مرتبطة برفاهية المجتمع وتطوير الأداء في المنظمة فيمكن لها أن تكون ملتزمة بجوانب مسؤولية إجتماعية وجوانب أخلاقية متعددة أما إذا نظرت إلى هذه التعويضات على أساس أنها تكاليف يجب السيطرة عليها باستمرار فإنها ستكون بمواجهة مساءلة أخلاقية واجتماعية وربما حتى قانونية، ويمكن أن تتجسد المسؤولية الإجتماعية والأخلاقية فيما يلي:¹

- النظر إلى الرواتب والأجور في إطار واسع باعتبارها تأتي منسجمة مع العقد المبرم بين المنظمة والعاملين وضرورة النظر إلى هذا العقد بكونه عقداً أخلاقياً واجتماعياً وقانونياً واقتصادياً.
- يفترض أن تتسم الأجور والمكافآت بالعدالة والكفاءة والمساواة وأن تكون قادرة على تحفيز العاملين وزيادة انجذابهم للعمل والإبداع فيه.
- أن تراعي إدارة الموارد البشرية إختيار الطرق المناسبة لدفع الأجور والمكافآت وأن لا تلتزم فقط بالطرق التي تحقق مصالحها بعيدا عن مصالح جميع الفئات لذلك فإن مسائل الرواتب والأجور يفترض أن تعرض للنقاش والحوار والمساومة بحيث يتم الإتفاق على استخدام الأسلوب المناسب وفقا لطبيعة العمل وصعوبته ومتطلباته.
- على منظمات الأعمال عدم التمييز بالأجور والرواتب والمنافع بين الرجال والنساء طالما أن المنصب واحد والكفاءة المطلوبة متوفرة بنفس القدر.

¹ ظاهر محسن منصور الغالي، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، مرجع سبق ذكره، ص 266

3-3- المسؤولية الاجتماعية في تقييم أداء العاملين:

يفترض بعملية تقييم الأداء أن تكون متكاملة تتضمن القياس والتقييم والتقويم لأنها تعتبر صميم إدارة الموارد البشرية حيث يترتب عليها أمور مهمة أخرى تتعلق بالأجور والترقية وغيرها، وفي إطار هذه العملية يمكن للمنظمة أن تتحمل مسؤوليتها الاجتماعية وتتبنى سلوكيات أخلاقية ترضي مختلف الأطراف:¹

- أن تجتهد المنظمة بوضع معايير دقيقة لتقييم الأداء متمسة بقدرتها على تجسيد الجانب الموضوعي والسلوكي والذاتي في مختلف الأعمال التي ينجزها العاملون، لذلك فإن المنظمة الجيدة تعيد النظر بين الفترة والأخرى وتناقش استمارات تقييم الأداء كفترات وكتائج نهائية مع المعنيين.
- الابتعاد عن التحيز في التقييم من خلال التأكيد على توفر الخصائص الموضوعية والإنسانية في المقومين وعدم تأثرهم بعوامل الدين والمذهب والعشيرة والمنطقة والصدقة والقربة وغيرها.
- أن تناط عملية التقييم بأشخاص من ذوي الخبرة والإدراك والاستقرار العاطفي والقدرة على التعامل مع الآخرين وأن يكون التقييم من قبل فريق عمل وليس فرديا.
- إن أهم التزام أخلاقي في عملية تقييم أداء العاملين هو الموضوعية والابتعاد عن إعطاء تقييم متساهل للجميع أو أن يكون متشددا مع الجميع أو يتسم التقييم بأن يكون وسطا للجميع.
- أن لا يركز على الأداء الأحدث ويهمل الأداء خلال السنة بأكملها حيث يكون هذا التقييم جزئيا ولا يمثل معيارا صادقا يعتمد عليه.
- أن تستخدم إدارة الموارد البشرية مختلف أساليب تقييم الأداء التقليدية والحديثة مع الإطلاع الدائم على ما يستجد في هذا المجال وخاصة الأساليب المطورة لقياس الإنجاز الذي يتصف بالإبداع الفكري والريادي للعاملين والذي لا تظهر نتائجه إلا على المدى البعيد، بمعنى أن المنظمة تكافئ المنجزين الذين يقدمون أفكار جديدة تحتاج المتابعة وتعطي نتائجها في المستقبل.

سابعاً: تحسين الحياة المهنية والخدمات الاجتماعية.

إن تحقيق الإحساس بالانتماء لدى العاملين والموظفين لا يتحقق إلا بتوفير الجو العائلي والراحة والطمأنينة أثناء تأدية المهام، لذلك فإن برامج تحسين الحياة المهنية تعد من الأولويات في إدارة الموارد البشرية خاصة في المنشآت الصناعية وتعرف السلامة والصحة المهنية بأنها "العلم الذي يهتم بالحفاظ على سلامة وصحة الإنسان

¹ طاهر محسن منصور الغالي، مرجع سبق ذكره ، ص268

وذلك بتوفير بيئات عمل آمنة خالية من مسببات الحوادث أو الإصابات أو الأمراض المهنية، وبعبارة أخرى هي مجموعة من الإجراءات والقواعد والنظم في إطار تشريعي تهدف إلى الحفاظ على الإنسان من خطر الإصابة والحفاظ على الممتلكات من خطر التلف والضياع" وفيما يلي نذكر كيف لمنظمة الأعمال أن تكون مسؤولة إجتماعيا إتجاه مواردها البشرية أثناء إعداد هذا النوع من البرامج.

1- برامج الصحة والسلامة المهنية:

تسعى المنظمة من خلال إعداد البرامج الوقائية والعلاجية في مجالات الأعمال والأنشطة الانتاجية والخدمية إلى توفير البيئة الصحية والسلامة المهنية لجميع العاملين لديها والحفاظ عليهم من الآثار الناجمة على المخاطر الناتجة عن العمل وتقليل أثر الحوادث والإصابات المهنية والصحية وفيما يلي تفصيل لهذه البرامج:¹

أ- برنامج السلامة:

يعتبر من المهام الأساسية التي توليها إدارة الموارد البشرية إهتماما إستثنائيا في إطار إنجاز أهدافها الإدارية والتنظيمية ولتحقيق ذلك يجب تحديد مصادر الحوادث والإصابات التي تصاحب أداء العاملين، إذ أنها تتنوع حسب إختلاف الأنشطة ودرجة تعقيدها وحدثتها ولا يمكن لإدارة الموارد البشرية حصر هذه الأسباب بشكل دقيق إلا أنه من الناحية العملية يمكن لها حصر هذه المصادر بثلاثة مصادر أساسية:

- الأسباب الشخصية: وهي كل ما يتعلق بالعامل نفسه كالسن وعيوب البصر أو محدودية الخبرة في التعامل مع العمل أو عدم تقديرهم للمخاطر الناجمة عن العمل خصوصا عند تعرضهم لبعض المواد الكيميائية أو تعاملهم مع أجهزة ومعدات تتطلب وفرة المهارات والقدرات الفنية العالية.
- الأسباب المتعلقة ببيئة العمال: تتمثل في ظروف العمل كالحرارة والتهوية والإضاءة والتبريد والضوضاء والأتربة والإشعاعات وغيرها حيث أنها قد تخلق توترا وضغطا نفسيا على العاملين وهو ما يشكل عناصر خطيرة تلعب أثرا واضحا في حصول الأحداث والإصابات بالعمل.
- الأسباب الفنية: يقصد بها الأجهزة والآلات والمكائن والمعدات التي تتسم بدرجة عالية من التعقيد الفني أو إهمالها وعدم صيانتها بصورة دورية أو حصول عيب أو عطل وغيره من الأسباب التي يتعرض من خلالها العاملين لإصابات أو حوادث.

¹ خضير كاظم حمود، ياسين كاتب الخرشنة، مرجع سبق ذكره، ص 230

ب-مساعدة العاملين:

من منطلق أن الموارد البشرية هي أهم العناصر في المنظمة فإن هذه الأخيرة تلجأ إلى إعتماد العديد من الوسائل الهادفة في مساعدة العاملين في زيادة الوعي المهني والصحي واستخدام الوسائل الكفيلة بتعريفهم بالعمل ومخاطر الأداء والأجهزة أو المواد المستخدمة ومن هذه الأساليب ما يلي:

- عقد الاجتماعات الدورية أسبوعيا أو شهريا لتعريف العاملين بمخاطر العمل وآثاره على العاملين وسبل الوقاية من المخاطر الناجمة عن العمل.
 - الإعلانات التحذيرية والإرشادية التي يتم وصفها في مختلف مجالات العمل كملوحات الإعلان أو تعليقها في الأماكن الخطرة و غيرها.
 - توفير الإحصاءات والسجلات التاريخية بالحوادث وحجمها وآثارها بغية التعريف بأمثلة فعلية عن دافع وآثار الاصابات وحوادث العمل.
 - إستخدام الشرائح والأفلام وأشرطة الفيديو المتوفرة لدى المنظمة وإطلاع العاملين عليها وبصورة مستمرة كوسيلة تحذيرية وإرشادية للعاملين.
 - الإجراءات التأديبية للعناصر التي يلاحظ عدم إلتزامها بإجراءات السلامة المهنية في العمل وتحفيز الملتزمين من خلال المكافآت أو العلاوات التي تشجعهم نحو الإلتزام بشروط وظوابط السلامة المهنية.
 - استخدام الملابس الواقية ومعدات السلامة الأخرى وإرشاد العاملين نحو ضرورة اعتمادها في العمل وعدم التفريط بعدم استخدامها.
- إلى غيره من الأساليب التي تساهم في تحقيق أهداف المنظمة من خلال سلامة العنصر البشري أهم مورد في تحسين وتطوير الانتاجية.

ج- برنامج الوقاية من الأمراض:

إعداد برامج الوقاية من الأمراض هو أيضا من مهام إدارة الموارد البشرية إذ من واجبها التأكد من أن الأفراد العاملين لديها يتمتعون بوقاية من الأمراض الصناعية، وإذا ما أصيب أي منهم فإنها تتابع حصول هؤلاء العاملين على وسائل العلاج اللازم والحماية المناسبة من آثار تلك الأمراض، وفيما يلي بعض الوسائل والأساليب لتحقيق سبل الوقاية اللازمة:

- إعداد ووضع برامج السلامة والوقاية الصحية من أمراض المهنة والآثار الناجمة عن الأمراض الصناعية بشكل عام.
- متابعة وإجراء التحقيقات في المشاكل الناجمة عند تطبيق هذه البرامج وما يرافقها من أخطاء أو انحرافات في التطبيق.
- مراجعة برنامج الوقاية من الأمراض الصناعية بصورة دورية ومنتظمة والعمل بشكل مستمر على تعديلها بما يتناسب وظروف العمل والمستجدات الحاصلة في الظروف والمتغيرات.
- العمل على مساعدة العاملين من خلال برامج التدريب المستمرة لمعرفة ما يتعلق بطبيعة العمل والظروف البيئية وطبيعة المهنة وما يرافقها من مخاطر وآثار صحية (نفسية أو جسمية) بغية التعرف عليها بشكل دقيق واتباع سبل الوقاية اللازمة منها.
- توفير متطلبات السلامة المهنية والصحية والوقاية من الأمراض الصناعية من خلال استخدام ملابس الوقاية والتسهيلات الكفيلة بالتخلص من آثار الإشعاعات أو المواد الكيماوية والبيولوجية.

2- الخدمات الاجتماعية:

- تتم المؤسسة بمنح عمالها مزايا وخدمات اجتماعية حسب إمكانياتها وحسب التشريعات المعمول بها، كتوفير السكن والتأمين الصحي لضمان حياة كريمة للعامل وأفراد أسرته، وتتجسد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة من خلال التأمينات الاجتماعية الممنوحة لمواردها البشرية نذكر منها:¹
- **التأمين عن المرض:** يقصد به التكفل بالعامل أو بأحد أفراد أسرته في حالة إصابته بالمرض، والاهتمام بكل ما تقتضيه متطلبات العلاج والعناية بالمريض إلى غاية شفائه.
 - **التأمين عن الولادة:** هو التكفل بكل المصاريف المترتبة عن الحمل والوضع كدفع أجر المدة التي توقفت فيها المرأة العاملة عن العمل بسبب ذلك.
 - **التأمين عن العجز:** وهو منح معاش للمؤمن الذي لم يعد قادرا على الالتحاق بمنصب عمله بسبب العجز، لكي لا يضطر للعمل ثانية.

¹ ضيائي نوال، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في إدارة الموارد البشرية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2010، ص 72.

- التأمين عن الوفاة: يخص هذا التأمين الأفراد ذوي حقوق العامل المتوفى أي الأشخاص الكفولين من قبله، لكي يتسفيدوا من منحة الوفاة على أساس الأجر الذي كان يتقاضاه العامل المتوفى.
- فالمزايا السابقة الذكر يحصل عليها العامل بالقانون إلى جانب مزايا أخرى تمنحها المؤسسة لعمالها منها:¹
- فترات الراحة: والتي تعمل على تخفيف الضغط النفسي على العامل وتخفيف أثر العمل الروتيني.
- الإجازات السنوية: إجازة سنوية يتلقاها العامل بأجر كامل بهدف تحقيق راحة بدنية ونفسية للعامل.
- العطلات الرسمية والأعياد: تمنحها المؤسسة للعاملين بأجر كامل أثناء الأعياد والمناسبات الرسمية.
- الخدمات المالية: كمنح قروض بأسعار فائدة مخفضة لمساعدة العاملين على مواجهة الطوارئ كالوفاة والسكن.

الخاتمة

لطالما حضت إدارة الموارد البشرية بالاهتمام من طرف الكتاب والباحثين وساهمت مختلف الجهات المعنية بتطويرها وتنمية قدرات القائمين عليها لما لها من أهمية في استمرارية ونجاح منظمات الأعمال، وقد تغيرت النظرة للمورد البشري تبعاً للتطورات والتغيرات الحاصلة وتبعاً لزيادة الوعي بأهمية هذا العنصر لاستثنائيته وتميزه وقدرته على الإبداع والتجديد.

وكنتيجة لما سبق زاد الاهتمام ودرجة الإنفاق على الاستثمار في الموارد البشرية باعتبارها أهم الاستثمارات التي تقوم بها منظمات الأعمال، ولا يزال هذا الاهتمام في تزايد مستمر والقيام به بأفضل الطرق وأنجعها والبحث في كيفية القيام بها، ففي ظل التطورات المتسارعة أصبح لزاماً على المؤسسات البحث على الطرق التي تحولها من مجارة هذا التغيير، ومنظمة أعمال القرن الواحد والعشرين تولي مواردها البشرية الأهمية القصوى وتبحث في سبل تطويرها وتنميتها وولائها، ولعل تجسيد المسؤولية الاجتماعية في وظائف إدارة الموارد البشرية هو أحد معايير الحكم على الالتزام الاجتماعي لمنظمات الأعمال، فالفرد العامل في مؤسسات العصر الحديث هو غير الفرد الذي كان في السابق لأن زيادة الوعي التي تبلورت نتيجة تطور وسائل الإعلام والاتصال ساهمت في مطالبة الجماهير لمزيد من الالتزام الاجتماعي لمنظمات الأعمال خاصة اتجاه الإنسان أو الفرد العامل بها.

وبعد التعرف على كيفية تغير معاملة الإدارة للفرد العامل بفضل زيادة المطالبة بتبني المسؤولية والاجتماعية والتحلي بأخلاقيات الأعمال، وكيف تجسد منظمات الأعمال التزامها الاجتماعي اتجاه مواردها البشرية.

¹ ضيائي نوال، مرجع سبق ذكره، ص73.

قائمة المراجع

I. الكتب:

-باللغة العربية:

1. خضير كاظم حمود، ياسين كاسب الخرشة، إدارة الموارد البشرية، دار المسيرة للنشر، عمان، الأردن، الطبعة الأولى 2007
2. سامح عبد المطلب عامر، استراتيجيات ادارة الموارد البشرية، دار الفكر، الطبعة الاولى، عمان، الأردن، 2011
3. سعاد نائف برنوطي، إدارة الموارد البشرية ، دار وائل للطباعة و النشر، عمان، الأردن، 2004
4. سنان الموسوي، إدارة الموارد البشرية و تأثيرات العولمة عليها، دار مجدلاوي للنشر و التوزيع، الأردن، 2003
5. صلاح الدين عبد الباقي، الإتجاهات الحديثة في إدارة الموارد البشرية، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2002
6. طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2005
7. طاهر محمود الكلالده، الإتجاهات الحديثة في إدارة الموارد البشرية، عمان، الأردن، الطبعة العربية، 2011
8. عبد الباري إبراهيم درة، زهير نعيم الصباغ، إدارة الموارد البشرية في القرن الحادي والعشرين، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2008

-باللغة الفرنسية:

1. Françoise de BRY, Jacques IGALENS et Jean-Marie PERETTI, Ethique et responsabilité sociale, Editions EMS , Paris, France , 2011
2. Genevieve lacono, gstion des ressources humaines, Casbah Edition,Algerie, 2004
3. Monique Gouiran, Responsabilité sociétal et ressources humaines, Afnor editions, France, 2011

II. الأطروحات والرسائل:

1. بن حمود يوسف، "التخطيط الاستراتيجي للموارد البشرية على مستوى المؤسسة ودوره في تحسين أداء الفرد"، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، جامعة مستغانم، 2010
2. شباح أمينة، واقع أهمية المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ليسانس في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2008

3. ضيافي نوال، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير في إدارة الموارد البشرية، جامعة تلمسان، الجزائر، 2010

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
- مخبر العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير -
وفرقه "ممارسات تطبيق الحوكمة في المؤسسات الاقتصادية والعمومية"
ينظمان:

يوما دراسيا حول:

مكانة وممارسات المسؤولية الاجتماعية في العلوم الانسانية والاجتماعية

يوم 07 ديسمبر 2017

عنوان المداخلة:

الإدارة البيئية كآلية لدمج البعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصناعية الجزائرية

ضمن المحور الثاني المعنون ب: آليات تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المنظمات

إعداد:

الأستاذ: برني ميلود	الدكتور: غقال إلياس
هيئة الإرتباط: المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف - ميله	هيئة الإرتباط: جامعة محمد خيضر - بسكرة
البريد الإلكتروني: m.borni@centre-univ-mila.dz	البريد الإلكتروني: ilyes.2002@yahoo.fr

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة ماهية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، والبعد البيئي لهذه المسؤولية المتمثل في المسؤولية البيئية، حيث تم التطرق للإدارة البيئية كآلية مطبقة في المؤسسات الصناعية التي تحاول الالتزام بالمسؤولية البيئية، وكذا فهم واقع تطبيق الإدارة البيئية في المؤسسات الصناعية الجزائرية، حيث تم التوصل إلى ضعف تجسيد هذا البعد ميدانيا في المؤسسات الصناعية الجزائرية لعدة عوامل وأسباب موضوعية وغير موضوعية.

الكلمات المفتاحية:

البيئة، المسؤولية الاجتماعية، البعد البيئي، المسؤولية البيئية، الإدارة البيئية، إيزو 14000، إيزو 14001.

Abstract :

This study aimed at identifying the social responsibility of the organizations and the environmental dimension of this responsibility, which means environmental responsibility. Environmental management has been identified as a mechanism applied in the industrial establishments that tried to adhere to environmental responsibility, as well as understanding the reality of applying environmental management in the Algerian industrial establishments. We have concluded the weakness of the embodiment of this dimension on the ground in the Algerian industrial establishments for several factors and objective and subjective reasons.

Keywords :

Environment, Social Responsibility, Environmental Dimension, Environmental Responsibility, Environmental Management, ISO 14000, ISO 14001.

مقدمة:

تتحمل المؤسسات الصناعية جزءا غير يسير في تلويث البيئة والمحيط الذي تنتشط فيه، إلا أن القليل من أصحاب هذه المؤسسات من يعترف، أو في الحد الأدنى يتجاهل ويقلل من شأن هذه المسؤولية، ولكن مع تطور الاهتمام بالبيئة على المستوى العالمي والمحلي، ظهر اتجاه يدفع باتجاه تبني المؤسسة للطرح البيئي لأنه سيصبح عاملا مهما في نجاح المؤسسة الصناعية على المدى الطويل، وسيشكل لها ميزة تنافسية تستقوي بها على المؤسسات التي لا تتبنى هذا البعد، وقد وضعت عدة مسارات للسيرورة نحو تحويل المؤسسات الصناعية الملوثة إلى مؤسسات صناعية تحافظ على البيئة وتحقق أهدافها الاقتصادية في نفس الوقت، حيث كانت المسؤولية الاجتماعية مدخلا لها، من ثم تم التركيز على البعد البيئي فيها ودمجه كجزء من نشاط المؤسسة لتساهم هي أيضا في تحقيق التنمية المستدامة.

وتعتبر إدارة البيئة وأنظمتها هي الأساس الذي من خلاله تتمكن إدارة المؤسسة القيام بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه المشكلات البيئية، وبطريقة تضمن الاستمرارية والفعالية، أي تطبيق جانب مهم من جوانب ما يصطلح تسميته بالمسؤولية الاجتماعية للشركة والمرتبطة في العديد من الجوانب بمسألة التنمية المستدامة¹، حيث لا يجب أن يقتصر رد فعل المؤسسات الصناعية إزاء التلوث وتدهور الموارد على الإلتزام بالضوابط، بل ينبغي أن تتحلى بشعور عالي بالمسؤولية البيئية، وأن تحرص على الاهتمام الواعي باعتبارات البيئة على كل المستويات.

في هذا السياق يمكن طرح الإشكالية التالية:

كيف يمكن تجسيد البعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصناعية عن طريق الإدارة البيئية وما هو واقع هذا التطبيق في المؤسسات الجزائرية بصفة خاصة؟

للإجابة عن هذه الإشكالية تم تقسيم الدراسة إلى أربعة محاور كما يلي:

المحور الأول: ماهية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

المحور الثاني: البعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصناعية

المحور الثالث: الإدارة البيئية كآلية لدمج البعد البيئي في المؤسسات الصناعية

المحور الرابع: واقع دمج الإدارة البيئية في المؤسسات الصناعية الجزائرية

المحور الأول: ماهية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

أولاً: مفهوم المسؤولية الاجتماعية

لقد تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية وشكل توجهها جديدا للمؤسسة التي تريد أن تستديم في نجاحها، إلا أن التعاريف التي قدمت لها اختلفت وتتنوع وأعطيت لها عدة مفردات، وتم تعريف المسؤولية الاجتماعية من زوايا واتجاهات مختلفة ومن خلال صيغ متباينة، يتمثل أهمها في:

* هي مجموعة من السياسات والإجراءات والأفعال، إضافة إلى الإعتبارات الأخلاقية والالتزامات التي تعتقها المنظمة وتؤمن بها أكثر من كونها أداء للتعامل مع المجتمع، وتطبيقها للعديد من الأنشطة كجزء من متطلبات مساهمتها بالمجتمع على نحو فاعل دون إلحاق الضرر بالمجتمع، بهدف تحقيق الرفاهية للمجتمع وبناء صورة ذهنية ايجابية وبما ينسجم مع قدراتها وإمكاناتها².

* يرى برايد وفيريل أن المسؤولية الاجتماعية تشير إلى التزام المؤسسات من أجل تعزيز أثرها الايجابي وتقليل تأثيرها السلبي على المجتمع³.

* عرفت اللجنة الأوروبية المسؤولية الاجتماعية على أنها الدمج الطوعي للاهتمامات الاجتماعية والبيئية من قبل المؤسسات في أنشطتها التجارية وفي علاقاتها مع مختلف أصحاب المصلحة⁴.

* وأشارت منظمة التعاون والتنمية إلى المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من خلال دعوتها المؤسسات في الاقتصاد العالمي إلى لعب دور أكبر وأبعد من خلق فرص العمل والثروة، فالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هو مساهمة هذه المؤسسات في التنمية المستدامة، وأن يكون سلوك المؤسسات لا يهدف فقط لضمان قسط الأرباح للمساهمين، والأجور للموظفين، والمنتجات والخدمات للمستهلكين ولكن يجب الاستجابة أيضا لاهتمامات وقيم المجتمع والبيئة⁵.

* عرفها البنك العالمي سنة 2004 بأنها تطوع أو إلزام عالم الأعمال المساهمة في التنمية المستدامة، بالعمل مع الموظفين و عائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين نوعية الحياة بصورة جيدة لكل من التنمية والأعمال⁶.

من خلال التعاريف السابقة يمكن الإشارة باختصار إلى الجوانب الرئيسية التي تتضمنها مفردات المسؤولية الاجتماعية والتي حددتها لجنة التطوير الاقتصادية C.E.D كما يلي⁷:

- 1- رفع الكفاءة والنمو الاقتصادي.
- 2- التربية والتعليم.
- 3- الاستخدام والتدريب للعاملين.
- 4- الحقوق المدنية والفرص المتساوية
- 5- التطوير والتحديث.
- 6- مواجهة التلوث والحد منه.
- 7- الحماية لمجالات الاستجمام والراحة.
- 8- الفنون والثقافة.
- 9- العناية الصحية والخدمات المقدمة.
- 10- التعاون مع الحكومة ومؤسساتها.
- 11- العناية بالمستهلك.
- 12- الخدمات الاجتماعية غير الهادفة للربح.
- 13- دعم مشاريع الأعمال الصغيرة.
- 14- المحافظة على الموجودات التكنولوجية.

وبالتالي يمكن القول أن المسؤولية الاجتماعية تمتد من داخل المؤسسة إلى خارجها في اتجاهين هما:

* **المسؤولية الداخلية:** وترتبط بالأفراد والموارد التي يتم استخدامها والمرتبطة بالأداء المتحقق للعمل داخل المؤسسة، وأي نشاط من شأنه أن يسهم في تطوير العاملين وتحسين نوعية حياة العمل.

* **المسؤولية الخارجية:** تتمثل في الحالات المرتبطة بالمشكلات التي يعاني منها المجتمع، والتي تعد جميعها بمثابة مؤثرات سلبية على مدخلات المؤسسة نحو تحقيق أهدافها الاجتماعية، والمتمثلة بتذليل المشكلات ومعالجتها، والمساهمة في خلق قيم وأنماط إجتماعية في المجتمع، ولكن العقبة أمام إدارة المؤسسة لا تنحصر في كيفية معالجة المشكلات التي يعاني منها المجتمع أو في تجاوز البعض منها لاستحالة تحقيقها وفق إمكانياتها ومواردها المتاحة، بل تكمن في الأدوات المستخدمة لغرض الحكم على مدى سلامة ودقة المعالجات المتخذة تجاه حل تلك المشكلات والتعامل معها⁸.

كما يمكن من خلال التعاريف استنتاج الخصائص التالية للمسؤولية الاجتماعية:

- الطابع العام للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات طابع طوعي، وهذا يعني عدم وجود إجبار قانوني على المؤسسات للقيام بهذا السلوك.
- العلاقة الوثيقة مع مفهوم التنمية المستدامة.
- أن قيام المؤسسات بهذه المسؤولية سيحقق لها ميزة تنافسية، فإذا لم تستطع الحصول على ميزة تنافسية من خلال قيامها بهذه الأعباء الاجتماعية فإن الرغبة في القيام بهذه المسؤوليات تقل، خاصة في ظل غياب الفرض القانوني لها.

ثانياً: أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة وعلاقتها بالتنمية المستدامة وحماية البيئة

لقد تعددت معايير تصنيف أبعاد المسؤولية الاجتماعية حسب عدة اتجاهات، يمكن تلخيص الأبعاد الأساسية والمشاركة في الجدول التالي:

الجدول رقم (01): أبعاد المسؤولية الاجتماعية

متطلباته	البعد
ويتكون من الأرباح، إختراق السوق، ولاء المستهلك، الشهرة والاستقرار المالي، المساهمة في التنمية الاقتصادية.	بعد اقتصادي
وذلك بالالتزام بالقوانين والتشريعات المنظمة لعمليات التخلص من المخلفات والالتزام بتوفير الصناعات غير المضرة بالبيئة، وتشمل السيطرة على التلوث، وإعادة استخدام المخلفات، الاقتصاد في الطاقة... الخ.	بعد بيئي
ويشمل هذا البعد المساهمة في بناء مجتمع أفضل من خلال بناء المدارس وأماكن العبادة ودعم المنظمات الخيرية والمتاحف والمساهمة في تطوير الصحة العامة والتعليم، ودمج الاهتمامات الاجتماعية في صلب عمليات المؤسسة من خلال البحث عن النطاق الكامل لتأثير المؤسسة على المجتمع.	بعد إجتماعي
ويشمل توظيف الأقليات دون تمييز من أي نوع كان.	التمييز

<p>المسؤوليات تجاه العاملين منها توفير الوظائف، والعمل على تحقيق مستقبل أفضل من خلال توفير الفرص لهم، وأيضا الأمان والأخطار المهنية، مستويات المرتبات والأجور، التدريب والتعليم، التشاور، كما أن العاملين يحتاجون إلى مشاهدة عملهم الجاد والحسن وأن من يقوم بعمل جيد له مكافأة مجزية.</p>	<p>البعد الشخصي</p>
<p>ويشمل سلامة المنتجات، الجودة، تطوير المنتجات، مسؤولية المؤسسات الناتج عن سوء استخدام منتجاتها من قبل عملائها.</p>	<p>المنتجات</p>
<p>يتمثل هؤلاء في الأفراد والمنظمات الذين يتأثرون بشكل مباشر بسلوك المؤسسة والذين لهم نصيب في أدائها، وهؤلاء هم من تتحمل المؤسسة المسؤولية نحوهم، مثل المستثمرين والدائنين، والموردين والملاك...</p>	<p>بعد أصحاب المصلحة</p>

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على:

- منصور محمد إسماعيل العريقي، المسؤولية الاجتماعية للمنظمات الصناعية الخاصة من وجهة نظر المديرين - دراسة تطبيقية في القطاع الصناعي الخاص في اليمن-، المجلة العلمية لكلية التجارة، ع 21، مصر، 2003، ص ص 49-51.
- علاء فرحان طالب، عبد الحسين حسن حبيب، أمير غانم العوادي، فلسفة التسويق الأخضر، دار صفاء للنشر والطباعة والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص ص 38-39.

المحور الثاني: البعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصناعية

أولا: مفهوم المسؤولية البيئية للمؤسسات

إن البعد البيئي هو أحد أبعاد المسؤولية الاجتماعية، وقد أخذ يكتسب أهمية أكثر مع تفاقم المشكلات البيئية واعتبار التدهور البيئي مشكلة عالمية تتجاوز الأوطان والأقاليم، ومع تكاثف الجهود الدولية لحماية البيئة، أصبحت المسؤولية البيئية جزءا مضمنا في أبعاد المسؤولية الاجتماعية⁹، حيث تعرف المسؤولية البيئية بأنها:

* المسؤولية البيئية للمؤسسات بالنسبة لـ HUCKEL 1995 تهتم بعلاقة المؤسسة بالبيئة وتحتوي على التزامات صناع القرار لتحمل مسؤولية الإجراءات التي تهدف إلى حماية وتحسين البيئة ككل بما يتماشى مع مصالحها الخاصة¹⁰.

* تعرف كذلك أنها الممارسات التي تعود بالنفع على البيئة أو التخفيف من الآثار السلبية للأعمال على البيئة التي تتجاوز ما هو مطلوب من المؤسسات قانونا إلى ما أقره مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة.

* المسؤولية البيئية هي مشروع بالشراكة مع أطراف أخرى هدفه تطبيق وتطوير العديد من المبادرات البيئية في قطاع الأعمال يركز على:

- الالتزام البيئي للمؤسسة: حيث تقوم المؤسسة بتضمين مبادئ الاستدامة في عملها حتى تكون آثار أعمالها إيجابية على البيئة.
- إدارة الموارد والطاقة: والتي من خلالها المؤسسة تكون منتبهة لتأثير نشاطاتها على النظام البيئي.
- الشفافية في تصريح المؤسسة عن نشاطاتها: حيث يكون هذا التصريح كاملا وسهل الوصول إليه من قبل أصحاب المصلحة.

ثانيا: مبادئ المسؤولية البيئية

لقد ظهر اتجاه في الولايات المتحدة الأمريكية يساهم في دفع المؤسسات الصناعية لتحمل المسؤولية البيئية من خلال المصادقة على مجموعة من المبادئ يطلق عليها مبادئ سيريس CERES، حيث يعبر هذا الإسم عن ائتلاف الاقتصاديات المسؤولة بيئيا الذي تأسس عام 1989 كمنظمة غير ربحية، من بين أعضائها مستثمرين إجتماعيين ومجموعات بيئية ومجموعات المصلحة العامة، حيث نشر هذا الائتلاف مجموعة من عشرة مبادئ إرشادية بعنوان مبادئ سيريس، تستطيع بموجبها المؤسسات التي ترغب أن تؤكد علنيا التزامها بممارسات وأنشطة سليمة بيئيا أن تختار تبني هذه المبادئ.

حيث كانت ديباجة هذه المبادئ الإرشادية تنص على ما يلي: "تبني هذه المبادئ، نؤكد إيماننا بأن المؤسسات تتحمل مسؤولية تجاه البيئة، ويجب أن تدير كافة جوانب عملها كمسؤولة عن البيئة من خلال العمل بطريقة تحمي الأرض. إننا نعتقد أنه يتعين على المؤسسات أن لا تعرض قدرة الأجيال المستقبلية على البقاء للخطر، وسوف نعمل على تحديث ممارستنا باستمرار على ضوء التطورات في التكنولوجيا والمفاهيم الحديثة في الصحة وعلم البيئة، وبالتعاون مع سيريس، سنشجع القيام بعملية ديناميكية للتأكد من أن المبادئ مترجمة بطريقة تتلاءم والتكنولوجيا المتغيرة والحقائق البيئية، ونعترف القيام بتقدم ثابت ومدروس في تنفيذ هذه المبادئ وتطبيقها على كافة جوانب عملياتنا عبر العالم".

وتتمثل مبادئ سيريس العشرة فيما يلي:

الجدول رقم (02): مبادئ سيريس لتبني المسؤولية البيئية

المبدأ	محتوى الالتزام
حماية الغلاف الحيوي	سوف نقلل من انبعاث أية مادة قد تسبب ضررا بيئيا للهواء أو الماء أو الأرض أو سكانها، ونحقق تقدما مستمرا نحو التخلص منها، وسوف نحمي كل المواطن البيئية الطبيعية المتأثرة بعملياتنا كما سنحمي الأراضي المكشوفة والبرية، بينما نحافظ على التنوع الحيوي.
الاستخدام المستديم للموارد الطبيعية	سوف نستغل مواردنا الطبيعية المتجددة بصورة مستديمة، مثل الماء والتربة والغابات، وسنحافظ على الموارد الطبيعية غير المتجددة من خلال الاستخدام الكفء والتخطيط الدقيق.
تقليل النفايات والتخلص منها	سنقلل النفايات ونتخلص منها إن أمكن من خلال تخفيض الكمية المستخدمة منذ البداية وإعادة التدوير، وستتم معالجة كافة النفايات والتخلص منها بطرق آمنة ومسؤولة.
حفظ الطاقة	سنخفض الطاقة ونحسن كفاءة الطاقة لعملياتنا الداخلية وللبضاعة والخدمات التي نبيعها، وسنبذل كل جهد ممكن لاستخدام موارد الطاقة المستديمة والسليمة بيئيا.
تقليل المخاطر	سنبذل قصارى جهدنا لتقليل المخاطر البيئية والصحية والأمنية التي يتعرض إليها موظفونا والمجتمعات التي نعمل فيها، وذلك بواسطة التكنولوجيا وإجراءات التشغيل الآمنة وبواسطة الاستعداد لحالات الطوارئ.
المنتجات والخدمات الآمنة	سنقلل ونتجنب إن أمكن استخدام وتصنيع أو بيع المنتجات والخدمات التي تسبب أضرارا بيئية أو مخاطر صحية أو أمنية. وسوف نطلع المستهلكين على التأثيرات البيئية لمنتجاتنا أو خدماتنا ونحاول تصويب الاستخدام غير الآمن.

<p>سنصوب بسرعة ومسؤولية الأوضاع التي تسببنا بها، والتي تعرض الصحة والسلامة والبيئة للخطر، وسوف نعوض الإصابات التي تسببنا بها للأشخاص أو الأضرار التي ألحقناها بالبيئة وفق الحد المعقول، كما سنقوم بإحياء البيئة.</p>	<p>الإحياء البيئي</p>
<p>في الوقت المناسب سنطلع كل شخص قد يتأثر بالظروف التي تسببت بها مؤسستنا، والتي قد تعرض الصحة أو السلامة أو البيئة للخطر، وسوف نطلب النصيحة والمشورة دائما من خلال الحوار مع أفراد من المجتمعات القريبة من مؤسساتنا، ولن نتخذ أي إجراء ضد الموظفين الذين يبلغون عن وقوع حوادث أو ظروف عمل خطيرة للإدارة أو الجهات المناسبة.</p>	<p>إطلاع الجماهير</p>
<p>سوف نطبق هذه المبادئ، وندعم أية خطوة تعمل على تأكيد أن مجلس الإدارة والمسؤول التنفيذي الأول مطلعون بالكامل على المسائل البيئية ذات الصلة، ومسؤولون بالكامل عن السياسة البيئية، وعند اختيار مجلس إدارتنا سنأخذ بعين الاعتبار الالتزام البيئي المجرب كعامل.</p>	<p>الالتزام الإدارة</p>
<p>سنجري تقييما ذاتيا سنويا لتقدمنا في تطبيق هذه المبادئ، وسندعم توفير إجراءات التدقيق البيئي المنفق عليه في حينه، وسوف نكمل تقرير سيريس سنويا والذي سيكون متوفرا للعموم.</p>	<p>البيانات المدققة والتقارير</p>

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على: ماريان ك بروكوب، ترجمة: عبد الحليم حزين وحزامة حبايب، مراجعة: مهندس موفق الصفار، نحو عالم أخضر -ساعد منظمتك على حماية البيئة وتحسين الربحية-، دار الكرمل، عمان، الأردن، 1995، ص ص 69-72.

بالالتزام بهذه المبادئ سوف تظهر المؤسسات قدرتها على رؤية ما وراء المؤشرات الاقتصادية المتمثلة في العرض والطلب، وبتأكيد العلاقة بين البيئة والاقتصاد، كما ستوضح مبادئ سيريس إمكانية التحكم الذاتي الطوعي للمؤسسة في المسؤولية البيئية¹¹.

المحور الثالث: الإدارة البيئية كآلية لدمج البعد البيئي في المؤسسات الصناعية

تعتبر الإدارة البيئية كتطبيق التزام طوعي نحو البيئة في المؤسسات الصناعية، بل هو خطوة تعبر عن انتقال المؤسسة جديا من مرحلة إلى مرحلة جديدة، وما يميزها هو الرعاية القانونية لها على جميع المستويات العالمية والمحلية من ناحية الأدوات والخصائص والشهادة التي تمنح على إثرها.

أولا: الإدارة البيئية ISO 14000

لقد أدت محاولة المؤسسات دمج البعد البيئي في إدارتها إلى ظهور عدة مواصفات وطنية وإقليمية ودولية، لذا قامت منظمة الإيزو بإصدار المواصفات القياسية إيزو 14000 سنة 1996 ثم تطويرها سنة 2004، ومن أهم العوامل المؤثرة في ظهور وتطور هذه المواصفات هي التنمية المستدامة، الإيزو 9001، إنتشار مواصفات قياسية وطنية غير متماثلة، تطور الوعي البيئي، تطور التشريعات ومشاكل البيئة العالمية.

1- مفهوم الإدارة البيئية ISO 14000: تعتبر المواصفات العالمية لنظم الإدارة البيئية خطوة هامة في تحسين

وتصميم الإدارة البيئية بالمؤسسات الصناعية، ويمكن تعريف الإدارة البيئية كمواصفة ISO 14000 كما يلي:

* هي مواصفات موثقة تستدعي من المؤسسة المساهمة في الحفاظ على استخدام المواد الأولية وإنتاج ومعالجة وتصريف الفضلات الخطيرة¹².

* هي إدارة للمؤسسة لتبقى واعية لتفاعلات سلعها وأنشطتها مع البيئة وذلك لغرض الانجاز والتحسين المستمر لمستوى الأداء المرغوب، إذ تتطلب اتباع منهج علمي شامل يتضمن وضع إجراءات خاصة، تقوم على تقدير المؤثرات البيئية، وتدريب العاملين على تقليل الهدر والضياعات، وبناء قسم متكامل ضمن أقسام المؤسسة يتحقق من خلاله إنتاج منتجات ليس لها أي تأثير بيئي أو أقل تأثيرا بالمقارنة مع المنافسين¹³.

* الإدارة البيئية هي سلسلة مواصفات قياسية تمثل مصدرا مرشدا نحو تبني نظام كفاء وفاعل لإدارة البيئة، قائم على مجموعة متطلبات متسلسلة ملزمة التطبيق والتوافق، ترتبط مع بعضها البعض بصورة متكاملة بغية تحقيق الهدف الأساسي للسلسلة، وتقوم هيئة مستقلة للتقييم ومنح الشهادة بتقييم المؤسسة الساعية للحصول على شهادة إيزو 14000 أو إحدى مواصفاتها¹⁴.

* الإدارة البيئية هي سلسلة مواصفات قياسية تعبر عن التزام المؤسسة الصناعية بأداء دور فاعل في تفحص عملياتها بشكل شامل مع دمجها للاعتبارات البيئية، والبحث عن وسائل لزيادة فاعلية العمليات، وإقامة الدراسات الكفيلة بالحد من إنتاج النفايات في مرحلة مبكرة من مراحل الإنتاج والبحث عن فرصة لتحويل منتجاتها الثانوية غير المطلوبة إلى مواد يمكن إعادة استخدامها، وبما يقدم للزبائن والمساهمين فيها والجهات ذات العلاقة بالقضايا البيئية ضمانات تعزز الثقة بها وبمنتجاتها¹⁵.

2- أهداف الإدارة البيئية ISO 14000: تهدف هذه المواصفات إلى¹⁶:

- مساعدة المؤسسات على إدارة وتقييم الفعالية البيئية الخاصة بأنشطتها ومنتجاتها وخدماتها ووضع الأهداف والسياسات الخاصة بها في مجال البيئة.
- إلتزام المؤسسات بالإعلان عن سياستها البيئية.
- تشجيع المؤسسات في سعيها للحصول على شهادة المطابقة من الجهات المختصة بشأن السلامة البيئية.
- وضع مجموعة إجراءات يجري بموجبها تحديد والرضوخ والالتزام بالأنظمة والتعليمات والضغوط الاجتماعية.
- تحسين الأداء البيئي في مجال التصنيع.
- تحقيق انسجام بين المقاييس الوطنية والإقليمية بغية تسهيل التبادل التجاري.
- مضاعفة المصادقية.
- تحسين الميزة التنافسية.
- دخول أسرع للأسواق.
- إيجاد لغة مشتركة للإدارة البيئية على المستوى العالمي.

3- نشأة المواصفة (إيزو 14000) وتطورها: يمكن إيجاز نشأة مواصفة إيزو 14000 وتطورها فيما يلي:

* شكلت في سنة 1991 مجموعة استشارية من المنظمة العالمية للتقييس ISO مختصة بتطوير مقاييس عالمية قادرة على:

- وضع مدخل عام للإدارة البيئية مماثل لمقاييس إدارة الجودة ISO 9000.
- تعزيز قدرة المؤسسة على ترسيخ التحسين في الأداء البيئي.
- تسهيل التجارة العالمية عن طريق تخفيض أو إزالة الحواجز التجارية.

* أثمرت نتائج أعمال المجموعة عن تشكيل اللجنة الفنية (207) المختصة بتطوير المواصفة إيزو 14000، وتتألف اللجنة من ممثلين رسميين للقطاع الصناعي ومنظمات التقييس وبعض المنظمات الحكومية الخاصة بالدول الصناعية في غرب أوروبا وكندا والولايات المتحدة.

* شكلت اللجنة الفنية سبع لجان فرعية تتكون كل لجنة فرعية من مجموعات عاملة، ينصب عمل اللجنة الفنية بسبع مجالات رئيسية هي: - نظام الإدارة البيئية - التدقيق البيئي - الملصقات البيئية - تقييم الأداء البيئي - تقدير دورة الحياة - المصطلحات - الجوانب البيئية في مقاييس المنتج.

* مهدت السلسلة الطريق لإدارة المؤسسات لأنشطتها البيئية، وهي تمثل اتفاقا على المستوى الدولي لنظم تنفذها المؤسسات لضمان تركيزها على المواضيع البيئية، من خلال توفير قاعدة تسمح بتخطي حدود فنية وسياسية وجغرافية تسهم بجدية في السوق العالمي فضلا عن كونها تقدم طريقة مشتركة لنظام الإدارة البيئية على المستوى الدولي.

* سارعت الدول المتقدمة حال صدور المواصفات إلى اعتمادها كمواصفات وطنية مثل منظمة المقاييس الأوروبية¹⁷.

* تم وضع تعديلات على عائلة المواصفات إيزو 14000 حيث كانت 23 مواصفة في سنة 1996، بينما حدثت في سنة 2004 ليتضاءل عددها إلى 16 بسبب دمج بعض المواصفات مع عائلة المواصفات إيزو 9000 المتعلقة بالمنتج، حيث أصدرت النسخة المجددة لنظام الإدارة البيئية مع التعديلات خاصة في بند الشروط والتعاريف.

إذا يجب على المؤسسات المسجلة أن تكون مدركة أكثر لتعاريف نظام الإدارة في المواصفة لتفادي أي اختلال في التزامها البيئي¹⁸.

4- سلسلة المواصفة إيزو 14000: شهدت السنوات الأخيرة عددا من المواصفات القياسية للإدارة البيئية على المستويات المحلية والإقليمية، تلتها المواصفة القياسية العالمية الجديدة إيزو 14000 والتي وحدت المقاييس المحلية والدولية السابقة تحت هذا الاسم، حيث تتجزأ إلى مواصفات فرعية تدرج تحت هذه المواصفة يمكن جمعها في الجدول التالي¹⁹:

جدول رقم (03): مقاييس عائلة المواصفة إيزو 14000

تاريخ المواصفة	رقم المواصفة	مجال العمل
2004	14001	تحديد متطلبات منظومة الإدارة البيئية التي تمنح جهة ثالثة المؤسسة شهادة تحقيقها، ويشمل هذا: + تطوير سياسة بيئية. + تعريف الجوانب البيئية في نشاطها. + تحديد الاحتياجات القانونية والرقابية ذات العلاقة.

<p>+ بلورة الأهداف البيئية.</p> <p>+ إقامة برنامج بيئي يحقق الأهداف المحددة وصيانتته.</p> <p>+ تنفيذ نظام للإدارة البيئية يشمل التجريب والتوثيق والرقابة الفعلية والاستعداد للطوارئ ومواجهتها عند حدوثها.</p> <p>+ الرقابة والقياس للأنشطة التنفيذية، بما في ذلك تحديث الوثائق المستخدمة.</p> <p>+ إجراءات مراجعة النظام.</p> <p>+ مراجعة الإدارة للنظام لتحديد ملاءمته وكفاءته وفعاليتته باستمرار.</p>		
<p>وهي توفر أدلة إرشادية إضافية في شأن تصميم نظام الإدارة البيئية وتطويره وصيانتته، من دون أن تكون من بين معايير منح الشهادة للمؤسسة، وبمعنى آخر فإنها تمثل الجسر الذي تعبر عليه المؤسسة التي تحتاج إلى مزيد من المعلومات حول المبادئ التي أقيم عليها النظام والآليات المساعدة على تطوير نظام الإدارة البيئية، وهي تتضمن تفاصيل حول:</p> <p>+ مبادئ الإدارة البيئية المتفق عليها عالميا، وكيفية تطبيقها في تصميم مكونات النظام.</p> <p>+ نماذج عملية لما تحتاج المؤسسة إلى النظر فيه عند تعميم النظام، بما في ذلك طريقة تحديد الاعتبارات البيئية، والآثار المرتبطة بمختلف الأنشطة والمنتجات والخدمات.</p> <p>+ أبواب توفر مساعدات عملية في مختلف مراحل تصميم النظام وتنفيذه وتطويره.</p>	14004	2004
<p>وهي مواصفة نمطية تشمل:</p> <p>+ تعريف المصطلحات.</p> <p>+ المبادئ العامة للمراجعة مثل الموضوعية والاستقلالية وكفاءة المراجع، والتطبيق المنهجي لإجراءات التقييم واعتمادية النتائج.</p> <p>+ هيكل وشكل تقرير المراجعة.</p>	14010	1996
<p>تتناول إجراءات المراجعة، وتشمل المعلومات الواردة فيها إرشادات في شأن:</p> <p>+ أهداف المراجعة.</p> <p>+ وظائف ومسؤوليات المشاركين فيها، بما في ذلك المؤسسة والعميل.</p> <p>+ تحديد نطاق المراجعة وخطتها ووثائق العمل.</p> <p>+ جمع البيانات ومراجعة النتائج.</p> <p>+ إعداد تقرير المراجعة.</p>	14011	1996
<p>توفر إرشادات حول الحدود الدنيا للكفاءة في اختيار المراجعين ورئيسهم، وتقديم معلومات عن:</p> <p>+ المؤهلات التعليمية والمهنية لهم.</p> <p>+ التدريب النظامي ومن خلال العمل.</p> <p>+ كفاءة وصفات ومهارات المراجع.</p> <p>+ تقديم إرشادات تساعد في تقييم مدى صلاحية المتقدمين للقيام بالمراجعة.</p>	14012	1996
<p>توجيهات لكيفية إجراء التقييم البيئي على المواقع.</p>	14015	2001
<p>مبادئ عامة حول الملصقات والإعلان البيئي.</p>	14020	1998
<p>الإعلان البيئي الذاتي.</p>	14021	1999
<p>مبادئ وإجراءات حول الملصقات البيئية نوع 1.</p>	14024	1998
<p>مرشد للمبادئ والإجراءات حول الإعلان البيئي نوع 3.</p>	14026	/

14031	1999	تقرير تقني، تعليمات تقييم للأداء وتمييز ووصف العناصر المتعلقة بالإعلانات البيئية وبرامج المطابقة.
14032	1999	تقرير تقني، أمثلة عن تقييم الأداء البيئي.
14040	1997	مبادئ وإطار لإجراء وتقديم تقرير دراسات تقييم دورة الحياة.
14041	1998	مبادئ وإطار يزود المتطلبات لإجراء تفسير دورة الحياة.
14042	2000	تقييم تأثير دورة الحياة.
14043	2000	تفسير دورة الحياة.
14047	2003	أمثلة تقييم تأثير دورة حياة تطبيق إيرو 14042.
14048	1999	توثيق بيانات دورة الحياة.
14049	2000	أمثلة تقييم دورة حياة تطبيق إيرو 14041.
14050	2002	يحتوي تعاريف المفاهيم الأساسية المتعلقة بالإدارة البيئية.
14061	1998	معلومات لمساعدة منظمات علم الغابات في استخدام نظام الإدارة البيئية إيرو 14001 وإيرو 14004.
14062	2002	يوحد السمات البيئية مع تصميم وتطوير المنتجات، لم يصنف كمواصفات لأغراض التسجيل والشهادة.
14064	1997	دليل للجوانب البيئية في مقاييس المنتج.

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على:

- أسامة الخولي، مصطفى طلبة، البيئة وقضايا التنمية والتصنيع -دراسات حول الواقع البيئي في الوطن العربي والدول النامية-، سلسلة عالم المعرفة، ع 285، الكويت، 2002، ص ص 273-275.
- يوسف حجيم الطائي، محمد عاصي العجيلي، ليث علي الحكيم، مؤيد الفضل، نظم إدارة الجودة في المنظمات الإنتاجية والخدمية، دار اليازوري للنشر، عمان، 2009، ص ص 387-388.
- محمد عبد الوهاب العزاوي، أنظمة إدارة الجودة والبيئة ISO 14000 و ISO 9000، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص ص 190-191.

ثانيا: الإدارة البيئية كنظام إداري قياسي إيرو 14001

بعد ظهور سلسلة مواصفات الإدارة البيئية ISO 14000 وبروز الإدارة البيئية كنظام من هذه السلسلة ISO 14001، صار جليا أن هناك توحيدا مفروضا في طرق ممارسة هذه الإدارة عن النمط التقليدي السابق، والذي كان فوضويا بسبب الاختلافات التي برزت بين المؤسسات والدول التي طبقت هذا النظام، لذا جاءت هذه المواصفة كدليل عالمي لتوحيد تطبيق نظام الإدارة البيئية في المؤسسة، فالمؤسسة التي تتحصل على هذه الشهادة تثبت أنها تبذل جهودا واضحة في الحد من التلوث الناجم عن نشاطها الاقتصادي، ومما لا شك فيه أن الحصول على تلك الشهادة سوف يساعد المؤسسة في زيادة نسبة المبيعات وخفض التكاليف وزيادة القدرة على المنافسة في المدى المتوسط والطويل.

1- مفهوم الإدارة البيئية إيرو 14001: يمكن تعريف الإدارة البيئية إيرو 14001 كنظام جزئي من سلسلة مواصفات الإدارة البيئية ISO 14000 كما يلي:

* عرفت الموسوعة الألمانية أنها تنظيم في إطار المؤسسة يلتزم من خلاله جميع الأفراد بتحقيق أهداف المؤسسة لحماية البيئة²⁰.

* عرفت منظمة ISO المنظمة العالمية للتقييس سنة 2004 أنها جزء من نظام إدارة المؤسسة يستعمل لتطوير وتنفيذ سياستها البيئية وتقييم تأثيرها للبيئة²¹.

* يعد نظام الإدارة البيئية وفقا للمواصفة إيزو 14001 إطارا إداريا لتخطيط وتنفيذ الاستراتيجيات والبرامج البيئية ذات العلاقة بالمؤسسة²².

* يعرف نظام إدارة البيئة من خلال ISO 14001 على أنه: نظام فرعي من النظام الإداري الكلي يشتمل على الهيكل التنظيمي، الأنشطة التخطيطية، المسؤوليات، الأساليب، التقنيات، العمليات والموارد التي تهدف إلى تطوير وتنفيذ وتقييم والعناية بالسياسات البيئية للمؤسسة.

وهنا ينظر إلى نظام إدارة البيئة كإطار محدد للأدوات التي تستخدمها مواصفات إدارة البيئة لتحقيق الأهداف وآلية يتم من خلالها الحكم على الأداء البيئي للمؤسسة ومتابعته، أي أن إدارة البيئة في المؤسسة تستخدم نظام إدارة البيئة كأداة للرقابة على تطبيق المتطلبات والالتزامات الخاصة بالحفاظ على البيئة، هذه المتطلبات والالتزامات محددة في توجيهات الإدارة وفي تعليمات العمل والتشغيل وتوصيف العمليات²³.

2- خصائص الإدارة البيئية ISO 14001: تمتاز الإدارة البيئية وفق المواصفة ISO 14001 بعدة خصائص كما يلي:

- تستطيع المواصفة كنظام إداري أن تتكامل مع الأنظمة الأخرى على مستوى المؤسسة بكفاءة وتماسك عالي، إذ تقدم المواصفة تسهيلات في عملية الإستفادة من الفرص البيئية المتاحة بطريقة متجاوزة للحدود المخطط لها أساسا، ومن أهم المواصفات التي تمكن أن تندمج معها المواصفة ISO 14001 هي المواصفة الخاصة بإدارة الجودة ISO 9001، والمواصفة OHSAS 18001 (نظام إدارة الصحة والسلامة المهنية) الخاصة بالأمن والوقاية.

- تلتزم المواصفة بالوقاية من التلوث وهو حجر الزاوية في كفاءة أدائها، وهذا ما يجب أن ينعكس في سياستها وأهدافها وأنشطة المؤسسة، خصوصا عندما يتم نقل متطلبات تطبيقها إلى الواقع العملي.

- لا تحتاج المؤسسة إلى نقطة بداية متكاملة لتنفيذ هذه المواصفة إذ كثيرا ما تكون المعرفة بمتطلبات المواصفة كافية لتكون نقطة انطلاق نحو إنشاء نظام إدارة بيئية جيد.

- تركز المواصفة على مفهوم التحسين المستمر لكنه مفهوم افتراضي لا يمكن بلوغه، وذلك بسبب عدم وجود مؤسسة مثالية لذلك، فهذه المواصفة نظام يساعد المؤسسة في التحسين البيئي من خلال تحليل وتحديد المشاكل البيئية وتوثيقها منعا للتكرار.

3- متطلبات نظام الإدارة البيئية في المواصفة إيزو 14001: حددت اللجنة الفنية 207 التابعة لمنظمة المقاييس العالمية، المتطلبات الخاصة بنظام الإدارة البيئية وفقا للبنود الواردة في المواصفة إيزو 14001 تتمحور جميعها حول التحسين المستمر، يمكن اختصارها في الجدول التالي:

جدول رقم (04): متطلبات نظام الإدارة البيئية في المواصفة إيزو 14001

وصف ملخص للمتطلب	المتطلبات	
تقوم بترسيخ نظام الإدارة البيئية وتحافظ على ديمومته.	المتطلبات العامة	
بيان يعد ويصادق من قبل الإدارة العليا، ويعلن التزام المنظمة تجاه البيئة ويستخدم كإطار للتخطيط و التنفيذ.	السياسة البيئية	
تحديد العناصر البيئية للأنشطة والمنتجات والخدمات وتحديد المؤثرة بيئيا منها.	الجوانب البيئية	التخطيط
الإمتثال التام للقوانين والتشريعات البيئية الوطنية وتهيئة مستلزماتها.	المتطلبات القانونية والمتطلبات الأخرى	
وضع الأهداف والغايات والبرامج تتناسب مع السياسة والجوانب البيئية.	الأهداف والغايات والبرامج البيئية	المتطلبات العامة
ضمان توفر الموارد، وتحديد الأدوار والمسؤوليات والصلاحيات.	الموارد والأدوار والمسؤوليات والسلطة	
ضمان بان العمال يتم تدريبهم وتوعيتهم وتمكينهم من تحمل المسؤولية.	التدريب، التوعية والكفاءة	التنفيذ والتشغيل
وضع الأسس الاتصال الداخلي والخارجي لقضايا البيئة.	الاتصال	
حفظ وإدانة المعلومات المتعلقة بنظام إدارة البيئة.	التوثيق	
ضرورة السيطرة على الوثائق بنظام خاص بها.	ضبط الوثائق	
التخطيط للعمليات وإدارتها وفقا للسياسة البيئية.	ضبط العمليات	
تحديد الطوارئ المحتملة وتطوير إجراءات الاستجابة.	الاستعداد للطوارئ	
مراقبة النشاطات البيئية وقياس أدائها.	المراقبة والقياس	
إجراء موثق لتقييم المطابقة لضمان تنفيذ النشاط البيئي.	تقييم المطابقة	
تحديد حالات عدم المطابقة والتحري عنها واتخاذ الإجراء التصحيحي لها وضمان عدم تكرارها.	الإجراء التصحيحي لعدم المطابقة	
الاحتفاظ بسجلات توثيق نظام الإدارة البيئية.	السجلات	
تدقيق دوري لضمان عمل نظام الإدارة البيئية.	التدقيق الداخلي	الفحص والتصحيح
مراجعة دورية للنظام مع التركيز على التحسين المستمر.	مراجعة الإدارة	

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على: يوسف جحيم الطائي وآخرون، نظم إدارة الجودة في المنظمات الإنتاجية والخدمية، دار اليازوري، عمان، 2009، ص 406.

المحور الرابع: واقع دمج الإدارة البيئية في المؤسسات الصناعية الجزائرية

يمكن اعتبار وضع نظام إدارة بيئية والعمل على الحصول على المطابقة مع المواصفة العالمية إيزو 14001 دليلا على مجهود المؤسسة في تبني البعد البيئي والاهتمام بالبيئة كمكون من مكونات إدارة المؤسسة، ويعتبر نظام الإدارة البيئية الإيزو 14001 من أنجع الطرق لتحسين الأداء البيئي للمؤسسة وتطويره في المدى المتوسط والبعيد وذلك نتيجة خضوعه للمراقبة والمراجعة المستمرة والدورية كل 3 سنوات من طرف الهيئات الخارجية المكلفة بعملية بتقديم الإشهاد.

ويتم هذا الالتزام من قبل المؤسسات الصناعية التي تسعى دون أي ضغط للحد من التلوث الصناعي عن طريق الالتزام البيئي أحادي الجانب للاستفادة من شهادة الإيزو 14001 التي تفيد صورتها ومكانتها التنافسية خاصة إذا كانت مؤسسة مصدرة، ويكون ذلك من خلال الخطوات التالية¹:

- دليل طلب رخصة استغلال يقدمه الصناعيون إلى السلطات المختصة، ينبغي أن يعكس أهم مراحل طلب الاستغلال بالنسبة لمختلف المواقع الصناعية التي تتضمن كفاءات تكوين الملف والإجراءات وشروط الطلب بالنسبة للأنشطة الخاضعة للتصريح والترخيص.

- طبقا لإجراءات وشروط طلب الترخيص يلزم الصناعي بالامتثال لمتطلبات المقاييس البيئية وإخضاع وحدته لدراسات الأثر والأخطار وعند الضرورة إدخال التقنيات المتوفرة من أجل ضمان إنتاج أنظف.

- تحقيق تسيير بيئي على مستوى المؤسسة وفقا لمقاييس إيزو 14000 واستعمال المؤشرات البيئية في مسار رقابة التسيير المتكامل للمؤسسة.

- استعمال أحسن التقنيات المتوفرة باعتبارها عنصرا من العناصر الضرورية في التسيير المتكامل الذي يهدف إلى تقليص التلوث.

- استعمال الإعلام الآلي للمساعدة على اتخاذ القرار في مجال التسيير المتكامل للمؤسسة، الذي يسمح بدون شك بتقييم متعدد للإخطار البيئية ويقترح الحلول الناجعة تقنيا.

حتى سنة 2000 لم تكن أي مؤسسة جزائرية حاصلة على شهادة إيزو 14001 لإصدار سنة 1996، وفي سنتي 2001-2002 تم إنجاز دراسات تدقيقية بيئية حول عدد من الوحدات الصناعية في إطار مشروع مراقبة التلوث الصناعي، وتشكل هذه الدراسات أولى مرحلة نحو إقامة منظومة تسيير بيئية وفق مقاييس إيزو 14000 وشكلت ثلاث وحدات صناعية موضوع دراسة تدقيقية بيئية وفق مقاييس إيزو 14001 ويتعلق الأمر هنا بمصنع الإسمنت بحامة بوزيان ومركب محركات الجرارات لوادي حيمي ومصنع الدباغة الأوراسية بباتنة، وفي سنة 2003 حصلت هذه المؤسسات على شهادة الإيزو 14001، ونشير هنا إلى مصنع فيرموس ببئر العائر الذي خضع للتصديق حسب مقاييس إيزو 14000 في شهر ديسمبر 2003 وهناك مؤسسات أخرى تابعة لقطاعات مختلفة (حوالي 10 مؤسسات) كانت في طور التصديق على أساس هذا المقياس²، إلا أن هذا العدد تطور تطورا ضئيلا جدا من 5 مؤسسات سنة 2005 إلى 24 مؤسسة سنة 2008³، و6 مؤسسات صناعية أخرى في الطريق للحصول على الإشهاد، وفي بداية سنة 2011 حصلت مؤسستين جديدتين على الإشهاد الإيزو 14001 وهما مؤسسة فرتيال لصناعة المخصبات والأسمدة الزراعية، ومؤسسة DJEZZY جيزي للاتصالات، أي أن مجموع المؤسسات الجزائرية الحاصلة على المواصفة القياسية الإيزو 14001 هو 34 مؤسسة وذلك رغم الإعانات المالية الموجهة للمؤسسات الجزائرية التي توطن أنظمة إدارة مطابقة للمواصفات القياسية الدولية التي تمنحها وزارة الصناعة من خلال المخصصات المالية لصندوق تحسين التنافسية الصناعية.

¹ التقرير الوطني حول حالة ومستقبل البيئة 2007، مرجع سابق، ص ص 257-258.

² نفس المرجع، ص 418.

³ خالد أعراب، مرجع سابق، ص 138.

والجدول الموالي يوضح بعض المؤسسات التي انخرطت في البرنامج، وحصلت على هذه الشهادة في نظام التسيير البيئي إيزو 14001:

جدول رقم (05): بعض المؤسسات الجزائرية الحاصلة على شهادة إيزو 14001

سنة الحصول على الشهادة	الجهة المانحة للشهادة	النشاط	المؤسسة
2003	SGS International Certification Services (France)	المناجم ومصانع معالجة الفوسفات.	فيرفوس (فروع الفوسفات)
2005	AIB-Vinçotte International (Belgique)	فصل ومعالجة الغاز الطبيعي المسال.	Complexe GP 1 Z de Béthioua
2005	QMI	دراسة وتوريد ومتابعة مشاريع البناء.	BROWN&ROOT -CONDOR
2005	QCM- AIB Vinçotte Belgique	مركب سوناطراك لتسييل الغاز الطبيعي.	GL2Z – Complexe GNL Arzew SONATRACH
2000	QMI (Canada)	إدارة منطقة الميناء، المساعدات الملاحية للسفن، المناولة والشحن وتفريغ البضائع، تقديم خدمات للسفن، عبور البضائع الخطرة، عبور الركاب وسياراتهم.	مؤسسة ميناء بجاية
2006	SGS International Certification Services (France)	المؤسسة الوطنية للأشغال في الآبار.	ENTP
2006	DQS Allemagne	فرع تابع للشركة الألمانية لمواد التنظيف.	هنكل الجزائر
2006	SGS international France	الشركة الوطنية للجيوفيزياء.	ENAGEO
2006	AIB-Vinçotte international Belgique	الدراسات الهندسية والتقنية.	S.E.T Annaba
2006	QMI (Canada)	إنتاج وتسويق الزنك.	ALZINC
2006	QMI (Canada)	شبكة الهاتف المحمول.	أوراسكوم تيليكوم
2005	AFAQ	صناعة الإسمنت.	إسمنت عين التوتة
2006	AFAQ	الشركة الوطنية لأجهزة القياس والمراقبة.	AMC EL EULMA
2005	SGS International (France)	المؤسسة الوطنية للحفر (فرع من مؤسسة سوناطراك).	ENAFOR
2001	SGS International (France)	التنقيب وتطوير إنتاج الغاز.	عين صالح للغاز
2005	UTAC de France	مؤسسة تسيير المنطقة الصناعية بسكيكدة.	EGZIK
2005	QCM- AIB Vinçotte Belgique	إنتاج الغاز الطبيعي المسال.	GL1Z AVAL

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على:

hariz samia, contribution à l'étude de l'apport des technologies au management des projets environnementaux au niveau des entreprises algériennes, these présentée en vue de l'obtention du diplôme de docteur en sciences en hygiène et sécurité industrielle, option : gestion des risques, institut d'hygiène et sécurité industrielle, université hadj lakhdar de batna, 2015/2016, p p 69-70.

في ظل المعطيات عن عدد المؤسسات الحائزة على شهادة الإيزو 14001 نلاحظ التقصير الواضح للمؤسسات الجزائرية تجاه البيئة التي تعمل فيها خاصة تلك التي تعمل في القطاعات والفروع الاقتصادية المعروفة بالحجم الكبير لمخلفاتها وانبعاثاتها ونفاياتها كمصانع الاسمنت والزنك، النحاس، البتروكيميا، الحديد والصلب، الأسمدة والمخصبات الزراعية، الصناعات الغذائية، الجير والجبس⁴.

إذا يمكن القول أن المؤسسات الجزائرية لا تعبر اهتماما كبيرا بتوطين نظم الإدارة البيئية لتطوير أداءها البيئي، هذا ما توصل إليه سبر أراء عن طريق الانترنت والفاكس قامت به شبكة المؤسسات المغاربية للبيئة REME سنة 2012 شمل مديري 150 مؤسسة (30 لكل فرع اقتصادي) في كل من الجزائر والمغرب وتونس تعمل في الفروع الاقتصادية التالية: البناء- الصناعات الغذائية- المناجم، الصناعات الكيماوية، الطاقة- الصناعات الالكترونية والميكانيكية- السياحة، حيث هدفت هذه الدراسة التي تقيم استيعاب القضايا البيئية وتطبيق نظم الإدارة والتكنولوجيات البيئية في المؤسسات الجزائرية والتونسية والمغربية عن طريق استخدام استبيان فيه مجموعة من الأسئلة يجيب عليها مديري المؤسسات الذين شملهم التحقيق، وذلك لمعرفة:

- مكانة البيئة في تسيير المؤسسات الجزائرية والتونسية والمغربية.

- مكانة نظم الإدارة البيئية في تسيير المؤسسات الجزائرية والتونسية والمغربية.

توصلت هذه الدراسة إلى أن 54 % من مسيري المؤسسات الجزائرية التي شملها سبر الآراء يرون أن البيئة تحتل مكانة مهمة أو جد مهمة في التسيير، وينطبق نفس الشيء فيما يخص توفر إدارة بيئية في تنظيم المؤسسات الجزائرية، أما فيما يخص العلاقة بين الإدارة البيئية والقدرة التنافسية فمن الواضح أن مديري المؤسسات الجزائرية هم الأقل إدراكا ومعرفة لذلك، والنقطة الوحيدة الايجابية للمؤسسات الجزائرية تتعلق بتحسيس الموظفين بأهمية الحفاظ على البيئة، إذ أن 36 % من المؤسسات الجزائرية التي شملها الاستبيان حضر موظفوها إلى ندوات وورشات وملتقيات وأيام تكوينية موضوعها المؤسسة والبيئة.

كما توصلت هذه الدراسة إلى انه رغم الأهمية الاقتصادية والتجارية للحصول على المواصفة القياسية العالمية الخاصة بنظم إدارة البيئة الإيزو 14001، إلا أن 70 % من المؤسسات الجزائرية التي شملتهم عينة الدراسة أكدوا عدم معرفتهم ومتابعتهم لنظم الإدارة البيئية المعروفة على المستوى العالمي، لذلك تعتبر المؤسسات الجزائرية من أقل المؤسسات حصولا على شهادة الإيزو 14001 في منطقة شمال إفريقيا والشرق الأوسط.

أما فيما يخص توثيق الآثار البيئية السلبية لنشاط المؤسسات الجزائرية، فقد أكدت 65 % من التي شاركت في سبر الآراء عدم توثيقها لهذه الآثار.

من خلال ما سبق نلاحظ أن المؤسسات الجزائرية لا تعبر أهمية كبيرة لأنظمة الإدارة البيئية وذلك للأسباب التالية:

⁴ شتوح وليد، مكانة نظام الإدارة البيئية الإيزو 14000 في تسيير المؤسسات الجزائرية، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، ع 2، جامعة غرداية، 2014، ص ص 12-13.

- جهل معظم مديري المؤسسات الجزائرية سواء العمومية أو الخاصة بالمكاسب الاقتصادية والتجارية لتطبيق نظام الإدارة البيئية خاصة وفقا للمواصفة القياسية العالمية الإيزو 14001 لإصدار سنة 2004 التي أثبتت الدراسات أن الحصول عليها يحقق للمؤسسة وفورات في التكاليف ويزيد من قدرتها التنافسية في الأسواق التي تفرض قيودا بيئية متشددة.
- عدم إدراك مديري معظم المؤسسات الجزائرية أن الإدارة البيئية أصبحت لها مكانة معتبرة في تسيير المؤسسات الحديثة، وذلك لما لها من مكاسب وأيضا بسبب السياسات البيئية الحكومية التي تعاقب المؤسسات ذات الأداء البيئي السيئ.
- عدم معرفة معظم مديري المؤسسات الجزائرية بنظم الإدارة البيئية المعروفة على المستوى الدولي وتأثير تبنيتها وتوطيئها على أداء المؤسسة.
- ضعف السياسات البيئية الوطنية وعدم قدرتها على التأثير على سلوك المؤسسات الملوثة ودفعها نحو توظيف وتطبيق نظام الإدارة البيئية الإيزو 14001.
- غياب الوعي البيئي لدى المستهلكين الذين لا يأخذون في حسابهم الاعتبارات البيئية عند شرائهم للسلع والخدمات عكس الأسواق الأوروبية مثلا التي ظهرت فيها فئة من المستهلكين يفضلون السلع النظيفة بيئيا على حساب السلع الملوثة.
- معظم المؤسسات الجزائرية تسوق منتجاتها في الأسواق المحلية التي لا تفرض شروطا بيئية معقدة كالتي تفرض في أسواق الدول المتقدمة.
- الخوف من ارتفاع التكاليف بسبب تطبيق أنظمة الإدارة البيئية الإيزو 14001 داخل وحداتها مما يؤثر سلبا على تنافسيتها خاصة في الأسواق الداخلية.
- غياب هيئات وطنية متخصصة فاعلة في مرافقة ومساعدة المؤسسات الجزائرية على تطبيق نظام الإدارة البيئية الإيزو 14001 عدا المعهد الجزائري للقياس IANOR.⁵
- كما أن هناك أسبابا موضوعية مرتبطة بظروف الاقتصاد الوطني وأسبابا ذاتية مرتبطة بقدرات المؤسسة والثقافة الموجودة فيها منها⁶:
- ارتباط تبنى أنظمة الإدارة البيئية بواقع المسؤولية التي تتحملها المؤسسات الجزائرية تجاه البيئة، فمعظم المؤسسات الجزائرية لا تهتم بالممارسات ذات الطابع البيئي، لأن الأداء الاقتصادي يأتي في مقدمة أولوياتها بسبب المشاكل العديدة والمعقدة والهيكلية التي تعاني منها، والتي تعتبر من العوائق الكبيرة أمام تبنى أنماط التسيير الحديثة ومنها نظام الإدارة البيئية، فهذه المؤسسات تعاني من مشاكل التمويل و كذلك ضعف الأداء الاقتصادي و المالي و من ظاهرة تسرب الإطارات المؤهلة و ذات الكفاءة، لذلك فإن الجهود اتجهت نحو إيجاد حلول لهذه المشاكل على حساب الأداء البيئي.

⁵ شتوح وليد، مرجع سابق، ص ص 13-16.

⁶ خالد أعراب، مرجع سابق، ص 139.

- تحتاج المؤسسة الصناعية إلى مرافقة من السلطات الجزائرية في سبيل تبني أنظمة إدارة بيئية، إذ أن انتشار تطبيق المواصفة إيزو 14001 يرتبط بشكل كبير بجهود الدولة في هذا المجال، هنا نلاحظ أنه بالرغم مما وضعتة الدولة من آليات تحفيزية من شأنها حث المسير على تبني أنظمة الإدارة البيئية، إلا أن الطابع الطوعي لانتهاج هذه الأساليب الحديثة في الإدارة جعلت المسيرين لا يقبلون عليها ولا يرون أن هناك ضرورة لدمج البعد البيئي في إستراتيجيات أعمالهم.

خاتمة:

رغم وضوح مسؤولية المؤسسات الصناعية عن التلوث الصناعي في بيئتها والبيئات القريبة منها، إلا أن الكثير من مسيري هاته المؤسسات لا زالوا يرفضون تحمل مسؤولياتهم البيئية إلا عن طريق الطرق الإجبارية التي تمارسها الدولة عليهم، والقليل من هذه المؤسسات الجزائرية من انخرط فعلا في دمج البعد البيئي طواعية عن طريق السعي لدمج الإدارة البيئية بغية الحصول على شهادة الإيزو 14001، وذلك هروبا للأمام فقط من ملاحقات الدولة والضغوطات الاجتماعية، إذا في المحصلة يمكن القول أن دمج البعد البيئي كإدارة بيئية لم يكن انطلاقا من التزام هذه المؤسسات بمسؤولياتها الاجتماعية، بل كان الغرض منه تلميع صورة المؤسسة فقط في الجانب البيئي.

قائمة الهوامش:

¹ عثمان حسن عثمان، دور إدارة البيئة في تحسين الأداء البيئي للمؤسسة الاقتصادية، المؤتمر العلمي الدولي حول التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير بجامعة فرحات عباس- سطيف، بالتعاون مع مخبر الشراكة والاستثمار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفضاء الأورومغاربي، 08/07 أفريل 2008، ص 3.

² وفاء التميمي، واقع تبني المسؤولية الاجتماعية في التسويق للمؤسسات المنتجة لمستحضرات التجميل (دراسة ميدانية مبنية على آراء مجموعة من مديري مؤسسات إنتاج مستحضرات التجميل)، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 6، ع 3، الأردن، 2010، ص 352.

³ علاء فرحان طالب، عبد الحسين حسن حبيب، أمير غانم العوادي، فلسفة التسويق الأخضر، دار صفاء للنشر والطباعة والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 37.

⁴ Frank Aggeri et Olivier Godard, **les entreprises et le développement durable**, entreprise et histoire, 2006/4 N° 45, P12.

⁵ Ahmed atil et abdelouahab dadane, **la notion et le concept de la rse dans les PME algériennes**:entre une perception floue et une représentation controversée, colloque international sur les comportements des entreprises économiques face aux enjeux du développement durable et de l'équité sociale, Ouargla 20et 21 novembre 2012, P08.

⁶ Bruno Boidin, **les enjeux de la responsabilité sociale et environnementale des entreprises dans les pays en développement**, monde en développement, 2008/4 n° 144,P 07.

⁷ ثامر ياسر البكري، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001، ص ص 28-29.

⁸ نفس المرجع، ص ص 33-34.

⁹ Jennifer K lynes, Mark Andrachuk, **motivations for corporate social and environmental responsibility: A case study of Scandinavian airlines**, Journal of international management, vol 14, 2008, p 378.

¹⁰ Dirk Holtbrugge & Corinna Dogl, **How international is corporate environmental responsibility? A literature review**, journal of international management, vol 18, 2012, p 180.

¹¹ ماريان ك بروكوب، ترجمة: عبد الحليم حزين وحزامة حيايب، مراجعة: مهندس موفق الصفار، نحو عالم أخضر - ساعد منظمتك على حماية البيئة وتحسين الربحية-، دار الكرمل، عمان، الأردن، 1995، ص ص 69-72.

¹² ايثار عبد الهادي آل فيحان، سوزان عبد الغني البياتي، تقويم مستوى تنفيذ متطلبات نظام الإدارة البيئية - دراسة حالة الشركة العامة لصناعة البطاريات معمل بابل، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 70، 2008، ص ص 114-115.

¹³ يوسف حجيم الطائي، محمد عاصي العجيلي، ليث علي الحكيم، مؤيد الفضل، نظم إدارة الجودة في المنظمات الإنتاجية والخدمية، دار البازوري للنشر، عمان، 2009، ص ص 372-373.

¹⁴ ميسر إبراهيم أحمد، تحديات الشركات الصناعية العربية في ظل نظام الإدارة البيئية ISO 14000 دراسة مستقبلية، مجلة بحوث مستقبلية، ع 1، الأردن، 1999، ب ص.

¹⁵ نفس المرجع، ب ص.

¹⁶ محمد عبد الوهاب العزاوي، أنظمة إدارة الجودة والبيئة ISO 14000 و ISO 9000، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص 186.

¹⁷ نفس المرجع، ص ص 186-188.

¹⁸ يوسف حجيم الطائي وآخرون، مرجع سابق، ص ص 396-397.

¹⁹ أسامة الخولي، مصطفى طلبية، مرجع سابق، ص ص 273-275.

²⁰ عثمان حسن عثمان، مرجع سابق، ص 5.

²¹ Mouloud Kadri, **le développement durable, l'entreprise et la certification**, marché et organisation, lien : https://www.cairn.info/load_pdf.php?ID_ARTICLE=MAORG_008_0201, 2009/1, N° 8, p 203.

²² محمد عبد الوهاب العزاوي، مرجع سابق، ص ص 212-214.

²³ عثمان حسن عثمان، مرجع سابق، ص ص 5-6، 8.

عنوان المداخلة

" الممارسة الاعلامية في ظل نظرية المسؤولية الاجتماعية "

من إعداد الأستاذين :

<p>الأستاذة : فاطمة حدروش الرتبة العلمية: ماجستير (مسجلة في الدكتوراه جامعة الجزائر 03) التخصص: إعلام واتصال (سيمولوجيا الاتصال) الوظيفة : أستاذة مستخلفة قسم العلوم الإنسانية المؤسسة: جامعة محمد خيضر بسكرة الهاتف: 0796152704 البريد الالكتروني: had.fatima07@gmail.com</p>	<p>الأستاذ : محمد طه فريجة الرتبة العلمية: ماجستير (مسجل في الدكتوراه جامعة الجزائر 03) التخصص: إعلام واتصال (اتصال بيئي) الوظيفة : أستاذ مساعد قسم ب قسم العلوم الإنسانية المؤسسة: جامعة محمد خيضر بسكرة الهاتف: 0671963002/0675841871 البريد الالكتروني:fraidja16@gmail.com</p>
---	--

ملخص المداخلة بالعربية :

تعد نظرية المسؤولية الاجتماعية من المداخل النظرية المهمة ذات الصلة بمختلف الأنشطة الإنسانية، لها انعاسات على مختلف المجالات المختلفة ، فهي بمثابة الضوابط والأسس المعيارية لتنظيم النشاط الإنساني وفق ما يتلائم مع منظومة القيم والمبادئ التي تضمن للفرد بيئة اجتماعية ملائمة للابداع وتحقيق مردودية عالية ،فعلى صعيد المنظمة تعد نظرية المسؤولية الاجتماعية القاعدة الأساسية لتقييم المردود البشري للموظف ومراقبة مدى ملائمة ظروف العمل للموظف لتقديم عمل أفضل ، اذ تمثل الرقيب الاجتماعي للعامل، أما على مستوى وسائل الاعلام فهي تمثل الضابط للممارسة الإعلامية في ظل القيم والمبادئ المجتمع الذي تتواجد فيه فهي ظهرت كرد على النظرية الليبرالية التي تنادي بالحرية المطلقة لوسائل الاعلام في ممارستها ونقل الاخبار دون التحديد والضبط لمعايير ومبادئ المجتمع فجاءة نظرية المسؤولية الاجتماعية لصقل العمل الاعلامي وفق ما يفيد المجتمع ويتلائم مع متطلباته .

وسنحاول في هذه المداخلة توضيح الدور الذي تقوم به هذه النظرية في الممارسة الاعلامية والتحديد المفاهيمي للنظرية وكذا عوامل ظهورها والمبادئ التي تنادي بها .

Abstract in English :

The theory of social responsibility is one of the important theoretical approaches that are relevant to various humanitarian activities. They have different meanings in different fields. They are the normative rules and regulations for regulating human activity according to the system of values and principles that guarantee the individual a social environment suitable for creativity and high profitability. The social responsibility theory is the basic basis for assessing the employee's human return and monitoring the suitability of the working conditions of the employee to provide better work. He represents the social censor of the worker. On the media level, the officer represents the advertising practice. In the light of the values and principles of the society in which it exists, it emerged as a response to the liberal theory that calls for absolute freedom of the media in its practice and the transfer of news without specifying and controlling the standards and principles of society, the social responsibility theory to refine the media work according to the benefit of society and fit with .its requirements

In this intervention we will attempt to clarify the role played by this theory in the media practice and the conceptual definition of the theory as well as the factors of its appearance .and the principles it advocates

عناصر المداخلة : "الممارسة الاعلامية في ظل نظرية المسؤولية الاجتماعية"

تمهيد	-1
مفهوم نظرية المسؤولية الاجتماعية	-2
نشأة نظرية المسؤولية الاجتماعية	-3
عوامل نشأة نظرية المسؤولية الاجتماعية	-4
مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية	-5
أهمية نظرية المسؤولية الاجتماعية	-6
علاقة وسائل الاعلام بنظرية المسؤولية	-7
الاجتماعية	
انعكاسات نظرية المسؤولية الاعلامية	-8
على الممارسة الاعلامية	

1- تمهيد :

تعد نظرية المسؤولية الاجتماعية امتدادا لنظرية الحرية في ممارسة العمل الإعلامي ، ولكنها تطرح توجها مغيرا ينقد الاتجاه الحر المطلق ، وتدعو إلى ممارسة العمل الإعلامي وفق ما يخدم المجتمع ، وتدعو وسائل الإعلام إلى التخلي عن السعي وراء المنافسة الإعلامية دون مراعاة لقيمة ومضمون المحتوى الإعلامي ، بل السعي لجودة والتزام المحتوى الاعلامي بما يتوافق مع خصوصية المجتمع وبما يفيد في زيادة الوعي لديه وتعميم الفائدة.

2- تعريف نظرية المسؤولية الاجتماعية :

تعرف نظرية المسؤولية الاجتماعية في مجال الصحافة والإعلام بأنها: "مجموعة الوظائف التي يجب أن تلتزم الصحافة بتأديتها أمام المجتمع في مختلف مجالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، بحيث يتوفر في معالجاتها وموادها القيم المهنية كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول، شريطة أن يتوافر للصحافة حرية حقيقية تجعلها مسؤولة أمام القانون والمجتمع".¹

وتعني المسؤولية الاجتماعية للصحافة أيضاً: "الاهتمام بالصالح العام أو الاهتمام بحاجات المجتمع والعمل على سعادته عبر اتصاف الصحافة بسداد الرأي والدقة والعدل ومراعاة النواحي الأخلاقية والقيم".²

¹ حسام الدين، محمد، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، ط1، القاهرة: الدار المصرية للطباعة، 2003، ص17

² محمد منير حجاب ، (المعجم الإعلامي، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004، ص 488

3- نشأة نظرية المسؤولية الاجتماعية :

ظهرت مطلع القرن العشرين نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة، واستندت في فلسفتها إلى كتابات هوكنج ولجنة حرية الصحافة. وقد قامت نظرية المسؤولية الاجتماعية بديلاً للنظرية الليبرالية من واقع الحرص على أداء أفضل لوسائل الإعلام تجاه المجتمع، ولا تطرح نظرية المسؤولية الاجتماعية موضوعاً الحرية على اعتبار أنها قيمة مطلقة، بل هي نسبية ومقيدة، فأى نظام إعلامي يحتاج إلى القيود من خلال سيطرة تشريعية أساسية ومن بينها قانون لحماية الأفراد أو الجماعات في مواجهة القذف، وحماية حقوق المؤلف وحماية الاحتشام والآداب العامة وحماية الدولة ضد الخيانة والعبارات التحريضية³

4- عوامل ظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية :

هناك جملة من العوامل التي ادت لبلورة وظهور هذه النظرية من أهمها :

1- عوامل فكرية: بدا للباحثين الغربيين فشل الليبرالية في تحقيق ما كانت تسعى لتحقيقه، وأسهمت التطورات العلمية في زعزعة المبادئ الفكرية التي سادت قبل ذلك مثل نظرية النسبية لأينشتاين التي قلبت مسلمات الفيزياء كالحتمية.⁴

2- عوامل اقتصادية: بدأت الشركات والتجمعات الاقتصادية الكبرى تظهر وتستحوذ على الكثير من أدوات القوة بما فيها أدوات وسائل الإعلام فبدأ الخلل في النظم الإعلامية لصالح تلك الشركات.⁵

³ صالح أبو أصعب، عنوان المقال : وسائل الاعلام والمسؤولية الاجتماعية <http://www.albayan.ae/opinions>، 2016/05/02، 22:22

⁴ يعني ظريف الخولي ، مشكلة العلوم الإنسانية: تقييدها وإمكانيات حلها، القاهرة: دار الثقافة للنشر، 1990، ص38

⁵ توماس ماكفيل ، الإعلام الدولي: النظريات، الاتجاهات، والملكية، ترجمة: حسني محمد نصر وعبدالله الكندي، العين: دار الكتاب الجامعي، 2005، ص139

3- عوامل تنظيمية: تمثلت هذه العوامل في ظهور الاتحادات المهنية التي بدأت العمل على تنظيم مهنة الصحافة وقامت بإصدار مبادئ الصحافة عام 1923، ثم ميثاق صحافة السينما عام 1930، تلاه ميثاق الإذاعيين عام 1937.

4- عوامل أخلاقية : راجت في القرن التاسع عشر الصحافة الصفراء وتراجعت الصحافة الرصينة والثقافية وهو ما دفع لبروز اتجاه أخلاقي في الصحافة يدعو لالتزام الصحف ووسائل الإعلام بالقيم والمبادئ.⁶

5- مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية :

تقوم هذه النظرية على مجموعة من المبادئ :

- 1- ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية .
- 2- الحرص على جعل الرأي العام رقيباً على آداب المهنة
- 3- وجود التزامات اجتماعية ضخمة لوسائل الإعلام في مقابل ما تتمتع به من حقوق .
- 4- ضرورة أن تباشر أدوارها في سياق معايير أخلاقية ومهنية راقية .
- 5- والتوازن في مسؤولية الإعلاميين بين المسؤوليات الاجتماعية وبين متطلبات أصحاب وملاك دور

النشر⁷

6- أهمية نظرية المسؤولية الاجتماعية :

- أنها تعنتي بالسياق أو بالبيئة الاجتماعية المحيطة وتأخذها بعين الاعتبار أثناء ممارسة العمل الإعلامي.

⁶ صالح سليمان، ثورة الاتصال وحرية الإعلام، الكويت: مكتبة الفلاح، 2007، ص، ص، 290، 292.

⁷ هيثم حسن عبد السلام، عنوان المقال : وسائل الإعلام والمسؤولية الاجتماعية، <http://khartoumcenter.com>، 17/04/2014/20:09

- أنها تنادي بالألا يقتصر عمل الإعلام أو العلاقات العامة بل وحتى الشركات الخاصة على هدف تحقيق الربح للمالكين والمساهمين بل تشدد على الجوانب الأخلاقية في ممارسة العمل.
- أنها تعتني بعملية تنمية المجتمع عموماً من خلال الإقرار بأن استمرار عمل المؤسسة بغض النظر عن تخصصها يشترط عملها على تنمية المجتمعات المحيطة بها.
- أنها تشدد على التزام العاملين في المجال الصحفي بقيم عديدة أهمها: الدقة، الموضوعية، العدل، والحفاظ على ثقافة المجتمع.8

7- علاقة وسائل الاعلام بنظرية المسؤولية الاجتماعية :

الأمر المؤكد أنه لا يوجد إعلام دون سياسة إعلامية ترشده وتقومه وتصل به إلى بر الأمان يقف عليها خبراء الإعلام في كل دولة بهدف منع الانحرافات الإعلامية وتحقيق الهدف المأمول والمنشود منه. وإذا كانت القنوات الإعلامية تختلف في تحليلها ورؤيتها ومضمونها في تناول القضايا حسب السياسات التي توجهها، فإنه لا بد لكافة القنوات الإعلامية أن تملك ميثاق شرف إعلامي تحافظ من خلاله على المعايير الإعلامية الصحيحة التي يجب اتباعها حفاظاً على الأمان والاستقرار الاجتماعي الذي ينعم به المجتمع.

يجب على وسائل الإعلام أن تساعد في تنمية الابتكار لدى الأجيال الشابة دون التركيز على برامج المسابقات وخلافه وأن تعلي من قيمة العلم لدى الإنسان وأهمية المقدر الذي يحمله من العلم لا المال، وأن العلم هو السبيل الوحيد لبناء الوطن، وأن القيمة الحقيقية للفرد تأتي من خلال ما يقدمه لوطنه وفي الحفاظ على أمنه واستقراره وأن يبذل في سبيل الحفاظ على مكتسباته كل غالٍ ونفيس، لكل ذلك فإن المسؤولية الاجتماعية فريضة إعلامية. وإذا كانت المهمة الأولى للإعلام تناول المشكلات بالطريقة المثلى والهادفة، فإن الإعلام لديه الكثير من الأدوار التي يمكن أن يلعبها، فنرى مثلاً على صعيد البطالة وإيجاد فرص

⁸ طاهر محسن الغالبي، صالح مهدي العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال والمجتمع، ط2، عمان: دار وائل للنشر والطباعة2010، ص97.

العمل، يوفر المعلومات عن أصحاب العمل وفرص العمل، ويتيح للباحثين عن فرصة العمل سهولة العثور عليها، بعد هذا التقدم المذهل الذي أحرزه الإعلام، من مقروء، ومسموع، ومرئي، وإلكتروني.

إذا فإن المسؤولية الاجتماعية الأساسية للإعلام هي الحفاظ على الأمن والسلم الاجتماعي للمجتمع وأفراده، وأن ينأى عن كافة المسائل الشائكة والأمور غير المؤكدة التي يمكن أن تثير البلبلة في الشارع وبين أفراد المجتمع⁹

8- انعكاسات نظرية المسؤولية الإعلامية على الممارسة الإعلامية :

إنَّ إحدى السمات المهمة لوسائل الإعلام أنها تخاطب المجتمع بكامله. وهذا يستدعي أن تخطط المؤسسات سياساتها بناء على أساس مصلحة المجتمع. والعمل على الحفاظ على المجتمع وتماسكه والعمل على اندماج أفرادهِ وجماعاتهِ.

والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام لحماية المجتمع تستلزم ترسيخ قيمه الإيجابية والمحافظة عليها، وإتاحة الفرصة لكل الجماعات والطبقات في المجتمع للتعبير عن نفسها من دون محاولات لتجاهلها أو قمعها، أو من دون تقديم صور مشوهة عنها.¹⁰

وفي ظل هذه المنطلقات تضبط نظرية المسؤولية الاجتماعية الممارسة الإعلامية على النحو التالي:

- 1- أن تقوم وسائل الإعلام بتزويد المجتمع المعاصر بالأحداث الصادقة والشاملة والذكية في سياق يجعل لها معنى. وهذا يعني أن تكون وسائل الإعلام دقيقة ولا تكذب، وأن تفرق بين الحقيقة والرأي.
- 2- أن تقوم وسائل الإعلام بالعمل كمنبر لتبادل الملاحظات والنقد، بحيث تسمح بالتعبير عن وجهات النظر المتعارضة مع رأيها. وعليها أن تحاول عرض جميع وجهات النظر المهمة سواء التي تتفق معها أو تخالفها.

⁹ جاسم الباقوت، عنوان المقال: المسؤولية الاجتماعية، <http://www.alyaum.com>، 6 ديسمبر 2012، 11:14

¹⁰ صالح أبو أصبع، عنوان المقال: وسائل الإعلام والمسؤولية الاجتماعية، <http://www.albayan.ae/opinions>، 2016/05/02، 22:22

3- على وسائل الإعلام أن تبرز صورة للمجتمع بحيث تصور بموضوعية مكونات الجماعات المختلفة في المجتمع.

4- أن تكون مسؤولة عن تقديم وتوضيح أهداف وقيم المجتمع، وعليها قبول قيم المجتمع واحترامها للخصال التقليدية في المجتمع.

6- أن تكون مسؤولة عن تزويد الجمهور بالمعلومات اليومية، ولذا فإن للجمهور الحق في الوصول إلى المعلومات¹¹

9- انتقادات نظرية المسؤولية الاجتماعية :

وجهت لنظرية "المسؤولية الاجتماعية" كغيرها من التوجهات الفكرية والسلوكية لجملة من الانتقادات التي لا يخلو منها أي طرح فكري، فقد اعتبر البعض أنها تجسد ضغطاً على الإعلام من خلال لعبها دور المراقب والمقيم لبرامج وسائل الإعلام وفق ما يتوافق مع الأسس والمبادئ فتجد وسائل الإعلام نفسها مقيدة أمام جملة القواعد الضابطة للممارسة الإعلامية.

10- خاتمة :

بناءً على ما سبق تناوله فنظرية المسؤولية الاجتماعية تعد الوعاء الذي يضم الأسس والمبادئ المعيارية لضبط أي نشاط إنساني ذو انعكاسات على المجتمع، أي أن لا يمارس الفرد حرته بشكل يضر الآخرين بل محاولة توجيه السلوك البشري نحو ما يضمن الفائدة العامة، في مجال الإعلام فالمسؤولية الاجتماعية التي تقع على عاتق هذه الوسائل كبيرة لان وسائل الإعلام من وسائل البناء الفكري في المجتمع

¹¹ صالح أبو أصيب، عنوان المقال : وسائل الاعلام والمسؤولية الاجتماعية <http://www.albayan.ae/opinions>، 2016/05/02، 22:22

ووسائل التربية والتعليم ، فلا بد ان تراعي تحقيق الصالح العام للمجتمع الذي تنشط فيه ،وتكون أهلا لما
وظفت له من نقل موضوعي للحقائق وبعد تنقيفي وتعليمي .

قائمة المراجع والمصادر :

- (1) -محمد منير حجاب ، (المعجم الإعلامي، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع. 2004.
- (2) 3-يميني ظريف الخولي ، مشكلة العلوم الإنسانية: تقنياتها وإمكانيات حلها، القاهرة: دار الثقافة للنشر،،1990.
- (3) -توماس ماكفيل ، الإعلام الدولي: النظريات، الاتجاهات، والملكية، ترجمة: حسني محمد نصر وعبدالله الكندي، العين: دار الكتاب الجامعي .
- (4) -ظاهر محسن الغالبي ،صالح مهدي العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال والمجتمع، ط2، عمان: دار وائل للنشر والطباعة2010.
- (5) -صالح أبو أصبغ،عنوان المقال : وسائل الاعلام والمسؤولية الاجتماعية
22:22، 2016/05/02،<http://www.albayan.ae/opinions>
- (6) حسام الدين، محمد ،المسؤولية الاجتماعية للصحافة، ط1، القاهرة: الدار المصرية للطباعة. 2003.
- (7) صالح سليمان، ثورة الاتصال وحرية الإعلام، الكويت: مكتبة الفلاح،2007
- (8) هيثم حسن عبد السلام،عنوان المقال : وسائل الإعلام والمسؤولية الاجتماعية،
<http://khartoumcenter.com>،9:20/2014/04/17

(9) جاسم الياقوت ، عنوان المقال : الاعلام في المسؤولية الاجتماعية ، 8- <http://www.alyaum.com> ديسمبر

11:14 , 2012

المحور الرابع: تجارب وطنية ودولية في تطبيق وتبني المسؤولية الاجتماعية

عنوان المداخلة:

دور أخلاقيات الأعمال وتطبيق المسؤولية الاجتماعية في محاربة إقصاء ذوي الإعاقة من الحياة الاجتماعية

المخلص:

تعالج هذه الدراسة أحد مجال أخلاقيات كمجال متزايد الأهمية لمعالجة القضايا والمشاكل الاقتصادية والاجتماعية من أجل تعزيز المسؤولية الاجتماعية، خاصة بالنظر إلى المشاكل المتزايدة في الجزائر، والمتعلقة بالأشخاص ذوي الإعاقة فهم يعانون حالة من التهميش والإقصاء من الحياة الاجتماعية، تهدف هذه الدراسة إلى توضيح أهمية أخلاقيات الأعمال وتطبيق المسؤولية الاجتماعية في تأهيل الأشخاص ذوي الإعاقة في الجزائر، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة أن أخلاقيات الأعمال وتطبيق المسؤولية الاجتماعية دور كبير في محاربة إقصاء ذوي الإعاقة من الحياة الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: أخلاقيات الأعمال، المسؤولية الاجتماعية، الشخص المعاق، المشاكل الاجتماعية.

Résumé:

Cette étude aborde un domaine de l'éthique comme un domaine de plus en plus important pour aborder les problèmes économiques et sociaux afin d'accroître la responsabilité sociale, compte tenu notamment des problèmes croissants en Algérie. L'étude vise à clarifier l'importance de l'éthique commerciale et l'application de la responsabilité sociale dans la réhabilitation des personnes handicapées en Algérie et les conclusions les plus importantes de cette étude selon laquelle l'éthique des affaires et l'application de la responsabilité sociale jouent un rôle majeur dans la lutte contre l'exclusion des personnes handicapées de la vie dans la communauté Conscient.

Mots-clés: éthique des affaires, responsabilité sociale, personne handicapée, problèmes sociaux

مقدمة:

الإعاقة مشكلة إنسانية تشبعت بالكثير من التصورات السلبية مثل العجز وعدم القدرة والتخلف والتبعية. تولدت عن هذه التصورات برامج خدماتية تركز على إعاقة الشخص (نقائصه) دون الاهتمام بنقاط القوة في شخصيته. رغم أن الواقع يؤكد لنا أن ما ينجح المعوق في القيام به هو أكثر بكثير مما يفشل فيه، بشرط أن نمكنه من خلال خدمات التأهيل المناسبة من إبراز ما يتوفر لديه من طاقات وقدرات. ولهذا أصبح التكفل بالأشخاص ذوي الإعاقة في مختلف المجالات الطبية والنفسية والاجتماعية والتربوية والمهنية والرياضية موضوع اهتمام السلطات، وقد اعتمدت على المسؤولية الاجتماعية باعتبارها من المفاهيم الحديثة التي تعتمد عليها المؤسسات الاقتصادية في الحفاظ على هيكلها الاجتماعي، وهذا باعتبارها نظام مفتوح يؤثر ويتأثر للبيئة الخارجية، لذلك يقع على عاتق المؤسسات الالتزام بمبادئ المسؤولية الاجتماعية التي تستدعي تضمين الاعتبارات الأخلاقية في الممارسات الإدارية الحفاظ على حقوق الأفراد وخاصة ذوي الإعاقة ومحاولة إدماجهم في مختلف المجالات كباقي أفراد المجتمع، ويعتبر أخلاقيات الأعمال من أهم المفاهيم الإدارية الحديثة التي تعتمدها المؤسسات في ترسيخ مبادئ المسؤولية الاجتماعية، لذلك يجب الاعتماد على المفاهيم الحديثة لمحاربة إقصاء ذوي الإعاقة من الحياة الاجتماعية.

تعرض هذه الورقة البحثية إلى اثر أخلاقيات الأعمال وتطبيق المسؤولية الاجتماعية في محاربة إقصاء ذوي الإعاقة من الحياة الاجتماعية وهذا الذي تسعى إلى تنفيذه " الفيدرالية الجزائرية للأشخاص ذوي الإعاقة "

ومن هذا المنطلق نطرح الإشكالية التالية: هل أخلاقيات الأعمال وتطبيق المسؤولية الاجتماعية دور في

تفعيل برامج إدماج الأشخاص ذوي الإعاقة في الحياة الاجتماعية؟

هذا التساؤل يقودنا إلى طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهو مفهوم أخلاقيات الأعمال وماهي مشكلاته الأساسية؟

- ماهو مفهوم المسؤولية الاجتماعية ؟

اليوم الدراسي حول: "مكانة وممارسات المسؤولية الاجتماعية في العلوم الإنسانية والاجتماعية

يوم 2017/11/07 " جامعة محمد خيضر بسكرة

- هل هناك تجارب لإدماج ذوي الإعاقة في الحياة الاجتماعية؟

أهداف الدراسة:

تحديد مفهوم أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح أهمية أخلاقيات الأعمال وتطبيق المسؤولية الاجتماعية في تأهيل الأشخاص ذوي الإعاقة في الجزائر

إبراز بعض التجارب العربية لإدماج ذوي الإعاقة في الحياة الاجتماعية

أهمية الدراسة:

يعد موضوع أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية أحد أهم الموضوعات والتوجهات الحديثة

لهذا تم تسليط الضوء على هذا المجال الجديد في علم التسويق، باعتباره مجال متزايد الأهمية لمعالجة القضايا والمشاكل الاجتماعية.

الجانب النظري

المحور الأول: أخلاقيات الأعمال

1-تعريف أخلاقيات الأعمال:

إن وضع تعريف واضح ومحدد لأخلاقيات الأعمال يعد أمرا في غاية الصعوبة، لأنه يركز على مبادئ ومعايير تحكم سلوك الأفراد في بيئات مختلفة.

فحسب " Pride " أخلاقيات الأعمال ماهي إلا تطبيق للمعايير الأخلاقية الفردية في موافق الأعمال المختلفة¹. هذا إذ أردنا أن نعطي تصورا محددا وتعريفا بسيطا لأخلاقيات الأعمال حيث يتضمن هذا التعريف إشارة إلى أن المعايير الأخلاقية في مجال الأعمال ترتبط بما لدى الفرد من معايير أخلاقية، إلا أنه لم يوضح ما هي تلك المعايير وما هي مصادرها وخصائصها.

غير أن البعض يرى بأن أخلاقيات الأعمال هي مجموعة من المبادئ أو الأسباب، التي يجب أن تغطي تصرف منظمات الأعمال، سواء على المستوى الفردي أو الجماعي². هذا التعريف يؤكد على أن أخلاقيات الأعمال ما هي إلا مبادئ أو أسس تحكم سلوك أو تصرف المنظمات والتي يجب عليها مراعاتها عندما تتخذ القرارات أو التصرفات وهي تمارس عملها.

وأعطى " المعاضيدي " بعدا شاملا لأخلاقيات الأعمال إذ يرى بأنها هي الإطار الشامل الذي يحكم التصرفات والأفعال تجاه شيء ما، وتوضح ما هو مقبول وصحيح وما هو مرفوض أو خاطئ بشكل نسبي في ضوء المعايير السائدة في المجتمع بحكم العرف والقانون، والذي تلعب فيه ثقافة المنظمة والقيم وأنظمة المنظمة وأصحاب المصالح دورا أساسيا في تحديده³.

وأخيرا عبر عليها "woller" أن أخلاقيات الأعمال هي الالتزام بالقيم الأخلاقية (الأمانة، والاستقامة، والثقة، والصدق) في العمل⁴.

وفي ضوء ما تقدم من تعريفات لأخلاقيات الأعمال نرى أن معظمها يركز أو ينفق على مجموعة من النقاط هي:

- ❖ أنها مبادئ تحدد سلوك الأفراد في المنظمة
 - ❖ أنها سلوكيات حسنة ينتج عنها أفعال حسنة
 - ❖ هي إطار شامل يشكل السلوكيات والأفعال الأخلاقية وغير الأخلاقية، تسهم عوامل عدة في تكوينه مثل: ثقافة المنظمة، القيم الشخصية لأفراد المنظمة، أنظمة المنظمة وأصحاب المصالح.
- وفقا لما سبق يمكن استخلاص التعريف الآتي لأخلاقيات الأعمال فهي: نظام مكون من مجموعة من القواعد والأسس والقيم المستمدة من الدين والبيئة الاجتماعية والتي تكون مطلوبة في سلوك العاملين في العمل الإداري، وتتعلق بالتمييز بين ما هو صحيح وما هو خطأ، بهدف تحقيق المصلحة العامة.

2- إرساء أخلاقيات العمل في المنظمة:

إتباع الأخلاق هو ما يجب أن يحرص عليه كل شخص، ولكن إدارة المنظمة لن تعتمد على مدى التزام العاملين بأخلاقيات العمل بناء على قناعاتهم الشخصية بل هي بحاجة لأن تلزمهم بذلك كجزء من متطلبات العمل، فعدم الالتزام بأخلاقيات العمل يؤثر على أداء المؤسسة وبالتالي فلا بد لها من الحرص على تطبيقها⁵.

وذلك عن طريق:⁶

تبنى رؤية وإستراتيجية قائمة على الأخلاقيات، حيث أن بعض المنظمات وبعد الفضائح أطلقت الدعوات من أجل تبني استقامة المنظمة كمعيار أخلاقي لسلوك المنظمات.

تشكيل لجنة أخلاقية واستحداث مركز مسئول الأخلاقيات في المنظمة، مما يجعل الأخلاقيات جزءا من الهياكل وخطط وأنشطة المنظمة الأساسية، وتأخذ هذه اللجنة على عاتقها تخطيط أهداف بعيدة الأمد في مجال عملها.

القيادة الأخلاقية تمثل المفهوم الجديد الذي تزايد الحديث عليه تحت تأثير الفضائح الأخلاقية للمنظمات، وهذا جعل الحاجة للقيادة الأخلاقية لإعادة الاعتبار لكل قيم النزاهة والعدالة والاحترام والكرامة والإنسانية.

تنوع مداخل أخلاقيات الأعمال

إصدار المنظمات للمدونات الأخلاقية والتصريحات الخاصة بقيم المنظمة.

بعد التأكد من إرساء الأخلاقيات تتم مرحلة ترسيخها بين العاملين وذلك من خلال⁷:

- وضع قانون أو قواعد أخلاقية لسلوكيات العامل في المنظمة، ويلتزم بها العاملون داخل المنظمة، حتى يتسنى للعامل فهم أسس أخلاقيات العمل في المنظمة ويحاول تطبيقها على نفسه.

- وضع ما يسمى بالاستشارة الأخلاقية وذلك بالاعتماد على مستشار آخر

- عقد دورات تدريبية للعاملين لتعليمهم وتوجيههم نحو تطوير أنفسهم أخلاقيا

- وضع وسائل أو آليات للضبط الإداري في المنظمة لتجنب السلوكيات الغير أخلاقية

- محاولة تنمية الرقابة الذاتية للعاملين في المنظمة من خلال المحاضرات والبرامج المختلفة

- اهتمام المنظمة بعمل دراسات مستمرة عن العوامل التي تؤثر إيجابيا وسلبيا على العامل أخلاقيا والخروج بقرارات وتوصيات من شأنها تشجيع السلوكيات الحميدة.

- الاستماع إلى العاملين من خلال عقد جلسة معهم لأخذ شكواهم ومشاكلهم التي أدت إلى ظهور السلوكيات الغير أخلاقية

- التقييم المستمر للعاملين

- وضع حوافز مادية ومعنوية للعاملين الذين يؤدون عملهم بكل أمانة وإخلاص

إن منظمات الأعمال إذا ما أرادت تعزيز وتقوية السلوك الأخلاقي والممارسات الأخلاقية فإن عليها أن تدعم ركائز السلوك الأخلاقي ويتم بناء وتقوية هذه الركائز المتمثلة بالأفراد، القيادة، وبنية المنظمة، وأنظمتها المختلفة.

3- المشكلات الأساسية في أخلاقيات الأعمال التي تعاني منها منظمات الأعمال المعاصرة:

إن التزايد في المآزق والانتهاكات الأخلاقية يثير الكثير من التساؤلات حول طبيعة التطور في مفهوم أخلاقيات الأعمال وأبعاده كما يشير إلى الصعوبات والمشكلات الأساسية التي لا تزال تواجه أخلاقيات الأعمال على صعيد المفاهيم والممارسات العلمية. ويمكن أن نشير إلى هذه المشكلات والصعوبات فيما يأتي⁸:

- اختلاط المفاهيم: حيث إن مفهوم أخلاقيات الأعمال يختلط بمفاهيم ومصطلحات أخرى، كما هو الحال في مفهوم أخلاقيات الإدارة ومن جهة أخرى فإن أخلاقيات الإدارة تختلط مع قواعد وآداب المهنة، مثل المهن التقليدية كالطب والقانون والهندسة

- الصعوبات المرتبطة بالتفاوت - فجوة - بين أخلاقيات الإدارة - التطلعات - كما هي معلنة وبين السلوك الإداري - الذي يتجاوز هذه التطلعات.

- الصعوبة المرتبطة بعلاقة أخلاقيات الأعمال بالكفاءة الإدارية، فالأولى تبدو في أكثر الأحيان وكأنها قيد على الكفاءة، فإذا كانت الكفاءة تمثل مؤشراً جيداً على تعظيم الربح، فإن أخلاقيات الإدارة تبدو في أكثر الأحيان عملاً غير مربح، وتكلفة إضافية تحد من الميزة التنافسية للشركة باعتبار المنافسين في السوق. ولابد من التأكيد على أن ثمة تاريخاً طويلاً من الاهتمام بالكفاءة دون أن يقابل ذلك اهتمام جدي وذو أهمية بأخلاقيات الإدارة.

- الصعوبة المرتبطة بالطبيعة الشائكة للقسم الأكبر من الخيارات الأخلاقية . فمن التبسيط أن توضع المسائل الأخلاقية كلها بتصنيف أبيض (أخلاقي) وأسود (لا أخلاقي) ، لأن الخيارات الأخلاقية للإدارة أعقد من ذلك بكثير في ظل التنوع الكبير لهذه الخيارات من جهة، وتصارع مصالح وقيم الأفراد في الشركة وتصارع المصالح للأطراف المختلفة من جهة أخرى.

- الصعوبة الخاصة بضعف الحس الأخلاقي للمديرين تضعف من استجابتهم في قراراتهم المختلفة للقيم والمعايير الأخلاقية، فالمديرون في عالم الأعمال اليوم لا يضعون على أجندة أعمالهم القيم الأخلاقية .

ولقد أكدت إحدى الدراسات حول سلم القيم لدى المديرين التنفيذيين في المستويات العليا على أن القيم الاقتصادية تقع في المرتبة الأولى، في حين جاءت القيم الجمالية والاجتماعية في أدنى المراتب لديهم وخلاف ذلك كانت قيم رجال الدين التي جاءت فيها القيم الدينية، فالاجتماعية، ثم الجمالية بالمراتب الأولى، ولتأتي القيم الاقتصادية في المرتبة الأخيرة في السلم القيمي .

المحور الثاني: المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بأخلاقيات الأعمال

1 . مفهوم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال:

لم يكن مفهوم المسؤولية الاجتماعية في النصف الأول من القرن العشرين معروفا بشكل واضح، حيث تحاول المنشآت جاهدة تعظيم أرباحها وبشتى الوسائل، ولكن مع النقد المستمر الحاصل لمفهوم تعظيم الأرباح فقد ظهرت بوادر لأن تتبنى المنشآت دورا أكبر تجاه البيئة التي تعمل فيها.

و في هذا الإطار فقد عرف (Drucker, 1977) المسؤولية الاجتماعية بأنها: "التزام المؤسسة اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه"، وقد شكل هذا التعريف حجر الزاوية للدراسات اللاحقة وفتح الباب واسعا لدراسة هذا الموضوع باتجاهات مختلفة. كما تم تعريفها من قبل مكتب العمل الدولي بأنها: " طريقة تنظر فيها المنشآت في تأثير عملياتها في المجتمع وتؤكد مبادئها وقيمها في أساليبها وعملياتها الداخلية وفي تفاعلها مع قطاعات أخرى".

عرف البنك الدولي مفهوم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال على أنها "التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد".

أما الغرفة التجارية العالمية فقد عرفت المسؤولية الاجتماعية على أنها "جميع المحاولات التي تساهم في تطوع الشركات لتحقيق تنمية بسبب اعتبارات أخلاقية واجتماعية، وبالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تعتمد على المبادرات الحسنة من رجال الأعمال دون وجود إجراءات ملزمة قانونيا". ولذلك فإن المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال الإقناع و التعليم.⁹

و يمكن أن نوضح ماذا نعني بالمسؤولية الاجتماعية و أبعادها من خلال ما يأتي¹⁰:

- بالعلاقة مع دعاة النظرية الاقتصادية التي ترى أن لشركات الأعمال مسؤولية واحدة هي تعظيم الربح، فإن المسؤولية الاجتماعية هي قيام شركات الأعمال بالبرامج و الأنشطة التي تؤدي إلى تحقيق أهداف اجتماعية تتكامل مع الأهداف الاقتصادية فيها.

- بالعلاقة مع المصلحة الذاتية لرجال و شركات الأعمال فإن المسؤولية الاجتماعية هي التزام رجال وشركات الأعمال بالمصلحة الذاتية المتتورة التي تهتم بمصالح الأطراف الأخرى من غير حملة الأسهم كمصالح العاملين، الموردين، الموزعين، المنافسين، الزبائن،..الخ.

- بالعلاقة مع سلوك شركات الأعمال فإن المسؤولية الاجتماعية هي مجموعة الالتزامات الطوعية (الاستجابة الاجتماعية) أو غير الطوعية (المفروضة بالقانون) التي تتسجم مع قواعد ومتطلبات البيئة والأطراف المؤثرة فيها.

- وبالعلاقة مع أخلاقيات الإدارة فإن المسؤولية الاجتماعية هي الحد الأدنى الأخلاقي المطلوب للالتزام به لضمان امتثال شركات الأعمال للقانون و للمعايير و القيم الاجتماعية.

وخلص القول أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تعني التصرف على نحو يتسم بالمسؤولية الاجتماعية والمسائلة، ليس فقط أما أصحاب الملكية و لكن أمام أصحاب المصلحة الأخرى بمن فيهم الموظفين والعملاء والحكومة والشركات والمجتمعات المحلية والأجيال القادمة، و يعد مفهوم المسائلة مكونا رئيسيا من المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، كما تعتبر التقارير الدورية للمسؤولية الاجتماعية للشركات أداة تسعى هذه الشركات عن طريقها لطمأنة أصحاب المصلحة بأنها تعنى باستمرار بما يشغلهم على نحو استباقي وإبداعي عبر كل ما تقوم به من عمليات¹¹.

2.أسباب الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية: تعود أسباب الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية إلي بعدين

أ- **البعد الكلي:** يمثل المتغيرات الكلية ونذكر منها ما يلي:

- الكوارث والفضائح الأخلاقية: أو ما يسميه البعض ثمن تجاهل التبعات والتي نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر، ظاهرة الاحتباس الحراري، كارثة معمل كاريبايد في بوبال بالهند الذي أودى بحياة أكثر من 6000 شخص، إضافة إلي فضائح الرشوة للشركات العالمية والمخالفات في حق الإنسانية.
- الضغوط الشعبية والحكومية والدولية: وتبرز من خلال التشريعات الداعية لحماية المستهلك والبيئة والعمل والأمن والدور الإيجابي للمنظمات في تحقيق حقوق الإنسان.
- التطور التكنولوجي: لقد ساهم التطور التكنولوجي أو الثورة التكنولوجية في مجالات تقنية عديدة وحركات التشغيل و توفير البيئة المناسبة للاهتمام بجودة المنتجات والعمليات وتنمية مهارات العاملين.

ب- **البعد الجزئي:** بمعنى المتغيرات الخاصة بالمؤسسة في حد ذاتها ونذكر منها ما يلي:

- تغيير هدف المؤسسة: إن هدف الريح لم يعد كافيا حتى تتمكن المؤسسة من الاستجابة لمطالب المجتمع والحفاظ على بقائها وبالتالي تحول هدفها إلى السعي لإشباع الحاجات الاجتماعية.
- تغيير دور الإدارة: لم تعد الإدارة (إدارة المؤسسة) مسؤولة عن تحقيق رغبات ومصالح فئة واحدة فقط وهم الملاك وحملة الأسهم، بل أصبحت مسؤولة عن تحقيق التوازن المستمر بين مصالح العديد من الفئات ذوي العلاقة مثل العملاء والرأي العام والنقابات والممولين.

3. المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بأخلاقيات الأعمال:

إن الحديث عن المسؤولية الاجتماعية يرتبط بشكل صريح أو ضمني بالحديث عن أخلاقيات الإدارة، حيث لا شك في أن هناك علاقة قوية بينهما، والسؤال المطروح هنا يتمثل فيما يلي: هل يوجد علاقة تطابق بينهما؟ أم هي علاقة تكامل أم غير ذلك؟

في البدء لابد من التأكيد على أن الممارسة الأخلاقية في المنظمات كانت أسبق لدى الأفراد من ممارسة المسؤولية الاجتماعية، حيث اهتم الأفراد بتجنب الرشوة والغش والسرققة في معاملاتهم ونشاطاتهم في الماضي وظلت حتى وقتنا الحاضر، في حين أن الكثير من المفاهيم الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية

ارتبطت بالتطورات الحديثة في المجتمع، كما هو الحال في الدعوات المتمثلة في مسؤولية المنظمات اتجاه حماية المستهلك (تجنب التضليل والخداع فيما يخص الإعلانات، إجبارية إعلام المستهلك بخصائص ومميزات المنتج المعروض للاستهلاك ومطابقتها للمقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية)، والمسؤولية اتجاه حماية البيئة (تجنب مسببات التلوث)، حيث أن هذه المفاهيم وغيرها أصبحت تمثل موقفا اجتماعيا ووعيا جديدا. وعليه يمكن القول أن ظهور المسؤولية الاجتماعية وتطور مفهومها يرجع لمعرفة المنظمات بالزامية تطبيق وممارسة هذه المفاهيم، وهذا يمكن ملاحظته من خلال ما يأتي¹³:

- لقد أصبح واضحا للمنظمات أن الإخلال بالمسؤولية الاجتماعية والالتزامات في المجتمع يكلفها الكثير، فالمحاكم يمكن أن تجعل المنظمات المخلة بمسؤوليتها الاجتماعية تقدم تكاليف وتعويضات لم تكن في الحسبان وبشكل لا يقارن مع التكاليف التي تتحملها عند قيامها بالالتزامات الاجتماعية.

- إن القانون الحديدي للمسؤولية قائم على إخبار الشركات أن عليها الالتزام بمسؤوليتها الاجتماعية وفي حالة عدم تبنيها المبادرة الطوعية فإن ذلك سيتم فرضه بالقانون، كما أن الإعلام يلعب على الأرجح دورا رئيسيا في توليد المسؤولية الاجتماعية للمنظمات، بالإضافة إلى المستهلكين وأصحاب المصلحة بصفة عامة.

- إن التحليل الاقتصادي لمنظمات الأعمال يوضح أن المسؤولية الاجتماعية يمكن أن يكون لها عوائد مقابل نفقاتها، وهذا ما يجعلها في أحيان كثيرة مقبولة ومبررة من الناحية الاقتصادية أيضا، فهي وسيلة فعالة في تعزيز سمعة المنظمة والولاء والصورة الذهنية الملائمة إزائها لدى المستهلكين، فحسب المقال الذي صدر سنة 2010، بعنوان ردود المستهلكين على أنشطة المسؤولية الاجتماعية للمنظمات، الربط بين زيادة الوعي ونية الشراء، حيث كان الهدف من البحث هو اختبار العلاقة بين وعي المستهلكين لأنشطة المسؤولية الاجتماعية ونوايا الشراء لديهم، وتوصل البحث إلى أن هناك علاقة إيجابية بين معرفة المستهلكين لأنشطة المنظمات المتبينة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والنية في شراء المنتجات الخاصة بها.

لهذا كان القول أن المسؤولية الاجتماعية وجدت تطبيقها في المجال الاقتصادي وبلغت الوحدات الاقتصادية، ولاشك في أن الأخلاقيات هي أبعد عن الحسابات الاقتصادية لأنها تفتقر بالنزوع

الأخلاقي للإنسان سواء كان مديرا أو غير ذلك، حيث أن الأخلاقيات تعتبر من نوع الحالات المطلقة، أي أن الأخلاق أولا حتى لو تضاربت مع المصالح الأساسية التقليدية للمنظمة، في حين أن المسؤولية الاجتماعية هي من نوع الحالات النسبية، أي بالمقارنة مع المصالح والأطراف ذات العلاقة بالمنظمة،

ومن المؤكد أن الأخلاقيات في السلوك العام للأفراد في المجتمع تعمل على دعم المسؤولية الاجتماعية، كما تمثل أساساً قوياً للتطور نحو مفاهيم جديدة لأخلاقيات الإدارة التي تطورت فيما بعد

الجانب التطبيقي

المحور الثالث: عرض تجارب لإدماج ذوي الإعاقة في الحياة الاجتماعية

يهدف الإجابة على إشكالية الدراسة وإعطاء مصداقية لموضوع البحث أقوم بعرض بعض التجارب الناجحة.

1. تجربة بيروت في إدماج ذوي الإعاقة: ورشة في بيروت حول تمكين ودمج المعاقين "نحو عمل لائق للجميع ما بعد 2015"

شاركت منظمة المدن العربية في ورشة العمل الإقليمية التي نظمها "الاتحاد العام لغرف التجارة والصناعة والزراعة للبلاد العربية"، في بيروت..... بالتعاون مع "مكتب الإقليم العربي للمنظمة الدولية للأشخاص المعوقين"، و"اتحاد المقعدين اللبنانيين"، و"جمعية الشبان المسيحية- القدس"، بالتعاون مع "مؤسسة المقاييس والمواصفات اللبنانية - لبيّنور"، وبرعاية نائب رئيس الاتحاد العام للغرف العربية محمد شقير.

شارك في ورشة العمل ممثلو منظمات غير حكومية محلية ودولية، وممثلو هيئات اقتصادية وخبراء في التنمية والقانون ونقابيون، وممثلو شركات في القطاع الخاص، ووكالات سياحية، وسفراء، إلى جانب ممثلي جمعيات الأشخاص المعوقين. حملت الورشة عنوان "نحو عمل لائق للجميع ما بعد 2015". تحدثت الناشطة الاجتماعية منسقة "مشروع الدمج الاقتصادي والاجتماعي في لبنان" ضحى يحفوفي، عن أبرز الحواجز التي تحول دون توظيف الأشخاص المعوقين في القطاع الخاص، ودمجهم اقتصادياً بما يضمن استقلاليتهم، وقالت أنها حواجز ثقافية تتعلق بالنظرة النمطية المتوارثة تجاه قدرات المعاقين من جهة، وأخرى تتعلق بأنظمة وسياسات العمل المعتمدة، قبل أن تكون حواجز هندسية تتصل بتجهيزات تحترم حاجاتهما الإضافية، وأكدت على ضرورة إدخال ثقافة ومعايير الدمج في السياسات وأنظمة العمل المعتمدة في المؤسسات، وتشجيعها وتحفيزها واعتماد سياسة التنوع في جميع مستويات عملها. تضمنت الورشة أربع جلسات، الأولى بعنوان "التنوع والعمل اللائق"، والثانية عرضت لواقع الأشخاص ذوي الإعاقة في العالم العربي ربطاً بالحق في التعليم والعمل والوصول، لاسيما في لبنان وفلسطين.

اليوم الدراسي حول: "مكانة وممارسات المسؤولية الاجتماعية في العلوم الإنسانية والاجتماعية

يوم 2017/11/07 " جامعة محمد خيضر بسكرة

والثالثة بعنوان "التجهيز الهندسي والتكيف في مكان العمل"، والرابعة خصصت لـ"المسؤولية الاجتماعية ودمج الأشخاص ذوي الإعاقة في مكان العمل"¹⁴.

2. تجربة قطر في إدماج ذوي الإعاقة:



تميّز مركز الشفّاح المختصّ بجهوده المقدمة لذوي الإعاقة الذهنية

تسعى دولة قطر إلى دمج ذوي الإعاقة في المجتمع، وتشغيلهم، في ظل تطبيقها لرؤية قطر 2030، التي تتضمن أهدافها تمكين ذوي الإعاقة ودمجهم، من خلال التنمية المستدامة التي اعتمدها الأمم المتحدة في سبتمبر/ أيلول من عام 2015 بحضور الشيخ تميم بن حمد آل ثاني.

وتتعاون جميع أطراف المجتمع القطري والمؤسسات الحكومية والخاصة، للعمل على التوعية بحقوق ذوي الإعاقة، وتأكيد أهمية توفير فرص عمل لهم، ودعمهم نفسياً ومادياً، وذلك من خلال تدريبهم، ورفع مستوى مهاراتهم وكفاءتهم، من خلال عناصر متكاملة هي المعرفة والمهارات والسلوك والقيم¹⁵.

ومن المتعارف عليه لدى الشعب القطري أن ذوي الإعاقة لهم الحق في المجتمع منذ الصغر، وبعد بلوغهم لسن معين تتبنى المؤسسات المعنية بهم أمر تشغيلهم.

-تميّز مركز الشفّاح

ومن التجارب الناجحة التي تركت أثراً كبيراً وسطّرت العديد من الإنجازات في المجتمع القطري، تجربة مركز "الشفّاح" المختصّ بذوي الإعاقة الذهنية.

إذ يسعى المركز منذ تأسيسه عام 1999 إلى دمج ذوي الإعاقة في المجتمع، وإيجاد وظائف تتناسب مع كل طالب من طلابه.

واستعرض المركز تجربته خلال فعالية ضمن بعثة قطر لدى الأمم المتحدة، وذلك على هامش مؤتمر الدول الأطراف في اتفاقية حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة.

وأشار المدير التنفيذي للمركز، محمد بدر السادة، إلى أن المركز خرّج 194 طالباً وطالبة من ذوي الإعاقة الذهنية في عام 2015، ووظّف 120 منهم.

وقال السادة: "عندما يبلغ الشاب أو الفتاة سن الـ 21 عاماً، نعمل على إيجاد وظائف تتناسب مع الإعاقة الموجودة لديهم"، وأضاف أن "قطر تدعم بشكل كبير جداً توفير فرص العمل لهم".

وتقع مسؤولية ذوي الإعاقة أيضاً على عاتق المراكز المتخصصة، التي تكتشف بدورها الوظيفة المناسبة لكل طالب فيها، وتدرّبه بناء على ما يتوفر لديه من قدرات.

ولفت السادة، في لقائه مع إذاعة الأمم المتحدة، إلى أن "قطر عملت على تجهيز المباني بما يتيح لذوي الإعاقة التنقل عبرها، إذ إن هناك لجنة عليا تشرف على جميع المباني الجديدة، وتعمل أيضاً على تحديث المباني القديمة بما يتناسب معهم".

وينظر المجتمع القطري إلى ذوي الإعاقة على أنهم جزء لا يتجزأ منه، إذ إن صغر حجم المجتمع يساعد على تقاربهم والتحامهم، إذ يتساهلون مع ذوي الإعاقة وأهاليهم، ويحاولون مساعدتهم بطرق شتى.

ويوجد في قطر 34 جهة مسؤولة عن ذوي الإعاقة بمختلف تخصصاتها، سواء كانت مراكز، أم منظمات، أم جمعيات تهتم بالإعاقة الذهنية، والبصرية، والسمعية، والجسدية، بحسب السادة.

- غرفة قطر ودعم ذوي الإعاقة

من جهتها تعمل غرفة قطر على دعم ذوي الاحتياجات الخاصة، انطلاقاً من مسؤوليتها الاجتماعية ودورها في المجتمع، وأكد مدير عام غرفة قطر، صالح حمد الشرقي، حرص الغرفة على تقديم كل صور الدعم والعون للجمعية القطرية لتأهيل ذوي الاحتياجات الخاصة، في تحقيق أهدافها لرعاية وتعزيز دور هذه الفئة في المجتمع، وتلبية متطلباتها العلاجية والطبية.

وقال الشرقي: إن الغرفة تعمل على تشجيع وتحفيز القطاع الخاص وأصحاب الأعمال على تقديم المساندة والدعم لبرامج رعاية وتأهيل الطلاب، مؤكداً إيمان الغرفة بدور الجمعية الرائد في المجتمع.

- وزارة الاقتصاد ودعم ذوي الإعاقة

وفي سياق متصل، تعمل وزارة الاقتصاد والتجارة على تقديم برامج تدريبية لذوي الإعاقة، إذ كرمت الوزارة مؤخراً في يوليو/ تموز المتدربين من ذوي الإعاقة المشاركين في البرنامج التدريبي الذي نظّمته الوزارة على مدى ثلاثة أشهر، وذلك ضمن مبادرة تأتي في إطار حرص الوزارة على تنمية القدرات والمهارات العملية لذوي الإعاقة، وفقاً لبرنامج تدريبي يدعم دورهم الوظيفي والمجتمعي ومساهماتهم في دفع عجلة النمو والتنمية بما يتماشى مع رؤية قطر الوطنية 2030.

وبحسب وكالة الأنباء القطرية "قنا"، أعدّ البرنامج التدريبي بالتعاون مع الجمعية القطرية لتأهيل ذوي الاحتياجات الخاصة، واللجنة التطوعية لتوظيف ذوي الإعاقة، ومعهد النور، ومركز الشفح للأشخاص ذوي الإعاقة.

يشار إلى أن وزارة الاقتصاد والتجارة، كانت قد وقعت في وقت سابق اتفاقيات تعاون مع مركز الشفح للأشخاص ذوي الإعاقة، واللجنة التطوعية لتوظيف ذوي الإعاقة، وذلك بهدف دعم هذه الفئة وتأهيلها؛ من خلال تقديم فرص تدريبية، وفتح المجالات لتوظيفهم والمساهمة في بناء المجتمع .

- دعم قطر لذوي الإعاقة عالمياً

وتتعاون قطر بشكل كبير مع الدول العربية والأوروبية، باتفاقيات بينها لتبادل الخبرات، ونقل التجارب في التعامل مع ذوي الإعاقة.

وما تواجهه بعض الدول من عوائق في دمج ذوي الإعاقة بالمجتمع، هو بسبب ضعف التمويل، ويذكر السادة أن "الدعم الكبير لذوي الإعاقة في قطر يأتي من الحكومة، لأنها تؤمن بأن هؤلاء ليسوا على هامش المجتمع، بل هم عنصر فعال ."

ويقول: إن هناك "موظفين من ذوي الإعاقة يقومون بإعالة أسرهم وآبائهم، ليصبح هو المعيل الرئيسي."

3- تجربة الجزائر في إدماج الأشخاص ذوي الإعاقة:

يعرف الشخص ذو الإعاقة في الجزائر حسب القانون 02-09 المؤرخ سنة 2002: " هو كل شخص مهما كان سنه أو جنسه، يعاني من إعاقة أو أكثر، وراثية أو خلقية أو مكتسبة، تحد من قدراته على ممارسة نشاط أو عدة نشاطات أولية في حياته اليومية، الشخصية والاجتماعية، نتيجة لإصابة وظائفه الذهنية و/ أو الحركية و/أو العصبية- الحسية.

لقد سنت الدولة الجزائرية العديد من القوانين التي تهتم بالأشخاص ذوي الإعاقة وتضمن حقوقهم.

قانون رقم 02-09 المؤرخ في 25 صفر 1423 الموافق ل08 ماي 2002 يتعلق بحماية الأشخاص ذوي الإعاقة وترقيتهم.

مرسوم رئاسي رقم 09-188 مؤرخ في 17 جمادى الأولى 1430 الموافق ل12 ماي 2009 يتضمن التصديق على اتفاقية حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة، المعتمدة من طرف الجمعية العامة للأمم المتحدة في 19 ديسمبر 2006¹⁶.

إلى جانب عدد من المراسيم التنفيذية مثل:

مرسوم تنفيذي حول التهيئة العمرانية.

مرسوم وزاري حول الأقسام الخاصة على مستوى وزارة التضامن الوطني.

وضمنت هذه القوانين التكفل بالأشخاص ذوي الإعاقة في مجالات الصحة، التكفل الاجتماعي، التربية والتعليم، التكوين المهني، العمل والإدماج الاقتصادي، الترفيه والحياة الثقافية، التهيئة العمرانية والنقل.....

ورغم وجود هذه القوانين فإنه الواقع يشير إلى ضعف التكفل بالأشخاص ذوي الإعاقة، ضعف الرعاية الصحية والتأهيل، صعوبة وصولهم إلى المرافق العامة ووسائل النقل، ضعف التكوين والتعليم، وعدم إتاحة فرص العمل والكثير من المشاكل التي يعانونها بسبب الإقصاء والتهميش.

إن هذه المشاكل توجب على المنظمات الحكومية وغير الحكومية السهر على تطبيق هذه القوانين بشكل فعال، والفيدرالية الجزائرية للأشخاص ذوي الإعاقة هي إحدى المنظمات التي تضطلع بهذه المهمة.

- تعريف الفيدرالية الجزائرية للأشخاص ذوي الإعاقة FAPH:

هي منظمة غير حكومية ذات صفة استشارية لدى الأمم المتحدة، أنشأت عام 1992 لتنسيق أعمال الجمعيات المحلية للأشخاص المعاقين حركيا، اعتمدت عام 1993 من طرف وزارة الداخلية وفق قانون 90-31 المؤرخ يوم 4 ديسمبر 1990 تحت اسم: " فيدرالية جمعيات المعوقين حركيا FAHM" ثم اعتمدت يوم 12 ماي 2010 باسم " الفيدرالية الجزائرية للأشخاص ذوي الإعاقة FAPH".

تجمع الفيدرالية 60 جمعية على أرض الوطن مهمتها هي الدفاع عن حقوق الوصول للأشخاص ذوي الإعاقة في مجالات الصحة والتعليم والتكوين المهني والتشغيل والترفيه وتقرير المصير والحق في إبداء الرأي.

الفيدرالية تشرف على رصد وتنفيذ اتفاقية حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة وتطوير أنشطتها من خلال مشاريع من مختلف الشركاء، وتشارك الفيدرالية في عمل مع جميع اللجان والمجالس الاستشارية ذات الصلة تجاه القضايا التي تمس الأشخاص ذوي الإعاقة¹⁷.

أهدافها:

- 1- تحسيس الدولة والسلطات العامة والمجتمع بحقوق الوصول للأشخاص ذوي الإعاقة ليتم تنفيذها.
- 2- حماية وتعزيز حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة من خلال التوفير والدعوة إلى جميع الترتيبات اللازمة بفعالية للسماح لهم بالحصول على الحقوق التي يتمتع بها كل مواطن.
- 3- وضع إمكانية الفيدرالية في خدمة الجمعيات المؤطرة والشركاء للوصول إلى النتائج التي تخدم دمج وإشراك الأشخاص ذوي الإعاقة في جميع الجوانب الاجتماعية والتعليمية والسياسية والاقتصادية والمهنية والثقافية والرياضية وتوفير إمكانية الوصول إلى وسائل النقل ومرافق الاتصالات والبنية التحتية والمباني العامة الهياكل.

- 4- تنسيق ودعم وتدريب جمعيات المعاقين للدفاع وتعزيز وحماية حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة.

ولخدمة أهدافها قامت الفيدرالية بإنجاز مشروع: " الإدماج الشامل المتكامل، حل لمحاربة إقصاء الأشخاص ذوي الإعاقة من الحياة الاجتماعية" وهو مشروع يدوم 3 سنوات بداية من 2008/01/01 إلى غاية 2010/12/31، مدعم من طرف الإتحاد الأوربي بمساهمة كل من الفيدرالية الجزائرية للأشخاص ذوي الإعاقة ومنظمة TERNATIONAL HANDICAPIN وهي منظمة غير حكومية فرنسية الأصل تنشط بالجزائر.

وبما أن المشروع يستهدف الأشخاص ذوي الإعاقة فقد قامت الفيدرالية بإشراك ثمانية عشر جمعية ناشطة من 7 ولايات هي: الجزائر العاصمة، قسنطينة، المدية، جيجل، بشار، بومرداس، وغرداية.

وسطرت الفيدرالية بعض الأهداف نذكر منها¹⁸:

- تسهيل مشاركة جمعيات الأشخاص ذوي الإعاقة لتطبيق برامج التنمية المحلية في الجزائر ولكي يصبحوا فاعلين ومعترفا بهم، وضمان المشاركة الاجتماعية الكاملة للأشخاص ذوي الإعاقة.
- نشاطات التحسيس التي تسمح بتغيير ممارسة السلطات المحلية من أجل إدماج أكثر للأشخاص ذوي الإعاقة في برامج هيئات وضع القرار على المستوى الوطني.
- تمكين الأشخاص ذوي الإعاقة من الاندماج في برامج الحياة الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية، السياسية..... والعمل على توفير تكافؤ الفرص واحترام الغير على المستوى الوطني.
- السلطات العمومية تأخذ بعين الاعتبار احتياجات الأشخاص ذوي الإعاقة في سياستها.
- مرافقة الأشخاص ذوي الإعاقة (مرافقة اجتماعية، فضاءات الإدماج)
- تكوين شبكة تشمل جمعيات الأشخاص ذوي الإعاقة وربطها مع شبكات الخدمات.

خاتمة:

تناولت هذه الدراسة موضوع أخلاقيات الأعمال وتطبيق المسؤولية الاجتماعية ودور الذي يلعبه في تفعيل برامج الإدماج الشامل للأشخاص ذوي الإعاقة من أجل محاربة إقصائهم من الحياة الاجتماعية، من خلال ثلاث محاور، مبرزة في المحور الأول ماهية أخلاقيات الأعمال، ثم المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بأخلاقيات الأعمال، أما أخيرا عرض تجارب إدماج ذوي الإعاقة في الحياة الاجتماعية ومن بينهم الجزائر التي اعتمدت مشروع " الإدماج الشامل المتكامل، حل لمحاربة إقصاء الأشخاص ذوي

الإعاقة من الحياة الاجتماعية" وقد تم تنفيذه من قبل الفيدرالية الجزائرية للأشخاص ذوي الإعاقة، ويسلط الضوء على دور المسؤولية الاجتماعي في برامج الإدماج الشامل للأشخاص ذوي الإعاقة وذلك من خلال جعل الإدماج سلوكا يتم تسويقه في إطار عملية تبادل تضمن رضا الطرفين.

نتائج وتوصيات هذه الدراسة: في ختام هذه الدراسة تم التوصل إلى النتائج التالية:

- إعتدأ أخلاقيات الأعمال وتطبيق المسؤولية الاجتماعية: هو تطبيق تقنيات التسويق التجاري في تحليل، تخطيط، تنفيذ، وتقييم البرامج المصممة للتأثير على الجمهور المستهدف من ذوي الاحتياجات الخاصة من أجل تحسين الرعاية للفرد والمجتمع .
- لأخلاقيات الأعمال وتطبيق المسؤولية الاجتماعية دور كبير في تفعيل برامج الإدماج الشامل لذوي الإعاقة لأن برامج التسويق الاجتماعي تبدأ بدراسة الفئة المستهدفة ومعرفة احتياجاتها.
- برامج المسؤولية الاجتماعية للأشخاص ذوي الإعاقة تستهدف أيضا أصحاب القرار في وضع القوانين والسياسات، وبالتالي هي تستطيع التأثير في هذه القوانين من خلال المناصرة.

التوصيات:

- استخدام المسؤولية الاجتماعية ضرورة كبرى من أجل محاربة إقصاء ذوي الإعاقة من الحياة الاجتماعية.
- ينبغي تحفيز إدماج المعوقين في الجزائر وتطوير علاقاتهم مع المحيط المادي والاجتماعي.
- ينبغي تطوير لمهارات العاملين في برامج إدماج ذوي الإعاقة من أجل ضمان الفهم الكافي لاحتياجاتهم.

قائمة المراجع:

¹ Pride wiliam & al, Business,8th edition, Houghton Mifflinn Co, Boston,USA, 2005, P37

² وليام هشاو، أخلاقيات منظمات الأعمال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2005، ص7.

³ المعاضيدي محمد عصام أحمد، أثر أخلاقيات العمل في تعزيز إدارة المعرفة، مذكرة ماجستير، جامعة الموصل، العراق، 2005، ص6.

اليوم الدراسي حول: "مكانة وممارسات المسؤولية الاجتماعية في العلوم الإنسانية والاجتماعية
يوم 2017/11/07 " جامعة محمد خيضر بسكرة

⁴ Woller, Business Ethics Society and Adam Smith: Some Observations on the Liberal Business Ethos, Journal of SocioEconomics, Vol 25, no 3, 1996, p315

⁵ بلال خلف السكارنة، أخلاقيات العمل، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص34.

⁶ نجم عبود نجم، أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال، الطبعة الأولى، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص175.

⁷ دليل الممارسات الأخلاقية للإداريين، ضمن فعاليات مشروع CIQAP، 2010، ص <http://www.agri.zu.edu.eg> ص 7،6

⁸ د. على السلمي، سياسات واستراتيجيات الإدارة في الدول النامية، مكتبة غريب، القاهرة.

⁹ السكارنة بلال خلف، أخلاقيات العمل. الطبعة الأولى، عمان: دار المسيرة للنشر و التوزيع، 2009، ص 162.

¹⁰ نجم عبود نجم. أخلاقيات الإدارة و مسؤولية الأعمال في شركات الأعمال. الطبعة الأولى، عمان: مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، 2006، ص 201.

¹¹ الأسرج حسين عبد المطلب. المسؤولية الاجتماعية للشركات: التحديات و الآفاق من أجل التنمية في الدول العربية،

متاح على <http://mpru.ub.uni-muenchen.de.pdf> (اطلع عليه بتاريخ 08 أوت 2017)، ص 06.

¹² بن عيشي بشير، قوفي سعاد، عرقابي عادل. المسؤولية الاجتماعية و الأداء الاجتماعي للمؤسسات الاقتصادية في

إطار التنمية المستدامة. الملتقى العلمي الدولي الأول حول أداء و فعالية المنظمة في ظل التنمية المستدامة، 10 - 11 نوفمبر 2009، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية.

¹³ نجم عبود نجم، مرجع سبق ذكره، ص 216-219

¹⁴ متاح على www.lphu.com/article/2015 (اطلع عليه بتاريخ 08 أوت 2017)

¹⁵ متاح على <http://alkhaleejonline.net/article> (اطلع عليه بتاريخ 08 نوفمبر 2017)

¹⁶ متاح على www.msnfcf.gov.dz/ar/texte (اطلع عليه بتاريخ 07 أوت 2017)

¹⁷ رياض زناد، دور التسويق الاجتماعي في تفعيل برامج الإدماج الشامل للأشخاص ذوي الإعاقة في الجزائر، مذكرة لنيل

شهادة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2010/2011، ص64.

¹⁸ نفس المرجع السابق ص66.

إستمارة المشاركة في المؤتمر

يوم الدراسي حول: مكانة وممارسات المسؤولية الإجتماعية في العلوم الإنسانية والإجتماعية

بجامعة محمد خيضر بسكرة

يوم 07 ديسمبر 2017.

من إعداد الباحثين:

الاسم واللقب	دريدي أحلام	قرون نورهان
الرتبة	أستاذة مساعدة قسم أ	طالبة دكتوراه
الكلية والجامعة	كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة	
محور المداخلة:	المحور الثالث: ممارسات المسؤولية الإجتماعية (المواطنة أخلاقيات الأعمال)	
عنوان المداخلة:	المسؤولية الإجتماعية للتسويق: مسؤولية، مبادئ وأخلاقيات	
الملخص	<p>تهدف هذه الدراسة إلى التركيز على موضوع المسؤولية الإجتماعية للتسويق بوصفه من الموضوعات المعاصرة التي تكتسب أهميتها ومداهها من واقع حال الأسواق المحلية والعالمية التي تسعى فيها المنظمات إلى البقاء والاستمرار من خلال امتلاك الميزات التنافسية، ومن هذا المنطلق تم التركيز على أخلاقيات التسويق الإجتماعي ومراعاة الأخلاق في تنفيذ حملاته الترويجية التي تسعى إلى نشر فكرة مع مراعاة عادات وتقاليده المجتمع. وقد تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاث محاور أساسية هي:</p> <p>أولاً: المسؤولية الإجتماعية للتسويق</p> <p>ثانياً: مفاهيم أساسية حول أخلاقيات الأعمال وأخلاقيات التسويق</p> <p>ثالثاً: أخلاقيات التسويق الإجتماعي</p> <p>الكلمات المفتاحية: المسؤولية الإجتماعية، أخلاقيات الأعمال، أخلاقيات التسويق، التسويق الإجتماعي، أخلاقيات التسويق الإجتماعي.</p>	

Summary:

The objective of this study is to focus on the subject of social responsibility for marketing as one of the contemporary topics that are gaining importance and extent from the reality of the local and international markets in which the organizations seek to survive through competitive advantages. His promotional campaigns seek to spread an idea while taking into account the customs and traditions of the community. This study has been divided into three main axes:

First: Social Responsibility for Marketing

Second: Basic concepts of business ethics and marketing ethics

Third: the ethics of social marketing

Keywords: Social Responsibility, Business Ethics, Marketing Ethics, Social Marketing, Social Marketing Ethics

مقدمة:

على رغم الانتشار المتزايد لمفهوم «المسؤولية الاجتماعية» للشركات في عالم اليوم، إلا أن تعريفها وتطورها التاريخي والدوافع التي تشجع الشركات على الاضطلاع بها والنتائج التي تحققها، كما تأثيرها على المستهلكين، لا يزال غير واضح للكثير من الناس وحتى الكيانات الاقتصادية المعنية، وليس مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات حديث بل هو نتاج أحداث بارزة شهدها العالم وتمثلت بتطور العمل النقابي المطالب بتحسين ظروف العمال، كما الممارسات الاقتصادية الرأسمالية، خصوصا في مظاهرها الأولى التي تركزت على تغليب الطابع المادي والربحي للشركات على حساب الجوانب الأخلاقية والاجتماعية، إضافة إلى انحسار دور الدولة ورعايتها الاجتماعية، كما تشهد بيئة الأعمال في الوقت الحاضر الكثير من الخروقات الأخلاقية التي نتجت عن ضعف

الاهتمام بالأسس والمعايير الأخلاقية في ممارسات الكثير من المنظمات لأنشطتها والابتعاد نوعاً ما عن النظر أو حتى التفكير بالمحددات والرموز الأخلاقية، وهناك بعض المنظمات التي تعطي البعد الاجتماعي أهمية كبيرة وتهتم بالتسويق الاجتماعي الذي يعتبر من المفاهيم المعاصرة التي ظهرت بتطور مفهوم التسويق في الوقت الحالي، ويتميز عن التسويق التجاري بتركيزه على الأخلاق وارتباطه بحاجات ورغبات الإنسان وهو يسعى لتحسين الظروف المعيشية من خلال الترويج للأفكار الإيجابية وسلوكيات تساهم في نشر الأخلاق الجيدة والابتعاد عن الآفات الاجتماعية فيمكن القول أن الاستخدامات العديدة للتسويق الاجتماعي في تنفيذ حملات التسويق الاجتماعية في ترويج ونشر فكرة لمجتمع معين وكذلك بحوث التسويق الاجتماعي وما تقوم به من فكرة أو مفهوم لحل مشكلة أخلاقية إجتماعية أو نشر عادة إجتماعية جيدة، بموجب ما تقدم سنحاول الإجابة على الإشكالية التالية:

ما المقصود بالمسؤولية الاجتماعية للتسويق، وكيف تساهم الحملات الترويجية للتسويق الاجتماعي في نشر الأخلاق؟

أولاً: المسؤولية الاجتماعية للتسويق

يصعب إيجاد تعريف واحد متفق عليه، على المستوى الدولي، لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، لكن تعدد التعريفات منها:

يعرّف البنك الدولي المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات بأنها "إلتزام أصحاب النشاطات الاقتصادية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة والتنمية في آن واحد". أما بالنسبة إلى المفوضية الأوروبية، فإن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هي "مفهوم تقوم الشركات بمقتضاه بتضمين اعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالها وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح على نحو تطوعي"، ومن جهته يشرح مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة

المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها "الالتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل" باختصار، يمكن تلخيص المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنها التزام الأخيرة بالمعايير الأخلاقية والقانونية من حيث ممارستها لنشاطاتها وأعمالها بشكل يتسم بالمسؤولية تجاه العاملين فيها وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل. ومن المهم التنبيه إلى أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ليست مجرد عمل خيري، بل هي استثمار في المجتمع. كما أنها لا تعني إدارة المؤسسة فحسب، إنما تشمل جميع العاملين فيها¹.

أما المسؤولية الاجتماعية للتسويق هي مجمل الإلتزامات التي تتعهد بها المؤسسة في تقديم ما يرغبه المستهلك وإنسجاما مع القيم المشتركة بينهما والتي تصب في النهاية بتحقيق رفاهية المجتمع وإستمرار عمل المؤسسة وبما تحققه من عوائد مربحة، وهذا التعريف يمكن أن يغطي الجوانب التالية:

- ✓ الإلتزامات الواجبة على المؤسسة وضرورة تأديتها بالشكل المطلوب
- ✓ تنصب نحو تقديم كل ما هو مناسب للمستهلك
- ✓ القيم المشتركة بين المؤسسة والمستهلك مثلا عن المجتمع وهو العنصر الرئيسي الذي يحكم صيغ العلاقة بين الطرفين
- ✓ الهدف الرئيسي يتمثل بتحقيق الرفاهية للمجتمع وإستمرار المؤسسة بأعمالها من خلال الأرباح التي يتم تحقيقها²

➤ الأهداف التسويقية التي تحققها المسؤولية الاجتماعية

المسؤولية الاجتماعية تحقق من الأهداف التسويقية على سبيل المثال:

- ✓ الزيادة في حصة الشركة السوقية وخلق عملاء محتملين استنادا إلى عامل المنافسة كعامل مؤثر في المسؤولية الاجتماعية وذلك بالارتقاء بهذه القطاعات وتحويلهم إلى قطاعات منتجة
- ✓ أهداف ترويجية من خلال قيام الشركات برعاية أنشطة اجتماعية هادفة لتنمية الشباب مثل المساهمة في دعم وتأهيل المنتديات الثقافية والاجتماعية للشباب في مناطق اقل نموا.
- ✓ أهداف البقاء والاستمرارية للشركة أو المنظمة من خلال خدمات التدريب التي تقدمها المنظمات للخريجين أو تأهل الشباب المتميزين أكاديميا بما يوفر لها كادر وظيفي مدرب لديه الولاء للمنظمة³.

ثانيا: مفاهيم أساسية حول أخلاقيات التسويق

هناك عدة تعاريف لمفهوم أخلاقيات الأعمال إلا أن وضع تعريف واضح ومحدد يعتبر في غاية الصعوبة لأنه يركز على مبادئ ومعايير تحكم سلوك الأفراد في بيئات مختلفة، وسيتم في هذه الدراسة عرض بعض التعاريف كما يلي:

التعريف الأول: " مجموعة من القواعد والأسس التي يجب على المهني التمسك بها والعمل بمقتضاها، ليكون ناجحا في تعامله مع الناس، ناجحا في مهنته مادام قادرا على كسب ثقة زبائنه والمتعاملين معه من زملاء ورؤساء ومرؤوسين " ⁴

التعريف الثاني: " أخلاقيات الأعمال تمثل مبادئ مهمة للسلوك المرتبطة بمعايير السلوك الجيد أو الغير الجيد أو السلوك الصحيح والسلوك الخطأ في تصرفات الأفراد والجماعة، أي أن أخلاقيات الأعمال مجموعة المبادئ السلوكية والقيم التي تحكم سلوك الفرد أو الجماعة في التمييز بين الصواب والخطأ" ⁵

التعريف الثالث: " مجموعة مبادئ تدور حول أربعة محاور رئيسية هي القيام بالأعمال الهادفة، وعدم إلحاق الضرر بالآخرين، وعدم الخداع في أي تعاملات، وعدم التحيز في القيام بأي ممارسات لصالح طرف دون الآخر ، فإذا تميز أي نشاط في المجتمع بهذه الخصائص يمكن في هذه الحالة يمكن في هذه الحالة الحكم بأخلاقيات هذا النشاط"

وفي الأخير يمكن تقديم التعريف التالي حيث يرى أن أخلاقيات الأعمال تتمحور حول مجموعة من القواعد والمبادئ والأحكام السلوكية والأدبية والقيم والمعايير والمقاييس الأخلاقية التي تحكم تصرفات الفرد أو الجماعة أثناء تأدية الأعمال في بيئة العمل، وتشمل هذه الخصائص الاستقلالية والموضوعية والأمانة والاستقامة والنزاهة والشفافية، والاعتمادية والمسؤولية وجوانب أخرى في السلوك القويم مقابل السلوك الخاطئ. ⁶

كما هناك عدة تعاريف مقدمة لأخلاقيات التسويق منها:

- يمكن تعريفها بأنها " مجموعة من المعايير التي تحكم سلوك وتصرفات المسوقين وما يحملونه من قيم ومعتقدات أخلاقية، بغية تقييم سلوكهم التسويقي أهو صحيح أم غير صحيح، ويكون للمجتمع الحكم في ذلك" ⁷

- كما يمكن تعريف أخلاقيات التسويق بأنها: "المعايير التي تحكم تصرفات المسوقين وبما يحملونه من قيم خلقية ترتبط عادة بتحديد ما هو صحيح بحيث تتجلى هذه القيم بشكل واضح بالنشاط التسويقي حيث تكون مرشدا في تحديد إيجابيات وسلبيات المنتج أو الخدمة، نوعية المنتج أو الخدمة، مضمون

الإعلان، إختيار منافذ التوزيع، خدمة العملاء، وجميع هذه المفردات تمثل في حقيقتها القيم التي يمكن ان تكون معايير للتأكد من صحة الاداء⁸

➤ الأخلاق التسويقية فى كل عنصر من المزيج التسويقي

ويمكن توضيحها فيما يلي⁹:

1. أخلاقيات المنتج: عند النظر إلى التسويق من خلال منظور شامل تتضح أن هناك مسؤولية تقع على عاتق رجال التسويق فقد تطورت العديد من القوانين والتشريعات لمحاسبة رجال التسويق عن كل من العميل والمنافسين ويوضح هذا الجزء الأخلاقيات المتعلقة بالمنتج حيث هناك عدة حقوق يجب مراعاتها:

- **حق الأمان:** هناك العديد من التوقعات من جانب المستهلكين عند شراء المنتج ومنها الرغبة أن يعمل المنتج على نحو ملائم طوال اكبر فترة ممكنة ومن أهم هذه التوقعات هو أمان المنتج، وعلى الرغم من توفر الرغبة لدى كثير من الأفراد لتحمل بعض المخاطر المحسوبة إلا أن الغالبية لا ترغب في تحمل مخاطر غير ضرورية وذلك عند استخدام المنتج، وعلى سبيل المثال فقد واجهه رجال التسويق بشركة (SUDAFED) مشكلة الأمان لبعض المنتجات التي تحتوى على مواد سامة بالرغم أن الشركة لم تضيف هذه المواد السامة إلى المنتجات، لذلك يجب استخدام العبوات المناسبة وذلك للعديد من المنتجات مثل الألبان وذلك لتجنب حدوث أثار ضارة بالمستهلك، بمعنى أكثر دقة لابد من مراعاة المسؤولية على المخاطر ويجب حماية المستهلك من المنتجات الضارة على صحته ومراعاة حق المستهلك في الأمان

- **توفير المعلومات:** صرحت منظمة الأدوية والغذاء فى عام 1994 أن الساليجن المدمج من خلال الهندسة الوراثية للطماطم يعتبر آمنا، والنقد هنا من الذي فحص الجين الجديد المدمج في الطماطم لذلك توافر الحق في المعرفة، وقد يركز البعض انه لا يجب تضليل المستهلك عن طريق المعلومات المضللة والإعلانات الخادعة، إن المستهلك لديه الحق في أن يحصل على المعلومات الكاملة التي تمكنه من اتخاذ القرار المناسب فنجد أن ذلك الحق منصوص عليه في القوانين ومنها المكونات الطبيعية للمنتج، بلد المنشأ مستوى الجودة، هذه المتطلبات تتضمن أيضا المعلومات عن التصميم والتغليف

- **جودة المنتج والحياة الآمنة:** طبقا للولايات المتحدة الأمريكية وكندا والدول المتقدمة الأخرى و التي أصبحت تعطى اهتماما لقيمة المواطن فقد ازداد وعي المواطنين بجودة المنتج على الرغم من صعوبة تحديد مفهوم واضح يعكس جودة واقتصادية المنتج، وقد حدث تحول فى الرأي العام للمستهلكين انه يجب على المنظمات أن تكون أكثر كفاءة في استغلال الموارد وحماية

البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية و تنص نظريات الجودة أن المواطنين لديهم كامل الحقوق ولا يجب على المنظمات انتهاك هذه الحقوق ويجب الالتزام بالجودة والتوقعات الأخرى وقد أدى ذلك إلى إرباك المنظمات إذ يجب على المنظمة تحقيق رغبات المستهلكين وتتضمن معظم نظريات الجودة حماية البيئة، كما يعتقد العديد من الأفراد أهمية المنظمات كعضو في المجتمع في المشاركة بعدم تدمير وتلويث البيئة وتكمن صعوبة هذه النظريات أن الأفراد ترغب في العديد من الأشياء بنفس الأهمية ومثال ذلك :

✓ يرغب المستهلكين في الحصول على المنتجات الالكترونية ذات أسعار منخفضة مع العلم أن الطاقة النووية طاقة رخيصة ولكنها في غاية الخطورة كما يرغب المستهلكين من عدم استخدام المنشآت الكهربائية للوقود العادي الذي يلوث البيئة والطاقة النووية غير آمنة

✓ العبوات الغير قابلة للاستخدام تلوث البيئة لكن الأفراد قد لا يكون لديهما الرغبة في تحمل تكاليف إضافية للعبوات القابلة لإعادة الاستخدام

✓ يرغب الأفراد في هواء نظيف ولكنهم لا يستخدمون السيارات الصديقة للبيئة ويستخدمون السيارات التي تستخدم وقود ضار بالبيئة للذهاب إلى أماكن عملهم

إن القول أنه على رجال التسويق عليهم تحمل المسؤولية الاجتماعية وأخلاقية لحماية البيئة هو أمر واضح ولكن الأمر الغير الواضح هو كيف يتم تحقيق هذه المسؤولية، فمن الذي يتحمل تكاليف الطاقة الآمنة، هل يجب على المستهلك دفع ثمن اكبر لقيمة المنتج، أم هل المجتمع يتحمل هذه التكاليف ويمكن تحقيق البيئة النظيفة من خلال الجهود المبذولة من جانب المنتج ومحاولة إعادة تصنيع العبوات القديمة

- استخدام أو تقادم المنتج : تضمن نظرية تقادم المنتج ما الذي يحدث عندما يتقادم المنتج قائم بسب ظهور منتج جديد أفضل منه الوجه الآخر للالتزامات الأخلاقية حيث من غير المناسب جعل المنتج متقادم خاصة مع وجود منتج جديد يرتبط بالأذواق فيجب التأكد من انه لا يوجد منتج له البقاء على مدى الحياة، وعندما يتقادم المنتج بسب التهاك يسمى التقادم المادي، التقادم المخطط يعتبر من الأمور الجدلية وذلك لان المنتج الجديد أكثر ربحية فان رجال التسويق يخططون لتقادم المنتج الحالي للحفاظ على مستوى مناسب للربحية وكثير من المنتجات مصممة لكي لا تدوم طويلا، وبالرغم من تزايد الأصوات التي تقول أن التقادم المخطط هو ضمان لمواكبة احتياجات العميل حيث أن بعض العملاء يفضلون دفع مبالغ نقدية بصفة دورية بدلا من دفع مبلغ كبير على مرة واحدة، فقد تغير فكر المجتمع، على سبيل المثال يرغب الأفراد في السيارات الجذابة على الرغم من عدم حدوث تطورات كبيرة في الأداء ويفضلون إشباع الحاجات الاجتماعية، ويعد تقادم المنتجات من النظريات التي تؤكد

على حرية المستهلك في الاختيار وحرية المؤسسات وبعض الحجج أن التقادم يمكن المستهلك من حرية الاختيار

2. أخلاقيات التسعير: وهناك أربعة أنواع من التسعير الغير أخلاقية كما تعد غير قانونية وهي التسعير الوهمي والتسعير الجبري والتسعير النسبي والتسعير المحدد وسنستعرضها كما يلي:

- **التسعير الوهمي:** هي الأسعار المنخفضة التي تدفع المنتج إلى تحميل المستهلك بأنواع أخرى من السلع قد لا يرغب المستهلك في شرائها ويعد ذلك غير قانوني، أو إيهام المستهلك انه حصل على خصم وفي الحقيقة هو لم يحصل على أية خصومات

- **التسعير الجبري:** يستخدم التسعير الجبري لمنع المنافسين من الدخول في الأسواق، وذلك عن طريق تقديم المنتجات بأسعار منخفضة جدا قد تقل عن سعر التكلفة الأمر الذي يدفع المنافسين إلى التعثر وعند خروجهم تتجه المؤسسة إلى رفع الأسعار

- **التسعير النسبي:** وهو بيع نفس المنتج للمشتريين بأسعار مختلفة مع وجود نفس التكلفة ونظريا يمكن تحقيق مكاسب من خلال رفع الأسعار لبعض المستهلكين، ويكون ذلك غير أخلاقي في حالة تغيير السعر بنفس المجموعة المتشابهة من المشتريين ونفس البضائع و يتضح أن ذلك غير قانوني إلا أن هناك بعض الاستثناءات حيث ينطبق ذلك على مبيعات الشركة لعملائها حيث مثلا لا تستطيع شركة جنرال موتور البيع بأسعار مختلفة لنفس السيارة ولكن يمكن للمتعاملين طلب عمولات مختلفة لنفس السيارة، وكما يكون ذلك قانونيا البيع بأسعار مختلفة في حالات وجود تكاليف مختلفة تربط بالمشتري حيث يمكن للمصنع البيع بأسعار قليلة للمشتري بكميات كبيرة وكما يمكن البيع بأسعار مختلفة في حالات المنافسة، أخيرا إذا استطاع البائع أن يوضح أن اختلاف الأسعار لا يسبب مخاطر على المنافسة لا يخضع للمسائلة القانونية وتتضح من ذلك أن القانون يوجد به بعض الثغرات التي يمكن التلاعب بها الأمر الذي يتطلب من رجال التسويق إتباع الأساليب الأخلاقية

- **السعر المحدد:** وهي اتفاقية بين المؤسسات في الصناعة لتحديد مستويات الأسعار ويعد ذلك عملا غير قانونيا لأنه يحد من المنافسة وتحديد الأسعار يكون من خلال مستويين أفقيا أي الاتفاق بين المنافسين تحديد الأسعار، أما راسيا أي اتفاقية بين مستويات مختلفة في المؤسسات لتحديد السعر مثلا الإتفاق بين المصنع والمندوبين أو الوكلاء والموزعين ، ومن العوامل التي يتحمل فيها السلوك الأخلاقي هي:

✓ سياسة قشط السوق: وهي البيع إلى قمة السوق بأعلى الأسعار وتخفيض الأسعار تدريجاً وتساهم تلك السياسة في تعظيم الربح في بداية تقديم المنتج خاصة في وجود عدد قليل من المنافسين وهناك بعض الانتقادات الموجهة إلى هذه السياسة خاصة إذا كان المنتج له تأثير اجتماعي هام مثل العقارات والتكنولوجيا الحديثة

✓ سياسة الإغراق: حيث يقوم المنتج بتقديم أقل الأسعار بجذب المستهلك ومحاولة البيع بسعر أعلى عندما يتواجد المستهلك في المخزن على سبيل المثال قامت بعض شركات الأثاث بعرض أسعار منخفضة لنوعيات من التليفزيونات الملونة ولكن عندما يتواجد المستهلك في المخزن يوضح لها لبائع عيوب مرتبطة بهذا التليفزيون ويحاول إقناعه بالتحول إلى منتج آخر بشراء منتج آخر أعلى سعراً، ونجد أن عدم رغبة البائع في بيع كميات كبيرة من هذا المنتج وإذا كانت سياسة الإغراق ناجحة حيث تؤدي إلى زيادة الطلب على المنتج الأفضل وبعد ذلك من استراتيجيات البيع التي تخدم العميل إذا وجد أن السعر الأعلى يحقق أداء أفضل، إلا أن هناك بعض العيوب خاصة وجود الطمع وعدم الأمانة عند استخدام هذه الطريقة حيث تجعل بعض المنظمات من الصعب بيع تلك المنتجات، كما قد يكون هناك بعض الانتقادات للسلوك الأخلاقي بالتلاعب في سجلاتهم لزيادة التكاليف لتحقيق أرباح

3. أخلاقيات التوزيع : يواجه رجال التسويق بعض القرارات الأخلاقية وذلك عند اختيار القطاعات التوزيعية، وتظهر بعض المشكلات الأخلاقية في وجود المناطق التي قد لا يكون لديها قوه شرائية كبيرة فمثلاً تواجه شركات الأحذية الرياضية بعض المشكلات تتعلق بالقوة الشرائية في المناطق الفقيرة كما يواجه رجال التسويق مشكله أخرى وهي اختيار قطاعات توزيعيه لا تحتاج إلى تلك الخدمات وإهمال القطاعات التي تحتاج إليها فعليا وعلى سبيل المثال نجد أن البنوك تقدم خدمات الائتمان وغير ذلك من الخدمات بشروط ميسره إلى الأثرياء لكنها تشترط وجود ضمانات قويه من جانب المحتاجين

4. أخلاقيات الترويج : هو محل نقد في التسويق وتكمن العديد من الانتقادات الموجهة إلى التسويق هي هل تقوم الاتصالات التسويقية على الأمانة والحرية ولا بد أن رجال التسويق يجب ان يتحلوا بالإلتزام وبالعدالة الأخلاقية عند التعامل مع الاتصالات، ومثال ذلك عندما يقدم التليفزيون برامج إخبارية ودعائية قد لا يعرف المستهلك أنها أعدت لأغراض تسويقية فالمستهلك يعتقد أن هذه البرامج الإخبارية موجهة لتتقيف المستهلك مما يكون لها مصداقية لدى المستهلك مثل البرامج الدعائية حول وصفات لعلاج القلب حيث يقدر عدد المشاهدين بـ 27 مليون شخص من خلال العديد من البرامج التليفزيونية الأمر الذي كان له تأثيرا كبيرا على إقناع المستهلكين، ويكمن النقد هنا حول استخدام المشاهير في الإعلانات من حيث أن لهم دور كبير في إقناع المستهلكين وقد يؤدي في بعض الأحيان إلى خداعهم الأمر الذي يتطلب الإلتزام بالقيم الأخلاقية كما يجب عدم المبالغة في جودة المنتج

- أخلاقيات الإعلان: هناك بعض الجدل حول النظريات الأخلاقية في مجال الإعلان وفيما يلي بعض من هذه النظريات وهي الممارسات الخادعة، المعايير العامة، الترويج للأطفال:

✓ الممارسات الخادعة والمضللة: يضمن المجتمع حق المستهلكين في المعرفة ويجرم الممارسات الخادعة أو الممارسات التي تضلل المستهلك على سبيل المثال حق المستهلكين معرفة طريقة توزيع الجوائز، نتيجة للتأثير المباشر للإعلان على للمشتريين فإنه يجب الاهتمام بالإعلان المضلل والذي يقصد به توصيل معلومات خادعة وغير صحيحة للمستهلك واستخدام بعض العبارات التسويقية الخادعة، ويعتبر ذلك غير قانوني وهناك صعوبة لتحديد الإعلان المضلل أو الخادع بالرغم من رفض الأفراد الادعاءات المضللة وتجرى ذلك قانونيا، حيث يتم استخدام بعض العبارات مثل صديق الأزون القابل لإعادة الاستخدام وذلك في الرسالة الإعلانية حيث على الرغم من صدق هذه العبارات إلى أنها لا تضمن المستهلك إن المنتج لا يحتوي على مواد مضرّة، وكذلك الإغراء والتحويل وهي الإعلانات التي تستخدم تكتيك الإغراء والتحويل تعد مثلا آخر لصعوبة تحديد الإعلانات الخادعة وتتضمن هذا النوع من الإعلان لأسعار مغريه للمنتج وعندما يتجه العملاء للمخازن يحولوا إلى منتج آخر أعلى ثمنا بواسطة رجال البيع والادعاء بعدم توفر هذا المنتج لسبب أو لأخر، وعلى الرغم من وضوح الخداع فإنه يتعذر الحصول على إثبات بذلك، فهل يرغب احد أن يوضح أن رجل البيع رفض بيع منتج معلن عنه، وهناك جانب آخر عن تكتيكات المبيعات الذي يحاول من خلال رجل البيع نفع المستهلك من خلال مفهوم الأمانة ورضاء العميل حيث يقدم له النصح والإرشاد وتوضيح القدرة الحقيقة للمنتج وهنا يظهر صعوبة التفرقة بين سياسة الإغراء والتحويل وواجبات رجل البيع

✓ المغالاة : وهي الممارسة الرسمية لوجهات النظر أو التركيز التسويقي الهائل أي الادعاء بأهمية المنتج للمجتمع وتتنضح ذلك من خلال المنتجين السينمائيين وكذلك الناشرون عندما يستخدمون عبارات مثل الفيلم الأكثر إثارة أو أفضل كتاب يمكن أن تقرا

✓ المعايير العامة : القضايا الأخلاقية والقانونية عادة تقرر بناء على المعايير الأخلاقية أو المعتقدات وعلى الرغم من ذلك إلى أن الغالبية تقر بناء على المعتقدات الشخصية وهي المعايير العامة وهناك بعض الإعلانات التي تظهر بعض الرجال والنساء في أوضاع مثيرة التي تؤدي إلى الفتنة ذلك أنهم لا يلتزمون بالمعايير العامة ولكن المعايير العامة لا تكون واضحة على سبيل المثال

✓ هل يجب السماح بنشر إعلانات شرب الكحول على التليفزيون ؟

✓ هل يجب استخدام القاصرين في الإعلانات التجارية ؟

✓ هل يجب السماح للمحامين إرسال رسائل مباشرة عن الجرائم الأخلاقية ؟

يجب على رجال التسويق أخذها في الاعتبار وبالرغم من صعوبة هذه النظريات فان رجال التسويق يستطيعون اتخاذ قرار أخلاقي في العديد من الحالات يقرر بعض رجال التسويق السخرية من بعض القطاعات لإسعاد بعض قطاعات أخرى ويعتبر بعض الأفراد أن هذا النوع من الإعلانات نوع من الهجوم ويرى الآخرون أن تلك الإعلانات مقبولة

✓ الترويج للأطفال: يوجد خلاف وجدل مستمر حول التسويق الموجه إلى الأطفال حيث يرى البعض أن ذلك يعزز المادية وتشجيع الأطفال على تناول الأطعمة التي تحتوى على السكريات والابتعاد عن الأطعمة الطبيعية كما يوضحون أن الأطفال عرضة للاقتناع والخداع لذلك لابد من توفير الحماية الخاصة لهم، ومن جانب آخر يرى البعض أن الأطفال يفهمون الهدف من الإعلانات ويجب تعليم الأطفال كيف يكونوا مستهلكين، ويساهم رجال التسويق في تعظيم ادوار المستهلكين بالإضافة إلى الوالدين ويجب الأخذ في الاعتبار التأثير على الأطفال من خلال الإعلانات كما يجب الاهتمام أيضا بالصحة والنمو للأطفال ومراقبة المنتجات الغذائية التي تباع للأطفال

✓ أخلاقيات البيع الشخصي : هناك افتراض أساسي هو أن رجل البيع سوف يبيع منتجات أو خدمات المنظمة من خلال سلوك أخلاقي ومن خلال جهود مخلصه لتحديد احتياجات المستهلك وتوصيل البيانات الحقيقة والصادقة عن منتجات المنظمة محاولا مد المستهلك بالمعلومات الكاملة ومعرفة شكاوى المستهلك

✓ الأخلاق و الانترنت: البحث عن معلومات حول المنافسين يرتبط أيضا بالقرار الأخلاقي فعلى سبيل المثال ليس من الاستثناءات أن يغير بعض الأفراد وظائفهم وينتقلون إلى شركات منافسة في نفس الصناعة فهؤلاء الأفراد يكون لديهم الكثير من المعلومات بالمثل فان هناك بعض المنظمات تتبع أساليب غير مشروعة للحصول على بيانات المنافسين والطريقة الحديثة لذلك عندما يستخدم الهاكرز الانترنت لاختراق شبكات المنافسين للحصول على معلومات التي تم تجميعها في أعوام عديدة فالتجسس على المنافسين للحصول على الأسرار التجارية يعتبر غير قانوني وغير أخلاقي

ثالثا: أخلاقيات التسويق الإجتماعي

➤ نشأة وتعريف التسويق الإجتماعي:

إن التسويق الإجتماعي قد بدأ عام 1971 على يد البروفيسور فيليب كوتلر عندما قام بنشر مقال بعنوان "التسويق الإجتماعي: مدخل إلى التغيير الإجتماعي المخطط" في مجلة التسويق¹⁰، وقد تعددت التعاريف المقدمة له بإختلاف المذاهب التسويقية للباحثين حيث عرف التسويق الإجتماعي بأنه: " عملية تسويق أفكار تهدف إلى تغيير سلوك باستخدام التقنيات والأساليب التسويقية. والتعاون مع صناع القرار والمهتمين من خلال برامج تهدف لإحداث تغيير مجتمعي"، وعرف أيضا: "هو التأثير على السلوك الاجتماعي لمصلحة الجمهور المستهدف والمجتمع بشكل عام وليس لمصلحة من يقوم بالتسويق"¹¹

ويمكن القول أن التسويق الإجتماعي يعتبر مفهوما خاصا بالمسؤولية الإجتماعية يقوم من خلاله المسوق بنشر فكرة أو قيمة أو نمط سلوكي مستهدفا إحداث تأثير معين في الإطار المعرفي أو في سلوك الفرد¹² ويعرف أيضا بأنه: "محاولة للتأثير على المستهلكين من أجل تحقيق المصالح، وعلى هذا النحو ودائما على الوجه الأخلاقي فهو يسعى إلى إحداث تغيير سلوك المستهلك الذي من المفترض أن يكون جيدا في حد ذاته بدلا من تغيير ما هو جيد لمجرد أنه يزيد في الأرباح أو غير هادف للربح.¹³ وفي الأخير يمكن القول أن التسويق الإجتماعي هو تسويق ذو بعد أخلاقي وإجتماعي حيث يراعي في علاقته مع المستهلكين تجنب ممارسات التسويق الأخلاقية التي تؤثر على المستهلك أو المجتمع ككل

➤ أهمية التسويق الإجتماعي

تشتمل مجالات التسويق الاجتماعي على مجموعة كبيرة ومتنوعة من المشاكل الاجتماعية ولكن تبرز أهمية التسويق الاجتماعي بصفة خاصة في الحالات الآتية:

- حينما تكون هناك حاجة إلى نشر معلومات جديدة أو ممارسة سلوكيات جديدة، ففي أحيان كثيرة تبرز الحاجة إلى أخبار الناس بمعلومات عن فرص أو ممارسات سلوكية تحسن من حياتهم
- حينما يكون هناك حاجة إلى تقليل الاستهلاك أو التوقف عن استخدام سلوك معين، وهذا ما يسمى بإستراتيجية تخفيض التسويق، حيث تقوم الشركات في مختلف دول العالم بترويج منتجات غير مرغوبة وضارة بالصحة مثل السجائر والمشروبات الكحولية وأنواع من الأطعمة المصنعة بطريقة معينة والتي قد تسبب أو تساهم في أمراض القلب والرئتين وتلف الكبد وزيادة الوزن ومشاكل أخرى، وفي ضوء ذلك فإن التسويق الاجتماعي يعتبر طريقة ووسيلة فعالة لحث الناس على تبني سلوكيات صحية.
- حينما تكون هناك حاجة إلى تنشيط أو إثارة أو تشجيع أو تحفيز لاستخدام معين، ويحدث ذلك حينما يكون الناس على علم بما يجب أن يكون ولكنهم لا يتصرفون وفقا لما يجب أن يكون¹⁴.

➤ دور التسويق الاجتماعي في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

يعتبر تعزيز المسؤولية الاجتماعية في تحديد مستوى ونوعية القنوات الموجودة لدى مؤسسات الأعمال نحو مفهوم المسؤولية الاجتماعية وحسب فلسفة التسويق الاجتماعي وفلسفة اقتصاد السوق الاجتماعي ومن ثم التعرف على المشكلات التي تعترض تطبيق أو نشر فلسفة التسويق الاجتماعي من وجهة نظر مؤسسات الأعمال وكذلك محاولة بناء شراكة فعلية بين مؤسسات المجتمع المدني ومؤسسات الأعمال وتحت مظلة الأجهزة الحكومية. ويبرز دور التسويق الاجتماعي في تعزيز المسؤولية الاجتماعية من خلال نشاط حماية المستهلك في إطار المفهوم الاجتماعي للتسويق: تقع على عاتق الإدارة مسؤولية كبرى ليس فقط تجاه المشروع الذين يعملون فيه أو القطاع الاقتصادي الذين ينتمون إليه ولكن بصفة أساسية تجاه المجتمع عامة ومن الطبيعي أن يتعرض رجال الإدارة للمساءلة من المجتمع إذا لم تتم مراعاة التوازن بين هدف إشباع الحاجات التسويقية للأفراد والآثار الاجتماعية المترتبة على إشباعها. وذلك بمراعاة الجوانب الرئيسية للمسؤولية الاجتماعية وهي:

✓ جانب قانوني: يتمثل في الالتزام بقانون التصرفات مع الجمهور

✓ جانب سياسي: يتمثل في دور الحكومة ومسؤوليتها في تحقيق معيشي أعلى للمواطن لمراقبة تعامل رجال الأعمال (منتجين وموزعين)

✓ جانب اجتماعي: يتمثل في مسؤولية الإدارة تجاه المجتمع ويعد الضمان لاستمرار هذه المسؤولية إذا ما لاحظنا الطبيعة المتغيرة للجانب السياسي والقانوني واعتمادها على الجانب الاجتماعي.

كما يجب التعرف على أنواع حماية المستهلك:

✓ حماية إجبارية: تمثلها الجهود التي تبذل من جانب السلطات الرسمية وهي أنشطة تجبر باقي الأطراف على إنتاج سلوكيات محددة والامتناع عن تصرفات بعينها.

✓ حماية اختيارية: يمثلها ما قد يتعارف أو يتفق عليه مجموعة من المنتجين أو الموزعين بإقرار أو إتباع قواعد أو مواصفات معينة من أمثلتها الغرف الصناعية أو التجارية

✓ حماية استهلاكية: يمثلها جانب المستهلك حيث يحاول بشكل فردي عادة إن يفعل ما في وسعه للدفاع على ما يتصوره أنها حقوق مستهلك¹⁵.

➤ . أخلاقيات التسويق الاجتماعي

- تعد نوعية ومستوى الأفكار والخدمات التي يسعى التسويق الاجتماعي إلى ترويجها مظهراً من مظاهر تحديث المجتمع، فالتسويق الاجتماعي يسعى إلى تحقيق أمرين رئيسيين هما:
- اكتشاف حاجات ورغبات الجماهير ومشكلاتهم الاجتماعية وترجمتها في شكل خدمات أو أفكار جديدة تقدم حلولاً لهذه المشكلات أو تسهم في إشباع هذه الاحتياجات الفعلية.
 - توصيل هذه الأفكار والخدمات إلى الجماهير عن طريق الاستعانة بالمنظمات الخدمية وجهود المتطوعين في المجتمع.

➤ التزامات وأخلاقيات التسويق الاجتماعي

يمكن إيجازها في:

- الالتزام بأخلاقيات المجتمع
- مراعاة العوامل الاجتماعية
- مراعاة الدوافع السائدة
- مراعاة اللغة السائدة في المجتمع.
- تحقيق الفائدة للجماهير المستهدف¹⁶

➤ الصعوبات التي تواجه التسويق الاجتماعي

هناك عدة صعوبات يواجهها المسوق في التسويق الاجتماعي أهمها:

- يتعامل التسويق الاجتماعي مع مجالات غير ملموسة ألا وهي مجالات الاتجاهات والمعتقدات التي تحتاج إلى مجهودات ضخمة لتغييرها على المدى الطويل.
- ضرورة مراعاة التوافق بين الفكرة الاجتماعية أو نمط السلوك الذي نسعى إلى ترويجه، والاتجاهات والمعتقدات السائدة لدى الجماهير المستهدفة.
- يواجه التسويق الاجتماعي صعوبة في تنوع المستهلكين الذين يتوجه إليهم القائم بالتسويق لفكرة أو خدمة أو نمط سلوك معين، إلى جانب تصدي هذه الأفكار لعادات وسلوكيات اجتماعية رسخت على المدى الطويل، مما ينتج عنه مقاومة ورفض الفرد للفكرة الجديدة أو أنماط السلوك التي يتلقاها¹⁷.

➤ كيفية بناء حملات أخلاقية ناجحة في التسويق الاجتماعي

حسب آلين سنتر Allen Center وسكوت كوتليب Scott Cutlip فإن حملات التسويق الاجتماعي تلعب دوراً هاماً في مختلف المجالات الحيوية، خصوصاً وأنها تسعى لتحسين ظروف معيشة الأفراد، ويعرف ميشال أندريان Michel Andrien حملات التسويق الاجتماعي (والتي يطلق عليها اسم La

Communication Sociale بأنها "مجموعة من البرامج الاتصالية التي تعتمد على التخطيط لوضع إستراتيجيات إقناعية بهدف تبني الأفكار أو السلوكيات أو الممارسات الاجتماعية الإيجابية، وتعتمد هذه الحملات على برامج متخصصة في تغيير معارف ومعلومات واتجاهات الجمهور المستهدف". إن نجاح هذه الحملات مرهون بمدى التزامها بجميع خطوات التخطيط ووضع الإستراتيجيات وتحديد الأهداف والإمكانيات البشرية والمادية ومعرفة سمات المستهلكين وجدولة الحملة¹⁸ ، ويعتبر تنفيذ حملات تسويقية اجتماعية ناجحة أمراً بالغ الصعوبة إذ ينظر الأفراد عادة إلى مثل هذه الحملات على أنها تدخل في حرمتهم الشخصية في الاختيار، خاصة عندما تهدف إلى تغيير سلوكيات واتجاهات ومعتقدات هؤلاء الأفراد، ومن ثم تجابه الحملات الاجتماعية تحديات كبيرة ففوة العادات والتقاليد التي رسخت على مدى طويل تحول دون استجابة الأفراد بإيجابية في كثير من الأحيان لمثل هذه الحملات¹⁹. ويمكن القول أن هناك بعض المبادئ الأساسية التي يجب معرفتها لبناء حملة ناجحة²⁰:

- المعرفة الحقيقية للمستهلك ووضعهم في مركز كل قرار يتخذ، لأن التسويق يبدأ وينتهي بالمستهلك المستهدف، ويجب معرفة الحواجز التي تمنع المستهلك من الأخذ بالسلوك الجديد
- عملية زيادة الوعي وتحويل المواقف وتعزيز المعرفة وعلى الحملة أن تكون واضحة في ما تريد من المستهلك القيام به
- يجب أن يكون هناك تبادل عند محاربة سلوك سيء أو إدراج سلوك جديد والقبول به حيث يجب تقديم شيء جاذب في المقابل، ففي التسويق التجاري هناك تبادلات ملموسة وغير ملموسة أما التسويق الاجتماعي فيجب معرفة المستهلك جيداً لفهم الطرق التي تحفزهم لإجراء تغييرات في حياتهم، وما هي الفوائد التي يمكن أن تقدم لمساعدتهم وكيف يمكن جعل ذلك أسهل بالنسبة لهم فالمنافسة موجودة دائماً وللمستهلك الحق في أن يختار فعل شيء آخر
- الحفاظ على عناصر المزيج التسويقي
- تفعيل المسؤولية الاجتماعية

الخاتمة

يمكن في الأخير القول أن هذه الدراسة تمثل إسهاماً متواضعاً في موضوع يشهد تطورات كبيرة وهو المسؤولية الاجتماعية ومراعاتها في حملات التسويق الاجتماعي، وقد تم إدراج مجموعة من التوصيات أهمها الآتي:

- 1- تعد الأخلاقيات من أهم الجوانب للتسويق الاجتماعي التي يتوجب على منظمات الأعمال الانتباه إليها عند صياغة الإستراتيجيات التسويقية وبشكل خاص إستراتيجيات التسعير والترويج.
- 2- تلعب أخلاقيات التسويق الاجتماعي دوراً واضحاً في المزيج التسويقي والعلاقات التبادلية بين منظمات الأعمال والمستهلكين، والتوجه نحو معرفة وتشخيص رغبات وحاجات المستهلك
- 3- إصدار مدونة لأخلاقيات التسويق الاجتماعي يتم من خلالها تحديد ما هو أخلاقي وغير أخلاقي

4- إصدار قوانين صارمة لمعاقبة المؤسسات الغير أخلاقية و تحفيز المؤسسات الأخلاقية بجوائز وشهادات تعترف بمجهوداتها في هذا المجال

المراجع

- ¹ المسؤولية الاجتماعية... كيف بدأت وتطورت <http://www.al-akhbar.com/node/266689>
- ² خري عبد الناصر: المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات التسويق، مجلة الدراسات الاقتصادية الكمية، عدد01، 2015، ص 98
- ³ التسويق والمسؤولية الاجتماعية، يوم (2017/07/10) <http://mbagroup.ibda3.org/t10-topic>
- ⁴ خالد محمود طيبش: سبل تعزيز أخلاقيات العمل في القطاع العام الفلسطيني دراسة على وزارة الصحة، مؤتمر الإصلاح والتطوير الإداري الأول، ديوان الموظفين العام، أبريل 2009، فلسطين، ص 8.
- ⁵ ليث سعد الله الحسين، ريم سعد الجميل: المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين وانعكاسها على أخلاقيات الأعمال eco.asu.edu.jo/ecofaculty/wp-content/uploads/2011/04/58.doc
- ⁶ خالد عطا الله الطراونة ومحمد منصور أبو خليل: أثر أخلاقيات الاعمال والمسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية (دراسة ميدانية في الشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان المالي)، المؤتمر الدولي الثاني لكلية إدارة الأعمال جامعة مؤتة الأردن (الفرص الاقتصادية والإدارية في بيئة الأعمال التنظيمية)، من 23 إلى 25 أبريل 2013.
- ⁷ خري عبد الناصر، مرجع سابق، ص 100
- ⁸ عبد الكريم الحسون أخلاقيات التسويق المصرفي، يوم (2017/07/10) <http://alphabet.argaam.com>
- ⁹ التسويق الأخلاقي يوم (2017/07/10) <http://moga.ahlamontada.net/t477-topic>
- ¹⁰ <https://ramisbg.wordpress.com/2012>
- ¹¹ التسويق الاجتماعي يوم (2017/07/10) <http://acadcon.com>
- ¹² هديل إلياس سعيد : التسويق الاجتماعي ودوره في زيادة فاعلية الأداء في القطاع المصرفي السوداني، مذكرة ماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2014، ص26
- ¹³ Michael , baker : The marketing book,5 edition, butterworth-heinemann,london,2003,P698
- ¹⁴ عبد القادر شهاب: التسويق الاجتماعي إبتكار جديد في مجال العلوم الاجتماعية في عصر العولمة، مؤسسة هارموني للتنمية الإنسانية يوم (2017/07/11)
- ¹⁵ نفس المرجع السابق: <http://mbagroup.ibda3.org/t10-topic>
- ¹⁶ <http://acadcon.com> ، نفس المرجع السابق
- ¹⁷ نفس المرجع السابق، <http://acadcon.com/life-skills/?p=2691>

¹⁸ خالد زعموم: التغيير القيمي في حملات التسويق الاجتماعي دراسة نقدية على حملات المطويات في مجتمع الإمارات،
www2.gsu.edu/~wwwaus/Zamoum2009.

¹⁹ عبد القادر شهاب، نفس المرجع السابق

²⁰ هديل إلياس سعيد ، نفس المرجع السابق،ص30

جامعة محمد خيضر - بسكرة-

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

مخبر العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير

وفرقه "ممارسات تطبيق الحوكمة في المؤسسات الاقتصادية العمومية والخاصة" ينظمان:

اليوم الدراسي حول: مكانة وممارسات المسؤولية الاجتماعية في العلوم الانسانية والاجتماعية

يوم الخميس 07/ديسمبر/2017

استمارة المشاركة

المشارك الثاني

الاسم: نسبية

اللقب: بنشوري

الرتبة: أستاذة مستخلفة

الكلية والجامعة: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية

وعلوم التسيير جامعة محمد خيضر -بسكرة-

البريد الالكتروني: n_assiba14@yahoo.fr

المشارك الأول

الاسم: مليكة

اللقب: علالي

الرتبة: أستاذ مساعد -أ-

الكلية والجامعة: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية

وعلوم التسيير جامعة محمد خيضر -بسكرة-

البريد الالكتروني: malika.allali2015@gmail.com

المحور الثالث: ممارسات المسؤولية الاجتماعية (المواطنة، أخلاقيات العمل،...)

عنوان الورقة البحثية: العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وإدارة الموارد البشرية

ملخص:

تعد المسؤولية الاجتماعية بمثابة مبادرات اختيارية تقوم بها المؤسسات وهي صورة من صور الملائمة الاجتماعية الواجبة عليها عبر تجسيد دورها الاجتماعي والأخلاقي في حماية البيئة، المجتمع وجميع الأطراف المتعاملة معها، ولعل أهم هذه الأطراف هي المورد البشري الذي تتأثر به المؤسسة وتؤثر فيه لذا عليها الالتزام بسلوك مسؤول تجاهه.

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز طبيعة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وإدارة الموارد البشرية في المؤسسات الاقتصادية من خلال التأسيس النظري لكل من المسؤولية الاجتماعية وإدارة الموارد البشرية، للتوصل في الأخير إلى إبراز العلاقة التبادلية بينهما.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، إدارة الموارد البشرية، الموارد البشرية، المؤسسة الاقتصادية.

Abstract:

Social responsibility is an optional initiative of the Corporations, a form of social suitability that reflects its social and moral role in the protection of the environment, the society and all the parties it deals with. the most important of these parties is the human resource, which is affected by the institution and affect it, and therefore must abide by responsible behavior towards it.

The aim of this study is to highlight the nature of the relationship between social responsibility and human resource management in economic Corporation through the theoretical rooting of both social responsibility and human resource management, in order to reach a conclusion of the Reciprocal relationship between the two concepts..

Keywords: Social Responsibility, Human Resource Management, Human Resources, Economic Corporation.

مقدمة:

لقد عرف محيط المؤسسة الاقتصادية خلال السنوات الأخيرة تحولات عميقة وسريعة على المستوى الاقتصادي، التكنولوجي وحتى السياسي والاجتماعي، هذه التحولات فرضت على العديد من المؤسسات توسيع نطاق أعمالها مما يضعها في موقف يجعلها بحاجة ماسة للتكيف مع هذه التحولات، ففي ظل تزايد الاهتمامات بالبيئة والمجتمع من مختلف المنظمات غير الحكومية والجمعيات وغيرها من قوى الضغط التي تتعامل معها المؤسسة زادت التطلعات الاجتماعية لهذه الأخيرة وباتت ملزمة اجتماعيا بالاهتمام بهذه الأطراف وأخذها بعين الاعتبار في تطبيق سياساتها وقراراتها إلى جانب سعيها لتعظيم الأرباح، لأنه لم يعد الربح هو الهدف الوحيد الذي يقودها نحو التميز والاستمرارية.

من هذا المنطلق بات تقييم المؤسسة لا يعتمد فقط على مراكزها المالية وإنما أيضا على انشغالاتها ذات الطابع الاجتماعي والأخلاقي لذا كان لابد عليها من تبني وانتهاج مفهوم المسؤولية الاجتماعية الذي يعد إحدى السبل للاهتمام والاستجابة لاحتياجات البيئة والمجتمع ومصالح الأطراف الأخرى؛ ولعل أهم الأطراف التي يتوجب على المؤسسة الالتزام بالتصرف المسؤول تجاهها هي المورد البشري بزيادة مهاراته وإثارة قدراته وكذا الاهتمام بالجوانب الاجتماعية في مجال العمل باعتباره الركيزة الأساسية لزيادة إنتاجيتها وتحقيق التفوق التنافسي.

وبناءً على ما تقدم يمكن صياغة إشكالية موضوع البحث بالتساؤل التالي:

ما العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وإدارة الموارد البشرية؟

وللإجابة على هذه الإشكالية تم وضع مجموعة من الأسئلة الفرعية كما يلي:

- ما المقصود بالمسؤولية الاجتماعية؟
- ما المقصود بإدارة الموارد البشرية؟
- هل هناك علاقة تأثير متبادلة بين تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة وإدارة الموارد البشرية؟

ومحاولة للإلمام بحيثيات موضوع البحث ومعالجة الإشكالية المطروحة، ارتأينا أن نستعرض

ثلاث محاور هي:

المحور الأول: الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية؛

المحور الثاني: أساسيات إدارة الموارد البشرية؛

المحور الثالث: علاقة المسؤولية الاجتماعية بإدارة الموارد البشرية.

المحور الأول: الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية:

تعمل مؤسسات الأعمال في بيئة واسعة تؤثر وتتأثر بها حيث تتشابك فيها العلاقات مع عناصر المجتمع المختلفة، كما أن المجتمعات اليوم أصبحت تتطلع إلى الحصول على المزيد من المساهمات الاجتماعية التي تقدمها تلك المؤسسات، ومن هذا المنطلق أصبح موضوع المسؤولية الاجتماعية من المواضيع المهمة التي أثارت ولا تزال تثير جدلا كبيرا في الأوساط العلمية والأكاديمية حيث تشعبت البحوث في إطار المسؤولية الاجتماعية وطرحت وجهات نظر متعددة؛ وسنحاول فيما يلي التطرق إلى جوانب مختلفة متعلقة بالمسؤولية الاجتماعية من تعريف، تطور، أهمية، أبعاد ومبادئ.

1- تعريف المسؤولية الاجتماعية:

لقد تعددت التعاريف والمفاهيم المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية لاختلاف الدراسات والأبحاث العلمية وسنتطرق إلى بعض منها فيما يلي:

- ف Peter Drucker عرف المسؤولية الاجتماعية على أنها: "التزام مؤسسة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه".⁽¹⁾ ولقد بين هذا التعريف مفهوم المسؤولية الاجتماعية من جانبها البسيط والشامل وشكل منطلقا لدراسات لاحقة فتحت الباب واسعا لدراسة الموضوع.
- أما David Growther فقد بين طبيعة هذه الالتزامات والاهتمامات التي تأخذها المؤسسة بعين الاعتبار إلى جانب تحقيقها للربح فعرّفها بأنها "هي الفلسفة التي تدمج فيها المؤسسة الاهتمامات الاجتماعية والبيئية والاقتصادية في قيمها وثقافتها واستراتيجيتها وعملياتها التجارية وفي تفاعلها مع أصحاب المصلحة على أساس طوعي وذلك بطريقة شفافة وخاضعة للمساءلة من أجل إنشاء ممارسات أفضل داخلها".⁽²⁾
- ونظرا للتأثير الذي تحدثه المؤسسة في محيطها الداخلي والخارجي جعلت هيئات ومنظمات تتأثر بالتغيرات الحاصلة وتسعى لتقديم تعاريف حول المسؤولية الاجتماعية من بينها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة الذي عرفها بأنها: "الالتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف

أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل".⁽³⁾

➤ ووفقا للمفوضية الأوروبية 2001 المسؤولية الاجتماعية "لا تعني فقط الوفاء الكامل بالالتزامات القانونية المعمول بها بل تتجاوز أيضا إلى الاستثمار في رأس المال البشري، البيئة والعلاقات مع أصحاب المصلحة".⁽⁴⁾

➤ وحسب المنظمة الدولية للمعايير ISO2012: "المسؤولية الاجتماعية هي مسؤولية المؤسسة عن آثار قراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة، من خلال التزامها بالشفافية والسلوك الأخلاقي الذي يتسق مع التنمية المستدامة ورفاهية المجتمع مع الأخذ بعين الاعتبار توقعات أصحاب المصلحة، القانون المعمول به وبما يتماشى مع قواعد السلوك العالمية".⁽⁵⁾

انطلاقا من التعاريف السابقة فالمسؤولية الاجتماعية تمتد إلى اتجاهين أحدهما داخلي يسهم في تطوير العاملين وتحسين نوعية العمل، والآخر خارجي يعمل على معالجة المشكلات التي يعاني منها المجتمع، المساهمة في خلق قيم وأنماط اجتماعية ايجابية في المجتمع من جهة وفي تحقيق التنمية المستدامة من جهة أخرى.

2- تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية والعوامل المساعدة في ذلك:

لقد تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية كنتيجة طبيعية لإخفاق المؤسسة في الاستجابة لاحتياجات بيئتها الاجتماعية ومصالح الأطراف الأخرى، وللمشكلات الكثيرة والأزمات العديدة التي ارتبطت بحريتها ونظرتها الضيقة لمصلحتها الذاتية على حساب المجتمع الذي تعمل فيه، لهذا لم يكن ممكنا الاستمرار خاصة بعد أن بدأت المؤسسات تواجه ظروفًا جديدة ووعيا اجتماعيا وبيئيا ومفاهيم جديدة تقوم على المسؤولية الاجتماعية من أجل مراعاة مصالح الأطراف الأخرى ومصلحة المجتمع.

إن تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية راجع إلى التغيرات المهمة والإضافات التي أدت إلى إثراء هذا المفهوم، وقد حدد Hay et all... ثلاث مراحل لتطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية وهي:⁽⁶⁾

أ- مرحلة تعظيم الأرباح (1800-1920): وفي هذه المرحلة كانت المسؤولية الأساسية للأعمال هي تعظيم الأرباح، التوجه نحو المصلحة الذاتية، وأن النقود والثروة هي الأكثر أهمية، ورفع شعار "ما هو جيد لي جيد للدولة" مع اعتقاد أن رجال الأعمال يمتلكون هدفا واحدا وهو تحقيق الربح؛ إلا أن هذه الفكرة لم

تصمد طويلا أمام الأزمات الاقتصادية التي شهدتها العالم مثل: انخفاض الأجور، ظروف العمل الغير ملائمة، تأثيرات نقابات العمال، ... ليكون هناك منظور آخر للمسؤولية الاجتماعية.

ب- مرحلة إدارة الوصاية (من أواخر العشرينات حتى بداية الستينات): وفيها كانت المسؤولية الأساسية للأعمال هي تحقيق الربح الملائم الذي يحقق المصلحة الذاتية ومصالح الأطراف الأخرى مثل المساهمين، العاملين، المستهلكين،... والشعار المعمول به هو "ما هو جيد للمؤسسة جيد للدولة"؛ أي توسيع مفهوم المسؤولية الاجتماعية ليشمل أطرافا أخرى، وأن تلبية حاجات المجتمع هو معيار مهم في وجود المؤسسة ونجاحها.

ج- مرحلة إدارة نوعية الحياة (من أواخر الستينات حتى الوقت الحاضر): في هذه الفترة كانت المسؤولية الأساسية للأعمال تقوم على أن الربح ضروري ولكن الأفراد أهم من النقود وهذا ما يحقق المصلحة الذاتية للمؤسسات ومصالح المساهمين والمجتمع ككل، وأن "ما هو جيد للمجتمع جيد للدولة"؛ والمعنى من تسميتها مرحلة نوعية الحياة هو تقديم المزيد من السلع والخدمات بما يتناسب مع الارتقاء النوعي الحاصل في مستوى الحياة، تحقيق نتائج مباشرة أو غير مباشرة تساهم في تحقيق النمو الاقتصادي وانعكاساته على جوانب متعددة في المجتمع.

وقد أدت العديد من العوامل والتأثيرات إلى زيادة الاهتمام المكرس بالمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة من بينها: (7)

- التنمية المستدامة: أكدت دراسات الأمم المتحدة والعديد من الدراسات الأخرى على أن البشرية تستخدم الموارد الطبيعية بمعدل أسرع من استبدالها، وإذا استمر ذلك فإن الأجيال القادمة لن تمتلك الموارد التي تحتاجها لتنميتها، وتشمل المسائل ذات الصلة الحاجة إلى زيادة الاهتمام بتخفيف حدة الفقر واحترام حقوق الانسان، والمسؤولية الاجتماعية هي نقطة الدخول لفهم قضايا التنمية المستدامة والاستجابة لها في استراتيجية المؤسسة؛
- العولمة: تزيد العولمة على نحو متزايد اهتمامات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة المتعلقة بممارسات إدارة الموارد البشرية، حماية البيئة، الصحة والسلامة؛
- الحوكمة: قامت الحكومات والهيئات الحكومية الدولية كالأمم المتحدة ومنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي وغيرها بوضع مختلف الاتفاقات والمبادئ التوجيهية التي تحدد المعايير لما يعتبره سلوك عمل مقبول، وكثيرا ما تعكس هذه المبادئ الأهداف والقوانين المتفق عليها دوليا فيما يتعلق بحقوق الانسان والبيئة ومكافحة الفساد.

- تأثير قطاع المؤسسات: إن حجم المؤسسات وعددها وقدرتها في التأثير على النظم السياسية والاجتماعية والبيئية بالنسبة للحكومات والمجتمع المدني يثير تساؤلات حول النفوذ والمساءلة، فهذه المؤسسات عبارة عن سفراء عالميون فكيفية تصرفهم تصبح مسألة ذات أهمية متزايدة؛
- الاتصالات: تساهم أوجه التقدم في تكنولوجيا الاتصالات في تيسير تتبع الأنشطة المؤسسية ومناقشتها، فعلى الصعيد الداخلي يمكن تسهيل عملية الإدارة والتغيير وعلى الصعيد الخارجي يمكن للمؤسسات غير الحكومية ووسائل الإعلام وغيرها تقييم المؤسسات على الممارسات التجارية التي تعتبرها إما إشكالية أو نموذجية؛
- التمويل: يُظهر المستهلكون والمستثمرون اهتماما متزايدا بالممارسات التجارية المسؤولة ويطلبون بمزيد من المعلومات عن كيفية معالجة المؤسسات للمخاطر والفرص المتعلقة بالقضايا الاجتماعية والبيئية، فالنهج السليم للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات يمكن أن يساعد في بناء القيمة السوقية، تخفيض تكلفة رأس المال وضمان استجابة أفضل للأسواق؛
- أخلاقيات العمل: ساهمت العديد من الانتهاكات الخطيرة والفضائح الأخلاقية للمؤسسات التي أدت إلى إلحاق الضرر بسعر أسهمها، الموظفين، المساهمين، المجتمعات المحلية والبيئة في انعدام مستوى الثقة العامة بها، مما أدى بالمؤسسات إلى السعي لبذل مجهودات لاسترجاع الثقة وتطوير ممارساتها للاهتمام بالمجتمع الذي تعمل فيه؛
- أداة الأعمال: تدرك المؤسسات أن اعتماد نهج فعال للمسؤولية الاجتماعية يمكن أن يقلل من مخاطر اضطرابات الأعمال، خلق فرص جديدة، الدفع نحو الابتكار، تعزيز سمعة المؤسسة والعلامة التجارية وأيضا تحسين الكفاءة.

3- أهمية المسؤولية الاجتماعية:

يكتسي الدور الاجتماعي للمؤسسة أهمية متزايدة لأن فلسفة مسؤوليتها المستمدة من طابعها الاختياري المرن والشامل يجعل أهمية هذه الفلسفة تظهر من خلال الفوائد التي تعود بها على الأطراف ذات المصلحة معها: (8)

- تحسين الأداء المالي للمؤسسة؛
- تخفيض تكاليف التشغيل؛
- تعزيز صورة وسمعة العلامة التجارية؛
- زيادة الإنتاجية والجودة؛

- زيادة القدرة على جذب الموظفين والاحتفاظ بهم؛
- تخفيض الرقابة التنظيمية؛
- إضافة إلى: (9)
- تحسين نوعية الحياة في المجتمع؛
- تحقيق الاستقرار الاجتماعي نتيجة توفر مستوى من العدالة الاجتماعية؛
- تحسين التنمية السياسية انطلاقاً من زيادة مستوى التنقيف بالوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد والمجموعات والمؤسسات.

4- أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

إن شمولية محتوى المسؤولية الاجتماعية جعلت الباحث (Archie. B. Carroll, 2014, PP 499-500) يحدد ضمن بحوثه الرائدة أربع أبعاد للمسؤولية الاجتماعية في شكل هرمي متسلسل يبين طبيعة مسؤوليات المؤسسة تجاه المجتمع الذي هي جزء منه، فالمسؤولية عند Carroll هي حاصل مجموع الأبعاد الأربعة، وتتمثل هذه الأبعاد في: (10)

1. البعد الاقتصادي: تتحمل المؤسسة مسؤولية اقتصادية تجاه المجتمع الذي يسمح بتواجدها واستدامتها أي تقوم بالعمل بكفاءة وفعالية لتحقيق الأرباح من خلال تقديم سلع وخدمات تلبي احتياجات الزبائن مع الأخذ في الاعتبار مصالح الأطراف الأخرى وذلك بالاستناد لمبادئ المنافسة العادلة والاستفادة من التطور التكنولوجي وبما لا يلحق الضرر بالبيئة والمجتمع.
2. البعد القانوني: ويمثل في التزام المؤسسات بالقوانين واللوائح التي تنظم جوانب عملياتها وتعكس وجهة نظر المجتمع كقوانين حماية المستهلك، حماية البيئة، قوانين العمل... ومن بين التوقعات الهامة للأعمال التجارية: الأداء بطريقة تتفق مع توقعات الحكومة والقانون، الوفاء بجميع الالتزامات القانونية تجاه جميع أصحاب المصلحة، توفير المنتجات التي تلبي على الأقل الحد الأدنى من المتطلبات القانونية؛ ويعتبر الباحثون كلا من البعد الاقتصادي والقانوني القاعدة الأساسية لبروز الدور الاجتماعي الأكبر في المستويين الآخرين.
3. البعد الأخلاقي: وتتمثل المسؤوليات الأخلاقية للمؤسسة بالتوقع المجتمعي بإدارة شؤونها بطريقة عادلة ومنصفة أي التوقع بأكثر من مجرد الامتثال للقانون وبذل جهود استباقية لاستباق معايير المجتمع وتلبيتها حتى وإن لم تكن هذه المعايير قد سنت من طرف القانون. (11)

4. البعد الخيري أو الطوعي: وتتمثل في مساهمة المؤسسة في الدعم الخيري للبرامج التي تعود بالفائدة على المجتمع المحلي أو الدولة ككل، التبرع بالخبرة والوقت لمعالجة قضايا جديدة بالاهتمام كطريقة عملية للإثبات مواظنتها الصالحة. (12)

5- مبادئ المسؤولية الاجتماعية:

تتمثل مبادئ المسؤولية الاجتماعية فيما يلي: (13)

- احترام قواعد القانون والتوافق مع القوانين _ وإدارة النشاطات والأعمال وفق مبادئ وقواعد أخلاقية؛
- حماية البيئة وتحسينها ومكافحة التلوث البيئي؛
- تنمية وتطوير المجتمعات المحلية؛
- تجنب نشاطات الفساد؛
- تحقيق الأمن والأمان في العمليات الإنتاجية وفي المنتجات؛
بالإضافة إلى: (14)
- احترام حقوق الأطراف المتعاملة مع المؤسسة ومساعدتهم على ممارسة هذه الحقوق من خلال التواصل الفعال للمعلومات؛
- النزاهة والسلوك الأخلاقي لإدارة المخاطر وتجنب الدعاوى القضائية.
- الإفصاح والشفافية بتوضيح الأدوار والمسائل الجوهرية المتعلقة بالمنظمة في الوقت المناسب لضمان حصول جميع الأطراف على معلومات واضحة وواقعية.

المحور الثاني: أساسيات إدارة الموارد البشرية.

يعتبر المورد البشري من أهم الموارد الاستراتيجية للمؤسسة والذي يضمن ديمومة ميزتها التنافسية ما جعلها تسعى لتتأمين هذا المورد وإدارته بالطريقة التي تحقق الأداء المتميز وضمان استمرارية المؤسسة من خلال استقطاب الكفاءات ذات المهارات العالية وتوظيفها، تنمية وتطوير قدراتها عن طريق التدريب والتمكين،، وسنلقي الضوء على بعض أساسيات إدارة الموارد البشرية: التعريف، الأهمية والوظائف.

1- تعريف إدارة الموارد البشرية

تسعى المؤسسة للاهتمام بإدارة مواردها البشرية لأنه أهم عنصر من عناصر الإنتاج وأكثر الموارد عرضة للتأثر بالمتغيرات البيئية الداخلية والخارجية هذا ما أدى إلى تعدد الدراسات والأبحاث العلمية حوله

كانت لها وجهات نظر تختلف من باحث ومفكر لآخر مما أدى إلى تعدد تعاريفها من تعاريف شاملة إلى تعاريف متخصصة نذكر منها:

- تعريف أبو سيخة الذي عرفها بأنها "ذلك الجزء من الوظيفة الإدارية المتعلق بالعلاقات الانسانية في المؤسسة أو أنها ذلك الجزء من الإدارة المتعلق بالعاملين".⁽¹⁵⁾
- في حين باري كاشواي ركز على أهمية التكامل بين المؤسسة وأفرادها في ظل الأهداف التي تسعى لتحقيقها فعرّفها بأنها "مجموعة الأنشطة الإدارية التي يتم تصميمها لدعم الأهداف المشتركة عن طريق إيجاد نوع من التكامل بين احتياجات المؤسسة والأفراد العاملين بها".⁽¹⁶⁾
- ومن جهة أخرى فقد قامت الباحثة رولا نايف بتبيان طبيعة هذه الأنشطة المتعلقة بإدارة الموارد البشرية وعرفتها بأنها "جميع الإجراءات والسياسات المتعلقة باختيار وتعيين وتحفيز وتدريب الموظفين في جميع المستويات ، وتوفير الدعائم اللازمة للاحتفاظ بهم ، وزرع الولاء لديهم وصولاً بالمؤسسة الى اعلى مستويات الانتاجية".⁽¹⁷⁾

انطلاقاً من التعاريف السابقة يمكن تحديد تعريف شامل لإدارة الموارد البشرية بأنها تمثل مجموعة من العمليات والأنشطة المتعلقة بالأفراد من خلال اختيارهم وتعيينهم، التدريب والتطوير، التحفيز،...، والتي من شأنها أن تقوم على تمكين المؤسسات والأفراد من الاتفاق على الأهداف وطبيعة العمل التي تربطهم بما يضمن تنفيذ هذا الاتفاق بفعالية وكفاءة.

2- أهمية إدارة الموارد البشرية

تعد إدارة الموارد البشرية من أهم الإدارات الوظيفية في المؤسسة نظراً لمساهمتها الفعالة في التأثير على إنتاجيتها ومكانتها الاقتصادية، وتظهر أهميتها من خلال العناصر التالية:⁽¹⁸⁾

- تحسين الإنتاجية والأداء ففقدرة المؤسسة على التفوق والتميز والإبداع تعتمد على رأس مالها البشري؛
- تنافسية المؤسسة تتبع من كفاءة وفعالية موظفيها أكثر من قيمة تجهيزاتها؛
- تعتبر كقناة اتصال بين القوة العاملة والإدارة العليا للمؤسسة؛
- ضمان ممارسات عمل مرنة نتيجة قدرة المورد البشري على التكيف مع التغيرات الاقتصادية.

3- وظائف إدارة الموارد البشرية

يتم إدارة وتسيير الموارد البشرية من خلال مجموعة من الممارسات التي تمثل مجموع الوظائف التي تقوم بها وأهم هذه الوظائف هي:⁽¹⁹⁾

- 1- التوظيف: تسعى المؤسسة إلى الحصول على موارد ذات كفاءات عالية من خلال عملية التوظيف وذلك عن طريق الاستقطاب والاختيار والتعيين من سوق عملها الداخلي أو مراكز العمل، الجامعات، ...؛
- 2- التدريب والتطوير: لزيادة مهارات الأفراد بما يتوافق مع نشاطات المؤسسة وطبيعة التغيرات المتوقعة؛
- 3- التحفيز: لزيادة إنتاجية الفرد وجعله مستعداً لتقديم الأفضل لا بد من إعطائه مستحقاته من الأجور والحوافز (مكافآت، مشاركة في الأرباح، في اتخاذ القرارات، الترقية،...)
- 4- تقييم الأداء: تقوم المؤسسة بتقييم أداء موظفيها ومدى التزامهم بمعايير وسلوكيات العمل المنوط بهم واتخاذ الإجراءات المناسبة بحق المبدعين والمهملين من الأفراد.

المحور الثالث: طبيعة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وإدارة الموارد البشرية

إن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من المفاهيم التي أصبحت لها أهمية متزايدة في استراتيجيتها، ففي الوقت الحالي باتت المؤسسة تبحث عن ممارسات جديدة تساهم في زيادة إنتاجيتها وتحسين قدرتها التنافسية بما يتوافق مع متطلبات السوق ولا يتأتى ذلك إلا بالبدء بالالتزام وتجسيد مسؤوليتها تجاه موردها البشري الذي يعتبر أحد الأصول الرئيسية، فما طبيعة العلاقة بين تبني فلسفة المسؤولية الاجتماعية وإدارة الموارد البشرية؟ وهذا ما سنحاول توضيحه فيما يلي:

1- تأثير المسؤولية الاجتماعية على إدارة الموارد البشرية

لقد بدأ الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات خاصة بعد تزايد الاهتمام بالتنمية المستدامة، إلا أن التركيز في البداية كان على الجانب الاقتصادي والبيئي أكثر من الجانب الاجتماعي، وبسبب التطورات في سوق العمل والمنافسة التي تشهدها المؤسسات أصبح الموظف جزءاً من نظام التنافسية ولضمان بقاءه يجب أن يتمتع بفعالية وكفاءة الأداء، ولمسايرة هذه التطورات أدركت المؤسسات قيمة موردها البشرية فأدرجت المسؤولية الاجتماعية في إدارتها من خلال توفير الأمن الوظيفي، إزالة الحواجز الهيكلية والنفسية، إشراك العمال في اتخاذ القرارات، تطوير المهارات، المكافآت والترقية، الخدمات الاجتماعية، ... هذا كله يساهم في تعزيز الثقة بين الإدارة والموظفين ويساهم في تحقيق الرضا والولاء لديهم.⁽²⁰⁾

وهنا تبرز لنا العلاقة بين كل من المسؤولية الاجتماعية وإدارة الموارد البشرية، والتي تتجسد في الممارسات المسؤولة لإدارة الموارد البشرية، ومن أهم هذه الممارسات:⁽²¹⁾

- صدق الاعلان عن الوظائف الشاغرة بها وفق ما أفرزته العملية التخطيطية؛

- أن تتسم إجراءات عملية الاستقطاب والاختيار والتعيين بالمصداقية والشفافية والنزاهة؛
- جذب اليد العاملة الكفوة والحفاظ عليها من خلال التزاماتها القانونية والأخلاقية؛
- إدراج كل الموظفين ضمن برنامج التكوين بغض النظر عن الجنس أو العرق أو الدين فهو يعتبر أحد الحقوق المهمة لهم؛
- جعل التدريب والتطوير برامج هادفة لمواكبة التطور العلمي والتكنولوجي لحماية العاملين من التقادم وتوليد الشعور لديهم بأنهم يواصلون ما يستجد في حقول المعرفة التي تخصصوا فيها ولن تكون نهاية الدراسة في الجامعة أو المعهد المحطة الأخيرة في تحصيلهم العلمي؛
- اختيار الطرق المناسبة لدفع الأجور والمكافآت بالنقاش والحوار والاتفاق على استخدام الأسلوب المناسب وفقا لطبيعة العمل وصعوبته ومتطلباته؛
- عدم التمييز بالأجور والرواتب والمنافع بين الرجال والنساء طالما أن المنصب واحد والكفاءة المطلوبة متوفرة بنفس القدر؛
- اجتهاد المؤسسة في وضع معايير دقيقة لتقييم الأداء متسمة بقدرتها على تجسيد الجانب الموضوعي والسلوكي والذاتي في مختلف الأعمال التي ينجزها العاملون؛
- الابتعاد عن التحيز في التقييم من خلال التأكيد على توفر الخصائص الموضوعية والإنسانية في المقومين وعدم تأثرهم بعوامل الدين والمذهب والمنطقة والصدقة وغيرها
- تقوم المؤسسة بمنح أفرادها مزايا معينة مثل المعاشات، التأمينات الخاصة بالمرضى والعجزة وقد تمتد إلى الإسكان والمواصلات وغيرها كتجسيد لمسؤوليتها تجاه مواردها البشرية، بهدف تحقيق مستوى يوفر للعامل وأفراد أسرته معيشة كريمة بعيدة عن الحاجة وبالتالي تمنحه الحرية في المستقبل وتجعله آمنا مطمئنا على أسرته.

ومن أمثلة ما قامت به المؤسسات لتطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه مواردها البشرية نذكر: (22)

❖ شركة IBM التي قامت بالاستثمار في قدرات الموظفين وذلك من خلال برنامج عالمي لاكتشاف قادة القرن 21؛

❖ شركة الخليج لصناعة البتروكيماويات التي انتهجت نمط حديث في التسيير محوره العنصر البشري، حيث يتم إشراك العاملين في مناقشة رؤية وأهداف وسياسات المؤسسة ويتم نشرها علنا، كما يتم تأصيل ودعم روح الفريق الواحد بالشركة، واستثمار أموال كبيرة في مجال البحث والتطوير؛

❖ أطلقت شركة أبو ظبي للمطارات أول مسابقة داخلية لتشجيع موظفي الشركة على ممارسة التمارين الرياضية، وفي إطار رفع مستوى الوعي للتخلص الآمن من المواد الخطرة وإعادة تدوير النفايات الالكترونية أجرت الشركة حملة لتشجيع العاملين على إعادة تدوير هواتفهم المنقولة والمعدات الالكترونية القديمة في المناطق المخصصة لهذا الغرض.

2- تأثير إدارة الموارد البشرية على المسؤولية الاجتماعية

في المؤسسات التي تتبنى إستراتيجية المسؤولية الاجتماعية سواء لأسباب تجارية أو قانونية أو أخلاقية تساهم إدارة الموارد البشرية في تطبيق السياسات الفعالة للمسؤولية الاجتماعية من خلال: (23)

- المساعدة في صياغة وتحقيق الأهداف البيئية والاجتماعية مع تحقيق التوازن بين هذه الأهداف ومقاييس الأداء المالي التقليدية؛
- تعمل كشريك في تحديد ما هو مطلوب أو ما هو ممكن في صياغة القيم المؤسسية؛
- وفي الوقت نفسه تلعب دورا رئيسيا في ضمان تنفيذ الموظفين باستمرار للاستراتيجية على مستوى المؤسسة ككل؛
- إن سياسات وممارسات الموظفين عي وسيلة لتحقيق القيم الأخلاقية؛
- تعتبر كلا من إدارة الصحة، إدارة التنوع، سياسات أوقات العمل المرنة، التوازن بين العمل والحياة... هي سياسات وممارسات المسؤولية الاجتماعية وهي أيضا ضمن اختصاصات مدير الموارد البشرية.

انطلاقا مما سبق نستنتج أن هناك علاقة تأثير وتأثر بين المسؤولية الاجتماعية وإدارة الموارد البشرية إذ تلعب هذه الأخيرة دورا حاسما في تخطيط وتنفيذ استراتيجيات وأنشطة المسؤولية الاجتماعية فهي الوظيفة الأكثر تأثيرا على جميع أجزاء المؤسسة إذ يلعب المدراء دورا كبيرا في التأثير على الموظفين للمشاركة في خطط المسؤولية الاجتماعية ومساعدة المؤسسات على تبني سلوك أكثر مسؤولية ومن المؤكد أن تفعيل أنشطة المسؤولية الاجتماعية والتنفيذ الجيد لخططها سيعود بالنفع على المؤسسة من خلال مزايا عديدة نذكر منها: (24)

- ✓ تطوير وتعزيز ثقافة تنظيمية صحيحة لدى القوى العاملة تجعلها أكثر وعيا بيئيا واجتماعيا وخلق أفراد مسؤولين اجتماعيا بفضل تقليص الفجوة بين المستويات الهرمية المختلفة ، وفتح فرصة اكبر لمشاركة العاملين وبالتالي قدرة اكبر للمؤسسة على جذب المواهب والمهارات والاحتفاظ بها، فغالبية الأفراد يفضلون العمل في مؤسسات توفر لهم فرصة كبيرة للمشاركة، وتركز على تحفيزهم وتلبية

- حاجاتهم وخاصة حاجة احترام وتحقيق الذات، بتفعيل الابتكار وتشجيعه، كما أن الفرد يشعر بالفخر بعمله بالمؤسسة المسؤولة اجتماعيا وذات السمعة والعلامة الجيدة؛
- ✓ تعمل المسؤولية الاجتماعية على تعزيز مشاركة العاملين وهو ما يساهم في الارتباط العاطفي والفكري الايجابي لديهم والتزامهم نحو المؤسسة، مما يؤدي إلى انخفاض معدل دوران العمل، فالممارسة المسؤولة تساعد في تحفيز العمال وزيادة ولائهم للمؤسسة، وزيادة إنتاجيتهم وتحسن أدائهم مما يؤدي إلى زيادة رضا الزبائن ونمو إيرادات المؤسسة ونجاحها؛
- ✓ تعزيز سلوك المواطنة التنظيمية لدى العمال وبالتالي زيادة الالتزام الطوعي للفرد تجاه المؤسسة وزيادة ثقته بها.

خاتمة

في ظل اقتصاد السوق وما أحدثته التحولات العالمية أصبحت المؤسسة الاقتصادية مطالبة بالاستجابة للمتغيرات التي تؤثر فيها لاكتساب صورة وسمعة طيبة محليا ودوليا، وأصبح نجاحها مرهونا بدورها الاجتماعي في انتهاج إجراءات وممارسات وفق قدراتها وإمكانياتها المادية وبما يتوافق مع متطلبات السوق ومقتضياته للالتزام بحماية البيئة، دعم المجتمع ومساندته، الاهتمام بالأطراف ذوي المصلحة معها هذا ما جعل موضوع المسؤولية الاجتماعية يعد من القضايا الأساسية التي تتطلب أن تعطى لها أهمية كبيرة من قبل مؤسسات الأعمال خاصة مع تزايد مؤسسات القطاع الخاص وكبر حجمها وازدياد أرباحها، مما فرض ذلك دوراً اجتماعيا جديدا لهذه المؤسسات تساهم من خلاله في تحقيق أهدافها وتستجيب لمتطلبات المجتمع في نفس الوقت، فلم يعد تقييم المؤسسات وتنافسيتها يبنى على الأرباح والأسعار والأبعاد التقليدية فحسب، بل أيضا على انسجامها مع بيئتها وتحسين سمعتها مع جميع الأطراف المتعاملة معها خاصة موظفيها من ناحية زيادة مهاراتهم وإثارة قدراتهم وكذا الاهتمام بالجوانب الاجتماعية في مجال العمل، كما أنه من جانب آخر يمكن للموظفين المساهمة في تطوير وتنفيذ برامج وممارسات المسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال التنفيذ الفعال للمسؤوليات الموكلة لهم وبالتالي تحقيق الأهداف البيئية والاجتماعية التي تسعى المؤسسة لتحقيقها.

وعليه نستنتج أن كلا من إدارة الموارد البشرية والمسؤولية الاجتماعية مفهومان يكمل أحدهما الآخر، لذا يجب على المؤسسات أن تولي اهتمامها بالمسؤولية الاجتماعية وتجعلها راسخة الجذور في ثقافتها بدعم من مواردها البشرية.

المراجع:

1. طاهر محسن منصور الغالبي وصالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر، ط2، الأردن، 2008، ص49.
2. Growther David, Aras Guler, Corporate Social Responsibility, Ventus publishing, 2008, Download free books at BookBooN.com, p 11.
3. صالح السحبياني، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية: حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية، المؤتمر الدولي حول القطاع الخاص في التنمية: تقييم واستشراف، 23-25 مارس، بيروت، لبنان، 2009، ص4.
4. Claire Dupont, Perrine Ferauge & Romina Giuliano: The Impact of Corporate Social Responsibility on Human Resource Management: GDF SUEZ's Case, International Business Research; Vol. 6, No. 12; 2013, Published by Canadian Center of Science and Education, 145.
5. مدحت محمد أبو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات، المجموعة العربية للتدريب والنشر، ط1، القاهرة، مصر، 2015، ص ص33-34.
6. نجم عبود نجم، أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال، دار الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2006، ص ص127-128.
7. Hohnen paul, Corporate Social, Responsibility: An Implementation Guide For Business, international Institute for Sustainable development, Canada, 2007, p7.
8. مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع: الاتجاهات والقضايا الراهنة، منشورات الأمم المتحدة، نيويورك وجنيف، 2004، ص82.
9. محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية للشركات النفطية العربية: شركتي سوناطراك الجزائرية- أرامكو السعودية نموذجاً، مجلة الباحث، العدد 12، 2013، ص 31.
10. Archie B. Carroll, Carroll 's Pyramid Of CSR: Taking Another Look, Carroll International journal Of Corporate Social Responsibility, 1:3, 2016, p p 2-3.
11. O. YU.Kuyanovа, Corporate Social Responsibility: Principles, Mechanisms And Controles, ISSN 2074-5370. Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. 2012. № 1 (5). Том 2, p 178.
12. Ibid, p
13. رسلان خضور، المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال، جمعية العلوم الاقتصادية السورية، دمشق، 26-2011-4، ص 7.
14. O. YU.Kuyanovа, ibid, p179.
15. نادر أحمد أبو سيخة، إدارة الموارد البشرية: إطار نظري وحالات عملية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010، ص ص23-24.

16. باري كاشواي، إدارة الموارد البشرية، دار الفاروق للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، القاهرة، مصر، 2006، ص12.
17. رولا نايف المعاينة، صالح سليم الحموري، إدارة الموارد البشرية، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر، عمان، الأردن، 2012، ص20.
18. علي سلمي، إدارة الموارد البشرية، دار غريب، القاهرة، 1998، ص 31.
19. - خالد عبد الرحيم الهيتي، إدارة الموارد البشرية، دار وائل للنشر، ط2، الأردن، عمان، 2005، ص ص 126-127؛
- مندي عبد القادر علاقي، إدارة الموارد البشرية، خوارزم العلمية للنشر و التوزيع، جدة، السعودية، ط5، 2013، ص309.
20. ES-Saadia Aoula, Mohammed Guedira, Corporate Social Responsibility and Human Resources Management: What Joint?, International Journal of Humanities and Social Science, Vol. 3 No. 13; July 2013,p207,209,210.
21. - طاهر محسن منصور الغالبي ، صالح مهدي محسن العامري، مرجع سابق، ص-ص 260-264.
- عبد الرزاق مولاي لخضر وحسين شنيبي، أثر تبني المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي الشركات، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، يومي 22-23 نوفمبر، جامعة ورقلة، 2011، ص 242.
22. مقدم وهيبية، تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران، 2014، ص 85.
23. - Elaine Cohen, Michael Muller –Camen, HR 's Role in Corporate Social Responsibility and Sustainability, SHRM Foundation Executive Briefing, USA,2010, p 3.
- Del Baldo Mara, Corporate Social Responsibility, Human Resource Management And Corporate Family Responsibility. When A Company Is "The Best Place To Work": Elica Group, The HI-LIFE Company, The 6th International Conference " the changing Economic Landscape May 30th – June 1st 2013, p5.
24. Rohini S. Nair: A Review of the Cause-Effect Relationship between CSR and HR, The International Journal Of Business & Management, Vol 3 Issue 12, December, 2015, p64-65.

إستمارة المشاركة

الإسم : مريم

اللقب : براهيم

الرتبة: سنة ثانية دكتوراه

الكلية والجامعة : كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 03

محور المشاركة : ممارسات المسؤولية الاجتماعية

عنوان الورقة البحثية : المسؤولية الاجتماعية للإعلام تجاه قيم المواطنة

ملخص الورقة البحثية :

تستهدف هذه الورقة الى التعريف بنظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام التي تسعى الى تدعيم المعايير الاجتماعية المرتبط أساسا بقيم المجتمع السائدة ومنها المواطنة التي تتلخص قيمها في الحرية ، المشاركة المجتمعية ، الديمقراطية ، حرية التعبير والرأي ، وتسهر على تطبيق هذه القيم المواثيق والقوانين الإعلامية ويستوجب على وسائل الإعلام الإلتزام بها .

وفي هذا الاتجاه، أصدرت الجزائر القانون العضوي للإعلام الذي تشمل أغلب موادده على جوانب تتعلق بأخلاقيات وآداب مهنة الصحافة .

The aim of this paper is to define the social responsibility theory of the media, which seeks to strengthen the social norms that are related mainly to the values of the prevailing society, including citizenship, whose values are freedom, community participation, democracy, freedom of expression and opinion.

In this direction, Algeria has promulgated the organic law of media , which includes the ethics of journalism

مقدمة

تتحمل المؤسسات الإعلامية على عاتقها كغيرها من المؤسسات الاجتماعية والتربوية والعلمية مسؤوليتها ودورها البارز والمنظم في توجيه الفرد وتبصيره بمجمل القيم التي تحدد مسؤولياته تجاه المجتمع وبما تتلاءم مع النسق السوسيو-ثقافي الذي يعيشه و المصلحة العامة التي _ يجب ان تسيره _ فالسلطة الرابعة كما توظفها اللغة الإعلامية والعلمية معا هي احد أهم دعائم الديمقراطية التي يلتف حولها الجمهور ليقرر على ضوءها اختياراته الفكرية والسياسية والثقافية السليمة، ولأن دراسات علوم الإعلام والاتصال أثبتت تأثيرات وسائل الإعلام على المجتمع ، فإنها بهذا أكدت وظيفتها المنوطه بها في تشكيل الرأي العام نحو قضاياها وشرحها وتفسيرها لتكون بذلك قد حققت مسؤوليتها الاجتماعية اتجاها وسعت في الحفاظ على تماسك مجتمعه الذي يشكل فيه الافراد وفق مجموعة من المقومات والسلوكيات ما يصطلح عليه بالمواطنة التي احتل موضوعها مساحات كبيرة في الدراسات السياسية والاجتماعية .

ان الإعلام له دوره المهم في دعم قضايا المواطنة بضرورة تحديد مسؤوليته الاجتماعية خاصة مع التغيرات الحاصلة في العالم من تسارع في التطور التكنولوجي ليشهد مفهوم المواطنة ذاتها تغييرا كبيرا في مضمونه واستخداماته التي غلبت عليه الشعارات المغلفة بالليبرالية التي توججها الأحادية القطبية في العالم ليحل محلها مفهوم "النتفح الثقافي " أو "العولمة الثقافية" وتساهم بذلك في كسر حواجز الخصوصية الحضارية للمجتمعات رغم أنها فتحت المجال للإحتكاك الثقافي والمعرفي في ما بين مختلف الحضارات لكنها ستظل تشكل تهديدا صريحا على الخصوصية الوطنية لتثير بذلك جدلا عقيما حول مدى حقيقة الممارسات الفعلية للمواطنة لدى المتلقي العربي أمام هذا الاحتلال الثقافي خاصة لدى الفئات الهشة والسهلة للإحتواء من الشباب .

ان من بين معايير دعائم الدولة الحديثة هو النظر الى قوة تأثير إعلامها الذي يحتاج أن يتحقق بالعودة الى مرجعيتها القيمية والثقافية وخصوصيتها المجتمعية لكون المسؤولية الاجتماعية تتلخص بالدرجة الأولى في الحفاظ على بناء وكيان المجتمع لا هدمه بدعوى الحرية اللامسؤولة .

تحديد الإشكالية

تؤكد الدراسات ان العملية الإعلامية والاتصالية لها دورها الهام في تقدم المجتمعات في كل المجالات وتساهم في غرس القيم بأبعادها المختلفة ولم تعد المؤسسات الاجتماعية وحدها من تتحمل بناء أو هدم هذه القيم ، ومن هنا ستحاول هذه الورقة البحثية ابراز أهمية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام تجاه قضايا المجتمع ودورها البارز خاصة في غرس قيم المواطنة في الفضاء العمومي ، وهذا انطلاقا من السؤال الإشكالي التالي :

ما هو مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الإعلام ؟ وما دورها تجاه قضايا المواطنة ؟

المحور الأول : المسؤولية الاجتماعية وتأثير وسائل الإعلام

1_ المسؤولية الاجتماعية في الإعلام

"ان المؤسسة الإعلامية على غرار بقية المؤسسات في المجتمع هي تنظيمات أو آليات البنية الاجتماعية تضبط سلوك فردين أو عددا أكثر من الأفراد ، وتعرف المؤسسات بغاية إجتماعية أو ديمومة تتعالى فوق الحياة البشرية الفردية والنوايا وبوضع تعزيز القواعد التي تحكم السلوك الإنساني من هذا المنظور فهناك فرق بين وسائل الإعلام كمنظمة إعلامية تقوم بوظيفة الإنتاج والتوزيع وبين وسائل الإعلام كمؤسسة تشترط الإشارة الى المبادئ والقواعد والقانون والإصطلاحات ووسائل الرقابة والتنظيم في مجتمع ما ، فالمؤسسة بهذا المفهوم الأخير هي التي تعيننا " ¹ وكغيرها من المؤسسات الأخرى فإن المؤسسة الإعلامية لتحقيق هذه الأهداف تحتاج أن تحمل على عاتقها مسؤوليتها الاجتماعية في بث رسائلها الإعلامية والإتصالية للجمهور .

وفي سياق مفهوم المسؤولية الاجتماعية فإنها تختلف باختلاف توظيفه في شتى التخصصات خاصة وانه مفهوم ارتبط بالشركات و إدارة الأعمال وعلى ذلك فإن خلفياته النظرية في تحديد دلالاته جاءت من اختلاف الباحثين والدراسين في شتى العلوم كما أنه " هناك تسميات مرادفة للمسؤولية الاجتماعية بالرغم من شيوع عمقها التاريخي قياسا بالمصطلحات الأخرى ، إلا أن ذلك لا يعني التقليل من أهميتها ... ولعل أبرز تلك التسميات : أخلاقيات المجتمع ، الضمير الاجتماعي ، التكافل الإجتهادي " ²

ويرصد د محمد حسام الدين هذا المعنى في اتجاهين هما :

" الأول : اتجاه متأثر بأطروحات المدراس الغربية في معالجة المسؤولية ، حيث يعرفها حمدي حيا الله بأنها " مسؤولية الفرد أمام المجتمع " ويوضح عبد الرحمان بدوي أنها " مسؤولية رب الاسرة أوالسلطة بتوفير الصالح العام " ويؤكد ذلك عبد العزيز عزت الذي بين أن مصدر الإلزام بالمسؤولية الاجتماعية ما يسميه الأنا الاجتماعي ممثلا في السنن الاجتماعية والعادات والعرف والتقاليد والقانون الوضعي .

الثاني : إتجاه متأثر بمساهمات المدرسة الإسلامية في معالجة المسؤولية وتزعم هذا الإتجاه أستاذ علم النفس التربوي الدكتور سيد عثمان الذي خلافا للتعريفات السابقة التي تؤكد أن مصدر الإلزام بالمسؤولية الاجتماعية يكون أمام سلطة خارجية في المجتمع ، يرى أن مصدر الإلزام بالمسؤولية الاجتماعية ينبع من داخل الفرد ذاته لا من خارجه " ³ و " تنص المبادئ الرئيسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية على الركينتين التاليتين :

¹ عبد الرحمان عزي و السعيد بومعيرة ، الإعلام والمجتمع (رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية) ، الورسم للنشر والتوزيع ، الجزائر ،

2010 ، ص 142

² تامر ياسر البكري ، التسويق والمسؤولية الاجتماعية ، دار وائل للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2001 ، ص 22

³ محمد حسام الدين ، المسؤولية الاجتماعية للصحافة ، الدرا المصرية اللبنانية ، مصر ، 3003 ، ص 48

_ التنظيم المهني الذاتي لوسائل الإعلام بحيث تكون الوسيلة حرة وتنظم ذاتيا " 4

كما تتكون المسؤولية الاجتماعية من عناصر ثلاث تتلخص في :

" **الاهتمام** : ويقصد بها الارتباط العاطفي بالجماعة التي ينتمي اليها الفرد وحرصه على سلامتها وتماسكها واستمرارها وتقدمها وتحقيق أهدافها

الفهم : ويتمثل في فهم الفرد للجماعة من حيث حالتها الحاضرة ومن ناحية مؤسساتها ومنظماتها ونظمها وعاداتها وقيمها وبيدولوجياتها ووضعها الثقافي كذلك فهم تاريخها وفهم المغزى الاجتماعي لمجمل الأفعال والعلاقات الاجتماعية

المشاركة : ويقصد بها اشراك الفرد مع الآخرين في عمل ما يمليه الاهتمام وما يتطلبه الفهم من اعمال تساعد الجماعة في اشباع حاجاتها وحل مشكلاتها ، الفرد للدور أو الأدوار الاجتماعية التي تقوم بها في ضوء المعايير الاجتماعية المحددة لها ، من أجل المحافظة على استقرارها واستمرارها " 5

لقد تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الإعلام " حيث تدافعت عدة عوامل إقتصادية وسياسية واجتماعية وفكرية ومهنية لتخل بمبادئ الصحافة الليبرالية بعد الحرب العالمية الثانية نتيجة تزايد ظاهرة الإحتكار والتركيز في ملكية وسائل الإعلام الغربية وما نتج عنها من سباق الوسائل لزيادة معدلات التوزيع بالتركيز على الجنس والفضائح وظهر مفهوم المسؤولية الاجتماعية الذي يرى أن حرية الصحافة لا يمكن أن تستمر إلا اذا كانت حرية مسؤولة ، وأضافت المسؤولية الاجتماعية الى مبادئ النظام الليبرالي ضرورة وجود إلتزام ذاتي من جانب الصحافة بمجموعة من المواثيق الأخلاقية التي تستهدف التوازن بين حرية الفرد ومصالح المجتمع " 6

ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، وأن على وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية أن تخدم النظام السياسي القائم عن طريق الإعلام وعن طريق المناقشة الحرة المفتوحة في كافة المسائل التي تهم المجتمع، وعلى وسائل الإعلام تقع مسؤولية تنوير الجماهير بالحقائق والأرقام حتى تستطيع هذه الجماهير إصدار أحكام متزنة وصحيحة على الأحداث العامة، وعليها أيضا أن تراقب أعمال الحكومة والشركات والهيئات العامة صيانة لمصالح الأفراد والجماعات. هذه هي المسؤولية التي تقع على وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية إلى جانب الإعلان والترفيه 7.

و " بالرغم ان هذه القيمة الإخبارية لها ثقلها في جميع أنحاء العالم إلا أن الخبر المسؤول داخل التركيبات الهشة في دول العالم الثالث يعد أمرا ضروريا لا غنى عنه فمسؤولية وسائل الإعلام في المحافظة على سلامة المجتمع وتماسكه تتبع

4 هبة شاهين ، المسؤولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام في تناول قضايا الإرهاب ، دراسة تطبيقية على الجمهور والصفوة الإعلامية والأمنية ، كلية الآداب ، جامعة عين شمس ، ص 6 ،

5 محمد حسام الدين ، مرجع سابق الذكر ، ص 49

6 هبة شاهين ، مرجع سابق الذكر ، ص 5

7 رمضان عبد المجيد ، مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الاعلام (قانون الاعلام نموذجا) ، مجلة دفاثر السياسة والقانون ، العدد 9 ، جامعة ورقلة ، 3013 ، ص 367

من تجنب التغطية الإخبارية المتحيزة والتي من شأنها الإضرار بمصالح الدولة العليا أو تعريض تماسك المجتمع للخطر أو إشاعة الفوضى والإضطراب " ⁸ والمسؤولية الاجتماعية للصحافة تجاه المجتمع هي " مجموع الوظائف التي يجب أن تلتزم الصحافة بتأديتها أمام المجتمع في مختلف مجالاته السياسية والإقتصادية و الإجتماعية والثقافية يتوافر في معالجتها لموادها قيم مهنية كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول شريطة أن تتوافر للصحافة حرية حقيقية تجعلها مسؤولة أمام القانون والرأي العام" ⁹

2_ تأثير وسائل الإعلام على المجتمع

" تعد وسائل الاعلام المرئية والمسموعة والمقروءة مصدرا مهما من مصادر التوجيه والتنقيف في أي مجتمع وهي ذات تأثير كبير في المجتمع المتباين اهتمامات وتوجيهات مستويات أفراده الفكرية وهذا ما يكسبها أهمية في عملية بناء المجتمعات ، ويمكن اعتبار بأنها أحد العناصر الأساسية في تشكيل ملامح المجتمعات واذا كان دور وسائل الإعلام في أي بيئة مجتمعية يتحدد بالأثر الذي يستطيع أن تحدثه فيها فمن الممكن أن تقسم وسائل الإعلام من خلال تأثيرها في المجتمعات الى قسمين : قسم مؤثر وفعال وقسم غير مؤثر وغير فعال . " ¹⁰

" يقول المؤرخون ان الثورة الفرنسية انما صنعها ومهد لها أقلام الكتاب من أمثال مونتيسكيو وفولتير وجان جوك روسو ... فالصحف ووسائل الإعلام والدعاة كل هؤلاء مسؤولون في البلاد الإسلامية عن توعية الشعوب توعية صحيحة وإيقاظ وجدانها وإيقافها على الأخطار التي تحدق بها وهذه الوسائل اليوم توجه الأمم " ¹¹ من هذه الفكرة يتضح أن قوة وسائل الإعلام قد تصل الى إقامة الثورات وتأجيج نار الحروب أو إخمادها ان كان القائمون على هاته الوسائل ذو إدارة سليمة للمخطط الإعلامي لكن من ناحية أخرى يقول **JAMES CURRAN** أن " الإعتقاد بأن وسائل الإعلام هي أجهزة تأثير هامة هو صحيح على العموم لكن الطرق التي تمارس بها وسائل الإعلام التأثير معقدة ومشروطة " ¹² وبالتالي قد تكون غير واضحة أو مفهومة ولكن رغم ذلك حاولت العديد من الدراسات محاولة استنتاج تأثيرات الإعلام على المجتمع في شقيها الإيجابي والسلبي ، وبالرغم من ذلك يبقى للإعلام " دور قومي في تشكيل الرأي العام وطرح قضايا وموضوعات سياسية وإقتصادية واجتماعية يلتف حولها جموع المواطنين والارتقاء بالبناء المعرفي والإدراكي للمواطن في كافة المجالات ذلك بجانب دور الإعلام التقليدي في نشر الأخبار المختلفة من جميع دول العالم وتكون وسائل الإعلام في هذه الحالة إيجابية وفي صالح توعية المواطن والإرتقاء بمجتمع مطلع قادر على التفكير والتحليل وربط واقع الأحداث والمشاهدات من حوله بالصورة الذهنية التي ترسمها وسائل الإعلام فمبدأ التفكير والتحليل لكل ما يعرض في وسائل الإعلام امر لا بد منه

⁸ موسى جواد الموسوي وآخرون ، الإعلام الجديد (تطور الأداء والوسيلة والوظيفة) ، مكتبة الإعلام والمجتمع ، العراق ، 2011 ، ص 98

⁹ محمد حسام الدين ، مرجع سابق الذكر ، ص 98

¹⁰ حنان تيتي ، دور وسائل الإعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الرأي العام ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية ، جامعة بسكرة ، كلية الحقوق

3013_ 2014 ، ص 82

¹¹ محمد أمين المصري ، المسؤولية ، دار الأرقم ، ط 1 ، مصر ، 1989 ، ص 94

¹² عبد الرحمان عزوي و السعيد بومعيزة ، مرجع سابق الذكر ، ص 328

لمعرفة هل اتجاه وسائل الإعلام يصب في القضايا الوطنية والأساسية التي تجمع مصالح العدد الأكبر من المواطنين داخل مجتمع مثقف وواع لا يعتمد فقط على وسائل الإعلام وإنما يتيح مجال للقراءة والإطلاع والتعرف على خلفيات المشاهد والقضايا والأخبار التي يتلقفها من وسائل الإعلام المختلفة ووسائل الإعلام لا يمكن أن توجه الإنسان كيف يفكر ولكن قادرة على توجيه فكره نحو قضية بعينها أو تؤثر على الفرد لصالح اتجاه أو أيديولوجية سياسية معينة ولكن هذا لا يلغي مبدأ التفكير والتحليل وطرح هذه القضايا الهامة للنقاش الجماهيري والنخبوي أيضا باختلاف أفكارهم وانتمائاتهم السياسية والاجتماعية " 13

و " في الواقع تعتبر مسألة تأثير وسائل الإعلام إشكالية معقدة بالنسبة لمدارس الإعلام ومقترباتها المختلفة ومن بين العوامل المساهمة في التعقيد الذي تتصف به إشكالية تأثيرات وسائل الاعلام فإنه يشار عادة الى عامل الضعف النظري في ميدان علوم الاعلام نظرا لتبعيته الى فروع معرفية أخرى وعدم ملاءمة البعض من تقنيات البحث فيه بالإضافة الى تعدد الوسائل واختلاف المجتمعات والثقافات علاوة على هذا فإن وسائل الإعلام كانت في السابق موضوعا وطنيا لكن تطورها على إمتداد العقود الماضية أصبح يتعدى الحدود الوطنية . " 14

3_ القائم بالاتصال و نظرية حارس البوابة الإعلامية

ان " دراسة القائم بالاتصال لا تقل أهمية عن دراسة محتوى الرسالة الإعلامية وغالبا ما تتم دراسة القائم بالاتصال في اطار تحليل وسائل الإعلام بوصفها مؤسسات لها وظيفة إجتماعية " 15 وفي عملية الاتصال الجماهيري يسمى المرسل داخل هيئة إعلامية بـ " المحرر او الصحفي أو الإعلامي الذي يعمل بانتظام في مؤسسة إعلامية ويكون من صلب عمله جمع المعلومات العامة وإعادة صياغتها وفق القوالب الإعلامية المعتمدة و تحليلها وتقديم ما يهم الجمهور منها بطريقة معينة على شكل أخبار أو تقارير أو أي فن اعلامي آخر ، أي انه باختصار يعمل على تشكيل الرسالة الإعلامية منذ بداية تكوينها حتى تصبح جاهزة للنشر أو البث عبر وسيلة إعلامية " 16

وتعتبر نظرية حارس البوابة الإعلامية من بين النظريات المعاصرة التي اشتغلت على دراسة القائم بالاتصال حيث " يعود الفضل الى عالم النفس النمساوي الأصل والامريكي الجنسية كيرت لوين في تطوير ما أصبح يعرف بنظرية حارس البوابة الإعلامية وتعتبر دراسات ليوين من أفضل الدراسات المنهجية في مجال القائم بالاتصال حيث يرى أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل الى الجمهور المستهدف توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج وكلما طالت المراحل التي تقطعها الاخبار حتى تظهر في الوسيلة الاعلامية تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما اذا كانت الرسالة ستنقل بنفس الشكل أو بعد إدخال تعديلات عليها ، ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات " 17

¹³ علي عبد الفتاح كنعان ، الإعلام والمجتمع ، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2014 ، ص 17

¹⁴ عبد الرحمان عزّي والسعيد بومعيزة ، مرجع سابق الذكر ، ص 328

¹⁵ حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد ، الاتصال ونظرياته والمعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط 3 ، مصر ن 2002 ، ص 175

¹⁶ كامل خورشيد مراد ، الاتصال الجماهيري والإعلام (التطور ، الخصائص ، النظريات) ، دار المسيرة لنشر والتوزيع ، ط 1 ، الأردن ، 2010 ، ص 279

¹⁷ حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد ، مرجع سابق الذكر ، ص 176

"ان المعلومات التي يراد لها أن تمر عبر وسائل الإعلام ليست حصيلة جهد فردي لشخص واحد مهما كان عنوانه الوظيفي أو الإعلامي أو الاجتماعي وإنما هي عمل اشتراك يصنعه العشرات من الإعلاميين وهم ما نطلق عليهم تعبير حراس البوابة الذين ينتشرون على طول شبكة المعلومات " 18

ويرتبط عمل حارس البوابة الإعلامية بعدة معايير تؤثر على سير العمل من بينها معيار قيم المجتمع وتقاليد " إذ يعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الاعلام من القوى الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال فأى نظام اجتماعي ينطوي على قيم ومبادئ يسعى لإقرارها ويعمل على تقبل المواطنين لها ويرتبط ذلك بوظيفة التنشئة الاجتماعية أو التطبيع وتعكس وسائل الاعلام هذا الاهتمام بمحاولاتها الحفاظ على القيم الثقافية والاجتماعية السائدة .

ويرى الباحث وارين بريد Waren Breed انه في بعض الأحوال قد لا يقدم القائم بالاتصال تغطية كاملة للأحداث التي تقع من حوله وليس هذا الإغفال نتيجة لتقصير أو انه عمل سلبي ولكن يغفل القائم بالاتصال أحيانا بعض الأحداث إحساسا منه بالمسؤولية الاجتماعية وللحفاظ لى بعض الفضائل الفردية أو المجتمعية فقد تضحى وسائل الاعلام أحيانا بالسبق الصحفي أو تتسامح بعض الشيء في واجبها الذي يفرض عليها تقديم كل الاخبار التي تهم الجماهير وذلك رغبة منها في تدعيم قيم المجتمع وتقاليد " ، كذلك تعمل وسائل الاعلام على حماية الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع مثل : الرسالية ، والولاء للوطن ، واحترام رجال الدين ، والقضاة والمجتمعات المحلية ، وتوقير كبار السن والقادة ، والأمهات ، ورجال القوات المسلحة ، وغالبا ما تتجنب وسائل الاعلام انتقاد الافراد الذين يقومون بتلك الأدوار لتدعيم البناء الثقافي للمجتمع . " 19 " ويتضح من جانب آخر أن الصحفيين المحترفين يصفون قيما عالية للأخلاقيات المتداولة في الأدبيات الصحفية : المسؤولية ، الحرية ، الإستقلالية ، الجدية ، الصدق ، الدقة ، النزاهة ، الإنصاف ، واللياقة " 20 .

كذلك فإن معيار الذاتية للقائم بالاتصال عامل آخر من عوامل التأثيرت على حارس البوابة إذ " يعد الانتماء عنصرا محددًا من محددات الشخصية لأنه يؤثر في طريقة التفكير او التفاعل مع العالم المحيط بالفرد كما ان الفرد ينتمي الى بعض الجماعات : التعليمية ، والاجتماعية ، والسياسية ، والاقتصادية وتعد هذه الجماعات بمثابة جماعات مرجعية يشارك الفرد أعضائها في الدوافع والميول والاتجاهات وتتمثل قيمهم ومعاييرهم في اتخاذ قراراته أو قيامه بسلوك معين . " 21

و" تعد موانيق الشرف أو موانيق الأخلاق المهنية مكملة للحقوق والضمانات المكفولة للقائمين بالاتصال، إذ تعكس وتحدد الحقوق والضمانات التي يتعين توفيرها للمجتمع أو للبيئة التي تمارس فيه العملية الاتصالية ذاتها، في مواجهة القائمين بالاتصال .ومن ثم، تبلور هذه الموانيق والمسؤوليات الاجتماعية والأخلاقية لرجال الإعلام حيال المجتمع الذي يعملون فيه وتُبنى على أساس أن الإعلام وإن كان حقا للفرد، فهو أيضا حق للمجتمع، وينبغي حماية حق المجتمع في الوقت الذي

18 كامل خورشيد مراد ، مرجع سابق الذكر ، ص 281

19 حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد ، مرجع سابق الذكر ، ص 178

20 عبد الرحمن عزّي والسعيد بومعيزة ، مرجع سابق الذكر ، ص 175

21 حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد ، مرجع سابق الذكر ، ص 179

تحمى فيه حقوق الأفراد .وعلى ذلك فكلما نضج النظام الاتصالي والإعلامي، ارتفع المستوى المهني للعاملين فيه، وتزايدت الحاجة إلى تحديد هذه القواعد والالتزامات الاجتماعية لرجال الإعلام.²²

المحور الثاني : قيم المواطنة والمسؤولية الإجتماعية في قانون الإعلام الجزائري

1_ قيم المواطنة ... المفهوم والأبعاد

القيم: يكاد أن يكون هذا مصطلح من بين أكثر المصطلحات تعقيدا حيث يقول عنه هوبير Huberr Frère " أن معناها أولى وأنه لا يمكن تعريفه الا بتحصيل حاصل على نحو صحيح أو غير صحيح " ²³ و مصطلح القيم استخدم في العديد من المجالات الدراسية سواء كانت العلوم الإنسانية والاجتماعية وحتى العلوم الرياضية والاقتصادية ووضع مفهومه من زوايا متعددة تتسجم والدراسات التي جاءت تبحث فيه وهو تباين جاء نتيجة الخلفيات العلمية والثقافية المختلفة.

وفي التعريف اللغوي جاء في المعجم الوجيز " قيم يقيّم تقييما _ الشيء : قدر قيمته ²⁴، أما تعريفه الإصطلاحي فإن الدراسات الإعلامية اعتمدت كثيرا على متغير القيم في مضامين وسائل الإعلام وتأثيرها على الفرد والمجتمع ولم يحدث وان قدم تعريف جامع على القيم إعلاميا الا أنها لا تخرج عن الإطار المفاهيمي السيوسولوجي أو الفلسفي . والدراسات الاجتماعية قدمت توجيهها في هذا المقام في ان دراسة القيم تتعلق بخماسية أساسية هي : ²⁵

1_ كيفية التعامل مع الرؤية الكونية أو رؤية العالم

2_ كيفية بناء النماذج المعرفية

3_ كيفية التعامل مع المصادر المرجعية

4_ كيفية التعامل مع التراث الإسلامي (القرآن _ السنة)

5_ كيفية التعامل مع التراث الإنساني

قيم المواطنة : وأما قيم المواطنة فهي " مجموعة المعايير والمبادئ التي تمثل إطار عمل يوجه سلوك الفرد ويحكم علاقته بالآخرين من جهة وعلاقته بمؤسساته الوطنية من جهة أخرى وتجعله قادرا على القيام بمسؤولياته وواجباته ، من خلال المشاركة الفاعلة في مجتمعه وتمسكه بحقوقه وإحترام حقوق الآخرين واتباع الحوار والتعاون والعمل المشترك مسارا

²² رمضان عبد المجيد ، مرجع سابق الذكر ، ص 372

²³ الربيع ميمون ، نظرية القيم في الفكر المعاصر بين النسبية والمطلقية ، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 1980 ، ص 30

²⁴ أحمد العايد وآخرون ، مرجع سابق الذكر ، ص 1020

²⁵ نادية محمود مصطفى و سيف الدين عبد الفتاح و آخرون ، القيم في الظاهرة الاجتماعية ، دار البشير للثقافة والعلوم ، ط2 ، مصر ، 2012 ، ص 43

وحيث لتحقيق الصالح العام على أساس العدل والمساواة لربطهم بوطنهم وتعزيز التقارب بينهم ودفعهم جميعاً لمواصلة عطائهم وتفانيهم في أداء واجباتهم ومسؤولياتهم تجاه الوطن والعمل على حمايته والمحافظة على تماسكه " 26

" إن مفهوم المواطنة الذي استقر في الفكر السياسي المعاصر مفهوم تاريخي شامل ومعقد، لأن الفكر السياسي إنما ينتج انطلاقاً من حراك اجتماعي معقد تتحكم فيه السيرورة التاريخية، لذا تتخذ إنتاجاته القانونية والثقافية، كما أن ترجمة الإنتاج الحضاري عملياً من خلال الدولة؛ يتخذ أبعاداً متشابكة يصعب معها نفي حضور مجموع القيم المشكلة لتلك الحضارة، بما فيها العقائد والمتغيرات السوسيوثقافية والمتغيرات العالمية " 27 و جاء مفهوم المواطنة في المعجم العربي الأساسي على أنها " نزعة ترمي الى اعتبار الإنسانية أسرة واحدة وطنها العالم وأعضاؤها أفراد البشر جميعاً " 28 . ويمكن اعتبار أن هذا التعريف قد مفهوما ما يصطلح عليه بـ "المواطن العالمي" ويمكن اسقاطه على المواطن المحلي .

والمواطنة هي " الصفة التي تحدد حقوق المواطن وواجباته تجاه وطنه وفقاً لميزان العدالة الاجتماعية والمساواة أمام القانون كما تقوم على قاعدة الولاء والانتماء للوطن والعمل على خدمته في أوقات السلم والحرب والتعاون مع المواطنين الآخرين عن طريق العمل المؤسسي والفردي الرسمي والتطوعي في تحقيق الأهداف التي يصبو لها المجتمع وتوحد من أجلها الجهود وترسم الخطط وتوضع لها الموازنات " 29 وتمثل خاصية المواطنة في كونها " تضمن حقوق الانسان في المجتمع وتجعل الانسان مدني وذا سلوك حضاري في كل علاقاته الاجتماعية فالإنسان بطبعه هذا كائن اجتماعي ومنه جرى الاجتماع البشري كما يراه ابن خلدون ، بحيث يشكل وسيلة للحفاظ على مصالح الأفراد وسلوكهم في المجتمع العام ما من شأنه ان يحافظ على استقرار واستمرار المجتمع ككل " 30 والدول الحديثة تعتبر المواطنة فقط "مقياس الحقوق والواجبات وليس الدين أو العرق أو اللون أو الطبقة أو الفئة العمرية ولكن هذا لا يحدث بصفة دائمة في الدول فهناك تمييز بين المواطنين وهناك انتهاك جسيم لحقوق المواطنة وهناك ما يصل الى حد الإبادة والتطهير العرقي في بعض الدول ضد مواطنيها " 31

وقيم المواطنة كثيرة ومتعددة يختلف تصنيفها من مجال الى آخر وأهمها :

الحرية : فهي تعبر عن إمكانية عمل ما نريد دون الاضرار بغيرنا وهي نوعان إيجابية وسلبية وما دما نعيش في مجتمع فعلياً أن نتنازل عن جزء من حريتنا لهذا المجتمع فكل ما ينقص من حريتنا يضاف الى سلطة المجتمع .

26 خالد منصر ، دور الإعلام الجديد في تعزيز قيم المواطنة ، مجلة كلية الفنون والإعلام ، العدد 01 ، نوفمبر ، 2015 ، ص 134

27 علاء الدين عبد الرزاق جنكو ، المواطنة بين السياسة الشرعية والتحديات المعاصرة ، كلية العلوم القانونية والعلوم السياسية ، العراق ، د س ، ص 34 ، متاح على الرابط http://neelain.edu.sd/mmacpanel/includes/magazines/pdf/pdf3_11_3 ، تاريخ الإطلاع : 3_11_2017 على سا 14:00

28 أحمد العايد وآخرون ، المعجم العربي الأساسي ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، دم ، 1989 ص 1318

29 خالد منصر ، مرجع سابق الذكر ، ص 133

30 أبو الفتوح بوهريرة ، قيم المواطنة وعلاقتها بتعزيز المسؤولية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي ، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علم الاجتماع تخصص علم اجتماع التربية ، جامعة بسكرة ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، 2014 _ 2015 ، ص 43

31 مجدي خليل ، حقوق الإنسان وحقوق المواطنة ، 2008 ، <http://www.amcoptic.com/n> ، تاريخ الإطلاع : 4_11_2017

على سا 18:04

المشاركة المجتمعية والسياسية : وتعني الأنشطة التي يقوم بها الفرد بهدف التأثير في العملية السياسية من خلال المشاركة النشطة في الحملات الانتخابية وحضور الاجتماعات واللقاءات السياسية وإبداء الرأي في مختلف القضايا الاجتماعية والسياسية .

الديمقراطية : تعد الديمقراطية أحد أساليب التفكير والقيادة التي تتضح من خلال الممارسات والأقوال التي يريد بها الفرد ليعبر عن آرائه الشخصية في إطار النظام العام ولكي يشعر بالحاجة الى التفاهم مع الغير مع اتباع الأسلوب العلمي في التفكير ويتحقق هذا بالحصول كل انسان على حق عادل وفرص متكافئة في التعليم والمشاركة والتوظيف والتحول من النمط المركزي على النمط اللامركزي .

حرية التعبير عن الرأي : فمن حق كل فرد أن يعبر عن رأيه بحرية في كل ما يحيط به من شؤون وظواهر وقضايا مع احترام الرأي الآخر وعدم الإستخفاف بصاحبه أو اهانتة ويحصل هذا بتنمية وعي الأفراد بالمشكلات التي يعاني منها المجتمع وتوفير الضمانات التي تسمح لهم بإبداء آرائهم بكل حرية . " 32

" ينتمي الفرد بحكم المكون الاجتماعي بداخله الى عضوية جماعات عديدة ذات طبيعة تطوعية حيث يلتحق بها الانسان لاحساس متزايد بالمسؤولية الاجتماعية التي تفرض على مساعدة الآخرين وتمكينهم كالمنظمات غير الحكومية ، أو الإلتحاق بما يتم لأسباب ثانوية كالنوادي الرياضية وجماعة قضاء وقت الفراغ وفي العادة نجد قيم المواطنة ذات طبيعة إثارية لأن الجماعة ذاتها تهدف الى الإرتقاء بحياة الآخرين غير الممكنين من الضعفاء والفقراء والشباب وسائر المهمشين في المجتمع حيث يؤدي الأفراد في ذا النمط من الجماعات واجبههم غير أنهم لا يسعون كثيرا وراء الحصول على حقوق " 33

" ان المواطنة ليست وضعية جاهزة يمكن تجليها بصورة آلية عندما تتحقق الرغبة في ذلك وانما هي سيرورة تاريخية ودينامية مستمرة وسلوك يكتسب عندما تنهياً له الظروف الملائمة وهي ممارسة في ظل مجموعة من المبادئ والقواعد زفي إطار مؤسسات وآليات تضمن ترجمة مفهوم المواطنة على أرض الواقع وإذا كان من الطبيعي أن تختلف نسبيا هذه المتطلبات من دولة الى أخرى ، ومن زمن الى آخر بسبب اختلاف الثقافات والحضارات والعقائد والقيم ومستوى النضج السياسي والإقتصادي والإجتماعي والثقافي " 34

ولتحديد مفهوم المواطنة يمكن مقارنتها على الأقل من خلال ثلاث أبعاد أساسية :

أ_ البعد الفلسفي والقيمي : مادامت المواطنة هي انتاج ثقافي إنساني أي ليس انتاجا طبيعيا فهي تنطلق من مرجعية فلسفية وقيمية تمنح دلالتها من مفاهيم : الحرية ، العدل ، الحق ، الخير ، المصير والوجود المشترك وغيرها

32 خالد منصر ، مرجع سابق الذكر ، ص 135

33 أبو الفتوح بوهريرة ، مرجع سابق الذكر ، ص 60

34 علاء الدين عبد الرزاق جنكو ، مرجع سابق الذكر ، ص 35

ب_ البعد السياسي والقانوني : حيث تحدد المواطنة كمجموعة من القواعد والمعايير التنظيمية والسلوكية والعلائقية داخل المجتمع ، والتمتع بحقوق المواطنة الكاملة كالحق في المشاركة والتدبير واتخاذ القرارات وتحمل المسؤوليات ، القيام بواجبات المواطنة ، الحق في حرية التعبير ، الحق في المساواة وتكافؤ الفرص .

ج_ البعد الاجتماعي والثقافي : وهو كون المواطنة تصبح كمحدد لمنظومة التمثلات والسلوكيات والعلاقات والقيم الاجتماعية بحيث تصبح المواطنة كمرجعية وقيمة إجتماعية وكثافة وناظم مجتمعي . " 35

2_ الاعلام والمواطنة في الفضاء العمومي

" يعرف الاعلام لغة على أنه " الإطلاع على الشيء فيقال اعلمه بالخبر أي أطلعه عليه والاعلام اصطلاحا هو عملية تفاهم تقوم على تنظيم التفاعل بين الناس وتجاربيهم في الآراء فيما بينهم وهو في هذه الحالة ظاهرة الحضارة الحديثة وجعلتها خطيرة ودعتها بإمكانات عظيمة حولها قوة لا يستغني عنها لدى الشعوب والحكومات على حد سواء أما عناصر الاعلام فهي تتمثل في المرسل والمستقبل والأداة والرسالة ومن خلال هذا التعريف فان الاعلام هو أساسا مفهوم يعتبر بشكل مباشر على عملية التفاعل بين المرسل الى المستقبل عن طريق أداة محددة وتختلف الأدوات الإعلامية باختلاف طبيعتها"

36

تعد وسائل الاعلام مصدرا رئيسيا يلجأ اليه الجمهور في استقاء معلوماته عن كافة قضاياها السياسية والثقافية والاجتماعية بسبب فاعليتها الاجتماعية وانتشارها الواسع ، فهو_ الاعلام - بقدرته على الحراك ومخاطبة القسم الأعظم من التكوين الاجتماعي يمتلك الامكانية على التأثير الذي لا يأخذ صورة مباشرة وإنما يقوم بتشكيل الوعي الاجتماعي بصورة غير مباشرة و بوثيرة متسارعة غير ملحوظة دون مقدمات " 37 وفي سياق المواطنة فإن الاعلام " يرتبط بالوعي والمشاركة والممارسة ومن ثم تحول المجتمعات نحو الحداثة والديمقراطية بقدرة الاعلام على الاقتراب من قضايا المجتمع وتمثيلها من وجهة نظر الجماهير وليس تقديمها عبر منظور النظام القائم ، ولهذا السبب صار الاعلام ووسائله الجديدة جزءا من الحياة المعاصرة وكلا لا يمكن فصله عن الواقع الإنساني وظواهره المختلفة ومنها المواطنة " 38

وكذلك تكمن وظيفة الاعلام في تعزيز قيم المواطنة من خلال " تدعيم المعايير الاجتماعية من خلال معاقبة الخارجين عن هذه المعايير فالاعلام يجب أن يكون مسؤولا عن دعم المعايير الاجتماعية المرتبطة بالوحدة ، وأن يسهم الاعلام في محاربة ومعاقبة جادة لأي من تسول له نفسه المساس بالقيم المرتبطة بهذه الوحدة وأن يكون مثالا ونموذجا جادا للعقاب الاجتماعي في هذا الجانب ولك في الوقت نفسه أن يكون هذا العقاب بعيدا عن المبالغة والغلو ، هذا بالإضافة الى وظيفة

35 خالد منصر ، مرجع سابق الذكر ، ص 134

36 علي عبد الفتاح كنعان ، مرجع سابق الذكر ، ص 63

37 موسى عبد الرحيم حلس و ناصر علي المهدي ، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني ، مجلة جامعة الأزهر بغزة ، سلسلة العلوم الإنسانية ، العدد 2 ، 2010 ، ص 136

38 خالد منصر ، مرجع سابق الذكر ، ص 142

التحذير من الآثار غير المرغوب بها، والآثار التي تثير الفتنة الطائفية على سبيل المثال وتخلق مشكلات تهز من كيان هذا المجتمع ، فهذه الوظائف الرئيسية للمؤسسات الإعلامية المختلفة ، والتي تقوم بدور أساسي لتعزيز قيم المواطنة . " 39

وتبقى كل هذه الممارسات تسيل في وعاء الفضاء العمومي (المجال العمومي) الذي عرفه **Hebermas هيرماس** بأنه " مجتمع إفتراضي أو خيالي ليس من الضروري التواجد من مكان معروف أو مميز (في أي فضاء) فهو مكون من مجموعة من الأفراد لهم سمات مشتركة مجتمعين مع بعضهم كجمهور ويقومون بوضع وتحديد احتياجات المجتمع مع الدولة ويعد المجال العام مصدر الرأي العام وهو بحاجة الى شرعية السلطة لتفعيل أي ديمقراطية فهو يبرز الآراء والإتجاهات من خلال السلوكيات والحوار والتي تخدم للتأكيد على الشؤون العامة للدولة وهو تشكل مثالي " 40 وبالتالي فهو المجال الذي يتم فيه مناقشة قضايا المجتمع بكل تعقيداته ومعالجتها بحيث تمثل وسائل الإعلام دور الوسيط في العملية الإتصالية بين طبقات السياسة والمجتمع ولكي تتجح في عمليتها هذه فإنه يستوجب عليها اتخاذ موقف المحايدة في بناء رسائلها الاعلامية ويتوقف دورها على تفسير وشرح مفاهيم السياسة وليس ممارسة السياسة .

3_ المسؤولية الاجتماعية في قانون الإعلام الجزائري

أعطى القانون العضوي للإعلام 12_ 05⁴¹ اهتمامه الكبير للمسؤولية الاجتماعية بهدف تسيير وتنظيم العمل الإعلامي في الجزائر وحدد القانون مسؤولية الإعلاميين والصحفيين تجاه المجتمع في العديد من المواد حيث نصت المادة (40) من القانون في الباب سلطة ضبط الصحافة المكتوبة في الباب الثالث أنه يتم إنشاء سلطة ضبط الصحافة المكتوبة، وهي سلطة مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتتولى بهذه الصفة، عدة مهام من بينها :

- السهر على جودة الرسائل الإعلامية وترقية الثقافة الوطنية وإبرازها بجميع أشكالها
- السهر على شفافية القواعد الاقتصادية في سير المؤسسات الناشئة
- السهر على منع تمركز العناوين والأجهزة تحت التأثير المالي والسياسي والإيديولوجي لمالك واحد
- تحديد قواعد وشروط الإعانات والمساعدات التي تمنحها الدولة لأجهزة الإعلام، والسهر على توزيعها

-السهر على احترام المقاييس في مجال الإشهار ومراقبة هدفه ومضمونه

-جمع كل المعلومات الضرورية من الإدارات والمؤسسات الصحفية للتأكد من ضمان احترام التزامات كل منها . ولا يمكن أن تستعمل هذه المعلومات التي تجمعها سلطة ضبط الصحافة المكتوبة لأغراض أخرى غير أداء المهام التي يسندها إليها هذا القانون العضوي.

كما أولى القانون بهذا الخصوص تأسيس سلطة الضبط السمعي البصري وجاء هذا في الباب الرابع وفق المادة (64) والتي جاء فيها : تؤسس سلطة ضبط السمعي البصري، وهي سلطة مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي .

³⁹ علي عبد الفتاح كنعان ، مرجع سابق الذكر ، ص 66

⁴⁰ خالد منصر ، مرجع سابق الذكر ، ص 143

⁴¹ قانون عضوي يتعلق بالإعلام رقم 12_ 05 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق لـ 12 جانفي سنة 2012 ، صدر بالجريدة الرسمية عدد 02 في 21 صفر 1433 الموافق لـ 15 جانفي 2012

وفيما يخص آداب وأخلاقيات المهنة التي جاءت في الباب السادس من القانون فقد أكد في مادته (76) تثبت صفة الصحفي المحترف بموجب بطاقة وطنية للصحفي المحترف، تصدرها لجنة تحدد تشكيلتها وتنظيمها وسيرها عن طريق التنظيم ، كما أنه للصحفي الحق الوصول الى المعلومات ومصادر الأخبار في المادة (83) و (84) ما عدا في الحالات التالية :

-عندما يتعلق الخبر بسر الدفاع الوطني كما هو محدد في التشريع المعمول به

-عندما يمس الخبر بأمن الدولة و /أو السيادة الوطنية مساسا واضحا

-عندما يتعلق الخبر بسر البحث والتحقيق القضائي

-عندما يتعلق الخبر بسر اقتصادي استراتيجي

-عندما يكون من شأن الخبر المساس بالسياسة الخارجية والمصالح الاقتصادية للبلاد.

وللحرص على سير العمل الإعلامي ومسؤولياته المنوطة به فقد حدد القانون أيضا حقوق الصحفيين في الكثير من موادها أهمها المادة (89) : يجب أن يتضمن كل خبر تنشره أو تبثه أية وسيلة إعلام ، الاسم أو الاسم المستعار لصاحبه، أو تتم الإشارة إلى المصدر الأصلي أما المادة (90) فقد نصت على أنه : يجب على الهيئة المستخدمة إكتتاب تأمين خاص على حياة كل صحفي يرسل إلى مناطق الحرب أو التمرد أو المناطق التي تشهد أوبئة أو كوارث طبيعية، أو أية منطقة أخرى قد تعرض حياته للخطر وبين الفصل الثاني كل الجوانب المتعلقة بآداب وأخلاقيات المهنة، فالصحفي وفق المادة (92)

مطالب بالسهل على الاحترام الكامل لآداب وأخلاقيات المهنة خلال ممارسته للنشاط الصحفي.

ويتوجب عليه على الخصوص:

-احترام شعارات الدولة ورموزها

-التحلي بالاهتمام الدائم لإعداد خبر كامل وموضوعي

-نقل الوقائع والأحداث بنزاهة وموضوعية

-تصحيح كل خبر غير صحيح

-الامتناع عن تعريض الأشخاص للخطر

-الامتناع عن المساس بالتاريخ الوطني

-الامتناع عن تمجيد الاستعمار

-الامتناع عن الإشادة بصفة مباشرة أو غير مباشرة، بالعنصرية وعدم التسامح والعنف

-الامتناع عن السرقة الأدبية والوشاية والقذف

-الامتناع عن استعمال الحظوة المهنية لأغراض شخصية أو مادية

-الامتناع عن نشر أو بث صور أو أقوال تمس بالأخلاق العامة أو تستفز مشاعر المواطن.

ومنعت المادة (93) من القانون انتهاك الحياة الخاصة للأشخاص وشرفهم واعتبارهم، وانتهاك الحياة الخاصة للشخصيات العمومية بصفة مباشرة أو غير مباشرة.

وحرص القانون أيضا على مراقبة ممارسة مهنة الإعلام بإنشاء مجلس أعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة،

وينتخب أعضاؤه من قبل الصحفيين المحترفين ويقوم هذا المجلس على إعداد ميثاق شرف مهنة الصحافة ويصادق عليه،

كما ويعرض كل خرق لقواعد آداب وأخلاقيات مهنة الصحافة أصحابه إلى عقوبات يأمر بها المجلس الأعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة، وتحدد هذه الهيئة طبيعة هذه العقوبات وكيفية الطعن فيها.

الخاتمة

تمثل نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام أكثر النظريات ملائمة لبناء الرسالة الإعلامية التي تتضمن قضايا المجتمع خاصة " قيم الوطنية" التي تعتمد على وسائل الاعلام بهدف التأثير في المجتمعات وتحريك هذا الفعل ، وتتلخص المسؤولية الاجتماعية للإعلام في كونها مفهوم يرتبط ارتباطا وثيقا بالقيم السائدة داخل المجتمعات وبالضوابط الأخلاقية والدستورية والمواثيق والتوفيق بين الحرية والمسؤولية في بناء الرسالة الإعلامية ويتضح دورها في تعزيز قيم المواطنة من خلال وسائل الإعلام التي تعمل على شرح وتفسير مفاهيمها المرتبطة بها مثل الحرية ، المشاركة المجتمعية والسياسية ، الديمقراطية ، حرية التعبير والرأي كما تمكن وظيفة الاعلام ومسؤولياته في تدعيم المعايير الاجتماعية المرتبطة بالوحدة والحرص أيضا على معاقبة كل من تسول له نفسه المساس بهذه القيم .

قائمة المراجع

القواميس

1_ أحمد العايد وآخرون ، المعجم العربي الأساسي ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، دم ، 1989 ص 1318

الكتب

2_ عبد الرحمان عزي و السعيد بومعيزة ، الإعلام والمجتمع (رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية) ، الورسم للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2010 ، ص 142

3_ ثامر ياسر البكري ، التسويق والمسؤولية الاجتماعية ، دار وائل للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2001 ، ص 22

4_ محمد حسام الدين ، المسؤولية الاجتماعية للصحافة ، الدرا المصرية اللبنانية ، مصر ، 3003 ،

5_ رمضان عبد المجيد ، مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الاعلام (قانون الاعلام نموذجا) ، مجلة دفاتر السياسة والقانون ، العدد 9 ، جامعة ورقلة ، 3013

6_ محمد أمين المصري ، المسؤولية ، دار الأرقم ، ط 1 ، مصر ، 1989 ،

7_ موسى جواد الموسوي وآخرون ، الإعلام الجديد (تطور الأداء والوسيلة والوظيفة) ، مكتبة الإعلام والمجتمع ، العراق ، 2011 ،

8_ كامل خورشيد مراد ، الاتصال الجماهيري والإعلام (التطور ، الخصائص ، النظريات) ، دار المسيرة لنشر والتوزيع ، ط 1 ، الأردن ، 2010

9_ حسن عماد مكاوي و ليلي حسين السيد ، الاتصال ونظرياته والمعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط 3 ، مصر ن 2002

10_ علي عبد الفتاح كنعان ، الإعلام والمجتمع ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2014

نادية محمود مصطفى و سيف الدين عبد الفتاح و آخرون ، القيم في الظاهرة الاجتماعية ، دار البشير للثقافة والعلوم ، ط2 ، مصر ، 2012

11_ الربيع ميمون ، نظرية القيم في الفكر المعاصر بين النسبية والمطلقية ، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 1980

الدراسات والمجلات

12_ هبة شاهين ، المسؤولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام في تناول قضايا الإرهاب ، دراسة تطبيقية على الجمهور والصفوة الإعلامية والأمنية ، كلية الآداب ، جامعة عين شمس

13_ خالد منصر ، دور الإعلام الجديد في تعزيز قيم المواطنة ، مجلة كلية الفنون والإعلام ، العدد 01 ، نوفمبر ، 2015

14_ أبو الفتوح بوهريرة ، قيم المواطنة وعلاقتها بتعزيز المسؤولية الاجتماعية لدى الطالب الجامعي ، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علم الاجتماع تخصص علم اجتماع التربية ، جامعة بسكرة ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، 2014 _ 2015

15_ موسى عبد الرحيم حلس و ناصر علي المهدي ، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني ، مجلة جامعة الأزهر بغزة ، سلسلة العلوم الإنسانية ، العدد 2 ، 2010 ، ص 136

16_ حنان تيتي ، دور وسائل الإعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الرأي العام ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية ، جامعة بسكرة ، كلية الحقوق ، 2013 _ 2014

المواقع الإلكترونية

17_ علاء الدين عبد الرزاق جنكو ، المواطنة بين السياسة الشرعية والتحديات المعاصرة ، كلية العلوم القانونية والعلوم السياسية ، العراق ، دس ، ص 34 ، متاح على الرابط

: تاريخ الإطلاع : http://neelain.edu.sd/mmacpanel/includes/magazines/pdf/pdf3_11_3 .

2017_11_3 على سا 14:00

18_ مجدي خليل ، حقوق الإنسان وحقوق المواطنة ، 2008 ، <http://www.amcoptic.com/n/magdy-2008>

، تاريخ الإطلاع : 2017_11_4 على سا 18:04 <http://www.khalil-08.htm> .

القوانين والمراسيم

19_ قانون عضوي يتعلق بالإعلام رقم 12_ 05 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق لـ 12 جانفي سنة 2012 ،

صدر بالجريدة الرسمية عدد 02 في 21 صفر 1433 الموافق لـ 15 جانفي 2012

وزارة التعليم العالي و البحث العالمي

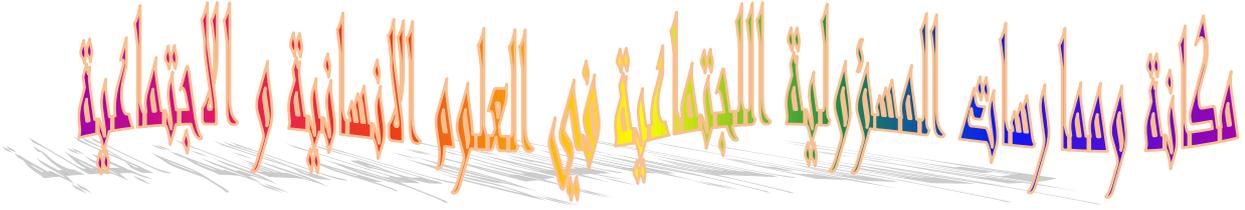
جامعة محمد خيضر-بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

مخبر العلوم الاقتصادية و علوم التسيير

فرقة "ممارسات تطبيق الحوكمة في المؤسسات الاقتصادية العمومية و الخاصة"

يوم دراسي حول:



يوم الخميس 07 ديسمبر 2017

• السيرة الذاتية :

الدكتورة : حنان مالكي

➤ الدكتورة: بومعرف نسيمه

الرتبة :أستاذ محاضر"أ"

➤ الرتبة : أستاذ محاضر "أ"

➤ كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة محمد خيضر-بسكرة-الجزائر

✓ محور المداخلة : المبحور الثالث : ممارسات المسؤولية الاجتماعية (المواطنة،

أخلاقيات العمل...)

✓ عنوان المداخلة:

مساهمة أخلاقيات العمل في الالتزام التنظيمي للأستاذ الجامعي - دراسة ميدانية على

عينة من الأساتذة بجامعة محمد خيضر -بسكرة-

المخلص: لكل المهن في المجتمعات الإنسانية قواعد وأخلاقيات تجب مراعاتها واحترامها، وعلى

المنتسبين إليها السير وفقها، لأنها تساعدهم في مساهم الرامي للمضي قدما تجاه تحقيق النتائج

المرجوة بفاعلية.

و تعد أخلاقيات التعليم الموجه الحقيقي والفعلي لسلوك المعلمين، فهي تشكل رقابة ذاتية، و إطارا مرجعيا و محكا لسلوكياتهم التعليمية، والتقويمية.

ولأن الإلتزام بأخلاقيات التعليم أمر ضروري وواجب، لأنها تحدد مدى انتماء الأستاذ لمهنته تبعا لدرجة التزامه بقواعد تلك المهنة ومراعاتها في كل الأحوال والمواقف.

ولأن وظيفة الأستاذ الجامعي تتضمن رسالة أخلاقية مقصودة أو غير مقصودة، وذلك نظرا لموقعه الخاص سواء عند طلبته أو في مجتمعه، فهو يساهم في التوعية الأخلاقية والتوجيه القيمي للطلبة، وذلك من خلال ممارسته الأخلاقية السوية، والتزاماته القيمية، والسلوكية السليمة. وهذا واحد من واجباته الأساسية لأنه يعتبر محور التأثير في سلوك الطلبة وسلوكه يعد محكا لسلوكياتهم ومعيارا لتقييم أخلاقياتهم و ممارساتهم.

لذلك نسعى من خلال هذه الورقة البحثية التعرف على واقع الممارسات الأخلاقية للأستاذ الجامعي داخل الجامعة، من خلال الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى مساهمة أخلاقيات العمل في تحقيق الإلتزام التنظيمي للأستاذ الجامعي؟

◆ **الكلمات المفتاحية:**

- أخلاقيات العمل / الإلتزام / الإلتزام التنظيمي / الإلتزام العاطفي / الإلتزام الأخلاقي

Résumé

Due à la fonction d'un professeur d'université comprend un message moral intentionnel ou non, compte tenu de votre position, soit sur demande ou dans la communauté, elle contribue au système de sensibilisation et de la valeur d'orientation morale pour les étudiants, par la pratique éthique normale, et les obligations de valeur, et son comportement.

Ceci est l'une des fonctions de base, car il est au centre d'influencer le comportement des élèves et leurs conduite . Un test décisif pour leurs comportements et une norme.

On essaye de rechercher à reconnaître la réalité des pratiques éthiques du professeur d'université au sein de l'université, en répondant à la principale question suivante:

Quel est le niveau d'engagement à l'éthique de la profession du professeur d'université de l'enseignement universitaire par des pratiques éducatives?

مقدمة اشكالية:

تؤدي الأخلاق دورا مهما في حياة الشعوب أو المجتمعات على اختلاف أجناسها وأماكن وجودها وأديانها والفلسفات التي تتبناها، وينعكس أثر الأخلاق في سلوك الأفراد بحيث يصبح سلوكهم متصفا بالثبات والتماسك والتوافق وعندئذ تشكل الأخلاق أحد مظاهر الضبط الاجتماعي لدى الأفراد، وتشكل دافعا ومحركا وتعمق لديهم الإحساس بالانتماء إلى مجتمعهم، كما تساعد على التكيف مع واقع المجتمع الذين يعيشون فيه.

وعليه تعتبر أخلاقيات العمل من المسائل الهامة التي يجب أن تتوفر بأي مؤسسة مهما كان نوعها أو حجمها، حيث يمكن أن نلمس الأخلاق في السلوكات الممارسة، لهذا نجد أن أخلاقيات العمل تأخذ عدة مسارات تتناسب مع البيئة السائدة بالمؤسسة بحيث انه لا يقتصر وجود منظومة أخلاقية بمؤسسة عن غيرها. وفي ظل تدني المعايير الأخلاقية المتعارف عليها أصبح الحديث عن أخلاقيات العمل مطلباً رئيسياً بالمؤسسات.

وقد بدأ الاهتمام بأخلاقيات العمل في العقود الثلاثة الأخيرة من القرن الماضي وهذا بسبب تزايد الفسائح الأخلاقية وانتشار مظاهر الفساد الإداري بشكل كبير هذا ما دعا إلى الاهتمام بهذا الموضوع من قبل الباحثين والعلماء، فالأخلاق هي بمثابة الدعامة الأولى لحفظ المؤسسات باعتبارها من أهم المبادئ والقواعد المنظمة للسلوك الإنساني، وتنعكس أخلاقيات العمل على التزام الفرد بعمله، حيث يعد الالتزام التنظيمي عنصراً حيوياً؛ حيث يساهم في تحقيق الأهداف التنظيمية، وتعزيز الثقة بين الإدارة والموظفين فيما يؤدي إلى الإحساس بالاستقرار والأمن الوظيفي كما ويساهم في تنمية وتطوير قدرات المؤسسة، لهذا فقد اهتم الدارسين والباحثين بهذا الموضوع لما يحمله من أهمية تعود على الفرد

والمؤسسة على حد سواء، فالالتزام التنظيمي يحمل في طياته أداء الأعمال بطريقة موضوعية ونزيهة وبكل أمانة وإخلاص مع وجود عنصر إتقان العمل مما يساهم في زيادة الدافعية نحو انجاز الأعمال. فأخلاقيات العمل تمثل الدعامة الأولى التي تساعد الأفراد على التكيف مع الواقع الموجود بالمؤسسة، أي أن أخلاقيات العمل بمثابة البوصلة الموجه للسلوك الإنساني والتي تظهر في تبيان ما يجب أن يكون عليه السلوك الأخلاقي والذي يستمد من عدة مصادر، والتي بدورها تقوم ببناء أخلاق الفرد، حيث نجد أن المجتمع يحدد ويضبط سلوك فرد هذا من خلال العادات، التقاليد و الأعراف السائدة به والتي تبين ما هو صحيح وما هو خاطئ، أيضا نجد الخبرات العلمية وتجارب الحياة، كما أن للبيئة التنظيمية لها دور كبير في تشكيل أخلاق الفرد مهما كانت نوعية هذه الأخلاق في تتجسد من خلال سلوكاته الظاهرة. بحيث انه يمكن أن تظهر هذه الأخلاق في الأمانة، النزاهة، إتقان العمل، إتباع الموضوعية والعدالة. وتنعكس الأخلاق من خلال التزام الفرد بعمله، بهدف التقليل من الفضائح التي مست العديد من المؤسسات على اختلاف نشاطها، بحيث انه برزت هذه الفضائح في عدة جوانب منها طرق وأساليب تسيير المهام والمعاملات، الاختلاسات، الابتزاز، الرشاوى، إفشاء أسرار العمل وغيرها من الفضائح.

لهذا فأخلاقيات العمل لا تقتصر فقط في وجودها كمنظومة، بل في مدى الالتزام بها. حيث يمثل الالتزام درجة ارتباط الموظف بالمؤسسة والتي تزيد من حيويته ونشاطه مع الرغبة في الاستمرار فيها كعضو دائم ويتجسد هذا في تطابق أهداف وقيم الفرد مع أهداف وقيم المؤسسة، حيث يأخذ الالتزام التنظيمي عدة أشكال تتجسد في نوعية الالتزام الموجود لدى الفرد اتجاه مؤسسته. وهذه الأشكال تظهر في الالتزام العاطفي أو الوجداني والذي يتجسد في تأثر الفرد بالبيئة التي يعمل بها، أما الشكل الثاني فهو الالتزام المستمر والذي يظهر في تحقيق المنفعة والارتباط بالمؤسسة على أساس المصلحة، والشكل الثالث الالتزام المعياري أو ما يسمى بالالتزام الأخلاقي والذي يظهر من خلال الضغط الذي

يظهر في الدعم الذي تقدمه المؤسسة له، وكذا التأثير بالقيم الاجتماعية والثقافية والدينية. لهذا أن نجد أي مؤسسة تسعى لتعزيز واكتساب سمعة طيبة بين مثيلاتها هذا لأنها تعمل في بيئة مفتوحة ولها علاقات خارجية.

1- تحديد المفاهيم الاجرائية:

1.1. تعريف أخلاقيات العمل: **éthiques de travail**: هي صفة في النفس تظهر آثارها في الكلام والسلوك العملي والمظهر الخارجي، أي أن الخلق عبارة عن أمر حسن أو قبيح كامل داخل النفس، وتصدر عنه أعمال وتصرفات بتلقائية ويسير من غير الحاجة للتفكير والتأمل، فكأنه طبيعة وسجية، مثلا من ينفق المال بسماحة وعفوية يسمى كريما¹ ويعرف أيضا أنه نظام من القيم والقوانين التي تحدد ما هو صحيح وما هو خير، وهي معنية أساسا بما هو صحيح وبما هو خير، وما يجب أن يكون عليه السلوك. وتعرف أخلاقيات العمل أيضا أنها مجموعة من القواعد تتعلق بالمبادئ والقيم الأخلاقية التي تحكم سلوكيات الفرد أو الجماعات فيما يتعلق بما هو صواب أو خطأ، وقد تستند الأخلاق إلى القانون المعتقدات الدينية، تأثير الأسرة، الخبرات التعليمية، تجارب الحياة وكذا المعتقدات الثقافية للمجتمع الذي يعيش فيه الفرد.² وهي أيضا مجموعة من القيم والأعراف والتقاليد التي تتفق ويتعارف عليها أفراد المهنة حول ما هو خير وحق وعدل في نظرهم وما يعدو أساسا لتعاملهم وتنظيم أمورهم وسلوكهم في إطار العمل.³ كما تعرف أيضا عبارة عن مجموعة القيم والأعراف والتقاليد التي يتفق أو يتعارف عليها أفراد المجتمع، هذا للتمييز بين ما هو صح وخطا وبين ما هو كائن وما يجب أن يكون.⁴ ويتضح من استعراض هذه التعاريف المختلفة والمتنوعة لأخلاقيات العمل أنها:

➤ تستمد مشروعيتها من الدين، العادات، التقاليد والقيم السائدة بالمجتمع وإتباع القواعد المتفق عليها في العمل

➤ أن الأخلاق صفة نسبية تتجسد في الكلام والأفعال

➤ أنها نظام من القوانين والقيم تحدد وتضبط السلوك

➤ تحديد ماهو صحيح وما هو خاطئ أو ماهو خير وما هو شر

➤ تقوم أخلاقيات العمل على مصادر تستنبط من السلوكات المقبولة والأخلاقية وتتفي كل منافي

للأخلاق

➤ ضبط سلوكات الأفراد من خلال إبعاد الموظف عن الانحراف وإتباع أساليب غير الأخلاقية

في انجاز الأعمال

➤ تبيان ما يجب أن يكون عليه سلوك الموظف داخل بيئة العمل وحتى خارجها وهذا في

تعاملاته مع الجمهور أو زبائن المؤسسة، وتجدر الإشارة أيضا أن أخلاقيات العمل لها مفاهيم أخرى

أو تسميات تطلق عليه، فنجد أن هناك من يطلق عليها أخلاقيات المهنة وآخرون اسم أخلاقيات

الوظيفة وفي مجال الإدارة بالتحديد يطلق عليها البعض الآخر الأخلاقيات الإدارية، وفي دراستنا تم

تحديد المفهوم بأخلاقيات العمل.

1.2. تعريف الالتزام:

لغة: " لزم الشيء يلزمه لزوما، ولازمه ملازمة أي لم يفارقه الالتزام الاعتناق⁵، ونقول التزم بالشيء

بمعنى أوجبه على نفسه، وجمعها التزم.⁶

2.2- تعريف التنظيم: مجموعة مؤلفة من أجزاء متآزرّة، توجيهه، فرض نظام معين⁷

كما يعرف التنظيم بأنه وظيفة إدارية يتم فيها توزيع وترتيب الموارد البشرية منها وغير البشرية بالخطوة التي ستوصل إلى الهدف، وهنا يتضح أن عملية التنظيم تتطلب تحديد النشاطات⁸

3.2-الالتزام التنظيمي: هو حالة اجتماعية ونفسية تدل على تطابق أهداف العاملين مع أهداف المؤسسة وشعور كل طرف بواجباته اتجاه الطرف الآخر والتمسك بقيم وأهداف المؤسسة والشعور القوي بالانتماء إليها والدفاع عنها والرغبة في الاستمرار فيها.⁹

كما يعرف أيضا انه العملية التي يحدث فيها تطابق أو تشابه بين أهداف الفرد وأهداف المؤسسة وكذلك مدى اندماجه بها ورغبته في البقاء عضوا فيها.¹⁰

أيضا هو درجة تطابق الفرد مع مؤسسته وارتباطه بها، وأن الالتزام التنظيمي يمثل اعتقادا قويا وقبولاً من جانب الفرد لأهداف المؤسسة وقيمها ورغبته في بذل أكبر عطاء أو جهد ممكن لصالح المؤسسة التي يعمل فيها، مع رغبة قوية في الاستمرار في عضوية هذه المنظمة.¹¹

ويمكن تعريف الالتزام التنظيمي أيضا انه عاطفة وجدانية للفرد نحو المنظمة أكثر من ارتباطه بها لأسباب نفعية مادية، ويشير الالتزام التنظيمي إلى الرغبة التي يبديها الفرد للتفاعل الاجتماعي من أجل تزويد المؤسسة بالحيوية والنشاط ومنحها الولاء.

ويعبر الالتزام التنظيمي عن استعداد الفرد لبذل أقصى جهد ممكن لصالح المؤسسة ورغبته الشديدة بالبقاء بها، ومن ثمة قبوله وإيمانه بأهدافها وقيمها¹². كما انه حالة نفسية يميز العلاقة بين الأفراد والمؤسسة وان لهذه الحالات على قرارات الأفراد بالبقاء بالمؤسسة والاستمرار فيها.

رغم التنوع في التعاريف وتعدددها، إلا أننا نستنتج من مجملها أن لها نفس العناصر أو الخصائص

بحيث أن مضمونها يدور حول الالتزام التنظيمي على انه:

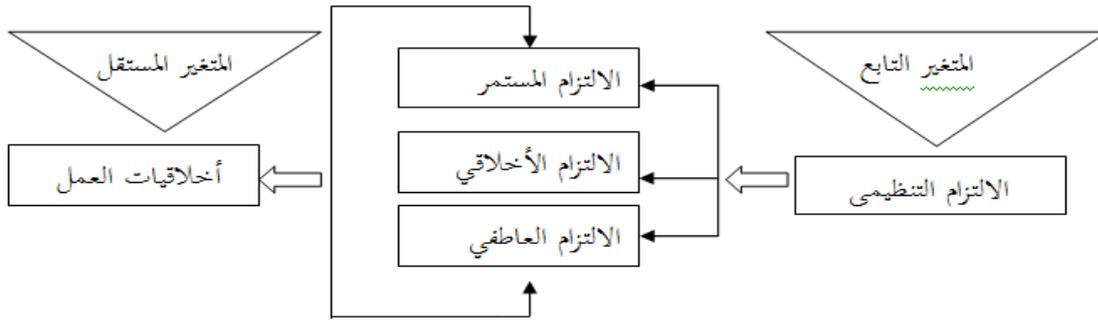
- شعور ايجابي بمعناه الكلي

- حالة نفسية اجتماعية
- تطابق قيم وأهداف الفرد والمؤسسة على حد سواء
- بذل جهد أكبر لصالح المؤسسة
- إعطاء نوع من النشاط والديناميكية أو الحركية في العمل بالمؤسسة
- يؤثر في قرارات الفرد

❖ التعاريف الإجرائية

1. أخلاقيات العمل: وهو يشير إلى السلوكيات الأخلاقية المتبعة في أداء الوظائف، كالأمانة، النزاهة، الموضوعية، الصدق والعدالة وغيرها من السمات الواجب إتباعها.
2. الالتزام التنظيمي: والذي يشير إلى مستوى الإحساس أو الشعور الايجابي لدى الفرد اتجاه مؤسسته والذي يمكن تقسيمه إلى: الالتزام المستمر والالتزام الأخلاقي والالتزام العاطفي.

الشكل رقم (01): يمثل نموذج مبسط لمتغيرات الدراسة



2. إجراءات الدراسة الميدانية :

- 2.1. مجالات الدراسة: تركز مجالات الدراسة على ثلاثة مجالات رئيسية وهي المجال الجغرافي، المجال البشري والمجال الزمني، فهي تمثل الإطار الذي يسير فيه الباحث في دراسته في محطات أساسية ورئيسية يجب على الباحث المرور عليها وتحديدها .

❖ **المجال الجغرافي:** وهو المكان الذي سيتم إجراء الدراسة الميدانية. وميدان إجراء دراستنا هو

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة قطب شتمة.

◆ **التعريف بميدان الدراسة (التعريف بالكلية):** أنشئت كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة

محمد خيضر ببسكرة بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 90-99 المؤرخ في 21 صفر عام 1430

الموافق 17 فيفري 2009، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 219 - 98 المؤرخ في 13 ربيع

الأول عام 1419 الموافق 07 يوليو 1998 والمتضمن إنشاء جامعة بسكرة، الواقع مقرها بالقطب

الجامعي شتمة، وتضم ثلاث أقسام وهي: قسم العلوم الاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية ومعهد علوم

وتقنيات نشاطات البدنية والرياضية.

❖ **المجال البشري:** باعتبار أن مجتمع البحث هو مجموعة العناصر التي لها خاصية أو عدة

خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر، والتي يجري عليها البحث والتقصي.¹³ والعينة

في مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية هي جزء معين من أفراد المجتمع الأصلي،

ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله.¹⁴

فمجتمع البحث الذي ستم فيه الدراسة الميدانية، وهذا انطلاقا من المجال المكاني لدراستنا وتماشيا

والهدف الأساسي لهذه الدراسة، على عدد من أساتذة الجامعة بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية محمد

خيضر ببسكرة. وبالرجوع إلى دراستنا فقد قمنا بالاعتماد على أسلوب العينة العشوائية. ويتم تشكيل

هذه العينة على أساس أن يكون هناك احتمال متساوي أمام جميع عناصر الدراسة لاختيارها بمعنى أن

فرص اختيار أي عنصر من الدراسة متساوي لجميع أفراد المجتمع. وفي نفس الوقت فإن اختيار أي

عنصر من عناصر مجتمع الدراسة لا يؤثر على اختيار العناصر الأخرى.¹⁵ وبما أن مجتمع البحث

كبير ولا يمكن إجراء الدراسة عليه بسبب ضيق الوقت، فقد تم اخذ عينة تمثيلية منه والتي لها نفس الخصائص.

بما أن المجتمع الإحصائي للبحث والبالغ عدده (195) أستاذ بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، بالإضافة إلى معهد التربية البدنية والرياضية، فقد تم اخذ نسبة تقدر ب (50%) من المجتمع الكلي هذا بحسب المعادلة الخاصة بتحديد حجم العينة، فقد قدر عدد الأساتذة يقسم العلوم الإجتماعية (106) أستاذ، ويقسم العلوم الإنسانية (51) أستاذ، أما معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية فقد قدر عدد الأساتذة به (38) أستاذ. وبهذا كان عدد الأفراد الذين وزعت لهم استمارة الاستبيان هو (98) أستاذ، واسترجعنا (81) من إجمالي الاستبيانات الموزعة على مفردات عينة الدراسة.

2.2. **منهج الدراسة:** تم الاعتماد على المنهج الوصفي والذي يعرف بأنه المنهج الذي يقوم

بدراسة الظاهرة الموجودة في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها تعبيراً كيفياً عن

طريق وصف الظاهرة مع تبيان خصائصها أو تعبيرها تعبيراً وصفيًا رقمياً مع بيان مقدار

هذه الظاهرة وحجمها ودرجات ارتباطها مع غيرها من الظواهر الأخرى¹⁶

أما عن أدوات جمع البيانات في هذه الدراسة فقد استخدمنا استمارة الاستبيان. ولقد قمنا بتصميم

استمارة الاستبيان على صيغة لان الهدف هو الحصول على ثقة المبحوثين بالاعتماد على مقياس

ليكرت الثلاثي بالبدايل الثلاث (موافق، غير متأكد، معارض). وهو كالتالي:

الجدول رقم (01): يمثل درجات مقياس ليكرت الثلاثي

البدايل	توافق	غير متأكد	تعارض
الدرجات	03	02	01

القسم الأول يضم البيانات الشخصية التي تخص المبحوث أما القسم الثاني فيضم ثلاث محاور وهي:

- المحور الأول: مساهمة أخلاقيات العمل في تحقيق الالتزام المستمر ويضم 15 عبارة
- المحور الثاني: مساهمة أخلاقيات العمل في تحقيق الالتزام العاطفي ويضم 15 عبارة

• المحور الثالث: مساهمة أخلاقيات العمل في تحقيق الالتزام الأخلاقي ويضم 15 عبارة

3. نتائج الدراسة :

عرض وتحليل بيانات المحور الأول واستخلاص النتائج

جدول رقم (02): خاص بالمحور الأول: مساهمة أخلاقيات العمل في تحقيق الالتزام المستمر

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	معارض	غير متأكد	موافق	المقياس	العبارة	رقم
			03	02	01	الدرجات		
0.68	2.62	81	09	13	59	التكرار	أتمسك بوظيفتي لأنني أتحصل من خلالها على ما أريد	01
		100	11.11	16.04	72.83	%		
0.37	2.75	81	04	12	65	التكرار	أتبع القواعد والمبادئ التي تتفق مع اهتماماتي مباشرة	02
		100	4.93	14.81	80.24	%		
0.15	2.98	81	00	02	79	التكرار	أحرص على أن أقوم بعملتي بأمانة وإخلاص	03
		100	00	2.46	97.53	%		
0.92	2.26	81	27	06	48	التكرار	أتقن عملي ما دام يحقق لي المنفعة الشخصية	04
		100	33.33	7.41	59.25	%		
0.28	2.91	81	00	07	74	التكرار	أتعامل بطريق موضوعية أثناء تأدية عملي	05
		100	00	8.64	91.35	%		
0.49	1.42	81	54	20	07	التكرار	مصلحتي هي التي تحدد درجة التزامي في العمل	06
		100	66.66	24.7	8.64	%		
0.31	2.89	81	00	12	69	التكرار	أرغب في استمرار العلاقة التي قامت بيني وبين زملائي في العمل	07
		100	00	14.81	85.18	%		
0.15	2.98	81	00	02	79	التكرار	أحاول الالتزام بالمواعيد في إنجاز المهام	08
		100	00	2.46	97.53	%		
0.31	2.89	81	00	09	72	التكرار	أتعامل مع التغييرات بإيجابية وأكيفها مع طبيعة عملي	09
		100	00	11.1	88.9	%		
0.35	2.89	81	01	07	73	التكرار	أواصل عملي رغم المصاعب التي تواجهني	10
		100	1.23	8.64	90.12	%		
0.92	1.89	81	30	12	39	التكرار	ارتباطي بالمؤسسة هو فقط في إطار عملي	11
		100	37.03	14.81	48.14	%		
0.50	2.47	81	24	19	38	التكرار	أقبل أي مقياس يسند إلي حتى ولو لم يدخل ضمن اهتماماتي	12
		100	29.62	23.45	46.91	%		

0.84	1.96	81	30	24	27	التكرار	ليس لذي فرصة أخرى غير أن أظل في عملي الحالي	13
		100	37.03	29.63	33.33	%		
0.19	2.96	81	00	03	78	التكرار	أتبع النزاهة أثناء قيامي بأعمال	14
		100	00	3.7	96.3	%		
0.64	1.30	81	64	09	08	التكرار	لا أهتم بالأخطاء التي قد أقع فيها أثناء عملي	15
		100	79	11.1	9.9	%		
0.47	2.47	الاجمالي						

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول أعلاه نستنتج أن آراء الأساتذة تختلف باختلاف العلاقة القائمة بينه وبين مؤسسته لأن هذه العلاقة هي التي قد تحدد درجة الارتباط بالعمل، وهنا يتوجب على الإدارة أن تكون قادرة على كسب التأييد الجماعي في انجاز الأعمال وأن العمل على المصلحة العامة للمؤسسة سيعود بالنفع مباشرة أو غير مباشرة على مصلحته الشخصية.

إذ نستخلص من الإجابات مدى مساهمة أخلاقيات العمل في تحققي الالتزام التنظيمي أن المتوسط الحسابي العام له قدر بـ (2.47) والذي عبر عن درجة مرتفعة من الالتزام التنظيمي بعد الالتزام المستمر وبانحراف معياري بلغ (0.47)، ما يعبر عن تشتت الإجابات وتباينها.

ومنه نستنتج أن الالتزام المستمر يمكن إرجاعه إلى حاجة الفرد للبقاء بالمنظمة وإدراكه للتكاليف المترتبة على تركها، فكلما طالت مدة الخدمة بالمنظمة فان تركها سيفقده الكثير مما استثمره فيها على مدار الوقت وعلى ذلك فان العامل الملتمزم تجاه منظمته تبعاً لهذا النوع يستمر بالمنظمة لأنه مضطر للاستمرار بها، أو أنه قد لا يملك غير ذلك ويتأثر هذا النوع من الالتزام أي عوامل تجعل مسألة ترك المنظمة مكلفة وصعبة على العامل وذلك على الرغم من خسارة قد تقتصر على فقدان ميزة محدد في العمل¹⁷. وبهذا يمكن القول أن الالتزام المستمر يسود هذه المؤسسة بدرجة مرتفعة لدى الباحثين.

2.2- عرض وتحليل بيانات المحور الثاني واستخلاص النتائج

جدول رقم (03): خاص بالمحور الثاني: مساهمة أخلاقيات العمل في تحقيق الالتزام العاطفي

رقم	العبارة	المقياس الدرجات	توافق	غير متأكد	تعارض	المجموع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
01	أفتخر بانتمائي لمؤسستي	التكرار	70	11	00	81	2.86	0.34
		%	86.14	13.6	00	100		
02	تأثر بالبيئة التنظيمية التي أعمل بها	التكرار	62	12	07	81	2.68	0.62
		%	76.54	14.81	8.64	100		
03	اشعر بالحماسة نحو أداء عملي	التكرار	65	14	02	81	2.78	0.47
		%	80.25	17.28	2.47	100		
04	أشعر بأن مشاكل المؤسسة هي مشاكل الخاصة	التكرار	36	28	17	81		

0.77	2.23	100	20.98	34.56	44.44	%		
0.24	2.96	81	01	01	79	التكرار	أحافظ على سير النظام بالمؤسسة	05
		100	1.3	1.3	97.5	%		
0.33	2.90	81	01	06	74	التكرار	أقدم الدعم والمساندة لزملائي في العمل	06
		100	1.3	7.4	91.3	%		
0.62	2.70	81	07	10	64	التكرار	أشعر بالفخر والاعتزاز عندما أخبر الآخرين بأنني أعمل بهذه المؤسسة	07
		100	8.64	12.34	79.01	%		
0.68	2.42	81	09	29	43	التكرار	اعمل المستحيل للحفاظ على بقائي بمؤسستي	08
		100	11.1	35.80	53.1	%		
0.21	2.95	81	00	04	77	التكرار	اهتم بسمعة المؤسسة	09
		100	00	4.9	95.1	%		
0.65	2.46	81	07	30	44	التكرار	أحس أنني جزء مهم في هذه المؤسسة لا يمكن الاستغناء عنه	10
		100	8.64	37.03	54.32	%		
0.72	2.43	81	11	24	46	التكرار	أكون سعيد بان امضي حياتي في العمل بهذه المؤسسة	11
		100	13.6	29.6	56.8	%		
0.11	2.99	81	00	01	80	التكرار	ابدل قصارى جهدي في العمل	12
		100	00	1.23	98.76	%		
0.19	2.96	81	00	03	78	التكرار	أحاول أن أكون عادلا في تعاملتي مع الطلبة	13
		100	00	3.70	96.3	%		
0.15	2.98	81	00	02	79	التكرار	اسعي للحفاظ على أدوات وأجهزة العمل	14
		100	00	2.5	97.5	%		
0.59	2.56	81	04	28	49	التكرار	أقدم الدعم لمؤسستي حتى ولو كنت متقاعد	15
		100	4.9	34.6	60.5	%		
0.44	2.65	الإجمالي						

المصدر: إعداد الباحثة بناء على مخرجات spss

من النتائج الموضحة في الجدول فإننا نسجل جميع رتب استمارة الاستبيان في مختلف عبارات هذا المحور، نستخلص من إجابات الأساتذة حول مساهمة أخلاقيات العمل في تحقيق الالتزام العاطفي أن مستوى المتوسط الحسابي العام له قدر بـ (2.65) عبر عن درجة مرتفعة من التزام التنظيمي للأفراد عند بعد الالتزام العاطفي وبانحراف معياري بلغ (0.44) ما يعبر عن تشتت الإجابات وتباينها. ومنه نستنتج أن الالتزام العاطفي يمكن إرجاعه إلى درجة تأثر الفرد العامل لكل ما تحويه البيئة التنظيمية من مؤثرات والتي من شأنها أن تؤثر في حالته النفسية وفي مستوى الروح المعنوية لديه والتي تنعكس

إحساسه بمدى ارتباطه وعلاقته وحبه للعمل بالمؤسسة التي يعمل بها، وإحساسه بالافتخار لانتمائه إليها وأنه جزء مهم بهذه المؤسسة لا يمكن الاستغناء عنه كما أنه يرى بأن مشاكل المؤسسة هي مشاكله الخاصة؛ أي أنه يعبر عن تمسك كبير بالمنظمة وقبول الفرد لأهدافها وقيمها والتأثر بها، هذا الالتزام ناتج عن إحساس وتأثر شخصي بالمنظمة، فهو ارتباط الفرد بمنظمتها ويتميز بإيمان قوي بأهداف وقيم المنظمة والإدارة لبذل جهد كبير في سبيلها وحب البقاء للعمل فيها¹⁸. وبهذا يمكن القول أن الالتزام العاطفي يسود هذه المؤسسة بدرجة مرتفعة لدى المبحوثين.

3.2- عرض وتحليل بيانات المحور الثالث واستخلاص النتائج

جدول رقم(04): خاص بالمحور الثالث: مساهمة أخلاقيات العمل والالتزام الأخلاقي

رقم	العبارة	المقياس الدرجات	توافق	غير متأكد	تعارض	المجموع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
01	احتفظ بأسرار عملي	التكرار	75	03	03	81	2.89	0.41
		%	92.6	3.70	3.70	100		
02	لا استعين بالواسطة في تسيير شؤون عملي	التكرار	64	11	06	81	2.72	0.59
		%	79	13.6	7.4	100		
03	اسعي للالتزام بالواجبات المسندة إلي	التكرار	80	01	00	81	2.99	0.11
		%	98.7	1.2	00	100		
04	لا أتهرب من العمل دون مبرر	التكرار	76	05	00	81	2.94	0.24
		%	93.8	6.2	00	100		
05	مستعد لتلقي العقوبة لمخالفة الأوامر والتعليمات	التكرار	65	12	04	81	2.75	0.53
		%	80.24	14.81	4.93	100		
06	لا أقوم بتأجيل مهام العمل لوقت آخر	التكرار	66	12	03	81	2.78	0.50
		%	81.5	14.8	3.7	100		
07	لا أتعرض للضغط من قبل الآخرين للبقاء في عمل	التكرار	54	18	09	81	2.56	0.68
		%	66.7	22.2	11.1	100		
08	قيمي وأخلاقي هي التي تلزمني بتأدية عملي على أكمل وجه	التكرار	81	00	00	81	3	0.00
		%	100	00	00	100		
09	لا أتقبل الهدايا والهبات من الآخرين	التكرار	61	15	05	81	2.69	0.58
		%	75.3	18.5	6.2	100		
10	أتحمل مسؤولية قراراتي في حال ما إذا تمت مساعلتي	التكرار	81	00	00	81	3	0.00
		%	100	00	00	100		
11	أنجز الأبحاث والتقارير الجامعية في مواعيدها	التكرار	64	17	00	81	2.79	0.41
		%	79	21	00	100		

0.24	2.96	81	01	01	79	التكرار	أحافظ على الدوام الرسمي للعمل	12	
		100	1.2	1.2	97.5	%			
0.28	2.91	81	00	07	74	التكرار	أحاول تجنب المناوشات التي قد تحدث بيني وبين زملائي في العمل	13	
		100	00	8.64	91.35	%			
0.24	2.74	81	00	05	76	التكرار	أحاول عدم التدخل فيما لا يخصني	14	
		100	00	6.2	3.89	%			
0.85	1.72	81	44	16	21	التكرار	للمعارف والأقران أهمية خاصة في التعامل أثناء عملي	15	
		100	54.32	19.75	25.92	%			
0.37	2.76	الإجمالي							

إعداد الباحثة بناء على مخرجات spss

من خلال النتائج الموضحة يؤكد الأساتذة بأن قيمهم وأخلاقهم هي التي تحدد درجة التزامهم وهذا يدل على أن الأساتذة ينطلقون من مبدأ راسخ بأن للعمل قيمة مكانة عالية يجب احترامها أن لديهم إحساس بالانضباط وروح المسؤولية اتجاه العمل ما يعني أن لديهم ضوابط أخلاقية تحكم سلوكياتهم وتصرفاتهم أي أن لديهم نظام قيمي ذاتي مرتبط بشخصية الفرد الأستاذ والمعتقدات التي يؤمن بها، وهذا ما ترسخه الشريعة التي تلزم على الفرد أن يقوم بعمله على أكمل وجه، وبالتالي تجعلهم يتحملون مسؤولية قراراتهم في حال ما إذا تمت مساءلتهم، أي أن لديهم روح المسؤولية اتجاه كل الأعمال التي يقومون بها مع الالتزام بتأدية الأعمال بالشكل المطلوب، وتحمل نتائج كل سلوك أو قرار يتخذه.

وقد أكدت نتائج الدراسة أن أخلاقيات العمل تساهم في تحقيق الالتزام التنظيمي بأبعاده الثلاث (المستمر، العاطفي والأخلاقي) وهذا ما دلت عليه مستويات الاستجابة المرتفعة. فالالتزام المستمر يقاس لديهم بالقيمة الاستثمارية التي يتحصل عليها مقابل العمل بهذه المؤسسة، أما العاطفي فيقاس في مدى تأثره بالبيئة التنظيمية وشدة ارتباطه بالمؤسسة وحب العمل والعلاقة التي بنيت بينه وبين زملاء العمل، أما فيما يخص الالتزام الأخلاقي لديهم يظهر في مدى التزامهم الشخصي وإخلاصه للعمل وفي مدى شدة تأثير الآخرين للبقاء بالمؤسسة. فهو يمثل درجة الالتزام القيمي لدى عضو المنظمة بأهمية بقائه بالمنظمة وعدم مغادرتها حتى مع وجود بدائل أخرى.¹⁹

2-2. نتائج التساؤل الرئيسي للدراسة

لقد تبين من خلال الدراسة أن أخلاقيات العمل تعتبر عنصر أساسي ومهم وله علاقة قوية بالالتزام لدى العاملين بالمؤسسة والتي تشكل دعامة أساسية للحفاظ على النظام الحسن بالمؤسسة؛ أي أن أخلاقيات العمل من محددات النجاح بأي مؤسسة.

إن تحقيق الالتزام لدى العاملين هو من المساعي التي تسعى المؤسسات لتحقيقها لما له من منحى إيجابي وهذا يتحقق بوجود عدة عوامل وأساسها إتباع الأخلاق في العمل بالمؤسسة والتي بدورها تسعى لترسيخها لدى الأفراد العاملين بها، فالأمانة والخلاص كذا النزاهة والموضوعية في العمل يعدون ضرورة ملحة من أجل خلق الثقة المتبادلة بين الزملاء في العمل هذا من جهة وبين العاملين والإدارة من جهة أخرى، كما أن وجود الاحترام التقدير بين الزملاء في العمل يقوي الصلة أو العلاقة التي نشأت فيما بينهم.

كما نجد أخلاقيات العمل تساهم في تحقيق الالتزام التنظيمي والذي يتجسد في سلوكهم وهذا يظهر في شعورهم بالانتماء بمؤسسة وولائهم لها ما يرافقه شعور بالفخر والاعتزاز وكذا الاهتمام لسمعتها، كما يظهر أيضا في تحمل الفرد لكل القرارات التي يتخذها في مسائل العمل حتى ولو في حالة المساءلة، مع تحمل العقوبات لكل المخالفات للأوامر والتعليمات التي تنظم وتسير شؤون العمل، وعدم التهرب من العمل وهذا من خلال إنجاز المهام والأعمال من بحوث وتقارير جامعية مع الحفاظ على الدوام الرسمي للعمل، والاحتفاظ بأسرار العمل وعدم إفشائها.

إذن فأخلاقيات العمل لها علاقة قوية بالالتزام التنظيمي حيث تساهم في كونها وعاء يضم كل السلوكات والممارسات الأخلاقية التي من شأنها أن تقوم بتسيير العمل بالطريقة الصحيحة، فالالتزام هو جزء من الأخلاق - أو يمكن القول أنه صفة من صفات الأخلاق أو هي خلق في حد ذاتها- فوجوده من عدمه متوقف على الفرد في حد ذاته باعتباره حامل للعديد من الصفات الخلقية والتي من بينها الالتزام، ومتوقف عند المؤسسة في طريقة تعاملها مع الفرد العامل من خلال نوع الجو السائد

بالمؤسسة ونوعية السلوكات السائدة بها وهذا فيما إذا كانت هذه السلوكات الممارسة أخلاقية، فالمؤسسة لها دور كبير في تعزيز الالتزام لدى الأفراد العاملين هذا من خلال ما تضعه من قوانين وبروتوكولات تكون رادعة لكل التجاوزات غير أخلاقية مهما كان نوعها حجها مع وضع نظام مراقبة سليم قائم على النزاهة والموضوعية.

• نتيجة عامة:

جاءت هذه الدراسة لتقف على مدى مساهمة أخلاقيات العمل في تحقيق الالتزام التنظيمي لدى أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة فقد تم الإجابة عن التساؤلات الفرعية ما يدل على أن أخلاقيات العمل وبكل ما تحمله من أسس ومبادئ تساهم في تحقيق الالتزام التنظيمي. وهذا ما دلت عليه المتوسطات الحسابية العامة لمعايير الاستبيان بمستوى استجابة مرتفع.

وعليه تتضح الأهمية الكبرى لأخلاقيات العمل في زيادة درجة الالتزام التنظيمي لدى أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وهذا من خلال الأسس والمبادئ - التي أشرنا إليها في الدراسة- التي يستند عليها والتي تنعكس على عملية الالتزام التنظيمي والتي تظهر في سلوكات وتصرفات الأساتذة بأبعاده الثلاث (المستمر، العاطفي والأخلاقي).

فدرجة الالتزام ترسخه قيمة الجانب الأخلاقي الموجود لدى الفرد العامل وهذا بمصادره المختلفة خصوصا الدينية، هذا لأن العمل عبادة مع إلزامية إتقانه والتفاني فيه. لأن أخلاقيات العمل تتعدد فيها المعايير والأسس التي من شأنها أن تفتح الباب للدراسات مستقبلية حول الموضوع والتطرق إليها من زوايا مختلفة.

ونستخلص النتائج التالية:

- أن مستوى مساهمة أخلاقيات العمل في تحقيق الالتزام المستمر حيث بلغ المتوسط الحسابي العام

بـ (2.47) ما يدل على مستوى الالتزام المستمر مرتفع.

- أن مستوى مساهمة أخلاقيات العمل في تحقيق الالتزام العاطفي حيث بلغ المتوسط الحسابي العام بـ (2.65) ما يدل على مستوى الالتزام العاطفي مرتفع.

- أن مستوى مساهمة أخلاقيات العمل في تحقيق الالتزام الأخلاقي حيث بلغ المتوسط الحسابي العام بـ (2.76) ما يدل على مستوى الالتزام الأخلاقي مرتفع.

•التوصيات والاقتراحات

من خلال ما تم التوصل إليه من نتائج يمكن وضع جملة من التوصيات وهي كالتالي:

- ✓ ضرورة الاهتمام بالجانب الأخلاقي ووضع قوانين رادعة لكل التجاوزات والمخالفات التي من شأنها أن تعزز القيم والمبادئ الأخلاقية.
- ✓ ضرورة اهتمام المؤسسة بالالتزام التنظيمي باعتباره من أهم العناصر التي تؤدي إلى التقدم والنجاح.

أما فيما يخص الاقتراحات فيمكن أن نجملها في:

- ✓ وضع دستور أو منظومة أخلاقية لضمان السير الحسن للأعمال بالمؤسسة مع ضرورة تفعيلها من خلال نظام رقابي محكم.
- ✓ القيام بدورات سواء كانت علمية أو تدريبية حول أخلاقيات العمل وهذا من خلال وضع هيئة تدريبية تسهر على هذه الدورات ومحاولة ترسيخها لدى العاملين بالمؤسسة ليظهر من خلالها سلوكيات وتصرفات مستحبة داخل المؤسسة والتي من شأنها أن تزيد من شدة الالتزام والولاء لها، مما يمنع أو وتقلل مما يسمى بالفساد الإداري.

- ✓ الاهتمام بموضوع أخلاقيات العمل كون هذا الموضوع من الموضوعات التي تقل فيها الدراسات، لذلك يمكن الإشارة إلى آفاق أخرى لهذه الدراسة مكتملة لما جاء فيها، وإشكاليات جديدة يمكن أن تكون محاور لبحوث أخرى قادمة نوردها فيما يلي:

- ❖ تأثير البيئة التنظيمية على أخلاقيات العمل لدى العاملين
- ❖ أخلاقيات العمل وعلاقتها بسياسات التوظيف في المؤسسة الجزائرية
- ❖ الالتزام التنظيمي وعلاقته بتحقيق المسؤولية الاجتماعية اتجاه المؤسسة
- ❖ واقع أخلاقيات العمل بالمؤسسات الجزائرية

◆ قائمة المراجع المستخدمة:

- 1- سعيد ناصر الغامدي: أخلاقيات العمل (ضرورة تنمية ومصلحة شرعية)، الإدارة العامة للثقافة والنشر رابطة العالم الإسلامي، مكة المكرمة، 2010، ص34.
- 2- أحمد بطاح: قضايا معاصرة في الإدارة التربوية، دار الشروق، عمان، 2006، ص88.
- 3- ديب دياب حمادنة: درجة التزام معلمي اللغة العربية ومعلماتها بأخلاقيات مهنة التعليم من جهة نظر مديري المدارس ومديرياتها في مدرّيات التربية والتعليم، مجلد 9، العدد 01، 2013، ص33.
- 4- زيد منير عبوي وسامي "محمد هشام" حريز: مدخل إلى الإدارة العامة (بين النظرية والتطبيق)، دار الشروق، عمان (الأردن)، 2006، ص30.
- 5- ابن منظور ابو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم: لسان العرب، ط 4، دار صادر، بيروت، 2005، ص 190.
- 6- معجم الكنز عربي-عربي (منشورات عشاش)، الجزائر، 2033، ص 25.
- 7- المنجد في اللغة العربية المعاصرة، ط 2، دار المشرق، بيروت، 2000، ص32.
- 8- زيد منير عبوي: الإدارة واتجاهاتها المعاصرة وظائف المدير، دار دجلة، المملكة الأردنية الهاشمية، 2007، ص 64.
- 9- ناصر قاسمي: دليل مصطلحات علم الاجتماع التنظيم والعمل، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011، ص 20.
- 10- أميرة رفة حواس: أثر الالتزام التنظيمي والثقة في الإدارة على العلاقة بين العدالة التنظيمية بالتطبيق على البنوك التجارية، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة (مصر)، 2007، ص 57.
- 11- صلاح الدين عبد الباقي: مبادئ السلوك التنظيمي، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص 315.
- 12- طارق عبد فليح والسيد محمد عبد المجيد: السلوك التنظيمي، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص 285.
- 13- يونس احمد إسماعيل الشوابكة وحسن الطعاني: الرضا الوظيفي وعلاقته بالالتزام التنظيمي للعاملين في المكتبات الجامعية الرسمية الأردنية، مجلد دراسات العلوم التربوية، المجلد 40، العدد 01، 2013، ص 04.
- 14- موريس انجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات علمية، ترجمة، يزيد صحراوي وكمال بوشراف وسعيد سبعون، ط 02، دار القصة، الجزائر، 2004، ص 298.
- 15- رشيد زرواتي: مرجع سابق، ص: 191.
- 16- رنجي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم: المرجع السابق، ص، 143.
- 17- جرينج جيرالد، روبرت براون: إدارة السلوك في المنظمات، ترجمة: رفاعي محمد رفاعي، إسماعيل علي بسيوني، دار المريخ، السعودية، 2004، ص 235.
- 18- فاروق عبد فليح: السلوك التنظيمي في المؤسسات التعليمية، دار الميسرة، الأردن، 2005، ص 85.
- 19- موسى السعودي: أثر مصادر ضغوط العمل ومستوى الضغط المدرك في الالتزام التنظيمي لدى العاملين في كليات المجتمع الحكومية التابعة لجامعة البلقاء التطبيقية، دراسة تحليلية ميدانية، مجلة دراسات العلوم الإدارية، المجلد 33، العدد 2، 2006، ص 385.

المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال مدخل لتحقيق التنمية المستدامة

شارف وهيبة
باحثة دكتوراة

charefwahiba@gmail.com

د.ملال ربيعة
أستاذة محاضرة أ

rabiaa_mellal@hotmail.fr

الملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية للتطرق لموضوع المسؤولية الاجتماعية التي أصبحت تؤدي الدور الأساسي في أعمال المنظمات والهيئات المالية في سعيها لتحقيق التنمية المستدامة من خلال تنمية العلاقات مع الأفراد و خدمة المجتمع مساعدة بذلك في تحقيق التوازن بين ربحية المنظمات و الدور الاجتماعي للمنظمات و ذلك عن طريق تلبية احتياجات الأفراد و المساهمة في تحسين مستوى معيشتهم بمراعاتها للأبعاد البيئية و الاجتماعية بأسلوب مسؤول يخدم التنمية.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، التنمية المستدامة، مؤشر الأداء الاجتماعي.

Abstract:

This paper aims to address the subject of social responsibility that has become the foundation lead role in the work of organization and financial institutions in their quest to achieve sustainable development of relation with individuals and community service. Thus helping to achieve a balance between profit organizations and the social role of organizations by meeting the needs of individual and contribute to improving their standard of living by taking into account environmental and social dimensions in a responsible manner to serve the development.

Key words:

Social responsibility, sustainable development, social performance index.

مقدمة:

في ظل الاهتمام المتزايد بتحقيق التنمية و استدامتها ظهرت مجموعة من الآليات و التوجهات التي تساعد في ذلك، و من أبرز هذه التوجهات المسؤولية الاجتماعية للمنظمات التي أصبحت تؤدي دورا هاما و مميذا اتجاه الأفراد و المجتمعات على حد سواء بالإضافة إلى الاستجابة لاحتياجات بيئتها الاجتماعية و كذا لمصالح الأطراف الأخرى فيها بصورة مستمرة و ضمان الاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية و ضمان عدم استنزافها. و بناء على هذا تم طرح الإشكالية التالية: **كيف تساهم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال في تحقيق التنمية المستدامة؟**

و لمحاولة معالجة هذه الإشكالية تم التطرق إلى العناصر التالية:

- المسؤولية الاجتماعية.

- التنمية المستدامة.

- دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق التنمية المستدامة.

أولا الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية

1-المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال:

في أوائل الخمسينات من القرن الماضي ظهر اتجاه قوي و خاصة في المجتمعات الرأسمالية يدعو إلى ضرورة التزام المؤسسة اتجاه المجتمع الذي تتعامل معه، فأصبحت الإدارة مسؤولة ليس فقط عن تحقيق الكفاءة الاقتصادية لأنشطة المؤسسة معبرا عنها بواسطة مؤشر الربحية و لكن أيضا ما يجب أن تؤديه المؤسسة اتجاه المشاكل الاجتماعية المترتبة عن أداء تلك الأنشطة، بمعنى أن الإدارة أصبحت مضطرة إلى التسليم بالمسؤولية الاجتماعية إلى جانب مسؤوليتها الاقتصادية¹.

ولقد تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية حينما بدأت منظمات الأعمال في إظهار مسؤولياتها الاجتماعية بشكل أكثر جدية في إدارة استراتيجياتها والتقارير الاجتماعية لأصحاب المصالح فضلا عن إبرازها عبر مسميات مختلفة إذ تشير جميعها إلى المسؤولية الاجتماعية منها: المساءلة الاجتماعية (**Corporate Accountability**) الأخلاق التنظيمية (**Corporate Ethics**)، المواطنة التنظيمية (**Corporate Citizenship**)، والالتزامات التنظيمية (**Corporate Obligations**)².

كما عرف (Drucker) المسؤولية الاجتماعية بأنها " التزام المنشأة اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه"³. أما (Holmes) فعرفها على أنها " التزام على منشأة الأعمال اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه و ذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث، و خلق فرص عمل و حل مشكلة الإسكان و المواصلات و غيرها"⁴.

و يعرف البنك الدولي مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات على أنه: "التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس، بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد"⁵.

كما تعرفها منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية على أنها: "التزام المؤسسة بالمساهمة في التنمية الاقتصادية مع الحفاظ على البيئة و العمل مع العمال و عائلاتهم و المجتمع المحلي و المجتمع بشكل عام بهدف تحسين جودة الحياة لجميع الأطراف"⁶.

في حين يعرفها مجلس الأعمال الدولي للتنمية المستدامة "بالالتزام المستمر للشركات بالتصرف على نحو أخلاقي و بالمساهمة في التنمية الاقتصادية و تحسين نوعية الحياة للعاملين وأسرههم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل"⁷.

2- أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

تعتبر المسؤولية الأخلاقية مسؤولية إلزامية و تتعدى في كونها الإيفاء بالالتزامات القانونية والاقتصادية. ومن هذا المنطلق بين **Pride and Ferrell** أبعاد المسؤولية الاجتماعية والمتمثلة فيما يلي⁸:

أ- المسؤولية الإنسانية: أي أن تكون المنظمة صالحة، وأن تعمل على الإسهام في تنمية وتطوير المجتمع، وأن تعمل على تحسين نوعية الحياة.

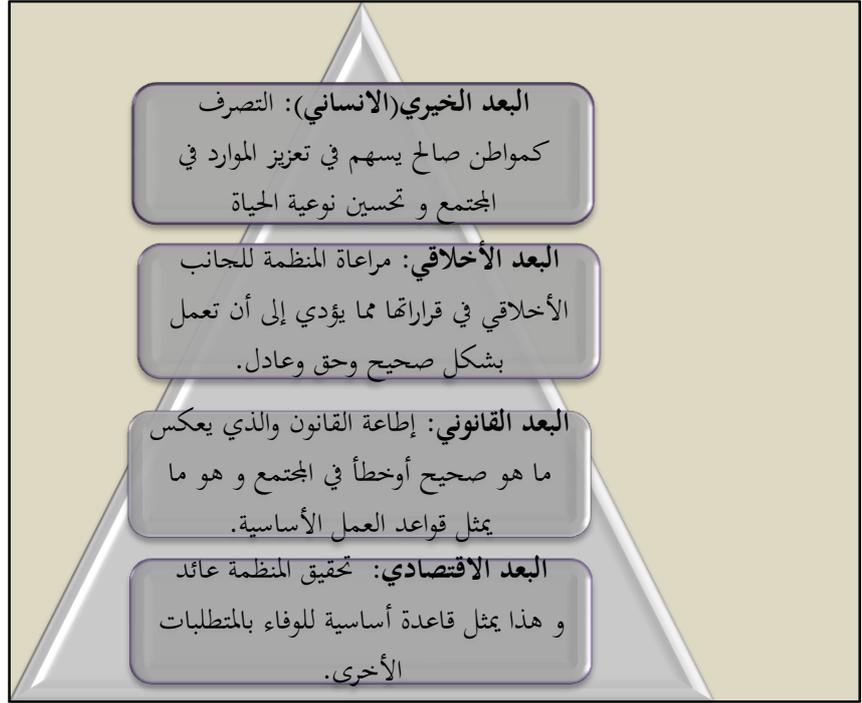
ب- المسؤولية الأخلاقية: بمعنى أن تكون المنظمة مبنية على أسس أخلاقية، وأن تلتزم بالأعمال الصحيحة

وأن تمتنع عن إيذاء الآخرين.

ج- المسؤولية القانونية: أي أن المنظمة يجب أن تلتزم بإطاعة القوانين، وأن تكسب ثقة الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية وعدم القيام بالأعمال المخلة بالقانون.

د- المسؤولية الاقتصادية: ويقصد بها أن تكون المنظمة نافعة ومجدية اقتصاديا، وأن تحاول جاهدة توفير الأمان للآخرين.

الشكل 01: هرم Carroll Archie للمسؤولية الاجتماعية



المصدر: Carroll Archie, The Pyramid of Corporate Social Responsibility Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders, Business- Horizons, July. August, 1991, p 405.

3-مجالات المسؤولية الاجتماعية:

الجدول 01: مجالات المسؤولية الاجتماعية

المجال	بعض ما يجب أن تدركه المنظمة من دور اجتماعي
المالكون	حماية أصول المنظمة، تحقيق أكبر ربح ممكن، رسم صورة جيدة للمنظمة، تعظيم قيمة السهم والمنظمة ككل، زيادة حجم المبيعات.
العمال	عدالة وظيفية، رعاية صحية، رواتب و أجور مدفوعة، إجازات مدفوعة، فرص تقدم وترقية، تدريب مستمر، إسكان للعاملين و نقلهم، ظروف عمل مناسبة.
المستهلكون	أسعار مناسبة، الإعلان الصادق، منتجات آمنة و بنوعية جيدة، إرشادات بشأن استخدام المنتج ثم التخلص منه أو من بقاياها.
المنافسون	معلومات صادقة، عدم سحب العاملين من الآخرين بوسائل غير نزيهة، منافسة عادلة ونزيهة.
الموردون	أسعار عادلة، الاستمرارية في التجهيز، تسديد الالتزامات المالية والصدق في التعامل.
البيئة	التشجير وقيادة المساحات الخضراء، المنتجات غير الضارة، الحد من تلوث الماء

والهواء والتربة، الاستخدام الأمثل للموارد وخصوصاً غير المتجددة منها.	
الالتزام بالقوانين، إعادة التأهيل والتدريب، تكافؤ الفرص بالتوظيف، حل المشكلات الاجتماعية، تسديد الالتزامات الضريبية.	الحكومة
التعامل الصادق مع الصحافة، احترام أنشطة جماعات حماية البيئة، التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك، احترام دور النقابات العمالية والتعامل الجيد معها.	جماعات الضغط

المصدر: الصيرفي محمد، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، الطبعة الأولى، دار الوفاء للطباعة والنشر الإسكندرية، مصر، 2007، ص 70، 72.

4- أهمية تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال:

في ظل تزايد الاهتمام بمفهوم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، يثور التساؤل حول الأسباب التي تشجع المنظمات على الالتزام بهذه المسؤولية خاصة فبضوء ما تتطوي عليه من أعباء مالية ومادية. وتشير التجارب الدولية إلى أن أهمية تبني الدور الاجتماعي يتمثل فيما يلي⁹:

- **تحسين الأداء المالي:** البحوث التي أجريت في هذا المجال من مجالات المسؤولية الاجتماعية للشركات قد بينت وجود صلة حقيقية بين الممارسات والمسؤولية اجتماعياً للشركات و الأداء المالي الإيجابي.

- **تخفيض تكاليف التشغيل:** هنالك مبادرات كثيرة تستهدف تحسين الأداء البيئي وتؤدي إلى خفض التكاليف مثل تقليل انبعاثات الغازات التي تسبب تغير المناخ العالمي أو تقليل استخدام المواد الكيميائية الزراعية، كما يمكن تقليل تكاليف التخلص من النفايات من خلال مبادرات إعادة تدويرها. والجهود المبذولة في إطار المسؤولية الاجتماعية للشركات في مجال الموارد البشرية مثل جداول العمل المرنة، والتناوب على الوظائف وغير ذلك من البرامج ا لمتصلة بمكان العمل تؤدي إلى خفض نسبة غياب العاملين، وزيادة الاحتفاظ بعدد كبير من الموظفين شديدي الحماس للعمل، و الفعالية و الكفاءة الإنتاجية، وخفض تكاليف التوظيف والتدريب.

- **تحسين سمعة المنظمات:** والتي تُبنى على أساس الكفاءة في الأداء، والنجاح في تقديم الخدمات، والثقة المتبادلة بين المنظمات وأصحاب المصالح و مستوى الشفافية الذي تتعامل به هذه المنظمات ومدى مراعاتها للاعتبارات البيئية واهتمامها بالاستثمار البشري ويسهم التزاما لمنظمات بمسئوليتها الاجتماعية بدرجة كبيرة في تحسين سمعتها¹⁰.

- تعزيز المبيعات وولاء العملاء: إن العودة بصورة ملحوظة إل تثمين النقاء البيئي و المنتجات الطبيعية قد دفع المستهلكين إلى الاهتمام الخاص بعمليات الإنتاج و تأثير هذه العمليات و المنتجات على البيئة، على الرغم من أن منظمات الأعمال التجارية يجب عليها أن تقي في المقام الأول بالمعايير الشرائية للمستهلكين مثل الأسعار، وجود السلع، وتوفرها، و سلامتها وملاءمتها، فإن الدراسات تظهر تزايد الرغبة في الشراء أو عدم الشراء بسبب بعض المعايير الأخرى المستندة إلى قيم مثل قلة التأثير على البيئة، و عدم استخدام مواد أو مكونات معدلة وراثياً.
- زيادة الإنتاجية والجودة: إن الجهود التي تبذلها المنظمات في سبيل الاضطلاع بالمسؤولية الاجتماعية من خلال القوة العاملة والعمليات التي تقوم بها تؤدي في الغالب إلى زيادة الإنتاجية وتخفيض معدل وقوع الأخطاء و تعزيز الفعالية و الكفاءة عن طريق تحسين ظروف العمل وزيادة مشاركة الموظفين في صنع القرار.

- زيادة القدرة على جذب الموظفين والاحتفاظ بهم: المنظمات المسؤولة اجتماعياً يسهل عليها تعيين موظفين ذوي كفاءة عالية و المحافظة عليهم، ويؤدي ذلك إلى خفض تكاليف التوظيف والتدريب . و يتم في الغالب تعيين الموظفين من المجتمع الذي تعمل فيه الشركة و لهذا السبب، ستصبح القيم المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات متسقة مع قيم الموظفين، الشيء الذي يستبعد أي تعارض من حيث القيم و يعزز بيئة العمل.

ثانياً الإطار المفاهيمي للتنمية المستدامة

1- التنمية المستدامة:

التنمية المستدامة هي " عدم انخفاض مستوى الرفاهية عبر الزمن، بمعنى أي نمط للتنمية يهتم بتحسين مستوى رفاهية الأفراد في الوقت الحالي على مستوى رفاهيتهم في المستقبل، يعد نمطاً غير مستدام، أي أن التنمية المستدامة تهدف إلى تعظيم النفع الصافي من التنمية الاقتصادية، مع مراعاة الحفاظ عبر الزمن على نوعية الموارد والخدمات البيئية"¹¹.

فحسب ما جاء به مؤتمر الأمم المتحدة للتنمية المستدامة هي "تلك التنمية التي تلبي احتياجات الجيل الحالي دون الإضرار بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها الخاصة"¹².

ويرى مجلس منظمة الأغذية والزراعة أن التنمية المستدامة هي "إدارة قاعدة الموارد الطبيعية وصيانتها وتوجيه التغيرات التكنولوجية والمؤسسية بطريقة تضمن تلبية الاحتياجات البشرية للأجيال الحالية والمستقبلية بصورة مستمرة"¹³.

كما تعرف على أنها "نتيجة تفاعل مجموعة أعمال السلطات العمومية و الخاصة للمجتمع من أجل تلبية الحاجات الأساسية والصحية للإنسان وتنظم تنمية اقتصادية لفائدته والسعي إلى تحقيق انسجام اجتماعي في المجتمع بغض النظر عن الاختلافات الثقافية اللغوية والدينية للأشخاص ودون رهن مستقبل الأجيال القادمة على تلبية حاجياتها"¹⁴.

كما تم تصنيف تعاريف التنمية المستدامة ضمن أربع مجاميع أساسية حسب الموضوع المراد بحثه:¹⁵

- **تعريفات ذات طابع تقني:** التنمية المستدامة هي التنمية التي تتقل المجتمع إلى عصر الصناعات والتقنيات نظيفة التي تستخدم أقل قدر ممكن من الطاقة والموارد، وتنتج الحد الأدنى من الغازات والملوث التي تؤدي إلى رفع درجة حرارة سطح الأرض والضارة للأوزون.
- **تعريفات ذات طابع اجتماعي:** السعي من أجل استقرار النمو السكاني ووقف تدفق الأفراد على المدن، وذلك من خلال تطوير مستوى الخدمات الصحية والتعليمية في الأرياف، وتحقيق قدر أكبر من المشاركة الشعبية في تخطيط التنمية.

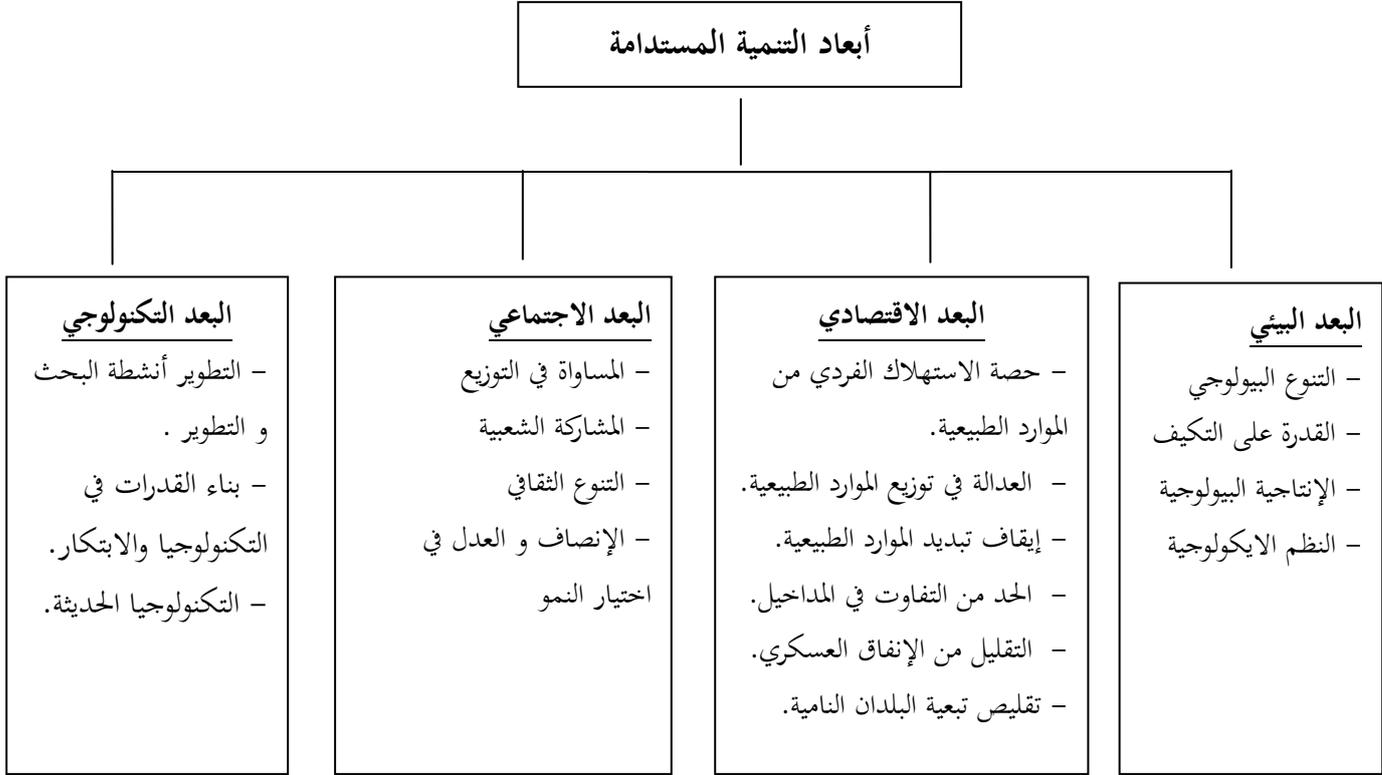
- **تعريفات ذات طابع بيئي:** و تعنى بحماية الموارد والاستخدام الأمثل للأراضي الزراعية والموارد المائية في العالم، وبما يؤدي إلى مضاعفات المساحات الخضراء على الكرة الأرضية.
- **تعريفات ذات طابع اقتصادي:** تتجلى التنمية الاقتصادية هنا في خفض استهلاك الطاقة والموارد وإحداث تحولات جذرية في الأنماط الحياتية السائدة لنسبة للدول المتقدمة، إما بالنسبة للدول النامية فهي تعني التوظيف الأمثل للموارد المتاحة من أجل رفع مستوى المعيشة والحد من الفقر ومظاهر التخلف.

و من خلال ما سبق يمكن القول أن التنمية المستدامة هي " التنمية التي تحقق التوازن بين النظام الاقتصادي والاجتماعي والبيئي والتكنولوجي، وتساهم في تحقيق أقصى حد من النمو في الأنظمة الأربعة السابقة".

2- أبعاد التنمية المستدامة:

تضم التنمية المستدامة أربعة أبعاد رئيسية متداخلة ومتشابكة هي: البعد البيئي، الاقتصادي، الاجتماعي و التكنولوجي كما هي ممثلة في الشكل التالي :

الشكل 02: أبعاد التنمية المستدامة



المصدر: باعتماد الباحثين على مجموعة من المراجع

3-أهداف التنمية المستدامة:

للتنمية المستدامة مجموعة من الأهداف التي تسعى لتحقيقها نوردتها على النحو التالي¹⁶:

- تحقيق حياة أفضل للسكان، وذلك من خلال عمليات التخطيط وتنفيذ السياسات التنموية وعن طريق التركيز الروحي على مجالات وجوانب النمو وكيفية تحقيق نمو جيد للمجتمع سواء الاقتصادي أو الاجتماعي والنفسي.
- احترام البيئة الطبيعية: إن الارتباط الوثيق بين التنمية المستدامة والبيئة هو الذي أدى إلى أن يكون الهدف الرئيسي وراء التنمية المستدامة هو الحفاظ على البيئة واحترامها لتصبح علاقة تكامل وانسجام، فنظافة البيئة حسين أساس حياة الإنسان، فحماية البيئة تؤدي إلى ترقية تنمية وطنية مستدامة بت شروط المعيشة والعمل على ضمان إطار معيشي سليم يحقق تنمية مستدامة للمجتمع ككل.
- تهدف التنمية المستدامة إلى توعية السكان للمشاكل والمخاطر البيئية التي تحدث، فبالوعية تحدث تنمية مستدامة اتجاه أهمية الحفاظ على البيئة، وفي حث الأفراد على إيجاد حلول لإعداد وتنفيذ ومتابعة برامج ومشاريع وسياسات التنمية المستدامة.

- تسعى لتحقيق استغلال أمثل واستخدام عقلائي للموارد، فالتنمية المستدامة لتحقيق أهدافها عليها بتوظيف استغلال هذه الموارد بشكل عقلائي مخطط له ومدروس لكي لا تستنزف وتدمر هذه الموارد وتفقدنا فالحفاظ على متطلبات الأجيال القادمة.
- ربط التكنولوجيا الحديثة والمعاصرة بأهداف المجتمع وذلك بتوظيف هذه الوسائل بما يحقق ويخدم المجتمع وذلك باستغلالها لما يحقق تنمية للأفراد والمجتمع وفي تحقيق الأهداف المنشودة دون أن تكون له آثار سلبية على المجتمع.
- إحداث تغيير مستمر في حاجات و أولويات المجتمع، وذلك بتحقيق التوازن التي التنمية الاقتصادية ويؤدي إلى التحكم في المشاكل البيئة الخاصة وبدوره يؤدي إلى إيجاد بدائل مناسبة لهذه المشاكل.

ثالثا المسؤولية الاجتماعية في إطار تحقيق التنمية المستدامة

1-مقاربة تحليلية بين المسؤولية الاجتماعية و التنمية المستدامة:

تعتبر المسؤولية الاجتماعية من أهم المفاهيم المرتبطة مباشرة بالتنمية المستدامة لنسبة للمؤسسة ما يعرف لمسؤولية الاجتماعية للشركات، إذ يعد هذا المفهوم من أهم المفاهيم الذي يتم تداوله عند التطرق إلى المؤسسات الاقتصادية ودورها في التنمية المستدامة، ذلك أن هذه المسؤولية يراها البعض على أنها التطبيق العملي للتنمية المستدامة داخل المؤسسة.

فمفهوم التنمية المستدامة يرتبط مباشرة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال والذي من خلال تطبيقه سيتم إحداث القطيعة بين المفهوم الكلاسيكي للمؤسسة والذي يعتبر هدف المؤسسة الاقتصادية هو تعظيم الربحية للمساهمين. فمحافظة المؤسسة الاقتصادية على بقائها ونموها يحتم عليها أن تعمل على تحقيق أهداف أخرى لأطراف داخلية وأخرى خارجية موجودة في البيئة التي تعمل فيها، وأن السعي الدائم والمستمر إلى تحقيق هذه الأهداف يترتب عليه تحمل المؤسسات الاقتصادية لجملة من المسؤوليات¹⁷.

فتطبيق المسؤولية الاجتماعية يعني دمج الاهتمامات الاجتماعية و البيئية في النشاطات التجارية الذي يدعم التوفيق بين الجوانب الاقتصادية و الاجتماعية و البيئية لاستدامة التنمية، فلو لاحظنا مجال تطبيق المسؤولية الاجتماعية و الذي يشمل العناصر التالية¹⁸:

- احترام البيئة: مكافحة التلوث، إدارة الفضلات، الاستغلال العقلاني للمواد الأولية.
- الأمان عند عملية الإنتاج و تحقيق الأمان في خصائص المنتجات.
- إثراء الحوار الاجتماعي، تكافؤ الفرص، تحسين ظروف العمل، أنظمة الأجور، التكوين المهني.
- احترام حقوق الإنسان في أماكن العمل، احترام القوانين الدولية لحقوق العامل.
- الالتزام بأخلاقيات الإدارة ومكافحة الرشوة و تبييض الأموال.

- الاندماج في المجتمع من خلال التنمية المحلية.
 - التحاور مع أصحاب المصالح .
 - الانضمام إلى المقاييس العالمية للبيئة مثل، ISO 14000 و المعايير الاجتماعية.
- يمكن القول أن المسؤولية الاجتماعية تركز على مجموعة من المبادئ التي تسعى لتحقيقها والتي تمهد الطريق لتحقيق تنمية مستدامة، حيث يحتاج تحقيق أهداف التنمية المستدامة بفعالية إلى نظام متسق يضم السياسات التكنولوجية والاقتصادية والاجتماعية في خطة شاملة للتنمية. وهذا ما يضمنه السعي لتحقيق المسؤولية الاجتماعية لمنشآت الأعمال. حيث تسعى المبادئ التي تمثلها المسؤولية الاجتماعية إلى توظيف الموارد الطبيعية ورأس المال البشري بطريقة اقتصادية لتحقيق نمو اقتصادي يهدف إلى الارتقاء بنوعية الحياة مع الحفاظ على نوعية البيئة ومصادرها الطبيعية للأجيال الحالية والقادمة مما يحقق التنمية المستدامة المنشودة¹⁹.

2- قياس الأداء البيئي و الاجتماعي معيار لمعرفة مساهمة المنظمات في تحقيق التنمية المستدامة من خلال تطبيق المسؤولية الاجتماعية :

- إن التعرف على مدى مساهمة المنظمات في تحقيق التنمية المستدامة من خلال احترامها للمسؤولية الاجتماعية يفرض علينا قياس أدائها البيئي والاجتماعي، و بالرغم من الاتفاق على أهمية قياس الأداء البيئي والاجتماعي إلا أنه لم يتم تحديد نموذج موحد يتم من خلاله هذا القياس، غير أن المتفق عليه أنه يتطلب الأخذ في الاعتبار المعايير الثلاثة التالية²⁰:
- الشمولية: ينبغي أن يعكس النموذج الجوانب المختلفة للأداء البيئي والاجتماعي للمؤسسات حيث يعتبر معيار الشمولية مؤشر لدرجة احتواء النموذج للأنشطة ذات المضمون البيئي و الاجتماعي.
 - أسلوب القياس : يعتبر أسلوب القياس الكمي أكثر أساليب القياس موضوعية مقارنة أسلوب القياس الوصفي لذلك يعتبر مؤشر لموضوعية المعلومات التي يحتويها النموذج.
 - إمكانية التطبيق : يواجه تطبيق المحاسبة في مجال المسؤولية الاجتماعية عدة صعوبات، وتعتبر سهولة إعداد النموذج وقابلية ما يحتويه من معلومات للفهم مؤشر لإمكانية تطبيقه.
- بناءً على هذه المعايير يمكن قياس الأداء البيئي والاجتماعي وذلك من خلال قياس الأبعاد المختلفة للمساهمات البيئية والاجتماعية الإيجابية والسلبية التي تترتب عن الالتزام الإجمالي أو الطوعي بقيام المؤسسات للعمليات البيئية والاجتماعية التي تدخل في مجالات هذه المسؤولية؛ وفصل النظام المحاسبي الاجتماعي عن النظام المحاسبي المالي التقليدي²¹.

3- مؤشرات الأداء الاجتماعي لاستدامة التنمية:

وهناك أربعة مؤشرات أساسية يتم من خلالها معرفة نتائج تطبيق المسؤولية الاجتماعية²² :

- **مؤشر الأداء الاجتماعي للعاملين:** ويشمل جميع تكاليف الأداء بخلاف الأجر الأساسي الذي تقدمه المنظمة للعاملين لديها بغض النظر عن مواقعهم التنظيمية أو نوع أو طبيعة أعمالهم. وتقوم المنظمة بالالتزام بتوفير كافة العوامل اللازمة لخلق وتعميق حالة الولاء والانتماء للعاملين كالاهتمام بحالتهم الصحية وتدريبهم وتوفير لهم محيط عمل جيد خالي من كل المخاطر وكل الوسائل اللازمة لحمايتهم من الحوادث وتحسين وضعهم الثقافي والاهتمام بمستقبلهم عند انتهاء فترة خدماتهم وما إلى ذلك. حيث يساهم ذلك في تنمية روح العمل و تعزيز المسؤولية في الأداء إزاء المنظمة و إزاء محيطها الخارجي.
- **مؤشر الأداء الاجتماعي لتطوير الإنتاج:** وتشمل كافة تكاليف الأداء التي تنصب في خدمة المستهلكين حيث تتضمن تكاليف الرقابة على جودة الإنتاج وتكاليف البحث والتطوير ثم تكاليف ضمانات المتابعة ما بعد البيع وتكوين وتطوير العاملين وغيرها من الخدمات التي تحقق حالة الرضا عن المنافع المتأتية من المنتجات والخدمات المقدمة إلى المستهلكين.
- **مؤشر الأداء الاجتماعي لحماية البيئة:** ويشمل كافة تكاليف الأداء الاجتماعي المضحي بها لحماية أفراد المجتمع المحيط الذي تعمل المنظمة داخل نطاقه الجغرافي حيث تحاول جاهدة رد الأضرار عن البيئة المحيطة والمتولدة من أنشطتها الصناعية، وهذه تشمل على تكاليف حماية تلوث الهواء والبيئة البحرية والمزروعات والأعشاب الطبيعية وتلوث المياه وما إلى ذلك.

- **مؤشر الأداء الاجتماعي للمجتمع:** ويتضمن كافة تكاليف الأداء التي تهدف إلى إسهامات المؤسسة في خدمة المجتمع مشتملة بذلك على التبرعات والمساهمات للمؤسسات التعليمية والثقافية والرياضية والخيرية ثم تكاليف الإسهامات في برامج التعليم والتكوين الاجتماعي ومشاريع التوعية الاجتماعية. تعتبر المؤشرات الأربعة سابقة الذكر من الإسهامات البارزة في مجال الأداء الاجتماعي ودوره في تحقيق الاستمرارية و التنمية المجتمعية المستدامة كونه يقيس و يقيم أعمال المنظمات من خلال مراعاتها لدورها الاجتماعي للذي تلعبه بداية من نظامها الداخلي وصولاً إلى البيئة و مجتمعها الذي تعمل فيه ، و الحصول على أفراد مسؤولين و منظمة مسؤولة و مجتمع مسؤول.

4- دور المسؤولية الاجتماعية في تجسيد أبعاد التنمية المستدامة:

إن المسؤولية الاجتماعية هي الطريقة التي يجب أن تعمل بها المنظمات لدمج الاهتمامات والقضايا الاجتماعية والبيئية فضلاً عن الاقتصادية في قراراتها وسياساتها واستراتيجياتها، وقبل كل ذلك لابد من ترسيخها ضمن ثقافة المنظمة وهذا لكي يتم تطبيق بصفة طوعية ومستمرة أحسن الممارسات اتجاه العاملين، الزبائن، البيئة، والمجتمع ككل .

الشكل 03: دور المسؤولية الاجتماعية في تجسيد أبعاد التنمية المستدامة

دور المسؤولية الاجتماعية في تجسيد أبعاد التنمية المستدامة

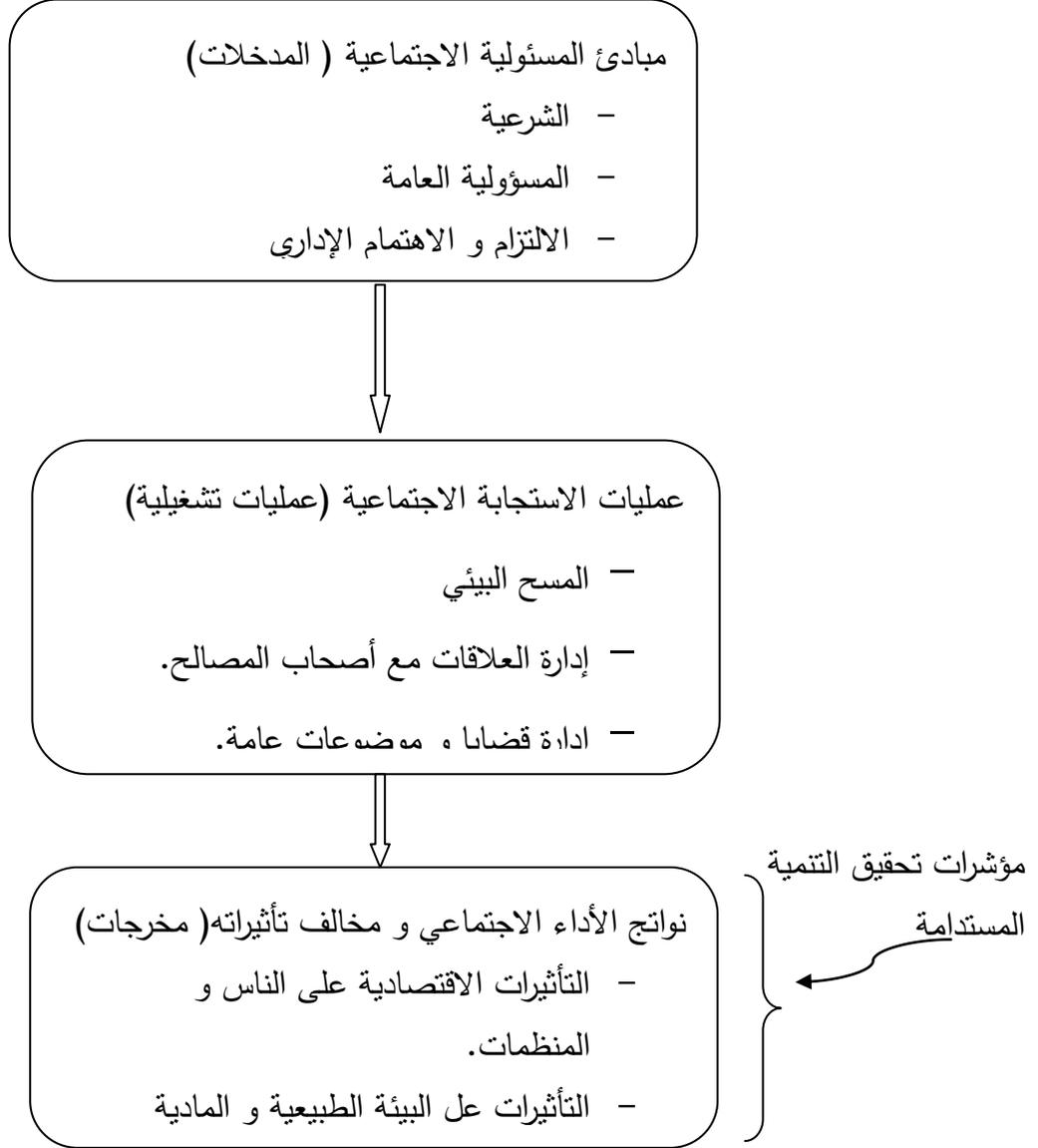


المصدر: اعتماد الباحثين على مجموعة من المراجع .

5- منظومة المسؤولية الاجتماعية تطبيق لمخرجات داعمة للتنمية المستدامة:

من خلال تطبيق مدخل النظم على المسؤولية الاجتماعية التي أعطاها بعدا هيكليا بالنظر إلى منظمات الأعمال كنظام مفتوح تتفاعل أجزائه المختلفة مع بعضها البعض و مع البيئة المحيطة بها . لتعتبر بذلك مبادئ المسؤولية الاجتماعية كمدخلات و عمليات الاستجابة الاجتماعية كعمليات معالجة و لتتحصل في الأخير على مخرجات و هي نواتج الأداء الاجتماعي و التي تدعم استدامة التنمية اقتصاديا و اجتماعيا و بيئيا.

الشكل رقم 04: منظومة المسؤولية الاجتماعية



المصدر: Wood, D.J, business and society, 2nd edition, New York: Harper Collins, 1994, p197.

بحيث تحقيق التنمية المستدامة يتطلب وضع سياسة مؤسسية واضحة وطويلة الأمد تلتزم فيها المنظمات بتجسيد مسؤوليتها في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية.و يجدر للمنظمات بوصفها كيان وطني صالح المشاركة في تحقيق التنمية المستدامة والمساهمة في الارتقاء بمستوى مجتمعاتها. وبناء عليه تحتاج

إلى موائمة المسؤولية نفسها مع الأهداف الوطنية التي تتمحور حول التنمية المستدامة وذلك باستخدام الأداة القوية لمبادرات المسؤولية الاجتماعية للمساهمة في تحقيق هذه الأهداف.

الخاتمة:

وفي النهاية يمكن القول أن نتيجة للتطورات التي شهدتها بيئة الأعمال، ومع تغيرات متطلبات وأساسيات النجاح أصبحت المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال ضرورة حتمية لمواكبة بيئة الأعمال و القدرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والاجتماعية و التكنولوجية مراعية بذلك البيئة الأفراد و المجتمعات في جميع الأبعاد التي تدفع بعجلة التنمية خاصة في الدول النامية.

ويمكن القول أن تطبيق منهج المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال يرتكز على نقاط أهمها:

- يجب أن تتبع المسؤولية الاجتماعية من المنظمة و ثقافتها و قيمها و مبادئها.
- التوعية بأهمية الخدمة الاجتماعية الاقتصادية مميزة تنافسية و استثمار بعيد المدى.
- دعم تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالتشريعات والمعايير المساعدة لتطبيق نظام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية.
- الاعتماد على منهج بيئي مسؤول.
- اهتمام المنظمات بالمشكلات و القضايا الاجتماعية للمجتمعات كطريق نحو تنمية مستدامة.
- تعميق الدور الاجتماعي للمنظمات لدعم التبنّي الصحيح للمسؤولية الاجتماعية.
- ضرورة دمج الاهتمامات والقضايا الاجتماعية والبيئية في أعمال المنظمات دون التركيز على الربحية الذاتية.

الهوامش و المراجع :

¹ - حسن هلالى، الإبداع المحاسبي في الإفصاح عن المعلومات البيئية في التقارير المالي، القاهرة، 2005، ص 55.

² - إيثار عبد الهادي الفيحان، كلثوم ألبز، دور المنظمات الريادية في تحقيق المسؤولية الاجتماعية، الملتقى الدولي الثالث منظمات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية، 14-15 فيفري، بشار 2012، ص 06.

³ - طاهر محسن الغالبي ، صالح مهدي العامري، المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال، الطبعة الرابعة ، دار وائل للنشر، الأردن 2015، ص 49.

⁴ - طاهر محسن الغالبي ، صالح مهدي العامري، المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال، الطبعة الرابعة، دار وائل للنشر، الأردن 2015، ص 49.

⁵ - طاهر محسن الغالبي، صالح مهدي العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان الأردن، 2005، ص 81.

⁶ -Marie Française Guyonnand et Frédérique Willard, management environnemental au développement durable des entreprises, édition : ADEME, France, 2004,P05.

⁷ - كامل مهنا ، المسؤولية الاجتماعية للقطاعين العام و الخاص  زاء منظمات المجتمع المدني، حالة لبنان مؤسسة عامل الشبكة العربية للمنظمات الأهلية، لبنان، ديسمبر 2010، ص 02.

⁸ - فؤاد محمد حسين الحمدي ، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات و انعكاساتها على رضا المستهلك، أطروحة دكتوراه في فلسفة إدارة الأعمال، جامعة المستنصرية، العراق 2003، ص 48.

⁹ - طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال (الأعمال المجتمع)، مرجع سابق ذكره، ص 65.

-
- ¹⁰ - مولاي لخضر عبد الرزاق، بوزيد سايح، دور الاقتصاد الإسلامي في تعزيز مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات، الملتقى الدولي حول الاقتصاد الإسلامي، الواقع ورهانات المستقبل، المركز الجامعي بغرداية، 23-24 فيفري 2011، ص 9-10.
- ¹¹ - حسون محمد علي الحداد، أثر إدارة الجودة الشاملة على التنمية المستدامة في التعليم العالي في العراق مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد الخاص المؤتمر العلمي المشترك، ترجمة سنة، 2014، ص 296.
- ¹² - اللجنة العلمية للبيئة و التنمية، مؤتمر الأمم المتحدة مستقبنا المشترك، ترجمة محمد كامل عارف، سلسلة علم المعرفة، العدد 142، الكويت 1989، ص 83.
- ¹³ - دحماني علي، واقع المسؤولية الاجتماعية في تحقيق التنمية المستدامة ، المؤتمر الدولي الثالث عشر حول دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تدعيم إستراتيجية التنمية المستدامة الواقع و الرهانات، 14-15 نوفمبر، الشلف 2016، ص 06.
- ¹⁴ - العايب عبد الرحمان، التحكم في الأداء الشامل للمؤسسة الاقتصادية في ظل التحديات التنمية المستدامة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس سطيف 2010-2011، ص 12.
- ¹⁵ - عبد الجبار محمود العبيدي، أيوب أنور أحمد، العوامل المحددة لعملية التنمية المستدامة في إقليم كردستان العراق ، مجلة العلوم الاقتصادية و الإدارية، المجلد 21 ، العدد 82، ص 299.
- ¹⁶ - عثمان محمد غنيم ، ماجدة أبو زنت ، التنمية المستدامة فلسفتها و أساليب تخطيطها و أدوات قياسها، دار الصفاء، عمان 2010، ص 30-31.
- ¹⁷ - العايب عبد الرحمان، التحكم في الأداء الشامل للمؤسسة الاقتصادية في ظل التحديات التنمية المستدامة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف 2010-2011، ص 47.
- ¹⁸ - محمد بولصنام ،نعيمة خالدي، إسهامات المؤسسة في تحقيق التنمية المستدامة، المؤتمر الدولي الثالث عشر حول دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم إستراتيجية التنمية المستدامة الواقع و الرهانات، 14-15 نوفمبر، الشلف 2016، ص 11.

¹⁹- وائل عمران علي، دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق التنمية المحلية المستدامة إطار مقترح، المؤتمر الدولي الثالث عشر حول دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تدعيم إستراتيجية التنمية المستدامة الواقع و الرهانات،14-15 نوفمبر، الشلف2016،ص13.

²⁰- زكية عمرانني ، شوقي مانع ، أهمية المسؤولية المجتمعية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و دورها في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة الباحث، العدد 15 ،جامعة ورقلة 2015،ص48-49.

²¹-لعرابي حمزة، الحوكمة كآلية لتفعيل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة ،المؤتمر الدولي الثالث عشر حول دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تدعيم إستراتيجية التنمية المستدامة الواقع و الرهانات،14-15 نوفمبر، الشلف2016،ص11.

²²- أمينة قهواجي ، حكيم بن حسان ، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال و دورها في تحقيق التنمية المستدامة ، المؤتمر الدولي الثالث عشر حول دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تدعيم إستراتيجية التنمية المستدامة الواقع و الرهانات،14-15 نوفمبر، الشلف2016،ص09.

استمارة المشاركة في اليوم الدراسي حول : مكانة و ممارسات المسؤولية الاجتماعية في العلوم

الإنسانية والاجتماعية يوم 2017/12/07 الذي تنظمه - جامعة محمد خيضر بسكرة

الاسم : لزهر اللقب : مذكور

الرتبة : طالب دكتوراه جامعة : تيزي وزو

الاسم : حمو اللقب : عياش

الرتبة : طالب دكتوراه جامعة : الجزائر 2

محور المشاركة :المحور الثالث، ممارسات المسؤولية الاجتماعية(المواطنة،أخلاقيات العمل)

عنوان الورقة البحثية : درجة ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني للمسؤولية الأخلاقية

والمهنية من وجهة نظرهم -دراسة ميدانية بولاية سطيف

ملخص الورقة البحثية :

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة درجة ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني للمسؤولية الأخلاقية والمهنية من وجهة نظرهم ، ولإجراء الدراسة الحالية تم استخدام المنهج الوصفي وللإجابة على أسئلتها قام الباحثان ببناء مقياس ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني للمسؤولية الأخلاقية والمهنية تكون من 48 بند موزعة على خمسة محاور ، وتم استخراج دلالات صدقه وثباته ، وقد بين تحليل استجابات 41 مستشارا للتوجيه والإرشاد المدرسي والمهني اختيروا بطريقة عشوائية بولاية سطيف على المقياس باستخدام برنامج الرزم الإحصائية (spss)، على أنهم يمارسون المسؤولية الأخلاقية والمهنية بدرجة كبيرة وعلى جميع محاوره. وفي ضوء ذلك قدم الباحثان مجموعة من التوصيات و الاقتراحات.

الكلمات المفتاحية : أخلاقيات المهنة،المسؤولية المهنية، مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني.

Résumé:

La présente étude a pour but d'explorer les opinions des conseillers d'orientation scolaire de la wilaya de Sétif quant au degré de pratique de la responsabilité morale et professionnelle.

L'analyse descriptive des réponses d'une population de 41 conseillers émanant d'une échelle constituée de 48 items réparties sur cinq axes montre en gros que ces conseillers d'orientation font usage de cette responsabilité d'un degré assez fort.

مقدمة: لكل مهنة في المجتمع الإنساني مرتكزات أخلاقية ومهنية يتبعها العاملون فيها، وتعد المواثيق الأخلاقية من الوسائل التي تعتمد عليها المنظمات في توجيه سلوك العاملين. تحتاج المهن المتخصصة التي تتصل بحياة البشر ورفاهتهم ومصالحهم إلى وجود قواعد تنظم سلوك المتخصصين الذين يقدمون المساعدة في هذه الجوانب؛ وذلك للمساعدة على وقاية المهنة من داخلها ومن خارجها وإيجاد إطار يصلح للرجوع إليه في حدود ما يقوم في المجتمع من تشريعات، وأنظمة عامة.

وكما جاء في ميثاق أخلاقيات قطاع التربية الوطنية الجزائرية يبين تاريخ المؤسسات التربوية، سواء الوطنية منها أو الدولية، أن الاتفاق الديناميكي حول مبادئ أخلاقية واضحة وتوافقية، يساهم بقوة في ضمان سير بيداغوجي وإداري جيد لمجمل النظام التربوي. باعتبار التوجيه والإرشاد النفسي و التربوي من الخدمات الأساسية التي تقدمها المؤسسة التعليمية إلى جميع التلاميذ و بهذا فهو ليس غاية إنسانية فقط بل حاجة ماسة لكل المراحل في المؤسسات التربوية بكل مستوياتها. و الجزائر ليست في منأى عن هذا التوجه حيث أنها قامت بإصلاح نظامها التربوي في العشرية الأخيرة و كيفت مهام مستشاري التوجيه لتشمل عملية الإرشاد المدرسي و المهني لتقديم خدمات متخصصة للتلاميذ و أولياءهم و الفريق التربوي. يؤدي التزام العاملون في مهنة الإرشاد و التوجيه عند تقديم خدمات الإرشاد النفسي و التربوي بالواجبات والمسؤوليات المهنية والتي تعتبر ميثاق أخلاقيات المهنة عندهم إلى تحقيق أهداف الخدمة الإرشادية في المدرسة.

1. إشكالية الدراسة و اعتباراتها :

1-1- **الإشكالية :** تعد المواثيق الأخلاقية من الوسائل التي تعتمد عليها المنظمات في توجيه العاملين وقد أثبتت بعض الدراسات أن وجود المواثيق الأخلاقية لدى المنظمات أدى إلى الحد من كثير من الممارسات غير الأخلاقية بها كما أنها تساعد في حل بعض المشكلات التي قد تعترض العاملين داخل المؤسسة.⁽¹⁾

أسهم تطور النظام التربوي الجزائري من خلال التجارب التي عرفها في مجال السياسة التربوية البيداغوجية في إبراز ضرورة توفر مرجعية واضحة من مجموعة من المبادئ الأخلاقية. والجدير بالذكر أن بوادر إجماع تحول هذه المبادئ قد بدأت تتشكل، مما يتعين توضيح هذا الإجماع وتوسيع دائرته من تم تعزيزه بالإعلان عنه في الميثاق. وقد يرمي هذا الميثاق إلى استعادة المدرسة الجزائرية بريقها و قدسيتها، وللعلم والعمل قيمتهما ومسايرة التطور التكنولوجي وتحقيق تطلعات المجتمع الجزائري إلى مدرسة وطنية (عمومية وخاصة) ذات نوعية.⁽²⁾

تعد مهنة التوجيه والإرشاد من المهن المتخصصة التي تعتمد على معايير علمية وضوابط أخلاقية يستتير بها المخططون والمنفذون للعمل الإرشادي للقيام بمسؤولياتهم في تقديم المعونة والاستشارة لمن يحتاج إليها في ضوء مفهوم علمي متخصص.⁽³⁾ وتعد الجزائر من الدول التي أولت أهمية كبيرة للبرامج الإرشادية بتعيين مستشاري التوجيه في الثانويات وذلك لتلبية الحاجة الملحة للتوجيه المتعلق بتعيين مستشاري التوجيه في الثانويات بهدف تقويم ممارسات التوجيه المدرسي و المهني حيث برزت ضرورة إعادة النظر في مفهوم التوجيه وأساليبه للخروج به من حقل التسيير الإداري للمسار الدراسي للتلاميذ إلى مجال المتابعة النفسية والتربوية والإسهام الفعلي في رفع مستوى الأداء التربوي للمؤسسات التعليمية والأداءات الفردية للتلاميذ.⁽⁴⁾

فمستشار التوجيه بخلفيته العلمية وخبرته الميدانية يقدم خدمات متخصصة في الإرشاد والتوجيه والاستشارة لجميع المتواجدين في المؤسسة التربوية من تلاميذ ، معلمين ،إداريين وأولياء. فدوره حيوي، هدفه تحقيق التوافق النفسي

والمدرسي والاجتماعي والمهني لبناء شخصية سوية ينعم بها التلاميذ ، ويساعدهم على التكيف مع المحيط المدرسي وحل مشكلاتهم المدرسية والنفسية .

وبما أن الممارسة المهنية لبرامج التوجيه والإرشاد النفسي والتربوي حديثة نسبياً فواقع الحال يبين أن مستشار التوجيه تواجهه العديد من الصعوبات خلال قيامه بعمله الإرشادي داخل المؤسسات التربوية وهذه الصعوبات تتفاوت في شدتها وحدتها واتساعها وقد ترجع هذه الصعوبات إلى عدة أسباب منها : تشريعية : أصبح العمل الإرشادي شبه مستحيل في ظل كثافة الأعمال الإدارية و ضيق الوقت (5) ، و أغلبية المستشارين بنسبة 95% منهم يؤثر عليهم القانون الحالي سلبياً ويريدون القيام بإدخال تغييرات على مهامهم الحالية وفي مقدمة التغييرات التي يرغب المستشارون في إدخالها تقليص المهام وذلك لأن مهامهم مكثفة جداً . و عدم تعاون أولياء الأمور مع المستشار تتمثل في عدم تقبلهم أساساً لفكرة خضوع أبنائهم لعملية إرشادية⁽⁶⁾، و كذلك هناك ضعف في العلاقة بين المرشد التربوي وأولياء أمور الطلبة. (7) ، كما قد تكون أسباب راجعة للتلميذ مثل : عدم تقبل التلاميذ للعملية الإرشادية ويعود ذلك للفكرة الشائعة لديهم بأن المرشد النفسي يتعامل فقط مع المرضى نفسياً⁽⁸⁾، وبالتالي يحجمون عن التعامل مع المستشارين (9)، كما قد ترجع للفريق التربوي من عدم اقتناع المدير بالعمل الإرشادي وعدم تعاونهم بإدراج وقت خاص في برنامج المستشار⁽¹⁰⁾ ، وكذلك عدم اقتناع المعلمين بالعمل الإرشادي وعدم تعاونهم ويؤثر ذلك إما كمصادر لجمع البيانات أو كأطراف في تنفيذ الإستراتيجية الإرشادية لبعض التلاميذ⁽¹¹⁾، وكذلك هو عدم وجود وعي عن دور الإرشاد التربوي ومدى تأثير على المجتمع بشكل عام وعلى المدرسة بشكل خاص. (12)

وتتطلب سمعة مهنة الإرشاد النفسي والتربوي بمسلك أعضائها، وأن سلوك بعض المرشدين إذا أسيء فهمه، ولو كان سليماً فإنه قد يلحق الأذى بالمهنة. فقد يقوم بعض المرشدين ببعض الممارسات الخاطئة التي تجعلهم عرضة للانتقاد من الهيئة الإدارية والمعلمين والطلاب وأولياء الأمور، مما يقلل من قيمة الإرشاد والالتزام المهني الأخلاقي. وقد يكون المرشد أحياناً سبباً في خلق المشكلات لدى العاملين والمتعاملين معه؛ بما لا ينسجم والدور الإرشادي والتربوي المتوقع منه، وذلك يشير إلى ضرورة العمل ضمن الإطار المشترك بين المرشد والهيئة الإدارية. (13)

وبناء على ما سبق ذكره، تصبح أخلاقيات المهنة والمسؤولية المهنية ضرورة أساسية ولازمة لمهنة التوجيه والإرشاد المدرسي ، وإن العمل على مناقشتها وتدعيمها لدى مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني في الجزائر أمر مهم، خاصة في ضوء التطورات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والعلمية والتكنولوجية التي يشهد المجتمع الجزائري في الوقت الحاضر، من صدور لميثاق أخلاقيات قطاع التربية الوطنية في 2015 ، وفي ظل انتقادات كثيرة موجهة للنظام التربوي .

تساؤلات الدراسة: لذلك جاءت دراستنا لتبحث في واقع ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني

- لأخلاقيات المهنة والمسؤولية المهنية ، وبالتحديد سعت الدراسة إلى الإجابة على التساؤلين التاليين :
- ما درجة ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لأخلاقيات المهنة من وجهة نظرهم؟
- ما درجة ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني للمسؤولية المهنية من وجهة نظرهم؟

1-2-الفرضيات :

الفرضية العامة: نظرا للصعوبات التي تعرقل عمل مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لا سيما منها تلك المتعلقة بالأعمال الإدارية و التأثير السلبي للقانون الحالي الذي أشرنا إليه في تأسيسنا لإشكالية هذا البحث أعلاه والذي يؤثر سلبا على أدائهم المهني وبالتالي عدم القيام بدورهم الفعلي وعلى أكمل وجه ،فإننا نعتقد أن ذلك سيكون له انعكاس مباشر على درجة ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لأخلاقيات المهنة و المسؤولية المهنية ذلك التطبيق الذي نفترض أنه بدرجة قليلة .

الفرضيات الإجرائية :

1-يمارس مستشارو التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني أخلاقيات المهنة بدرجة قليلة من وجهة نظرهم.

2-يمارس مستشارو التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني المسؤولية المهنية بدرجة قليلة من وجهة نظرهم.

1-3- أهداف الدراسة : تتجه الدراسة الحالية إلى تحقيق الأهداف التالية :

- التعرف على واقع ممارسة مستشار التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لأخلاقيات مهنة الإرشاد والتوجيه والمسؤولية المهنية من وجهة نظرهم
- معرفة وتحليل الآراء التي يكونها مستشارو التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني حول مسألة أخلاقيات المهنة والمسؤولية المهنية.
- بناء مقياس لقياس واقع ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني للمسؤولية المهنية والأخلاقية لمستشار التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني من وجهة نظرهم.

1-4- أهمية الدراسة :

- تكمن أهمية الدراسة الحالية من أهمية الموضوع الذي تتناوله فأخلاقيات المهنة والمسؤولية المهنية موضوعان حيويان يهتمان كل تربوي عموما ، وأهمية الدور الذي يلعبه مستشار التوجيه في عملية الإرشاد والعلاقة الإرشادية التي تعد جوهر عملية الإرشاد ، والتي تحظى بأخلاقيات يجب على مستشار التوجيه أن يتحلى بها ليقوم بعمله على أكمل وجه.
- توفر هذه الدراسة مؤشرا لمستشاري التوجيه على مستوى التزامهم بأخلاقيات المهنة و المسؤولية المهنية في ممارستهم لمهامهم وقد يساهم ذلك على تعديل سلوكياتهم وطرق تعاملهم مع المسترشدين ،و كذلك في حصولهم على تغذية راجعة فيما يتعلق بدرجة ممارستهم ،مما يساعد في زيادة تفاعلهم مع جماعتهم التربوية ودافعيتهم نحو العمل وإنتاجيتهم فيه، والقيام بواجباتهم ومهامهم المرسومة لهم بشكل أفضل.
- وتعتبر هذه الدراسة ذات أهمية للمسئولين بوزارة التربية وخاصة المخططين للبرامج التدريبية الخاصة بإعداد المرشدين ، من اجل تضمين تلك البرامج مواضيع تتعلق بأخلاقيات مهنة الإرشاد النفسي وأهمية الالتزام بالمسؤولية المهنية في الحياة العملية.
- إن الأهمية المرجوة من هذه الدراسة كذلك قد تفتح هذه الدراسة الباب لدراسات أخرى لاحقة، يتم من خلالها الباحثين في مجال الإرشاد النفسي والتربوي تناول الموضوع من جوانب أخرى تعد مكملة للموضوع الحالي

- إن الأهمية المرجوة من هذه الدراسة تتمثل في إعطاء تصور عام عن مدى الحاجة إعداد ميثاق أخلاقي يتناسب و خصوصية المجتمع الجزائري والتي من خلالها تحقق المنظومة التربوية الجزائرية أهدافها .

1-5- التحديد الإجرائي للمصطلحات :

اشتملت الدراسة على مصطلحات تم تعريفها إجرائياً على النحو التالي :

1.درجة الممارسة :وتتحدد في الدراسة الحالية بالدرجة التي يحصل عليها مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني على مقياس ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني للمسؤولية المهنية والأخلاقية من وجهة نظرهم المستخدم في هذه الدراسة و هي في مقياس متدرج من خمسة بدائل وهي مقسمة من 1 إلى 5 بحيث تكون درجه (1) هي الدنيا و (5) العليا.(كبيرة جدا (5)- كبيرة (4)- متوسطة(3)- قليلة (2)- قليلة جدا (1) وذلك حسب درجة ممارسته للبند)

2.مستشار التوجيه و الإرشاد المدرسي و المهني : هو الشخص المختص الذي يحمل شهادة الليسانس في علوم التربية وعلم النفس وعلم الاجتماع ، يعد أحد موظفي وزارة التربية في الجزائر و عضو الفريق التربوي يمارس نشاطاته على مستوى قطاع التدخل يشمل كل من الثانوية و مجموعة من المتوسطات التابعة ، لتقديم خدمات متخصصة في مجال الإعلام و المتابعة والإرشاد و التوجيه و التقييم والدراسات و يتولى رسمياً عملية التوجيه في المؤسسات التابعة له .

3.أخلاقيات المهنة :مجموعة من القواعد والأسس التي يجب على مستشار التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني التمسك بها والعمل بمقتضاها ؛ ليكون ناجحاً في تعامله مع الآخرين وتتحدد في الدراسة الحالية بالفقرات المدرجة في محور السرية ،التقبل و العلاقة الإرشادية في مقياس ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني للمسؤولية المهنية والأخلاقية من وجهة نظرهم المستخدم في الدراسة

4.المسؤولية المهنية : تشمل القواعد التي يجب الالتزام بها في التكفل بالتلاميذ و تقديم العون لهم وتتحدد في الدراسة الحالية بالفقرات المدرجة في محور الكفايات المهنية و المسؤولية في مقياس ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني للمسؤولية المهنية والأخلاقية من وجهة نظرهم المستخدم في الدراسة .

5.السرية : أن يلتزم مستشار التوجيه بالأمانة على ما يقدم له أو يطلع عليه من أسرار خاصة بالتلميذ وبياناته الشخصية ومسؤولية تأميناتها ضد اطلاق غير عليها وبطريقة تصون سريتها.ويلتزم بعدم نشر المعلومات الخاصة بالحالات التي يقوم بدراستها ومتابعتها.

وعدم الإفصاح عن نتائج دراسة حالة التلميذ والاكتفاء بإعطاء توصيات لمن يهمه أمر التلميذ للتعامل مع حالته.

6.التقبل : التقبل الايجابي للمسترشد بالإصغاء إليه عند التحدث عن مشكلاته دون إصدار أحكام تقييمية عليها والنظر إلى المسترشد باعتباره إنسانا له كرامة وقيمة مما يعطيه شعورا بالثقة بأن هناك من يفهمه ويقدر حالته ويهمه أمره، و عدم الاستهانة بوجهة نظر لأنه يرغب في أن يفرغ ما بداخله طلبا للعون والمساعدة ، بعيدا عن أشكال التحيز أو الاستغلال.

-الاهتمام بالجلسات الإرشادية وحضورها في مواعيدها المحددة بكل دقة، وتهيئة المكان المناسب لعقدتها.

-تفهم أبعاد ومقتضيات الوسط الاجتماعي والثقافي والقيم الاجتماعية التي يألفها المسترشد ومجتمعه.

7. العلاقة الإرشادية : هي المحور الأساسي الذي يركز عليه العمل الإرشادي، والتي تسمح لكل من المرشد بعلمه، ومهاراته وخصائصه والتزاماته الأخلاقية، والمسترشد بما لديه من مشكلات ومشغوليات، وبما له من طاقات وإمكانيات، وخصائص أن يتفاعلا في صورة بناءة بما يخدم أهداف المسترشد، ويساعده على النمو السليم. (14)

العلاقة الإرشادية بين المرشد والمسترشد علاقة مهنية إنسانية صرفة ، ولا ينبغي أن تتطور إلى أي نوع آخر من العلاقات مع تقديم الخدمات لجميع الأفراد دون أي تمييز .

8. الكفاية المهنية : أن يتوفر لدى مستشار التوجيه بعض الكفايات المهنية منها:

-الإلمام بالمعارف العلمية المتخصصة في مجال التوجيه والإرشاد وخدماته الإنمائية، الوقائية والعلاجية التي تعتمد على فهم سلوك التلميذ والقدرة على تفسيره، وتعد درجة شهادة الليسانس في علوم التربية وعلم النفس وعلم الاجتماع حدا أدنى للعمل في مجال التوجيه والإرشاد.

-أن يطور المرشد قدراته المعرفية و المهارية في مجال التوجيه والإرشاد عن طريق الاطلاع على المراجع العلمية وحضور المؤتمرات والندوات في مجال اختصاصه والمشاركة الفاعلة فيها.

القدرة على توثيق العمل ، وإعادة توجيه المسترشد إلى أخصائي آخر في حال كانت المشكلة ليست من اختصاصه أو ليست في حدود إمكاناته .

II. الإطار النظري و الدراسات السابقة :

2-1- الإطار النظري :

1. أخلاقيات المهنة : لمهنة الإرشاد جانب كبير من الأهمية ، فيتوجب أن يكون لها قواعد أخلاقية يتقيد بها كل من يمارس هذه المهنة، لأن هذه القواعد هي التي تنظم عمل المرشد، و العلاقة المهنية مع المسترشد .

2. مفهوم أخلاقيات المهنة : يعرفها الحيازي (1985) بأنها :المبادئ والمعايير التي تعد أساساً لسلوك أفراد المهنة التي يتعهد أفراد المهنة بالتزامها .وعرفها مرعي (1985) بأنها :القواعد والقوانين والقيم التي تتصل بمهنة معينة، وتحدد حقوقها وواجباتها التي يتعارف عليها أفراد مجتمع ما. (15)

3. أخلاقيات مهنة الإرشاد النفسي : مجموعة من القواعد والمبادئ الأخلاقية التي تحدد قواعد السلوك المهني السليم الذي يلتزم به أفراد المهنة ، والتي تنظم هذه المهنة مما يؤدي إلى زيادة فاعليتها وترسيخ جذورها بالمجتمع والارتقاء بها ، بما يكفل لها البقاء والاستمرار ولمنتسبيها والمستفيدين من خدماتها كامل حقوقهم وواجباتهم وكل ذلك من خلال إطار دستوري قانوني. (16)

4. الضوابط الأخلاقية والمهنية للعاملين في التوجيه والإرشاد :الأخلاقيات هي مجموعة من المعايير القائمة على مجموعة من القيم المتفق عليها ومهنة التوجيه والإرشاد هي مهنة من المهن لها مجموعة من الأخلاقيات والضوابط تحكم العمل والسلوك وطرق التعامل لممارسي هذه المهنة، لما لها من أهمية كبيرة في العمل الإرشادي وفيما يلي أهم هذه الضوابط :

أ- **الضوابط الأخلاقية :** و تشمل مجموعة من الاعتبارات الأدبية و الأخلاقية ومن أهمها :

1) **المحافظة على السرية** : عدم إفشاء أسرار الناس والمحافظة على الملفات ، وعدم الحديث عن مشكلات الطلاب أمام الأصدقاء و غيرهم ، وهي من أخلاقيات الشخص المسلم .

2) **القيم** : الالتزام بقواعد وقيم البلد الذي يتواجد فيه المرشد ، والالتزام بطاعة الله في القول والعمل .

3) **العون والمساعدة** : الحرص التام على مصلحة المسترشد وتقديم العون له بعيدا عن التعصب العرقي أو الجنس أو الاستغلال المادي والنفعي .

4) **المسؤولية** : تحمل مسؤولية المسترشد و تخفيف معاناته و التعاطف معه و التسامح معه .

5) **الإنهاء** : إنهاء عملية التوجيه والإرشاد عند العجز عن تقديم العون .

ب- **الضوابط المهنية** : وتشمل القواعد التي يجب الالتزام بها في دراسة الحالة وتشخيصها و تقديم العون لها ومن أبرزها :

1) **العلاقات الطبية** : عمل علاقات طيبة مع المسترشدين و تقبلهم دون إبداء أحكام تقييمية مسبقة .

2) **العلم والمعرفة** : بمعنى أن يكون المرشد معدا إعدادا علميا و مهنيا و عارفا بطبيعة البشر وسلوكهم و مراحل نموهم ، ومشكلات مهنته وأسرارها وأساليبها وكيفية تطبيقها ، حتى يمكن الانتفاع من خدماته أن يكون هناك تكامل بين الدراسة الأكاديمية والعمل الميداني .

3) **الأسلوب العلمي** : التقيد بالأسلوب العلمي في دراسة الحالة وتطبيق الاختبارات النفسية .

4) **تبادل الخبرات** : تنظيم لقاءات دورية بين زملاء المهنة مما يثري خبرات المرشدين .

5) **الترخيص** : لا يجوز أن يمارس المرشد الإرشاد إلا بعد أخذ موافقة رسمية بمثابة ترخيص له بممارسة مهام الإرشاد النفسي ، وأن لا يكون قد خالف الدستور الأخلاقي لمهنة الإرشاد و عرض نفسه للمسؤولية .

6) **القسم** : فإن من المطلوب أن يؤدي القسم قبل السماح له بممارسة مهنة الإرشاد و يتضمن المحافظة على أسرار المسترشد ومراعاة أخلاق المهنة .

7) **العلاقة المهنية** : إن ما بين المرشد والمسترشد من علاقة ليست صداقة ولا علاقة خاصة ، بل إنها علاقة مهنية تحددتها معايير المجتمع وقوانينه، وهي علاقة أخلاقية نظيفة ، ولا يجوز أن تتحول إلى أي نوع من العلاقات الأخرى

8) **الإخلاص في العمل** : مهما كان العمل أمر هام ، وفي مجال الإرشاد النفسي يكون شديد الأهمية ، وإن أي نقص في ذلك قد يؤدي إلى تغييرات خطيرة و ضارة في سلوك الأفراد الذين كان من المنتظر أن تتحسن سلوكياتهم لا أن ترجع للوراء . (17)

6. **مستشار التوجيه و الإرشاد المدرسي**: يعد مستشار التوجيه و الإرشاد المدرسي أحد موظفي قطاع التربية و

عضو الفريق التربوي و يساعد على تنفيذ برنامج التوجيه المدرسي المسطر من طرف الوصاية .

- يمارس مستشار التوجيه نشاطاته على مستوى قطاع التدخل يشمل كل من الثانوية ومجموعة من المتوسطات التابعة لها ، ومجالات عمله كالإعلام والمتابعة والإرشاد والتوجيه والتقويم والدراسات، ويتولى رسميا عملية التوجيه في المؤسسات التابعة له وبإمكانه التدخل في أكثر من مستوى وفي أكثر من مجال ، ودوره لا ينحصر في جمع

المعلومات المتعلقة بالتلميذ بل يتعداها إلى تلبية حاجيات المستفيدين من التوجيه من تلاميذ وأساتذة وأولياء فالتلاميذ لا يحتاجون إلى إعلام مدرسي فحسب بل هم في حاجة إلى إرشاد و دعم نفسي. (18)

- هو شخص متخصص في العملية التربوية يعمل مع التلاميذ فرادى أو كمجموعات حيث يساعدهم في اختيار المواد التعليمية و طرق التعلم المناسبة و هو بشكل عام يساعد المتعلم على بلوغ الأهداف المحددة. (19)

2-2- الدراسات السابقة : يحاول الباحثان استعراض بعض الدراسات ذات الارتباط بموضوع البحث :

1- **دراسة مخيير،جدي (2014) (20)** :هدفت الدراسة إلى الكشف عن مستوى ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لأخلاقيات مهنة الإرشاد من وجهة نظرهم، ومن وجهة نظر مستشاري التوجيه والمسترشدين ، تم الاعتماد على مقياسين لأخلاقيات مهنة الإرشاد أحدهما موجه للمرشدين والآخر للمسترشدين ، تم التوصل إلى: أن مستوى ممارسة المرشدين لأخلاقيات مهنة الإرشاد مرتفعة من وجهة نظرهم ،وأن مستوى ممارسة المرشدين لأخلاقيات مهنة الإرشاد منخفضة من وجهة نظر المسترشدين. ويجدر بنا أن نسجل أهم التقاطعات مع دراستنا الحالية يكمن في دراسة ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لأخلاقيات مهنة الإرشاد من وجهة نظرهم،و كذلك من حيث أداة جمع المعلومات و كذلك عينة الدراسة الأولى فئة مستشاري التوجيه وتختلف في كونها اعتمدت على عينتين (مستشاري التوجيه و المسترشدين).

2- **دراسة عبد الرحيم العاجز (2014) (21)**:تهدف الدراسة التعرف إلى العلاقة بين درجة ممارسة المرشدين التربويين بالمدارس الثانوية في محافظات غزة لأخلاقيات المهنة وعلاقتها بالرضا الوظيفي لديهم ، اتبع الباحث المنهج الوصفي، مستخدماً مقابلة و استبانيتين، وتكون مجتمع الدراسة من جميع مديري المدارس والبالغ عددهم (147) و(146) مرشد تربوي في المدارس الثانوية بمحافظة غزة ، ولتحليل البيانات ومعالجتها إحصائياً تم استخدام برنامج الرزم الإحصائية (spss).و قبل الإشارة لأهم النتائج يجدر بنا أن نسجل أهم التقاطعات مع دراستنا الحالية يكمن في دراسة ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لأخلاقيات المهنة الإرشاد، العينة المستهدفة من الدراسة (المرشد التربوي) مستشار التوجيه ، و أخيراً منهج الدراسة الوصفي ، و نقاط الاختلاف في كونه اعتمد على عينتين (المرشدين التربويين و مديري المدارس)،و كذلك اعتماده في دراسته على بعض المتغيرات و في دراستنا لم نعتمد على أي متغير و أخيراً أدوات جمع البيانات استخدم المقابلة و استبانيتين و استخدمنا مقياس .وتوصلت الدراسة إلى :أن درجة ممارسة المرشدين التربويين لأخلاقيات المهنة من وجهة نظر مديري المدارس الثانوية بدرجة كبيرة .وأن درجة تقدير المرشدين التربويين للرضا الوظيفي من وجهة نظرهم بدرجة كبيرة . كما توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات درجات تقدير أفراد العينة لدرجة ممارسة المرشدين التربويين في المدارس الثانوية بمحافظة غزة لأخلاقيات المهنة و درجة تقديرهم للرضا الوظيفي لديهم .

3- **دراسة طشطوش، مزاهرة (2012) (22)**:هدفت الدراسة إلى الكشف عن درجة ممارسة المرشدين التربويين لأخلاقيات مهنة الإرشاد من وجهة نظرهم، ومعرفة ما إذا كان ذلك يختلف تبعاً لبعض المتغيرات، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحثان المنهج الوصفي و الأداة متمثلة في مقياس أخلاقيات مهنة الإرشاد النفسي والتربوي ،و قبل الإشارة لأهم النتائج أهم التقاطعات مع دراستنا الحالية العينة المستهدفة من الدراسة

(المُرشد التربوي) مستشار التوجيه ،كذلك أداة الدراسة عبارة عن مقياس و أخيراً منهج الدراسة الوصفي ، و نقاط الاختلاف في طريقة العينة في دراستنا العينة عشوائية و في دراسته طريقة اختيار العينة غير واضح و كذلك اعتماده في دراسته على بعض المتغيرات و في دراستنا لم نعتد على أي متغير .وقد أظهرت نتائج الدراسة أن درجة ممارسة المرشدين التربويين لأخلاقيات مهنة الإرشاد جاءت بدرجة متوسطة، ثم جاءت المجالات حسب درجة ممارستها مرتبة على التوالي: المسؤولية، والكفايات الأكاديمية، والسرية، والتقبل.

4- **دراسة عامر قطب (2012) (23):**هدفت الدراسة الحالية إلى معرفة مدى ممارسة المرشد الطلابي لبنود الميثاق الأخلاقي للإرشاد الطلابي من وجهة نظر المرشدين والمشرفين والمديرين . و تم استخدام المنهج الوصفي ، وتم التطبيق على كامل أفراد مجتمع الدراسة من المشرفين ، أما بالنسبة للمرشدين والمديرين تم التطبيق على عينة طبقية عشوائية ،تم استخدام استبيان و قبل الإشارة لأهم النتائج نشير لأهم التقاطعات مع دراستنا الحالية العينة المستهدفة من الدراسة (المرشد الطلابي) مستشار التوجيه ،كذلك منهج الدراسة الوصفي ، و نقاط الاختلاف في العينة في دراستنا مستشار التوجيه فقط وفي الدراسة الحالية متكونة من ثلاث عينات المرشدين والمشرفين والمديرين و في دراسته أداة الدراسة عبارة استبيان و في دراستنا الأداة مقياس .وتوصلت الدراسة إلى نتائج كان من أهمها أن درجة ممارسة المرشد الطلابي للمبادئ العامة كبيرة وممارسة الكفايات المهنية والخصائص الشخصية متوسطة وممارسة السرية كبيرة وممارسة أسس ومبادئ العلاقة الإرشادية كبيرة وأشارت النتائج أيضاً إلى أن معوقات التزام المرشد الطلابي ببند الميثاق الأخلاقي كبيرة .واستفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في تأسيسنا لإشكالية دراستنا ،تم استخدامها في الإطار النظري ،المساهمة في بناء أداة البحث ،تعتبر مصدراً مهماً لتفسير النتائج.

III. إجراءات الدراسة :

3-1- **منهج الدراسة :** يتطلب إعداد أو إجراء أي بحث علمي إتباع منهج معين ويتحدد منهج الدراسة حسب طبيعة خصائص المشكلة المعالجة، والمنهج المناسب للدراسة الحالية هو المنهج الوصفي حيث تم الاعتماد عليه بغرض التعرف على درجة ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لأخلاقيات المهنة و المسؤولية المهنية من وجهة نظرهم .ويعرف المنهج الوصفي بأنه: "أسلوب من أساليب التحليل المركزي على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد، أو فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية، ثم تفسيرها بطريقة موضوعية، بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة." ويرى آخرون أن "المنهج الوصفي عبارة عن طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة، وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها" (24)

3-2- **مجتمع البحث:** شملت الدراسة جميع مستشاري التوجيه و الإرشاد المدرسي المتريصون و المرسمون في ولاية سطيف يشغلون مناصب في كل الثانويات التابعة للولاية و المقدر عددهم 98 مستشاراً يبدون مهامهم بصفة دائمة بعد النجاح في المسابقة التي يحددها الديوان الوطني للامتحانات والمسابقات .والحاملون لشهادة الليسانس في علوم التربية فرع علوم التربية، بكل تخصصاته أو شهادة الليسانس في علم النفس فرع علم النفس، بكل تخصصاته أو شهادة الليسانس في علم الاجتماع فرع علم الاجتماع، بكل تخصصاته ، باعتباره مجتمعاً متيسراً .

3-3- عينة الدراسة : تم توزيع أداة الدراسة على جميع أفراد المجتمع محل الدراسة أي مستشاري التوجيه لولاية سطيف على أساس الحصر الشامل لجمع البيانات من جميع أفراد المجتمع بلا استثناء، وعند لتطبيق العملي أي في الدراسة الميدانية لم نحصل على البيانات من جميع أفراد المجتمع، حيث تم توزيع على 98 مستشار و لم نحصل إلا على أجوبة 41 مستشار و بالتالي يمكن اعتبار هذا العدد (41) عينة عشوائية ممثلة للمجتمع.

- فهي عينة لأن العدد 41 وليس 98.

- وعشوائية لأنه تم توزيع الاستبيانات (المقاييس) على الجميع دون استثناء فلا توجد أي شبهة أو احتمال للتخير وهذا هو الهدف من العشوائية.⁽²⁵⁾ و بالتالي فإن عينة الدراسة مكونة من 41 مستشار و مستشارة العاملين بثانويات ولاية سطيف .

3-4- أدوات جمع البيانات: هناك عدة طرق يمكن للباحث استخدامها لجمع البيانات اللازمة لبحثه، واستخدمنا الأداة التي رأيناها تناسب هذه الدراسة وهذه الأداة هي مقياس درجة ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لأخلاقيات المهنة و المسؤولية المهنية من وجهة نظرهم ،لأنها تقيس مقدار الممارسة.

1. إجراءات بناء المقياس:

تم إتباع عدد من الخطوات بهدف بناء مقياس درجة ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لأخلاقيات المهنة والمسؤولية المهنية من وجهة نظرهم ، و اشتملت على ما يلي :

- بعد الاطلاع على الأدب النظري و ميثاق أخلاقيات قطاع التربية الوطنية(الجزائر) و القوانين الأخلاقية للجمعية الأمريكية الإرشادية وبعض الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع الدراسة لان الخاصية المقاسة ينبغي أن تستند على أساس نظري يفسرها.

- دراسة تحليلية لمجمل النصوص التشريعية المتعلقة بمهام مستشاري التوجيه ،واستخراج كل المهام المذكورة فيها متبعين في ذلك التسلسل الزمني أي حسب صدور تلك النصوص التشريعية تم تبويبها على خمسة مهام رئيسية و هذا التقسيم استمد من الأدب النظري والدراسات السابقة التي قسمت مهام مستشاري التوجيه إلى خمس مهام رئيسية وهي : الإعلام ،التوجيه ،الإرشاد (المتابعة) ،التقويم و أخيرا الدراسات و يعد عملية المراجعة تم إدماج المهام المكررة في نشاط واحد ، و تم استخراج منها بنود محاور المقياس خاصة ما تعلق الأمر بالعلاقة الإرشادية ، الكفايات المهنية و المسؤولية .

2. الخصائص السيكمترية للأداة :

أ-صدق المحتوى: تم الاعتماد على صدق المحتوى :

تم عرض المقياس على مجموعة من الخبراء متكونة من : من أساتذة جامعيين ومستشارين رئيسيين في التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني ، بهدف الحكم على : انتماء الفقرة للمحور ، مدى أهمية العبارة ، مدى صدق العبارة و مدى وضوح العبارة و تقديم ملاحظات حول تعديل مقترح ، و بناء على آراء و ملاحظات الخبراء تم اعتماد البنود مع حذف بند واحد فقط ، أي أصبحت 48 بعد ما كانت 49 ، و تمحورت آراؤهم حول تغيير أبعاد البنود و تم ذلك . وقد أسفرت المعالجة الإحصائية لصدق المحتوى للمقياس عن النتائج المتعلقة بمؤشر اتفاق المحكمين عن صدق المفردات يدل على صدق الأداة.

الثبات : ولغرض حساب ثبات المقياس استعملنا معادلة الفا كرونباخ في برنامج SPSS وجدنا أن معامل ألفا = 0.918 وعليه فالمقياس ثابت وقابل للتطبيق.

3-5- الأساليب الإحصائية المستخدمة: إن البحث الوصفي يجب أن لا يقتصر فقط على مجرد جمع الحقائق والبيانات من الميدان ، بل ينبغي تحليل وتفسير النتائج باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة ، وفي دراستنا هذه اعتمدنا على حساب التكرارات ، النسب المئوية ، المتوسطات الحسابية ، هذا راجع لطبيعة الفرضيات التي صيغت على كما يلي : يمارس مستشارو التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني أخلاقيات المهنة و المسؤولية المهنية بدرجة قليلة من وجهة نظره ، وهنا يجب علينا حساب المتوسطات .

IV. مناقشة النتائج :

مناقشة النتائج : سوف نناقش نتائج كل بعد من أبعاد المقياس ومن ثم نناقشها بصفة عامة ، ويتم ذلك كالآتي:

مناقشة نتائج الفرضية الأولى:

نص التساؤل على: ما درجة ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لأخلاقيات المهنة من وجهة نظرهم؟

و جاءت الفرضية الأولى كما يلي: يمارس مستشارو التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني أخلاقيات المهنة بدرجة قليلة من وجهة نظرهم.

المحور الأول: السرية

للإجابة على ذلك تم استخدام حساب مجموع الدرجات وفق مقياس لكيرت الخماسي (كبيرة جدا (5)، كبيرة (4)، متوسطة (3)، قليلة (2)، قليلة جدا (1)) وحساب المتوسط الحسابي العام للعبارات الموجودة في المحور الأول والتي تقيس درجة ممارسة مستشاري التوجيه لأخلاقيات المهنة من وجهة نظرهم والتي تتعلق بالسرية ، كالتالي:

جدول رقم 01 يمثل الدرجات والمتوسطات الحسابية حسب المحور الأول من الفرضية الإجرائية الأولى

البدائل	مجموع الدرجات	المتوسط
كبيرة جدا	620	68.88%
كبيرة	476	52.88%
متوسطة	276	30.66%
قليلة	36	04%
قليلة جدا	16	1.77%

أشارت نتائج الجدول رقم 01 أن المتوسط الحسابي العام لاستجابات عينة الدراسة حول ممارسة مستشاري التوجيه لأخلاقيات المهنة من وجهة نظرهم والتي تتعلق بمحور السرية هو (68.88%)، ويقع ضمن الفئة الأولى لمقياس لكيرت الخماسي وهي الفئة التي تشير إلى الاستجابة (كبيرة جدا)، وسوف نناقش نتائج المحور .

انفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة طشطوش، مزاهرة⁽²⁶⁾ إلى أن المرشدين التربويين تتوافر لديهم السرية في التعامل مع المشكلات التي يتعرض لها الطلبة. وانفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة عامر بن عبد الرحمن قطب⁽²⁷⁾، وتختلف مع نتيجة دراسة مخيبر، جدي⁽²⁸⁾ دلت نتائج بعد السرية على أن المرشدين يطبقونه بنسبة اقل من

الأبعاد الأخرى ويمكن أن نفسر حصول بعد السرية على درجة عالية بأن مستشاري التوجيه يدركون أهمية الالتزام بهذا البعد الذي يتضمن المحافظة على أسرار المسترشد وكذلك قد تعزى لتكوينهم الأكاديمي والتكوين أثناء الخدمة والذي يوصي بالسرية في دراسة الحالات. إذن أن قيمة المتوسط الحسابي لبديل كبيرة جدا هو الأكبر و المقدر بـ (68.88%)، وبالتالي درجة ممارسة مستشاري التوجيه لمحور السرية في مقياس المسؤولية الأخلاقية والمهنية مرتفعة. ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء إدراك مستشاري التوجيه لأهمية الالتزام بالمحافظة على أسرار المسترشد لأنها من القواعد الأساسية في العمل الإرشادي .

المحور الثاني: التقبل

تم حساب المتوسط الحسابي العام للعبارات الموجودة في المحور الثاني والتي تقيس درجة ممارسة مستشاري التوجيه الإرشاد المدرسي والمهني لأخلاقيات المهنة من وجهة نظرهم والتي تتعلق بالتقبل ، كالتالي :

جدول رقم 02 يمثل الدرجات و المتوسطات الحسابية حسب المحور الثاني من الفرضية الإجرائية الأولى

البدائل	مجموع الدرجات	المتوسط
كبيرة جدا	595	99.16%
كبيرة	268	44.66%
متوسطة	138	23%
قليلة	18	3%
قليلة جدا	5	0.83%

أشارت نتائج الجدول رقم 02 أن المتوسط الحسابي العام لاستجابات عينة الدراسة حول ممارسة مستشاري التوجيه لأخلاقيات المهنة من وجهة نظرهم والتي تتعلق بمحور التقبل هو (99.16%)، ويقع ضمن الفئة الأولى لمقياس ليكرت الخماسي وهي الفئة التي تشير إلى الاستجابة (كبيرة جدا)، اتفقت مع دراسة مخبير، جدي⁽²⁹⁾ دلت نتائج بعد التقبل الذي جاء في المرتبة الأولى على أن المرشدين يطبقون مبدأ التقبل تجاه المسترشدين بدرجة كبيرة جدا. ولم تتفق مع دراسة طشطوش، مزاهرة⁽³⁰⁾ درجة ممارسة المرشدين التربويين لأخلاقيات مهنة الإرشاد جاءت بدرجة متوسطة في مجال التقبل. إذن أن قيمة المتوسط الحسابي لبديل كبيرة جدا هو الأكبر والمقدر (99.16%) وبالتالي درجة ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لمحور التقبل في مقياس المسؤولية الأخلاقية والمهنية مرتفعة جدا.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء التكوين الذي تلقاه مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لأهمية احترام المسترشد وأرائه لأنه كذلك من القواعد الأساسية في العمل الإرشادي، ووعيمهم بأنه كلما يكون هناك تقبل تكون الجلسات الإرشادية ذات فائدة ودون صعوبة و مقاومة .

المحور الثالث: العلاقات الإرشادية

تم حساب المتوسط الحسابي العام للعبارات الموجودة في المحور الثاني والتي تقيس درجة ممارسة مستشاري التوجيه الإرشاد المدرسي والمهني لأخلاقيات المهنة من وجهة نظرهم والتي تتعلق بالعلاقات الإرشادية ، كالتالي :

جدول رقم 03 يمثل الدرجات و المتوسطات الحسابية حسب المحور الثالث من الفرضية الإجرائية الأولى

البدائل	مجموع الدرجات	المتوسط
كبيرة جدا	965	74.23%
كبيرة	712	54.76%
متوسطة	387	29.76%
قليلة	36	2.76%
قليلة جدا	15	1.15%

بينت النتائج الموضحة في الجدول رقم 03 على ممارسة مستشاري التوجيه الإرشاد المدرسي والمهني لمحور السرية من أخلاقيات المهنة من وجهة نظرهم بدرجة كبيرة جدا، ولمناقشة هذه النتيجة سوف نتعرض لنتائج بعض البنود ثم نناقشها بصفة عامة .

دلت نتائج البند أحرص على أن تكون سجل المقابلات مع التلاميذ وملفاتهم محفوظة في مكان سري مساعدة التلاميذ الجدد على التكيف مع المحيط الجديد التي جاءت في المرتبة الأولى على أن مستشاري التوجيه يساعدون التلاميذ الجدد على التكيف، وهذا من شأنه أن يساهم في التوافق الدراسي للتلاميذ مثل ما أكدته دراسة الزهرة الأسود⁽³¹⁾ "تساهم الممارسات الإرشادية لمستشار التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني في إحداث التوافق الدراسي لدى التلاميذ" من جهة وكذلك طريقة تقديمه بصفة جماعية للتلاميذ مما يساعد على التكفل بأكثر عدد ممكن منهم. دلت نتائج البند المقابلات الإرشادية هي إحدى أدواتي لمساعدة التلميذ على بلورة مشروعه الشخصي الذي جاء في المرتبة الثانية على أن مستشاري التوجيه يستخدمون المقابلة لمساعدة التلاميذ على بناء مشاريعهم الشخصية، وقد يعزى ذلك إلى :

تأكيد النصوص التشريعية والتنظيمية على ذلك مثل ما جاء في القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالتربية الوطنية⁽³²⁾ ولاسيما المادة 101 منه: مرافقة التلاميذ خلال مسارهم المدرسي وتوجيههم في بناء مشروعاتهم الشخصية وفق رغباتهم واستعداداتهم ومقتضيات التخطيط التربوي، وكذلك: تنمية جهاز الإرشاد المدرسي في التعليم المتوسط لمرافقة ومساعدة التلميذ على البناء التدريجي لمشروعه الشخصي وإشراكه في اختياراته المدرسية والجامعية والمهنية⁽³³⁾ و⁽³⁴⁾ .

وقد يعزى كذلك إلى تبني المقاربة الحديثة في التوجيه والإرشاد التي تهدف إلى مساعدة التلميذ على بناء مشروعه الدراسي والمهني (الشخصي) وذلك بمساعدته على اختيار نوع الشعبة أو التخصص المهني التي يرغب فيها من جهة وتلاءم مع قدراته من جهة أخرى .

كما جاءت كذلك نتائج البند متابعة التلاميذ ذوو المشكلات الدراسية في المرتبة الثانية وجاءت متفقة مع دراسة سعيدة طاطاش⁽³⁵⁾ "وخلص البحث إلى أن الممارسة الإرشادية موجودة وبشكل قوي وبكل عناصرها في المدارس الثانوية، وهذا يدل على أن مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني يحققون على أرض الواقع ما هو مسطر في الجريدة الرسمية، وهذا حسب تصريحاتهم واستجاباتهم على الاستبيان." وقد يعزى إلى أن التكفل بالتلاميذ يعتبر صلب مهام مستشاري التوجيه⁽³⁶⁾ ولاسيما المادة 101 منه :متابعة التلاميذ الذين يعانون من صعوبات من الناحية

النفسية البيداغوجية قصد تمكينهم من مواصلة التمدرس. كما جاءت متفقة مع دراسة بن دعيمة⁽³⁷⁾ "التي أكدت على أن التلاميذ في حاجة ماسة لإشباع حاجاتهم الإرشادية خاصة التربوية منها".

دلت نتائج البند تقديم الدعم النفسي للتلاميذ المتأخرين دراسياً أثناء تنظيم دروس الدعم و الاستدراك على أنه في المرتبة الأولى في درجة متوسط وجاءت متفقة مع دراسة صياد نعيمة⁽³⁸⁾ "المراقبة النفسية والتي أثبتت الدراسة غيابها في مؤسساتنا التربوية ، رغم أهميتها وفعاليتها في الميدان. ومتناقضة مع دراسة محمد شاهين⁽³⁹⁾" مساعدة الطلبة المتأخرين دراسياً "ودراسة أحلام مرزوق⁽⁴⁰⁾ "أن مستوى مساهمة الدور التوجيهي والإرشادي لمستشار التوجيه المدرسي في تعديل العادات الدراسية الخاطئة مرتفعة". وقد يعزى ذلك كثرة الأعمال الإدارية لمستشار التوجيه وكبير مقاطعة تدخله . وقد جاءت متناقضة مع دراسة هدى الدريبي⁽⁴¹⁾ " تتسم الحاجات النفسية لدى التلاميذ المتأخرين دراسياً بالارتفاع بدرجة دالة إحصائياً.

كما جاءت نتائج البند استكشاف التلاميذ الموهوبين في المرتبة الثانية في درجة متوسط وقد تعزى هذه النتيجة كما جاءت في دراسة بن سعيد عبد القادر⁽⁴²⁾ "يفتقر مستشار التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني إلى الروايز والاختبارات التي تساعد في تقديم الخدمة النفسية " وجاءت متناقضة مع دراسة محمد شاهين⁽⁴³⁾ " قيام المرشد التربوي برعاية الطلبة الموهوبين، وسعيه إلى تنمية إمكانات الطلبة من خلال الأنشطة المدرسية، واستخدامه إستراتيجيات التعزيز للطلبة المتفوقين دراسياً.

انفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة عامر قطب⁽⁴⁴⁾ أن ممارسة المرشد الطلابي في التعليم العام للبنين بمدينة مكة المكرمة لبنود الميثاق الأخلاقي للإرشاد النفسي والتي تتعلق بأسس ومبادئ العلاقة الإرشادية بدرجة (كبيرة). كما جاءت متفقة كذلك مع نتائج دراسة مخبير، جدي⁽⁴⁵⁾ والتي دلت نتائج بعد العلاقة الإرشادية على أن المرشدين يطبقون هذا المبدأ بدرجة كبيرة. إذن أن قيمة المتوسط الحسابي لبديل كبيرة جدا هو الأكبر و المقدر ب 74.23% وبالتالي درجة ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لمحور العلاقات الإرشادية في مقياس المسؤولية الأخلاقية والمهنية مرتفعة جدا . ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن مستشاري التوجيه لديهم قدرة على توظيف إمكانياتهم نحو لبناء علاقات إرشادية ايجابية مع المسترشدين ولأن تلك العلاقات الإرشادية تقوم على أسس ومبادئ علمية عملية، وهي في الأصل علاقة مهنية بحتة .

جدول رقم 04 يوضح المتوسطات الحسابية لدرجة ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني للمسؤولية الأخلاقية من وجهة نظرهم

المحاور	المتوسطات الحسابية				
	كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جدا
السرية	89.16	53.33	22	3	1.5
التقبل	99.16	44.66	23	3	0.83
العلاقات الإرشادية	74.23	54.76	29.76	2.76	1.15
المجموع	87.51	50.91	24.92	2.92	1.16

إن يتضح من الجدول رقم 04 أن قيمة المتوسط الحسابي لبدليل كبيرة جدا هو الأكبر و المقدر بـ 87.51 % وبالتالي درجة ممارسة مستشاري التوجيه للمسؤولية الأخلاقية من وجهة نظرهم كبيرة جدا ،وهذا ينفي الفرض الإجرائي و يثبت عدم صحته .

تفسير نتائج الفرضية الثانية :

نص التساؤل على : ما درجة ممارسة مستشاري التوجيه الإرشاد المدرسي والمهني للمسؤولية المهنية من وجهة نظرهم؟

و جاءت الفرضية الأولى كما يلي : يمارس مستشارو التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني المسؤولية المهنية بدرجة قليلة من وجهة نظرهم.

محور الرابع : الكفايات المهنية :

جدول رقم 05 يمثل الدرجات والمتوسطات الحسابية حسب المحور الأول من الفرضية الإجرائية الثانية

البدائل	مجموع الدرجات	المتوسط
كبيرة جدا	1035	73.92%
كبيرة	704	50.28%
متوسطة	348	24.85%
قليلة	94	6.71%
قليلة جدا	28	2%

بينت النتائج الموضحة في الجدول رقم 05 على ممارسة مستشاري التوجيه للمحور الرابع الكفايات المهنية من أخلاقيات المهنة من وجهة نظرهم بدرجة كبيرة جدا ،ولمناقشة هذه النتيجة سوف نتعرض لنتائج بعض البنود ثم نناقشها بصفة عامة .

البند تنظيم لقاءات بين التلاميذ وأولياهم لدراسة رغبات التلاميذ وتنظيم لقاءات تشاورية بين الأساتذة والأولياء، جاء بدرجة ممارسة متوسطة قد تعزى هذه النتيجة كما جاءت في دراسة براهمية (46) " بين كل أفراد عينة البحث أن حضور الأولياء إلى "إعلام الأولياء "غير مكثف و هذا راجع حسبهم إلى العوامل التالية:نقص الوعي الكافي لدى الأولياء وعدم اهتمامهم بما تقوله المدرسة عن أبنائهم . " أو كما جاءت في دراسة خماد (47) أن نسبة أفراد العينة الذين واجهوا مشاكل مع الأولياء هي 54% وبالنسب للمجالات المتعلقة بذلك هي :التوجيه إعادة السنة والفصل في الطعون.

بند تحضير المعلومات الخاصة حول الحصص الإعلامية جاءت درجة الممارسة كبيرة ويعزى ذلك للأهمية التي يعطيها مستشاري التوجيه لعملية الإعلام لأنه هو أساس كل المهام الأخرى وجاءت النتائج متفقة مع دراسة الأعرور، خميس(48) " أن الإعلام التربوي يشهد نوعا من الفعالية إذ أنه يعمل على حث التلاميذ على الاستعلام الذاتي ،كما أنه قادر على اكتشاف و إبراز قدرات وإمكانيات التلاميذ كما أنه قادر على توضيح الآفاق المستقبلية لتخصصات الدراسة في سوق العمل." وكذلك متفقة مع دراسة بوساحة (49) "أن الإعلام التربوي يقوم بعملية تزويد التلاميذ بمعلومات حول التخصصات الدراسية ويعمل على توضيح الآفاق المستقبلية للتخصصات الدراسية." البند التحكم في استخدام الوسائل والسندات الإعلامية جاءت درجة الممارسة كبيرة

بند استخدام الروايز والاختبارات النفسية في عملية العملية الإرشادية حيث جاءت درجة الممارسة متوسطة وبذلك تتفق النتائج مع دراسة كل من : ميسون (50) "عدم وجود الأدوات المساعدة على العمل الإرشادي لا سيما الاختبارات النفسية، إذ تفتقر المؤسسات التعليمية للاختبارات التي تشكل أداة هامة من أدوات جمع البيانات في العملية الإرشادية. وخماد (51) " كما أن 91 % من أفراد العينة لا يستعملون الاختبارات النفسية في عملية التشخيص وجمع المعلومات عن لمسترشدين لأسباب عديدة من أبرزها :عدم وجود الاختبارات أو عدم اهتمام الجهات المسؤولة في توافرها، ونقص في المهارة وقلة التدريب على استعمال الاختبارات ."

بند تقديم حصص إرشادية جماعية (فوج دراسي) لتكوين اتجاهات ايجابية نحو المدرسة حيث جاءت درجة الممارسة كبيرة جدا و تعزى إلى تفضيل مستشاري التوجيه للحصص الجماعية في الإعلام و الإرشاد وقد جاءت النتائج متفقة مع دراسة الزهرة الأسود (52) "تساهم الممارسات الإرشادية لمستشار التوجيه في إحداث التوافق الدراسي لدى التلاميذ."

بند أعمل باستمرار على إثارة الدافعية للتعلم وتحسين مستوى تحصيل التلاميذ جاءت درجة الممارسة كبيرة جدا وجاءت النتائج متفقة مع دراسة شاهين (53) " وتمثلت في إجراء المرشد التربوي دراسات يتطلبها عمله، ومشاركته في أعمال مراقبة الطلاب في الامتحانات، وتنظيم محاضرات إرشادية في المدرسة، ومتابعته لمذكرات الواجبات اليومية للخطة الإرشادية السنوية ."

بند استغلال نتائج بطاقة المتابعة والتوجيه واستبيان الميول والاهتمامات في بلورة المشروع الشخصي للتلميذ جاءت درجة الممارسة كبيرة وجاءت النتائج متناقضة مع دراسة براهيمية (54) "إن المستشارين يريدون حذف استبيان الميول والاهتمامات، وتقليص المهام الإدارية بالدرجة الأولى، لأن نتائج الاستبيان غير مستغلة ويريدون التركيز على المتابعة النفسية والتربوية للتلميذ، لأنه حسب عينة البحث محور العملية التربوية."

بند أحل وثيقة طلب مساعدة ووثيقة إحالة تلميذ من خلال نشاطات خلية الإرشاد والمتابعة للتكفل بها جاءت درجة الممارسة كبيرة وتعزى إلى أن هذه العملية تتم بصفة جماعية بين جميع أعضاء الخلية ويتم فرز الطلبات حسب الحالات (طبي،بيداغوجي،اجتماعي،نفسى..) ويتكفل مستشار التوجيه بتحليل الوثائق التي تطلب مساعدة البيداغوجية فقط .

بند انتقاء المعلومات التي تخدم المشروع الشخصي للتلميذ جاءت درجة الممارسة كبيرة ،وجاءت النتائج متفقة مع دراسة فثيتي ،حمدي (55) "إذ تم التوصل إلى أن الإعلام المدرسي يساهم في تحديد الاختيارات الدراسية والمهنية من وجهة نظر تلاميذ السنة أولى ثانوي."

وبند مراعاة التوقيت والفترة في برمجة وتقديم الحصص الإعلامية جاء بدرجة ممارسة كبيرة جدا وهذا تطبيقا لمحتوى المنشور (56)، بحيث يكون التوجيه وفق سلسلة من الإجراءات التتبعية طيلة السنة الدراسية وتتم على ثلاث مراحل

هي:

- 1- الإعلام والتشاور
- 2- ضبط الاختيار
- 3- اتخاذ القرار النهائي

و جاءت نتائج البند متفقة مع دراسة كل فنتي،حمدي (57) " إذ تم التوصل إلى أن الإعلام المدرسي يساهم في تحديد الاختيارات الدراسية والمهنية من وجهة نظر تلاميذ السنة أولى ثانوي، ودراسة بوساحة(58) " أن الإعلام التربوي يعمل على توجيه التلاميذ حسب رغباتهم وميولهم واهتماماتهم .

اتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة عامر قطب (59) المتوسط الحسابي العام لاستجابات عينة الدراسة حول ممارسة المرشد الطلابي في التعليم العام للبنين بمدينة مكة المكرمة لبنود الميثاق الأخلاقي للإرشاد النفسي والتي تتعلق بالكفايات المهنية، ويقع ضمن الفئة الثالثة لمقياس ليكرت الخماسي وهي الفئة التي تشير إلى الاستجابة متوسطة. كما اتفقت كذلك مع نتائج دراسة مخيبر، جدي (60) حيث :دلت نتائج بعد الكفايات الأكاديمية على أن المرشدين يطبقونه بدرجة كبيرة .إذن أن قيمة المتوسط الحسابي لبديل كبيرة جدا هو الأكبر و المقدر بـ 73.92% وبالتالي درجة ممارسة مستشاري التوجيه لمحور الكفايات المهنية في مقياس المسؤولية الأخلاقية والمهنية مرتفعة جدا .

المحور الخامس المسؤولية:

جدول رقم 06 يمثل الدرجات و المتوسطات الحسابية حسب المحور الثاني من الفرضية الإجرائية الثانية

البدائل	مجموع الدرجات	المتوسط
كبيرة جدا	530	58.88
كبيرة	464	51.55
متوسطة	261	29
قليلة	78	8.66
قليلة جدا	21	2.33

بينت النتائج الموضحة في الجدول رقم 06 على ممارسة مستشاري التوجيه المحور الخامس المسؤولية من أخلاقيات المهنة من وجهة نظرهم بدرجة كبيرة جدا ،ولمناقشة هذه النتيجة سوف نتعرض لنتائج بعض البنود ثم نناقشها بصفة عامة .

كما بند المشاركة في مجالس الأقسام لتقديم المعلومات المستخلصة من متابعة المسار الدراسي للتلميذ بدرجة ممارسة كبيرة جدا ويعزى ذلك إلى أن مستشار التوجيه هو المكلف بجميع الأعمال المرتبطة بعملية التوجيه المدرسي.(61) وهو من يقوم : بمعالجة بطاقة القبول والتوجيه وبطاقة المتابعة.(62) واستغلال نتائج استبيان الميول والاهتمامات وتشرح نتائجها للتلاميذ والأساتذة .(63) وله رأي استشاري في مجال تخصصه في مجالس الأقسام.(64)

بند التنسيق مع أولياء التلاميذ للتكفل بالحالات الخاصة من التلاميذ جاء بممارسة متوسطة و جاءت النتائج متفقة مع دراسات كل من : ميسون سميرة (65):عدم تعاون أولياء الأمور مع المرشد و يقصد بها عدم الحضور أثناء استدعائهم لإجراء مقابلات مع المستشار تتعلق بأبنائهم، انطلاقا من عدم تقبلهم أساسا لفكرة خضوع أبنائهم لعملية إرشادية. و ضعف اهتمام الأولياء بمتابعة مشكلات أبنائهم و يترجم ذلك ضعف التواصل بين الأسرة و المدرسة(ضعف المتابعة من طرف الأهل،عدم اتخاذ مواقف إيجابية عند إبلاغهم بمشكلات أبنائهم...إلخ)،سمايلي محمود(66) " عدم اهتمام الآباء بمشاكل أبنائهم والاكتفاء فقط بمتابعتهم دراسيا. " ،زينب جاسم(67) " هناك ضعف في العلاقة بين المرشد التربوي وأولياء أمور الطلبة."،وشاهين(68) "إقرارهم بعدم تعاون أولياء الأمور مع المدرسة بإشعارها بالمشكلات التي تواجه أبنائهم."

بند التنسيق مع الفريق التربوي في التكفل بالحالات الخاصة جاءت درجة الممارسة كبيرة وتعزى إلى أن مستشار التوجيه عضو في الفريق التربوي و مشاركته في مجالس الأقسام وخلية الإصغاء والمتابعة والتعاون القائم بينه والفريق التربوي خاصة التكفل بالحالات الخاصة من التلاميذ .

بند تمثل القيام بالتقييم الدوري للبرنامج الإعلامي وعملية التوجيه لبرنامج الإرشاد النفسي والتربوي أي تقييم البرنامج السنوي لنشاطات مستشار التوجيه الذي يعتبر البرنامج السنوي بمثابة السلسلة والمرجع الأساسي في تقديم كل النشاطات التي يقدمها مستشار التوجيه. (69) ويقوم بإعداد تقرير ثلاثي حول نشاطات في المقاطعة حيث يضع حوصلة نقدية لكل ما قام به من نشاطات تقنية مبرمجة. (70)، حيث جاءت درجة الممارسة كبيرة ويعتبر هذا مؤشر على جودة العمل وجاءت النتائج متفقة مع دراسة شاهين (71) " عمل المرشد على تنفيذ الخطة الإرشادية السنوية بانتظام، وقيامه بتنفيذ برامج إرشاد متكاملة (وقائية، ونمائية، وعلاجية)، واعتماده للخطة السنوية من مدير المدرسة. و بند الاعتماد في التوجيه المسبق على بطاقة الرغبات و نتائج استبيان الميول والاهتمامات بدرجة ممارسة كبيرة جدا و يعزى ذلك إلى أن مستشار التوجيه يقوم بعمله بكل استقلالية ويقدم نتائج إلى مجالس الأقسام و مجلس القبول و التوجيه فهي التي تفصل في عملية التوجيه النهائي اعتمادا على أعماله و بذلك نلمس الاستقلالية في عمله لان عمله ينتهي بتقديم النتائج و الاستشارات بناء على نتائج وسائل التوجيه التي يستخدمها. اتفقت مع نتائج دراسة كل من: طشطوش، مزاهرة (72) ومخير، جدي (73): التي أظهرت أن المرشدين يطبقون مبدأ المسؤولية بدرجة كبيرة. إذن أن قيمة المتوسط الحسابي لبدل كبيرة جدا هو الأكبر والمقدر بـ 58.88% وبالتالي درجة ممارسة مستشاري التوجيه لمحور الكفايات المهنية في مقياس المسؤولية الأخلاقية والمهنية مرتفعة.

جدول رقم 07 يوضح المتوسطات الحسابية درجة ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني للمسؤولية المهنية من وجهة نظرهم

المحاور	المتوسطات الحسابية				
	كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جدا
الكفايات المهنية	73.92	5.28	24.85	6.71	2
المسؤولية	58.88	51.55	29	8.66	2.33
المجموع	66.40	28.41	26.92	7.68	2.16

إذن يتضح من الجدول رقم 07 أن قيمة المتوسط الحسابي لبدل كبيرة جدا هو الأكبر و المقدر بـ 66.40% وبالتالي درجة ممارسة مستشاري التوجيه للمسؤولية المهنية من وجهة نظرهم كبيرة جدا ،وهذا ينفي الفرض الإجرائي ويثبت عدم صحته .

مناقشة الفرضية العامة :

نص الفرضية العامة يدور درجة ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لأخلاقيات المهنة و المسؤولية المهنية ،ذلك التطبيق الذي نفترض أنه بدرجة قليلة .

جدول رقم 08 يوضح المتوسطات الحسابية درجة ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني للمسؤولية الأخلاقية و المهنية من وجهة نظرهم

المحاور	المتوسطات الحسابية				
	كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جدا
السرية	89.16	53.33	22	3	1.5
التقبل	99.16	44.66	23	3	0.83
العلاقات الإرشادية	74.23	54.76	29.76	2.76	1.15
الكفايات المهنية	73.92	5.28	24.85	6.71	2
المسؤولية	58.88	51.55	29	8.66	2.33
المقياس ككل	79.07	41.91	25.72	4.82	1.56

انطلاقاً من مناقشة أبعاد أخلاقيات مهنة الإرشاد التربوي سنناقش استجاباتهم على المقياس ككل الذي دلت نتائجه على أن مستشاري التوجيه يمارسون للمسؤولية الأخلاقية والمهنية بدرجة كبيرة جداً (79.07) وهذه الدرجة تم التأكد منها من خلال مناقشة أبعاد المقياس، ومن خلال النتائج المتوصل إليها من خلال استجابات أفراد العينة :

- درجة ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني للمسؤولية الأخلاقية من وجهة نظرهم كبيرة جداً.
- درجة ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني للمسؤولية المهنية من وجهة نظرهم كبيرة جداً.

و بناء على ما سبق فإننا ننفي الفرضية العامة و نثبت عدم صحتها ، وبذلك جاءت هذه النتائج متفقة مع نتائج دراسة كل : مخير، جدي (74) : أن مستوى ممارسة المرشدين لأخلاقيات مهنة الإرشاد مرتفعة من وجهة نظرهم والذي قدر بـ (88.88 %). ودراسة عبد الرحيم العاجز (75): أن درجة ممارسة المرشدين التربويين لأخلاقيات المهنة من وجهة نظر مديري المدارس الثانوية بلغت (79.9%) بدرجة كبيرة . ومتفقة في بعض المحاور في دراسة عامر قطب (76): ممارسة السرية كبيرة وممارسة أسس ومبادئ العلاقة الإرشادية كبيرة. ومختلفة في ممارسة الكفايات المهنية والخصائص الشخصية متوسطة. كما جاءت مختلفة مع دراسة طشطوش، ماهرة (77) : أن درجة ممارسة المرشدين التربويين لأخلاقيات مهنة الإرشاد جاءت بدرجة متوسطة، ثم جاءت المجالات حسب درجة ممارستها مرتبة على التوالي: المسؤولية، والكفايات الأكاديمية، والسرية، والتقبل.

٧. خلاصة عامة:

تناول هذا البحث موضوع درجة ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني للمسؤولية الأخلاقية و المهنية من وجهة نظرهم ، و بعد عرضنا لنتائج الدراسة و مناقشتها ورغم ما صادفنا من صعوبات من قلة المراجع المتوفرة حول المسؤولية الأخلاقية و المهنية في مجال التوجيه والإرشاد المدرسي،صعوبة في توزيع الاستبيان على مستشاري التوجيه و الإرشاد المدرسي والمهني لان بعض منهم امتنعوا عن الإجابة ،توصلنا إلى مجموعة من الاستنتاجات :

- نستنتج كذلك و في العديد من الدراسات على مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني أنهم يؤكدون على نفورهم من المهام الإدارية والتوجه نحو النشاطات التي تركز على التكفل بالتلميذ ومساعدته على تخطي كل العقبات وتكوينه من جميع الجوانب النفسية والتربوية والعلمية ، من أجل نجاحه و تحقيقه للتكيف والتوافق الدراسي والنفسي .
- كثيرة هي الدراسات التي تصف واقع ممارسات وأداء مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لخدمات الإعلام و التوجيه والإرشاد في مؤسسات التعليم بالسلبية أو نفيها ، لكن ما توصلت إليه دراستنا الحالية أن درجة ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني للمسؤولية الأخلاقية و المهنية من وجهة نظرهم درجة كبيرة جدا و هذا يدل على وجود جودة في تلك الممارسات ،بالتعرف على احتياجات العميل (التلميذ) و تحاول التكفل به .
- بناء دليل الإرشاد المدرسي وإنشاء لجنة الإرشاد والمتابعة بالمتوسطة وخلايا الإصغاء والمتابعة النفسية والتربوية بالثانويات كل هذا يدل على بداية تأسيس نظام الإرشاد والتوجيه للتكفل الأنسب بالتلميذ، كل هذا تمخض عن ورشة الإرشاد المدرسي : تطوير التصورات والممارسات في ديسمبر 2013.
- بهدف الارتقاء بمستوى أداء العاملين في حقل الإعلام ،التوجيه و الإرشاد تم برمجة دورات تدريبية متخصصة .

VI. حدود البحث : وكحدود للبحث تجدر الإشارة أن هذا العمل نعتبره تشخيصا لممارسات محددة وفق معطيات محددة (عينة من 41 مستشار للتوجيه ممثلة لمستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني بولاية سطيف ، كان التطبيق في السداسي الثاني 2016) أي أنه لا يؤدي إلى تشخيص واقع ممارسات أخلاقيات المهنة والمسؤولية المهنية لمهنة التوجيه والإرشاد في الجزائر، ولكنها مجرد محاولة استكشافية لممارسات مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لأخلاقيات المهنة و المسؤولية المهنية في مجال مهامهم ، وبالتالي فهذا العمل يعد لبنة أولى ضرورية لإعداد ميثاق أخلاقي خاص بمهنة التوجيه والإرشاد المدرسي ، هذا من جهة ،ومن جهة أخرى أن المجتمع الذي شمله البحث (مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني بولاية سطيف) هو أبعد ما يكون عن تمثيل مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني ببلادنا، وبالتالي فإن إمكانية تعميم نتائجه المتوقعة على رفع عدد أفراد المجتمع تفوق إمكانيات الباحث.

VII. التوصيات الاقتراحات:

- التوصيات :** من خلال ما تم عرضه فقد تقدم الباحث بعدد من التوصيات و المقترحات هي:
- إعداد ميثاق أخلاقي خاص بمهنة التوجيه والإرشاد المدرسي تعتمد وزارة التربية في الجزائر ويكون واضحا ومحددا وينتفق مع خصوصية المجتمع الجزائري
- ضرورة التعاون بين وزارتي التربية والتعليم العالي والتنسيق بينهما فيما يخص برامج إعداد مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني وبرامج التدريب أثناء الخدمة .
- إجراء دورة تدريبية متخصصة لفائدة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني في مجال أخلاقيات المهنة والمسؤولية المهنية.

الاقتراحات:

- إعادة دراسة المشكلة وذلك بتوسيع عينة الدراسة لتشمل الأساتذة والتلاميذ ومستشارين التوجيه والإرشاد المدرسي والإداريين وتنويع أدوات الدراسة .

- إجراء دراسة مشابهة تطبق في مناطق أخرى من الجزائر ومقارنة النتائج مع الدراسة الحالية
- إجراء دراسات أخرى لاحقة تغطي الجوانب التي لم تغطيها الدراسة الحالية.

- 1- عروس البحر مخيير - نور الهدى جدي (2014) واقع ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لأخلاقيات مهنة الإرشاد من وجهة نظرهم ومن وجهة نظر المسترشد مذكرة الماستر جامعة الوادي
- 2 - وزارة التربية الوطنية (2015) ميثاق أخلاقيات قطاع التربية الوطنية مؤرخ في 29 نوفمبر 2015
- 3- الميثاق الأخلاقي للتوجيه والإرشاد في مدارس وزارة التربية والتعليم ، قسم التوجيه والإرشاد بالإدارة العامة للتربية والتعليم بمنطقة حائل ص 2
- 4- وزارة التربية الوطنية المنشور 219 المؤرخ في 18 سبتمبر 1991 و المتعلق بتعيين مستشاري التوجيه في الثانويات
- 5- ميسون سميرة (2009) معوقات الممارسة الإرشادية داخل المؤسسات التعليمية (دراسة استكشافية على مستشاري التوجيه المدرسي بورقلة) الملتقى الدولي الأول للإرشاد النفسي دوره وأهميته في تطوير المؤسسات التربوية يومي 19 و 20 جانفي 2009 - جامعة ورقلة
- 6- ميسون سميرة مرجع سبق ذكره
- 7 - زينب كاظم جاسم (2011) المشكلات التي تواجه عمل المرشد التربوي في المدارس الثانوية في محافظة بابل -مجلة جامعة بابل / العلوم الإنسانية/ المجلد 19 / العدد (2) 2011
- 8- ميسون سميرة مرجع سبق ذكره
- 9 - سمايلي محمود مرجع سبق ذكره
- 10- ميسون سميرة مرجع سبق ذكره
- 11- ميسون سميرة مرجع سبق ذكره
- 12 - زينب كاظم جاسم مرجع سبق ذكره
- 13- نعيمة المهدي أبوشاقور (2014) ممارسة المرشدين التربويين لأخلاقيات مهنة التوجيه والإرشاد النفسي التربوي الملتقى الدولي لبرامج التوجيه والإرشاد النفسي والتربوي 04 و 05 ماي 2014 جامعة بسكرة
- 14- محمد محروس الشناوي (1996) العملية الإرشادية دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع القاهرة - مصر الطبعة الأولى ص 55
- 15- رامي عبدالله طشطوش، رانية عيسى مزاهرة (2012) درجة ممارسة المرشدين التربويين لأخلاقيات مهنة الإرشاد من وجهة نظرهم في ضوء بعض المتغيرات ، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد العشرون، العدد الثاني، ص 581 - ص 623 يونيو 2012 ص 584
- 16- عامر بن عبد الرحمن قطب (2012) مدى ممارسة المرشد الطلابي لبنود الميثاق الأخلاقي للإرشاد الطلابي بالتعليم العام للبنين بمدينة مكة المكرمة ، وذلك من وجهه نظراً المرشدين والمشرفين والمديرين ،رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية جامعة أم القرى المملكة العربية السعودية ص 13
- 17- سالم حمود صالح الحراشنة (2012) التوجيه و الإرشاد : الدليل العملي للمرشدين التربويين و العاملين مع الشباب ط I دار الخليج عمان الأردن
- 18- عياش حمو (2012) واقع التوجيه المدرسي في ضوء تطبيق إستراتيجية المقاربة بالكفاءات من وجهة نظر مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي دراسة ميدانية بثانويات ولاية - سطيف-رسالة ماجستير جامعة الجزائر 2 ص 57
- 19- أحمد حسين اللقاني وعلي الجمل (1996) معجم المصطلحات التربوية في المناهج و طرق التدريس ، القاهرة، دار المعرفة ط 1 ص 163
- 20- عروس البحر مخيير - نور الهدى جدي (2014) واقع ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لأخلاقيات مهنة الإرشاد من وجهة نظرهم ومن وجهة نظر المسترشد مذكرة الماستر جامعة الوادي
- 21 - عبد الرحيم فؤاد علي العاجز (2014) درجة ممارسة المرشدين التربويين بالمدارس الثانوية في محافظات عزة لأخلاقيات المهنة وعلاقتها بالرضا الوظيفي لديهم ، رسالة ماجستير الجامعة الإسلامية بغزة- فلسطين
- 22- رامي عبدالله طشطوش، رانية عيسى مزاهرة (2012) درجة ممارسة المرشدين التربويين لأخلاقيات مهنة الإرشاد من وجهة نظرهم في ضوء بعض المتغيرات ، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد العشرون، العدد الثاني، ص 581 - ص 623 يونيو 2012
- 23- عامر بن عبد الرحمن قطب (2012) مدى ممارسة المرشد الطلابي لبنود الميثاق الأخلاقي للإرشاد الطلابي بالتعليم العام للبنين بمدينة مكة المكرمة ، وذلك من وجهه نظراً المرشدين والمشرفين والمديرين ،رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية جامعة أم القرى المملكة العربية السعودية

- 24- رجاء وحيد دويدري (2002) البحث العلمي أساسياته النظرية و ممارسته العملية - ط 2 - دار الفكر المعاصر بيروت - لبنان ص 183
- 25- مشكلات استخدام الإحصاء في تحليل البيانات للرسائل العلمية والأطروحات -
nauss.edu.sa/Ar/CollegesAndCenters/HighEducationCollege/.../014.pdf
- 26- رامي عبدالله طشطوش، رانية عيسى مزاهرة (2012) درجة ممارسة المرشدين التربويين لأخلاقيات مهنة الإرشاد من وجهة نظرهم في ضوء بعض المتغيرات ، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد العشرون، العدد الثاني، ص 581 - ص 623 يونيو 2012 ص 605
- 27- عامر بن عبد الرحمن قطب (2012) مدى ممارسة المرشد الطلابي لبنود الميثاق الأخلاقي للإرشاد الطلابي بالتعليم العام للبنين بمدينة مكة المكرمة ، وذلك من وجهة نظر المرشدين والمشرفين والمديرين ،رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية جامعة أم القرى المملكة العربية السعودية ص 128
- 28- عروس البحر مخبير- نور الهدى جدي (2014) واقع ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لأخلاقيات مهنة الإرشاد من وجهة نظرهم ومن وجهة نظر المسترشد مذكرة الماستر جامعة الوادي ص 99
- 29- عروس البحر مخبير- نور الهدى جدي (2014) واقع ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لأخلاقيات مهنة الإرشاد من وجهة نظرهم ومن وجهة نظر المسترشد مذكرة الماستر جامعة الوادي ص 98
- 30- رامي عبدالله طشطوش، رانية عيسى مزاهرة (2012) درجة ممارسة المرشدين التربويين لأخلاقيات مهنة الإرشاد من وجهة نظرهم في ضوء بعض المتغيرات ، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد العشرون، العدد الثاني، ص 581 - ص 623 يونيو 2012 ص 602
- 31- الزهرة الأسود (2009) مساهمة الممارسات الإرشادية لمستشار التوجيه المدرسي في إحداث التوافق الدراسي لدى التلاميذ الملتقى الدولي الإرشاد النفسي دوره وأهميته في تطوير المؤسسات التربوية يومي 19 و 20 جانفي جامعة ورقلة
- 32- مرسوم تنفيذي رقم 08 - 315 مؤرخ 11 أكتوبر سنة 2008 يتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالتربية الوطنية
- 33- منشور إطار رقم : 1156 مؤرخ في : 05 ماي 2014 يتعلق بتحضير الدخول المدرسي 2014/2015.
- 34- منشور إطار رقم : 880 مؤرخ في : 09 ماي 2016 يتعلق بتحضير الدخول المدرسي 2016/2017
- 35- سعيدة طاطش ،مريامة بريشي(2009) واقع الممارسة الإرشادية في المؤسسات التربوية- التعليمية من وجهة نظر مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني - دراسة استكشافية- (ثانويات ولاية ورقلة نموذجاً). الملتقى الدولي الإرشاد النفسي دوره وأهميته في تطوير المؤسسات التربوية يومي 19 و 20 جانفي جامعة ورقلة
- 36- مرسوم تنفيذي رقم 08 - 315 مؤرخ في 11 أكتوبر سنة 2008 يتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالتربية الوطنية
- 37- لبنى بن دعيمة(2007) حاجات التلاميذ في مرحلة التعليم الثانوي إلى الخدمات الإرشادية دراسة ميدانية بولاية أم البواقي -رسالة ماجستير جامعة باتنة
- 38- صياد نعيمة (2010) واقع المرافقة النفسية التربوية لمعيدي شهادة البكالوريا رسالة ماجستير جامعة عنابة
- 39- محمد أحمد شاهين دور المرشد التربوي في مدارس محافظة رام الله والبيرة الحكومية بين الواقع والمأمول مجلة البحوث و الدراسات الفلسطينية العدد 10 ماي 2009
- 40- مرزوق أحلام (2014) مساهمة الدور التوجيهي و الإرشادي لمستشار التوجيه المدرسي في تعديل العادات الدراسية الخاطئة من وجهة نظر تلاميذ السنة الثالثة ثانوي (دراسة استكشافية ببعض ثانويات مقاطعة نقرت) مذكرة ماستر جامعة ورقلة ص 42
- 41- هدى عابدين حامد الدر دبيري(2010)الحاجات النفسية للتلاميذ المتأخرين دراسياً بمدينة الأبيض وعلاقتها بأساليب المعاملة الوالدية والمستوى الاقتصادي الاجتماعي أطروحة دكتوراه جامعة الخرطوم
- 42- بن سعيد عبد القادر (2013) دور مستشار التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني في بناء المشروع المدرسي و المهني من وجهة نظر التلميذ في المرحلة الثانوية - رسالة ماجستير -جامعة تلمسان
- 43- محمد أحمد شاهين مرجع سبق ذكره
- 44- عامر بن عبد الرحمن قطب (2012) مدى ممارسة المرشد الطلابي لبنود الميثاق الأخلاقي للإرشاد الطلابي بالتعليم العام للبنين بمدينة مكة المكرمة ، وذلك من وجهة نظر المرشدين والمشرفين والمديرين ،رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية جامعة أم القرى المملكة العربية السعودية ص 127

- 45- عروس البحر مخبير - نور الهدى جدي (2014) واقع ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لأخلاقيات مهنة الإرشاد من وجهة نظرهم ومن وجهة نظر المسترشد مذكرة الماستر جامعة الوادي ص 98
- 46 - براهيمية صونية (2006) تأثير الوضعية المهنية على أداء مستشار التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني رسالة ماجستير جامعة منتوري قسنطينة
- 47 - خماد محمد (أ) مرجع سبق ذكره ص 122
- 48- إسماعيل الأعور. محمد سليم خميس واقع الإرشاد التربوي في مؤسسات التعليم الثانوي الملتقى الدولي للإرشاد النفسي دوره وأهميته في تطوير المؤسسات التربوية يومي 19 و 20 جانفي 2009 جامعة ورقلة
- 49- بوساحة فتيحة (2015) أثر الإعلام التربوي على التوجيه المدرسي في مرحلة التعليم الثانوي وجهة نظر مستشار التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني والتلاميذ -دراسة ميدانية على عينة من المستشارين والتلاميذ السنة الثانية ثانوي بالوادي- مذكرة ماستر جامعة الوادي
- 50- ميسون سميرة مرجع سبق ذكره
- 51- خماد محمد (2014) واقع استخدام الاختبارات النفسية في العملية الإرشادية مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية -جامعة الوادي العدد السادس -أفريل ص188
- 52- الزهرة الأسود مرجع سبق ذكره
- 53- محمد أحمد شاهين دور مرجع سبق ذكره
- 54- براهيمية صونية مرجع سبق ذكره- ص 82
- 55- فتيحي أحلام - سميرة حمدي(2015) مساهمة الإعلام المدرسي في تحديد الاختيارات الدراسية والمهنية لدى التلاميذ دراسة ميدانية من وجهة نظر تلاميذ السنة الأولى ثانوي مذكرة ماستر جامعة الوادي
- 56- المنشور رقم : 14/338 المؤرخ في 2014/10/23 المتضمن ترتيبات خاصة بمراحل دراسة التوجيه التدريجي للتلاميذ
- 57- المرجع السابق ذكره
- 58- بوساحة فتيحة (2015) أثر الإعلام التربوي على التوجيه المدرسي في مرحلة التعليم الثانوي وجهة نظر مستشار التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني والتلاميذ -دراسة ميدانية على عينة من المستشارين والتلاميذ السنة الثانية ثانوي بالوادي- مذكرة ماستر جامعة الوادي
- 59- عامر بن عبد الرحمن قطب (2012) مدى ممارسة المرشد الطلابي لبنود الميثاق الأخلاقي للإرشاد الطلابي بالتعليم العام للبنين بمدينة مكة المكرمة ، وذلك من وجهه نظراً المرشدين والمشرفين والمديرين ،رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية جامعة أم القرى المملكة العربية السعودية ص 127
- 60- عروس البحر مخبير - نور الهدى جدي (2014) واقع ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لأخلاقيات مهنة الإرشاد من وجهة نظرهم ومن وجهة نظر المسترشد مذكرة الماستر جامعة الوادي ص 98
- 61- القرار الوزاري رقم 827 مرجع سبق ذكره
- 62- المنشور 219 مرجع سبق ذكره
- 63- المنشور 269 مرجع سبق ذكره
- 64- منشور رقم 344 مرجع سبق ذكره
- 65- ميسون سميرة مرجع سبق ذكره
- 66- سمايلي محمود مرجع سبق ذكره
- 67- زينب كاظم جاسم(2011) مرجع سبق ذكره
- 68- محمد أحمد شاهين مرجع سبق ذكره
- 69- براهيمية صونية مرجع سبق ذكره ص58
- 70- منشور رقم 1993/245 مؤرخ في 04 ديسمبر 1993 إجراءات تنظيمية لنشاط لمستشار التوجيه في الثانويات
- 71- محمد أحمد شاهين مرجع سبق ذكره
- 72- رامي عبدالله طشطوش، رانية عيسى مزاهرة (2012) درجة ممارسة المرشدين التربويين لأخلاقيات مهنة الإرشاد من وجهة نظرهم في ضوء بعض المتغيرات ، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد العشرون، العدد الثاني، ص 581 - ص 623 يونيو 2012 ص 602
- 73- عروس البحر مخبير - نور الهدى جدي (2014) واقع ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لأخلاقيات مهنة الإرشاد من وجهة نظرهم ومن وجهة نظر المسترشد مذكرة الماستر جامعة الوادي ص 98

- 74- عروس البحر مخبير - نور الهدى جدي (2014) واقع ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لأخلاقيات مهنة الإرشاد من وجهة نظرهم ومن وجهة نظر المسترشد مذكرة الماستر جامعة الوادي
- 75 - عبد الرحيم فؤاد علي العاجز (2014) درجة ممارسة المرشدين التربويين بالمدارس الثانوية في محافظات عزة لأخلاقيات المهنة وعلاقتها بالرضا الوظيفي لديهم ، رسالة ماجستير الجامعة الإسلامية بغزة- فلسطين
- 76- عامر بن عبد الرحمن قطب (2012) مدى ممارسة المرشد الطلابي لبنود الميثاق الأخلاقي للإرشاد الطلابي بالتعليم العام للبنين بمدينة مكة المكرمة ، وذلك من وجهه نظراً المرشدين والمشرفين والمديرين ،رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية جامعة أم القرى المملكة العربية السعودية
- 77- رامي عبدالله طشطوش، رانية عيسى مزاهرة (2012) درجة ممارسة المرشدين التربويين لأخلاقيات مهنة الإرشاد من وجهة نظرهم في ضوء بعض المتغيرات ، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد العشرون، العدد الثاني، ص 581 - ص 623 يونيو 2012

المراجع :

1. أحمد حسين اللقاني ،علي الجمل: معجم المصطلحات التربوية في المناهج وطرق التدريس، ط1، دار المعرفة القاهرة،1996،مصر
2. إسماعيل الأعور.محمد سليم خميس واقع الإرشاد التربوي في مؤسسات التعليم الثانوي، الملتقى الدولي الإرشاد النفسي دوره وأهميته في تطوير المؤسسات التربوية يومي 19 و 20 جانفي 2009 جامعة ورقلة
3. براهيمية صونية: تأثير الوضعية المهنية على أداء مستشار التوجيه رسالة ماجستير ،جامعة منتوري قسنطينة ،2006
4. بن سعيد عبد القادر دور مستشار التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني في بناء المشروع المدرسي و المهني من وجهة نظر التلميذ في المرحلة الثانوية ، رسالة ماجستير ،جامعة تلمسان ،2013
5. بوساحة فتيحة: أثر الإعلام التربوي على التوجيه المدرسي في مرحلة التعليم الثانوي وجهة نظر مستشار التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني والتلاميذ ،مذكرة ماستر جامعة الوادي ،2015
6. خمّاد محمد واقع استخدام الاختبارات النفسية في العملية الإرشادية مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية -جامعة الوادي العدد السادس، أبريل 2014
7. رامي عبدالله طشطوش، رانية عيسى مزاهرة : درجة ممارسة المرشدين التربويين لأخلاقيات مهنة الإرشاد من وجهة نظرهم في ضوء بعض المتغيرات ، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد العشرون، العدد الثاني، ص 581 - 623 يونيو 2012
8. رجاء وحيد دويدري: البحث العلمي أساسياته النظرية و ممارسته العملية - ط 2 - دار الفكر المعاصر بيروت - لبنان ،2002
9. الزهرة الأسود :مساهمة الممارسات الإرشادية لمستشار التوجيه المدرسي في إحداث التوافق الدراسي لدى التلاميذ الملتقى، الدولي الإرشاد النفسي دوره وأهميته في تطوير المؤسسات التربوية ،يومي 19 و 20 جانفي 2009، جامعة ورقلة
10. زينب كاظم جاسم: المشكلات التي تواجه عمل المرشد التربوي في المدارس الثانوية في محافظة بابل -مجلة جامعة بابل العلوم الإنسانية، المجلد 19 ، العدد (2) 2011
11. سالم حمود صالح الحراشة: التوجيه والإرشاد : الدليل العملي للمرشدين التربويين والعاملين مع الشباب ط 1 دار الخليج عمان الأردن،2012
12. سعيدة طاطش ،مريامة بريشي: واقع الممارسة الإرشادية في المؤسسات التربوية- التعليمية من وجهة نظر مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني - دراسة استكشافية- (ثانويات ولاية ورقلة نموذجا). الدولي الإرشاد النفسي دوره وأهميته في تطوير المؤسسات التربوية ،يومي 19 و 20 جانفي 2009، جامعة ورقلة
13. صياد نعيمة: واقع المرافقة النفسية التربوية لمعيدي شهادة البكالوريا رسالة ماجستير جامعة عنابة ،2010
14. عامر بن عبد الرحمن قطب: مدى ممارسة المرشد الطلابي لبنود الميثاق الأخلاقي للإرشاد الطلابي بالتعليم العام للبنين بمدينة مكة المكرمة ، وذلك من وجهه نظراً المرشدين والمشرفين والمديرين ،رسالة ماجستير ، جامعة أم القرى المملكة العربية السعودية، 2012

15. عبد الرحيم فؤاد علي العاجز: درجة ممارسة المرشدين التربويين بالمدارس الثانوية في محافظات غزة لأخلاقيات المهنة وعلاقتها بالرضا الوظيفي لديهم ، رسالة ماجستير الجامعة الإسلامية بغزة- فلسطين ، 2014
16. عروس البحر مخبير- نور الهدى جدي واقع ممارسة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني لأخلاقيات مهنة الإرشاد من وجهة نظرهم ومن وجهة نظر المسترشد، مذكرة الماستر جامعة الوادي، 2014
17. عياش حمو: واقع التوجيه المدرسي في ضوء تطبيق إستراتيجية المقاربة بالكفاءات من وجهة نظر مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي دراسة ميدانية بثانويات ولاية - سطيف- رسالة ماجستير جامعة الجزائر 2، 2012
18. فنتيتي أحلام، سميرة حمدي :مساهمة الإعلام المدرسي في تحديد الاختيارات الدراسية والمهنية لدى التلاميذ دراسة ميدانية من وجهة نظر تلاميذ السنة الأولى ثانوي مذكرة ماستر جامعة الوادي، 2015
19. لبنى بن دعيمة: حاجات التلاميذ في مرحلة التعليم الثانوي إلى الخدمات الإرشادية دراسة ميدانية بولاية أم البواقي -رسالة ماجستير جامعة باتنة، 2007
20. محمد أحمد شاهين: دور المرشد التربوي في مدارس محافظة رام الله والبيرة الحكومية بين الواقع والمأمول مجلة البحوث والدراسات الفلسطينية العدد 10 ماي 2009
21. محمد محروس الشناوي :العملية الإرشادية، ط 1، دارغريب للطباعة والنشر والتوزيع القاهرة ،مصر ، 1996
22. مرزوق أحلام:مساهمة الدور التوجيهي والإرشادي لمستشار التوجيه المدرسي في تعديل العادات الدراسية الخاطئة من وجهة نظر تلاميذ السنة الثالثة ثانوي ، مذكرة ماستر جامعة ورقلة ، 2014
23. المرسوم تنفيذي رقم 08 - 315 مؤرخ 11 أكتوبر سنة 2008 يتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالتربية الوطنية
24. مشكلات استخدام الإحصاء في تحليل البيانات للرسائل العلمية والأطروحات -
nauss.edu.sa/Ar/CollegesAndCenters/HighEducationCollege/.../014.pdf
25. المنشور 219 المؤرخ في 18 سبتمبر 1991 و المتعلق بتعيين مستشاري التوجيه في الثانويات
26. المنشور إطار رقم : 1156 مؤرخ في : 05 ماي 2014 يتعلق بتحضير الدخول المدرسي 2014/2015.
27. المنشور إطار رقم : 880 مؤرخ في : 09 ماي 2016 يتعلق بتحضير الدخول المدرسي 2016/2017
28. المنشور رقم : 14/338 المؤرخ في 2014/10/23 المتضمن ترتيبات خاصة بمراحل دراسة التوجيه التدريجي للتلاميذ
29. المنشور رقم 1993/245 مؤرخ في 04 ديسمبر 1993 إجراءات تنظيمية لنشاط لمستشار التوجيه في الثانويات
30. الميثاق الأخلاقي للتوجيه والإرشاد في مدارس وزارة التربية والتعليم ، قسم التوجيه والإرشاد بالإدارة العامة للتربية والتعليم حائل المملكة العربية السعودية
31. ميسون سميرة :معوقات الممارسة الإرشادية داخل المؤسسات التعليمية، الملتقى الدولي الإرشاد النفسي دوره وأهميته في تطوير المؤسسات التربوية يومي 19 و 20 جانفي 2009 جامعة ورقلة
32. نعيمة المهدي أبوشاقور: ممارسة المرشدين التربويين لأخلاقيات مهنة التوجيه والإرشاد النفسي التربوي الملتقى الدولي لبرامج التوجيه والإرشاد النفسي والتربوي 04 و 05 ماي 2014 جامعة بسكرة، 2014
33. هدى عابدين حامد الدرديري:الحاجات النفسية للتلاميذ المتأخرين دراسياً بمدينة الأبيض وعلاقتها بأساليب المعاملة الوالدية والمستوى الاقتصادي الاجتماعي أطروحة دكتوراه جامعة الخرطوم، 2010
34. وزارة التربية الوطنية (2015) ميثاق أخلاقيات قطاع التربية الوطنية مؤرخ في 29 نوفمبر 2015

واقع تجسيد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في الدول المتقدمة

دراسة مقارنة بين الاتحاد الأوروبي و الولايات المتحدة

من اعداد

أ . عموري فادية

طالبة سنة أولى دكتوراه

جامعة الوادي

د . بحيج خيرة

دكتوراه و عضوة في مخبر بوادكس

جامعة مستغانم

مقدمة :

تعتبر المسؤولية الاجتماعية من أهم الركائز الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسات الدولية عند بناء استراتيجياتها و هذا للاستجابة للتغيرات الاقتصادية و البيئية بمختلف أشكالها و التعايش مع التغيرات على المستوى الاقتصادي أو السياسي أو الثقافي دون أن ننسى الاجتماعي ، التي أفرزته مجموعة من الأفكار منها فكرة العولمة و ما جلبته من تحرر التجارة الدولية و ضرورة إثبات وقعها في السوق ، بالإضافة إلى ما خلفته وما كان وراء الأزمة المالية العالمية منها انهيار مجموعة من المؤسسات مع ضياع حقوق أصحاب المصلحة . بذلك أصبحت المسؤولية الاجتماعية عائقا غير جمركيا على المؤسسات التآقلم به أمام التجارة.نتيجة لكل ما سبق أصبح تطبيق المسؤولية الاجتماعية شيء ايجابي وضروري في المؤسسة له مخلفاته و فوائده لجميع الذين لهم علاقة بنشاط المؤسسة داخليا أو خارجيا ، إلى أن عرف هذا المفهوم انتشارا في مؤسسات الدول الأوروبية و الدول الأمريكية بدرجات متفاوتة على غرار الدول النامية حيث البعض يرجع السبب في ذلك هي كبر حجم المؤسسات و منها كبر حجم رأسها المالي .

من خلال هذا البحث سنعرض أسباب التفاوت في تطبيق المسؤولية الاجتماعية بين الولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي من خلال ثلاث محاور رئيسية ، المحور الأول يعرض لنا الأبعاد النظرية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية و المحور الثاني سنعرض فيه آليات تجسيد المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية والمحور الثالث و الأخير نعرض فيه واقع تجسيد المسؤولية الاجتماعية في الدول المتقدمة .

المحور الأول : الأبعاد النظرية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

تعتبر المسؤولية الاجتماعية كفكرة قديمة نوعا ما ،ظهرت نتيجة الممارسات اللأخلاقية لرجال الأعمال، والتشريع الإسلامي كان سباقا لفكرة إدماج معايير المسؤولية الاجتماعية في نشاطات المؤسسة و كانت تعرف بصيغة احترام حقوق الغير. و مصطلح المسؤولية الاجتماعية يرتكز على أسس الإدلاء بالبيانات النظرية

القديمة جدا، وممارستها تختلف بين المؤسسات. حيث عرف هذا المصطلح عدة مفاهيم ربما اختلفت في معناها، نظرا لكونه مصطلحا اجتماعيا يعرف عدة معاني، مما يكسبه بعض الغموض الذي يصعب تحديد المعنى الحقيقي له، و خاصة أن المؤسسة تنشط من أجل تحقيق الرفاهية للمجتمع، و في نفس الوقت فإنها تعرف بأنها هيكل اقتصادي يتكون من مجموعة من القوى البشرية أي أنها كيان يتكون من مجتمع داخلي و خارجي، حيث أن مصطلح "المسؤولية" جذوره قانونية و هو كلمة لاتينية تعود جذورها إلى العقد اليوناني، و تعني وعد رسمي بهذا الالتزام.¹

إلا أننا و لتوضيح المعنى الأقرب لهذا المصطلح وفقا لدراستنا اقترحنا بعض التعاريف التي يمكن إدراجها فيما يلي :

عرف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسؤولية الاجتماعية على أنها " الإلتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقيا و المساهمة في تحقيق التنمية المستدامة و العمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة و عائلاتهم ، إضافة إلى المجتمع المحلي و المجتمع ككل ². " نجد أن هذا التعريف لم يحدد أي مجتمع تلتزم به المؤسسة و منه يمكن اعتباره تعريفا شاملا، ومنه تهيئة أنشطة المؤسسة لحماية و خدمة المجتمع الداخلي و الخارجي .

إلا أنه هناك تعاريف أكدت على أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية وجد من أجل تحقيق التنمية الشاملة وهذا ما جاء في تعريف البنك الدولي حيث يعرفها : " بأنها إلتزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم و عائلاتهم و المجتمع المحلي و المجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة و يخدم التنمية في آن واحد³ ، إلا أن هذا التعريف لم يشمل مجمل الأنشطة بل حددها بالأنشطة التجارية دون النظر في الأنشطة الأخرى ، و أيضا نجد أن هذا التعريف يرتبط بمفهوم التنمية المستدامة حيث تتصرف المؤسسة بشكل أخلاقي لحماية الأجيال القادمة دون إلحاق الضرر بالمجتمع الذي تنشط من أجله .

أما التعريف التسويقي للمسؤولية الاجتماعية كما جاء في مفهوم Kotler⁴ et Armstrong فإنه :

" الاختلاف عن المجالات الأخرى في التسويق ذات الصلة بالأهداف التي يسعى إليها المسوق أو المؤسسة و كونه يبحث عن التأثير المتحقق في السلوك الاجتماعي و ليس عن المنافع التي يحصل عليها المسوق، و أن تكون تلك المنافع منصببة نحو المجتمع بشكل عام ⁵. " ما يعني قبول المسوقين للالتزامات التي يضعونها على أنفسهم آخذين بعين الاعتبار تحقيق الأرباح و رضا المستهلك في نفس الوقت، و رفاهية المجتمع بما يتكافأ مع مستوى الأداء المحقق المؤسسة، و في هذا التعريف يمكن أن نجد الهدف الأول الذي وجدت من أجله المسؤولية الاجتماعية ، و تبعا لنشاط المؤسسة و الذي تسعى من خلاله إلى تحقيق أقصى ربح

و غزو الأسواق و تحقيق أكبر حصة سوقية بغض النظر عن الطريقة التي ألحقت عدة أضرار على المستوى الجزئي و الذي نعني به المجتمع الداخلي و الأفراد الذين تنشط من أجلهم و الذين بينهم مصلحة مشتركة دون إهمال الأضرار القانونية كالغش في البضائع و الحيل التسويقية و عدم النزاهة في التوظيف و غيرها ، مما أدى إلى ظهور مؤسسات تهدف إلى حماية المستهلك.

كما أنه قد تم تعريف المسؤولية الاجتماعية بإطارها العام على أنها " مجموعة من الالتزامات التي تتبناها المنظمة لحماية المجتمع و تعزيز المحتوى الاجتماعي في أنشطتها " ⁶ على غرار اللجنة الأوروبية التي تعرف المسؤولية الاجتماعية على أنها " المفهوم الذي يمكن من خلاله الشركات دمج الشواغل الاجتماعية و البيئية في عملياتها التجارية و في تفاعلها مع أصحاب المصلحة على أساس طوعي." ⁷ هنا نجد أنفسنا أمام تساؤل جوهري هل المسؤولية الاجتماعية هي مسؤولية أم هي أداء اجتماعي؟ في حين نجد أن رجال التسويق يفضلون مصطلح المسؤولية بما أنها مسؤولة عن مزاوله أنشطتها دون إلحاق الأضرار بالبيئة، و مسؤولة عن تصريف المخلفات الإنتاجية بصفة عقلانية و تسويق منتجاتها بما يعود بالفائدة لكلا الطرفين المستهلك و المؤسسة دون أن تتصادم مع العوائد و الأرباح، أما رجال الإدارة فيفضلون عموما مفهوم الأداء الاجتماعي بعيدا عن مفهوم المسؤولية لأنها تقوم طوعيا بتخصيص جزء من أموال المؤسسة لبعض الأنشطة الاجتماعية . يرى Carroll (1979-1991) أنه وعلى الرغم من أن الفئات الأربع موجودة في وقت واحد في عالم الأعمال، و على الرغم من أن العمل قد يسعى إلى تحقيق أهدافها سواء على الصعيد الاقتصادي ، القانوني ، الأخلاقي أو التقديري ، إلا أن التاريخ الاقتصادي يظهر لنا أن البعد الاقتصادي هو الذي يحظى بالإهتمام من قبل المؤسسات ثم يليه البعد القانوني و تليه الجوانب الأخلاقية التي لم يعطى لها أهمية بالغة . في عام 1991 أعد Carroll لنموذجه الأصلي و أنشأ مفاهيم جديدة للمسؤولية الاجتماعية في مستويات مختلفة ، حيث أصبحت المسؤولية الاقتصادية أساس المسؤولية ، تليها القانونية ، ثم تأتي الأخلاقية و في الأخير الخيرية .

الشكل رقم 01 : هرم carroll للمسؤولية الاجتماعية 1991



Source : Michel CAPRON ,Françoise quairel-lanoizelee, **la responsabilité - social d'entreprise** , la découverte , paris , p39

المسؤولية الاقتصادية :

وقال carroll (1979-1991) الغرض من العمل هو توفير المنتجات و الخدمات لتلبية الطلب على السلع الاستهلاكية، و في هذا السياق يكون دور رجال الأعمال في المقام الأول دورا اقتصاديا لإرضاء المستهلكين من خلال تقديم لهم المنتجات و الخدمات التي يحتاجون إليها و تحقيق الربح لاستدامة أعمال المؤسسة مما يؤدي إلى زيادة الاستثمارات و بالتالي يمكنها الدفع لمورديها و موظفيها و هو أول مسؤولياتها . بحيث إذا كانت المؤسسة لا تحقق الأرباح فهذا معناه أن المساهمين لا يمكن لهم الحصول على أي عائد من استثماراتهم في حال أن المؤسسة غير قادرة على المنافسة نتيجة عدم خلقها لأي قيمة نظرا لإمتلاكها إدارة غير فعالة و عدم وجود الابتكار، مما يمنع المؤسسة من الانخراط في الأنشطة الخيرية أو متابعة الأهداف الاجتماعية الأساسية ، فالمسؤولية الاقتصادية للمؤسسة مرتبطة باحتياجات مختلف أصحاب المصلحة في المؤسسة سواء المساهمين الذين يرغبون في الحصول على توزيعات الأرباح أو إعادة استثمارها، أو الموظفين الذين يرغبون في الحصول على وظائف مستقرة و جيدة الأجر، أو المستهلكين الذين يرغبون في الحصول على منتجات ذات جودة عالية و على خدمات ما بعد البيع، أو الزيادة في إيرادات الدولة نتيجة الدفعات المتصلة بالأعمال التجارية للشركة، و بالتالي استنتج carroll 1991 أن المؤسسة أولا عليها أن تلتزم بالمسؤولية الاقتصادية.

المسؤولية القانونية :

نعني بالمسؤولية القانونية أن تعمل المؤسسة وفق القانون ، إذ أن سيادة القانون أمراً أساسياً عندما يتعلق الأمر بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة لأن القوانين عبارة عن عملية تدوين للقيم الأخلاقية التي تكون موجودة في المجتمع، و من هنا فإن المؤسسة تتوقع مواصلة تحقيق أهدافها الاقتصادية في ظل الإطار القانوني المؤسسي على أن تتوافق مع الخطوط العريضة التي بنيت من أجلها المؤسسة، و تجدر هنا الإشارة إلى أن القانون يحاول رسم حدود ما هو مقبول و لكن لا يعرف ما هو أخلاقي و هذا هو السبب في كون المسؤولية هي مسؤولية قانونية، فضلا عن المسؤولية الاقتصادية التي وجب على المؤسسة تحقيقها .

المسؤولية الاخلاقية :

ووفقا ل 1991carroll المسؤولية الأخلاقية تتطلب من المؤسسات أن تقوم بما تجده جيدا و عادلا و نزيها حتى و إن لم تكن مقيدة بالقانون، و هذه هي الاجراءات التي يتوقعها أصحاب المصلحة من المؤسسة حتى لو لم يكن ذلك مطلوبا من قبل القانون، إذ أنها مرتبطة بنظرتهم إليها و موافقتهم عليها ، كما أن بيئة المنظمة الأخلاقية يمارسها أصحاب المصلحة من خلال إتخاذ القرارات، لذلك عليهم أن يهتموا بالمعايير القانونية لأن انحرافهم عنها يؤدي إلى عدم رضا الزبون و انعدام الثقة و تعطيل العمليات التبادلية للمؤسسة، فضلا عن ذلك يجب إدراك المؤسسات لحقيقة أن ما هو قانوني ليس بالضرورة أخلاقي و ما هو أخلاقي ليس بالضرورة قانوني.⁸

المسؤولية الخيرية :

في قمة هرم 1991carroll نجد آخر مستوى من المسؤولية الاجتماعية، و هي المسؤولية الخيرية إذ أننا و من خلال قراءتنا للكلمة نستنتج أن أساسها هو العمل الخيري (philanthropiques) ، و العمل الخيري هو المذهب الذي يركز على فعل الخير للأفراد و الإنسانية ككل، حيث أن تحسين وضع أشخاص آخرين دون انتظار الدفع أو المكافأة و هذا ما نلمسه ضمن أبعاد المسؤولية الاجتماعية. تعتبر كافة الإجراءات التي وضعتها المؤسسة لتحسين ظروف عمل الموظفين و القيام بالأنشطة لفائدة المجتمع كالمشاركة في الجمعيات الخيرية، و تدعيم برامج تأهيل السجناء و غيرها، فهذه المسؤولية تعتبر أقل أهمية من الفئات الثلاث الأخرى من المسؤولية الاجتماعية و لكنها في الواقع الأكثر طلبا و إلحاحا من قبل المجتمع.

المحور الثاني : آليات تجسيد المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية

إن تطبيق استراتيجية المسؤولية الاجتماعية لم يعد أمراً عشوائياً يقتصر على ما تقدمه المؤسسة من تبرعات ومساهمات خيرية من الحين إلى الآخر، بل أصبح أمراً مخططاً له بما يتناسب مع رؤية المؤسسة و الأهداف

المسطرة مسبقا. اذ تمس المسؤولية الاجتماعية عدة قضايا منها ما يتعلق بالجانب الوظيفي و منها ما يتعلق بالجانب الإنساني، على المؤسسة أن تأخذ عدة أنواع من الاستراتيجيات لتتناسب رسالتها مع قضايا المسؤولية الاجتماعية.

يمكن تصنيف الأنشطة ذات الاستجابة الاجتماعية وفقا لأسس مختلف، أبرزها ذلك التصنيف ذو الأبعاد الثمانية و الذي يشمل:

أ. المسؤولية الاجتماعية في الممارسات التسويقية :

و مثال ذلك أن تتحرى المؤسسة الصدق و الأمانة في الإعلانات الخاصة بمنتجاتها، و أن توجه العملاء لشراء المنتجات الملائمة لاحتياجاتهم، و ألا تحاول استغلال تلك الحاجة كمبرر لرفع الأسعار .

ب. المسؤولية في الممارسات ذات العلاقة بالمنتج:

و مثال ذلك أن تتسم عمليات تصنيع المنتج بضمان الأمان و الاعتمادية و مستويات الجودة المتوقعة و سهولة استخدام المنتج.

ج. المسؤولية عن تعليم و تدريب العاملين :

فالأنشطة المسؤولة اجتماعيا يمكن أن تتضمن المحاولات المخططة للمؤسسة لإثبات وجودها في مجال تنمية مهارات العاملين و تحسين قدراتهم على الأداء الجيد لمهام وظائفهم و تحسين فرص تقدمهم الوظيفي .

د. المسؤولية عن البيئة و تنميتها و الحفاظ عليها :

و يبرز ذلك من تلوث البيئة و استنزاف الموارد الطبيعية أو إعادة استخدام الفاقد في العمليات الإنتاجية.

هـ. التصرفات التي تستهدف تنمية العلاقات مع العاملين و زيادة مزايا العمل و تحقيق الرضا عن بيئة العمل :

و قد تشتمل هذه التصرفات برامج تنمية العلاقات الاجتماعية و المشاركة في إتخاذ القرارات و تحسين مزايا العمل مثل الرعاية الصحية و التسلية و الأنشطة الترفيهية... الخ.

و. التصرفات التي تستهدف رفع مساهمة المرأة في قوة العمل أو توظيف الأقليات :

مثال ذلك التمييز بين الأفراد المؤهلين لشغل الوظائف وفقا للنوع أو الدين أو اللون أو الأصول العرقية

... الخ.

ز. تدعيم الأمان و المناخ الصحي و السلامة المهنية :

و يتم ذلك من خلال التصرفات التي تجعل من بيئة العمل مكانا آمنا من المخاطر الصحية و المهنية

بالإضافة إلى النظافة و توفير سبل الراحة .

ح. ممارسات تصرفات أخرى :

تعكس الحساسية تجاه قضايا و مشكلات المجتمع و الرغبة في تطويره مثل المشاركة في الأعمال الخيرية و التبرعات و المساهمة في أنشطة جمعيات النفع العام و تطوير المجتمع المحلي .
هذا النهج لدمج المسؤولية الاجتماعية في المنظمات يمكن أن يؤدي إلى ثلاث مراحل رئيسية:

✓ جرد مما يؤدي إلى تحديد الأولويات؛

✓ نشر؛

✓ المساءلة.

وينبغي أن تستند هذه الخطوات الثلاث على الحوار مع أصحاب المصلحة من أجل جعل الضمانات وفعالية النهج ذات الصلة و ضمان مصداقية المتوقعة.

1. الخطوة الأولى هي إجراء جرد لحالة تنظيم ضغط:

تتمثل الخطوة الأولى في إجراء الجرد حيث الهدف منه هو: ⁹

✓ تحديد نطاق النهج والخطوط العريضة للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة ، بما في ذلك منطقة نفوذها؛

✓ تحديد توقعات أصحاب المصلحة في المؤسسة ؛ تحديد أهميتها وأهمية المناطق.

هذا المخزون المعرفي يمكن المؤسسة من تحديد النقاط الحرجة التي يجب أن تلتزم بها المؤسسة، وهذا

هو النهج الذي يجب أن تتبعه إلى مرحلة البناء التي تسمح لتحديد الالتزامات التي يتعين اتخاذها لتغطية تأثير أنشطتها وقراراتها.

2. الخطوة الثانية تقدم توصيات من أجل نشر أولويات السياسات والالتزامات.

و نجد منها العناصر الكلاسيكية للإدارة، والتي تهدف في المقام الأول لدعم المنظمة في التغيير نحو

سلوك أكثر مسؤولية. ويكون هذا التغيير في جميع مستويات استراتيجية المؤسسة، من خلال الإدارة والفرق التشغيلية. للقيام بذلك، ISO 26000 توصي: ¹⁰

✓ تحديد الخطوط العريضة؛

✓ إعادة النظر في القيم، وذلك باستخدام مبادئ RS؛

✓ وضع سياسة؛

✓ رفض أهداف المبادئ التوجيهية وخطط العمل؛

✓ التكامل؛

✓ تنفيذ خطط العمل،

✓ بما في ذلك ممارسة النفوذ؛

✓ عملية وإجراءات التحديث؛

✓ تثقيف وتطوير المهارات في المنزل؛

✓ رفع الوعي على المسؤولية الاجتماعية ؛

✓ التدريب على مهارات جديدة (الفنية والإدارية)؛

✓ التحسين المستمر - مؤشر الرصد، - الأداء بالمسؤولية الاجتماعية.

3. المرحلة الثالثة وتهدف إلى تلبية مبادئ المساءلة والشفافية.

في الواقع ليس فقط على مستوى التواصل فقط ولكن يجب تقديم تقريراً إلى مختلف الجهات المعنية من أجل وضع أساس للحوار، واحترام مبادئ الاتصال الجيد و الدقيق، و التي يمكن الوصول إليها وتحديثها وأن لا تكون مضللة.¹¹ يجب أن توجه هذه الاتصالات على حد سواء لأصحاب المصالح الداخلية والخارجية وتقديم تقرير عن الآثار المترتبة عن قرارات وأنشطة المنظمة، توقعات أصحاب المصلحة، والالتزامات ونطاق إنجازات المسؤولية الاجتماعية. و تأخذ المسؤولية الاجتماعية لمنظمة الأعمال واحداً أو أكثر من التوجهات التالية:¹²

✓ التوجه نحو تدريب أفراد المؤسسة و العناية بهم ؛

✓ استثمار و تطوير الخبرات المختلفة لجميع العاملين في المؤسسة مهما اختلفت توجهاتهم ؛

✓ التعامل مع القضايا الحضرارية لصالح الجميع ؛

✓ العمل على تطوير المهارات الإدارية ؛

✓ الحرص و العناية في إشباع تطلعات القيم و العادات و التقاليد السائدة؛

✓ حيازة موقع متقدم و متميز لخدمة المصالح العامة؛

✓ المساهمة في الأنشطة ذات النفع العام ؛

✓ تشجيع و رعاية الجهات التي تهتم بتقديم خدمات طوعية؛

✓ صياغة بقاء و ديمومة في ضوء طموحات أصحاب المصالح تجاهها؛

✓ العناية بالمواد المنظمة جميعها دون استثناء .

المحور الثالث : واقع تجسيد المسؤولية الاجتماعية في الدول المتقدمة

الجدول 01: أفضل عشرة منظمات رائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية على المستوى الدولي لسنة

2015.

الرقم	المؤسسة	البلد
1	google	المتحدة الامريكية
2	BMW	المانيا
3	The walt disney	الولايات المتحدة
4	Microsoft	الولايات المتحدة
5	daimler	المانيا
6	Lego	دانمارك
7	Appel	الولايات المتحدة
8	Intel	الولايات المتحدة
9	Rolls-royce	بريطانيا

10	rolex	سويسرا
11	General Electric	الولايات المتحدة

المرجع : عمار طهرات، مولاي خليل ، الابعاد العملية للمنظمات في مجال المسؤولية الاجتماعية ، دورها في تحقيق التنمية المستدامة ، نماذج لتجارب دولية ، مداخلة في مؤتمر دولي الثالث عشر حول : دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات المتوسطة و الصغيرة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة - الواقع و الرهانات . شلف ، 15/14/ نوفمبر 2016.

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه يتبين أن الولايات المتحدة تسجل أعلى نسبة في عدد المؤسسات المتبنية استراتيجية مبنية على المسؤولية الاجتماعية على خلاف الدول الأوروبية .حيث نجد أن اكبر الشركات الناشطة في السوق و المجسدة لمبادئ المسؤولية الاجتماعية هي مؤسسات أمريكية و هذا راجع للقوانين و التنظيمات المعمول بها في هذه الدول و هذا ما سنعرضه فيما يلي:

I. المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية :

سنعرض فيما يلي أهم منظمة تابعة للولايات المتحدة و دورها في نشر المسؤولية الاجتماعية :

I. الأمم المتحدة ودورها في نشر المسؤولية الاجتماعية

تنظر منظمة الأمم المتحدة إلى المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، على أنها توسع لمفهوم المواطنة و هذا باستخدام عبارة " تحلي الشركات بروح المواطنة العالمية"، التي تغطي كلا من حقوق ومسؤوليات المؤسسات عبر الوطنية في السياق الدولي. وبإمكان المؤسسات عبر الوطنية أن تظهر تحليها بروح المواطنة الصالحة عن طريق اعتناق واستصدار عدد من القيم والمبادئ المتفق عليها عالمياً في الممارسات الفردية للمؤسسات وفي دعم السياسات العامة الملائمة على السواء إما في مجالات حقوق الإنسان، وفي تحسين ظروف العمل وحماية البيئة. في استجابة منها للأهمية المتعظمة للمسؤولية الاجتماعية بادرت الأمم المتحدة إلى إطلاق مشروعها الذي يحمل اسم "الميثاق العالمي" والذي تم تنفيذه في مقر الأمم المتحدة بنيويورك عام 2002، حيث يسعى هذا الاتفاق من خلال العمل الجماعي على تعزيز الممارسات الاجتماعية، إذ تساهم المنظمات بالشراكة مع أطراف اجتماعية أخرى في قيام اقتصاد عالمي أكثر استدامة وشمولية.

أ- الاتفاق العالمي للأمم المتحدة

الأمم المتحدة و من خلال خلقها للاتفاق العالمي فقد أبرزت توجهها نحو نشر المسؤولية الاجتماعية، فالاتفاق العالمي ليس مجرد اتفاق يطوى صفحاته بل وجد للتعريف بالمسؤولية الاجتماعية ضمن مبادئ محددة.

• تعريف الاتفاق العالمي للأمم المتحدة

تم إنشاء الاتفاق العالمي للأمم المتحدة بمبادرة كوفي عنان الأمين العام للأمم المتحدة يوم 26 جوان 2000 في مقر المنظمة بنيويورك¹³ . الاتفاق العالمي للأمم المتحدة هو المبادرة الطوعية العالمية الرائدة لتحميل المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية، التي تتناول أيضاً الأعمال التجارية وحقوق الإنسان. وقد استُهل بمبادرة

أطلقها الأمين العام للأمم المتحدة في عام 2000 بهدف دفع قادة الأعمال التجارية إلى القيام طواعية، داخل مجالات عمل شركاتهم، بتعزيز وتطبيق تسعة مبادئ (عشرة مبادئ الآن) متعلقة بحقوق الإنسان، ومعايير العمل، والبيئة، ومكافحة الفساد. وفي الوقت الحاضر، وقعت عدة آلاف من المؤسسات على الاتفاق العالمي، الكثير منها مؤسسات عبر وطنية كبرى، من جميع القارات.¹⁴

ويسعى الميثاق العالمي إلى جعل هذه المبادئ جزءا من استراتيجية المنظمة وأنشطتها أي أن تصبح ممارسة يومية لهذه المؤسسة ومكونا أساسيا في ثقافتها، والميثاق العالمي ليس له صفة ملزمة ولا تسنده قوة إلزامية، ولا توجد عقوبة على الأطراف التي لا تلتزم به، لكن من المفترض أن هناك نوعا من الالتزام الأدبي من طرف منظمات الأعمال، إذ أن هذا الأخير له وجهان، الأول أخلاقي بالضرورة ذلك أن احترام حقوق العاملين والحفاظ على البيئة هي في النهاية مبادئ تحترم لذاتها وهنا يقتصر الأمر على المسؤولية الأخلاقية، والوجه الثاني هو المنطق النفعي بمعنى أن تنفيذ المنظمات لهذه المبادئ له مردود أو عائد قد يكون آجلا أو عاجلا.

• المبادئ العشر للميثاق العالمي للأمم المتحدة

تبدأ استدامة المؤسسات مع نظام القيمة للمؤسسة ونهج مبدئي لممارسة الأعمال التجارية. وهذا يعني تعمل بطرق، كحد أدنى لتلبية المسؤوليات الأساسية في مجالات حقوق الإنسان والعمل والبيئة ومكافحة الفساد. المؤسسات المسؤولة تسن نفس القيم والمبادئ أينما يكون لها وجود، ونعلم أن الممارسات الجيدة في مجال واحد لا تعوض الضرر في بلد آخر. عن طريق إدماج مبادئ الميثاق العالمي في الاستراتيجيات والسياسات والإجراءات، وإرساء ثقافة النزاهة، و المؤسسات التي لا تنصر مسؤولياتها الأساسية للناس والكوكب، لكن الإعداد أيضا مرحلة للنجاح على المدى الطويل.

تستمد عشرة مبادئ الميثاق العالمي للأمم المتحدة من: الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، وإعلان منظمة العمل الدولية بشأن المبادئ والحقوق الأساسية في العمل، وإعلان ريو بشأن البيئة والتنمية، واتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد.¹⁵

✓ حقوق الإنسان

احترام و دعم حقوق الإنسان لا تزال من أكثر العناصر التي تحدد و تؤثر في استدامة المؤسسة، لأن اليوم المؤسسات تنشط في عالم مترابط و أكثر تدقيقا لتأثير المؤسسات على المجتمعات، فهناك مؤسسات وجدت لتحقيق احترامها للقانون و التزامها بأخلاقية نشاطها و علاقتها التجارية .
فمن خلال الميثاق العالمي للأمم المتحدة فيعتبر الحد الأدنى للالتزام المؤسسات تجاه حقول الإنسان، و يتعين عليها العمل بشكل طوعي لدعم التنمية الاجتماعية ، مثل إنشاء أماكن متنوعة للعمل ، الاستثمار في المجتمعات و دعم السياسة العامة ، إشراك أصحاب المصلحة .

الاتفاق العالمي وجد لتوضيح و مساعدة المؤسسات للتوجه إلى استدامة أعمالهم من خلال توجيههم من خلال الوثائق التوجيهية ، و ندوات و المنتديات ، للمبادرات الخاصة بحقوق الإنسان . النساء . الأطفال و الأشخاص ذوي الإعاقة . إذ أن ابرز حقوق الإنسان تحت مبادئ تم توضيحها فيمايلي :

المبدأ 1: يتعين على المؤسسات التجارية دعم واحترام حماية حقوق الإنسان المعلنة دولياً؛

المبدأ 2: تؤكد من أنها ليست ضالعة في انتهاكات لحقوق الإنسان.

✓ العمل

المبدأ 3: يتعين على المؤسسات التجارية احترام حرية تكوين الجمعيات والاعتراف الفعلي بحق المفاوضة

الجماعية؛

المبدأ 4: القضاء على جميع أشكال العمل القسري والإجباري؛.

المبدأ 5: القضاء الفعلي على عمل الأطفال؛

المبدأ 6: القضاء على التمييز في الاستخدام والمهنة.

✓ بيئة

المبدأ 7: ينبغي أن تدعم نهج وقائي لمواجهة التحديات البيئية؛

المبدأ 8: اتخاذ مبادرات لتعزيز المسؤولية البيئية؛

المبدأ 9: تشجيع تطوير ونشر التكنولوجيات الصديقة للبيئة.

✓ مكافحة الفساد

المبدأ 10: يتعين على المؤسسات التجارية تعمل على مكافحة الفساد بجميع أشكاله، بما فيها الابتزاز

والرشوة¹⁶.

إذ طرح الميثاق العالمي عشر مبادئ أساسية: اثنان منها يتعلقان بحقوق الإنسان، حيث يطلب الميثاق من المنظمات دعم هذه الحقوق واحترامها في نطاق تأثيرها وعدم ضلوعها في أي انتهاكات لها، وأربعة منها تتعلق بقوانين العمل وتمثل في احترام الحرية النقابية للعمال، حقهم في التفاوض الجماعي، محاربة العمل الجبري أو القسري، محاربة عمالة الأطفال ومحاربة التمييز في العمل على أساس الجنس أو اللون أو الدين، بما يعني تشجيع المساواة، وثلاثة منها تتعلق بالبيئة وتمثل في انتهاج سلوك بناء فيما يتعلق بالتحديات التي تواجه البيئة والاضطرار في مبادرات لتشجيع المسؤولية اتجاه البيئة ثم تطوير تكنولوجيا صديقة للبيئة؛ أما المبدأ العاشر والأخير فيتعلق بالالتزام بمقاومة جميع أصناف الفساد في المعاملات الاقتصادية¹⁷.

ويسعى الميثاق العالمي إلى جعل هذه المبادئ جزءاً من استراتيجية المنظمة وأنشطتها أي أن تصبح

ممارسة يومية لهذه المنظمة ومكوناً أساسياً في ثقافته، والميثاق العالمي ليس له صفة ملزمة ولا تسنده قوة

الزامية، ولا توجد عقوبة على الأطراف التي لا تلتزم به، لكن من المفترض أن هناك نوعاً من الالتزام الأدبي من طرف منظمات الأعمال، إذ أن هذا الأخير له وجهان، الأول أخلاقي بالضرورة ذلك أن احترام حقوق العاملين والحفاظ على البيئة هي في النهاية مبادئ تحترم لذاتها وهنا يقتصر الأمر على المسؤولية الأخلاقية، والوجه الثاني هو المنطق النفعي بمعنى أن تنفيذ المنظمات لهذه المبادئ له مردود أو عائد قد يكون آجلاً أو عاجلاً.

II. المسؤولية الاجتماعية في الاتحاد الأوروبي

نظر الاتحاد الأوروبي للمسؤولية الاجتماعية على أن: "المسؤولية الاجتماعية لرأس المال هو مفهوم تقوم الشركات بمقتضاه بتضمين اعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالها وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح على نحو تطوعي ويركز الاتحاد الأوروبي على فكرة أن المسؤولية الاجتماعية مفهوم تطوعي لا يستلزم سن القوانين أو وضع قواعد محددة تلتزم بها الشركات للقيام بمسئوليتها تجاه المجتمع."

أ - المراحل الأساسية لتطبيق المسؤولية الاجتماعية في الاتحاد الأوروبي

لقد تم الاهتمام بموضوع المسؤولية الاجتماعية بعدة مراحل يمكن توضيحها فيما يلي¹⁸:

1995 : رئيس المفوضية الأوروبية "جاك ديلور" ومجموعة من الشركات الأوروبية إطلاق البيان من الشركات ضد الإقصاء الاجتماعي.

مارس 2000: المجلس الأوروبي في لشبونة تعيين الهدف الاستراتيجي الذي يهدف إلى جعل أوروبا الاقتصاد الأكثر تنافسية في العالم على أساس المعرفة الديناميكية بحلول عام 2010. ولأول مرة، مجلس معالجة الاتحاد الأوروبي وجه نداء خاص لحساسية العمل إلى المسؤوليات الاجتماعية للمؤسسات فيما يتعلق بأفضل الممارسات في مجال التعلم لمدى الحياة، وتنظيم العمل، وتكافؤ الفرص، الاندماج الاجتماعي والتنمية المستدامة. **يونيو 2000**: تبنى الاتحاد الأوروبي في جدول أعمال السياسة الاجتماعية، مما يؤكد على أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات في التكيف مع ظروف العمل في الاقتصاد الجديد.

مارس 2001: يرحب المجلس الأوروبي ستوكهولم أي مبادرة تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات ويتطلب تبادل وجهات النظر حول الورقة الخضراء المقبلة.

جويلية 2001: المفوضية الأوروبية نشرت ورقة خضراء على تعزيز الإطار الأوروبي للمسؤولية الاجتماعية .

جويلية 2001: رسالة من اللجنة الأوروبية لتعزيز معايير العمل الأساسية.

أكتوبر 2001: اعتمدت اللجنة التنفيذية لاتحاد نقابات العمال الأوروبية (ETUC) سياسة شاملة بشأن المسؤولية الاجتماعية للشركات.

يوليو 2002: جاءت المشاورات تحت عنوان المسؤولية الاجتماعية للشركات : مساهمة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في التنمية المستدامة ، توصل الاجتماع لإيجاد تعريف أوروبي موحد حول المسؤولية الاجتماعية ،

وجدت اللجنة أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات لها ارتباط وثيق بمفهوم التنمية المستدامة و التي توجد على الشركات أن تدمج الآثار الاقتصادية و الاجتماعية والبيئية في عملياتها¹⁹.

أكتوبر 2002: المفوضية الأوروبية تخلق المنتدى الأوروبي لجميع الأطراف المشاركة في المسؤولية الاجتماعية للشركات (منتدى المسؤولية الاجتماعية) لتبادل الممارسات الجيدة وتقييم مبادئ التوجيهية المشتركة.

جوان 2004: واعتمدت اللجنة التنفيذية لاتحاد نقابات العمال الأوروبي قرارا بإنشاء مجموعة من الأولويات لتطوير المسؤولية الاجتماعية للشركات في أوروبا.

09 جوان 2004: قدم المنتدى المسؤولية الاجتماعية تقريرها إلى المفوضية الأوروبية.

14 جوان 2005: مؤتمر المفوضية الأوروبية بشأن المسؤولية الاجتماعية في المشاريع الصغيرة والمتوسطة

نهاية 2005: ينبغي نشر تقرير التقييم التابعة للمفوضية الأوروبية عن التقدم المحرز.

22 مارس 2006: بيان من مجلس الاتحاد الأوروبي للتجارة (ETUC) "تنفيذ الشراكة من أجل النمو وفرص العمل: جعل أوروبا قطبا للتفوق المسؤولية الاجتماعية". مجلس الاتحاد الأوروبي للتجارة وبعض المنظمات غير الحكومية انتقدوا لجنة اعتماد نهج أحادي الجانب وغير متوازن، والتي تعود بالفائدة على عالم الأعمال.

ب- سياسات الاتحاد الأوروبي للتشجيع على المساهمة الاجتماعية للمؤسسات

وتساهم هيئات صنع القرار في الاتحاد الأوروبي على بناء إطار المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.

وتشمل هذه:

• الاتصالات من المفوضية الأوروبية

في أكتوبر 2011 قدمت المفوضية الأوروبية استراتيجية جديدة بشأن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات (CSR). ويصر على أن، للوفاء بمسئوليتها الاجتماعية، الشركات يجب أن تكون "تشارك في تعاون وثيق مع أصحاب المصلحة، وهي عملية لدمج اهتمامات الاجتماعية والبيئية، والأخلاق، وحقوق الإنسان والمستهلكين في عملياتها التجارية و الاستراتيجية الأساسية". والهدف من ذلك هو على حد سواء لتعزيز الأثر الإيجابي للشركات، على سبيل المثال من خلال خلق منتجات والخدمات التي تعود بالفائدة على المجتمع والمؤسسات نفسها، ومنع والحد من آثارها السلبية. كما أنها تستنسخ أيضا تعريف ISO 26000 لإعادة تعريف مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات.

• المنتدى الأوروبي للمسؤولية الاجتماعية :

منذ منتصف التسعينيات دعا البرلمان الأوروبي إلى اعتماد مدونات سلوك للشركات متعددة الجنسيات

الأوروبية العاملة في البلدان النامية ، و في إطار مؤتمر قمة المجلس الأوروبي المنعقد أصدرت المفوض

الأوروبية كتبا أخضر في عام 2001 ، شكل بداية مناقشة مفهوم المسؤولية الاجتماعية ، و توصي الإستراتيجية بإتباع نهج متوازن وواسع النطاق تجاه المسؤولية الاجتماعية ، بما يشمل القضايا الاقتصادية و الاجتماعية و البيئية و مصالح المستهلكين ، و في 2002 تم إنشاء منتدى أوروبي لأصحاب المتعددين يعني بالمسؤولية الاجتماعية ، مهتمة بإعداد تقرير يقدم إلى المفوضية ، و يتضمن توصيات باتخاذ التدابير جديدة في هذا المجال²⁰.

تجارب بعض الدول الأوروبي في المسؤولية الاجتماعية :

فرنسا :

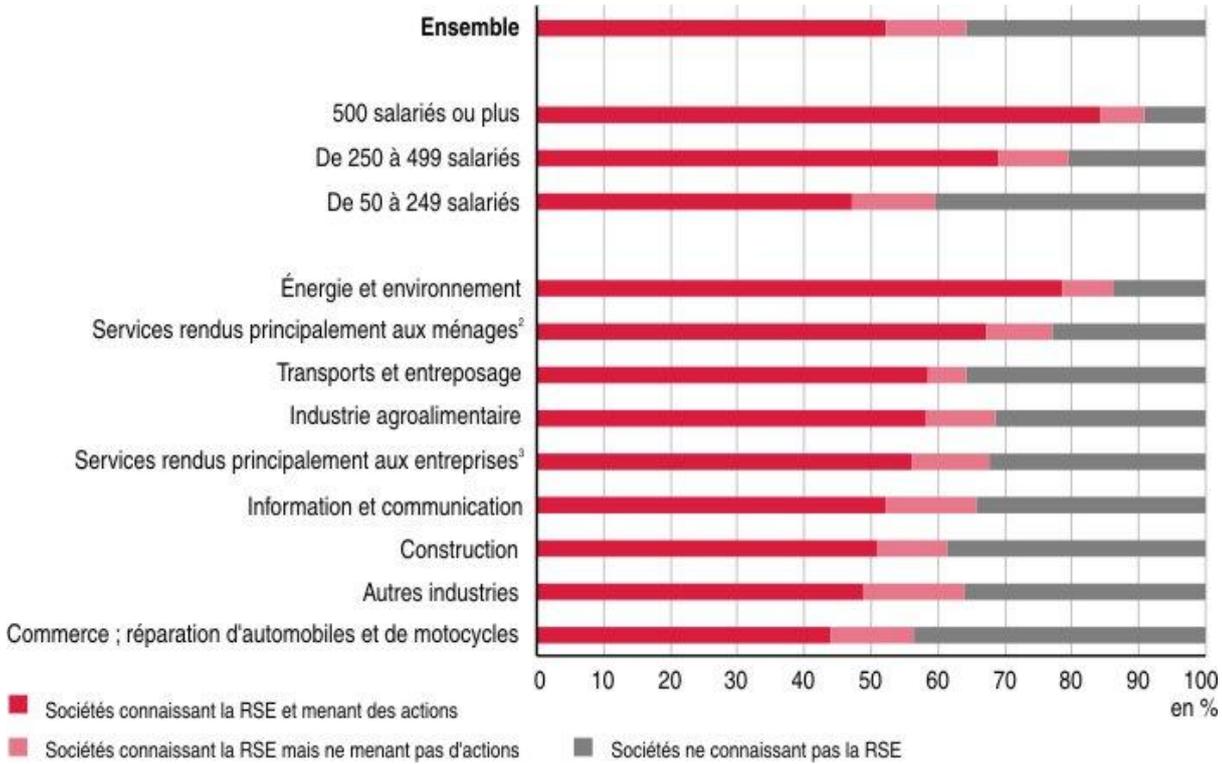
يلخص الجدول التالي أهم المبادرات التي قامت بها فرنسا في مجال المسؤولية الاجتماعية :

الجدول رقم 02: سياسات المسؤولية الاجتماعية في فرنسا			
مبادرات المنظمات غير الحكومية	الشهادات و المعايير	الأجهزة المؤسسية و العمومية لتعزيز و مراقبة احترام المسؤولية الاجتماعية	التشريعات و القوانين
<ul style="list-style-type: none"> - الدليل المنهجي SD 21000 : دليل يوضح للمنظمات كيفية دمج الاهتمامات الاجتماعية و البيئية في استراتيجية و ادارة الشركة . - مرصد المسؤولية الاجتماعية للمنظمات : يضم 80 منظمة و هدفه جمع المعلومات عن المسؤولية الاجتماعية و الاستثمار المسؤول اجتماعيا . - التزام الجمعية الوطنية لمراجعي الحسابات بمراجعة الحسابات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية و البيئية و معرفة ما ان كان لها اثر على الاداء البيئي. 	<ul style="list-style-type: none"> - معيار المساواة المهنية 2004. - الترتيب (vigeo) : تقييم منظمات الاعمال التي تدمج المعايير الاجتماعية و البيئية 2002. 	<ul style="list-style-type: none"> - الهياكل العمومية لتعزيز المسؤولية الاجتماعية : المجلس الوطني للتنمية المستدامة 2003. مشروع الاستراتيجية الوطنية للتنمية المستدامة 2009 الى 2012 ، نادي التنمية المستدامة للهيئات و المؤسسات العمومية 2006، الوكالة الحكومية الفرنسية للمساعدة على التنمية 2007. - هيئات عمومية مكلفة بمراقبة احترام التزامات المسؤولية الاجتماعية : نقطة الاتصال الوطنية (مكلفة بمتابعة تطبيق مبادرات منظمة التنمية و التعاون الاقتصادي) . الهيئة العليا للمساواة و مكافحة التمييز) 	<ul style="list-style-type: none"> - اصلاح قانون الاسواق العامة في 2006، بجعله يأخذ بعين الاعتبار لسياسات التنمية المستدامة. - قانون 15 ماي 2001 بخصوص التنظيمات الاقتصادية الجديدة و الذي يدعو الشركات الى مراعاة الجوانب الاقتصادية و الاجتماعية عند اعداد تقاريرها الادارية. - قانون 2001/07/17 و الذي تم بموجبه انشاء الصندوق الوطني الاحتياطي للمقاعد ، و يلزم القانون المجلس التنفيذي لهذا الصندوق بمراقبة السياسة العامة لهذا الصندوق ، بحيث تتجه سياسة الاستثمار فيه نحو الاهتمام

بالجوانب الاجتماعية و البيئية و الاخلاقية .
تعمل على غرس السلوك الاجتماعي).

المرجع : مقدم وهيبية ، تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية ، دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري ، رسالة دكتوراه ، علوم تسيير ، جامعة وهران ، 2014/2013 ، ص197.

الشكل رقم 02: واقع المسؤولية الاجتماعية في فرنسا



Source: **Émilie Ernst. La responsabilité sociétale des entreprises : une démarche déjà répandue.**

<https://www.insee.fr>

من خلال الشكل يتبين لنا أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات :

- 1 - تشمل الخدمات المقدمة أساسا للأسر المعيشية خدمات الإقامة والغذاء، والأنشطة العقارية ، وإصلاح الحواسيب والسلع الشخصية والمنزلية والخدمات الشخصية الأخرى.
- 2 - وتشمل الخدمات المقدمة أساسا للأعمال التجارية الأنشطة المتخصصة والعلمية والتقنية والأنشطة الإدارية وخدمات الدعم .

64% من الشركات التي لديها 50 موظفا أو أكثر يعرفون مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات و 52% منهم يقومون بإجراءات تقع تحتها.

الخاتمة :

المسؤولية الاجتماعية هي إحدى الركائز التي تعتمد عليها العديد من الشركات في بناء استراتيجية مستدامة الأبعاد ، من خلال اهتمامها بالأبعاد الاقتصادية القانونية و الأخلاقية ، فأصبح كل بلد في العالم تقريبا يدرك الآن الدور الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية في تحقيق مستوى عال من الأداء و نمو اقتصادياتها و معيشة أفرادها على غرار حماية بيئتها ، من خلال ما تقدمه المؤسسات المبنية على مبادئ المسؤولية الاجتماعية و ما تجنيه من هذه المؤسسات من خلال التزام المؤسسات و احترامها لحقوق المستهلكين و الاقتصاد ككل .

فشهد العالم على غرار السنوات السابقة تقدما هائلا في مشاركة المؤسسات في تنمية الاقتصاد ككل . إن اقتصاد أي بلد الولايات المتحدة أو دول الاتحاد الأوروبي موضع الدراسة قد شهد مساهمة المؤسسات المسؤولة اجتماعيا مهما تباين الأهداف وراء الاهتمام بها في القيام بتمويل و بناء مشاريع لفائدة الصالح العام ليس لأهداف ربحية بل باعتبارها جزء من المجتمع لها واجب اتجاهه ، و باعتبار المجتمع له حق عليها من مكتسباتها بما أنها تنشط بما تقدمه له من موارد و ما تحقق من مكاسب من خلال تقبل المجتمع لمنتجاتها . و على اثر هذا البحث تتحدد لنا مجموعة من النتائج :

- إن تجاوب الدول الأوروبية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية مختلف بين أوروبا الشرقية و أوروبا الغربية ، إذ ينتشر بشكل كبير في أوروبا الغربية و تمارس بنطاق واسع حتى رعاية الحكومة رسميا و هذا ما نجده في فرنسا التي تفرض تدخل السلطات في هذا الموضوع و توجيهه و تنظيمه .
- الدول الأوروبية تشجع ممارسات المسؤولية الاجتماعية من خلال القوانين و التوجيهات .
- مفهوم المسؤولية الاجتماعية في أوروبا يشير إلى التنمية المستدامة على خلافه في الولايات المتحدة .
- أصول المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية اخلاقية و دينية . ، أما في أوروبا فهي تقع ضمن نطق السياسي و هي بذلك لا تأخذ الجوانب الأخلاقية بعين الاعتبار .
- أصول المسؤولية الاجتماعية في أوروبا تهتم بالجوانب القانونية و السياسية .

¹ Jean-Paul TCHANKAM, Christophe Estay, **La pratique de la responsabilité sociale et ses implications dans l'entreprise**, gestion 2000, n° 04-2004 ,vol 21, p 32

² World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).. Meeting changing expectations: Corporate social responsibility, 1999, p 3

³ World Bank, **Opportunities and options for governments to promote corporate social responsibility in Europe and Central Asia: Evidence from Bulgaria, Croatia and Romania**. Working Paper, March 2005..p1

⁴ فيليب كوتلر :مواليد 27 مايو 1931 في شيكاغو .بروفيسور في التسويق الدولي .

⁵ تأمر البكري ، التسويق أسس و مفاهيم معاصرة ،مرجع سبق ذكره ، ص 25 .

⁶ تأمر البكري ، أحمد نزار النوري ، التسويق الأخضر ، دار اليازوري للنشر و التوزيع ، الأردن ، الطبعة العربية ، 2007، ص 38.

⁷ EUROPEAN COMMISSION, **A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility** , communication from the commission to the european parliament, the council, the european economic and social committee and the committee of the regions , Brussels, 25.10.2011 sur le site :

[http://eur-](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:EN:PDF)

[lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:EN:PDF](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:EN:PDF)

⁸ طاهر محسن منصور الغالبي ، وائل محمد صبحي إدريس ، الإدارة الإستراتيجية " منظور كمي متكامل "

دار وائل للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2006، ص 524.

*كلمة Philanthropiques يونانية الأصل ، تنقسم إلى PHILOS تعني صديق أما anthropos نعني بها رجل ، أي أن يحب المرء جاره .

⁹ Mérylle AUBRUN et autres ,**iso 26000 responsabilite social comprendre,deployer,evaluer**,AFNOR , paris,p 32.

¹⁰ Op,cit, p 33.

¹¹ Mérylle AUBRUN et autres ,op cit p34.

¹² شوقي ناجي جواد ، مفاهيم حديثة في سياسات الأعمال الإدارية ، دار حامد للنشر و التوزيع ، الأردن ،

الطبعة الأولى ، 2010، ص 14.

¹³ Fédération européenne pour l'éthique et le développement durable,**acheter pour un monde meilleur** ,eyrolles, Paris,2008,p 391.

¹⁴ الأمم المتحدة لحقوق الإنسان ، المفوضة السامية لحقوق الإنسان ، الأعمال التجارية و حقوق الإنسان ،

<http://www.ohchr.org/AR/Issues/Business/Pages/BusinessIndex.aspx> voir le (16-03-2014) 20 :05.

¹⁵ United nations global compact , **Les dix principes du Pacte mondial des Nations Unies**

Sur le site : www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles voir le (16-03-2014) 21 :26.

¹⁶ United nations global compact ,**op,cit.**

¹⁷ التأصيل النظري لماهية المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال و العوائد تميزار أحمد، ضيافي نوال،
، الملتقى الدولي حول منظمات الاعمال و المسؤولية الاجتماعية ، كلية العلوم -المحققة من جراء تبنيتها
الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، جامعة بشار ، 15،14/فيفري 2012 ، ص 11.

¹⁸ Ivana Rodić, **Responsabilité sociale des entreprises – le développement d’un cadre européen, Mémoire présenté pour l’obtention du Diplôme d’études approfondies en études européennes**, INSTITUT EUROPEEN DE L’UNIVERSITE DE GENEVE, Genève, avril 2007,p 94.

<http://www.unige.ch/gsi/files/4014/0351/6367/RodicRSE.pdf>

¹⁹ هشام مكي ، عبد الرحمن بوطيبة ، **دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة**، - الاتحاد الاوروبي نموذجا - ، ملتقى وطني حول دور العلوم الاجتماعية في تحقيق التنمية في الجزائر ، جامعة تيارت ، 12-13-نوفمبر 2013 ، ص 10.

²⁰ مقدم وهيبة ، تقييم مدى استجابة منظمات الاعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية ، دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، وهران ، 2014/2013 ، ص 91.

المشاركة في اليوم الدراسي حول:

مكانة وممارسة المسؤولية الاجتماعية في العلوم الانسانية والاجتماعية

بجامعة محمد خيضر بسكرة

- د/ زهية دباب // علم اجتماع تخصص : تربية
- الرتبة : استاذ محاضر قسم "أ"
- المؤهل العلمي :دكتوراه علم اجتماع تنمية الموارد البشرية /دكتوراه علم اجتماع تربية.
- كلية العلوم الانسانية والاجتماعية // جامعة محمد خيضر بسكرة
- د/ وردة برويس // علم اجتماع تخصص:تنمية الموارد البشرية
- الرتبة : استاذ محاضر قسم"ب"
- كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية //جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة
- الهاتف: 0775722996 // أو 0772284612
- البريد الإلكتروني: berouis.w@gmail.com

المحور:تجارب وطنية ودولية في تطبيق وتبني المسؤولية الاجتماعية.

عنوان المداخلة :نماذج لتجارب شركات اعمال في ممارسات المسؤولية الاجتماعية

ملخص:

حظيت المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسات باهتمام كبير من قبل الباحثين ورجال الاعمال في السنوات الاخيرة لأهميتها البالغة لكل من المؤسسة والمجتمع ،واعتبارها من بين مؤشرات الاداء وخصائص المؤسسة الحديثة. فنجد من بين المؤسسات من تمتلك الخبرة والمهارة في مختلف المجالات الادارية والتنموية وبالتالي فانها تبذل في ابتكار وممارسة برامج المسؤولية الاجتماعية.

ونهدف من خلال هاته المداخلة إلى التطرق لعرض ثلاث نماذج عملية لكل من شركة Agility

وشركة امريكان وشركة سابك والتعرف على اهم برامج كل شركة في تطبيقها للمسؤولية الاجتماعية.

أولا الاطار التصوري (النظري) للمسؤولية الاجتماعية:

1- تحديد المفاهيم:

أ- مفهوم المسؤولية الاجتماعية: بالرغم من غزارة البحوث حول المسؤولية الاجتماعية الا أنه لم يتم ايجاد تعريف يلقي القبول العام لهذا المفهوم، ونذكر من بين تعريف المسؤولية الاجتماعية مايلي: ان (CSR) مرتبط بعموما ب BOWEN الذي ألف كتاب المسؤولية الاجتماعية لرجل اعمال " Social responsibilities of the businessman" سنة 1953، أين حاول تحسيس رجال الاعمال الى اهمية الاخذ بعين الاعتبار قيم المجتمع اهتماماته وتوقعاته من المؤسسة، حيث اشار BOWEN الى أن مسؤولية رجل الاعمال تتمثل في اتخاذ القرارات وتجسيد السياسات، والقيام بنشاطات مرغوبة من اهداف وقيم المجتمع، ثم تلتها العديد من التعاريف للمسؤولية الاجتماعية من قبل باحثين ومنظمات هيئات دولية نذكر منها:

يعرفها الكتاب الاخضر للاتحاد الاوروبي الصادر في 2001 على انها : الدمج التطوعي للاهتمامات والانشغالات البيئية والاجتماعية من قبل المؤسسات في نشاطاتها التجارية وفي علاقتها مع اصحاب المصالح، يركز التعريف على كون المسؤولية الاجتماعية مبادرات لتبني الانشغالات البيئية والاجتماعية، من قبل المؤسسات بصفة طوعية (ارادية) اختيارية، رغم أنه في التعريف الصادر سنة 2011، الغى عبارة الطوعي فكان على الشكل التالي: دمج الانشغالات الاجتماعية، البيئية والاخلاقية المتعلقة بحقوق الانسان في النشاطات التجارية واستراتيجياتها¹.

كما يسعى معهد الامم المتحدة لبحوث التنمية الاجتماعية الى توضيح معنى المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة فعرّفها بأنها السلوك الاخلاقي لمؤسسة ما اتجاه المجتمع وتشمل سلوك الادارة المسؤول في تعاملها مع الاطراف المعنية التي لها مصلحة شرعية في مؤسسة الاعمال وليس مجرد حاملي الاسهم، وقد يعطي هذا المفهوم ايضا القيم المرتبطة بحماية البيئة وفي الوقت الذي يستخدم فيه مفهوم المسؤولية الاجتماعية في كثير من الاحيان بمعناه الواسع فانه ينحصر في معناه الضيق بمجال الاخلاق والمبادئ وليس بأممال أو نتائج ملموسة، ولذلك ثمة اهتمام واسع بمفهوم الاداء الاجتماعي للمؤسسات الذي لا يشمل مبدئ تحفيز الهمم فقط بل كذلك العمليات مثل تكييف نظم الادارة والتكنولوجيا والنتائج والنتائج الملموسة في اصحاب المصلحة².

في حين يعرفها **حسين عبد المطلب الاسرج** تحمل الشركات لمسئوليتها اتجاه اصحاب المصالح من حملة الاسهم والمستهلكين والعملاء والموردين والعاملين والبيئة والمجتمع.

ويقصد بهذا المفهوم التزام الشركات ليس فقط بتحقيق ارباح لمساهميها ولا تقتصر المسؤولية اتجاه الاقتصاد القومي فقط ،ولكن تمتد لتشمل البيئة والعاملين واسرهم وفئات اخرى من المجتمع³.

ونجد من بين كتاب الادارة من يعرفون المسؤولية الاجتماعية **محمد الصريفي** حيث يعتبر فكرة المسؤولية الاجتماعية اصبحت توصف بمفهوم "عقد" بين منظمات الاعمال والمجتمعات التي تعمل فيها،ينعكس هذا العقد من خلال تغيرات في توقعات تلك المجتمعات تجاه انجازات المشروعات الاجتماعية.

بينما عرفها **هولمز Holmes** بانها التزام على منظمة الاعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه ،وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الانشطة الاجتماعية،مثل محاربة الفقر ،وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث ،وخلق فرص عمل وحل مشكلة الاسكان والمواصلات وغيرها

ويرى **دريكر Drucker** المسؤولية الاجتماعية بانها التزام المنظمة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه،وهذا الالتزام يتسع باتساع شرائح أصحاب المصالح في هذا المجتمع وتباين توجهاتهم⁴.

ح- تعريف المؤسسة:

- التعريف اللغوي:

إن كلمة مؤسسة هي في الواقع ترجمة للكلمة "ENTPRIS"(عمر صخري،1995: 24) أما في اللغة العربية واستنادا إلى القاموس العربي (المورد) فكلمة مؤسسة مشتقة من فعل أسس،يؤسس، مؤسسة (روجي البعلبكي،1994: 6) ، بينما يعرفها معجم العلوم الاجتماعية : بأنها عمل اجتماعي و اقتصادي يعمل على توفير رأس مال موارد طبيعية ويد عاملة (فريديريك معنوق،1998: 19).

- التعريف الاصطلاحي:

من العلماء الغربيين نجد:

سمبتر Shmpter.M: المؤسسة تكون مركزا للإبداع ومركزا للإنتاج.

في حين أن بير **Perroux** يرى بأن المؤسسة تقوم بتركيب السلطات (عبد الرزاق بن حبيب، 2000: 24).

ويرى دوركهايم **Durkheim** و أتباعه بأنها : أساليب للعمل والإحساس والتفكير "متبلورة" وإلى حد ما ثابتة ملزمة ومميزة لمجموعة اجتماعية معينة (بورون وف. بوريلو، 1996: 479).
ومما سبق نرى أن المؤسسة يكون فيها عمل جماعي يعمل على تحديد المسؤوليات والصلاحيات وتوزيع السلطات بغية تحقيق أهداف محددة.

ومن العلماء العرب نجد العديد من الإسهامات منها :

يعرفها أحمد طرطار: بأنها مجموعة من الطاقات البشرية والموارد المادية (طبيعية كانت أو مالية) والتي تشغل فيما بينها ، وتركيب معين ، وتوليف محدد قصد انجاز وأداء المهام المنوطة بها من طرف الجميع (أحمد طرطار، 2002: 15).

ويرى عبد الرزاق بن حبيب بأن المؤسسة كمنظمة اقتصادية واجتماعية مستقلة نوعا ما، تؤخذ فيها القرارات حول تركيب الوسائل البشرية المالية والمادية والإعلامية ، بغية خلق قيمة مضافة حسب نطاق الأهداف وفي نطاق زمني (عبد الرزاق بن حبيب، 2000: 25).

ط - مفهوم المؤسسة الصناعية:

نظر ماكس فيبر **Max wiber** إلى المؤسسة الصناعية على أنها تركيب بيروقراطي ووظائفي يحتوي على مجموعة من القواعد والإجراءات التي تحدد شكل المؤسسة في كل مكتب وفي كل منظمة ، بالإضافة إلى وجود هيكل تركيب معين يحدد العلاقات وتدفقات السلطة وحدود كل قسم، حيث يتم تركيب البيروقراطية في سلم أوتوقراطي يضمن الوقاية بالقواعد الوظيفية.

يخلص هذا التعريف من وجهة نظر فيبر في التنظيم ، حيث يركز على البناء البيروقراطي الذي تخضع له المنظمات من أجل تحديد المسؤوليات (صالح بن نوار، 2006: 34).

مجال المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال

أ- نطاق المسؤولية الاجتماعية: تغطي برامج المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال مجالات متعددة اقتصادية واجتماعية ودينية وثقافية، كما ان اشكال الالتزام الاجتماعي متعددة، نختصرها كما يلي⁵:

- الجانب الثقافي: ويضم العناصر التالية:
- دعم التطور الثقافي والحضاري.
- نشر ثقافة الالتزام بالانظمة والقوانين في المجتمع.
- تعزيز الثقافة الوطنية والتاريخية ودعم التواصل الثقافي العالمي.
- الجانب الاجتماعي: ويضم العناصر التالية:
- احترام الانظمة والقوانين والثقافات المختلفة.
- تعزيز القيم الاخلاقية والتكافل الاجتماعي .
- مواجهة الكوارث والازمات .
- دعم الانشطة الرياضية والصحية.
- الجانب البيئي: ويضم النقاط التالية:
- الممارسات البيئية الصحيحة في العملية الانتاجية.
- تطوير بيئة العمل.
- الالتزام البيئي على المستوى المحلي والعالمي.
- الجانب الاقتصادي: ويضم النقاط التالية :
- دعم الانشطة الاقتصادية الاجتماعية.
- الالتزام بالانظمة والقوانين في ممارسة العملية الاقتصادية.
- الاهتمام بالموظفين (التدريب، مبدأ تكافؤ الفرص، والمساواة).
- الجانب القانوني: ويضم النقاط التالية:
- الالتزام بالقوانين المحلية والدولية أثناء ممارسة النشاط الاقتصادي
- الشفافية في نشر التقارير للاطلاع عليها.
-

ب- الاطراف المعنية ببرامج المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال:

- **المسؤوليات اتجاه العاملين:** يعتبر الانفاق على الموارد البشرية في المنظمة مكسبا واستثمارا حقيقيا، تحني المنظمة ثماره في الاجلين القصير والبعيد، فالعمالة من اهم مجالات المسؤولية الاجتماعية، فالمنظمة عليها تحسين خدماتها من خلال مايلي:
 - توفير البرامج التدريبية اللازمة بالداخل والخارج، والانفاق على بعض العاملين الراغبين في اكمال دراساتهم العليا، وذلك لتنمية مهاراتهم الادارية والفنية .
 - المساهمة في التامينات الاجتماعية عن العاملين بنسبة معينة من رواتبهم وأجورهم للحصول على مرتب تقاعد مناسب بعد الخروج على المعاش.
 - وضع نظام تأميني خاص بالمشاركة مع العاملين.
 - وضع نظم الرعاية الصحية والعلاج بالمستشفيات ودفع نفقات الادوية الطبية للعاملين.
 - وضع نظم للحوافز والمكافآت سواء في المناسبات الدينية أو غيرها.
 - توفير وسائل الانتقال من مناطق السكن الى اماكن العمل والعكس.
 - المساعدة ماديا في تأدية المناسك الدينية مثل الحج والعمرة.
 - اقامة مصايف للعاملين أو مساعدتهم ماديا في القيام برحلات ترفيهية ورياضية.
 - توفير الأمن الصناعي والعمل على تفادي الحوادث في الشركة.
 - توزيع حصة العاملين من الارباح السنوية الموزعة.
- ومن أمثلة تطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية نجد العديد من الشركات مثل شركة أبو ضبي للمطارات حيث اجرت اول مسابقة داخلية لتشجيع موظفي الشركة على ممارسة التمارين الرياضية، وفي اطار رفع مستوى الوعي حول ضرورة التخلص الآمن من المواد الخطيرة، واعدادة تدوير النفايات الالكترونية، اجرت الشركة سلسلة من الاتصالات الداخلية والرسائل مدعومة بحملة لتشجيع العاملين على اعادة تدوير هواتفهم المحمولة القديمة والمعدات الالكترونية في المناطق المخصصة لهذا الغرض.
- المسؤولية اتجاه العملاء أو المستهلكين:** نتيجة للثورة التسويقية أصبح المستهلك في قمة اهتمامات أي منظمة، والجميع يتنافس على تحقيق تلبية مطالبه، فتحسين جودة التعامل مع العملاء يزيد من ارباح المنظمة ويحسن سمعتها في قطاع الاعمال، ومن اهم الانشطة التي تقدمها منظمة الاعمال للعملاء والمستهلكين مايلي:
 - توفير المعلومات الصادقة والكافية عن السلع والخدمات للمساعدة في اتخاذ قرار الشراء.

- توفير منتجات وخدمات عالية الجودة مراعية في ذلك ظروف الصحة والسلامة.
 - الاعلان والترويج الصادق والامين عن المنتجات وخدمات المنظمة.
 - حسن التعامل مع العميل من طرف رجال البيع.
 - توفير خدمة مابعد البيع والالتزام بتاريخ الضمان.
 - اصدار فواتير صحيحة بالمواصفات الحقيقية للمنتج.
 - الاستماع لشكاوي العملاء ودراستها والتعامل معها بجدية ومحاولة حلها.
 - الدراسة المستمرة لحاجات ورغبات المستهلكين والعمل على تلبيتها.
- ومن الامثلة التي تعكس اهمية الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلكين.
- ومن الامثلة التي تعكس اهمية الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلكين ،ماحدث لشركة سلسلة مطاعم (McDonalds) بعد ان واجهت في التسعينات انخفاضا كبيرا في مبيعاتها،دفعها الى اعادة مراجعة سياساتها تجاه المستهلكين ،وذلك من خلال الحرص على وضع عبارة (Recycled paper) على عبواتها،مراعاة الجوانب الصحية في الاطعمة التي تقدمها.
- المسؤولية اتجاه الموردين:**العلاقة بين المنظمة والموردين هي احدى المحددات الهامة لنجاحها فبعلقتها الحسنة تستفيد من ميزة تنافسية هامة، كما يجب على منظمات الاعمال ان تقوية الروابط مع الموردين لنشر المسؤولية الاجتماعية بينهم،ومسؤولية المنظمة تجاههم تتمثل فيما يلي:
- اختيار افضل مورد يمكنه منح تسهيلات في الدفع قد لا تحصل عليها المنظمات المنافسة لها .
 - توطيد العلاقة بين المنظمة وبين مورديها بحرصها على الالتزام بالاتفاقيات المبرمة.
 - تحسين الشروط التفاوضية مع الموردين وسداد مستحقاتهم في الوقت المتفق عليه.
 - منح التسهيلات المتبادلة بين الطرفين لضمان استمرارية التعامل بينهما لأطول فترة ممكنة .
- المسؤولية اتجاه المساهمين:**للمنظمات مسؤولية قانونية تجاه المساهمين قبل ان تكون ادبية واخلاقية وهي تتمثل فيما يلي:
- الحصول على المعلومات الخاصة بالمنظمة في الوقت المناسب وبصورة منتظمة.
 - السماح لهم بالمشاركة الفعالة والتصويت في الاجتماعات العامة للمساهمين ،واحاطتهم علما بالقواعد التي تحكم اجتماعاتهم من اهمها قواعد التصويت.
 - معاملة المساهمين معاملة متكافئة ومنحهم حقوقهم المالية بكل شفافية .
 - الحق في المشاركة والحصول على معلومات عن القرارات المتصلة بالتغيرات في المنظمات.

المسؤولية تجاه المجتمع: يتمثل هذا النوع من الأنشطة في الخدمات التي تقدم النفع العام لافرد المجتمع، والمشاركة مع الحكومة في تقديم تلك الأنشطة بغرض القضاء على المشكلات الاجتماعية، منها:

- خلق حوار مشترك بين منظمات الاعمال والقوى الفاعلة في المجتمعات المحلية بحيث تتحقق شراكة كاملة تسعى للحفاظ على حقوق كافة الافراد.

- تزويد الافراد بالاكل والشرب واللبس خصوصا في المناسبات الدينية مثل شهر رمضان.

- التبرعات للمؤسسات والجمعيات الخيرية والمنظمات غير الحكومية لتمويل وتوفير احتياجات الاعضاء والاهالي والمحتاجين.

- اقامة المعاهد التعليمية والفنية والتبرعات للطلبة المحتاجين، وتشجيعهم على مواصلة دراساتهم العليا في الداخل والخارج واقامة مختبرات بحث في الجامعات.

- دعم المجالات الصحية من خلال اقامة المستوصفات الطبية وغرف العمليات وبناء المستشفيات خصوصا للأمراض الخطيرة والتكفل بعلاج المرضى في الخارج.

- المساهمة في الأنشطة البيئية كإقامة الحدائق الخضراء او نافورات المياه، للحفاظ على البيئة ومقاومة التلوث.

- المساهمة المادية في حالة الكوارث الطبيعية مثل الزلازل والفيضانات والحرائق.

- قيام المنظمة بدفع الضرائب من دون تزوير او تهريب ،وهذا يعتبر اسهاما اجتماعيا لمساعدة الدولة في تمويل الخدمات الاجتماعية والانفاق على البنى التحتية الاساسية .

- المساهمة في دعم الأنشطة الرياضية والتبرع للنادية الرياضية ،وتوفير البنى التحتية ،ومرافق الملاعب الرياضية والمنتزهات لصالح الاطفال والنساء وكبار السن.

- وهناك الكثير من الامثلة الحية عن بعض الممارسات المسؤولة التي تقوم بها منظمات الاعمال تجاه المجتمع، من بينها نجد اطلاق شركة Nestle عددا من المبادرات التنموية ،منها برنامج نستلة العالمي من اجل اطفال اصحاء ،في محاولة منها لمضاعفة عدد البلدان التي تطبق فيها المشاريع التربوية المتعلقة بالتغذية والنشاط الجسدي ،أما المبادرة الثانية وهي افتتاح مركز ابيدجان للابحاث والتطوير في ساحل العاج،والذي يهدف الى تحقيق التنمية الريفية في القارة الافريقية.

وايضا نجد ان الشركة العمانية للغاز الطبيعي المسال موزنتها الاستثمارية بين صندوق المجتمع لتنفيذ مشاريع في المجتمعات المجاورة من مصنع الغاز الطبيعي المسال، والصندوق الوطني لدعم

المشاريع في شتى أرجاء السلطنة، والصندوق الاحتياطي لضمان استدامته في المستقبل، وتشمل المجالات الاستراتيجية للاستثمار الاجتماعي مايلي: البنية الأساسية للمجتمع، الصحة، التعليم، الثروة السمكية، الرياضة والحفاظ على البيئة وغيرها⁶.

-المسؤولية اتجاه البيئة:

حماية البيئة هي احد المحددات الأساسية لتحقيق التنمية المستدامة، وهي ايضا جزء لا يتجزأ من المسؤولية الاجتماعية لقطاع الاعمال، حفاظا على الموارد الطبيعية من التدهور وضمانا لحق الاجيال القادمة في نصيب عادل من تلك الموارد، ويمكن لمنظمات الاعمال أن تلعب دورا بارزا في حماية البيئة، من خلال تحسين أدائها البيئي، واستخدام تقنيات واساليب الحد من التلوث.

ومن بين الانشطة البيئية :

- استخدام تكنولوجيا اكثر تطورا لاتؤثر بالمحيط، والحد من انبعاث الغازات.
- استخدام قوانين البيئة للحد من التدهور البيئي.
- ايجاد وسائل بديلة للمحروقات مثل الطاقة الشمسية وغيرها.
- الحيلولة دون تدهور طبقة الأوزون.

ومن الامثلة المهمة لقيام منظمات الاعمال بمسؤولياتها اتجاه البيئة، الجهود التي تقوم بها شركة SHELL في مجال حماية البيئة، حيث تعمل بالتنسيق مع الاتحاد الدولي لحفظ الطبيعة والموارد الطبيعية لضمان سلامة البيئة، كما انها اول شركة عاملة في مجال الطاقة تقوم بوضع معايير التنوع البيولوجي، كما نجد برامج شركة The body shop في رفع الوعي التجاري بموضوعات البيئة والمجتمع ومنع استخدام الحيوانات في التجارب البحثية⁷.

- اتجاهات نشر المسؤولية للشركات: تطلعت كافة الدول المتقدمة والنامية في العصر الحديث الى وضع استراتيجيات يرتكز عليها النمو الاقتصادي للمجتمع المحلي والدولي، ومن هنا ظهرت وتطورت مجموعة من التطلعات والحوافز التي من شأنها ان تساعد في زيادة دمج ومشاركة القطاع الخاص في المسؤولية الاجتماعية ولم يعد تقييم شركات القطاع الخاص يعتمد على ربحيتها فحسب، ولم تعد تلك الشركات تعتمد في بناء سمعتها على مراكزها المالية فقط، فقد ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والادارية عبر انحاء العالم.

وتبلورت على الصعيد الدولي عدة مرتكزات وأسس عمل باتت تعد من قبيل المراجع الواقعية في تحديد نطاق وأبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات ،وفي هذا الخصوص نذكر من بين اتجاهات نشر المسؤولية الاجتماعية في ثلاثة اتجاهات كمايلي⁸:

- المساهمة المجتمعية التطوعية:

ويلقي هذا المجال معظم الاهتمام في الدول التي يكون فيها الحوار حول المسؤولية الاجتماعية للشركات حديثا نسبيا،ومن الممكن ان يتضمن ذلك الهبات الخيرية وبرامج التطوع والاستثمارات المجتمعية طويلة الامد في الصحة والتعليم او المبادرات الاخرى ذات المردود المجتمعي.

- العمليات الجوهرية للاعمال وسلسلة القيمة :غالبا ماتكون رؤية وقيادة الافراد والمنظمات الوسيطة ضرورة لادخال المسؤولية الاجتماعية للشركات،وتستطيع اي شركة من خلال التفاعل النشط مع موظفيها،تحسين الظروف والاوزاع وتعظيم فرص التنمية المهنية،ومن ذلك تطبيق اجراءات لتقليل استهلاك الطاقة والمخلفات،وتستطيع الشركات ان تكفل صدق وسهولة الاتصالات مع عملائها ،ومن ناحية تاثيراتها غير المباشرة عبر سلسلة القيمة ومواثيق الشرف في تدبير الاحتياجات وبرامج بناء القدرات،وتستطيع الشركات مساعدة مورديها وموزعيها على تحسين اداء قوة العمل والحد من الضرر البيئي.

- حشد التأييد المؤسسي وحوار السياسات والبناء المؤسسي : على الصعيد الداخلي تضع قيادات المسؤولية الاجتماعية للشركات الرؤية وتهيء المناخ العام الذي يمكن العاملين من تحقيق التوازن المسؤول بين متطلبات المتعارضة لزيادة الأرباح والمبادئ ،اما على الصعيد الخارجي فان كثيرا من رؤساء مجالس الادارات وكبار المديرين يقودون مشاركة الاعمال في قضايا التنمية بمفهومها الاوسع ويؤيدون المبادرات الخاصة بالصناعة وغيرها من المبادرات.

ثالثا: بعض تجارب تطبيق المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال:تتفاوت التجارب الدولية في

مجال المسؤولية الاجتماعية من بلد لآخر،ومن منظمة لأخرى داخل البلد الواحد،ولاشك ان درجة ممارسة برامج المسؤولية الاجتماعية ينتشر بشكل أكبر في الدول المتقدمة لأنها تحوي أكبر منظمات الاعمال العالمية، هذه الاخيرة تملك رؤوس أموال ضخمة وأرباح كبيرة بالاضافة الى الخبرة والمهارة في مختلف المجالات الادارية والتنموية ،فنجدها تبذل في ابتكار وممارسة برامج المسؤولية الاجتماعية في كثير من

دول العالم. ونجد في المقابل أن منظمات الاعمال في الدول النامية أقل اهتماما بمجال المسؤولية الاجتماعية، وخاصة تلك العاملة بالقطاع الخاص.

وكما جاء في الملخص لهذه الورقة البحثية سنقدم ثلاث نماذج لمنظمات الاعمال وما احتوته برامجها في تطبيق المسؤولية الاجتماعية.

1- تجربة شركة سابك (السعودية) المسؤولية الاجتماعية :

أكد مدير عام ادارة المسؤولية المجتمعية ادولية بشركة سابك حيث يعرب **الثنيان** على وجود علاقة طردية بين اداء الشركات في المسؤولية المجتمعية الدولية ومؤشر صعودها في السوق، ناصحا راغبى الاستثمار في سوق الاسهم بالتركيز على الشركات ذات الاداء العالي في المسؤولية المجتمعية، مشيرا الى ان اداء الشركات في المسؤولية المجتمعية اصبح من المعايير الدولية الدالة على استدامة أعمال الشركات .

وقال **الثنيان** ان المسؤولية المجتمعية بجانب انها تعزز من استدامة اعمال الشركات، قانها كذلك تعد نقطة فاصلة في استدامة المورد البشري، بارتفاع معدلات الولاء والانتماء لدى الموظفين، مشيرا الى ان اكثر من 60 % من الافراد يفضلون العمل لدى الشركات التي تعلي من قيمة المسؤولية المجتمعية، لافتا الى اهمية التلاقي بين استراتيجية الشركة الهادفة الى تنمية الاعمال واستراتيجيتها نحو المسؤولية المجتمعية.

وتحدث **الثنيان** عن تجربة سابك في السؤولية الاجتماعية قائلا: ان تجربة سابك تكمن في العمل وفقا لاستراتيجية محددة تتخذ من التطور والجودة هدفا للارتقاء، لافتا الى ان المسؤولية الاجتماعية في سابك ليست مجرد ادارة توجه خدماتها نحو المجتمع وانما ثقافة تنتشر بين جميع العاملين في الشركة، وذلك باشراكهم للاسهام في هذا الجانب لمهاراتهم، مشيرا الى استراتيجية سابك الجديدة للمسؤولية المجتمعية، التي تنطلق تحت مسمى (RAISE) تستهدف اشراك الموظفين في الجهود المبذولة بهذا المجال، حيث تقوم مجالس موظفي الشركة في مختلف المناطق حول العالم باقتراح مشاريع الاستثمارات المجتمعية وتقريتها وفقا لاستراتيجية الشركة لعام 2015، فضلا عن مجاللا تركيز المسؤولية الاجتماعية ذات الاولوية واحتياجات المجتمعات المحلية، موضحا أن دعم هذه البرامج يكون من خلال مبادرات الشركة والتبرعات الخيرية وبرامج الرعاية والجهود التطوعية للموظفين والشركاء، وعدد **الثنيان** البرامج التي

تقدمها سابق على دعم التعليم مستهدفا دعم اكثر من 80 ألف طالب وطالبة بالمرحلتين الابتدائية والمتوسطة في المملكة و 16 دولة حول العالم، واستطرد **الثنيان**، قائلاً بان هناك برامج أخرى تم انجازها بالشراكة كبرنامج قافلة سابق للعلوم التي استهدفت بث الحماسة لتعلم العلوم والتقنية في نفوس أكثر من 25 ألف طالب وطالبة من صغار السن في سبع مدن سعودية رئيسية، حيث تفاعلت القوافل مع الطلاب عبر سلسلة من البرامج وورش العمل والتجارب العملية في مجالات الكيمياء والرياضيات والفلك والابتكار وتقنية المعلومات.

هذا بخلاف المبادرات المجتمعية التي شاركت سابق فيها كمبادرة بيئة بلا نفايات التي اطلقها الاتحاد الخليجي لمنتجي البتروكيمياويات والكيمياويات (جيبكا)، يهدف تشجيع قيم الحد من النفايات وإعادة استخدام المخلفات وتدوير المواد.

وتطرق **الثنيان** الى برامج لشركة في الصحة النفسية، مشيراً الى التعاون الذي دشنته الشركة مع وزارة الصحة السعودية لأجل تصميم وتمويل مستشفى تخصصي للصحة النفسية وعلاج الادمان بمدينة الرياض، بهدف تقديم الخدمات الصحية المتخصصة للمصابين بالامراض النفسية ومدمني المخدرات، ويشمل المستشفى خدمات الوقاية والتشخيص والعلاج والتأهيل، وفيما يتعلق ببرامج المياه والزراعة المستديمة بين **الثنيان**، أن سابق وقعت عام 2015 اتفاقية مع وزارة الزراعة السعودية، تهدف الى تعزيز الوعي والكفاية والخبرة لدى المزارعين والفنيين العاملين في القطاع الزراعي، كما واصلت الشركة العمل بالمرحلة الاولى من مركز استدامة للبحوث الزراعية الذي يرمي الى تطوير وسائل مبتكرة لضمان كفاية استخدام المياه، وزيادة انتاج الغذاء ونقل التقنيات الزراعية الحديثة وتطويرها .

واختتم **الثنيان** بقوله (ان الاستعجال في عمل البرامج المجتمعية ربما لا يؤدي الى نتائج جيدة، ناصحاً الشركات الراغبة في عمل برامج للمسؤولية الاجتماعية بالتمهل والدراسة المستفيضة لكافة الجوانب مع التركيز على عوامل الاستدامة⁹.

2- تجربة شركة امريكان في المسؤولية الاجتماعية:

وقد نظم اتحات الصناعات المصرية بالتعاون مع منظمة العمل الدولية المؤتمر السنوي الثالث للمسؤولية الاجتماعية، وشهد المؤتمر اطلاق كتاب "التجارب الرائدة للمسؤولية الاجتماعية للشركات

الصناعية في مصر" ،وعرضت مجمة امريكانا تجربتها وبرامجها عن المسؤولية الاجتماعية كونها احدى أوائل الشركات في تبني وتنفيذ أنشطة المسؤولية الاجتماعية.

وامد المسؤولون بالمجموعة ان المسؤولية الاجتماعية لا تقتصر على المساهمة في التبرعات لاعمال الخير فقط بل تعدت ذلك الى المشاركة الفاعلة في التصدي للمشكلات الاساسية التي تواجه المجتمع وايجاد حلول عملية لها،وشددوا على أن التحدي الحقيقي الذي يواجه المجتمع هو التعليم والبطالة،واثرهما السلبي على الشباب والمجتمع ككل.

ووجدت امريكانا ان السبب الرئيسي لمشكلة البطالة هو الفجوة بين متطلبات سوق العمل ومهارات المتقدمين لشغلها ويرجع ذلك لمخرجات التعليم .

وأشار مسؤولوا امريكانا الى عقد شراكة مع وزارتي التعليم والعالى والتربية والتعليم بغرض انشاء برامج للتعليم المزدوج والتي تعتمد على ربط المسار التعليمي بالمسار الوظيفي،حيث بدأت هذه الشراكة عام 2007 ،واسفرت عن انشاء 5 برامج للتعليم المزدوج في ثلاثة تخصصات،وكانت التخصصات كالتالي :المطاعم والتي شملت دبلوم الدارس الثانوية الفنية تخصص مطاعم والمتقدم من المعاهد الفنية للسياحة والفنادق بالكليات التكنولوجية وىكالوريا ادارة وتشغيل المطاعم من كلية السياحة والفنادق جامعة حلوان بنظام التعليم التبادلي.

كما شملت التخصصات ايضا قطاع الزراعة وتحديدًا دبلوم بكالوريا زراعة شعبة ادارة العمال الزراعية من كلية الزراعة جامعة المنوفية ،بالاضافة الى الانتاج الداجني ويشمل بكالوريا زراعة تخصص انتاج داجني من كلية الزراعة جامعة دمنهور .

واوضح المسؤولون انه تم تخريج 2800 طالب ،واثمر نظام التعليم المزدوج والشراكة بين المجموعة ووزارتي التعليم العالى والتربية والتعليم عن زيادة فرص العمل بالنسبة لخريجي هذه البرامج ،وايضا تطوير قدراتهم ومهاراتهم لتناسب مع متطلبات سوق العمل¹⁰ .

3- نموذج المسؤولية الاجتماعية لشركة Agility العالمية لخدمات الدعم:

صدرت Agility للمخازن العمومية الشركة الرائدة في مجال الخدمات اللوجستية العالمية تقريرها للمسؤولية الاجتماعية لعام 2016،بعنوان تعميق الاثر ،والذي يوضح التزام الشركة لاستثمارات وسلوكيات

العاملين المهنية وحقوق الموظفين ،فضلا عن مبادئ الامن والسلامة في مواقع العمل وحماية البيئة في اكثر من 100 دولة تعمل الشركة عبر العالم.

ويعد هذا التقرير الثالث من نوعه والذي يقدم نظرة تفصيلية عن جهود المسؤولية الاجتماعية التي تقوم بها الشركة،ولقد وضع استخدام المبادئ التوجيهية لاعداد تقارير الاستدامة وتعتبر المعيار الذهبي في توجيه مجهودات الشركات للتصدي لتغيرات المناخ وحقوق الانسان ومكافحة الفساد وغيرها من القضايا.

وقامت الشركة بوضع مجموعة مستقلة تقوم بتحليل برامج لمسؤولية الاجتماعية على اساس الممارسات البيئية .

من أهم نتائج تقرير عام 2016:

- أولا:الاستدامة:

استطاعت الشركة تقليل انبعاث في اكسيد الكربون والتكاليف والوقت في سلاسل الامداد الخاصة بعملائها المهمين والعالميين ومنهم على سبيل المثالعميل في قطاع النفط والغاز ،وشركة عملاقة في مجال الملابس الرياضية،وشركة رائدة في مجال الاتصالات.

- اصدار تقارير مجانية عن انبعاث في أكسيد الكربون للعملاء

- عملت الشركة على تحضير عمليات صديقة للبيئة من خلال تقليل استهلاك الكهرباء،واصدار تقارير داخلية البصمة الكربونية لعمليات الشركة ،وبناء مرافق مستديمة وتحديث مرافق التخزين التابع لها،والحصول على شهادة الايزو 14001،وتوعية الموظفين عن الامور البيئية وقد استطاعت Agility منذ عام 2010 تخفيض الانبعاثات الكربونية من خلال تلك المبادرات.

- ثانيا:الاعاثة من الكوارث الطبيعية:

قامت شركة Agility للتصدي لاكثر من 40 كارثة طبيعية حول العالم من خلال دعم شركائها في هذا الجانب الانساني.

- قدمت الشركة عمليات الدعم اللوجستي لحالات الطوارئ في العديد من البلدان مثل الشيلي، بنغلادش والصين ،جمهورية الكونغو الديمقراطية ،هايتي ، الهند،،اندونيسيا العراق ايطاليا ،اليابان لبنان ليبيا ،الفلبين وجنوب السودان

- الاسهامات المجتمعية:

- عقد كامل من الاستثمارات بما يقارب 1400 مشروع مجتمعي والوصول الى اكثر من مليون شخص في 80 دولة حول العالم .

- العديد من الاسهامات ذات التركيز القوي على التعليم حيث يقدم التقرير تفاصيل خاصة ببناء ستة مدارس لروض الاطفال في كمبود تقوم بتعليم 400 طفل سنويا ،وانشاء مدرسة في افغنستان متكلفة بتعليم 200 طفل سنويا، ومدرسة اخرى في اندونيسيا لتعليم 200 طفل سنويا،فضلا عن مدرسة تجارية مسائية في الهند ساعدت في تعليم 600 من الشباب الى يومنا هذا ،كما قامت الشركة ايضا بتقديم منح دراسية ل 100 طالبة في المرحلة الثانوية غانا اضافة الى تقديم الارشاد والتوجيه لأكثر من 1500 من الشباب الكويتي من خلال برامج تمكين الشباب العالمي.

- يتطوع اكثر من 20% من موظفي شركة Agility الذين يبلغ عددهم 22.000 موظف في أنشطة المسؤولية الاجتماعية سنويا.

- جديد شركة Agility لعام 2016 في مجال المسؤولية الاجتماعية:

من خلال نظرة تحليلية على القوى العاملة لدى شركة Agility نجد أن 80% من موظفي الشركة يتمركزون في اسواق شئة وتون اكثر من 120 جنسية مختلفة،كما أن ادارات الشركة في معظم الدول هي ادارات محلية من نفس الدولة وتشكل ربع القوى العاملة في الشركة كما يشغلن اكثر من 30% من المناصب الادارية .

- بفضل برامج Agility للصحة والسلامة القائم على افضل ممارسات هذا القطاع والذي صممه كل من Agility للخدمات اللوجستية للكيماويات و Agility للخدمات اللوجستية للمشاريع تمكنت الشركة من تخفيض معدلات اصابات العمل بنسبة تفوق 80% وتعد معدلات الاصابة المسجلة في مواقع العمل التابعة للشركة من ضمن اقل المعدلات المسجلة في الصناعة.

- اولاً: الاخلاقيات والسلوكيات المهنية:

وتتضمن لائحة قواعد العمل والسلوك المهني التي وضعتها الشركة ومجموعة من المبادرات التطوعية منها علسبيل المثال الالتزام التطوعي بمبادرة المنتدى الاقتصادي العالمي الشراكة ضد الفساد والجدير بالذكر انه تم تدريب موظفي الشركة على اكثر من 82.000 دورة مختصة في سلوكيات العمل المهنية في الاعوام الثلاث المنصرمة .

كما تعزز الشركة من آليات الرصد والتدقيق التي تعطي لموظفي الشركة الفرصة للإبلاغ عن
التظلمات والمخالفات التي تقلقهم سواء كان ذلك بصورة شخصية او عن طريق البريد الالكتروني او
من خلال خط ساخن تقوم ادارته شركة خارجية مستقلة لضمان سرية البلاغ.

وقد علق الرئيس التنفيذي لشركة Agility طارق سلطان نحن فخورون بما حققناه بجهود
موظفينا الذين قاموا، بالتطوع واثروايجابا على مجتمعات عديدة حول العالم كما اننا نتطلع لانجاز
المزيد وتطوير كافة المبادرات التي قمنا بها لصالح اعمالنا ومجتمعاتنا.

النظرة المستقبلية:

تعتمد شركة Agility التوسع في برامج المقاولين الثانويين، والذي يتضمن المعايير الاخلاقية
والمسؤولية البيئية وممارسات العمل العادلة، كما ستقوم الشركة بتوفير ادوات أفضل في مجال الصحة
والسلامة وتشجيع التغيير الذي من شأنه أن يعزز التحسينات على المستوى المحلي، وستقوم الشركة
ايضا لتوسع في برامجها لحقوق الانسان وممارسات العمل العادلة من خلال تدريب المزيد من العمال
والتدقيق على عمليات محلية في افريقيا وآسيا.

أما على الصعيد البيئي تعمل الشركة على تحسين وجمع البيانات حول استهلاك الموارد والانبعاث
الكربونية الناجمة عن العمليات، كما ستتعامل مع شركات الشحن والموردين والعملاء والمنظمات غير
الحكومية والمزعات الصناعية لزيادة خفض الانبعاث والتاثيرات السلبية الاخرى.

وتبقى شركة Agility على التزامها بدعم جهود التصدي للكوارث الطبيعية وتقديم المساعدات
الانسانية وسوف تستمر المشاريع المجتمعية بفضل الجهود التطوعية لشركة Agility في جميع انحاء
العالم لتركيز على مجالات التعليم والتدريب والصحة للفتيات والنساء وخاصة في افريقيا.¹¹

خاتمة:

وعليه من خلال ماسبق نلاحظ مدى تعاضم الدور الاجتماعي الذي تقوم به الشركات التي تم
عرضها وهذا يدل على مدى الوعي بأهمية وجود ثقافة المسؤولية الاجتماعية هذه الشركات، ووجود مثل
هذا الالتزام الاجتماعي يأخذ اشكالا متنوعة مثل التبرعات والدعم التعليمي والتكويني للشباب، بالإضافة
الى المحافظة على الجانب البيئي.

كما تستطيع هذه الشركات تنمية برامج المسؤولية الاجتماعية من خلال الاطلاع على تجارب اخرى لشركات رائدة في هذا المجال والاستفادة منها.

هوامش المداخلة:

- ¹ - لطرش محمد : دور القيم الدينية في تجسيد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة -دراسة على عينة من المؤسسات بولاية باتنة- ،ص،7، (pdf)
- ² - ضيافي نوال : المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية اشراف : كرزابي عبد اللطيف، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص تسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة أوبكر بقايد تلمسان، الجزائر ، 2010/2009،ص18
- ³ - حسين عبد المطلب الاسرج : تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في التنمية الاقتصادية والاقتصادية في الدول العربية، نقلا عن الموقع: بتاريخ: www.iefpdia.com 2017/10/29 الساعة : 15:15
- ⁴ - مقدم وهيبية : تقييم مدى استجابة منظمات الاعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية -دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري، اشراف: زايري بلقاسم، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران، ،2013/2014،ص71.
- ⁵ - المرجع نفسه، ص: 83.
- ⁶ - المرجع نفسه ،ص.ص84-87.
- ⁷ - المرجع نفسه ،ص.ص87-88.
- ⁸ - نقلا عن الموقع : kenanaonline.com fjhvdoM28/10/2017 الساعة : 21:51

بتاريخ : 2017/10/29 الساعة : 8:54 - www.alyaum.com ⁹

¹⁰ - www.dostor.org بتاريخ: 2017/10/29 الساعة : 7:10

¹¹ - عمار طهرات، مولاي خليل: الابعاد العملية للمنظمات في مجال المسؤولية الاجتماعية ،ودورها في تحقيق التنمية المستدامة - نماذج لتجارب دولية رائدة - مؤتمر دولي حول: دور المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات المتوسطة والصغيرة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة -الواقع والرهانات-، المؤتمر الدولي الثالث عشر، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلوي، الشلف ، الجزائر ،نوفمبر ،ص.ص5-7. (pdf)

المسؤولية الاجتماعية والبرامج تحسين جودة حياة العمل في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية _مجمع سوناطراك نموذجاً_

الاسم اللقب: **عمار حشوف** الاسم اللقب: **جابر زيد**
المؤهل العلمي: **الطالب الدكتوراه جامعة قسنطينة 2** الوظيفة: **استاذ مساعد - أ-**
المؤسسة: **مستشار الشباب بالشباب و الرياضة** المؤسسة: **جامعة ميله**
الهاتف: **0661041281/ 0662769457** الهاتف: **0661 27 09 85**
البريد الإلكتروني: **ammар.hachouf@univ-constantine2.dz** البريد الإلكتروني: **zeid_djaber@yahoo.fr**

الملخص

إن المسؤولية الاجتماعية تمثل تجاوب فعال مع التغييرات الحاصلة في حاجات العاملين والمجتمع، لينعكس هذا التجاوب بعلاقات إيجابية ترفع من مستويات الأداء وتحسين جودة حياة العمل ، وعليه فإن للمسؤولية الاجتماعية دور في تعزيز مكانة المؤسسة الاقتصادية داخل المجتمع الذي تنشط فيه، فتحملها لعدة تكاليف نتيجة هذه المسؤولية يعد استثماراً طويل الأجل يؤثر في سمعتها وقيمتها السوقية مستقبلاً.
مفتاح الكلمات : بالمسؤولية الاجتماعية ، جودة حياة العمل ، المؤسسة الاقتصادية، سوناطراك.

Abstract:

The social responsibility represents a response effectively with changes in the needs of workers and the community changes, to reflect this response positive relations raise the performance and improve the quality of working life levels, and therefore the social responsibility role in strengthening the economic enterprise status within the community in which it operates, thou shalt take several costs as a result of this responsibility the long-term investment affects the reputation and market value in the future.

Key words: social responsibility, quality of work life, the economic enterprise.
SONATRACH

المقدمة:

ويتحدد مدى مسؤولية كل مؤسسة من خلال أدائها الاجتماعي والمنفعة المحققة للمجتمع، وبرعاية الجوانب الاجتماعية للبيئة والمساهمة في التنمية الاجتماعية والتخلي عن فلسفة تعظيم الربح كهدف وحيد، ومع استجابة مؤسسات الأعمال لمفاهيم وأفكار المسؤولية الاجتماعية وضعت التشريعات القانونية والقواعد لتضفي على هذه المفاهيم والأفكار سمة الإلزام.

كشفت مختلف الدراسات والبحوث أن المسؤولية الاجتماعية تعتبر من القضايا الأكثر أهمية وتحدياً للمؤسسات خاصة الاقتصادية منها، حيث أصبح تقييم المؤسسة الاقتصادية غير مبني فقط على الأرباح فحسب ولم تعد في بناء سمعتها تعتمد على المراكز المالية فقط، فقد ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على خلق ديناميكية عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية عبر أنحاء العالم، ومن ابرز هذه المفاهيم نجد مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.

وتأسيساً على ذلك فإن مفتاح ونجاح و نمو المؤسسات الاقتصادية يمكن ربطه بمدى أهمية وإدراك المسؤولية الاجتماعية المرتبطة بعدد من القيم ومعايير الإنسانية السامية، كالتكافل والإحساس بالوطنية اتجاه كل ما له علاقة بالمؤسسة سواء كان موظفاً أو عاملاً مساهم، مالك، فرد من المجتمع، ولهذا فإنه متى ما زادت المؤسسة الاقتصادية في فهم وإعطاء أهمية وقيمة لتلك العملية الضميرية زادت عملية تطور البرامج تحسين جودة حياة العمل والتي من خلالها تزداد عملية تطوير وازدهار ورقي المؤسسة في الوطن مما يزيد من ربحيتها وسمعتها.

إشكالية الدراسة:

إن بناء على هذا سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية التعرف على المفهوم السائد للمسؤولية الاجتماعية ومفهوم جودة حياة العمل مع اقتصار ذلك على المؤسسة الاقتصادية باعتبارها العامل الأساسي في ربط أفراد المجتمع مع الحكومة والبيئة، ثم يلي ذلك تحديد مدى أو درجة أهمية هذه المسؤولية و انعكاسها على تحسين جودة حياة العمل على المؤسسة الاقتصادية و مجمع سوناتراك نموذجاً.

أهمية وأهداف الدراسة:

- 1- التعرف المفهوم السائد للمسؤولية الاجتماعية ومتطلبات تطبيقها في المؤسسة الاقتصادية.
- 2- معرفة درجة أهمية هذه المسؤولية و انعكاسها على تحسين جودة حياة العمل على المؤسسة الاقتصادية.

منهج الدراسة:

من أجل الإحاطة بجوانب موضوع هذه الورقة سنستخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في قالب نسعى من خلاله إلى الإجابة على إشكالية الدراسة.

خطة الدراسة:

سيتم تغطية هذه الدراسة من خلال المحاور التالي:

- 1- مستويات المسؤولية الاجتماعية ومجالاتها في المؤسسة الاقتصادية.
- 2- مبادئ وأبعاد المسؤولية الاجتماعية وعوامل نجاحها في المؤسسة الاقتصادية.
- 3- المسؤولية الاجتماعية ودوافع تحسين جودة حياة العمل.
- 4- دراسة حالة مجمع سوناطراك.

المحور الأول: مستويات المسؤولية الاجتماعية ومجالاتها في المؤسسة الاقتصادية.

1- المسؤولية الاجتماعية:

المسؤولية الاجتماعية تستند إلى اعتبارات أخلاقية مركزه على الأهداف بشكل التزامات بعيدة الأمد أخذه في الاعتبار مبادرات منظمة الأعمال الحقيقية للوفاء بهذه الالتزامات وبها يعزز صورتها في المجتمع. ولإعطاء مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمة، فإنه لا يوجد تعريف واحد رسمي محدد ومتفق عليه، بل إن هناك تعريفات عديدة. وبالتالي فإن تعريف المسؤولية الاجتماعية للمنظمة ليس ثابتاً بل هو ديناميكي واقعي ومتطور يتواءم مع المتغيرات الحاصلة.

عرف "Drucker":

المسؤولية الاجتماعية بأنها التزام منظمة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعتمد فيه ولقد شكل هذا التعريف منطلق لدراسات لاحقه فتحت الباب واسعاً لدراسة الموضوع في اتجاهات وتوجهات مختلفة.

ولقد أشار "Strier":

إلى كون المسؤولية الاجتماعية تمثيل لتوقعات المجتمع لمبادرات منظمة الأعمال في مجال المسؤولية الاجتماعية التي تتحملها منظمة الأعمال تجاه المجتمع وذلك بتجاوز الحد الأدنى من الإذعان للقانون وبصورة لا تضر بمهام منظمة الأعمال بوظائفها الأساسية للحصول على عائد مناسب من الاستثمارات.

وطرح "Molms":

وجهة نظر أخرى بشأن المسؤولية الاجتماعية واعتبرها التزاماً على منظمة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعتمد فيه وذلك عن طريق المساهمة في مجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث.¹

وتعرف المفوضية الأوروبية المسؤولية الاجتماعية للمنظمة بأنها "التطوع الذاتي للمنظمة في المساهمة في خلق مجتمع وبيئة أفضل"².

كما يعرفها المكتب الدولي للعمل بأنها " طريقة تنتظر فيها المنظمة في تأثير عملياتها في المجتمع وتؤكد مبادئها وقيمها في أساليبها وعملياتها الداخلية وفي تفاعلها مع قطاعات أخرى"

كما عرفها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة بأنها " الالتزام المستمر من قبل منظمة الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل"³.

وعرفها البنك الدولي بأنها " التزام منظمة الأعمال بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيها والمجتمع المحلي ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة والتنمية في آن واحد"

2- مستويات المسؤولية الاجتماعية:

أ - بالنسبة للمؤسسة:

تحسين صورة المؤسسة في المجتمع وخاصة لدى العملاء والعمال وخاصة إذا اعتبرنا أن المسؤولية تمثل مبادرات طوعية للمؤسسة اتجاه أطراف مباشرة أو غير مباشرة من وجود المؤسسة؛ من شأن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تحسين مناخ العمل، كما تؤدي إلى بعث روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف؛ تمثل المسؤولية الاجتماعية تجاوبا فعالا مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع ؛ كما أن هناك فوائد أخرى تتمثل في المردود المادي والأداء المتطور من جراء تبني هذه المسؤولية

ب - بالنسبة للمجتمع:

الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص وهو جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة ، تحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع؛ ازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين المؤسسات ومختلف الفئات ذات المصالح؛ الارتقاء بالتنمية انطلاقا من زيادة تثقيف والوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد وهذا يساهم بالاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية.

ج - بالنسبة للدولة:

تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهامها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية [الأخرى؛ يؤدي الالتزام بالمسؤولية البيئية إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية؛ المساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها من الآلات التي تجد الدولة الحديثة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها جميعا بعيدا عن تحمل المؤسسات الاقتصادية الخاصة دورها في هذا الإطار.

4-مجالات المسؤولية الاجتماعية للمنظمة:

تتمثل مجالات المسؤولية الاجتماعية للمنظمة في ما تقدمه هذه الأخيرة من مساهمات إجتماعية أو طوعية للمجتمع والبيئة، وتتلخص في ما يلي:⁴

1-المساهمات الاجتماعية للمنظمة تجاه العاملين:

يمثل الإهتمام والإنفاق على الموارد البشرية في المؤسسة استثماراً استراتيجياً، تحني ثماره في الأجلين القصير والبعيد، حيث تمثل العمالة مجالاً داخلياً من مجالات المسؤولية الاجتماعية، تلتزم المنظمة فيه بتوفير الخدمات اللازمة لتحسين جودة حياة العاملين ورضاهم الوظيفي، من أجل توفير مناخ مناسب يشجع على بذل المزيد من الجهد والعطاء، وكذلك الانتماء والولاء لصالح المنظمة وإدارتها، مما سيترتب عليه تحقيق منافع وعود اقتصادية مباشرة وغير مباشرة حاضراً ومستقبلاً. ومن أهم المساهمات تجاه العاملين نجد ما يلي:

- توفير البرامج التدريبية اللازمة بالداخل والخارج، لزيادة مهارات العاملين وقدراتهم والإنفاق على بعض العمال الراغبين في إكمال دراستهم العليا وذلك لتنمية مهاراتهم الفنية والإدارية؛
- توفير سياسة ترقية تعترف بقدرات العاملين وتثمن مجهوداتهم وتحقق لهم الفرص المتساوية؛
- وضع نظام تأميني خاص بالمشاركة مع العاملين والمساهمة في التأمينات الاجتماعية عن العاملين بنسبة معينة من رواتبهم وأجورهم للحصول على مرتب تقاعد مناسب؛
- وضع نظم للرعاية الصحية والعلاج بالمستشفيات، ودفع نفقات الأدوية الطبية للعاملين وعائلاتهم؛
- منح للعاملين أجور ومرتبات تحقق لهم مستوى معيشي مناسب؛
- وضع نظم للحوافز والمكافآت اللازمة، والتي تعود على أداء العمال؛
- إقامة سكن للعاملين أو على الأقل مساعدتهم مادياً في الحصول على سكن مناسب؛
- توفير وسائل النقل من مناطق السكن إلى أماكن العمل والعكس؛
- توفير الأمن الصناعي والعمل على تفادي الحوادث بالمنظمة وتوفير بيئة نظيفة خالية من التلوث؛
- توزيع حصة على العاملين من الأرباح السنوية الموزعة.

2-المساهمات الاجتماعية للمنظمة تجاه المجتمع (المساهمات العامة):

يتمثل هذا النوع من الأنشطة في الخدمات التي تقدم النفع العام لأفراد المجتمع، والمشاركة مع الحكومة في تقديم تلك الأنشطة بغرض القضاء على المشكلات الاجتماعية، وهذا سوف يخلق مناخاً جذاباً للاستثمار ويوفر الاستقرار الاجتماعي لفئات المجتمع. ومن أهم هذه الأنشطة الخاصة بالتفاعل مع المجتمع ما يتعلق بمجالات الصحة والإسكان والنقل والمواصلات والأقليات والفئات الخاصة من خلال ما يلي:

- التبرع للمنظمات والجمعيات الخيرية والمنظمات غير الحكومية؛
- المساهمة في مجالات التعليم كإقامة معاهد تعليمية وفنية لرفع كفاءة الخريجين الجدد وإعدادهم للدخول في سوق العمل، وكذلك التبرعات للطلبة المحتاجين وتشجيعهم على مواصلة دراساتهم العليا في الداخل والخارج، هذا فضلا عن المساهمة في إقامة مختبرات علمية في بعض الجامعات؛

- توفير فرص عمل متكافئة لأفراد المجتمع للتخفيف من مشكلة البطالة وقبول توظيف الأفراد المعوقين؛
- رعاية مجموعات خاصة في المجتمع مثل الخدمات التي تقدمها لمراكز رعاية الطفولة والمسنين، والمساهمة في رعاية المعوقين أو ذوي العاهات؛
- تدعيم الإنفاق على الهيئات الصحية والمساهمة في إقامة مستشفيات لبعض الأمراض والأوبئة المستعصية؛
- المساهمة في المجالات الثقافية كإقامة المكتبات في المناطق الفقيرة ونشر الكتب وتمويل المعارض، وإصدار مجلات علمية وثقافية توزع في الندوات والمؤتمرات، وحماية التراث الثقافي مثل الآثار؛
- تدعيم الأنشطة الرياضية من خلال تمويل الأندية الرياضية، والمساهمة في توفير البنية التحتية ومرافق الملاعب الرياضية والمنتزهات لصالح الأطفال والنساء وكبار السن؛
- أنشطة بيئية مثل إقامة الحدائق الخضراء للحفاظ على البيئة؛
- مساعدة أفراد المجتمع في حالة الكوارث الطبيعية والاجتماعية؛
- إنترام المنظمة بدفع الضرائب، وهذا يعد إسهاماً اجتماعياً لمساعدة الدولة على تمويل الخدمات الاجتماعية والإنفاق على أنشطة البنية الأساسية؛
- مساهمة المنظمة في تحقيق الأهداف التنموية التي تتبناها الدولة.

3-أنشطة ومساهمات المنظمة للحفاظ على البيئة:

إن هذه الأنشطة كانت في وقت مضى مع بروز مفهوم المسؤولية الاجتماعية يعتبرها البعض من بين القضايا الأساسية التي تدخل ضمن مساهماتها، ولكن في الآونة الأخيرة أصبحت القضايا المتعلقة بالبيئة في نظر البعض الآخر تدخل في طيات ما يسمى بالمسؤولية البيئية التي تعبر أداة لتجسيد البعد البيئي للتنمية المستدامة في المنظمة.

وبذلك فمجالات المسؤولية البيئية المنظمة هي تلك المساهمات والمسؤوليات الطوعية والإجبارية الملقاة على عاتقها تجاه حماية البيئة والإستغلال الرشيد للموارد الطبيعية وتحقيق إستدامتها ومنع وتقليل التلوث البيئي. وتتلخص معظم مجالات المسؤولية البيئية في ما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم (1): يبين مجالات المسؤولية البيئية للمنظمة

العناصر الفرعية	المجالات الرئيسية
<ul style="list-style-type: none"> - الإقتصاد في إستخدام المواد الخام ومنع الإستخدام التعسفي لها؛ - الإستخدام العقلاني لمصادر الطاقة؛ - المساهمة في إكتشاف والبحث عن الطاقات البديلة النظيفة؛ - المساهمة في تمويل المشاريع البيئية مثل إنشاء الحدائق والمحميات الطبيعية وحماية التنوع البيولوجي والغابات. 	<p>المساهمة في حماية الموارد الطبيعية</p>
<ul style="list-style-type: none"> - تجنب والتخفيف من مسببات تلوث الأرض والهواء والمياه وإحداث 	

المساهمة في حماية البيئة	الضوضاء؛ - التصميم الأخضر للمنتجات وعمليات تشغيلها بطريقة تؤدي إلى تقليل المخلفات ؛ - تسيير النفايات وإعادة إستعمالها لتقليل من أثارها السلبية على البيئة.
--------------------------	--

المصدر: طاهر محسن ، منصور الغالي ، صالح مهدي محسن العامري ، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل، الأردن، 2006 ،ص: 52.

المحور الثاني: مبادئ وأبعاد المسؤولية الإجتماعية و عوامل نجاحها في المنظمة.

1- مبادئ المسؤولية الإجتماعية للمنظمة:

يظهر من خلال ما سبق أن المسؤولية الاجتماعية لمنظمة الاعمال تقوم على تسع مبادئ أساسية يمكن تلخيصها في الآتي:⁵

1-1- الحماية وإعادة الإصلاح البيئي Environmental Restoration: بفضل تقديم المنظمة لمنتجات وخدمات وممارسة العمليات والأنشطة اليومية التي تراعي البيئة، مع الترويج للتنمية المستدامة.

1-2- القيم والأخلاقيات Ethics: حيث يقع على عاتق منظمة الاعمال تطوير وتطبيق المواصفات والممارسات الأخلاقية المتعلقة بالتعامل مع أصحاب المصلحة.

1-3- المساءلة والمحاسبة Accountability: الكشف عن البيانات وتقديم المعلومات الضرورية لطالبيها من أصحاب المصلحة في أي وقت يحتاجونها لإتخاذ القرارات.

1-4- تقوية وتعزيز السلطات Empowerment: تحقيق الموازنة بين مصالح المستخدمين والعملاء والمستثمرين والموردين والمجتمع وغيرهم من أصحاب المصلحة.

1-5- الأداء المالي والنتائج Financial Performance and Results: تعويض المساهمين بالأرباح والعوائد، مع المحافظة على الأصول والممتلكات، وتعزيز النمو على المدى الطويل.

1-6- مواصفات موقع العمل Workplace Standards: إعتبار العاملين شركاء قيّمين في العمل، من خلال إحترام حقوقهم وتوفير بيئة عمل آمنة وصديقة وخالية من المضايقات.

1-7- العلاقات التعاونية Collaborative Relationships: لا بد أن تتسم ممارسات منظمة الاعمال بالعدالة والأمانة مع مختلف الشركاء.

1-8- المنتجات والخدمات ذات الجودة Quality Products and Services: الاستجابة لحاجيات وحقوق الزبائن بتوفير منتجات وخدمات ذات قيمة وجودة عالية.

9-1- الإرتباط المجتمعي **Community Involvement** : تعميق العلاقات مع المجتمع، والتعاون والمشاركة لجعله المكان الأفضل للحياة وممارسات الأعمال.

2- أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

عرض بعض الباحثين عناصر المسؤولية الاجتماعية للمنظمة في إطار عام يغطي مجموعة من الأبعاد، حيث أن هذه العناصر يمكن أن تكيف بقياسات مختلفة وفق اعتبار طبيعة عمل المنظمة ونشاطها وتأثير فئات أصحاب المصالح المختلفين، وحسب كروول Carroll فإن المسؤولية الاجتماعية تضم أربعة عناصر جوهرية رئيسية وهي: الاقتصادي Economic، والأخلاقي Ethical، القانوني Legal، الخيرية Philanthropy، وقد وضع كروول Carroll هذه العناصر بشكل هرمي متسلسل لتوضيح طبيعة الترابط بين هذه العناصر من جانب ومن جانب آخر فإن إستناد أي بعد على بعد آخر يمثل حالة واقعية، وكما هو موضح في الشكل التالي⁶:

الشكل رقم (01): هرم كروول Carroll للمسؤولية الاجتماعية



المصدر: محمد عاطف محمد ياسين، واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية: دراسة تطبيقية لآراء

عينة من مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة

الشرق الأوسط للدراسات، الأردن، 2008، ص: 19.

3- عوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية للمنظمة: يرتبط نجاح المنظمة في تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية،

بالعديد من العوامل المرتبطة بالرؤية والتنظيم وزهي كالتالي⁷:

- ضرورة الإيمان بقضية المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع،
- قيام الشركة بتحديد رؤية واضحة نحو الدور الاجتماعي الذي تريد أن تتبناه والقضية الرئيسية التي ستهتم بالعمل على المساهمة في معالجتها.
- قيام الشركة بتخصيص مسؤول متفرغ لهذا النشاط وتحدد له الأهداف والمخططات المطلوبة
- الاهتمام بجعل هذه البرامج الاجتماعية قائمة بذاتها مستقبلاً وتعمل على تغطية مصروفاتها ذاتياً.
- الحرص على تقديم هذه البرامج بأداء قوي ومتميز وجودة عالية.
- حسن إدارة الجوانب الاجتماعية التي تبرز أثناء قيام الشركات بنشاطها الاقتصادي ، وتتمثل هذه الجوانب في الالتزام البيئي واحترام قوانين العمل وتطبيق المواصفات القياسية والتي تمثل تحدياً للشركات.

المحور الثالث: المسؤولية الاجتماعية ودوافع تحسين جودة حياة العمل

1- مفهوم جودة حياة العمل :

تتعدد وتعقدت تعريفات الباحثين و العلماء لمفهوم جودة حياة العمل و إن كان مضمونها واحد يصب في تحسين بيئة العمل ، و حياة العاملين فيها ، و فيما يلي عرض أهم هذه التعريفات:

يعرف (Anderson , 1988) جودة حياة العمل من خلال آثارها المترتبة ، حيث يرى أنها تمثل زيادة مشاركة العاملين في القرارات التي كان يقوم بها المديرون كما تنعكس في صورة تحسين الإنتاجية من خلال الاستخدام الأمثل للأفراد بصورة أكثر من الأموال ، هذا إضافة إلى تحسين الأمن والصحة الوظيفية ومشاركة العائد وتحسين الرضا الوظيفي⁸.

ويعرفها (Havlovic, 1991) بأنها تعبر عن توفير العوامل البيئية المرضية والمحبة والأمنة بمكان العمل بما يدعم رضاء العاملين بالإضافة إلى توفير نظم المكافآت وفرص النمو المناسبة.

ويشير (Mayers, 1992) إلى أن جودة الحياة في العمل تبدو في الممارسات التي تبادر بها الإدارة من خلال الأنشطة الإدارية المتعددة لتحسين كفاءة التنظيم وزيادة الرضا الوظيفي للعاملين. وفي نفس الاتجاه يعرفها كل من (Lewis , Goodman & Fanclt , 1995) بأنها مجموعة الأنشطة التي تمارسها المنظمة بغية تنمية وتطوير الحياة أثناء العمل بما ينعكس إيجابياً على إنتاجية المنظمة.

عرف جاد الرب مفهوماً جودة حياة العمل بأنها العمليات المتكاملة المخططة و المستمرة و التي تستهدف تحسين مختلف الجوانب التي تؤثر على الحياة الوظيفية لمعاملين و حياتهم الشخصية ، و الذي يسهم بدوره في تحقيق الأهداف الإستراتيجية للمنظمة و العاملين فيها و المتعاملين معها⁹.

2- مفهوم تحسين جودة حياة العمل :

إن الهدف الأساسي من محاولات التحسين هو إعداد قوة عمل راضية و مندفعة ذات قدرة على الإبداع و الابتكار، و البعض يربط جودة حياة العمل بظروفه الاجتماعية و الطبيعية و النفسية، فيعرف هؤلاء جودة حياة العمل بأنها " خلق جو عمل ملائم و استخدام إجراءات و نظم و طقوس عمل تشعر الفرد بأهميته في المنظمة و تحفزه باتجاه الأداء الأفضل " و في تعريف آخر، "هي أي نشاط تمارسه المؤسسة بهدف تعزيز الكرامة الإنسانية و النمو و التقدم" هذا، و ترتبط الجودة الجيدة لحياة للعمل بتأثير ظروف العمل على استمرار العامل مع المؤسسة، كما أنها عملية يتعلم من خلالها الأفراد العاملون و الإدارة، و أطراف أخرى كيف يمكن أن تكون قوة تستهدف تحسين الوضع التنافسي للمؤسسة، فالأمر يتطلب تضافر الجهود في إنجاح برامج تحسين جودة حياة العمل وصولاً إلى تحسين الروح المعنوية و الرضا لزيادة الإنتاجية¹⁰.

3- أهمية تحسين جودة حياة العمل:

تكتسب برامج تحسين جودة حياة العمل أهميتها كونها تقود المؤسسة إلى¹¹:

- أ - التفوق النوعي على المنافسين، من خلال حرص العاملين على تحسين الإنتاجية و الجودة في آن واحد.
 - ب - الحصول على نوعيات كفاءة من الموارد البشرية و الاحتفاظ بها، يساهم في تحقيق فرص النمو و التطور لارتباطها الطويل بالمؤسسة.
 - ج - فرصة العاملين في القضاء على مشاكل قد تعرقل نشاط المؤسسة و تعطل برامجها.
- إن استراتيجيات تحسين الإنتاجية لا تعتمد على الاستثمار في رأس المال و التقنيات الحديثة فقط، و إنما تجري تغييرات في العمل، من حيث محتواه و أبعاده، بما يكفل حسن الاستفادة من القدرات البشرية، و يحقق هدف رفع إنتاجية عنصر العمل.

4- دوافع تحسين جودة حياة العمل:

- تعد جودة حياة العمل السائدة في المنظمة أحد أهم مصادر رضا الأفراد العاملين ومؤشر لبيئة العمل التي تتميز بها المنظمة عن غيرها من المنظمة الصناعية الأخرى.

- الدور الفعال للمورد البشري في تخطيط وتنفيذ نشاطات المنظمة خاصة في بيئة تتميز بدرجة عالية من المنافسة وتسابق مستمر بين المقاولات في الحصول على أهم وأثمن مورد لعملياتها وهو المورد البشري الذي يعد مصدر الجذب في المنظمة والمورد الذي يتطلب مراعاة خاصة في الاستخدام.

- جودة حياة العمل الجيدة تشكل قوة جذب **Attraction Force** للموارد البشرية فائقة النوعية من الناحية المهنية والمعرفية.

- إدراك المنظمة أن توفير مكان مناسب للعمل يزيد من ولاء أفرادها العاملين ويحقق التكامل والتفاعل بين أهدافهم وأهدافها.¹²

5- برامج تحسين جودة حياة العمل:

يتوفر أمام المؤسسة نوعين من البرامج الخاصة بتحسين جودة حياة العمل:

أولاً: البرامج التقليدية

يقصد بها مجموعة البرامج التي اعتادت المؤسسة استخدامها، كما أنها معروفة لدى أغلب أو كل المؤسسات، وتشتمل هذه البرامج على توفير ظروف العمل المناسبة، التي تعني " كل ما يحيط بالفرد في عمله و يؤثر في سلوكه و أدائه، و في ميوله تجاه عمله و المجموعة التي يعمل معها و الإدارة التي يتبعها و المشروع الذي ينتمي إليه " ¹³ .

و يمكن تقسيم ظروف العمل إلى طبيعية و أخرى اجتماعية:

1- ظروف العمل الطبيعية: تتعلق براحة الأفراد أثناء العمل، و يتضمن هذا النوع جوانب متعددة منها¹⁴:

* **الإضاءة:** يجب الاستعانة بالخبراء و الفنيين عند تصميم الإضاءة بالمصنع أو الوحدة الإنتاجية مع إعادة النظر في نظام الإضاءة المصمم أو إدخال تحسينات عليه، بما يكفل تزويد المساحة بكمية الضوء المناسبة و بالتوزيع المطلوب، مما يؤدي إلى الدقة في الإنتاج، و بالتالي زيادة معدله.

* **التحكم في الضوضاء:** قد يترتب عن الضوضاء آثار ضارة للأفراد، من إجهاد عصبي و ضعف في حاسة السمع أو فقدانها، و كلها عناصر تؤدي إلى انخفاض إنتاجية العمال في المصانع و ارتفاع معدل دوران العمل.

* **التحكم في درجة الحرارة:** يتطلب ذلك تدفئة المبنى أثناء فصل الشتاء، و تبريده أثناء فصل الصيف، مما يساعد على تهيئة الظروف المناسبة للعمل، و بالتالي التأثير الإيجابي على إنتاجية العامل.

* **التقليل من رتابة الأعمال:** و ذلك عن طريق إعادة تصميم الأعمال، بما يمنع تكرارها الذي يؤدي إلى الإجهاد و الشعور بالملل و يؤثر سلباً على إنتاجية العاملين.

* **التركيز على برامج الأمن و السلامة المهنية:** تستعمل برامج الرعاية الصحية لتحذير الفرد العامل من خطر الاستعمال الخاطئ للمعدات الإنتاجية، أو لأغراض الجودة تجنباً لخطر الإصابة ببعض الأمراض.

و عليه، فإن العناية بظروف العمل المحيطة يسهم بشكل فاعل في تحسين أداء الأفراد و رفع معدلات

الإنتاج.

2 - ظروف العمل الاجتماعية: لا يمكن فصل الإدارة أو العاملين عن الظروف الاجتماعية المحيطة، و فيما يلي العوامل الرئيسية التي تحدد الظروف الاجتماعية للعمال و تؤثر في إنتاجيتهم و تشعرهم بالرضا عن أعمالهم:

* **التنظيم الرسمي:** يؤثر هذا النوع على ظروف العمل، فيؤدي إلى حفز الأفراد لتحسين أدائهم أو التقليل من قدرتهم على الأداء، فهو محدد بقواعد و سياسات تضعها الإدارة.

* **التنظيم غير الرسمي:** يؤثر في التنظيم الرسمي و القادة و الأفراد، كما أنه يتأثر بكل هذه الأطراف، و يعتبر الأفراد الداخلون فيه، أكثر وعياً، و التفافاً حول الأهداف التي يسطرونها لأنفسهم من ناحية العمل، و بذلك تستطيع الإدارة الحصول على نتائج إيجابية و تنجح في تغيير السلوك الإنساني.

* **القيادة:** تعمل على تحقيق أهداف معينة، و يتحدد ذلك بمدى قدرة القائد في التأثير على مجموعات العمل.

* **نظام الاتصال بالعاملين:** تتضح أهميته في فعاليته من خلال تشجيع الأداء بطريقة أفضل و تحقيق الرضا الوظيفي، و بالتالي رفع الكفاءة الإنتاجية، وقد استطاعت النقابات القيام بهذا الدور بكسب ثقة العاملين و استعدادهم للتجاوب و التعاون مع الإدارة، و شاركت في تحمل المسؤولية نحو تحسين الأداء و زيادة الإنتاجية¹⁵.

ثانياً: البرامج الحديثة

إن تنوع أعمال المؤسسات، و تعدد خطوط الإنتاج، و كذا تطلعات الأفراد و تزايد حاجاتهم، أدى إلى ضرورة التفكير في برامج تتعدى حدود زيادة الرضا و الدافعية لدى العاملين، فأصبحت برامج تحسين جودة حياة العمل توظف بهدف استراتيجي يشعر العامل بمصيره المشترك مع المؤسسة، مما يوجب استخدام البرامج الآتية:

1 - الإثراء الوظيفي: الغرض منه الإحساس بمتعة إنجاز العمل عن طريق تنويع المهام و إضفاء صفة

الإبداع فيه، بإضافة مسؤوليات جديدة تتعلق بالتخطيط و الفحص و التفتيش و الرقابة و غيرها¹⁶

2 - الإدارة بالمشاركة: يهدف هذا البرنامج إلى إشراك العاملين في تحقيق الأهداف، و فتح قنوات الاتصال بهم، و تغيير أنماط التعامل معهم، مما يجعل منه فعالاً في تحقيق الأهداف الإنتاجية، و تحسين نوعية القرارات الإدارية.¹⁷

3- فرق العمل المدارة ذاتياً: يدور هذا المفهوم حول توسيع جهود مشاركة العاملين في وضع الأهداف، و تصميم الخطط اللازمة لتحقيقها، فيتولى فريق مكون من خمسة إلى خمسة عشر فرداً في الإنتاج بدلاً من تجزئته، مما يسهم في زيادة الإنتاجية و تحسين النوعية و تقليل التكاليف.

4 - جداول العمل البديلة: إن هذا البرنامج يمنح الحرية للفرد في تحديد أوقات جداول العمل، كما يتولى زيادة رضا العاملين و التقليل من تأخيراتهم و غياباتهم.

6-المسؤولية الاجتماعية وانعكاسها على تحسين جودة حياة العمل :

ان المؤسسات تعمل اكثر ولساعات اطول والسعي المتواصل فيما اذا كان التقدم الاقتصادي قد يحسن في جودة حياة العمل فيها ،والفكرة الاساسية التي يتم التركيز عليها لإعادة تشكيل الانسجام والتوافق بين العقلانية الاقتصادية والاخلاقيات في ظل هذا العالم المتغير سريع التطور بتقنياته المتنوعة . فالمؤسسة عليها ان تبحث

عن كل شيء يحكمها ويسير عملها بان تتسجم والمعايير الاخلاقية في العمل خاصة في عالم العولمة اذ تهتم اخلاقيات الاعمال بالاعتبار الاساسي لمعنى وهدف الوجود الانساني والمبادئ الاخلاقية التي تعتمد عليها الفعاليات الاقتصادية ، اذ ان هناك ابعاداً عديدة للمسؤولية الاجتماعية تجاه الافراد العاملين داخل المشاريع المنظمة وتسعى إلى الاستفادة من التقدم الاقتصادي لتحسين جودة حياة العمل فيها و ذلك من خلال :

1- توفير الخدمات للعاملين كالنقل والإطعام والإسكان والخدمات الصحية.

2- العمل على اعتماد سياسة معينة لمشاركة العاملين في أرباح المنظمة، واعتماد سياسة تسمح للعاملين من المشاركة في عمليات صنع القرار

3- منح مكافآت وحوافز للأفراد العاملين وفق مبدأ كفاءة و تكريم وتحفيز الأفراد العاملين المتفوقين والمبدعين في العمل

4- توفير الأمن الصناعي والعمل على تفادي الحوادث بالمنظمة وتوفير بيئة نظيفة خالية من التلوث و اهتمام بتعويضات العاملين مقابل إصابات للعمل أو الأمراض المهنية

5- إعداد وتنفيذ برامج توعي للأفراد العاملين تتضمن المعايير المهمة المعتمدة على المستوى الاجتماعي والبيئي والأمان في العمل

6- العمل على رفع الروح المعنوية للعاملين وبث روح التعاون والدافع والحافز بينهم والحفاظ عليهم و العمل على رفع قدراتهم ومساهماتهم في المجتمع

7- المحافظة على حقوق الأفراد العاملين في المنظمة باعتبارهم جزء من المجتمع

8- توفير البرامج التدريبية اللازمة بالداخل والخارج، لزيادة مهارات العاملين وقدراتهم

المحور الرابع: دراسة حالة مجمع سوناطراك

1- **التعريف بمجمع سوناطراك** : سوناطراك أو **Sonatrach** اختصار (Société Nationale pour la

Recherche, la Production, le Transport, la Transformation, et la Commercialisation
(des Hydrocarbures s.p.a

نشأت سوناطراك في 31 ديسمبر 1963 هي الشركة الجزائرية للبحث والاستغلال والنقل عبر خطوط الأنابيب ومعالجة وتسويق الهيدروكربونات ومشتقاتها. وتشارك أيضا في قطاعات أخرى مثل توليد الطاقة، والطاقة الجديدة والمتجددة وتحتية مياه البحر، وتنفيذ أعمالها في الجزائر وجميع أنحاء العالم حيث. سوناطراك تحتل المركز الثاني عشر في ترتيب شركات النفط في العالم في التقرير الدولي لأفضل 100 شركة نفطية للعام 2004 حسب ما أورده بيان صدر عن وزارة الطاقة والمناجم الجزائرية. والمركز الأول في أفريقيا و حوض البحر الأبيض المتوسط ، و ثاني أكبر مصدر لغاز الطبيعي المسال و غاز النفطي المسال وثالث

مصدر للغاز الطبيعي في ، أنشطتها تشكل حوالي 30% من الناتج القومي الإجمالي من الجزائر. ويعمل بها أكثر من 129.000 شخص في المجموعة بأكملها.¹⁸

2- الالتزام الاجتماعي لسوناطراك:

سوناطراك، مواطنة، تعمل على تعزيز العلاقات الاجتماعية ومساعدة المحتاجين، وتعزيز الأنشطة البحثية والعلمية، ومساعدة الإبداع الفني، وتشجيع الرياضة، والمساهمة في الحفاظ على الطبيعة والمحافظة على التراث الثقافية والتاريخية. اليوم سوناطراك لا ترى التنمية الاقتصادية دون التنمية المستدامة، وتعمل لضمان امتثال أنشطة سوناطراك مع المتطلبات القانونية والتنظيمية والسلامة والبيئة. تطوير نهج وقائي لإدارة مخاطر الحوادث والحوادث والصحة المهنية وحماية البيئة؛ لتحسين الأداء والسلامة والبيئة من خلال تنفيذ نظام الصحة والسلامة والبيئة (HSE-MS) نظام الإدارة المتكامل. لتحسين القدرة على الاستجابة للوحدات في حالات الطوارئ والأزمات. تعزيز وتعميم التدريب والتوعية ل¹⁹HSE.

3- الاستثمار الاجتماعي لسوناطراك :

برامج الاستثمار الاجتماعي تحمل شعار (مسؤوليتنا الاجتماعية نحن نناضل من أجل الانفتاح)، سوناطراك حريصة على أداء واجبه التضامن الوطني، سوناطراك مواطنة، اعتمدت سياسة اجتماعية جديدة لتعزيز علاقاتها المتميزة مع المجتمع المدني. وينعكس هذا الالتزام بشكل واضح في تنظيمها الداخلي عن طريق إنشاء إدارة مشروع الاستثمار الاجتماعي في نوفمبر تشرين الثاني عام 2001. وهذا المشروع هو وجود صلة حقيقية بين سوناطراك والمجتمع المدني. وتتمثل مهمتها في بدء ورصد تنفيذ استراتيجية لمكافحة الفقر و، كجزء من التنمية المستدامة، وتشمل محاور التدخل الاستثمار الاجتماعي²⁰:

- التدريب المهني

- محو الأمية و / أو التعليم

- فتح

- البيئة

- الحرف

- الرياضة والثقافة

محاور التدخل المشروع :

مشروع إدارة الاستثمار الاجتماعي يعمل في ثلاثة اتجاهات²¹:

1- داخل سوناطراك، للحصول على الدعم من جميع الموظفين والمشاركة الفعالة.

2- في اتجاه الجهات الفاعلة المؤسسية والاجتماعية، بما في ذلك الإدارات الحكومية والسلطات المحلية

وجمعيات المجتمع المدني من خلال تزويدهم بالمعارف سوناطراك وشعبها ومواردها المالية والمادية.

3- عن طريق البحث عن شركاء أجنب، وعلى رأسها منظمات الأمم المتحدة، والعمل في نفس اتجاه سوناطراك في الاستثمار الاجتماعي.

4- المسؤولية الاجتماعية في مجال البيئة لسوناطراك :

- وقد اتخذت العديد من الإجراءات للحد من أو القضاء على تأثير الأنشطة سوناطراك على البيئة²²:
- الإجراءات والمشاريع الرئيسية التي تقوم بها سوناطراك هي الحد من انبعاثات الغازات المسببة للاحتباس الحراري ، وتطوير مناطق تخزين النفايات ، وتعزيز وتنفيذ نظم فرز النفايات.
 - في مجال مكافحة تلوث الهواء الناجم عن انبعاث غبار الفحم.
 - بذل جهود كبيرة لاسترداد المنتجات الغاز المصاحب والقضاء التدريجي على حرق الغاز.وتقوم سوناطراك استثمارات كبيرة ليصل إلى 1% من حرق الغاز في 2021.

يتم تنفيذ إجراءات أخرى أيضا في هذا الجهد البيئي. على سبيل المثال:

- إدارة النفايات الناتجة عن وحدات: تعزيز الإطار التشريعي والتنظيمي الذي يحكم مجال إدارة النفايات الناجمة 01-19 دفعت قانون ولائحته التنفيذية والعملية التي بدأت بالفعل من قبل سوناطراك في هذا المجال. وتلتزم شركة سوناطراك لتنفيذ خطة إدارة النفايات من أجل تنفيذ نهج منظم ومتكامل لإدارة النفايات، استنادا إلى مبادئ الحد من المصدر، وإعادة التدوير وإعادة الاستخدام، الانتعاش والتخلص منها.
- إعادة التشجير الوطني: سوناطراك ترعى مشروع التشجير كبير، المدرجة في إطار مشروع وطني يهدف زراعة 535580 شتلة لإحياء العديد من المواقع، وإعادة تأهيل الغابات والمساهمة في الحد من انبعاثات غازات الاحتباس الحراري و تتأثر عشرين ولايات من هذا الإجراء. وهم: الشلف الأغواط، باتنة، بجاية، البويرة، تلمسان، تيارت تيزي وزو، الجزائر، جيجل، سطيف، سكيكدة، قسنطينة، مستغانم، وهران، بومرداس، شرم الترف، تيسمسيلت، تيبازة وعين الدفلى .
- في بجاية، انطلقت عملية التشجير من 18 فيفري - 31 مارس، عام 2017 على مستوى الحديقة الوطنية قورايا ومحيطها، بما في ذلك 14 قرية لإعادة تأهيل الغابات التي دمرها الحريق.
- بدعم من شركة سوناطراك 27.000 النباتات مع 12.000 شجرة زيتون وأشجار التين 7500 و7500 أشجار أخرى وسيتم زرع خلال برنامج إعادة التشجير في ولاية بجاية.
- مؤسسة سوناطراك طاسيلي : تعمل مؤسسة سوناطراك طاسيلي للتنمية الاجتماعية والاقتصادية لشعبنا والحفاظ على التنوع البيولوجي في جنوب الجزائر بما في ذلك استخدام الطاقة المتجددة ،إن مؤسسة

سوناطراك طاسيلي يحسب له عدد من الإجراءات مثل: كهربية بواسطة الطاقة الشمسية ، بئر المياه بالطاقة الشمسية دورة المحرك ، توزيع المواعد الشمسية ، توافر توربينات الرياح مع شفرات العمودية، والاستفادة من الزراعة في مناطق جنوب الجزائر

5- المسؤولية الاجتماعية في مجال الرياضة لسوناطراك :

سوناطراك، شريك في الرياضة الوطنية ، تقريبا جميع الألعاب الرياضية بما في ذلك ألعاب القوى وكرة القدم وركوب الدراجات، وكرة اليد، وركوب الخيل والمبارزة، تدعم من قبل سوناطراك ، لسنوات عديدة، واحدة من الرعاية الرئيسيين للرياضة في الجزائر²³.

6- المسؤولية الاجتماعية والبرامج تحسين جودة حياة العمل في سوناطراك:

سوناطراك ملتزمة بمبادئ التنمية المستدامة، من خلال توجيه الهدف الأساسي والاستراتيجي لأنشطتنا مع الجمع بين النمو والالتزامات الاقتصادية وسلامة الإنسان وممتلكاته و الحد من تأثير نشاطاتنا على صحة موظفينا ومواطنينا الذين يعيشون بالقرب من منشآتنا.

1- الموارد البشرية : شعار سوناطراك (موردنا البشرية، لدينا ثروة مستدامة)

أعربت سياسة الموارد البشرية لسوناطراك طموح لتطوير وإدارة رأس المال البشري للشركة على نحو أفضل، أمر ضروري لتطوير ونمو واستمرارية، لأنه يقوم على عدد من أهداف إدارة الموارد البشرية في سياق دولي معين الأمر الذي يتطلب تخطيط للموارد لديها، لتلبية الاحتياجات المحددة لمنظماتها، إلى تطوير مهارات موظفيها بشكل مستمر و كونه جهة العمل المفضلة لجذب أفضل المواهب من الجامعات والمدارس الكبرى. الموارد البشرية الميزانية العمومية 2014 يعكس جهود هياكل الشركة ولقياس تحقيق أهداف الموارد البشرية، بما في ذلك تلك المتعلقة بتعزيز وظائف الأساسية وتحسين الموارد المتاحة²⁴.

التوظيف و التكوين :

في السنة المالية 2014 مجموع القوى العاملة 59304 عاملا وذلك بانخفاض قدره 2.5% عن السنة المالية 2013 (60843 عاملا) والتوظيف الخارجي 1458 عاملا، التوظيف الخارجي في عام 2014 ما يصل 33% مقارنة مع السنة المالية 2013 (1094 عاملا).

التكوين في 2014 تميزت تشكيل المعنيين ب 14731 عاملا(31% من القوى العاملة الدائمة) وتكوين و توظيف 2361 مهندس وتقني متخصصين أساسا في مجالات العمل.

مجموع الموظفين المدربين في أواخر عام 2014 هو 17092 عاملا اي 351149 h/j وميزانية 3.86 مليار دينار (2.9% من الرواتب). ويشمل مجال التدريب في مجالات صيانة الصناعية والأمن الصناعي، والاستكشاف والإنتاج، تكنولوجيا المعلومات، إدارة الموارد البشرية، إدارة، واللغات.

Formation par durée et par organisme :

Durée	Part.	H/J
Courte durée	24 603	146 192
Longue durée	2 767	204 957
Total	27 370	351 149

Organisme	Part.	H/J
IAP	5 482	171 326
CPE	7 318	88 410
Centres Activités	8 637	49 399
Algérie	5 713	38 767
Etranger	220	3 247
Total	27 370	351 149

2- سياسة السلامة و الصحة و البيئة في مجمع سوناطراك :

للتعامل مع المخاطر المهنية التي يتعرض لها العاملون في سوناطراك في بيئة عملهم، وقامت الشركة في عام 2002 بإنشاء مديرية المركزية الصحة والسلامة التي تتمثل مهمتها في نشر استراتيجية جديدة لإدارة المخاطر الصناعية. وبالإضافة إلى ذلك، والصحة والسلامة في العمل هي من بين التحديات الرئيسية التي تواجه الشؤكة لتكون مسؤولة اجتماعيا وقادرة على المنافسة اقتصاديا ، تلتزم سوناطراك إلى تغيير مجال الصحة والسلامة وجعله واحدا من مجالات التميز، حيث خصصة ميزانية تقدر نحو 1.8 مليار دولار كاستثمارات الذي يغطي مصاريف "إدارة المخاطر، وإدارة الصحة والسلامة في العمل، وإدارة الطوارئ والأزمات، والإدارة البيئية"²⁵(سوناطراك، 2008).

هذا الالتزام على صحة وسلامة العاملين لديها، قاد مجموعة سوناطراك لتعزيز استراتيجيتها الامنية للعمل و سلامة التراث وحماية البيئة عن طريق إعلان سياسة السلامة والصحة والبيئة، وقعت 27 أبريل 2004، هذه هي الاستراتيجية التي تهدف إلى تحقيق²⁶ :

- الامتثال لأنشطة المجموعة مع المتطلبات القانونية والتنظيمية والسلامة والبيئة.
- تطوير نهج وقائي لإدارة المخاطر من الحوادث، والصحة المهنية وحماية البيئة.
- تحسين الأداء السلامة والصحة والبيئة من خلال تنفيذ نظام الإدارة المتكامل (HSE-MS).
- تحسين القدرة على الاستجابة للوحدات في حالات الطوارئ والأزمات.
- إن تعزيز وتعميم التدريب والتوعية في الصحة والسلامة وتطوير المعلومات والاتصالات في مجال الصحة والسلامة.

1- الصحة المهنية :

في أعقاب السياسة العالمية حول الصحة والسلامة والبيئة، وقد وضعت سوناطراك سياسة والوقاية التي تهدف إلى تطوير نهج وقائي في مجال الطب والصحة العامة.

هذه السياسة هي حجر الزاوية في نظام حماية الموارد البشرية ، الوقاية الصحية في مكان العمل هو التزام جميع للحفاظ على الصحة البدنية والعقلية الموظفين والوقاية الأمراض المهنية وتتم المراقبة الطبية للموظفين للخروج على مستوى كل موقع عمل، تتوفر شبكة الصحة على 175 من المرافق الموجودة في جميع أنحاء التراب الوطني.

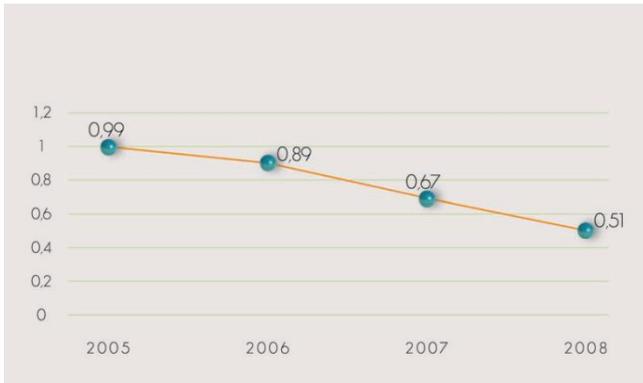
2-تقييم المخاطر الصحية والوقاية :

التزام سوناطراك هو لحماية العمال، وتعزيز الصحة في مكان العمل وتحسين جودة بيئة العمل للحد من المخاطر المهنية عن طريق ضمان، على سبيل الأولوية الامتثال للتشريعات واللوائح. ويستند التزامها لحماية صحة العاملين على آليات الدعم والتشاور التي تستهدف المديرين والعمال والأطباء المهني لتحديد والوقاية وتقليل المخاطر المرتبطة بالعمل، مثل مخاطر المهنية والحوادث والأمراض النفسية والاجتماعية والمهنية، فضلا عن أي ضرر على الصحة و هذا من خلال :

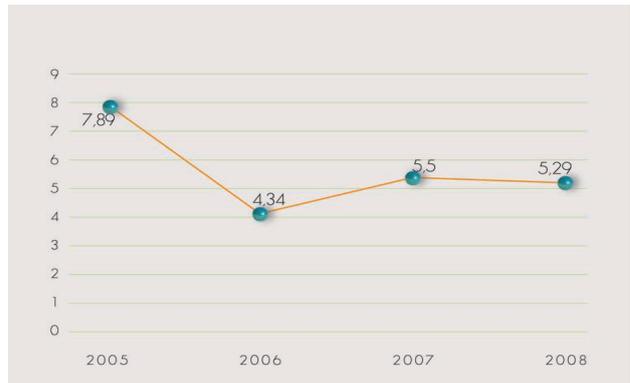
- التقييم والتحسين المستمر للعمليات التي تنفذها ولجميع فاعلين تهدف إلى ضمان بيئة عمل آمنة وصحية من خلال تحسين ظروف العمل وجودة الحياة في العمل.
- التكوين والتدريب والإعلام والتوعية والتعليم هي مقاليد هذا الالتزام بالوقاية والحماية الصحية في مكان العمل.

وعلى الرغم من هذه الالتزامات سجلت مجموعة سوناطراك في 2008، 2343 حادث عمل من مجموع القوى العاملة (129932 عامل) و(289944014 ساعات العمل). معدلات التردد والشدة هي على التوالي 5.29 و 0.51²⁷.

ومن خلال الشكلين التاليين لاحظنا انخفاض معدل الحوادث العمل نتيجة السياسة السلامة و الصحة.



Evolution du taux de gravité des accidents du Groupe 1 Figure Sonatrach



Evolution du taux de fréquence des accidents2 Figure

3- سلامة العاملين والمنشآت :

من حيث السيطرة على المخاطر الصناعية وتقوم استراتيجية الشركة سوناطراك على ثلاثة أبعاد: التكنولوجيا والتنظيم والعامل.

ولديها أسلوب منهجي للأمن لتحسين أمن موظفين والمرافق وتراث و يقلل أيضا من تأثير نشاطاتها على البيئة وصحة العمال والسكان المحليين من البنية التحتية الصناعية لديها، ويتم تنفيذ الإجراءات التصحيحية والعادية في جميع الأوقات من خلال عمليات التدقيق والتفتيش التي تقوم بها هياكل مختلفة لشركة من أجل تقييم مدى التزام المنشآت والعمليات فيما يتعلق اللوائح والمعايير والممارسات الجيدة في مجال صناعة النفط والغاز السلامة، وحماية الصحة والبيئة²⁸.

الخاتمة

إن البرامج تحسين جودة حياة العمل بأبعادها النفسية والاجتماعية والطبيعية تشكل مسؤولية اجتماعية وأخلاقية ومعنوية تتحملها المنظمات، ومستوى كفاءة المنظمة في تحمل هذه المسؤولية يمكن أن ينعكس بنتائج ملموسة على جهود المنظمة من حيث النمو والازدهار والتكيف مع المتطلبات البيئية. فنجاح المنظمة بتهيئة الجودة المناسبة من حياة العمل يمكن أن يساعدها في إطلاق طاقات أفرادها العاملين تحقيقا لهدف زيادة الإنتاجية كما ونوعا.

التوصيات:

بناء على ما جاء في المفاهيم النظرية والعملية للورقة البحثية ، فقد اقترحنا التوصيات التالية:

- تشجيع على زيادة الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية ، بهدف مساعدتها على الإسهام في التنمية المستدامة.
- العمل على تعزيز سمعة المؤسسة الاقتصادية وتحقيق ثقة أكبر للجمهور بتعزيز الأداء الاجتماعي وتحسينه
- جعل عملية اتخاذ القرارات على أساس فهم متطور لتطلعات المجتمع، والفرص المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية
- إن الإلتزام بالمسؤولية الاجتماعية من شأنه أن يعمل على تحسين مناخ العمل السائد من خلال بعث روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف داخل المؤسسة الاقتصادية من اجل تحسين جودة حياة العمل
- تعزيز ولاء الموظفين وروحهم المعنوية، وتحسين سلامة وصحة العاملين والاهتمام بحقوقهم المختلفة هذا ما يرفع من مستوى جودة حياة العمل
- العمل داخل المؤسسة الاقتصادية على تحسين وتنظيم العلاقة مع الأطراف المعنية

- تنظيم حملات واسعة النطاق للترويج لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات بأهمية هذه البرامج وأثرها على أرباحها في المدى المتوسط والطويل.

المراجع

- ¹ طاهر مرسى منصور – صالح مهدي محسن، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال (الأعمال والمجتمع) دار وائل للنشر – 2008 – ص 48، 49
- ² Lemercier, la Responsabilité sociale des entreprises, Association membre de l'union sociale pour l'habitat, 2006, P 2.
- ³ www.wbcasd.org
- ⁴ راجع في ذلك كل من:
- مديحة بخوش، عمر جنينة، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية في إطار التنمية المستدامة، الملتقى الوطني الأول حول : آفاق التنمية المستدامة في الجزائر ومتطلبات التأهيل البيئي للمؤسسة الاقتصادية، جامعة قلمة، الجزائر، 2010، ص ص: 8-9؛
- محمد إبراهيم محمد، إدارة وتنمية الموارد البشرية: الإتجاهات المعاصرة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2007، ص: 235؛
- طاهر محسن منصور الغالبي، مرجع سابق، ص ص: 93-95؛
- محمود عباس بدوي، المحاسبة عن التأثيرات البيئية والمسؤولية الاجتماعية للمشروع، دار الجامعة للنشر، الإسكندرية، 2000، ص: 210-211.
- ⁵ عريوة محاد، دور بطاقة الأداء المتوازن في تقييم وقياس الأداء المستدام بالمؤسسات المتوسطة للصناعات الغذائية – دراسة مقارنة بين ملبنة الحضنة بالمسيلة وملبنة التل بسطيف، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير بجامعة سطيف، 2011، ص: 55.
- ⁶ الكسندر سكولنيكوف وجوش ليتشمان وجون سوليفان، النموذج التجاري لمواطنة الشركات، مركز المشروعات الدولية الخاصة، التقرير رقم 410، 27 ديسمبر 2004، ص: 7
- ⁷ المنبر الأردني للتنمية الاقتصادية، مبادرة إقليمية يطلقها مركز الأردن الجديد لتعزيز ممارسات الشركات المسؤولية الاجتماعية، مجلة حوار السياسات الاقتصادية، العدد العاشر، أغسطس 2005، الأردن.
- ⁸ المغربي، عبد الحميد عبدالفتاح : 2007، المهارات السلوكية والتنظيمية لتنمية الموارد البشرية، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، كلية التجارة، المنصورة. ص 264
- ⁹ المغربي، عبد الحميد عبد الفتاح: جودة حياة العمل وأثرها في تنمية الاستغراق الوظيفي دراسة ميدانية، مجلة الدراسات والبحوث التجارية، العدد الثاني، كلية التجارة، جامعة الزقازيق، مصر. 2004، ص 05
- ¹⁰ خالد عبد الرحيم، مطر الهيتي: إدارة الموارد البشرية مدخل استراتيجي، دار وائل للنشر 2005. ص 277
- ¹¹ خالد عبد الرحيم، مطر الهيتي: نفس المرجع.. ص 27.
- ¹² خالد عبد الرحيم، مطر الهيتي: ص 275
- ¹³ صلاح الشنواني: 1999، إدارة الأفراد والعلاقات الإنسانية (مدخل الأهداف)، مؤسسة شباب الجامعة، مصر. ص 205.
- ¹⁴ صلاح الشنواني، نفس المرجع. ص 211.
- ¹⁵ أحمد عرفة وسمية شلبي: 1999، نحو نظرية لزيادة الإنتاجية. الدار الجامعية، مصر، ص 17
- ¹⁶ صونيا محمد بكري: 2002، إدارة الجودة الكلية، الدار الجامعية، مصر ص 154
- ¹⁷ خالد عبد الرحيم، مطر الهيتي: نفس المرجع. ص 285
- ¹⁸ www.sonatrach.dz Revue interne de la SONATRACH (2004)
- ¹⁹ www.sonatrach.dz
- ²⁰ www.sonatrach.dz
- ²¹ DJAOUAHDOUN Réda, NABTI Ahlem , **La responsabilité sociale de l'entreprise entre théorie et concrétisation pratique : cas de l'Algérie. Colloque international francophone, « Le développement durable : débats et controverses », 15 et 16 décembre 2011, Université Blaise Pascal, Clermont-Ferrand.p8**
- ²² www.sonatrach.dz
- ²³ www.sonatrach.dz
- ²⁴ www.sonatrach.dz/rapport_annuel_2014 de la SONATRACH(2014).pdf
- ²⁵ www.sonatrach.dz/rapport_annuel_2008 de la SONATRACH(2008).pdf
- ²⁶ www.sonatrach.dz/politique_HSE_2004.
- ²⁷ www.sonatrach.dz/rapport_annuel_2014 de la SONATRACH(2014).pdf
- ²⁸ www.sonatrach.dz

الشراكة الاجتماعية: مدخل لتفعيل المسؤولية الاجتماعية للمنظمات =دراسة حالة: شركة كوندور للإلكترونيات=

د. باشا فاتن

أستاذة محاضرة ب

كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

Fatena17@gmail.com

د. بنوناس صباح

أستاذة محاضرة ب

كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

sabah_benounnas@yahoo.fr

الملخص:

إن أهمية المسؤولية الاجتماعية، ترجع إلى كونها إحدى الآليات التي تستخدم في المجتمع المعاصر، والتي تعمل على تقديم كافة السبل لضمان الحياة بشكل أفضل لكافة الفئات داخل المجتمع، وذلك من خلال المشاركة من جانب الفئات والقطاعات التي تستطيع تقديم العون والخبرات والدعم الاقتصادي والاجتماعي والثقافي من أجل سد الاحتياجات التي تحتاج لهذا الدعم من ناحية، وتلافي السلبيات التي تخلفها بعض الأنظمة التي تتبعها في إدارتها لمنظماتها وقطاعاتها من ناحية أخرى، وذلك من خلال الاعتماد المتبادل بين الحكومة والقطاع الخاص والمنظمات والهيئات والجماعات وحتى الأفراد، حيث تتجسد آلية الشراكة المُفعّلة لدور المسؤولية الاجتماعية من خلال الأطراف أو الشركاء الثلاثة وهم: الدولة والقطاع الخاص ومنظمات المجتمع المدني، كقوى داخل المجتمع، كل منها يلعب دوره ويقع على عاتقه المسؤولية تجاه المجتمع بكافة صوره وأشكاله؛ وهو ما يتأطر في سياق الشراكة الاجتماعية للمنظمات والتي أضحت تُعنى بقدر كبير من الاهتمام باعتبارها الآلية التطبيقية الفعالة للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، الشراكة المنظماتية، المنظمات، المجتمع.

مقدمة:

ظهر مفهوم المسؤولية الاجتماعية منذ أكثر من ثلاثة عقود ماضية واستمر في التطور، وقد بدأت ارهاصات المفهوم بدفع من المنظمات غير الحكومية كردة فعل للممارسات غير

الأخلاقية لبعض الشركات. ردود الفعل هذه استطاعت ومع مرور الوقت أن تصل إلى الشركات والمنظمات الدولية، والنقابات الصناعية، والحكومات، وأن تشكل ضغطاً مستمراً وتحشد الرأي العام العالمي لدعوة المنظمات لأداء مسؤوليتها الاجتماعية؛ إلا أنه في مقابل ذلك لم يكن ولا يزال مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات غير محدد ولم يحظ بالتعريف المحدد لدى جميع الأطراف المعنية به والبيئات المتنوعة، ويذكر دافيس (Davis, 1975) أن الاصطلاحات الكثيرة التي أطلقت على مفهوم المسؤولية الاجتماعية توضح مغزى هذه النظرة، منها:^أ

- الاهتمام الاجتماعي Social Concern
- الضمير الاجتماعي Social Conscience
- المشاركة الاجتماعية Involvement
- الاستجابة الاجتماعية Social Response

وهذا الأخير هو أكثر المصطلحات شيوعاً واستعمالاً في الدراسات النفسية الاجتماعية. وفي رأي البادي أن: "مصطلح المسؤولية الاجتماعية هو أكثر المصطلحات السابقة شيوعاً واستعمالاً وأكثرها ارتباطاً بأفكار وثقافة المجتمع الذي تدور حوله فكرة المفهوم"، وبناءً عليه فإن مفهوم المسؤولية الاجتماعية في النمط الاجتماعي لأيدولوجية الصناعة الأمريكية مثلاً يعني: "تحقيق المصلحة الخاصة داخل إطار من المصلحة للمجتمع كله".^أ

وعموماً ليس هناك صعوبة في العثور على المعلومات عن مصطلح المسؤولية الاجتماعية، بل هناك مشكلة في تصفية البيانات ذات الصلة به، فالبحث عبر الشبكة العالمية (الأنترنت) باستخدام عنوان مثل "المسؤولية الاجتماعية للأعمال التجارية" سيعطي أكثر من 59 مليون نتيجة.^أ

بل وأكثر من ذلك فإن مفهوم المسؤولية الاجتماعية أصبح قابلاً للإضافة والانتساع، ليشمل الممارسات الاجتماعية للمنظمات والتي تتسم بالفعالية والفاعلية.

إذ يؤكد روبرت برونزن على أهمية التعاون بين ثالوث المنظمات، المجتمع، الأفراد (الجماهير) لتحقيق أهداف كل منهم على اعتبار أن المنظمات تعمل بمثابة النظم الاجتماعية التي تمزج بين العلم والتكنولوجيا والإنسان كعامل بشري، مما يقتضي التعاون بين المنظمة والأفراد والبيئة الاجتماعية المحيطة بهم حيث يثمر هذا التعاون بين الأدوار المتشابكة والمعقدة في تحقيق حياة أفضل في المجتمع ويتضح هذا المفهوم في النموذج التالي:

جدول رقم (01): العلاقة بين المنظمات، المجتمع، الأفراد

الأفراد	المجتمع	المنظمة
إدراك العاملين لمسؤوليتهم تجاه المنظمة.	إدراك المجتمع لدوره في مساعدة المنظمة.	إدراك الإدارة لدور المنظمة في المجتمع.
إدراك العاملين لاحتياجاتهم الأساسية والاجتماعية من المنظمة.	إدراك المجتمع لدور المنظمات في حل مشاكله.	إدراك الإدارة لدور المنظمة في خدمة الأفراد الداخليين والخارجيين.
إدراك الأفراد خارج المنظمة لدورها في الاستجابة لاحتياجاتهم الاجتماعية.	إدراك المجتمع لمسؤوليات المنظمة تجاه الأفراد.	إدراك الإدارة للدور الذي تطلبه الجماهير والمجتمع من المنظمة.

المصدر: عبد الرزاق الرحاحلة، المسؤولية الاجتماعية، مرجع سابق، ص 146.

وفي هذا السياق، تتوضح إشكالية دراستنا في السؤال التالي:

• ما الشراكة المنظماتية (المؤسسية) الاجتماعية؟ وما آليات تطبيقها؟

وفيما يلي سنستعرض هاته العلاقة من خلال طرحنا لكل من مفهوم الشراكة الاجتماعية للمنظمات، وآليات تطبيقها، إلى جانب أدوار الشراكة الاجتماعية لكن تحديداً بين المنظمات وبين الحكومة، وبينها وبين المجتمع المدني، وكذلك بين المجتمع المدني والحكومة؛ وتبيناً لهاته الآلية الاجتماعية تمت دراسة حالة "شركة كوندور للالكترونيات".

أولاً: مفهوم الشراكة المنظماتية (المؤسسية)

❖ لغة: جاء في "القاموس المحيط" أن الشراكة بمعنى قد اشتركا وتشاركا وشاركوا أحدهما الآخر وجمعها شراك في البيع والميراث. وجاء في "المعجم الوسيط" أن شراكة أي جعل لكل منهما نصيب فيه، فهو شريك، وأشركه في أمره بمعنى أدخله فيه، وشاركه بمعنى كان شريكه، ويقال فلان يشارك في علم كذا أي له نصيب منه، وشرك بينهم أي جعلهم شركاء، وتشاركا اشتركا، والشراكة بهذا المعنى تعنى عقد بين اثنين أو أكثر للقيام بعمل مشترك.^{iv}

❖ اصطلاحاً: يعرف هوكسام (Huxham, 1996) الشراكة بأنها: "مشاركة الموارد بين طرفين أو أكثر لحل مشكلة أو إيجاد فرصة لا يمكن التعامل معها بشكل مفرد من قبل طرف واحد"؛ حيث يؤكد هذا التعريف على أن الهدف من الشراكة هو التعامل مع المشكلات، إلا أنه لم يحدد ماهية هذه المشكلات إن كانت اجتماعية أم اقتصادية، وإن

كانت تتعلق بالقطاع الخاص أم العام أم المجتمع، كما أن الموارد التي يفترض هذا التعريف تشاركها بين أطراف الشراكة لم توضح إن كانت موارد مادية أم بشرية أم خلاف ذلك، وفي هذا الصدد يرى بالوش و تايلور (Balloch & Taylor, 2001) أن هذه الموارد قد تكون أفكاراً أو معرفة أو موارد مالية.^v

في حين يعرفها دامرون (Dameron, 2003) بشكل عام بأنها: "نسق يوصف مبدئياً بالمستقل، يتعلق بمجموعة من الأعوان مدفوعين إلى العمل معاً، إما بحثاً عن الانتماء لمجموعة أو الحصول على مهارات مختلفة، في إطار مشروع مشترك".^{vi}

أما مفهوم الشراكة من المنظور الكلي أي الوطني أو حتى الدولي فيشمل عدة عناصر تحدد أبعاده، وتميزه عن غيره من أشكال التعاون، وأهم عناصره هي:^{vii}

- أنها عملية طوعية، فلا يمكن أن تفرض من جانب طرف معين على الطرف الآخر أو الأطراف لأخرى.
- المشاركة في تحمل الأعباء والمنافع، وهي في ذلك تستهدف أفضل استغلال ممكن لموارد الأطراف، وتقوم على مبدأ العدالة أي التوازن بين التكلفة والعائد بالنسبة لكل طرف، فلكل طرف لا بد من أن يحصل على عائد يتناسب مع ما يقدمه من موارد، وما يبذله من تكلفة.
- المساواة أو التكافؤ والندية بين أطراف الشراكة، ويعني ذلك أن تشترك جميع الأطراف الداخلة في عملية الشراكة في وضع الأهداف، وهي إدارة عملية الشراكة وفي صنع القرارات، وفي توزيع الأدوار، وتحمل النتائج ولعل هذا البعد هو أهم ما يميز مفهوم الشراكة عن مفهوم المشاركة، فالأخير لا يحمل بالضرورة مبدأ الندية والتكافؤ بين الأطراف المشاركين.

وبالتالي فإن الشراكة بمفهومها الشامل تقوم على تحقيق مبدأ التوازن بين مصالح الجماعات المهنية في التنمية، والسماح لمختلف القطاعات الاستراتيجية في المشاركة في جني ثمار التنمية والنمو، في تحقيق التوافق في المجتمع، وإلى تحقيق تنمية مستدامة، فتضمن إشراك مختلف الجماعات الاستراتيجية في المساهمة في تحقيق التنمية، والاستفادة من مخرجاتها وعوائدها، يعتبر أحد الوسائل التي يمكن من خلالها توجيه مختلف القوى والقطاعات داخل المجتمع، ويمكن زيادة هذا التضمين من خلال تأكيد إشراك كل من القطاعات/الجماعات المهمشة، والأطراف الاستراتيجية للتنمية.^{viii}

وفيما سيتقدم سنوضح أبرز أوجه هذه الشراكة بين الأطراف الأساسية الفاعلة في التنمية وهي: الدولة، القطاع الخاص، والمجتمع المدني.

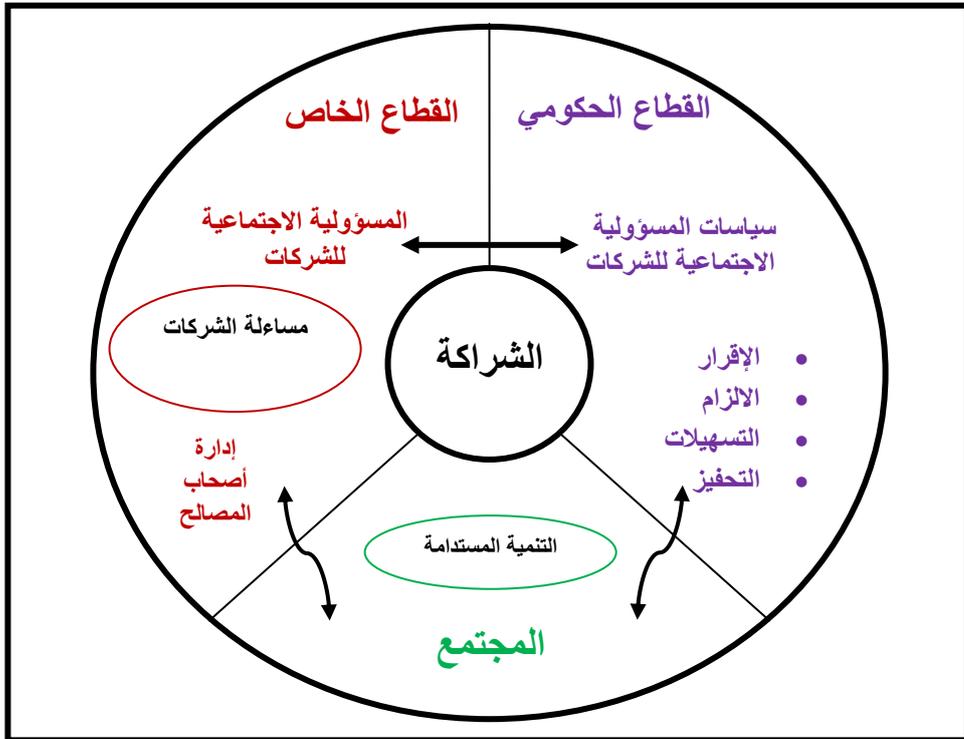
ثانياً: آلية الشراكة المنظماتية لتحقيق المسؤولية الاجتماعية

تتجسد آلية الشراكة المُفعَّلة لدور المسؤولية الاجتماعية من خلال الأطراف أو الشركاء الثلاثة وهم: الدولة والقطاع الخاص ومنظمات المجتمع المدني، كقوى داخل المجتمع، كل منها يلعب دوره ويقع على عاتقه المسؤولية تجاه المجتمع بكافة صوره وأشكاله فنجد هنا:^{ix}

- **الدولة:** أي الأجهزة المعنية بشؤون السياسة والادارة الهادفة إلى تحسين خدمة المواطن.
- **القطاع الخاص:** أي الشركات والمؤسسات التجارية والصناعية والمصرفية وغيرها التي تسهم في منظومة التنمية.
- **منظمات المجتمع المدني:** أي الاتحادات المهنية والجماعات الدينية والأندية الرياضية ومنظمات المرأة والشباب والنفع العام التي تسهم في التنمية.

ويقدم عايد العصيمي نموذجاً مقترحاً لفهم العلاقات بين هاته الأطراف الثلاثة: الدولة، القطاع الخاص، منظمات المجتمع المدني، ويمكن تصورها بشكل نظري ومن ثم الاستعانة بهذا النموذج من أجل صياغة دور فاعل للحكومات وتعزيز المسؤولية الاجتماعية للمنظمات، كالآتي:

الشكل رقم (02): شراكة المسؤولية الاجتماعية



المصدر: عايد عبد الله العصيمي، مرجع سابق، ص 94.

يرتكز النموذج على مفهوم الشراكة كأساس محوري تلتقي فيه جميع مصالح الأطراف ذات العلاقة (القطاع الخاص، القطاع الحكومي، المجتمع المدني)، وذلك لأن نجاح عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية لا بد وأن يعتمد على حشد كافة إمكانات المجتمع من طاقات وموارد وخبرات، ومن هنا فإن الشراكة سوف تساعد على إيجاد أرضية مناسبة لصنع تنظيمات مؤسسية وتشريعات تعمل على تحقيق الأهداف التنموية بالمستويات المتوقعة؛ ويعول على الشراكة أن تلعب الدور التنسيقي لتوجيه المسؤولية الاجتماعية للمنظمات نحو التنمية المستدامة، حيث إن الشراكة في مضمونها هي عمل تنسيقي مبني على الالتزام (بما يتجاوز صيغة التعاقد) بين القطاع العام وأي منظمة أخرى خارج القطاع، وبما أن الشراكة تتجاوز حدود التعاقد فإنها يتوقع أن تحقق مضامين أخرى مثل: الثقة، التعاون، التعلم؛ ولا يمكن تصور مبادرة القطاع الخاص بمسؤولياته تجاه المجتمع ما لم يحظ بالثقة من لدن القطاع العام والمجتمع على سواء، وهذا يتطلب تغيير النظرة التقليدية التي سادت نحو منظمات القطاع الخاص، والتي وصفت هذه المنظمات بالاحتكارية والسعي نحو تعظيم الأرباح دون الاهتمام بالاعتبارات البيئية أو الاجتماعية؛ كما أنه لا يمكن توقع استمرارية شراكة المسؤولية الاجتماعية دون التعاون الذي لا بد وأن يكون أساساً تعتمد عليه هذه الشراكة، فالقطاع الخاص لن يتمكن وحده من ممارسة مسؤوليته تجاه المجتمع دون أن يعاضده القطاع الحكومي ومنظمات المجتمع المدني من خلال تقديم التحفيز والتسهيلات والدعم المعنوي والمادي في آن واحد، في المقابل لا بد للقطاع الخاص من مبادرات تعاونية بما يملك من موارد وخبرات يمكن من خلالها وبروح تعاونية أن يسخر ما يستطيع لصالح المجتمع كمسؤول مشارك في هذا المجتمع.^x

ثالثاً: مجالات الشراكة المنظماتية

على مستوى الشراكة المنظماتية تعتبر ترتيبات الشراكة والتضافر بين الشركاء والمحورين للتنمية (الدولة/الحكومة، القطاع الخاص، المجتمع المدني)، من الموجهات الرئيسية والمعجلة للتنمية في البلاد التي حققت نجاحاً اقتصادياً (سريعة النمو)، وقد قام عدد من البلاد بتوسيع هذا المفهوم ليغطي المجالات التالية:

1/ الشراكة الاجتماعية بين الحكومة والقطاع الخاص

يبدو اهتمام الحكومات بالمسؤولية الاجتماعية للمنظمات مبرراً من منطلق توجيه المسؤولية لتحقيق أهداف السياسة العامة لا سيما في التنمية المستدامة للمجتمع والبيئة، بل وأيضاً كما يؤكد هوفلر (Haufler, 2001) أن هذه المسؤولية قد تقود إلى تحقيق أهداف السياسات الخارجية من خلال الاندماج في الأطر والسياسات الدولية الموجهة نحو تنمية الانسان وحقوق الانسان والحماية البيئية.^{xi}

وفي هذا الصدد، يرى جيمس ويلسون بضرورة وجود قدر من التنسيق والتعاون الاختياري بين المنظمات والجهات الحكومية في مجالات المسؤولية وذلك لأن المنظمات في برامجها الاجتماعية تحتاج إلى تكامل ثلاث عناصر أساسية هي:^{xii}

1. نوافذ المعلومات الكاملة من الظروف السائدة في المجتمع والتي من خلالها تستطيع المشاريع أن تحدد المجالات التي ستساهم فيها مثل توافر المعلومات عن حجم التلوث البيئي في المناطق المختلفة، مدى كفاية الرعاية الصحية للعاملين، معلومات عن مستويات الأنشطة التعليمية والاقتصادية والثقافية سواء الحكومية أو الخاصة، المجالات التي تعاني من القصور وضعف الاعتمادات المخصصة لها وتتطلب مساهمة المنظمات.
2. وضع الخطط القصيرة الأجل لتحقيق الأهداف العاجلة والملمحة على ضوء المعلومات المتاحة ووفقاً لإمكانيات المنظمة.
3. تحديد الاستثمارات الطويلة الأجل للمنظمة والتي سياستهم بها في مجالات لا يظهر تأثيرها إلا على المدى الطويل.

ولذلك فإن تدفق المعلومات بين المنظمات والجهات الحكومية في كلا الاتجاهين يصبح أمراً حيوياً، لرسم البرامج العامة، وتحديد دور كل من منظمة على حدى، والتنسيق بين جهود المنظمات المختلفة، وتوضيح وتفسير التشريعات المنظمة للمجالات المختلفة. ويذهب آيرس وبرايثوايت (Ayres & Braithwaite, 1992) أنه فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للمنظمات ولإنجاز أفضل نتائج لها يجب أن تترك في بادئ الأمر لإدارة القطاع الخاص ليضع لها الأنظمة والإجراءات وفق ما يراه، ولكن عندما لا يتصرف القطاع الخاص كما تتوقع منه الحكومة أو المجتمع للقيام بمسؤوليته الاجتماعية يجب هنا أن تتدخل الحكومة لإلزام القطاع الخاص بذلك، وعندما لا تستجيب هذه المنظمات لأداء المطلوب بعد الإلزام يكون دور الحكومة هنا تولى تشريعات المسؤولية الاجتماعية مع استخدام العقوبات ضد غير الملتزمين بها، لكن مع بعض التحفظ والحذر، ثم بعد ذلك وعندما لا يجدي ذلك تكون المرحلة الأخيرة هي استخدام العقوبات من قبل الحكومة بدون تحفظ أو حذر، ويوضح الشكل استراتيجيات وأصل أنظمة المسؤولية الاجتماعية للمنظمات من قبل الحكومة.^{xiii}

الشكل رقم (03): استراتيجيات الحكومة تجاه المسؤولية الاجتماعية للمنظمات



المصدر: عايد عبد الله العصيمي، المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة، مرجع سابق، ص76.

إلا أن غنينغهام وجرابوسكي (Gunningham & Grabosky, 1998) أضافا إلى الفكرة السابقة ما سميها "الإجراء الذكي" (Smart Regulation) ليشمل التدرج في الالزام بوضع الأنظمة، بالإضافة إلى شمول القطاع العام، والقطاع الخاص، والمجتمع المدني، لتصبح سياسات المسؤولية الاجتماعية للمنظمات أكثر ديناميكية، وذات بدائل ممكنة، وتحقق بعض الابداع والنتائج المرضية؛ ويرى الباحثان أن هناك خمسة مبادئ تحققها فكرة "الاجراء الذكي" وهي:

- توسيع نطاق السياسات المرغوبة وتزويدها بأدوات إضافية لتحقيقها.
 - تطبيق التدخل بالحد الأدنى من قبل الحكومة.
 - ديناميكية تصاعدية ذات هرمية للمدى الضروري لإنجاز أهداف السياسات العامة.
 - تمكين الأطراف المشاركة بشكل فعال.
 - توسيع الفرصة لتحقيق نتيجة (يكسب-يكسب).^{xiv}
- وهذا التعاون بين المنظمات والجهات الحكومية لتنسيق جهودها في خدمة المجتمع يأخذ عدة أشكال هي:^{xv}

- تحدد الجهات الحكومية للمنظمات المجالات المطلوب مساعدتها فيها.
- ترك الحرية كاملة للمنظمات في اختيار مجالات المساهمة وحجمها المادي وفقاً لإمكاناتها وما يعود عليها بالنفع.

- مشاركة المنظمات في تنفيذ بعض برامج الحكومة لخدمة البيئة والمجتمع أو أن يقتصر دور المنظمة على تقديم التمويل المالي فقط.
- تحديد الحكومة نسبة ضريبية على الدخل تلتزم بها كل المنظمات تخصص للمجالات البيئية والاجتماعية.
- تقدم الحكومة بعض أنواع الحوافز للمنظمات التي تؤدي مسؤولياتها الاجتماعية مثل خفض نسبة الضريبة على الدخل، في نفس الوقت الذي تفرض فيه عقوبات على المنظمات التي لا تلتزم بالتشريعات الحكومية وتقوم ببعض الأنشطة الضارة بالمجتمع والبيئة.

2/ الشراكة الاجتماعية بين الحكومة والمجتمع المدني

إن الأصل في العلاقة بين الدولة والمجتمع المدني، أنها علاقة تكامل واعتماد متبادل وتوزيع أدوار، وليست علاقة تناقض أو خصومة، فالمجتمع المدني ما هو إلا تجليات الدولة الحديثة التي توفر شروط قيامه عن طريق تقنين نظام للحقوق ينظم الممارسات من كافة الأطراف والجماعات داخل المجتمع، كما أن المجتمع يعتمد على الدولة في القيام بوظائفها الأساسية الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية، من خلال ما تضعه من تنظيمات فالدولة والمجتمع المدني متلازمان، لا دولة من دون مجتمع ولا مجتمع من دون دولة، بل إن المجتمع المدني هو يد قوة الدولة ومن أجل موازنة قوتها.

ومن خلال توزيع الأدوار في إطار الشراكة بين الحكومة والمجتمع المدني، فإن الخطط التنموية التي تسعى إليها الدولة ككل قد تكون إحدى الوسائل الفعالة لنجاح العديد من المشروعات والبرامج التي يمكن أن تطبق وتحقق الكثير من أهدافها سواء على المدى القريب والبعيد، وضمان استغلال الموارد المالية والفنية أفضل استغلال لصالح المجتمع.^{xvi} وفي ضوء ذلك على الدولة مراعات بعض المحفزات الاجتماعية لتفعيل شراكتها مع المجتمع المدني، مثل:^{xvii}

- **الانتماء:** يوجد الانتماء عندما تتصف الحياة الاجتماعية بقوة الروابط وسيادة الشعور الجمعي والمشاركة الوجدانية، وتحقيق الانتماء والاندماج والمساهمة في الحياة الاجتماعية والسياسية للمجتمع، وقد حدد كارت رايت وزندر (Cart Wright & Zandar) بعض العناصر لتحقيق التنمية للمجتمع المحلي من خلال التماسك ممثلة فيما يلي:

- انتشار الصداقة بين أعضاء المجتمع.
- تعاون الأعضاء لتحقيق هدف مشترك.

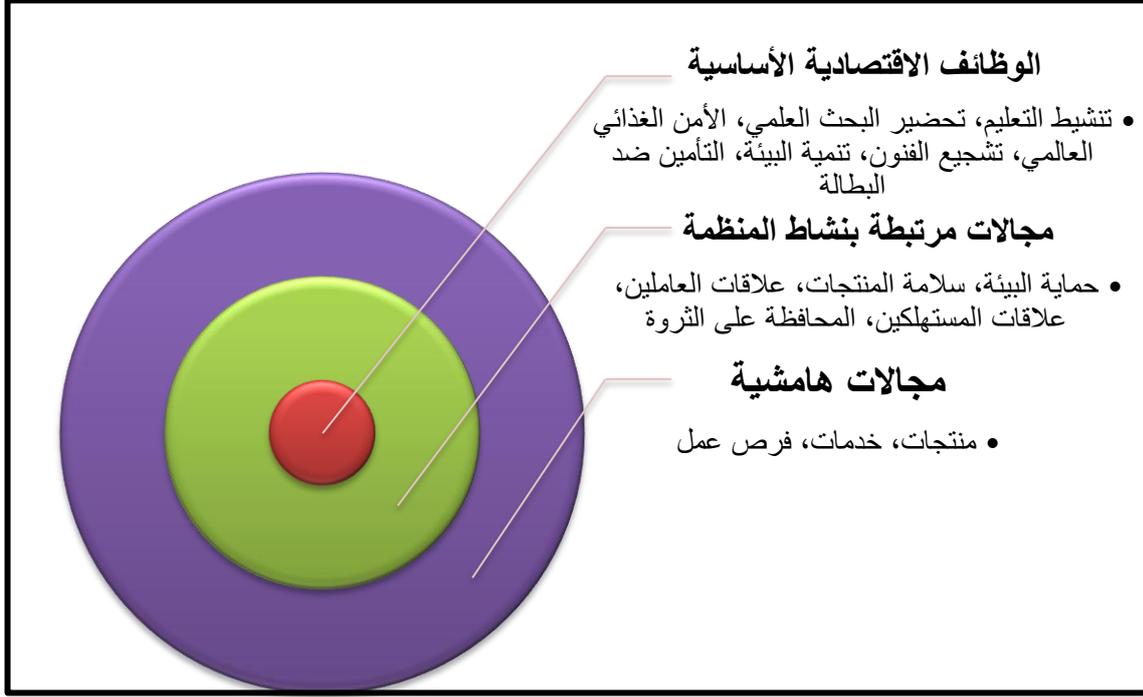
- استخدام الأعضاء للغة الجماعة.
- الرغبة في تحقيق المساعدة المتبادلة بين الأعضاء.
- حرص أعضاء الجماعة على بعضهم.
- قيام الجماعة بالواجبات والمسؤولية بكفاءة.
- **المشاركة:** يقصد بالمشاركة إسهام المواطنين طوعية في الجهود التنموية سواء بالرأي أو العمل أو بالتمويل في جهود التنمية؛ وتحقيق أهدافها، وتعمل الشراكة على تحقيق الانتماء وتزويد من ثقة المجتمع في نفسه والتعاون لمواجهة المشاكل وتحسين ظروف المعيشة والارتقاء بمستوى الخدمات.
- **العلاقات الاجتماعية:** تطلق العلاقات الاجتماعية على مجموعة التفاعلات التي تتم بشكل مطرد ومستمر لسنين على نفس الوتيرة وتنتج عنها العديد من أشكال السلوك، والتي قد تساعد أحيانا على تحقيق الأهداف المشتركة للمجتمع وإشباع حاجاته.

3/ الشراكة الاجتماعية بين القطاع الخاص والمجتمع المدني

لقد أصبحت العلاقة بين منظمات الأعمال والمجتمع محورا يتركز حوله النقاش، وتبرز مسؤولية الإدارة قبل المجتمع على أساس الحرية التي يمنحها المجتمع لمنظمات الأعمال لمزاولة أنشطتها؛ ويمكن توضيح أبعاد هذه العلاقة بما اصطلح عليه بـ "العقد الاجتماعي"،^{xviii} الذي يعطي المجتمع بموجبه حق تأسيس المنظمات المختلفة التي تعمل من أجل تحقيق أهداف مشروعة في مقابل ما تسهم به هذه المنظمات من خدمات للمجتمع، على أن بنود هذا التعاقد ليست ثابتة ولا جامدة، وإنما تتغير بتغير الظروف حيث من المتوقع تزايد الدور الذي تقوم به المنظمات في مجال الاستجابة لمسؤوليتها الاجتماعية؛ ففي وقت ما كانت المسؤولية الاجتماعية تنحصر في قيام المنظمة بوظائفها الاقتصادية والتي تتلخص في توفير السلع والخدمات وفرص العمل لأفراد المجتمع؛ ومع أن هذه المجالات تمثل الجوانب الأولية للمسؤولية الاجتماعية، إلا أن التزامات منظمات الأعمال أصبحت تمتد في الوقت الحالي إلى مجالات أخرى مثل حماية البيئة والمحافظة على ثروة المجتمع وضمان سلامة استخدام المنتجات، والمحافظة على العلاقة الطيبة مع المستهلكين وتنمية العلاقات السليمة مع العاملين.^{xix}

ويمكن أن تتسع دائرة المسؤولية الاجتماعية لتشمل تنشيط التعليم، وتنمية البيئة، والاسهام في التأمين ضد البطالة وتعضيد البحث العلمي، والمعاونة في مجالات الأمن الغذائي العالمي وتشجيع الفنون، إلى غير ذلك من أوجه الاسهام، كما يتضح من الشكل التالي:

الشكل رقم (04): مجالات المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال



المصدر: عبد الهادي محمد قريظم، وآخرون، مدى استجابة رجال الإدارة لمسؤوليتهم الاجتماعية: دراسة تطبيقية على الصناعات السعودية، مرجع سابق، ص 145.

وبوجه عام، فإن المنظمات غير الحكومية طالما مارست الصراع مع المنظمات لتوجه أنشطتها التجارية لصالح المجتمع والبيئة على حد سواء، بل إن مفهوم المسؤولية الاجتماعية انتشر بفعل ضغوط المنظمات غير الحكومية لا سيما بعد أن تفاقمت أضرار الشركات تجاه المجتمع من خلال السلوكيات والتصرفات التي تنتج عن طريق الخطأ أو في أحيان أخرى بشكل متعمد دون اعتبار لأخلاقيات الأعمال؛ أما ما تستهدفه المجتمعات أو تطمح إليه من نتائج للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات فهو تحقيق الاستدامة، وهنا مع علم أفراد المجتمع أن القطاع الخاص وحده لن يحقق تنمية مستدامة كاملة إلى أن العمل نحو أهداف هذه التنمية هو المأمول من المسؤولية الاجتماعية للمنظمات، وذلك لأن العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للمنظمات والتنمية المستدامة هي علاقة وثيقة، فالأولى تتعامل مع "كيف" أي بمعنى كيف يمكن أن تتصرف المنظمات من أجل المساهمة في تحسين جودة نوعية الحياة للإنسان والبيئة، أما الثانية فتعبر عن "ماذا" أو ما العناصر التي يجب أن تحقق من أجل إنجاح تحولات المجتمعات في الحاضر والمستقبل نحو حياة أفضل، إذا العلاقة ترابطية، ولأنها كذلك فإن المجتمع يعمل على ممارسة الضغوط على كلا القطاعين الحكومي والخاص لتحقيق التوقعات والطموحات من أجل تحقيق التنمية المستدامة.^{xx}

أما من حيث وسائل وأدوات تعزيز التكامل بين القطاع الخاص والمجتمع المدني، فيمكننا أن نذكر:^{xxi}

1. إعداد دليل إرشادي لتعزيز التكامل بين الجهات الخيرية.
2. تعزيز الإعلام الاجتماعي والخيري.
3. استثمار قنوات التواصل الاجتماعي بأنواعها.
4. إنشاء قناة تلفزيونية للعمل الخيري.
5. إنتاج مسلسلات وأفلام وثائقية عن إنجازات العمل الخيري.
6. بناء شراكات بناءة مع المراكز البحثية والكراسي العلمية.
7. إنشاء مراكز التفكير واستطلاع الرأي لدعم تطوير العمل الخيري.
8. توظيف تقنية الأنفوجرافيك (info graphic) والرسوم التوضيحية في إبراز نتائج العمل الخيري.
9. استخدام تطبيقات وبرامج تقنية لتقارير الإنجاز والتقارير الدورية لنتائج مؤشرات الأداء مثل برنامج (Dashboards) .
10. إنشاء قاعدة بيانات ومعلومات شاملة لعمل المنظمات الخيرية.
11. تنظيم حملات توعوية في مجالات عمل المنظمات الخيرية.
12. بناء نظام تواصل دائم مع صناع القرار (بطاقات معايدة، رسائل شكر... الخ) بريد دوري.
13. تنظيم اجتماعات دورية.

رابعاً: نموذج شركة كوندور للإلكترونيات للشراكة الاجتماعية المنظمة

تعد "كوندور للإلكترونيات" شركة متخصصة في تصنيع (الإلكترونيات والأجهزة المنزلية، وأجهزة الكمبيوتر، والغذاء، والتغليف، ومواد البناء والتجارة الدولية)، وهي فرع من مجموعة بن حمادي^{xxii} امتدت بداية تأسيسها من سنة 1996 إلى سنة 1997، أين بدأت الشركة بنشاط الاستيراد من عدة دول على غرار الصين وإندونيسيا وكوريا الجنوبية واليابان وكذا فرنسا إسبانيا والبرتغال، وكان مجال اختصاصها يكاد ينحصر في التجارة لمدة أربع سنوات وإلى غاية سنة 2000 أين قدمت الدولة عدة تسهيلات لتشجيع الاستثمار المحلي من خلال إصدار نظام «أس كادي - سي كادي» الذي أعطى امتيازات كبيرة للصناعيين والمستثمرين للرفع من نسب الإدماج وتخفيض فاتورة الواردات، من خلال فرض إعفاءات ضريبية بنسبة 30% للمستوردين والصناعيين الذين يلجؤون إلى مجال التصنيع المحلي والتركيب بدل استيراد المنتج المصنع نهائياً، وكانت بداية مجمع «كوندور» بالاستثمار في وحدة لتركيب أجهزة التلفزيون سنة 2002،

و نظرا لما حققته من نجاح زاد طموح المؤسسة في فتح استثمارات جديدة في مجال تصنيع المكيفات الهوائية وبعدها فتح وحدة لتصنيع الثلاجات، وفتح وحدات أخرى تباعا لصناعة أجهزة الاستقبال الرقمي والحواسيب واللوحات الرقمية ولوحات الطاقة الشمسية وأجهزة الهواتف النقالة التي غزت السوق الوطنية.^{xxiii}

وتشغل الشركة في الوقت الحاضر 6000 موظف من مجموع 14000 موظف لدى المجموعة، وتغطي شبكة التوزيع كامل التراب الوطني بما مجموعه 139 قاعة عرض على مستوى 48 ولاية، وتضع 275 نقطة لخدمات ما بعد البيع في خدمة الزبائن، محققة لنسبة نمو قاربت 54% من رقم الأعمال من سنة 2014 إلى 2015؛ وبالتالي تربعت الشركة على موقع الريادة في سوق المنتجات الإلكترونية، الكهرومنزلية والوسائط المتعددة الجزائرية في سنة 2016، متجاوزة ليس فقط كل العلامات المحلية بل العلامات الدولية في بعض المجالات بالخصوص في مجال الهواتف الذكية، إذ تقترح الشركة مجموعة هواتف ذكية تتميز بنوعية ذات تقنية عالية مقارنة بسعرها، كما شرعت بغزو الأسواق الدولية، عندما حجزت الشركة لنفسها مكانا في التظاهرات الدولية لعمالقة الهاتف المحمول، وذلك:

- في فيفري 2016، في مؤتمر الجوالات العالمي في برشلونة، لتصبح شركة كوندور أول شركة جزائرية تشارك في هذه التظاهرة الدولية مبرزة مجموعة هواتفها الذكية الوسائط المتعددة، وقد تميزت هذه المشاركة بنتائجها الإيجابية.
 - في شهر ماي من سنة 2016، شاركت شركة كوندور مرة أخرى في مؤتمر الجوالات العالمي الذي أقيم هذه المرة في مدينة شانغهاي الصينية.
 - في شهر سبتمبر 2016 في المعرض الدولي للإلكترونيات المستخدمة لصالح المستهلك IFA في مدينة برلين الألمانية.
 - في شهر أكتوبر 2016 في معرض جايتكس دبي.^{xxiv}
- كما وقد تحصلت شركة كوندور على شهادات إيزو 9001، 14001، 26000 وOHSAS18001 لمعايير الجودة، احترام البيئة، المسؤولية الاجتماعية، الصحة والسلامة، وأصبحت الشركة نموذجا للتفوق، الريادة والنجاح بفضل منتجاتها ذات التقنية العالية التي تتماشى مع معايير الاتحاد الأوروبي.^{xxv}
- ومن أهم المجالات الرئيسية التي يتركز عليها نشاط شركة كوندور، والتي نلمس فيها مراعاة الشركة لمعايير المواصفات التي التزمت بها ومنها المواصفة الدولية للمسؤولية الاجتماعية ضمن سياستها الداخلية هي:^{xxvi}
- تكيف المنظمة مع استراتيجية المجموعة ككل (مجموعة بن حمادي).
 - فتح أسواق دولية جديدة.

- تحسين رضا العملاء وولائهم.
- الامتثال لجميع اللوائح المعمول بها.
- التحسين المستمر في الجودة والصحة والسلامة والبيئة؛
- منع الحاق الضرر بالصحة.
- تخفيض تكاليف تصنيع المنتجات؛
- الحد من مخاطر التلوث وتلوث التربة وباطن الأرض.
- الطاقة السيطرة واستهلاك المياه.

ويؤكد بن حمادي رئيس العام للشركة وصاحب المجموعة، أن خيار الدخول في نظام ايزو 2600^{xxvii} للمسؤولية الاجتماعية، يتطلب توفر جميع الشروط المذكورة وقد يتعرض طالبه للرفض بناء على تقارير محاضر المراقبة الدورية، مشيراً إلى أن اعتماد هذا النظام في الشركة لا يجني بها فوائد مادية بقدر ما يهدف إلى تحسين المسؤولين والعمال بالمسؤولية وعلى سبيل المثال فرض التأمين لفائدة العمال ورفض تشغيل الأطفال واحترام القوانين والمقاييس العالمية للعمل وفي العلاقة مع المجتمع.^{xxviii}

أما فيما يتعلق بنشاط المؤسسة في مجال المسؤولية الاجتماعية، فنذكر من أهم مساهماتها:

- دعم أكثر من 150 بحث علمي بالجامعات الجزائرية وفي هذا الصدد توجد العديد من الأطروحات عن المؤسسة بالجامعات والمعاهد الجزائرية.
- تكوّن سنويا 35 إطارا ضمن برامج شهادة الماستر بمعاهد متخصصة بولاية بومرداس.
- تعتبر المؤسسة أول ممول لفريق كرة القدم لولاية برج بوعريريج.^{xxix}
- كجزء من مبادرة "Startup Academy" وبالتعاون مع مجموعة مطورين في شركة جوجل بالجزائر، أطلقت الشركة في مارس 2015 المزيد من النوادي والجمعيات الناشطة في الميدان ومعسكر الشباب الجزائري وكذا نادي "Inelectronics"، بغية تكوين فئات الشباب والمراهقين في مجال الالكترونيات.
- تطبيقا لمبادرة "Startup Academy"، أطلقت كوندور برنامج التوجيه في الإلكترونيات بالتعاون مع معهد Berlitz للشباب من فئة 10-16 سنة.
- تنظيم دورة تدريبية لفئة الشباب حول الأفكار والمشاريع المتعلقة بالتقنيات المستقبلية، والاستفادة من حلقات العمل مع الخبراء في المجال.
- رعاية اليوم العالمي للمرأة يوم 08 مارس 2015 بحضور 240 امرأة، وذلك بالتعاون مع "Women TechMakers Algiers"^{xxx}، كجزء من برنامج التدريب والتوجيه

لمبادرة "Startup Academy" التي أطلقتها كوندور لتعزيز ريادة الأعمال في الجامعات.

- تنظيم يوم دراسي حول مخاطر أول أكسيد الكربون ومقترحات الوقاية منها.
- تنظيم يوم تحسيبي في 2014/08/12 بولاية معسكر حول الحوادث المنزلية.
- رعاية الأيام الدراسية حول الرياضة بعنوان "الرياضة بين مقاربة الممارسة والاحترافية" في العاصمة الجزائر، خلال: 2014/11/23-22.
- كجزء من تطوير الشراكات المحلية، تعاونت كوندور للإلكترونيات وجيزي، من أجل تنظيم المباراة النهائية لمسابقة "كأس الجزائر للجيل الثالث G3"، وهي مبادرة جزائرية 100% أطلقت في فيفري 2014 بمشاركة مجموعة من طلاب الجامعات الجزائرية وأعضاء في مجموعة مطوري شركة جوجل، حيث تم تدريب ما لا يقل عن 850 طالب على تطوير التطبيقات النقالة في نظام أندرويد، تحت إشراف 14 خبير جزائري من الجامعات والشركات الدولية الرائدة، وقد وافق المنظمون على 11 تطبيقا إلكترونيا من بين 41 الذين شاركوا في التصفيات.
- تمسكاً منها بسياسة التنمية المستدامة عقدت الشركة مؤتمر "كوندور الأفريقي للاقتصاد الأخضر" ما بين 22 و 23 فيفري 2014 في مركز المؤتمرات في وهران.
- انطلقت الشركة في تصنيع الألواح الكهروضوئية للطاقة الشمسية مع تكنولوجيا السيليكون بقوة تتراوح بين W70 و W280، في مصنع يقع في المنطقة الصناعية بولاية برج بوعريريج.
- دعم المؤسسة لمجال الاختراع والابتكار، حيث قامت برعاية اختراع السيد شكار (إطار سابق بمؤسسة سونلغاز)، وهو جهاز "كاشف لتسرب الغاز" تمت المصادقة عليه دولياً، كما بدأت المؤسسة في مراحل تصنيعه للتسويق والاستهلاك.^{xxx}

خاتمة:

مما سبق تعريفاً ونموذجاً، يمكن أن نوجز بأن تحقيق الشراكة الاجتماعية يلزمه قيادة إدارية تتوجه بمنظوماتها نحو تفعيل حقيقي لمسئوليتها الاجتماعية، ولا تقود فقط المنظمة والأفراد العاملين بها ولكنها أيضاً تمسك بزمام شطر هام من المجتمع وروافد متعددة من فئاته وتوجهها بشكل أو بآخر نحو هذا الاتجاه الاجتماعي.

ويقدر وعي هؤلاء القادة الإداريين لممارساتهم الاجتماعية وبمستوى المسؤولية التي تتحملها منظمتهم، بقدر جودة أدائهم وفاعلية استراتيجياتهم والأثر الذي يترتب عن ذلك، ولعلّ من أبرز ما يمكن أن يستفيد منه القادة بعد توضيح أدوارهم، والاستراتيجيات الاجتماعية التي

يمكن تبيئها لمنظمتهم، وفهم العلاقات متعددة الأبعاد مع أطراف المصالح، المجتمع، الحكومة..؛ هو استفادتهم من بعض التجارب الدولية والعربية التي تقدّم تبيانها -من باب الذكر لا الحصر-، إلى جانب أبرز البرامج الدولية والعربية التي تسهر على تفعيل مفهوم المسؤولية الاجتماعية وآليات تطبيقها على الوجه السليم.

وباختصار يمكن القول بأن مشاريع ومبادرات قادة المنظمات المسؤولة اجتماعياً، تتبع من رغبتهم الصادقة وإحساسهم بالمسؤولية تجاه الجميع (مسؤولية داخلية وخارجية)، وتصب في كل الجهات التي من شأنها رفع المستوى العام للمجتمع في مختلف المجالات، وذلك بتوظيف كل مواردها وإمكانياتها في سبيل تنظيم آلية موحدة تخدم المشاريع والحملات والمبادرات الموجهة لخدمة المجتمع وأبناء الوطن باختلاف فئاتهم.

المراجع:

- ⁱ - محمد سيد فهمي، المسؤولية الاجتماعية، دار المكتب الجامعي الحديث، مصر، الطبعة الأولى، 2014، ص 23.
- ⁱⁱ - زايد بن عجير الحارثي، واقع المسؤولية الشخصية الاجتماعية لدى الشباب السعودي وسبل تنميتها، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية، الطبعة الأولى، 2001، ص 09.
- ⁱⁱⁱ - Christian van Baal, **Voluntary Corporate Social Responsibility (CSR) : Information disclosure focus by annual reports of public companies listed at the NYSE Euronext (NYX)**, Erasmus School of Economics (ESE), ERASMUS UNIVERSITY ROTTERDAM, 10 Augustus 2010,P10.
- ^{iv} - منصور إبراهيم الدخيل، الإصلاح التربوي والشراكة المجتمعية المعاصرة من المفاهيم إلى التطبيق، جامعة أم القرى، <https://old.uqu.edu.sa/page/ar/101908> ، تاريخ الزيارة: 2015/05/22.
- ^v - عابد عبد الله العصيمي، مرجع سابق، ص 86.
- ^{vi} - دارين بوزيدي، الشراكة كخيار استراتيجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية لرفع ميزتها التنافسية: دراسة حالة مؤسسة كوسيدار الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر، 2014، ص 03.
- ^{vii} - منال محمد عباس، مرجع سابق، ص ص 21-22.
- ^{viii} - نفس المرجع السابق، ص 21.
- ^{ix} - نفس المرجع السابق، ص ص 18-19.
- ^x - عابد عبد الله العصيمي، مرجع سابق، ص ص 95-96.
- ^{xi} - نفس المرجع السابق، ص 75.
- ^{xii} - عبد الرزاق الرحاحلة، مرجع سابق، ص ص 162-163.
- ^{xiii} - عابد عبد الله العصيمي، مرجع سابق، ص ص 75-76.
- ^{xiv} - نفس المرجع السابق، ص 77.
- ^{xv} - عبد الرزاق الرحاحلة، مرجع سابق، ص ص 163-164.
- ^{xvi} - منال محمد عباس، مرجع سابق، ص 20.
- ^{xvii} - نفس المرجع السابق، ص ص 94-95.
- ^{xviii} - نظرية العقد الاجتماعي: يتم الإشارة إليها غالباً ضمن نظريات المسؤولية الاجتماعية.
- ^{xix} - عبد الهادي محمد قريطم، وآخرون، مدى استجابة رجال الإدارة لمسؤوليتهم الاجتماعية: دراسة تطبيقية على الصناعات السعودية، مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الاقتصاد والإدارة، العدد الثالث، المملكة العربية السعودية، 1990، ص ص 144-145.
- ^{xx} - عابد عبد الله العصيمي، مرجع سابق، ص ص 99-100.
- ^{xxi} - خالد بن سعود الحليبي، وسائل التكامل بين الجهات الخيرية، مرجع سابق، ص 16.
- ^{xxii} - Condor, **A propos: SPA Condor électroniques**, <http://www.condor.dz/fr/condor-electronics/a-propos> , le visite : 12/12/2015 .
- ^{xxiii} - عثمان بوعبدالله، 'كوندور'.. عملاق جزائري يُرعب شركات عالمية للإلكترونيك، جريدة النصر، <http://www.annasronline.com/index.php/2014-08-09-10-34-22/2015-02-28-10-46-25/52478-100> ، تاريخ النشر: 2016/08/08، تاريخ الزيارة: 2016/08/20.
- ^{xxiv} - جميلة، كوندور يدخل العالمية من نواشوط، جريدة المساء، <http://www.el-massaa.com/dz/index.php/component/k2/item/29282> ، تاريخ النشر: 2016/11/21، تاريخ الزيارة: 2016/11/30.
- ^{xxv} - نفس المرجع السابق.
- ^{xxvi} - Condor, **POLITIQUE QHSE-DD**, <http://www.condor.dz/fr/condor-electronics/politique-qhse-rs> , le visite : 12/12/2015 .
- ^{xxvii} - نظام ايزو 2600 للمسؤولية الاجتماعية: تحصلت عليه الشركة عام 2007.

^{xxviii} - عثمان بو عبدالله، مرجع سابق.

^{xxix} - رشيد حمادو، عبد الرحمن بن حمادي رئيس مجمع كوندور لـ "الفجر" "نطمح لتسويق 60 ألف هاتف نقال جزائري خلال 2013"، يومية الفجر، <http://www.bordj.net/article628.html>، تاريخ النشر: 2013/03/02، تاريخ الزيارة: 2015/05/14.

^{xxx} - منظمة **Women TechMakers Algiers**: ترعاها شركة جوجل في الجزائر.

^{xxxi} - Condor, **Evénements**, <http://www.condor.dz/fr/condor-electronics/actualites/evenements> , le jour: 12/12/2015.

د/ عبد الحق رايس
الرتبة : أستاذ محاضر-ب- بجامعة بسكرة
الهاتف النقال : 0778632188
الايمل: abdelhak_rais@yahoo.fr

د/ مبروك رايس
الرتبة : أستاذ محاضر -أ- بجامعة بسكرة
الهاتف النقال : 0664410828
الايمل: raismabrouk@yahoo.fr

المحور الثالث: تجارب وطنية ودولية في تطبيق وتبني المسؤولية الاجتماعية.

عنوان المداخلة: المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في التنمية

- عرض تجارب بعض الشركات العالمية-

الملخص:

المسؤولية الاجتماعية هي نظرية أخلاقية بأن أي كيان سواء كان منظمة أو فرد، يقع على عاتقه العمل لمصلحة المجتمع ككل، وينطلق مفهوم المسؤولية الاجتماعية من سعي المؤسسات والشركات في مختلف قطاعات العمل الخاص للموازنة بين أنشطة المؤسسة الربحية وتلك غير الربحية التي تعود على المجتمع المحلي بالنفع، من خلال تبني حملات ومبادرات خيرية وتطوعية وإنسانية، تدخل في صلب الرسالة المجتمعية للمؤسسة أو الشركة المعنية وتعكس قيمها ومعاييرها الأخلاقية .

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، العمل التطوعي، المبادرات الخيرية.

Abstract :

Social responsibility is a moral theory describe any entity, whether be organization or an individual, has the whole responsibility to work for achieve the benefit of the society. The general concept of social responsibility stems from the efforts of institutions and companies in different private sectors of the balance between the profitable and nonprofitable activities of the community , Through the adoption of improving, voluntary and humanitarian campaigns and initiatives, which are at the heart of the corporate message of the institution or the company concerned and reflect their values and their ethical standards.

Key Words : Social responsibility, voluntary work, Charitable initiatives.

مقدمة:

لقد كانت المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ولازالت تمثل المنطلق الإستراتيجي لأنشطة العديد من المنظمات في المجتمعات المتطورة، حيث أصبحت توجهات المؤسسة نحو خدمة المجتمع هاجسا كبيرا مثله مثل المنافسة، المحافظة على العملاء، الجودة... فلم يعد ينظر إلى المؤسسات بالنظرة التقليدية وبأنها وحدة إنتاج ذات دور إقتصادي قائم على تقديم منتجات بجودة عالية وبأسعار مقبولة وبأساليب ترويجية مبهرة، بل أصبحت المؤسسات وخصوصا في ظل الفضائح والأزمات ينظر إليها على أساس أنها مفتاح الحل الذي يساعد الأفراد المجتمع المحلي على حدى سواء في العيش في رفاهية وبيئة صحية ونظيفة.

وعلى ضوء كل ما سبق كان لزاما على المؤسسات تبني فلسفة المسؤولية الاجتماعية القائمة على النهج الاقتصادي-الاجتماعي التي تعتبر المؤسسة وفقه مواطننا صالحان ولكن يبقى السؤال المطروح : هل تعتبر المسؤولية الاجتماعية فزاعة في وجه القوانين والتشريعات وهنا تمثل شعارا ، أما أنها توجه عملي يحقق للمؤسسة أهداف إستراتيجية عجزت عن تحقيقها العديد من الوظائف.

1- ماهية المسؤولية الاجتماعية

لم يكن مفهوم المسؤولية الاجتماعية معروفا بشكل واضح في النصف الأول من القرن العشرين، حيث كانت المنظمات تحاول تعظيم أرباحها بكافة الوسائل ولكن مع النقد المستمر لمفهوم الأرباح فقد ظهرت دوافع تتبنى دورا أكبر تجاه البيئة التي تعمل فيها بالرغم من صعوبة تحديد تعريف دقيق لمفهوم المسؤولية الاجتماعية إلا أن هناك عدة اجتهادات هادفة الى تعريفها ، ولهذا شهد تعريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تغيرات جوهرية على مر الزمن ولا يزال يتطور مع تقدم المجتمع وتطور توقعاته، إذ لا يوجد تعريف جامع مانع يحظى بقبول عالمي، كما لا يوجد توافق في الآراء بشأن قائمة نهائية للقضايا التي يشملها ، ويسلم عادة أن المسؤولية الاجتماعية ليست عملا خيريا من جانب المؤسسة ولا إمتثالا مطلقا للقانون، والقاسم المشترك بين أكثرية التعاريف هي أن المسؤولية الاجتماعية مفهوم تدرج بموجبه المؤسسات الشواغل الإقتصادية والبيئية في السياسات والأنشطة الخاصة بأعمالها قصد تحسين أثرها في المجتمع . وفي مايلي أهم هذه التعاريف:

- فقد عرفها (Durker) على أنها "التزام المنشأة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه"¹، هذا وقد

أشار (Holmer) الى أن المسؤولية الاجتماعية ما هي إلا "التزام على منشأة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمة ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها"².

- وهناك تعريف أحر للباحث Robbins ، ويميز فيه بين المسؤولية الاجتماعية والاستجابة الاجتماعية وفق مجموعة من الإبعاد مشيرا إلى أن المسؤولية الاجتماعية تركز على اعتبارات أخلاقية حيث تركز على النهايات من الأهداف بشكل التزامات بعيدة المدى، أما الاستجابة

الاجتماعية فيه عبارة عن الرد العلمي بوسائل مختلفة على ما يجري من تغيرات وأحداث اجتماعية على المدى المتوسط والمدى القريب³

- وقد قام بعض الباحثين بتعريف المسؤولية الاجتماعية على انها (جميع القرارات والفلسفات والأفعال والطرق التدريبية على تعبير تطور رفاهية المجتمع هدفها)⁴، وأيضاً تعرف المسؤولية الاجتماعية بأنها (بمثابة عقد اجتماعي ما بين منظمات الأعمال والمجتمع، بما تقوم به المنظمة من عمليات تجاه المجتمع)⁵، وهناك تعريف آخر يشير إلى المسؤولية الاجتماعية وهي عبارة عن (العلاقات المتفق عليها والواجبات المتصلة بالموثرات المشتركة في تحقيق سعادة ورفاهية المجتمع)⁶، ويعد هذا التعريف امتداداً للتعريف السابق من خلال تركيزه على هدف رئيسي للمسؤولية الاجتماعية يتمثل بتحقيق السعادة والرفاهية للمجتمع والتي لا تأتي قولاً ، بل من خلال الالتزامات المتفق عليها وتنفيذها في حيز الوجود والواقع .

- ويمكن ذكر التعريف التالي للمسؤولية الاجتماعية للباحثان (flores and chang) وهو أن المسؤولية الاجتماعية هي التزام متخذ القرار في انتهاج أسلوب للعمل يؤمن من خلاله حماية المجتمع وإسعاده ككل، فضلاً عن تحقيق منفعة الخاصة، ويضم هذا التعريف معنيين الأول يتمثل في تحديد هدف منظمة الأعمال نحو تحقيق القيم الاجتماعية من خلال القرارات التي تتخذها إدارة المنظمة والثاني يتمثل في العمل على مواجهة التحديات الجديدة التي تواجهها إدارة المنظمة والتي يكون لها تأثير على قوتها في المجتمع ومقدار مساهمتها في تلبية حاجاته من خلال الوظائف التي تؤديها⁷

- عرف (Kurtz & Boone) المسؤولية الاجتماعية بأنها الفلسفة التسويقية المعبر عنها بسياسات الإجراءات والأفعال والتي تحقق بمجملها رفاهية المجتمع كهدف أساس⁸ .

- وعرفها (البكري) على أنها مجمل الإلتزامات التي تتعهد بها المنظمة في تقديم ما يرغبه الزبون وانسجاماً مع القيم المشتركة بينهما والتي تنصب في النهاية بتحقيق رفاهية المجتمع واستمرار عمل المنظمة وبما تحققه من عوائد مريحة⁹

- ويرى (Ferrell & Pride) أن المسؤولية الاجتماعية تشير إلى الإلتزام من قبل المنظمات من أجل تعزيز تأثيرها الإيجابي وتقليل تأثيرها السلبي على المجتمع فهي تهتم بالتأثيرات الكلية لقرارات التسويق على المجتمع.¹⁰

- عرف دركر (Drucke) المسؤولية الاجتماعية بأنها الإلتزام المؤسسة إتجاه المجتمع العاملة به وأن هذا الإلتزام يتسع بإتساع شريحة أصحاب المصالح في هذا المجتمع وتباين وجهاتهم¹¹ .

- ويرى (Robbins) أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تستند إلى إعتبارات أخلاقية مركزة على الأهداف بشكل إلتزامات بعيدة الأمد تقي بها المؤسسة بما يعزز صورتها في المجتمع¹² .

- كما يعرفها المكتب الدولي للعمل بأنها طريقة تنظر فيها المنظمات في تأثير عملياتها في المجتمع وتؤكد مبادئها وقيمها في أساليبها وعملياتها الداخلية وفي تفاعلها مع قطاعات أخرى¹³

- كما عرفها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة بأنها الإلتزام المستمر من قبل منظمات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل¹⁴
- وتعرف الغرفة التجارية العالمية المسؤولية الاجتماعية على أنها جميع المحاولات التي تساهم في تطوع المنظمات لتحقيق التنمية بسبب اعتبارات أخلاقية واجتماعية¹⁵.
- وعرفت أيضا بأنها عبارة عن الأنشطة التي يقوم المشروع بتنفيذها إختيارياً، والتي تعنى بالإلتزامات المشروع إتجاه المجتمع بالإضافة إلى الإلتزامات المشروع إتجاه أصحابه، وهذا يعني مراعاة الأنشطة الإجتماعية بجانب الهدف التقليدي للمشروع وهو تعظيم الربح، فهي تخلق لدى المنظمة مبدأ التكافل الإجتماعي من خلال السياسات والبرامج التي تتبعها¹⁶.
- كما عرفت بأنها الشعور بالإلتزام من جانب الشركات نحو وضع معايير إجتماعية محددة أثناء عملية صنع القرار الإستراتيجي، وعند قيامها بتقييم القرارات من الوجهة الأخلاقية، فإنه يتعين التسليم بإتخاذ ما هو في صالح رفاهية المجتمع ككل¹⁷.
- وعرفت أيضا على أنها إلتزام منظمات الأعمال تجاه المجتمع والذي يأخذ بعين الإعتبار توقعات المجتمع من المنظمات في صورة إهتمام بالعاملين وبالبيئة بحيث يمثل هذا الإلتزام ما هو أبعد من مجرد أداء الإلتزامات المنصوص عليها قانونيا¹⁸.
- من خلال التعريفات السابقة يتضح لنا جليا بان المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تعبر عن جميع القرارات والفلسفات والطرق والأفعال التدبيرية التي ترمي إلى تطور ورفاهية المجتمع. فهي التزم يتوجب على قطاع الأعمال اتجاها المجتمع ويعمل على تعظيم الآثار الإيجابية لنشاطات المؤسسات على المجتمع، وتخفيض الآثار السلبية لتلك النشاطات إلى أكبر قدر ممكن، وأوضح إلى كون المسؤولية الاجتماعية مفهوم يشتمل على أربع جوانب رئيسية تتمثل في المسؤولية الاقتصادية، القانونية، الأخلاقية والخيرية، بحيث تضع نصب عينها خلال عملية صنع القرارات والآثار والنتائج المترتبة عن هذه القرارات على النظام الإجتماعي الخارجي بطريقة تضمن إيجاد توازن بين تحقيق الأرباح الإقتصادية المطلوبة والفوائد الإجتماعية المترتبة على هذه القرارات.
- ومن خلال هذه المفاهيم يمكننا الإشارة إلى أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تعني بالضرورة دمج المعايير الاجتماعية والأخلاقية في الممارسات الإقتصادية للمؤسسة، إذ أن رفاهية المجتمع لا تتوقف عند تحقيق القيمة الإقتصادية بل تستلزم خلق قيمة على ثلاث مجالات¹⁹:
- أ- المجال الاقتصادي: يخلق القيمة من خلال إنتاج السلع والخدمات وخلق فرص ومصادر الدخل
- ب- المجال الاجتماعي: تأثير المؤسسة على مختلف أصحاب المصالح الداخليين والخارجيين ذوي العلاقة المباشر وغير المباشر

ت- المجال البيئي: يتعلق بآثار أعمال وأنشطة المؤسسة على البيئة الطبيعية، وعليه يجب على المؤسسة أن لا تقبل فقط جانب الربحية والنمو ولكن أيضا الآثار البيئية والاجتماعية، وتكون أكثر إنتباها لاهتمامات أصحاب المصلحة، والمتطلبات القانونية مثل قانون العمل والأنظمة البيئية

أما الفقه الإسلامي يرى المسؤولية الاجتماعية نوعا من التعاون والتكامل الإجتماعي بين المؤسسة والمجتمع، فيجب على المؤسسة العمل على تطوير وتنمية المجتمع ، وتأتي المصلحة العامة في مقدمة الأولويات، وتبني المسؤولية الاجتماعية من المنظور الفقهي على أسس تختصر في:الإيمان،الإعتدال،القسط والتكامل. فقد عرفها الإمام الشافعي بانها : الاستعداد الفطري الذي جبل الله تعالى عليه الإنسان ليصلح للقيام برعاية من كلفه الله به من أمور تتعلق بدينه وديناه، فإن وفي ما عليه من الرعاية حصل له الثواب وإن كان غير ذلك حصل له العقاب

2- البعد التاريخي لنشوء المسؤولية الاجتماعية

ان الظاهرة المعروفة تحت عنوان المسؤولية الاجتماعية هي ليست نتاجا للقضايا المعاصرة والمعروفة لدينا بشكل دقيق، او انها ترتبط بالجوانب الذاتية للموضوع فقط، اذ ان علاقتها ترتبط بالمتغيرات الاساسية الحاصلة في المجتمع وبشكل موضوعي، وبالتالي فانها ليست بظاهرة جديدة، او حالة سطحية تمثل الاستجابة للضغوط الاجتماعية الطارئة، والتي يمكن تهدئتها او معالجتها من خلال القيام بأنشطة العلاقات العامة ، وان هناك فرق بين ان تكون المسؤولية الاجتماعية نتيجة لتعديلات اجتماعية بسيطة، او تكون نتيجة لتغيرات حياتية جذرية، يمكن ان تنسب الى الثورة الصناعية التي شهدتها اوروبا اساسا، اكثر من ان تنسب الى الحركات الاصلاحية التي سادت ارجاء العالم فيما بعد.²⁰

أما المراحل المؤرخ لها ترجع أساسا إلى ظهور نظرية العقد الإجتماعي وتطورها حيث كان ينظر للمسؤولية على انها عقد بين المؤسسة والمجتمع، يتم في إطاره تجديد مجال الأداء الإجتماعي عن طريق تحديد المسؤوليات، ومبنية على أساس المتغيرات الرئيسية للحياة الإقتصادية والإجتماعية ومن أبرزها نذكر:²¹

- الثورة الصناعية وزيادة معايير الربحية كمؤشر لمعايير الأداء
- مرحلة التضخم
- حجم المؤسسات وإستنزاف الموارد الطبيعية غاية في تعظيم الأرباح
- التأثير بأفكار الاشتراكية حيث أخذ المفهوم أبعاد أعمق من مجرد التبرع ليشكل تحد للمؤسسات، لا سيما الخاصة بحتمية تحمل مسؤولية أطراف أخرى إضافة إلى العمال
- مرحلة الكساد العظيم والنظرية الكينزية الساعية لإيجاد فرص، ساهمت هذه المرحلة إضافة إلى الأفكار الاشتراكية لبناء أرضية لتأصيل أفكار ومفاهيم وأبعاد المسؤولية الاجتماعية .
- مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية والتوسع الصناعي وتعزيز دور النقابات ساهمت جملة المتغيرات في إحداث نقلة نوعية إلى الممارسات الجادة؛
- مرحلة جماعات الضغط ذات التأثير البالغ على قرارات المؤسسات والحكومات

- عصر المعلوماتية واقتصاد المعرفة استوجب على المؤسسات الاقتصادية تطوير مبادراتها الاجتماعية المعبر عنها من خلال سياساتها وإستراتيجياتها لتحقيق تميز يضمن لها البقاء

- صدور الميثاق العالمي للمؤسسات الاجتماعية في المنتدى الاقتصادي العالمي 1999 بإقتراح "كوفي عنان" للميثاق العالمي تعززت صورتها باعتبارها مبادرة مواطنة طوعية للمؤسسات لتفعيل دورها في المجتمع.

وحسب دراسة Hay ونخبة من الباحثين في مجال تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية توجد ثلاث مراحل متميزة²² :

أ- **مرحلة تعظيم الأرباح (1800-1920) والتوجه إلى المصلحة الذاتية البحتة** حيث اعتقد رجال الأعمال بانهم يمتلكون هدفا واحدا يسعون لتحقيقه وهو تعظيم الربح وكان اتجاههم: "ما هو مهم لي مهم للمجتمع". وفيما بعد "ما هو مهم لشركتي مهم للمجتمع". مثلا حيث ركزت الإدارة العلمية كما أكد تايلور أنه لكل عمل طريقة فضلى لأدائه، من أجل تعظيم الكفاءة لتعظيم الربح ، إلا أن هذه الأفكار لم تصمد أمام الأزمات لندرة الموارد وانخفاض الأجور وفشل الكثير من المنتجات، هذا ما أدى إلى وجود منظور آخر للمسؤولية الاجتماعية لا يرتبط بتعظيم الربح كأساس لها ..

ب- **مرحلة الوصاية:** برزت في 1920 نتيجة للإنتقادات الموجهة نحو الهدف الأحادي للمنظمات المتمثلة في تعظيم الربح، فقد ظهرت تيارات أخرى تطالب في تأمين السلامة والأمانة في العمل وتقليص ساعات العمل وحماية حقوق الأطراف، وبالتالي هناك أهداف أخرى مضافة إلى هدف الربح كالمستهلكين والزبائن والعاملين في المنظمة والحكومة، وأكدت نظرية أصحاب المصلحة أن المنظمة وحدة اقتصادية إجتماعية تؤثر وتؤثر في أطراف متعددة هم أصحاب المصلحة . فعلى المديرين القيام بـ:

- تحديد أصحاب المصالح بالنسبة للمنظمة
- تحديد العائد الأدنى لكل صاحب مصلحة يكون مقبول منه أولا
- البحث في كيفية التأثير في أصحاب المصالح.
- تحديد الأفراد الرئيسيين في مجموعات أصحاب المصلحة وإقامة علاقات جيدة معهم
- تحديد أصحاب المصلحة الذين يدعمون السياسة الحالية للإدارة ومن هم ضدها وكيف

نؤثر في جماعة المصلحة المعارضة

فيجب على المديرين أن يكون لديهم وعي إجتماعي، فالنمط التقليدي للمدير كان يفصل الإدارة عن القضايا الاجتماعية واللامبالاة للمجتمع، وإنما يهتم بالكفاءة داخل المنظمة، والنمط الجديد للمدير هو المتابع للقضايا الاجتماعية والمهتم بالمجتمع لأن الكفاءة تكمن فعلا خارج المنظمة ، حيث الزبون مركز الربح وتعددت أهدافها، والربح واحد منها كما يقول بيتر دراكر :

"أن رضا الزبون ورضا المجتمع هو المصدر الجديد الحقيقي للكفاءة وهذا لن يتحقق دون مسؤولية إجتماعية للمنظمة"²³.

ت- **مرحلة نوعية الحياة:** كانت في بدايات 1960 التي دعت الضرورة اللازمة في إنتقال المسؤولية الإجتماعية إلى مرحلة أخرى أكثر إستيعابا للبيئة ومتغيرتها الواسعة، وأصبحت التسمية "نوعية حياة الفرد" تدعو لتقديم المزيد من السلع والخدمات بما يتناسب ، والإرتقاء النوعي الحاصل في مستوى معيشة الفرد جراء نمو الإقتصادي وانعكاساته على المجتمع، والتأثيرات السلبية التي تمثلت في الظلم الذي أصاب المستهلك في السوق، نتيجة الغش في البضائع والتلاعب في الأسعار وحجب المعلومات الصحيحة التي تخص خدمات ما بعد البيع.

- التهديدات التي تتال من صحة وسلامة العاملين جراء العمل و المواد المستخدمة في الإنتاج.
- التلوث البيئي نتيجة فضلات الإنتاج والعمليات الصناعية.
- الفساد الكبير الذي أصاب نوعية حياة الأفراد وهذا كله أدى إلى دعوة لجنة التطور الإقتصادي في أمريكا. C.E. D (1971) إلى : أن تعيد النظر في أفقها الإجتماعي وأن تأسسها معتمد على كونها منظمة إقتصادية وإجتماعية وأن لا يقتصر عملها على تحقيق الأهداف الإقتصادية دون الأهداف الأخرى التي يواجهها المجتمع وبشكل عام ركزت على الجانب الإجتماعي والإقتصادي الموضح في الجدول أدناه²⁴:

الجانب الإقتصادي يركز على الإنتاج	منظمة وسط بين الجانبين	لجانب الإجتماعي يركز على نوعية الحياة .
إستغلال الموارد الطبيعية		المحافظة على الموارد الطبيعية
قرارات داخلية قائمة على أساس		قرارات قائمة على أساس أوضاع
أوضاع السوق		السوق
العائد الإقتصادي (الأرباح)		مع رقابة متنوعة من المجتمع
مصلحة المنظمة أوالمالكن		العائد الإقتصادي والإجتماعي
دور قليل للحكومة		مصلحة المنظمة والمجتمع
		دور فاعل للحكومة.

بين زاداك zadek (2001) أن تطور مفهوم المسؤولية الإجتماعية أخذ ثلاث أجيال هي:²⁵

أ- **الجيل الأول:** والذي يبين أن المنظمات يمكن أن تكون مسؤولة بعدة طرق مثل المساهمات والمساعدات الطوعية من أصحاب رؤوس الأموال في الأعمال الخيرية

ب- **الجيل الثاني:** والذي تعمل على أساسه المنظمات في الوقت الحاضر حيث تنظر للمسؤولية الاجتماعية كعنصر رئيسي ومكمل للاستراتيجية أعمالها بعيدة المدى ، على سبيل المثال التعامل بمسؤولية والتحلي بأخلاق العمل مع كافة المتعاملين بدعم من الإدارة العليا

ت- **الجيل الثالث:** هو المطلوب للقيام بمساهمة معنوية إتجاه البيئة وما يحيط بها، حيث يهدف هذا الجيل بالأساس إلى إنجاز القضايا الاجتماعية وتطوير الأعمال مثلا: إيجاد شراكة بين القطاع العام والمنظمات لتوجيه جهود المسؤولية بمختلف أنماطها لتحقيق الأهداف بشكل عام.

ويحدد الغالبي والعامري (2005) أن ظهور المسؤولية الاجتماعية كان نتيجة تفاعل لعدة عوامل منها :

- تصاعد ضغوط المجتمع وتناميها مع التوسع في حجم منظمات الأعمال وتعقد علاقاتها
- إسهام أكبر لمنظمات الأعمال في تطوير نوعية الحياة والإرتقاء بها
- ضرورة إسهام منظمات الأعمال في تعزيز القيم الإنسانية والاجتماعية
- أهمية رضا المجتمع وقبوله لأهداف منظمات الأعمال ووسائل عملها
- التطور في وعي الإنسان وإدراكه لذاته وللمجتمع
- الإهتمام العالمي الذي تبديه الجامعات الكبرى ومراكز البحوث بتدريس علاقة الأعمال بالمجتمع
- تراكم البحوث العلمية النظرية منها والتطبيقية في المجال

ومنه نجد بأن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة مرتبطة بالبشرية منذ الأزل، نشأ بنشوتها وتطور معها وأصبح المفهوم ذو أفق واسعة من خلال الإستجابة الإستراتيجية دون أن نهمل تنامي الوعي الاجتماعي للمسيرين في ذلك

3- **مجهودات المنظمات الدولية في مجال المسؤولية الاجتماعية**

هناك عدد من المبادرات الدولية الهامة التي تستهدف دعم وترويج وتطوير المسؤولية الاجتماعية للشركات من أهم هذه المبادرات مايلي:

3-1- الميثاق العالمي للأمم المتحدة: في عام 1999 صدر " الميثاق العالمي " وهو مبادرة دولية دعت بمقتضاها الأمم المتحدة الشركات للتحلي بروح المواطنة المؤسسية ، وزيادة مساهمتها في التصدي لتحديات العولمة ، والمشاركة الطوعية في التنمية المستدامة . وقد تضمن هذا الميثاق عشرة مبادئ في نطاق حقوق الإنسان ومعايير العمل وحماية البيئة ومكافحة الفساد. وبالتوقيع على هذا الميثاق تؤكد الشركات على التزامها بمسئوليتها الاجتماعية وفقا لمبادئ هذا الميثاق.²⁶

وتجدر الإشارة إلى عدم معايير محددة للتعرف على مدى التزام الشركات بتنفيذ المبادئ العشر للميثاق العالمي . فقد تدعى الشركات بالالتزام بها دون وجود أي معايير أو شواهد تدل على ذلك أو التأكد من تحقق هذا

الالتزام . كما يرى البعض أن هذه المبادئ تتعلق بحقوق الإنسان وحقوق العمال والبيئة ومكافحة الفساد، ومن ثم لا يمكن أن يكون الالتزام بها طوعية، بل لابد أن يكون هناك نوع من الالتزام القانوني بها.

3-2- إرشادات منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية للشركات متعددة الجنسيات:

تمثل هذه الإرشادات، التي صدرت عام 2001، أكثر أدوات المسؤولية الاجتماعية للشركات شمولاً وتمتثل في التعليمات التي توجهها الحكومات إلى الشركات عابرة القارات والتي تعمل في البلدان التي التزمت بهذه التوصيات. وتهدف هذه التوجيهات إلى التأكد من أن هذه الشركات تحترم السياسات والنظم الاجتماعية السائدة في البلدان التي تعمل بها، وذلك لتشجيع المساهمة الايجابية للقطاع الخاص في النشاط الاقتصادي والاجتماعي والبيئي من أجل تحقيق التنمية المستدامة. وتعد هذه التوجيهات النظم متعددة الأطراف الوحيدة المتكاملة التي تحكم تصرفات الشركات عابرة القارات. وعلى الرغم من أن هذه التوجيهات غير ملزمة إلا أنها تفي بدرجة كبيرة في توفير الثقة بين الشركات عابرة القارات من ناحية والبلدان التي تعمل بها والعاملين فيها من ناحية أخرى . وتغطي هذه التوجيهات حقوق الإنسان والإفصاح عن المعلومات ومكافحة الفساد والضرائب وعلاقات العمل والبيئة وحماية المستهلك وحماية المنافسة .²⁷

3-3- الإعلان ثلاثي الأطراف للمبادئ المتعلقة بالشركات عابرة القارات والسياسة الاجتماعية لمنظمة العمل الدولية:

صدر هذا الإعلان عام 1977 بهدف تشجيع المساهمة الايجابية للشركات عابرة القارات في دفع عجلة التنمية عملها. وقد تضمن هذا الإعلان المبادئ المتعلقة بالجوانب الاجتماعية لنشاط هذه الشركات والتي يتعين عليها وعلى كل من الحكومات ومنظمات العمال احترامها . وتشمل هذه المبادئ رفع مستوى التشغيل في البلدان المضيفة ومراعاة المساواة في المعاملة وإتاحة فرص التشغيل وتوفير عنصر الاستقرار والآمال للمشتغلين وتشجيع التدريب وتوفير ظروف مواتية للمعيشة والعمل والاهتمام بالعلاقات الصناعية . وتتسم هذه المبادئ أيضاً بأنها غير إلزامية وأن تطبيقها يكون على نحو تطوعي . وقد تم تعديل هذا الإعلان أكثر من مرة ليتواءم مع المبادئ التي تتبناها منظمة العمل الدولية ولتجديد الالتزام بمبادئ الإعلان الأساسية.²⁸

وقد أطلقت منظمة العمل الدولية خلال عامي 2006/2007 مبادرة جديدة للتأكيد على الدور المحوري الذي تلعبه المنظمة في تشجيع الشركات عابرة القارات على الالتزام بمبادئ الإعلان الثلاثي كأساس لسياستها الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات وللبرامج التي تقوم بتنفيذها في هذا الإطار . كما تسعى المنظمة من خلال هذه المبادرة الى توفير معلومات كافية عن تجارب البلدان والشركات المختلفة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات وتدريب الشركات في هذا المجال وتبادل الخبرات وتسهيل الحوار بين المنظمات الأخرى المعنية بهذا الموضوع.²⁹

3-4- برنامج محاضرات البنك الدولي عن المسؤولية الاجتماعية للشركات وتأثيرها على تنافسية الشركات: يقدم البنك الدولي من خلال شبكة المعلومات الدولية برنامجا للمحاضرات عن نماذج المسؤولية الاجتماعية للشركات والممارسة العملية للشركات في هذا المجال وتأثيرها على تنافسيتها . وقد استفاد من هذا البرنامج التدريبي 20 ألف مشارك من تسعين بلدا. ويرجع اهتمام البنك الدولي بتقديم برامج تدريبية عن المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى عدم توفر المهارات والكفاءات لدى الشركات في البلدان النامية ، خاصة لشركات محلية ، لتمكينها من الاضطلاع بمسؤولية الاجتماعية.³⁰

4- نماذج من تجارب المسؤولية الاجتماعية لبعض الشركات العالمية

سوف نستعرض بعض الشركات العالمية التي حازت على الكثير من جوائز المسؤولية الاجتماعية من خلال التطرق لماهيتها ولطبيعة نشاطاتها الاجتماعية وكذا إبراز الدور الذي تلعبه في تنمية مجتمعاتها.

4-1- بنك البركة:

ويُلخص الجدول أدناه مشاركة بنوك البركة في برنامج الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية.³¹

الالتزام الزمني (عدد الساعات)	الإجمالي (دولار أمريكي)	برنامج الفرص الاقتصادية والاستثمارات الاجتماعية (دولار أمريكي)	برنامج القرض الحسن (دولار أمريكي)	البرنامج الخيري (دولار أمريكي)	الوحدات
لم يتم قياسها	752,350	لم يتم قياسها	546,300	206,050	مجموعة البركة المصرفية
لم يتم قياسها	1,179,321	لم يتم قياسها	584,460	594,861	الجزائر
لم يتم قياسها	61,494,451	58,472,149	966,599	2,055,703	مملكة البحرين
1240	257,100,376	254,376,335	2,016,876	707,165	مصر
1080	603,293,035	591,347,715	10,755,101	1,190,219	الأردن
5	85,301,798	84,440,478	740,558	120,762	لبنان
لم يتم قياسها	598,808,507	597,896,519	348,242	563,746	باكستان
233	6,338,660	6,338,658	لم يتم قياسها	1,94,000	جنوب أفريقيا
لم يتم قياسها	180,139,965	178,300,414	1,559,693	279,858	السودان
لم يتم قياسها	1,671,631	1,557,838	لم يتم قياسها	113,793	سوريا
لم يتم قياسها	808,336	11,643	لم يتم قياسها	796,693	تونس
91	4,224,977,013	4,216,247,009	4,798,345	3,931,659	تركيا
2,649	6,021,865,443	5,988,988,758	22,316,174	10,560,511	الإجمالي

ويُلخص الجدول أدناه أهداف البركة للاستدامة والمسؤولية الاجتماعية 2016-2020 وانجازات البركة 2016 وأهداف

البركة للاستدامة والمسؤولية الاجتماعية 2016-2020³²

أهداف البركة للاستدامة والمسؤولية الاجتماعية 2016-2020		
الوظائف	التعليم	الرعاية الصحية
خلق 50000 وظيفة جديدة في البلدان التي تعمل فيها من خلال توفير الاحتياجات المالية لعمالنا الحاليين والجدد	التمويل والتبرع الى المؤسسات التعليمية الخاصة والحكومية بمبلغ قدره 191 دولار امريكي	التمويل والتبرع الى المؤسسات الصحية الخاصة والحكومية بمبلغ قدره 434 دولار امريكي
انجازات البركة 2016 وأهداف البركة للاستدامة والمسؤولية الاجتماعية 2020-2016		
- هدفنا خلق 10.207 وظيفة في 2016 - لقد ساهمنا في خلق 14.535 وظيفة جديدة - تم تحقيق 28% من اهداف الـ 5 سنوات الماضية و 142 % من اهداف 2016	- هدفنا لسنة 2016 هو لتبرع والتمويل بمبلغ قدره 38.173.398 دولار امريكي للتعليم - لقد قمنا بالتمويل والتبرع بمبلغ قدره 41.596.059 دولار امريكي للتعليم - تم تحقيق 21% من اهداف الـ 5 سنوات الماضية و 108 % من اهداف 2016 للبركة	- هدفنا لسنة 2016 هو لتبرع والتمويل بمبلغ قدره 86.700.977 دولار امريكي للرعاية الصحية - لقد قمنا بالتمويل والتبرع بمبلغ قدره 96.826.507 دولار للرعاية الصحية - تم تحقيق 22% من اهداف الـ 5 سنوات الماضية و 111 % من اهداف 2016 للبركة

4-2- مجموعة كارفور:

تشتهر مجموعة كارفور العالمية بأنشطتها التجارية والصناعية في كثير من دول العالم ، حيث اشتركت منذ عام 2000 في أكثر من 200 مشروع تنموي حول العالم، أهم تلك المشروعات مايلي²¹:

- تقديم الدعم لبرنامج تطوير المدارس في تايلاند بالتعاون مع اليونيسكو عام 2001.
- رعاية حفل موسيقي خيري في باريس لصالح الهلال الأحمر الجزائري بعد الفيضانات في الجزائر 2001.
- دعم برنامج للتدريب المهني للشباب من ضواحي بوينس أبوس في الأرجنتين عام 2002، ولمدة خمس سنوات.
- إطلاق برنامج للرعاية المدرسية بعنوان " المدارس جزء من حياتنا" في كولومبيا بالتعاون مع مؤسسة اليونيسيف عام 2002.
- جمع مبلغ 1.7 مليون يورو تبرعات لصالح ضحايا فيضانات تسونامي التي ضربت جنوب شرق آسيا عام 2004.

- افتتاح البقالة الاجتماعية Social grocery store في اليونان عام 2007، تقدم تلك البقالة منتجات غذائية شهرية بالمجان للأسر الفقيرة.
- الانتهاء من أول مشروع في الصين يساعد الفلاحين على تسويق الفلفل في مقاطعة سيشوان بالصين عام 2008.
- توفير 2.2 مليون يورو لمساعدات الطوارئ ومشاريع إعادة الاعمار في أعقاب زلزال سيشوان في الصين عام 2008.

3-4- اتصالات - حسابي المصرية:-

تعد اتصالات من الشركات العالمية التي تحترم عادات وتقاليد وطرق حياة البلدان التي تعمل بها. وتعد علاقتنا بعملائنا في مختلف أنحاء العالم أعمق بكثير من علاقة العمل. تلتزم اتصالات³³ بمساعدة المجتمعات في التطوير، و تحسين سبل العيش و الطموحات المستقبلية. نحن في اتصالات على يقين بأن نجاحنا يتبع نجاح الأشخاص و المجتمعات التي نقوم بدعمها. مثلما تعمل خدماتنا على توصيل عملائنا ببعض، تعمل مبادراتنا على الحفاظ على أمن و صحة المجتمع، و فتح المجال للتعليم و استكشاف آفاق جديدة. نحن نساعد الناس في تطوير أعمالهم و توطيد علاقاتهم و بناء صداقات جديدة، و اكتشاف أفكار جديدة تتماشى مع التغييرات المطردة. و تدور برامج المسؤولية الاجتماعية الخاصة بالشركة حول البيئة و الصحة، فمن خلال هذه المبادرات المتعددة، نقوم بالمشاركة في آمال و أحلام المجتمعات التي نعمل بها، كما نشرف بالمساعدة في التغلب على المشاكل التي تعوق التقدم و الازدهار.

وتمثل المسؤولية الاجتماعية التزاما متوصلا لاتصالات مصر، فالشركة التي تفخر بكونها عضوا مشاركا في الاتفاق العالمي للأمم المتحدة قامت بتغيير مفهوم المسؤولية الاجتماعية تغييرا ثوريا، فقد قدمت الشركة مفهوم "cause-based CSR" الذي يقوم على الاهتمام بقضية أو عدد قليل من القضايا المحددة، و تسخير كافة إمكانيات الشركة لخدمة هذه القضايا، و تقدم الشركة مبادراتها في مجالات البيئة، و خدمة ذوي الاحتياجات الخاصة، و التنمية المستدامة. و تمثل مبادرة اتصالات "الماء أصل الحياة" الجزء الأكبر من اهتمام و عمل إدارة المسؤولية الاجتماعية بالشركة. و تتعاون الشركة مع العديد من المنظمات الدولية و منظمات المجتمع المدني المصرية.

وتعمل اتصالات في عدد من المبادرات الأخرى إضافة إلى مبادرة "الماء أصل الحياة"، منها على سبيل المثال رعاية اللجنة البارالمبية المصرية التي حققت العديد من الانجازات في أولمبياد لندن 2012، وتقديم خط "رؤية" الذي يخدم الصم و البكم من أبناء المجتمع المصري، و كذلك خدمة "اتصالات مسموع" الذي يقوم بمساعدة ضعاف البصر على استعمال المحمول بشكل أفضل.

- **مسموع:** نحن نستثمر باستمرار في تطبيقات الهاتف المتحرك بحيث يمكن ابقاء اتصال جميع المستهلكين ضعاف البصر مع العائلة والأصدقاء والزملاء بغض النظر عن أين هم.
- **اللجنة البارالمبية المصرية:** اتصالات الراعي الرسمي للجنة البارالمبية المصرية ، وهذه الرعاية تأتي من منطلق أن الرياضة حق للجميع. اتصالات ملتزمة بتقديم الدعم الكامل للأبطال وتعزيز الانتصارات والانجازات.
- **رؤية:** هي تعريف خاصة لمستخدمي لغة الإشارة حيث يمكن استخدام مكالمات الفيديو بأسعار مخفضة وسيتمكن هذا الخط مئات الآلاف من استخدام الهواتف المحمولة مع لغة الإشارة كثير منهم للمرة الأولى معتمدين على التكنولوجيا المتطورة و أوسع تغطية للجيل الثالث من اتصالات
- **الماء أصل الحياة:** "الماء أصل الحياة " مشروع تتبناه اتصالات في مختلف أنحاء الجمهورية من أجل المساهمة في القضاء على مشاكل المياه بالتعاون مع عدد من منظمات المجتمع المدني مثل هيئة كير الدولية وجمعية رسالة و الجمعية المصرية للتنمية المتكاملة وغيرهم من منظمات تنمية المجتمع . ويتوقع أن يستفيد من المشروع مئات الآلاف من المواطنين في 7 محافظات في العام الأول من تنفيذ المشروع .
- **إمكانية الوصول على الانترنت:** اتصالات هي أول من يقدم لك المساعدة إذا كنت ضعيف البصر في تصفح الويب بأسهل طريقة. كثير من الناس لا يعرفون ماذا تقدم لهم أنظمة التشغيل والمتصفحات ليمنحهم تجربة سهلة و رائعة

4-5- شركة كولجيت-بالموليف:

هي شركة عالمية رائدة في مجال إنتاج منتجات العناية بالفم والعناية الشخصية، والعناية بالمنزل وغيرها، وقد احتلت الشركة المرتبة 40 ضمن قائمة أفضل 100 شركة حول العالم تقوم بمسئوليتها الاجتماعية لعام 2011 الصادرة عن مجلة المسؤولية الاجتماعية للشركات، وتقوم الشركة ببيع منتجاتها في أكثر من 200 دولة على مستوى العالم، وتقوم الشركة بمجموعة من الأنشطة المجتمعية ومن أمثلتها:³⁴

- قدمت الشركة تبرعات نقدية بلغت حوالي 17.8 مليون دولار عام 2010 ، وتشمل هذه القيمة التبرعات التي تم توجيهها لبرنامج " ابتسامة مشرقة، مستقبل مشرق"، الذي استفاد منه حوالي 650 مليون طفل وأسرهم في 80 دولة على مستوى العالم، ويهدف الى تعزيز الوعي حول صحة الفم ، كما يقوم البرنامج بتعليم الأطفال العادات الصحية السليمة للحفاظ على صحة الفم.
- قدمت الشركة تبرعات عينية ومنتجات الشركة للمؤسسات الخيرية بلغت حوالي 21.9 مليون دولار عام 2010.

4-6 - أجيليتي:

نحن نأخذ في أجيليتي³⁵ مسؤولياتنا نحو العمل المجتمعي والتصرف بنزاهة بصورة جدية. فمن ناحية هذا ما وجب فعله ومن ناحية أخرى، إنه لشيء جيد لأعمالنا، فتقافة التصرف بمسؤولية تُفيد المجتمعات التي نعمل فيها ونُساهم في إيجاد بيئة نظيفة وترفع من روح الفخر لدى موظفينا وتُقوي علاقاتنا مع العملاء والمساهمين³⁶.

المشاريع المجتمعية



رعتنا بالخدمات اللوجستية في أكثر من ٤٠ عملية إنسانية والتصدي للكوارث الطبيعية



استثمرنا في أكثر من ١,٣٧ مشروع مجتمعي في ٨٠ دولة



تبرعنا ببناء ٢٢ مدرسة حول العالم



ستطعنا الوصول لأكثر من مليون شخص محتاج

البيئة:

تقوم بقياس البصمة الكربونية في ٧٥٪ من عمليات تقع مطنها في أسواقنا وقتنا بخلص الانبعاثات الضارة بنسبة ١٠٪



عمل بدأ بيد مع عملنا لتخضير سلسلة الإمداد التابعة لهم ونقوم بإصدار تقارير مجانية للعملاء عن الانبعاثات الكربونية



يقوم قرابة ٢٠٪ من القوى العاملة لدينا بالتطوع في أنشطة يوم الأرض العالمي

يعمل ما يقارب ٥٠٪ من موظفي الشركة في مواقع حاصلة على شهادة الأيزو ١٤٠٠١

السلوكيات والأخلاقيات المهنية:



نقوم بتوفير خط بلاغ ساخن في ١٠٠ دولة بإدارة جهة خارجية مستقلة للحفاظ على سرية البلاغ



إطلاق برنامج عالمي لإدارة امتثال المقاولين للأخلاقيات المهنية



تلتزم الشركة بمبادرة المنتدى الاقتصادي العالمي "الشراكة ضد الفساد"



قمنا بتدريب أكثر من ٦,٨٠٠ عامل مهاجر ومحلي في الشرق الأوسط وأفريقيا وآسيا على معايير العمل العادلة

التقديرات والجوائز:



حصلنا على ٢٤ جائزة
في مجال المسؤولية
الاجتماعية والاستدامة
على مدار سبع سنوات

المصدر: موقع انجلتي <http://www.agility.com> تاريخ الزيارة 2017/11/18 على الساعة 23.56

7-4- شركة انتل:

انتل هي من أكبر الشركات المتخصصة في رقاقات ومعالجات الكمبيوتر، وقد احتلت المركز 12 في قائمة أفضل 100 شركة تقوم بمسؤوليتها الاجتماعية لعام 2011 الصادر عن مجلة المسؤولية الاجتماعية للشركات، وقد حصلت الشركة على أكثر من 80 جائزة دولية عن تلك الأنشطة ومن أبرزها³⁷:

- في مجال الاهتمام بالتنمية البشرية : تبرع حوالي نصف العاملين في الشركة بأكثر من مليون ساعة كخدمة في المدارس والمؤسسات غير الهادفة للربح وذلك عام 2010.
- في مجال الاهتمام بالبيئة : تهتم الشركة بإصدار منتجات أقل استخداما للطاقة الكهربائية، على سبيل المثال : خلال الفترة 2010/2008 تعتبر الشركة أكبر متبرع لاستهلاك الطاقة النظيفة في الولايات المتحدة الأمريكية.
- في مجال الاهتمام بالأجيال المستقبلية : قامت الشركة باستثمار أكثر من مليار دولار خلال الفترة 2010/2000 لتحسين العملية التعليمية في العالم بالتعاون مع حكومات الدول. بالإضافة إلى إطلاق مبادرة " التعليم من أجل الابتكار" عام 2010 بالتعاون مع الرئيس الأمريكي بإجمالي تكلفة تبلغ 200 مليون دولار لتحسين مقررات الرياضيات والعلوم في النظام التعليمي في الولايات المتحدة الأمريكية.

8-4- زين للاتصالات الاردنية:

تتجاوز التزامات شركة "زين"³⁸ حدود تطوير قطاع الاتصالات في الأردن، حيث تسعى زين لدعم المبادرات والمبادرات الوطنية الهادفة، وتسعى لإطلاق برامج ومشاريع مستقلة تسهم في دعم المجتمعات المحلية وترشد مجالات التنمية والتطوير في جميع القطاعات . تتجاوز التزامات شركة "زين" حدود تطوير قطاع الاتصالات في الأردن، حيث تسعى زين لدعم المبادرات الوطنية الهادفة، وتسعى لإطلاق برامج ومشاريع

مستقلة تسهم في دعم المجتمعات المحلية وترشد مجالات التنمية والتطوير في جميع القطاعات وقد وصل قيمة الدعم على مدار الـ 21 عاما ما يزيد عن الـ 40 مليون دينار.

في العام 2009، أنعم صاحب الجلالة الملك عبد الله الثاني على الشركة بوسام العطاء من الدرجة الاولى تقديرا لجهود الشركة المتميز في مجال التنمية الاجتماعية وريادتها في مجال المسؤولية الاجتماعية.

وتشمل مبادرات شركة "زين" كافة القطاعات الأساسية من القطاع الصحي، التعليمي، قطاع الشباب والرياضة، البيئة، إلى جانب قطاع التنمية.

4-9- شركة سامسونج:

تعتبر شركة سامسونج من أكبر الشركات في مجال الأجهزة الرقمية والالكترونية حول العالم، وتهتم الشركة بأداء دورها المجتمعي كما يلي³⁹:

- الرعاية الاجتماعية: تدعم القيادة التعليم العلمي والتفكير الإبداعي الذي يشجع على القيادة ومساعدة أطفال الأسر محدودة الدخل من خلال دعم البنية التحتية للتعليم . كما تقوم أيضا بتنفيذ برامج في هذه المجالات بجميع المراكز التطوعية الثمانية التابعة للشركة.

- الخدمات التطوعية: في عام 1995 أطلقت شركة سامسونج مجموعة مساهمات اجتماعية تهدف إلى تشجيع العاملين على المشاركة في خدمة المجتمع . وتوسعت هذه المبادرة لتؤدي إلى إنشاء ثمانية مراكز تطوعية عبر كوريا يعمل بها خبراء الرعاية الاجتماعية الذين يدعمون تطوير برامج الموظفين التطوعية.

- الثقافة والفنون : تقدم الدعم للكثير من الأنشطة الثقافية والفنية المتنوعة حول العالم ، حيث قدمت مساهمات واسعة للعديد من المتاحف والمعارض في كوريا والعديد من الدول الأخرى التي من بينها الولايات المتحدة وفرنسا . يجمع تحف سامسونج للفنون الحديثة ويعرض الأعمال الفنية الحديثة من كوريا وخارجها في حين أن متحف سامسونج للأطفال وهو الأول من نوعه في كوريا يدعو الأطفال للاستمتاع باكتشاف العالم الذي يعيشون فيه . كما تستضيف سامسونج مختلف الأحداث الثقافية والبرامج التي من شأنه تشجيع مواهبهم الفنية وتدعيمها.

- المجال الأكاديمي والتعليم: تمثل سامسونج إحدى الجهات الداعمة الرئيسية لأولمبياد العلوم للشباب في كوريا وهي من أرقى المنافسات العلمية في المدارس الابتدائية والإعدادية والثانوية ، والأولمبياد الوطنية لإبداع الطلاب التي تهدف إلى تشجيع الابتكار بين الطلاب بدءا من طلاب المرحلة الابتدائية حتى المرحلة الثانوية. ومنذ عام 2001، تعاونت سامسونج مع جمعية حركة الأسرة صديقة البيئة لتنفيذ نماذج " المدرسة صديقة البيئة" التي تدعم الإدراك البيئي لدى الأطفال وتمكنهم من اتخاذ خطوات عملية لحماية الأنظمة البيئية.

4-10- شركة الميرة للمواد الاستهلاكية (ش.م.ق) القطرية:

بمناسبة احتفالية السنة العاشرة لتأسيس الشركة في اواخر شهر نوفمبر 2015، لم تغفل الميرة⁴⁰ مسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع، وقدمت بهذه المناسبة العديد من المبادرات الاجتماعية ومن بينها العرض الذي تم تقديمه للزبائن في كافة فروعها، وتمثل في استرداد 10% من قيمة المشتريات، لكل عملية شراء بقيمة 500 ريال. إن خطوات وضاءة رسمتها الميرة خلال عشرة سنوات من إنشائها عكست بأعمالها وإنجازاتها حرصها العميق على مصلحة زبائنها ومساهمتها، ومن هذا المنطلق عمدت ولا تزال على بذل كل الجهود لمواصلة مسيرة هذه الإنجازات .

الحملة الرمضانية الاستثنائية:

خلال شهر رمضان 1437 هـ (2016 م) ، اعلنت شركة الميرة عن إطلاق عرضها الرمضاني الاستثنائي وذلك عبر تقديمها " 1437 منتجاً بسعر التكلفة" تيمناً بالسنة الهجرية 1437، وذلك في اطار التزامها المتواصل بتقديم الأفضل للمستهلكين وتعزيز القيم الاجتماعية في الدولة. وحمل عرض الميرة الرمضاني شعار "تقتكم نلهمنا العطاء في شهر العطاء: خيرات رمضان 1437هـ تأتيكم بـ1437 منتجاً بسعر التكلفة". واستفاد العملاء من تجربة تسوق فريدة حيث اتيح لهم فرصة شراء 1437 منتجاً بسعر التكلفة، تم اختيارها بعناية لتلبي مختلف احتياجات المتسوقين الخاصة بهذا الشهر الفضيل. لقي هذا العرض اقبالا واسعا، حيث تمكن المستهلكون من التسوق بسهولة ويسر، كما عملت الشركة بشكل وثيق مع وزارة الاقتصاد والتجارة لبيع مجموعة واسعة من المنتجات وفق الأسعار التي حددتها الوزارة.

الصحة أولاً:

اليوم الرياضي للدولة:

انطلاقاً من إيمانها بأن العقل السليم في الجسم السليم واهتماماً منها في نشر ثقافة الرياضة بين مختلف فئات المجتمع، بالإضافة إلى دعم الأنشطة الرياضية التي تحمل رسائل إنسانية، قدمت الميرة الدعم للعديد من الفعاليات الرياضية التي تقام في الدولة. احتفلت الشركة باليوم الرياضي الخامس للدولة مع موظفيها والمشاركين في فعالية الدراجات الهوائية "معاً للدوحة 2016" في قناة كارتييه باللؤلؤة، بهدف تشجيع المجتمع لإختيار أسلوب حياة صحياً. وشهد الاحتفال باليوم الرياضي للدولة مشاركة فاعلة ونشيطة من قبل موظفي شركة الميرة من خلال توفير تجربة لا تنسى لجميع المشاركين، في تناغم تام مع الروح الحقيقية لدعوات اليوم الرياضي للدولة وتشجيع الناس لاختيار أنماط حياة فعالة وصحية .

تأتي مساهمة الشركة الفعالة في الاحتفالات كجزء من جهودها المستمرة لخلق أثر اجتماعي إيجابي في المجتمع. كانت الميرة في قلب المجتمع، مع سعيها الدؤوب في إشاعة جو البهجة بين مختلف شرائحه، ومفاجأتهم بأفكارها وأعمالها الملهمة بهدف تحسين حياتهم. تعتبر ثقافة وقيم الميرة جزءاً من الهوية القطرية وجزء

لا يتجزأ من نجاح الشركة ودافعها للإستمرار في مكافأة المجتمعات التي تعمل معها من خلال تطبيق أرقى المعايير في جميع ما تقوم به من أعمال.

بالنسبة للميرة، فإن اليوم الرياضي للدولة ليس مجرد فرصة رائعة لتجديد نشاط وحيوية أفراد المجتمع وتذكيرهم بأهمية ممارسة الرياضة ودورها الجوهري في بناء صحتهم الجسدية، العقلية والنفسية وحسب، ولكنه أيضاً حافز لبناء أجيال تتمتع بالصحة والنشاط وتساهم في صنع مستقبل مشرق لدولة قطر وتحقيق رؤيتها الوطنية 2030.

حملة التبرع بالدم:

في الاطار نفسه، حرصت الميرة في اواخر العام 2015 على تنظيم حملة ناجحة للتبرع بالدم بالتعاون مع وحدة التبرع بالدم بمؤسسة حمد الطبية، وذلك في المقر الرئيسي للشركة.

وانت هذه الحملة الانسانية والتوعوية في إطار تعزيز التزام الميرة وموظفيها تجاه المجتمع المحلي، وتماشياً مع الدور الإنساني والمسؤولية الاجتماعية للشركة التي تسعى لمد يد العون الى المحتاجين لوحدات الدم المأمون، وكذلك في إطار شراكتها وتعاونها مع المؤسسات الوطنية ومن ضمنها مؤسسة حمد الطبية الجاهدة في ادامة توفير وحدات الدم لمن يحتاجها من المرضى .

ولاقى الحملة تجاوبا ملحوظا من قبل موظفي شركة الميرة الذين أبدوا حماسة في المشاركة والتبرع بالدم المأمون لمن يحتاجه، مشيدين بهذه المبادرة التي تشجع على العمل الإنساني، ومعربين عن شعورهم بالفخر للمساهمة في التخفيف من معاناة العديد من المرضى الذين يبحثون عن وحدات الدم في رحلتهم نحو الشفاء.

دعم مركز قطر للتبرع بالأعضاء "هبة":

قدمت الميرة دعماً لمركز قطر للتبرع بالأعضاء "هبة"، الذي تديره مؤسسة حمد الطبية ، حيث أطلق حملة للتبرع بالأعضاء استمرت لمدة ستة أسابيع شملت وضع منصات في مراكز التسوق التجارية والأماكن الأخرى الحيوية بهدف نشر ثقافة التبرع بالأعضاء بين الجمهور .

صحة العائلة.. أولوية:

حرصاً منها على دعم المبادرات الرامية إلى المساعدة في تحقيق السلامة الغذائية والصحية، أطلقت حملة "صحتك أولاً" أحدث مبادراتها "اختيارك الصحي" في أربعة فروع للميرة بالإضافة الى جيان هايبرماركت بهدف تمكين المتسوقين من اختيار الأطعمة الصحية والمغذية وتحضير وجبات متوازنة القيمة الغذائية .وهذه الفروع هي لقطيفية، مول الخليج، الوكرة (جنوب)، الذخيرة، وجيان هايبرماركت في حياة بلازا .

وقعت شركة الميرة مؤخراً مذكرة تفاهم مع وزارة الصحة العامة وكلية طب وايل كورنيل قطر لإطلاق هذه المبادرة تباعاً في كافة فروع الهايبرماركت .وكانت الإنطلاقة من جيان هايبرماركت حيث عُرضت ملصقات "اختيارك الصحي" في أماكن بارزة. واحتوت الملصقات على معلومات حول الفوائد الصحية للمجموعات الغذائية

المتنوعة، والمتوافقة مع الدلائل الإرشادية للتغذية الصادرة عن وزارة الصحة العامة في قطر. كما أُتيحت الفرصة لكافة أفراد العائلة في عطل نهاية الأسبوع لاستشارة أخصائيي التغذية الذين تواجدوا في تلك الفروع، حول الخيارات الصحية والمحافظة على الوزن المثالي وحول السلة الغذائية الموصى بها لحياة أفضل .

رعاية حملة "مستقبلنا في صحتنا":

كذلك، قامت الميرة خلال العام 2015 برعاية حملة "مستقبلنا في صحتنا" وهي حملة توعوية واسعة النطاق أطلقتها وزارة الصحة العامة بهدف تشجيع أفراد المجتمع من قطريين ومقيمين على اتباع نظام حياة صحي سليم والتخلي عن العادات اليومية المضرة بصحة الفرد والعائلة والمجتمع ككل، وذلك من خلال توفير منصات خاصة في بعض من فروع الميرة لعرض اللافتات التوعوية التابعة للحملة ونشر الرسائل الصحية بين المتسوقين. وتندرج المبادرة النوعية للوزارة، الساعية لبناء مستقبل صحي لجميع فئات المجتمع القطري، في إطار جهودها الرامية لتطوير القطاع الصحي في الدولة وتعزيز دور الصحة الوقائية كركيزة أساسية فيه، تماشياً مع الاستراتيجية الوطنية للصحة 2011 - 2016 ومساهمة منها في تحقيق رؤية قطر الوطنية 2030.

مبادرة التعريف بمرض السرطان والوقاية منه:

قامت الميرة برعاية مبادرة الجمعية القطرية للسرطان، المؤسسة الإنسانية الرائدة في قطر، والتي تهدف إلى زيادة الوعي لدى الجمهور بمرض السرطان، أسبابه والسبل الكفيلة للوقاية منه. وفي مستشفى الرميلة وخلال شهر رمضان المبارك، قامت الميرة بتوفير كميات من المنتجات المتنوعة مثل التمر واللبن ومياه الشرب، ليتم توزيعها على الزائرين. واتت هذه الخطوة الرمزية تطبيقاً لاستراتيجية المسؤولية الاجتماعية التي تتبناها الميرة، وأكدت التزامها بمسئولياتها تجاه المجتمع.

حملة التوعية بمرض السكري:

كان لحملة "لنعمل ضد السكري" التي أقيمت فعاليتها خلال شهر رمضان المبارك في الاعوام السابقة، في عدد من فروع الميرة بالتعاون مع وزارة الصحة العامة، اثر ايجابي لافت على المتسوقين والجمهور، حيث تم من خلالها التعريف بمرض السكري وكيفية الوقاية منه، مع الاشارة الى أفضل الممارسات للتحكم بمستويات السكر عند المرضى والأغذية الصحية التي ينبغي تناولها والأطعمة التي يجب الابتعاد عنها.

التزامات وطنية راسخة:

اليوم الوطني:

شاركت الميرة العام الماضي - كما هي عاداتها في كل عام - بفعاليات اليوم الوطني للبلاد الذي يوافق 18 ديسمبر من كل عام، حيث أقيمت الاحتفالات بذكرى نهضة الدولة وإبراز هويتها وتاريخها، وتكريم الرجال والنساء الذين شاركوا في بنائها. وكان شعار اليوم الوطني للعام 2015 "هداتنا يفرح بها كل مغبون" الذي عكس السلوك والخلق الذي ينتهجه أهل قطر في الكرم وإغاثة الملهوف. شاركت الميرة بفعالية "درب الساعي" من خلال إقامة سوبرماركت في جناحها في سوق واقف بهدف خدمة الأعداد الكبيرة من الزوار والمحتفلين في فترة

تنظيم الفعاليات، حيث قدمت العديد من الخدمات النوعية التي تحرص من خلالها على توفير احتياجات المواطنين والمقيمين أثناء زيارتهم لدرب الساعي، حيث توافد الآلاف منهم يوميا على فترتين صباحية ومساءلية. وبهذه المناسبة، سعت الميرة أيضاً لمشاركة أطفال المدارس احتفالهم الوطني عبر تقديمها الوجبات الصغيرة لهم أثناء زيارتهم لدرب الساعي.

الراعي الذهبي لكتاب "وطني قطر":

شكل اختيار الميرة كراعٍ ذهبي لكتاب "وطني قطر"، الذي أشرف على إنجازه المركز الاتحادي للإعلام، واحداً من أبرز إنجازات الشركة لعام 2016، حيث جرت مراسم التدشين بحضور سعادة السيد محمد عبدالله الرميحي وزير البلدية والبيئة وعدد من أصحاب السعادة والشخصيات الوطنية، الإعلاميين والأدباء. جسد كتاب "وطني قطر" الصورة النموذجية لنهضة دولة قطر وما وصلت إليه من رفاهية وتطور بفضل الجهد والعطاء اللامحدود من قبل القيادة الحكيمة لحضرة صاحب السمو الشيخ تميم بن حمد آل ثاني أمير البلاد المفدى، ومن قبله حضرة صاحب السمو الأمير الوالد الشيخ حمد بن خليفة آل ثاني حفظه الله. وتضمن هذا المشروع الوطني رسالة وفاء وامتنان بالعهد إلى سمو الأمير المفدى، إذ صادف حفل تدشين الكتاب تاريخ حفل تدشين الكتاب 25 يونيو ذكرى تولي صاحب السمو مقاليد الحكم في البلاد .

تضمن الكتاب ثلاثة فصول: الفصل الأول عن قطر تاريخاً وحضارة ومؤسساً، الفصل الثاني عن رؤية سمو الأمير الوالد الشيخ حمد بن خليفة آل ثاني الذي أرسى امتداد سلف الخير بكل الجهد لتأسيس دولة يشهد العالم لها، وصولاً لخير خلف حضرة صاحب السمو الشيخ تميم بن حمد آل ثاني أمير البلاد المفدى. بينما استعرض الفصل الثالث من الكتاب رؤية قطر الوطنية 2030 والتي تعتبر خارطة مستقبل قطر من خلال الموازنة بين الانجازات التي تحققت النمو الاقتصادي والموارد البشرية والطبيعية. كما أشار الكتاب إلى احتضان دولة قطر لكأس العالم 2022 والجهود الوطنية المبذولة لإنجاز هذا الحدث العالمي الضخم.

4-11- شركة وول مارت :

احتلت شركة وول مارت⁴¹ المرتبة 95 ضمن أفضل 100 شركة على مستوى العالم تمارس أنشطة المسؤولية الاجتماعية وفقاً لمجلة المسؤولية الاجتماعية للشركات لعام 2011 ، وهي تتبع مجموعة وول مارت للمراكز التجارية العالمية التي تشتهر بأنشطتها التجارية العالمية ، وقد قامت بمجموعة من الأنشطة الاجتماعية ومن أمثلتها :

- إعلان الشركة في أبريل 2010 عن قيامها بالتبرع بمبلغ 3.4 مليون دولار في شكل منح للمنظمات غير الهادفة للربح لمساعدة الأمريكيين على العودة الى العمل من خلال دعم البرامج التدريبية لخلق قوى عاملة ماهرة.

- تبنت الشركة في عام 2010 برنامج لمكافحة الجوع في أمريكا fighting hunger together بمبلغ 2 مليار دولار في شكل نقدي وعيني بهدف القضاء على الجوع خلال الفترة 2010/2015.

- إعلان الشركة في أغسطس 2011 عن مضاعفة دعمها للعسكريين ليصل الى 20 مليون دولار بحلول عام 2015.
- إعلان الشركة في أغسطس 2011 عن مساهمتها في خلق فرص عمل للاقتصاد الأمريكي من خلال توظيف أكثر من 15 ألف موظف بنحو 100 فرع جديد للمؤسسة وذلك بنهاية العام المالي.
- قامت الشركة في عام 2010 بتمويل برامج تعليمية وصحية للطلاب بقيمة 89 مليون دولار ، كما تبنت برنامج مكافآت المعلمين teacher rewards program والذي من خلاله تم توزيع أكثر من 45 ألف بطاقة هدايا على المعلمين بقيمة 4.5 مليون دولار لشراء مستلزمات للفصول التعليمية في السنة الدراسية 2010/2009.
- إطلاق مبادرة تهدف إلى توفير فرص العمل والتدريب، حيث قامت في عام 2011 بمنح أكثر من 6.5 ملايين دولار في شكل منح لبرامج مصممة لمساعدة العاطلين وتدريبهم وإعدادهم للمرحلة المقبلة في حياتهم المهنية.
- أعلنت الشركة في عام 2009 عن تقديم منحة لـ AARP foundation بحوالي 1.5 مليون دولار لمساعدة 450 سيدة يزيد عمرها عن 40 سنة للحصول على برامج تدريبية مختلفة لمساعدتهم على إعالة أنفسهم وأسرهم.

4-12- شركة تويوتا:

- هي شركة سيارات عالمية، وهي تقوم بمجموعة من الأنشطة المجتمعية كالتالي: 42
- أنشطة بيئية: المساهمة في التنمية المستدامة للمجتمع والمساهمة الاجتماعية في مجالات مثل التربية البيئية ، ودعم العمل البيئي والمحافظة على التنوع البيولوجي، وذلك من خلال:
- برنامج المنح لدعم الأنشطة البيئية التي تنفذها المنظمات غير الهادفة للربح والذي بدأ منذ عام 2000 تحت شعار " التكنولوجيا البيئية والمساهمة في تنمية الموارد البشرية للحفاظ على البيئة"
- برنامج تويوتا لتوعية الشباب الصيني بموضوعات الحماية البيئية منذ عام 2005.
- برنامج منع التصحر بالصين منذ عام 2001.
- مشروع حماية الغابات باليابان.
- مؤسسة تويوتا في اليابان والتي تقوم بعمل برامج تعليمية بيئية للأطفال والبالغين منذ عام 2005.
- مؤسسة التنمية المستدامة باليابان التي تقدم برامج التنمية البيئية بالاشتراك مع المنظمات غير الهادفة للربح منذ عام 2009.

- مشروع تويوتا إيكو للشباب (ماليزيا/ أندونيسيا): إنشاء مجموعة من المدارس الثانوية بالقرب من فروع تويوتا بهدف تخطيط وتنفيذ مشاريع تحسين البيئة، مثل ترشيد استهلاك الكهرباء وتنقية المياه منذ عام 2001.
- مبادرة استعادة الغابات الممطرة (الفلبين): منذ عام 2007 تم التعاقد مع المنظمات غير الحكومية البيئية في أنشطة غرس الأشجار في مقاطعة كاجايان بالفلبين.
- مبادرة القيادة البيئية: بالتعاون مع مجموعة من الدول الأوروبية ، حيث تعتبر العوامل الرئيسية لتحسين كفاءة استهلاك الوقود وتكنولوجيا المركبات هي تطوير مهارات القيادة وذلك من خلال تنظيم ورش عمل بيئية تقوم بنظم محاكاة لتعليم قيادة السيارات وذلك منذ عام 2007.
- مبادرة Together Green بالولايات المتحدة منذ عام 2008 لتمويل مشاريع المحافظة على البيئة، وتشجيع العمل التطوعي.
- تساهم شركة تويوتا بالتعاون مع دولة البرازيل في ترميم والحفاظ على الغابات على المحيط الأطلسي، للمناطق الأكثر تضررا في البرازيل عام 2009.
- أنشطة تعليمية: تستخدم شركة تويوتا خبراتها لتصنيع البرامج التي تعمل على النهوض بالعلوم والتكنولوجيا، وتدعم تنفيذ البرامج التعليمية في جميع أنحاء العالم ، وذلك من خلال:
- المشروع التعليمي بجنوب افريقيا: بدأت شركة تويوتا تدريس برنامج تعليمي يستهدف المعلمين، حيث يدرهم على أساليب تدريس اللغة الانجليزية، والرياضيات والعلوم.
- قامت شركة تويوتا بإجراء برنامج للمنح الدراسية في الصين منذ عام 2006 بالتعاون مع مؤسسة سونج تشينج لينج لمساعدة الطلاب في وسط وغرب الصين الذين يواجهون صعوبات اقتصادية في استكمال دراستهم الجامعية.
- تنظيم ورش عمل لتعزيز روح الابتكار لدى الأطفال باليابان في مجالات العلوم والتكنولوجيا، وتنظيم ورش عمل بين الفنانين والأطفال بالتعاون مع المنظمات غير الهادفة للربح في اليابان لتعزيز الحس الفني للأطفال من خلال تفاعل الأطفال مع الفنانين.
- مؤسسة تويوتا للمنح الدراسية بكوريا : منذ عام 2005 بدأت بالتعاون مع مؤسسات المجتمع المدني في تقديم منح دراسية لطلاب المدارس الفقيرة بواقع 45 طالبا في السنة.
- إعداد دورات تدريبية تدرس باللغة البرتغالية في مجال السيارات للبرازيليين قاطني اليابان ، كما تم الاحتفال مؤخرا بالذكرى السنوية العاشرة لإعداد تلك الدورات ، وقد تخرج فيها أكثر من 200 طالب وطالبة.

4-13 - شركة مايكروسوفت:

شركة مايكروسوفت⁴³ هي من كبرى شركات البرمجيات في العالم، وقد احتلت الشركة المرتبة 22 في قائمة أفضل 100 شركة تمارس أنشطة المسؤولية الاجتماعية في العالم الصادرة عن مجلة المسؤولية الاجتماعية للشركات لعام 2011.

- تقوم شركة مايكروسوفت بالعديد من الأنشطة والبرامج في خدمة المجتمع، وفي إطار ذلك فإنها تعمل على تشجيع الموظفين لديها على العمل التطوعي في خدمة المجتمع، من خلال منح الموظفين الذين يرغبون في الاشتراك بالعمل التطوعي وقت مدفوع الأجر، إتاحة فرص للموظفين للاشتراك في فريق العمل التطوعي في الشركة، استخدام موارد وأدوات الشركة في العمل التطوعي، وفي الولايات المتحدة يسمح بإعطاء منح للمنظمات التطوعية التي يشترك فيها الموظفون المتطوعون.
- في عام 2010/2009 بلغ عدد ساعات العمل التطوعي للموظفين 363.4 ألف ساعة في الولايات المتحدة فقط، وبلغ عدد الموظفين المتطوعين بوقتهم 4200 موظف.
- منذ اشتراك شركة مايكروسوفت في برامج العمل التطوعي حتى عام 2010 بلغ حجم التبرعات المقدمة للمنظمات غير الهادفة للربح 750 مليون دولار، وفي الولايات المتحدة فقط بلغت قيمة تبرعات المنظمات 408 مليون دولار، مقابل 34.7 مليون دولار من الشركة ليصل المبلغ الإجمالي إلى 84.5 مليون دولار عام 2010/2009.
- تهتم شركة مايكروسوفت " بالاستدامة البيئية" والحفاظ عليها من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات، في تحسين كفاءة الطاقة المستخدمة وذلك عن طريق تطوير وتصنيع منتجات الشركة من البرمجيات وبرامج تكنولوجية التي تستخدم الطاقة بشكل أكثر كفاءة وتوفير.
- وضعت شركة مايكروسوفت هدف للحد من انبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون الصادرة من الشركة 1.3 مليون طن متري مكافئ عام 2009، ولقد حددت الشركة أربعة مجالات رئيسية للعمليات للحد من الانبعاثات فيها وهي مراكز البيانات، الانتقالات والسفر، المباني، ومعامل الكمبيوتر.
- مراكز البيانات الجديدة بالشركة تستهلك 50 % أقل من الطاقة من مراكز البيانات التي تم بنائها منذ 3 سنوات.
- الانتقالات والسفر: تعمل شركة مايكروسوفت باستمرار على خفض تكلفة الانتقالات والسفر في الشركة عن طريق استخدام وسائل بديلة للسفر تتضمن تكنولوجيا الاتصال عن بعد، وقد ساهمت هذه السياسة في تخفيض حوالي 35 % من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون الناتجة عن السفر.
- المباني: حوالي 25 % من إجمالي الطاقة المستخدمة في مباني الشركة تأتي من مصادر طاقة متجددة، وأكثر من 50 % من الطاقة المستخدمة في المقرات الرئيسية هي طاقة كهرومائية.

- معامل الكمبيوتر: في عام 2010/2009 تم الانتهاء من بناء مركز لأبحاث وتطوير الدعم الفني لتعزيز الدعم الفني لمعامل الكمبيوتر وخوادم الحاسب الآلي ، ولخفض انبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون بمقدار 12 ألف طن متري سنويا.

الخاتمة:

ان نجاح قيام الشركات بدورها في المسؤولية الاجتماعية يعتمد أساسا على التزامها بثلاثة معايير هي: الاحترام والمسؤولية تجاه العاملين وأفراد المجتمع، دعم المجتمع ومساندته، حماية البيئة سواء من حيث الالتزام بتوافق المنتج الذي تقدمه الشركة للمجتمع مع البيئة أو من حيث المبادرة بتقديم ما يخدم البيئة ويحسن من الظروف البيئية في المجتمع ومعالجة المشاكل البيئية المختلفة، ومن هذا المنطلق تبنى الاتحاد الأوروبي استراتيجية وأصدر قوانين تزاوج بين الاقتصاد والمجتمع والبيئة والتنمية المستدامة، إلى جانب تنوير العميل لكي يساعد الشركات التي تلتزم بتلك المعايير، وتبنى شعار الوردة لكي ترسخ الصورة في أذهان السكان.

ولا نجافي الواقع إذا قلنا إن الفرق شاسع بيننا وبين الدول المتقدمة فيما يتعلق بممارسة الشركات الوطنية مسؤوليتها نحو المجتمع ونحو موظفيها وتبنيها كاستراتيجية تصب في خدمة الاقتصاد الوطني، فشركات وطنية كثيرة تعتمد في إنفاقها تجاه المسؤولية الاجتماعية على أريحية مديرها أو صاحبها وهي لا تعين نسبة من أرباحها لتبني المسؤولية الاجتماعية مما يجعل إسهامها فرديا وفي معظم الأحيان وفق مناسبات معينة، وبالتالي يتدنى إسهام الموظف في تفعيل عملية التنمية الوطنية الشاملة والمستدامة، ويتأخر دور الشركات والمؤسسات الوطنية عما تقوم به نظيراتها في الدول المتقدمة، ففي الولايات المتحدة على سبيل المثال تشكل الجمعيات غير الربحية عاملا فاعلا في خدمة الناتج المحلي للاقتصاد الأمريكي.

وتم تشجيع الشركات على الالتزام بالمبادئ العشر للميثاق العالمي للأمم المتحدة والتي يجب مراعاتها بشكل يومي عند اتخاذ كافة القرارات ووضع الإستراتيجيات. وتم تشجيع الشركات ليس فقط على الالتزام بتلك المعايير، وإنما أيضاً محاولة الامتناع عن عقد صفقات تجارية مع الشركات التي لا تحترم كل أو بعض تلك المعايير.

المراجع والهوامش والإحالات:

- ¹ - البكري تامر ياسر، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، الطبعة الأولى، 2001، ص ص: 18-21
- ² - ابتسام عبد الله الزعبي، عناصر المسؤولية الاجتماعية، كلية التربية - قسم علم النفس جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن - الرياض. ص 46
- ³ - تقرير المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر 2011، نقلا عن الموقع الإلكتروني www.idsc.gov.eg
- ⁴ - الصيرفي محمد، (المسؤولية الاجتماعية للإدارة)، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، مصر، ط1، 2007، ص 52
- ⁵ - رقية عيران، المسؤولية الاجتماعية للشركات، سوق فلسطين للأوراق المالية، نقلا عن الموقع الإلكتروني : www.google.com
- ⁶ - لرحاطة عبد الرازق سالم، (المسؤولية الاجتماعية)، دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع، ط1 ص 115
- ⁷ - نوري منير، (الوجيز في تسيير الموارد البشرية)، ديوان المطبوعات الجامعية، جامعة الشلف، الجزائر، ط01، 2011. ص 65
- ⁸ - البرنوطي نايف سعاد، (إدارة الموارد البشرية، إدارة الأفراد)، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان الأردن، ط 03، 2008. ص 156
- ⁹ - ضيافي نوال، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة و الموارد البشرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسيير موارد بشرية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2010، ص 69
- ¹⁰ - الكسندر سكولنيكوف و جوش ليتشمان و جون سوليفان، النموذج التجاري لمواطنة الشركات، مركز المشروعات الدولية الخاصة، التقرير رقم 410، 27 ديسمبر 2004، ص: 5
- ¹¹ - بدوي عبد الرحمان، (مناهج البحث العلمي دليل الطالب في كتابة الأبحاث و الرسائل العلمية)، الكويت، وكالة المطبوعات للنشر، ط03، 1977. ص 145
- ¹² - هبة نصار، المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال في مصر، بحث ميداني استطلاعي، كتاب الأهرام الاقتصادي العدد 238، يوليو 2007، ص 13.
- ¹³ - أحمد نظيف، المؤتمر الثاني للمسؤولية الاجتماعية للشركات " الاستثمار وممارسات العمل المسئول"، مركز المديرين، وزارة الاستثمار، القاهرة، 23 مارس 2009 ص 6.
- ¹⁴ - البكري تامر ياسر، (التسويق و المسؤولية الاجتماعية)، دار وائل للنشر و التوزيع، الأردن، ط 1، 2009

- ¹⁵ - فؤاد محمد عيسى، المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في مصر - دراسة حالة تطبيقية لقياس وتقييم المسؤولية الاجتماعية للشركات، نقلا عن الموقع الالكتروني www.mop.gov.eg
- ¹⁶ - السلمي علي، (الإدارة بالأهداف طريق المدير المنفوق) ، مصر ، دار غريب للطباعة و النشر و التوزيع ، ط 01 ، 1999. الشريف عبد الله ،مناهج البحث العلمي ، مصر ،الإشعاع للطباعة ، ط 1، 1996ص215
- ¹⁷ - نجم عبود نجم ،(أخلاقيات الإدارة و مسؤوليات الأعمال في شركات الأعمال)،دار الوراق للنشر و التوزيع ،ط 1 ، 2006 ص156
- ¹⁸ - خامرة الطاهر المسؤولية البيئية و الاجتماعية مدخل لمساهمة المؤسسة الإقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة ،مذكرة ماجستير ،تخصص إقتصاد تسيير البيئة ،جامعة قاصدي مرباح ورقلة ،2007
- ¹⁹ - الغالبي طاهر محسن منصور و العامري صالح محسن ،(المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال و المجتمع) ،الأردن ،دار وائل للنشر و التوزيع ، ط 02 ، 2008. ص 125
- ²⁰ - عبد الله صادق دحلان، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، مجلة عالم العمل، العدد49، مارس 2004، ص: 16
- ²¹ - نجم عبود نجم، أخلاقيات الإدارة ومسؤوليات الأعمال في شركات الأعمال، الوراق للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، الطبعة الأولى، 2006، ص:197
- ²² - المنبر الأردني للتنمية الاقتصادية،مبادرة إقليمية يطلقها مركز الأردن الجديد لتعزيز ممارسات الشركات المسؤولية الاجتماعية ، مجلة حوار السياسات الاقتصادية، العدد العاشر، أغسطس 2005، الأردن.
- ²³ - بن إمام سارة و بن دالي ابراهيم هاجر دور المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال في صناعة القرار في المنظمة ،مذكرة لنيل شهادة ليسانس ،تخصص إدارة أعمال ، جامعة لمدية ، 2010 ص123
- ²⁴ - مقدم وهيبية،المسؤولية الاجتماعية للشركات من منظور الإقتصاد الإسلامي،الملتقى الدولي الأول الإقتصاد الإسلامي الواقع ورهانات المستقبل، 2010
- ²⁵ - بدوي عبد القادر و بن سفيان زهرة ،المسؤولية الاجتماعية للمقاوم و المؤسسة الخاصة لتحقيق التنمية المستدامة، ملتقى حول منظمات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية ،جامعة بشار ،يومي 14 -15 فيفري 2012
- ²⁶ - شادية مخلوف ،ضمان جودة المسؤولية الاجتماعية للتعليم الجامعي الفلسطيني، نموذج مقترح ،جامعة القدس المفتوحة
- ²⁷ - وسام جلالى ،أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للمؤسسات الإقتصادية ،مذكرة الماستر في علوم التسيير ، تخصص مالية مؤسسة ، 2012 .
- ²⁸ - عياض محمد عادل ، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة :مدخل لمساهمة منظمات الأعمال في الإقتصاد التضامني ،الملتقى الدولي حول الإقتصاد التضامني ،جامعة تلمسان ، 2005

29- فلاق محمد و بونافلة قدور ،المسؤ ولية الإجتماعية لشركات الإتصالات الجزائرية (جيزي ، موبيليس ،نجمة)، التحول من العمل الخيري إلى العطاء الذكي ، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال و المسؤولية الإجتماعية جامعة بشار ،2010

30- لسحيباني صالح ،المسؤولية الإجتماعية و دورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية ،حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية ، المؤتمر الدولي حول القطاع الخاص في التنمية ،تقييم واستشراف ،لبنان ،2009

31 - تقرير بنك البركة للاستدامة والمسؤولية الاجتماعية 2016

32 - تقرير بنك البركة للاستدامة والمسؤولية الاجتماعية 2016

33 - Carrefour Foundation Annual Report, 2010, Special issue, 10 years of action,

<http://www.carrefour.com/cdc/foundation/the-carrefour-foundation/>

34- مولاي لخضر عبد الرازق وآخرون ،دوافع تبني منظمات الأعمال أبعاد المسؤولية الإجتماعية و الأخلاقية كمعيار لقياس الأداء الإجتماعي ، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال و المسؤولية الإجتماعية جامعة بشار 2010.،

35 - Colgate, Key Performance Indicators,

<http://www.colgate.com/app/Colgate/US/Corp/LivingOurValues/Sustainability/KeyPerformanceIndicators.cvsp>

36-موقع انجليتي <http://www.agility.com>

37 -أم كلثوم و بن عبد العزيز سمير ،الركائز الأساسية لنجاح المسؤولية الإجتماعية في منظمات الأعمال ، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال و المسؤولية الإجتماعية جامعة بشار ،2010

38 - Intel, 2017 Corporate Responsibility Report Overview, <http://www.intel.com/content/www/us/en/corporate-responsibility/2010-corporate-responsibility-report-overview.html>

39-فهمي مصطفى أبو زيد و عثمان حسين ، (الإدارة العامة) ، مصر ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، ط1 ،2003..كامل مصطفى مصطفى، (إدارة الموارد البشرية) ،مصر ، العربية للنشر ، ط1، 1994 ص152

40 - <http://www.samsung.com/eg/aboutsamsung/citizenship/ourcitizenshipfocus.html>

41 - Walmart (2017), Global Responsibility Report, Building the Next Generation Walmart... Responsibility, <http://walmartstores.com/CommunityGiving/223.aspx>

42 Toyota, CSR Initiatives, http://www.toyota-global.com/sustainability/corporate_citizenship/

43- Microsoft (2010), "2010 Corporate Citizenship Report", <http://www.microsoft.com>

جامعة محمد خيضر بسكرة

يوم دراسي حول:

مكانة و ممارسات المسؤولية الاجتماعية في العلوم الانسانية و الاجتماعية

يوم 07 ديسمبر 2017

عنوان المداخلة:

مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق التنمية المستدامة للمؤسسات

نماذج لتجارب بعض الشركات

محور المداخلة:

المحور الرابع: تجارب وطنية و دولية في تطبيق و تبني المسؤولية الاجتماعية

من إعداد:

الاستاذة: رحمون رزيقة

قسم: علوم التسيير

التخصص: تسيير المنظمات

المؤسسة: جامعة محمد خيضر - بسكرة

البريد الإلكتروني: razikarahmoun@yahoo.fr

ملخص:

هدفت هذه الورقة البحثية إلى تسليط الضوء على مدى مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق التنمية المستدامة، حيث تم إلقاء الضوء على الاطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية و التنمية المستدامة بالإضافة إلى العلاقة بينهما، كما تم إعطاء امثلة لتجارب قامت بها مؤسسات عالمية في كيفية تطبيقها للمسؤولية الاجتماعية. وتوصلت هذه الدراسة إلى أن المسؤولية الاجتماعية تقع بالدرجة الأولى على عاتق الإدارة العليا للشركات و ذلك عن طريق القيام بتبني كل السلوكات المسؤولة إجتماعيا ووضع برامج وخطط لتنفيذها. وقد خلصت الدراسة الى أن الشركات بإمكانها أن تكتسب سمعة وتعزز من ميزتها التنافسية عندما تمارس وتدعم أنشطتها الاجتماعية، فقد أثبتت الدراسات زيادة الأرباح للشركات ذات الدور الاجتماعي بنسب أكثر من غيرها.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، التنمية المستدامة، شركة كوكاكولا، شركة SONY، شركة H & M

Abstract:

This paper aimed to shed light on the contribution of social responsibility in achieving sustainable development. It dealt with the conceptual framework of social responsibility and sustainable development as well as the relationship between them. In addition, the paper addressed how international companies apply social responsibility. This paper found that Social responsibility is primarily the senior management's responsibility; top management leaders should adopt all aspects of the socially responsible behaviors and develop the appropriate programs and plans. Finally, the paper concluded that companies can attain a good reputation and enhance their competitive advantage when they practice and support their social activities, because many studies argue a good relationship between increased profits and the social role of companies by more rates than others.

Keywords: Social Responsibility, Sustainable Development, Coca-Cola, SONY, H & M

مقدمة

يكتسب الدور الاجتماعي للمؤسسات والقطاع الخاص أهمية متزايدة بعد تخلي الحكومات عن كثير من أدوارها الاقتصادية والخدمية، والتي صحبتها بطبيعة الحال برامج اجتماعية كان ينظر إليها على أنها أمر طبيعي ومتوقع في ظل انقضاء الهدف الربحي للمؤسسات الاقتصادية التي تديرها الحكومات، وان كانت في كثير من الأحيان تحقق إيرادات و أرباحا طائلة.

ان تزايد المؤسسات غير الحكومية ذات الاهتمام بحقوق العمال وتنامي دور جمعيات حماية المستهلك. هذا الهدف الجديد ذو الطابع الاجتماعي يستلزم نموذج يجب أن تتبناه مؤسسات الأعمال الراغبة في الاستمرار والمحافظة على مركزها التنافسي وحصصها السوقية، تكتسب من خلاله صفة المواطنة اتجاه البيئة والمجتمع وليس مجرد فقط تحمل الآثار السلبية لأنشطتها إن وجدت.

تختلف درجة تبني وتطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية باختلاف الدول حسب طبيعة المؤسسات وبيئة الأعمال السائدة من انتشار ثقافة المسؤولية الاجتماعية، المراكز المالية والأداء الإداري لكل مؤسسة، فنجد أن الاهتمام يكون أكبر بهذا الجانب الاجتماعي لدى المؤسسات في الدول المتقدمة خاصة التي تحقق رقم أعمال ضخ كل سنة، فمن وجهة نظرها لا بد من انتهاج سياسة تهدف لدمج البعد الاجتماعي والأخلاقي مع البعد الاقتصادي والعمل على ايجاد علاقة تكاملية تخدم الهدف العام للمؤسسة.

ولكن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات لا تتوقف عند التبرعات للمشروعات والبرامج التنموية والخيرية، فثمة مجالات للعمل ومبادئ يجب أن نلتزم بها المؤسسات وسيعود ذلك على المجتمعات والدول بفوائد كبرى، ويجنبها كوارث وأزمات بيئية واقتصادية واجتماعية ستكون في تكاليفها، ونتائجها أكبر بكثير من التكاليف المترتبة على هذه المسؤوليات والالتزامات، هذه الالتزامات والواجبات الجديدة المترتبة والحقوق المكتسبة بين مؤسسات الأعمال من جهة والبيئة من جهة أخرى تتم في إطار ما يسمى بالمسؤولية الاجتماعية، التي يتم ممارستها وتطبيقها ضمن النظام الإداري لمؤسسات الأعمال من خلال وضع برامج المسؤولية الاجتماعية، الاهتمام بتنفيذها ومتابعة النتائج المترتبة عليها.

ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على واقع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من اجل تحقيق التنمية المستدامة حيث سنحاول أن نبين تطبيقات المسؤولية الاجتماعية لثلاث شركات و هي شركة " كوكا كولا- الهند" و شركة "SONY" و شركة "Hennes & Mauritz" كنماذج لأكبر الشركات العالمية، وهذا ما يؤدي ل طرح السؤال الرئيسي الآتي:

كيف تساهم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في تحقيق التنمية المستدامة؟

للإجابة على التساؤل سنحاول تقديم مداخلتنا في ثلاثة محاور، المحور الأول سنناقش فيه المفاهيم النظرية حول المسؤولية الاجتماعية بالتركيز على مفهومها و اهمية تبنيها من طرف المؤسسات، والمحور الثاني سنخصصه لتبيان مفهوم التنمية المستدامة و اهدافها و ابعادها، أما المحور الثالث فنعرض فيه تجارب كل من شركة " كوكا كولا- الهند" و شركة "SONY" و شركة "Hennes & Mauritz".

وسيكون المنهج المتبع هو منهج تحليلي وصفي لبعض البرامج التي تقوم بها الشركات في إطار مسؤوليتها الاجتماعية.

المحور الاول: المسؤولية الاجتماعية

لم يكن مفهوم المسؤولية الاجتماعية معروفا بشكل واضح في بداية القرن العشرين، حيث كانت المؤسسات تركز اهتمامها على تعظيم ارباحها بكافة الوسائل، و مع زيادة النقد الموجه لهذا المفهوم ظهرت بوادر لتبني المؤسسات دورا اتجاها المجتمع و البيئة التي تعمل فيها، و في هذا الاطار برزت عدة دراسات و اجتهادات لتحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية الذي شهد تغيرات جوهرية على مر الزمن و لا يزال يعرف تطورات مع تطور المجتمع و توقعاته.

1- تعريف المسؤولية الاجتماعية:

لقد ورد لمصطلح المسؤولية الاجتماعية العديد من التعاريف و ذلك بتعدد اراء و توجهات الكثير من الكتاب و الباحثين حيث: تعرف المسؤولية الاجتماعية على انها: "مجموعة القرارات و الافعال التي تتخذها المؤسسة للوصول الى تحقيق الاهداف المرغوبة و القيم السائدة في المجتمع و التي تمثل في نهاية الامر جزءا من المنافع الاقتصادية المباشرة لإدارة المؤسسة و الساعية الى تحقيقها كجزء من استراتيجيتها".^١

و عرفها (Holmes) بانها: التزام على منشأة الاعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه و ذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الانشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر و تحسين الخدمات الصحية و مكافحة التلوث، و خلق فرص عمل و حل مشكلة الاسكان و المواصلات و غيرها.^٢

تعرفها منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية على انها: "التزام المؤسسة ذات النشاطات التجارية للمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم و عائلاتهم و المجتمع المحلي و المجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة و يخدم التنمية في آن واحد".^٣

تعريف المفوضية الأوروبية: "هي مسؤولية المؤسسة امام تأثيرات نشاطها على المجتمع، و للقيام بهذه الوظيفة ينبغي على المنظمة احترام القوانين، القواعد التنظيمية و المعاهدات التي ابرمتها مع مختلف الاطراف، و حتى تؤدي المؤسسة هذه الوظيفة بشكل جيد يفترض ان تدخل في شراكات محدودة مع مختلف الأطراف و تحديد المسار الموجه نحو إدراج اهتمامات المؤسسة لمسائل الاجتماعية و البيئية و الأخلاقيات و احترام حقوق الانسان والمستهلك سواء في أنشطتها التشغيلية أو في وضعها لاستراتيجيتها".^٤

اما الباحث (Carrol) فقد عرف المسؤولية الاجتماعية بانها: "جميع القرارات والفلسفات و الطرق و الأفعال التديبيرية التي تعتبر تطور ورفاهية المجتمع هدفا لها"، وهي بذلك "التزام يتوجب على قطاع الأعمال القيام به اتجاها المجتمع، وأن من شأن هذا الالتزام أن يعمل على تعظيم الآثار الايجابية لنشاطات المؤسسات على المجتمع وتخفيض الآثار السلبية لتلك النشاطات إلى أكبر قدر ممكن"، وأوضح إلى كون المسؤولية الاجتماعية مفهوم يشتمل على أربع جوانب رئيسية تتمثل في المسؤولية الاقتصادية، والقانونية، والأخلاقية، والمسؤولية الطوعية.^٥

وعليه يعتبر (Carrol) أول من أعطى تعريفا شاملا للمسؤولية الاجتماعية و أول من وضع لها أسسها النظرية.

ولقد نحا مفهوم المسؤولية الاجتماعية منحا جديدا في إطار أكثر شمولية وانتقل من مفهوم ضيق للتعامل مع أحداث بيئية آنية إلى هدف استراتيجي يتطلب إعطاءه أهمية كبيرة في التخطيط الاستراتيجي بعيد الأمد، وقد أكد هذا الرأي (Daft) ذاكرة أن المسؤولية الاجتماعية هي واجب إدارة المؤسسة الأساسي في اتخاذ القرارات المهمة والأفعال بطريقة تحقق رفاهية المجتمع ومصلحه.^{vi}

و بناءا على ما سبق يمكن أن نعرف المسؤولية الاجتماعية بصورة شاملة بانها: التزام أخلاقي بين المؤسسة الإقتصادية والمجتمع، وتسعى من خلاله تقوية الروابط بينها وبين المجتمع، بما من شأنه تعزيز مكانتها في أذهان المستهلكين والمجتمع بشكل عام، والذي ينعكس بدوره على نجاحها وتحسين أدائها في المستقبل.

2- أهمية و دوافع المسؤولية الاجتماعية:

إن معظم الباحثين في هذا الموضوع يؤكدون على أن انتهاج المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية يحقق لها العديد من الفوائد نذكر منها:^{vii}

- * تحسين صورة المؤسسة في المجتمع وترسيخ المظهر الايجابي لدى أصحاب المصلحة كالعلاء والعاملين وأفراد المجتمع، خاصة إذا اعتبر أن المسؤولية الاجتماعية تمثل مبادرات طوعية للمؤسسة.
 - * تعزيز ولاء الموظفين وروحهم المعنوية، وتحسين سلامة وصحة العاملين من الجنسين، والتأثير الإيجابي على قدرة المؤسسة على توظيف وتحفيز الموظفين والاحتفاظ بهم.
 - * تحسين اعتمادية ونزاهة المعاملات من خلال المشاركة السياسية المسؤولة، والمنافسة العادلة، وانعدام الفساد.
 - * بناء علاقات قوية مع الحكومات مما يساعد في حل المشكلات أو النزاعات القانونية التي قد تعترض المؤسسة أثناء ممارستها لنشاطها.
 - * تحسن أداء المؤسسة في النواحي المالية والاجتماعية والبيئية، ودفع العاملين للتعرف على المتطلبات البيئية، وتحسين قدرتهم على التفاعل مع البيئة.
 - * الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة الاجتماعية وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص الذي هو جوهر المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات الأعمال.
- اما الدوافع فتتمثل في:^{viii}
- * أن الجميع يتحمل مسؤولية اتجاه النفس والأسرة والمجتمع.
 - * إن المسؤولية الاجتماعية وسيلة للالتزام الايجابي للشركات و المؤسسات تجاه المجتمع من خلال تنمية الموارد البشرية.
 - * الالتزام بتطبيق المواصفات العالمية.
 - * الاهتمام برفع مستوى الانتاجية لمواجهة زيادة حدة المنافسة عالميا و محليا.
 - * إرساء بعض القيم الهامة لدى العاملين بالشركات لحفزهم على احترام قيم العمل و التميز.
 - * رد الجميل للمجتمع لإنفاق على الأعمال الخيرية.

3- أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

تتضمن المسؤولية الاجتماعية عدة أبعاد منها البعد الاقتصادي، القانوني، الإنساني، الأخلاقي، حيث أن البعد الاقتصادي والقانوني هما الجوانب المسلم بهما في أعمال المؤسسات لذلك يمثلان القاعدة المادية لبناء الهيكل الهرمي، بينما يمثل البعدين الأخلاقي والإنساني، الأكثر حداثة في توجيه وتعامل مؤسسات الأعمال في علاقاتها وتفاعلها مع المجتمع. وذلك حسب Carroll فإن الأبعاد الأربعة للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة غير مستقلة عن بعضها وهي تخص المؤسسة ككل وتتمثل في:^{ix}

✓ **البعد الاقتصادي:** حيث تمارس مؤسسة الأعمال أنشطة اقتصادية لتحقيق الكفاءة والفعالية، وتستخدم الموارد بشكل رشيد لتنتج سلع وخدمات بنوعية راقية. وتوزع العوائد بشكل عادل على عوامل الإنتاج المختلفة، بتحقيق ذلك تكون قد تحملت مسؤولية اقتصادية.

✓ **البعد القانوني:** حيث يندرج في هذا الإطار الالتزام الواعي والطوعي لقوانين والتشريعات الحاكمة لمختلف الجوانب في المجتمع، سواء كان هذا في الاستثمار أو الأجور أو العمل أو البيئة أو المنافسة أو غيرها.

✓ **البعد الأخلاقي:** التي تراعي من خلاله مؤسسة الأعمال الجانب الأخلاقي في كل قرار لها ومساها في الصناعة التي تعمل فيها، تجنباً لأي ضرر قد يلحق المجتمع.

✓ **البعد الخيري:** الذي يشمل على التبرعات والهبات والمساعدات الاجتماعية الخيرية التي تخدم المجتمع ولا تهدف إلى الربح. كما قد تتبنى المؤسسة في هذا الإطار قضية أساسية من قضايا المجتمع وتعمل على دعمها ومتابعتها.

إن مسؤولية المؤسسة الاجتماعية الشاملة هي حاصل مجموع العناصر الأربعة و التي أوردها Carroll بشكل معادلة:

المسؤولية الاجتماعية الشاملة = المسؤولية الاقتصادية + المسؤولية القانونية + المسؤولية الأخلاقية + المسؤولية الخيرية.

الشكل رقم (1) يوضح هرم المسؤولية الاجتماعية



المصدر: محمد عاطف محمد سين، واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية دراسة تطبيقية للآراء عينة من مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا كلية العلوم الإدارية والمالية، 2008، ص32.

يوضح الشكل أن بداية المسؤولية الاجتماعية كان على أساس بعد اقتصادي، حيث كانت المؤسسات هدفها الوحيد هو الربح والذي ومن خلال تأثير المنافسة على المؤسسة فإن المستهلك سوف يستفيد من جودة مخرجات المؤسسة، ثم إلزام الحكومة المؤسسة مراعاة ظروف المجتمع من خلال البعد القانوني وسن التشريعات، إلى أن تتبنى المؤسسة طوعية مفهوم المسؤولية الاجتماعية فتكون ملزمة أخلاقيا أمام المجتمع الذي تنشط فيه، وبالتالي نجد أنفسنا أمام ظاهرة وهي أن المؤسسة أصبحت جزء من المجتمع تعمل على خدمته بكفاءة وفعالية.

المحور الثاني: التنمية المستدامة

ان التنمية المستدامة من المفاهيم الحديثة التي ظهرت كمعلم بارز في مسيرة تطور الفكر التنموي، فهي تحتل مكانة كبيرة على المستوى الدولي، وغدت من أهم اهتمامات مختلف الحكومات كمطلب أساسي لتحقيق العدالة والانصاف في توزيع مكاسب التنمية والثروات بين مختلف الأجيال.

1- تعريف التنمية المستدامة:

برزت محاولات عديدة لتعريف التنمية المستدامة، و هذه المحاولات ماتزال متواصلة منذ سنة 1987، إلا أنه يكاد يكون إجماع حول فكرة مفادها مادام أن التنمية المستدامة مبنية على أساس نظري فكل التعاريف تبقى مجرد محاولات، وفي ما يلي بعض هذه التعاريف:

عرفت التنمية المستدامة بانها: "التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها الخاصة".^x

كما عرف المبدأ الثالث المقرر في مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة والتنمية الذي انعقد في ريو دي جانيرو سنة 1992 التنمية المستدامة بانها: "ضرورة إنجاز الحق في التنمية، بحيث تتحقق على نحو متساو الحاجات التنموية والبيئية لأجيال الحاضر والمستقبل".^{xi}

وعرفت اللجنة العلمية للبيئة والتنمية بانها: "التنمية التي تقضي بتلبية الحاجات الأساسية للجميع وتوسيع الفرصة أمام المجتمع لإرضاء طموحاتهم الى حياة افضل ونشر القيم التي تشجع أنماطا استهلاكية ضمن حدود الامكانيات البيئية التي يتطلع المجتمع الى تحقيقها بشكل معقول".^{xii}

اما "Edward barbier" فقد عرفها بانها: "ذلك النشاط الذي يؤدي إلى الارتقاء بالرفاهية الاجتماعية بأكبر

قدر مع الحرص على الموارد الطبيعية المتاحة، وقل قدر ممكن من الأضرار والإساءة إلى البيئة".^{xiii}

ومن خلال كل هذه التعاريف أمكننا القول أن التنمية المستدامة تسعى لتحقيق نوعية حياة الإنسان واستغلال الموارد الطبيعية بطريقة عقلانية ومحاولة إبقائها لمدة زمنية بعيدة، وضمان متطلبات الأجيال المقبلة، ايضا نجد أن اهم العناصر المكونة للتنمية المستدامة هي العمل على التنمية الاجتماعية في كل أنحاء العالم بحيث يجب توفير احتياجات الناس من العمل والصحة و التعليم و الطاقة وغيرها.

2- أهداف التنمية المستدامة:

للتنمية المستدامة مجموعة من الأهداف التي تسعى لتحقيقها نوردتها على النحو التالي:^{xiv}

- ❖ تحقيق حياة أفضل للسكان، وذلك من خلال عمليات التخطيط وتنفيذ السياسات التنموية وعن طريق التركيز على مجالات وجوانب النمو وكيفية تحقيق نمو جيد للمجتمع سواء الاقتصادي أو الاجتماعي والنفسي والروحي.
- ❖ احترام البيئة الطبيعية: إن الارتباط الوثيق بين التنمية المستدامة والبيئة هو الذي أدى إلى أن يكون الهدف الرئيسي وراء التنمية المستدامة هو الحفاظ على البيئة واحترامها لتصبح علاقة تكامل وانسجام، فنظافة البيئة أساس حياة الإنسان، فحماية البيئة تؤدي إلى ترقية تنمية وطنية مستدامة بتحسين شروط المعيشة والعمل على ضمان إطار معيشي سليم يحقق تنمية مستدامة للمجتمع ككل.
- ❖ تهدف التنمية المستدامة إلى توعية السكان لمشاكل والمخاطر البيئية التي تحدث، فبالوعية تحدث تنمية مستدامة اتجاه أهمية الحفاظ على البيئة، وفي حث الأفراد على إيجاد حلول لإعداد وتنفيذ ومتابعة برامج ومشاريع وسياسات التنمية المستدامة.
- ❖ تسعى لتحقيق استغلال أمثل واستخدام عقلاني للموارد، فالتنمية المستدامة لتحقيق أهدافها عليها بتوظيف استغلال هذه الموارد بشكل عقلاني مخطط له ومدروس لكي لا تستنزف وتدمر هذه الموارد وتفقدنا، من أجل الحفاظ على متطلبات الأجيال القادمة.
- ❖ ربط التكنولوجيا الحديثة والمعاصرة بأهداف المجتمع وذلك بتوظيف هذه الوسائل بما يحقق ويخدم المجتمع، وذلك عن طريق استغلالها لما يحقق تنمية للأفراد والمجتمع وفي تحقيق الأهداف المنشودة دون أن تكون له آثار سلبية على المجتمع.
- ❖ إحداث تغيير مستمر في حاجات وأولويات المجتمع، وذلك بتحقيق التوازن الذي بواسطته يفعل التنمية الاقتصادية ويؤدي إلى التحكم في المشاكل البيئية الخاصة وبدوره يؤدي إلى إيجاد بدائل مناسبة لهذه المشاكل.

3- أبعاد التنمية المستدامة:

يتفاعل كل من البعد الاقتصادي والبعد الاجتماعي، البعد البيئي وكذا البعد التكنولوجي ليشكلوا ما يسمى بالتنمية المستدامة، إن حقيقة هذه الأخيرة في جوهرها عبارة عن تكامل وتداخل هذه الأبعاد لتشكل منظومة، كل فرع أو نظام جزئي مترابط مع فروع أو أنظمة جزئية أخرى لتكوّن في الأخير مخرجات هذه التنمية والتي تنعكس أبعادها على الجيل الحالي والأجيال القادمة.

3-1 البعد الاقتصادي: تتطلب التنمية المستدامة ترشيد المناهج الاقتصادية من تحقيق للعدالة الاقتصادية، إيقاف تبديد الموارد الطبيعية، أما فيما يخص العدالة الاقتصادية فنعني بها تكافؤ الفرص بين الأغنياء والفقراء في التعليم والخدمات الاجتماعية والصحة والتوزيع العادل للموارد وعلى حرية الاختيار وغير ذلك من الحقوق، وأما فيما يخص إيقاف تبديد الموارد الطبيعية فيتطلب تغيير أنماط الاستهلاك التي تعمل على تقليل تبديد الطاقة

والموارد الطبيعية، وذلك عبر تحسين مستوى الكفاءة، وإحداث تغيير جذري في أسلوب الحياة، ولا بد في هذه العملية من التأكد من عدم الإضرار بالبيئة وعدم تصدير الضغوطات البيئية إلى البلدان النامية.^{xv}

3-2 البعد الاجتماعي: يعتبر العدل الاجتماعي أساس الاستدامة، وحتى تبقى هذه التنمية مستمرة يجب أن تراعي جميع شرائح المجتمع، وجوهر هذا البعد التخفيف من حدة الفقر للفئات المستضعفة، ولا يكفي الاعتماد على البعد الاقتصادي والاكفاء بما تحققه المؤسسة من ارباح، بل يجب إشراك المجتمع وإعطاءه الأهمية في سياسات المؤسسة الإنتاجية والتسويقية، هذا يعني التحول من الاعتماد على رأس المال الإنتاجي إلى الاعتماد على رأس المال البشري ورأس المال الاجتماعي.^{xvi} ويدخل ضمن البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة مشاركة الناس الفاعلة في مراحل التخطيط والتنفيذ للتنمية، وتعتمد هذه المشاركة على القبول الاجتماعي، وفرصة المجتمع من إدراج اهتماماته في أنشطة المؤسسات، و يتوقف نجاح هذا المفهوم في هذا البعد بشكل كبير على إحترام حقوق الإنسان، كما هو منصوص عليه في التصريح الدولي لمنظمة الأمم المتحدة لسنة 1948.

3-3 البعد البيئي: تعد البيئة المحيط الذي نعيش فيه وتعيش فيه جميع الكائنات الحية، ولذلك يجب المحافظة على البيئة لتحقيق التنمية المستدامة، ولا يتم ذلك إلا باتخاذ الإنسان موقفا إيجابيا تجاه البيئة الطبيعية، من حيث الاستغلال الأمثل والرشيد لمواردها والمحافظة عليها من الإهدار والاستنزاف، وعدم تلويثها وصيانتها والمحافظة على تجدها واستدامتها لفائدة الأجيال المتعاقبة.^{xvii}

ويدخل ضمن البعد البيئي كل من النظم الإيكولوجية، استخدام الطاقة، التنوع البيولوجي، والتربية البيئية.

3-4 البعد التكنولوجي: هذا البعد يهتم لتحول إلى تكنولوجيا أنظف وأكفأ، تنقل المجتمع إلى عصر يستخدم أقل قدر من الطاقة والموارد، وأن يكون الهدف من هذه النظم التكنولوجية إنتاج حد أدنى من الغازات والتلوث واستخدام معايير معينة تؤدي إلى الحد من تدفق النفقات من خلال إعادة تدويرها داخليا.^{xviii} فالبعد التكنولوجي هو عنصر مهم في تحقيق التنمية المستدامة، حيث اذا استخدمت التكنولوجيا بشكل إيجابي فإنه سوف يسهم في تطور الصناعة واستدامتها لأن العلم والتقانة ثروة لا تتضب.

المحور الثالث: العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية و التنمية المستدامة

تعد التنمية المستدامة الإطار العام للمسؤولية الاجتماعية وبذلك تستمد هذه الأخيرة إتجاهاتها من الإتجاهات والأبعاد الأساسية للتنمية المستدامة إذ تهتم بشكل أساسي بالجانب الاقتصادي والجانب الاجتماعي وكذا البيئي. حيث تشير المسؤولية الاجتماعية إلى مجموعة واسعة من القضايا، تتطوي على نهج متكامل في إدارة الاقتصاد والبيئة والاهتمامات بالمجالات البشرية والقدرة المؤسسية، حيث يحتاج صانعو القرار إلى معلومات للمضي قدما نحو تحقيق المسؤولية الاجتماعية(معلومات عن مرحلة التقدم الراهنة، ومعلومات عن الإتجاهات ونقاط الضغط، ومعلومات عن أثر التدخلات) تسمح هذه المؤشرات لأصحاب القرار وواضعي السياسات من رصد التقدم المحرز في سبيل تحقيق التنمية المستدامة^{xix}، كما أن وضع المقاييس العددية للتنمية المستدامة بحذر نظرا للخصائص الفريدة التي تتمتع بها المقاييس الزمنية والمكانية يساهم في إبراز مدى الارتباط بينها وبين المسؤولية الاجتماعية، فقد تكون لدينا أرقام ولكن لا توحى بما نريد معرفته. في الوقت الحالي نحن بحاجة إلى إعداد

مؤشرات جيدة للتنمية المستدامة لتقويم أثر النشاطات والتأثير على القرارات نحو الأحسن؛ حيث يقتضي التوازن بين الأنشطة الاقتصادية والرفاه الاجتماعي واحتياجات البيئة في عملية التنمية تغيير أنماط صنع القرار.

ان مفهوم التنمية المستدامة يرتبط مباشرة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات والذي من خلال تطبيقه سيتم إحداث القطيعة بين المفهوم الكلاسيكي للمؤسسة والذي يعتبر هدف المؤسسة الاقتصادية هو تعظيم الربحية للمساهمين. فمحافظة المؤسسة الاقتصادية على بقائها ونموها يحتم عليها أن تعمل على تحقيق أهداف أخرى لأطراف داخلية وأخرى خارجية موجودة في البيئة التي تعمل فيها، وأن السعي الدائم والمستمر إلى تحقيق هذه الأهداف يترتب عليه تحمل المؤسسات الاقتصادية لجملة من المسؤوليات.^{xx}

تعتبر المسؤولية الاجتماعية هي الطريقة التي يجب أن تعمل بها المؤسسات لدمج الاهتمامات والقضايا الاجتماعية والبيئية فضلا عن الاقتصادية في قراراتها وسياساتها واستراتيجياتها، وقبل كل ذلك لابد من ترسيخها ضمن ثقافة المنظمة وهذا لكي يتم تطبيقها بصفة طوعية ومستمرة أحسن الممارسات اتجاه العاملين، الزبائن، البيئة، والمجتمع ككل من خلال:^{xxi}

- خلق فرص عمل في المجتمع وتخفيض نسبة البطالة.
 - توفير مناصب عمل خاصة للمعوقين.
 - تنمية القدرات البشرية ومهارات العاملين من خلال الحق في التكوين والتعليم.
 - توفير بيئة عمل صحية و آمنة وتحقيق ذلك من خلال تطبيق المقاييس العالمية لنظام إدارة الصحة والسلامة المهنية وفق مواصفة الإيزو 18000.
 - الأمان في خصائص المنتوجات وتحسين خدمة الزبائن.
 - تطبيق مواصفات نظام إدارة الجودة ISO 9000 كأداة مهمة تحقق من خلالها المؤسسة متطلبات المجتمع.
 - نشر ثقافة الحفاظ على البيئة لدى الموظفين ولدى أفراد المجتمع فالالتزام البيئي هو جزء من الالتزام الاجتماعي و لا يكتمل هذا الأخير إلا به.
 - الاستغلال العقلاني للموارد الطبيعية خاصة غير المتجددة منها.
 - المساهمة في حملات التشجير، والتوعية لحماية البيئة والقيام بكل ما من شأنه جعل المؤسسة صديقة للبيئة من ناحية نشاطاتها، منتجاتها وخدماتها.
 - الاهتمام بتطبيق المقاييس العالمية للبيئة ISO14000 .
 - حل المشكلات الاجتماعية عبر دعم الأعمال ومختلف المشاريع التي تعود بالنفع على المجتمع ككل.
- وغيرها من الممارسات التي نلاحظ انها تعتبر في بداية الأمر مطابقة للقضايا والأبعاد التي تقوم عليها التنمية المستدامة.
- وعليه هذا يوضح أن هناك علاقة وطيدة تجمع المفهومين، إذ تسعى العديد من المؤسسات المساهمة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة من خلال الالتزام بأدائها لمسؤوليتها الاجتماعية. لذلك فمفهوم المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة مفهومان متكاملين وكلاهما يخدم الآخر.

بحيث تحقيق التنمية المستدامة يتطلب وضع سياسة مؤسسية واضحة وطويلة الأمد تلتزم فيها المؤسسات بتخصيص نسب مئوية من مواردها لتجسيد مسؤوليتها في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. كما أن عملية قياس المسؤولية الاجتماعية بالاعتماد على مجموعة من المؤشرات وإعداد تقرير خاص بذلك، يبرز من خلاله مدى مساهمة أي مؤسسة في التنمية المستدامة.

وعليه تعتبر التنمية المستدامة حجر الزاوية لتحقيق الازدهار والاستقرار على المدى الطويل، ويجدر بالمؤسسات بوصفها كيان وطني صالح المشاركة في تحقيق التنمية المستدامة والمساهمة في الارتقاء بمستوى مجتمعاتها، وبناء عليه تحتاج إلى موائمة نفسها مع الأهداف الوطنية التي تتمحور حول التنمية المستدامة وذلك باستخدام الأداة القوية لمبادرات المسؤولية الاجتماعية للمساهمة في تحقيق هذه الأهداف.

المحور الرابع: عرض تجارب بعض الشركات حول تطبيق المسؤولية الاجتماعية من اجل تحقيق التنمية المستدامة

سنحاول من خلال هذا المحور استعراض تجارب لمؤسسات تبنت المسؤولية الاجتماعية و هي شركة كوكاكولا، شركة SONY، شركة H & M

الجدول رقم 01

أفضل عشرة منظمات رائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية على المستوى الدولي لسنة 2015

المرتبة	المؤسسة	الدرجة
1	غوغل Google	72.97
2	بي أم دبليو BMW	72.83
3	والث ديزني The Walt Disney	72.71
4	مايكروسوفت Microsoft	72.14
5	دملر Daimler	70.65
6	لغو Lego	69.49
7	آبل Appel	69.32
8	إنتل Intel	69.29
9	رولزروس Rolls-Royce	69.21
10	رولس Rolex	69.00

المصدر: تقرير مؤسسة "Reputation Institute" العالمية الخاص بأفضل مائة علامة في مجال المسؤولية الاجتماعية لسنة 2015 م

1- النموذج الأول: المسؤولية الاجتماعية لشركة "sony"

تعتبر شركة SONY من الشركات العملاقة على المستوى العالمي، تأسست سنة 1947، وبالعودة إلى المراحل الأولى لإنشائها أشار M, Ibuka أحد مؤسسي الشركة إلى أنه من بين أهداف تأسيس الشركة هو إعادة بناء اليابان من خلال عرض تكنولوجيات جديدة بسرعة وديناميكية وتسويق تكنولوجيات عالية للمعاهد والجامعات والتي تستحق تطبيقها في الأسر، وترقية العلوم والمعرفة للشعب عامة، وقد تم توارث هذه الفلسفات وأصبحت أحد مكونات الحمض النووي للشركة في وضع وتنفيذ مسؤوليتها الاجتماعية.^{xxii}

وقد تعززت هذه الفلسفات من خلال رسالة شركة SONY التي يعبر عنها بجملة بسيطة مفادها "الشركة التي تلهم وتحقق فضولك" أما عن رؤية الشركة الحالية فهي زيادة قيمة الشركة بعرض منتجات وخدمات وفق نماذج فريدة تختلف عما يعرضه المنافسون في السوق.

إستراتيجية المسؤولية الاجتماعية لشركة "SONY" لتحقيق التنمية المستدامة:

وعن المسؤولية الاجتماعية للشركة، فيمكن القول ان من صميم اهتماماتها الإستراتيجية وأحد مكونات عناصر الإتجاهات الإستراتيجية فيها، وتعتبر شركة SONY عن سلوكها المسؤول اجتماعيا من خلال مدونة السلوك للشركة.^{xxiii} حيث تتطرق فيها من سياسة تركز على احترام القوانين والتشريعات في الدول التي تنشط فيها وممارستها بشكل صادق وأخلاقي، وتمثل علاقة الشركة بأصحاب المصلحة جوهر مسؤوليتها لتعزيز قيمة الشركة وهذا من خلال الإبداع وممارسة الأنشطة لشكل الصحي.

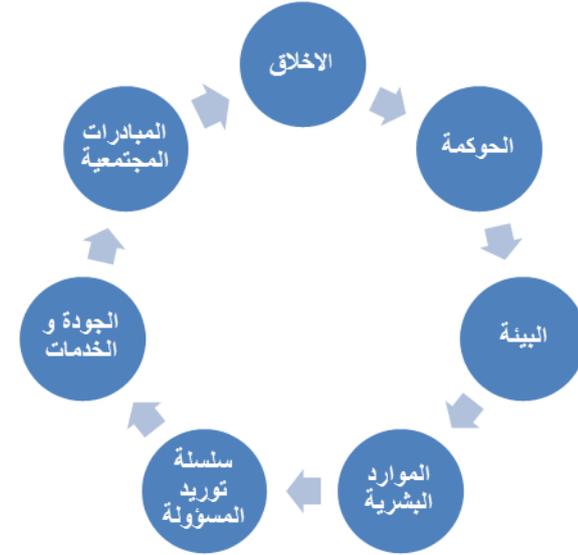
ويمكن القول ان المدونة لم تبقى مجرد حبر على ورق، فقد كانت محور رسالة الرئيس المدير التنفيذي في الذكرى 70 لإنشاء SONY، حيث ركز فيها على المسؤولية الاجتماعية.^{xxiv} واعتبر فيها أن قيام الشركة بتعظيم القيمة الاجتماعية بممارسة أنشطة متعددة والإبداع فيها بناء على أسس أخلاقية يؤدي إلى تعظيم قيمة الشركة، كما ركز في رسالته على ضرورة الحوار المستمر والدائم مع أصحاب المصلحة على اعتبار أن SONY هي شركة دولية مواطنة تعمل على زيادة التحسيس بترقية ثقافة تحترم مختلف القيم في المجتمعات.

ونظرا لأهمية المسؤولية الاجتماعية في الشركة فقد وضعت لها هيكلًا تنظيميًا خاص بها يقع في المقر الرئيسي للشركة ويتبع لمكتب مسؤول عن تنفيذ المسؤولية الاجتماعية حيث يعمل على وضع أهداف المسؤولية الاجتماعية ونشر المعلومات داخل الشركة ولأصحاب المصلحة ترقية الحوار معهم، ومن مهام المكتب التنسيق مع بقية الإدارات الأخرى وإدراج وتنفيذ المسؤولية الاجتماعية ضمن أنشطتهم وتوسيعها على بقية المؤسسات التابعة لشركة SONY .

كما تعمل الشركة على توعية وتحسيس المستخدمين بأهمية المسؤولية الاجتماعية وإشراكهم في الأنشطة المعنية بها وجعلها ضمن انشغالاتهم اليومية لتصبح لدى المستخدمين مهارات (كفاءات) عمل تجريبية متخصصة، وبذلك تصبح ثقافة المسؤولية الاجتماعية متجذرة داخل الشركة، وترتكز المسؤولية الاجتماعية لشركة SONY ،

على سبعة محاور ممثلة في الشكل التالي:

الشكل (2): محاور المسؤولية الإجتماعية في شركة SONY

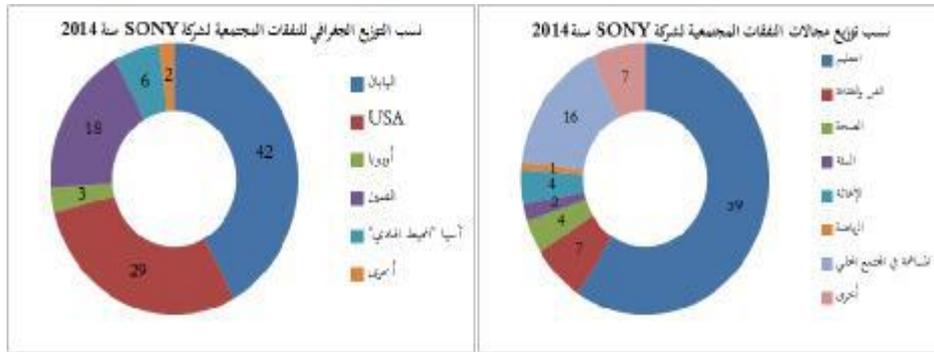


المصدر: موقع شركة SONY

وتهدف إعطاء صورة أوضح حول تطبيق المسؤولية الإجتماعية، نجد أن تاريخ SONY في مجال المبادرات المجتمعية طويل ويعود لسنة 1953 أي بعد تسعة سنوات من إنشائها، حيث أطلق المؤسس المشارك Masaru Ibuka مشروع تعزيز التعليم في مجال العلوم بين عامة الناس انطلاقاً من قناعته بأهمية التعليم حيث أنشأ صندوق SONY لتعزيز التعليم و العلوم في المدارس الابتدائية.

وضعت SONY في إطار مبادراتها الطوعية لتطبيق مسؤولياتها الإجتماعية في المجتمعات التي تنشط فيها شعاراً مفاده "من أجل الجيل القادم" تركز من خلاله على تعليم الأطفال وحماية البيئة والشراكات الدولية والمساعدات الإستعجالية، باعتمادها على المنتجات والخدمات والتكنولوجيا والإبداع وكذا على المبادرات التي يطلقها موظفيها وكذا التعاون مع المنظمات غير الحكومية، هذه المبادرة المجتمعية خصصت لها الشركة في سنة 2014 مبلغ 3.5 مليار تم إنفاقها وفق ما يلي:

الشكل (3): توزيع المسؤولية الإجتماعية في شركة SONY



المصدر: موقع الشركة على شبكة الإنترنت (SONY Group, 2015)

يشير الشكل إلى تنوع في المبادرات المجتمعية للشركة وتوزيعها الجغرافي في كافة أنحاء العالم. وفي مجال البيئة نجد أن شركة SONY تسعى لتقليص بصمتها البيئية لتصل إلى الصفر، في إطار برنامج الطريق نحو الصفر Roed to zero كخطط بيئة عالمي جديد، تركز فيه على مجالات عديدة مثل تخفيض كمية النفايات وقد وصلت إلى تخفيض كمية النفايات إلى 85 ألف طن سنة 2012 أي بتخفيض يقدر ب 70 % عن سنة

2000، كما وصلت نسبة تدوير النفايات إلى 94%. ونفس الوقت استطاعت تخفيض نسبة انبعاث المواد الكيميائية إلى 875 طن سنة 2012 أي بنسبة تقدر ب 52% مقارنة بسنة 2000، كما استخدمت الشركة 12 متر مكعب من المياه سنة 2012 أي بنسبة انخفاض تقدر ب 55% مقارنة بسنة 2000.

2- النموذج الثاني: المسؤولية الاجتماعية لشركة "Hennes & Mauritz"

تعد "H&M" من بين المؤسسات الكبيرة والرائدة في السويد والعالم ككل، تنشط في إضافة أسلوب الموضة البسيط والأنيقة للملابس للنساء والرجال والأطفال في أكثر من محل حول العالم في سنة 2016 م، ولديها خط ملابس بيئية جديدة يسمى (conscious collection)، وتعمل بشكل نشط مع الموردين لتحسين حقوق العمل وتقليل التأثيرات البيئية، وأيضاً قضايا تشغيل الأطفال وسلامة موقع العمل.

و تعتبر "H&M" ثاني أكبر كيان لبيع وتصنيع الملابس في العالم بعد "Inditex" الإسبانية، وإن كان Erling Persson هو صاحب فكرة انشاء الشركة، فالفضل في انتشارها ونجاحها في السنوات الأخيرة يعود إلى الحفيد johan persson-karl صاحب الـ 38 عاماً فقط والذي تولى رئاسة المؤسسة سنة 2009 م خلفاً لوالده، وقام بإنشاء عدد كبير من المصانع في الهند وبنجلاديش، وغيرها من الدول ذات العمالة الرخيصة التي متوسط دخل العامل بها 38 دولار في الشهر، وهو ما ساعده في تحقيق المصداقية للشعار الجديد الذي وضعه للشركة فور توليه للمسؤولية وهو " الأناقة بسعر رخيص".

إستراتيجية المسؤولية الاجتماعية لشركة "H&M" لتحقيق التنمية المستدامة:

منذ عام 2010، قررت "H&M" تكثيف جهودها الرامية لتعزيز ممارساتها وأعمالها ضمن مسؤوليتها الاجتماعية تحقيقاً للاستدامة، وتحت اسم "واعية"، فإن الشركة قامت بالاعتماد على ستة مفاهيم لتوجيه ممارساتها وأعمالها وفق مسؤوليتها الاجتماعية سواء كانت قصيرة أو طويلة المدى في جميع متاجرها في انحاء العالم وهي:^{xxv}

- اقتراح طريقة أكثر استدامة للعملاء المسؤولين من خلال استدامة المجتمع.
- مكافأة الشركاء المسؤولين.
- استخدام الموارد الطبيعية بطريقة مسؤولة من أجل الريادة في التكنولوجيا النظيفة.
- اتخاذ قرارات سليمة وحكيمة من أجل المناخ من خلال التخفيض من انبعاث ثاني أكسيد الكربون CO₂
- التخفيض وإعادة الاستخدام وإعادة التدوير.
- استخدام الموارد الطبيعية بطريقة مسؤولة للحفاظ على البيئة.

وتظهر جلية من خلال:

أ- الريادة في التكنولوجيا النظيفة: وهو مصطلح يستخدم لوصف المنتجات أو الخدمات التي تحسن الأداء التشغيلي أو معدل الإنتاج أو الكفاءة في الوقت الذي تخفض به التكاليف أو المدخلات أو استهلاك الطاقة أو النفايات أو التلوث، كما تساعد على الترويج للصناعة.^{xxvi}

وقد عملت "H&M" على استخدام المواد المستدامة من القطن البيولوجي الأفضل المرخص في إنتاج الملابس بما يتلائم مع احتياجات عملاءها والبيئة حسب الجدول الموالي:

الجدول رقم 02: استخدام المواد من المصادر المستدامة للفترة 2011-2015

السنوات	2001	2012	2013	2014	2015	2020
استخدام القطن (العضوي، الأفضل، المدور)	7.6%	11.4%	15.8%	21.2%	31.4%	الهدف 100%

Source: H&M, Performance overview, HM_sustainabilityreport_2015_final,2015, p7.

من خلال الجدول رقم (02) نلاحظ أن نسبة استخدام القطن المستدام في ارتفاع مستمر بـ 7.6 % في 2011 إلى 31.4 % في 2015 م، وهذا ما يفسر حرص الشركة على استخدام قطن طبيعي وأفضل و باقل تكلفة و يتلائم واحتياجات العملاء.

كما أن جمع الملابس بواسطة الشركة هو مشروع بسيط، ولكنه ذو تأثير كبير، فمنذ عام 2013 م دعت "H&M" جميع عملائها لإحضار ملابس غير مرغوبة ومن أي علامة تجارية و في اي وضع، إلى متاجرها الموجودة في أنحاء العالم، وهكذا ينخفض عدد الملابس التي تصل إلى مكبات النفايات، وبالمقابل يحصل المستهلكون على قسيمة للاستعمال في متاجرها منذ أن أطلقت هذه المبادرة في 2015 م، حيث أكثر من 12000 طن من الملابس تم جمعها لمتاجر التابعة للشركة تحتوي على أثر من 60 مليون من الأقمصة، وذلك من أجل تدويرها في أنحاء العالم ونبين ذلك حسب الجدول الموالي:

الجدول رقم(03): الملابس المدورة للفترة 2012-2015

السنوات	2012	2013	2014	2015
الملابس التي تم اعادة تدويرها	9%	11%	14%	20%

Source :Ibid, p7.

من خلال الجدول رقم(03) نلاحظ أن الشركة تزيد من إعادة تدويرها للملابس القديمة، وهذا ما يفسر أن الشركة تحقق من ذلك عدة اهداف وهي:

- الاستفادة من الملابس القديمة للحصول على ألبسة جديدة وياقل التكاليف؛
- حماية البيئة من هذه الملابس القديمة لوكان سيتم رميها في القمامات؛
- زيادة مبيعات المنتجات ذات علامة تجارية وبسعر رخيص في جميع أنحاء العالم؛
- استدامة العملاء من خلال تعاملهم معها.

ب-المساواة بين الجنسين واحترام حقوق الإنسان والعاملين فيها: تعتبر الشركة من بين الشركات التي تحتل الريادة في موضوع المساواة بين الجنسين من خلال المتاجر التابعة لـ "H&M" في أنحاء العالم، حيث تعد كنموذج للقياس للمقارنات الدولية وتقيم التقرير للفجوات بين الجنسين.

وتعطي "H&M" أهمية كبيرة في النهج الذي تتبعه في مسؤوليتها الاجتماعية، وذلك بإعطاء الرجال والنساء فرصا متكافئة ومتساوية للارتقاء إلى المواقع القيادية مثلها مثل الرجال، حيث أن حوالي 1.6 مليون شخص يعملون في مصانع الشركة حول العالم، يمثل 76 % منهم نساء من العاملين فيها، و 72 % هن من المديرات المسؤولات في 2015^{xxvii}، وهذا ما يفسر التزام الشركة بمبدأ تكافؤ الفرص وعدم التمييز بين الجنسين في الحقوق.

وحسب إستراتيجية الشركة فإنها لا تقبل بعمالة الأطفال، حيث لا يجوز تشغيل أي شخص يكون دون سن 15 سنة (حسب اتفاقية منظمة العمل الدولية ب 138 استثناء) أو أصغر من السن القانونية للعمل إذا كان أكثر من 15 سنة وهذا من بلد إلى آخر، وأنها تلتزم بالقيود القانونية فيما يتعلق بالعمالة للأشخاص الذين تقل أعمارهم عن 18 سنة. xxviii

ج- التخفيض من انبعاث ثاني أكسيد الكربون CO2: يبقى تغير المناخ أحد أكبر التحديات في العصر و نتائجه من المحتمل أن تؤثر على أي شخص فوق كوكب الأرض بما في ذلك الموردين والموظفين والعملاء أيضا، لذلك فإن شركة "H&M" تعمل على زيادة كفاءة استخدام الطاقة من خلال استخدام الكهرباء المتجددة في جميع متاجرها ومكاتبها ومخازنها في أنحاء العالم، وكانت في تزايد مستمر للفترة 2011-2015 ولم تكتفي الشركة باستخدام الطاقة المتجددة بل تهدف إلى توفير الطاقة وخفض التكاليف من المصادر الأخرى، وهذا ما يظهره الجدول الموالي:

الجدول رقم(04): استخدام الطاقة المتجددة والمصادر الأخرى للفترة 2011-2015

2015	2014	2013	2012	2011	استخدام الطاقة حسب GIGAJOULES
716	3586	403	5215	20469	الذغال
44953	68208	67901	61894	81475	التدفئة المركزية
4399990	3804291	3402762	3195689	3006870	الطاقة المتجددة (الكهرباء)
161959	155937	252124	184606	211752	الغاز الطبيعي، النفط، وغيرها
4607618	4032022	3723190	3447404	3320566	المجموع

Source : H&M, Conscious Actions Sustainability, REPORT 2015,p82.

من الجدول رقم(04) نلاحظ أن الشركة تعمل بشكل ملفت للانتباه من أجل التقليل من المصادر غير المتجدد واستبدالها بالطاقة المتجددة، حيث أن استخداماتها من الذغال، التدفئة المركزية الغاز الطبيعي، النفط وغيرها في تناقص، ويقابلها تزايد في استخدام الطاقة المتجددة للفترة 2011-2015. ويعبر " GIGAJOULES" عن مقياس للأداء البيئي الجيد، حيث أن منتجات الشركة من نوع الجينز حصلت شهادة الأداء الجيد من خلاله.

وهناك التغير في انبعاث ثاني أكسيد الكربون والتغير في نمو المبيعات حسب الجدول التالي:

الجدول رقم(05): التغير في انبعاث CO2 و نمو المبيعات

2015	2014	2013	2012	السنوات
56-%	4-%	9%	12%	انبعاث CO2
11%	14%	9%	11%	نمو المبيعات

Source: H&M, Be climate smart, REPORT 2015,p76.

من الجدول رقم (05) نلاحظ أن الشركة تعمل على استخدام الطاقة المتجددة مما أدى إلى انخفاض كبير في انبعاث ثاني أكسيد الكربون CO2 إلى أدنى حد له ب - 56 % في 2015 م، وبالموازاة نجد أن هذا الانخفاض ليس له علاقة بنمو مبيعات الشركة، وهذا يعني أنه الشركة ملتزمة بتبنيها لمسؤوليتها و محافظتها على البيئة بغض النظر عن تحقيقها للأرباح.

د- استدامة المجتمع: هناك تزايد مستمر للشركة في جميع أنحاء العالم، والطريق التي تعمل بها تؤثر في كثير من الناس، مع الأخذ بعين الاعتبار لسلسلة القيمة والتي تؤثر بشكل ايجابي في المجتمعات المحلية حيث يستفيدون من وجود الشركة، كما أن الاستثمارات والشراكات ضمن إستراتيجية الشركة تساعد على تمديد هذا التأثير، فهي تريد خلق قيمة مشتركة لنسبة لها والعملاء المحليين في تلك المجتمعات، بالإضافة إلى ذلك فالاهتمام بالقضايا المجتمعية كإجراء حملات إضافية في المتاجر للتبرع بالملابس يمكن الشركة من الوصول الى ما وراء سلسلة القيمة، وتقوم الشركة بحملة تبرعات في كل سنة تظهر جلية في الجدول التالي:

الجدول رقم (06): قيمة التبرعات للفترة 2012-2015

السنوات	2012	2013	2014	2015
قيمة التبرعات	3200000	3454546	4621754	4808308

Source: H&M, Strengthen communities, REPORT 2015, pp111-112.

نلاحظ من الجدول رقم(06)، أن تبرعات الشركة في زيادة مستمرة، حيث وصلت إلى 4808308 في 2015 مقارنة بـ 462175 في 2014 وهذا ما يعني اهتمامها الكبير بالمجتمع ومحاولتها لحل مشكلاته وتحسين معيشة أفرادها وتخفيض نسبة الفقر، وغيرها.

3- النموذج الثالث: المسؤولية الاجتماعية لـ "شركة كوكا كولا" فرع الهند

بدأت شركة كوكا كولا أعمالها في عام 1886 كمنتج الصودا المحلية في أتلانتا (جورجيا)، الولايات المتحدة. وبعد سنة 1909 بدأت الشركة تتوسع دولياً، وبيعت منتجاتها للمرة الأولى في أسواق البحر الكاريبي وكندا، ثم وصلت في العقود المتتالية لآسيا وأوروبا وأمريكا الجنوبية، وبحلول نهاية القرن 20 أصبحت الشركة تبيع منتجاتها في كل بلد تقريباً في العالم، تقدم الشركة حالياً أكثر من 500 علامة تجارية في أكثر من 200 بلداً أو إقليمياً وبمعدل يفوق 1.7 مليار عبوة يومياً.^{xxix}

تعتبر شركة كوكا كولا واحدة من العلامات التجارية الأكثر شهرة في العالم، ولأن الشركة تعلن بشكل صريح مسؤوليتها الاجتماعية. رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي Muhtar Kent يقول^{xxx}: "نحن ندعم الميثاق العالمي للأمم المتحدة، ونرى جهود الاستدامة لدينا أولاً وقبل كل شيء، والشيء الصحيح الذي ينبغي عمله هو استمرار المواطنة المسؤولة للشركة والتي بدأت في الأم الأولى لنا كشركة". كما يؤكد موقع كوكا كولا في الهند أن: "شركة كوكا كولا قد وضعت دائماً قيمة عالية على المواطنة الصالحة... وليس تحقيق الرخاء والازدهار للشركة فقط، وإنما الإسهام في خلق مجتمعات أفضل تتسم بحماية حقوق الإنسان، وتساعد على دفع جهود التنمية".

إستراتيجية المسؤولية الاجتماعية لشركة "كوكا كولا" لتحقيق التنمية المستدامة:

في عام 2007 أطلقت شركة كوكا كولا مشروع الاستدامة والذي يشكل جزءاً لا يتجزأ من النظام على جميع المستويات، من الإنتاج والتعبئة والتغليف والتوزيع، فوضعت الشركة لنفسها أهدافاً قابلة للقياس لدعم وتحسين ممارسات الأعمال المستدامة، وحددت من خلال سياسة المسؤولية الاجتماعية سبعة مجالات أساسية هي:

فوائد المشروبات، الحياة الصحية النشطة، المجتمع، الطاقة والمناخ، التعبئة والتغليف المستدام، إدارة المياه، وأماكن العمل.^{xxxi}

فضلا عن ذلك، تعتمد شركة كوكا كولا على قواعد السلوك المهني الذي يهدف إلى توفير مبادئ توجيهية لموظفيها في قضايا المنافسة ومكافحة الفساد. وقد اعتمدت الشركة المبادئ التوجيهية (المسؤولية الاجتماعية للشركات الدولية) المتعلقة بالأعمال التجارية وحقوق الإنسان و المعنونة في إطار الأمم المتحدة بـ "الحماية والاحترام والانتصاف" أو ما يسمى المبادئ التوجيهية لـ "جون روجي Ruggie's"، وعلى الرغم من أن الشركة لم تدمج هذه المبادئ في قانون أعمالها، إلا أنه تم تضمين هذه المبادرات للمسؤولية الاجتماعية في أنشطة وسياسات الشركة.

كل عام تقوم كوكا كولا بنشر تقرير سنوي عن أنشطة الشركة، تتضمن قسم صغير عن المسؤولية الاجتماعية للشركة خاصة فيما يتعلق بمبادرات تنمية المجتمع والحفاظ على المياه، كما تقوم الشركة أيضا ومنذ عام 2001 بنشر تقرير سنوي منفصل مخصص للمسؤولية الاجتماعية يسمى "شركة كوكا كولا: مراجعة الاستدامة"، إضافة إلى تقرير سنوي عن التقدم المحرز في أهداف برامج إدارة المياه. ومن أجل إعطاء مصداقية أكثر لأعمال المسؤولية الاجتماعية التي تقوم بها شركة كوكا كولا، فإن هذه التقارير والأعمال تخضع لعملية التحقق والتأكد من طرف خارجي وهو مؤسسة تقييم الاستدامة FIRA Sustainability Ltd.

عملت شركة كوكا كولا على تغيير استراتيجيتها حيث قامت بإطلاق العديد من مبادرات المسؤولية الاجتماعية التي تركز على المجتمع في الهند، والتي ركزت على التعليم والصحة وبدرجة أكبر المحافظة على المياه. في مجال التعليم عملت الشركة على توفير مراكز التعليم الابتدائي لتعليم الأطفال المحرومين المقيمين في القرى وذلك بإدارة بعض المنظمات غير الحكومية الأكثر شهرة في الهند (مثل Pratham ؛ Prayas ؛ CRY) فأقامت الشركة نحو 2000 مدرسة للأطفال المقيمين لقرب من محطاتها للتعبئة تهدف الى توفير التعليم المجاني لهم، كما قدمت منحا دراسية للأطفال الفقراء لمساعدتهم على متابعة دراستهم، إضافة إلى تقديم الدعم المالي لشراء أجهزة الكمبيوتر وتدريب المعلمين وتعزيز حملة التوعية المجتمعية لمحو الأمية في الهند. ومن جهة أخرى وفر شركاء كوكا كولا في الهند المرافق الصحية، والكتب، والأدوات المكتبية.^{xxxii}

وفضلا عن تبني الشركة لمراكز الرعاية الصحية الأولية في المناطق القريبة من وحداتها للتعبئة، فقد تركزت مبادراتها المجتمعية في مجال الصحة في الهند وبالتعاون مع برامج الأمم المتحدة للمستوطنات البشرية، والحكومات، والمنظمات غير الحكومية والمجتمعات المحلية على الحد من الأمراض المنقولة عن طريق المياه بين الأطفال من خلال تزويد المدارس بمياه الشرب النظيفة وخدمات الصرف الصحي المحسنة. فضلا عن تنظيم العديد من المعسكرات التي قدمت الفحوصات الطبية، والتعليم للمجتمعات الريفية في المواضيع ذات الصلة بالصحة تهدف الى رفع مستوى الوعي لدى المجتمعات الفقيرة التي تعيش في المناطق الفقيرة على الجوانب الرئيسية مثل: النظافة، الصرف الصحي، فيروس نقص المناعة البشرية-الإيدز، التحصين، الأمراض المعدية والصحة الإنجابية وصحة الطفل. كما قامت الشركة أيضا بتمويل مخيمات في عدة أجزاء من الهند لتلقيح الأطفال ضد النشل والتهاب الكبد، وإجراء فحوصات العين.

وبما أن الهند وبالمقارنة مع العديد من البلدان الأخرى، تواجه أزمة المياه كبيرة نظرا لاعتماد الدولة بأكملها أساسا على المياه الجوفية، حيث قامت شركة كوكا كولا في الهند إلى اتخاذ خطوات جادة للحفاظ على المياه،

تشاركت فيها مع الجهاز المركزي للمياه الجوفية، مجالس الدولة للمياه الجوفية، المنظمات غير الحكومية، والمجتمعات المحلية، لمعالجة مشكلة ندرة المياه ونضوب مستويات المياه الجوفية من خلال تقنيات جمع مياه الأمطار عبر 500 هيكل RWH في 20 ولاية في الهند، فضلا عن تثقيف المجتمعات المحلية والعاملين في مرافق التعبئة على أهمية الحفاظ على مستجمعات المياه.

ومن الجدير بالذكر أن شركة كوكا كولا تنشر بالإضافة لتقارير الاستدامة، تقرير سنوي للمياه، تنشر فيه الشركة التقييم والتقدم في مبادرات المياه، حيث يتم إجراء بعض عمليات التقييم من قبل المؤسسة العالمية للبيئة والتكنولوجيا. كما دخلت شركة كوكا كولا سنة 2007 في شراكة مع الصندوق العالمي للطبيعة، تهدف الى تحسين استخدام المياه، والعمل مع المجتمعات المحلية في مختلف المواقع في جميع أنحاء العالم لتطوير إطار عمل مشترك للحفاظ على مصادر المياه. و في نفس السنة أيضا، أصبحت الشركة عضوا في مبادرة CEO Water Mandate، وهي مبادرة للقطاعين العام والخاص تساعد الشركات في تطوير وتنفيذ والإفصاح عن سياسات وممارسات استدامة المياه.

خاتمة

إن التزام مؤسسات الأعمال بالأداء الاجتماعي يمثل الخيار الأفضل لنجاحها في بيئتها، فنجاح أي مؤسسة اليوم أصبح لا يقاس بمدى ما تحققه من أهداف اقتصادية فقط، بل ما تحققه كذلك على المستوى الاجتماعي من خلال تحسين صورتها العامة في أذهان العاملين والزبائن والمستهلكين وكل أفراد المجتمع، إضافة إلى ما تحققه على المستوى البيئي من خلال حماية البيئة والمحافظة على الموارد الطبيعية والحد من التلوث.. الخ.

تختلف وتتعدد آليات تطبيق المسؤولية الاجتماعية حسب خصائص البيئة السائدة، الهدف الموضوع وإمكانيات كل مؤسسة، ليبقى التحدي الذي يواجهها هو كيفية فهم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة وإلى أي مدى يجب أن تصل إليه والأفق الذي تنطلق منه هذه المسؤولية.

ولأن أهداف المسؤولية الاجتماعية قد تتعارض مع الأهداف الاقتصادية ما يعني وجود تباين في أهمية المسؤولية الاجتماعية، فنجد من يعطيها أهمية كبيرة ما يجعلها ضمن توجهاتها الإستراتيجية وأخرى تنظر إليها بمنظور التكاليف الإضافية التي ليس لها علاقة بوجود المؤسسة، و بالنظر الى تجارب الشركات الثلاث في تطبيق المسؤولية الاجتماعية تبين لنا مايلي:

- المسؤولية الاجتماعية تقع بالدرجة الأولى على عاتق الإدارة العليا للشركات و ذلك عن طريق القيام بتبني كل السلوكات المسؤولة اجتماعيا ووضع برامج وخطط لتنفيذها.
- كل الشركات الثلاث تنشر نتائج نشاطها إضافة إلى الأنشطة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.
- تمارس المؤسسات الثلاث بعض الأنشطة التي ليس لها علاقة بمجالات نشاطها من خلال بعض المبادرات الاجتماعية الطوعية.
- هناك إستراتيجية واضحة وجليّة لشركة "H&M" من حيث تطبيقها لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.
- هناك إستراتيجية واضحة وجليّة لشركة "كوكا كولا" باعتبارها من كبرى الشركات العالمية التي تحقق رقم أعمال ضخم، من حيث تطبيقها لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

- تسعى شركة SONY لتحقيق التميز من خلال بعض الأنشطة المسؤولة إجتماعيا.
- يمكن للشركات أن تكتسب سمعة وتعزز من ميزتها التنافسية عندما تمارس وتدعم أنشطتها الاجتماعية، فقد أثبتت الدراسات زيادة الأرباح للشركات ذات الدور الاجتماعي بنسب أكثر من غيرها.

قائمة الهوامش:

ⁱ رشيد بوججر، اثر المسؤولية الاجتماعية اتجاه المورد البشري على الولاء التنظيمي في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، الملتقى الدولي الثاني عشر حول: دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة- الواقع و الرهانات، جامعة الشلف، الجزائر، 14-15 نوفمبر 2016.

ⁱⁱ بلال خلف السكراته، اخلاقيات العمل، الطبعة الاولى، دار الميسرة للنشر و التوزيع و الطباعة، عمان، 2009، ص163.

ⁱⁱⁱ Marie Froçoise Guyonnaud , Frédérique Willard , Au Management environnemental au développement durable des entreprises , France , ADEME , 2004 :P5.

^{iv} Commission Européenne, Responsabilité sociale des entreprises : une nouvelle stratégie de l'UE pour la période 2011-2014, Bruxelles, 25-10-2011, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ.do?fr.pd>

^v بودي عبد القادر، بن سفيان زهرة، المسؤولية الاجتماعية للمقاول ومؤسساته الخاصة في تحقيق التنمية المستدامة، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، 2012 .

^{vi} طاهر محسن منصور الغالي، صالح مهدي محسن العامري ، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال: الأعمال والمجتمع، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص51.

^{vii} مسعودة شريفي، المسؤولية الاجتماعية والثقافة التنظيمية في منظمات الأعمال، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، الجزائر، 14-15 فيفري 2012.

^{viii} سفيان صلاح الدين عماري، واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الجزائرية دراسة حالة المؤسسة الجزائرية للسياسة بوهان (ALFONspa)، المؤتمر الدولي الثالث عشر حول: دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم إستراتيجية التنمية المستدامة، جامعة الشلف، الجزائر، 14-15 نوفمبر 2016.

^{ix} عبد الرحمان بوطية، التحليل المتعدد الأبعاد لتطبيقات المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة حالة المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، المؤتمر الدولي الثالث عشر حول: دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم إستراتيجية التنمية المستدامة، جامعة الشلف، الجزائر، 14-15 نوفمبر 2016.

^x Flipo Fabrice, « Développement durable : état des lieux », I2D – Information, données & documents 1/2016 (Volume 53), article diffusées sur la revue Cairn.info , p. 30-32.

^{xi} ماجدة أبو زنت ، محمد غنيم عثمان ، التنمية المستدامة من منظور الثقافة العربية الإسلامية، مجلة دراسات في العلوم الإدارية، الجامعة الأردنية، المجلد 36، العدد 1، 2006، ص 23.

^{xii} أحمد بوريش، أمينة بلحاج، المسؤولية الاجتماعية ودورها في ترشيد استراتيجية ادارة الموارد البشرية كمدخل لتحقيق التنمية المستدامة- ابراز حالة مؤسسة سونطراك وبعض تجارب مؤسسات العالمية، المؤتمر الدولي الثالث عشر حول: دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم إستراتيجية التنمية المستدامة، جامعة الشلف، الجزائر، 14-15 نوفمبر 2016.

^{xiii} عمار عماري ، إشكالية التنمية المستدامة وأبعادها، المؤتمر العلمي الدولي حول التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 7-8 أبريل 2008.

^{xiv} أمينة قهواجي، حكيم بن حسان، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال ودورها في تحقيق التنمية المستدامة، المؤتمر الدولي الثالث عشر حول: دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم إستراتيجية التنمية المستدامة، جامعة الشلف، الجزائر، 14-15 نوفمبر 2016.

^{xv} علي دحماني، واقع المسؤولية الاجتماعية في تحقيق التنمية المستدامة حالة مؤسسة الاسمنت ومشتقاته لشلف، المؤتمر الدولي الثالث عشر حول: دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم إستراتيجية التنمية المستدامة، جامعة الشلف، الجزائر، 14-15 نوفمبر 2016.

^{xvi} عثمان محمد غنيم، ماجدة أحمد أبو زنت، "التنمية المستدامة"، دار صفاء، عمان، 2007 ، ص 19.

^{xvii} يسرى دعبس، " البيئة والتنمية المستدامة قضايا وتحديات وحلول"، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، 2006 ، ص 467.

^{xviii} آسيا قاسيمي، التنمية المستدامة بين الحق في استغلال الموارد الطبيعية والمسؤولية عن حماية البيئة مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية، الملتقى الدولي الثاني: السياسات والتجارب التنموية بالمجال العربي والمتوسطي: التحديات، التوجهات والأفاق، باجة تونس، 26-27 افريل، 2012.

^{xix} عبد الحميد لخديمي ، عبداللطيف أولاد حيمودة ، مؤشرات التنمية المستدامة و الاداء الاجتماعي للمؤسسات، الملتقى الدولي الثالث حول: المؤسسات والمسؤولية الاجتماعية يومي: 15-16 فيفري، 2012.

^{xx} عبد الرحمن العايب ، التحكم في الأداء الشامل للمؤسسة الاقتصادية في الجزائر في ظل تحديات التنمية المستدامة، رسالة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس سطيف، 2010-2011، ص47.

^{xxi} حسين يرقى، إيمان عميرات، دور المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في تجسيد مرتكزات التنمية المستدامة، المؤتمر الدولي الثالث عشر حول: دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم إستراتيجية التنمية المستدامة، جامعة الشلف، الجزائر، 14-15 نوفمبر 2016.

^{xxii} SONY Group. (2016). Corporate Info. Retrieved 09 19, 2016, from The Founding Prospectus:

<http://www.sony.net/SonyInfo/CorporateInfo/History/prospectus.htm>

^{xxiii} SONY Group. (2003, May). Code of conduct. Retrieved 05 12, 2016, from

http://www.sony.net/SonyInfo/csr_report/compliance/conduct.pdf

^{xxiv} Hirai, K. (2016, September 07). Reporting CSR. Retrieved 09 28, 2016, from

www.sony.net/SonyInfo/csr_report/message/

^{xxv} Jill Capt et autre, M&H (la durabilité dans la chaine de valeur), université de fribourg, suisse, 2014, p4.

www.sweden.se/ar:السويد(الموقع الرسمي)، حقائق حول السويد/المسؤولية الاجتماعية، 2012، ص 01، على الموقع الإلكتروني

^{xxvii} H&M, Focus: Supply chain management, Report 2015, p31.

^{xxviii} H&M, Sustainability commitment, January 2016, p05.

^{xxix} Kaur.H & G. Aggarwal. A Paradox on Corporate Social Responsibility - Case Study on Coca Cola, International Journal of Physical and Social Sciences (IJPSS), Volume 2, Issue 9, September 2012, p266.

^{xxx} Karnani Aneel. Corporate Social Responsibility Does Not Avert the Tragedy of the Commons- Case Study: Coca- Cola India, Ross School of Business Working Paper Series, February 2014, p13.

^{xxxi} Cristina A. Cedillo Torres & Al. Four Case Studies on Corporate Social Responsibility: Do Conflicts Affect a Company's Corporate Social Responsibility Policy?, Utrecht Law Review, Vol. 8, No. 3, November 2012, p53.

^{xxxii} Mahajan.A & K. Ives. Enhancing Business-Community Relations-Coca Cola Case Study, www.worldvolunteerweb.org.

الالتزام الأخلاقي للمؤسسات في إطار المسؤولية الاجتماعية -

تقديم تجربة بنك أبو ظبي التجاري

د. سعود وسيلة & د. فرحات عباس

جامعة المسيلة

مقدمة:

مع تطور عالم الأعمال واختلاف الأسس التي تقوم عليها المؤسسات والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، تطور مفهوم المؤسسة والقيمة التي تقدمها، فانقلبت من الجانب المادي البحث من خلال تحقيق أقصى الأرباح الممكنة بغض النظر عن الطريقة، إلى الأخذ بعين الاعتبار مصالح كافة الأطراف التي لها علاقة بهم أثناء التخطيط والقيام بنشاطها. وقد تزايد الاهتمام في السنوات الأخيرة من قبل مختلف الهيئات والمؤسسات بمصلحة المجتمعات التي تنشط في إطارها هذه المؤسسات، والقيمة التي تضيفها هذه الأخيرة لهذا المجتمع، وبالتالي ظهر وتطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

تعد بيئة الأعمال الإماراتية من أكثر البيئات استقطاباً للمستثمرين والمؤسسات في مختلف المجالات، بفضل الخصائص ومناخ الأعمال المشجع على الاستثمار، مما انعكس إيجاباً على المجتمع الإماراتي الذي استفاد بالعديد من النشاطات التي تتبناها المؤسسات الناشطة به في إطار الالتزام بمسؤوليتها الاجتماعية. ويعتبر بنك أبو ظبي التجاري إحدى هذه المؤسسات التي وضعت المسؤولية الاجتماعية ضمن أولوياتها عند إنجاز أعمالها والقيام بنشاطاتها المصرفية.

وانطلاقاً من ذلك يمكن طرح إشكالية البحث التالية:

"ما هي الجهود المبذولة من قبل بنك أبو ظبي التجاري في إطار مسؤوليته نحو المجتمع الذي ينشط ضمنه؟"

أهمية البحث: تظهر أهمية هذا البحث من خلال تزايد الاهتمام بمفهوم المسؤولية بكافة جوانبها، حيث أصبحت أغلب المؤسسات تنتظر لها كواجب انتماء نحو المجتمع الذي تنشط في إطاره، مما يلزمها بالمشاركة في تطويره.

الهدف من البحث: يهدف البحث إلى إلقاء الضوء على تجربة بنك أبو ظبي التجاري في مجال المسؤولية الاجتماعية، من خلال شرح مختلف الفعاليات التي قام بها هذا البنك اتجاه المجتمع الإماراتي.

حدود البحث: اقتصر البحث على تحليل المعطيات المنشورة على الموقع الرسمي لبنك أبو ظبي التجاري التي تتعلق بمختلف سياسات وبرامج البنك في إطار المسؤولية الاجتماعية اتجاه مختلف الأطراف ذات العلاقة بها، وذلك حتى نهاية سنة 2016.

خطة البحث: للإجابة على هذا التساؤل تم تقسيم الورقة البحثية إلى ما يلي:

أولاً: مدخل إلى المسؤولية الاجتماعية.

ثانياً: تقديم بنك أبو ظبي التجاري.

ثالثاً: نشاطات المسؤولية الاجتماعية لبنك أبو ظبي التجاري.

أولاً: مدخل إلى المسؤولية الاجتماعية

I- مفهوم المسؤولية الاجتماعية: عدم الفصل الدقيق بين حدود المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات، واختلاف الرؤى بين الهيئات والدول والباحثين، أدى إلى تعدد التعريفات المقدمة لهذا المفهوم، من بينها:

➤ **تعريف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية:** عرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة على أنها: "التزام هذه الأخيرة بالمساهمة في التنمية الاقتصادية، مع الحفاظ على البيئة والعمل مع العمال وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع بأكمله بهدف تحسين جودة الحياة لجميع هذه الأطراف".¹

➤ **تعريف مجلس الأعمال الدولي للتنمية المستدامة:** تعرفها هذه الهيئة على أنها: "الالتزام المستمر للمؤسسة بالتصرف على نحو أخلاقي، والمساهمة في التنمية الاقتصادية وتحسين نوعية الحياة للعاملين وأسرهم والمجتمع".²

➤ **تعريف جمعية الإداريين الأمريكيين:** تعرف المسؤولية الاجتماعية بأنها: "استجابة إدارة المؤسسات إلى التغيير في توقعات المستهلكين والاهتمام العام بالمجتمع والاستمرار بإنجاز المساهمات الفريدة للأنشطة التجارية الهادفة إلى خلق الثروة الاقتصادية".³

II- **دوافع ظهور المسؤولية الاجتماعية:** وجدت العديد من العوامل والدوافع التي أدت إلى ظهور وتزايد الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية، ومن بينها نذكر ما يلي:⁴

✓ **العولمة:** وتعد من أهم القوى الدافعة لتبني المؤسسات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث أضحت العديد من الشركات متعددة الجنسيات ترفع شعار المسؤولية الاجتماعية، وأصبحت تركز في حملاتها الترويجية على أنها تهتم بحقوق الإنسان، وأنها تلتزم بتوفير ظروف عمل آمنة للعاملين، وبأنها لا تسمح بتشغيل الأطفال، كما أنها تهتم بقضايا البيئة وحماية المستهلك والحفاظ على الموارد الطبيعية.

✓ **التطورات التكنولوجية المتسارعة:** والتي صاحبها تحديات عديدة أمام منظمات الأعمال فرضت عليها ضرورة الالتزام بتطوير المنتجات، وتطوير مهارات العاملين، وضرورة الاهتمام بالتغيرات في أذواق المستهلكين وتنمية مهارات متخذي القرار، خاصة في ظل التحول من الاقتصاد الصناعي إلى اقتصاد قائم على المعلومات والمعرفة، وزيادة الاهتمام برأس المال البشري بدرجة أكبر من رأس المال المادي، وبالتالي

نجد أنه مع تغير بيئة العمل العالمية، فإن متطلبات النجاح والمنافسة تغيرت أيضا، إذ أصبح لزاما على منظمات الأعمال أن تضاعف جهودها وأن تسعى نحو بناء علاقات إستراتيجية أكثر عمقا مع المستهلكين والعاملين وشركاء العمل ودعاة حماية البيئة والمجتمعات المحلية والمستثمرين، حتى تتمكن من المنافسة والبقاء في السوق.

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

✓ **الكوارث والفضائح الأخلاقية:** تعد الفضائح الأخلاقية والكوارث التي تتعرض لها المؤسسات من أهم دوافع تبني المسؤولية الاجتماعية، حيث أن الكثير من المنظمات العالمية تعرضت لقضايا أخلاقية، مما جعلها تتكبد أموالا طائلة كتعويضات للضحايا أو خسائر نتيجة المنتجات المعيبة.

III- **أهمية المؤسسات الاجتماعية:** اختلفت الآراء بين العديد من الباحثين والهيئات حول أهمية المسؤولية الاجتماعية وفوائد تطبيقها سواء بالنسبة للمؤسسات، الدولة أو المجتمع، فمنهم من يعتبرها ضرورة وحتمية لا يكتمل دور المؤسسة ونشاطها من دونها، وبين من يعتبرها ميزة إضافية للمؤسسات التي تتحلى بها، من خلال زيادة الثقة لدى عملائها ومجتمعها بصفة عامة. ويمكن توضيح أهمية المسؤولية الاجتماعية فيما يلي:⁵

1. **بالنسبة للمؤسسة:** تتمثل أهمية المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للمؤسسة في:

✓ تحسين صورة المؤسسة في المجتمع وخاصة لدى العملاء والعمال وخاصة إذا اعتبرنا أن المسؤولية تمثل مبادرات طوعية للمؤسسة اتجاه أطراف مباشرة أو غير مباشرة للمؤسسة.

✓ تحسين مناخ العمل نتيجة الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، كما تؤدي إلى بعث روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف.

✓ تمثل المسؤولية الاجتماعية تجاوبا فعالا مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع كما أن هناك فوائد أخرى تتمثل في المردود المادي والأداء المتطور من جراء تبني هذه المسؤولية.

2. **بالنسبة للمجتمع:** تتمثل أهمية المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للمجتمع في:

✓ الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص وهو جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، وتحسين نوعية الخدمات المفيدة للمجتمع.

✓ ازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين المؤسسات ومختلف الفئات ذات المصالح، مما ينعكس إيجابا على المجتمع الذي تنشط فيه هذه لمؤسسات، حيث يقدم لها قيمة مضافة.

✓ الارتقاء بالتنمية انطلاقا من زيادة تثقيف والوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد وهذا يساهم بالاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية.

3. بالنسبة للدولة: تتمثل أهمية المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للدولة في:

- ✓ تخفيض الأعباء التي تتحملها الدولة لأداء مهامها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية الأخرى.
- ✓ يؤدي الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية.
- ✓ المساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها من الآلات التي تجد الدولة الحديثة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها جميعا بعيدا عن تحمل المؤسسات الاقتصادية الخاصة ودورها في هذا الإطار.

IV- عناصر المسؤولية الاجتماعية: ترتبط المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات بعدة عناصر تمثل مجموع الأطراف التي لها علاقة بالمؤسسة، والتي تكون هذه الأخيرة ملزمة بتحقيق رضاهم، وتتمثل هذه العناصر فيما يلي:

1. المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع المحلي: يعتبر المجتمع المحلي بالنسبة لمنظمات الأعمال شريحة مهمة إذ تتطلع إلى تجسيد متانة العلاقات معه وتعزيزها، الأمر الذي يتطلب مضاعفة نشاطاتها تجاهه من خلال بذل المزيد من الرفاهية العامة، والتي تشمل المساهمة في دعم البنية التحتية، إنشاء الجسور والحدائق، المساهمة في الحد من مشكلة البطالة، ودعم بعض الأنشطة مثل الأندية الترفيهية واحترام العادات والتقاليد، دعم مؤسسات المجتمع المدني، تقديم العون لذوي الاحتياجات الخاصة من خلال تقديم الدعم المادي لها، بالإضافة إلى الدعم المتواصل للمراكز العلمية كمراكز البحوث والمستشفيات. وعادة ما ينظر إلى مسؤولية المؤسسة تجاه المجتمع المحلي من زوايا مختلفة، فقد تشمل رعاية الأعمال الخيرية، الرياضة والفن، التعليم وتدريب المؤسسات، وإقامة المشاريع المحلية ذات الطابع التنموي.⁶
2. المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموظفين: إذا كانت المؤسسات تولي اهتمامها لرأس المال البشري فلا بد من تقديم لهم ما هو أفضل، لأن العاملين المهرة على المستوى الوطني والعالمي أصبحوا يركزون على عامل المسؤولية الاجتماعية من بين العوامل الأخرى، وقد أثبت ذلك تجريبيا حيث أن أكثر الناس يحبذون العمل في المؤسسة التي لديها سياسات بيئية ومجتمعية جيدة، كما أثبت بنفس السياق أن الناس يحبذون التعامل تجاريا مع نفس المؤسسات.
3. المسؤولية الاجتماعية اتجاه الزبائن: تعتبر هذه الشريحة من المجتمع ذات أهمية كبيرة لكل المؤسسات بدون استثناء، ومن الأداء الاجتماعي الموجه لهذه الشريحة تقديم منتجات بأسعار ونوعيات مناسبة، والإعلان لهم بكل صدق وأمانة وتقديم منتجات صديقة لهم وأمينه، بالإضافة إلى تقديم إرشادات واضحة بشأن استخدام المنتج، والالتزام بالمعالجة الأضرار التي تحدث بعد البيع وتطوير مستمر للمنتجات.⁷

4. **المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين:** ينظر إلى العلاقة ما بين الموردين ومنظمات الأعمال على أنها علاقة مصالح متبادلة، لذلك يتوقع الموردون أن تحترم المؤسسات تطلعاتهم ومطالبهم المشروعة التي يمكن تلخيصها بالاستمرار في التوريد وخاصة لبعض أنواع المواد الأولية اللازمة للعمليات الإنتاجية، وأسعار عادلة ومقبولة، بالإضافة إلى تسديد الالتزامات، والصدق في التعامل، وتدريب الموردين على مختلف طرق تطوير العمل.⁸

5. **المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة:** لقد أعيد التركيز في أدبيات المسؤولية الاجتماعية فيما يخص الجوانب البيئية، حيث أن المسؤولية الاجتماعية تضم أنظمة البيئة المفروضة ذاتيا أي ضمن فلسفة المؤسسة والتقارير البيئية للمؤسسة، فأضحى اهتمام المؤسسات بالبيئة ومنع تلوثها من أولويات المؤسسة وجزء من المسؤولية الاجتماعية التي تتحملها.

6. **المسؤولية الاجتماعية اتجاه المساهمين:** تعد فئة المساهمين فئة مهمة من أصحاب المصالح المستفيدين من نشاط المؤسسة، وتكمن مسؤولية المؤسسة اتجاههم بتحقيق أقصى ربح، تعظيم قيمة السهم، زيادة حجم المبيعات، بالإضافة إلى حماية أصول المؤسسة وموجوداتها.⁹

ثانيا: تقديم بنك أبو ظبي التجاري

1- التعريف ببنك أبو ظبي التجاري:¹⁰

يعتبر بنك أبو ظبي التجاري أحد البنوك الرائدة في دولة الإمارات وذلك من خلال تقديمه لمجموعة متنوعة ومتكاملة من الخدمات المصرفية المتطورة والأنشطة المتميزة في مجالات عديدة منها الخدمات المصرفية للأفراد، وإدارة الثروات والأعمال المصرفية الخاصة، والخدمات المصرفية للشركات والخدمات المصرفية التجارية، وإدارة النقد والاستثمارات المصرفية والخدمات الاستشارية للشركات، وصرف العملات الأجنبية ومشتقات الأوراق المالية وخدمات الصيرفة الإسلامية، وتمويل المشاريع وإدارة العقارات والاستثمارات الإستراتيجية.

يستحوذ بنك أبو ظبي التجاري على حصة سوقية تبلغ 10.8% من القروض (إجمالي) و9.8% من الودائع، ويخدم البنك ما يزيد على 690.000 عميل من الأفراد وحوالي 52.000 عميل من الشركات، ولديها 49 فرعا في الإمارات العربية المتحدة، وعدة فروع خارجية.

II- **الجوائز التي حصل عليها البنك:** حصد بنك أبو ظبي التجاري العديد من الجوائز خلال سنة 2015، أهمها ما يلي:

✓ جائزة أفضل بنك لعام 2015 جوائز Golf Business.

- ✓ جائزة أفضل بطاقة ائتمان مشتركة لبرامج الائتمان تقديرا لبطاقة "ضيف الاتحاد" المشتركة مع طيران الاتحاد من جوائز 2015 Freedi.
- ✓ جائزة أفضل مؤسسة مالية للتمويل التجاري من جوائز مجلة Global Finance الشهرية.
- ✓ جائزة أفضل بنك محلي في مجال خدمات التمويل التجاري من Asian Banking and finance.
- ✓ جائزة أفضل بنك محلي من جوائز Global Trade Revue في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.
- ✓ جائزة أفضل مبادرة لبناء علامة تجارية في مجال الخدمات المصرفية للأفراد في منطقة الشرق الأوسط من جوائز Asian Bankers.
- ✓ جائزة أفضل صندوق استثمار محلي في دولة الإمارات العربية المتحدة لعام 2015 من جوائز ليبير لصناديق الاستثمار في الأسواق العربية.
- ✓ جائزة أفضل بنك في مجال إدارة النقد على مستوى الشرق الأوسط من Global Finance.
- ✓ جائزة أفضل تمويل لسلسلة الإمدادات على مستوى الشرق الأوسط من Global Finance.
- ✓ جائزة أفضل بنك في مجال خدمات التمويل التجاري على مستوى دولة الإمارات العربية المتحدة من Global Finance.
- ✓ جائزة أفضل بنك في مجال خدمة العملاء المصرفية للشركات من Bankers Middle East.
- ✓ جائزة أفضل بنك في مجال خدمات التمويل التجاري من Bankers Middle East.
- ✓ جائزة أفضل بنك في مجال إدارة النقد من Bankers Middle East.
- ✓ جائزة أفضل بنك في مجال جودة الخدمات في التمويل التجاري في الشرق الأوسط من Euro Money.
- ✓ جائزة أفضل بنك في مجال حوكمة الشركات لعام 2015 من World Finance.

III- **ركائز البنك:** وضع بنك أبو ظبي التجاري عددا من الأسس التي تقوم عليها استراتيجيته العملية، وذلك في سبيل تحقيق مكانة جيدة ضمن عالم الصيرفة في الإمارات العربية المتحدة. ومن بين أهم هذه الركائز، نذكر ما يلي:¹¹

1. **الاستدامة من خلال تنمية قاعدة الودائع:** يسعى البنك للحصول على أموال بأقل تكلفة ممكنة في الأسواق المحلية، كما يسعى إلى الاستفادة من الفرص المتاحة لتدعيم وتقوية ميزانيته العمومية. وفي ظل بيئة الأعمال الحالية التي تتميز بانخفاض معدلات الفائدة، نجح البنك في تحويل الكثير من الودائع الثابتة إلى حسابات التوفير والحسابات الجارية، بغرض تخفيض تكلفة الأموال بطريقة مستدامة لتحفيز نمو الميزانية العمومية وتحسين العوائد والاحتفاظ بالسيولة.
2. **تحقيق أعلى درجات الجودة والكفاءة في كل ما يقدمه البنك من منتجات مالية وخدمات مصرفية:** يستمر البنك في الاستثمار في كل ما من شأنه تحسين تجربة عملائه المصرفية وتحسين نوعية المنتجات والخدمات التي يقدمها، وتبسيط الحلول المصرفية التي يوفرها للعملاء لمساعدتهم على تحقيق طموحاتهم. ويستمر البنك

في الاستثمار في البنية التحتية لتقديم أرقى المنتجات المالية والخدمات المصرفية طبقاً لأعلى المعايير الدولية، ومع بدء تطبيق معايير NET PROMOTER SCORE البرنامج الأفضل والأدق عالمياً لقياس مستوى رضا العملاء، سوف يتمكن البنك من متابعة وقياس التقدم الذي يحرزه في كل خطوة يقوم بها. ويلتزم جميع موظفي البنك في كافة قطاعات الأعمال بتطبيق برنامج قياس مستوى رضا العملاء، حيث يعتمد 30% على الأقل من درجة التقييم السنوي لأداء الموظف على مدى التزامه بهذا البرنامج والتطور الذي أحرزه خلال العام نحو تقديم خدمات أفضل للعملاء، وقد تم تكوين مجموعة عمل تحت مسمى "مجموعة عمل تجربة العملاء" تجتمع مرة كل شهر برئاسة الرئيس التنفيذي لمتابعة كافة الموضوعات المتعلقة بتحسين الخدمة ورفع مستوى رضا العملاء.

3. التعامل مع المخاطر التي يتعرض لها البنك وفقاً لإستراتيجية واضحة المعالم لإدارة تلك المخاطر: بنك أبو ظبي التجاري يدرك المخاطر التي يمكن أن يتعرض إليها أثناء ممارسة أعماله، وقد اعتمد إستراتيجية نمو تقوم على أساس الموازنة ما بين الطموح والانضباط في كل ما يقوم به من أعمال. وقد تم تحديد مدى قدرة ورغبة البنك على تحمل المخاطر بالشراكة مع مجلس الإدارة بغرض تحقيق عوائد مقبولة ومستدامة للمساهمين، وفي نفس الوقت حماية البنك ومصالحه. كما يسعى البنك جاهداً إلى نشر ثقافة إدارة المخاطر واتخاذ القرارات بناء على معلومات سليمة على كافة مستويات البنك، ليس فقط لتحقيق مصالحه ومساهميه، بل أيضاً للمساهمة في تنمية قطاع الأعمال في دولة الإمارات العربية المتحدة ككل. وهناك تعاون وثيق بين فرق إدارة المخاطر والموظفين الذين يتعاملون مع العملاء بهدف تحقيق التوازن بين المخاطر التي يمكن للبنك مواجهتها من ناحية، وزيادة الأرباح من ناحية أخرى، وأيضاً للتأكد من الوصول إلى الحلول السليمة والصحيحة التي تحقق أفضل مصالح كل من العملاء والمساهمين.

4. جذب وتطوير والاحتفاظ بأفضل المواهب المتاحة من الموظفين وتحفيزهم لتحقيق أعلى مستويات الأداء بما يتماشى مع الأهداف الإستراتيجية للبنك: تتمثل مهمة البنك في بناء علاقات راسخة مع عملائه اعتماداً على مواهب وقدرات ومهارات موظفيه، ويدرك بنك أبو ظبي التجاري أن موظفيه يمثلون أهم أصول أعماله، فهو يبذل جهداً كبيراً لجذب وتطوير واستبقاء أفضل المواهب، ومكافأتهم وتحفيزهم بما يتماشى مع الأهداف الإستراتيجية. ويتجلى نجاح هذه الجهود في أن البنك قد استطاع تحقيق أعلى معدلات الاحتفاظ بموظفيه ورأس ماله البشري مقارنة بمنافسيه، حيث تعمل جميع عناصر التطوير المهني والتدريب من خلال أكاديميات التدريب المتخصصة بالإضافة إلى فرص التطوير المهني التي يوفرها البنك لجميع موظفيه، بالتناغم مع بعضها البعض لتأمين فرص النمو والتقدم المهني لكل الموظفين.

ثالثاً: نشاطات المسؤولية الاجتماعية لبنك أبو ظبي التجاري¹²

يضطلع بنك أبو ظبي التجاري بالعديد من المهام في إطار مسؤوليته الاجتماعية، حيث يعمل على إدراج الالتزام الاخلاقي في كافة أوجه النشاط الذي يقوم به البنك من جهة، وكافة الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في الإمارات العربية المتحدة من جهة أخرى، وهو ما سيتم توضيحه فيما يلي.

1- النمو الاقتصادي: تحقيقاً للرؤية الاقتصادية لإمارة أبو ظبي 2030، يدعم بنك أبو ظبي التجاري النمو الاقتصادي من خلال استثمارات محلية كفؤة ومسؤولة في مشاريع البنية التحتية والمشاريع التجارية، بموجب إستراتيجية نمو تهدف إلى تحقيق أرباح مستدامة على الأمد الطويل للمساهمين، بالإضافة إلى تطوير وتنمية القطاع المصرفي في دولة الإمارات العربية المتحدة. ويدعم البنك النمو الاقتصادي في جميع أنحاء الإمارات، عن طريق تطوير برامج جديدة تساعد الأفراد والمشاريع المحلية من كافة الأحجام والمجتمع ككل على تحقيق التنمية المستدامة. من خلال:

1. الأداء المالي: يسعى بنك أبو ظبي التجاري جاهداً لتحقيق أعلى العوائد لمساهميننا من خلال إجراءات داخلية مسؤولة وقرارات تجارية صائبة. ونحن نسعى للموازنة ما بين العوائد المالية للاستثمارات على الأمد القصير من ناحية ومبادرات الإستدامة على الأمد الطويل من ناحية أخرى. وللاطلاع على البيانات التفصيلية للأداء المالي لبنك أبو ظبي التجاري، ندعوكم إلى زيارة الموقع الإلكتروني لدائرة علاقات المستثمرين بالبنك.

2. تطوير البنية التحتية: تدعو الرؤية الاقتصادية لإمارة أبو ظبي 2030 إلى إقامة بنية تحتية كافية وقوية يمكنها دعم اقتصاد أكثر تنوعاً واستدامة، وفي نفس الوقت اتخاذ الخطوات اللازمة لحماية البيئة. ويدعم بنك أبو ظبي التجاري هذه الرؤية من خلال المساهمة في الشركات ما بين القطاعين العام والخاص التي تهدف إلى بناء أصول تقنية جديدة في مجالات متنوعة كالطاقة والنقل والاتصالات اللاسلكية.

3. دعم تنمية الأعمال: تدعم مجموعة الخدمات المصرفية للشركات في بنك أبو ظبي التجاري النمو والتنمية الاقتصادية من خلال مساعدة مجموعة كبيرة من عملاء البنك من الشركات على تحقيق أهدافهم، وتركز مجموعة الخدمات المصرفية للشركات من بنك أبو ظبي التجاري أساساً على الاستفادة من الفرص المتاحة في أسواق دولة الإمارات العربية المتحدة، والتوسع في قطاعات الأعمال الهامة مثل المشاريع الصغيرة والمتوسطة والمشاريع الحكومية والمؤسسات متوسطة الحجم. كما دخل بنك أبو ظبي التجاري في شراكة مع صندوق خليفة لدعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة، بغرض التشجيع على عقد مؤتمرات ومنتديات يتم فيها مناقشة طرق مبتكرة لوضع إطار عمل ناجح لها في دولة الإمارات العربية المتحدة. ويقدم البنك لها تمويل غير مباشر من خلال قروض معتمدة ومضمونة بالكامل من قبل صندوق خليفة لدعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة.

4. الاهتمام بالمشاريع الصغيرة والمتوسطة: في عام 2014، عبر بنك أبو ظبي التجاري عن التزامه بدعم قطاع المشاريع الصغيرة والمتوسطة في دولة الإمارات العربية المتحدة عن طريق توقيع "اتفاقية استحواد على محفظة قروض"، تم بموجبها شراء قروض تمويل أصول مشاريع صغيرة ومتوسطة تقدر بحوالي 450 مليون درهم.

كما قام البنك بتصميم برنامج التمويل السريع لرأس المال العامل لمساعدة عملائه من أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على الوفاء باحتياجاتهم من رأس المال العامل وتلبية متطلباتهم من خلال إجراءات سريعة ومستندات مبسطة. وقد دخل بنك أبو ظبي التجاري في شراكة مع "صندوق خليفة" لتشجيع المشاريع الصغيرة والمتوسطة في دولة الإمارات العربية المتحدة، وتشجيع المناقشات المتعلقة باكتشاف طرق مبتكرة لبناء الإطار العملي للمشاريع الصغيرة والمتوسطة في دولة الإمارات العربية المتحدة. وعلى سبيل المثال، تساعد البوابة الالكترونية التي أطلقها بنك أبو ظبي التجاري تحت عنوان "المرشد التجاري" على الوفاء باحتياجات قطاع المشاريع الصغيرة والمتوسطة في دولة الإمارات العربية المتحدة من خلال توفير إمكانية الوصول إلى شبكة دعم تقدم الخبرات اللازمة، وحلول إدارية ومشورات ونصائح تمويلية، بالإضافة إلى مصادر أخرى لتحقيق القيمة لأي شخص يسعى لبدء وتنمية مشروع خاصا به.

II- رضا العملاء: يسعى بنك أبو ظبي التجاري للوفاء باحتياجات عملائه من خلال نموذج عمل يركز على الابتكار وامتياز الخدمات، وقام البنك بتطوير نظام مصرفي إلكتروني مبتكر لتوفير تجربة مصرفية سلسة وفاعلة لجميع عملائه وشركائه، وتأتي جميع المنتجات المالية والخدمات المصرفية والعمليات التشغيلية مدعومة بثقافة الامتياز في كل ما يقوم به البنك من أعمال، وهي الثقافة التي تركز على الاستماع إلى العملاء وتلبية رغباتهم والوفاء باحتياجاتهم. من خلال:

1. المزيد من الراحة والمرونة مع تطبيق بنك أبو ظبي التجاري للهواتف الذكية: قام بنك أبو ظبي التجاري

مؤخرا بتصميم وطرح هذا التطبيق لتمكين عملائه من تنفيذ معاملاتهم المصرفية على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع، بطريقة أكثر سهولة وراحة مما كانت عليه في أي وقت مضى. وقد ضمن هذا التطبيق خاصية مبتكرة تمكن العملاء من التبرع للمؤسسات الخيرية.

2. المعلومات المرجعية السريعة تحسن مستويات رضا العملاء: قام بنك أبو ظبي التجاري بتطوير نظام

سريع للحصول على المعلومات المرجعية بغرض رفع مستويات رضا عملائه، حيث تقوم شركة متعاقد معها بالاتصال بعملاء بنك أبو ظبي التجاري للاستفسار منهم عن تجربتهم مع البنك لاتخاذ الإجراءات الفورية عند الحاجة إلى ذلك. وقد أوضحت الأرقام أن 100% من شكاوي العملاء قد تم حلها، حيث 94% منها تم في 03 أيام، مع انخفاض نسبة مجموع شكاوي العملاء سنة 2016 بنسبة 36% عن السنة السابقة.

3. نظام البصمة الصوتية يوفر المزيد من السهولة والأمن للمعاملات المصرفية: تهدف التقنية المبتكرة للتعرف على البصمة الصوتية من بنك أبو ظبي التجاري إلى تحسين تجربة المعاملات المصرفية اليومية، عن طريق جعل تنفيذ تلك المعاملات عبر الهاتف أكثر سهولة وأمانا. ويساعد هذا النظام أيضا على منع العمليات الاحتيالية والتقليل من التكلفة التي يتكبدها البنك لتقديم الخدمات إلى عملائه.

4. تسهيل الوصول إلى الحسابات المصرفية من خلال قنوات متنوعة: يحرص بنك أبو ظبي التجاري على توفير الراحة والسهولة لعملائه الكرام أثناء تنفيذهم لمعاملاتهم المصرفية عن طريق تشجيعهم على الاستفادة من مختلف قنوات تقديم الخدمات، والقنوات البديلة مثل "خدماتي الالكترونية للأفراد" و"الخدمات المصرفية عبر الرسائل النصية القصيرة"، وتوفير الوقت اللازم للوصول إلى الخدمات المصرفية.

5. طريقة أفضل لخدمة العملاء: يعود الأداء القوي للبنك إلى تركيزه على تحقيق أعلى مستويات رضى عملائه، ويستمر في الاستثمار في البنية التحتية لتقديم أرقى المنتجات المالية والخدمات المصرفية طبقا لأعلى المعايير الدولية.

6. معايير برنامج تقييد الأداء الوظيفي: بدء بنك أبو ظبي التجاري في عام 2013 في تطبيق برنامج Net Promoter Score وهو أكبر برنامج يستخدم في العالم لقياس مدى رضاء العملاء ومدى ولائهم واستعدادهم للتوصية باستخدام خدمات البنك، وهو برنامج بسيط وسهل ولكنه في نفس الوقت أداة قوية لاستطلاع آراء العملاء. يقوم هذا البرنامج أساسا على توجيه سؤال واحد هو: "على مقياس من صفر إلى 10، كيف توصي لأصدقائك وزملائك باستخدام خدمات بنك أبو ظبي التجاري؟". وفي عام 2016، حافظ البنك على مستوى عالي من رضاء عملائه.

III- الصيرفة المسؤولة: يلتزم البنك دائما بمعايير إقراض أخلاقية ومنضبطة من شأنها حماية مصالح كل من المساهمين والعملاء، ويستثمر في الضوابط الداخلية لحماية خصوصية العملاء، ويشارك في تثقيف الجمهور في مجال الأمور المالية من خلال مبادرات تساعد مواطني دولة الإمارات العربية المتحدة على تحقيق نجاح اقتصادي مستدام.

وبالإضافة إلى ذلك، توفر الطريقة المتبعة حاليا في الحصول على المشتريات، فرص عمل للموردين والتجار المحليين الذين يشاركون البنك في تحقيق أفضل مصالح المجتمع والحفاظ على البيئة. ويتجلى ذلك في:

1. الإقراض والبيع: بالنسبة لبنك أبو ظبي التجاري فإن "التمويل المسؤول" يعني ممارسة الأعمال مع العملاء القادرين على إدارة أمورهم المالية ومديونياتهم بشكل مريح، وكذلك التعامل مع عملاء ومشاريع يتسمون بالقدر المقبول من الممارسات الأخلاقية. كما يعني تعبير "التمويل المسؤول" موافاة العملاء بمعلومات واضحة ومحددة وفي المواعيد المناسبة عن علاقتهم المصرفية مع البنك والمعاملات التي يقومون بتنفيذها. وقد وضع البنك العديد من آليات الامتثال للقواعد التنظيمية وسياسات المراجعة والفحص وإجراءات لإدارة المخاطر، لتأمين النجاح أعمال البنك على الأمد القصير وتحقيق أفضل مصالح

للمساهمين والشركاء على الأمد الطويل. فعلى سبيل المثال، يتضمن بنك أبو ظبي التجاري المخاطر البيئية وممارسات الحوكمة وإدارة المخاطر في معايير الإقراض ويأخذ كافة تلك الأمور في الاعتبار عند إصدار القرارات المتعلقة بمنح التسهيلات الائتمانية، كما يقوم بتقديم المشورة لعملاء الخدمات المصرفية التجارية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة لتجنب عبء الدين والضغط المالية من خلال حساب احتساب عبء الدين ومقارنته مع نسبة مقدار ما تكسبه.

2. التثقيف المالي والاحتواء المالي: يقدم بنك أبو ظبي التجاري العديد من المنتجات التي تدعم وتشجع العملاء على الادخار مثل حسابات توفير الأطفال المطروحة من قبل بنك أبو ظبي التجاري للصيرفة الإسلامية، وحساب توفير المليونير الإماراتي وحساب توفير المليونير الإسلامي وحساب توفير الطلاب. كما يساهم التثقيف المالي وسهولة الوصول إلى الخدمات المالية في تحقيق الاقتصاد المستدام المنشود في دولة الإمارات العربية المتحدة، ويقوم البنك بنوات تثقيف مالي ودورات تدريبية على المهارات الفنية ودورات لتعليم اللغة الإنجليزية لمواطني دولة الإمارات العربية المتحدة من خلال برامج تدريب داخلية، كما يقوم برعاية العديد من المؤسسات والفعاليات التي تتناول هذه المواضيع.

3. خصوصية العملاء والحيلولة دون السرقات: بنك أبو ظبي التجاري يحترم ويحمي خصوصية عملائه من خلال الالتزام التام بسياسات داخلية صارمة تم وضعها بهدف حماية خصوصية جميع العملاء، وسرية كافة المعلومات الشخصية والمالية ومعلومات الشركات والأعمال. وكجزء من عملية متابعة المخاطر التشغيلية، يقوم البنك بتسجيل كافة تلك الحالات التي يتم فيها انتهاك خصوصية العملاء بما يؤدي إلى تحمل العميل لأي خسائر أو تسجيل العميل لأي شكوى، وبالإضافة إلى تلك الحالات التي يتم استخدام المعلومات الخاصة بالعميل فيها بطريقة غير مصرح بها.

وتتطور وتشهد ثقافة الالتزام الأخلاقي مزيداً من القوة بمرور الأيام، ومع نمو بنك أبو ظبي التجاري فقد حظيت مواضيع الالتزام الأخلاقي والنزاهة بتركيز كبير خلال العام بالإضافة إلى إدارة تضارب المصالح ومكافحة الرشوة والفساد في عام 2016، ويتمحور برنامج الاستدامة لدى البنك حول التمويل المسؤول.

4. المشتريات: تهدف سياسات وإجراءات المشتريات التي يطبقها البنك إلى الحفاظ على الموارد وتحسين جودة المنتجات والخدمات، وتحقيق الاستخدام الأمثل للتكلفة، بالإضافة إلى حماية البيئة وتحقيق مزايا ومنافع للمجتمع الذي نعمل فيه. ويحقق البنك كافة تلك الأهداف من خلال عملية إدارة العروض بطريقة منظمة ومنضبطة، يتم من خلالها منح الأولوية للموردين والتجار المحليين، وحث الموردين والتجار الذين نتعامل معهم على إتباع ممارسات وإجراءات تحقق نفس المزايا الاجتماعية وتحمي البيئة وتساعد على تحقيق التنمية الاقتصادية، من خلال نظام "أريبيا" الذي يستخدم لإدارة عملية المناقصات والذي يعمل على مطالبة الموردين الذين يتعامل البنك معهم بالرد على أسئلة حول التزامهم بممارسات الاستدامة.

وفي عام 2015 أصبح تسجيل الموردين الجدد إجبارياً، وفي عام 2016 بدأ البنك في مطالبة الموردين السابقين بالتسجيل في نظام أريبيا، ونتيجة للالتزام بمبادئ الاستدامة في سلسلة التوريدات الخاصة بالبنك،

قام هذا الأخير باستبعاد العديد من الموردين من قوائم الموردين الذين يتعامل معهم بسبب عدم التزامهم بمبادئ الاستدامة.

5. **عملية المشتريات خالية تماما من المستندات الورقية:** تستخدم دائرة المشتريات في بنك أبو ظبي التجاري نظاما إلكترونيا لتنفيذ المشتريات دون اللجوء لأي معاملات ورقية، حيث يطبق البنك "نظام شبكة أريبا للمشتريات" الذي يساعد على الحفاظ على البيئة، ويشجع شركاء البنك في سلسلة الإمداد على التقليل من الآثار البيئية الضارة الناتجة عن أعمالهم.

IV- المسؤولية اتجاه البيئة: تتضمن نشاطات بنك أبو ظبي التجاري عدة برامج وإجراءات تهدف إلى حماية البيئة والحد من أي مشاكل قد تتعكس سلبيا على البيئة بسبب نشاط البنك، وتظهر أهمها من خلال:

1. **التقليل من الآثار البيئية الضارة للأعمال:** إن التزام بنك أبو ظبي التجاري بحماية البيئة والحفاظ عليها يمكنه من ممارسة الأعمال بطريقة مستدامة ويساعد على تحقيق التنمية المستدامة للمجتمع الذي نعمل فيه، وقد استطاع البنك من خلال الإدارة الناجحة للآثار البيئية المباشرة وغير المباشرة، التقليل من تكاليف التشغيل وفي نفس الوقت حماية البيئة والحفاظ عليها. ولا تعتبر عمليات بنك أبو ظبي التجاري مستهلكة للطاقة والموارد الطبيعية بشكل مكثف، وبالرغم من ذلك، فإن البنك يسعى دائما إلى التقليل من آثار عملياته على التغيرات المناخية، عن طريق تحسين كفاءة استهلاك للطاقة والموارد الطبيعية، حيث اتخذ العديد من الإجراءات للتقليل من هذا الاستهلاك بغرض الحفاظ على الطاقة والموارد الطبيعية. فخلال عام 2015، قام بنك أبو ظبي التجاري في الكثير من المباني والفروع التابعة للبنك بتركيب موفرات للمياه للتحكم في كميات المياه المنصرفة من الصنابير دون التأثير على قوة إندفاعها، واستمر البنك في تركيب هذه الموفرات خلال عام 2016 في مواقع جديدة مما أدى إلى المزيد من التخفيضات في كميات المياه المستهلكة.

كما دأب بنك أبو ظبي التجاري على مر السنين على طرح العديد من المبادرات بغرض محاولة التقليل من استهلاك الكهرباء والتقليل من الآثار السلبية على البيئة، وقد تضمنت هذه المبادرات:

✓ تركيب حساسات ضوئية في مكاتب الموظفين للتقليل من استهلاك الطاقة من خلال إطفاء الضوء تلقائيا عند خروج الموظف من المكتب، وقد تم بدأ تركيب هذه الحساسات في عام 2015 واستمر في عام 2016 أثناء عملية تحديث وصيانة المكاتب.

✓ ضبط درجة حرارة المكاتب عند 23-24 درجة مئوية والتحكم عن بعد في مبردات المياه الخاصة بنظام التكييف المركزي بواسطة مزود خدمة توفير الطاقة، ويتم إيقاف تشغيل مبردات المياه الخاصة بنظام تكييف الهواء خارج ساعات الذروة للحفاظ على الحد الأدنى من درجة الحرارة المطلوبة مما يؤدي إلى توفير في استهلاك الطاقة والتكاليف وزيادة العمر الافتراضي للمعدات.

✓ الإضاءة باستخدام المصابيح الموفرة في جميع المشاريع الجديدة حيث يتم استبدال مصابيح الإنارة المستخدمة حالياً بواسطة دائرة إدارة المرافق في البنك وكذلك في جميع الشركات الفرعية التابعة لبنك أبو ظبي التجاري. وقد استطاعت شركة أبو ظبي التجاري للعقارات تخفيض تكاليف الطاقة بنسبة 45% تقريبا نتيجة لاستبدال مصابيح الإنارة بأخرى تستخدم ثنائي باعث الضوء في عام 2016.

ودخل بنك أبو ظبي التجاري في شراكات مع شركتين مرموقتين في مجال إدارة النفايات في دولة الإمارات العربية المتحدة بغرض التأكد من معالجة المخلفات الناتجة عن أعمال البنك، وقد أدى برنامج إعادة تدوير النفايات إلى التقليل من النفايات وزيادة عدد أطنان الأوراق التي تم إعادة تدويرها في عام 2016.

2. منتجات مالية وخدمات مصرفية مسؤولة: سعى بنك أبو ظبي التجاري بصفة مستمرة إلى استخدام منتجاته وخدماته لتطوير وخدمة القضايا البيئية، وتشتمل الأمثلة على ذلك على إصدار كشوف الحسابات الالكترونية لتحل محل كشوف الحسابات الورقية، وحلول الخصم المباشر المتبعة للتقليل من كميات الأوراق المستخدمة، بالإضافة إلى الدخول في شراكات إستراتيجية واستخدام منصات الخدمات المصرفية الالكترونية لتسهيل جمع التبرعات لصالح المؤسسات والمنظمات البيئية وبغرض نشر الوعي بقضايا البيئة وأهمية الحفاظ عليها.

وقد استثمر بنك أبو ظبي التجاري مبالغ كبيرة بغرض التحول من كشوف الحسابات الورقية إلى كشوف الحساب الالكترونية للعملاء من الأفراد ومن المشاريع الصغيرة والمتوسطة، وفي عام 2016 تم إصدار كشوفات الحسابات الالكترونية لعملاء خدمات الوساطة المالية أيضا، وقد أدى ذلك إلى انتقال عدد كبير من العملاء إلى استخدام كشوفات الحسابات الالكترونية مما أدى إلى زيادة رضاهم عن تجربتهم المصرفية مع البنك.

بينما استطاع البنك التقليل من الآثار البيئية الضارة الناتجة عن أعماله، ونتيجة لذلك تم خلال سنة 2016 الحفاظ على ما يزيد عن 12 مليون ورقة، وتوفير حوالي 8.1 مليون درهم من خلال إصدار كشوف حسابات الكترونية.

خاتمة:

تعد المسؤولية الاجتماعية من أهم المفاهيم الحديثة التي تلقى اهتماما وتطورا كبيرا لدى الباحثين والمؤسسات، حيث أصبحت من بين العناصر التي تتضمنها السياسات العامة التي تقوم عليها نشاطات المؤسسة، حيث انتقل المفهوم من قيمة إضافية تميز المؤسسة عن باقي منافسيها، إلى ضرورة تلتزم المؤسسات بتحملها، حيث تعمل على بناء وتطوير المجتمع الذي تنشط فيه، من خلال تقديم الدعم للفئات المجتمعية المحتاجة لذلك، حتى تكون معينا للدولة في تجسيد أعمالها اتجاه مواطنيها، بالإضافة إلى مشاركة المؤسسات في حماية بيئتها.

ويعتبر اقتصاد دولة الإمارات العربية المتحدة من الاقتصادات العالمية التي يلتزم بها المؤسسات في كافة مجالات النشاط بالمسؤولية الاجتماعية، ويقومون في إطارها بالعديد من المساعي لتحسين مستوى معيشة المجتمع الإماراتي، ودفع عجلة تقدمه إلى الأمام بصورة مستمرة. ويعد مصرف أبو ظبي التجاري من المؤسسات المالية التي تلتزم في إطار استراتيجيتها بتبني برامج المسؤولية الاجتماعية والبيئية، حيث قام البنك بالعديد من الفعاليات التي ساعدت من خلالها المجتمع الإماراتي، بالإضافة إلى تقديم العديد من التكوينات والحملات التحسيسية والتعليمية للمواطنين الإماراتيين، دون إهمال حماية بيئتها والحفاظ عليها من الأخطار الممكنة. وهو ما أهل البنك للحصول على عدة جوائز في مجال المسؤولية الاجتماعية.

الهوامش:

¹ Marie-françoise Guyonnaud, Frédérique Willard, "Du management environnemental au développement durable des entreprises", ADEME, France, Mars 2004, p 05.

² Michel Capron, Françoise Quairel-Lanoizelée, "La responsabilité d'entreprise", éditions la découverte, Paris, 2007, p 23.

³ محمد الصيرفي، "المسؤولية الاجتماعية للإدارة"، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2007، ص 17.

⁴ فؤاد حسين محمد الحمدي، "الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، الجامعة المستنصرية، بغداد، 2003، ص 35، 36.

⁵ محمد زرقون، جميلة العمري، "دور المسؤولية الاجتماعية في تفعيل حوكمة المؤسسات"، مداخلة مقدمة للمؤتمر الثالث للعلوم المالية والمصرفية حول "حكمة الشركات والمسؤولية الاجتماعية، تجربة الأسواق الناشئة"، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة اليرموك، الأردن، 18/17 أفريل 2013، ص 91، 92.

⁶ محمد فلاق، "المسؤولية الاجتماعية للشركات النفطية العربية- شركتي "سوناطراك الجزائرية، أرامكو السعودية" نموذجاً"، مجلة الباحث، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية بجامعة ورقلة، العدد 12، 2013، ص 32.

⁷ بدوي محمد عباس، "المحاسبة عن التأثيرات البيئية والمسؤولية الاجتماعية للمشروع"، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2000، ص 95.

⁸ طاهر محسن الغالي، صالح مهدي العامري، "المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال (الأعمال والمجتمع)"، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 81.

⁹ سويدان نظام، حداد شفيق، "التسويق مفاهيم معاصرة"، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 97.

¹⁰ "نظرة عامة على استراتيجية البنك"، على الموقع الرسمي لبنك أبو ظبي التجاري، <http://www.adcb.com>، تاريخ الإطلاع: 2017/09/27، على الساعة 18.37.

¹¹ "ركائزنا الاستراتيجية"، على الموقع الرسمي لبنك أبو ظبي التجاري، <http://www.adcb.com>، تاريخ الإطلاع: 2017/09/27، على الساعة 18.40.

¹² "المسؤولية الاجتماعية"، على الموقع الرسمي لبنك أبو ظبي التجاري، <http://www.adcb.com>، تاريخ الإطلاع: 2017/09/25، على الساعة 15.27.

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

مخبر العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير

وفرقه "ممارسات تطبيق الحوكمة في المؤسسات الاقتصادية العمومية والخاصة"

ينظمان:



يوما دراسيا حول:

مكانة وممارسات المسؤولية الاجتماعية في العلوم الانسانية والاجتماعية

يوم الخميس 7 ديسمبر 2017

محور المداخلة: تجارب وطنية ودولية في تطبيق وتبني المسؤولية الاجتماعية

عنوان المداخلة: الشركات العالمية الرائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية لسنة 2017

- شركتا Lego & Microsoft أنموذجاً -

أ. عباسة هاشمي

التخصص: علوم التسيير

h.ababsa@univ-biskra.dz

د. عبود سعاد

التخصص: تسيير المنظمات

souadaboud1@hotmail.com

كلية: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

الملخص

تناولت هذه الدراسة موضوع المسؤولية الاجتماعية من حيث المفاهيم النظرية والتجارب العملية، مع التركيز على تجارب أفضل الشركات ممارسة ونجاحا للمسؤولية الاجتماعية في الفترة الحالية، بهدف التعرف على جهود هذه الشركات في برامج المسؤولية الاجتماعية، ومعرفة أهم المجالات التي تحظى باهتمامها والتحديات التي تواجهها عند تبنيها، للاستفادة منها وتشجيع شركات القطاع الخاص في الجزائر للاقتداء بها.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، الاستدامة، المسائلة، الشفافية، Lego، Microsoft.

Abstract

This study shad light on the theoretical concepts and practical experiences of the social responsibility. It also focused on the experiences of the best companies in practicing and succeeding in social responsibility in current time, in order to identify these companies' efforts in social responsibility's programs, and interesting areas, as well as having an idea about the challenges that emerges while adopting them. At last, this study recommended encouraging private sector companies in Algeria to adopt social responsibility.

key words: Social responsibility, sustainability, accountability, transparency, Lego ,Microsoft.

مقدمة

إن الشركة لم تنشأ فقط للربح وكسب المال، بل من أجل خدمة المجتمع كذلك؛ فالشركات اليوم لا تعتبر اقتصادية فحسب، بل هي كذلك فرد من المجتمع والوطن الذي تعمل فيه، وهو ما جعل M.Porter يطالب بإعادة النظر في الغرض من انشاء الشركة كخلق قيمة مشتركة وليس أرباحا في حد ذاتها¹، كما أن المفهوم التقليدي بأن الشركات ليست مسؤولة إلا أمام أصحابها لم يعد مقبولا في عالم اليوم، الذي يتسم بتشابك العلاقات والمصالح.

وهذا ما انعكس على تطور مفهوم الشركة والنظرة إليها، حيث أصبح دورها أكثر أهمية وتعقيدا وتأثيرا في المجتمع، ولم تعد المسؤولية الأساسية للشركات هي كسب المال وزيادة قيمة المساهمين، حيث القوة الدافعة الوحيدة هي المسؤولية المالية، ولم تعد الشركات تعتمد في بناء سمعتها على مراكزها المالية فقط، بل بما تقدمه من مزايا وخدمات للمجتمع الذي تنتمي إليه كذلك.

وبذلك اكتسحت حركة تحديد المسؤوليات للشركة نطاقا واسعا، شملت البيئة، المجتمعات المحلية، ظروف العمل، أخلاقيات الأعمال، وظهور أصوات من المجتمع تطالب الشركات بدور اجتماعي أكثر فعالية، مما ساهم في ظهور مفهوم "المسؤولية الاجتماعية للشركات".

وبدأ يلوح في الأفق مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، وإن كان هذا المفهوم ليس بالجديد، إلا أنه تم التأكيد عليه بقوة في السنوات القليلة الماضية، وحظي باهتمام أكبر نتيجة الفضائح الأخلاقية للشركات وآثارها السلبية المتكررة والمتجددة باستمرار، وعدم احترامها للمجتمع والبيئة التي تنشط فيها، وظهور فضائح الفساد واستمرار الظروف السيئة التي تعاني منها أغلب الدول.

وبذلك أصبحت المسؤولية الاجتماعية نشاطا متزايد الأهمية للشركات على الصعيدين الوطني والدولي، وتزايد معها دور الشركات في الاهتمام بقضايا الفقر وانخفاض مستويات المعيشة والبطالة... وهي ملفات ظلت لفترة طويلة من الزمن من مسؤوليات الحكومات. ومع تسارع العولمة ازدادت مطالب المجتمع، وازدادت معها مسؤولية الشركات، واعترفت هذه الأخيرة تدريجيا بفوائد تقديم برامج المسؤولية الاجتماعية في مواقعها المختلفة، فكلما أصبح الاقتصاد والمال أكثر عالمية، كلما ازدادت أهمية المجتمع بالنسبة للشركات، وهو ما جعل P.Drucker يرى أن القرن الحادي والعشرين هو قرن منظمة القطاع الاجتماعي².

وهكذا اكتسب موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات أهمية على مدى العقود القليلة الماضية، وتطور تدريجيا حتى وصل الى ما هو عليه الآن، وأصبح أولوية لا مفر منها للشركات في كل بلد، ففرض نفسه عنوة في محيط العلاقات الاجتماعية والإنسانية سواء المحلية منها أو الدولية.

في ضوء ما سبق، وضمن المحور الثالث لهذا الملتنقى حاولنا الاجابة عن التساؤل الآتي: ماهي الشركات العالمية الرائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية لسنة 2017؟. هذا التساؤل يطرح بدوره تساؤلات عدة هي: ما أبرز التعريفات المفسرة للمسؤولية الاجتماعية؟ وما بداياتها الأولى؟ وكيف تم تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية بنجاح في هذه الشركات؟. وما هي الممارسات التي ساهمت في نجاح ذلك التطبيق؟.

حيث يهدف هذا البحث إلى دراسة المسؤولية الاجتماعية للشركات في كبرى الشركات العالمية، وذلك بغية التوصل إلى مجموعة من الاقتراحات التي من شأنها تشجيع القطاع الخاص بما يحويه من مؤسسات وشركات، للاضطلاع بدوره الاجتماعي في المجتمع من جهة، وتعزيز دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في التنمية من جهة أخرى.

I. المسؤولية الاجتماعية

لمفهوم المسؤولية الاجتماعية تاريخ طويل، مرتبط بكيفية تأثيره على سلوك الافراد والمجتمع. ومن أجل فهمها وتأثيرها على ذلك السلوك، من الضروري أن نفهم تطورها أولاً³.

هناك من يرى بان الإشارات الأولى للاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية ظهرت في عدة دراسات خلال الفترة بين 1930 و 1940. لكن الباحث Smith يرى بان مفهوم المسؤولية الاجتماعية ظهر قبل ذلك بكثير، وبالضبط في عام 1920. ولكن بسبب أزمة الكساد الكبير في نهاية العشرينات، والحرب العالمية الثانية في الأربعينيات، فشل هذا المفهوم في أن يصبح موضوعاً مهماً بين قادة الأعمال حتى العام 1950⁴. حيث هناك من يرى بان بدايات الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية كانت عام 1950 لأن الكثير من الباحثين قد تحدث في المفهوم منذ ذلك الوقت⁵.

أولاً: مفهوم المسؤولية الاجتماعية

تركزت معظم مناقشات المسؤولية الاجتماعية على المفهوم الأصلي الذي اقترحه Bowen (1953)⁶. والذي يعد أول من صاغ مصطلح المسؤولية الاجتماعية، حيث يرى أنها تشير إلى التزامات رجال الأعمال بمتابعة تلك السياسة، أو باتخاذ تلك القرارات، التي تكون مرغوبة من حيث أهداف وقيم المجتمع.

وبعد عقد من الزمن، قام العديد من المؤلفين، بما فيهم Davis (1960) Fredrick (1960) McGuire (1963) Walton (1967)، بمزيد من الإسهامات الرامية إلى تطوير هذا المفهوم⁷. وفي العقود اللاحقة لهذه الحقبة، توسعت تعريفات المسؤولية الاجتماعية والممارسات وتم اعتماد المسؤولية الاجتماعية بشكل كبير⁸.

هناك من يرى أن فكرة المسؤولية الاجتماعية تعني بان الشركات تتحمل مسؤولية تجاه المجتمع ومجموعة واسعة من أصحاب المصلحة خارج مساهميتها⁹، أي تتعلق ب - أو ينبغي أن تكون - العلاقة بين الشركات والحكومات والمواطنين، بمعنى آخر العلاقة بين الشركة وأصحاب المصلحة فيها¹⁰، وذلك من خلال أن الشركات تدمج الجوانب الاجتماعية والبيئية والاقتصادية في قيمها وثقافتها وصنع قراراتها واستراتيجياتها بطريقة شفافة وخاضعة للمساءلة¹¹، والامتثال للمتطلبات القانونية، واحترام الافراد والمجتمعات والبيئة¹².

أما مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة (WBCSD): "فيرى بأن المسؤولية الاجتماعية هي الالتزام المستمر من قبل رجال الأعمال على التصرف أخلاقياً والمساهمة في التنمية الاقتصادية مع

ءفسن نوعفة الءفة للمواظنف وأسرهه وكذلك المءمع ككل¹³. أف أن المسؤولة الاءامفة للشركاء هف وسفلة لمناقشة مء التزام الشركاء الءارفة آءاه مءمعها¹⁴، وءظف هءه الاءزاماء كلا من الإطار القانونف والاءاففاء الاءامفة¹⁵.

بما أن المسؤولة الاءامفة ءءء التزاما آءاه المءمع، فان بعض الباءئف يعرفون المسؤولة الاءامفة من جانب كونها واءبا آءاه المءمع نءفءة الآثار الءف خلفءها الشركة عفله. ولذلك يعرف Saxena المسؤولة الاءامفة عف أنها مفهوم فوئف بأن الشركاء فجب أن ءف فواءبها فف ءءفم الرعافة للمءمع. وهو ما فءوافق مع ءعرفم Mallenbaker والءف يعرفها من خلال كفففة إءارة الشركاء لعملفاءها الءارفة من أجل إنءاء إءابف فؤثر عف المءمع عموما¹⁶. بمعنى أن المسؤولة الاءامفة للشركاء هف ءعهد من الشركاء برفاففة المءمع، وأن أعمال الشركة فءم ءوسفعها عف مسءوى المءمع بأكمله، ولفس فقط عف مسءوى المءموعاء الءف ءساهم فف أرباء الشركة¹⁷.

ومن الءعارف الءفءة للمسؤولة الاءامفة أنه أصبح فنظر لها عف أنها اسءراءففة، بءفء عرفها Maimunah عف أنها ءشفر إلى الاسءراءففاء الءف ءعءمءها الشركة لءقوم بأعمالها بطرففة أخلاففة ومءمعفة مففءة للمءمع من ءفء ءءقق الءءمفة¹⁸، وءلق ففمة مشءركة للمءمع من خلال الءءمفة الاءءصاءفة والاسءءابة لأصءاب المصلءة وءءسفن البفئة¹⁹. وبناء عف ذلك، أءءلء المزفء من الشركاء المسؤولة الاءامفة للشركاء فف إءارءها، لأنها ءءء اسءراءففة فعالة لنءاء الشركاء وءفوقها فف مءال نشاطها، مما فمءح لها مفزة ءنافسفه عف باقي الشركاء الأءرى.

وفشفر الءوءه الءالف إلى أن مناقشاء المسؤولة الاءامفة للشركاء ءء ءءولء من الأسئلة الوءوءفة المءعلقة بالرسالة الءءظفمفة وقفمة المساهمفن إلى الآففاء والعملفاء الءف ءصور بها الشركاء وءءفء الءزاماءها المءمعفة. وبالمءل، ءءول الءوار من الءبرفرء الءبسففة للءناء المالفة المءعلقة بالأعمال الأساسية إلى وءهفاء نظر مءظورة ومقاففس للءناء المءمعفة. وكظاهرة ءنظفمفة، أصبحت المسؤولة الاءامفة للشركاء ساءءة بشكل مءزاف وواصء ءاأل الشركاء كآلفة لءنشفط وءءفزفر أصحاب المصلءة، فضلا عن إءارة الءصوراء المءمعفة والءفوقاء بشأن ءور الأعمال الءارفة وفاءءءها فف المءمءعاء الءف ءءاوز الوظففة الأساسية لإنءاء السلع وبعفها فف سوق اسءءلاكفة مءءءة²⁰.

وهناك العءفء من الأمءلة عف الشركاء الءف ءمارس المسؤولة الاءامفة مءل : Microsoft, Google وءشفر هءه الاءاءاءاء إلى أن وءهوء المسؤولة الاءامفة للشركاء ءمءب بشكل ءفء فف النسفء الءقافف للشركاء. عفلى مءى العفءفن الماضفن، ففءو أن انشغال الشركاء لم فعء ءول ما إذا

كانت سنشارك في المسؤولية الاجتماعية، بل في كيفية القيام بالمسؤولية الاجتماعية بطريقة استراتيجية وفاعلة، مع سرد واضح ومثبت لتأثيرها على الشركة وتواصلها الاجتماعي²¹.

وعلى مدى العقود العديدة الماضية، نمت المسؤولية الاجتماعية للشركات من مفهوم ضيق ومهمش إلى مفهوم معقد ومتعدد الأوجه، وهو مفهوم يزداد أهمية بالنسبة لكثير من القرارات التي تتخذها الشركات اليوم. ويعد منطلق فكرة المسؤولية الاجتماعية أساسا من السؤال الذي طرحه Dodd (1932): " على من هم مسؤولين مديري الشركات؟". وفي محاولة اجابته على ذلك، افترض أن مديري الشركات مسؤولون أمام الجمهور ككل، وليس فقط للمساهمين. وكان جوهر حجة Dodd هو ادعاءه أنه بالإضافة إلى المسؤوليات الاقتصادية التي يدين بها المساهمون، كان للمدراء مسؤوليات اجتماعية تجاه المجتمع، لأن الشركة الحديثة "يسمح بها ويشجعها القانون في المقام الأول لأنها خدمة للمجتمع بدلا من أنها مصدر ربح لأصحابها". وأصبح هذا المنطلق الأساس الفكري للتأكيد على أن الشركات لديها مسؤولية اجتماعية²².

وانطلاقا مما سبق، واستنادا عليه يضح بأنه لا يوجد تعريف رسمي موحد لمصطلح "المسؤولية الاجتماعية"، بيد أن معظم التعاريف تؤكد على الترابط بين الجوانب والآثار الاقتصادية والبيئية والاجتماعية لأنشطة الشركة، والتي تؤثر على المجتمع²³.

ثانيا: أبعاد (مكونات) المسؤولية الاجتماعية للشركات

هناك العديد من الطرق المختلفة للتفكير في ما تتضمنه المسؤولية الاجتماعية للشركات وما تحتضنه. ووجدت دراسة حديثة أن التعريفات تميل إلى تحديد أبعاد مختلفة للمسؤولية الاجتماعية ميزت معناها. حيث حددت هذه الدراسة أربعة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية للشركات، والتي تعد من أكثر أبعاد شيوعا، وهي: المسؤولية الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والخيرية²⁴.

وقد وصف Carroll هذه الأبعاد في شكل هرم يحتوي على أربعة أبعاد: اثنان أساسيان، وهما البعدان الاقتصادي والقانوني، والآخران هما البعدان الأخلاقي والخيري، وهما البعدان اللذان يرغب فيهما المجتمع، ولكنهما لا يفرضان على الشركات بل يكونان طوعا منها²⁵.

تتمثل قاعدة هذا الهرم في المسؤولية الاقتصادية. والتي تعد واجبا أساسيا للشركة للقيام بوظائفها في السوق لتوفير الخدمات والمنتجات للمجتمع وتحقيق الأرباح. بعدها تأتي المسؤولية القانونية، والتي تعد ضرورة لوجود المنظمة. ثم تأتي المسؤولية الأخلاقية والتي تنطوي على ضرورة الربط بين أعمال الشركات وبين المعايير الأخلاقية الخاصة ببيئة ثقافية معينة. وأخيرا المسؤولية الخيرية وهي أعلى نقطة

في الهرم. وبطبيعة الحال، فإن تفسير المسؤولية الاجتماعية للشركات باعتبارها "الهرم" لا يلغي القضايا المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية، ولكن يسمح بتنظيمها²⁶.

الشكل رقم (01): هرم المسؤولية الاجتماعية



Source: Firuza S Madrakhimova, *Evolution of the concept and definition of corporate social responsibility*, Global Conference on Business and Finance Proceedings , Volume 8 , Number 2, 2013, p114.

حيث يعد كسب الأرباح هو الأساس الاقتصادي للهرم الموضح في الشكل رقم (01)، والامتثال للقانون هو الخطوة التالية للأعمال التي هدفها الوحيد هو تحقيق أقصى قدر من الأرباح. أما المسؤوليات التطوعية فهي أنشطة إضافية قد لا تكون مطلوبة، ولكنها تعزز الرعاية البشرية. وقد تم الاعتراف بأهمية الأبعاد القانونية والاقتصادية منذ وقت طويل في مجال الأعمال التجارية، أما الأبعاد التطوعية والأخلاقية فهي ذات اهتمام حديث²⁷.

ثالثاً: مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات

هناك ثلاثة مبادئ أساسية تشكل مجتمعة جميع أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات وهي: الاستدامة، المسائلة، الشفافية:²⁸

✓ **الاستدامة Sustainability:** وتتعلق بأثر الإجراءات المتخذة في الوقت الحاضر على الخيارات المتاحة في المستقبل. وفي حالة استخدام الموارد في الوقت الحاضر، فإنها لن تعود متاحة للاستخدام في المستقبل. وبالتالي فإن الاستدامة تعني ضمناً أنه لا يجب على المجتمع أن يستعمل مورداً أكثر مما يمكن تجديده.

- ✓ المسائلة **Accountability**: ويتعلق الأمر باعتراف الشركة بأن أعمالها تؤثر على البيئة الخارجية، وبالتالي تتحمل المسؤولية نتيجة آثار أعمالها. وعليه فإن هذا المفهوم يعني اعترافاً بأن الشركة جزء من شبكة مجتمعية أوسع، ولها مسؤوليات تجاهها.
- ✓ الشفافية **Transparency**: تعني أن الأثر الخارجي لأعمال الشركة يمكن التحقق منه من خلال التقارير التي تقدمها، وبالتالي ينبغي أن تكون جميع آثار أعمال الشركة، بما في ذلك الآثار الخارجية، واضحة للجميع من خلال استخدام المعلومات التي تقدمها آليات الإبلاغ فيها.

II. تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات وتحدياتها وأهمية تنفيذها

فيما يخص تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات يرى Potts & Hohnen بأنه لا توجد طريقة ذات مقاس واحد تناسب الجميع لاتباع مدخل المسؤولية الاجتماعية للشركات؛ فكل شركة لديها خصائص وظروف فريدة من نوعها من شأنها أن تؤثر على كيفية نظرها وسياق عملها ومسؤولياتها الاجتماعية المحددة. ويختلف كل منها في وعيه بمسائل المسؤولية الاجتماعية للشركات، وعن مقدار العمل الذي أنجزه بالفعل في تنفيذها²⁹.

أولاً: تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات

يمكن تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال التركيز بعناية على الأولويات وفقاً للقيود المفروضة على الموارد أو الوقت. وخلص القول أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تحتاج إلى أن تكون متكاملة في صنع القرار للشركة، واستراتيجياتها، وعملياتها وأنشطتها، سواء كان ذلك بشكل تدريجي أو شامل³⁰.

إن ممارسة المسؤولية الاجتماعية للشركات هي استثمار لمستقبل الشركة. ولهذا يجب التخطيط لها، والإشراف عليها بعناية، وتقييمها بانتظام. وأن تستخدم بشكل جيد.

وتعتمد إجراءات المسؤولية الاجتماعية للشركات اعتماداً كبيراً على السياسة الاقتصادية السائدة في البلد³¹. ولتنفيذ المسؤولية الاجتماعية بنجاح يجب معرفة مجالاتها، حيث تغطي المسؤولية الاجتماعية للشركات جميع جوانب وعمليات الشركة. ومن المهم أن تركز على المجالات ذات الأهمية المباشرة لمجال عمل الشركة. لأن كل شيء في الشركة يتفاعل بطريقة أو بأخرى مع واحد أو أكثر من أصحاب المصلحة³².

فانفا: فءفااء فنففء المسؤلفة الاجفماعفة للشركاء

لفففء المسؤلفة الاجفماعفة للشركاء فاف هءا ففءلء منها ضمان أن فكون عملفاءا الففارففة فظففة ومنصفة، وأن فسمهم إسهماا ففابفا فف المءمع الفف فقوم علفه. وإلا، فافنا ففرك ففسها مففوفة لءفر كبفر من رف فعل المسفهلكن. ³³

وعلى الرغم من حماس الشركاء لممارسة المسؤلفة الاجفماعفة، إلا أنها فواجه فءفااء كبفرة فف ففسفءها، منها: أنه من الصعب مراقبة فعالة وجهود المسؤلفة الاجفماعفة للشركاء، لأن ءم الشفاففة ووضوح الهدف ففعل من الصعب فهم ءءود الأنسفة الاجفماعفة للشركاء. بالإضافة إلى أن المسؤلفة الاجفماعفة للشركاء فشمف أبعافا ففءءة فمفل مجموعاء مففلفة من أصحاب المصلحة، فف ءفن أن الشركاء مفففة بموارء مءءوءة، وبالفالف فء فنشأ ففارب فف المصالح بفن مجموعاء أصحاب المصلحة الففافسة على الموارء المالية ³⁴.

فالفا: أهمية فنففء المسؤلفة الاجفماعفة للشركاء

من الملاحظ بأن المسؤلفة الاجفماعفة للشركاء أصبحت أكثر اهتماما - ففس ءنء الأكافمففن ورجال الأعمال فقط - ولكن أيضا فف ءفاة الفومفة، وقء ساهم فف فلك الكففر من العوامل الفف أفء إلى هءا الاهتمام ففل: سوء سلوك الشركاء فجاه العمال ومعاملفهم بشكل ففر ءافل؛ اسفغال الأطفال؛ فجاهل البفئة (الفوف، الاسفغال المضر بالفبفة)...، ومما فاف من أهمية فنففء المسؤلفة الاجفماعفة ففافة الوءف الشءبف للمفهوم، خاصة مع قضية ففر المناء، وففافة فقب طبقة الامازون ³⁵.

وففء المسؤلفة الاجفماعفة للشركاء اسفراطففة عمل هامة وناءة لكل شركة، فذلك لأن: المسفهلكن فرفءون شراء المفففااء من الشركاء الفف فففون بها؛ ولأن المورففن فرفءون أن فشكلوا شركاءا ففارففة مع الشركاء الفف فمكن الاعفماء علفها؛ ولأن الموظففن فرفءون العمل فف الشركاء المءفرفة؛ ولأن المفففااء ففر ءكومفة فرفب فف العمل ففبا إلى ففب مع الشركاء الفف فسعى إلى الفول المءفلفة والابفكاراء فف المءالاء فاف الاهتمام المشرء.

وبالفالف فاف إرفاء كل مجموعة من مجموعاء أصحاب المصلحة السابقة فسف للشركاء بفءظفم الفزامها بمجموعة مهمة أخرى من أصحاب المصلحة... وان الشركاء الوفر ففا فف الففاح هف الفف فكون أكثر فءرة على الفمع بفن المصالح المففارفة لأصحاب المصلحة المففءفن ³⁶.

وقء فءر Archie et al بأن الشركاء ففب اسفراطفففاء المسؤلفة الاجفماعفة للشركاء من أجل فوائء مففءة منها: ففض الفكلفة والمفاظر (من فلال الفوائء الضرفبفة أو ففبب الفففظم الصارم)، ففرفز

الشرففة والسمة (من ءلال ءللفة الاءففااء المءافسة لأصءاب المصءة)، بناء مفزة ءنافسفة، ءلق مواقف مرفة للءانبفن من ءلال ءلق القفمة ءآزرفة³⁷.

وقء ءشف Davis ورفه من الباءفن أن المسؤولة الاجفماعفة ءسهف فف ءطوفر وزفافة قفمة الشرفاء، وعلف العءس من ءلك، فإن ءءب المسؤولة الاجفماعفة فقلل من الفرص الاقءصاففة للمشارفء³⁸.

ومما فدل علف ءلك أن هءاك مبالغ ضءمة علف مسءوى السوق المالففة ءسمى " Les fonds éthiques " (ءوالف 1,2 ملفار ءولار سنوفا فف الولافاء المءءة الأمرفكة فقط) ءبءء عن الاسءءمار فف المؤسساء ءلف فسمفها البعء "المسؤولة اجفماعفا"³⁹ وهو ما فءفع المؤسساء للءنافس من أجل ءلق القفمة لهءه الءوانب، وءعزف مسؤولفءها الاجفماعفة وءلك للظفر بأوفر نصفب من هءه الأموال.

وءاء علف الصفة الرئفسفة لصءففة U.S.A Today الأمرفكة، ءقرفر مطولٌ عن ءور أكءر من مائة من المؤسساء المالففة وءءارفة الأمرفكة فف ءعزف مسؤولفءها الاجفماعفة، ءفء قامء عءة مؤسساء عالمفة ءبرى بءءصفص ءزه من ءلها السنوف فصل إلى 10% أو أكءر، بل وءءصفص بعء فروعها لمساءءة ءوى ءءل المءءوء⁴⁰.

وفف واقع الأمر، أشارء أءءء ءراسة بعءوان "المرفء السنوف للمسؤولة الاجفماعفة للشرفاء" الصاءرة عن Environics International فف سنة 2016، أن 27% من المسءهلكفن فف 25 ءولة عاقبوا الشرفاء عن الممارساء ءءارفة رففر المسؤولة، وأن 27% منهم فكروا فف القفام بءلك.

ءما أشارء ءراسة أءرى أءرفها شركة أسءرالففة ءعمل فف مءال اسءعلاماء ءءسوق إلى أن 68% من المسءهلكفن الأسءرالففن عاقبوا الشرفاء عن السلوك رففر الأخلاقف، وءالبا ما فأءء العقاب شكل ءءول المسءهلكفن لمءءاء شركة مءافسة. وبالرفم من أن المسءهلكفن فف ءول المءقءمة فبءون اسءءاءاف أكبر للقفام بءلك، فإن هءا الاءاء فوءء بوضوء أفضا فف بعء ءول النامفة.

ءما ءشفر الإءصاءاء إلى أن 73% من قاءة الأعمال فف أوروبا، فؤمنون بأن الاءءام بالمسؤولة الاجفماعفة فمكن أن فسهف بشكل فعالف فف رفف القاءة الإءءاءفة إلى أفصى مءاها، وهءاك ءراسة صءرف عن ءامعة هارفارف أثبءء أن الشرفاء ءلف ءطببق المسؤولة الاجفماعفة نمء بمءءل أرفعة أضعاف، عن ءلك ءلف لم ءءبن هءا المءال، إضافة إلى أن ءءقف الموظف بهذا المفهوم ساهم فف ءءفف الأعباء عن الشرفاء، وزفافة الإءءاءفة، وءفض ءءالفء ءلف فءسبب بها الغفاب والفواففر الصءفة بنسبة 30%⁴¹.

III. فارف عملفة ءولفة فف فجال المسؤولة الاجفماعفة

نحاول من خلال هذا المحور اسفعراف فارف عملفة ءولفة لبعض الشراف والمؤسساء الفف فبنف المسؤولة الاجفماعفة بنجاح، فف فف ففر كل من: Google, Microsoft, Lego Group، Walt Disney، من بفن الشراف الأفضل أءاء للمسؤولة الاجفماعفة.

أولاف: فصفف أفضل عشر شراف رائءة فف فجال المسؤولة الاجفماعفة

فاء فف الففرفر العالمف لسنة 2017 الفف فقوم به معهء السمعة "Reputation Institute"، والفف فسفنء فف ففرفره على ءراسة أفرفف مع 170000 مقابلة مع أفراد من الفمهور فف 15 ءولة فضم: انفلنرا وإسبانفا وإفطالفا وأمانفا وفرنسا وروسفا والبرازفل والمكسفل والولافاء المفءءة وكنا والفابان والصفن والهنء وأسفرلفا وكورفا الفنوبفة، فف فقاموا بفرفبب الشراف على أساس أءائف للمسؤولة الاجفماعفة، مع فسمفة 100 شركة ءاف السمعة الفبفة والفف نشرف فف الففرفر الففائف.

وفقاس المسؤولة الاجفماعفة للشراف بناء على فلافه معاففر رئفسفة هف: مكان العمل: الفف فسفكشف مكافآف الموظفن العاءلة ورفاه الموظفن وفكافؤ الفرص؛ والمواطنة: والفف ففظر فف كفففة ءعم الشراف لفضافا المجمع، وففنفج فائفرا اجفماعفا إفاابفا لفحمل المسؤولة الببئفة؛ والحوكمة: والفف ففقق فف انففاح الشركة والشفاففة والسلوك الأخلاقف والممارساء الففارففة العاءلة.

وقء قال James Bickford عضو فف معهء السمعة "Reputation Institute": "إن الشراف الفف ففقفء ءرفاء أعلى من المسؤولة الاجفماعفة قء حسنف سمعفا وءعمف أصحاب المصلحة معها فف المسؤولة الاجفماعفة، وقء أثبفوا أن قفاءفهم فشارك بنجاح فف نشاط المسؤولة الاجفماعفة للشراف، والفرامهم بالقضفة كان مءفوعا بالعمل المفءانف ولفس مجرد خطاباف كلامفة"⁴².

وفف إطار هءه ءراسة فاءف شركة Lego فف المرئبة الأولى عالمفا من فف فف سمعئفا فف فجال المسؤولة الاجفماعفة، وفعلفقا على هءه الففئفة، قال المءفر المالي لمجموعه Lego، "Marjorie Lao": "فسرفنا أن نرى فهورنا للفاأفر إفاابفا على كوكب الأرض ففرءء صءاها بفن الناس فف فمفع أنحاء العالم. نحن نشعر بشعور كبفر بالمسؤولة لإلهام وفطوفر الأطفال من خلال اللعب، مع فرك أفر إفاابف كبفر على الأطفال فف العالم، وهو جزء من الـ DNA بالنسبة لنا كشركة، وسوف فسفر فف ءلك بشرف على أنفسنا أن نفعل ما هو أفضل ءائماف"⁴³.

وكان فرربب أفضل عشر شراف رائءة فف فجال المسؤولة الاجفماعفة بناء على معهء السمعة "Reputation Institute" كما هو موضح فف الفءول الآف:

الجدول رقم (01): أفضل عشر شركات رائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية

المرتبة "2017"	اسم الشركة	الدرجة 2017	المرتبة 2016	مميزات الشركة
01	Lego	74.4	05	تتصرف أخلاقياً، وتزاول الأعمال التجارية بشكل عادل، تعمل بشفافية، تحمي البيئة وتدعم أسباب جديرة بالاهتمام في المجتمع.
02	Microsoft	74.1.	02	مؤيدة للمسؤولية الاجتماعية والبيئية، تلتزم بتعزيز التعليم، تعزز تصورات المواطنة الصالحة والحكم الجيد".
03	Google	73.9	01	ويعزى تراجعها للمرتبة الثالثة الى التصدي لتعليقات المسلمين حول ما أدلى به الرئيس الامريكى دونالد ترامب. والرفع الشامل لآراء المسؤولية الاجتماعية للشركات من الشريط.
04	Walt Disney	73.5	03	-1.2 نقطة
05	BMW Group	71.5	04	-2.4 نقطة
06	Intel	71.1	10	-1.7 نقطة
07	Robert Bosch	71	21	+1.4 نقطة
08	Cisco Systems	71	24	+1.8 نقطة
09	Rolls-Royce Aerospace	70.7	08	-2.4 نقطة
10	Colgate-Palmolive	70.4	23	+1.1 نقطة

Source: Karsten Strauss, *The 10 Companies With The Best CSR Reputations In 2017*, <https://www.forbes.com/sites/karstenstrauss/2017/09/13/the-10-companies-with-the-best-csr-reputations-in-2017/#408414e8546b>.

وما يلاحظ على نتائج هذه السنة أن كل من الشركات التالية: Apple, Samsung, Volkswagen تراجعت بشكل كبير، وشهدت انخفاضاً في سمعتها للمسؤولية الاجتماعية.

ومنذ سنة 2016 خسرت Apple و Samsung 5.3 نقطة لكل منهما، واستقرتا في المرتبة 49 و 89 على التوالي. وخسرت Volkswagen 8.2 نقطة لهذا العام، وتراجعت إلى المركز 100.

وعن Apple الءف اءءلء العام الماضف المراءف السابء فف ءرءفب المسؤولة الاجءماعفه للشركاءء، من المرءء أن فءوء ذلك ءرءاء الف السرفه الءاصه بها (عمء الافصاء والشفاففه فف ءقارفرها)، بالفءافه إلى ذلك ءءءفظ الشرفه بمكان عملها. كما ءعرضء سمعه Samsung لمشاكل الاءءراق مع هاءفها Galaxy S7، وءم اءراء نائب رؤفس مءلس اءارءها فف فضفءه الرشوء. أما شرفه Volkswagen فلا ءزال ءعانف منذ 2015 وأنها قد ءءءء فف اءءبار الانبعاءاء⁴⁴.

وكمءال عن أفضل عشر شركاء رائءه فف مءال المسؤولة الاجءماعفه، نقوم بءراسه ءرفه كل من شرفه Lego وشرفه Microsoft لمعرفه مءالاءها الاساسفه فف المسؤولة الاجءماعفه، وكذا معرفه ما مفزها عن رفرها من الشركاء المءبقة.



ءانفا: ءرفه شرفه Lego فف مءال المسؤولة الاجءماعفه

وهف شرفه ءنماركفه مءءصه فف مءءاء الأطفال، ولا فءءصر عملها فف مءال الألعاب فءسب، بل إنفا ءعمل فف مءال ءعلفم، وءامرء فف السناء الأءفره وأنءءء أفلامًا، وكانء الشرفه الأقوى هءا العام فف فئه المءءاءء والءءماء.

وءعنف كلمه "Lego" العب بفءًا باللغه ءنماركفه أو "أنا أءعلم" بالءائنفه، وهءا ما ءقوم به ءلك القءع الملونه الصغفره والءف صاءرء ءزهًا هامًا من العملفه ءربوفه ءعلفمفه للأطفال، اسءءاعء هءه الشرفه أن ءسءفر مءفله الأطفال وءئمفها بشكل مباءع وفعال من ءلال شعارها: "أعباننا ءءل الأطفال أءكى"، ومع مرور الوءء منذ بءافه الشرفه سنة 1932 اسءءاعء الاءباء أن قءع "Lego" نفسها أصبء عملفه وءكفه. هفء كانء الألعاب فف البءافه من الءشب، وبعء الحرب العالمفه ءانفه بءًا بءءال البلاسءفك وءصنع القءع البلاسءفكفه فظهراء قءع "Lego" بالشكل الءف نعرفه الءوم⁴⁵.

واءهء الشرفه نحو ألعاب الففءفو وبرامء الكمبفوءر الءف ءماشء مع ءطورات العصر، وءطورت معه بشكل مماء لفكءسب الأطفال مهاراء ذهنفه وقءراء إباءفه مع ءطور عصرهم، وءءلء "Lego" كل بفف وساهمء بءسكفل وبناء فكر أءفال من الأطفال الءفن كبروا وصاروا رءالًا فاعلفن ومباءفن فف مءءماعءهم، وصاءرء بءلك ءزهً من الأسالفب ءعلفمفه الفءاله فف المءارس. وما فمفز الشرفه هو الاسءماع إلى شكافى الزفائن واسءشارة الموظفن فف الفعل الأنسب، كما ءركز بشكل رؤفس على زفاءه القءره على الابتكار والإباءع وءطوفر الملكاء الذهنفه، وءءل الأولاء فف ءاله نفسفه ءساعد على صنع الءلول⁴⁶.

وما ففب لشركة "Lego" أن الموارء البلاسلفكفة المسءءمة لصفاعة الألعاب ففها لم ءصءر منذ إنءاها أف مافه أو أشعة مضرة؁ كما انها ذاف ءوءة عاففة؁ والفءءاف المءوافة فف رؤوس قءع "Lego" ءهءف لففء مءرف الفففس عنء الطفل فف ءالة ابءلعه لها⁴⁷. ومن ممارساف المسؤلفة اللففامفة لشركة "Lego" نءء: ⁴⁸

- ✓ **الابءكار للأطفال:** ءهءف إلى إلهام الأطفال من ءلال ءارب الفءم للأعباف فرفة من نوعها؁ ولعبء ءورا هاما فف إءءاف فرق عالمف على سلامة المءءاف المصفعة؛
- ✓ **القفاءة البفففة:** لها أءر إففابف على المءءم؁ والءء من ءأفرفاها البفففة؛ الفصءف لفءفر المفاخ عن طرفق الءء من انبعافاها من ءلال ءءسفن كفاءة الطاقه لءفها؛ ءءسفن إءارة النفافاف؛ لا ءسءهلك الموارء بمءءل أسرع من إعاءة ءولفءها؁ ءءف ءءمكن الأءفال القافمة من الاسءفافة من نفس مءموعة الموارء الفف فسءطفف ءءفل الءالف الوصول إلفها.
- ✓ **رفافة أخلاففة وشفاففة:** فف عملها الفومف ءسعى ءاهءة للءفاظ على أعلى مءاففر الأعمال الأخلاففة والممارساف الفءارفة؁ مع اءءرام ءقوق الإنسان وءقوق العمل؛ وءفعل كل ما فف وسعها لءءزفز وءماففة رفاه موظففها والسلامة؛ لا ءصءف أبءا بقمفها أو أهءافها من أءل الرفء السرفع.



ءالءا: ءءربة شركة Microsoft فف فجال المسؤلفة اللففامفة

وهف من كبرى شركات البرمءفاف فف العالم؁ وقد اءءلء الشركة المرءبة 2 فف قائمة أفضل 10 شركات فف فجال المسؤلفة اللففامفة فف العالم الصافرة عن مءهء السمعة " Reputation Institute" لسنة 2017.

ءقوم شركة Microsoft بالعفء من الأنشطة والبرامء فف ءءمة المءءم؁ وفف إطار ذلك فأنها ءعمل على ءءءفب الموظفن لءفها على العمل الفطوعي فف ءءمة المءءم؁ من ءلال مءنح الموظفن الذفن فرغبون فف الاءءراك بالعمل الفطوعي وقءا مءفوع الأءر؁ كما ءءفء فرصا للموظفن للاءءراك فف فرفق العمل الفطوعي لءف الشركة؁ وءعمل على اسءءءام موارء وأءواف الشركة فف العمل الفطوعي؁ مءالا: فف الولافاف المءءة ففسمء بإعطاء مءنح للمنءماف الفطوففة الفف ففءءرك ففها الموظفون المءطوعون. ءفء فف 2010/2009 بلء عءء ساعاف العمل الفطوعي للموظفن لءف شركة Microsoft 363.4 ألف ساعة فف الولافاف المءءة فقط؁ وبلء عءء الموظفن المءطوعفن بوءءهم 4200 موظف⁴⁹.

ومنذ اسءءراك شركة Microsoft فف برامء العمل الفطوعي ءءف سنة 2010 بلء ءءم الفءرعات المءءمة للمنءماف فرر الهاففة للرفء 750 ملفون ءولار؁ وفف الولافاف المءءة فقط بلءء قفمة فءرعات

المنظمات 408 مليون دولار، مقابل 34.7 مليون دولار من الشركة ليصل المبلغ الإجمالي إلى 84.5 مليون دولار عام 2010/2009.

كما تهتم شركة Microsoft " بالاستدامة البيئية" والحفاظ عليها من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين كفاءة الطاقة المستخدمة، وذلك عن طريق تطوير وتصنيع منتجات الشركة من البرمجيات وبرامج تكنولوجيا التي تستخدم الطاقة بشكل أكثر كفاءة وتوفيراً. حيث وضعت شركة Microsoft هدفاً للحد من انبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون الصادر من الشركة إلى 1.3 مليون طن متري مكافئ عام 2009، ولقد حددت الشركة أربعة مجالات رئيسية للعمليات للحد من الانبعاثات فيها وهي:⁵⁰

- ✓ مراكز البيانات الجديدة بالشركة: تستهلك 50 % أقل من الطاقة من مراكز البيانات التي تم بنائها منذ 3 سنوات.
- ✓ الانتقالات والسفر: تعمل شركة Microsoft باستمرار على خفض تكلفة الانتقالات والسفر في الشركة عن طريق استخدام وسائل بديلة للسفر تتضمن تكنولوجيا الاتصال عن بعد، وقد ساهمت هذه السياسة في تخفيض حوالي 35 % من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون الناتجة عن السفر.
- ✓ المباني: حوالي 25 % من إجمالي الطاقة المستخدمة في مباني الشركة تأتي من مصادر طاقة متجددة، وأكثر من 50 % من الطاقة المستخدمة في المقرات الرئيسية هي طاقة كهرومائية.
- ✓ معامل الكمبيوتر: في عام 2010/2009 تم الانتهاء من بناء مركز لأبحاث وتطوير الدعم الفني لتعزيز الدعم الفني لمعامل الكمبيوتر وخوادم الحاسب الآلي، لخفض انبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون بمقدار 12 ألف طن متري سنوياً.

وتعمل شركة Microsoft بشكل وثيق مع المنظمات الدولية الخيرية مثل برنامج الغذاء العالمي ومنظمة إنقاذ الطفولة ومؤسسة Mercy Corps لتقديم المساعدة الإنمائية القائمة على التكنولوجيا من خلال برنامج HEART (Humanitarian Empowerment and Response through Technology) (التمكين الإنساني والاستجابة من خلال التكنولوجيا). وبتزايد اعتماد الشركة على التكنولوجيا لتحسين فعالية جهودها الإنسانية في جميع أنحاء العالم⁵¹.

انطلاقاً من النتائج السابقة للشركات الأفضل عالمياً في مجال المسؤولية الاجتماعية، يتضح بأن حالة الأعمال بالنسبة للمسؤولية الاجتماعية للشركات تختلف من شركة إلى أخرى، اعتماداً على العديد من العوامل، ويشمل ذلك حجم الشركة ومنتجاتها وأنشطتها وموقعها ومورديها وقيادتها وسمعتها. وثمة

عامل آءر هو المءءل الءف فءبعه الشركة فءاه المسؤولة الاجءماعفة، والءف فمكن أن فءءلف من كونها اسءراءففة أساسفة أو اضاففة لقضافا معفنة لفصء راءة فف فجال المسؤولة الاجءماعفة للشركات.

كما فءور قضافة المسؤولة الاجءماعفة ءول ءقفة أن الشركات الءف فءشل فف إشراك الأطراف المءضرة من أنشءءها فمكن أن ءعرض نفسها للءظر فف قءرءها على ءلق الثرة لنفسها وللمءءمء، وزفاءة مءاظر الاسءءاباء القانونفة. فالسؤولة الاجءماعفة للشركات هي فف الأساس مءءل اسءراءفف فءءه الشركات لاسءباق ومعالءة القضافا المرءبءة بفءاعلاءها مع الآءرفن، ومن ءلال ءلك الفءاعلاء، فءءء فف مساعفها الفءارفة، لءلك نءء هناك إءماعا مءزفءا ءول العلاءة بفن المسؤولة الاجءماعفة للشركات ونءاء الأعمال.

وقء لاءظ مءلس الأعمال العالمف للءءمفة المسءءامة أن اسءراءففة الشركة اذا كانت فقوم على المسؤولة الاجءماعفة والنزاهة والقمف السامفة والمءءل طوفل الأءل فأنها فوفر فواءء فءارفة ءببرة للشركة وءسهم فف رفاه المءءمء⁵².

إن الشركة الءف فمارس المسؤولة الاجءماعفة ءعكس فف نهاءة المءاف قفمها وعلاءءها مع المءءمء الءف ءعفش ففه وءءءمء عفله، فالسؤولة الاجءماعفة للشركات فف الوقت ءالف عامل للبقاء، لذا نءء بأن ءل شركة فءءاء إلى اسءراءففة مءءاملة للمسؤولة الاجءماعفة الءف ءعءمء على نءاؑ القوة الأساسية لها، ومن ءلال ءلك فمكن لءل شركة فءقفق أقصف قءر من المنافع.⁵³

ولكف فكون الشركات الفوم فف أفضل وءع لها، وبأكبر قءرة على ءلببفة اءءفاءاء السوق الاسءهلاءكة المءزفءة الطلب، وأكثر وعفا اجءماعفا، عفله أن فءعامل مع المسؤولة الاجءماعفة ءنمط ءفاة فومفة لءفها، وبالفالف ءمء "المنظور الاجءماعف" فف ءمفع ءوانب عملفاء الشركة لان ءلك فعظم القفمة الءقففة والمنفعة ءلفة والاستمرارفة الءائمة⁵⁴.

الءاءمة

ءعء المسؤولة الاجءماعفة الفوم من العوامل المءورفة والرئفسفة لنءاء الشركات، لءلك نءءها فءاول ءاهءة لإنشاء سمعة للمسؤولة الاجءماعفة فف عقول المسءهلكفن الءف فزفء من الرافعة المالفة لها، والءف فءعكس مباءرة فف المبفعاء والإفراءاء.

ولهذا لم فعء فققنسر ءهء المسؤولة الاجءماعفة على ءوانب الماءفة والمعنوفة للشركات فقط، بل فءعءى ءلك الى ءوانب العلمفة والفكرفة والفءاففة والفوعوفة، وءل ما فءءاءه المءءمء.

مهم ان تشعر الشركات بمسئولياتها الاجتماعية، سواء في مجال نشاطها او في غيره من المجالات الاخرى. فالمسؤولية الاجتماعية مفهوم يبدأ من الفرد نفسه من خلال مسؤوليته عن نفسه وتصرفاته وقراراته، مروراً بأسرته ومجتمعه المنتمي اليه، وصولاً الى قمة المسؤولية وهو ما يعرف بالمسؤولية المجتمعية، والتي تتمثل في احترام مبادئ حقوق الانسان والعادات والتقاليد وحماية البيئة واحترام القوانين والاعراف.

وبناء على ما سبق، تخلصُ الدراسة إلى مجموعة من النتائج والاقتراحات تعد كدروس مستفادة من تجارب أفضل الشركات العالمية في مجال المسؤولية الاجتماعية، للاقتداء بها في تحفيز الشركات المحلية على برامج المسؤولية الاجتماعية التي تتبع من احتياجات ومتطلبات المجتمع المحلي.

النتائج: توصلت هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج نذكر منها:

- ✓ المسؤولية الاجتماعية تمثل جزءاً أساسياً من الإحساس بالمسؤولية وجانباً جوهرياً من قيم الأفراد أو الشركات؛
- ✓ المسؤولية الاجتماعية للشركات تقوم على التعاون بينها وبين الحكومة والمجتمع المدني والنتيجة النهائية تحقيق وضع مريح بين الكيانات الثلاثة؛
- ✓ شركات اليوم لا تعتبر اقتصادية فحسب، بل فرداً من المجتمع والوطن الذي تعمل فيه وتنتمي اليه؛
- ✓ ممارسة المسؤولية الاجتماعية للشركات تعتمد على مدخل طويل الأجل لتعظيم الأرباح، فاذا كانت الشركة تعامل المجتمع بشكل جيد، فان المجتمع يكون جيداً معها، وبالتالي تحقق الربح المزدوج الاقتصادي والاجتماعي معاً؛

الاقتراحات: من أجل فهم المسؤولية الاجتماعية للشركات ونشرها وتنفيذها، نقدم مجموعة من الاقتراحات التي يمكن أن تساهم في ذلك، والتي نذكر منها:

- ✓ لا بد من البحث التجريبي الذي يمكن من التوفيق بين الجانب النظري والتطبيقي لهذه المفاهيم، لإيجاد الطرق الفعالة لإنجاحها على أرض الواقع، فالمسؤولية الاجتماعية من المفاهيم المرتبطة أكثر بالعمل والممارسة؛
- ✓ توفير مناخ ملائم من قبل الدولة (تسهيل الاجراءات الادارية) لقيام الشركات بنشاطها الاجتماعي؛
- ✓ تشجيع الشراكة بين القطاعين العام والخاص؛
- ✓ تشجيع الشركات على المسؤولية الاجتماعية من خلال الحوافر الضرورية والامتيازات الخاصة مع ترتيب أولويات التنمية المحلية ومجالات الاستثمار بها؛

✓ الترويج لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات وأثرها على أرباح الشركات (المادي/المعنوي) ؛
✓ يجب أن نعترف أن لدينا مشكلة حقيقية فيما يخص مسؤولية الفرد والشركة تجاه المجتمع، ومن ثم تجاه الوطن، ومن هنا على وزارة التربية والتعليم ووزارة التعليم والبحث العلمي أن تبادرا إلى ايجاد حل لهذه الأزمة بتقديم مبادرات حقيقية وملموسة، تبدأ من المدارس أولاً، من خلال نقل مهارات خاصة تتصل بالتطوع، والمشاركة، والتعاون، ومساندة الآخرين، لأن مفهوم المسؤولية يعد من المفاهيم ذات الطابع التربوي، التي تكتسب بالممارسة، وبذلك يمكن تعليمها عبر الاجيال.

الهوامش

¹ Richard E. Smith, Defining Corporate Social Responsibility: A Systems Approach For Socially Responsible Capitalism, Master of Philosophy Theses, the Graduate Division of the School of Arts and Sciences in Partial, University of Pennsylvania, Philadelphia, Pennsylvania, United States, 07/01/2011.p21.

² A Guide to Corporate Social Responsibility (CSR), Corporate Social Responsibility (CSR), <http://www.ecrc.org.eg/uploads/documents/articles.pdf>, p10.

³ Firuza S Madrakhimova, Evolution of the concept and definition of corporate social responsibility, Global Conference on Business and Finance Proceedings , Volume 8 , Number 2, 2013.p113.

⁴ Richard E. Smith, Op.cit.. ,p1.

⁵ Archie B.Carroll, Corporate Social Responsibility Evolution of a Definitional Construct, Business & Society: Ethics, Sustainability and Stakeholder Management, 10th Edition. Available January 2017,p268.

⁶ Jae Kyu Myung & Yun Hyeok Choi, The influences of leaders' dark triad trait on their perception of CSR, Asian Journal of Sustainability and Social Responsibility,2017.p2.

⁷ Oliver Falck, Stephan Heblch, Corporate social responsibility: Doing well by doing good, Kelley School of Business, Indiana University, No.50, 2007.p248.

⁸ Richard E. Smith, Loc.cit.

⁹ Heli Wang et al, corporate social responsibility: an overview and new research directions, Academy of Management Journal ,2016, Vol. 59, No. 2, 2016, p534.

¹⁰ David Crowther & Güler Aras, Corporate Social Responsibility, Download free books at BookBooN.com,2008, p10.

¹¹ Paul Hohnen, Jason Potts ,Corporate Social Responsibility An Implementation Guide for Business, International Institute for Sustainable Development, Winnipeg, Manitoba, Canada, 2007.p4.

¹² Zynia L. Rionda, what is corporate social responsibility, CATALYST Consortium, July 2002 .p2.

¹³ Kartik Saxena, Corporate Social Responsibility, The institute of chartered accountants of india, PPT.p2.

¹⁴ A Guide to Corporate Social Responsibility (CSR), Op.cit.,p2.

¹⁵ Oliver Falck & Stephan Heblch, Op.cit.,p247.

¹⁶ Kartik Saxena, Op.cit.,p1-2.

¹⁷ Emilia Herman et al, Ethics between theory and practice social responsibility in the Romanian business environment, 8th International Strategic Management Conference,

Published by Elsevier Ltd. Selection and/or peer-review under responsibility 58, 2012.p704.

¹⁸ Maimunah Ismail, ***Corporate social responsibility and its role in community development: an international perspective***, Uluslararası Sosyal Aratırmalar Dergisi The Journal of International Social Research Volume 2 / 9 Fall 2009.p199.

¹⁹ Najeb Masoud, ***How to win the battle of ideas in corporate social responsibility: the International Pyramid Model of CSR***, International Journal of Corporate Social Responsibility, 2017,p2.

²⁰ Archie B.Carroll, Op.cit.,p291.

²¹ Heli Wang et al, Op.cit., p534.

²² Philip L. Cochran, ***The evolution of corporate social responsibility, Kelley School of Business***, Indiana University, No. 50, 2007, p449.

²³ Issue Briefing, ***The ISO and Corporate Social Responsibility***, work paper, Published by the International Institute for Sustainable Development, 161 Portage Avenue East, 6th Floor Winnipeg, Manitoba, Canada, 2004.p1.

²⁴ Archie B. Carroll & Kareem M. Shabana1, ***The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice***, Publishing Ltd and British Academy of Management International Journal of Management Reviews, 2010, P 89.

²⁵ Emilia Herman *et al*, Op.cit., p704.

²⁶ Firuza S Madrakhimova, Op.cit., p114.

²⁷ Chapter 2 Business Ethics and Social Responsibility, p41.

²⁸ David Crowther & Güler Aras, Op.cit. , p14-16.

²⁹ Paul Hohnen, Jason Potts , Op.cit.,p18.

³⁰ Idem

³¹ Oliver Falck, Stephan Heblich, Op.cit.,p248.

³² A Guide to Corporate Social Responsibility (CSR), Op.cit.,p1-2-7.

³³ A Guide to Corporate Social Responsibility (CSR), Op.cit,p12.

³⁴ Heli Wang et al, Op.cit., p535.

³⁵ David Crowther & Güler Aras, Op.cit. , p19.

³⁶ A Guide to Corporate Social Responsibility (CSR), Op.cit. ,p 10.

³⁷ Archie B. Carroll & Kareem M. Shabana1 Op.cit., P 102-101

³⁸ Firuza S Madrakhimova, Op.cit..p207.

³⁹ A. Meignant : ***Ressources humaines, Deployer la stratégie***, Ed. : Liaison, Paris, 2000, p 62.

⁴⁰ عمار طهرات، مولاي خليل، ***الأبعاد العملية للمنظمات في مجال المسؤولية الاجتماعية، ودورها في تحقيق التنمية المستدامة، نماذج لتجارب دولية رائدة***، مداخلة في المؤتمر الدولي الثالث عشر حول: دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات المتوسطة والصغيرة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة- الواقع والرهانات-، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسينية بن بوعلي، الشلف، الجزائر، يومي 14 و 15 نوفمبر 2016، ص7.

⁴¹ أحمد السيد كردي، ***المسؤولية الاجتماعية للشركات: التحديات والأفاق من أجل التنمية***، الأربعاء 7 سبتمبر، 2016، <http://csrsa.net/post/692>

⁴² Katie Scott, Google, ***Lego and Microsoft top 2017's best corporate social responsibility list***, 21st September 2017, <https://www.employeebenefits.co.uk/issues/september-online-2017/google-lego-group-microsoft-top-2017s-best-corporate-social-responsibility-list/>

⁴³ <https://www.lego.com/en-sg/aboutus/news-room/2017/september/lego-group-csr-reprtrak100>

⁴⁴ Karsten Strauss, ***The 10 Companies With The Best CSR Reputations In 2017***, <https://www.forbes.com/sites/karstenstrauss/2017/09/13/the-10-companies-with-the-best-csr-reputations-in-2017/#408414e8546b>

⁴⁵لنا العطار، قصة نجاح شركة... Lego الالاب الفف فجل الالفال أفكف،
<https://www.arageek.com/2017/05/23/lego-success-story.html>
⁴⁶ المرء و الصفة نفسها.

⁴⁷<https://abunawaf.com/140216/11/12/2017>.

⁴⁸ <https://www.lego.com/en-us/aboutus/responsibility>

⁴⁹ عرابة رابء، بن داوافة وهفة، المسؤولة الاجفماعفة للشركاف وورها فف الفففة - عرض فارب بعض الشركاف العالمفة،
مداولة فف المؤفر الفولف الفالف عشر ءول: ءور المسؤولة الاجفماعفة للمؤسفاف الففمطة والصغفرة فف ءءعم اسفرا فففة الفففة
المسءافمة- الواف والرهاناف-، كلية العلوم الاقءصاففة والفارفة وعلوم الفسفر، ءامعة ءسفة بن بوعلف، الشلف، ءزانر، بومف
14 و 15 نوفمبر 2016، ص ص18-19.
⁵⁰ المرء و الصفة نفسها.

⁵¹ ASOCIO, Op.cit. p4.

⁵² Paul Hohnen, Jason Potts, Op.cit.p9.

⁵³ Kash Rangan, Lisa A. Chase, Sohel Karim, Op.cit..p22.

⁵⁴ A Guide to Corporate Social Responsibility (CSR), Op.cit. p12.

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

مخبر العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير

فرقة " ممارسات تطبيق الحوكمة في المؤسسات الاقتصادية العمومية والخاصة "

يوم دراسي حول :

مكانة وممارسات المسؤولية الاجتماعية في العلوم الانسانية والاجتماعية

يوم الخميس 07 ديسمبر 2017

عنوان المداخلة

نماذج عالمية رائدة في تطبيق المسؤولية الاجتماعية

من إعداد:

د. عبيدات سارة

استاذ محاضر ب

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشاذلي بن جديد الطارف

المخلص

تهدف هذه المداخلة إلى إبراز أهمية تطبيق المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال نظرا لمساهمتها الفعالة في تحقيق التنمية المستدامة، فهي رافعة استراتيجية لتحقيق رضا العميل الداخلي والخارجي. كما تم عرض تجارب لبعض النماذج العالمية الناجحة في هذا المجال من خلال تقييم الأساليب والمبادئ المتعلقة بممارسات المسؤولية الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، نماذج عالمية

Résumé

L'objectif de notre communication consiste à mettre en exergue l'importance de la mise en œuvre de la responsabilité sociale au sein des organisations, en effet elle joue un rôle efficace notamment en matière de la réalisation de développement durable, elle représente aussi un levier stratégique qui aide à atteindre la satisfaction des clients internes et externes.

En outre, des expériences de certains modèles mondiaux ont également été présentés afin de montrer la méthodes et les principes relatives à les pratiques de la responsabilité sociales.

Mots clés : Responsabilité sociale, Modèles mondiaux.

مقدمة

تواجه المنظمات في الوقت الراهن تحديا كبيرا من اجل تنافسيتها نتيجة للتطورات المتسارعة والتغييرات المستمرة التي تشهدها بيئة الأعمال في شتى المجالات حيث أصبح تحقيق التميز والاستباق التنافسي يرتبط بقدرات المنظمات على إعادة النظر في أساليبها ومناهجها المتبعة في جميع أنشطتها وفعاليتها وتفاعلها.

وفي هذا السياق يمكن القول أن التفوق لا يتوقف فقط على الأداء المالي للمنظمات وإنما يعتمد على الطريقة التي تدار بها الأعمال والسلوكيات التنظيمية التي تمارس في البيئة الداخلية والخارجية أي ضرورة التركيز على مدخل استراتيجي استباقي لحماية البيئة وبناء علاقات دائمة مع العملاء الداخليين والخارجيين وذلك بهدف مراعاة مصالح جميع الأطراف من مساهمين، مستهلكين، موظفين والمجتمع المدني. وتحقيق ذلك يستوجب التوجه نحو تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية كرافعة إستراتيجية تضمن صناعة استراتيجيات التنمية المستدامة من خلال الحد من إهدار الموارد واستهلاك الطاقة وتطبيق الخطة البيئية القائمة على الإدارة الخضراء أي الطريق إلى صفر تأثير على البيئة والإنتاج الأنظف، والتأكيد كذلك على الدور الاجتماعي المتمثل في تطوير الموارد البشرية وبناء رأس المال المعرفي بالإستثمار في التعلّم الإبتكاري، مواصلة الإبداع، ضمان جودة بيئة العمل و المحاسبة الاجتماعية.

ومن هنا تبرز الحاجة الملحة إلى ضرورة الانتقال من المفهوم التقليدي للمسؤولية الاجتماعية إلى المفهوم الحديث الذي تتبلور فكرته الجوهرية في خلق التوافق والتكامل بين التنمية الاقتصادية والبيئية والاجتماعية .

وانطلاقا مما سبق يمكن طرح الاشكالية في السؤال الرئيسي التالي:

➤ ما هي الأبعاد التي تم التركيز عليها في تطبيق المسؤولية الاجتماعية من طرف شركة انتل،

مايكروسفت، ابل وبنك البركة ؟

أهمية البحث

تكمن أهمية البحث في كونه محاولة لتسليط الضوء حول موضوع مهم يدور حول الدور الأساسي للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق التنمية المستدامة بكل أبعادها الإستراتيجية ورعاية مصالح الأطراف

المشاركة في بيئة العمل الداخلية والخارجية كما تم تسليط الضوء على تجربة بعض الشركات العالمية وبنك البركة في تطبيق المسؤولية الاجتماعية لتوضيح مبادئهم واسلوبهم في ممارسة انشطتهم وتحقيق رؤيتهم ورسالتهم.

أهداف البحث

تسعى هذه المداخلة إلى:

- توضيح ممارسات المسؤولية الاجتماعية من خلال نظام الجودة ISO26000؛
- توضيح المشاكل التي يمكن تواجهها المنظمات في تطبيق المسؤولية الاجتماعية ومميزات الثقافة التنظيمية المدعمة لتجسيد هذا المفهوم في الواقع؛
- عرض تجربة شركات عالمية (انتل، ابل، مايكروسوفت) وتجربة بنك البركة لإبراز أهم الأبعاد المعتمدة من طرفهم في تطبيق المسؤولية الاجتماعية.

المحور الأول: تطبيق المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال

أولاً: طبيعة مفهوم المسؤولية الاجتماعية

• مفهوم المسؤولية الاجتماعية وخصائصها

عرّف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسؤولية الاجتماعية بأنها الالتزام المستمر من قبل منظمات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل.¹ وعرفت منظمة المواصفات الدولية ISO26000 المسؤولية الاجتماعية بأنها عبارة عن مسؤولية المنظمات عن الآثار المترتبة عن قراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة عبر الشفافية والسلوك الأخلاقي المتناسق مع التنمية المستدامة وحقوق الإنسان المدنية والسياسية وأخلاقيات العمل، وتهدف هذه المواصفات إلى تحقيق الثقة والأداء الأمثل للمنظمات وتطوير المجتمعات باختلاف عاداتها وتقاليدها.² كما وصفها معهد الأمم المتحدة للتنمية الاجتماعية بأنها السلوك الأخلاقي لمنظمة ما اتجاه المجتمع وتشمل سلوك الإدارة المسؤول في تعاملها مع الأطراف المعنية التي لها مصلحة شرعية في منظمة الأعمال وليس مجرد

حاملِي الأَسْهُم³ والمسْؤُولِيَة الاجْتِماعِيَة حسب كارول (1979) تُشْمَلُ المسْؤُولِيَّاتِ الاِقْتِصادِيَّةِ والقانونِيَّةِ والأَخْلاقِيَّةِ والخَيْرِيَّةِ تَجاهِ المَجمَعِ⁴.

وبصِفةِ عامَّةِ المسْؤُولِيَّةِ الاجْتِماعِيَّةِ هِيَ عِبارةٌ عَن ما تَقومُ بِهِ المَناظِمُ وتَقدمُهُ للمَجمَعِ طَبقا لَتوقِعاتِهِ مَعَ ضَمانِ مِراعاةِ حَقوقِ المَوارِدِ البَشَرِيَّةِ وقيمِ المَجمَعِ وأَخْلاقِيَّاتِهِ والالتِزامِ بالقوانينِ ومِكافحةِ الفِسادِ مَن خِلالِ الشِفافِيَّةِ والإفْصاحِ عَلى أَعمالِها، وَ تَمثَلُ المسْؤُولِيَّةِ الاجْتِماعِيَّةِ نِشاطا مَرْتبِطا بِبِعدِيْنِ أُساسِيَّينِ أَحَدُهُما داخِلي يَتمثَلُ في إِسْهامِ المَناظِمَةِ في تَطوِيرِ العامِلِيْنَ وتَحْسينِ حِياتِهِم، والبَعدِ الثائِي خارِجِي وَيَتمثَلُ في مِبادِراتِ المَناظِمِ في التَدخُلِ لِمِعالِجَةِ المِشاكِلِ الَّتِي يَعايِ مِنْها المَجمَعِ⁵.
ويمكِنُ وَصْفِ المسْؤُولِيَّةِ الإِجْتِماعِيَّةِ بِالْخِصائِصِ التالِيَةِ :⁶

_ **المركِزيَّة**: بِمعْنى أَن القِراراتِ المَتلِقة بِالمسْؤُولِيَّةِ الاجْتِماعِيَّةِ تُؤخَذُ في المِستَوياتِ العَليا مَن الإِدارَةِ وتَرتبِطُ ارْتِباطا وثِقا بالأَهْداِفِ العَليا للمَناظِمَةِ؛

_ **الْخِصوِصِيَّة** : ما تَقومُ بِهِ المَناظِمَةُ بِعَطيْها مِيزةً تَنافِسيَّةً؛

_ **الاسْتِشْراف** : سَلكِ المَناظِمَةِ وقِراراتِها لَها بَعدٌ ورَؤِيةٌ مِستَقْبَلِيَّةٌ لِلنِتايجِ وِردودِ الفِعلِ المَنتَوِجَةِ لِمَختَلَفِ المَجموعاتِ الضاغِطَةِ؛

_ **الإِرادَةُ الطوِعيَّة** : المَناظِمَةُ يَكُونُ سَلكُها الاجْتِماعِي نابعٌ مَن قِناعَتِها بِهَذَا الدَورِ وَهنا يَمكِنُ أَن تَظْهَرُ في أنْشِطَةِ الكِفاَلَةِ والرِعايَةِ؛

_ **الشِفافِيَّة** : بِمعْنى أَن نِشاطِ المَناظِمَةِ بِخِصوِصِ مِسْؤُولِيَّاتِها الاجْتِماعِيَّةِ يَمُرُّ عِبرَ مَختَلَفِ قَنواتِ الإِتِصالِ بِحِثِّ تَنشُرِ المَناظِمَةُ تَقارِيرَ عَن أنْشِطَتِها وَيَسْهَلُ عَلى المَجموعاتِ الضاغِطَةِ التَعرُفَ عَلى ما تَقومُ بِهِ المَناظِمَةُ بِشأنِ ما يَخِصُّهمُ أَي ابْتِعادِ المَناظِمَةِ عَن التَكتِمِ والتَستِرةِ.

• اهِمِيَّةُ تَطْبِيقِ المسْؤُولِيَّةِ الاجْتِماعِيَّةِ

لَقَدْ تَزايَدَ الاِهْتِمامُ بِالمسْؤُولِيَّةِ الاجْتِماعِيَّةِ لِلْمَناظِمَةِ لِهَذَا أَصْبَحَتْ هَناكَ حَاجَةٌ مِلْحَةٌ لِزِيادةِ دَورِ

المَناظِمِ في تَحْقيقِ مِسْؤُولِيَّاتِها الاجْتِماعِيَّةِ وَبالتالِي يَمكِنُ ذِكرُ أَهمِّها فِما يَلي :⁷

-إِن المسْؤُولِيَّةِ الاجْتِماعِيَّةِ تَعُدُّ مِيزةً تَنافِسيَّةً لِلْمَناظِمَةِ في ظِلِّ أسْواقِ شَدِيدَةِ المِنافِسةِ، وَتَساعِدُ عَلى تَجاوِزِ تَحْدياَتِ المِنافِسةِ لِحَدِّ ما؛

- هي عنصر مهم في صياغة الإستراتيجية الشمولية للمنظمة، إذ أنّ هذه المسؤولية باتجاهاتها المختلفة ترتبط بعنصر العمل في المنظمة من حيث إدراك العاملين لهذا العنصر بما يكفل إسهامهم الفاعل في تنفيذ المهام الموكلة إليهم؛

- تعد المسؤولية الاجتماعية حلقة تجمع مكونات الالتزام الأخلاقي للمنظمات فيما بينها من جهة وبين أصحاب المصالح من جهة أخرى وله تأثير إيجابي على هيكلية المنظمة؛

- تعتبر المسؤولية الاجتماعية للمنظمة من العناصر الرئيسية في تكوين وتعزيز سمعة المنظمات والمشاركة في إستراتيجيات واقعية وفعالة لتقديم الخدمات الاجتماعية مما يسهل آليات إدارة المنظمة والرفع من قدراتها على استقطاب زبائن جدد وزيادة حصتها السوقية؛

- تعتبر المسؤولية الاجتماعية استثمار طويل الأجل له عائد على المدى الطويل، يفوق تكلفة المنفعة على أوجه النشاط الاجتماعي للمنظمة تجاه المجتمع وأصحاب المصالح وغيرهم مما يساهم في تحسين صورة ومركز المنظمة في أعين الزبائن والعملاء والجمهور مما ينعكس إيجابيا على عائدات المنظمة في الأجل المتوسط والأجل الطويل.

ثانيا: المسؤولية الاجتماعية: مجالاتها، أبعادها ومبادئها

• مجالات المسؤولية الاجتماعية⁸

يمكن للمنظمة أن تمارس المسؤولية الاجتماعية من خلال المجالات التالية:

_ **المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين والموظفين:** يعتبر الاستثمار في الموارد البشرية من التوجهات الحديثة للمنظمات لذلك فإن المصاريف التي تنفقها في هذا الشأن سيكون لها أثر إيجابي على المدى المتوسط والطويل، ومن ثم فإن المنظمة يمكنها أن تمارس المسؤولية الاجتماعية من خلال الأنشطة التي تكون في خدمة الموظفين منها:

- ✓ توفير المناخ المناسب للعمل (مهنيا، طبيعيا، قانونيا) ؛
- ✓ المساواة بين الجنسين في الحقوق والواجبات؛
- ✓ الاهتمام بتكوين الأفراد لتطوير قدراتهم ومواهبهم؛
- ✓ الاشتراك في الضمان الاجتماعي؛
- ✓ الاهتمام بالرعاية الصحية والاجتماعية للموظفين وأفراد عائلاتهم.

المسؤولية الاجتماعية تجاه الزبائن والمستهلكين : من خلال الأنشطة الموجهة للزبائن والمستهلكين يمكن للمؤسسة تحقيق أرباح ومنافع اقتصادية وتحسين سمعتها ومن ثم كسب رضا الزبائن وثقتهم وزيادة قدراتها التنافسية، لذلك يمكن تجسيد المسؤولية الاجتماعية من خلال بعض الأنشطة ومنها:

✓ الاهتمام بطلبات الزبائن وانشغالاتهم وتحسين ظروف استقبالهم والرد على الشكاوى المقدمة من طرفهم؛

✓ احترام الآجال والمواعيد؛

✓ عدم التدليس في المنتجات والخدمات وفي الدعايات الإشهارية؛

✓ توفير خدمات ما بعد البيع.

المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع: يمكن للمنظمات أن تشارك الهيئات الحكومية في القضاء على المشاكل الاجتماعية وتوفير ظروف الحياة الكريمة لأفراد المجتمع ومن ثم خلق استقرار اجتماعي ومناخ استثماري مناسب يعود بالمنفعة على كل الاطراف، ومن الأنشطة التي يمكن تقديمها في هذا الإطار ما يلي:

✓ دفع الضرائب التي تعد التزامنا قانونيا ومساهمة اجتماعية تساعد الدولة في توفير الخدمات الأساسية للمجتمع وإنجاز المنشآت الاستثمارية القاعدية؛

✓ تقديم المساعدة أثناء وقوع الكوارث الطبيعية؛

✓ المساهمة في امتصاص البطالة من خلال توفير مناصب العمل؛

✓ المساهمة في القضاء على الانحرافات الأخلاقية من تدخين ومخدرات وغيرها.

المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة: تتجه مختلف الهيئات المحلية والدولية اليوم نحو المحافظة على البيئة ودعم كل الأنشطة التي تساهم في تحقيق التنمية المستدامة، ومن ذلك يمكن للمنظمات أن تعمل من أجل اقتصاد نظيف من خلال الأنشطة الصناعية الخضراء وعدم تلويث البيئة بالمخلفات الصناعية وغيرها ونشر الوعي البيئي لدى الأفراد العاملين لديها.

• أبعاد المسؤولية الاجتماعية

إنّ شمولية محتوى المسؤولية الاجتماعية جعلت الباحث كارول يشير إلى أربعة أبعاد وهي:⁹

البعد الاقتصادي: الذي يستند إلى مبادئ المنافسة والتطور التكنولوجي حيث يشتمل على مجموعة كبيرة من عناصر المسؤولية الاجتماعية يجب ان تؤخذ في إطار قواعد المنافسة العادلة والحررة والاستفادة التامة

من التطور التكنولوجي بما لا يلحق ضرراً بالمجتمع والبيئة؛ وفي حالة عكس ذلك تقع في اشكالية قانونية ؛

_البعد القانوني : الذي يمثل التزام بقوانين وأنظمة وتعليمات يجب أن لا تخرقها المؤسسات وان تحترم عادة ما تحدد الدولة؛

_البعد الاخلاقي: يفترض في إدارة المنظمات أن تستوعب الجوانب القيمية و الأخلاقية والسلوكية والمعتقدات في المجتمعات التي تعمل فيها، وهذه الجوانب لم تؤطر بعد بقوانين ملزمة لكن احترامها يعتبر أمراً ضرورياً لزيادة سمعة المنظمة في المجتمع وقبولها ، فعلى المنظمة أن تكون ملتزمة بعمل ما هو صحيح وعادل ونزيه؛

_البعد الخيري: ويرتبط بمبدأ تطوير نوعية الحياة بشكل عام وما يتفرع عن ذلك من عناصر ترتبط بالذوق العام ونوعية ما يتمتع به الفرد من غذاء وملابس ونقل وغيرها من جوانب أخرى. لقد وظفت هذه الأبعاد بشكل هرمي متسلسل لتوضيح طبيعة الترابط بين هذه العناصر من جانب ومن جانب آخر فإنّ استناد أي بعد على بُعد آخر يمثل حالة واقعية،و بالتالي تكون مسؤولية المنظمة الاجتماعية الشاملة هي حاصل مجموع العناصر الأربعة .

• مبادئ المسؤولية الاجتماعية

تقوم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال على تسع مبادئ أساسية يمكن تلخيصها في الآتي¹⁰ :

_الحماية وإعادة الإصحاح البيئي :فضل تقديم المنظمة لمنتجات وخدمات وممارسة العمليات والأنشطة اليومية التي تراعي البيئة، مع الترويج للتنمية المستدامة؛

_ القيم والأخلاقيات : حيث يقع على عاتق منظمات الأعمال تطوير وتطبيق المواصفات والممارسات الأخلاقية المتعلقة مع أصحاب المصلحة؛

_المساءلة والمحاسبة :الكشف عن البيات وتقديم المعلومات الضرورية لطالبيها من أصحاب المصلحة في أي وقت يحتاجوا لاتخاذ القرارات؛

_تقوية وتعزيز السلطات :تحقيق الموازنة بين مصالح المستخدمين والعملاء والمستثمرين والموردين وغيرهم من أصحاب المصلحة.

_الأداء المالي والنتائج :تعويض المساهمين الارباح والعوائد مع المحافظة على الأصول والممتلكات، وتعزيز النمو على المدى الطويل؛

مواصفات موقع العمل: اعتبار العاملين شركاء قيمين في العمل من خلال احترام حقوقهم وتوفير بيئة عمل آمنة وصديقة وخالية من المضايقات؛

العلاقات التعاونية: لا بد أن تتسم ممارسات منظمات الأعمال بالعدالة والأمانة مع مختلف الشركاء؛

المنتجات والخدمات ذات الجودة: الاستجابة لحاجيات الزبائن بتوفير منتجات وخدمات ذات قيمة وجودة عالية؛

الارتباط المجتمعي: تعميق العلاقات مع المجتمع.

ثالثاً: تطبيق المسؤولية الاجتماعية من خلال نظام الجودة ISO 26000

معيار المنظمة الدولية للتقييس ايزو 26000 الصادر في أكتوبر 2010 م يعد من أفضل الشهادات الدولية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية حيث قدم دليلاً إرشادياً لتعمل به كل منظمة ترغب في الاسترشاد به لتبني مسؤوليتها الاجتماعية، وهو مواصفة دولية تعطي إرشادات حول المسؤولية الاجتماعية للمنظمات لأن تكون أكثر مسؤولية نحو مجتمعاتها من خلال آليات المواصفة والأخذ في الاعتبار توقعات الشركاء والالتزام بالقوانين السارية واحترام السلوك العالمي المعتاد. تتميز هذه المواصفة بالوضوح والبساطة وتعد الأشهر عالمياً في الوقت الحاضر ويمكن تفعيلها في الدول العربية والإسلامية واستخدامها كخارطة طريق وأداة تمكنهم من النجاح في تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية سواء كان ذلك على مستوى القطاع العام أو الخاص وبما يتلاءم مع البيئة المهنية والثقافية لكل دولة.¹¹

إن إدراك منظمة ما للمسؤولية الاجتماعية قد يؤثر في أشياء أخرى مثل الميزة التنافسية، السمعة الطيبة، القدرة على اجتذاب واستبقاء العاملين أو الأعضاء والزبائن والعملاء أو المستخدمين، الحفاظ على معنويات الموظفين والتزامهم وكذلك الإنتاجية، رأي المستثمرين وأصحاب العمل والجهات الراعية و المانحة والمجتمع المالي والعلاقة مع المنظمات، الحكومات، وسائل الإعلام، الموردين، العملاء والمجتمع الذي تعمل تلك المنظمة فيه.

تهدف هذه المواصفة إلى دمج الخبرات الدولية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية - بمعنى - ما هي القضايا التي تحتاج المنظمة إلى الاهتمام بها من أجل العمل بأسلوب مسؤول اجتماعياً وما هي أفضل الممارسات لتنفيذ المسؤولية الاجتماعية. فهي أداة قوية لمساعدة المنظمات على الانتقال من النوايا الطيبة إلى الأعمال الطيبة.¹² يتناول دليل المواصفة الدولية أيزو 26000 سبع بنود أساسية موضحة في الجدول أسفله تغطي الفكرة الرئيسية وراء المسؤولية الاجتماعية.

جدول رقم 01 : هيكل مواصفة ايزو 26000

البند	الهدف	محتوى البند
01	المجال	تعريف وتحديد المحتوى الذي تغطيه هذه المواصفة ويحدد القيود أو الاستثناءات، كما أنه ينص على أن هذه المواصفة الدولية تقدم دليلا إرشاديا لجميع أنواع المنظمات بغض النظر عن حجمها أو موقعها.
02	التعريفات	يحدد هذا البند معاني المصطلحات الرئيسية المستخدمة في هذه المواصفة، وبلغ عدد التعريفات 22 مصطلحا أهمها مصطلح المسؤولية الاجتماعية و أصحاب المصلحة.
03	فهم المسؤولية الاجتماعية	يشرح هذا البند بشكل مفصل مفهوم المسؤولية الاجتماعية و يوضح أهم خصائصها.
04	مبادئ المسؤولية الاجتماعية	حددت المواصفة سبعة مبادئ للمسؤولية الاجتماعية هي: القابلية للمساءلة، الشفافية، السلوك الأخلاقي، احترام مصالح الأطراف المعنية، احترام سلطة القانون، احترام الأعراف الدولية للسلوك، احترام حقوق الانسان.
05	الاعتراف بالمسؤولية الاجتماعية والتعرف على أصحاب المصلحة و التفاعل معهم	تناول هذا البند اعتراف المنظمة بمسؤوليتها الاجتماعية من خلال تحديد تأثيراتها السلبية في المجتمع، وكذلك الطريقة التي ينبغي بها التصدي لهذه التأثيرات من أجل المساهمة في التنمية المستدامة و تحديد أصحاب المصلحة و إشراكهم في ممارساتها الاجتماعية.
06	دليل الموضوعات الرئيسية للمسؤولية الاجتماعية	هو أهم البنود في المواصفة و فيه ذكر للمجالات الأساسية السبع للمسؤولية الاجتماعية الواجب تبنيتها من قبل المنظمات و هي: الحوكمة المؤسسية، حقوق الإنسان، ممارسات العمال، البيئة، الممارسات التشغيلية العادلة مع الأفراد والمنظمات، قضايا المستهلك، مشاركة وتنمية المجتمع.
07	دليل إرشادي حول تطبيق المسؤولية الاجتماعية	يوضح هذا البند إرشادات وتوجيهات مهمة من أجل إدارة جيدة للمسؤولية الاجتماعية في المنظمة حيث يمكن أن تتم هذه الإدارة من خلال أربعة خطوات هي: التزام الإدارة العليا، تحديد و تحليل تطلعات أصحاب المصلحة، مرحلة التنفيذ و الممارسة، التقييم و المتابعة، المراجعة.

المصدر :احمد بن عيشاوي : واقع المسؤولية البيئية والاجتماعية للمؤسسة البترولية في الجزائر توافقا مع المعايير

الدولية، شوهد بتاريخ 17 /11/2017 ، على الساعة 00:16 ، على الموقع التالي:

https://manifest.univ-ouargla.dz/.../ahmed_benaichaoui.pdf

رابعا: معوقات تطبيق المسؤولية الاجتماعية ومرتكزات ترسيخها كثقافة في المنظمات

• معوقات تطبيق المسؤولية الاجتماعية

يواجه أداء المسؤولية الاجتماعية عددا من المعوقات من أبرزها ما يلي:¹³

_ ضعف مستوى ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى معظم أصحاب القرار بالمنظمات ؛

_ وجود فجوة بين مفهوم المسؤولية الاجتماعية والبرامج التطبيقية؛

_ ضعف توافر الاستراتيجيات وغياب الشكل التنظيمي المخطط في أداء المسؤولية الاجتماعية وآليات

العمل المرتبطة بها؛

_ عدم توافر كوادر و وحدات إدارية متخصصة ومؤهلة لتخطيط وتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية؛

_ عدم توافر معايير أو مؤشرات يتم من خلالها تقييم أداء المسؤوليات الاجتماعية ؛

- _خضوع المنظمة عند التفكير في أداء المسؤولية الاجتماعية لضغوط وإجراءات؛
- _ضعف التنسيق بين المنظمات والجهات ذات الصلة بتنظيم أداء المسؤولية الاجتماعية ؛
- _غياب المعلومات عن المجالات المطلوب أدائها في إطار المسؤولية الاجتماعية.

• المقومات الأساسية لنشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية

- تتمثل الركائز التي يجب أن تبنى عليها برامج نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية على ما يلي:¹⁴
- _توفر القناة بأنّ المسؤولية الاجتماعية واجب نحو المجتمع وليس مساعدة وأن يكون هذا المبدأ راسخا لدى أصحاب المنظمة وكافة المستويات الوظيفية بدءا بالإدارة العليا ومرورا بالمديرين التنفيذيين إلى الموظفين وذلك استنادا إلى مفهوم المواطنة ؛
 - _تعميق مبدأ " الشركة المواطنة " التي ترتبط بشراكة حقيقية مع المجتمع وتوفير آليات عملية له لحل المشكلات التي تواجهه، وتشمل عناصر المواطنة المشاركة في التنمية المستدامة ،تحديد أولويات الاستثمار طبقا لاحتياجاته الفعلية ،المحافظة على سلامة بيئة وصحة المجتمع ودعم توجهات الدولة في البناء الاقتصادي والاجتماعي ؛
 - _التأكيد بأنّ المسؤولية الاجتماعية تتعدى تقديم التبرعات في الأعمال الخيرية والتطوعية لتصبح نشاطا رئيسيا من أنشطة المنظمة ويتم وضع خطط وبرامج وأساليب تنفيذ شأنها شأن الأنشطة الأخرى مثل خطط الإنتاج والتسويق ، ويتم متابعتها من قبل أعلى مستوى في المنظمة؛
 - _ثقافة المسؤولية الاجتماعية المكتسبة يجب أن تتبلور كمنهج في خطط وسلوك المنظمة وليس مجرد استجابة وقتية أو مسابرة لتوجه ما لدى البعض؛
 - _نضوج الرؤية نحو شمولية برامج المسؤولية الاجتماعية لجوانب متعددة منها الالتزام بالتشريعات ذات العلاقة بالسلامة والبيئة ،مراعاة حقوق الإنسان خاصة حقوق العاملين بالمنظمة وتحسين ظروف معيشتهم، الجودة في تقديم السلعة أو الخدمة ،المنافسة العادلة وتطوير المجتمع المحلي؛
 - _ وضع بناء هيكل أداء المسؤولية الاجتماعية يعتمد على التخطيط والتنظيم متضمنا استراتيجية واضحة ورسالة وأهداف محددة ورؤيا مستقبلية وينعكس ذلك في خطط تنفيذية وبرامج زمنية محددة مع الالتزام بالجودة ؛
 - _إنشاء وحدة متخصصة لبرامج المسؤولية الاجتماعية تكون تابعة مباشرة لأعلى سلطة في المنظمة وتمنح لها الصلاحيات المناسبة وتتولى وضع الخطط متضمنة المشروعات وبرامج التنفيذ والمتابعة؛

بناء قاعدة معلومات دقيقة عن الاحتياجات التي من المفترض توجّه برامج المسؤولية الاجتماعية لتلبيتها مما يتيح التخطيط الجيد للبرامج بشكل واقعي.

المحور الثاني: بعض التجارب الدولية في تطبيق المسؤولية الاجتماعية

قامت مجلة المسؤولية الاجتماعية للشركات بإطلاق ترتيب أفضل 100 شركة لعام 2017 تقوم بمسؤولياتها اتجاه المجتمع من خلال الأنشطة المختلفة وقد اعتمد الترتيب على تقييم ممارسات الشركات من حيث 7 مجالات رئيسية تتمثل في البيئة، التغير المناخي، علاقات الموظفين، حقوق الانسان، حوكمة الشركات، الأداء المالي، العمل الخيري والدعم المجتمعي.¹⁵

الجدول رقم 02: ترتيب أفضل 30 شركة تمارس أنشطة المسؤولية الاجتماعية لعام 2017

الترتيب	الشركة	الترتيب	الشركة	الترتيب	الشركة
01	Hasbro, Inc.	11	Abbott Laboratories	21	Kimberly-Clark Corp
02	Intel Corp.	12	Clorox Co	22	PG&E Corp.
03	Microsoft Corporation	13	S&P Global Inc	23	Carnival Corp.
04	Altria Group Inc.	14	DXC Technology (formally CSC)	24	AT&T, Inc.
05	Campbell Soup Co.	15	Texas Instruments Inc	25	Owens Corning
06	Cisco Systems, Inc.	16	Johnson Controls Int'l plc	26	HP Inc
07	Accenture plc	17	NVIDIA Corp	27	Jones Lang LaSalle Inc.
08	Hormel Foods Corp	18	Adobe Systems Inc	28	Mosaic Company
09	Lockheed Martin Corp.	19	General Mills, Inc	29	Nike, Inc.
10	Ecolab, Inc.	20	Bristol-Myers Squibb Co.	30	Coca-Cola Co

Source: The2017 100 BEST Corporate Citizens,sur le site suivant :

http://www.thecro.com/wp-content/uploads/2017/05/CR_100Bestpages_digitalR.pdf

أولاً: تجربة شركة إنتل (Intel Corp.) في تطبيق المسؤولية الاجتماعية¹⁶

تسعى هذه الشركة إلى استكشاف طرق مبتكرة لتطبيق التكنولوجيا التي يتم تطويرها بهدف مواجهة التحديات العالمية وتجسيد الصورة المثلى التي يجب الاقتداء بها من طرف الشركات عند ممارسة الأعمال . تقوم سياستها العامة على الالتزام بمساعدة الأشخاص والشركات من اجل الازدهار في ظلّ اقتصاد عالمي جديد، الالتزام بمعايير الحوكمة المؤسسية واخلاقيات العمل والالتزام بالشفافية فيما يتعلق العلاقات مع المستثمرين وتقديم التقارير المالية.

لشركة إنتل التزام طويل الأمد بالمسؤولية الاجتماعية مستندةً إلى أساس متين يجمع الشفافية والحوكمة والأخلاقيات وينشئ قيمة لها ولأصحاب الأسهم فيها. ودعماً لالتزامها بالشفافية والمساءلة تصدر كل سنة

تقريراً شاملاً عن الجهود التي تبذلها في مجال الاستدامة البيئية ومسؤولية سلسلة الإمداد والتنوع والاندماج الاجتماعي . وفي ما يلي مساهماتها في إطار المسؤولية الاجتماعية لسنة 2016 :

✓ التأثير البيئي

جدول رقم 03: أهداف وإنجازات شركة إنتل في مجال الاستدامة البيئية

الأهداف	الإنجازات
تخفيض التسيّرات المباشرة للغاز بنسبة 10% لكل وحدة بحلول عام 2020.	انخفاض التسيّرات المباشرة بنسبة 8% بصفة مطلقة ونسبة 6% لكل وحدة سنة 2015.
الرفع من تركيب واستخدام الطاقة البديلة في مقر الشركة من 2015 إلى غاية 2020.	عام 2016 ارتفاع استخدام منشآت الطاقة البديلة مقارنة بعام 2015.
تحقيق وفورات في الطاقة التراكمية تبلغ 4 بليون كيلواط/سا من 2012 إلى غاية 2020.	تم تحقيق منذ 2012 وفورات في الطاقة التراكمية 2,3 بليون كيلواط/سا .
التقليل من استخدام المياه بحلول 2020.	استقرار في استخدام المياه مقارنة بسنة 2010 حيث تم تحقيق استثمارات ساهمت في الحفاظ على المياه سنة 2016 أدت إلى اقتصاد قدره 1,2 بليون غالون في السنة.
تحقيق صفر نفايات خطيرة بحلول 2020.	تم إرسال أقل من 1% من النفايات الخطرة سنة 2016.

Source: 2016 Corporate Responsibility Report - Report Builder - Intel, sur le site suivant :
http://csrreportbuilder.intel.com/PDFfiles/CSR-2016_Full-Report.pdf

✓ سلسلة الإمدادات :

تحقيق الهدف المتعلق بإكمال عمليات مراجعة وتدقيق أفضل 75 موردا تتعامل الشركة معه؛

تحقيق الهدف المتمثل في إنشاء أسطول النقل البري (Green Intel) بنسبة 75% سنة 2016 ومن المفروض سيتم تحقيق الهدف المتمثل في 85% سنة 2017.

✓ التنوع

جدول رقم 04: أهداف وإنجازات شركة إنتل في مجال التنوع

الاهداف	الانجاز
زياد انفاق الشركة مع موردين ذوي ملكية متنوعة إلى 1 بليون دولار بحلول 2020.	انفاق 555 مليون دولار وهو أعلى من الهدف المتوقع لسنة 2016 والمحدد ب400 مليون دولار مع موردين معتمدين ومتنوعين
تحقيق التمثيل الكامل للنساء والأقليات الممثلة تمثيلا ناقصا في الشركة بالولايات المتحدة الأمريكية بحلول 2020.	سنة 2016 تم تجاوز الهدف المتوقع في التوظيف وتحقيق التنوع.

Source: 2016 Corporate Responsibility Report - Report Builder - Intel, sur le site suivant :
http://csrreportbuilder.intel.com/PDFfiles/CSR-2016_Full-Report.pdf

✓ التأثير الاجتماعي:

من خلال برنامج انتل (She will connect) تهدف الشركة إلى الوصول ل 5مليون امرأة في افريقيا بجنوب الصحراء بحلول 2020، وفي سنة 2016 أحرزت تقدما في تحقيق هدفها من خلال الوصول إلى ما يقرب 1,4مليون امرأة عن طريق التدريب وجها لوجه والتعليم عبر الانترنت.

ثانيا: شركة ابل (Apple Inc) في تطبيق المسؤولية الاجتماعية¹⁷

احتلت الشركة المرتبة 92 في التصنيف حيث تهتم بتطبيق المسؤولية الاجتماعية من خلال المعايير التالية :

✓ دعم المجتمعات المحلية :

تم إطلاق برنامج المتطوعين العالمي في عام 2011 لتشجيع الموظفين على التطوع في المجتمعات المحلية ومنذ إنطلاقه تم التبرع ب 78 مليون دولار امريكي للجمعيات الخيرية وغير الربحية في جميع أنحاء العالم. وقد تم مراجعة هذا البرنامج في مارس 2015 لمنح الموظفين الحق في اختيار المشاريع في مجتمعاتهم المحلية التي ترغب في المساهمة.

✓ التعليم وتمكين الموظفين:

يتم توفير برنامج ابل للتعليم والتطوير مجانا من قبل 18مصنعا و أكثر من 280000 عاملا قاموا بدورات تدريبية متنوعة في 2016.

✓ العمل وحقوق الانسان:

تفرض الشركة مدونة قواعد السلوك خاصة بالموردين والتي تعتبر الأصعب في صناعة الالكترونيات؛

قامت الشركة بالتحقيق في حالات الإساءات التي يتعرض لها العمال الأجانب وقد طلبت من الموردين تعويض بمبلغ 3,9 مليون دولار أمريكي من الرسوم المدفوعة ليصل إجمالي التعويض منذ 2008 إلى 16,9 مليون دولار أمريكي.

✓ صحة الموظف وسلامته:

أطلقت الشركة أكاديمية المورد ابل (EHS) وهو برنامج لمدة 18 شهرا بهدف تحسين صحة الموظفين وسلامتهم في هذه الصناعة بجميع أنحاء العالم وقد شارك فيه 240 مورد و 270000 عاملا، كما أجريت الأبحاث في قسم بيئة العمل للشركة على نحو 75 وظيفة ضمن سلسلة التوريد لتحديد المخاطر وأدى البحث إلى تحسين معايير إدارة التغيير في تصميم أماكن العمل.

✓ المساواة بين الجنسين وتمثيل الاقليات :

_ موظفين الشركة هم 32% إناث و 9% السود و 12% من أصل اسباني، وبين القوى العاملة البالغ عددهم 125000 كانت 37% من الموظفين الجدد نساءا خلال العام الماضي ومن بين القوى العاملة في و.م.ا البالغ عددهم 80000 كان 27% من الموظفين مجموعة الاقليات الممتلئة تمثيلا ناقصا؛
_ في سنة 2016 وصلت الشركة إلى اجر متساوي للموظفين.

✓ استهلاك الطاقة:

الشركة تقوم بتوليد ما يكفي من الطاقة المتجددة لتغطية 90% من الكهرباء المستخدمة في منشأتها في جميع العالم، وتمتلك الشركة حاليا 100% من الطاقة المتجددة في 23 بلدا.

✓ استهلاك المياه:

أطلقت الشركة سنة 2013 برنامج المياه النظيفة وفي 2015 انضمت 73 من مرافق الموردين إلى برنامج زيادة كفاءة استخدام المياه.

✓ تسرب الكربون:

انخفاض مستمر في تسرب CO2 من الشركة منذ 2010 إلى غاية 2015.

ثالثاً : تجربة شركة مايكروسوفت (Microsoft Corporation) في تطبيق المسؤولية الاجتماعية¹⁸

احتلت شركة مايكروسوفت المرتبة الثالثة في التصنيف تتمثل مهمتها في بناء الثقة مع العملاء والشركاء لضمان نجاح أعمالها ، وكسب تلك الثقة تنطلق من مبادئها التي توجه عملياتها الخاصة والتي تؤثر على حقوق الناس في جميع أنحاء العالم.

تتجسد المسؤولية الاجتماعية في الشركة من خلال مايلي:

✓ مراعاة حقوق الإنسان: من خلال بيان حقوق الانسان العالمي الذي وضعته الشركة وبصفتها من الموقعين على الميثاق العالمي للأمم المتحدة فإنّ مايكروسوفت ملتزمة باحترام الاعلان العالمي لحقوق الانسان UDHR، الاتفاقية الدولية الخاصة بالحقوق المدنية والسياسية، الاتفاقية الدولية الخاصة بالحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية واتفاقية المبادئ والحقوق الاساسية في العمل؛

✓ تلتزم مايكروسوفت برعاية صحة الموظفين وسلامتهم من خلال التحسين المستمر لبرنامج الصحة والسلامة ودمج الممارسات الملائمة لعملياتها، تقييم مستمر للمخاطر المترتبة عن أنشطة الشركة والتفاعل بين العمال والإدارة لتنفيذ ممارسات آمنة والتدريب للحد من الأخطار حيث سنة 2017 تم توفير أداة إلكترونية للموظفين للإبلاغ عن المخاوف المرتبطة بالسلامة، تقييم مساحات العمل المستقبلية ومساحات العمل الحالية بشكل دوري للتأكد من أنّها مبنية بمبادئ التصميم السليم، تستخدم الشركة لجان الصحة والسلامة الخاصة بمراكز البيانات وعمليات البيع بالتجزئة ومرافق التصنيع (في السنة المالية 2017 شارك 86% من الموظفين في استطلاع سنوي مجهول أجرته جهة خارجية تلقت الشركة درجات عالية قياسية: 92% يشعرون بالفخر للعمل في مايكروسوفت، 88% يوصيون به كمكان رائع للعمل) ؛

✓ تقديم مجموعة متنوعة من فرص التعلم والتطوير والتركيز علي التعلّم المناسب في الوقت المناسب وبالطريقة الصحيحة؛

✓ تلتزم شركة مايكروسوفت بحل قضايا بيئية من خلال الاستفادة من التكنولوجيا حيث تعتقد انه يمكن أن يكون لها اثر ايجابي في ذلك، حيث في السنة المالية 2017 تم تخفيض وزن مواد التغليف المنتجات إلى 27% كما انخفضت نسبة التسربات الغازية المسببة في الاحتباس الحراري

بنسبة 15%، كما أطلقت في جويلية 2017 برنامج جديد هدفه تسريع استخدام الذكاء الاصطناعي للمساعدة في حل المشكلات البيئية؛

✓ في جانفي 2016 أعلنت شركة مايكروسوفت بأنها ستبتزع ب بليون دولار امريكي في التكنولوجيا السحابية للشركات غير الربحية وللباحثين في الجامعات ولقد حققت هدفها في وقت مبكر إذ تبرعت لاكثر من 90000 شركة غير مريحة وفي سبتمبر الماضي أعلنت عن خطة ليزداد العدد إلى ثلاثة أضعاف.

✓ **مبادرة Horary for given** : العطاء والمنح متأصل في ثقافة مايكروسوفت حيث تعمل على تشجيع الموظفين لديها على العمل التطوعي في خدمة المجتمع من خلال منح الموظفين الذين يرغبون في الاشتراك بالعمل التطوعي وقت مدفوع الأجر، وإتاحة فرص لهم للاشتراك في فريق العمل التطوعي في الشركة، واستخدام موارد وأدوات الشركة في العمل التطوعي.

رابعا: تجربة بنك البركة في تطبيق المسؤولية الاجتماعية¹⁹

مجموعة البركة المصرفية مرخصة كمصرف جملة إسلامي من مصرف البحرين المركزي ومدرجة في بورصتي البحرين وناسداك دبي. تعتبر البركة من رواد العمل المصرفي الإسلامي على مستوى العالم حيث تقدم خدماتها المصرفية المميزة إلى حوالي مليار شخص في الدول التي تعمل فيها. تقدم بنوك البركة منتجاتها وخدماتها المصرفية والمالية وفقاً لأحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية السمحاء في مجالات مصرفية التجزئة، التجارة، الاستثمار و بالإضافة إلى خدمات الخزينة. للمجموعة انتشاراً جغرافياً واسعاً ممثلاً في وحدات مصرفية تابعة ومكاتب تمثيل في خمسة عشر دولة، حيث تدير أكثر من 700 فرع في كل من: تركيا، الأردن، مصر، الجزائر، تونس، السودان، البحرين، باكستان، جنوب أفريقيا، لبنان، سورية، العراق والمملكة العربية السعودية، بالإضافة إلى مكاتب تمثيل في كل من إندونيسيا و ليبيا.

ـ **رؤية مجموعة البركة** : "نحن نؤمن بأن المجتمع يحتاج إلى نظام مالي عادل ومنصف اي نظام يكافئ على الجهد المبذول ويساهم في تنمية المجتمع".

ـ **رسالة مجموعة البركة** : "تلبية الاحتياجات المالية لكافة المجتمعات حول العالم من خلال ممارسة أعمالنا على أساس من الأخلاق المستمدة من الشريعة السمحاء وتطبيق أفضل المعايير المهنية بما

يمكننا من تحقيق مبدأ المشاركة في المكاسب المحققة مع شركائنا في النجاح من عملاء وموظفين ومساهمين."

أعطت البركة أولوية تركيزها على أنشطة الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية خلال عام 2016 حتى عام 2020 على خلق فرص العمل والتعليم والرعاية الصحية. وتقوم لجنة مجلس الإدارة التابعة للمسؤولية الاجتماعية بالاشرف على أنشطة الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية لبنك البركة، والتي تتضمن أهم أدوارها فيما يلي :

_ الحفاظ على استمرارية برنامج البركة للاستدامة والمسؤولية الاجتماعية وتحديثه وفقاً لآخر الأبحاث والاستراتيجيات المعروفة على مستوى العالم والتي تعزز أهداف الشريعة؛

_ إشراف وإدارة عمليات تنفيذ برنامج البركة للاستدامة والمسؤولية الاجتماعية على مستوى المجموعة ككل؛

_ جمع وتوحيد ونشر التقارير السنوية وغيرها من التقارير الدورية حول المسؤولية الاجتماعية؛

_ التنسيق مع برامج المسؤولية الاجتماعية المحلية والدولية.

إن برنامج الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية للمجموعة يتخطى الأعمال الخيرية كما أنه يسعى إلى تقديم إسهامات نحو المجتمع وهو جزء لا يتجزأ من نهج أعمالها إذ يتم إدارة البرنامج من خلال نظام حوكمة متكامل مع أدوات قياس وسياسات وخطط يتم تطويرها وتنفيذها بشكل مشترك من قبل جميع بنوك البركة.

تعتبر أهداف البركة للتنمية المستدامة 2016-2020 متكاملة مع الاهداف العالمية التالية للتنمية المستدامة :

_ الاستمرار في زيادة المحفظة المالية في الطاقة البديلة والخضراء ، القيام بزيادة حملاتها في مجال التشجير عبر المجموعة إلى جانب زيادة الاجراءات للحفاظ على الطاقة في عملياتها ومبانيها.

✓ أهداف البركة للتنمية المستدامة 2016 - 2020

_ خلق 50000 وظيفة جديدة في البلدان التي تعمل فيها من خلال توفير الاحتياجات المالية لعملاء الحاليين والجدد؛

_ التمويل والتبرع إلى المؤسسات التعليمية الخاصة والحكومية بمبلغ وقدره 191 مليون دولار أمريكي؛

_ التمويل والتبرع إلى المؤسسات الصحية الحكومية والخاصة بمبلغ وقدره 434 مليون دولار أمريكي.

✓ إنجازات البركة لسنة 2016

_ هدفها خلق 10207 وظيفة في 2016 وقد ساهمت في خلق 14 535 وظيفة جديدة أي تم تحقيق 28% من أهداف الـ 5 سنوات و 142 % من أهداف عام 2016؛

_ هدفها لعام 2016 هو التبرع والتمويل بمبلغ وقدره 38,173, 398 دولار أمريكي للتعليم وقد قامت بالتمويل اي التبرع بمبلغ وقدره 41,596,059 دولار أمريكي للتعليم وتم تحقيق 21 % من أهداف الـ 5 سنوات و 108 % اهداف 2016 للبركة؛

_ هدفها لعام 2016 هو التبرع والتمويل بمبلغ قدره 86,700,977 دولار أمريكي للرعاية الصحية وقد قامت بالتمويل أي التبرع بمبلغ قدره 96,826,507 دولار أمريكي للرعاية الصحية أي تم تحقيق 22% من أهداف الـ 5 سنوات و 111 % من اهداف 2016 للبركة.

✓ برنامج البركة الخيري

في 2016 بلغ إجمالي التمويل والمساهمة في برنامج البركة للعمل الخيري في حدود 10,560,511 دولار أمريكي. وفيما يلي وصف تفصيلي للجهود المبذولة:

_ **التعليم** : يعد التعليم من أهم الأنشطة الفعالة والحيوية في برنامج البركة للعمل الخيري. يبلغ إجمالي المساهمة في قطاع التعليم 2,589,525 دولار أمريكي بينما تم صرف 702,339 دولار أمريكي على المؤسسات التعليمية القائمة منها في مصر، السودان، تركيا، الجزائر... الخ والجديدة في السودان، تركيا، الأردن وباكستان و 1,887,186 دولار أنفقت على المنح الدراسية في تونس سوريا لبنان تركيا الأردن باكستان .

_ **تنمية المجتمع** : تعد تنمية المجتمع بمثابة إحدى الأنشطة الحيوية الأخرى في إطار برنامج العمل الخيري، ويحظى بالمرتبة الثانية في الجهود المبذولة في هذا المضمار حيث أنّ جميع وحدات مجموعة البركة تساهم بفعالية في هذا البرنامج.

تشمل تنمية المجتمع التدريب المهني وتمويل المشاريع التي توفر خدمات السكن والرعاية الصحية بأسعار مقبولة والتي تساهم في التنمية وتعود بالمنفعة للمجتمع حيث بلغ إجمالي المساهمات في هذه الفئة 1,418,024 دولار أمريكي، مجموع المبالغ التي ساهمت في المؤسسات الصحية القائمة والحديثة هي 629,839 دولار أمريكي، كما أنّ مجموع المبالغ التي ساهمت في بناء المنازل الجديدة هي 459,983 دولار أمريكي، المبلغ الإجمالي المنفق على التدريب المهني هو 328,202 دولار أمريكي.

✓ القرض الحسن

يعتبر القرض الحسن أحد أهم الأركان الأساسية ضمن برنامج البركة للإستدامة و المسؤولية الإجتماعية إذ قامت مجموعة البركة المصرفية (المكتب الرئيسي وبنوك البركة في البحرين ،مصر ، السودان ، لبنان الأردن، الجزائر، باكستان وتركيا.) بتمويل هذا البرنامج بإجمالي مساهمات بلغت 3,16,174, 22 دولار أمريكي في 2016 والتي أعطيت لـ 26842 شخص.

يعتبر برنامج الفرص الإقتصادية والإستثمارات الإجتماعية ثالث برنامج في تقرير البركة للإستدامة والمسؤولية الإجتماعية ويضم هذا البرنامج القطاعات الفرعية التالية: الرعاية الصحية (4133 موظف بدوام دائم في المؤسسات الصحية) تنمية المجتمع (21033 مشروع سكني)

اشتملت القطاعات الاقتصادية التي أولتها مجموعة البركة قدرًا عاليًا من التركيز في مجال الزراعة و البستنة، القطاع الصناعي والتصنيع، الخدمات، الإنشاءات والعقارات، للقطاع التجاري، السياحة، النقل والحرف والصناعات التقليدية إلى جانب غيرها من القطاعات الأخرى بمبلغ إجمالي قدره 5,404,220 دولار أمريكي.

• مساهمة بنك البركة الجزائر

شارك بنك البركة الجزائر في برنامج الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية في عام 2016 في أنشطة برنامج البركة للعمل الخيري وبرنامج البركة للقرض الحسن حيث تضمن برنامج العمل الخيري لبنك البركة الجزائر مساهمات في مجال التعليم وتنمية المجتمع عن طريق توفير الدعم المالي للمشروعات الخاصة بالسكن الاقتصادي والرعاية الصحية إضافة إلى دعم العمل البحثي والعلمي وقد بلغت هذه المساهمات حوالي 594000 دولار أمريكي كما هو مبين في الجدول أسفله.

جدول رقم: مساهمة بنك البركة الجزائر في برنامج الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية

التعليم	288326 دولار امريكي
تنمية المجتمع	61341 دولار امريكي
الثقافة والفنون والادب	12 588 دولار امريكي
المجتمعات التي تواجه صعوبات اقتصادية	232606 دولار امريكي
المجموع	594861 دولار امريكي

المصدر: المسؤولية الاجتماعية للشركة Al Baraka، على الموقع التالي:

<http://www.albaraka.com/ar/media/pdf/News/socialresponsibilityreport2016arabic.pdf>

الخاتمة

وفي الختام يتضح جليا أنّ تطبيق المسؤولية الاجتماعية يتطلب إرساء ثقافة تنظيمية تشجع على التسويق الاجتماعي و الإدارة البيئية و إرساء قيم التعلّم المستمر بهدف تحقيق التنمية المستدامة . كما بات التزام المنظمات بممارسة المسؤولية الاجتماعية وتوفير آلياتها من الخيارات الإستراتيجية التي تضمن لها الأداء المتميز وتحقيق الميزة التنافسية للاندماج في الاقتصاد العالمي الجديد ، فهي تعتبر بمثابة منهج يساهم في خلق التكامل بين الاداء الاقتصادي والبيئي والاجتماعي من خلال تقديم منتجات صديقة للبيئة وذات جودة عالية وباسعار منافسة في إطار إدارة العلاقات مع العملاء والالتزام باخلاقيات الأعمال والحوكمة والشفافية .

الإحالات والهوامش

- ¹ نعيمة يحيوي: نماذج عن بعض الشركات العالمية والإسلامية في ترسيخ المسؤولية الاجتماعية، مجلة المالية والأسواق، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، ص38
- ² محمد الصغير قريشي : المسؤولية الاجتماعية والبيئية في القطاع المصرفي - دراسة تقييمية لمجموعة من البنوك العاملة في الجزائر، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 06 ، 2014 ، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، ص 44.
- ³ جصاص محمد وتليلاني فاطمة الزهراء : تطبيقات المسؤولية الاجتماعية الخارجية للمؤسسات - شركة كوكاكولا كنموذج -، المؤتمر الدولي الثالث عشر حول دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة الواقع والرهانات، يومي 14 و 15 نوفمبر 2016، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، ص 06.
- ⁴ أحمد بن عبد القادر القرني : معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال في السعودية (أراء المراجعين الخارجيين والشركات)، المجلة الاردنية في ادارة الاعمال، المجلد 10 ، العدد 03، 2014، الجامعة الاردنية ، عمان، ص455.
- ⁵ جميلة العمري ومحمد زرقون: دور الاطراف الخارجية للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية-دراسة حالة وكالات شركات التأمين في ولاية ورقلة، مجلة اداء المؤسسات الجزائرية، العدد 08، 2015، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، ص 204.
- ⁶ العابد زهر: التعلم من ازمة المسؤولية الاجتماعية حالة شركة NIKE، مجلة الدراسات الاقتصادية، العدد 01، 2014، جامعة قسنطينة 2، ص94.
- ⁷ جميلة العمري ومحمد زرقون، مرجع سابق، ص 204.
- ⁸ محمد الصغير قريشي ، مرجع سابق، ص ص: 44-45
- ⁹ محمد فلاق: المسؤولية الاجتماعية للشركات النفطية، شركتي سونطراك الجزائرية ورامكو السعودية نموذجا، مجلة الباحث ، العدد 12، 2013، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، ص31.
- ¹⁰ امينة قهواجي وحكيم بن حسان: المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال ودورها في تحقيق التنمية المستدامة، المؤتمر الدولي الثالث عشر حول دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم إستراتيجية التنمية المستدامة الواقع والرهانات، يومي 14 و 15 نوفمبر 2016، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، ص05.
- ¹¹ أحمد بن عبد القادر القرني، مرجع سابق، ص 457
- ¹² المسؤولية الاجتماعية ISO26000 ، شوهده بتاريخ 2017/11/17، على الساعة 30: 15، على الموقع التالي:
<http://www.kl-dev.com/uploads/knowledge/pdf/129436275005865142.pdf>
- ¹³ عسكر الحارثي : ثقافة المسؤولية الاجتماعية من أين تبدأ؟ ص ص: 7- 8 ، شوهده بتاريخ 2017/11/08، على الساعة 43: 21، على الموقع التالي:
<http://www.csr.org.sa/?ar=oath&oathsid=46&oaths=25&oathso=46>
- ¹⁴ المرجع نفسه ، ص ص: 9-10
- ¹⁵ The 2017 100 Best Corporate Citizens - CR Magazine, sur le site suivant :
[thecro.com/100-best/the-100-best-corporate-citizen /](http://thecro.com/100-best/the-100-best-corporate-citizen/)
- ¹⁶ 2016 Corporate Responsibility Report - Report Builder - Intel, sur le site suivant :
http://csrreportbuilder.intel.com/PDFfiles/CSR-2016_Full-Report.pdf
- ¹⁷ Apple Corporate Social Responsibility (CSR) - Research Methodology, sur le site suivant :
<https://research-methodology.net/apple-corporate-social-responsibility-csr/>
- ¹⁸ Corporate social responsibility Microsoft, sur le site suivant:
<https://www.microsoft.com/en-us/about/corporate-responsibility>
- ¹⁹ المسؤولية الاجتماعية للشركة _ Al Baraka، على الموقع التالي:
<http://www.albaraka.com/ar/media/pdf/News/socialresponsibilityreport2016arabic.pdf>

République Algérienne Démocratique et Populaire

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

—*—*—*—*—*—*—*—*

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

—*—*—*—*—*—*—*—*

جامعة محمد خيضر - بسكرة

——*—*—*—*—*—*—*

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

——*—*—*—*—*—*—*



إستمارة المشاركة في اليوم الدراسي:

مكانة وممارسات المسؤولية الاجتماعية في العلوم الاجتماعية والانسانية

المنظم من طرف مخبر العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير

- الاسم واللقب: أكساس إيمان .
- المؤهل العلمي: سنة ثانية دكتوراه ل.م.د.
- التخصص: علوم التسيير.
- المؤسسة: جامعة الجزائر 03، الجزائر.
- الهاتف المحمول: 0558823107.
- البريد الإلكتروني: imenexas@hotmail.fr

- الاسم و اللقب: قادري أحمد معراج .
- المؤهل العلمي: سنة ثالثة دكتوراه ل.م.د .
- التخصص: علوم التسيير .
- المؤسسة: جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل.
- الهاتف المحمول: 0663349071.
- البريد الإلكتروني: kadri_ahmed90@yahoo.fr

المحور الثالث:

تجارب وطنية ودولية في تطبيق وتبني المسؤولية الاجتماعية

عنوان المداخلة:

جهود سونغاز في تحقيق المسؤولية الاجتماعية من خلال حملات التسويق الاجتماعي

الملخص:

في ظل التغيرات العالمية التي تشهدها بيئة المنظمة ومع التطور الثقافي والاجتماعي لم تعد المنظمات تعمل على تحقيق الأرباح والعوائد المالية فقط، بل امتدت مسؤوليتها تجاه موظفيها وبيئة عملها، ما يبرز مدى الحاجة لأن تكون قرارات المنظمة موجهة بإطار أخلاقي يحد من الآثار السلبية لنشاطها على المحيط الذي تعمل فيه وهذا ما يعرف بالمسؤولية الاجتماعية، اذن فالمسؤولية الاجتماعية تعبر عن الالتزامات التي تتبناها المنظمات لحماية المجتمع وتعزيز

المحتوى الاجتماعي لأنشطتها، ومن بين هذه الأنشطة وظيفة التسويق التي توسع مجالها من النشاط التقليدي والتجاري إلى التسويق الاجتماعي، والنظرة إلى دور التسويق في تحقيق المسؤولية الاجتماعية تقوم على تحقيق التوازن بين حاجات المستهلك ورغباته، وأرباح المنظمة، ورفاهية المجتمع. وعليه فإن هذه الورقة البحثية تهدف إلى إبراز مدى مساهمة التسويق الاجتماعي في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، وفي هذا الإطار تم دراسة جهود مؤسسة "سونلغاز" في تفعيل مسؤوليتها تجاه المجتمع من خلال تسويقها لأفكار وسلوكيات ذات طابع اجتماعي تمكنها من تحقيق الرفاهية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للمجتمع. إذ يعتبر موضوع الترشيد الاقتصادي للطاقة من المواضيع الحساسة داخل هذه المؤسسة نظرا لمتطلبات الوضع الحالي الذي يعرفه الاقتصاد الوطني.

الكلمات المفتاحية: تسويق اجتماعي، المسؤولية الاجتماعية، الإطار أخلاقي، ترشيد الاستهلاك، سونلغاز.

Résume :

À la lumière des changements globaux que rencontre l'environnement de l'organisation, et avec le développement culturel et social, l'organisation ne se consacre plus à la réalisation des bénéfices et des rendements financiers uniquement, mais sa responsabilité s'est aussi étendue envers ses employés et son environnement de travail, ce qui accentue la nécessité que les décisions de l'Organisation soient dirigées vers une éthique morale qui limite les effets négatifs de son activité sur l'environnement dans lequel elle opère et ceci est connu sous le nom de la responsabilité sociale. La responsabilité sociale reflète donc les engagements pris par les organisations pour protéger la communauté et pour renforcer le contenu social de leurs activités, parmi ces derniers, le marketing, dont le champ d'activité s'est élargi du commerce traditionnel au marketing social, et la perception du rôle du marketing dans la réalisation de la responsabilité sociale est de parvenir à un équilibre entre les besoins des consommateurs et de leurs désirs, les bénéfices de l'organisation et le bien-être de la société. Par conséquent, le présent document a pour but de mettre en évidence la contribution du marketing social dans la promotion de la responsabilité sociale de l'organisation. Dans ce contexte, nous avons fait une étude sur les efforts de la société "Sonelgaz" dans l'activation de sa responsabilité envers la société grâce à la commercialisation des idées et des comportements d'une nature sociale lui permettant de réaliser le bien-être économique, social et environnemental de la communauté. Le sujet de la rationalisation

économique de l'énergie est considéré comme un sujet sensible au sein de cette organisation en raison des exigences actuelle de l'économie nationale.

Les Mots clés : marketing social, la responsabilité sociale, un cadre moral, rationaliser la consommation, Sonelgaz.

مقدمة:

في عالم يتغير فيه كل شيء، حيث تتحول الأسواق، تتطور التكنولوجيا ويتضاعف المنافسون يكثر الحديث عن التنمية المستدامة، البيئة، توقعات المجتمع واحتياجاته وتعالى الأصوات من أجل حقوق الإنسان واحترامها بالرغم من أنها لم تكن موضوعا للاهتمام من قبل وخاصة أن منظمات الأعمال ولعقود طويلة لم تهتم إلا بتحقيق أعظم الأرباح على حساب المجتمع؛ أما في الوقت الراهن فإن هذه المنظمات مطالبة أكثر من أي وقت مضى بتحمل جزء من مسؤوليتها واعتماد رؤية جديدة قائمة على مفهوم سد الحاجة الفعلية للمجتمع، قدرة تحسينه المستمر ورسم استراتيجيات ملائمة للاستجابة إلى كل توقعات أطرافه مما يحقق التوازن والتكامل والتطوير المتبادل بين المجتمع والمنظمات، فالمسؤولية الاجتماعية ظاهرة حديثة نسبيا تمارس على نطاق واسع في العديد من البلدان المتقدمة وتقوم على فكرة مبادرة المنظمات باستثمار جزء من أرباحها من أجل تحقيق رفاه المجتمع، إعطاء الجمهور صورة ايجابية، تأسيس قاعدة من المستهلكين الواعيين، المساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة والعمل مع الموظفين وأسرهم والمجتمع المحلي لتحسين نوعية الحياة، وهناك وعي تم بأن إغفال عوامل المخاطر البيئية والاجتماعية قد يشوه صورة وسينعكس ذلك على قيمتها في السوق.

لا يتوقف بناء كيان المنظمة وقيامها بمهامها على الابعاد التنظيمية فقط، وانما على قدرتها على التفاعل مع البيئة المحيطة بها ومواجهة المنافسة التي ازدادت بشكل متسارع في السنوات الأخيرة، إلا أنه مع مرور الوقت تغيرت البيئة الكلية وأصبح ارتكاز المنظمة على الجانب التنظيمي وحده غير كفيلا بضمان بقائها في هذه البيئة ومواجهات تحدياتها الصارمة خاصة المنافسة التي بلغت ذروتها، وحتى تتمكن المنظمة من تمييز نفسها عن غيرها من المنافسين أصبح لابد عليها التفكير في طرق حديثة تستهدف بها أولا البيئة التي تنشط فيها ونفس الوقت تعاضمت أهمية العملية التسويقية في المنظمة، وأصبحت بحاجة إلى أداء تسويقي قوي وفعال يضمن لها هذا التميز، وذلك من خلال استغلال التسويق ومستجداته في تحقيق أهدافها على المدى الطويل، خاصة في ظل التقدم التكنولوجي المستمر، ونتيجة لذلك أصبحت المنظمات تعتمد التحسين والتطوير في أسلوبها لمواجهة هذه التحديات وكسب الفرص المتاحة أمامها.

إن هذا كله يوضح توسع مسؤوليات المنظمة في الوقت الراهن وهذا ما يوجب عليها ضرورة مواكبة التطورات للتمكن من البقاء والاستمرار في السوق، او الحفاظ على زبائنها واكتساب آخرين جدد والظفر بميزة تنافسية تميزها عن باقي المنافسين، وعليه فان إشكالية اهتمام المنظمة بمحيطها تطرح نفسها لا سيما أن بقاءها صار يقترن بمدى تكيفها مع هذا المحيط، وسوف نحاول من خلال هذا البحث تسليط الضوء على التسويق الاجتماعي الذي منذ نشأته ساهم ولا يزال يساهم في تحسين وتطوير دورها في المجتمع خاصة أنه قائم على تحقيق رفاهية المجتمع.

ومن خلال هذه الورقة البحثية سنحاول معرفة كيف يمكن للتسويق الاجتماعي أن يساهم في تنمية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة من خلال الإجابة عن التساؤل التالي: **كيف يمن؟**

كما سنحاول معرفة واقع التسويق الاجتماعي والمسؤولية الاجتماعية في مؤسسة جزائرية من خلال عرض تجربة مؤسسة سونلغاز في ذلك على اعتبارها أحد المؤسسات الجزائرية الرائدة وذات التأثير الواسع. وفي سبيل لك وللإجابة عن هذا التساؤل تم تقسيم هذه الورقة للمحاور التالية:

1) المسؤولية الاجتماعية مفاهيم أساسية.

2) ماهية التسويق الاجتماعي

3) علاقة التسويق الاجتماعي بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

4) المسؤولية الاجتماعية والتسويق الاجتماعي في المؤسسة الجزائرية: عرض تجربة مؤسسة سونلغاز

1) المسؤولية الاجتماعية مفاهيم أساسية

1-1) مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

لم يكن مفهوم المسؤولية الاجتماعية في النصف الأول من القرن العشرين معروفاً بشكل واضح، حيث تحاول المنظمات جاهدة تعظيم أرباحها وبشتى الوسائل، ولكن مع النقد المستمر الحاصل لمفهوم تعظيم الأرباح فقد ظهرت بوادر لأن تتبنى المنظمات دوراً أكبر تجاه البيئة التي تعمل فيها.

يعتبر **هوارد باون (Howard R. Bowen)** الأب الروحي للمسؤولية الاجتماعية لمنظمات، وهو أول من أشار إليها في كتابه المعنون بـ: "المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال" الصادر سنة 1953، وعرفها بأنها: "مسؤولية رجال الأعمال في متابعة السياسات، واتخاذ القرارات، والقيام بالأنشطة التي تتلاءم مع أهداف وقيم المجتمع"¹ يشير كل من **(Keith Davis & William Frederick)** إلى أن المسؤولية الاجتماعية تتمثل في تحقيق التوازن بين الأهداف الاجتماعية والأهداف الاقتصادية، وذلك من خلال مواجهة التحديات الاجتماعية المختلفة، وطالبا أن تكون استجابة المنظمة لتلك المسؤوليات طوعية وليس خوفاً من النقد أو التهديد باستخدام القانون، وينصحان أن تكون استجابة منظمات الأعمال لمتطلبات البيئة والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية تجاهها وإلا فإن المجتمع على المدى البعيد سيسلب مكانتها وقوتها لما أسماه **القانون الحديدي للمسؤولية الاجتماعية**².

وقد عرف **بيتر دراكر (Drucker)** عام 1977، المسؤولية الاجتماعية على أنها التزام المنظمة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، أما **(Holmes)** فقد عرفها عام 1985، على أنها: "التزام على منظمة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها...."، ويعرف أيضاً **دافيد دونوك (David Dunnock 1995)** المسؤولية الاجتماعية هي: "ضرورة التزام منشآت الأعمال اجتماعياً تجاه المجتمع الذي تعمل به، وذلك من أجل رفع مستوى الرفاهية للمجتمع بفئاته المختلفة"³. أما **(Robbins 1999)** فيرى أن المسؤولية الاجتماعية تستند إلى اعتبارات أخلاقية تركز على الأهداف على نحو التزامات بعيدة الأمد آخذة في الاعتبار مبادرات منظمة الأعمال الحقيقية للوفاء بهذه الالتزامات وبما يعزز صورتها في المجتمع.⁴ كما أكد كل من **فيليب كونتر ونانسي لي (Philip & Lee 2005)** في تعريفهما للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على أنها: "التزام برفاهية المجتمع من

* يقوم هذا القانون على التلويح بالتشريع لإخيار منظمات الأعمال بأن عليها الالتزام بمسؤوليتها الاجتماعية، وفي حالة عدم تبنيها للمبادرة فسيتم فرضها بالقانون.

خلال ممارسات أعمال اختيارية تقديرية، ومساهمات بالموارد المؤسسية". وتعني الاختيارية الالتزام الطوعي الذي تتحمله المؤسسة عند اختيار وتنفيذ هذه الممارسات والقيام بهذه المساهمات. ويجب البرهنة على هذا الالتزام حتى توصف المؤسسة بأنها مسؤولة اجتماعياً، ويتحقق من خلال تبني ممارسات أعمال و/أو مساهمات جديدة نقدية أو غير نقدية. أما رفاهية المجتمع فتعبر عن الظروف والأوضاع البشرية فضلا عن القضايا البيئية.⁵

وقد جاءت البحوث الرائدة لـ **Carroll** بالتعريف الأكثر شمولاً وبه كان هناك نقلة نوعية في اغناء وتوسيع مفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث يرى أنها " التزام المنشأة بأن تضع نصب عينيها خلال عملية صنع القرارات الآثار والنتائج المترتبة عن هذه القرارات على النظام الاجتماعي الخارجي بطريقة تضمن إيجاد توازن بين مختلف الأرباح الاقتصادية المطلوبة والفوائد الاجتماعية المترتبة عن هذه القرارات".⁶

وبشكل عام فإن المسؤولية الاجتماعية هي التزام مستمر من قبل شركات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والمجتمع ككل، كما أن الربط بين عوامل ثلاثة يعد محددًا هامًا للمسؤولية الاجتماعية، هذه العوامل هي: التطور الاقتصادي التماسك والترابط الاجتماعي والبيئة.

1-2) أهمية المسؤولية الاجتماعية : هناك وجهات نظر متعارضة حول تبني المؤسسات لمزيد من الدور الاجتماعي، وعلى العموم هناك اتفاق عام بكون المسؤولية الاجتماعية بحدود معينة تمثل عملية مهمة ومفيدة للمؤسسات في علاقتها مع مجتمعاتها لمواجهة الانتقادات والضغوط المفروضة عليها ومن شأن الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية تحقيق مزايا بالنسبة لمؤسسة والمجتمع والدولة وأهمها:7

أ. **بالنسبة للمؤسسة:** تحسين صورة المؤسسة في المجتمع وخاصة لدى العملاء والعمال وخاصة إذا اعتبرنا أن المسؤولية تمثل مبادرات طوعية للمؤسسة اتجاه أطراف مباشرة أو غير مباشرة موجود المؤسسة، كما أنه من شأن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تحسين مناخ العمل وبعث روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف، وتمثل المسؤولية الاجتماعية تجاوباً فعالاً مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع كما أن هناك فوائد أخرى تتمثل في المردود المادي والأداء المتطور من جراء تبني هذه المسؤولية.

ب. **بالنسبة للمجتمع:** تعزز التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع مع توليد شعور عالي بالانتماء من قبل الأفراد ذوي الاحتياجات الخاصة والأقليات، كمت توفر الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص وهو جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة؛ تحسين نوعية الخدمات المفيدة للمجتمع الارتقاء بالتنمية انطلاقاً من زيادة تثقيف والوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد وهذا يساهم بالاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية.

ج. **بالنسبة للدولة:** تساهم في تخفيض الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهامها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية الأخرى، كما يؤدي الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية، كما تعزز التطور

التكنولوجي وتساعد ف القضاء على البطالة وغيرها من المهام التي تجد الدولة الحديثة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها جميعا بعيدا عن تحمل المؤسسات الاقتصادية الخاصة دورها في هذا الإطار.

1-3) أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

إن شمولية محتوى المسؤولية الاجتماعية حذت بالباحث "carroll" إلى تبيان أن المسؤولية الاجتماعية تضم أربعة عناصر وأبعاد جوهرية رئيسية وهي: الاقتصادي والأخلاقي والقانوني والخيرية، والتي أوردها "carroll" في شكل معادلة وهي كما يلي:

المسؤولية الاجتماعية الشاملة = المسؤولية الاقتصادية + المسؤولية القانونية + المسؤولية الأخلاقية + المسؤولية الخيرية.

تمثل هذه الأبعاد مطالب أساسية للمجتمع يجب تلبيتها من قبل المنظمة، في حين يتوقع المجتمع بصفة عامة والزبائن

بصفة خاصة فان المنظمات تلعب دورا أكبر في ما يخص البعد الأخلاقي والخيري حيث أن هذا الأخير يمثل في حقيقته رغبات مشروعة لأفراد المجتمع لا بد على المنظمات المختلفة أن تتبناها.

2) ماهية التسويق الاجتماعي:

يعتبر المفهوم الاجتماعي للتسويق من أحدث المفاهيم التي خلصت إليها المواضيع المتعلقة بالتسويق، وكان ذلك كنتيجة حتمية للتطورات البيئية التي فرضت على المؤسسة ضرورة الاهتمام بزبائنها ومصالحهم الاجتماعية وأن تقدم حالات الرضا المرغوب بشكل أكثر كفاءة وفعالية من المؤسسات المنافسة وبطريقة يمكن من خلالها إدامة وتحسين رفاهية الزبون والمجتمع.

2-1) التطور التاريخي للتسويق الاجتماعي:

شهد القرن الماضي عدة مفاهيم وأفكار مثلت التطور التاريخي لمفهوم التسويق، ففي بدايات القرن ساد مفهوم المنتج **Product Concept** في فلسفة إدارة التسويق من خلال التركيز على مبدأ " البضاعة الجيدة تبيع نفسها " وبالتالي فإن رضا المستهلك على المنتج يتوقف على النوعية وكفاءة الأداء ومدى إمكانية الاستمرار في تطويره مستقبلا، وفي بداية 1950 برزت فلسفة جديدة في إدارة التسويق تمثلت في المفهوم البيعي **Sales Concept** تم التركيز من خلاله على أنشطة الترويج ممثلة في الترويج والبيع اللتين تدفعان بالمستهلك للقيام بعملية الشراء. لم يدم هذا طويلا حتى برز مفهوم **Marketing Concept** والمتمحور حول مبدأ ان المستهلك هو الملك يجب العمل على تلبية احتياجاته، وعليه فإن فلسفة التسويق خلال هذه المرحلة ارتكزت إلى كون انجاز أهداف المنظمة تتحقق من خلال ما هو مقرر من حاجات ورغبات الأسواق المستهدفة وفي ظل المنافسة، وبالتالي فإن هذا المفهوم يفترض أن المستهلك يمتلك بدائل مختلفة في حرية الاختيار للسلع التي يرغبها، وأن ذلك يتم وفق ما ينسجم مع إمكاناته المالية وما يمتلكه من معلومات كافية عن المنتج ما يمكنه من اتخاذ القرار الصحيح. غير أنه مما يعاب على هذا المفهوم حصول المستهلك على معلومات مضللة أو ناقصة أو غير صحيحة في بعض الأحيان مما ينعكس على دقة وسلامة قراراته، وكذلك النظام التسويقي يسمح بمرور المزيد من السلع التي ينتج عن استخدامها مخاطر صحية وأمنية، على الرغم من كون هذا

المفهوم هو الشائع إلا أن حدوده ضيقة، بحيث يركز فقط على الجوانب الفنية والتكنولوجية لإنجاز أهداف المنظمة. ومع بروز وسيادة مفاهيم اجتماعية جديدة انعكست على فلسفة التسويق خصوصا فيما يتعلق بتعزيز مفهوم المسؤولية الاجتماعية وبشكلها الحديث. وتأسيسا على ذلك فقد برز مفهوم جديد هو الأحدث في ميدان التسويق يتمثل في التسويق الاجتماعي **Social Marketing** ⁸.

ويعد **Peter Drucker** أول من أشار لهذا منحى في دراسة التسويق بقوله سنة 1957 " ان التسويق يتمثل في بالعمليات الديناميكية لمنشآت الأعمال والتي تحدث التكامل بمنتجاتها مع أهداف وقيم المجتمع"⁹ وفي سبعينيات القرن الماضي أدرك بعض الكتاب مثل فيليب كوتلر و جيرالد زالتمان 1970 بأن نفس المبادئ التسويقية التي تستخدم لبيع السلع و الخدمات للمستهلكين المستهدفين يمكن استخدامها لبيع الأفكار و المواقف والمفاهيم و الأنماط السلوكية المرغوب بها في حياة الأفراد والأسر. وقد قادت الأفكار المتتالية إلى بلورة التطور التاريخي للتسويق الاجتماعي وتطور مبادئه ومفاهيمه، فقد أشار كل " **Hostings & Hoywood** " أن التسويق الاجتماعي يولد مناقشات حية بين المؤسسة والمجتمع قابلة للتطبيق للمساهمة في مجال الرفاهية الاجتماعية على نطاق واسع، والجدول الموالي يوضح اهم مراحل تطور التسويق الاجتماعي:

الجدول رقم (1) : التطور التاريخي للتسويق الاجتماعي.

المرحلة	الفترة	التعريف
مرحلة الظهور	1971-1951	المصطلحات والمفاهيم المستخدمة في أدبيات التسويق التجاري يمكن أن تطبق في المجالات غير الربحية، ومن هنا ظهر مفهوم أوسع للتسويق.
مرحلة تحديد المفهوم	1979-1971	- التسويق الاجتماعي يستخدم تقنيات التسويق التجاري؛ - تكييف أدوات وتقنيات التسويق التجاري وتطبيقها علي التسويق الاجتماعي.
مرحلة التطور والتكامل	1994-1979	- محاولة وجود مفهوم للتسويق الاجتماعي والذي يقوم علي الأنشطة الأربعة للتسويق التجاري (المنتج، التسعير، الترويج، التوزيع)
مرحلة إعادة التقييم	2003-1994	- تعريفات جديدة ودقيقة عن التسويق الاجتماعي، من أبرزها ما قدمه Andearsen؛ - نهج جديد في الكتابات المتعلقة بالتسويق الاجتماعي.
مرحلة التصور جديد	2009 - 2003	مزيد من المواقف الحاسمة فيما يتعلق بمدى توافق مفهوم التسويق التجاري وتقنياته مع التسويق الاجتماعي.

Source : Shoreibah. Ream ,The development of social marketing, a hisrotiography based on bartel's fromwork , op.cit, p 228.

2-2- تعريف التسويق الاجتماعي:

إن حادثة هذا المدخل الفلسفي في دراسة التسويق وتشابكه مع مجالات إنسانية أخرى جعل من الصعوبة إعطاء تعريف محدد ودقيق، غير أنه يمكن ذكر بعض الجهود التي حاولت تعريف التسويق الاجتماعي:

- يعرفه Kotler بأنه " التوجهات الإدارية التي تنصب بشكل رئيسي نحو رضا المستهلك ورفاهية المجتمع، على الأمد الطويل والذي هو مفتاح نحو تحقيق أهداف المنظمة ومسؤولياتها"¹⁰
- كما وضع Zaltman & Kotler سنة 1971 التعريف التالي " :التسويق الاجتماعي هو التصميم والتنفيذ والتحكم في البرامج المطلوبة أن تؤثر على مدى تقبل الأفكار الاجتماعية و كذا الأخذ باعتبارات تخطيط المنتج، التسعير، الاتصال، التوزيع، و البحث التسويقي "¹¹
- عرفه Markin بأنه "الأفكار التي يؤمن بها رجال التسويق والمنعكسة آثارها على الأنشطة التي يزاولونها والمنصبة نحو تحقيق الصالح العام للمجتمع، دون تقيدها بفئة معينة من الأفراد"
- في حين يجد Andreason أن التسويق الاجتماعي يمثل "تطبيق تقنيات التسويق التجاري في التحليل، التخطيط، تنفيذ وتقييم البرامج، بهدف التأثير على السلوك الطوعي للجمهور المستهدف بهدف تحسين رفاهيتهم الشخصية ورفاهية مجتمعاتهم"
- وقدم كل من " Donovan & Henley" تعريفا للتسويق الاجتماعي على أنه " التسويق الذي يطبق على نطاق واسع باستخدام الأدوات والمفاهيم التسويقية الهدف منها تغيير سلوك الأفراد لتحقيق الاستجابة المرغوب فيها اجتماعيا"¹²

وبشكل عام التسويق الاجتماعي ما هو إلا تطبيق لتقنيات التسويق أي تحويلها من الميدان التجاري إلى الميدان الاجتماعي، بمعنى استخدام مبادئ وأساليب التسويق التجاري للتأثير على جمهور مستهدف لكي يقبل أو يرفض أو يعدل أو يقلع طواعية عن سلوك ما من أجل منفعة الأفراد أو الجماعات أو المجتمع ككل.

2-3- أهمية التسويق الاجتماعي:

تكمُن أهمية التسويق الاجتماعي في أنه يوجه إلى جماهير تتسم بالاختلاف والتنوع، ويسعى لتغيير اتجاهات وسلوكيات اجتماعية ترسخت عبر سنوات عديدة، إلى أنه يستهدف التأثير في معارف واتجاهات وسلوك الأفراد مما يتطلب بذل مجهود كبير يتسم بالاستمرارية حيث يرفض الأفراد تغيير سلوكياتهم التي تشكل معتقدات وأنماط اجتماعية اكتسبت قوة من قيم وعادات المجتمع، كما تظهر أهمية التسويق الاجتماعي في أنه يساهم في تحسين وتعزيز الصورة العامة للمؤسسة، حيث يخلق انطباع إيجابي لدى عملائها وبالتالي يخلق تفضيل لعلامتها التجارية ما يؤدي إلى زيادة المبيعات وتحسين الربحية على المدى الطويل، إضافة إلى أنه يساهم في إحداث تأثير حقيقي في عجلة التغيير الاجتماعي وخلق رأي عام داعم يحث المجتمع على المشاركة الإيجابية لحل قضية ما يتعرض لها المجتمع.¹³

2-4) - مزيج التسويق الاجتماعي

إذا ما قررت المؤسسة تبني فلسفة التسويق الاجتماعي فإنه يتحتم عليها أن تتحلى بالأخلاق التسويقية وأن تتحمل بعض القرارات التي قد لا تكون في صالحها على المدى القريب، وينعكس ذلك في قراراتها المرتبطة بالمزيج التسويقي وبالتالي يجب تحديد الجمهور المستهدف جيدا، للتمكن من معرفة متى سيكون حافزا لهم لإجراء التغيير المطلوب، ولا يأتي ذلك إلا من خلال عملية تخطيط وتصميم يأخذ فيها التركيز على المستهلكين حيزا واسعا، وتسعي المؤسسة لوضع مزيج تسويقي مناسب:¹⁴

أ. **المنتج:** لابد من الإشارة إلى إن المنتج الاجتماعي يمثل ذلك المزيج من المنتجات المادية مثل، كتيبات ودليل الاستخدام، أجهزة للأمن والسلامة الاستعمالية... وغير المادية مثل: إرشادات الاستهلاك للمواد الغذائية، نصائح لترشيد الاستهلاك وكذلك الأفكار المتمثلة في حماية البيئة، حماية المستهلك.

ب. **السعر:** يعبر عن التكلفة التي يدفعها المستهلك للحصول على منتجات التسويق الاجتماعي، هذه التكلفة قد تكون مادية محددة بقيمة نقدية مقابل التنازل عن شيء مادي أو تعديل وتغيير نمط معين، وقد يكون المطلوب دفعه جهدا أو وقت أكبر من أجل تغيير سلوك ما، كما أن أسعار سلع التسويق الاجتماعي قد تكون مرتبطة بالحرص، الرفض.

ج. **الترويج:** في مجال التسويق الاجتماعي يفضل الكثير من الباحثين توظيف مصطلح الإعلان الاجتماعي للتدليل على النشاطات الاتصالية التي تحت الأفراد على تبني أفكار وسلوكيات تروج لها المؤسسة، وبشكل عام فإن غالب المؤسسات تستخدم وسائل عدة عند الترويج لحماتها الاجتماعية والمتمثلة في الإعلان الاجتماعي، العلاقات العامة، وسائل الإعلام (التلفزيون، الراديو...)، نشر المجلات والصحف، وبالإضافة إلى الوسائل السابقة فإن المؤسسة قد تعتمد على المسوحات الاستقصائية والاستبيانات...

د. **الاتصال:** من أجل إمكانية وقوف المؤسسة على مدى تقبل برنامج التسويق الاجتماعي يجب عليها تشجيع ودعم الاتصالات والقنوات والتي من شأنها أن توصل الأهداف بشكل فعال للجمهور وذلك من خلال سياسة من القوانين واللوائح التي تؤثر على سلوك وتصرف الأفراد، فمثلا ترشيد الاستهلاك أو تشجيع استهلاك المنتج المحلي أو المحافظة على البيئة أو حماية المستهلك يجب أن تعتمد المؤسسة على عدة خطوات مهمة تبدأ بالقيام بالتوعية والتعليم لإقناع الجماهير المستهدفة بإحداث تعديلات تدريجية في مواقفهم اتجاه أهدافها ثم السعي لكشف والبحث عن الأسباب والحوجز التي تحول دون تعديل الأنماط السلوكية بما يحقق وفرة مادية أو بما يقلل من حجم الخسائر في أنماط الأفراد وأخيرا تعمل المؤسسة على إزالة الحواجز التي تحول دون تغيير السلوك من جهة وتعميق تطبيق البرنامج الاجتماعي من ناحية ثانية.

هـ. **التوزيع:** يشير نظام التوزيع إلى المكان والطريقة التي يصل بها المنتج إلى المستهلك، فإذا كان المنتج مادي ملموس وجب مراعاة وظائف التسويق التجاري من نقل، تخزين، تسليم... بالإضافة إلى الأنشطة البيعية مثل البيع الشخصي، أما إذا كان المنتج غير ملموس فالمكان وعملية التوزيع تصبح أقل وضوح، وقد أشار العديد من الباحثين إلى أن قنوات التوزيع في مجال التسويق الاجتماعي قد تكون في نقاط البيع ومراكز

التسويق، أو عن طريق المحاضرات والندوات في المدارس والجامعات، وكذلك استخدام مركبات ووسائل إعلام في حال التنقل إلى المستهلكين في منازلهم.

و. **المشاركة:** غالباً ما يكون للبرنامج الاجتماعي أنواع مختلفة من الجمهور ومن أجل أن تكون الحملة ناجحة، لا بد من المشاركة الخارجية والداخلية، فعلى سبيل المثال في برامج اجتماعية لحماية البيئة لا بد من مشاركة وتعاون جمعيات حماية البيئة وجمعيات حماية المستهلك، إضافة إلى الأطراف الفاعلة للمحافظة على المحيط .

ز. **دعم وسائل الإعلام:** يمكن لبرنامج التسويق الاجتماعي أن يحقق نتائج جيدة في تحفيز وتغيير سلوك الأفراد، ولكن هذا أمر صعب للحفاظ على الجمهور المستهدف ولا بد من دعم وسائل الإعلام المختلفة لأي برنامج تسويقي بهدف إحداث التأثير المطلوب والمرغوب فيه.

2-5 - التخطيط لحمات التسويق الاجتماعي:

عرف " Michel Andrien " حملات التسويق الاجتماعي بأنها "مجموعة البرامج الاتصالية التي تعتمد على التخطيط لوضع استراتيجيات إقناعيه بهدف تبني الأفكار أو السلوكيات أو الممارسات الاجتماعية الإيجابية. تعتمد هذه الحملات على برامج متخصصة في تغيير معارف وسلوكيات واتجاهات الجمهور المستهدف" ¹⁵ ونجاحها مرتبط بالتزام المسوقين بجميع خطوات التخطيط والاستراتيجية المرسومة والأهداف المسطرة مع رصد الإمكانيات المادية والبشرية والمعرفة الجيدة لخصائص الجمهور وطبائعه، وعليه فإن بناء وتخطيط الحملات التسويقية يمر بمجموعة من الخطوات تشمل فيما يلي:

أ. **جمع المعلومات والبيانات:** يعتبر الجمع والبحث عن المعلومات هو حجر الزاوية الذي تبني عليه كافة الجهود، وهو ضمان رئيسي لنجاح أي حملة اجتماعية، كما أنه عملية متواصلة تبدأ مع بداية الحملة الإعلامية وتتداخل في كل مرحلة من مراحلها وتستمر حتى نهايتها، وفي مرحلة جمع البيانات والمعلومات يجب مراعاة: الجوانب المختلفة للمشكلة، أسباب المشكلة، من المتأثر بها؟ ما هي البدائل المتاحة لحل المشكلة، ما هي عقبات حل المشكلة؟ وما هي السلوكيات المطلوب تغييرها؟ نوعية المجتمع الذي ستوجه له الحملة الاجتماعية التسويقية ومعرفة الظروف السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، العادات، التقاليد، القوانين والتشريعات السائدة فيه فئات الجمهور المستهدف وواقعهم الاجتماعي، الاقتصادي ومدى تعرضهم لوسائل الإعلام ومعرفة العادات، التقاليد التي تحكمهم واللهجات التي يتحدثون بها. ¹⁶

ب. **تحديد الأهداف الخاصة بالحملة:** تفترض أي حملة من حملات التسويق الاجتماعي وجود سلسلة من الأهداف يتم تحديدها بناء على الموضوع وكذلك الجمهور المستهدف، ويجب أن تهتم المؤسسة عند صياغة الأهداف بالمرونة أي قابليتها للتعديل والتغيير وفقاً لما يطرأ أثناء التنفيذ، الموضوعية وتكون في حدود الإمكانيات والموارد المتاحة وقابلة للتنفيذ خلال الفترة الزمنية المحددة لها، وضوح الأهداف ودقتها. ¹⁷

ج. **تحديد فئات الجمهور المستهدف:** يتوقف تأثير الحملة الاجتماعية التسويقية على دقة تحديد الجمهور المستهدف وتصنيفه مما يساعد على الاستغلال الأمثل للإمكانيات المادية والبشرية للوصول إلى كافة الفئات بأكثر

الوسائل تأثيراً وفي فترات زمنية محددة، ويحكم تصميم حملة التسويق الاجتماعي مبدأ "أعرف جمهورك"، فإن لم تعرفه فلن تستطيع أن تقنعه.¹⁸

د. اختيار وسائل حملة التسويق الاجتماعي: يعد وضع خطة الوسائل الإعلامية المقرر استخدامها في حملات التسويق الاجتماعي إحدى الخطوات الهامة التي تؤثر على مدى نجاح الحملة أو فشلها، وتعتمد عملية اختيار وسيلة حملات التسويق الاجتماعي على عدة معايير منها: ضمان التغطية الجغرافية، التوزيع أو الاستقبال الفعلي للوسيلة، عدد الجمهور الفعلي المستقبلين لوسيلة الحملة.¹⁹

هـ. تنفيذ الخطة: عند تنفيذ الخطة التسويق الاجتماعي يراعي القائمون مرونة الحملة و أن تكون متفقة مع متطلبات الظروف التي يعيشها المستهدف مع مراعاة عنصر الظروف المتغيرة والمتجددة، و موعد تنفيذ الحملة على العاملين في مجال التسويق الاجتماعي إدراك أن موعد تنفيذ الحملة يساعد في نجاحها أو فشلها، ومعنى ذلك أن يراعي عند تنفيذ الخطة الإطار الزمني وعلى سبيل المثال حملات التطعيم الصحي في مرض معين يجب أن يرتبط مواعدها بفترة المرض أو اقتراب مرحلة دخوله، ونذكر مثال في حالة عقد مؤتمر أو فتح أبواب المؤسسات يجب مراعاة العوامل الذهنية والمكانية.

3) علاقة التسويق الاجتماعي بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة:

من خلال ما سبق يظهر أن كل من المسؤولية الاجتماعية والتسويق الاجتماعي في دفع المؤسسة لتحقيق رفاهية المجتمع. فالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تتمحور في أن كل منظمة عليها أن تتعامل مع جميع الأطراف من أصحاب المصالح والمجتمع الذي تعمل في وسطه والبيئة بشكل مسؤول مبني على أسس أخلاقية وشفافية لينعكس على هذه الأطراف إيجاباً، بحيث تحقق النمو والحفاظ على الحقوق، والتسويق الاجتماعي هو وسيلة لتحقيق المسؤولية الاجتماعية من خلال جعل كل مؤسسة مهم كان نوعها تهتم بدراسة حاجات ورغبات السوق كوظيفة أولى وإرضائها بشكل فعال وأحسن من منافسيها من جهة، وبطريقة تضمن وتطور رفاهية مجموع أفراد المجتمع من جهة أخرى، وبذلك فالتسويق الاجتماعي يتضمن مفهوم المسؤولية الاجتماعية ويدخله في المؤسسة بطريقة تجعله صبغة لنشاطاتها المختلفة، من خلال تحليل الجانب الأخلاقي، الاجتماعي والبيئي الذي تسجله البرامج المحققة، إذن التسويق الاجتماعي يدفع المؤسسة والزبائن معا إلى التأثير إيجاباً على المجتمع.

ومنه فالتسويق الاجتماعي يستخدم المسؤولية الاجتماعية كطريقة عمل للمؤسسة والتي من خلالها تدمج الاهتمامات والقضايا الاجتماعية والبيئية والاقتصادية في صنع القرار واستراتيجيات وسياسات وقيم وثقافة المؤسسة والعمليات والأنشطة داخل المؤسسة بشفافية ليتم تطبيق أحسن الممارسات، وهذا ما يحقق في النهاية صورة إيجابية للمؤسسة، خاصة بعد إضفاء الصبغة الأخلاقية عليها وزيادة مصداقيتها وبالتالي زيادة الإقبال على منتجاتها وتحقيق أرباح معتبرة ذات صبغة اجتماعية. إن هذا كله يبين ما للصبغة الاجتماعية لنشاط المؤسسة من دور في المجتمع وبقائه والمحافظة عليه، وبالتالي الحفاظ على نشاطها وبقائها باعتبارها جزء من المجتمع.

4) المسؤولية الاجتماعية والتسويق الاجتماعي في المؤسسة الجزائرية: عرض تجربة مؤسسة سونلغاز

المنتبع لتوجهات الشركات العالمية واستراتيجياتها يلاحظ أنها أصبحت تهتم بالمفاهيم الحديثة المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية وأصبحت تراعي العقد الاجتماعي القائم بينها و بين محيطها، وأنها قد أدرجت الأنشطة ذات الأثر الاجتماعي التي تحقق الرفاه للمجتمع ضمن أولوياتها، ومن تلك الأنشطة حملات التسويق الاجتماعي التي أصبحت أداة اتصال بين الشركات والمتعاملين معها و محاولة للاستفادة من المزايا المترتبة عن تلك الأنشطة ودورها في تحسين الصورة الذهنية و كسب الولاء بما ينعكس على صورة المؤسسة وسمعتها، تختلف درجة الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية بالنسبة للمؤسسات الناشطة في الاقتصاد الوطني وذلك تبعا لطبيعة نشاطها وكذلك حسب درجة تأثيرها على البيئة المحيطة بها. ولذلك سنحاول دراسة حالة مؤسسة سونلغاز " SONELGAZ" المتخصصة في إنتاج ونقل وتوزيع الكهرباء والغاز الطبيعي بالتطرق إلى التعريف بالمؤسسة و ثم توضيح مدى أو درجة التزام هذه المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية وتطبيق مبادئ التسويق الاجتماعي.

4-1) **التعريف بالمؤسسة:** سونلغاز كمؤسسة لها جذور تاريخية قديمة حيث عرفت العديد من التحولات والتطورات والتسميات، فتم أنشائها سنة 1947 تحت مسمى كهرباء وغاز الجزائر "EGA" حيث تولت إنتاج وتوزيع الكهرباء، وفي سنة 1969 تحولت إلى المسمى الحالي سونلغاز (الشركة الوطنية للكهرباء والغاز) وفي سنة 1991 تحولت إلى مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي تجاري EPIC بعدها أصبحت شركة مساهمة SPA سنة 2002. وقد شهدت المؤسسة توسعا كبيرا لدره أصبحت مجمعا تضم شركات متفرعة تقوم بالنشاطات الأساسية وهي:

- مؤسسة للإنتاج "سونلغاز إنتاج الكهرباء SPE "
- 04 مؤسسات للتوزيع (الجزائر ، الوسط، الشرق، الغرب)
- مؤسسة لنقل الكهرباء " مسير شبكة نقل الكهرباء GRTE "
- مؤسسة لنقل الغاز " مسير شبكة نقل الغاز GRTG "

الشركة الوطنية لنقل الكهرباء والغاز هي الشركة الوحيدة على المستوى الوطني المخولة بإنتاج الكهرباء ونقله وتوزيعه وكذلك الغاز، فهي تهدف إلى إنتاج الكهرباء ونقلها وكذلك نقل وتوزيع الغاز إلى جانب تطوير الخدمات الطاقية بكل أنواعها.

4-2) جهود سونلغاز في تحقيق المسؤولية من خلال حملات التسويق الاجتماعي:

يعتبر موضوع الترشيد الاقتصادي للطاقة من المواضيع الحساسة نظرا لمتطلبات الوضع الراهن الذي يعرفه الاقتصاد الوطني نتيجة انخفاض عائدات المحروقات وهو ما يتطلب حشد وتظافر الجهود والإمكانات لتخطي هذا الوضع، في إطار ذلك تسعى مؤسسة "سونلغاز" إلى تفعيل مسؤوليتها تجاه المجتمع من خلال تسويقها لأفكار وسلوكيات ذات طابع

اجتماعي تمكنها من الرفاهية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للمجتمع. وذلك بتشجيعها على الاستخدام العقلاني والرشيد للطاقة وخاصة الكهرباء والغاز. وعليه فإن مؤسسة سونلغاز وفي إطار سعيها نحو ترشيد الاستهلاك قامت سونلغاز بتبني حملات تسويق اجتماعية من خلال مجموعة من الخطوات تمثلت في:

أ. جمع المعلومات البيانات: تعتبر سونلغاز هي الشركة الوحيدة الناشطة في مجال انتاج وتوزيع الكهرباء والغاز في الجزائر وبالتالي فإن جميع المشتركين في شبكة الكهرباء والغاز هم زبائن لسونلغاز، حيث بلغ عدد مشتركها لسنة 2012 حوالي 7.5 مليون مشترك ما بين أصحاب التوتر العالي والمتوسط والبسيط.

ب. 20

تشير الوكالة الوطنية لترقية وترشيد استعمال الطاقة أن الأسرة الجزائرية تستهلك من الكهرباء ما يعادل 10 مرات من مقاييس الاستهلاك العالمية، حيث أن العائلة الجزائرية تستهلك ما بين 1800 و 2000 كيلو واط ساعي سنوياً في حين المقاييس العالمية تتراوح بين 200 و 250 كيلو واط ساعي سنوياً، فالجزائر تشهد هدراً كبير للطاقة حيث قدرت كمية الطاقة المهدرة سنوياً ما نسبته 25% من الطاقة المنتجة. وهذا راجع حسب البروفيسور شمس الدين شيتور* إلى انخفاض أسعار الطاقة في الجزائر، حيث يتراوح سعر الكيلو واط ساعي في فرنسا بحسب المتعاملين بين 0.144 أورو و 0.164 أورو ما يعادل 15.84 دج إلى 18.04 دج وفي الجزائر يبلغ سعر الكيلو واط /ساعي 4.179 دج للكيلو واط/ساعي وهو ما يعادل 0.016 أورو (9 مرات أرخص مقارنة مع فرنسا) بالنسبة للاستهلاك الاجتماعي و 0.037 أورو للمستوى الثاني فما فوق (أعلى من 125 كيلو واط/ساعي)، وهو ما يفسر عدم اكتراث المستهلك الجزائري بترشيد استعماله للطاقة²¹.

ج. تحديد الأهداف: تهدف حملة التسويق الاجتماعية التي قامت بها سونلغاز إلى تعديل السلوك السلبي المنتشر في المجتمع الجزائري بجميع مكوناته وشرائحه من مواطنين عاديين إلى هيئات رسمية وكذلك تصحيح المفاهيم المنتشرة حول استهلاك الطاقة حيث طغت السلبية في تصرفات الجزائريين فأصبح استهلاكهم للطاقة غير مضبوط ولهذا سعت سونلغاز إلى نشر أفكار وسلوكيات الترشيد من خلال حسن استغلال الطاقة باستعمال أقل قدر ممكن من الحاجة من الطاقة وكذلك الاستخدام العقلاني للكهرباء وعدم الاسراف والتبذير في استخدامها.

د. تحديد الفئة المستهدفة: في سبيل حملة تخفيف وترشيد الاستخدام غير العقلاني للطاقة، استهدفت سونلغاز في هذه الحملة جميع شرائح المجتمع حيث تقسم إلى:

القطاع العائلي: وهم مستهلكو المنازل، حيث حجم الاستهلاك العائلي يتحدد بمستوى دخل الفرد وثبات الدخل عند الأفراد، وأيضاً يتأثر بالمناخ الذي تقع فيه العائلة أكان حاراً أو بارداً، أو بالموقع الجغرافي حضري أو ريفي. وكذلك يتأثر الاستهلاك بمستوى استخدام الأجهزة في المنازل والاستخدامات المنزلية للكهرباء محدودة

* خبير في الشؤون النفطية والطاقة وأستاذ في المدرسة الوطنية متعددة التقنيات

قطاع الأعمال: ويتمثل في القطاع الاقتصادي وفيه نجد مجالات ذات استهلاك متوسط ونجد ضمنه المحلات التجارية بمختلف أنواعها والمطاعم والفنادق والمكاتب الخاصة والورش الصناعية والحرفية والمستشفيات والعيادات الخاصة، ويكون استهلاك هذه الفئة بشكل متذبذب خلال اليوم جراء نشاط كل نوع من الأنواع التجارية، فمنها من يعمل خلال اليوم كالمستشفيات ومنها من يعمل لساعات محددة في اليوم كالمحاميين والأطباء ومنهم من يعمل معظم ساعات اليوم كالمحلات التجارية والورش والحرفيين وغيرهم. كما نجد فيه مجالات ذات استهلاك عال ومرتفع ويشمل القطاع الصناعي صناعات تستخدم الكهرباء في عملياتها الإنتاجية بشكل كثيف كما هناك صناعات تقوم بالتشغيل خلال ساعات في اليوم أو حسب الواردات، واستهلاكها للكهرباء يكون أقل استهلاكاً من سابقتها، وهناك صناعات تقوم بالاعتماد على وقود أخرى ولكن تعتمد على الكهرباء لاستخدامها الإداري والتنفيذي والإضاءة الداخلية، ويعتبر القطاع الصناعي أكبر مستهلك للطاقة الكهربائية من بين القطاعات الأخرى.

القطاع العمومي: يضم هذا القطاع عدد كبير من الميادين والأجهزة الحكومية والعمومية التي تتميز باستهلاكها للكهرباء الثابت نسبياً كقطاع النقل والاتصالات والسياحة والمدارس والمستشفيات الحكومية وإنارة الشوارع وإشارات المرور وأجهزة الحكومة بمختلف أشكالها، وتعتبر هذه الفئات من أكثر الفئات التي من الممكن أن تعرف مرافق الكهرباء احتياجاتهم في اليوم أو الفصل أو السنة وذلك لثبات استخدامهم من الكهرباء.

هـ. اختيار الوسيلة المناسبة: بعد تحديد الجمهور المستهدف من حملة التسويق الاجتماعي الهادفة لترشيد وعقلنة استخدام الطاقة قامت مؤسسة سونلغاز باختيار الوسائل الإعلامية التي تحظى بقبول جميع الشرائح المستهدفة ولها انتشار واسع في وسط الجمهور والمتمثلة في وسائل الاعلام البصري والسمعي.

ومن بين التجارب التي قامت بها سونلغاز وبالتعاون مع التلفزيون الوطني سنة 2004 بتقديم عرض عملي مباشر، حيث طلب من المشاهدين اغلاق مصباح واحد فقط ولاحظ الجميع الأثر الذي خلفته هذا العملية البسيطة في القدرة الإجمالية للكهرباء، وقد قدمت سونلغاز من خلال هذه اللقاء نداءاتها لكبار الصناعيين بتقليل استخداماتهم للكهرباء أو تحديد استهلاكهم خاصة في الحالات الحرجة، كما وجهت دعواتها للعائلات بالتخلي بالاستهلاك المفيد والعقلاني للكهرباء وعدم الإسراف في استخدام الإنارة ووسائل التدفئة (خاصة الكهربائية منها) كما دعت الإداريين وممثلي الأجهزة الحكومية بإغلاق وسائل الإنارة والتدفئة بعد مغادرة المكاتب واستغلالها بعقلانية.²²

لم تكفي سونلغاز بهذه التجربة بل تعددت التجارب والمحاولات في ظل سعيها لتوصيل رسالة حملتها للتسويق الاجتماعي إلى أقصى حد ممكن، فاستغلت جميع الوسائل الإعلامية المتاحة أمامها من بينها الإذاعة من خلال اللقاءات والبرامج الإذاعية المباشرة والتي كانت تجرى بتدخل ممثليها الإعلاميين لشرح الطرق والأساليب المعينة على تقليل مشتركها استخدامهم للكهرباء وترشيد استهلاكهم، كما كان لها تحركات ميدانية من خلال قيامها بمجموعة من الدورات والندوات الميدانية وإشرافها على فتح أبوابها أمام الجمهور ومشاركتها على مستوى فروعها المختلفة ووكالاتها التجارية المنتشرة عبر الوطن تم تقديم لهم منشورات ومطويات تحمل نصائح تساهم في ترشيد الاستهلاك للطاقة نذكر

من بين هاته النصائح: ضرورة احترام وقت الذروة والمقدر ما بين 18:00 إلى 22:00 وذلك بتجنب استخدام الأجهزة الكهربائية التي تتطلب طاقة كبيرة، الاعتماد على الإنارة الطبيعية خاصة في الصباح واستخدام المصابيح الاقتصادية ، ضرورة حسن اختيار الأجهزة الكهرومنزلية واختيار التي تخضع لمعايير السلامة والاقتصاد في الطاقة... وغيرها من النصائح التي تسمح بترشيد الاستهلاك للطاقة. كما انها وفرت لمشتركيها العديد من النصائح وقدمتها لهم في محل اقامتهم حيث قدمت منشورات تدعو لترشيد الاستهلاك برفقة فواتير الاستهلاك لمشتركيها وهذا ما أوضحه الرئيس المدير العام للمؤسسة حيث قال ²³ "أنا سنذهب إلى منازل زبائننا وسنرفق فاتورة استهلاكهم للكهرباء والغاز كل مرة بمطويات ترشدهم لاتخاذ جملة من النصائح البسيطة التي من شأنها أن تجنبهم مصاريف زائدة وتكلف خزينة الدولة أموالا كثيرة نظير إنتاج هذه الطاقة "، كما تعمل سونلغاز من خلال موقعها الالكتروني إلى توفير الارشادات والنصائح التي تساهم في عملية تغيير سلوك الأفراد والمؤسسات وتبنيهم لسلوك حسن استغلال الطاقة.

ويشار بالذكر أن مؤسسة سونلغاز في حملتها التسويق الاجتماعية هذه والهادفة لتغيير السلوكيات السلبية المتأصلة في المجتمع أو ما بين مشتركيها والمتمثلة في الاستخدام السلبي والمفرط وغير العقلاني للكهرباء والغاز وبغية إثارة الجمهور المستهدف وحثه نحو تغيير هذه السلوكيات انتهجت واتبعت مجموعة من الشعارات قادت بها حملتها هذه نذكر من بينها:

- ✓ الاستعمال العقلاني للطاقة حفاظ على مواردنا واقتصاد في المال
- ✓ الاستعمال العقلاني للطاقة = تخفيض مبلغ الفاتورة
- ✓ الحفاظ على الكهرباء منفعة للجميع
- ✓ اقتصاد الطاقة: فكر فيه، تريح فيه
- ✓ ترشيد استهلاك الكهرباء سلوك جد مطلوب من كل أفراد الأسرة
- ✓ ترشيد استهلاك الكهرباء يساهم في تقليل التلوث البيئي

وحسب مسؤولي الإعلام لمديرية توزيع الكهرباء والغاز لولاية بسكرة (تابعة لمديرية توزيع الكهرباء والغاز وسط) فإنهم ومن أجل حملة تسويق سلوك ترشيد استهلاك الطاقة التي قاموا بها استعانوا بالإذاعة بالدرجة الأولى من خلال البرامج التحسيسية الدورية التي قاموا بها كما استعانوا بالصحافة المكتوبة من خلال نشر البيانات التي تحمل في طياتها نصائح وارشادات تدعو للاستخدام العقلاني للطاقة بالإضافة الى الخرجات الميدانية التي استهدفوا بها الفئات الصغرى والشبابية من خلال قيامهم بتنشيط ندوات ومدخلات في المؤسسات التعليمية، وحسب نفس المسؤولين فإن نسبة تقبل هذه الحملة تفاوتت من فئة إلى أخرى حيث كان هناك تقبل وترحيب بهذا السلوك الإيجابي من قبل فئات عديدة خاصة الفئات المثقفة والفئات الصغرى وبالمقابل أسر مسؤولو الاعلام بالمديرية إلى وجود فئة من المجتمع لا يمكن تغيير ذهنياتها بهاته

الطريقة حيث يعتبرون بما أنهم يدفعون ثمن الفاتورة فمن حقهم استهلاك الكهرباء كيفما شاءوا والحل حسبهم إعادة النظر في دعم الدولة للطاقة الذي من شأنه دفع مثل هؤلاء إلى ترشيد استهلاكهم رغما عنهم.

الخاتمة:

في ظل الألفية الثالثة ومتغيراتها المتلاحقة، تغيرت النظرة التي كان ينظر بها للمنظمات والتي كانت تركز على الجانب الاقتصادي فقط، فنجاح المنظمة اليوم مرتبط بمدى نجاحها في خدمة مجتمعها إلى حد بعيد وجب على المنظمات أن تتحلى بروح المسؤولية اتجاه مجتمعها. وتسهر على تقديم الأفضل دوماً وليس أحياناً. وهذا لا يتحقق إلا عن قناعة تامة، فالمسؤولية الاجتماعية لا يمكن فرضها وإنما يجب أن تنبع من قيم المنظمة ومبادئها. ولأن ثقافة المنظمة، تجسد الروح أو الإطار المعنوي والثقافي للمنظمة، فلا بد أن يبدأ العمل على تبني المسؤولية الاجتماعية منها، فإذا كانت ثقافة المنظمة قوية وقيمها متماسكة سهل على القائمين في المنظمة تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية، وإن كانت ضعيفة مهتزة القيم وجب تغييرها وتقوية مواطن الضعف فيها وتضمين مبادئ وقيم المسؤولية الاجتماعية فيها.

وبقدر ما يحقق تطبيق المسؤولية الاجتماعية من فائدة للمجتمعات من جهة وللبيئة من جهة أخرى، فإن التسويق الاجتماعي يساعد المؤسسة على إنتاج ما يلائم راحة المجتمع ورفاهيته وما يحافظ على البيئة ونظافتها، فهو يعتبر كمكمل أو مساعد على تجسيد المسؤولية الاجتماعية ودفع المؤسسة إلى التعامل بما يناسب المجتمع أخلاقياً وفكرياً. فالمؤسسة المسوقة لمنتجاتها اجتماعياً ستكون حتماً ملتزمة بالمسؤولية الاجتماعية، والمؤسسة التي تطبق أساليب وأدوات المسؤولية الاجتماعية ستكون حتماً محترمة للبيئة وموجهة لالتزاماتها البيئية بما يتناسب مع دورها ووظيفتها الاقتصادية.

ومن خلالنا عرضنا لتجربة سونلغاز في مجال التسويق الاجتماعي وجدنا انها قامت ولا زالت تقوم بجهد يعكس مسؤوليتها تجاه المجتمع الذي تنتشط حيث سعت إلى الحفاظ على الموارد الوطنية والطاقوية خاصة مع تراجع عائدات المحروقات في الآونة الأخيرة وذلك من خلال بث ونشر بعض السلوكيات الإيجابية ومحاربة المظاهر السلبية التي تستنزف الموارد، فقد سعت إلى ضرورة تبني المستهلكين لسلوك الاستخدام العقلاني والرشيد للكهرباء والغاز ، وبالرغم من جهود سونلغاز غير أنها غير كافية في ظل تجذر بعض السلوكيات السلبية في المجتمع حيث يتطلب من كل مؤسسة ان تقوم بدورها كما ينبغي وأن تتحلى بسلوك المواطنة من خلال تحقيقها لأهدافها الاقتصادية بما يتوافق مع تحقيق رفاهية المجتمع.

وفي الختام، يمكن القول أنه إذا نجحت المنظمة في إرساء ثقافة تنظيمية قوية تؤمن بالمسؤولية الاجتماعية تكون قد قطعت شوطاً كبيراً في رحلتها نحو خدمة المجتمع والنجاح في تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية.

- ¹ مقدم وهيبة، " تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال الجزائرية للمسؤولية الاجتماعية - دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري "، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة وهران، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2014، ص 68
- ² نفس المرجع السابق، ص 68
- ³ مدحت محمد أبو ناصر، " المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات - المواصفة القياسية ISO26000 "، المجموعة العربية للتدريب و النشر، القاهرة: مصر، 2015، ص 31.
- ⁴ رابعة سالم النور، " أثر تبني أنماط المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة تنافسية . دراسة ميدانية في المصارف التجارية بالأردن " رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، كلية الأعمال - قسم إدارة الأعمال. ماي 2010، ص 13
- ⁵ برني لطيفة، " أثر تمكين العاملين في تحسين الأداء الاجتماعي للمؤسسات الجزائرية - دراسة مقارنة بين المستشفيات العمومية العيادات الاستشفائية الخاصة لولاية بسكرة " أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسة، جامعة محمد خيضر - بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2015، ص 101
- ⁶ ضيائي نوال، " المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية " مرجع سبق ذكره، ص 21
- ⁷ محمد فلاق، بن نافلة قدور " المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات الجزائرية (جيزي، موبيليس، نجمة) - التحول من العمل الخيري إلى العطاء الذكي " - مرجع سبق ذكره، ص 6
- ⁸ ثامر ياسر البكري . " التسويق والمسؤولية الاجتماعية " دار وائل للنشر، عمان - الأردن، ص 94
- ⁹ نفس المرجع السابق ص 95
- ¹⁰ ثامر ياسر البكري، " التسويق والمسؤولية الاجتماعية "، مرجع سبق ذكره، ص 97
- ¹¹ غيب مونية - بوقال نسيم، " التسويق الاجتماعي كأحد مداخل الرقي بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية في المنظمات الجزائرية " مداخلة مقدمة للملتقى الدولي حول دور الابتكار التسويقي في ترقية أداء المؤسسات، جامعة سدي بلعباس كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير 26-27 نوفمبر 2013، ص 8
- ¹² خويلدات صالح - محجوبي محمد الأخضر، " التسويق الاجتماعي ... فرص جديدة للشركات "، مداخلة مقدمة للملتقى الدولي حول دور الابتكار التسويقي في ترقية أداء المؤسسات، جامعة سدي بلعباس كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير 26-27 نوفمبر 2013، ص 4
- ¹³ ف فيليب كوتلر، نانسي لي، ترجمة علا أحمد إصلاح، " المسؤولية الاجتماعية للشركات، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة، مصر، 2011، ص 158.
- ¹⁴ خويلدات صالح - محجوبي محمد الأخضر، مرجع سبق ذكره، ص 8
- ¹⁵ خويلدات صالح - محجوبي محمد الأخضر، مرجع سبق ذكره، ص 10
- ¹⁶ نبيل محمد محمود أبو الحسن، " التسويق الاجتماعي لبرامج تدريب أسر أطفال إضطراب التوحد، الملتقى العلمي الأول لمراكز التوحد في العالم العربي، 10-12 نوفمبر 2008، مصر، ص 7
- ¹⁷ فؤاد عبد المنعم البكري، " التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملات الإعلامية، عالم الكتب، مصر، 2007، ص 95.
- ¹⁸ خويلدات صالح - محجوبي محمد الأخضر، مرجع سبق ذكره، ص 11
- ¹⁹ نفس المرجع السابق ص 12
- ²⁰ بن أحمد أحمد، " النمذجة القياسية للاستهلاك الوطني للطاقة الكهربائية في الجزائر خلال الفترة 1988-2007 "، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2008، ص 38
- ²¹ أحمد أمير " الجزائري يستهلك الكهرباء أكثر 10 مرات، ويدفع 10 مرات أقل من المعدل الدولي " مقال على الانترنت تم تصفحه يوم 10/09/2017 على 16:30
- ²² بن أحمد أحمد، " النمذجة القياسية للاستهلاك الوطني للطاقة الكهربائية في الجزائر خلال الفترة 1988-2007 "، مرجع سبق ذكره، ص 41
- ²³ مقال بعنوان " نصائح سونلغاز للجزائريين " عن موقع جريدة البلاد تم تصفحه يوم 10/09/2017 على 10:00 <http://www.elbilad.net/article/detail?id=63837>

المسؤولية الاجتماعية والبيئية للشركات النفطية - عرض تجارب دولية -

د. قادري محمد

أستاذ محاضر "ب"

المركز الجامعي أحمد زبانة - غليزان -

m_kad2005@yahoo.fr

د. بن وهيبة نورة

أستاذة محاضرة "ب"

جامعة الطارف

bnora_23@yahoo.fr

الملخص:

تقدم هذه الورقة البحثية دراسة حول المسؤولية الاجتماعية والبيئية وأهمية تبنيها وتأثيرها على المجتمع، ومدى مساهمة الشركات النفطية من خلال تجسيد برامج ذات طابع تنموي، خيري، اجتماعي وبيئي تسهم وتساعد على تحقيق التنمية المحلية، وواقع تطبيق هذه البرامج وتأثيرها على المجتمع المحلي، وذلك بالاعتماد على مختلف البيانات والتقارير والإحصائيات الرسمية وتحليلها، حيث توصلت الدراسة إلى أن هذه الشركات تساهم من خلال المسؤولية الاجتماعية في دعم مختلف النشاطات الاجتماعية والتعليمية والثقافية والرياضية.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، المسؤولية البيئية، الشركات البترولية، التنمية المحلية، المشاريع الخيرية.

المقدمة:

ترتبط المسؤولية الاجتماعية للشركات ارتباطا وثيقا بمفهوم "التنمية المستدامة". ففي عام 1987 خلص تقرير بورتلاند إلى أن النموذج الحالي للتنمية الاقتصادية لا يمكن أن يدوم على المدى البعيد، حيث إنه يتسبب في نفاذ الموارد الطبيعية وإيذاء المجتمع. وقد عرّف التقرير التنمية المستدامة بأنها التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون الإضرار بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها، ويعتمد هذا المفهوم على ثلاثة عناصر رئيسية هي حماية البيئة، النمو الاقتصادي والعدالة الاجتماعية. وتصف معظم تعريفات المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنها تشكل إجراءات تدمج بموجبها المؤسسات القضايا الاجتماعية في

سياساتها وعملياتها المتصلة بأعمالها التجارية، ويشمل ذلك المجالات البيئية والاقتصادية والاجتماعية. ويشمل نطاق المسؤولية الاجتماعية للشركات الآثار المباشرة للإجراءات التي تتخذها المؤسسات، فضلاً عن الآثار غير المباشرة التي يمكن أن تحدثها على المجتمع. فالمسؤولية الاجتماعية للشركات هي المبادرة التي تتخذها مؤسسات الأعمال باستثمار جزء من أرباحها من أجل تحقيق رفاه المجتمع لكي تكون صورة إيجابية لدى الجمهور وتؤسس قاعدة من المستهلكين الواعيين. كما أنها التزام من جانب مؤسسات الأعمال بالمساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة والعمل مع الموظفين، والمجتمعات المحلية على تحسين نوعية الحياة.

وهو ما يسمح بطرح التساؤلات التالية: أي مسؤوليات؟ من؟ لمن؟ كيف؟ مع من؟ إلى متى؟ لماذا؟

وتُعد الشركات البترولية الجهات الرئيسية التي تستثمر في هذا المجال. وعليه كانت الإشكالية المطروحة لهذا البحث هي: ما مدى مساهمة المسؤولية الاجتماعية للشركات النفطية في التنمية المحلية؟

وتتفرع إشكالية البحث إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي المسؤولية الاجتماعية والبيئية للشركات، وما أهميتها وتأثيرها على المجتمع؟
- ما هي دوافع تبني الشركات للمسؤولية الاجتماعية؟
- ما مدى إسهام الشركات البترولية ببرامج المسؤولية الاجتماعية والبيئية، وواقع ذلك؟
- ما مدى مساهمة الشركات النفطية العربية ببرامج المسؤولية البيئية والاجتماعية؟ وما هي أهم البرامج المجسدة على أرض الواقع؟

1. مفاهيم عامة حول المسؤولية الاجتماعية للشركات:

حتى وقتنا الراهن، لم يتم تعريف مفهوم المسؤولية الاجتماعية بشكل محدد يكتسب بموجبه قوة إلزام قانونية وطنية أو دولية، ولا تزال هذه المسؤولية في جوهرها أدبية ومعنوية، أي إنها تستمد قوتها وانتشارها من طبيعتها الطوعية الاختيارية. فقد تعددت صور المبادرات والفعاليات بحسب طبيعة البيئة المحيطة، ونطاق نشاط الشركة وأشكاله، وما تتمتع به كل شركة من قدرة مالية وبشرية. وهذه المسؤولية بطبيعتها ليست جامدة، بل لها الصفة

الديناميكية والواقعية وتتصف بالتطور المستمر كي تتلاءم بسرعة وفق مصالحها وبحسب المتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية¹.

هناك عدة تعريفات للمسؤولية الاجتماعية للشركات، تختلف باختلاف وجهات النظر في تحديد شكل هذه المسؤولية. فالبعض يراها بمثابة تذكير للشركات بمسؤولياتها وواجباتها إزاء مجتمعها الذي تنتسب إليه، بينما يرى البعض الآخر أن مقتضى هذه المسؤولية لا يتجاوز مجرد مبادرات اختيارية تقوم بها الشركات صاحبة الشأن بإرادتها المنفردة تجاه المجتمع. ويرى آخرون أنها صورة من صور الملاءمة الاجتماعية الواجبة على الشركات. إلا أن كل هذه الآراء تتفق من حيث مضمون هذا المفهوم.

إن المسؤولية الاجتماعية تعني بصورة عامة " تحقيق النجاح التجاري بأساليب تراعي القيم الأخلاقية واحترام الأفراد والمجتمعات المحلية وبيئتهم الطبيعية " كما تعني معالجة الجوانب القانونية والأخلاقية والتجارية وغيرها من التوقعات التي ينتظرها المجتمع من الأعمال التجارية، واتخاذ قرارات توازن إلى حد ما بين ما تتادي به الجهات صاحبة المصلحة الرئيسية. كما تتضمن العمليات والاستراتيجيات المسؤولة اجتماعياً في مجال الأعمال التجارية، وينظر إليها كمجموعة شاملة من السياسات والبرامج المدمجة في العمليات التجارية وعمليات اتخاذ القرارات التجارية لشركة ما.

وحددت ثلاث دعائم رئيسية - اجتماعية وبيئية واقتصادية - على أنها الطرق التي تنعكس من خلالها المسؤولية الاجتماعية للشركات على المجتمع وتُمكن من رصدها وقياسها².

1.1 تعاريف حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات:

ونظراً لازدياد أهمية المسؤولية الاجتماعية فقد ظهر العديد من التعريفات التي حاولت تحديد التعريف الدقيق للمسؤولية الاجتماعية نذكر أهم هذه التعريفات: تعريف منظمة المقاييس العالمية ISO للمسؤولية الاجتماعية والتي اشتملت من أجل وضع معيار لذلك، منذ سنة 2004 إلى غاية صدوره سنة 2008، بأنها " مسؤولية المنظمة عن الآثار المترتبة لقراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة عبر الشفافية والسلوك الأخلاقي المتناسق مع التنمية

المستدامة ورفاه المجتمع فضلا عن الأخذ بعين الاعتبار توقعات المساهمين³ (ISO26000).

* تعريف المفوضية الأوروبية :

"هو عملية إدماج الاهتمامات البيئية والاجتماعية لمنظمات الأعمال بشكل طوعي مع أنشطتها التجارية وعملياتها وتفاعلها مع ذوي المصلحة"⁴، واعتمدت المفوضية تعريفا جديدا سنة 2011، للمسؤولية الاجتماعية حيث تشير أنه يجب على المؤسسات المسؤولة اجتماعيا أن يكون "بالتعاون الوثيق مع أصحاب المصلحة، عملية لإدماج الاهتمامات الاجتماعية والبيئية والأخلاقية وحقوق الإنسان والمستهلكين في أنشطتها التجارية واستراتيجيتها الأساسية"⁵.

وحسب Caroll فإن المسؤولية الاجتماعية للأعمال تشمل التوقعات الاقتصادية والقانونية

والأخلاقية فضلا عن التوقعات التقديرية الأخرى للمجتمع فيما يتعلق بالشركة في وقت

معين⁶. وحسب Mc Williams تشمل المسؤولية الاجتماعية للشركات الإجراءات التي يبدو

أنها تقدم المصلحة العامة بما يتجاوز مصالح الشركة وما يحدده القانون⁷.

تشكل المسؤولية الاجتماعية للشركات أداة رمزية لضمان الشرعية، وأداة سياسية لتنظيم أو

التأثير على علاقة القوة بين الشركة والمجتمع، أداة اقتصادية تعزز النتائج قصيرة وطويلة

الأجل، أو أداة استراتيجية لتحسين دمج الشركة في بيئتها⁸. ومع ذلك، تأخذ نهجا طوعيا

وتفسيرا مجانيا للالتزامات التي تعترف بها الشركة⁹.

* وفي تعريف للبنك الدولي: المسؤولية الاجتماعية للشركات هي التزام قطاع الأعمال بالإسهام

في التنمية الاقتصادية المستدامة، وبالعمل مع الموظفين، وأسرهم، والمجتمع المحلي والمجتمع

عامة من أجل تحسين نوعية حياتهم، بأساليب تفيد قطاع الأعمال والتنمية على السواء¹⁰.

* وقد عرف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسؤولية الاجتماعية 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"¹¹.

هناك وجهتا نظر مختلفتان حول المسؤولية الاجتماعية:

أ /النظرة (الكلاسيكية) التقليدية: تركز وجهة النظر هذه على أن مسؤولية الإدارة تتحصر فقط في

تسيير عمل النشاط الاقتصادي لغرض تعظيم الربح. أي أن منظمات الأعمال يجب أن تركز على النشاط الاقتصادي فقط، وأن تهتم دائماً بتوسع القيمة لحملة الأسهم. ويدعم هذا الاتجاه

Milton Friedman

ب / وجهة النظر الاجتماعية الاقتصادية: وهي ترى أن إدارة أي مؤسسة اقتصادية يجب عليها الاهتمام بتحقيق الرفاه الاجتماعي على مستوى واسع وليس الاهتمام بالربح الإجمالي فقط. وهذه النظرة تركز على أصحاب المصالح ويدعمها Paul Samuelson أحد الاقتصاديين، ويقول "إن المؤسسة الكبيرة هذه الأيام ليس فقط عليها الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية وإنما التأكد من أنها تعمل أفضل ما بوسعها من أجل ذلك"¹².

وقد تعددت المصطلحات المتعلقة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية مثل مواطنة الشركات والشركات الأخلاقية والحوكمة الجيدة للشركات وهي كلها تنصب على تحمل الشركات لمسئولياتها نحو المجتمع. كما تتضمن المسؤولية الاجتماعية عدة أبعاد هي أبعاد قانونية واقتصادية وإنسانية وأخلاقية وتتركز في بعض المجالات خاصة العمل الاجتماعي والتنمية البشرية ومكافحة الفساد والتشغيل والمحافظة على البيئة. وتستند المسؤولية الاجتماعية إلى نظرية أصحاب المصالح من حملة أسهم وشركاء وموردين وموزعين وعملاء وأيضا العاملين وأسرهم والبيئة المحيطة والمجتمع ككل. وتعد المسؤولية الاجتماعية أداة رئيسية للوصول إلى هذا الهدف من خلال تحقيق الاستقرار السياسي والاقتصادي والاجتماعي والبيئي لمجتمع الأعمال الذي يؤدي بدوره إلى تحسين كفاءة الأداء الاقتصادي للشركات¹³

2.1 مبادئ المسؤولية الاجتماعية:

لقد تعددت أفكار ووجهات نظر الباحثين حول مبادئ المسؤولية الاجتماعية، إلا أنها انقفت حول الأهداف والمضمون الذي تصبوا إليه، ومن هؤلاء الباحثين نجد GULER.DAVID الذين صنفوا المبادئ إلى ثلاثة أقسام وهي: الاستدامة، الشفافية، المساءلة.

➤ الاستدامة: وهي تلبية الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية الأساسية للجميع،

وتمتد لتشمل كل الفرص المتاحة من أجل تحقيق حياة أفضل.

➤ **الشفافية:** قيام الأجهزة العليا للرقابة بالإفصاح بطريقة آنية وواضحة عن أنشطتها وعملياتها وإدارتها المالية، وأدائها اتجاه المجتمع الذي تعيش فيه، وتمكين الأفراد المعنيين من الحصول على المعلومات اللازمة حول الأنشطة الاجتماعية للشركة.

➤ **المساءلة:** يرتبط مفهوم المساءلة بالإطار القانوني والهيكل التنظيمي والاستراتيجيات والإجراءات التي تضمن لجهاز الرقابة بالشركة النقاط التالية:

- أن تقي بواجباتها القانونية المتعلقة بتوزيع مواردها وتقييم أدائها؛
- الإفصاح عن قانونية وكفاءة استخدام المال العام بالإضافة إلى إجراءاتها وأنشطتها؛
- رئيس وموظفو الجهاز مسؤولون عن أعمالهم.

3.1 مجال ومحاور تطبيق المسؤولية الاجتماعية:

إن المبدأ الأول من مبادئ المسؤولية الاجتماعية هو الالتزام بمبادئ التنمية المستدامة واحترام القانون، وإدارة نشاطات الشركة وفق قواعد أخلاقية، فالحوكمة وأخلاقيات الأعمال تعد جزءاً من المسؤولية، لذا وجب عليها العمل وفق المجالات التالية:

❖ حقوق الأفراد العاملين وأنظمة العمل، الأجور، أماكن وظروف العمل؛

❖ تنمية وتطوير المجتمعات المحلية؛

❖ حماية البيئة وتحسينها ومكافحة التلوث البيئي، والاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية؛

❖ الأمن والأمان في عمليات الإنتاج وفي خصائص المنتجات؛

❖ الالتزام بأخلاقيات الإدارة: مكافحة الرشوة، الفساد وتبييض الأموال؛

❖ الانضمام إلى المقاييس العالمية للبيئة مثل ISO14000، المعايير الاجتماعية،...؛

هذا وتتضمن المسؤولية الاجتماعية العناصر التالية¹⁴:

▪ **المسؤولية اتجاه العاملين:** المساهمة في التأمينات الاجتماعية، نظام الرعاية

الصحية، توفير الأمن الصناعي، توفير برامج تدريبية، المساعدة في تأمين سكن

للعاملين ووسائل النقل؛

▪ **المسؤولية اتجاه العملاء والمستهلكين:** الشفافية والنزاهة، عدم الغش أو تقديم منتجات مؤذية صحيا، توفير بيانات عن المنتج وتاريخ صلاحيته، إعلان وترويج صادق؛

▪ **المسؤولية اتجاه المجتمع:** دفع الضرائب وعدم التهرب، التبرع للمؤسسات والجمعيات الخيرية ورعاية التظاهرات الخيرية، إعانة الفقراء، تقديم برامج تدريبية وتكوينية ومنح دراسية، الرعاية الصحية، تظاهرات ثقافية،...، وغيرها من النشاطات التي تسهم في مساعدة المجتمع وتنميته وتحسين إطاره المعيشي.

▪ **المسؤولية اتجاه البيئة:** مكافحة التلوث ودرء الأخطار البيئية الناجمة عن النشاطات الإنتاجية، والاهتمام بالصناعات الصديقة للبيئة، وتدوير النفايات.

هناك جملة من المعايير التي تساعد على قياس المسؤولية الاجتماعية:

- مدى الالتزام بأخلاقيات العمل وظروف وشروط العمل وبالواجبات اتجاه العاملين؛
- مدى الالتزام اتجاه حماية البيئة؛
- مدى الاندماج في المجتمع والمساهمة في التنمية المجتمعية؛
- مدى الاستثمار في البحث والتطوير؛
- مدى احترام حقوق الإنسان ومراعاة القواعد الأخلاقية (عدم التورط في الرشوة والفساد).

كما أن هناك معايير دولية لقياس المسؤولية الاجتماعية للشركات كإليزو 26000 الذي يشمل المجالات التالية: حقوق الإنسان، حقوق العمال وممارسات العمل، حماية البيئة، حقوق المستهلك، التنمية والمشاركة المجتمعية.

4.1 أسباب ودوافع تبني المسؤولية الاجتماعية:

أشارت العديد من الدراسات إلى أن بروز وتنامي مفهوم المسؤولية الاجتماعية جاء نتيجة العديد من التحديات كان من أهمها¹⁵:
-العولمة: وتعد من أهم القوى الدافعة لتبني المنظمات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث أضحت العديد من الشركات متعددة الجنسية (Multinational Companies (MNCs) ترفع شعار المسؤولية الاجتماعية، و أصبحت تركز في حملاتها الترويجية على أنها تهتم

بحقوق الإنسان، وأنها تلتزم بتوفير ظروف عمل آمنة للعاملين، وبأنها لا تسمح بتشغيل الأطفال، كما أنها تهتم بقضايا البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية. -تزايد الضغوط الحكومية والشعبية: من خلال التشريعات التي تنادي بضرورة حماية المستهلك والعاملين والبيئة، الأمر الذي قد يكلف المنظمة أموالاً طائلة إذا ما رغبت في الالتزام بتلك التشريعات، وبخلاف ذلك قد تتعرض للمقاطعة والخروج من السوق بشكل عام. - الكوارث والفضائح الأخلاقية: حيث تعرضت الكثير من المنظمات العالمية لقضايا أخلاقية، مما جعلها تتكبد أموالاً طائلة كتعويضات للضحايا أو خسائر نتيجة المنتجات المعيبة، كما حدث في كارثة التلوث النفطي للمياه في ساحل ألاسكا والتي تسببت فيها شركة (Exxon Valdez) النفطية، أو كما حدث في فضيحتي الرشوة في شركتي (IBM & Banco Nation) في الأرجنتين، وفضيحة رشوة (Lockheed) في عام 1970 في أمريكا، الأمر الذي دعا السلطات الأمريكية إلى سن قانون ينظم التعامل مع قضايا الرشوة. - التطورات التكنولوجية المتسارعة: والتي صاحبها تحديات عديدة أمام منظمات الأعمال فرضت عليها ضرورة الالتزام بتطوير المنتجات، وتطوير مهارات العاملين، وضرورة الاهتمام بالتغيرات في أذواق المستهلكين و تنمية مهارات متخذي القرار. خاصة في ظل التحول من الاقتصاد الصناعي إلى اقتصاد قائم على المعلومات والمعرفة، وزيادة الاهتمام برأس المال البشري بدرجة أكبر من رأس المال المادي. وبالتالي نجد انه مع تغير بيئة العمل العالمية، فان متطلبات النجاح والمنافسة تغيرت أيضا. إذ أصبح لزاماً على منظمات الأعمال أن تضاعف جهودها، وان تسعى نحو بناء علاقات إستراتيجية أكثر عمقاً مع المستهلكين والعاملين وشركاء العمل ودعاة حماية البيئة والمجتمعات المحلية والمستثمرين، حتى تتمكن من المنافسة والبقاء في السوق. حيث ان بناء هذه العلاقات من شأنه أن يعمل على تكوين أساس لإستراتيجية جديدة تركز على أفراد المجتمع، وبالتالي تتمكن منظمات الأعمال من مواجهة التحديات التي تتعرض لها في عصرنا الراهن.

6.1 أهمية المسؤولية الاجتماعية:

لم تعد تعني المزايا التنافسية للشركات ميزة التكلفة والسعر، جودة ونوعية منتجاتها، بل تتسع لتشمل معايير أخرى أخلاقية ومجتمعية وبيئية تميزها عن غيرها من الشركات. فخلق القيمة للشركة وتنميتها لا يتحقق فقط من خلال الأرباح المحققة فقط، بل تنمو هذه القيمة نتيجة تفاعل المعايير المادية ومعايير ذات طابع اجتماعي يصعب قياسها بشكل كمي لتحديد مقدار مساهمتها في خلق وتنمية قيمة الشركة¹⁶.

تكمن أهمية المسؤولية الاجتماعية في كونها استثمار طويل الأجل يعود على الشركات بزيادة في الإنتاج والأرباح، ويحد من الصراعات بين الإدارة والعاملين، وبين الشركات ومحيطهم الاجتماعي، ويقوي انتماء العاملين لشركاتهم.

فقد أثبتت دراسات أن العلاقة الجيدة للشركات مع المجتمعات المحلية هو مؤشر جيد لنشاط الشركة، والعلاقة غير الجيدة لها انعكاسات سلبية على الشركة وأرباحها. كما أثبتت هذه الدراسات أن هناك علاقة إيجابية بين تحمل الشركات لمسؤولياتها الاجتماعية وبين ما تحققه من أرباح، ويعود ذلك إلى تحسن العلاقة بين الإدارة والعاملين وارتفاع إنتاجية العاملين، بالإضافة إلى تحسن العلاقة بين الإدارة وعملاء الشركة، وكذا إلى تحسين سمعة وصورة الشركات وتحسن علاقتها مع الحكومة¹⁷.

إن أحد عوامل نجاح الشركات واستمراريتها هو اهتمامها بالبعد الاجتماعي للعاملين، فاحترام حقوق العاملين يجعلهم أكثر ولاء ويحفزهم على العمل، الاهتمام بالجوانب الاجتماعية للأفراد، تنمية روح المشاركة والعمل الجماعي بين الأفراد، ويولد الرضا الوظيفي لديهم، تشجيع الموظفين على المشاركة في المسؤولية الاجتماعية للشركات باعتبارها ضرورة إستراتيجية، ويزيد الثقة بين الإدارة والعاملين، ويستقطب الكفاءات، وهو ما ينعكس على زيادة الإنتاجية وتعظيم الأرباح، وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية للشركة. بمعنى أن ارتفاع ولاء الموظفين والعاملين للشركة يعد من أهم المزايا والمنافع التي تجنيها الشركة من خلال التزامها بالمسؤولية الاجتماعية.

والتزام الشركة بهذا الجانب يضمن دعم أفراد المجتمع لنشاطاتها وأهدافها ورسالتها التنموية والمساهمة في الوصول لتحقيق أهدافها ويرفع من قيمة أسهمها.

2. المسؤولية الاجتماعية والبيئية للشركات البترولية:

1.2 المسؤولية البيئية:

يمكن تعريف المسؤولية البيئية لمنظمات الأعمال على أنها مهمة لتغطية الآثار البيئية للعمليات الإنتاجية للشركات، تخفيض التلف والانبعاثات، تعظيم كفاءة إنتاجية مواردها، وتقليل الممارسات التي يمكن أن تكون لها آثار بيئية مستقبلاً¹⁸.

وتتمثل المسؤولية البيئية في عملية تطبيق المعارف الخاصة بحماية البيئة، مع وجود وعي حقيقي بذلك لدى القائمين على اتخاذ القرارات. ويرتكز تطبيق المسؤولية البيئية على كافة عناصر الحوكمة (الإدارة، التسيير، التقييم، المعالجة، الإنتاج،...) وكذلك على كافة مبادئ التنمية المستدامة¹⁹.

وتتضمن المسؤولية البيئية في تقاريرها تقييم الأداء البيئي لمنظمات الأعمال بأحدث مراحل التطور المحاسبي، فوظائف الإدارة وبالتالي ووظائف المحاسبة قد ازدادت ازديادا مضطربا مع ازدياد حجم الوحدات الاقتصادية، وبصفة خاصة الشركات المساهمة²⁰.

وتظهر المسؤولية البيئية من خلال إستراتيجية القائمين على أعمال الشركات التي يضعونها من أجل الوصول إلى مستوى معين من الأداء البيئي، بما يدعم مبادئ النمو المستديم. وبذلك يعرفها (Huckle 1995) على أنها "الزامية صناع القرار على وضع قرارات تسمح بحماية وتحسين سلامة البيئة، واتخاذها ضمن اهتماماتهم الأولية²¹.

وحسب منظمة البيئة الكندية غير الحكومية (ENGO) فإن المؤسسة يكون لها مسؤولية بيئية عندما تتحقق فيها نقطتين أساسيتين هما: أن تصبح المؤسسة ذات قوة أكبر من الدولة، وبذلك يصبح لها مسؤولية تجاه المجتمع، أما النقطة الثانية فهي متعلقة بالبيئة، والتي تتحقق عندما تكون غايتها هي تدعيم حمايتها. وبذلك فإن المؤسسة المسؤولة بيئياً هي التي تسطر أنشطتها على أساس مبادئ بيئية، بما يساعد المجتمع على المحافظة عليها²².

2.2 المسؤولية البيئية لشركات البترول العالمية في إطار التعاون الدولي:

تعتبر المسؤولية البيئية تحديا كبيرا بالنسبة للشركات البترولية العالمية، ولهذا فإنها تقوم بإصدار تقارير حول إستراتيجياتها لحماية النظام البيئي، وهذه الإستراتيجيات البيئية تكون

بصفة منفردة لكل واحدة من شركات البترول العالمية، أو تتم بالتعاون هذه الشركات مع بعضها البعض ومع المنظمات الدولية والإقليمية من أجل ضمان أداء بيئي جيد.

حيث تعمل شركة "شل" بالشراكة مع المنظمات البيئية العالمية من أجل تحسين المعايير البيئية المطبقة في إدارة قطاع الطاقة العالمي، وخلال عام 2010، عملت الشركة على أكثر من 30 مشروعاً مع الإتحاد الدولي للمحافظة على الطبيعة (IUCN) وغيرها من منظمات المناخ العالمية، وشملت هذه المشاريع العمل على استمرارية التعاون للمحافظة على الثروة البيئية في خليج المكسيك، إيجاد مبادرة لوضع خطط للمسؤولية البيئية في القطب المتجمد الشمالي.

وبالنسبة لشركة BP فإنها تعمل مع العديد من الوكالات الدولية من أجل رصد وضبط الآثار البيئية السلبية للتسريبات النفطية، ووضع الخطط اللازمة لمحاربتها والحد منها. وتسعى هذه الشركة للتعلم من التجارب السابقة، وتطبيق الحلول اللازمة في نشاطاتها العملياتية. كما تعمل شركة "شيفرون" على التحاور والتعاون مع الحكومات والمنظمات المحلية والدولية من أجل المحافظة على التنوع البيئي الحيوي، وهذا بتسطير السياسات والخطط اللازمة لتحمل المسؤوليات البيئية.

3.2 . المسؤولية الاجتماعية للشركات البترولية العالمية:

❖ حالة شركة إكسون موبيل²³:

- مشاركة 15000 امرأة إندونيسية في برنامج التمويل الصغير المحلي: قام فرع شركة إكسون موبيل في إندونيسيا بإنشاء برنامج تمويل صغير لتطوير المهارات الريادية للنساء اللواتي يعشن في المجتمعات المحرومة. يقدم البرنامج قروضا صغيرة معفاة من الضمانات، ويزود المقترضين الجدد بالمهارات المالية من خلال فكرة رعاية الأقران. خلال نهاية عام 2011 كان المشاركون قد اقترضوا حوالي 500000 دولار أمريكي، مع أداء سداد للقروض يقارب نسبة 100%.
- قدم مركز تنمية المشاريع في أستانا بكازاخستان التدريب لأكثر من 9000 رائد أعمال محلي منذ عام 2005. وفي عام 2011 أطلقت شركة إكسون

موبيل مركز تدريب جديد في أثيراو لتطوير الموردين في كازاخستان في مجال النفط والغاز.

- في العام 2011، قامت شركة تصنيع نيجيرية محلية بتسليم وتركيب 2000 طن متري من أنابيب الصلب المخصصة في حقل إدوب- إيدوهو البحري في نيجيريا، ما يمثل المرة الأولى التي يستخدم فيها قطاع النفط والغاز الأنابيب المصنعة محليا في الأعمال البحرية. وعملت شركة موبيل بروديوسينغ نيجيريا التابعة لشركة إكسون موبيل لأكثر من أربع سنوات مع الشركة المصنعة والوكالة الحكومية للمساعدة في تحضير المقاول.
- يقوم أعضاء فريق مشروع الغاز الطبيعي المسال في بابوا غينيا الجديدة بتوزيع نشرة مجتمعية، حيث تعنى بإشراك أصحاب المصلحة بفعالية تزويد السكان المحليين بقناة اتصال للتعبير عن مخاوفهم المتعلقة بالمشروع.
- تدريب قادة المجتمع في المكسيك: من خلال ورشة عمل استمرت لأسبوع، تم تدريب الأعضاء البارزين في المجلي الاستشاري للتنمية المستدامة في وزارة البيئة حول تنفيذ المشاريع البيئية والاجتماعية.
- بدعم من شركة إكسون موبيل، فإن مشروع نايت ووتش " لا مزيد من المالريا" قد تمكن من الوصول لأكثر من 5 ملايين كامبيروني، من خلال الشراكة المعقودة مع المشاهير المحليين وقادة المجتمع.

3. شركة قطر غاز²⁴:

تعد شركة قطر غاز القطرية كنموذج ناجح للشركات العربية النفطية في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا في مجال المسؤولية الاجتماعية والبيئية. حيث فازت الشركة سنة 2014 بالمركز الأول في فئة "المؤسسات التجارية الكبيرة" في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا في الجائزة العربية للمسؤولية الاجتماعية للشركات، وتعتبر الجائزة أرقى صور التقدير والتكريم في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات والاستدامة في المنطقة، والتي تكرم المؤسسات المختلفة في منطقة الشرق الأوسط وشرق البحر المتوسط وشمال إفريقيا التي تقدم استراتيجيات واضحة ووسائل تنفيذ فعالة للمسؤولية الاجتماعية للشركات.

وقدمت الجائزة في الدورة السابعة لمنتدى وحفل الجائزة العربية للمسؤولية الاجتماعية للشركات التي عقدت في الثامن والعشرين من شهر أكتوبر 2014 في دبي. وقد اختارت لجنة التحكيم التي تتكون من خبراء من جنسيات مختلفة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات والاستدامة الفائزين من إجمالي 155 طلب قدمته مؤسسات تمثل 25 صناعة مختلفة من 12 دولة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.

تغطي مبادرات شركة قطر غاز في مجال المسؤولية الاجتماعية خمسة مجالات واسعة تشمل: التعليم، البيئة، الصحة والسلامة، تنمية المجتمع، الرياضة.

المحور التعليمي: للشركة عقد تعاون طويل المدى مع جامعة قطر من خلال رعاية البحث الهندسي بالجامعة يهدف للترويج للأبحاث العلمية الأصلية في مجال تقنيات معالجة الغاز، كما تدعم العديد من المبادرات التعليمية للجامعة ومنها جمعية معالجة الغاز، ومسابقة غازنا، ومسابقة تصميم المصانع، وغيرها من الورش والملتقيات والمحاضرات والمنتديات التي تنظمها الجامعة. كما تدعم الشركة مختلف المبادرات التعليمية الأخرى ومنها رعاية الملحق التقني بمدرسة قطر التقنية المستقلة، وتدعيم أنشطة الجمعية القطرية لمهندسي البترول والجمعية القطرية للمهندسين.

وتتبع شركة قطر غاز برنامجا ناجحا جدا في التقطير وتطوير الكوادر القطرية يهدف إلى الاستفادة من المهارات المحلية وتقويتها وتعزيز رأس المال البشري في الدولة. وقد فازت الشركة بأربع جوائز خلال السنوات الخمس الماضية عن جهودها في التقطير التي تبذلها في قطاع الطاقة والصناعة، وتتضمن هذه الجوائز جوائز عن دعم التقطير عامي 2014، 2010، جائزة عن دعم التدريب والتنمية عام 2011، جائزة عن دعم قطاع التعليم والتواصل معه عام 2013.

مجال الصحة والسلامة: قدمت شركة قطر غاز دعما للجمعية القطرية للسرطان، والجمعية القطرية للسكري بالإضافة إلى تنظيم عدة حملات للتبرع بالدم بالتعاون مع "مؤسسة حمد الطبية". وكذا قيامها بتدعيم مؤتمرات وفعاليات عديدة في مجال الصحة. وتقوم الشركة وعلى مدى ثماني السنوات الماضية برعاية حملة شهر رمضان للسلامة المرورية.

وتعتبر الشركة عضوا مكملا في برنامج "رأس لفان" للتواصل الاجتماعي حيث تعمل مع الشركات العاملة في مدينة رأس لفان الصناعية لتطوير المناطق الشمالية في قطر، كما تتعاون مع المنظمات الخيرية مثل الهلال الأحمر القطري، قطر الخيرية، مؤسسة الشيخ ثاني بن عبد الله للخدمات الإنسانية، ومؤسسة الشيخ عيد الخيرية لتوصيل كل الدعم الممكن للمجتمعات داخل قطر وخارجها.

مجال الرياضة: تعتبر الرياضة من الركائز الرئيسية في برنامج قطر غاز للمسؤولية الاجتماعية، حيث ترعى وتدعم العديد من الفعاليات والأنشطة الرياضية داخل قطر، ومنها بطولة "قطر غاز ليغ" لكرة القدم، وبطولة آسيا لكرة القدم، وبطولة قطر غاز للشطرنج، وترعى الجمعية القطرية لهوكي الجليد للناشئين، وبرنامج الغولف للصغار الذي ينظمه نادي الدوحة للغولف. كما تنظم الشركة العديد من الأنشطة الرياضية لموظفيها وذويهم من خلال اليوم الوطني الرياضي كل عام.

مجال البيئة والاستدامة: تلتزم الشركة بدعم تنمية قطر على نحو مستدام والحفاظ على البيئة من أجل الأجيال القادمة. فمراعاة أعلى معايير حماية البيئة والاستغلال الأمثل للموارد من المتطلبات الأساسية بلائحة العمل الخاصة بالشركة بما يتماشى مع الرؤية الوطنية لقطر 2030. طورت الشركة نظاما شاملا لإدارة البيئة طبقا لمعايير ISO 14001 وهم يمثل إطارا قويا لإدارة البيئة والتوافق التنظيمي في مرافق الشركة.

فلدى الشركة برنامج لإدارة انبعاثات غاز الاحتباس الحراري ذو رؤية مستقبلية وتتم إجازته سنويا طبقا للمعايير الدولية. كما تقوم بعمل أبحاث للوصول إلى حلول إضافية لخفض انبعاثات غاز الاحتباس الحراري من خلال المعالجة المتقدمة وكفاءة استخدام الطاقة، حيث تمكنت الشركة من تخفيض حرق الهيدروكربون بنسبة 27% تقريبا منذ عام 2011، بعد مشروع استرجاع الغاز المتبخر أثناء الشحن بتكلفة مليار دولار أمريكي، والذي يعد من أفضل الأمثلة للالتزام الشركة المستمر للتقليل من الانبعاثات حيث سيقوم بتخفيض حرق الغاز بنسبة 90% في منطقة أرصفة تحميل الغاز الطبيعي المسال في ميناء رأس لفان وهي كمية غاز تكفي لمد 300.000 منزل بالطاقة وتعادل تخفيض 1.5 مليون طن من ثاني أكسيد الكربون.

ومن المتوقع أن يؤدي مشروع استرجاع الغاز المتبخر أثناء الشحن ومشروع تخفيض حرق الغاز في خطوط الإنتاج العملاقة، و خطة تخفيض نسبة الانبعاثات 2011-2015 إلى تخفيض النسبة التي وصلت إليها الشركة عام 2011 بنحو 70% بحلول عام 2016. كما تمكنت الشركة من خفض انبعاثات أكسيد النيتروجين بنسبة 30% منذ عام 2011، وذلك عن طريق تركيب نظام يحد من حرق أكسيد النيتروجين بخطوط إنتاج الغاز الطبيعي المسال القديمة.

تقوم الشركة بتطبيق برنامج موسع لإعادة تدوير وإعادة استخدام المياه يعتمد على استخدام تكنولوجيا متقدمة في المعالجة، وعند الانتهاء من هذه المشاريع في عام 2016 تتوقع إعادة تدوير وإعادة استخدام المياه التي تتخلص منها في البحر مما سيؤثر إيجابيا على التقليل من حجم استخدامها للمياه العذبة، وقد حققت بالفعل انخفاضا بنسبة 16% من استهلاكها للمياه المخلاة منذ عام 2011، وذلك من خلال إجراءات خفض التشغيل.

وتركز الشركة أيضا على تطوير نظام شامل لإدارة المخلفات يخدم مرافق الإنتاج ويهدف إلى الحد من المخلفات مع تطوير تصميم وإنشاء مرافق لإدارة المخلفات طبقا لأحدث المعايير الدولية لضمان التوافق مع هذه المعايير على المدى الطويل وبما يتماشى مع رؤية قطر. وقد أطلقت مبادرة GO GREEN في العام 2014 وذلك لرفع درجة الوعي البيئي لموظفيها.

وخلال السنوات الماضية اشتهرت قطر غاز بأدائها الذي يراعي المعايير البيئية والاستدامة وحصلت على العديد من الجوائز، نالت شرف الحصول على جائزة "أفضل تقرير عن الاستدامة" من طرف وزير الطاقة والصناعة القطري لعام 2013. كما حصلت على جائزة "الامتياز" في خفض نسبة حرق الغاز من قبل مؤسسة "خفض نسبة حرق الغاز الدولية" بالشراكة مع البنك الدولي عام 2012 مع الإشادة بتميزها التشغيلي والتزامها المؤسسي وبرنامجها للمشاريع الهندسية المتقدمة لإدارة وخفض نسبة حرق الغاز.

وشركة قطر غاز هي أول شركة تحصل على جائزة التميز البيئي من قبل مؤسسة GREEN AWARD الدولية وأشادت بممارساتها البيئية المتبعة في تشغيل أسطولها لناقلات الغاز الطبيعي المسال. كما حصلت إدارة الشحن بالشركة على شهادة اعتماد من فئة الخمس

نجوم في مجال المعايير والممارسات البيئية والتي يمنحها مجلس السلامة البريطاني عام 2014.

4. شركة كيان السعودية للبتروكيماويات²⁵:

تقديم الشركة: شركة كيان السعودية للبتروكيماويات، شركة مساهمة سعودية، تأسست بموجب القرار الوزاري رقم (135/ق) بتاريخ 25 جمادى الأولى 1428هـ الموافق ل 11 جوان 2007م، يبلغ رأس مال الشركة خمسة عشر مليار ريال سعودي، مقسم إلى مليار وخمسمائة مليون سهم عادي بقيمة اسمية قدرها عشرة ريالات لكل سهم، وهي مملوكة بنسبة 35% للشركة السعودية للصناعات الأساسية (سابك)، وبنسبة 65% للقطاع الخاص والأفراد.

يتمثل نشاط الشركة الاستثمار في مشاريع الصناعات الكيماوية والبتروكيماوية، من خلال إنتاج الإيثيلين، البنزين، البروبيلين، البولي إيثيلين،... وغيرها من المنتجات البتروكيماوية.

المسؤولية الاجتماعية لشركة كيان السعودية للبتروكيماويات:

تلتزم الشركة منذ تأسيسها بالوفاء بواجباتها الوطنية خدمة للمجتمع، والمساعدة في عملية التنمية الاجتماعية، ورفع الوعي بأهمية السلامة والمحافظة على البيئة، في إطار استراتيجيتها للمسؤولية الاجتماعية، من خلال قيامها بدور بارز في مجال خدمة المجتمع وتميته، ودعمها لمختلف الأنشطة الاجتماعية، ورعايتها لبعض المناسبات العلمية، إلى جانب دعم الأعمال الخيرية والجهود الإنسانية التي تتبناها (سابق) ضمن استراتيجيتها للمسؤولية الاجتماعية.

وتعد الشركة إحدى الشركات التي تسهم في دعم أنشطة المجتمع وفعاليته بشكل ملموس، فخلال العام 2013، قدمت الشركة العديد من البرامج التي تستهدف شرائح متعددة من المجتمع، حيث شاركت في تنظيم حملة المشي الصحي بالتعاون مع عدة شركات من شركات "سابق"، كما قامت بعدة زيارات للمدارس، وركزت بذلك على طلاب المدارس في جميع المراحل الدراسية، وقدمت لهم مطبوعات وكتيبات توعوية بأهمية السلامة والصحة والبيئة، كما نظمت حملة استهدفت طلاب المدارس ومرتادي المراكز الرياضية والملاعب للتوعية بأضرار الوجبات السريعة، ونظمت بالتعاون مع الهيئة الملكية للجبيل وينبع المعرض التوعوي البيئي في أحد مجمعات الجبيل الصناعية.

كما تسهم الشركة في التجهيز لبعض الحملات مثل أسبوع المرور، ويوم البيئة العالمي، إلى جانب التنسيق مع الإدارة العامة لمكافحة المخدرات ومجموعة من الشركات التابعة لشركة "سابك" بالتجهيز لحملة توعوية ضخمة تحت عنوان "المخدرات وتأثيرها على المجتمع"، إضافة إلى حملة توعوية أخرى خاصة بالقيادة الوقائية. كما تسهم الشركة وبشكل كبير في دعم المدارس في مدينة الجبيل، حيث ساهمت في تطوير نادي الخوارزمي للرياضيات في مدرسة الفناتير الابتدائية، كما أسهمت في تأهيل مكتبة مدرسة الأحساء الثانوية التي تعد ركيزة أساسية في فعاليات اليوم الدراسي للطالب. إضافة إلى مساهمتها وبشكل مستمر في دعم طلاب الجامعات والمعاهد.

الاستدامة:

يتمثل طموح الشركة منذ نشأتها في إنتاج المواد البتروكيمياوية بطريقة مستدامة، تهدف لخفض انبعاثات الغازات الدفيئة، وترشيد استخدام المياه والطاقة، والتقليل من فاقد المواد. وتتبنى إدارة الشركة نهج التغيير الذي تتعكس آثاره إيجاباً على أعمال الشركة وعلى البيئة بشكل عام. وتسعى الشركة لتعزيز أولويات الاستدامة لدى موظفيها لتحقيق مساهمة فاعلة تجاه مستقبل مستديم. وحققت الشركة العديد من الإنجازات في هذا الخصوص منها: إقامة ثلاثة مشاريع للتنمية النظيفة تم اختيارها من قبل هيئة الأمم المتحدة من أجل التغيير المناخي (UNFCCC-CDM)، وتنفيذ مشروع "نافع" الاستفادة من المنتجات الثانوية، كما أنشأت الشركة موقعا الكترونيا يعنى بتلقي مبادرات الاستدامة ومتابعة دراستها وتنفيذها.

السلامة والبيئة والأمن الصناعي والصحة المهنية:

تلتزم شركة كيان السعودية للبتروكيمياويات بأعلى معايير الصحة والسلامة وحماية البيئة، وتبذل أقصى جهودها للقيام بأعمالها لتكفل المحافظة على صحة وسلامة موظفيها ومقاوليها والمجتمع، إضافة إلى المحافظة على الموارد الطبيعية، وحماية البيئة بترشيد طرق التخلص من النفايات وملوثات الهواء والماء والتربة، والحرص على تطبيق برامج الاستدامة لإعادة استخدام وتدوير النفايات أو التخلص منها بطريقة آمنة وغير ضارة بالبيئة.

وتقوم سياسة الشركة على استمرارية تطوير الإجراءات المتخذة لحماية الصحة والسلامة والبيئة من خلال التوجيه والتوعية المستمرة لجميع الموظفين للمحافظة على البيئة

وحمايتها بالوسائل التقنية عالية الكفاءة، مع الالتزام التام بالقوانين والمعايير الدولية، وتتولى الشركة توفير جميع مستلزمات السلامة أثناء العمل.

وحققت الشركة حتى نهاية العام 2013 الانجازات التالية:

- إكمال أكثر من 1.28 مليون ساعة عمل دون إصابة مقعدة لموظفي الشركة؛
- إكمال أكثر من مائة ألف ساعة عمل دون إصابة مقعدة لموظفي المقاولين بالشركة؛
- تدريب موظفي ومقاولي الشركة في مجال السلامة والصحة والبيئة عبر تنفيذ 210 دورة تدريبية، أي ما يعادل 20.5 ألف ساعة تدريب؛
- إكمال 41 تجربة وهمية بنجاح في مختلف العمليات (الإخلاء، مكافحة الحرائق، الانقاذ والتعامل مع المواد الكيماوية الخطيرة)؛
- إتمام التجربة الوهمية مع جماعة "لجنة الجبيل للطوارئ" والحصول على تقدير ممتاز دون حصول إصابات.

استثمار الموارد البشرية:

تواصلت الجهود في العام 2013 بما يتماشى مع توجيهات مجلس إدارة الشركة القاضية بالاستثمار الأمثل للموارد البشرية، والعمل على تأهيل الكوادر الإدارية والفنية، تسهم في تحقيق رؤيا الشركة وأهدافها، والعمل على تطوير الإنتاج بسواعد سعودية مؤهلة ومدربة على مستوى عال من المهنية.

بلغ عدد موظفي الشركة بنهاية عام 2013م 1563 موظفاً، وتعمل الشركة على توظيف السعوديين حديثي التخرج من الجامعات، حيث وظفت 56 متدرباً من حديثي التخرج، و71 موظفاً سعودياً للعمل في الوظائف الفنية المختلفة، مع القيام بدورات مكثفة في اللغة الانجليزية لتأهيلهم، بالإضافة إلى دورات متخصصة في مجالهم الفني، حيث بلغت نسبة السعودة 74%.

قامت الشركة في إطار حرصها على تنمية وتطوير مهارات موظفيها، تطبيق عدة برامج تدريبية منها، برنامج اللغة الانجليزية المميز بالتعاون مع جامعة يورك البريطانية المتخصصة في المجال، وبرنامج تطوير المهارات (JQP) الذي تهدف الشركة من خلاله تدريب الموظفين الفنيين في جميع وحدات المصانع، ما يسهم بتأهيل موظفين متميزين قادرين

على تشغيل وصيانة مصانع الشركة بكفاءة عالية، كما تطبق الشركة برنامج التطوير الاحترافي (PDP) الذي يهدف إلى تنمية مهارات المهندسين من خلال التدريب على برامج داخلية، وحضور دورات مناسبة لهم خارج الشركة.

وقدمت الشركة العديد من برامج التدريب والتطوير مثل: دورات السلامة بجميع أنواعها، دورات تقدير الذات، دورات القيادة الحديثة، دورات مكافحة الحرائق، دورات تحليل أسباب الحوادث وكيفية الحلول الجذرية لتجنب حدوثها، والعديد من الدورات المتميزة، حيث قامت الشركة بتقديم أكثر من 102 ألف ساعة تدريبية في المجالات الفنية والإدارية خلال العام 2013، لتجعل من موظفيها قيادات قادرة على تبني المتغيرات في قطاع الصناعة. ومن الانجازات في المجال، كرم مجلس التعاون الخليجي الشركة بمنحها جائزة التميز نظير جهودها في توفير فرص عمل للمواطنين، وذلك خلال مؤتمر عقد في مملكة البحرين في شهر أكتوبر 2013.

الخاتمة:

لا تستطيع الحكومات بمفردها خاصة في البلدان النامية من المساهمة بصورة كبيرة في دعم رفاه المجتمع من خلال تخصيص الإيرادات الضريبية، والجوانب اللوجستية والموارد البشرية وهناك حاجة للقطاع الخاص، والاستثمار المسؤول اجتماعياً، والمنظمات غير الحكومية والشراكات التي تعتمد على المجتمع المحلي بغية استكمال الجهود التي تبذلها الحكومة للقضاء على الفقر. وإذا نظر إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها شكل آخر من أشكال الإعلان، فإنها ستعود بالنفع على مؤسسات الأعمال التجارية. فالسمعة الطيبة هي أفضل شكل من أشكال الإعلان في عالمنا المعاصر. وسيؤدي ذلك إلى زيادة الفرص المتاحة لمؤسسات الأعمال التجارية وإمكانية تحقيق الأرباح. وعلاوة على ذلك، فإن الشركة التي تتمتع بسمعة طيبة تتسم بالانفتاح والأمانة تتمكن من تجاوز الأزمات، وفي الواقع تُعد مثل هذه السمعة جوهرية في مجال الأعمال التجارية.

يخلص هذا البحث في الكشف على أن هاته الشركات، قد عرفت اليوم بجانب أكثر أهمية وهو الجانب الاجتماعي حيث تتزايد التزاماتها الاجتماعية والبيئية يوماً بعد يوم من خلال مختلف البرامج التي تقوم بتنفيذها وتجسيدها خدمة لتنمية وتطوير المجتمع والمساهمة

في تحسين الإطار المعيشي وتطوير نوعية الحياة لأفراد المجتمع وخدمته، ومما لا شك فيه أن هذا الأمر سوف يمنحها ميزة تنافسية خاصة بين الشركات البترولية العالمية. وبعد سرد واقع المسؤولية الاجتماعية والبيئية وأهم البرامج المجسدة لهاته الشركات، فقد توصلنا إلى أنها تولي أهمية كبيرة لهذا الموضوع وهو ما تبينه الأرقام والبرامج التي تم تطبيقها على أرض الواقع في مختلف النشاطات والقطاعات المدعمة خاصة في المجالين الاقتصادي والاجتماعي، والمساهمة في التنمية المحلية لمجتمعاتها. وفيما يخص واقع المسؤولية الاجتماعية والبيئية للشركات النفطية العربية ومدى تبنيها ومساهمتها في ذلك فيلاحظ:

- الاهتمام بتنمية وتطوير الكفاءات من خلال البرامج التدريبية والتكوينية المبرمجة والمجسدة، ووضع ميزانية سنوية لذلك، وكذا إنشاء معاهد ومراكز للتكوين والتدريب.
- توفير الحماية الاجتماعية للأفراد.
- توفير مناخ العمل المناسب.
- رعاية العديد من التظاهرات الثقافية والرياضية والتعليمية والمبادرات الخيرية.
- الدعم الاقتصادي والاجتماعي من خلال توفير فرص عمل، ودعم وتمويل الأنشطة ذات الطابع الاجتماعي.
- إصدار الشركتين "غاز قطر" وشركة "كيان السعودية للبترولوكيماويات" لتقارير حول المسؤولية الاجتماعية والبيئية على موقعها الإلكتروني، خاصة الاستراتيجيات المتعلقة بحماية النظام البيئي.

الهوامش:

¹ خالد بن يوسف البرقاوي . المسؤولية الاجتماعية: ورقة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى السنوي . كلية العلوم الاجتماعية جامعة أم القرى مكة سنة 2008. ص 06.

² مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية . كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع: الاتجاهات والقضايا الراهنة. نيويورك وجنيف 2004. ص 79.

³ د. فالح عبد القادر الحوري، د. ممدوح الزيادات، أ.هايل عباينة، إدارة الصورة الذهنية للمنظمات الأردنية في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية «دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية» كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة العلوم التطبيقية الأردن . ص 05.

⁴ Arielle N'diaye, Janique Soulié, La réimportation des pratiques de RSE par les firmes des pays émergents vers les pays développés, XXII Conference Internationale de Management Stratégique AIMS, May 2014, Rennes, France, p 03.

⁵ Toufik DEBBAB, La régulation a-t-elle un rôle à jouer dans l'éthique en entreprise, Thèse doctorat en sciences économique, Aix-Marseille Université, France, 2015, p 70.

⁶ Ivana Rodic, Responsabilité sociale des entreprises- le développement d'un cadre européen, mémoire pour l'obtention du diplôme d'études approfondies en études européennes, Institut Européen de l'université de Genève, 2007, p 13.

⁷ Ibid, p 13.

⁸ Anna Cournac, La Responsabilité sociale de entreprise multinationale a l'égard de ses territoires d'implantation, Thèse doctorat en sciences de gestion, Université de Pau et des Pays de L'ADOUR , Novembre 2013, p 23.

⁹ Ibid, p 23.

¹⁰ World Bank. 2005. Opportunities and options for governments to promote corporate social responsibility in Europe and Central Asia : Evidence from Bulgaria, Croatia and Romania. Working Paper, March.

¹¹ المسؤولية الاجتماعية للشركات . المعهد العربي للتخطيط الكويت . العدد 90/فبراير 2009 السنة التاسعة . ص03.

¹² نورا محمد عماد الدين أنور. المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل الأزمة الاقتصادية العالمية دراسة تطبيقية المركز المصري للدراسات الاقتصادية السنة 2010. ص02.

¹³ د. نهال المغربي، د. ياسمين فؤاد . المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر : بعض التجارب الدولية . المركز المصري للدراسات الاقتصادية السنة 2008 ورقة رقم 138. ص03.

¹⁴ د. رسلان خضور، المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال، الندوة الاقتصادية الرابعة والعشرون حول التنمية الاقتصادية والاجتماعية في سورية، جمعية العلوم الاقتصادية السورية، 2011/04/26، ص 08.

¹⁵ د. مراد زايد، المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل المتغيرات العالمية - حالة الجزائر - مداخلة تدخل في إطار الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة بشار الجزائر، 14-15 فبراير 2012، ص 4-5.

¹⁶ د. رسلان خضور، مرجع سابق، ص 19.

¹⁷ المرجع نفسه، ص 17.

¹⁸ Porter MAZURKIEWICZ: Corporate environmental responsibility: Is a Common CSR Framework possible ? DevComm-SDO, World bank, P07.

¹⁹ محمد زيدان، محمد يعقوبي، الأثار البيئية لنشاط شركات البترول ومدى تحملها لمسؤولياتها تجاه البيئة، مداخلة تدخل في إطار الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة بشار الجزائر، 14-15 فبراير 2012، ص 4-5، ص 04.

²⁰ عبيبي هاتو خلف: محاسبة التلوث البيئي، الأكاديمية العربية في الدنمارك، بغداد، 2009 م، ص 31.

²¹ محمد زيدان، محمد يعقوبي، مرجع سابق ذكره، ص04.

²² Alison JAMISON, Marlo RAYNOLDS, Peggy HOLROYD, Erik VELDMAN, Krista TREMBLETT: Defining corporate environmental responsibility. Canadian ENGO perspectives, October 2005, P07.

²³ ملخص تقرير المسؤولية الاجتماعية لشركة Exxon Mobil لسنة 2011، تاريخ النشر مارس 2012، ص 9-11.

²⁴الشرق الاقتصادي ليوم 2014/11/02، العدد 9635، ص 04.

²⁵ تقرير مجلس إدارة شركة كيان السعودية للبتروكيماويات إلى الجمعية العامة عن أداء وأنشطة الشركة للعام المالي 2013م، ص ص

.26-22

جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية
و التجارية وعلوم التسيير
-مخبر العلوم الاقتصادية و علوم التسيير -
و فرقة " - ممارسات تطبيق الحوكمة في المؤسسات
الاقتصادية العمومية و الخاصة-"
ينظمان:

يوما دراسيا حول:

مكانة وممارسات المسؤولية الاجتماعية في العلوم الإنسانية والاجتماعية

07 ديسمبر 2017

مداخلة تحت عنوان:

تبني وتطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات

تجارب عالمية ناجحة وواقع الجزائر

من إعداد/

د. هند لبصير - جامعة بسكرة. / hind.lebsir@hotmail.fr

أ. سامية بولعسل - جامعة جيجل. / samia_boulassel18@hotmail.fr

الملخص:

أصبح من الصعب على الشركات الكبيرة التغاضي عن دورها التنموي وإحساسها بالمسؤولية الاجتماعية داخل المجتمع، وأهمية هذه المشاركة الاجتماعية لا تكمن فقط في مجرد الشعور بالمسؤولية، وإنما أصبحت أمراً ضرورياً لكسب تعاطف المجتمع واحترامه، وبالتالي ضمان النجاح والإقبال من الجماهير .

ونجد الشركات BMW، أنظمة داسو، و Outotec السبّاقة لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات لعام 2016 م حسب ترتيب "غلوبال 100" لـ "فرسان الشركات" والذي يهدف إلى تصنيف الشركات العالمية على أساس معايير الاستدامة واستراتيجياتهم من المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) حيث تمكنت هذه الشركات من إثبات مكانتها وترسيخ مفهوم المسؤولية الاجتماعية مما أدى إلى تحقيق ريادتها.

وتبقى الشركات الجزائرية بعيدة في هذا المجال، ولا تزال أمامها أشواط كبيرة حتى تتمكن من تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية، ولن يتحقق ذلك إلا بتضافر الجهود الجماعية من الحكومة والشركات ووعي أفراد المجتمع به.

الكلمات المفتاحية:

المسؤولية الاجتماعية للشركات، شركة BMW ، شركة أنظمة داسو، شركة Outotec، ترتيب "غلوبال 100"

Résumé:

Il est devenu difficile pour les grandes entreprises à négliger leur rôle dans le développement et le sens de la responsabilité sociale au sein de la communauté, et l'importance de ce mensonge social, non seulement en seulement un sens de la responsabilité, mais il est devenu nécessaire de gagner la sympathie de la communauté et son respect, assurant ainsi le succès et la popularité des masses.

Les trois entreprises BMW, Dassault Systèmes et Outotec sont les pionniers de l'adoption du concept de responsabilité sociale des entreprises pour l'année 2016 selon l'ordre de « Global 100 » pour « Chevaliers de sociétés », qui vise à la classification des entreprises internationales basées sur des critères de développement durable et les stratégies de responsabilité sociale des entreprises (RSE), Où ces entreprises ont pu démontrer leur position dans l'application du concept de responsabilité sociale, menant à la préséance dans le classement.

Les entreprises algériennes restent loin dans l'adoption et la mise en œuvre du concept de responsabilité sociale, et cela ne sera possible que grâce aux efforts concertés du gouvernement, des entreprises et à la sensibilisation des membres de la communauté.

Mots clés : RSE, BMW, Dassault Systèmes, Outotec, l'ordre de « Global 100 ».

مقدمة:

لقد تنامي الالتزام الاجتماعي لدى الشركات، نتيجة للوعي الثقافي والتعليمي وضغوطات حركات وجمعيات حقوق الإنسان، حيث تحولت الاهتمامات الشخصية للأفراد، إلى حركات جماعية منظمة، تعمل على زيادة الضغوط من قبل المجتمع على كيفية إدارة الشركات لأعمالها نتيجة دور التعليم في رفع الوعي البيئي والإنساني، ولقد استطاعت الكثير من المنظمات الاجتماعية تحميل الشركات مسؤولية أساليبها الخاطئة. ولقد شكلت هذه العوامل حافزا لدى الشركات نحو تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية، والذي يقوم على أسس من الشفافية والنزاهة واحترام الآخر والأمان والخدمة العامة، وعلى توليد قصص نجاح لتمكين المجتمع المحلي وحفظ حقوقه، وبناء أسس التنمية المترابطة بالإنسان، حيث تحترم كرامة الإنسان، والمجتمعات المحلية، وتصبح جزءا من مشروع التنمية الشاملة.

إن مزايا تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات تعد واضحة، إذ يمكن استخدام هذا المفهوم كأداة فعالة لتحسين العلاقة بين العاملين والمجتمع، كما يجب مراقبة تطبيقه بدقة نظرا لأنه يمكن أن يساعد الشركة على تقليل المخاطر التي تواجهها، وتقوية مكانتها، وزيادة حصتها السوقية، ورفع مستوى مبيعاتها، وتعريف المستهلكين بعلامتها التجارية بأكثر فاعلية، وهكذا ستؤدي الممارسات الاجتماعية إلى إدامة المزايا التنافسية للشركات.

وتعد الشركات الكبيرة الأكثر اهتماما بتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدورها الهام في تمكينها من الاستجابة بشكل أفضل للتحديات التي تواجهها (المناخ، العرض، الطلب على الشفافية، وغيره)، وأيضا تمكين الشركات من تلبية توقعات مختلف أصحاب المصلحة (الزبائن، الموردون، المساهمون، النقابات).

وحسب ترتيب "غلوبال 100" لـ "Corporate Knights"، والذي يهدف إلى تصنيف الشركات العالمية على أساس معايير الاستدامة واستراتيجياتهم من المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR)، جاءت BMW، Dassault Systems، و Outotec، على الترتيب لعام 2016م، في ما جاءت الجزائر في المرتبة 124 حسب ترتيب معهد (Respeco) لعام 2016م.

مما سبق يمكن طرح التساؤل الرئيسي التالي:

كيف يتم تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الشركات BMW -Dassault Systems -Outotec ؟

وما واقعه في الجزائر؟

هدف الدراسة:

إن الهدف من هذه الدراسة هو التعرف على كيفية تبني وتطبيق الشركات الكبرى لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، والواقع الذي يواجه الجزائر وشركاتها، والتحديات الواجب أخذها بعين الاعتبار لتمكينها من النجاح في تطبيقها.

I- أساسيات حول المسؤولية الاجتماعية للشركات:

تمثل المسؤولية الاجتماعية للشركات اليوم، اللغة المستخدمة للتعبير عن دور هذه الشركات وقطاع الأعمال في المجتمع. وقد يبدو هذا المصطلح جديداً على البعض، ولكن في جوهره يركز على أهمية تزيات تنمية المجتمع مع تنمية القطاع الخاص، حيث ظهر الاهتمام بموضوع المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص، وأصبح الحديث عنها في الآونة الأخيرة عنواناً للمؤتمرات والندوات، ومجالاً للدراسات والأبحاث سواء من قبل الأفراد أو مراكز البحوث والمنظمات الدولية، كما تزايد الاهتمام بها من قبل كل من الحكومة والشركات نفسها، وأصبحت المسؤولية الاجتماعية جزءاً من إستراتيجية شركات الأعمال للتفاعل مع المجتمع والبيئة المحيطة. لكن رغم ذلك فإنه لا يوجد اتفاق عام لدى الأطراف المعنية على تحديد تعريف واضح للمسؤولية الاجتماعية، وكيفية قياسها من ناحية التكاليف والعوائد الاجتماعية.

1- مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

تزايد دور العولمة الاقتصادية خلال سنوات التسعينيات، مما أدى إلى ظهور شركات لعبت دوراً في الحد من الفقر وعملت على تحقيق مبدأ الحق في الملكية وتفعيل أنظمة الحوكمة، إضافة إلى ضمان سلامة البيئة، كما اعتبر عالم المال جزءاً من المجتمع من خلال بحثه عن إيجاد طرق ترفع المكاسب الإيجابية، وأطلق عليه عدة تسميات (مواطنة الشركات، المسؤولية الاجتماعية للشركات، ومساءلة الشركات). قام باون (BOWEN) منذ سنة 1953م، بإطلاق مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) على أساس أنها عقد ضمني بين الشركة والمجتمع، وفي سنوات 1970م ظهرت مفاهيم التزامات الشركة في تحمل نتائج أنشطتها على المجتمع¹. وقد بدأت إرهابات المفهوم بدفع من المنظمات غير الحكومية كردة فعل للممارسات غير الأخلاقية لبعض الشركات ردود الفعل هذه استطاعت ومع مرور الوقت أن تصل إلى الشركات والمنظمات الدولية، والنقابات الصناعية، والحكومات، وأن تشكل ضغطاً مستمراً وتحشد الرأي العام العالمي لدعوة الشركات لأداء مسؤوليتها الاجتماعية، إلا أنه في مقابل ذلك لم يكن ولا يزال مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات غير محدد، ولم يحظ بالتعريف المحدد لدى جميع الأطراف المعنية به والبيئات المتنوعة.

ويؤكد (Blowfeild & Frynas) أنه ورغم عدم وضوح المفهوم، فهناك بعض العناصر التي يتضمنها

بشكل عام، وهي:²

- ✓ تتحمل الشركات مسؤولية مقابل تأثيرها على المجتمع والبيئة التي تتجاوز القوانين أحياناً؛
- ✓ تقع على الشركات مسؤولية تجاه سلوكها مع غيرها من الأطراف المشتركين في أعمالها؛
- ✓ الشركات يجب أن تدير علاقتها مع المجتمع الذي تعمل به سواءً لأجل أغراض اقتصادية أو إضافة قيمة للمجتمع.

كما أن هناك بعض المحاولات المتعددة لإعطاء تعريف لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات:

حيث عرف (دراكر) المسؤولية الاجتماعية بأنها "التزام منظمة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه"، وشكل

هذا التعرف منطلق لدراسات لاحقة فتحت الباب واسعاً لدراسة الموضوع في اتجاهات وتوجهات مختلفة³.

ونجد تعريف (كارول) الذي يعد الأكثر تكاملا، والذي اعتبر كقاعدة للعديد من النماذج النظرية التي تطورت لاحقا، حيث يرى أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تتفق مع التوقعات الاقتصادية، القانونية، الخيرة والأخلاقية التي يمنحها المجتمع للمؤسسة خلال وقت معين، أي أن المسؤولية الاجتماعية تشتمل على أربع جوانب وهي المسؤولية الاقتصادية، القانونية، الخيرة، والأخلاقية⁴.

وعرف المجلس العالمي من أجل التنمية المستدامة المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها "التزام المؤسسات المتواصل بالسلوك الأخلاقي وبالمساهمة في التنمية الاقتصادية وفي الوقت ذاته تحسين نوعية حياة القوى العاملة وأسرها، فضلا عن المجتمعات المحلية و المجتمع عامة"⁵.

وتعني المسؤولية الاجتماعية للشركات حسب المنتدى الدولي لقادة الأعمال " ممارسات الأعمال التجارية المتسمة بالانفتاح والشفافية القائمة على المبادئ الأخلاقية واحترام الموظفين والمجتمع والبيئة، وصممت تلك المسؤولية لإتاحة قيمة مستدامة للمجتمع عامة، إضافة إلى المساهمين"⁶.

وعرفت مواصفة الإيزو 26000 على أنها " الإطار التوجيهي للشركات نحو التنمية المستدامة عن طريق تحديد الآثار المترتبة على الإجراءات التي تتخذها الشركة لأصحاب المصالح، سواء كان ذلك بالحوار، والتقييم والتنفيذ لإستراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركات"⁷.

ويتضح لنا من التعريفات السابقة أنها أجمعت على وجود الخصائص المشتركة الآتية:⁸

- ✓ الإقرار بطوعية مبدأ المسؤولية الاجتماعية للشركات وعدم إلزاميته؛
- ✓ تكامل السياسات الاجتماعية، والبيئية، والاقتصادية في الأعمال الإدارية اليومية للشركة؛
- ✓ تقبل المسؤولية الاجتماعية للشركات كونها واحدة من الأنشطة الأساسية الراسخة في نشاطات الشركة الإدارية والإستراتيجية؛
- ✓ الإجماع على الدور المهم الذي يمكن أن تلعبه الشركة في المجتمع بصفتها عضوا فيه؛
- ✓ التزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية هي الآلية التي من خلالها تساهم في تحقيق التنمية المستدامة للمجتمع؛
- ✓ عنصر الشفافية والذي يركز على جمع المعلومات داخل وخارج الشركة؛
- ✓ القدرة على إشراك أطراف أخرى تهتم بالشركة وتتعامل معها، لان الشركة ستصبح مواطنة؛
- ✓ عملية تشاركية تقوم بها الشركات لتعظيم القدرة التشاركية بالتنمية؛
- ✓ تقوم بها مختلف الشركات، بغض النظر عن طبيعة عملها (قطاع خاص، قطاع عام، منظمات المجتمع المدني).

2- أهمية المسؤولية الاجتماعية في الشركات:

قد تبدو برامج المسؤولية الاجتماعية للوهلة الأولى أنها عائق سيثقل كاهل ميزانية الشركات، إلا أنه في الواقع يمكن أن تجني الشركة عدة مكاسب من جراء ممارسة برامج المسؤولية الاجتماعية خاصة على المدى البعيد وتتمثل فيما يلي:⁹

- ✓ تحسين وتطوير صورة المنظمة أمام المجتمع؛
- ✓ تمثل المسؤولية الاجتماعية الحالة الأفضل للمستثمرين، وذلك عن طريق رفع قيمة الأسهم في الأمد الطويل، لما تحظى به الشركة من ثقة لدى المجتمع، وما تقوم به للحد من المخاطر التي يمكن أن تتعرض لها مستقبلا؛
- ✓ القوانين والتشريعات لا يمكنها أن تستوعب كل التفاصيل المرتبطة في المجتمع، ولكن بوجود المسؤولية في الأعمال فإنها ستمثل قانونا اجتماعيا؛
- ✓ إن لم تقم الشركات بمهامها في تحقيق المسؤولية الاجتماعية ومساعدة المجتمع في معالجة وحل المشكلات التي يعاني منها، فإنها يمكن أن تفقد الكثير من قوتها التأثيرية في المجتمع؛
- ✓ الوقاية من المشكلة أفضل من علاجها، لذلك من المناسب ترك الشركات لتعمل في المجتمع لتجنب المشكلات قبل أن تتفاقم و يصعب علاجها.

3- أبعاد وعناصر المسؤولية الاجتماعية للشركات:

إن شمولية محتوى المسؤولية الاجتماعية جعلت الباحث (كارول) يشير إلى جوهرها بأربعة أبعاد رئيسية هي الاقتصادي والأخلاقي والقانوني والخير، وفي هذا الإطار طور مصفوفة بين فيها هذه الأبعاد الأربعة وكيف يمكن أن تؤثر على كل واحد من المستفيدين في البيئة. ويوضح الجدول الموالي خلاصة للممارسات الأكثر شيوعا في دول العالم، والتي يمكن أن تعتبر أبعادا أساسية لمحتوى المسؤولية الاجتماعية تجاه مختلف الأطراف المستفيدين:

الجدول رقم(01): أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وعناصرها الرئيسية والفرعية

البعد	العناصر الرئيسية	العناصر الفرعية
الاقتصادي	المنافسة العادلة	- منع الاحتكار وعدم الإضرار بالمستهلكين. - احترام قواعد المنافسة وعدم الإلحاق الأذى بالمنافسين.
	التكنولوجيا	- استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي والخدمات التي يمكن أن يوفرها. - استخدام التكنولوجيا في معالجة الأضرار التي تلحق بالمجتمع والبيئة.
القانوني	قوانين حماية المستهلك	- عدم التجار بالمواد الضارة على اختلاف أنواعها. - حماية الأطفال صحيا وثقافيا. - حماية المستهلك من المواد المزورة والمزيفة.
	حماية البيئة	- منع تلوث المياه والهواء والتربة. - التخلص من المنتجات بعد استهلاكها. - منع الاستخدام التعسفي للموارد.

		- صيانة الموارد وتتميتها.
	السلامة والعدالة	- منع التمييز على أساس العرق أو الجنس أو الدين. - ظروف العمل ومنع عمل الأحداث وصغار السن. - إصابات العمل. - التقاعد وخطط الضمان الاجتماعي. - عمل المرأة وظروفها الخاصة. - المهاجرين وتشغيل غير القانونيين. - عمل المعوقين.
الأخلاقي	المعايير الأخلاقية	- مراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك. - مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف. - مراعاة حقوق الإنسان.
	الأعراف والقيم الاجتماعية	- احترام العادات والتقاليد. - مكافحة المخدرات والممارسات اللاأخلاقية
الخير	نوعية الحياة	- نوع التغذية. - الملابس. - الخدمات. - النقل العام. - الذوق العام.

المصدر: طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال (الأعمال والمجتمع)، ط1، دار وائل، الأردن، 2008، ص 82.

ولغرض فهم هذه المكونات الأربعة للمسؤولية الاجتماعية التي قدمها (كارول)، فإننا نجد علاقة وثيقة بين متطلبات النجاح في العمل ومتطلبات تلبية حاجات المجتمع، وخاصة في إطار الأبعاد الاقتصادية والقانونية، حيث تمثل هذه الأبعاد مطالب أساسية للمجتمع يجب تلبيةها من قبل الأعمال، في حين يتوقع المجتمع من الأعمال أن تلعب دوراً أكبر فيما يخص عناصر بعدي الأخلاقي والخير، علماً بأن هذا الأخير يمثل في حقيقته رغبات مشروعة للمجتمع يفضل أن تتبناها المؤسسات المختلفة.

II- نماذج ناجحة في تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات العالمية حسب ترتيب "غلوبال 100":

إن قيام الشركات بدورها تجاه المسؤولية الاجتماعية يضمن إلى حد ما دعم جميع أفراد المجتمع لأهدافها ورسالتها التنموية والاعتراف بوجودها، والمساهمة في إنجاح أهدافها وفق ما خطط له مسبقاً، علاوة على المساهمة في سد احتياجات المجتمع ومتطلباته الحياتية والمعيشية الضرورية، إضافة إلى خلق فرص عمل جديدة من خلال إقامة مشاريع خيرية واجتماعية ذات طابع تنموي.

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 والنوعية.

وحسب ترتيب "غلوبال 100" لـ "Corporate Knights" والموجود منذ عام 2005م، ويهدف إلى تصنيف الشركات العالمية على أساس معايير الاستدامة وسياساتهم من المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR). تستخدم وكالات التصنيف "ستاندارد"، مثل ستانداردز & بورس، قوائم "غلوبال 100". وحسب تقرير 2016، الذي نشر في 20 جانفي 2017م نجد ثلاث شركات في الترتيب التالي:

1- شركة "BMW":

تعد شركة "BMW" في المرتبة الأولى لعام 2016م، وهي من بين أهم الشركات المصنعة للسيارات في العالم، والتي تتميز بمنتجات مميزة ونظيفة تطابق للمواصفات العالمية والمسوقة لعملائها التي تستهدفهم بما يحقق لهم حاجاتهم ورغباتهم من جهة، وأهدافها الربحية من جهة أخرى.

في الستينات، ركزت الشركة ثروتها على السيارات الرياضية، أما في 1990م فقد قامت بالدخول لسوق صناعة السيارات الإنجليزية عن طريق عمل مشترك مع شركة "Anbar" ذات ذات المسؤولية العامة لإنتاج محركات الطائرات¹⁰.

وتهدف استراتيجية "BMW" للمسؤولية الاجتماعية للشركات إلى تحقيق أعلى مستوى من الاستدامة خلال كل مرحلة من مراحل دورة حياة السيارة من خلال تنفيذ مجموعة من التدابير والمبادرات ذات الصلة.

1-1- السيارات النظيفة:

إن شركة "BMW" تستخدم ثروة الابتكار هائلة ومن التقنيات العالية الكفاءة، حيث ذهبت إلى أبعد من ذلك من التصميم إلى الإنتاج، والعمر الإنتاجي للسيارة التي تقوم بتسويقها، والتي تستند كل تفاصيلها على تبني المسؤولية الاجتماعية بما يحقق التنمية المستدامة، لأنها السلوك الذي لا يكون له بداية أو نهاية.

إن الهدف من تطوير سيارات "BMW i" ليس فقط تصنيع السيارات دون انبعاثات، ولكن أيضاً لاستخدام أقصى قدر من المواد النظيفة والمستدامة المصنعة والمدمجة (خاصة من الداخل) وبما يحقق حاجات ورغبات المستهلكين.

وتعني "i" يعني في BMW i لتعيين "innovation"، ويرمز إلى الطابع الاستثنائي لهذه الاطلاق، فمعها الصانع الألماني خلق "next premium"، والذي يعني تصميم مميز، والذي يجمع بين عالم الفخامة والجمال والأداء الاجتماعي مع المعايير البيئية العالمية من خلال إعادة التعريف ببعض المعايير المتعلقة باستخدام المواد المستدامة، وتطوير عمليات التصنيع الصديقة للبيئة، أي تقديم السيارة التي تجمع بين الوعي البيئي ومتعة القيادة لأصحابها مع مكافأة بيئية يتم خصمها بما يحقق أهداف الشركة¹¹.

1-2- المواد والكهرباء النظيفة المستخدمة:

في 2014م وللمرة التاسعة منذ عام 2005م، شركة "BMW" تتربع على المركز الأول مرة أخرى حسب مؤشر داوجونز للاستدامة في صناعة السيارات الأكثر استدامة في العالم. حيث كان دافع الشركة خلق معايير جديدة للتصنيع، والتي تعتمد الشركة على ألياف الكربون الطبيعية المتجددة والجلود الطبيعية وأخشاب الكافور ذو المسام المفتوحة بـ 100% من الغابات المعتمدة FSC®.

وعموماً، يتم استخدام 25% من المواد الخام والبلاستيك المعاد تدويره والقابل للتجديد، أما المفروشات المنسوجة فيتم صنعها من البولستير المدور بـ 100% والمصنع باستخدام 3% من PET.

وأيضاً تستخدم الشركة الطاقة النظيفة من خلال واحدة من أكبر محطات توليد الطاقة الكهرومائية في العالم باستخدام "سد كولي". وبالإضافة إلى ذلك، تعتمد في عملية التصنيع على ألياف الكربون بطاقة مكثفة موصولة ببخيرة موسى بالولايات المتحدة الأمريكية للحصول على 100% من الطاقة المستخدمة في تصنيع "BMW i3" بمصنع في "Leipzig" بمصادر الطاقة المتجددة. وكذلك، تم تخفيض الطاقة اللازمة لإنتاج "BMW i3" في مصنع Leipzig بنسبة 50% واستهلاك المياه بنسبة 70%¹².

2- شركة "Dassault Systems":

وتأتي بدورها في المرتبة الثانية لعام 2016م، حيث ولأكثر من 30 عاماً، مصممو الابتكار "Dassault Systems" قاموا بتكريس كل طاقتهم وخبرتهم لإعادة التفكير وإعادة اختراع تقنيات التصميم D3 والحلول لخلق الخبرات التي تحسن حياة الناس، من كونه قوة حاسمة في تحول العالم، والذي يقود إلى تحديات جديدة وعبر الحدود بين العلم والخيال.

ومع تجربة D3 تمكنت "Dassault Systems" خلق بيئة افتراضية مبنية على بيانات العالم الحقيقي، حيث لم يعد الابتكار يقتصر على مختبرات R & D، فهو في كل مكان، وعبر التخصصات والصناعات. وتعمل استراتيجية المسؤولية الاجتماعية لـ "Dassault Systems" على تحقيق مايلي:

2-1- الثقافة الأخلاقية:

تلتزم "Dassault Systems" التزاماً عميقاً بالابتكار المستدام والنمو، وهو الطموح الذي يؤثر على جميع جوانب الأعمال التجارية والاقتصاد ككل، في حين تعهد لتعزيز الاستقرار الاجتماعي وحماية توازن العالم

الطبيعي، حيث تهدف إلى إنتاج الابتكارات الملائمة للمنتج والطبيعة والحياة. ويستند تحقيق هذا الهدف إلى النزاهة والتعاون والاحترام المتبادل للشركة، ومواصلة النمو الأخلاقي والمستدام هو القيمة الأساسية وحجر الزاوية في سياسة المسؤولية الاجتماعية للشركة، فعلى مدى 30 عاما، وضعت الشركة نفسها كلاعب استراتيجي في الابتكار التكنولوجي والصناعي والاقتصادي، وأيضا بناء علاقات وثيقة مع عملائها والشركاء والمساهمين والوكالات الحكومية.

إن الثقافة الأخلاقية في الشركة تنبثق من الممارسات التجارية العادلة، والامتثال للقوانين واللوائح، بإبلاغ جميع جوانب إدارة الأعمال والقرارات التي تتخذها ازاء 13000 موظف كل يوم. وينعكس التزام شركة "Dassault Systems" بالسلوك الأخلاقي والمسؤول في:

- القواعد المنطبقة على جميع موظفي الشركة؛
- نظام الحوكمة للشركة.
- حملات التوعية للموظفين والتدريب.

2-2- الشفافية والدقة والموثوقية:

تساعد شركة "Dassault Systems" عملائها على تقليل تأثيرها على البيئة، كما أنها تعمل بجهد لقياس وخفض تأثيرها. ويشارك برنامج DS3 أيضا في اتحادات مع المفوضية الأوروبية لتحديد منهجية محددة لتقييم انبعاثات غازات الدفيئة من ناشري البرمجيات. ويدعم نهج DS3 للإدارة البيئية مايلي:¹³

أ- **الشفافية:** عملت الشركة على توسيع نطاق الشفافية على التقارير حيث تم تغطيتها بـ 30% في عام 2009م، لتغطية أكثر من 80% في عام 2012م. ووفقا للتقارير المالية والاجتماعية لها، فإن الشركة تطبق ذلك في جميع الإدارات والمواقع التابعة لها.

ب- **الدقة:** يهدف توسيع نطاق الإبلاغ والعمل على موثوقية البيانات البيئية إلى تحسين نوعية البيانات. فالشركة لا تسعى فقط لتحسين عملية الإبلاغ البيئي، ولكننا تسهم أيضا في اتحادات الشركات لتحسين تقييم الأثر البيئي.

ج- **الموثوقية:** في الوقت الذي توسع فيه الشركة نطاق تقاريرها، تعمل أيضا على تحسين موثوقية بياناتها البيئية. ولقد أجرت أول مراجعة للبيئية الداخلية في عام 2012 (للسنة المالية 2011م)، واعتبارا من عام 2013م (السنة المالية 2012م)، حيث تجرى عملية المراجعة البيئية من قبل طرف ثالث.

ولتقييم الأداء البيئي العالمي للشركة، وتحليل البصمة الكربونية على مستوى العالم، تستخدم الشركة بروتوكول الغازات الدفيئة (CSR)، حيث بدأ هذا الأسلوب لتقييم آثار غازات الدفيئة في عام 2001م من قبل مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة ومعهد الموارد العالمية. وقد تم تطويره من خلال الشراكة بين الشركات

والمنظمات غير الحكومية والحكومات لوضع إطار مشترك للمحاسبة والإبلاغ وأدوات القياس والإجراءات لمقاومة تغير المناخ.

ويقسم بروتوكول الغازات الدفيئة نطاق تشغيل انبعاثات الغازات الدفيئة في الشركة على النحو التالي:¹⁴

النطاق 1: الانبعاثات المباشرة من حرق الوقود الأحفوري من الموارد المملوكة أو التي تسيطر عليها الشركة؛

النطاق 2: الانبعاثات غير المباشرة الناتجة عن شراء أو إنتاج الكهرباء؛

النطاق 3: جميع الانبعاثات الأخرى غير المباشرة، من سلسلة التوريد الممتدة إلى نقل البضائع والأشخاص.

2-3- المساواة المهنية بين الرجل والمرأة:

تشجع شركة "Dassault Systems" المساواة بين الجنسين من خلال المبادرات المهنية لقيادة المرأة والنهوض بها.

وفي جوان 2016م، انعقدت القمة الثانية لمبادرة المرأة، و جمعت 22 ممثلا للشركة على الصعيد العالمي. وأولوياته اتخاذ تدابير لرفع مستوى الإدارة ونشر الوعي، حيث أنشئت من أجل تعزيز التوظيف للنساء في الشركة وزيادة عددهن في المناصب الإدارية.

وفي 31 ديسمبر 2016، كان عدد النساء الموظفات في الشركة 24% من الإجمالي، وهو ما يمثل 18% من المديرين، وكان 27% من الأشخاص الذين تم إيكالهم الإدارة خلال السنة من النساء على المناصب التالية:

- 55% في التسويق والمبيعات والخدمات؛

- 31% قيادة في الإدارة وغيرها؛

- 14% في R & D.

في عام 2016م، تم تنفيذ العديد من الإجراءات المحلية مثل حمل شعار "الأمر متروك لي" لجميع الموظفين داخل الشركة وفي جميع فروعها، مع 16 نصيحة لمساعدتهم على تحقيق إمكاناتهم داخلها والتقدم في حياتهم المهنية. والمشاركة في مختلف النشاطات مثل منتدى المرأة للاقتصاد والمجتمع، ومسيرة لرفع مستوى الوعي بأمراض القلب والأوعية الدموية في الهند، وفي كندا وفرنسا في اليوم العالمي للقلب، وغيرها.

وتتألف اللجنة التنفيذية للشركة من امرأتان وثمانية رجال، في حين أن مجلس الإدارة لديه أربع نساء عضوات وخمسة رجال،

وتسعى شركة "Dassault Systems" إلى الالتزام بالقوانين المعمول بها، واللوائح المتعلقة بالمساواة المهنية وعدم التمييز بين العاملين بها من الجنسين في مختلف البلدان (فرنسا، ألمانيا، إنجلترا، هولندا، الولايات المتحدة الأمريكية، كندا، اليابان، الصين، كوريا الجنوبية، استراليا¹⁵).

3- شركة "Outotec":

ولقد جاءت في المرتبة الثالثة، وهي شركة التكنولوجيا المدرجة في فنلندا التي تم إنشاؤها في عام 2006م. وتركز أكثر على التصميم والاستشارات في التصنيع وتشتري غالبية منتجاتها من الباطن، ويتم التصنيع في ورشة "أوتوتيك في أوتوكومبو"، التي تقوم بتصنيع المعدات.

وتعد "Outotec" شركة التكنولوجيا والمشروع، وبيع مشاريع التعدين والتعدين النباتية المعقدة التي تصمم وتتم لديها أو بالتعاون مع شركائها. وتجمع الشركة سلسلة التوريد وتصمم وتسليم العمليات، وتقوم بتدريب العملاء على إدارة هذه العمليات. وقد تم اختيار Outotec لتظهر في سجل الاستثمار "Ethibel EXCELLENCE" منذ 2014/09/26م. ويشير هذا الاختيار الذي أجراه المنتدى "Ethibel" إلى أن أداء الشركة أعلى من متوسط قطاعها من حيث المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR)، وتظهر هذه الأخيرة في شركة "Outotec" من خلال:

3-1- الصحة والسلامة في العمل:

تغطي تقارير الصحة والسلامة مباني الشركة والموظفين والمتقاعدين من الباطن، الذين يعملون تحت إشرافها ومواقع مشاريعها.

وتمثل القوى العاملة بأكملها (100%) في لجان الصحة والسلامة المشتركة بين الإدارة والعامل المشتركة، والتي تساعد في رصد وتقديم المشورة بشأن برامج الصحة والسلامة المهنية (G4-LA5). ويتم تمثيل الوحدات التي يقل عدد أفرادها عن 10 أشخاص في لجان الصحة والسلامة في الوحدات الأكبر حجما. والجدول الموالي يمثل معدلات وأنواع الإصابات، والأمراض المهنية، والأيام المفقودة، والإعفاء من الوفيات المرتبطة بالعمل (G4-LA6) كما يلي:

الجدول رقم(02): تقرير (G4-LA6) للشركة للفترة 2014 - 2016

2016	2015	2014	نوع الإصابة ومعدل الإصابة، والأمراض المهنية، والأيام المفقودة، والغياب، وعدد الوفيات المرتبطة بالعمل)
23	41	33	الإصابات غير المميّنة الناتجة عن أو أثناء العمل
0	0	0	إصابة قاتلة ناتجة عن أو أثناء العمل
1.8	2.8	1.5	معدل إصابة الوقت الضائع (1 مليون ساعة عمل)
1	0	0	الأمراض المهنية
0	0	0	معدلات الأمراض المهنية (لكل مليون ساعة عمل)
304	512	173	الأيام المفقودة بسبب حوادث العمل أو المرض
24.5	35.1	7.6	المعدل اليومي المفقود (لمليون ساعة عمل)
1.8	1.2	0.9	معدل الغياب%

المصدر: <http://www.outotec.com/sustainability-report/2016/gri-and-data/data/social>

من الجدول رقم (02) نلاحظ أن سنة 2016 سجلت الشركة مستويات منخفضة غالباً بالنسبة للإصابة ومعدل الإصابة، والأمراض، والأيام المفقودة، هذا ما يدل أن الشركة تولي اهتماماً كبيراً بموظفيها. ولقد تم إيجاد اختلافات ثقافية واختلافات في التصنيف بين إصابات الوقت الضائع والإصابات الإجمالية التي يمكن تسجيلها في بعض البلدان. ولتحسين الشفافية، أبلغنا أيضاً عن إجمالي معدلات الإصابة القابلة للتسجيل (ترير) لعام 2016.

3-2- المحافظة على حقوق الإنسان: تلتزم الشركة بدعم واحترام حماية حقوق الإنسان المعلنة دولياً، وينعكس هذا الالتزام في مدونة قواعد السلوك والسياسات المؤسسية المنقحة. وما زالت الشركة ملتزمة بمعاملة جميع الناس بكرامة، وتعترف بأن لكل فرد الحق في التمتع بحقوق الإنسان، حيث أنها لا تقدم السلع أو الخدمات التي أنها سوف تستخدم لارتكاب انتهاكات لحقوق الإنسان، وتعمل من أجل القضاء الفعال على العمل الجبري أو عمل الأطفال.

وانضمت "Outotec" إلى مبادرة الاتفاق العالمي للأمم المتحدة في ديسمبر 2010م، وما زالت ملتزمة بمبادئها، وكذلك بمبادئ الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، وترد هذه الالتزامات في مدونة السلوك المنقحة. وفي عام 2016، تم الإبلاغ عن حادثين للتمييز من خلال آليات التظلم الرسمية داخل الشركة (G4-HR3)، وتم استعراض هذه الحوادث محلياً، بالتعاون مع الموارد البشرية العالمية وكبير مسؤولي الامتثال، وتم تنفيذ خطط إعادة التأهيل وتمت مراجعة النتائج كجزء من عمليات المراجعة الإدارية الروتينية. ولم تعد هذه الحوادث قابلة للتنفيذ.

ولم تقدم أي حوادث من خلال آليات رسمية لمعالجة حقوق الإنسان لموردي الشركة (G4-HR11) أو أي شركة (G4-SO11) أو ممارسات العمل (G4-LA16).

وفي عام 2016، راجعت الشركة مدونة قواعد السلوك الخاصة بها، بما في ذلك منظور حقوق الإنسان. كما بدأت في تقييم حقوق الإنسان لعملياتها في أواخر عام 2016م. وكانت المرحلة الأولى من هذا التقييم هي مراجعة سياسات الشركة ومبادئها التوجيهية في مجال حقوق الإنسان وفقاً لمبادئ الأمم المتحدة التوجيهية من قبل استشاري خارجي. وقد نتج عن هذا التحليل توصيات خاصة بسياسات تساعد الشركة على مواءمة سياساتها مع برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، مع الأخذ بعين الاعتبار النتائج في مراجعاتها المستقبلية للسياسات، مع تخطيطها لمواصلة تقييم حقوق الإنسان لعملياتها في عام 2017م¹⁶.

3-2- إدارة البيانات الآمنة: يحتفظ عملاء "Outotec" دائماً بملكية بياناتهم، حيث يتم إدارة المعلومات التي تم جمعها من قبل أجهزة الاستشعار في الشركة لإدارة العمليات اليومية للعملاء بشكل آمن، ويمكن فقط للخبراء الذين يعملون على المشروع الوصول إلى بيانات العملاء، وتستند ممارسات الشركة في إدارة المعلومات وأمنها إلى IEC/ISO 27001 و 27002¹⁷.

III - واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات في الجزائر:

هناك مجموع ست مؤسسات جزائرية شرعت في مسار الحصول على المطابقة المتعلقة لمواصفة المسؤولية الاجتماعية 26000 منذ 2011م تحت إشراف المعهد الوطني للتقييس، ويتعلق الأمر بالمخبر العمومي لمراقبة البناءات ليومرداس والمجموعة الخاصة للصناعة الغذائية (المصبرات الجديدة NCA)، والتي اختيرت سنة 2011م، وكذا المؤسسة الوطنية للأنايب (فرع سوناطراك ENAC)، واتصالات الجزائر ومجموعة عنتر تراد كوندور وسيفيتال بجاية في نفس السنة الجارية 2011م¹⁸.

وبالرغم من ذلك، فإن الجزائر احتلت المرتبة 124 (من أصل 195) في التصنيف العالمي للاقتصادات وفقا لانفتاحها على المسؤولية الاجتماعية للشركات، التي أنشأها معهد أبحاث (Respeco)، والتي تخصص في تعزيز الاقتصاد المسؤول.

وبالتالي، فإن ترتيب معهد (Respeco) يتيح إمكانية تقييم البلدان وفقا للشروط التي تسمح وتشجع تنمية المسؤولية الاجتماعية للشركات. وللقيام بذلك، تأخذ في الاعتبار البيانات المتعلقة بالبيئة، وعدم المساواة والتمييز، وقانون العمل، والتشريعات الاجتماعية، والفساد، والمعلومات.

ويمثل المركز 124 في الجزائر في عام 2017م منحدرًا مقارنة بعام 2013م، ويضع الجزائر بعيدة جدا عن الدول المغاربية، حيث يحتل المغرب المرتبة 54، في حين أن تونس في المركز 59، هذا مما يخلق أمام الجزائر تحديات كبيرة لتتمكن شركاتها من تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات¹⁹.

إن واقع الشركات الكبرى بالجزائر، يجد نقصًا كبيرًا من هذه الكيانات الضخمة التي تجني أرباحًا طائلة من نشاطها الاقتصادي حكومية كانت أو خاصة، مقابل تسهيلات جبائية وإدارية كبيرة مقدمة من قبل الدولة، اللهم بعض الإسهامات المناسبة على شكل فعاليات بسيطة لا تسمن ولا تغني من جوع، أو دعم النوادي الرياضية لأغراض إظهارية بحتة، دون مراعاة الأثر الاجتماعي المرجو تحقيقه، خاصة لدى الفئات الهشة في المجتمع من ذوي الاحتياجات الخاصة والأيتام والأرامل وغيرها.

وأن تكسب الشركات من خلال نشاطاتها الاقتصادية أمر مشروع، كفه الدستور واللوائح والقوانين المنظمة للنشاط الاقتصادي والتجاري، لكن في ظل قلة الوعي بضرورة إسهام هذه الشركات الكبرى في المشاريع ذات النفع العام، وغياب العمل الجمعي المؤسسي في الجزائر، مطلوب اليوم أكثر من أي وقت مضى من الحكومة أن توجد الإطار التنظيمي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، بإشراك مختلف الفاعلين الاقتصاديين في دعم المشاريع ذات الطابع الاجتماعي مقابل التسهيلات التي يحصلون عليها من إعفاء ضريبي وأراض مجانية وتسهيلات بنكية، كما هو الحال في عديد الدول حتى العربية منها، حيث المسؤولية الاجتماعية صارت إدارة قائمة في هيكل الشركة، تتنافس المؤسسات الخيرية والجمعيات بطرح مشاريع للفئات الأكثر احتياجا، مع مؤشرات واضحة وخطط ممنهجة، لتحظى بالدعم المالي لهذه الشركات، في تلاحم وتعاون وتشارك بين القطاع الأهلي أو ما أصبح اليوم يسمى بالقطاع الثالث والمتعاملين الاقتصاديين، بتأطير محكم عادة من هيئة مختصة أو وزارة العمل والشؤون الاجتماعية، بل أن بعض الحكومات أعفت الشركات من الضرائب على أرباحها، مقابل التزامها

بتقديم مشاريع اجتماعية أو دعم مبادرات شبابية، وهذا ما أوجد مناخا تكافليا، ووعيا اجتماعيا باحتياجات فئات المجتمع الضعيفة والمحتاجة، وما أسهم أيضا في تخفيض الضغط على الجهات الحكومية، خاصة ما يتعلق بالفئات التي تحتاج حجم إنفاق وعناية كبيرا جدا، ولفترات زمنية قد تتجاوز العقود من الزمن، كما هو الحال لمرضى السرطان وذويهم، والأمثلة في هذا المجال كثيرة جدا.

إن المسؤولية الاجتماعية في الشركات، لا يجب أن تمارس بالعرف ودافعية الخير التي جبل عليها الإنسان فقط، دون تأطير أو توجيه يلامس احتياجات المجتمع، بل يجب أن ينتقل مستوى هذه المبادرات من الطابع الخيري العفوي، إلى مشاريع ذات بعد تنموي، تحقق الاستدامة وأهداف التنمية الشاملة وتواجه تحديات المستقبل، وما أكثرها، فالمسؤولية الاجتماعية في الشركات قد تتحول إذا ما تم تأطيرها وإثراؤها إلى لبنة أولى لأخلفة التنمية الاقتصادية، ما يتطلب المزيد من العمل والتخطيط والتنسيق بين مختلف المعنيين بضمان الرفاهية للمواطن، وهي في الحقيقة مسؤولية وطنية ننتشارك فيها جميعا²⁰.

الخاتمة:

مع ترسيخ وانتشار مفهوم المسؤولية الاجتماعية، أصبح من الصعب على الشركات الكبيرة التغاضي عن دورها التنموي وإحساسها بالمسؤولية الاجتماعية داخل المجتمع، وأهمية هذه المشاركة الاجتماعية لا تكمن فقط في مجرد الشعور بالمسؤولية، وإنما أصبحت أمرا ضروريا لكسب تعاطف المجتمع واحترامه، وبالتالي ضمان النجاح والإقبال من الجماهير.

ونجد الشركات: BMW، Dassault Systems، و Outotec السبابة لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات لعام 2016م حسب ترتيب "غلوبال 100" لـ "Corporate Knights"، والذي يهدف إلى تصنيف الشركات العالمية على أساس معايير الاستدامة واستراتيجياتهم من المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR)، حيث تمكنت من إثبات اهتمامها من أجل ترسيخ مفهوم المسؤولية الاجتماعية في أنشطتها المختلفة مما أدى إلى تحقيق ريادتها.

وتبقى الجزائر بعيدة في هذا المجال، ولا تزال أمامها أشواط كبيرة حتى تتمكن من تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية لشركاتها، ولن يتحقق ذلك إلا بتضافر الجهود الجماعية من الحكومة والشركات ووعي أفراد المجتمع به.

الهوامش:

¹ - عرابة رايح، بن داودية وهيبة، المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في التنمية، على الموقع الإلكتروني: <http://www.academia.edu/8827450>

² - عايد عبد الله العصيمي، المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة، دار اليازوري، عمان، 2015، ص ص 09-11.

- ³- طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال والمجتمع، ط1، دار وائل، الأردن، 2008، ص 49.
- ⁴- زياينة يونس، مدخل إلى الاتصال الاجتماعي للمؤسسة (الاتصال حول المسؤولية الاجتماعية)، دار الرياءة، الأردن، 2015، ص15.
- ⁵- محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال، دار اليازوري، عمان، 2016، ص47.
- ⁶- المرجع نفسه، ص 47.
- ⁷- Vincent MAYMO, Geoffroy MURAT, Développement durable et RSE, Edition DUNOD, paris, 2013, p166.
- ⁸- صالح الحموري، رولا المعاينة، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات (من الألف إلى الياء)، دار كنوز المعرفة، عمان، 2015، ص ص 18-19.
- ⁹- وهيبية مقدم، بكار بشير، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية من خلال تطبيق المواصفة الدولية ايزو 26000 للمسؤولية الاجتماعية، جامعة مستغانم، ص ص 12- 13.
- ¹⁰ -www.bmwmagazine.com.
- ¹¹- Marion Braizaz , BMW i : des voitures électriques unisexes BMW i , 2013 , www.WomenOlogy.com.
- ¹² -http://www.bmw.com.
- ¹³ - https://www.3ds.com/environmental-responsibility/transparency-accuracy-reliability/.
- ¹⁴ - https://www.3ds.com/environmental-responsibility/environmental-performance/.
- ¹⁵ - DASSAULT systèmes Financial Report , Social- Societal and Environmental Responsibility, 2016 , p49.
- ¹⁶ -http://www.outotec.com/sustainability-report/2016/reviewing-our-performance/business-practices/.
- ¹⁷ -http://www.outotec.com/sustainability-report/2016/reviewing-our-performance/cases/optimal-water-management-for-mine-sites/
- ¹⁸ - Wassila Benhamed, Responsabilité sociétale des entreprises (RSE) : La Suède propose son modèle à l'Algérie, (http://www.elmoudjahid.com/fr/mobile/detail-article/id/32673). journal El Moudjahid, 07/11/2017.
- ¹⁹ -http://fibradi.dz/actualite/C3%A91-info/item/787293-responsabilite/C3%A9-soci%C3%A9tale-des-entreprises-1%E2%80%99alg%C3%A9rie-mal-class%C3%A9e-recule-encore.
- ²⁰- مراد ملاح، المسؤولية الاجتماعية في الجزائر، يومية الحوار، على الموقع الإلكتروني: <http://elhiwardz.com/?p=73138> (تم تصفحه بتاريخ 20/10/2017 على الساعة 10:25).

عنوان المداخلة:

نحو تجسيد المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال من خلال استراتيجية التسويق الالكتروني

دراسة تحليلية للحملات التسويقية لـ سامسونغ.

معلومات الباحثين

أ. شلاي الطاهر حسام الدين

طالب دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

جامعة بشار. الجزائر

رقم المحمول: 0668140342

ب.الالكتروني: chellalitar1603@gmail.com

أ. مرزق إيمان

طالبة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

التسيير جامعة بشار. الجزائر

رقم المحمول: 0664308323

ب.الالكتروني: Mrezegueimane@gmail.com

مخبر الدراسات الاقتصادية والتنمية المحلية بالجنوب الغربي (جامعة بشار)

الملخص

تهدف هذه الورقة إلى إظهار دور التسويق عبر الانترنت في تجسيد المسؤولية الاجتماعية للمنظمات المعاصرة من خلال دراسة المحتوى الالكتروني المعروض لهذا الشأن من جهة، والتحديات التي تواجهها هذه المنظمات بخصوص التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا الرقمية من جهة ثانية.

وقد خلصت الدراسة الى ضرورة التوجه نحو التسويق عبر الانترنت لما له من دور مهم وكبير في نشر برامج المسؤولية الاجتماعية والمشاركة الفعلية في التنمية المستدامة للمجتمع المستهدف بالإضافة الى ضرورة ولوج المنظمات المعنية بتطبيق هذا المفهوم الى التطبيقات الرقمية التي تمنحها شبكة الانترنت.

الكلمات المفتاحية: التسويق عبر الانترنت، المسؤولية الاجتماعية، البيئة، التنمية المستدامة.

Résumé

L'objectif de cette feuille le rôle du marketing par internet pour l'incarnation de la responsabilité sociale des entreprises contemporaine à travers l'étude du contenu électronique approuvé pour cet effet d'une part, et les défis qui à relever par ces entreprises en ce qui concerne l'évolution dans le domaine de la technologie numérique d'autre part.

L'étude à conclu qu'il est nécessité d'orienter vers le marketing par internet parce qu'il a un rôle important et significatif dans la diffusion des programmes de la responsabilité sociale et la participation efficace dans le développement durable pour la société visée.

En addition de la nécessité des entreprises à appliquer le système numérique ce qui lui donne à travers l'Internet.

Mots-clés :Le marketing par internet, la responsabilité sociale, l'environnement, le développement durable.

مقدمة:

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

والمؤسسة التي تبني استراتيجيتها على المسؤولية الاجتماعية تضمن حد من الدعم لرسالتها، والرسالة هي المرآة التي تعكس وجه المؤسسة لدى المجتمع وتلمح الى الاهتمام بالمستهلك وإحترام محيطه، نلاحظ من خلال ذلك ان المؤسسة في تواصل مع المستهلك وبيئته التي يعيش فيها، هذا التواصل يتطور بتطور إتجاهات ورغبات المستهلك وبتطور الوسائل الاتصالية ومن أهم وسائل الاتصال في ظل التحول الذي يشهده العالم بفعل انتشار التكنولوجيا الرقمية " الانترنت " إذا نحن نتحدث عن بيئة وأدوات يجمع بينها فضاء الانترنت بمختلف تطبيقاته، و المقصود هنا التسويق الالكتروني أو عبر الانترنت بما ان العلاقة بين المستهلك والمؤسسة .

إشكالية البحث: أساسا لمجموعة الأفكار المثارة سلفا عمدت الورقة البحثية هاته للأخذ في تساؤل رئيسي مفاده : الى إي مدى يمكن للتسويق عبر الانترنت أن يجسد مفهوم المسؤولية الاجتماعية؟.

ويمكن ان نطرح بعض الإشكاليات الفرعية وهي كالآتي:

– ما مفهوم التسويق الالكتروني والمسؤولية الاجتماعية؟

– هل يمكن لشركة سامسونج أن تجسد مفهوم المسؤولية الاجتماعية من خلال التسويق عبر الانترنت الذي تقوم به؟.

أهداف البحث:

نظرا لتشعب الموضوع وحساسيته تشعبت أهداف الورقة البحثية، لكنها وبكل بساطة حامت حول :

– عرض نظري موجز حول المفهومين التسويق الالكتروني والمسؤولية الاجتماعية

– محاولة إستعراض تجربة سامسونج في مجال التسويق عبر الانترنت وتسخيرها لخدمة المجتمع بكل نواحيه.

هيكل الدراسة:

- تقديم مبسط حول التسويق الإلكتروني والمسؤولية الاجتماعية.
- واقع التسويق الإلكتروني والمسؤولية الاجتماعية لدي سامسونغ.
- دراسة تحليلية لنتائج حملات المسؤولية الاجتماعية لشركة سامسونغ احصائيات (2009-2011).

المحور الأول : دراسة مفاهيمية للتسويق الإلكتروني والمسؤولية الاجتماعية

في عالم يتغير فيه كل شيء، حيث تتحول الأسواق، تتطور التكنولوجيا ويتضاعف المنافسون، يكثر الحديث عن التنمية المستدامة والبيئة، وتوقعات المجتمع واحتياجاته وتتعالى الأصوات من أجل حقوق الإنسان واحترامها، ومع ظهور ظروف وتطبيقات جديدة في مجال التسويق "التسويق الإلكتروني" ووعي اجتماعي وبيئي جديدا ومفاهيم حديثة تقوم في مجملها على سلوك إستهلاكي مسؤول، وإنتاج مسؤول كذلك الذي تطور بنمو احتياجات المجتمع وأرباح المؤسسة، ومدى تبنيتها لهذا الاتجاه الجديد عبر مراحل زمنية مختلفة، وصولا الى مصطلح "المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات".

1- التسويق الإلكتروني:

- يمكن تعريف التسويق الإلكتروني : "عملية تحليل ووضع استراتيجية تسويقية بواسطة شبكة الإنترنت"¹.
- ذكر "مادي ج" أحد الكتاب في مجال المقالات التجارية سنة 1994 خصوصية التسويق على الإنترنت وأطلق عليه مصطلح جديد هو التسويق الأنترتي Inter-marketing وعرفه:
- "هو تكنولوجيا المعلومات التي لها قوة تحويل التسويق"².
- كما يوصف بأنه عملية تطبيق مبادئ التسويق من خلال إستخدام الوسائط الإلكترونية وبشكل أكثر خصوصية إستخدام شبكة الإنترنت.

2- مزيج التسويق الإلكتروني

أولا: المنتج الإلكتروني

- المنتج هو أحد عناصر المزيج التسويقي الإلكتروني الهامة والتي تعتمد عليها بقية عناصر المزيج التسويقي كافة، ويعتبر اساس العمليات التسويقية لإشباع حاجات ورغبات الزبائن عبر الشبكة.³

ثانياً: التسعير الإلكتروني

لقد أحدثت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ثورة هائلة في مجالات التسعير، الذي يعد العنصر الأكثر مرونة من بين عناصر المزيج التسويقي، وذلك من حيث القدرة على تغييره وتعديله عند الحاجة، وتتيح الانترنت المجال للعملاء على اختلاف أنواعهم، بأن يكونوا على اطلاع شامل بالمسائل المتعلقة بالأسعار وأساليب التسعير وفنونه وآلياته.⁴

ومن التطورات الحديثة في استراتيجية التسعير الإلكتروني استخدام العملة الرقمية، حيث يسمح للعملاء من خلال هذه الاستراتيجية بإدخال رقم حسابهم مع وضع اعتماد بمبلغ معين للاستفادة من خدمات معينة.⁵

ثالثاً: التوزيع الإلكتروني

حولت هذه التكنولوجيا السوق الى سوق الكترونية تتدفق فيها السلع والخدمات والأفكار الكترونياً، فالبرمجيات وقواعد البيانات المتاحة اليوم تمكن الزبائن من التواصل مع الشركات مباشرة دون الحاجة لتدخل الوسطاء باعتبار هذه البرمجيات تكفل لهم أفضل السبل للبحث عن وسائل اشباع حاجاتهم ورغباتهم بأنفسهم.

رابعاً : الترويج الإلكتروني

يعتبر الترويج عبر الأنترنت إمتداداً للترويج التقليدي لكن يكمن الإختلاف بالأدوات والإستراتيجيات المتبعة في الترويج والتي من أهمها الموقع الإلكتروني وتكمن قوة الترويج الإلكتروني في إمكانية إستهداف المستهلكين بشكل أكثر دقة من خلال تحديد الخصائص الديموغرافية والسيكولوجية للجمهور، وتلعب التصميم المستخدمة مثل الألوان والإضاءة والواجهات الرسومية في الموقع الإلكتروني دور كبير في إستقطاب الزبائن كما أنه يمكن تصميم كاتالوج إلكتروني يضم مختلف السلع والخدمات بحيث يسهل على المستهلك التصفح فيما بينها بسهولة.

3- المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

كانت مسؤولية المؤسسة تنحصر في إنتاج سلع وخدمات مفيدة للمجتمع فقط، والتي من خلالها تحقق عوائد للمالكين، لكن مع تضخم حجم مؤسسات الأعمال، وما رافق ذلك من أزمات اقتصادية واستغلال للأيدي العاملة وتدني الأجور وظهور التكتلات النقابية، برزت مرحلة جديدة كان من خلالها الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية الداخلية من جهة كمرحلة أولى، كتأمين السلامة والأمن في مكان، العمل تقليص ساعات العمل الرعاية الصحية.... الخ، ثم المسؤولية الخارجية فيما بعد، والمرتبطة بالبيئة الزبائن، المنافسين الحكومة الموردين⁶.... الخ، بهذا الصدد أشار Henry L. Gantt إلى أن "جمهور المواطنين يكونون على استعداد لخلق أجواء التعارض والتضاد، إذا أهملت إدارة الأعمال مسؤوليتها الاجتماعية اتجاههم"⁷.

وبشكل عام، اخذت المسؤولية الاجتماعية مراحل عدة حتى وصلت الى المفهوم الذي نحن عليه الان، وهو كالاتي:

- تعريف البنك الدولي:

"الالتزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد"⁸.

- تعريف مجلس الأعمال للتنمية المستدامة:

"الالتزام المستمر من قبل المؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقيا، والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية، والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل"⁹.

- "جميع المحاولات التي تساهم في تطوع المؤسسات لتحقيق تنمية بسبب اعتبارات أخلاقية واجتماعية، وبالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تعتمد على المبادرات الحسنة من الشركات دون وجود إجراءات ملزمة قانوني، ولذلك فإن المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال الإقناع والتعليم"¹⁰.

المحور الثاني: واقع التسويق الالكتروني والمسؤولية الاجتماعية لدى سامسونج

حين انتقلت المفاهيم الى التسويق عبر الانترنت والوسائل الرقمية بمختلف اشكالها، واصبح التسويق الالكتروني من احدث الوسائل لترويج السلع والخدمات والأكثر إستخداما وإنتشارا من طرف الزبائن، وجدت سامسونج التوجه الى التسويق عبر الانترنت الأنسب من حيث توفير الجهد والوقت والمال، ولا شك انه لا بد لشركة لها وزنها وقيمتها في الاسواق العالمية ان تستغل التسهيلات والفرص التي يوفرها وبالتالي الاستخدام الامثل للتقنيات الرقمية بما في ذلك تقنيات المعلومات والاتصالات لتفعيل انتاجية التسويق وعملياته الموجهة لتحديد حاجات السوق المستهدف وتحقيق رضا الزبائن بدون إهمال اصحاب المصلحة في الشركة، وهذا ما لاحظناه من خلال الاطلاع على الموقع حيث صمم بطريقة جذابة تسمح للمتصفح بالحصول على المعلومات والاطلاع على كل ما هو جديد وكل ما يخص الشركة، كما يتيح البقاء على اتصال دائم، وكذا تبليغ رسالة الشركة، اضافة الى بناء سمعة وصورة جيدة لدى مستعملي الانترنت عبر العالم.

تسجل سامسونج حضورا قويا في مختلف مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك، تويتر، اليوتيوب، جوجل+.... الخ" تنشر من خلالها اعلانات ومقالات لحدث التطورات والنشاطات المتعلقة بالشركة.

1- مزيج التسويق الإلكتروني لسامسونغ:

يتلخص في:

المنتجات - التسعير - التوزيع - الترويج - البيئة المادية - الناس - عملية الخدمة.

- المنتج : حيث أن هناك :

- منتجات سامسونغ المسوقة إلكترونياً: الاستخدام الواضح لتكنولوجيا جد متطورة مع دراسة معمقة للمنتجات المنافسة رغم التشابه الكبير في البعض منها، حيث انها تتميز من خلال تشكيلة متنوعة وواسعة، والتي تمس مختلف شرائح المجتمع، كما يتيح التسويق الإلكتروني لها الحصول على معلومات فورية عن المنتجات والعلامات التجارية والحصص السوقية، بالإضافة الى امكانية مقارنة المنتجات المعروضة على الخط بشكل مباشر وفي الوقت المطلوب.

-المنتجات المعروضة إلكترونياً:

- الاجهزة اللوحية، الهواتف النقالة، التلفزة، الكاميرات، الثلاجات، مكيفات الهواء، الافران الكهربائية، الغسالات، تكنولوجيا المعلومات ومختلف الملحقات....

- التسعير:

تستخدم استراتيجية كشط السوق في بداية دورة حياة المنتجات خاصة التي تعتبر علامة سامسونغ رائدة فيها، حيث انها تضع السعر الذي يعكس الجودة والتميز والجهد المبذول في الابتكار والتطوير، كما تستخدم ايضا استراتيجية الاسعار التنافسية في المنتجات التي لا تحتل فيها الصدارة كالأجهزة الإلكترونية المنزلية (الغسالات، المكيفات....الخ)

وبالتالي نلاحظ ربط التسعير بالسوق المستهدفة والمكانة التنافسية للمنتج ودراسة استراتيجيات التسعير البديلة ودراسة تكاليف التصنيع، كما ان سامسونغ تمتاز بالتحكم في التغيرات السعرية المفاجئة واتخاذ قرارات فورية بشأنها، كذا ادارة العوائد بشكل فعال، ويتمشى التسعير الإلكتروني مع الاهداف الاستراتيجية للشركة.

- التوزيع:

تعد شركة سامسونغ من أكبر الشركات التقنية في العالم من حيث العوائد، حيث تتواجد فروعها ومصانعها في 61 دولة حول العالم؛ توظف حوالي 300 ألف شخص، وهذا ما تسعى الى تجسيده إلكترونياً فمن خلال موقعها نلاحظ توفيرها لأداة تحديد المتجر الاقرب للزبون وتقديم التحديثات اللازمة بخصوص شبكة التوزيع، كما انها تحرص على التواجد الدائم باستخدام استراتيجيات التوزيع المناسبة. بالإضافة الى انشاء متجر الكتروني الذي يتميز بالتواجد على مدار الوقت حيث تقوم بمتابعة بيانات الزبائن والمبيعات ومصاريف الشحن.

- الترويج:

انه من المثير للإهتمام أن نلاحظ بأن الشركة غيرت قليلا من نهج التسويق وقامت بإعادة توجيه السيولة النقدية للترويج مثل الخصومات والكوبونات وغيرها، فقط في الربع الأول والثاني من سنة 2013 أنفقت شركة سامسونغ في كوريا الجنوبية فقط ما يقارب 888 مليون دولار على الترويج بزيادة بلغت 38.7% مقارنة بنفس الفترة من السنة السابقة، وفي نفس الفترة أنفقت شركة سامسونغ حوالي 661 مليون دولار على الدعاية والإعلان لمنتجاتها في كوريا الجنوبية فقط بإنخفاض بلغ 60% بالمقارنة مع السنة الماضية.

وقد إرتفعت نفقات شركة سامسونغ لترويج في الخارج أيضا بشكل حاد لتنتقل من 2.2 مليار دولار في سنة 2012 لتصل إلى 4.6 مليار دولار في 2013.

اما الكترونيا تعتمد شركة سامسونغ على الترويج من خلال:

- I. موقعها الرسمي ومواقع اخرى تابعة.
- II. احتلال الصدارة في نتائج محركات البحث الاكثر شهرة وانتشارا.
- III. الاعلان الالكتروني لسامسونغ يوفر مزايا خاصة لمنتجاتها من اهمها الوقت والتكلفة، فقد أصبحت عملية دراسة جدوى الإعلان شبه بسيطة نظراً لسهولة معرفة عدد المتصفحين على الموقع ومن اطلعوا على الإعلان، والمفيد ليس العدد الكبير ممن يشاهدون الإعلان الالكتروني وإنما الحجم المستقطب ضمن نطاق السوق.
- IV. اسلوب المحادثة الفورية: «live chat» تستخدم سامسونغ غرف المحادثة لبقاء على اتصال بالزبائن واللجوء الى الشركة للإجابة عن استفساراتهم وانشغالاتهم.

- البيئة المادية:

تتيح سامسونغ من خلال مواقعها التحول من بيئة عادية الى بيئة افتراضية بفضل العتاد والبرمجيات المتوفرة مع استخدام تقنيات الوسائط المتعددة Multimedia وتقنيات الواقع الافتراضي كما تسعى لتنمية تقنيات مواقع الويب.

- الناس :

ويتمثلون في مزودي الخدمة، والمشرفين على مواقع سامسونغ والمشاركين فيها.

- عمليات الخدمة :

تعرف سامسونغ بخدماتها السريعة حيث ان عملية الخدمة الالكترونية تمنح الشركة رقابة وسيطرة أكبر، كما ان عناصر الخدمة الالكترونية تشمل العديد من خصائص الخدمة الذاتية ناهيك على ان بيئة الخدمة الالكترونية مختلفة تماما وان عمليات تقديم/توصيل الخدمة الالكترونية مختلفة، وهذه الاختلافات تمثل تحديات كبيرة.

2-المسؤولية الاجتماعية في شركة سامسونغ

- مسؤولية سامسونغ تجاه البيئة:

تبنت سلسلة واسعة من الأنشطة البيئية في جميع أنحاء العالم. إن سامسونغ هي الشركة الرائدة في تقديم المنتجات المبتكرة صديقة البيئة إلى المستهلكين، كما أنها تلتزم بالإشراف على المنتجات طوال فترة إنتاجها.

إن كل ما تقوم به يتم توجيهه من منطلق تركيزها على ضرورة أن تكون الإدارة، والمنتجات والعمليات، وأماكن العمل، والمجتمعات صديقة للبيئة. إن سياسة الإدارة البيئية التي تتبعها تدعمها وتوجهها نحو التحسين المستمر للبيئة من خلال كافة أنشطة الأعمال التي تقوم بها، والتي تتضمن تصميم المنتجات، وعملية التصنيع، وعمليات التشغيل التي تتم داخل أماكن العمل.¹¹

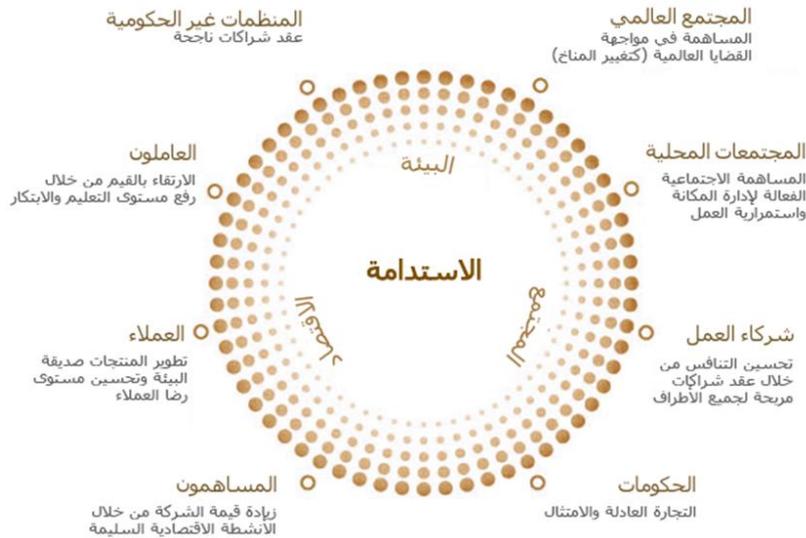
- التنمية المستدامة في سامسونغ:

إن تكامل إدارة الشركات والتنمية المستدامة هي قضية ذات أهمية متزايدة في عالم الأعمال، وسط توقعات متزايدة للمسؤولية الاجتماعية والبيئية وفي إطار الاستجابة لهذا الأمر، نحن نعمل على تحسين عملية جمع أفكار الأطراف المعنية ووضع رؤية واستراتيجيات للتنمية المستدامة على مستوى الشركة

كما أنها تنظر إلى المسؤوليات الاجتماعية والبيئية والاقتصادية بوصفها العناصر الأساسية التي تشكل الإدارة المستدامة. وهي ملتزمة بالاستمرار في تحديد الأطراف المعنية المتعددة وبناء علاقات ناجحة معهم، وفي النهاية الارتقاء بالقيم المتبعة من قبل الشركة وهذه الأطراف على حد سواء.¹²

فيما يلي الاتجاهات الأساسية الخاصة بمفهوم الاستدامة في سامسونغ:

الشكل رقم (2-1): الاتجاهات الأساسية لمفهوم الاستدامة في سامسونغ



المصدر:

le ,http://www.samsung.com/ae_ar/aboutsamsung/citizenship/oursustainabilityreports.html

20/04/2017, 22 :30

- مسؤولية سامسونج تجاه الموظفين:

تعمل سامسونج على تزويد الموظفين والمقيمين على تزويد الموظفين والمقيمين المحليين بالوسائل لتحقيق أهدافهم وتحسين مجتمعهم، كما تسعى لتوفير فرص توظيف جادة لمزيد من الأشخاص فبصفتها صاحب عمل يتوخى تكافؤ الفرص، تقوم سامسونج بمساعدة المزيد من الأشخاص على تحقيق أحلامهم في الحصول على فرص عمل جادة.

لمواصلة إستراتيجيات النمو المشتركة تنضم سامسونج دائماً بالانفتاح للتعاون مع أي شخص عندما يتعلق الأمر بالابتكار المفيد للطرفين.

تكرس سامسونج وقتها لتحسين استخدام التكنولوجيا في التعليم، واستخدام خبرة الموظف في مساعدة الشباب في جميع انحاء العالم.¹³

- مسؤولية سامسونج تجاه الموردين:

تتقدم شركة سامسونج للإلكترونيات، انطلاقاً من كونها رائدةً عالمياً في التقنيات الرقمية، في مرحلة جديدة في تطوير المنتجات وثقافة الشركة، والمساهمات في المجتمع العالمي. وفي سبيل تحقيق أهدافها، تدرك حجم أهمية إنشاء علاقات والحصول على دعم كامل من موردي الفئة الأولى. ولهذا تبحث عن شركاء محتملين عالميين لديهم تصحيح الأفضل على مستوى العالم.

وفي هذا المسعى الهام، سنقوم بإجراء كافة الاتفاقات مع الموردين بأمانة ونزاهة بهدف النمو والازدهار المشترك. كما أنها تدرك وتلتزم بالقوانين العامة واللوائح التنظيمية، والقوانين التي تحكم إدارة أعمالنا.

شعارها عند الشراء ستتعاون شركة سامسونج للإلكترونيات والموردين لتحقيق أعلى مستوى من الأداء حتى تصبح الشركة الأولى عالمياً على أساس مبدأ الوجود والازدهار المشترك "المكسب للطرفين" بينها وبين مورديها .

- مسؤولية سامسونج تجاه القوانين:

تتعهد سامسونج بالالتزام بالقوانين واللوائح المحلية وكذلك التطبيق الصارم لقواعد السلوك على كافة الموظفين. وتعتقد أن الإدارة الأخلاقية ليست مجرد أداة للاستجابة للتغيرات السريعة في البيئة التجارية العالمية، وإنما أداة أيضاً لبناء الثقة مع أصحاب المصلحة المختلفين ومنهم العملاء، المساهمون، الموظفون، الشركاء التجاريون، والمجتمعات المحلية. وبهدف أن تصبح إحدى أكثر الشركات أخلاقاً في

العالم. تستمر سامسونغ في تدريب موظفيها وتشغيل أنظمة المراقبة، وفي الوقت نفسه ممارسة إدارة شركة نزيهة وشفافة.¹⁴

3- دور التسويق الإلكتروني في تجسيد المسؤولية الاجتماعية:

أولاً: من خلال موقع الكتروني تابع لسامسونغ اعلان انطلاق برنامجها البيئي لسنة 2013 تحت شعار "الكوكب أولاً"¹⁵، و هو التزام وأسلوب محوري تؤمن شركة سامسونغ بأنه هام جداً حيث يسعى المستهلكون نحو تحقيق التوازن بين الحصول على التقنيات الفريدة وخلق بيئة نقية يعيشون فيها، شعار Planet First يعني ايضا أن تكون البيئة نصب أعيننا أولاً أثناء العمل على تطوير المنتجات المبتكرة وتصميمها، إلى جانب إيجاد حلول يتم من خلالها الحصول على رضا المستهلكين. تتعهد شركة سامسونغ بتقديم تجربة صديقة للبيئة أفضل من خلال المنتجات، والحلول، والتقنيات صديقة البيئة التي تضيف المزيد إلى حياة العملاء، وتأكيد المكانة التي وصلت إليها، إضافة إلى احترام البيئة التي نعيش بها.¹⁶

كل ذلك يتم نشره والاعلان عنه عبر الموقع الإلكتروني لشركة سامسونغ، وعبر كل تطبيقات الرقمية عبر الشبكة التي تنشط فيها شركة سامسونغ.

الشكل رقم (2-2): الإدارة البيئية لعام 2013



المصدر: <http://www.samsung.com/eg/aboutsamsung/citizenship/environment.html>, le

28/04/2017, 16:30

ثانياً: الإعلان عن اتفاقية شراكة استراتيجية بين سامسونغ للإلكترونيات وكلية الاتصالات الإلكترونية بجدة حيث من خلالها تهدف "سامسونغ" لتبني برامج "المسؤولية الاجتماعية" في مجال التدريب الإلكتروني.

وتقوم "سامسونغ" بموجب هذه الاتفاقية بتأسيس مركز متكامل للتدريب على الصيانة مجهز بأحدث الأجهزة التقنية، ودعمه ورعايته، كما وتقوم بتدريب المدربين المعتمدين لدى الكلية على تقنيات ومناهج "سامسونغ"

للإلكترونيات" لتدريسها ونقلها لمتدربي الكلية والجمعيات والمؤسسات الخيرية الحكومية والخاصة، من خلال الدورات التدريبية التي ستتكفل "سامسونغ" بجميع تكاليفها، بإشراف ومتابعة برنامج خدمة المجتمع والتدريب المستمر بالكلية، هذا إضافة إلى تبادل الخبرات ونقل المعرفة بين الطرفين، وذلك في إطار برامجها الموجهة لخدمة المجتمع السعودي، وتحقيقاً لمبدأ الشراكة الإستراتيجية في المسؤولية الاجتماعية.

ووقع الاتفاقية، ممثلاً عن الشركة السيد بارك جاي شون، المدير العام لشركة سامسونغ للإلكترونيات في السعودية، فيما وقع عن كلية الاتصالات والإلكترونيات بجدة المهندس فهد بن عبود العامودي، عميد الكلية.¹⁷

ثالثاً: تقديم وعرض اهم المنتجات من خلال الموقع الالكتروني وابرار خصائص تلك المنتجات من بينها:

1. غسالة، ECO BUBLE¹⁸ التي تقتصد في الموارد؛

2. الثلاجات التي تستهلك اقل نسبة من الطاقة؛

3. الطابعات ECO-PRINTER؛

4. لوحات الكترونية واجهزة كمبيوتر تعمل بالطاقة الشمسية؛

5. وكذا هواتف مصنوعة من البلاستيك المعاد تدويره وتعمل ايضا بالطاقة الشمسية؛

6. اجهزة تلفاز تتأقلم مع اضاءة الغرفة.¹⁹

رابعاً: استعمال الترويج الالكتروني للإعلان على برامج المسؤولية الاجتماعية مثل برنامج هيئة اجيال

السلام المتمثل في:

الشراكة بين سامسونغ واللجنة الأولمبية الدولية، التي تقوم بدعم هيئة اجيال السلام وهي الجبهة الوحيدة المعترف بها رسمياً من قبل اللجنة الأولمبية الدولية لبناء السلام من خلال الرياضة، وذلك لاستخدام ألعاب رياضية فريدة كأداة قوية للتعليم وتغيير السلوك وتنمية الشباب؛ يذكر أن الدعم هو جزء من برنامج "الأمل للأطفال"، وهو برنامج سامسونغ المعروف عالمياً للمسؤولية الاجتماعية.²⁰

خاتمة:

تمثلت إشكالية الورقة البحثية في إظهار دور التسويق عبر الانترنت في تجسيد المسؤولية الاجتماعية، من خلال دراسة تحليلية لما تم التسويق له من طرف شركة سامسونغ عبر الموقع الالكتروني لها وعبر كل الأدوات التسويق عبر الانترنت التي تنشط فيه، وتم التركيز في ذلك على أهم المحتويات الالكترونية التي تدل على التوجه الواضح لسامسونغ ونظرتة ل (المجتمع، البيئة، الموظفين...).

وعلى إثر هذه الورقة البحثية خلصنا ببعض الاقتراحات من بينها:

- تأسيس بنية تحتية تقوم على تطبيق التقنيات التكنولوجية الجديدة المستخدمة في التسويق عبر الانترنت بشكل يحاكي ويناسب تطورات ونظرة الزبون الجديدة.

- ضرورة تبني الشركات لمنظومة متنوعة وشاملة من البرامج الاجتماعية في إطار استراتيجية تؤسس وتعمق ثقافة المسؤولية الاجتماعية وتواكب قضايا واحتياجات المجتمع، خاصة ان ما تنتجه الانترنت اليوم من إمتيازات تسمح بذلك بأقل الجهود والاثمان.

الهوامش:

¹ Michel Bedoc, Bertrain Lavayssiere ,et Emmanuel Copin, **E-MARKETING DE LA BANQUE ET DE L'ASSURANCE** , edition d'organisation , Paris ,France,1999,P83.

² Terfous Tarek, " **les en jeux du marketing dans le commerce électronique**", Hant ecole de commerce de génome , Suisse , 2000,P P29,31.

³ سمير توفيق صبرة ، "التسويق الالكتروني" ، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2010 ، ص ص46,49.

⁴ بشير العلاق ، "التسويق الالكتروني" ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2010 ، ص ص133.

⁵ محمد الصيرفي ، "التسويق الالكتروني" ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، مصر، 2008 ، ص ص136.

⁶ طاهر محسن المنصور الغالي وصالح مهدي محسن العامري، " المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال (الأعمال والمجتمع)"، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، ص ص62.

⁷ تامر ياسر البكري، " التسويق والمسؤولية الاجتماعية" ، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2001، ص ص7.

⁸ World Bank, "**Opportunities and options for governments to promote corporate social responsibility in Europe and Central Asia**", Evidence from Bulgaria, Croatia and Romania, Working Paper, March 2005,p1.

⁹ World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), Meeting changing expectations,Corporate social responsibility,1999,p 3.

¹⁰ بودي عبد القادر وبن سفيان زهرة، " المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الخاصة في تحقيق التنمية المستدامة"، مجلة الاقتصاد والمناجنت، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة أبوبكر بلقايد، تلمسان، ص ص457.

¹¹ http://www.samsung.com/ae_ar/aboutsamsung/samsungelectronics/corporatecitizenship/environment.html, le 20/04/2017, 16 :00

¹² http://www.samsung.com/ae_ar/aboutsamsung/samsungelectronics/companyReports/companyreports_02.html, le 20/04/2017, 18 :00

¹³ http://www.samsung.com/ae_ar/aboutsamsung/samsungelectronics/corporatecitizenship/employmentcommunity.html, le 20/04/2017, 20 :30 (بتصرف)

¹⁴ http://www.samsung.com/ae_ar/aboutsamsung/samsung/valuesphilosophy_02.html, le 21/04/2017, 16:30

¹⁵ http://www.samsung.com/ae_ar/aboutsamsung/, le 23.09.2016

¹⁶ <http://www.samsung.com/eg/aboutsamsung/citizenship/environment.html> , le 28/04/2017, 16:30

¹⁷ <http://www.alriyadh.com/656776>, le 20/03/2017, 10 :10

¹⁸ <http://www.samsung.com/eg/home>, le 28/03/2017, 9:30 (بتصرف)

¹⁹ <http://www.samsung.com/eg/home> (بتصرف)

²⁰ <http://www.samsung.com/eg/home> للإطلاع على التقرير هو موجود في موقع الالكتروني للشركة: