جامعة يحيى فارس بالمدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

دور الاتصال الداخلي في تجسيد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

- دراسة حالة مؤسسة إنتاج الأدوية (صيدال) بالمدية -

من 10 فيفري إلى 10 ماي

مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالبتين:

- فتيحة سليماني
- نجيبة قربان

إشراف:

د. ربيعة فندوشي

الموسم الجامعي: 2017-2018


بسم الله الرحمن الرحيم

عرفان و امتنان

نحمد الله تعالى على أن وفقنا وأعاننا على إتمام هذا العمل من غير حول منا ولا قوة، فله الفضل أولا وأخيرا.

ثم نتقدم بعميق شكرنا وفائق امتنانا واحترامنا للأستاذة الدكتورة: ربيعة فندوشي على إشرافها على هذا البحث، وعلى كل ما قدمته لنا من تصويبات قيمة وتوجيهات سديدة، وعلى كل ما بذلته من جهد ووقت في سبيل إخراج هذه المذكرة بشكلها الحالي.

كما نتقدم بالشكر والتقدير لجميع الأساتذة بقسم الإعلام والاتصال والذين تشرفنا بالتكوين على أيديهم على مر السنوات الخمس التي شملت الليسانس والماستر.

شكرا جزيلا أيها السادة الأساتذة

شكرا لتفانيكم والتزامكم وإخلاصكم لرسالة العلم النبيلة.

كما نوجه شكرنا الخالص لكل من مدَّ لنا يد العون في سبيل العلم والمعرفة.

لاسيما إطارات وعمال مؤسسة إنتاج الأدوية (صيدال) بالمدية وعلى رأسهم السيد: "محمد فهيس" رئيس خلية الإعلام والاتصال.

شكرا لك سيدي المحترم على مؤازرتك ودعمك لنا

شكرا على مساعيك النبيلة وعلى رحابة صدرك.

-لكم منا جميع أسمى عبارات التقدير والعرفان والامتنان-

إهداء

إلى كل من قال فيهم رسول الله صلى الله عليه و سلم.

"مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَطْلُبُ فِيهِ عِلْمًا , سَلَكَ اللهُ بِهِ طَرِيقًا مِنْ طُرُقِ الْجَنَّةِ ، وَإِنَّ الْمَلائِكَةَ لَتَضَعُ أَجْنِحَتَهَا رِضًا لِطَالِبِ الْعِلْمِ ، وَإِنَّ فَضْلَ الْعَالِمِ عَلَى الْعَابِدِ كَفَضْلِ الْقَمَرِ لَيْلَةَ الْبَدْرِ عَلَى سَائِرِ الْكَوَاكِبِ ، وَإِنَّ الْعَالِمَ لَيَسْتَغْفِرُ لَهُ مَنْ فِي السَّمَوَاتِ وَمَنْ فِي الأَرْضِ ، وَكُلُّ شَيْءٍ حَتَّى الْحِيتَانِ فِي جَوْفِ الْبحر، إِنَّ الْعُلَمَاءَ وَرَثَةُ الأَنْبِيَاءِ ، إِنَّ الأَنْبِيَاءَ لَمْ يُوَرِّثُوا دِينَارًا ، وَلا دِرْهَمًا ، وَأَوْرَثُوا الْعِلْمَ , فَمَنْ أَخَذَهُ أَخَذَ بِحَظٍّ وَافِرٍ" .

إليك:

أمي الحبيبة عائشة أطال الله في عمرك

ابنتي و قرة عيني أميرة ، كنتِ لي عونا في إنجاز هذا العمل ، فليكن الله في عونك على بلوغ مبتغاك و نيلك مراتب عليا في الدنيا و الآخرة.

آمين

فتيحة

إهداء

إلى الذين اشترط الله مرضاته برضاهما

وأودع الرحمة والحب فيهما:

الوالدين الكريمين ... اعز ما املك في الوجود

فلولاهما لما وجدت في هذه الحياة

الذين كان لهما الفضل وكل الفضل في تربيتي وتعليمي

إلى أجمل هدية قدماها لي : إخوتي الأعزاء

إلى كل الأهل والأقارب...

إلى كل القلوب الطاهرة الرقيقة صديقاتي: زميلتي العزيزة فتيحة ، ابتسام

مليكة و أميرة

إلى كل الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة

إلى جميع أساتذتنا الأفاضل

و إلى كل من دعا لي دعوة نجاح.

نجيبة

ملخص الدراسة :

جاءت هذه الدراسة للتعرف على دور الاتصال الداخلي للمؤسسة في تجسيد المسؤولية الاجتماعية والبيئية لها، بأبعادها (الاقتصادي، القانوني، الإنساني والأخلاقي)، و لدراسة العلاقة بين الاتصال المسؤول والدور الاجتماعي للمؤسسات، وكذا واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية والبيئية بهذه المؤسسات. وذلك من خلال تحليل واقع الاتصال الداخلي بها، والوقوف على تطبيق الإجراءات الاتصالية التي تنتهجها المؤسسة قيد الدراسة (صيدال) بالمدية داخليا وخارجيا، ومستوى دمج المسؤولية الاجتماعية في نشاطها وصولا إلى الكشف عن نوعية العلاقة بينهما.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات أثبتت إلى حد ما علاقة فعالية الاتصال الداخلي بالمؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية لها سواء على مستوى العمال أو على مستوى القائمين على المؤسسة ككل، وذلك راجع حسب ما توصلت إليه الدراسة إلى الرسائل المسؤولة التي يتضمنها الاتصال الداخلي للمؤسسة قيد الدراسة. والمسؤولية الاجتماعية أصبحت ضرورة ملحة للمؤسسات التي تتطّلع إلى مستقبل زاهر، حيث أن التفكير في تحسين حياة الفرد أصبح يعادل أو حتى أكثر من التفكير في المنافسة على منتجات ناجحة في السوق.

ABSTRACT :

This research aims to study the role of communication in the organizations on their social responsibilities , and to study the relation between responsible communication and the reality of social and environmental responsibility of these organizations.

Due to the broad interest in this subject, has increased institutions so convinced, and has for cause today in facing challenges of social and economic importance in the process of their work and weed their responsibilities and their interaction with the community in order to achieve their economic objectives in one hand, and to reach the needs of the community in the other hand.

Interne communication makes the practice of social and environment responsibility easier and very possible, and social responsibility represents wide to challenge the most visible institutions in their interaction with the environment, because of what happened to the large organizations committed today to consider social and environmental role to achieve the quality of the individual life, and is equal to if not more than their quest to offer a successful product on the market.

مقدمة

مقدمة:

يُعتبر الاتصال ركنا من أركان الشخصية، ومقوما من مقومات الحضارة البشرية التي لم يكن بالإمكان تقدمها ونشوءها، لولا قدرة العقل البشري على نقل تجربته إلي الأجيال الجديدة والاستفادة منها، مما أدى إلي تراكم متزايد للمعلومات والخبرات، مكّن الإنسان من السيطرة التدريجية على الطبيعية، إذ يؤدي الاتصال دورا فعالا على المستوى الذاتي، وهو الحصول على الاعتراف بكياننا الشخصي من قبل الآخرين، الاعتراف بصورتنا الإيجابية عن أنفسنا، ويجعلنا أكثر انفتاحا على العالم. وإذا تمّ الاعتراف المتبادل، سوف يرقى الاتصال إلى مستوى الفعالية الآنية والمستقبلية. لذا يمثل الاتصال في عصرنا الحالي أحد العناصر التنظيمية لسير أي نشاط داخل المؤسسة، حيث لا يمكن تحقيق أهدافنا دون وجوده. لا يمكن أن يكون هناك أي عمل بدون اتصال، ولا يمكن أن تتصوّر أنك كشخص تستطيع أن تحقق أي هدف بدون اتصال، فالحديث والخطابة وإلقاء التعليمات والتوجيهات والاجتماعات والتقارير وغيرها، هي وسائل الاتصال لنقل الأفكار والمعلومات للرأي العام.

كما يعتبر الاتصال من أبرز العوامل التي ساهمت في إنشاء علاقات اجتماعية بين الأفراد،وإن الحاجة إليه جعلته يمر بعدة مراحل نحو التطور المستمر، مكّنت هؤلاء الأفراد من تنظيم وتنسيق الأعمال والنشاطات فيما بينهم، من خلال تبادل المعلومات والأفكار والتي تكوّن أولا وأخيرا مضمون الاتصال. ومن أنواع الاتصال نجد الاتصال المؤسساتي حيث أن المؤسسة تمثل أحد أهم المكونات في نسق هذا المجتمع، والتي شهدت بدورها تغيرات مختلفة بالتوازي مع الأحداث والتطورات التي شهِدتها البشرية، خاصة على الصعيد العلمي بشقيه التقني التكنولوجي والاجتماعي الإنساني. فقد شهدت هذه المؤسسات بشكل عام وبالتحديد من بداية القرن التاسع عشر إلى غاية النصف الأول من القرن العشرين، العديد من المشاكل التي أعاقت تطورها بشكل ملحوظ. هذه المشاكل التي انطلقت من محيطها الداخلي في غالب الأحيان، كما هي الحال بالنسبة للاتصال الذي لم يكن مُجسّدا ومبنيّا على قواعد علمية مدروسة، بل على العكس من ذلك اتّسمت الأنظمة الداخلية للمؤسسة الاقتصادية بتسيير شبه عسكري للاتصالات التي تهدف لتحصيل المردودية المادية النفعية دون الأخذ بعين الاعتبار الجانب الإنساني للعامل البسيط، وحاجياته المختلفة، فهو يمثل النواة الأولى لقيام نشاط أي مؤسسة كانت، وقد صاحب هذه

المشاكل العديد من المظاهر الدّالة عليها بشكل مباشر، كما هو الشأن بالنسبة لتناقل المعلومات المختلفة والتي أُقصِي منها المستخدم في غالب الوقت بالرغم من أنه أهل للدراية بها، بل أكثر من ذلك فهي تلعب دورا محوريا في جعله أكثر عطاءً، ورفعا لعجلة النمو الاقتصادي للهيكل الذي يعمل فيه. وتزداد أهمية الاتصال الداخلي كوظيفة من الوظائف الرئيسية في المؤسسة مع التعقيد في التكنولوجيا المستعملة في الإنتاج أو أي نشاط آخر في المؤسسة، إذ أصبحت الأوامر والتوجيهات في شكل معادلات ومعاني تقنية ذات جانب علمي أكثر تعقيدا، وهذا ما يؤثر مباشرة في نشاط المؤسسة حيث تتحدّد النتائج بالدور الذي يلعبه الاتصال.[1]

كما يمكن أن نعتبر الاتصال الداخلي أحد مقومات،أو عناصر قيام المؤسسة سواء كانت اقتصادية أو خدماتية، حيث يلعب دورا كبيرا في اهتمام المؤسسة بالعمال وانشغالاتهم وظروف عملهم من جهة، وبالمجتمع والبيئة المحيطة من جهة أخرى. فرغم البحوث المعمّقة والدراسات الهادفة المدعمة بالتطور التكنولوجي الذي لا مثيل له، لازالت المؤسسات مهما كان نوع نشاطها تشكو فشل مشاريعها وأهدافها، وهذا راجع إلى مشكل أساسي ومحوري هو الاتصال وتناقل المعلومات دائما انطلاقا من نسقها الداخلي على وجه التحديد. وهذا الأمر لم يهدِّد فقط البناء الداخلي للمؤسسة بل هزَّ مكانتها، وشوَّه صورتها وعلاقتها مع المجتمع المحيط بها، لأن مناعة أي نظام تبدأ من بنيته الداخلية السليمة والمتمثلة في التواصل مع العمال وتحمُّل المسؤولية تجاههم، ثم مراعاة البيئة المحيطة ومتطلبات المجتمع ككل للحفاظ على الاستقرار في المحيط الخارجي وضمان البقاء.

وقد استمرت مثل هذه الدراسات التي تحاول الكشف عن فجوات الاتصال داخل المؤسسة وسُبل تدليلها وترشيدها لغاية الوقت الراهن، واستثمرتها بشكل واضح دول الضفة الشمالية للمتوسط، الولايات المتحدة، كندا وبعض دول آسيا كاليابان، إلاَّ أن هذا لم يمنع من معاناة العديد من المؤسسات الاقتصادية من مشاكل على هذا الصعيد.الأمر الذي كلفها التأخر وعدم القدرة على مسايرة المعايير الدولية كما هو الشأن بالنسبة لمؤسسات دول العالم الثالث وبالتحديد المؤسسات الجزائرية التي تمر اليوم بمرحلة حرجة من حياتها في ظل الإصلاحات التي تقوم بها في مختلف الميادين الاقتصادية،الاجتماعية،السياسية والتشريعية والتي في مجموعها ترتبط بأدائها،

[1] د . ناصر دادي عدون: **الاتصال و دوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية** ، دار المحمدية العامة،الجزائر،ط1 ،1998،ص8

وهو ما جعل الاهتمام بالاتصال داخل المؤسسات في هذا الوقت ضروريا ومفيدا من أجل التأثير على فعاليتها من جهة ومن أجل القيام بمسؤوليتها الاجتماعية من جهة أخرى .

وباعتبار المسؤولية الاجتماعية نشاط يرتبط ببعدين أحدهما داخلي ويتمثل في إسهام المؤسسة في تطوير العاملين وتحسين حياتهم، والثاني خارجي يتمثل في مبادرات المؤسسات في التدخل لمعالجة المشاكل التي يعاني منها المجتمع، فإن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تلخص في إجماع الباحثين على الدور المهم الذي تلعبه المؤسسة في المجتمع بصفتها عضوا فيه، وأن التزامها بدورها الاجتماعي هو الآلية التي تساهم من خلالها في تحقيق التنمية المستدامة للمجتمع، من حيث الطابع الطوعي والإرادي وكذا الطابع الدائم الذي يؤكد على التزام المؤسسة، والذي يجعل من المسؤولية الاجتماعية أحد ركائز استراتيجياتها. كما أن عنصر الشفافية الذي يرتكز على جمع ونشر المعلومات داخل وخارج المؤسسة، يسمح بتوثيق وترسيم الممارسات الإيجابية للمؤسسة وتتبُّع التطورات الحاصلة بها، وكذا القدرة على إشراك أطراف أخرى تهتم بالمؤسسة وتتعامل معها، لأن المؤسسة ستصبح مواطنة وبالتالي سترتبط بعلاقات عديدة مع أفراد المجتمع الذي تعمل به[2]. وهنا يجب التركيز على جانبين مهمين:

الأول قانوني ينطلق أساسا من العلاقة القائمة بين المجتمع والمؤسسة، والتي يتمثل مضمونها في أن المؤسسة لها عمليات تنفذها وسلوكًا تمارسه، وأهدافًا تحققها، وبالتالي لابد أن يكون لذلك آثاره التي تمتد لتُغطي كل المجتمع، أيًا كانت تلك الآثار.

أما الثاني يتمثل في الجانب الإنساني، ويقوم على الدور الذي تلعبه المؤسسة بصفتها وحدة مستقلة تعمل في مجتمع ومدى مساهمتها فيه، فالعلاقة التي تتكون في بيئة المؤسسات هي التي تشكل المجتمع، لذلك هناك التزامات اجتماعية وإنسانية تقع تحت مسؤولية المؤسسة[3].

اعتمادا على هذه النقاط ورغبة في التوسع أكثر في الاتصال الداخلي للمؤسسة ومسؤوليتها تجاه الموظفين والمجتمع ككل، ارتأينا أن نُسلط الضوء على دور الاتصال الداخلي في تجسيد

---

[2] محمد عادل عياض : " **المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة – مدخل لمساهمة منظمات الأعمال في الاقتصاد التضامني** ، ملتقى الاقتصاد التضامني ، جامعة تلمسان ، 2015/2012 ، ص 256.

[3] محمد عادل عياض ، نفس المرجع ، ص 258 .

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، محاولة منا للإلمام بالكم النظري من المعلومات حول الموضوع وإسقاطه على واقع مؤسسة إنتاج الأدوية (صيدال) بالمدية.

ومن أجل معالجة هذا الموضوع معالجة متسلسلة ومترابطة من حيث المعاني وكذا من حيث تنظيم تدرج الدراسة، تمَّ تصميم الخطة التالية:

خطة البحث

الفصل الأول : منهجية البحث والدراسة الميدانية

المبحث الأول : المشكلة البحثية

المطلب الأول : إشكالية الدّراسة –تحديد المصطلحات

المطلب الثاني : مُبررات اختيار الموضوع

المطلب الثالث : أهداف وأهمية الدّراسة

المطلب الرابع : الأدبيات والدّراسات السّابقة

المبحث الثاني : الإجراءات الميدانية للدِّراسة

المطلب الأول: طبيعة الدراسة ومنهج البحث

المطلب الثاني : أدوات جمع البيانات

المطلب الثالث : مجتمع البحث والعينة

المطلب الرابع : مجالات الدراسة

الفصل الثاني : الاتصال الداخلي والاتصال المسؤول للمؤسسة.

المبحث الأول : مدخل إلى الاتصال الداخلي للمؤسسة

المطلب الأول : مفهوم الاتصال الداخلي للمؤسسة

المطلب الثاني : وظائف الاتصال الداخلي للمؤسسة

المطلب الثالث : أنواع الاتصال الداخلي للمؤسسة

المطلب الرابع : وسائل الاتصال الداخلي للمؤسسة

المبحث الثاني : مدخل إلى الاتصال المسؤول في المؤسسة

المطلب الأول: مفهوم الاتصال المسؤول في المؤسسة

المطلب الثاني: مبادئ الاتصال المسؤول في المؤسسة

المطلب الثالث : وسائل الاتصال المسؤول في المؤسسة

المطلب الرابع : رهانات الاتصال المسؤول في المؤسسة

الفصل الثالث : المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

المبحث الأول: ماهية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

المطلب الأول : مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

المطلب الثاني : التطور التاريخي للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

المطلب الثالث : أبعاد وعناصر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

المطلب الرابع : أساسيات ممارسة المؤسسة لمسؤوليتها الاجتماعية

المبحث الثاني : الاتصال وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

المطلب الأول :الاتصال البيئي للمؤسسة ومهامه

المطلب الثاني : الاتصال الاجتماعي للمؤسسة ومهامه

المطلب الثالث : علاقة الاتصال الداخلي بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

المطلب الرابع : علاقة الاتصال المسؤول بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

الفصل الرابع : دور الاتصال الداخلي في تجسيد المسؤولية الاجتماعية لمؤسسة صيدال (المدية)- دراسة ميدانية.

المبحث الأول : بطاقة فنية عن مؤسسة إنتاج الأدوية (صيدال) بالمدية

المطلب الأول : التعريف بمؤسسة صيدال بالمدية

المطلب الثاني : الدور الاجتماعي لمؤسسة إنتاج الأدوية بالمدية

المطلب الثالث : الدور البيئي لمؤسسة إنتاج الأدوية بالمدية

المطلب الرابع: الإجراءات الاتصالية بالمؤسسة قيد الدراسة(صيدال بالمدية)

المبحث الثاني : تحليل البيانات

المطلب الأول : أدوات التحليل الإحصائي

المطلب الثاني : تحليل الجداول البسيطة كما وكيفا

المطلب الثالث : تحليل الجداول المركبة كما وكيفا

المطلب الرابع : الاستنتاجات والنتائج العامة

خاتمة.

الإطار المنهجي

الفصل الأول: منهجية البحث والدراسة الميدانية

المبحث الأول: المشكلة البحثية

المطلب الأول : إشكالية الدّراسة –تحديد المصطلحات

المطلب الثاني : مُبررات اختيار الموضوع

المطلب الثالث : أهداف وأهمية الدّراسة

المطلب الرابع : الأدبيات والدّراسات السّابقة

المبحث الثاني : الإجراءات الميدانية للدِّراسة

المطلب الأول: طبيعة الدراسة ومنهج البحث

المطلب الثاني : أدوات جمع البيانات

المطلب الثالث : مجتمع البحث والعينة

المطلب الرابع : مجالات الدراسة

تمهيد:

ينطوي الإطار المنهجي على دراسة المناهج والتقنيات المستعملة في العلوم الإنسانية. لكن ماذا تعني كلمة منهج ؟ رغم التنوع الكبير لمعنى هذا المصطلح، يمكننا حوصلة كل ذلك بالقول إن المنهج عبارة عن جواب للسؤال"كيف" نصل إلى الأهداف ؟ في حين أن التقنيات تشير إلى الوسيلة التي يتم استخدامها للوصول إلى هذه الأهداف.

ففي العلوم الإنسانية تستعمل بعض المناهج أكثر من غيرها وتمثل بكيفية أو بأخرى أنماطا مناسبة لهذه الدراسة أو تلك. إن تقنيات البحث تسمح بجمع المعطيات من الواقع، وتوجد في إطار العلوم الإنسانية العديد من الإجراءات المتنوعة، للتقصي مع المجموعات السكانية المستهدفة. فالاتصال قد يكون مباشرا أو غير مباشر، ففي الاتصال المباشر، يمكن للباحث القيام بالتقصي عن طريق الملاحظة، المقابلة أو التجربة. بينما في الاتصال الثاني(غير المباشر) فإن الباحث يعتمد على المواد المنتجة، الوثائق أو الأشياء التي يكون مصدرها الأشخاص والمجموعات أو تلك التي تعنيهم أو تشير إليهم. أما عن محتوى الوثائق، فيمكن أن يكون من طرازين: رقمي أو غير رقمي، ويمكن أن نضيف إلى ذلك أن المعطيات التي يتم جمعها من جراء التقصي، قد تكون من النوع الكمي أو الكيفي.

أخيرا ومن أجل إضفاء المصداقية العلمية الكاملة على بحث ما، على الباحث أن يضمن صحته، وتكمن فائدة صحة البحث هنا، في مطابقة هدف البحث مع المعطيات المتحصل عليها.

المبحث الأول :المشكلة البحثية

لدراسة موضوع معين ينبغي على الباحث فهم وتحديد زاوية الدراسة، وإشكالية الموضوع وتفكيكها إلى عناصرها الجزئية، وكذا تحديد المفاهيم الأساسية الواردة في الموضوع وتوضيح الأهداف، ومن الضروري الاطلاع على الدراسات السابقة وخلفياتها، من خلال رصد المواضيع المشابهة لها والاستفادة من معطيات هذه الدراسات، سواء كانت على المستوى الوطني أوالعالمي.

كما يجب إبراز أهم الخطوات الواجب إتباعها ضمن منهجية الدراسة التطبيقية من خلال تحديد مجتمع البحث وعينة الدراسة مع شرح المبررات لذلك ثم اختيار المنهج الذي يجب إتباعه في الدراسة والملائم لها والأدوات المناسبة لجمع البيانات عند النزول إلى الميدان.

المطلب الأول : إشكالية الدراسة– مفاهيمها و مصطلحاتها

1) إشكالية الدراسة :

قبل عدة سنوات، كانت المؤسسات تمارس نشاطها بحرية مُطلقة، دون الاكتراث لآثارها المختلفة والانعكاسات السلبية، على البيئة والمحيط الذي تعمل فيه، سواء كان ذلك داخلياً أو خارجياً، ممّا انجرَّ عنه أزمات اقتصادية ومالية وكوارث أخلاقية وبيئية للشركات التي تضع الربح، هدفها الرئيسي. ويرى الباحثون في هذا المجال أن الحرية المطلقة لاقتصاد السُّوق وتسيير الإدارات تُؤدي إلى مفاسد كبيرة، في كل المجالات الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية. لذلك فإنّ مفاهيم كمفهوم المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة من شأنها إعادة التّوازن بين الجوانب الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية، ومعالجة الهوة بين العوائد المالية للشركات وواجباتها تجاه مختلف أصحاب المصالح ، بما فيهم المُجتمع والبيئة.

فتزايد في السّنوات الأخيرة الحديث عن المسؤولية الاجتماعية، وتطوّرت مفاهيمها، حيث أصبحت المؤسّسات تُعنى بمصالح المُجتمع، وتحمُّل مسؤولية الآثار المنبعثة من نشاطاتها على العاملين، الزّبائن، المُجتمع والبيئة، وهذه المسؤولية لا تقتصر فقط على الالتزامات القانونية بل تتجاوزها إلى تحسين علاقات المؤسسة مع الجهات المُتعامَل معها. إلاّ أنه تبقى هناك تحديات

وصعوبات ذات بعد تنظيمي موازي للأبعاد الإنسانية، الأخلاقية والثّقافية وكذا الأبعاد الاقتصادية والبيئية للمسؤولية الاجتماعية.

ويتحدَّد مدى التزام المؤسسة بتطبيق المسؤولية الاجتماعية، من خلال سلوكها البيئي والمجتمعي. فسُلوكيّات المؤسسة هذه، قد تكون دفاعية، حيث يتجسَّد الهدف الوحيد لها في تحقيق الربح دون مراعاة البيئة والمجتمع، إذ تنظر المؤسسة للاستثمارات الاجتماعية على أنها تكلفة غير مفيدة ويجب تجنبها لتعارُضِها مع مصلحتها الاقتصادية، وهو السُلوك السائد لدى أغلب المؤسسات الاقتصادية، التجارية والصناعية، حسب مُختلف الدراسات في هذا المجال. وقد تتبنى المؤسّسات الاقتصادية سلوكيات بيئية ومجتمعية مسايرة، تتجسَّد من خلال الامتثال والالتزام بالمعايير التي تفرضها التّشريعات والقوانين دون أن تذهب إلى أبعد من ذلك، كما قد تلجأ المؤسسات إلى تبني اتجاه واحد من المسؤولية وتركز على محور واحد من المحاور الثّلاثة الرئيسية(اجتماعية، اقتصادية، بيئية).

بينما تقوم مؤسسات أخرى بدمج الممارسات الاجتماعية في جميع جوانب عملياتها، وتسعى إلى بلوغ هدف أبعد من مُجرد "تحقيق الربح"، أو تُصبح هي الأفضل فتلجأ إلى إتباع الممارسات التّجارية الأخلاقية والمسؤولة، وتتَّخذ القرارات التي من شأنها المُوازنة بين متطلّبات مختلف أصحاب المصلحة من مساهمين، زبائن،...[1]

ونظراً للأهمية البالغة للاتصال في ظل التوجهات الرّاهنة لتطبيق التنمية المُستدامة، يبرز دور الاتصال كأهم الأدوات التي تُساهم في تطبيق المسؤولية الاجتماعية والبيئية كممارسة،حيث يعمل الاتصال في هذا السياق على تجسيد التزام المؤسسة سواء كانت اقتصادية، تجارية أو اجتماعية، خاصّةً أو حكومية، بمختلف إجراءات تطبيق المسؤولية الاجتماعية والبيئية، وذلك من خلال نقل وتوضيح نتائج أدائها الاجتماعي والبيئي باستعمال مختلف أدوات ووسائل الاتصال لتحسين صورتها لدى الأطراف المُتعامَل معها، وتقريب وجهات النظر بينهم من أجل تخفيف حدة ضغوطاتهم على المؤسسة التي وجدت نفسها مُلزمة على الاتصال معهم بإتباع سياسة اتصالية مسؤولة تُجاههم.

1محمد عادل عيّاض : **دراسة نظرية لمحددات سلوك حماية البيئة في المؤسسة** ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، مجلة الباحث ، عدد 07 ،2009-2010 ، ص 03 .

وفي ظل التوجهات الرّاهنة لتطبيق التنمية المستدامة، برز اتصال ذو مضمون بيئي واجتماعي ألا وهو الاتصال المسؤول La communication responsable، المفهوم الجديد الذي يهدف إلى تحقيق عقد اجتماعي بين المؤسسة والمجتمع، إذ تتفاعل المضامين البيئية والاجتماعية في السياسة الاتصالية للمؤسسة للإفصاح عن الأداء البيئي والمجتمعي لها،سواء كان ذلك ضمن الاتصال الداخلي الذي يوجه للعمال، أو ضمن الاتصال الخارجي مع مختلف الجهات ذات العلاقة بالمؤسسة كالمجتمع المحلي المحيط بها، وسائل الإعلام المحلية،الجمعيات والهيئات الرسمية للبيئة المتمثلة في مديرية البيئة، وذلك لتأسيس هوية مجتمعية تعكس صورة المؤسسة المواطنة التي تحترم بيئتها ومجتمعها.

وكأي مؤسسة جزائرية، فإن مؤسسة إنتاج الأدوية (صيدال) بالمدية لا تخرج عن وصف المنظمة بالكائن الحي المُتحرّك، والذي يقوم بنشاطات من أجل تحقيق هدفٍ ما، في إطار محيط معين يتميز بالحركة والتعبير، يفرض عليها متابعته والتكيف معه، وهي نظام مفتوح على هذا المحيط. ولكي تستطيع القيام بهذا النشاط والدور، عليها بتوفير أداة تسمح لها بالتنسيق ونقل المعلومات والأوامر والآراء في مختلف الاتجاهات، وهي العناصر التي تُركِّز عليها معاملاتها، سواء داخل أو خارج حدودها. فالمنظمة أو المؤسسة لا تستطيع الاستمرار في الوجود وفي أداء المهام المطلوبة منها دون استخدام آلية الاتصال سواء داخل بيئتها التنظيمية أوفي علاقاتها مع المحيط.[1]

ومن هذا المُنطلق، ونظراً لأهمية الاتصال في دعم تحقيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات يأتي موضوع دراستنا الذي يتناول الإجراءات الاتصالية التي تتخذها المؤسسات الجزائرية ومؤسسة صيدال فرع المدية على وجه التّحديد، داخليًا لتحقيق وتوضيح التزامها بمسؤوليتها الاجتماعية أثناء ممارسة نشاطها، ليتم طرح سؤال الإشكالية على النّحو التّالي:

كيف يساهم الاتصال الداخلي بمؤسسة إنتاج الأدوية (صيدال) بالمدية في تجسيد مسؤوليتها الاجتماعية و البيئية ؟

[1] جمال بن زروق : **التغير التنظيمي داخل المنشأة و مدى مساهمة النسق الاتصالي في نجاحه** ، مجلة جامعة دمشق ،الجمهورية العربية السورية (العدد الأول و الثاني 2010) ، ص 42 .

تتدرج تحته التساؤلات الفرعية التالية :

- ما المقصود بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة ؟
- ما هي رهانات الاتصال المسؤول في توجه المؤسسة نحو المسؤولية الاجتماعية ؟
- كيف يعمل الاتصال الداخلي في مؤسسة إنتاج الأدوية (صيدال) بالمدية على تحقيق مسؤوليتها الاجتماعية بمختلف أبعادها ؟
- ما هي الإجراءات الاتصالية التي اتخذتها هذه المؤسسة لتجسيد دورها الاجتماعي والبيئي؟
- هل يعتبر التحلّي بالمسؤولية الاجتماعية في مؤسسة صيدال بالمدية خيارًا تتخذه المؤسسة أم هو التزام تشريعي ومجتمعي ؟

2)مفاهيم و مصطلحات الدراسة :

أ- مفهوم الاتصال :

لغة: الاتصال كلمة مشتقة من مصدر (وصل) بمعنى الربط والبلوغ والانتهاء إلى غاية ما وعموما:الاتصال هو الصلة والعلاقة وبلوغ غاية معينة من تلك الصلة.[1]

اصطلاحا: يعتبر الاتصال نوع من النشاط الإنساني الذي يحدث باستمرار، وهو مرتبط مع الأنشطة الأخرى فهو متعدد المحاور لذا هناك صعوبة في ضبط التعريف موحد له من قبل الكتاب والباحثين، فيركز علماء النفس والإدارة على أن الاتصال يمكن أن يكون وسيلة للتأثير فيعرف على أنه: السلوك اللفظي أو المكتوب المستخدم من احد الأطراف لتأثير على الأخر.[2]

المفهوم الإجرائي :

الاتصال هو العملية التي يتم من خلالها تبادل المعلومات والبيانات بين مختلف المستويات، عن طريق استخدام أساليب ووسائل مساعدة على تحقيق الفهم والتعاون المتبادل بين العمال داخل

[1] معجم قاموس عربي عربي www.almaany.com 2018/02/20 على الساعة 10:00 .

[2] خيري خليل الجميلي : **الاتصال و وسائله في المجتمع الحديث**، الكتاب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، 1997، ص 09 .

المؤسسة، وبالتالي تحقيق الأهداف والتي من بينها الاتصال الداخلي و تشمل العمليات اللفظية وغير اللفظية في المؤسسة، ويكون الاتصال بين الأفراد والجماعات بشكل رسمي وغير رسمي.

ب- تعريف المسؤولية :

المسؤولية لغة: لها اشتقاقات من سأل يسال سؤالا، ويأخذ ثلاثة أطراف: السائل، المسؤول، موضوع المساءلة .[1]

كما جاء في المعجم الوسيط :" بأنها حالة أو صفة من يسأل عن أمر تقع عليه تبعته "

و يقال: ألقى المسؤولية على عاتقه بمعنى حمّله إيّاها، ويقال: أنا بريء من مسؤولية هذا العمل أي من تبعته.

مسؤولية جماعية : التزام تتحمله الجماعة.

اللاّمسؤولية : شعور المرء بأنه غير ملزم بعواقب أعماله .

- كلمات ذات صلة: أسئلة، تسوُّل، تسأل، تساؤل، مساءلة، مسألة، مُسائِل، مسؤول، سائل ...

اصطلاحا: عرفها الدكتور عبد الله دراز على أنها تعني كون الفرد مكلفا بأن يقوم ببعض الأشياء ويقدم حساب لغيره، وينتج عن هذا التحديد أن فكرة المسؤولية تشمل على علاقة مزدوجة من ناحية الفرد المسؤول بأعماله وعلاقته بمن يحكمون على هذه الأعمال، والمسؤولية قبل كل شيء هي استعداد فطري، إنما هذه القدرة على أن يلزم الإنسان نفسه أولا، والقدرة على أن يفي بعد ذلك بالتزامه بواسطة جهوده الخاصة.[2]

أمّا المسؤولية الاجتماعية فهي قضية أخلاقية، بأن أي كيان سواء منظمة أوفرد يقع على عاتقه العمل لمصلحة المجتمع ككل، بالممارسات الايجابية أو الامتناع والحد من الممارسات السلبية.[3]

---

[1] معجم قاموس عربي عربي ، مرجع سابق،ص129.

[2] د. دراز : **دستور الأخلاق في القرآن** ،تعريف و تحقيق و تعليق الدكتور عبد الصبور الشاهين(ط 4،مؤسسة الرسالة بيروت ، 1982)، ص 136.

[3] معجم قاموس **عربي عربي** ، نفس المرجع،ص129.

ويطلق على مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات كمصطلح باللغة الفرنسية :

La responsabilité sociale des entreprises ويعبر عنها بالاختصار **RSE**.

التعريف الإجرائي :

هي الالتزام الأخلاقي والتصرف المسؤول من خلال الأنشطة والسياسات والبرامج التي تقوم بها المنظمة من أجل تحقيق الولاء بداخلها "ولاء العاملين للمنظمة" وتحسين صورة المنظمة في الخارج مع "الزبون والمواطن" بالمبادرات الطوعية لا الإلزامية.

ت- تجسيد المسؤولية الاجتماعية :

تجسيد: إسم مصدر جسّد.

جسّد: فعل، من جسَّد يُجسِّد تجسيداً فهو مُجَسَّد والمفعول مُجَسَّد.

جسَّد أفكاره: جسَّمها، عبَّر عنها تعبيراً واضحاً، وتجسيد الصورة يعني تجسيمها وتمَثُّلُها.

التجسيد: بلاغة هو تحويل الأفكار والمشاعر إلى أشياء مادية وأفعال محسوسة كمخاطبة الطبيعة

وتجسيد المسؤولية الاجتماعية يعني تجسيمها وإظهارها على أرض الواقع.

ث- تعريف المؤسسة:

لقد قدمت العديد من التعريفات للمؤسسة حسب الأوقات والاتجاهات، فتعريفها يختلف عند معظم الخبراء نذكر منهم: M.TRUCHY "المؤسسة هي الوحدة التي تُجمع فيها وتُنسّق العناصر البشرية والمادية للنّشاط الاقتصادي." [1]

عند ماركس المؤسسة الرأسمالية تكون متمثلة في"عدد كبير من العمال يعملون في نفس الوقت على إدارة نفس رأس المال، وفي نفس المكان من أجل إنتاج نفس النوع من السلع."[2]

[1] د.ناصر دادي عدّون : **اقتصاد المؤسسة** ، دار المحمدية العامة ،الجزائر، 1998، ط1 ،ص 09.

[2] نفس المرجع ص 09.

عند PEROUX"المؤسسة هي منظمة تجمع أشخاصاً ذوي كفاءات متنوعة تستعمل رؤوس الأموال وقدرات من أجل إنتاج سلعة ما والتي يمكن أن تُباع بسعر أعلى مما تُكلّفه."[1]

و يُعرّفها SCHUMPETER "المؤسسة تكون مركزاً للإبداع ومركزاً للإنتاج."[2]

المفهوم الإجرائي: المؤسسة هي تجمع لأفراد يعملون مع بعضهم لتحقيق أهداف معينة في إطار منظم ومؤسس يأخذ طابع الاستمرارية، تتجدد فيه المسؤوليات والأدوار وتُحدد الأجور وساعات العمل، وغيرها من الأمور المتعلقة بالعمال والأجهزة وكيفية العمل والقانون الداخلي المُتبع. والمؤسسة هي عبارة عن نظام مفتوح، حيث تُؤثّر وتتأثّر بالمُجتمع والبيئة التي تتواجد فيها.

ج ــ مفهوم التنمية المستدامة:

وتسمى التنمية المتجددة والقابلة للاستمرار، حيث عرفها قاموس WEBSTER بأنها"التنمية التي تستخدم الموارد الطبيعية دون أن تسمح باستنزافها أو تدميرها جزئيا أو كليا".

وعرفها **جروهاليم برونتلاند** بأنها "التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون الإخلال بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها"[3]

مفهوم إجرائي: التنمية المستدامة هي التنمية التي تهدف لتحقيق التنمية الاقتصادية مع الأخذ بعين الاعتبار حماية البيئة وتحقيق العدالة الاجتماعية.

ومن الصعب التمييز بينها وبين المسؤولية الاجتماعية، نظرا لشدة تقاربهما. فالأولى تعني التوفيق بين الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية على مستوى عالمي، أما الثانية تعني دمج الاهتمامات الاجتماعية والبيئية في النشاطات التجارية. وتعتبر المسؤولية الاجتماعية شكل من

[1] ناصر دادي عدون، مرجع سابق، ص 10.

[2] د. عبد الرزاق بن حبيب : **اقتصاد و تسيير المؤسسة** ، المطبوعات الجامعية،الجزائر، سنة 2000، ص 24.

[3] د. عثمان محمد غليم وماجدة أحمد أبو زنط: **التنمية المستديمة ، فلسفتها، أساليب تخطيطها وأدوات قياسها**، دار صفاء، ط1، عمان،2007، ص25.

أشكال المساهمة في التنمية المستدامة. فالكثير من متطلبات هذه الأخيرة تجد تطبيقاتها في المسؤولية الاجتماعية.أما الفرق بينهما فيكمن في أن مفهوم التنمية المستدامة، تُعنى به أطراف عدة مثل الدولة، قطاع الأعمال،المجتمع المدني،المواطنون والمستهلكون،في حين أن مناقشة موضوع المسؤولية الاجتماعية يتم على مستوى قطاع منظمات الأعمال.لنخلص إلى أن المسؤولية الاجتماعية تساهم في تحقيق التنمية المستدامة، وهي من أهم أدوات تطبيقها.

ح ــ مفهوم الاتصال المسؤول :

تُعرفه مجلة (L'Éco novateur):"الاتصال المسؤول هو اتصال يقيِّم النتائج البيئية الاجتماعية والمجتمعية للمؤسسة، حيث تضع هذه النتائج في المتناول من خلال رسائل اتصالية تنفذها وتديرها بطريقة مسؤولة." [1]

مفهوم إجرائي:

الاتصال المسؤول هو الاتصال المؤسسي الذي يُعنى بنقل الرسائل الاجتماعية والبيئية لتوضيح التزام المؤسسة لمسؤوليتها الاجتماعية، وغالبا ما يهدف إلى تحقيق عقد اجتماعي، يعتمد بشكل أساسي على الأخلاقيات، فمن خلال هذا التوضيح يمكن تعريف الاتصال المسؤول بأنه" ذلك الاتصال الذي يدعم تطبيق التنمية المستدامة على مُستوى المؤسسة، من خلال الأخذ بعين الاعتبار الانشغالات البيئية والاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية في محيطها، وعلاقتها بالبيئة والمجتمع في رسائلها الاتصالية، وذلك من خلال تعديل السياسة الاتصالية للمؤسسة بما يتوافق مع هذه المستجدّات، ونقل أثر المؤسسة فيما يتعلق بالتنمية المُستدامة والمسؤولية الاجتماعية والبيئية، لمختلف الأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة."[2]

---

[1] Sanveur Fernandez: **communication responsable**, l'éco novateur , mars/avril 2011,p 03.

[2] شفيقة مهري: **الاتصال وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية في المؤسسة الاقتصادية**، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2013، ص 08.

المطلب الثاني : دواعي اختيار الموضوع

تعود دواعي اختيار الموضوع إلى الدور الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية وإلى أهدافها السالفة الذكر ويمكن إجمال أسباب هذا الفضول العلمي في الدوافع التالية:

1-الدوافع الموضوعية:

- نقص الدراسات المتعلقة بالتوجهات الحديثة للاتصال والتي تتمثل في الانشغالات الاجتماعية والرغبة في إثراء المكتبة الجامعية.
- حداثة الموضوع وتَميُّزه عن المواضيع التقليدية كونه يربط بين الاتصال الداخلي للمؤسسة ومسؤوليتها الاجتماعية.
- الرغبة في التعرف على العوامل المؤثرة في توجه المؤسسة نحو الالتزام بمسؤوليتها الاجتماعية.
- الرغبة في توضيح مفهوم الاتصال المسؤول والتعرف على علاقته بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية للمؤسسة الاقتصادية.
- الاتجاه المتزايد للمؤسسات الكبرى نحو تبني فكرة المسؤولية الاجتماعية.

2-الدوافع الذاتية:

- الرغبة في تنمية مجال تخصص الباحث من خلال انجاز دراسة تجمع بين الاتصال الداخلي الذي يتعلق بنقل انشغالات المؤسسة والبيئة الاجتماعية.
- الرغبة في دراسة موضوع جديد بالنسبة للطالب الباحث ولم يتم تناوله أثناء المشوار الدراسي.
- الرغبة في الخروج عن المألوف المتمثل في اختيار الطالب لموضوع يتناول فقط الاتصال الداخلي للمؤسسة أو الاتصال الخارجي أو العلاقات العامة في المؤسسة.
- إحساسنا بالمسؤولية تجاه المجتمع والبيئة جعلنا نميل إلى هذا الاختيار.
- اهتمامنا البالغ بالاتصال والرغبة في التعرف على استراتيجياته داخل المؤسسة.
- الارتباط المباشر لموضوع الدراسة بمجال تخصصنا.

المطلب الثالث :أهداف وأهمية الدراسة

أولاّ- أهداف الدراسة:

نرغب من خلال هذه الدراسة تحقيق جملة من الأهداف ندرجها كالآتي:

- التعرف على دور الاتصال الداخلي في المؤسسة الجزائرية والإلمام بكيفية تأثيره على المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.
- توضيح مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى القائمين على إدارة المنظمات.
- معرفة مدى التزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية باتخاذ الإجراءات الاتصالية المطلوبة.
- تقديم دليل علمي للطلبة يعرض مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ويلم بالجوانب النظرية.
- معرفة دور الاتصال الداخلي للمؤسسة في تفعيل فكرة المسؤولية الاجتماعية لها .

ثانياً- أهمية الدراسة :

يتمثل الهدف الرئيسي للمسؤولية الاجتماعية في معالجة قضايا تهم المحيط الذي تتواجد فيه المؤسسة، فمن جهة نجد المؤسسة المسؤولة اجتماعيا تهتم بأمور وقضايا الموظفين حيث تسعى لتوفير أفضل أجواء العمل، وتقوم بدفع رواتبهم وتدرس هذه الأجور بشكل يوفر نوعية حياة جيدة لموظفيها معتمدة في ذلك على التواصل المستمر معهم. كما تقوم بتكوين وتأهيل هؤلاء الموظفين وتطوير خبراتهم من أجل الوصول إلى مخرجات إنتاج عالية الجودة لتتناسب مع توقعات زبائنها الذين هم أساس وجوهر نشاط المؤسسة.

ومن جهة أخرى فإن المؤسسات التي تمارس نشاطها في ظل مسؤوليتها الاجتماعية تعتمد على مُدخلات إنتاج صديقة للمجتمع وصديقة للبيئة التي تعمل فيها، من هنا تتضح أهمية الدراسة التي نلخصها في النقاط التالية:

- أهمية الاتصال الداخلي في تحسين صورة المؤسسة تجاه جماهيرها الداخلية من خلال التأثير على آرائهم واتجاهاتهم وتقريب وجهات النظر بينهم ،والاستماع إلى انشغالاتهم وذلك من أجل نجاح المؤسسة في ممارستها لنشاطها بمسؤولية اجتماعية عالية.
- أصبحت المسؤولية الاجتماعية بمثابة ثقافة جديدة تمارسها المؤسسات لتحسين صورتها طوعا أو جرّاء ضغوطات مجتمعية أو قانونية.
- تكتسب الدراسة أهميتها من الاهتمام المتزايد بفكرة المسؤولية الاجتماعية وأهمية الاتصال.
- أصبح الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يسود معظم المؤسسات الكبرى في الدول الغربية .
- توجه المؤسسات الاقتصادية نحو تبني فكرة المسؤولية الاجتماعية في ممارسة نشاطاتها.
- أهمية الدراسة بالنسبة للطلبة في إثراء معارفهم وبالنسبة للمؤسسة قيد الدراسة كإضافة للدراسات التي تقوم بها، قد تفيدها في تعديل أشياء وتطوير أخرى اقتصاديا واجتماعيا.
- نجاح المؤسسات مرهون بالإجراءات الاتصالية التي تنتهجها، خاصة الاتصال الداخلي مع العمال الذين أصبحوا يعرفون جيدا حقوقهم ويطالبون بها عند كل فرصة تتاح لهم وهذا يعطي هذه الدراسة أهمية أخرى.

المطلب الرابع : الأدبيات والدراسات السّابقة

قبل الخوض في عملية البحث الحقيقية، ينبغي على الباحث الاطلاع أوّلا على النصوص والمنشورات والمؤلّفات المُتوفرة حول الموضوع، ولكي تكون العملية فعّالة، ينبغي أن يتم استعراض الأدبيات حسب طريقة وثائقية خاصّة، ولو أردنا الذّهاب بعيدا في استعراض هذه الأدبيات فيمكن تصور طريقة أخرى للاستكشاف منها البيبليوغرافيات التي يتم وضعها حول موضوع معين، المنشورات الحكومية(التّقارير،الحوليات، المعطيات الإحصائية على المستوى الوطني والدولي)، الوثائق الخرائطية، السمعية البصرية، الحوصلات والمختصرات حول الكتب والمقالات، المؤلّفات، الأطروحات والمُذكّرات [1]

[1] موريس انجرس : **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية** ، ترجمة بوزيد صحراوي و آخرون ، مطابع دار القصبة للنشر، 2013، ص 131.

أوّلا– الدراسات السابقة: وتتمثل الدراسات التي تمَّ الاعتماد عليها بشكل كبير في ما يلي :

أ– الدراسات الجزائرية :

- **الدراسة الأولى :**

بعنوان **الاتصال وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية و البيئية في المؤسسة الاقتصادية**، من إعداد الطالبة شفيقة مهري في إطار نيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3، تحت إشراف الدكتور بلقاسم بن روان خلال السنة الجامعية 2012/2011.

وكدراسة حالة تناولت الطالبة شركة إسمنت عين الكبيرة بسطيف. حيث تمثّلت مُشكلة الدّراسة في أن الضغوطات الممارسة على المؤسسة الاقتصادية من طرف الأطراف الذين يتأثرون بنشاطاتها الصناعية الملوثة، وضعت المؤسسات أمام ضرورة الالتزام بمسؤوليتها الاجتماعية والبيئية تجاههم والاستجابة بمطالبهم، وهذا الالتزام يتطلب استعمال الاتصال كأهم إجراء لتوضيح التزامها بمسؤوليتها الاجتماعية والبيئية. ولتخفف المؤسسة من هذه الضغوطات تعمل على تحقيق التّقارب مع الأطراف المعنية وتقريب وجهات النّظر بينهم، وتغيير صورة المؤسسة لديهم من مؤسسة ملوثة إلى مؤسسة مُواطنة، وهذه الإجراءات لا تتحقق إلاّ بوجود سياسة اتصالية ذات نوع خاص موجهة للأطراف ذات العلاقة بالمؤسسة، حيث أن ضغوطاتهم، إن لم تُعالَج بسياسة اتصالية مسؤولة ستُعتبر مُشكلة حقيقية تهدد بقاء واستمرار المؤسسة الاقتصادية.

لتطرح الطالبة سؤال الإشكالية على النحو التّالي: ما هي الإجراءات التي تتبناها المؤسسة الاقتصادية الصناعية لتوضيح التزامها بمسؤوليتها الاجتماعية البيئية عند ممارسة نشاطها، تُجاه الأطراف ذات العلاقة بها ؟

نُلاحظ أن هذه الدراسة تتقاطع في الكثير من النّقاط التي تناولتها دراستنا، وذلك من ناحية المؤسسة الاقتصادية الصناعية، الاتصال ودوره في تبني المسؤولية الاجتماعية، كذلك من خلال المنهجية المُتبعة والمتمثلة في المنهج الوصفي الذي يعتبر طريقة التحليل والتفسير المنظم من أجل الوصول إلى أهداف محددة إزاء مشكلة ما، والتحليلي الذي يضفي على البحث الصفة العلمية، وكذا منهج دراسة الحالة وذلك بتناولنا لحالة مؤسسة اقتصادية وطنية.

وتأتي أوجه الاختلاف من خلال تركيزنا على الاتصال الداخلي ودوره في تجسيد مسؤولية المؤسسة الاجتماعية وكيف يعمل على نقل هذه المسؤولية من داخل المؤسسة إلى خارجها.

بينما تناولت الطالبة شفيقة مهري الاتصال ككل: الداخلي والخارجي، كما تناولت جميع الأطراف ذات العلاقة بالمؤسسة في دراستها وذلك بإجراء مقابلات معهم واعتمادها على أداة الملاحظة بصفة أساسية من خلال تحضيرها لشبكة ملاحظة دقيقة. وتوصلت الطالبة إلى النتائج:

1. التزام مؤسسة الإسمنت بعين الكبيرة بسطيف بمسؤوليتها الاجتماعية والبيئية لم يكن طوعيّا، وإنما نتيجة لضغوطات الجهات ذات العلاقة بها، وذلك قبل سنة 2006، حيث كان ينظر للمؤسسة أنها مُلوثة .
2. بعد 2006م أصبحت المؤسسة تلتزم بمسؤوليتها الاجتماعية والبيئية استجابة للضغوطات.
3. ساهمت الإجراءات الاتصالية التي قامت بها المؤسسة حول التزامها بمسؤولية الاجتماعية والبيئية في تجسيد أثر الاتصال في تغيير صورة المؤسسة من ملوثة إلى مواطنة.

- **الدراسة الثّانية :**

بعنوان **المسؤولية الاجتماعية والموارد البشرية**، رسالة ماجستير من إعداد الطالبة نوال ضيافي، تخصص: تسيير الموارد البشرية، جامعة أبو بكر بلقايد بتلمسان،2010/2009. دراسة حالة مؤسسة شيالي للأنابيب بتلمسان. جاء سؤال الإشكالية على النحو التالي:كيف يمكن للمؤسسة أن تكون مسؤولة اجتماعيا عن مواردها البشرية؟ حيث تمّ في هذه الدراسة إلقاء الضّوء على الموارد البشرية بصفة خاصة في ظل قيام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية.

وهذا وجه الاختلاف بين هذه الدراسة ودراستنا التي حاولنا من خلالها التطرق إلى أبعاد المسؤولية الاجتماعية ومدى تطبيقها في مؤسسة صيدال بالمدية، بالتركيز على دور الاتصال الداخلي في ذلك. استفدنا من هذه الدراسة في الجانب النظري، أوجه التشابه تتمثل في المنهجية المُتبعة وكذا أدوات جمع البيانات.

أمّا فرضيات الدراسة فهي كالتالي :

ـ تتوقف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة عند تلبية هذه الأخيرة لمتطلبات المجتمع وحل مشاكله.
ـ المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة ليست إلا تكاليف زائدة عن المؤسسة.

ـ يمثل الاهتمام بالموارد البشرية بعدا من أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.
ـ المؤسسات الجزائرية الخّاصة لا تلتزم بمسؤوليتها الاجتماعية.

توصلت الطالبة إلى الاستنتاجات التالية :

- تبني المؤسسات لمسؤوليتها الاجتماعية يحقق فوائد عديدة للمجتمع كتقديم السّلع الصحيّة المحافظة على البيئة، زيادة ولاء العاملين...الخ، وللمؤسسة أيضا من خلال خلق العلاقات الجيّدة مع المُساهمين، المُستهلكين...الخ
- المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية يجب أن تحضى بالقدر الكافي من الاهتمام وضرورة الإفصاح عن الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة تجاه مواردها البشريّة.
- الاهتمام الذي توليه المؤسسات الجزائرية الخاصة للمسؤولية الاجتماعية بمختلف أبعادها.

- **الدراسة الثّالثة:**

من إعداد الأستاذين: نصر الدّين بن مسعود ومحمد كنوش بجامعة فرحات عباس بسطيف، تدخل في إطار المُلتقى الدولي الثّالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، يومي 14- 15 فيفري 2012، بجامعة بشار.عنوان المُداخلة: **واقع أهمية وقيمة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية**.دراسة استطلاعية لإحدى المؤسسات الاقتصادية الوطنية ذات الطّابع العمومي.

جاءت هذه الدراسة لقياس درجة أهمية المسؤولية الاجتماعية في هذه المؤسسة ،ولهذا تمّ توزيع استبيان مكون من40 عبارة شملت خمسة محاوِر تضم الموظفين، الزبائن، المُلاك، المنافسين والمجتمع. واعتمد الباحثان على استخدام مقياس ليكرتLikert في توزيع درجات الأهمية لكل مبحوث، حيث أعطيت 5 درجات لمُهم جدًّا، مهم 4 درجات، غير متأكد 3 درجات، غير مهم درجتان، غير مهم إطلاقاً درجة واحدة. وهذا أحد أوجه التّشابه بين هذه الدِّراسة ودراستنا التي اعتمدنا فيها على الاستبيان واستخدمنا مقياس ليكرت وبرنامج SPSS للإحصاء، بالإضافة

إلى تناول المسؤولية الاجتماعية في الدراسات الثّلاث. أمّا عن الاختلاف فيتمثّل في كون الدراسة تدخل في إطار مداخلة خاصة بالمُلتقى، وعدم تناولها للاتصال ودوره في المسؤولية الاجتماعية.

أمّا عن النتائج التي توصل لها الباحثان فهي كالتّالي :

- توجد قيمة للمسؤولية الاجتماعية عند القائمين والمحيطين بالمؤسسة ولكن بتفاوت.
- أهمية المسؤولية الاجتماعية في بناء علاقات قوية و ايجابية مع المجتمع حيث تساهم في تحسين سمعة المؤسسة الاقتصادية أمام طالبي منتجاتها.
- إدراك أهمية المسؤولية الاجتماعية يسمح للمجتمع بحدّ ذاته القدرة على الحصول على الخدمات التي يحتاجها في مختلف الجوانب الضرورية مثل النقص في الخدمات التعليمية أو الثقافية في المجتمع.

وخرجت هذه الدراسة بتوصيات منها:

- ربط العلاقة بين المؤسسات الاقتصادية والقطاع الحكومي على وضع خطة إستراتيجية من شأنها تطبيق المسؤولية الاجتماعية وتحديد نمط أدائها.
- خلق وحدات قانونية مهمتها الالتزام المؤسسي بالمسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال تخصيص ميزانية خاصة لتدعيم أنشطتها.
- إجراء البحوث الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية.

- **الدراسة الرابعة :** من إعداد الطالبة وهيبة مقدم[1]

وهي الدراسة الموسومة بـ "**تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية،** وتمثلت مشكلة البحث في أن كثير من المنظمات في مختلف دول العالم خصوصا المتقدمة أدركت أهمية المسؤولية الاجتماعية كجزء لا يتجزأ من السياسة العامة لها، في حين ما تزال برامجها قليلة جدا في منظمات الأعمال في الدول النامية ومنها الجزائر. حيث يقل الاهتمام بها لعدة أسباب أهمها غياب ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى رجال الأعمال، وعدم إيمانهم بدور المنظمة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية، وأن هذه البرامج سترهق ميزانيتهم المالية فقط.

[1] وهيبة مقدم: **تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤوليات الاجتماعية،** أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة وهران، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،(2013-2014).

وجاء سؤال الإشكالية على النحو التالي: **ما تقييم ممارسة المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لبرامج المسؤولية الاجتماعية ؟**

تفرعت عنه مجموعة من التساؤلات كالتالي:

- ما هي فلسفة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية عينة الدراسة ؟
- ما هو تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصلحة (المساهمون– العاملون– الزبائن– الموردون– المجتمع– البيئة) في المؤسسات الاقتصادية عينة الدراسة ؟
- ما هو ترتيب أصحاب المصلحة بحسب درجة اهتمام المؤسسة بالوفاء بمسؤوليتها تجاههم

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نلخصها فيما يلي:

- تحليل ودراسة البيئة الخارجية يعتبر من الموضوعات المهمة في الإدارة.
- تعرف المسؤولية الاجتماعية بأنها مفهوم تقوم منظمات الأعمال بمقتضاه بتضمين اعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالها على نحو تطوعي.
- تعتبر نظرية أصحاب المصلحة هي المرجعية النظرية الأساسية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

ونتائج أخرى كثيرة، ويكمن وجه الاختلاف بين هذه الدراسة ودراستنا في زاوية تناول الموضوع والمتغيرات المختلفة أما وجه التشابه فيتمثل في أن كلتا الدراستين تطرقت للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، وتمت الاستفادة من هذه الدراسة بشكل واسع من كل الجوانب، كونها دراسة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه.

ب– الدراسات العربية:

- **الدراسة الأولى:** الدراسة الموسومة [1]**:المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة في شركة الاتصالات الأردنية** ،من إعداد فارس نبيل عجيلات (2012/2011)، جامعة الشّرق الأوسط. تناولت الدراسة شركة الاتصالات الأردنية (ORANGE) .

[1]فارس نبيل عجيلات : **المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة في شركة الاتصالات الأردنية** (2012/2011)

تاريخ الولوج26 /2018/03 الساعة : 11,35 , https:/meu .edu.jo/Library thèses/58621865435 e9_1.pdf

مشكلة الدراسة تتمثل في التّعرف على دور العلاقات العامّة لشركات الاتصالات الأردنية في الأنشطة والممارسات التي تجسد مفهوم المسؤولية الاجتماعية، وتتمحور المشكلة حول التساؤلات:

- ما مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدوائر العلاقات العامة لشركة الاتصالات الأردنية أورنج ؟
- ما الأنشطة والبرامج التي تنفذها الشركة لتجسيد مفهومها في المسؤولية الاجتماعية نحو شرائح من العملاء والمجتمع المحلي والبيئة المحلية ؟
- ما مستوى معرفة العملاء والمستفيدين ومستوى رضاهم عن برامج المسؤولية الاجتماعية ؟

ومن بين أهداف الدراسة : التعرف على دور العلاقات العامة في القطاع الخاص من خلال شركة كبرى للاتصالات في تحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية وبرامجها.

أمّا سؤال الإشكالية فتمثل في **السؤال الرئيسي الأول:** ما مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى دائرة العلاقات العامة في شركة الاتصالات أورنج ؟ تفرعت عنه الأسئلة التالية :

- ما مفهوم المسؤولية الاجتماعية لممارس العلاقات العامة في الشركة ؟ (مقابلات)
- ما مدى إسهام إدارة العلاقات العامة في الشركة في تحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركة ؟ (مقابلات)
- ما حجم المساهمة المالية للشركة في تجسيد هذا المفهوم ؟(مقابلات ووثائق الشركة)
- هل هناك مساهمة مستدامة في بعض أنشطة وإسهامات الشركة في تحقيق المسؤولية الاجتماعية ؟ (مقابلات)

السِؤال الرئيسي الثاني: ما الأنشطة والإسهامات التي تقوم بها دائرة العلاقات العامة أو من ينوب عنها لتجسيد مفهومها في المسؤولية الاجتماعية ؟ يتفرع عنه 15 سؤال.

السؤال الرئيسي الثالث: ما الوسائل الإعلامية التي تستخدمها العلاقات العامة في التعريف بسياستها و مفهومها للمسؤولية الاجتماعية تُجاه المجتمع ؟

السؤال الرئيسي الرابع: ما مستوى رضا الزبائن لأنشطة وبرامج المسؤولية الاجتماعية ؟

هذه الدراسة تشبه إلى حدٍّ ما الدراسة التي نقوم بها من جانب تناولها للاتصال والمتمثل هنا في العلاقات العامة وكذا لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة. والاختلاف هو في تناولنا للاتصال الداخلي على وجه التحديد ولمؤسسة عمومية على عكس الدراسة المذكورة وكذلك الاختلاف في أداة جمع البيانات والتي اقتصرت على المقابلة فقط. أما من جانب طرح سؤال الإشكالية ففيه اختلاف كبير حيث تناولت هاته الدراسة عدة أسئلة رئيسية. ونتائج الدراسة كالتالي:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية على مستوى رضا الزبائن تعزي للنوع الاجتماعي للمبحوثين.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية على مستوى رضا زبائن الشركة تجاه خدماتها لهم تعزي لمستوى متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام ولمستوى مكان إقامتهم ومدة تعاملهم مع الشركة.

وخلصت الدراسة لمجموعة من التوصيات أهمها:أن تقوم الشركات بإصدار تقارير المسؤولية الاجتماعية بشكل دوري، وفق أسس المحاسبة القانونية ووفق القوانين والتعليمات المتبعة.

- **الدراسة الثانية :**

رسالة ماجستر من إعداد فايز الزعبي موسومة بـ"**اهتمام الإدارات العليا في الشركات المساهمة العامة الأردنية بالمسؤولية الاجتماعية**" **الأردن**،(1990).

هدفت الدراسة إلى التعرف فيما إذا كان للإدارات العليا في الشركات المساهمة العامة اهتمام محدد نحو المسؤولية الاجتماعية، وكذلك العوامل المؤثرة على قرارات الإدارة العليا فيما يتعلق باختيارها لمجالات المسؤولية الاجتماعية، ساهمت الدراسة في توضيح عدد من المفاهيم المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية وبأثر مساهمة الإدارة في تطبيقها في المجالات المتعلقة بالبيئة المحيطة بالمنظمة.

ووجه التشابه مع دراستنا يتمثل في تناولها للمسؤولية الاجتماعية والمنهجية المتبعة،أما الاختلاف فيتمثل في عدم تناولها للاتصال الداخلي و السياسة الاتصالية المنتهجة وكذا تركيزها على البيئة، والعوامل المؤثرة في سياسات الإدارة في هذا الميدان. وتكمن أهمية هذه الدراسات بالنسبة لدراستنا في كونها تلقي الضوء على حقيقة أن المؤسسات لا تعطي الاهتمام الكافي في

الاتصال، أوالعلاقات العامة، فكيف لها أن تولي مفهوم المسؤولية الاجتماعية لها الاهتمام المناسب، وهذا إضافة إلى استفادتنا من الجانب النظري.

ثانيا- أهمية الدراسات السابقة:

من المهم جدا لأي باحث اجتماعي أن يطلع على البحوث التي سبقت بحثه لأن هذا يجنبه التكرار، ويمكنه من تفادي أخطاء الآخرين، وقد يسمح له ذلك بفهم موضوع بحثه أكثر، واختيار الطرق والإجراءات المنهجية الملائمة. فضلا عن أن هذه الدراسات تتضمن قوائم بالمراجع الهامة التي اعتمدت عليها، فتفيد الباحث في التعرف على الكثير من المراجع والمصادر التي قد يجمعها لإثراء الجانب النظري من دراسته. ونظرا لهذه الأهمية البالغة سواء من الجانب المنهجي أو الجانب النظري أو التطبيقي على حد سواء، فإننا اطلعنا على دراسات عدة ورسائل ماجيستير ودكتوراه ومداخلات تتعلق بملتقيات علمية، وقواميس حيث اعتمدنا في ذلك بشكل واسع على الانترنت نظرا لعدم توفر إلا القليل من الكتب من جهة وضيق الوقت في البحث عنها واقتنائها من جهة أخرى، ليتم في الأخير انتقاء ما يخدم موضوعنا والمفاهيم التي تناولها ثم حاولنا إسقاطها على الحالة التي تناولناها بالدراسة وهي مؤسسة إنتاج الأدوية (صيدال) بالمدية لمعرفة مدى مساهمة الاتصال الداخلي لهذه المؤسسة في تجسيد المسؤولية الاجتماعية لها.

للإشارة فقد استفدنا من هذه الدراسات في كل جوانبها: المنهجي، النظري وحتى التطبيقي بالرغم من أن كل دراسة تناولت الموضوع من زاوية مختلفة إلا أن الاستفادة كانت كبيرة لأن جل هذه الدراسات تطرقت إلى الدور الاجتماعي للمؤسسات أو الاتصال وهذا يدخل ضمن النقاط المشتركة بينها وبين موضوع دراستنا.

المبحث الثاني : الإجراءات الميدانية للدراسة

يتَّخِذ الباحث مجموعة من الإجراءات الميدانية للدراسة التي بين يديه،وتتمثل في المنهج الذي يتناسب مع موضوع بحثه، والوسائل التي سوف يستخدمها في جمع البيانات،وكذا تحديده لمجتمع وعينة البحث، وغيرها من الإجراءات التي يراها ضرورية لبحثه.

المطلب الأول : طبيعة الدراسة ومنهج البحث :

البحث العلمي يتميز بوجود تصنيفات عديدة لأنواع الدراسات، غير أنّ لكل دراسة منهج يناسبها، لذا فطبيعة الموضوع هي التي تحدد مسار الدراسة. ومن أجل الوصول إلى هدف البحث و للإجابة على مختلف الأسئلة السّابق طرحها سيتم الاعتماد على منهجين، الأول هو المنهج الوصفي التحليلي الذي يتميز بجمع المعلومات وتحليلها بالاعتماد على أدوات الجمع والتحليل المتوفرة للإلمام بكل الجوانب النظرية والتطبيقية للموضوع .

إذن فدراستنا تندرج ضمن الدراسات الوصفية التي تتضمن الحقائق الراهنة التي لها علاقة بطبيعة الظاهرة، فهي تهتم بتحديد بعض مظاهر التنظيم بالمؤسسات بالإضافة إلى أن الدراسة الوصفية تتطلب وجود قدر من البيانات، وتغيير وتحليل تلك البيانات يؤدي إلى استخلاص دلالات ومعاني تكشف العلاقة بين المتغيرات وتعطي التغيير الملائم.[1]

أما النوع الثاني من الدراسات الوصفية فهو المنهج المسحي لأن الدراسة التي نقوم بها تتطلب منّا الدّقة في تحديد طبيعة العلاقة بين متغيرات الموضوع، وإبراز خصائصه ومميزاته بشكل شامل، ولدراسة الاتصال الداخلي ينبغي اعتماد المسح الشّامل لعمّال المؤسسة لمعرفة تفاصيل مساهمته في المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة .

[1] محمد شفيق:**البحث العلمي والخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية**،الملكية الجامعية ، ط1 ،مصر،2001؛ص 71.

ويُعرَّف المنهج المسحي بأنّه "المنهج الذي يسمح بدراسة الظّاهرة كما هي في الواقع ، وذلك عن طريق تشخيصها و وصفها وصفا دقيقا وشاملا وكشف كافة جوانبها ووصف العلاقات القائمة بينها وتحديدها بشكل دقيق ممّا يسمح بمعرفة حالة واقع الظّاهرة والتنبؤ بتطورها مستقبلا."[1]

كما سنعتمد على منهج دراسة الحالة، وذلك لأنّ موضوعنا هو دراسة دور الاتصال الدّاخلي في تجسيد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، ومن أولوياتنا كباحثين جزائريين، الاهتمام بالمؤسّسات الجزائريّة لإنجاز موضوعنا هذا، ونظرا لكثرة المؤسّسات وتنوّع نشاطها وتعدّد مناطق تواجدها، ارتأينا أن نأخذ مؤسسة واحدة قريبة من مكان تواجدنا لنسلّط الضوء على واقع المسؤولية الاجتماعية فيها ومدى مساهمة الاتّصال الدّاخلي في بلورة هذه المسؤولية، فوقع اختيارنا على مؤسسة إنتاج الأدوية بالمدية(صيدال)، باعتبارها مؤسّسة اقتصادية ذات طابع صناعي تمارس نشاطا يعتمد على مواد كيماوية بالدّرجة الأولى وهو صناعة الأدوية، لنقف على مدى تأثير هذه المواد على العاملين بالمؤسّسة والسّكان القريبين منها دون أن ننسى المياه، التربة، الهواء والحيوانات التي قد تتأذى من مخلّفات نشاط هذه المؤسّسة إذا لم تتّخذ إجراءات وقائية، وتدابير وسلوكيات مختلفة في الالتزام بمسؤولياتها الاجتماعية والبيئية.

من خلال دراسة الحالة سوف نتعرّف على مدى وجود سياسة اتصالية مسئولة تترجم المسؤولية المجتمعية للمؤسسة.حيث يهتم هذا المنهج بتجميع الجوانب المتعلّقة بشيء أو موقف واحد، على أن يعتبر الفرد أو المؤسسة أو المجتمع كوحدة للدّراسة ويقوم منهج دراسة الحالة على التعمق في دراسة المعلومات بمرحلة معينة من حياة هذه الوحدة، ويتم فحص العوامل التي تؤثّر في هذه الوحدة المدروسة، أو الكشف عن العلاقات السببية بين أجزاء هذه الوحدة، ثمّ الوصول إلى تعميمات علمية متعلّقة بها وبغيرها من الوحدات المشابهة...[2]

فمنهج دراسة الحالة هو المنهج الذي "يتّجه إلى جمع البيانات العلمية والمتعلقة بأية وحدة سواء كانت فردا أو مؤسسة أو نظاما اجتماعيا، وهو يقوم على أساس التعمق في دراسة مرحلة

[1] كمال المغربي : **أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية** ، دار الثّقافة للنّشر و التّوزيع، مصر، ط1 ، 2007، ص 95.

[2] أحمد بدر :**أصول البحث العلمي و مناهجه** ، المكتبة الأكاديمية ، مصر ، ط1 ، 2008 ، ص 312

معيّنة من تاريخ الوحدة أو دراسة جميع المراحل التي مرت بها وذلك بقصد الوصول إلى تعميمات متعلّقة بالوحدة المدروسة وبغيرها من الوحدات المتشابهة."[1]

المطلب الثاني: أدوات جمع البيانات

لبناء الجانب التطبيقي، استخدمنا أداتين مهمتين هما المقابلة والاستبيان لجمع معلومات ميدانية دقيقة، تمكننا من الإجابة على تساؤلات الدراسة.أما من خلال ترددنا على مؤسسة إنتاج الأدوية(صيدال) بالمدية، تمكنَّا من ملاحظة أشياء كثيرة، تتعلق بموضوعنا،كما سجلنا معلومات مهمة.لكننا لم نقم بتصميم شبكة ملاحظة، لأننا اعتمدنا على المقابلة والاستبيان بشكل أساسي.

أولاّ: المقابلة

هي تقنية مباشرة تستعمل من أجل مساءلة الأفراد بكيفية منعزلة، لكن أيضا، وفي بعض الحالات مساءلة جماعات بطريقة نصف موجهة تسمح بأخذ معلومات كيفية بهدف التعرف العميق على الأشخاص المبحوثين.المقابلة هي أفضل التقنيات لكل من يريد استكشاف الحوافز العميقة للأفراد، واكتشاف الأسباب المشتركة لسلوكهم من خلال خصوصية كل حالة. ونتيجة لهذه الأسباب، تستعمل المقابلة عادة إمّا للتطرق إلى ميادين مجهولة كثيرا أو للتعود على الأشخاص المعنيين بالبحث قبل إجراء اللقاءات مع عدد أكبر باستعمال تقنيات أخرى، وإمّا للتعرف على العناصر المكتوبة لموضوع ما والتفكير فيها قبل التحديد النّهائي لمشكلة البحث .[2]

وتدخل المقابلة ضمن أدوات البحث العلمي، حيث يستخدمها الباحث في جمع المعلومات من الأشخاص الذين يملكون هذه المعلومات والبيانات غير الموثقة في أغلب الأحيان. وتعرّف المقابلة على أنها:"اللّقاء المباشر الذي يجري بين الباحث والمبحوث الواحد أو أكثر من ذلك، في شكل مناقشته حول موضوع معين، قصد الحصول على حقائق معينة أو آراء ومواقف محدّدة."[3]

---

[1] عمّار بوحوش، محمد محمود الذنيبات: **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث** (دم،الجزائر،ط3، 2001)، ص 131.

[2] موريس انجرس ، مرجع سابق ،ص 197.

[3] أحمد بن مرسلي:**مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال** (ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر،2003)،ص 214.

وتعرف المقابلة بأنها:"نوع من التفاعل اللفظي يتم عن طريقه موقف مواجهة يحاول فيها الشّخص القائم بالمقابلة أن يحصل على معلومات، آراء أو معتقدات شخص أو عدة أشخاص بالإضافة إلى حصوله على بعض البيانات الأخرى، كما تعتبر المقابلة من أكثر أدوات جمع البيانات استخداما عند إجراء الدراسات الاجتماعية ولكنها تستلزم نوع من الإعداد والتخطيط المسبق قبل إجرائها، وأيضا الدقة في تسجيل البيانات التي يحصل عليها الباحث من المبحوث."[1]

وفي إطار إنجاز هذا البحث، تمّ استخدام أداة المقابلة مع بعض المسؤولين والموظفين في فرع إنتاج الأدوية بالمدية في البداية، للتعود على المؤسسة والتعرف عليها من خلال بعض الموظفين وكذا التعرف على بعض الأشخاص المعنيين بالبحث، بعدها شرعنا في جمع المعلومات من حيث العدد والتخصصات والمهام المسندة إليهم والمديريات التي ينتسبون إليها، وكذا عدد النساء العاملات بالمؤسسة ومعلومات أخرى عن تاريخ إنشاء المؤسسة مثلا، والإنجازات التي توصلت إليها للحصول على البيانات التي تفيدنا في دراستنا، بالإضافة إلى الإطلاع على العلاقات الداخلية في المؤسسة من حيث استخدامها للاتصال الداخلي والوسائل المعتمدة في ذلك، وصولا إلى الأداء المجتمعي والبيئي للمؤسسة من خلال جمع معلومات عن كل المساهمات التي قامت بها المؤسسة في إطار المسؤولية الاجتماعية لها.

ثانياً: الاستبيان

هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضّرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطّة الموضوعة، لتقدّم إلى المبحوث، من أجل الحصول على إجابات تتضمّن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضيح الظّاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة. [2]

ويُعرّف الاستبيان بأنه :"أداة لجمع البيانات المتعلّقة بموضوع بحث محدّد عن طريق استمارة تجري تعبئتها من قبل المستجيب، ويستخدم لجمع المعلومات بشأن معتقدات ورغبات المستجيبين،

[1] عامر مصباح: **منهجية البحث في العلوم السياسية و الإعلام** (ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2008)، ص 138.

[2] أحمد بن مُرسلي ، مرجع سابق ، ص 220 .

ولجمع حقائق هم على علمٍ بها، ولهذا يستخدم بشكلٍ رئيسي في مجال الدراسات التي تهدف إلى استكشاف حقائق عن الممارسات الحالية واستطلاعات الرأي العام و ميول الأفراد."[1]

فالاستبيان هو أداة علمية لجمع البيانات حول الظواهر الاجتماعية ،تبنى وفق مراحل علمية تكتسب عبرها صدقها و ثباتها، وتشمل بنودها إمكانية قياس فرضيات البحث، وتحديد العلاقة بين المتغيّرات.ومن مبرّرات اختيار هذه الأداة لجمع المعلومات حول دراستنا نجد:العدد الكبير للمبحوثين الذين يستحيل إجراء مقابلة معهم، وكذا الوقت الطويل الذي يمكن أن تستغرقه هذه المقابلات، كما أن الملاحظة لوحدها لا تعطينا معلومات دقيقة في وقت قصير.

فالاستبيان يمكّننا من جمع أكبر قدر من المعلومات الدقيقة والبيانات الواقعية في ظرف قصير. كما يمكِّنُنا من مسح عدد كبير من المبحوثين، على أن تُعطى لهُم الحريّة في التّفكير للإجابة على تساؤلاتنا دون أي ضغط من أي نوع كان، لأن الأسئلة تُترك لديهم ليتم جمعُ الاستبيان في اليوم التّالي أو بعده. والمبحوث هنا لا يحتاج إلى الشّرح والتّوضيح لأن الأسئلة تأتي مرتّبة ومبسّطة وواضحة ولا تحتمل أي تفسير آخر، غير الذي يقصدُه الباحث ويفهمُه المبحوث. وبهذه الأداة يمكن للباحث أن يستخلص النّتائج ويقارنها بالفرضيّات التي وضعها، ومدى إجابتها على تساؤلات الدراسة، وذلك بعد تفريغها في جداول و تحليلها إحصائيّاً.

حيث جاءت الاستمارة على الشكل التالي

تنقسم أسئلة الاستبيان إلى خمسة محاور:

المحور الأول: يتضمن البيانات الشخصية وتتلخص في خمسة بنود متمثلة في السن، الجنس، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة و الصفة في المؤسسة.

المحور الثاني: يتضمن الاتصال الداخلي في مؤسسة صيدال المدية ممثلا بأربع عبارات متسلسلة

المحور الثالث : تضمن أبعاد المسؤولية الاجتماعية اقتصادي، قانوني، إنساني وأخلاقي، حيث تم تناولها في أربعة عشر عبارة، تحتوي بدورها معاني إيجابية وأخرى سلبية.

[1] لحسن عبد الله باشيوة ، **البحث العلمي:مفاهيم ،أساليب، تطبيقات** (الورّاق للنّشر و التوزيع، عمّان، ط1، 2010)، ص 396.

المحور الرابع : تضمن الإجراءات الاتصالية التي اتخذتها المؤسسة ممثلة بستة عبارات.

المحور الخامس: تضَّمن طوعية تبني المؤسسة للمسؤولية الاجتماعية والبيئية في أربع عبارات.

وتمَّ الاعتماد على مقياس ليكرت ذي الخمس درجات وهو أسلوب لقياس السلوكيات والتفضيلات، إستنبطه عالم النفس "**رينسيس ليكرت**"، من أجل توحيد خيارات الإجابة على كل الأسئلة المطروحة، ولأن هذا المقياس يتلاءم مع المؤشرات الموجودة في الاستبيان،إذ يعبر الفرد عن اتجاهه بالإجابة عن كل بند، من خلال خمسة بدائل على كم متصل، يمتد من الموافقة بشدة إلى المعارضة بشدة مرورا بالحياد. ومقياس ليكرت هو مجموع الإجابات المحصلة حول "فقرات ليكرت" item likert" والتي تتألف من قسمين "الجذع" (stem) وهي جملة تحدد سلوكية ما و"السلم" وهو مقياس يستعمل لتحديد درجة الموافقة.

مثلا: أوافق بشدة، أوافق، محايد، أعارض، أعارض بشدة. ويندرج مقياس ليكرت ضمن أساليب الإجابة بالاختيار من متعدد أو بدائل على متصل كمي، ويتوفر هذا النوع في استفتاءات الاتجاهات والقيم. فحيث لا يمكن أن يتوقع الفاحص حسمًا في القبول أو الرفض لاتجاه معين أو لقيمة معينة نتيجة لتدخل عدد كبير من المتغيرات التي يبني عليها الفرد موقفه، يصبح ضروريا توفير هذا القدر من التدرج بين القبول والرفض.[1]

كما تمَّ اعتمادنا عليه لأنه يتميز بالسهولة في التصميم والتطبيق والتصحيح وكذا درجة ثبات وصدق الاستبيان. حيث حاولنا الموازنة إلى حد ما بين الفقرات الإيجابية والفقرات السلبية وتوزيعها بشكل عشوائي.

وكانت الفقرات مكتوبة بطريقة سهلة و واضحة وبسيطة وقصيرة وغير معقدة. ثم بعد ذلك تم عرض الاستبيان على مجموعة من أساتذة الكلية من أجل التحكيم والتصحيح(أنظر الملحق رقم02)، حيث قمنا بتعديل بعض الأسئلة بناء على رأي الأساتذة المحكمين، وذلك بحذف أو تغيير أو إضافة عبارات على ضوء ما جاء في الآراء المختلفة للأساتذة المحكمين ،ليتم بعد ذلك توزيع عشر استمارات على عمال مؤسسة صيدال بالمدية في يوم الاثنين 2018/04/16 من أجل التجريب وجمعنا ستة منها فقط في نفس اليوم. ومن خلال الإجابات تم مرة أخرى تعديل

[1] بشيرمعمرية: **القياس النفسي و تصميم أدواته** (منشورات الحبر ،ط2،الجزائر ،2007،ص282،281)

أسئلة الاستبيان كإضافة"لا"على بعض العبارات من أجل تنويع الاختيارات وحذف بعض العبارات التي لها نفس المعنى مع أخرى ثم قمنا بتوزيع 80استمارة يوم الأربعاء 2018/04/18 ليتم جمع68استمارة فقط يوم الأربعاء 2018/04/25، وعند تفحصها تم إلغاء08منها،لأنها مُلئت بشكل خاطئ، كأن يضع المبحوث علامة في كل الخانات،أو يُشطِّب عليها،أو يملأ جزءا منها فقط...لنحصل في الأخير على60استمارة فقط.

المطلب الثالث : مجتمع البحث والعينة

1- مُجتمع البحث :

إنّ مُجتمع البحث في لغة العلوم الإنسانية هو:"مجموعة منتهية أوغير منتهية من العناصر المحدّدة مُسبقاً والتي ترتكز عليها المُلاحظات"وهو مجموعة عناصر لها خاصية أوخصائص مشتركة تُميّزهاعن غيرها من العناصر الأخرى، والتي يجري عليها البحث والتّقصي.[1]

المفهوم الإجرائي: مُجتمع البحث، عالم البحث، المُجتمع الأُم، المُجتمع الإحصائي كُلّها تسميات يمكن أن نُطلقها على مجموعة من الأشخاص أو الأشياء المادية منها والمعنويّة التي تمُسّها الظّاهرة محل الدّراسة ونقصد هُنا كل وجميع الوحدات التي تنضوي تحت هذه الظاهرة.

ففي دراستنا هذه يتمثل المجتمع الأم أو مجتمع البحث في عمال مؤسسة صيدال–فرع المدية– وعددهم 657 عامل موزعين كالتّالي:ـ المُستخدمون الدائمون 418عامل ـ المؤقتون239 عامل (أنظر الملحق رقم06)

وتمّ تصنيفهم حسب متغيرات مختلفة موضحة في الجداول التالية :

[1] موريس إنجرس: نفس المرجع ، ص 298 .

جدول رقم 01 : تصنيف مجتمع البحث حسب الرتبة في المؤسسة :

	العمال الدائمون	العمال المؤقتون	المجموع
إطار	107	24	131
عون تنفيذ	163	214	377
عون تحكّم	148	1	149
المجموع	418	239	657

يتكون المجتمع الأم من 657 عامل، موزعين بين دائمين ومؤقتين، يقدر عددهم بـ 418 و239 على التوالي أي ما نسبته 63,62% و36,37 %. وتحتوي كل فئة على إطارات، أعوان تحكم وأعوان تنفيذ، عددهم على الترتيب 131(107دائم،24مؤقت)، 149(148دائم،1مؤقت) و377(163دائم، 214مؤقت) مانسبته19,93%،22,67%و57,38% على الترتيب.

جدول رقم 02 : تصنيف العمال حسب الهيكل الذي ينتمون إليه

	العمال الدائمون	العمال المؤقتون	المجموع
الإدارة	64	7	71
الإنتاج	152	115	267
الدعم	202	117	319
المجموع	418	239	657

أما فيما يخص هذا التصنيف نجد عدد عمال الإدارة 71(64 دائم و7مؤقتين)،عدد مستخدمي الإنتاج 267(152دائم و115مؤقت) ومستخدمي الدعم عددهم 319(202 دائم و117مؤقت)، أي ما نسبته 10,80 %،40,63 %و48,55 % على التوالي. أعلى نسبة لمستخدمي الدعم تليها نسبة مستخدمي الإنتاج بفارق قليل،لتنخفض النسبة بكثير إلى 10,80 % عند عمال الإدارة.

جدول رقم 03 : تصنيف العمال حسب الجنس

	العمّال الدائمون	العمال المؤقتون	المجموع
إناث	66	33	99
ذكور	352	206	558
المجموع	418	239	657

بالنسبة لهذا التصنيف نجد عدد الإناث 99(66دائمة و33مؤقتة) أما عدد الذكور 558(352دائم و206مؤقت) أي ما نسبته 15,07%و84,93% على التوالي، حسب إحصائيات التقرير الصادر عن مديرية الموارد البشرية بمؤسسة إنتاج الأدوية بالمدية (صيدال) بشهر فيفري 2

جدول رقم 04 : تصنيف مجتمع البحث حسب المؤهّل العلمي

النشاط / المؤهل	مستخدمو الإدارة	مستخدمو الإنتاج	مستخدمو الدعم	المجموع
بدون تكوين	03	10	110	123
مستوى ابتدائي/ متوسط	14	38	88	140
مستوى ثانوي	14	198	39	251
تقني سامي/ بكالوريا أو أكثر	12	15	45	72
ليسانس/هندسة	16	06	25	47
ماجستير/ دكتوراه	11	02	11	24
المجموع	70	269	318	657

تشير الأرقام في العمود الأخير إلى النسب التالية:18,72 % (بدون تكوين)، 21,30% (إبتدائي/متوسط) ،38,20%(ثانوي)،10,95%(تقني سامي/بكالوريا)،7,15بالمائة (ليسانس/هندسة)و 3,65 %(ماجستير/دكتوراه) نسجل أعلى نسبة في المستوى الثانوي يليها الابتدائي والمتوسط.

جدول رقم 05 : تصنيف العمال حسب الرتبة و الجنس

	إطار	عون تحكم	عون تنفيذ	المجموع
إناث	33	20	46	99
ذكور	98	129	331	558
المجموع	131	149	377	657

تشير أرقام الجدول إلى نسبة الإناث والذكور في كل من الفئات التالية:إطارات،أعوان تحكم وأعوان تنفيذ كالتالي، إناث (25,19%إطار،13,42 %عون تحكم، 12,20%عون تنفيذ)، ذكور(74,80 %إطار،86,57 %عون تحكم،87,79 %عون تنفيذ).

2-عيّنة البحث :

تكون العينة تمثيلية لمّا تتشابه العناصر التي تتكوّن منها مع العناصر الأخرى لمجتمع البحث، ينبغي أن يكون كل عنصر متكافئ (معادل)، أي لا ينبغي نسيان أي عنصر أو تكراره.

والعينة هي مجموعة جزئية من مجتمع البحث، تتكون من عناصر تمتلك نفس خصائص عناصر مجتمع البحث. وهي ذلك الجزء الذي نُسلط عليه الدراسة لنخرج في الأخير بنتائج يمكن تعميمها على عناصر المجتمع الإحصائي .أما المعاينة فهي مجموعة من العمليات التي تسمح بانتقاء مجموعة فرعية من مجتمع البحث بهدف تكوين عيِّنة.

في دراستنا هذه استخدمنا في البداية العينة الطبقية، حيث أن المجتمع الإحصائي غير متجانس من ناحية الخصائص، وتُعرف العينة العشوائية الطبقية كما يلي:

أـ تعريف العينة العشوائية الطبقية :

هي عينة من مجتمع البحث تؤخذ بواسطة السحب بالصدفة من داخل مجموعات فرعية أو طبقات مكونة من عناصر لها خصائص مُشتركة.[1]

[1] موريس إنجرس، مرجع سابق ، ص 304 .

والعينة العشوائية الطبقية هي عينة يتم سحبها من مجتمع البحث لمّا يكون غير متجانس وذلك بعد تقسيمه إلى مجموعات فرعية مُتجانسة أو مُنسجمة على أساس خصائص معينة تُسمّى طبقة (strate) ثم نسحب عشوائيا عينة من كل طبقة، لتُكوِّن هذه العينات مجتمعة عينة الدّراسة، وهي العينة النّهائية التي ستخضع للتّحليل.

بحيث يتفرع مجتمع البحث الذي سنخضعه للدراسة إلى ثلاث طبقات من العمال، الأولى تتمثل في الإطارات، والثانية في المهنيين والثالثة تتمثل في العمال التنفيذيين،على أن نأخذ من كل فئة عينة ممثلة لها، وهذه العينات الصغيرة هي متجانسة بداخلها (كل واحدة على حدة) واجتماعها يُكوّن لنا عينة من 80 فرد تمثل المجتمع الإحصائي المتمثل في عمال مؤسسة صيدال بالمدية. ولهذا ارتأينا أن نكون عينة من 80 وحدة لأن هذا العدد يمثل نسبة 12% وهي مناسبة. اعتمدنا على العينة الطبقية لكي نُعطي فُرصة المشاركة لجميع العاملين بالمؤسسة وهذا من أجل ضمان تمثيل جميع فئات مجتمع البحث .

حيث تمَّ استخراج العينة الطبقية كما يلي :

عدد الأفراد من الإطارات: $\frac{131}{657} \times 80 = 15,95$ أي ما يقارب 16

عدد الأفراد من أعوان التحكم: $\frac{149}{657} \times 80 = 18,14$ أي ما يقارب 18

عدد الأفراد من أعوان التنفيذ : $\frac{377}{657} \times 80 = 45,90$ أي ما يقارب 46

إذن سوف نأخُذ 16إطار و 18عون تحكم و46 عون تنفيذ.

وبنفس الطّريقة نختار عدد الإناث في كل فئة.

عدد الإناث من 20 إطار هو : $\frac{33}{131} \times 16 = 4,03$ أي 04من الإناث و 12 من الذّكور.

عدد الإناث من 23 عون تحكم هو : $\frac{20}{149} \times 18 = 2,41$ أي 02 من الإناث و16 من الذّكور

عدد الإناث من 57 عون تنفيذ هو: $\frac{46}{377} \times 46 = 5,61$ أي 06 من الإناث و40 من الذّكور.

وبتحديدنا لحصّة المرأة في فئة الإطارات وفئة المهنيين وفئة التنفيذيين نكون قد استخدمنا العينة الحصصية وذلك لإظهار صفة الجنس في العينة وإعطاء المرأة فرصة المُشاركة في الإجابة لأنّ المرأة عنصر فعّال مثلها مثل الرّجل في المؤسّسات الاقتصادية. وتعرف العينة الحصصية كما يلي:

تعريف العينة الحصصيّة :

هي عينة تسحب من مجتمع البحث بانتقاء العناصر المُفيأة طبقا لنسبتهم في هذا المجتمع.[1] والعينة الحصصية هي عينة يتم الاعتماد فيها على الحصص (quota) لكي نمنح فرصة لكل خاصية أو صفة من صفات مجتمع البحث في الظهور، من أجل إعادة إنتاجها في شكل نِسب.

أمّا عن كيفية اختيار الحصص السابقة من الإناث فتتم عن طريق العينة الاحتمالية العشوائية لأن في هذه الحالة كل حصة هي متجانسة بداخلها، ويتحدد عدد الذكور تلقائيا بعد تحديد عدد الإناث ويتم اختيارهم عن طريق العينة العشوائية البسيطة كذلك.حيث تعرف كالتالي:

تعريف العينة العشوائية البسيطة:

يتميز هذا الصِّنف بنوع من السُّهولة في استخراجه،حيث نسحب مُباشرة من قاعدة السبر العناصر التي تُشكّل العينة العشوائية البسيطة بإعطاء كل فرد فرصة متساوية للظُّهور في العينة.

والعينة العشوائية البسيطة هي عينة يتم سحبها مباشرة وبالصدفة من بين مجموع عناصر مجتمع البحث، أي دون اختيار لعنصر من عناصرها، بحيث يكون لكل عناصر مجتمع البحث نفس الحظوظ في الاختيار.

[1] موريس إنجرس،مرجع سابق، ص 312 .

وبالتالي نجد العينة التي سنعمل عليها مُوزعة كما يلي:

جدول رقم 06 : عينة الدراسة

	إطار	عون تحكم	عون تنفيذ	المجموع	النّسبة %
الإناث	04	02	06	12	15
الذّكور	12	16	40	68	85
المجموع	16	18	46	80	100

وبهذه الطّريقة تكون العينة تمثيلية للمجتمع الإحصائي الذي تمّ تحديده في البداية. وهنا تجدر الإشارة إلى أن هذه المعاينة تتم قبل توزيع الاستمارات، ونظرا للصعوبات التي واجهتنا في توزيع الاستمارات ثم بعد ذلك في جمعها بعد أسبوع من الانتظار، لترد إلينا وبعضها خال من الأجوبة والبعض الآخر مملوء بطريقة غير صحيحة، ورغم محاولتنا إعادة توزيع مجموعة أخرى لتكملة حجم العينة، إلا أننا قُوبلنا بالرفض،بحجة أننا قد استكملنا فترة التربص بالمؤسسة ولا يمكن استقبالنا مرة أخرى، وعلى هذا الأساس تم إلغاء 8استمارات و12استمارة لم تملأ أصلا لنحصل في الأخير على 60 استمارة. وبذلك تحدد حجم العينة بـ60 مفردة.

المطلب الرابع :حدود ومجالات الدراسة

تحتل حدود الدراسة مكانة كبيرة ضمن البحوث والدراسات التنظيمية وتعد ركيزة أساسية فيها، من حيث أنها تُمكّن الباحث من معرفة الوجهة والمكان المخصص لإجراء الدراسة وجميع الخصائص الموجودة ضمنها، لذلك نجدها تنقسم إلى ثلاث أبعاد:

1) من حيث البعد العلمي للموضوع :

تندرج هذه الدراسة ضمن التوجهات الراهنة للمؤسسات اقتصادية كانت أو خدماتية، حكومية أو خاصة، نحو تبني المسؤولية الاجتماعية، أي أنها ستهتم بالأداء المجتمعي والبيئي للمؤسسات في إطار السياسة الاتصالية التي تنتهجها في بيئتها الداخلية، والتي تعمل على نقل هذه المسؤولية من داخل المؤسسة إلى خارجها لتمس بذلك جميع أصحاب المصالح والجهات المستفيدة كالمجتمع والبيئة وكل المؤسسات الأخرى التي تتأثر بنشاط هذه المؤسسة.

2) من حيث البعد المكاني :

ويتضمن دراسة ميدانية على مستوى مقر إنتاج الأدوية (صيدال) بالمدية، هذه المؤسسة ذات الطابع الصناعي تقع غرب المدية بطريق الخميس على بعد حوالي 12كلم، وعلى بعد 100 كلم جنوب العاصمة الجزائر على مساحة تُقدّر بـ33 هكتار. حيث تم أخذ عينة حجمها 80 عامل من مجتمع البحث المتمثل في عمال المؤسسة وعددهم 657 رؤساء ومرؤوسين،ثم إخضاع العينة للدراسة عن طريق استبيان كوسيلة لجمع البيانات و كذلك إجراء مقابلات.

3) من حيث البعد الزماني :

امتدت الدراسة الميدانية في مجال زمني انطلاقا من الدراسة الاستطلاعية إلى غاية جمع الاستمارات من المؤسسة دام حوالي ثلاثة أشهر من الفترة الممتدة من 10 فيفري 2018 إلى 10ماي 2018.أمّا الدراسة ككل فدامت حوالي 5 أشهر من الفترة الممتدة من شهر جانفي 2018 إلى شهر ماي 2018.

وكأي عمل يقوم به الإنسان، إلّا وهناك مجموعة من العراقيل تعترض طريقه، والتي قد تحول دون إتقانه لهذا العمل أو إنهائه حتّى، كما قد تخلق لديه نوع من التحدي والإصرار والعزيمة للخوض في التفاصيل للوصول إلى الأهداف المنشودة، فإن دراستنا هذه عرفت صعوبات متفاوتة منذ بدايتها إلى غاية استكمالها تمثلت في النقاط التّالية :

- ضيق الوقت المُخصص لإنجاز مذكرة التخرج.
- عدم توفر كتب كافية باللغة العربية حول موضوعنا.
- بعد المؤسسة عن مكان تواجدنا إلى حدٍّ ما.
- الشروط الصارمة للدخول إلى المؤسسة والتنقل بين مختلف وحداتها.
- انشغال العمال بعملهم، حال دون تزويدنا بالمعلومات الدقيقة، إلّا بعد إصرارنا وإلحاحنا عليهم
- صعوبة توزيع الاستمارات على أفراد العينة للأسباب سالفة الذكر.
- صعوبة جمع الاستمارات الموزعة وذلك بسبب تردد و رفض بعض العمّال لملئها.

خلاصة:

تمثل مختلف المناهج والتقنيات التي تتوفر عليها العلوم الإنسانية، ثروة حقيقية ينبغي استعمالها بطرق ملائمة ومفيدة. إنها غير ذات فائدة أو إنتاجية في حد ذاتها، ولن تكون كذلك إلا بعدما يقوم الباحث بتحديد ما يريد الوصول إليه. أثناء ذلك يقوم الباحث بالمقارنة بينها، ويختار الأنسب منها للهدف المتوخى. إن المناهج النموذجية ليست الأفضل في حد ذاتها، وحتى لو كانت إحدى هذه المناهج تتميز بتوفرها على خاصية الطموح أكثر(المنهج التجريبي)، وذلك ببحثها عن السببية، فإن الأخرى الأكثر حيطة وحذر(المنهج التاريخي) تتميز بنقدها للوثائق. في حين تتميز الثالثة(منهج البحث الميداني) بالضخامة وباتساع حقلها. وتشكو كل هذه المناهج من مواجهة العديد من الحواجز التي يزخر بها مسلك الموضوعية، والذي يفرض عليها بدوره التحلي ببعض التواضع. إن التفاعل بين الباحث وموضوع بحثه يظل أساسيا في كل الحالات، وكل منهج يوفر نفس التحدي المتمثل في الإحاطة بطريقة ملائمة ومناسبة أكثر بهذه الصعوبات (BLANCHET et COLL ،1987).

أخيرا، ومن أجل إضفاء المصداقية العلمية الكاملة على بحث ما،على الباحث أن يضمن مطابقة هدف البحث مع المعطيات المتحصل عليها، سواء كان ذلك ميدانيا أو من خلال المعلومات النظرية حول المفاهيم المتعلقة بالدراسة. ففي البحث الكيفي خاصة، يلجأ الباحث إلى استخدام التقييم بواسطة المقارنة، وهو عبارة عن وسيلة لتنمية الصرامة العلمية وتوسيعها من خلال المقارنات المتنوعة.

الإطار النظري

الفصل الثاني : الاتصال الداخلي والاتصال المسؤول للمؤسسة

المبحث الأول : مدخل إلى الاتصال الداخلي للمؤسسة

المطلب الأول : مفهوم الاتصال الداخلي للمؤسسة

المطلب الثاني : وظائف الاتصال الداخلي للمؤسسة

المطلب الثالث : أنواع الاتصال الداخلي للمؤسسة

المطلب الرابع: وسائل الاتصال الداخلي للمؤسسة

المبحث الثاني : مدخل إلى الاتصال المسؤول في المؤسسة

المطلب الأول: مفهوم الاتصال المسؤول في المؤسسة

المطلب الثاني: مبادئ الاتصال المسؤول في المؤسسة

المطلب الثالث: وسائل الاتصال المسؤول في المؤسسة

المطلب الرابع: رهانات الاتصال المسؤول في المؤسسة

تمهيد :

الاتصال هو عملية تتضمن المشاركة والتفاهم حول موضوع أوفكرة، لتحقيق هدف أوبرنامج، يرجع أصل الكلمة في اللغة العربية إلى الفعل "يتصل" والاسم "اتصال" يعني المعلومات المبلغة أوالرسالة الشفوية، أوتبادل الأفكار والآراء، والمعلومات عن طريق الكلام.

ويعرفه **محمود عودة:** "بأنه العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار أو المعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين يختلف من حيث الجسم، ومن حيث محتوى العلاقات المتضمنة فيه". بمعنى أن هذا النسق الاجتماعي قد يكون مجرد علاقة ثنائية نمطية بين شخصين أو جماعة صغيرة، أو مجتمع محلي أو قومي، أو حتى مجتمع إنساني. ويرى البعض بأن الاتصال طريقة مهنية هادفة لترشيد علاقات الأفراد بعضهم ببعض، وصولا إلى تحقيق غايات، وأهداف مرسومة تتمثل في التيقن من إبلاغ الأحزاب بمحتوى رسالة محددة يراد توصيلها على أحسن وجه ممكن.

كما أن مسؤولية الأفراد تُجاه بعضهم وتُجاه مجتمعهم تتطلب اتصالا مسؤولا مبنيا على رسائل وخطابات مسؤولية تصُب في المنفعة العامة، وبدورها مؤسسات المجتمع مهما كان نشاطها بحاجة إلى مثل هذه الرسائل التي توضح دورها الاجتماعي والبيئي والمتمثلة في رسائل الاتصال المسؤول بشقيه الاجتماعي والبيئي.

المبحث الأول : مدخل إلى الاتصال الداخلي للمؤسسة

يعتبر الاتصال الداخلي ضرورة من ضروريات قيام أي مؤسسة، ينبغي أن يكون فعالا، فقد أثبتت الدراسات أن الأشخاص الذين يعملون في عالم الإدارة يقضون 90 % من فترة عملهم في شكل ما من أشكال الاتصال، كما يعتبر وسيلة المديرين في أداء أنشطتهم الإدارية وتحقيق الأهداف المُسطرة وذلك للعديد من العوامل من بينها أن النشاطات الخمسة الإدارية: تخطيط، تنظيم ، توجيه، تنسيق، رقابة. كلها تتضمن الاتصال.

المطلب الأول : مفهوم الاتصال الداخلي للمؤسسة

وردت العديد من التعاريف لاتصال المؤسسة وبالتحديد الداخلي، طرحها عدد من الباحثين من مختلف العلوم الاجتماعية والإعلام والاتصال...على أساس أنه نظام أو على أساس أشكاله وهناك من تناوله من حيث أهميته.

الاتصال الداخلي"هو ذلك الاتصال الذي يتم داخل المؤسسة بين مختلف مستوياتها ويهتم بسير المعلومات والحقائق بين العمال لتحقيق الأهداف."[1]

هو ذلك الهيكل الذي يحدد السلطات والمسؤوليات وتقييم العلاقات الوظيفية داخل المؤسسة إن كان على مستوى رسمي أو غير رسمي"[2]

ويعرف philippe schwebig الاتصال كما أن المنظمة أو المؤسسة تتحدث عن نفسها أي أن المؤسسة هي المرسل والمستقبل،هذا التعريف يعني أنها وحدة متجانسة. وهي كيان قانوني وشخص اعتباري تتألف من أفراد ومجموعات، والحفاظ على العلاقات بينها يؤثر على حياتها.[3]

---

[1] د أحمد ماهر : **كيف ترفع مهاراتك في الاتصال** ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، 2000 ، ص 19.

[2] عادل حسين ، مرجع سابق ، ص 66.

[3] Fanelly Nauyen-thanh :**la communication une stratégie au service de l'entreprise** ,paris, édition économica 1991, p26 .

ويمكن تعريف الاتصال على أنه تلك الآلية التي بواسطتها تخلق النمو والتطور لوحدة متجانسة، تمس المؤسسة.كما يعرف الاتصال الداخلي"بأنه العامل الذي يهدف إلى تحريك العمال وتشغيلهم وهو الذي يخدم العلاقة الجيدة بين الإدارة والقوة العاملة الحية للمؤسسة. "[1]

ويجب على مسؤول الاتصال الداخلي من جهة أن يعرف الإدارة بتطلعات وطلبات المستخدمين (اتصال صاعد) ومن جهة أخرى إعلام العمال عن جديد الإدارة (اتصال هابط) وأخيرا إثراء المعرفة المتبادلة بين هؤلاء المستخدمين (اتصال جانبي) من أجل تطوير الإحساس بالانتماء لدى العمال وإثارة الفاعلية والنشاط ويمكن تعريف الاتصال الداخلي بأنه "ذلك الاتصال الذي فرضته الحاجة إلى تطوير وعطاء وفعالية المؤسسة عن طريق التركيز على الجانب البشري وإبقائه يعمل في جو اجتماعي موحد يجعله يبرز طاقاته دون أن يحس بنقص قيمته لفرد فاعل داخل التنظيم.[2] ويهدف الاتصال الداخلي أساسا إلى:

- التقليل من التضادات بين الأفراد والجماعات.
- الظفر بالطاقات الكامنة بين هؤلاء.
- خلق ثقافة مشتركة ونظام قيم يسمح لكل واحد أن يكون معروفا و يسمح بمعرفة وبناء أحد الأعمدة التي تهدف المؤسسة من خلالها إلى رفع صورتها لدى العالم الخارجي.

وفي تعريف آخر نجد أن"الاتصال الداخلي هو الميكانيزم الذي من خلاله تخلق وتتطور وحدة متجانسة والتي نسميها نسقا، مجتمعا، مؤسسة أو شركة. فالاتصال الداخلي هو فن التسيير، التنسيق ووضع كل أشكال الاتصال الموجودة في المؤسسة في خدمة الهدف أو المصلحة العامة وذلك عن طريق تطوير علاقات إنسانية، اجتماعية بين الأفراد المكونين للمؤسسة وبين هؤلاء الأفراد والمؤسسة كشخصية اعتبارية." [3]

[1] فضيل دليو : **الاتصال مفاهيمه– نظرياته–و وسائله** ،دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة 2003، ص 36،37.

[2]Marie-Hélène westphalen,p 71.

[3] Christian Shneider : **communication nouvelle fonction stratégique de l'entreprise** , Delmas , 2ème édition ,1993, p5 .

فالاتصال الداخلي بشكل عام يحتوي كل الرموز المرتبطة بتاريخ المؤسسة، ثقافتها، قيمها، مجالاتها، مرجعيتها بالإضافة إلى أدوات الاتصال المشتركة.

ويعني من جهة أخرى أن المؤسسة لا يجب أن تنسى المادة الأولية الأساسية لها والمتمثلة في العنصر البشري والذي هو بحاجة إلى البقاء في اتصال دائم داخلها، أين يمضي أغلب وقته، فهذه المؤسسة وبمعنى أبعد وأدق للاتصال يجب أن تقتحم أو تقتحم تنظيمات مهنية واجتماعية.[1]

أين تتاح الفرصة للعامل البسيط لتفجير طاقاته الجسمية والفكرية كذلك بأكثر راحة. فهو تلك العملية التي تهدف إلى تسهيل تدفق المعلومات الضرورية لديمومة العملية الإدارية والإنتاجية عن طريق تحميلها ونقلها في مختلف الاتجاهات (صاعدة،هابطة، أفقية) داخل الهيكل التنظيمي، بحيث تسير عملية التواصل المطلوب بين مختلف العاملين. [2]

ومن بين **الخصائص** التي تزيد من أهمية الاتصال الداخلي ما يلي : [3]

- الاتصال الداخلي يجعل قيام التنظيم ممكنا.
- بدون اتصال لا توجد قرارات .
- إذا كان الاتصال فعالا تستطيع المؤسسة القيام بوظائفها على أكمل وجه.
- الاتصال يعمل على رفع الروح المعنوية للعاملين وزيادة شعورهم بالانتماء إلى المؤسسة.
- يزيد الاتصال الداخلي من تعاون و تكافل وتلاحم العاملين مع بعضهم البعض.
- الاتصال يساعد على توحيد نشاط المؤسسة وتغيير السلوك أو تعديله، فهو وسيلة فعالة لتحريك الجماعات ودفعها إلى الإنتاج.
- الاتصال عامل ضروري لنجاح التخطيط إذ أنه عبارة عن جمع الحقائق ولمعلومات والبيانات كونه عملية تشترك فيها جميع المستويات الإدارية.

[1] Fanelly Nauyen-thanh , op-cit , p 27.

[2] Jean –Pierre pehmish : **la communication dans l'entreprise** , press universitaire de France, Paris , 2ème édition, 1985, p 9 .

[3] محمد إبراهيم السيد ، مرجع سابق ، ص 47 .

المطلب الثاني: وظائف الاتصال الداخلي

تؤدي الاتصالات الداخلية عدداً من الوظائف الأساسية (إرسال المعلومات) وأكثر تطوّرا (التي تشمل تحضير العمال) وهذه المهام تأتي وفقا لتطور المؤسسات .

1. **وظيفة لوجيستية** : تدفق المعلومات.

إنّ المؤسسة مهما كان حجمها ونشاطها،لا يمكن أن تعمل من دون تبادل المعلومات، ولضمان فعالية عمليات التبادل هذه، من الضروري توفير حد أدنى من اتصال التنظيم والذي يكون رسميّا.[1]

فشبكة المعلومات المرتبطة بها يجب أن تضمن حسن سير المؤسسة، وتشمل:

- **معلومات من أعلى إلى أسفل:** وتدخل ضمن دور الإدارة في الإعلام، تتمثل في الأوامر والتوجيهات والتعليمات التنفيذية والبيانات.
- **معلومات من أسفل إلى أعلى:** تتمثل في إبلاغ الإدارة بالمعلومات اللازمة عن توقعات الموظفين، اقتراحاتهم ،شكاويهم وطلباتهم.
- **معلومات أفقية:** من أجل إقامة اتصالات فعالة بين الموظفين والمصالح، تضارب وجهات النظر، تبادل الأفكار، تحسين المعرفة والفهم وتدفق جيّد للمعلومات.

2. **وظيفة إدارية:**

من أجل تعزيز التسلسل الهرمي لإطارات المؤسسة، تحتل عنصرا أساسيا وهاما في نظام المعلومات، من نقلها صاعدا أو هابطا، وهذا التدفق يعتمد اعتمادا كثيرا على مشاركة خبراتها، ويرجى التأكد من أن أهداف أفراد المؤسسة تتوافق مع أهداف الاتصال الداخلي والموارد المتاحة لذلك وهذا يتطلب جهدا لشرح هذه الأفراد وأحيانا التدريب والتكوين، هذه المهمة كثيرا ما ترتبط بإدارة الموارد البشرية. [2]

---

[1] محمد قادري : **الاتصال الداخلي في المؤسسة**، رسالة ماجستر في علوم التسيير،تخصص إدارة أعمال،2010،ص 92.

[2] Liliane Demont –hugot ,opcit , p 259.

3. وظيفة اقتصادية:

لا بد من توحيد الموظفين لتكوين متماسك وموحد وقيم مشتركة وشعور قوي بالانتماء إلى هذه المؤسسة، وينبغي أيضا أن يكون له دوافع وافتخار بالانتماء إلى الأعمال التي تنقل صورة قوية عنها[1]، كما يجب ضمان التنسيق بين الإجراءات والخطط الموضوعة والأقوال، وبين الموظفين على الصعيد الداخلي والخارجي في علاقاتها مع العملاء والالتزامات الواردة في الاتصال المؤسساتي. وهذه المسؤولية تقع على عاتق مدير الاتصال بالدرجة الأولى.

4. وظيفة اجتماعية:

علاقة المؤسسة بالأفراد بصفة مباشرة أو غير مباشرة من خلال ممثليها والآراء والتوقعات بشأن شروط الصحة والسلامة، وتنظيم العمل والأجر والترقية الوظيفية...إلخ[2] فلا بد من الاستماع والاستجابة لاهتمامات العمال من خلال المعلومات المقدمة، وغالبا ما تترك لمُمثلي العمال، ودمج الموظفين وتطوير والحفاظ على مناخ اجتماعي جيد، لتلبية التوقعات من حيث المعلومات وتعبير الأفراد، ويتولى هذا النوع من الاتصال، مصلحة الموارد البشرية.

المطلب الثالث : أنواع الاتصال الداخلي

يصنف الاتصال الداخلي بشكل أكثر شمولية إلى ثلاثة أنواع رئيسية من الاتصال داخل المؤسسة وهي: الاتصال الفردي، الاتصال الوظيفي أو التنظيمي، الاتصال الجماهيري.[3]

أ- الاتصال الفردي:

هو اتصال شخصي بين فردين داخل المؤسسة، سواء كان ذلك بإرسال أو استقبال الرسائل عن استيعاب أم لا.

---

[1] Liliane Demont –hugot , Opcit; P259 .

[2] Liliane Demond, Ibid; p 259.

[3] فضيل دليو و آخرون ، مرجع سابق، ص 83-84 .

ب-**الاتصال الوظيفي أوالتنظيمي:**

هوتحويل الرسائل الاتصالية في إطار تنظيم الوظائف أووحدات المؤسسة المختلفة ويتطلب على الأقل مرسلا ومستقبلاً.

ت-**الاتصال الجماهيري:**

هو تحويل الرسائل إلى عدد كبير من الأشخاص أين يكون المرسلون والمستقبلون أكثر إلى حد لا يمكن تحديد هوياتهم كلية.

كما يصنف الاتصال الداخلي للمؤسسة إلى **ثلاثة أنواع** من حيث اتجاهه كالتالي :

أ- **الاتصالات الهابطة:**

ويتدفق هذا الاتصال من قمة التنظيم إلى أدنى المستويات الإدارية في المنظمة وهي اتصالات تهدف إلى نقل المعلومات بخصوص العمل من النظام الأعلى أومن المديرين إلى العمال وهي اتصالات من أعلى إلى أسفل[1]وتشمل غالبا القرارات الإدارية والتعليمات المتعلقة باستراتيجيات المؤسسة،الأوامر و التوجيهات، وهي العمود الفقري للمؤسسة.

ب- **الاتصالات الصاعدة:**

الاتصال من أسفل إلى أعلى،أي من المرؤوسين إلى الرؤساء، وتهدف إلى تصعيد المعلومات إلى أعلى وتأتي مكملة للاتصالات الهابطة[2]

ويتضمن هذا النوع التقارير التي يُعدها المرؤوسون ويوجهونها إلى رؤسائهم، توضح مدى تنفيذهم لتعليمات الرؤساء،وكذا الشكاوي والتظلمات التي تتطلب حلولا من المستويات العليا، ومقترحات العمال.

[1]هناء حافظ بدوي ،مرجع سابق ، ص 134.

[2]صلاح الدين محمد عبد الباقي : **السلوك الفعال في المنظمات** ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، القاهرة ، 2002 ، ص 267.

ت- **الاتصالات الجانبية(الأفقية):**

وتتم بين الوحدات والأقسام والأفراد ذات المستويات الإدارية الواحدة أوالمتشابهة[1]، وضرورية لإحداث التنسيق بين الأقسام وضمان التكامل وعدم التداخل.

جدول رقم 07: الاتصالات و هدفها داخل المنظمة

نوع الاتصال	حركته	وظيفته
اتصال نازل	يمثل المعلومة الأكثر استعمالا وتطبيقا في الميدان، والتي تنزل من المستويات الإدارية العليا إلى الهياكل القاعدية للتنظيم	إدارة كلاسيكية للتسيير،تستعمل هذه الأنماط من الاتصال خاصة للتكوين، الإعلام وتسيير المستخدمين.
اتصال صاعد	يأخذ الجهة المعاكسة للأول، بمعنى أنه يصعد من أسفل إلى أعلى الهرم التنظيمي.	حديث العهد والتأسيس له،صعب التطبيق، هذا النوع مأخوذ به لدى العديد من المؤسسات نظرا لأنه يسمح بمعرفة متطلبات وانشغالات العمال وهو محفز لمناخ اجتماعي للعمل لتحسين الأداء
اتصال أفقي	لا توجد قناة ثابتة وإنما هو تبادل للمعلومات بين مسؤولين متشابهين، سواء كانت أقساما أومصالح معينة أومصالح معينة.	يسمح بالإعلام في تحسين المستوى لجميع المستخدمين والتأسيس لروح العمل وبطريقة غير مباشرة الربط أكثر بين إجراءات الإنتاج.

المصدر : Marie – Hélène Westphalen,p66

[1] سلوى عباس الصديقي : **الاتصال والخدمة الاجتماعية** ،دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية 2005 ، ص 255 .

المطلب الرابع: وسائل الاتصال الداخلي في المؤسسة

وسائل الاتصال هي أدوات تنتقل من خلالها الرسائل إلى المتنقل، ولقد تطورت هذه الأدوات فكانت منذ سنوات مدونة وأصبحت متعددة الوسائط من أجل فعالية أكثر، ويمكن تصنيف هذه الوسائل في ثلاث مجموعات كبرى : مكتوبة ، شفوية ، سمعية بصرية .

1-الوسائل المكتوبة للاتصالات الداخلية :

الكتابة تعطي للمعلومة المصداقية، حيث تُحمل الكاتب المسؤولية وتستعمل المعلومة هنا كمرجع وتشمل وثائق العمل، جريدة المؤسسة ،...

أوّلا-وثائق العمل : وتتمثل في:

أ- **مذكرة العمل:**

تقتصر على شواهد، إدارة وتكوين فهم، إنها معلومة موجهة بطريقة نظامية لجمهور متكامل تستعمل في إطار وظيفي طبيعي للمؤسسة، وهي وسيلة اتصال عملية. وتقتصر كذلك على تنظيم العمل، العمال والامتيازات الاجتماعية[1]إعلانات المؤسسة تسمح للإدارة ومديري الهرم التسلسلي بإرسال معلومات بتوقيت دقيق حول مواضيع تخص تنظيم العمل والرواتب والامتيازات الاجتماعية ، ويمكن أن تأخذ الامتيازات التالية

ـ معلومات دقيقة منسجمة مع المرسل إليه ـ سرعة وتجاوب ـ عامل مقاربة.

ب-**أوراق الترابط** :

الكشوف التي ترسل معلومة كقرار جديد، معلومة حديثة. وهي عموما موزعة من قبل النقابات سواء قرب الأبواب أو في المصالح الخاصة بكل مصلحة للموظفين، والفائدة منها تقتصر على الانسجام و**امتيازاتها** تتمثل في:

[1] F.Gondrand : **"L'information dans les entreprises et les organisations "**les éditions d'organisation ,France,1983 , p243 .

- معلومة جديدة في اللحظة.
- صناعة بسيطة.
- تصل المعلومات إلى عموم الموظفين حين صدورها لا يوجد وقت ضيق.
- التوزيع جد سهل سواء قرب الأبواب أو المصالح.

ت- رسائل الموظفين:

هي وثيقة من طرف المدير ومرسلة أو مودعة نحو مجموع الموظفين بمناسبة حدث هام في حياة المؤسسة، وتستعمل لإعلام الموظفين حول نتائج ومشاريع المؤسسة لإدراج عملية خاصة، تشرح حالة أو أخذ مكان من نية المدير في خصوص الحالة الصعبة.[1]

وتتمثل امتيازاتها فيما يلي :

- إرسال سريع.
- إرغامها على أن تكون دقيقة.
- قوة فعالة على الموظفين مباشرة ومن خلال شريكه الذي يكون على علم بالرسالة.
- أقل تأثرا واهتزازا بالإشاعات وترد على توقعات وقلق الموظفين.

ث- التقرير:

هذا الأخير يسجل القرار الشفهي للجنة المؤسسة والاجتماع لنواب الموظفين وكذا قرار يوضح اجتماع بغرض الإعلام أواجتماع عمل. ويستعمل لإرسال مكونات المعلومة للمشاركين في الاجتماع وللموظفين الآخرين الذين نريد إعلامهم.[2]

ثانياً- جريدة المؤسسة : تُعلم جريدة المؤسسة حول :

- حياة المؤسسة ونشاط الأفراد الذين يعملون بها.
- الأسئلة التقنية والاقتصادية والاجتماعية التي تهم المؤسسة. [3]

[1] A.Milon , M. Jouve **:«communication et organisation des entreprises»** édition Bréal ,France,1996, p140.

[2] B. Girard : **la communication écrite dans l'entreprise** , édition de Boeck université ,France ,1997, p63 .

[3] A. Milon,M.Jouve,opcit , p142 .

من **امتيازات** جريدة المؤسسة ما يلي :

- الإرسال العريض بمبدأ عامل جيد للقراء.
- دقة أكبر وإمكانية جيدة لتسجيل المعلومات.
- توغل جيد للمعلومة المكتوبة التي تكمل المعلومة الشفوية بدقة.

المجلة الصحفية : تقتصر على إنتاج ملخص أو تحليل صحفي يخص المؤسسة ومحيطها، وهي مرسلة إلى عدد من الإطارات أو مجموع إطارات داخل مؤسسة صغيرة، لتوضيح فاعلية إعلامية والظروف الخارجية التي لها دور على التأثير في نشاطه.[1]

امتيازات المجلة الصحفية :

- المعرفة بمقالات الصحافة ضروري لمن هم مسؤولون.
- يعتبرونها معلومة وظيفية لأن المعطيات التي يقدمونها هي ذات طبيعة توضح قراراتهم
- المجلة الصحفية ظرفية تؤمن اعتدال بين متطلبات المعلومات وضعف المقروئية.

ثالثا– أدوات الحوار :

أ– علبة الأفكار:

هي عبارة عن صندوق يوجد في مكان أوعدة أمكنة في المؤسسة لاستقبال ردود الأفعال والاعتراضات للموظفين وكل ما يخص حياة ووظيفة المؤسسة[2]، لمعرفة التقنية تطوير مناهج العمل، شروط العمل، تسيير الوقت، ...الخ

إنها توفر جو ملائم داخلي يسمح للموظفين بالتعبير، والمعلومة تنتقل نحو أسفل المديرية. نجاح هذا الصندوق يستقر على فاعلية الإجراءات التي وضعت لاستقبال الاعتراضات والآراء وسرعتها، وعلبة الأفكار هي أداة للقياس في المؤسسة أين يجد الموظفون من يسمعهم ويحفزهم.

[1] P. Detrie ,opcit ,p116.

[2] M. Westphalen,op-cit,p84.

امتيازات علبة الأفكار:

- وسيلة تطوير فوائد الموظفين ضمن عملهم،وتشجعهم بأخذ المبادرة وتطوير نشاطهم
- وسيلة تعبير للموظفين
- أفضل وسيلة للاندماج في وسط عمله.

ب ـ سبر الآراء و الأسئلة المفتوحة:

لمعرفة الرأي من طرف الموظفين في المؤسسة يجب عدم إكثار الأسئلة، سماع أسئلتهم أو سبر آرائهم.أولى التقنيات تقتصر بترك المبادرة من طرف الموظف، والثانية الذهاب إليه، هذه التقنيات على نسب المجهول الذي يوفر مساعدة في حرية التعبير والمتابعة.

وفي سبر الآراء المؤسسة تقوم بطرح تفسير لماذا نستعمل سبرا للآراء، وأنواعها:

- استمارات توضع في درج الموظف أو ترسل إلى مسكنه.
- سبر الآراء في فترة الغداء أو لقاء بالهاتف.
- تحقيق يجري على كل الموظفين أو عينة

المؤسسة تتحكم في تقديم النتائج والتوجيهات المتتالية. العمليات"علامة استفهام"،لا يوجد معادلات نموذج، يمكن أن تكون عملية عامة (نستقبل كل أسئلتكم) من خلالها كل عامل يمكن أن يطرح سؤال أو ملاحظة حول أي موضوع.

امتيازات سبر الآراء والأسئلة المفتوحة :

- تسمح للفرد بالتعبير.
- تسمح بإيجاد حلول أكثر انسجاما مع التجاوب حول الإشكاليات المطروحة والمكتشفة.
- خلق جو اتصالي وحماسي.

ب- **التيلكس:**

هو خدمة بآلة راقنة عن بعد بتصرف المستعملين بوسائل الطبع. يستخدم التيلكس لإرسال معلومات خاطفة لشخص أوعدة، ويستعمل لإرسال أخبار مهمة كتقرير اجتماع ...الخ

من امتيازات التيلكس :

- وسيلة سريعة من الهاتف.
- رسالة مكتوبة تسمح بدقة متناهية في الوضوح.

ت-**الإعلانات:**

لوحة قارة أو متحركة تحمل إعلان معلومات وتقارير،تسهل الاستعمال والتعامل وهي قليلة التكلفة باستثناء الإعلان الضوئي[1]،يمكن أن يكون متحفظا عليه، ويكون الإعلان من خلال الإدارة والمعلومات تكون بتصرف الموظفين،سواء كانت اجتماعية،أمنية،نتائج صور،قطع صحفية ...الخ

هي أداة قابلة للتعديل التي تتحرك في كل أنواع الرسائل، وخصائصها تتمثل في: الالتزام،السرعة والتناغم في الإرسال حيث أنها تقدم إضافة بالنسبة للوسائل الأخرى.

من امتيازات الإعلانات :

- سرعة انسجام في الإرسال
- مكملة للوسائل الأخرى.
- جلب الاهتمام باستخدام وسائل الإشهار.

2-**الوسائل الشفوية للاتصال الداخلي:**

التبادل الشفهي هو وسيلة الاتصال الأكثر طبيعية وسرعة في المؤسسة أوفي أي مجموعات إنسانية أخرى، هذا التبادل يسمح بحل النزاعات، هي بسيطة وفعالة في نفس الوقت.الاتصالات الشفوية يمكن أن تستخدم بطريقة حِرفية وكذلك بطريقة منظمة(اجتماعات إعلامية، قرارات...الخ).

[1] P.Detrie , op-cit, p113.

أوّلاً– المقابلة الفردية:

حوار منسق بين شخصين اثنين، أو عدد جِدُ قليل من الأشخاص، بين إطار ورؤسائه، فرص المقابلات تتوافق مع مراحل الحياة للموظف في المؤسسة منذ استقباله إلى غاية ذهابه.[1]

امتيازات المقابلة الفردية :

- اتصال مباشر مؤسس على الحوار.
- إمكانية طرح معلومة عدة مرات للتأكد بأننا فهمنا جيدا.
- فرصة استقبال معلومة أولية ليس فقط حول انشغالات الشخص، بل حتى بمحيطه المهني.

ثانيا– الهاتف :

الهاتف عامل مهم في اتصالات المؤسسة، فهو يستعمل في الاتصالات الداخلية الصاعدة وذلك من خلال الخطوط المفتوحة فيما يخص الاتصال الأفقي، والنازلة من خلال معرفة الاجتماع وهذا بالهاتف.[2]

عن طريق الخط المفتوح للموظفين يتعلق الأمر بإعطائهم طرق التعبير وطرح أسئلتهم بطريقة بسيطة برفع السماعة فقط. الاجتماع عن طريق الهاتف هي طريقة سهلة تسمح باجتماع ثلاثة حتى عشرون شخصا في نفس الخط الهاتفي.

امتيازات الهاتف: رغم أن الاتصال الشفهي لا يمثل اتصالا رسميا إلا أنه يمتاز بما يلي:

- إعلام آني لعدد كبير من الأشخاص
- سهل ، بسيط و سلس الاستعمال.

[1] Liliane Demont-Lugol , op.cit., p266 .

[2] Jouas M : **Mieux utiliser ce bon vieux téléphone ,L'essentiel du management** ,n93 ,France ,2002, p 63-.

ثالثا- اجتماع المعلومات والمحاضرات:

أ- اجتماع المعلومات :

اجتماع المعلومات طريقة جيدة للاتصالات الداخلية تسمح لقدر كبير من الموظفين في المؤسسة باستقبال الاتصالات القادمة من المديرية، تختلف عن اجتماعات العمل أو الاتصالات أو المحاضرات. يتميز الاجتماع بالسلاسة والسرعة ويشكل طريقة لاستخراج المعلومات للعلن بطريقة واضحة، وهو يمس الجاني الوظيفي والتنظيمي للمؤسسة. بصفة عامة تعرض النتائج وتطرح الأسئلة أو تعلن عن طرح منتوج[1]. في هذه يمكن أن يخلق مشكل تشويه للرسالة.

من أجل تحضير أي اجتماع في المؤسسة يجب :

- طلب حضور كل المشاركين في الوقت.
- تحديد محتوى الاجتماع و تحديد المُدة.
- تحضير أدوات الاتصال الملائمة والتأكد من حسن استعمالها.
- اختيار قاعة مناسبة للاجتماع.
- برمجة صيرورة الاجتماع ، عروض، تبادلات وإيجاد شخص للتنقيط.
- إحضار الوثائق المرافقة التي تعطى للحاضرين والتقرير الكتابي وإلقاء من المعنيين بالأمر.

من امتيازات اجتماع المعلومات:

- بفضل الإجراء الشفهي،اجتماع المعلومات يسمح بالحصول على أسئلة ومواقف بالمقابل.
- يسمح لكل مسؤول بحل مشاكله على مستواه بدل عرض المشاكل الصغيرة على المديرية.
- سلاسة، سرعة، توافق وانسجام.

ب- المحاضرات: تقتصر على مواضيع ثقافة عامة، أو مشاكل قريبة من المؤسسة، وتتوجه نحو الجمهور الذي يشكل مجموع الموظفين. [2]

من متيازات المحاضرة: في حال كانت اللغة والمعلومات مفهومة وبسيطة، تمتاز المحاضرة بـ

[1] N . Almeida, T. Libérât, op-cit,p67.

[2] A . Milon , M. Jouve ,opcit, p144

- توسيع الثقافة العامة لأعضاء المؤسسة.
- مكمل هام للتكوين المهني.
- رد فعل أكثر عمق حول مشاكل العمل.

رابعاً- زيارة المؤسسة :

تسمح بمعرفة أحسن وجيدة للمؤسسة والبنيات الأخرى للموظفين ولعائلاتهم، ويسمح هذا بتقييم العمل لكل واحد. ولكن هذه الزيارات صعبة التطبيق (إعلانات،هدايا ودعوات) والزيارات يمكن أن تكون منظمة من خلال مجموعات صغيرة أو خدمات حرة.[1]

من امتيازات الزيارات للمؤسسات :

- مجرد تنظيم زيارة يقوي العلاقة بين الأعضاء الموظفين، ويحل التعقيدات بين المصالح.
- تقييم العمل لكل واحد من خلال نظرته والمحيط.

3-الوسائل السمعية البصرية للاتصال الداخلي :

لقد أصبح من الضروري على المؤسسة بناءها لاتصالات سمعية بصرية، والتي تجلب انتباه المُستَقبل، غير أن هذه المهمة تبقى معقدة،كما أن كلفتها باهظة مقارنة ببنيتها الصغيرة.

أوّلاً- فيلم المؤسسة:

أكثرها استعمالا هي من نوع 35 ملم والتي تسمح بنوعية جيدة للصور والتوزيع كذلك، هي مُكلِفة نوعا ما، ومستخدمة بشكل عام لإبداء جوانب الرفاهية للمؤسسة أكثر منه خدمة لأغراض أخرى[2] وموجهة للعرض أكثر في قاعات مخصصة إضافة إلى أفلام من نوع 16 ملم، وهي كلاسيكية نوعا ما ومؤخرا أخذ الفيديو مكانة قوية ولا يزال معتمدا بشكل كبير. علما أن التلفاز هو الأكثر شعبية، فالتنظيمات يمكن أن تسجل حلقاتها الخاصة لاستظهارها للعمال في أوقات الفطور أو الأوقات المخصصة لذلك، مثلا في المؤسسات الكبرى التي تمتلك إمكانيات، هذه الطريقة تستعمل لإيقاظ الموظفين، والمعلومات تصل إلى الكل وكل ما يحصل في المصالح الأخرى، كذلك فيما يخص التكوين. ولإظهار فيلم المؤسسة يجب أن تعرف :

[1] A . Milon , M. Jouve , Ibid ;p 142 .

[2] Marie-Hélène westphalen , op-cit, p293.

- الأهداف المراد الوصول إليها.
- الجمهور المقصود التأثير فيه.
- الظروف التي سوف يظهر فيها الفيلم.
- مجموع الأفلام غير الإشهارية المراد إنتاجها من قبل المؤسسة تكون على مستوى واقعي وليس خياليا(المجلس،وسائل الإنتاج، التسيير ،النشاطات، المنجزات...)

من امتيازات الفيلم :

- الفيلم يعطي نظرة ملموسة وتحليلية للمؤسسة تسمح لكل واحد بالتموقع ضمن ميدان عمله.
- الفيلم يستعرض موضوع كامل في وقت وجيز بقوة وفاعلية مقارنة باتصالات أخرى.
- الفيلم يساعد بفاعلية في تكوين الموظفين وإعلامهم.

ثانياً- الرسائل :

أ- الرسائل الهاتفية:

بعض المؤسسات تستعمل في اتصالاتها هذه الوسيلة والموظفون ليس عليهم سوى استخدام رقم هاتفي لسماع رسالة مسجلة وغالبا ما تكون رسالة لمدة دقيقة.

ومن **امتيازات الرسائل الهاتفية** يذكر:

- تضع تحت تصرف الموظفين معلومات عن طريق إرسال لحظي.
- إمكانية تجديد التواصل دون إجراءات معقدة.

ب- الرسائل الالكترونية:

تعد من الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تهدف إلى تسهيل تبدل المعلومة على الفور وتكون المعطيات على شكل نصوص، صور ثابتة أو متحركة أو صوت، ويتم ذلك عن طريق نظم البريد الذي على الحاسب الالكتروني في استقبال الرسائل، تخزينها ونقلها إلى أماكن بعيدة [1]

ويوجد نظامان أساسيان للبريد الالكتروني، الأول يسمى Store and forwad يتعامل مع الصوت والنصوص المطبوعة، ويسمى الثاني Facsimile ويتعامل مع الرسوم فقط

[1] حسن عماد ،مرجع سابق ، ص 225- 226 .

ويمكن لصاحب العلبة الالكترونية أن يوجه رسائله إلى شخص واحد أوعدة أشخاص، وتستعمل المؤسسات الكبرى هذه التقنية بكثرة كوسيط بينها وبين مختلف الجهات التي تربطها بها علاقة أومصلحة مباشرة (مثل بريد المؤسسة للزبائن للإدلاء بطلباتهم واقتراحاتهم)

هناك عدة وسائل توزيع تسمح بحمل شاهد استقبال ومستويات ذات أولوية، نظام ترتيبي يسمح بتنظيم الرسائل المستقبلة والمرسلة وكذا تكاملها.نظام الرسائل يسمح بإخطار المتلقي آليّا بقدوم رسائل جديدة، ويقلص بقوة سعر الاتصال واستهلاك الورق والهاتف ومدة تبادل المعلومات.

ثالثًا- وسائل الاتصالات الجديدة:

أ- المؤتمرات عن بعد و المؤتمرات المرئية:

تعتبر المؤتمرات عن بعد وسيلة حديثة تستخدم الاتصال الالكتروني بين ثلاثة أشخاص أو أكثر في أماكن مختلفة بحيث تمتد تحويلات المعلومات بين هؤلاء عبر المسافات الطويلة التي تفصلهم دون الحاجة إلى التواجد جنبا إلى جنب في مكان واحد وتختلف هذه المؤتمرات من حيث أهدافها وأشكالها من الأقل حجما إلى تلك الضخمة التي تتطلب تبادلا لبيانات ومعلومات كثيفة بين المجتمعين[1]

ونظرا للأهمية القصوى لهذه التكنولوجيا أدركت العديد من المؤسسات ضروریاتها طبقا لما توفره من اختصار للوقت، الجهد والمال كذلك.المؤتمرات عن بعد فيها العديد من الأصناف اعتبارا من التقنيات التي تستخدمها، هنالك المؤتمرات الصوتية فقط(بالصوت وعناصر أخرى) ولكن تعتبر المؤتمرات المرئية أهمها على الإطلاق، فهذه الأخيرة مزودة بنظام اتصالات سلكية ولاسلكية (توفر الصوت والصورة بشكل متفاعل آني) مزودة بموجة، آلة تصوير ومكبر صوت، والأطراف المختلفة تبادر بالتدخل عن طريق وسيط الكاميرا فيديو وتتحدث بفضل مكبر الصوت وكأنها في نفس القاعة[2]

[1] حسن عماد مكاوي، مرجع سابق ، ص229-230 .

[2] Marie – Hélène Westphalen, op-cit, p107.

ولكن بالرغم من هذه الأهمية القصوى إلا أنه نظرا لتكاليفهما المرتفعة، فهذا النمط من التكنولوجيات الاتصالية يبقى حكرا على كبريات المؤسسات للحد والتقليل من تنقل الإطارات عبر المسافات البعيدة وللتقليل كذلك من التكاليف المختلفة المرتبطة بالشأن الاقتصادي.

ب- الانترنت:

هي أولى الوسائل في الاتصال التي استعملت في المؤسسة وباستعمال خصائصها الأساسية والتقنية حيث أن هذه الوسيلة سمحت بخلق أفق واعد يسمح للمؤسسات باستقبال سريع للصوت والصورة بنوعية.[1]

هذه الأخيرة عبارة عن شبكة اتصالات تربط الآلاف من شبكات الكمبيوتر مع بعضها البعض ويستخدمها الملايين من مستعملي الحاسبات الالكترونية في الوقت الراهن على مدار 24 ساعة في معظم أنحاء العالم خاصة في الجامعات، مراكز البحث العلمي، الشركات الكبرى والبنوك إضافة إلى المؤسسات الحكومية[2]

وتساهم هذه الأخيرة في نقل المعلومات من نظام إلى آخر بسهولة وسرعة فائقة، وتركيزا على دورها في المؤسسة الاقتصادية فالانترنت تمثل واجهة لهذه المنظمة، إذ عن طريق تصميم موقع ويب Web تستطيع أن تُعرف بنفسها، تقدم معلومات تعرف منتجاتها، خدماتها ونشاطاتها،الدلائل والتقارير وكل الوثائق الرسمية الأخرى يمكن أن تنشر على الموقع وحتى قبل صدورها بشكل كلاسيكي، ومشاهدة موقع ويب بما أنها عالمية، المؤسسة ستنفتح أكثر على العالم الخارجي عن طريق الانترنت[3]،إذ تستطيع توسيع سوقها وتحصيل زبائن وشركاء آخرين من كل أنحاء المعمورة.

فالتفاعلية تعتبر خصوصية تفاعلية في الويب،إذ بفضل ذلك المتصل بالموقع يستطيع أن يحصل على المعلومات التي يختارها بنفسه، هذا ما يعني أن المؤسسة تستطيع عن طريق

[1] M. Volle : **économie des nouvelles technologies** , édition Economica ,France,1999,p123.

[2] محمود علم الدين ، مرجع سابق، ص 167- 168.

[3] Oussama François : **les nouvelles technologies de l'information enjeux pour l'Afrique subsaharienne**, édition l'Harmattan, Paris, 2001,p50.

موقعها أن تصيب الكثير من الجوانب وتخصص علاقاتها أكثر فأكثر مع الزبائن والشركاء، التفاعلية هذه تسمح كذلك برجع صدى Feed back بفضل الأدوات المستعملة كالاستمارات، البرامج المختلفة التي تسمح مثلا بتقدير الاتصال بالموقع، نوعية وفئات المتصفحين له حيث يمكن اعتماد ذلك لمعرفة وفهم سلوك الزبائن وإجراء سبر آراء وتحقيقات على النت، فالانترنت أداة يقظة للمؤسسة، ومن جهة أخرى عن طريق آليات البحث عن المعلومة والمواقع المتخصصة في نشاطها وتسمح لها بمواكبة التطور في القطاعات الأخرى ذات العلاقة بهذا النشاط إضافة إلى التحكم في الوتيرة التكنولوجية والمعطيات الاقتصادية.[1]

والانترنت تساهم بشكل ملموس في تخفيض تكاليف الاتصال والمبادلات المختلفة للمؤسسة فاستخدام الصفحات الالكترونية والهاتف عبر الانترنت يستطيع أن يحقق تخفيضات بأكثر من 60 % من تكاليف الاتصالات طويلة المسافة مقارنة بالوسائل الكلاسيكية كالهاتف العادي.

ت- الإنترانت :

تعتبر الإنترانت شبكة خاصة للمؤسسة تعتمد على تكنولوجيات الانترنت Internet كالصفحات أو الوسائل الالكترونية ومحركات البحث إلا أن ذلك يتم في مسالك خاصة (أي مخصصة لأعضاء المؤسسة فقط)بحيث تسمح هذه التقنية بأقل تكاليف وبأكثر أمان نقل وتوزيع المعلومات بين مختلف مستخدمي نفس المؤسسة أينما تواجدوا داخلها[2]

إذ تسمح هذه الشبكة بتبادل وثائق مباشرة، ملفات، دلائل،إجراءات، جرائد داخلية وكل الإعلانات أو البلاغات المهمة كما تسمح بالاتصال بقواعد البيانات والمساهمة في جماعات العمل فكل هذا يتم في نفس الوقت دون الخضوع للترتيب الهيكلي للمؤسسة[3]

وتتميز هذه التقنية بالعديد من الخصائص كتوفيرها لاتصالات غير محدودة إضافة إلى السماح بتجنب العوائق المادية التقليدية لعمليات تحويل المعلومة وخلاصة القول أن تقنية الانترنيت هي شبكة معلومات مختلفة كذلك إلا أن الحصول على هذه المعطيات لا يتاح إلا لأعضاء المؤسسة المعنية.

---

[1]Oussama François : ibid, p 59.

[2] Marie Hélène Westphalen , op-cit, p 396.

[3] Yves- frédérie livian , op-cit, p 223 .

الإكسترانت:

إن فكرة توسيع الانترانت إلى خارج المؤسسة يعتبر إكسترانت، وهي شبكة معلوماتية يمنح القبول فيها إلى جمهور خارجي محدد ومنتقى وتعتمد على تكنولوجيات الانترنت مثلها مثل الانترانت، لديها قيود للدخول إلى المعلومات السرية "كلمة السر والاسم"وتتمثل فوائدها في اختصار الوقت والجهد وتوفير المعلومات في كل وقت، حفظ البيانات، سهولة الوصول إليها، إدارة وقت العمل بطريقة جيدة، تنظيم المعلومات وكذا منح معلومات واتصال وتفاعل أكثر مع الجمهور الخارجي فتمنحه الثقة وتساعد كثيرا في خلق علاقات طيبة بين المؤسسات وتطبيق جيد للعلاقات العامة. ظهرت شبكة الاكسترانت نتيجة الانتقادات التي وجهت إلى نظام الانترانت وفي مقدمتها الاستقلالية والبعد عن الأطراف الخارجية، حيث يرى البعض أن نجاح مشروع ما لن يتأتى إلا بعلاقة متواصلة واتصال دائم مع موزعيه وعملائه والذي يؤدي في النهاية إلى علاقة متشابهة.

تشبه الإنترانت لكن الدخول إليها يتم عن طريق بوابة الويب، ويمكن الدخول من أي مكان آخر إذا كان للمستخدم كلمة السر واسم المستخدم. الغرض منها السماح بالتعاون والمشاركة في المصادر ليس فقط داخل المنظمة ولكن للمستخدمين خارج الشركة، ويمكن أن يكونوا غير موظفين فيها، مثل الموردين والزبائن لاستخدام مصادر الشركة. والإكسترانت تساهم بشكل فعَّال بسلسلة التزويد. الاكسترانت تستخدمها منظمات الأعمال فقط، بينما الانترانت متاحة للجميع.[1]

المبحث الثاني : مدخل إلى الاتصال المسؤول في المؤسسة

في ظل المتطلبات الجديدة للأطراف المتعامل معها من طرف المؤسسة ومختلف ضغوطاتهم على المؤسسات الاقتصادية ،ظهر الاتصال المسؤول في مواجهة المشاكل الاجتماعية والبيئية المرتبطة بأنشطة المؤسسات الاقتصادية ،بظهور المسؤولية الاجتماعية والبيئية، ليعبر عن توجهات تطبيق التنمية المستدامة بالمؤسسات الاقتصادية[2].

[1] http://www.businesslink.gov.uk./bdotg/action/detail?type=RESOURCES&itemId=1075386483 , 08/06/2018, 14 :12.

[2] La communication responsable : **http//www.bepub.com/view .fiche pratique/php !id-fic=29** .. 10:00 تاريخ الولوج : 13 فيفري 2018 ، الساعة

المطلب الأول : مفهوم الاتصال المسؤول

يعرف الاتصال المسؤول بأنه الاتصال الذي يأخذ بعين الاعتبار الجوانب البيئية والاجتماعية والمجتمعية للرسائل التي ينشرها، وأيضا في طرق نقل الرسائل التي توجهها المؤسسة الاقتصادية للأطراف المتعاملين معها، والتي تعكس التزامها تجاههم.

ويشمل الاتصال المسؤول **نقطتين أساسيتين** :

من جهة يتعلق بالاتصال بطريقة مسؤولة، بما في ذلك الأخذ بعين الاعتبار المستقبلين للاتصال "أصحاب المصالح"، أو الذين تستهدفهم المؤسسة بهذه النشاطات الاتصالية.

ومن جهة أخرى يتعلق بالاتصال حول المواضيع المسؤولة التي تتوجه لتكون محترمة للجوانب الاجتماعية والبيئية، وتكون صادقة وتعكس حقائق واضحة وفي هذا الإطار تستعمل المؤسسة الإعلان بما لديه من تأثير كبير على المجتمع، لغايات ايجابية في منطق فعالية المؤسسة ، وهنا الاتصال المسؤول لا ينحصر فقط في الإعلان، بل يتعلق بجميع أشكال الاتصال المختلفة "منتجات، خدمات،اتصال داخلي ،خارجي" وفي وسائل الإعلام ،وخارج وسائل الإعلام، حيث يستعمل مختلف قنوات الاتصال بما في ذلك مجموعة الوسائل الرقمية "كمواقع الانترنيت،الشبكات الاجتماعية ،المدونات..."[1]

فتطور الاتصال المسؤول جاء نتيجة ضغوطات لمنظمات المجتمع المدني، والجهات المتعامل معها التي دخلت في البحث عن النمو المستدام وضرورة احترام المؤسسات مختلف أبعاد التنمية المستدامة في ممارستها، خصوصا البعد البيئي،فهذا الوعي بهذه التوجهات يعكس عدم رضاهم، عن الطرق التقليدية للاتصال للمؤسسات، حيث تلقت النقد من خلال عدم ثقة هذه الجهات بآثار أنشطة المؤسسات على البيئة، لذا فالاتصال المسؤول أصبح كعنصر فاعل لمواجهة هذه الرهانات البيئية والاجتماعية والمجتمعية، فأصحاب المصالح ينتظرون من المؤسسات أن تستعمل الوسائل اللازمة للالتزام بمسؤوليتها البيئية والاجتماعية في نشاطاتها.

[1] Gerard Noel , loie Armand , **communication responsable des entreprises ,guide pratique a destination et des organisations professionnelles (MEDEF),** Paris ,2011 , p6 .

ويتعلق الاتصال المسؤول في المؤسسة، بالاتصال بطريقة مسؤولة تتفهم أن طبيعة هذا الاتصال لا تنحصر فقط في المواضيع البيئية بل تشمل الاتصال حول كل ما هومسؤول، ولتصبح المؤسسة مسؤولة لا تعتمد فقط على توجه التنمية المستدامة بل تستعمل بعض العمليات الاتصالية الخاصة لالتزامها بمسؤوليتها على المستوى البيئي وعلى مستوى الروابط الاجتماعية لأخلاقيات التجارة والصحة العامة.[1]

وبصفة عامة يشمل الاتصال المسؤول نقاط أخرى تتمثل في:

- التزام المؤسسة بالتنمية المستدامة واحترام التزامها من خلال المسؤولية الاجتماعية والبيئية.
- اعتماد إستراتيجية اتصالية داخلية لتحسيس العمال بمنهج التنمية المستدامة وكيفية تطبيقها
- الإعلام باستهداف الجهات ذات العلاقة بالمؤسسة من منظمات، مجتمع مدني،وسائل الإعلام،المستهلكين...وفي هذا السياق، تستعمل المؤسسة كل وسائل الاتصال الخارجي.

انطلاقا مما سبق فالإجراءات تتعلق بالاتصال المسؤول وضعت المؤسسات أمام التزامات اتصالية جديدة لتعديل سياستها الاتصالية السابقة خصوصا فيما يتعلق بالرسائل إذ ينبغي أخذ رسائل معينة"رسائل مسؤولة"حول الدعائم "الوسائل"، وحول المضامين والمحتويات[2]

المطلب الثاني : مبادئ الاتصال المسؤول للمؤسسة

من أجل تطبيق الاتصال المسؤول في المؤسسة بطريقة جيدة وأسس قوية تعمل على تجسيد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تجاه المجتمع والعمال والأطراف المتعامل معها، ينبغي على المؤسسات تكريس **المبادئ التالية:**

- تجنب الخداع ،الغش،التضليل واعتماد الشفافية من خلال المطابقة بين الأقوال والأفعال التي تأخذ التزامات كمية قابلة للقياس،صحيحة ولها مصداقية وموضوعية وزمن محدد. فإذا كانت التغيرات بالتزامات المؤسسة غير دالة فلا داعي للاتصال، لأنه قد يوقع المؤسسة فيما يعرف

[1] La communication responsable : http//www.bidactiblog .com ;13_02_2018 Time : 11h .

[2] Stéphane Riot : **la communication responsable-effet d'annonce ou enjeux socio-économique.** Dinod, Paris,2012, p02

بالغسيل الأخضر« éco-blanchissement» الذي يعتبر كنوع من التلاعب بالجمهور وتظليله ببث معلومات لا تعكس التزام المؤسسة.[1]

- الإعلام حول شروط تصنيع المنتجات والخدمات وحول استعمالها.
- تفضيل ترويج السلوكيات التي لها تأثير ايجابي على البيئة والمجتمع.
- لا تستعمل الأدلة والبراهين الايكولوجية والمواطنة ،حتى تجد المؤسسة مزايا ايجابية وهادفة.
- توقع مطامح المجتمع المدني ، وفتح حوار مع الجهات ذات العلاقة بالمؤسسة.
- استعمال أخلاقيات وتقنيات الاتصال الحالية بطريقة مسؤولة.

المطلب الثالث : وسائل الاتصال المسؤول في المؤسسة

يستعمل الاتصال المسؤول جميع تقنيات الاتصال التي تتوفر عليها المؤسسة ولكن بطريقة مسؤولة، تحمل رسائل اجتماعية وبيئية مسؤولة. ويُعتبر تقرير التنمية المستدامة الوسيلة الوحيدة التي تسمح بتثمين مسعى المؤسسة في التنمية، ومن أهم تقارير التنمية المستدامة بالمؤسسة هو تقرير المسؤولية الاجتماعية والبيئية لنشاطات المؤسسة.

أوّلًا- تقرير المسؤولية الاجتماعية:

يُعد نشر تقارير حول المسؤولية الاجتماعية والبيئية، استجابة لضغوط مختلف الأطراف الفاعلة في المجتمع، والتي تريد التعرف على السياسات الاجتماعية والبيئية للمؤسسة، إضافة إلى أن بعض القوانين تفرض على المؤسسات التي تعمل في قطاعات معينة، نشر تقارير مماثلة في هذا المجال، كما يرى **Gendron** من جهة أنّ نشر هذا النوع من التقارير شائع جدا على نطاق واسع، ومن جهة أخرى أنم محتواها متغير نظرا لنقص المعايير المستخدمة في المجال الاجتماعي والبيئي، مقارنة مع البيانات المالية التي تتبع إطارا عاما محددا. وتعالج هذه التقارير العديد من المواضيع مثل"الأداء المالي، نشاط مجلس الإدارة، العلاقة مع المجتمع والعمال إضافة إلى الجهود المبذولة في مجال البيئة"، كما تضم عادة مستخلص الإدارة الذي يتمثل في مجلة المديرية.[2]

[1]Communication responsable RSE .http//:www.bepub.com/view-fiche pratique 02/03/2018 ،t 10.00

[2] شوقي مانع ، مرجع سابق، ص 36 .

ثانيًا- قواعد وضع اتصال مسؤول جيد في تقرير المسؤولية الاجتماعية :

حتى توضح المؤسسة دورها المجتمعي والبيئي، وتجسد مسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع وأصحاب المصالح، ينبغي عليها انتهاج سياسة اتصالية مسؤولة، و اتخاذ إجراءات اتصالية من شأنها أن تلغي كل الالتباسات والغموض حول دورها الاجتماعي، والاتصال المسؤول والفعال تعتمد على قواعد أساسية، نلخصها فيما يلي[1]

- تخطيط الأهداف الاتصالية قصيرة المدى ، متوسطة المدى و طويلة المدى.
- الموضوعية، وضوح المعلومات و استمراريتها.
- عرض نتائج تطبيق منهج التنمية المستدامة.
- عرض معلومات واضحة وشاملة تعتمد على المقارنة من سنة لأخرى.
- الشفافية في حالة تقدم مؤسسة في منهج التنمية المستدامة، فهي جد ضرورية، أيضا توضيح الصعوبات التي واجهتها المؤسسة في هذا المسعى.
- شرح وعرض آثار نشاطات المؤسسة على البيئة و الجماعات المحلية.
- عرض مسعى المؤسسة تجاه مختلف أصحاب المصالح، وتوضيح تفهم المؤسسة لاحتياجاتهم ومتطلباتهم.
- دعوة أصحاب المصالح للتفاعل والحوار مع المؤسسة.
- استعمال الدعائم الالكترونية لعرض التقارير وفتح قنوات للتفاعل مع كل الجهات.
- الإشهار الذي أصبح كفضاء مميز للمؤسسة،لتبرر مسعاها للمسؤولية الاجتماعية والتنمية.
- الحذر من الوقوع في الغسيل الأخضر Green washing من خلال عدم تضليل الجمهور وإيهامه بمسعى التنمية.

[1] Stéphane Riot : op-cit , p 3.

المطلب الرابع : رهانات الاتصال المسؤول في المؤسسة

لا يجب أن نعتبر أن الاتصال المسؤول كقيد للمؤسسة، لكن يجب أن نعتبره وسيلة لتطويرها فعلى جميع المؤسسات التي تُهمل تطبيقه أن تدرك الامتيازات التي يحققها هذا الاتصال للمؤسسة في جميع المجالات ومن أهم المزايا والرهانات التي تتعلق بتطبيق هذا النوع من الاتصال نجد:

1. **سمعة المؤسسة :**

في ظل المتطلبات الراهنة للأطراف المتعاملة معها، انتبهت المؤسسات إلى أهمية الأخذ بعين الاعتبار هذه المطامح وإلا ستعتبر مؤسسة غير مسؤولة، وهو ما سيؤثر على سمعتها. ونظرا للمخاطر التي تشكلها ضغوطات هذه الأطراف على صورة المؤسسة التي تعكس سمعتها،أصبحت المؤسسات تتوجه في أنشطتها بتطبيقات جيدة للاتصال المسؤول، وذلك بالاستجابة لمتطلبات الجهات المتأثرة بنشاطها باعتمادها على سياسة اتصالية مسؤولة تعمل على بث ونشر قيم تعكس صورة ايجابية عن المؤسسة وتعكس استثمار مستدام للمؤسسة في أوقات ومراحل الأزمات التي تمر بها خصوصا في ظل المنافسة القوية بين المؤسسات. فالاتصال حول الالتزامات المسؤولة أصبح يعد عاملا لاختلاف وتميز المؤسسة من خلال نقل صورة مسؤولة عنها تعكس السمعة الطيبة لها تجاه كل الجهات ذات العلاقة بها.

2. **تحقيق فعالية أكبر:**

يسمح الاتصال المسؤول بتحقيق فعالية اكبر للحملات الاتصالية ،بفضل الاستهداف المحدد لرسائل أكثر تناسقا ووسائل أكثر تكيفا تحث على الإبداع وينتج عنها اكبر قدر من الوفاء والأمانة بفضل ثقة ذوي العلاقة بالمؤسسة الذين انخرطوا في المؤسسة.

ويسمح الاتصال المسؤول أيضا بتحقيق الاقتصاد في الموارد حتى وإن لم يكن المبدأ الأساسي له، فمن المبادئ الأساسية للاتصال المسؤول اختيار وسائل النشر التي تتكيف مع البيئة، خصوصا من خلال اختيار الدعائم واختيار طرق الإنتاج والتنقل، فالاقتصاد في الموارد في هذه الحالة يسمح بتخفيض التكاليف وبهذا تحقق المؤسسة فعالية أكبر.

3. **تحفيز العمال :**

وضع مكانة لإستراتيجية الاتصال المسؤول داخل المؤسسة يسمح بتحفيز العمال ودمج فريق العمل بإعطائهم جميع الايجابيات التي تتعلق بمسار المؤسسة لتطبيق التمنية المستدامة طوعيا. ويجب على المؤسسة تسطير الجانب الايجابي الذي تستطيع رؤيته من خلال هذه الايجابيات التي تسمح بجمع كفاءتهم (العمال) في العمل وقيمهم نحو هدف محدد يعمل على تحقيق الالتزام بمسؤوليتهم لتحقيق أهداف المؤسسة.

4. **الوقاية من المخاطر القانونية :**

يسمح الاتصال المسؤول بتقليص المخاطر القانونية على المؤسسات، من خلال توضيح منهجها ومسارها وتطبيقاتها المسؤولة في نشاطاتها، لمنع التضليل الذي قد يمس سمعتها خصوصا فيما يتعلق بتقليص تكاليف الحملات الإعلانية والأضرار المتوقعة، فممارسة تطبيقات الاتصال المسؤول تخفض من هذا النوع من المخاطر، فالشفافية خصوصا في المجال القانوني ضرورية بتوضيح التزام المؤسسة بتطبيق التشريعات والقوانين.[1]

[1] Gerard Noel ,loie Armand :op-cit, p5 .

خلاصة

لم يعد الاتصال مجرد ملاحق وزخارف لتزيين صورة المؤسسة أوالتباهي بها أمام المنافسين، بل أضحى عنصرا أساسيا في تخطيطها الاستراتيجي، وقد رافق هذا اهتمام أكاديمي متزايد في مجالي البحث والتكوين، وخاصة لرفع تحدي التطورات الجديدة المتعلقة بتوظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتعتبر المؤسسة الاقتصادية إحدى أهم هذه البُنى التي انعكس عليها سوء فهم هذا الجانب لفترات من الزمن، استمرت لغاية النصف الأول من القرن العشرين، حسب الباحثين في هذا المجال، حيث كان الاتصال قبل هذا التاريخ شبه عسكري داخل الأنظمة التي لا تراعي أكثر من الربح ،وتحقيق المنفعة دون الأخذ بعين الاعتبار الجوانب الحساسة للطاقة البشرية المستغلة ،التي لطالما عُومِلت كالآلة، مما نتج عنه العديد من المشاكل داخل النسق الاقتصادي لأي مؤسسة آنذاك ،كانتشار الإشاعات في الوسط العمالي والبيت ،والتي تعتبر إحدى النتائج المباشرة لسوء تنظيم الاتصال الذي يعتبر رافدا لتناقل المعلومة وتسييرها داخل المنشأة، إضافة لارتفاع معدل الاضطرابات والأصوات المنادية، بحقوق العامل البسيط في الإعلام والاتصال من باب الإنسانية قبل كل شيء.

فالاتصال يعني المشاركة والحوار، إذ لا يستطيع الفرد أن يقضي آلاف الساعات من حياته في المكتب أو المصنع دون اتصال ودون توفر جو تسوده الثقة ،و تحفيزات تساعده على تنمية قدراته الإبداعية ، كما تسعى إلى وضع الدعائم الأساسية لإعطاء روح العمل الداخلي، وذلك عن طريق الإستراتيجية الاتصالية، لاسيما على المستوى الداخلي للتعريف بالأهداف وكذا تنظيم العلاقات الاتصالية.

الفصل الثالث : المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

المبحث الأول: ماهية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

المطلب الأول : مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

المطلب الثاني : التطور التاريخي للمسؤولية الاجتماعية

المطلب الثالث : أبعاد وعناصر المسؤولية الاجتماعية

المطلب الرابع: أساسيات ممارسة المؤسسة لمسؤوليتها الاجتماعية

المبحث الثاني : الاتصال وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

المطلب الأول : الاتصال البيئي ومهامه

المطلب الثاني : الاتصال الاجتماعي ومهامه

المطلب الثالث : علاقة الاتصال الداخلي بالمسؤولية الاجتماعية

المطلب الرابع: علاقة الاتصال المسؤول بالمسؤولية الاجتماعية

تمهيد:

مع بداية التسعينيات وخصوصا بعد مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة والتنمية والذي عقد في (ريو دي جانيرو)عام 1992، ومع تطور مفهوم التنمية المستدامة، بدأت مرحلة جديدة في تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال، خاصة مع تزامن ذلك بثورة الاتصالات والمعلومات التي أدت إلى زيادة الوعي بالقضايا البيئية وعلاقتها بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية.

وأشارت أجندة القرن الحادي والعشرون الصادرة عن مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة والتنمية إلى"ضرورة تبني قطاع الأعمال مفاهيم حماية البيئة من خلال استخدام تقنيات وأساليب الإنتاج الأنظف من أجل حسن استخدام الموارد الطبيعية والحد من التلوث، وضرورة الترويج لنظم الإدارة البيئية داخل منظمات الأعمال من أجل تحسين قدراتها الذاتية على القدرة الجيدة لتأثيراتها البيئية. كما جاءت الاتفاقية العالمية للأمم المتحدة كمبادرة جماعية صادرة عن الشركات الكبرى لتطوير مفهوم المسؤولية الاجتماعية. وتهدف الاتفاقية إلى حشد طاقات رجال الأعمال وطرح الحلول لمواجهة تحديات العولمة. وهي ليست جهازا رقابيا بل مبادرة طوعية تقوم على مبدأ المساءلة القانونية والشفافية. كما أنها مبادرة متعددة الأطراف تضم الشركات الكبرى، الحكومات المحلية، الاتحادات العمالية، المعاهد التعليمة ووكالات الأمم المتحدة المختلفة وغيرها من منظمات المجتمع المدني". ففي عام 1999 تمَّ الاقتراح الأولي للميثاق العالمي للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من قبل الأمين العام للأمم المتحدة آنذاك في خطابه أمام المنتدى الاقتصادي العالمي (منتدى دافوس) *

* منتدى " دافوس" منظمة غير حكومية لا تهدف للربح مقرها ضيف سويسرا ، أسسها أستاذ في علم الاقتصاد " كلاوس شواب" في 1971، جمع هذا المنتدى ممثلي الشركات متعددة الجنسيات والقادة السياسيين، ويتناول المشاكل الاقتصادية والسياسية التي تواجه العالم وكيفية حلها.

المبحث الأول: ماهية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

في ظل التغيرات التي شهدها العالم خلال السنوات القليلة الماضية، والتي طالت مختلف جوانب الحياة المعاصرة، وحسب كافة المؤسسات من حول العالم على اختلاف درجتها في التقدم والنمو ،أصبح الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية الشغل الشاغل للمؤسسات بتقديم التزامات اجتماعية تجاه مجتمعاتها، وذلك بالتخلي عن الظواهر غير المرغوب فيها، كتقديم المصلحة الخاصة على المصلحة العامة، عدم إتاحة فرص متكافئة أمام المتقدمين للوظائف، الإفصاح عن أسرار المؤسسة، عدم مراعاة البيئة في ممارستها لنشاطها وغيرها من الظواهر التي سادت المؤسسات.

المطلب الأول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

يُعتبر مفهوم المسؤولية الاجتماعية مفهوم متغير ودائم التطور وهو يرتبط بالتنمية المستدامة، حيث يوجب على المؤسسات، بجانب البحث عن الثروة والربح، الاهتمام بالبيئة بالمشاركة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، كما يتوجب عليها كذلك العمل في إطار من الشفافية ومراعاة أخلاقيات العمل وحقوق الموظفين، والمنافسة الشريفة ومحاربة الفساد، وتتعدى مسؤوليات المؤسسات المساهمة في الأعمال الخيرية لتشمل توفير آليات فاعلة للتصدي للتحديات الاجتماعية القائمة ومحاولة إيجاد الحلول لها، وتوفير الدعم والمساندة من قبل إدارتها العليا ومجالس إدارتها من أجل التوصل إلى التنمية المستدامة في المجتمعات التي تعمل بها سواء محليا أو عالميّا. ومن هنا يتضح أن المسؤولية الاجتماعية تمتد من داخل المؤسسة حتى خارجها بوضعها تمثل قرارات المؤسسة لتحقيق منافع اقتصادية مباشرة .

فالمسؤولية الاجتماعية الداخلية ترتبط بالأفراد والموارد المستخدمة والمرتبطة بالأداء المحقق للعمل داخل المؤسسة والذي يساهم في تطوير العاملين وتحسين نوعية الحياة المهنية، وحتى الشخصية، ولن يأتي هذا إلا بإتباع سياسة اتصالية فعالة داخل المؤسسة. أما المسؤولية الاجتماعية الخارجية فهي ترتبط بالمشاكل التي يعاني منها المجتمع ومحاولة معالجتها ومحاربتها.

أوّلا- تعريف المسؤولية الاجتماعية:

ومما سبق برزت عدة تعاريف للمسؤولية الاجتماعية والتي تختلف باختلاف وجهات النظر في تحديدها، فالبعض يراها بمثابة تذكير للمؤسسات بمسؤوليتها وواجباتها إزاء مجتمعها الذي تتواجد فيه، ويرى البعض الآخر أن مقتضى هذه المسؤولية لا يتجاوز مجرد مبادرات اختيارية تقوم بها المؤسسات، ويرى آخرون أنها صورة من صور الملاءمة الاجتماعية الواجبة على المؤسسة.

حيث تُعرفها **المنظمة العالمية للمعايير**"بأنها نشاطات للمؤسسة لتتحمل المسؤولية الناتجة عن أثر نشاطاتها على المجتمع، والبيئة المحيطة بها لتصبح بذلك نشاطاتها منسجمة مع منافع المجتمع ومع مبادئ التنمية المستدامة،وترتكز المسؤولية الاجتماعية على السلوك الأخلاقي، احترام القوانين والأدوات الحكومية حيث تدمج هذه المرتكزات في النشاطات اليومية للمؤسسة"[1]

فهذا التعريف يؤكد على أن المسؤولية الاجتماعية تسهم في تحقيق التنمية المستدامة من خلال تطبيق البعد الاجتماعي و ذلك بالالتزام الأخلاقي.

وتعرفها **منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية**"المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تعني التزام المؤسسة بالمساهمة في التنمية الاقتصادية، مع الحفاظ على البيئة والعمل مع العمال وعائلاتهم والمجتمع المحلي، والمجتمع بشكل عام بهدف تحسين جودة الحياة لجميع الأطراف."[2]

ويعرفها البنك الدولي"التزام أصحاب النشاطات التجارية بالإسهام في التنمية المستدامة من خلال العمل مع المجتمع المحلي بهدف تحسين مستوى معيشة الناس، بأسلوب يخدم الاقتصاد ويخدم التنمية في آن واحد"بمعنى أن المسؤولية الاجتماعية تكمن في التعاون مع المجتمع المحلي لتحقيق الأهداف الاجتماعية.

[1] Michel Capron et Françoise Quairel-La noizelée :**la responsabilité d'entreprises ;**éditions la découverte. Paris,2007,p23.

[2] Marie-Françoise GUNNAUD et Frédérique WILLARD : **Du management environnemental au développement durable des entreprises.** France ,ADEME, Mars, 2004,p05 .

إضافة إلى الأهداف الاقتصادية وصولا لتحقيق التنمية المستدامة، من خلال هذا التعريف نلاحظ أنه ركز على الجانب الخارجي للمسؤولية الاجتماعية" [1]

يعرفها الاتحاد الأوروبي"أن تكون المؤسسة مسؤولة اجتماعيا، يقصد به الاستثمار في المورد البشري، البيئة والعلاقات مع الأطراف المتعامل معهم، بعيدا عن الالتزامات القانونية، لذا فهو يعرف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة بأنها:"الإدماج الطوعي للاهتمامات الاجتماعية والبيئية في جميع نشاطات المؤسسة التجارية، وعلاقتها مع الأطراف ذات العلاقة."[2]

إذن من خلال التعريفات السابقة نستنتج أن المسؤولية الاجتماعية تدور حول **نقطتين رئيستين:**

– تتمثل النقطة الأولى في كون المسؤولية الاجتماعية هي عملية تطوعية، ذات طابع أخلاقي نابعة من الإرادة الكاملة للمؤسسة، بعيدا عن الالتزامات القانونية والتشريعية.
– أما الثانية فتشير إلى أن المؤسسة ليست مسؤولة فقط أمام أصحاب المصالح "المساهمين"، بل عليها أن تأخذ بعين الاعتبار مصالح كل من له علاقة مباشرة، أو غير مباشرة من المؤسسة .

وهذا يناقض النظرة التقليدية التي ترى بأن مسؤولية المؤسسة الوحيدة هي تعظيم الأرباح وزيادة ثروة المالكين حسب نظرة المفكر الاقتصادي **ميلتون فريدمان**. ومن ذلك يمكن تعريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة على أنها"المبادرة الطوعية للمؤسسة للمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة والمحافظة على مصالح جميع الأطراف."

ثانيا–أهمية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

هناك وجهات نظر متعارضة حول تبني المؤسسة لمزيد من الدور الاجتماعي، إلا أن هناك اتفاق عام حول كون هذه المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة بحدود معينة تمثل عملية مهمة ومفيدة

[1] شوقي مانع : **دور المسؤولية المجتمعية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تحقيق التنمية المستدامة**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، إدارة الأعمال و التنمية المستدامة ، كلية العلوم الاقتصادية ، مدرسة الدكتوراه ، جامعة فرحات عباس سطيف، 2010/ 2011، ص10 .

[2] **Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises – livre vert,** commission européenne,2001, p 08 .

للمؤسسات في علاقتها مع مجتمعاتها لمواجهة الانتقادات والضغوط المفروضة عليها[1] حيث أن الوفاء بالمسؤولية يجلب لها فوائد كبيرة لاسيما تحسين صورة المنظمة في المجتمع، وترسيخ المظهر الايجابي للعملاء والعاملين والمجتمع ككل. وتتمثل أهمية المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للجهات التالية فيما يلي[2]

أ- **بالنسبة للمنظمة:**

تحسين صورة المنظمة في المجتمع وترسيخ المظهر الإيجابي خصوصاً لدى الزبائن والعاملين وأفراد المجتمع بصفة عامة؛ إذا ما اعتبرنا أن المسؤولية الاجتماعية مبادرات طوعية للمنظمة تجاه أطراف متعددة ذات مصلحة مباشرة أو غير مباشرة، ومن شأن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للمنظمة تحسين مناخ العمل، كما تؤدي إلى بعث روح التعاون والترابط بين المنظمة ومختلف الأطراف ذات المصلحة.

ب-**بالنسبة للمجتمع:**

أما بالنسبة للعائد الذي سيحققه المجتمع بتبني المنظمات لمسؤوليتها الاجتماعية نلخصه فيما يلي:

- زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع مع توليد شعور عالي بالانتماء من قبل الأفراد ذوي الاحتياجات الخاصة كالمعوقين وقليلي التأهيل والأقليات والمرأة والشباب.
- الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفير نوع من العدالة الاجتماعية وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص الذي هو جوهر المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، تحسين نوعية الحياة في المجتمع سواءَ من ناحية البنية التحتية أو الناحية الثقافية. ازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين منظمات المجتمع المختلفة ومختلف الفئات ذات المصلحة.
- تحسين التنمية السياسية انطلاقا من زيادة التثقيف بالوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد والمجموعات والمنظمات وهذا يساهم بالاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية.

[1] Alain Chouveaux .Gean Jaques , op-cit ,p 45.

[2] طاهر محسن منصور الغالي و صالح مهدي محسن العامري، **المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال**، دار وائل، الأردن، 2006 ،ص 52.

- كون المسؤولية الاجتماعية مرتبطة بمفاهيم أساسية كتقليل السرية بالعمل والشفافية والصدق في التعامل وهده تزيد من الترابط الاجتماعي وازدهار المجتمع على مختلف المستويات.

ت-**بالنسبة للدولة:**

- تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة لإدامة خدماتها الصحية،التعليمية،الثقافية والاجتماعية.
- يؤدي الالتزام بالمسؤولية البيئية إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المنظمات بأهمية المساهمة العادلة في تحمل التكاليف الاجتماعية المختلفة ،حيث تمثل عوائد إضافية للدولة.
- المساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة، التي تجد فيها الدولة الحديثة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها،بعيدًا عن تحمل المؤسسات الاقتصادية الخاصة دورها في ذلك. ويمكن إضافة بعض الجوانب التي تبرز من خلالها أهمية المسؤولية الاجتماعية.[1]
- المشاركة في إيجاد حلول للمشكلات الاجتماعية والبيئية.

ثالثًا- مبادئ المسؤولية الاجتماعية :

ترتكز المسؤولية الاجتماعية على تسع مبادئ نلخصها كالآتي :

1-الحماية وإعادة الإصلاح البيئي (Environnemental Restauration) :

يدعو إلى أن تقوم المؤسسة على حماية وإعادة إصلاح البيئة والترويج للتنمية المستدامة فيما يتعلق بالمنتجات والعمليات والخدمات والأنشطة الأخرى وإدماج ذلك في العمليات اليومية.

2- القيم والأخلاقيات (Ethiques): تعمل بموجبه المؤسسات على تطوير وتنفيذ المواصفات والممارسات الأخلاقية المتعلقة بالتعامل مع أصحاب الحق والمصلحة.

3- المساءلة والمحاسبة (Accountability): يستوجب أبدا الرغبة الحقيقية في الكشف عن المعلومات والأنشطة بالطرق والفترات الزمنية المحددة لأصحاب الشأن لاتخاذ القرارات .

4- تقوية وتعزيز السلطات (Empowerment):

العمل على الموازنة في الأهداف الإستراتيجية والإدارة اليومية بين مصالح المستخدمين والعملاء والمستثمرين والمزودين والمجتمعات المتأثرة وغيرهم من أصحاب الشأن.

[1] طاهر محسن ، منصور الغالبي ، صالح مهدي محسن العامري، مرجع سابق ،ص53.

5- الأداء المالي والنتائج (Financial Performance and Results):

حسب هذا المبدأ تعمل المؤسسة على تعويض المساهمين برأس المال بمعدل عائد تنافسي بينما تحافظ في ذات الوقت على الممتلكات والأصول واستدامة هذه العائدات، وأن تكون سياسات المؤسسة هادفة إلى تعزيز النمو على المدى الطويل .

6- مواصفات موقع العمل (Workplace Standards) :

وهو أن ترتبط أنشطة المؤسسة بإدارة الموارد البشرية لترقية وتطوير القوى العاملة على المستويات الشخصية والمهنية بالأخذ في الحسبان أن العاملين يمثلون شركاء قيمين في العمل بما يستوجب احترام حقوقهم في ممارسات عادلة في العمل والأجور التنافسية والمنافع،وبيئة عمل آمنة وصديقة وخالية من المضايقات.

7- العلاقات التعاونية (Collaborative Relationship) : أن تتسم المؤسسة بالعدالة والأمانة مع شركاء العمل وتعمل على ترقية ومتابعة المسؤولية الاجتماعية لهؤلاء الشركاء.

8- المنتجات ذات الجودة والخدمات (Quality Product and Services) :

تحدد المؤسسة وتستجيب لاحتياجات وحقوق الزبائن والمستهلكين الآخرين وتعمل على تقديم أعلى مستوى من المنتجات وقيمة للخدمات بما في ذلك الالتزام الشديد برضا وسلامة الزبائن

9- الارتباط المجتمعي (Community Involvement):

تعمل المؤسسة على خلق علاقات مفتوحة مع المجتمع الذي تتعامل معه وتتميز بالحساسية تجاه ثقافة واحتياجات هذا المجتمع. وتلعب المؤسسة في هذا الخصوص دورا يتسم بالايجابية والتعاون والمشاركة حيثما يكون ممكننا جعل المجتمع المكان الأفضل للحياة وممارسة الأعمال.[1]

[1] عريوة محاد : **دور الأداء المتوازن في قياس و تقييم الأداء المستدام بالمؤسسات المتوسطة للصناعات الغذائية** ، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف،2011، ص55.

المطلب الثاني: التطور التاريخي للمسؤولية الاجتماعية

تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية بشكل متسارع و تأثر بالمتغيرات السياسية والاقتصادية التي سادت في فترات نشوئه، حيث ارتبطت نشأة فكرة المسؤولية الاجتماعية خلال مرحلتها الأولى مع قيام المشاريع الصناعية واعتقاد رجال الأعمال بأنهم يمتلكون هدفًا واحدًا هو تعظيم الأرباح، ولكن كان الجانب القانوني يكبح جماحهم في تحقيق هذا الهدف. وقد ظلت هذه النظرة قائمة خلال القرن التاسع عشر والربع الأول من القرن العشرين .

غير أنها لم تستمر أمام الأزمات الاقتصادية التي شهدها العالم في بدايات القرن العشرين وبشكل خاص تجاه مشكلات ندرة الموارد وانخفاض الأجر وظروف العمل وضغوطات النقابات. كل هذه المشكلات لفتت الأنظار إلى وجود منظور آخر للمسؤولية الاجتماعية لا يرتبط بتعظيم الأرباح.[1]

أوّلا- نشأة و تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية :

ويمكن أن نورد نشأة وتطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية من خلال المراحل الثلاث التالية[2]:

1-مرحلة إدارة تعظيم الأرباح 1800-1920 :

في هذه المرحلة كانت المسؤولية الأساسية للأعمال هي تعظيم الأرباح والتوجه نحو المصلحة الذاتية الصرفة، واعتبار النقود والثروة أكثر أهمية ، ورفع شعار(ما هو جيد لي جيد للبلد).

[1] نجم عبود نجم : **أخلاقيات علم الإدارة في عالم متغير** ، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية(بحوث و دراسات) ، بدون رقم الطبعة ، 2006، ص 127-128 .

[2] ثامر ياسر البكري : **التسويق و المسؤولية الاجتماعية** ، دار وائل للنشر و التوزيع ، عمان، الأردن،الطبعة الأولى 2001 ، ص 18-19 .

2-مرحلة إدارة الوصاية من أواخر العشرينات حتى بداية الستينات :

خلال هذه الفترة كانت مسؤولية الأعمال الأساسية هي تحقيق الربح الملائم الذي يحقق المصلحة الذاتية ومصالح الأطراف الأخرى مثل المساهمين والعاملين، فكان اعتبار النقود والثروة مهمة ولكن أيضا الأفراد مهمون، أما الشعار خلال هذه الفترة (ما هو جيد للشركات جيد للبلد).

3-مرحلة إدارة نوعية الحياة للفترة من أواخر الستينات حتى الوقت الحاضر:

خلال هذه المرحلة تقوم المسؤولية الأساسية للأعمال على أن الربح ضروري ولكن الأفراد أهم من النقود، وهذا ما يحقق المصلحة الخاصة للشركة ومصالح المساهمين والمجتمع ككل، الشعار خلال هذه الفترة هو(ما هو جيد للمجتمع هو جيد للبلد).

ثانيا- تحديات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

قد أشارت العديد من الدراسات إلى أن بروز وتنامي مفهوم المسؤولية الاجتماعية جاء نتيجة العديد من التحديات من أهمها:

1-**العولمة:**

وتعد من أهم القوى الدافعة لتبني المنظمات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية ، حيث أضحت العديد من الشركات متعددة الجنسيات **Multinational Compagnies (Mecs)** 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 والحفاظ على الموارد الطبيعية.

2-**تزايد الضغوط الحكومية والشعبية:**

من خلال التشريعات التي تنادي بضرورة حماية المستهلك والعاملين والبيئة، الأمر الذي يكلف المنظمة أموالًا طائلة إذا ما رغبت في الالتزام بتلك التشريعات، وبخلاف ذلك قد تتعرض للمقاطعة والخروج من السوق بشكل عام.

3-**الكوارث والفضائح الأخلاقية:**

حيث تعرضت الكثير من المنظمات العالمية لقضايا أخلاقية، مما جعلها تتكبَّد أموالا طائلة كتعويضات للضحايا أو خسائر نتيجة المنتجات المُعابة، كما حدث في كارثة التلوث النفطي

للمياه في ساحل ألاسكا والتي تسببت فيها شركة (Exxon Valdez) النفطية، أو كما حدث في فضيحتي الرشوة في شركتيIBM Banco Nation في الأرجنتين، وفضيحة رشوة (Lockheed) عام 1970 في أمريكا، الأمر الذي دعا السلطات الأمريكية إلى سَن قانون ينظم التعامل مع قضايا الرشوة.

4-التطورات التكنولوجية المتسارعة:

والتي صاحبتها 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 أنه مع تغير بيئة العمل العالمية، فإن متطلبات النجاح والمنافسة تغيرت أيضا، إذ أصبح لزامًا 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 حيث أن 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.[1]

المطلب الثالث : أبعاد وعناصر المسؤولية الاجتماعية

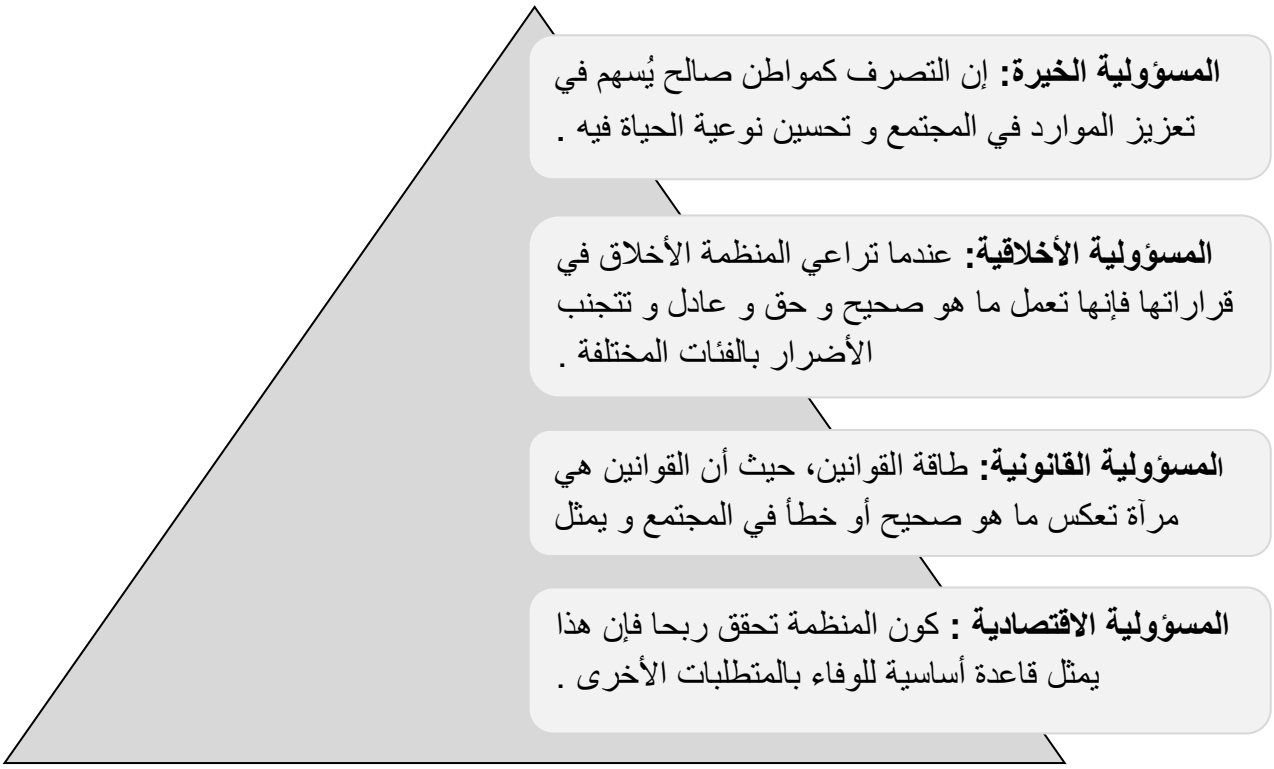
أوّلاً-أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

تشتمل المسؤولية الاجتماعية على عدة أبعاد، ويعتبر تصنيف الباحث كارول"Carroll" أهم التصنيفات لأبعاد المسؤولية الاجتماعية، حيث يرى كارول أن المسؤولية الاجتماعية تشمل أربعة أبعاد أساسية تتمثل في: البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الأخلاقي والبعد الإنساني. ويمكن تمثيل هذه الأبعاد على شكل هرمي متسلسل لتوضيح الترابط من جهة، ومن جهة أخرى فإن

[1] منتدى كلية التجارة ، أحمد السيد كردي : http://www.swmsa.net/articles.php?action=show&id=1957 **المسؤولية الاجتماعية ، التنمية الاقتصادية** ،كلية التجارة تاريخ الولوج :2018/03/15 على الساعة15:05 .

استناد أي بعد على بعد آخر يمثل حالة واقعية، حيث لا يمكن أن نتوقع من المؤسسة مبادرة إنسانية،أخلاقية ومسؤولة إذا لم تكن هذه المنظمات قد قطعت أشواطا في عمل أبعادها الاقتصادية والقانونية نحو مجتمعها الذي تعمل فيه حيث تمثل هذه الأبعاد مطالب أساسية للمجتمع. [1]

شكل رقم 01: هرم ARCHIE CARROLL لأبعاد المسؤولية الاجتماعية.



المصدر: طاهر محسن منصور الغالبي، د.صالح مهدي محسن العامري: " المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال."،ط3 ،عمان، دار وائل للنشر،2010، ص93 .

1-البعد الاقتصادي :

هناك من يرى بان المؤسسات عبارة عن وحدات اقتصادية تهدف إلى تحقيق الربح مما ينعكس إيجابا على محيطها الخارجي (مجتمعها). ويتمثل هذا البعد بمسؤوليات أساسية في إنتاج السلع والخدمات ذات القيمة للمجتمع بتكلفة معقولة ونوعية جيدة ،وفي هذا الإطار فان المؤسسات تحقق العائد والأرباح الكافة بتعويض مساهمات أصحاب رأس المال والعاملين وغيرهم، بالإضافة

[1] طاهر محسن منصور الغالبي، وائل محمد صبيحي، مرجع سابق، ص531 .

إلى مسؤولياتها في توفير الظروف المناسبة للعمل ووضع كافة الإجراءات المناسبة لحماية العمال من أخطار وأضرار العمل وتوفير مناصب الشغل.

تدفع المنافسة في كثير من الأحيان إلى خلق اقتصاديات كثيرة تقوم من خلالها المؤسسات الكبيرة بإزاحة بعض المؤسسات صغيرة الحجم من المنافسة مما يخلق ويزيد من حدة البطالة وتفشي بعض المشكلات الاجتماعية كانت المؤسسات طرفا فيها، فإحساس وشعور المؤسسات بمسؤوليتها الاقتصادية مهم بشكل خاص بالنسبة للموظفين ،ويثير قضايا مثل بيئة عمل ملائمة، توفير العدالة الوظيفية والتنظيمية وإتاحة بعض فرص التقدم للعاملين وغيرها من الأمور.ففي ألمانيا قللت شركة BMW من ساعات العمل من 37 إلى 31 ساعة في الأسبوع بينما حافظت على معدلات الرواتب كما هي.[1]

2-البعد القانوني:

يقوم القانون بالتزام رسمي وهو بهذا أداة فرض والتزام يمكن أن يقاضي فيعاقب بالجزاء أو التعويض الملائم، إذن فالقانون هو القيم الرسمية المقبولة بالحد الأدنى من قبل المجتمع من الناحية الاجتماعية والأخلاقية، فالبعد القانوني يمثل جانب من المسؤوليات الملقاة على عاتق المؤسسات التي تعمل احترامها والالتزام بها. ويمكن النظر إلى البعد القانوني على أنه خضوع والتزام المؤسسات بالقوانين والتشريعات واللوائح والأنظمة التي تسنها الدولة لتشجيع المؤسسات على انتهاج سلوك مقبول نحو مجتمعها ورفض الأعمال غير المشروعة. بهذا تكسب المنظمات ثقة مجتمعها. فإذا شعر أصحاب المصالح بأن المنظمات تنحرف عن مسؤوليتها الاجتماعية فإنهم سيسعون إلى إيجاد قوانين تضبط سلوكها للضغط عليها للامتثال لتلك القوانين.

فالبعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية غير محصور في نظافة وحدود المؤسسة والمستهلك والمجتمع وما تربطهم من علاقات."بل تعمل على حماية المؤسسات بعضها من البعض الآخر ،جراء أساليب المنافسة غير العادلة التي قد تحصل[2] وما ينجَّر عنها من صراعات وتأزُّمات. ولهذا فالبعد القانوني يعتبر أفضل قاعدة للتعامل الرسمي التعاقدي الملزم الذي يمثل التكافؤ

[1] سعيد على الراشدي: **الإدارة بالشفافية** ، دار كنز المعرفة للنشر والتوزيع ، ط1 ،عمان –الأردن ،2007 ،ص20.

[2] نظام موسى سويدان ، شفيق إبراهيم حداد ، **التسويق مفاهيم معاصرة** ، دار حامد للنشر والتوزيع ،عمان– الأردن ،2003،ص82.

المتعادل والمتوازن إلى حد ما لجميع الأطراف،كما يشمل على حق المساءلة الاجتماعية وهي حق الأفراد والمؤسسات والمجتمع المدني في:"الطلب من المسئولين تقديم التوضيحات اللازمة لأصحاب المصلحة حول كيفية استخدام صلاحيتهم وتصريف واجباتهم والأخذ بالانتقادات التي توجه لهم، وتلبية المتطلبات المطلوبة منهم وقبول المسؤولية عن الفصل وعدم الكفاءة أو عن الخداع والغش."

حيث تشمل المساءلة الاجتماعية مجموعة من الإجراءات التي تتخذ بواسطة المواطنين أو المجتمع المدني لإخضاع الموظفين لها، وتتحدث عن مسؤوليات مختلفة على المستوى المحلي والوطني كما تتناول القضايا المختلفة مثل السياسات والنفقات العامة للخدمات، وتستخدم استراتيجيات مختلفة كالبحوث، الرصد، التخطيط بالمشاركة، التربية المدنية،التغطية الإعلامية.

وعلى الرغم من هذا التنوع تحاول مبادرات المساءلة الاجتماعية للأفراد العاديين إمكانية الحصول على معلومات والتعبير على احتياجاتهم وتزيد من فعالية مشاركة الفرد في القضايا العامة، حيث تحث على التحرك على مستوى ابعد من مجرد الاحتجاج. والهدف من المُساءلة هو محاسبة كافة المسئولين عن الأموال العمومية وحمايتها من العبث الذي قد يطال هذه الأموال، وبالتالي الحد من الانتهاكات التي قد تحدث من حين إلى آخر لبعض المسئولين نتيجة تصرفهم بطرق غير شرعية كالرشوة والفساد الإداري وتجاوز المواثيق الأخلاقية.فلا معنى أن تتبنى المؤسسات دورا اجتماعيا وهي تخرق الجوانب القانونية،بل العكس تماما فأهم شيء في المسؤولية الاجتماعية هو الالتزام بالقوانين والأعراف والعادات والتقاليد الاجتماعية .وهذا يجرنا الحديث عن البعد الأخلاقي الطوعي للمسؤولية الاجتماعية.

3-البعد الأخلاقي :

تشير الأخلاق إلى الضوابط والمعايير التي تستند إليها المؤسسة لغرض التميز بين ما هو صحيح وماهر خاطئ. إن المؤسسات وهي تحاول أن تعزز السلوك الأخلاقي يفترض بها أن تعرف وتعي طبيعة تطور الالتزام الأخلاقي الأدنى للعاملين فيها، كما يفترض على المؤسسات أن تستوعب الجوانب القيمة والأخلاقية، فالأخلاق أصبحت بمثابة الأساس في الاقتصاد، وأصبحت من الدعائم والركائز التي يقوم عليها، لان المنظمات أدركت بان الأخلاق لم تعد مسالة هامشية بل إحدى شروط النجاح. فعند قيام المنظمات بأنشطة مختلفة عليها مراعاة القيم الأخلاقية

للمجتمع وممارسة أعمالها ضمن ضوابط اجتماعية ومبادئ وقواعد أخلاقية. ويمكن لهذه المنظمات أن تخلق من تلك الضوابط الاجتماعية استثمارا حقيقيا في أدائها الاجتماعي والاقتصادي. غير أن بعض هذه الجوانب الأخلاقية و القيمية والسلوكية لم يُؤَطَر بعد بقوانين ملزمة، ويبقى احترامها أمرا ضروريا لتحسين صورة المؤسسة في المجتمع، فتجاهل المؤسسة للمعايير الأخلاقية يضعها في مواجهة الكثير من المشاكل والشكاوى والاحتجاجات والصراعات، لهذا فالقوانين والتشريعات وحدها لا تكفي في أن تتحكم في زمام الأمور وان تحمي المجتمع وتوفر له الثقة والأمان، ولكنها حين تعمل في بيئة ونطاق أخلاقي تحقق كفاءة عالية في التنمية والإصلاح كما يفترض بها تشجيع السلوك المتخلق وتشجيع الالتزام الأخلاقي فيها كما يلي :

- وجود مدونة أخلاقية عن كيفية التعامل مع مختلف المواقف وتساهم في تحسين السلوك الأخلاقي للأفراد والجماعات وكذلك تساعد المدونة على نشر ثقافة تنظيمية تعزز الاهتمام بالأبعاد الأخلاقية لمختلف القرارات والمواقف والأفعال.[1]
- وجود مبادئ إرشادية للسلوك الأخلاقي تُمكن من الحكم بأخلاقية ولا أخلاقية السلوك نظرا إلى:
  - المنفعة المحققة من هذا القرار لأكبر عدد من الأفراد دون أن الإضرار بسلوك الآخرين.
  - تحقيق السلوك لحقوق الإنسان.
  - عدالة القرارات المتخذة وصدقها ونزاهتها فالعدالة تعني التساوي في الحقوق والواجبات وأن يكون العقاب يتناسب مع الفرد الحاصل.

وتبرز مصادر أخلاقيات الأعمال في المنظمة فيما يلي: ثقافة المجتمع، الأعراف والتقاليد، العوامل الشخصية للأفراد، ثقافة المؤسسة، القوانين والسلوك.

4-البعد الإنساني (الخيري) :

البعد الإنساني هو رسالة صادقة وخدمة إنسانية تخدم بها المؤسسة مجتمعها من خلال تحسين قوانين حياته والمشاركة في حل مشكلات معينة ودعم القضايا التي تتعلق بالبيئة والمجتمع كاستخدام مواد صديقة للبيئة، أو التبرعات التي تقدمها المؤسسات للمجتمعات الناشطة والفاعلة

[1] طاهر محسن منصور الغالبي ، مرجع سابق، ص 63 .

في المجتمع وفي مبادرات طوعية غير ملزمة للمؤسسة، تبادر بها بشكل إنساني وتطوعي من المتطلبات الضرورية للمؤسسة إلا أنها تدعم الثقة وتعزيز صورة المؤسسة في الداخل والخارج من خلال النشاطات والأعمال التي تقوم بها خدمة للمجتمع. [1]

ثانيًا- عناصر المسؤولية الاجتماعية :

إذا كانت المؤسسة الاجتماعية تسعى إلى تحقيق أهداف أصحاب المصالح فإن هؤلاء تختلف مكانتهم حسب طبيعة تأثيرهم على المؤسسة أو حسب البيئة أو الزمن، وقد حدّد الباحثون عدداً كثيراً من العناصِر التي تُشكّل مُحتوى المسؤولية الاجتماعية و لكنهم يتباينون في ترتيب الأولويات فهناك بعض العناصر التي تأتي في مراتب متقدمة كالزّبائن (حسب Carroll)، وعموما يُمكن اعتماد توقعات العناصر التالية كمُؤشّرات لمحتوى المسؤولية الاجتماعية.

جدول رقم 08 :عناصر المسؤولية الاجتماعية

العناصر	التوقعات
الإدارة العامّة	• مرونة الأشخاص. • عضوية النقابات العمّالية في السّياسة العامّة للمؤسسة. • تحفيز الأفراد و التّماسك الاجتماعي .
الإطارات الوسطى	• الاتساق في القرارات الإدارية. • احترام التّسلسل الهرمي. • المُشاركة في الإدارة .
العمال	• جاذبية الأجور . • شروط العمل. • تطوير العمال. • التّكوين.
مُمثّلو الأفراد	• احترام الحريات النقابية. • مُشاركة العاملين في السياسة العامة للمؤسّسة.
الموردون	• احترام العقد ومكافحة المُمارسات غير التّنافُسية. • الثّقة والعلاقات طويلة الأجل. • التّكامل مع الإنتاج: المشتريات،الوقت،النقل،...

[1] طاهر محسن منصور الغالبي ،نفس المرجع ،ص 63 .

	• التّكامل مع نِظام الجودة. • السِّياسات الاجتماعية.
الزبائن (المُستهلكون)	• الأسعار. • شهادة المنتج(الجودة). • الابتكار، نوعية المُنتج، خدمات ما بعد البيع. • أخطار بيئية وصحية مرتبطة بالمنتج. • احترام القوانين (الاجتماعية والبيئية).
البنوك التأمينات المُستثمرون	• قيم الأسهم. • فعالية وثقافية الإدارة(الحكومة). • شفافية المعلومات. • مسؤولية قانونية. • أخطار مُرتبطة بالنّشاط(التلوث،الأمن الدّاخلي).
المنافِسون	• المُنافسة العادلة والنّزيهة. • المعلومات الصادقة والأمنية .
المجتمع	• خلق فرص عمل جديدة. • دعم الأنشطة الاجتماعية. • احترام العادات والتّقاليد. • الصدق في التّعامل.
البيئة	• الاستخدام الأمثل والعادل للموارد الطبيعية. • المُحافظة على البيئة.
الحكومة	• الالتزام بالتشريعات والقوانين. • المُساهمة في حل المشاكل الاجتماعية. • احترام تكافؤ الفُرص بالتوظيف.
جماعات الضغط الاجتماعي	• التعامل الجيد مع جمعيات حماية المُستهلك. • احترام دور النّقابات العمّالية. • التّعامل الصادق مع الصّحافة.

المصدر :طاهر محسن منصور الغالبي،"**المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال**"مجلة البحوث المعاصرة، مجلد 11،عدد1997،2.

ويعتقد البعض أنّ المؤسسات بالإضافة إلى اهتمامها بمختلف أصحاب المصالح عليه أن تعمل على ترقية الرفاهية الاجتماعية، وتحسين نوعية الحياة في المجتمع بشكل عام من خلال المساهمة في الأنشطة الخيرية وأعمال الإحسان ودعم الأنشطة الثقافية والفنية.[1]

المطلب الرابع: أساسيات ممارسة المؤسسة لمسؤوليتها الاجتماعية

لكل مؤسسة طرقا تنتهجها في تسيير شؤونها الداخلية و الخارجية، وأولويات يتم على إثرها تسطير برنامجها، وهذا حسب نوع نشاطها، وسياستها المتبعة وكذا قدرتها المالية. وتختلف درجة تبني وممارسة مفهوم المسؤولية باختلاف الدول، وحسب طبيعة المنظمات وبيئة الأعمال السائدة من انتشار ثقافة المسؤولية الاجتماعية، المراكز المالية والأداء الإداري لكل منظمة، فنجد أن الاهتمام يكون أكبر بهذا الجانب الاجتماعي لدى المنظمات في الدول المتقدمة خاصة التي تحقق رقم أعمال ضخم كل سنة، فمن وجهة نظرها لا بد من انتهاج سياسة تهدف لدمج البعد الاجتماعي والأخلاقي مع البعد الاقتصادي والعمل على إيجاد علاقة تكاملية تخدم الهدف العام للمنظمة. ويبقى هناك تباين في مدى أداء المنظمات لدورها المجتمعي، وهذا راجع لإستراتيجية كل واحدة في التعامل مع هذا الدور.

أوّلًا- إستراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية:

يتمحور الأداء الاجتماعي للمنظمة حول أربعة مواقف أو إستراتيجيات تتمثل فيما يلي :

1-إستراتيجية الممانعة أو عدم التبني:

وتعرض هذه الإستراتيجية اهتماما كبيرا بالأولويات الاقتصادية لمنظمات الأعمال(العوائد الأخرى)، دون تبني أي دور اجتماعي لأنه يقع خارج نطاق مصالحها التي يجب أن تتركز على تعظيم الربح.

[1] د.طاهر محسن المنصور الغالبي، د.صالح مهدي محسن العامري : "**الإدارة و الأعمال** "، دار وائل للنشر والتوزيع الطبعة الأولى، 2007، ص 92 .

2-الإستراتيجية الدفاعية:

وتعني القيام بدور اجتماعي محدود جدا بما يتطابق مع المتطلبات القانونية المفروضة فقط، وهو لحماية المنظمة من الانتقادات وبالحد الأدنى، ويقع هذا الدور ضمن المتطلبات الخاصة بالمنافسة وضغوط الناشطين في مجال البيئة.

3-إستراتيجية التكيف:

تخطو المنظمة بهذه الإستراتيجية خطوة متقدمة باتجاه المساهمة بالأنشطة الاجتماعية،من خلال الاتفاق في الجوانب المرتبطة بالمتطلبات الأخلاقية،القانونية والاقتصادية، ليكون لها دور اجتماعي واضح بالتفاعل مع الأعراف والقيم وتوقعات المجتمع.

4-إستراتيجية المبادرة التطوعية:

تأخذ الإدارة هنا زمام المبادرة في الأنشطة الاجتماعية وذلك بالاستجابة للكثير من المتطلبات الاجتماعية وفقا لتقديرات المدراء بما يتناسب مع المواقف المختلفة وتتميز هذه الإستراتيجية بأن الأداء الشامل لمنظمة الأعمال يأخذ دائما في الاعتبار أن لا تكون القرارات المتخذة أو التصرفات ذات أثر معاكس لتطلعات المجتمع ومصلحته.

ثانيًا- كيفية ممارسة المؤسسة لمسؤوليتها الاجتماعية ؟

تستطيع المؤسسات تعزيز مسؤوليتها الاجتماعية من خلال ما يلي :

- تحديد رسالتها المجتمعية التي تنقل قيمتها ومنظومتها الأخلاقية، ووضع أهداف وآليات ترجمة هذه الرسالة بما يخدم المجتمع المحلي وبما يتسق مع هذه الرسالة.
- تحديد المجالات التنموية والإنسانية بالتنسيق مع الجهات الحكومية ومؤسسات العمل الإنساني، التي يمكن أن تساهم فيها على نحو يترك أثرا قابلا للقياس ويمكن الإضافة عليه.
- تضمين أجندة فعاليتها السنوية مجموعة من الحملات والأنشطة والبرامج والمبادرات التّوعوية والإنسانية والتّطوعية التي تفيد المجتمع المحلي وتسهم في تحسين حياة النّاس بشكل أو بآخر، أو تعمل على توعيتهم بالقضايا المُلَحَّة في المجتمع.
- تكريس مبدأ الاستمرارية والتأثير المستدام من خلال وضع برنامج ثابت للفعاليات المجتمعيّة الخيريّة والتطوعية والعمل على تقييمها بصورة دورية وتطويرها وتوسيع دائرة تأثيرها.

- وضع إستراتيجية المؤسسة للمسؤولية الاجتماعية التي تنطلق من تعزيز دور القطاع الخاص كشريك أساسي في التنمية، وتشمل تحديد الميزانية والتكاليف ورسم الرؤوس والأهداف، ووضع أجندة الفعاليات والمبادرات التطوعية والإنسانية والبيئية، وعقد شراكات مع جهات أخرى، ذات نشاط مشترك، وتنسيق الجهود فيما بينهم.
- إرساء ثقافة للمسؤولية الاجتماعية بين الموظفين، وتوفير الفرص لهم لتطوير الحملات والمبادرات الإنسانية والمجتمعية، تحظى بدعم المؤسسة، بحيث توفر لها كافة الموارد والآليات لتنفيذها وحثّهم على الانخراط في البرامج التطوعيّة وتحفيزهم ومكافأتهم .

المبحث الثاني : الاتصال وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة .

تتمثل علاقة الاتصال بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة في الاتصال المسؤول الذي يُعنى بنقل الرسائل الاجتماعية والبيئية لتوضيح التزام المؤسسة بدورها الاجتماعي والحمائي للبيئة والمحيط والموارد الطبيعية. ويتمثل الاتصال المسؤول في الاتصال البيئي والاتصال الاجتماعي اللذان يدعمان تطبيق التنمية المستدامة من خلال الرسائل الاتصالية المسؤولة التي تتناقلها المؤسسة داخليا وخارجيا .

المطلب الأول : الاتصال البيئي ومهامه

يتفرع عن الاتصال المسؤول من حيث تطبيقاته نوعان أساسيان للاتصال وهما: الاتصال البيئي والاتصال الاجتماعي، حيث أن المؤسسة تستعمل **الاتصال البيئي** لنقل وتقييم الآثار البيئية لأنشطتها إلى الأطراف ذات العلاقة بها سواء داخلها أو خارجها، وتطبقه خصوصا فيما يتعلق بنظام الإدارة البيئية الذي يتطلب نشر المعلومات البيئية لإدماج مختلف العمال في الانخراط لتحقيق الأداء البيئي الفعال ضمن نظام الإدارة البيئية.

أوّلًا–مفهوم الاتصال البيئي: ويعرف الاتصال البيئي على أنه"الاستعمال الاستراتيجي والمخطط للعمليات والأنشطة الاتصالية، ومخرجات وسائل الإعلام، من أجل النقل الفعال للسياسة البيئية الموضوعة لمشاركة الجمهور في وضع المشاريع الموجهة نحو الاستدامة البيئية."[1]

[1] محمود عبد العزيز: **التغطية الصحفية لموضوعات البيئة** ، الدار الدولية للنشر و التوزيع ، دط، القاهرة ، 1988 ، ص 123 .

كما يشير الاتصال البيئي إلى"دراسة وممارسة كيف يمكن للأفراد والمؤسسات والمجتمعات والثقافات، توزيع، تلقي، فهم واستخدام رسائل عن البيئة، وتفاعلات الإنسان معها وهذا يشمل مجموعة واسعة من التفاعلات الممكنة من الاتصال بين الأشخاص والجماعات، والمشاركة في وضع القرار البيئي وتغطية وسائل الإعلام." [1]

وهو كذلك "الاستعمال الاستراتيجي للتقنيات الإعلامية من أجل تدعيم السياسات والمشاريع البيئية وترقيتها، كما يعد نشاطيا إسهاميا يهدف إلى إشراك كل الأطراف المعنية بالعمل بدقة وجدّية تجاه المجموعات موضوع التوعية، وهو تهذيب وتشجيع سلوكيات العمل البيئي من طرف الأفراد و ذلك بمساندة تلك المشاريع وتشجيع المشاركة فيها."[2]

ثانيًا– مهام الاتصال البيئي:

يعتبر الاتصال البيئي أداة إيجابية تسهم في نشر وتكوين الوعي الخاص بالقضايا والمشكلات البيئية المختلفة ، وفي إطار عمله يشرف على عدة مهام نذكر ما يلي :

- تنمية الوعي البيئي من خلال تنمية الوعي العام تجاه قضايا البيئة، مما يساعد على خلق تيار شعبي ضاغط على الحكومات للاهتمام بالمشكلات البيئية.
- إيقاظ الهمم وشحذ الأفراد لتحريك الجمود في ساحة البيئة، وتحفيز أصحاب القرار بالمعلومة البيئية الصحيحة حتى يتم التصرف بمسؤولية تجاه البيئة لتحسين نوعية الحياة دون الإضرار بالموارد و دون تعريض حياة الأجيال القادمة للخطر.
- الدعوة إلى ضرورة تحسين مستوى معيشة البشر، حفظ التنوع البيئي، خفض استنفاذ الموارد الغير متجددة، مراعاة الحفاظ على القدرة الاستيعابية للأنظمة الايكولوجية (البيئية) وتغيير العادات والسلوكيات السلبية تجاه البيئة.
- مواجهة العبث والاستهتار البيئي وتعزيز قدرات الفئات الراغبة في التغيير للأفضل، وتمكين المجتمعات من حماية بيئتها.

[1] نفس المرجع ، ص 123 .

[2] أحمد ملحة : **الرهانات البيئية في الجزائر** ، مطبعة النجاح ،الجزائر، أفريل 2000 ، ص 135 .

- العمل على كسب أصدقاء للبيئة والتنمية وكل يوم وتسليط الأضواء على الإيجابيات والجهود المبذولة لحماية البيئة وتشجيع الشراكة وتمكينهم من قيادة العمل البيئي.
- خلق حوار مفتوح بين قطاعات المجتمع المختلفة حول قضايا البيئة.
- تعميم الوعي للمحافظة على الموارد الطبيعية وكذا الكائنات الحية المختلفة.
- تنمية المجتمع.[1]
- تفعيل مشاركة الأفراد والمنظمات والهيئات والمؤسسات المعنية بقضايا البيئة في أنشطة الاتصال البيئي ودعم شعورها بالمسؤولية تجاه قضايا المجتمع.
- وضع قضايا البيئة ضمن أولويات اهتمام الجمهور العام، وزيادة المساحة التي تشغلها في الاتصال الاجتماعي بين الجماعات المستهدفة.
- دعم إدراك الجمهور العام والنوعي لحقيقة الدور الحيوي الذي تقوم به الأجهزة البيئية في تقديم حلول مستدامة للمشكلات البيئية بالتعاون مع الهيئات والمنظمات المحلية، الإقليمية والدولية.

إذن من خلال ما سبق فالاتصال البيئي يلعب دورا هاما في حماية البيئة، من خلال المهام التي يقوم بها خصوصا التوعية والتحسيس البيئي، وتغيير السلوكيات البيئية السلبية إلى سلوكيات إيجابية، عن طريق خلق سلوكيات بيئية يلتزم بها الجميع(مواطنين،دول،مؤسسات...)عن طريق الحوار والتفاعل والمشاركة للارتقاء بالعمل البيئي الذي يسهم في الحفاظ على البيئة وحمايتها.

المطلب الثاني : الاتصال الاجتماعي ومهامه

فيما يتعلق **بالاتصال الاجتماعي** الذي يعتبر من أهم عناصر السياسة الاتصالية المسؤولة فإنه يقوم بنقل الآثار الاجتماعية للمؤسسة، من خلال توضيح نشاطاتها الاجتماعية تجاه المجتمع، كما تستعمله المؤسسة في تطبيق الإجراءات التي تتعلق بالمسؤولية الاجتماعية على المستوى الداخلي للمؤسسة تجاه العمال، فنظام الصحة والسلامة المهنية، يتطلب استعمال الاتصال الاجتماعي لتوعية وتحسيس العمال بالوقاية من الأمراض والحوادث المهنية.

[1] إسماعيل إبراهيم : **الصحفي المتخصص** ، دار الفجر للنشر،مصر ،ط 2001 ،ص237 .

أوّلًا- مفهوم الاتصال الاجتماعي:

يعتبر الاتصال الاجتماعي عملية تبادل المعلومات وتعديل الآراء والتصرفات والمعارف عن طريق الإقناع والتأثير. وتكمن العملية الإعلامية في مخاطبة عقل الفرد وقلبه وأخلاقه، والاتصال الاجتماعي من بين العلوم التي تعتمد عليها الدول لمواجهة الآفات والمشاكل، فهو يعمل على بث ونقل القيم والعادات والتقاليد، وكل ما هو ذو قيمة في ثقافة وحضارة البلد،ثم العمل على المحافظة على السلوك الجيد والحرص عليه ودعوة المجتمع إلى التمسك به،بما يحافظ على هوية المجتمع وتحقيق الترابط بين أفراده و نبذ السلوك السيئ المضِّر بالمجتمع.[1]

ويعرفه ميشيل لوني: "بأنه ليس مجرد إعلام واستعلام فقط وإنما يعني أيضا تقويم آراء وسلوكيات الغير، بحيث يتم اللجوء إلى الاتصال الاجتماعي كلما دعت الحاجة للبحث عن التغيير لفائدة إصلاح المجتمع ككل، وقد يكون الأهم بالنسبة لمكافحة الأمراض الاجتماعية، وتنمية القيم الأساسية، إنه ركيزة أساسية لتغيير الآراء إلى الأفضل وتعديل السلوكيات المعاكسة" [2]

ثانيًا- مهام الاتصال الاجتماعي :

للاتصال الاجتماعي عدة مهام يقوم بها سواءً تجاه الأفراد العاملين بالمؤسسة أو تجاه المجتمع والمؤسسات المتعامل معها، نذكر منها ما يلي:

1) التوعية والتعليم:

حيث يرمي إلى التأثير على الرأي السائد بغية الوصول إلى تغيير السلوك المخل بالمصلحة العامة للفرد والجماعة، فيتم التنبيه إلى خطورة بعض المشاكل النفسية، فيكون لدى الفرد معرفة فتُثار العقول ويعي الفرد خطورة المشكلة، وبالتالي قد يقلع عن هذا السلوك وأحسن الأمثلة عن الدور التعليمي للحملات في بلادنا ما تقوم به مؤسسة "سونلغاز" حيث تقوم بحملات تُعلِّم المواطن كيفية إغلاق أنابيب الغاز، ووضع فتحات التهوية وعدم لمس أقفال الكهرباء، وكذلك معظم

[1] فطومة بنت محمد:**التسويق واستخدامه في الاتصال**،رسالة ماجستير معهد الإعلام والاتصال،جامعة الجزائر،2012، ص121.

[2] ميشيل لوني : **الاتصال الاجتماعي** ، ترجمة صالح بن حليمة ، المنظمة العربية للتربية و الثقافة و العلوم، تونس ، 2003،ص04 .

حملات وزارة الصحة التي تُعلِّم المواطن بماهية المرض وكيفية الوقاية منه، ويمكن استعمال هذه الوظيفة الاتصالية في المؤسسات الاقتصادية بالتطبيق الفعال لنظام الصحة والسلامة المهنية.

2) مكافحة المخاطر والآفات والمشاكل الاجتماعية :

تطورت هذه الآفات بتطور الحياة، فلجأت الحكومات للتوعية للتقليل منها وتطهير المجتمع منها، فالاتصال الاجتماعي يهدف إلى التأثير بالإقناع لتفادي الآفات والأمراض وحفظ الصحة.

3) ترقية سلوك الفرد و تنظيمه:

يعمل الاتصال الاجتماعي على جعل سلوكيات الفرد منظمة وبالتالي جعل هذا السلوك ساميا مبنيا على النظام السنوي، وبالتالي تحقيق الاستقرار داخل المجتمع.

4) إثراء معرفة الإنسان :

فالمعرفة الشخصية التي يكتسبها الفرد قد تكون في شكل معتقدات خاطئة وغير واسعة فيمكن للاتصال الاجتماعي أن يصححها وهكذا يكتسب الفرد معارف جديدة.[1]

5) إحداث التغير الاجتماعي:

طبيعة المجتمع تتطلب التغيير، وعليه فالتغيير ضرورة اجتماعية لأن الوضعيات المتزنة في المجتمع لا تؤدي إلى تغيير، بمعنى أنه في حالة عدم التوتر في العلاقة فإن التغيير لا يحدث ولا يمكن التحرك والتطور،لهذا لا بد من صراع، وجعل الناس يطرحون تساؤلات للوصول إلى حل أو نتيجة، فمواضيع الاتصال الاجتماعي تعالج قضايا سائدة في المجتمعات بتقديم البدائل لمكافحتها وتغيير السلوك، وهنا يبرز دور الإقناع .

6) الدور الاقتصادي للاتصال الاجتماعي :

تخصص للآفات الاجتماعية ميزانيات باهظة من طرف الحكومات خاصة تكاليف المستشفيات في توفير الأدوية وغيرها، وكلها تؤثر سلبا على الاقتصاد الوطني، والاتصال الاجتماعي من خلال حملاته التحسيسية للوقاية من هذه المشاكل، يوفر هذه التكاليف الباهظة

[1] ميشيل لوني : **الإعلام الاجتماعي** ،ترجمة صالح بن حليمة ، تونس المنظمة العربية و العلوم دار ، الثقافة ، 1993، ص08.

لاستغلالها في مجالات أخرى ومنه تحقيق الازدهار الاقتصادي.وعلى مستوى المؤسسة الاقتصادية يساهم الاتصال الاجتماعي بترقية الحفاظ على صحة العمال وسلامتهم من حوادث العمل، وبالتالي تقليص الأمراض والحوادث المهنية التي تعود على المؤسسة برفع طاقة الإنتاج، وتوفير مبالغ مالية يمكن استثمارها في توسيع أنشطة المؤسسة وتطوير وسائل أنتاجها.

7) الدور الأخلاقي للاتصال الاجتماعي :

الاتصال الاجتماعي يخدم المصلحة العامة وينشر قيم ومبادئ أخلاقية سامية وسلوكيات سوية داخل المجتمع كالحفاظ على المياه، فمن الأخلاق عدم الإسراف وعدم التبذير ومكافحة المخدرات والإدمان على الكحول وهي مشاكل يسعى الاتصال الاجتماعي إلى إيجاد حل لها.[1]

المطلب الثالث : الاتصال الداخلي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

إن مهمة وضع معالم الاتصال الداخلي هي مهمة جميع القوى الفاعلة داخل المؤسسة، بوضع إستراتيجية عمل، لتحصيل أحسن الأوضاع، وحل أمثل للمشاكل، ما يسهل الحوار وتبادل الخبرات من خلال تطبيق إستراتيجية اتصالية فعالة، تجند لها قوى بشرية ومادية، تعمل على توجيه المؤسسة نحو أهداف مشتركة، تنسجم مع الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

هذه الإستراتيجية تتجاوز فكرة أن الاتصال عملية طبيعية لا تطرح إشكالا، فالاتصال أداة توظيف وتطبيق لآليات سير المعلومة بين جميع المستويات التنظيمية في المؤسسة، بدءا من قيمة السلم الهرمي الداخلي إلى المستويات الدنيا، فهو يلعب دورا في أداء العمل، إذ لا يمكن تجاهل دور العامل في تحريك عجلة التنمية، فمستوى الأداء مرهون بتوفير المعلومة ذات المصداقية والتي تعبر عن الوضعية الحقيقة والملائمة لاتخاذ القرار، وبالمقابل التسيير الجيد يعتمد على السريان الأحسن للمعلومة وثقة الأشخاص من أجل تحقيق الاندماج الاجتماعي للمؤسسة، واندماج الأشخاص في قيم وأهداف تشكل ثقافة المؤسسة.

فموضوع المسؤولية الاجتماعية أو التنمية المستدامة، شكّل لبضع سنوات مصدر قلق كبير بالنسبة للمؤسسات ومن أبرز ما قدم من قبل الأمم المتحدة بما فيها الميثاق العالمي الذي أطلقه **كوفي عنان**، في منتدى **دافوس** الاقتصادي عام 1999، وقد تعهدت الشركات المشاركة

[1] ميشيل لوني: مرجع سبق ذكره ،ص 09

على اتخاذ خطوات لتعديل أدائها من أجل إدماج المبادئ العشرة للاتفاق على إستراتيجيتهم، ثقافتهم و أنشطتهم اليومية.

وأعلن عن جملة عالمية لبنود اتفاق عن طريق اللجوء إلى وسائل الاتصال مثل البيانات الصحفية أو الخطب وغيرها، وهذا يدخل في إطار الاتصال المؤسساتي، لكن جميع هذه الشركات أدركت الحاجة إلى جعل المسؤولية الاجتماعية أقوى بانتهاج سياسة اتصالية داخلية فعالة، لأن التحدي هو الفهم والتعاون وضم الفرق المنتشرة في كل أنحاء العالم في هذا المسعى. حيث أن الاتصالات الداخلية ليست محايدة، وهذا لا يعني أنها متحيزة، يجب أن تكون لديها الرغبة في معرفة الحقيقة والعدالة وممارسة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والدور الاجتماعي والبيئي الذي ينتظر منها الممارسة والتطبيق في المحيط الذي تنشط فيه.

المطلب الرابع : الاتصال المسؤول والمسؤولية الاجتماعية

تتمثل علاقة الاتصال المسؤول بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة في الاتصال الذي يُعنى بنقل الرسائل الاجتماعية والبيئية لتوضيح التزام المؤسسة بدورها الاجتماعي والحمائي للبيئة والمحيط والموارد الطبيعية.والاتصال المسؤول يدعم التنمية المستدامة من خلال الرسائل الاتصالية المسؤولة التي تعكس الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية والحفاظ على العلاقات مع أصحاب المصالح و المجتمع ككل.

أولًا– الاتصال المسؤول و صورة المؤسسة :

تحتاج المؤسسة أيا كان حجمها إلى خلق علاقة بينها وبين جمهورها "الداخلي أو الخارجي"، وهنا يبرز دور القائم بالاتصال في المؤسسة في بناء هذه الثقة مع أصحاب المصالح، من خلال الحوار والاتصال المتبادل حول المصالح المشتركة والمتعارضة، فدور القائم بالاتصال ينبغي أن يسعى دائما لبناء صورة المؤسسة، من خلال جعل المعلومات الخاصة بالمؤسسة وسياستها في متناول الجميع. ويتم ذلك باستقراء وتحليل احتياجات الأطراف المتعامل معها عملا على إيفاء الاتصال الدائم بين أعضاء المؤسسة داخليا وخارجيا. وبالنسبة لصورة المؤسسة التي نهدف للتعرف عليها من خلال دراستنا فهي تتمثل في صورة المؤسسة المواطنة، التي تعكس الالتزام

بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية، والصورة السابقة التي شكلها أصحاب المصالح عن المؤسسة وهي صورة المؤسسة الملوثة. وفي هذا الإطار يساهم الاتصال في تغيير صورة المؤسسة.

وتتمثل علاقة الاتصال المسؤول بصورة المؤسسة فيما يلي:

على ضوء ما سبق سواء فيما يتعلق بالصورة الخارجية، وهي الصورة التي تشكلها الأطراف ذات العلاقة بالمؤسسة "وغالبا ما يكونون خارج المؤسسة"،أو ما يتعلق بالصورة الداخلية على المستوى الداخلي للمؤسسة والذي يتمثل في العمال، فإن تشكيل هذه الصور مرهون بشكل أساسي بممارسات المؤسسة تجاههم، وبمدى استعمالها للاتصال، حيث أثبتت العديد من الدراسات تأثير الاتصال على الصورة الذهنية التي يشكلها الجمهور عن المؤسسات، وفي هذا الصدد يمكن أن نشير لمختلف بحوث العلاقات العامة التي تعتبر كنشاط اتصالي ممارس لتحسين صورة المؤسسة تجاه جماهيرها الداخلية والخارجية.

إذن نستنتج أن الاتصال المسؤول في المؤسسة يعتمد على خلق صورة مواطنة للمؤسسة بالتزامها بمسؤوليتها الاجتماعية والبيئية، فهي تحاول خلق صورة المؤسسة التي تحترم بيئتها ومحيطها الاجتماعي، باستخدام الاتصال المسؤول الذي ينقل هذه الصورة لأصحاب المصالح.

ثانيًا- الاتصال المسؤول وأصحاب المصلحة:

مع تزايد ضغوطات الأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة، من المحيط الخارجي كضغوطات المجتمع المدني ووسائل الإعلام والضغوطات على المستوى الداخلي للمؤسسة والمتمثلة في ضغوطات العمال، أصبحت المؤسسة الاقتصادية في ظل هذه الضغوط ملزمة بالاتصال بهذه الأطراف سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي لها، وفي هذا الإطار يعتبر التقرير السنوي حول حسابات المؤسسة وآثار نشاطاتها الاجتماعية والبيئية ، وسيلة إستراتيجية للاتصال المسؤول.

هذا التقرير يعكس شفافية المؤسسة تجاه الأطراف المعنية،فالشفافية المالية فقط ليست كافية،بل ينبغي على المؤسسة التي ترغب في إعداد تقرير حول التنمية المستدامة، يعكس أثارها فعلا، أن حسابات حول هذا التأثير الاجتماعي والبيئي في أنشطتها على المجتمع. فواقع ممارسة التنمية المستدامة يتطلب الالتزام بأكبر قدر من الشفافية، إذ أن الحصول على خطابات اجتماعية مسؤولة عن المؤسسة من خلال المواثيق الأخلاقية والأدلة الموجهة يأتي من خلال نشر

المعلومات النوعية والمدققة والمراجعة للقانون بدمج التزام المؤسسة لممارسات التنمية المستدامة. فالرعاية والأعمال الخيرية تعتبر كأداة للاتصال مع كل الجهات المرتبطة بالمؤسسة.

فالإبلاغ والاتصال هو المفتاح الأساسي لتطبيق التمنية المستدامة والتحاور مع هذه الجهات، حيث أن هذه الممارسة تتطلب الصبر لتحقيق النتائج المرجوة، فالمعلومات الاجتماعية والبيئية على المستوى العالمي، هي تحدي جديد بالنسبة للمؤسسات التي تسير في منهج التنمية المستدامة، حيث تتم مساعدتها بمبادرات دولية مختلفة كمبادرة التقارير العالمية (Global reporting initiative)[1]. ومن هنا فإن علاقة الاتصال المسؤول بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية تتجسد في دور أساسي في خلق صورة المؤسسة المواطنة التي تلتزم بمسؤوليتها الاجتماعية والبيئية من جهة، ومن جهة أخرى في الحوار وخلق التقارب مع الجهات ذات العلاقة بها.

[1] Alain Chouveaux , Jean-Jacques Rosé l'entreprise responsable , responsabilité sociale ,https://www.amazon.fr/ *L'entreprise-responsable-Responsabilité-sociale* .

خلاصة:

لم يعد تعظيم الربح الهاجس الرئيسي للمنظمات ولا شغلها الشاغل، فقد تغيرت النظرة لنجاح المنظمات وأعيد ترتيب الأولويات، لأن الزمن الذي نعيشه تغير أو ما كان مقبولا بالأمس البعيد لم يعد كذلك اليوم. يتفق الكل على أنه من حق المؤسسات تحقيق الربح ولكن في الوقت نفسه يجب أن تنتبه جيدا إلى أثر نشاطها على البيئة والمجتمع الذي تعمل فيه، بل أكثر من ذلك أن تضع رفاهية ومصلحة المجتمع ضمن أهدافها الأساسية، وهذا ما أصبح يعرف بالمسؤولية الاجتماعية للمنظمات. فقد اتسع نطاق المسؤولية الاجتماعية حاليا، حيث أصبحت المنظمات العامة والخاصة، الاقتصادية والخدماتية تسعى خلف إيجاد نوع من التوازن بين تحقيق الربح ومراعاة اهتمامات المجتمع.

وفي هذا الإطار فقد برزت وجهتا نظر مختلفتان للمسؤولية الاجتماعية، تتمثل الأولى في كون المنظمات وحدات اقتصادية تهدف إلى تعظيم الربح وهذا ينعكس إيجابا على مختلف نواحي الحياة في المجتمع .أما وجهة النظر الثانية فترى أن المنظمة هي وحدة اجتماعية، يجب أن تلعب دورا اجتماعيا في بيئتها، وبذلك فهي تأخذ بعدا اجتماعيا. عموما يتعين على المؤسسات مهما كان نشاطها أن تضع المسؤولية الاجتماعية في صلب استراتيجياتها، إذ أنها تهدف إلى تحسين حياة الفرد في المجتمع من خلال تناول مشكلاته المختلفة وإيجاد حلول عملية لها، وضمان تطبيق التنمية المستدامة التي أصبحت أمرا واقعا يمكن تحقيقه في ظل اهتمام المؤسسات بمسؤوليتها الاجتماعية والبيئية.

الإطار التطبيقي

الفصل الرابع : دور الاتصال الداخلي في تجسيد المسؤولية الاجتماعية لمؤسسة صيدال (المدية)– دراسة ميدانية

المبحث الأول : بطاقة فنية عن مؤسسة إنتاج الأدوية (صيدال) بالمدية

المطلب الأول : التعريف بمؤسسة إنتاج الأدوية بالمدية

المطلب الثاني : الدور الاجتماعي لمؤسسة صيدال بالمدية

المطلب الثالث : الدور البيئي لمؤسسة صيدال بالمدية

المطلب الرابع: الإجراءات الاتصالية بمؤسسة صيدال بالمدية

المبحث الثاني : تحليل البيانات

المطلب الأول : أدوات التحليل الإحصائي

المطلب الثاني : تحليل الجداول البسيطة كما وكيفا

المطلب الثالث : تحليل الجداول المركبة كما وكيفا

المطلب الرابع : الاستنتاجات والنتائج العامة

تمهيد:

تُعد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من أهم العوامل التي تستخدم في قياس وتقييم أداء المؤسسات بنوعيها الخاص والعام،حيث تندرج المسؤولية الاجتماعية ضمن رسالة المؤسسة ورؤيتها. كما باتت المسؤولية الاجتماعية في العديد من قطاعات الأعمال جزءا رئيسيا في هيكلة المؤسسة وامتدادا طبيعيا لنشاطها في إطار قانوني ومنظم ولو كان طوعيا.

وينطوي تطبيق المسؤولية الاجتماعية والبيئية على فائدة عظمى للمؤسسات والمجتمعات والبيئة بشكل عام، حيث تزيد من أرباح المؤسسات من جهة وتحسن من صورتها الاجتماعية من جهة أخرى. فالعقد الاجتماعي الأخلاقي الذي تلتزم من خلاله المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية، يتطلب إتباع سياسة اتصالية خاصة تجاه مختلف الجهات المعنية بنشاطها،حيث تساهم الإجراءات الاتصالية التي تتخذها المؤسسة في تحسين صورتها وتحقيق التقارب مع المجتمع عن طريق نقل رسائل شفافة وواضحة، عن أدائها المجتمعي والبيئي مما يمكنها من البقاء وتحقيق الاستقرار في المحيط الذي تتواجد فيه.

كما أن المؤسسات أصبحت أكثر إدراكا من ذي قبل بأن سمعتها هي العامل الأساسي في بقائها ونجاحها، في وقت أصبحت فيه إنسانية المؤسسات مطلبا مُلِحا محليا وعالميا. ومحاولة لمواكبة هذه التحولات، قامت بعض المؤسسات الجزائرية بإصلاحات كتبنَّي المسؤولية الاجتماعية في إطار البرنامج الوطني للمراقبة"RSMENA"، وكذا إدخال تكنولوجيات المعلومات والاتصالات الحديثة في منظومتها الاتصالية. وتعد مؤسسة إنتاج الأدوية بالمدية واحدة من أهم المؤسسات المشاركة في هذا البرنامج، والرائدة على المستوى الوطني والدولي.

المبحث الأول : بطاقة فنية عن المؤسسة

على غرار مختلف المؤسسات الجزائرية، دخل مجمع صيدال ، وعلى وجه التحديد مقر إنتاج الأدوية بالمدية (ذراع السمار)، مشروع إدماج المسؤولية المجتمعية وإنجازاتها الأولية خاصة ما يتعلق بتحرير وتوزيع ميثاق الأخلاقيات،وإنشاء لجنة دائمة لترويج المسؤولية الاجتماعية للمنظمات وذلك من خلال التكفل بالعمال وظروف العمل وكذا التكفل المهني والدائم بالمستهلك وكيفية التعامل مع النفايات الصناعية والخطيرة وانجاز أول برنامج تحسيسي للعمال الخاص بمقياس ISO 26000.

المطلب الأول : التعريف بمؤسسة إنتاج الأدوية بالمدية [1]

قامت مؤسسة صيدال في سنة 1997م بتنفيذ خطة لإعادة هيكلتها، حيث نتج عن تحويلها في 1998/02/02م مجمع صناعي يتكون من أربعة فروع هي: فارمال، بيوتيك، انتيبيوتيكال، صوميديال. ويعتبر مقر الإنتاج بالمدية (أو فرع انتيبيوتيكال كما كان يسمى) من أضخم فروع المجمع ومن أكبر المؤسسات الجزائرية، هذا المقر متخصص في صناعة المضادات الحيوية البنيسيلينية وغير البنيسيلينية ، وهو مجهز أيضا بـ :

- مركز للبحث والتطوير.
- ثلاث وحدات تجارية متواجدة بالوسط (العاصمة)،بالشرق(باتنة)،بالغرب الجزائري (وهران).

أولا: بطاقة فنية لمقر إنتاج الأدوية بالمدية

يعتبر مقر الإنتاج (صيدال) بالمدية مؤسسة عمومية اقتصادية ذات رأس مال اجتماعي يقدر ب 2.5 مليار دينار جزائري ، تم إنشاؤه سنة 1984م .

متحصل على شهادة الجودة ISO 9002 سنة 1994م وشهادة الجودةISO 9001 سنة 2000م من الجمعية الفرنسية للتدقيق والجودة A.f.A.Q ، ويتم تعريفه وفق المعطيات التالية :

- **العنوان :** ص ب 33الطريق الخميس – المدية 26000
- **رقم السجل التجاري :** 342252 99Bo **R.C**

[1] www.Saidalgroup.dz 22/03/2018 , time : 10 :45.

- **رقم الحساب البريدي الجاري : C.C.P** 3539-56/91
- **رقم الحساب المصرفي : C.P.A :110.401.70.776.01/86**
- **رقم الهاتف: (025) 58 56 41a 43**
- **البريد الالكتروني :** antibiotical@hotmail.com
- **الموقع الالكتروني :** www.Saidalgroup.dz

يقع المقر 100كم جنوب الجزائر العصمة على مساحة تقدر ب33 هكتار، و يتوفر على :

- عمارتي إنتاج منتجات تامة الصنع تخصيص صيدلاني،الأولى مكرمة لعائلة البنسيلين والأخرى للمنتجات غير البنيسيلينية.
- عمارة لإنتاج المواد الأولية عن طريق التركيب الكيميائي انطلاقا من المنتجات المخمرة.
- عمارة لتصنيع الأدوية المخمرة باستعمال طريقة بالتجزئة.
- وحدة إنتاج لوازم التهيئة والتغليف.

بالإضافة إلى مطبعة عامة ضرورية لمختلف وظائف التعبئة والخدمات.

وقد بدأ المركب بالإنتاج سنة 1988م، واختص في إنتاج الأشكال الجنيسية التالية :

حقن، كبسولات، مراهم، مشروبات، أقراص، مساحيق.

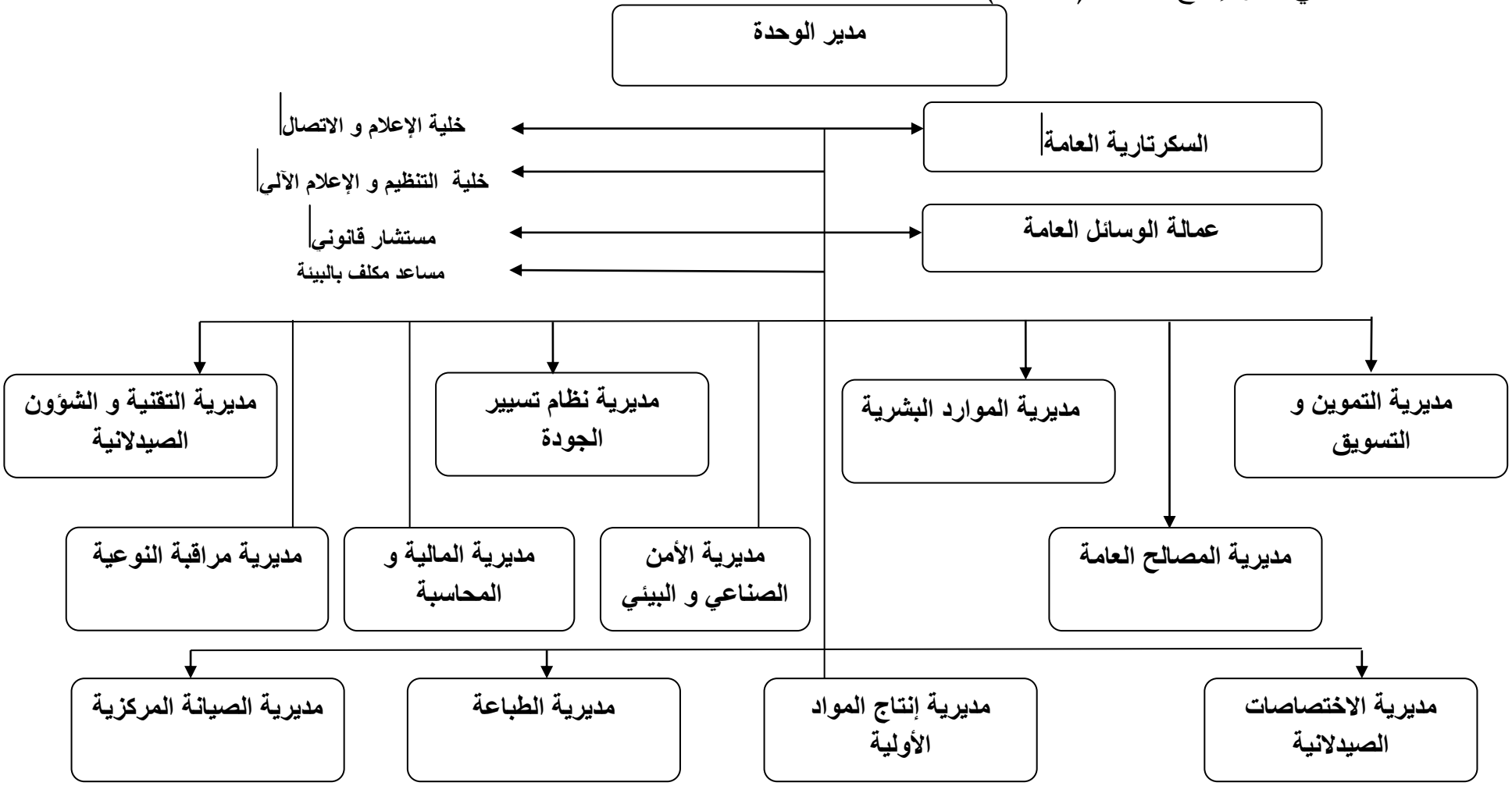
وهو مركب ضخم يتميز بالمؤهلات التالية:

- طاقة إنتاجية معتبرة في ميدان إنتاج المواد الأولية بكمية كبيرة، على شكل تجزئة وفي مختلف التخصصات الصيدلانية.
- قدرة إنتاج هامة في صناعة المواد الأولية، كالخلائط والمستحضرات الطبية.
- مخابر للتحليل تسمح بالمراقبة الكاملة للنوعية.
- قدرات عالية لدى موارده البشرية المتميزة بالكفاءة في تصنيع منتجات ذات جودة عالية.
- مهارة عالية في تكنولوجيا التجزئة والخلائط والأشكال الصيدلانية المعقدة.
- قرابة 30سنة خبرة في صناعة المضادات الحيوية عن طريق التحضير والتركيب النصفي.

كما يحتوي الموقع على:

- مركز لصيانة المعدات ، ووحدة للمصالح المساعدة.
- وحدة إنتاج المواد الأولية (V.R.A.C) لاستخلاص المادة النشطة أو الفعالة بواسطة التكنولوجيا الحيوية، وتحويلها إلى مضادات حيوية بنيسيلينية نصف مصنعة على شكل مسحوق.
- وحدة البيوتكنولوجي جد متطورة لإنتاج الطبعات الأصلية الناجعة البنيسيلينية وغير البنيسيلينية
- وحدة المستحضرات الطبية
- مخبر لمراقبة الجودة .
- وحدة لمعالجة الفضلات.

شكل رقم:02: الهيكل التنظيمي لمقر إنتاج الأدوية (صيدال) المدية



المصدر : صيدال أخبار ، النشرة الداخلية رقم 02 ، ديسمبر 2013 ص 04

ثانيا:تاريخ نشأة مؤسسة الإنتاج (صيدال) بالمدية[1]

نشأت المؤسسة سنة 1982م كمشروع تم وضعه تحت تصرف المؤسسة الوطنية للصناعات الكيماوية للاستغلال، حيث كانت تنتج بها مختلف المواد الكيماوية، وتم تحويل المركب من هذه المؤسسة سنة 1986م إلى مؤسسات المنتجات الصيدلانية "صيدال" لتبدأ تشغيله سنة 1987م تحت إسم "انتيبيوتيكال"، كونه خصص لإنتاج المضادات الحيوية والتي بدا المركب بإنتاجها تحت رخصة ايطالية، ودخل بصفة رسمية في استقلالية التسيير في فيفري 1998م.

ويمثل موقع الإنتاج (صيدال) بالمدية مشروعا ضخما أُسند انجازه إلى المؤسسة الايطالية (ctip) لما تملكه من خبرة وتكنولوجيا دقيقة فيما يخص بناء المنشات الصيدلانية، وما تتميز به من خصوصيات.

وقد تم إنشاؤه عبر عدة خطوات اتخذتها الدولة الجزائرية وهي :

- في 06/ 1972م، تم عرض مناقصة دولية بشان إنشاء مركب للمضادات الحيوية، ولقد وقع اختيار المسئولين على مؤسسة (ctip) الايطالية نظرا لعروضها المناسبة والمقبولة.
- في 1977/05/05م ، تم التوقيع على عقد الانجاز بين الجزائر والمؤسسة الايطالية.
- في 1977/06/30م تسلمت المؤسسة الايطالية المشروع.
- في 1978/02/12م باشرت المؤسسة بانجاز الأشغال.

وقدرت مدة الانجاز بـ: 50شهرا، أي ما يعادل أربع سنوات وشهرين، حيث تسلمت الجزائر المشروع في 1982/04/12م. وقد قامت المؤسسة الايطالية بانجاز هذا المشروع بمشاركة بعض أهم المؤسسات الوطنية وهي:

- المؤسسة الوطنية للكهرباء والغاز.
- المؤسسة الوطنية للصناعات الكيميائية.
- المؤسسة الوطنية للكيمياء.

[1] www.Saidalgroup.dz , 22/03/2018, time : 11 :00 .

وبعد تسليم المشروع في 1982/04/12م، وضع هذا الأخير تحت تصرف المؤسسة الوطنية للصناعات الكيميائية من أجل استغلاله في إنتاج مختلف المواد الكيميائية.

وفي سنة 1987م بدا تشغيله من طرف مؤسسة صيدال ، حيث خصص لإنتاج المضادات الحيوية تحت الرخصة الايطالية (licence. B.L Italie) ، وفي يوم الثلاثاء 1988/10/04م تمَّ تدشين المركب رسميا آنذاك من طرف رئيس الجمهورية الراحل (شاذلي بن جديد).

ثالثا: تنظيم مؤسسة الإنتاج (صيدال) بالمدية [1]

تتكون المؤسسة من المديريات التالية:

ا. الإدارة العامة للموقع : والمتمثلة في :

1. **الرئيس المدير العام:** مهمته إدارة ووضع سياسات منبثقة من الإستراتيجية العامة للمجمع على المدى القصير والمتوسط والبعيد من اجل ضمان نمو اقتصادي وتوسيع الفرع.
2. **المساعد القانوني:** يتكفل بالدفاع عن مصالح المقر ومتابعة القضايا القانونية والقضائية الخاصة به
3. **المساعد المكلف بالبيئة:** مكلف بتطبيق السياسة البيئية المتبعة من طرف الموقع على جميع المستويات، حسب القانون رقم: 10/03والمؤرخ في 2003/07/19م والقاضي بحماية البيئة.
4. **مساعد العلاقات الخارجية:**_مكلف بتحضير الملفات المرتبطة بالمهام الخارجية وتقديم المعلومات عن المؤسسات المنافسة والمتعاقدة معها وكذا العلاقات مع الزبائن والموردين والشركاء.
5. **خلية التدقيق والمراجعة والتحليل الشامل** : مهمتها الرقابة الداخلية وتدقيق الحسابات ووضع لوحات القيادة الخاصة بتسيير الموقع.
6. **خلية التنظيم والإعلام الآلي:** تتابع تكيف الهياكل التنظيمية ونظم المعلومات مع السياسة التنظيمية للموقع والمجمع ككل.
7. **خلية المشاريع:** متابعة انجاز المشاريع الجديدة داخل الموقع ، خاصة مشاريع الشراكة.
8. **خلية الإعلام والاتصال:** تضع خطط اتصالية داخلية للموقع بالتناسب مع السياسة الاتصالية العامة لمجمع (صيدال)

[1] صيدال أخبار ، النشرة الداخلية رقم 02 ، ديسمبر 2013 ص 07 .

II. **المديريات الأساسية:** تتمثل في :

1. مديرية التقنيات الصيدلانية: مهمتها ضمان تطبيق مجموع القواعد التقنية والإدارية بهدف حماية الصحة العمومية.

2. مديرية الاختصاصات الصيدلانية: هدفها إنتاج مختلف أنواع الأدوية بالجودة والكمية المحددتين سابقا.

3.مديرية إنتاج المواد الأولية: مهمتها السهر على إنتاج المادة النشطة أو الفعالة عن طريق استعمال التكنولوجيا الحيوية(البيوتيكنولوجيا)، لتحويلها إلى مضادات حيوية بنيسيلينية أو غير البنيسيلينية نصف مصنعة.

4.مديرية مراقبة النوعية : مهمتها ضمان الرقابة على إنتاج المواد الأولية (شروط التخزين ومحيط العمل)، ومراقبة نوعية إنتاج المنتجات تامة الصنع.

III. **المديريات المساعدة** : تتمثل في :

1.مديرية المالية والمحاسبة: مسؤوليتها تطبيق الإستراتيجية المالية ومراجعة الحسابات الخاصة.

2.مديرية الموارد البشرية : من مسؤوليتها إدارة المسار الوظيفي والمهني، وتسيير الرواتب والمنح والأجور، ووضع إستراتيجية لتنمية وتدريب الموارد والكفاءات البشرية والعمل على تطوير العلاقات الاجتماعية داخل الموقع مابين العمال والمسئولين وما بين الإدارة والشركاء الاجتماعيين (النقابات والحكومة).

المطلب الثاني: الدور الاجتماعي للمؤسسة [1]

يتضمن الدور الاجتماعي لمؤسسة إنتاج الأدوية(صيدال)بالمدية مجموعة من الأبعاد، أهمها:

أولا:البعد الاقتصادي:

يتمثل البعد الاقتصادي الذي ترمي إليه المؤسسة في الأهداف والسياسات التي تنتهجها وهي:

[1]صيدال أخبار ، النشرة الداخلية رقم 02 ، ديسمبر 2013 ص 09

أ. الأهداف الإستراتيجية لفرع إنتاج الأدوية بالمدية

تتمثل مهمة مجمع صيدال في صناعة وتسويق منتجات صيدلانية موجهة للاستعمال الإنساني والحيواني، هدفها الأول تغطية حاجيات السوق الوطنية مع التأمل في إدماج منتجاتها لتحقيق ذلك تبني مجمع صيدال 33 هدف استراتيجي استجابة لمهام محددة من بينها 28 هدف خاص بفرع المدية نلخصها فيما يلي :

- فرع ذو مردودية دائمة قادر على تنمية سوقه الوطني، الجهوي و الدولي.
- له قائمة منتجات متنوعة ذات تكلفة قابلة للمنافسة مع الحفاظ على الجودة العالية، والوفرة .
- تنمية الشراكة من أجل التحكم في ميدان البحث والتطوير.
- التحكم في تسيير البيئة، التنظيم والنظم المعلوماتية.
- أن يكون له أعلى نسبة للكفاءات والمهارات مع تطويرها في مجال التسيير.

ب.الأهداف الأساسية التي سطرتها المديرية التجارية بالفرع :

تعتبر المديرية التجارية لفرع إنتاج الأدوية القلب النابض والمحرك الأساسي الذي يساهم بشكل كبير في انتعاش الفرع بصفة خاصة والمجمع بصفة عامة. وفي إطار شهادة إيزو للمطابقة 9001/200 بمشاركة مجمع بانتاكل الكندي pentacle نذكر بعض الأهداف :

- كسب ولاء الزبائن وإرضائهم .
- الرفع من حصة السوق .
- التقليل من نسبة الاحتياجات.
- تحسين الخدمات في مجال التوزيع .
- توفير المنتوج وتقريبه من المستهلك.
- تطوير صناعة الدواء الجنسيGénérique*

ج. سياسة النوعية في فرع إنتاج الأدوية بالمدية:

- ضمان توفير منتجات ذات نوعية، بكمية كافية وبأحسن الأسعار.
- احترام آجال التوزيع المرضية للزبائن .

* الدواء الجنيسي هو الدواء المطابق للأصلي ، بحيث تكون له نفس التركيبة الكيفية و الكمية للمادة الفعالة ، و يكون له نفس الشكل الصيدلاني ، زيادة على انه أقل منه سعرا.

- تحسين صورة المؤسسة بتطوير خدماتها ومنتجاتها.
- الانتباه لرغبات الزبائن، حتى يتسنى للمؤسسة تطوير قائمة منتجاتها.
- تحسين نظام المؤسسة لرفع نوعية منتجاتها، ممّا يتطلب المزيد من الجهد لتقليص التكاليف الناتجة عن شكاوى زبائنها ورفع الفعالية الإنتاجية بتنشيط العمليات التصحيحية والوقائية الفعالة.
- تحليل واستغلال نتائج التحريات لقياس مدى رضا الزبائن، بترسيخ عمليات التطوير والتحسين.
- تطوير وتحسين نجاعة مردود نشاط المؤسسة في الإنتاج لذا يجب عليها ترقية طرق تطوير الإنتاجية وضمان صيانة ذات نجاعة عالية.
- تطوير كفاءة المؤسسة بترسيخ سياسة تكوين ملائمة من أجل إعطاء مستوى عال لعمال الفرع، الذي يسمح بالحصول على كفاءات متعددة الجوانب الاستمرارية الفعالة لمناصب الشغل.

ثانيا: البعد الإنساني والأخلاقي

تضع مؤسسة إنتاج الأدوية (صيدال) بالمدية ميثاقا لأخلاقيات العمل تضمنه مجموعة من المبادئ الأخلاقية في تسيير الموارد البشرية والمنتجات الصناعية بها كما تضمنه بعض الأعمال الإنسانية والخيرية التي تعمل على تقديمها للمجتمع ككل.و تحوز المؤسسة على ميثاق يتمثل في:

ميثاق الأخلاقيات للمؤسسة قيد الدراسة:

هو عبارة عن قانون داخلي خاص بالمؤسسة،يتضمن مجموعة من القوانين والمبادئ والأخلاقيات،التي تشمل كل العمال والمسؤولين. والغرض من ميثاق الأخلاقيات يتمثل فيما يلي:

يُبلور ميثاق أخلاقيات مجمع صيدال في شكل رسمي المبادئ الأساسية التي توجه قرارات وأفعال لكل عمال المؤسسة. كما يهدف إلى تعزيز هوية ووحدة وأداء المجمع، ولتسهيل الحياة المهنية للعمال رجالا ونساء وعبر كل فروعه، وكذا الحفاظ على صورة المؤسسة من أخطار المساس بها.

ومن **المبادئ** التي ينص عليها نجد ما يلي:

- الإنصاف والشفافية في إدارة الوظائف والمسارات المهنية.
- الحوار الاجتماعي البناء والصريح المبني على الثقة والاحترام.

- التضامن وتبادل الخبرات بين جميع الفرق.
- عدم التمييز بين العمال على أساس الأصل، الجنس، الإعاقة أو الآراء السياسية والدينية.
- احترام سرية البيانات الشخصية لكل عامل.
- الحفاظ على ظروف العمل الآمنة.
- التبرعات والهبات والأعمال الخيرية.
- التكوين المتواصل والوقاية من المخاطر الصحية، المهنية والبيئية.
- التطوير المهني للموظفين.
- احترام جميع القوانين ومحاربة الغش والرشوة.
- النزاهة، الاستقامة في العلاقات مع الأطراف المتعامل معها، و بين العمال.
- الرعايات الرسمية لمختلف النشاطات (علمية – ثقافية – رياضية – صحية...)
- لا يسمح إلا بالهدايا المتواضعة في إطار العلاقات مع الشركات.
- المشاركة في تنمية الحياة الاجتماعية للمجتمع وترقية الصحة العمومية.
- الإخطار عن حالات عدم المطابقة وحالات الغش.(أنظر الملحق رقم04)

المطلب الثالث: الدور البيئي للمؤسسة [1]

تتوفر المؤسسة على مديرية خاصة بالبيئة ،تحت إسم مديرية البيئة والأمن الصناعي.كما تتوفر على معدات ضخمة تستخدم في تصفية السوائل الناتجة عن التصنيع، ومعدات تسيير النفايات.

1)**وسائل حماية البيئة في صيدال:** يزخر مركب صيدال بعدة وسائل لحماية البيئة منها : الوسائل القانونية، الوسائل التقنية والوسائل البشرية.

أوّلا–الوسائل القانونية:

تلتزم مؤسسة إنتاج الأدوية(صيدال) بالمدية بالقوانين والتشريعات والمراسيم التنفيذية، التي تنص على حماية البيئة، وكذا الاستغلال العقلاني للموارد الطبيعية.

[1] مقابلة مع السيد: توفيق سعدودي، رئيس قسم البيئة والأمن الصناعي، مقر إنتاج الأدوية بالمدية 2018/03/14، 11:30 .

أ- القوانين :

- القانون رقم 03-83 المؤرخ في 05/فبراير/1983 الذي نصه السياسة الوطنية لحماية البيئة.
- القانون رقم09-99 المؤرخ في 28/جويلية/1999الذي ينص على الاستعمال العقلاني للطاقة.
- القانون رقم 19-01 المؤرخ في 12/ديسمبر/2001 الذي نصه تسيير، مراقبة و إزالة النفايات.
- القانون رقم10-03 المؤرخ في 19/جويلية/2003 لحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة.

ب- المراسيم التنفيذية :

- المرسوم التنفيذي رقم 160-93 لمؤرخ في 10/جويلية/1993 المنظم للنفايات السائلة.
- المرسوم التنفيذي رقم 165-93المؤرخ في 10/جويلية/1993 المنظم للانبعاثات الغازية منها: الدخان، الغبار، الروائح والجزيئات الصلبة.
- المرسوم التنفيذي رقم19-09 المؤرخ20/جانفى/2009 لنظام تسيير النفايات الصلبة الخاصة.

ثانيا- الوسائل التقنية :

- محطة معالجة المياه المستعملة ذات قدرة تصل الى3000م3 مكافئة ل 99000 ساكن.
- فرن ذو طاقة حرق تصل الى2.5طن/ساعة ودرجة حرارة تصل إلى 1000م° كما أن المدخنة مزودة بجهاز غسل الغازات بالماء الناتجة عن حرق الفضلات حتى لا تلوث الجو.
- عمود غسل الغازات الناتجة عن عملية التخمير.
- جهاز جذب بخار المواد المستعملة في المخبر
- مصفاة جذب وتصفية غبار وجسيمات الأدوية. (أنظر الملحق رقم05)
- جهاز جذب وغسل الغازات غير المتحولة إلى سائلة والناتجة عن عملية تقطير المذيبات.

ثالثا- الوسائل البشرية :

يسير محطة معالجة المياه المستعملة فريق يعمل 24/24ساعة من 36عامل منهم 8إطارات.

2)تسيير النفايات في موقع إنتاج الأدوية بالمدية :

تنتج مؤسسة إنتاج الأدوية (صيدال) بالمدية ثلاث أنواع من النفايات تتمثل في: النفايات الصلبة، النفايات السائلة والنفايات الغازية، موضحة في الجداول الآتية.

جدول رقم 09: النفايات الصلبة

نوع النفايات	الكمية	أصل النفايات	تصريفها	أثرها على البيئة
نفايات التغليف	غير محددة	مواد التغليف	تجمع و يعاد استعمالها	تلوث الجو و التربة في حالة الحرق
نفايات التعليب البلاستكية	60طن/السنة	المواد الأولية...	تجمع و يعاد استعمالها	تلوث الجو في حالة الحرق
نفايات التعليب المعدنية	360طن/السنة	المواد الأولية...	يوضع فيها بقايا تقطير المذيبات	تلوث التربة في حالة الصدأ
نفايات الأغذية	09طن/سنة	المطعم	المزبلة العمومية	تلوث تربة والمياه الجوفية وانبعاث روائح كريهة
نفايات معدنية	06طن/السنة	ورش الصيانة	تسترجع و يعاد استعمالها	تلوث التربة
نفايات زجاجية	غير محددة	المخبر والإنتاج	تعقم وتسترجع	تسبب الحرائق فى الصيف
نفايات ورقية	234طن/ سنة	الإدارة و مطبعة	تسترجع ويعاد بيعها	تسبب الحرائق
نفايات خشبية	360طن/ سنة	المخازن	تسترجع	تسبب الحرائق
نفايات أجساد حيوانات	2.4طن/السنة	مخبر الحيوانات	تحرق في فرن	تتعفن وتطلق الجراثيم

التجارب			خاص	والروائح
الشحوم و بقايا تقطير المذيبات	67م3/الشهر	تخزين واسترجاع و تقطير المذيبات	تجمع في براميل و توجه نحو نفطال	تسبب الحرائق
الرماد الناتج عن حرق الأوحال	500كلغ/ الشهر	رماد غنى بالمواد المعدنية	تجمع في المنطقة الخاصة	تلوث الجو بالجسيمات والغبار
نفايات العيادة الطبية	غير محددة	القارورات والإبر وغيرها	تعقم	تلوث الجو بالمكروبات
مصفاة الهواء	غير محددة	مصفاة جمع غبار الأدوية	تحرق في الفرن	تلوث الجو بالجسيمات والغبار
النفايات الخاملة	غير محددة	بقايا البناء وأخرى	توجه إلى المنفعة	تلوث الجو بالجسيمات والغبار
النفايات الخاصة	غير محددة	الأدوية والمواد الأولية الفاسدة	تحرق في الفرن	خطيرة على البيئة

المصدر : قسم البيئة والأمن الصناعي بمقر إنتاج الأدوية (صيدال) المدية

جدول رقم 10: النفايات السائلة

أصل النفايات السائلة	كمية الماء	سعة التخزين	نوع المعالجة
النفايات الصناعية السائلة	330م3/اليوم	2400م3	فيزيوكميائية بيولوجية
النفايات السائلة المطهرة	80م3/اليوم	600م3	بيولوجية
المياه المالحة	340م3/اليوم		تعدل
الأوحال السائلة	9م3/اليوم	70م3	تجفف ثم تحرق

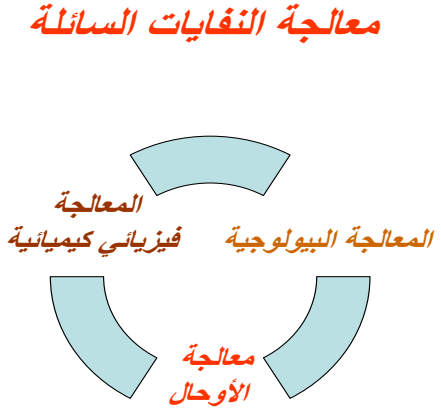
المصدر: قسم البيئة والأمن الصناعي بمقر إنتاج الأدوية (صيدال) المدية

ملاحظات: المياه المعالجة مطابقة للمقاييس القانونية توجه نحو وادى حربيل وهذه المقاييس تتمثل في ما يلي:

- ***MES=30mg/l***
- ***DBO=40mg/l***
- ***DCO=120mg/l***
- ***PH=6.5 – 8.5***

المياه المالحة الناتجة عن إزالة الأملاح غير المضرة بالبيئة تعدل و توجه نحو وادى حربيل.

شكل رقم 03: معالجة النفايات بمقر إنتاج الأدوية بالمدية



جدول رقم 11 : النفايات الغازية

مصدر الانبعاث الغازي	نقاط الانبعاث	خصائص الغازات	تأثيرها على البيئة
حرق الأوحال	مدخنة الفرن	دخان أبيض يتم غسله بالماء	دون أثر
حرق الأدوية الفاسدة	مدخنة الفرن	دخان أسود يتم غسله بالماء	دون أثر
إنتاج بخار الماء	مدخنة المسخن	غاز اللهب و بخار الماء	ضعيف الأثر
التخمير	عمود التخمير	غاز منظف ببخار الماء	دون أثر
وسائل النقل و الرافعات	انفلات غاز المحرك	غازات الفحم	غاز ملوث نسبيا
قاعات التحليل فى المخبر	الملتقط للغاز	بخار المتفاعلات و المذيبات	دون أثر
عمارة التصنيع	جمع غبار الأدوية	الجسيمات والغبار	تمتصه المصفاة

المصدر: قسم البيئة والأمن الصناعي بمقر إنتاج الأدوية (صيدال) المدية

ملاحظة :كل الانبعاثات الغازية الناتجة من المركب تخضع للمعالجة بواسطة أجهزة خاصة منها :

جهاز غسل الدخان بالماء المنبعث من مدخنة الفرن.

3)إنجازات مقر إنتاج الأدوية تجاه مشاريع حماية البيئة : [1]

- تجديد محطة معالجة المياه المستعملة باقتناء معدات جديدة منها جهاز الطرد المركزي.
- تزويد المخبر بأجهزة مراقبة جديدة منها(DBO mètre).
- تغير غاز جهاز التبريد (**CFCL**)R12 بغاز أخر هو(HFC 134) وهذا تطبيقا لاتفاقية مونتريال سنة 1992 والمتعلقة بحماية طبقة الأوزون.
- مشروع شراء جهاز قياس الانبعاث الغازية.
- مشروع شراء جهاز قياس الصوت لأخذ الاحتياط من الضجيج .
- الدخول في نظام التسيير البيئي ISO 14001.
- مشروع شراء جهاز تحليل النفايات السائلة.

المطلب الرابع: الإجراءات الاتصالية بمؤسسة إنتاج الأدوية(صيدال) بالمدية

اتخذت المؤسسة عدة إجراءات اتصالية تتمثل في:

1- النشرة الداخلية التي أنشأتها في 15جانفي من عام2003 وذلك بعدما انعقد أول اجتماع لهيئة التحرير في هذا اليوم بقاعة الاجتماعات للمديرية العامة للفرع تحت إشراف المسؤول العام لهيئة التحرير، حيث تضمن الاجتماع المغزى العام لإصدار هذه النشرة والأهداف المنتظرة منها والتي تتمحور أساسا حول تحسين العلاقات الداخلية بين كافة العمال وتزويدهم بكل المعلومات التي تخص المركب وضرورة الالتزام بالخط العام للنشرة لضمان استمراريتها.

حيث أن توسيع شهرة مؤسسة إنتاج الأدوية بالمدية والتعريف بمنتجاتها المتنوعة، هما العنصران الأساسيان لضمان الاستمرارية. من أجل تحقيق ذلك برزت فكرة إصدار نشرة داخلية للفرع كضرورة حتمية لتدعيم المجهودات المبذولة في الميدان من قبل مجمع صيدال. وباعتبارها دعامة للاتصال، تتناول هذه النشرة النشاطات الداخلية خاصة منها ما يتعلق بالموارد البشرية والتطور الاقتصادي ومن جهة أخرى نتناول نشاطات الاتصال الخارجي.

[1] مقابلة مع السيد: توفيق سعدودي، رئيس قسم البيئة والأمن الصناعي، مقر إنتاج الأدوية بالمدية 2018/03/14، 11:30 .

أما فيما يتعلق بالعلاقات العامة، تمثل هذه النشرة وسيلة لتمثيل العلاقة بين مختلف شرائح العمال وتحسين التبادلات بينها، وتشجيع المبادرات لإبراز الكفاءات والمهارات التي تزخر بها المؤسسة.

2-كما تنظم المؤسسة احتفاليات في عدة مناسبات، وتستقبل زوار كثر منهم طلبة الصيدلة، تلاميذ المؤسسات التربوية على مستوى ولاية المدية. وتستقبل طلبة من كل أنحاء الوطن في إطار التكوين و التربص وكذا طلبة الجامعات المقبلين على التخرج مثلنا نحن.

3-تشارك المؤسسة في المعارض والملتقيات الوطنية والدولية كما تقوم برعاية الملتقيات والمؤتمرات التي تجري بجامعة يحي فارس بالمدية وجامعات أخرى وترعى النوادي الرياضية واللاعبين وفريق أولمبي المدية وتحتفل باليوم العالمي لمرضى السكري، اليوم العالمي للمرأة،حملات تحسيسية ضد أمراض كثيرة والطب المدرسي بالمدية.

4- توزع مؤسسة صيدال المدية استمارات استبيانية على عمالها من فترة إلى أخرى تضمنها مجموعة من الأسئلة وترتكز فيها على الاتصال الداخلي للوقوف على فعاليته ومعيقاته من أجل تصحيحها (أنظر الملحق رقم 1).

المبحث الثاني :تحليل البيانات

اعتمدنا في الاستمارة على الترميز المسبق Codage Préalable بإعطاء الإجابات رمزا حرفيا أو رقميا Alphanumérique يفهمه الكمبيوتر تمهيدا لإدخاله مباشرة في الحاسوب، من أجل المعالجة الإحصائية بواسطة برنامج الإعلام الآلي لمعالجة بحوث العلوم الاجتماعية SPSS.حيث قمنا بتفريغ محتوى 60 استمارة في برنامج SPSS الذي يعرف بالحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية، وكلمة SPSS هي اختصار للمسمى الكامل للبرنامج: « Statistical Package for Social Sciences»، هو من الأنظمة المتقدمة التي تستخدم في إدارة النظام في إجراء التحليلات الإحصائية من إدخال البيانات و تلخيصها[1] ونظرا للصعوبات التي واجهتنا في توزيع الاستمارات ثم بعد ذلك في جمعها بعد أسبوع من الانتظار، لترد إلينا وبعضها خال من الأجوبة والبعض الآخر مملوء بطريقة غير صحيحة، ورغم محاولتنا إعادة توزيع مجموعة أخرى لتكملة حجم العينة،إلا أننا قُوبلنا بالرفض،بحجة أننا قد استكملنا فترة التربص بالمؤسسة ولا يمكن

[1]شفيق أحمد معتوم ، **الطرق الاحصائية (spss)** ، ط3 ، دار المناهج ، عمان ، 2008 ، ص 67

استقبالنا مرة أخرى، وعلى هذا الأساس تم إلغاء 8استمارات و12استمارة لم تملأ أصلا لنحصل في الأخير على 60 استمارة.

وبهذا تكون نسبة تمثيلية العينة ما يقارب 10 % وهذا مقبول لأنه في المجتمع الذي يقدر ببعض المئات إلى بعض الآلاف من العناصر، فالأفضل هو أخذ مائة عنصر من كل طبقة معدة وأخذ إجماليا 10 % من مجتمع البحث.[1] أما في البحث الكيفي فإن الموجه الثاني لتحديد حجم العينة يقوم على مبدأ **التشبع بالمصادر** لذلك ينبغي علينا التوقف عن زيادة حجم العينة وعن جمع المعطيات، لأن ذلك سيكون على حساب الوقت الذي سنخصصه فيما بعد التحليل[2]

وفي دراستنا هذه أجرينا عدة مقابلات تحصلنا من خلالها على معلومات كثيرة وعلى هذا الأساس اعتمدنا في الاستمارة على الترميز المسبق Codage Préalable بإعطاء الإجابات رمزا حرفيا أو رقميا Alphanumérique يفهمه الكمبيوتر تمهيدا لإدخاله مباشرة في الحاسوب من أجل المعالجة الإحصائية بواسطة برنامج الإعلام الآلي لمعالجة بحوث العلوم الاجتماعية SPSS. حيث قمنا بتفريغ محتوى 60 استمارة في برنامج SPSS الذي يعرف بالحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية، وكلمة SPSS هي اختصار للمسمى الكامل للبرنامج: « Statistical Package for Social Sciences »،هو من الأنظمة المتقدمة التي تستخدم في إدارة النظام في إجراء التحليلات الإحصائية من إدخال البيانات وتلخيصها[3].

بعدها قمنا بتشكيل جداول نصنف من خلالها عينة الدراسة حسب متغيرات البيانات الشخصية، من أجل قراءتها كميا.ثم تمّ تشكيل جداول بسيطة، حيث خصصنا جدولا لكل محور من محاور الاستبيان، ليتم تحليل كل جدول على حده كميا وكيفيا.وكذا شكلنا جداول مركبة نربط فيها بين عبارة من عبارات الاستبيان(كمتغير تابع)، وبين متغير مستقل من متغيرات البيانات الشخصية للعينة(السن،الجنس، المؤهل العلمي،الخبرة والصفة في المؤسسة).وفي الأخير استخرجنا بعض الجداول المركبة الأخرى، من خلال ربط عبارة من محور مع أخرى من محور آخر على

[1] موريس نجرس ، مرجع سابق ، ص 319

[2] موريس إنجرس،نفس المرجع ، ص 319

[3] شفيق أحمد معتوم ، **الطرق الإحصائية (spss)** ، ط3 ، دار المناهج ، عمان ، 2008 ، ص 67

أن يعطي ذلك دلالة تجيب على تساؤلات الدراسة، وقمنا بتحليلها كميا وكيفيا، وتمَّ الاستغناء عن تلك التي لم تعط أي دلالة تفيدنا وتجيب على تساؤلات الدراسة.

المطلب الأول: البيانات الشخصية

جدول رقم 12:يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية	النسبة التراكمية
ذكر	43	71,7	71,7
أنثى	17	28,3	100,0
المجموع	60	100,0	

تشير الأرقام في الجدول أن عينة الدراسة تتكون من إناث وذكور بالنسبتين 28,3%، 71,7% على التوالي. وحسب العينة الطبقية التي استخدمناها فإن نسبة الإناث كافية، بينما تظهر نتائج العملية الإحصائية أن الذكور هم من تهاونوا في ملأ الاستمارات التي ردت إلينا خالية من الإجابة.وتمثل النسبة التراكمية هنا، التكرار المجمع الصاعد للنسب المئوية فقط دون دلالة أخرى.

جدول رقم 13: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

السن	التكرار	النسبة المئوية	النسبة التراكمية
من 20 إلى 30 سنة	8	13,3	13,3
من 31الى41 سنة	22	36,7	50,0
من42 إلى 52 سنة	20	33,3	83,3
53سنة فأكثر	10	16,7	100,0
المجموع	60	100,0	

يبين الجدول أعلاه أن كل الفئات العمرية حاضرة في عينة الدراسة، بأعلى نسبة 36,3 % للفئة(من31 إلى41سنة) تليها النسبة 33,3 % للفئة(من 42 إلى 52سنة) ، وآخر مرتبة للفئة العمرية(من20إلى30سنة). لتبقى فئة الشباب تمثل الأغلبية.

جدول رقم 14: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية	النسبة التراكمية
تكوين خاص	40	66,7	66,7
بكالوريا	6	10,0	76,7
ليسانس	9	15,0	91,7
ماستر	5	8,3	100,0
المجموع	60	100,0	

تظهر النتائج أعلى نسبة 66,7 % لذوي التكوين الخاص، ثم نسبة المتحصلين على الليسانس بـ15% ،ثم تأتي البكالوريا والماستر بنسبة 10 % و8,3 %على التوالي، هي الفئات التي أجابت على أسئلة الاستبيان.

جدول رقم 15: يبين توزيع أفراد العينة حسب مغير الخبرة

الخبرة	التكرار	النسبة المئوية	النسبة التراكمية
أقل من5 سنوات	9	15,0	15,0
من5الى 10 سنوات	19	31,7	46,7
من10الى15سنة	19	31,7	78,3
16سنة فأكثر	13	21,7	100,0
المجموع	60	100,0	

يبَّين الجدول أعلاه أن الفئة ذات سنوات الخبرة من 5 إلى10 تأخذ أعلى نسبة 31,7 %مع الفئة من 10إلى15سنة، تليهما نسبة 21,7 %من نصيب ذوي الخبرة أكثر من 15 سنة، وفي الأخير15 % لمن تقل خبرتهم عن 5 سنوات. لنخلص إلى أن المؤسسة تحتفظ بعمالها، وتهتم بالخبرات لأنها عملت على تكوينها من جهة، ومن جهة أخرى سوف تستفيد منها في تطوير العمل وبدورها في تكوين الوافدين الجُدد إلى المؤسسة.

جدول رقم 16: يبين توزيع أفراد العينة حسب مغير الصفة

الصفة	التكرار	النسبة المئوية	النسبة التراكمية
إطار	8	13,3	13,3
عون تحكم	21	35,0	48,3
عون تنفيذ	31	51,7	100,0
المجموع	60	100,0	

يمثل أعوان التنفيذ الأغلبية بـ 51,7 %،ثم أعوان التحكم بـ 35%،ثم الإطارات بـ 13,3%

المطلب الثاني: تحليل الجداول البسيطة كما وكيفا

ونحن نقوم بتفحص المعطيات المعروضة في شكل جدول ذي مدخل واحد، سنظل محتفظين بمشكلة البحث للوصول إلى استخراج ملاحظة مرتبطة بهدف البحث، وعليه لا نأخذ كل المعلومات التي يتضمنها الجدول، بل فقط تلك التي تكشف عن شيء ما حول مشكلة الدراسة.

المحور الأول: الاتصال الداخلي للمؤسسة

جدول رقم 17: الاتصال الداخلي للمؤسسة

العبارة	التكرار النسبة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	المجموع
المؤسسة توفر لك كل الوسائل للتواصل في العمل	ك	12	27	16	5	-	60
	%	% 20	%45	%26.7	%8.3	-	%100
المؤسسة تحترم أفكارك و تتبناها	ك	6	22	19	13	-	60
	%	%10	%36.7	%31.7	%21.7	-	%100
الاتصال الداخلي يساعدك في الحصول على حقوقك	ك	10	36	14	-	-	60
	%	%16.7	%60	%23.3	-	-	%100
الاتصال الداخلي يحفزك على أداء دورك الاجتماعي والبيئي	ك	7	31	17	5	-	60
	%	%11.7	%51.7	%28.3	%8.3	-	%100

التحليل الكمي:

يوافق أغلبية المبحوثين وبنسب عالية جدا تتراوح بين 10% و 60% موزعة على درجتين من الشدة على فعالية الاتصال الداخلي بالمؤسسة، حيث يوافق بشدة ما نسبته 10%إلى 20% من المبحوثين، بينما تكتفي النسبة 36.7% إلى 51.7% بالموافقة فقط، وتنعدم نسب المعارضة بمستوى شدتها في كون الاتصال الداخلي يساعد العمال في الحصول على حقوقهم.

كما يعبر أغلبية المبحوثين على تحضير الاتصال الداخلي لهم للقيام بدورهم الاجتماعي بنسبة 63.4% موزعين على الموافقة بشدة 51.7% والموافقة بشدة بنسبة 11.7%، وتنخفض نسب المعارضة لتنعدم كليا في المعرضة بشدة في هذا المحور، تقابلها نسب لا بأس بها في خانة الحياد، تعبر عن تحفظ مجموعة من المبحوثين في إبداء رأيهم، وما يلفت الانتباه هو خلو خانة المعارضة بشدة، من النسب.

التحليل الكيفي:

انطلاقا من التحليل الكمي لنتائج الجدول أعلاه، نخلص إلى أن الاتصال الداخل بمؤسسة إنتاج الأدوية (صيدال) بالمدية فعَّال، وأن الوسائل المخصصة له كافية وناجعة، كما أن النسب الضئيلة والتي تنعدم أحيانا في المعارضة وكليا في المعارضة بشدة يُعزَّز رأي أغلبية المبحوثين حول الدور الذي يلعبه الاتصال الداخلي في حياة العمال داخل المؤسسة، خاصة فيما يتعلق بحقوقهم ،حيث بلغت نسبة المعارضة على هذا الدور 00%، كما أننا لمسنا هذا من خلال الاستبيانات التي توزعها إدارة المؤسسة على العمال من فترة لأخرى، تسألهم فيها عن الاتصال ومعيقاته، وعن الطريقة التي يفضلونها في ذلك، والاقتراحات وكل ما يتعلق بالاتصال الداخلي، أنظر الملحق رقم02، وكذا الجريدة التي تنتجها المؤسسة كل شهرين أو ثلاثة أشهر.

كما نستخلص من نتائج الجدول، خاصة ما تعلق منها بالدور الاجتماعي، أن الاتصال الداخلي يحمل رسائل مسؤولة تتمثل في الاتصال الاجتماعي والاتصال البيئي، حيث كما ذكرنا أعلاه النسبة بلغت 63.4% وهي نسبة مهمة جدا ،وهذا من جهة يشير إلى أن المؤسسة تستخدم الاتصال المسؤول على مستواها، ومن جهة أخرى فإن الدور الاجتماعي للعمال يصب في المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، وهذا يعطي دلالة أخرى على أن الاتصال الداخلي يلعب دورا

كبيرا في تجسيد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة بدءا بالبيئة الداخلية للمؤسسة ليمتد إلى خارجها، فالاتصال الداخلي المسؤول يقدم رسائل اجتماعية وبيئية، تطبق داخل وخارج المؤسسة، وهو بدوره يخلق اتصالا خارجيا مع أصحاب المصالح والمجتمع والسلطات المحلية ومختلف الجهات.

أما فيما يخص نسب الحياد فهي ضعيفة بالمقارنة مع نسب الموافقة، قد تدل على عدم إدراك هؤلاء المبحوثين بدور الاتصال وانشغالهم بعملهم فقط، أو على عدم فهم السؤال كون أغلبهم من ذوي تكوين خاص، كما قد تدل على النسبية في الدور الذي يلعبه الاتصال داخل المؤسسة.

المحور الثالث: أبعاد المسؤولية الاجتماعية

يتم تفريغ أجوبة المبحوثين في الجدول الموالي حسب أسئلة المحور الثالث، والتي تعبر عن أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة قيد الدراسة.

جدول رقم 18: أبعاد المسؤولية الاجتماعية

العبارة	التكرار النسبة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	المجموع
تعتمد المؤسسة مبدأ المنافسة العادلة بالتحلي بالصدق و النزاهة في تعاملاتها الاقتصادية والتجارية	ك %	7 % 11.7	28 %46.7	23 %38.3	1 %1.7	1 %1.7	60 %100
لا تستخدم المؤسسة التكنولوجيات الحديثة في الإنتاج	ك %	5 % 8.3	9 % 15	15 % 25	21 % 35	10 % 16.7	60 % 100
تنشر المؤسسة تعليمات تمنع الاحتكار والإضرار بالمستهلك	ك %	14 % 23.3	25 % 41.7	11 % 18.3	10 % 16.7	- -	60 % 100
تلتزم المؤسسة بالقوانين الخاصة بتأمين وحماية العمال من الأخطار المهنية والأمراض وحوادث العمل	ك %	16 % 26.7	27 % 45	11 % 18.3	6 %10	- -	60 % 100

تحث المؤسسة عمالها بضرورة حماية البيئة من المواد المنبعثة عن نشاطها	ك	23	30	6	1	-	60
	%	% 38.3	% 50	% 10	% 1.7	-	% 100
لا تراعي المؤسسة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف	ك	1	10	17	32	-	60
	%	%1.7	%16.7	%28.3	%53.3	-	%100
تمنحك المؤسسة فرصا للتكوين والترقية	ك	7	29	12	12	-	60
	%	%11.7	%48.3	%20	%20	-	%100
تعترف المؤسسة بالنقابات العمالية وتخصص لها فرعا على مستواها.	ك	8	27	19	6	-	60
	%	%13.3	%45	%31.7	%10	-	%100
تهتم المؤسسة بتحسين مستواك المعيشي باستمرار	ك	5	16	20	19		60
	%	%8,3	%26,7	%33.3	%31.7		%100
تقدم المؤسسة المساعدات والتبرعات للمشاريع الخيرية(مراكز الطفولة،مراكز رعاية الموقين،جمعيات...)	ك	17	31	12	-	-	60
	%	%28.3	%51.7	%20	-	-	%100
تتولى المؤسسة رعاية النوادي الرياضية والعلمية والملتقيات والأبحاث العلمية	ك	31	16	7	6	-	60
	%	%51.7	%26.6	%11.7	%10	-	%100
تساهم المؤسسة في توفير فرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصة	ك	5	16	21	18	-	60
	%	%8.3	%26.7	%35	%30	-	%100
تقدم المؤسسة مكافآت وتكريمات للعمال وتسهيلات لأداء مناسك الحج والعمرة	ك	7	31	13	9	-	60
	%	%12.7	%51.7	%21.6	%15	-	%100

يحتوي المحور على عبارات إيجابية أي لا تبدأ بأداة نفي وأخرى سلبية تبدأ بأداة نفي، حيث أن الموافقة والموافقة بشدة على العبارات السلبية تعني بالمقابل المعارضة والمعارضة بشدة على العكس بالنسبة للعبارات الإيجابية، والعكس صحيح.

وعلى هذا الأساس فإن نتائج الجدول تشير إلى موافقة أغلب العمال وبنسب عالية جدا حتى دون احتساب نسب الموافقة بشدة، تصل إلى 51,7% على ممارسة المؤسسة لمسؤوليتها الاجتماعية تجاه العمال والأطراف المتعامل معها وكذا تجاه البيئة والمحيط، غير أن هناك تفاوت في اهتمامها بأبعاد المسؤولية الاجتماعية إلى حدٍ ما، وهذا ما تدل عليه نسب المعارضة التي تكون في بعض الأحيان مرتفعة مثل ماهو موجود في نشر المؤسسة لتعليمات تمنع الاحتكار بنسبة 16.7% ونسبة 20% فيما يخص تكوين وترقية العمال، وأهمها هي نسبة 30% من المبحوثين الذين يعارضون فكرة مساهمة المؤسسة في توفير فرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصة لكن تبقى نسبة الموافقة قريبة منها، أما مجموع نسبتي الموافقة بشدة والموافقة يمثل نسبة 35% تفوق نسبة المعارضة بقليل.

وهذا يدل على اهتمام محتشم للمؤسسة بهذه الفئة في التوظيف وهذا يتوافق مع ما أكده لنا مدير الموارد البشرية للمؤسسة"مصطفى زراري" من خلال المقابلات التي أجريناها معه على وجود عاملين فقط من ذوي الاحتياجات الخاصة بالمؤسسة.غير أن نسبة الموافقة على تقديم المؤسسة للمساعدات والتبرعات لمثل هذه الفئة من المجتمع ، تبقى عالية جدا وهي 51.7% للموافقة و28.3% للموافقة بشدة، وهذا قد يدل على أن نشاط المؤسسة يحول دون توظيف ذوي الاحتياجات الخاصة ومكان تواجدها.أما عن نسبة الحياد فهي موجودة في كل سؤال ولا بها، وهي تعبر إما عن عدم إدراك بعض المبحوثين لما يجري في المؤسسة كون أغلبهم لا يملكون مؤهلا علميا يمكنهم من تحليل الوضع، حيث 66.7% ذوي تكوين خاص، حسب الجدول 14.

المحور الرابع:الإجراءات الاتصالية للمؤسسة

جدول رقم19: الإجراءات الاتصالية للمؤسسة

العبارة	التكرار النسبة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	المجموع
تقوم المؤسسة بعملية توعية وتحسيس حول حماية البيئة تشمل جميع العمال	ك %	4 %6.7	39 %65	10 %16.7	7 %11.6	- -	60 %100
تنشر المؤسسة ملصقات تعليمية وإرشادية للوقاية من أخطارالعمل	ك %	9 %15	33 %55	11 %18.3	7 %11.7	- -	60 %100
تنظم المؤسسة احتفاليات في المناسبات تجمع العمال والمؤسسات المتعامل معها	ك %	- -	33 %55	17 %28.3	10 %16.7	-	60 %100
لا تشارك المؤسسة في الملتقيات الوطنية والدولية حول المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات	ك %	 -	8 %13.3	14 %23.3	26 %43.4	12 %20	60 %100
تشارك المؤسسة في الحملات التوعوية ومختلف النشاطات الاجتماعية والبيئية والتنموية	ك %	23 %38.3	27 %45	9 %15	1 %1.7	- -	60 %100
لا تدعو المؤسسة وسائل الإعلام المحلية والوطنية،المكتوبة والسمعية البصرية لتغطية نشاطاتها الاجتماعية والبيئية	ك %	- -	14 %23.3	14 %23.3	22 %36.7	10 %16.7	60 %100

تشير النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه إلى أن أعلى نسب موجودة بخانة الموافقة هي65%،55%،55%،45%خاصة بالعبارات الايجابية وتوجد بخانة المعارضة بالنسبة للعبارات

السلبية 43.4%و 36.7%.أما أعلى نسبة في خانة الموافقة بشدة هي 38.3% تُعبر عن مشاركة المؤسسة في الحملات التوعوية ومختلف النشاطات الاجتماعية والبيئية، وكانت أعلى نسبة في خانة المعارضة بشدة 16,7%حول عدم دعوة المؤسسة لوسائل الإعلام بشتى أنواعها.

وكانت نسب الحياد عالية نوعًا ما،تتراوح بين15% و28% تُعبر عن مجموعة من المبحوثين لم تُرِد الإدلاء برأيها في هذا المجال.

التحليل الكيفي:

من خلال التحليل الكمي لنتائج الجدول رقم 19، والذي يشمل أسئلة حول الإجراءات الاتصالية للمؤسسة،نستخلص أن المؤسسة اتخذت إجراءات اتصالية لتوضح بها دورها الاجتماعي، ولتستخدمها في حث عمالها على المشاركة في هذا الدور المهم ونذكر منها جريدة المؤسسة[1] (أنظر الملحق رقم07 والملحق رقم08)، والاستبيانات الداخلية التي توزعها على عمالها من فترة لأخرى(أنظر الملحق رقم03) هذا من جهة ومن جهة أخرى توظفها في التواصل مع المجتمع وأصحاب المصالح والسلطات، وأن هذه المؤسسة متفتحة على المجتمع ككل تأخذ منه وتعطيه،غير أن هذه الإجراءات تبقى بحاجة إلى تدعيم أكثر وفعالية أكثر وهذا ما تعبر عنه نسب الحياد في الجدول، وكذا نسب المعارضة ولو أنها ضعيفة، فهناك من المبحوثين من يتحفظ في إبداء رأيه،قد يكون معارضا، وربما لم يفهم السؤال.

نستخلص أيضا من الجدول أن مشاركة المؤسسة في الحملات التوعوية قوية جدا، وهذا لا يتنافى مع ما صرَّح لنا به السيد محمد فهيس رئيس قسم الإعلام والتوثيق خلال المقابلة التي أجريناها معه. كما أن وسائل الإعلام حاضرة بقوة في تغطية نشاطات المؤسسة، المكتوبة منها والسمعية البصرية، مثل إذاعة المدية، قناة الشروق، جريدة الفجر، جريدة الشروق والخبر وغيرها...

[1] – مقابلة مع السيد **محمد فهيس**، مكلف بالإعلام و الاتصال و التوثيق، مؤسسة إنتاج الأدوية بالمدية، في 2018/03/21 ،الساعة 9سا و15 د

المحور الخامس: طوعية تبني مؤسسة صيدال بالمدية للمسؤولية الاجتماعية والبيئية.

جدول رقم20 :آراء المبحوثين حول المسؤولية الاجتماعية بمؤسستهم

العبارة	التكرار النسبة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	المجموع
إن تبني مؤسستكم لمسؤوليتها الاجتماعية جاء طوعيا في إطار سياستها المنتهجة	ك %	– –	3 %05	07 %11.7	29 %48.3	21 %35	60 %100
تقوم المؤسسة بدورها الاجتماعي والبيئي لتحسين صورتها داخليا وخارجيا	ك %	40 %66.7	19 %31.6	1 %1.7	– –	– –	60 %100
السلطات المحلية، المجتمع المدني ونقابات العمال تمارس ضغطها على المؤسسة	ك %	9 %15	31 %51.7	14 %23.3	6 %10	– –	60 %100
المؤسسة لا تلتزم بمسؤوليتها الاجتماعية والبيئية إلا إذا كان إجباريا	ك %	21 %35	27 %45	5 %8.3	6 %10	1 %1.7	60 %100

ويحتوي الجدول على أربع عبارات حول مدى طوعية تبني المؤسسة لمسؤوليتها الاجتماعية، وأعلى نسبة فيه متمثلة في 66.7% وهي نسبة المبحوثين التي تعبر عن موافقتهم بشدة على فكرة أن المؤسسة تقوم بدورها الاجتماعي للتحسين من صورتها داخليا وخارجيا ونسبة 31.6% منهم تكتفي بالموافقة فقط، ولا يوجد مبحوث واحد عارض الفكرة.

وبالمقابل نجد نسبة ضئيلة جدا من المبحوثين تقدر بـ 5% عبَّرت عن موافقتها وانعدمت في الموافقة بشدة عن فكرة أن تبني المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة جاء طوعيا، حيث كانت نسبة المعارضة عالية جدا موزعة على درجتين من الشدة بـ 48.3% و35%.

أما عن الضغوطات الممارسة على المؤسسة فعبر ما نسبة 51.7% من المبحوثين عن وجود ضغوطات من السلطات المحلية والمجتمع المدني ونقابات العمل تمارس على المؤسسة، زد إلى ذلك نسبة الموافقة بشدة والمقدرة بـ 15% وكادت تنعدم نسبة المعارضة بدرجتها.

أما عن كون التزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية إجباريا تمليه القوانين والتشريعات فحظي بالموافقة والموافقة الشديدة من طرف أغلبية المبحوثين بنسبة 45% و35% على الترتيب،ولم تكن نسبة الحياد عالية جدا، حسب نتائج الجدول.

التحليل الكيفي:

نستخلص من التحليلات الكمية أعلاه أن مؤسسة صيدال بالمدية، تسعى إلى الحفاظ على مكانتها في السوق وإلى تحسين صورتها في الداخل والخارج بالنسبة للمؤسسة والوطن على حدٍ سواء، ومن خلال الإجابات نلمس حث المؤسسة الدائم والمستمر لعمالها بالحفاظ على صورتها ومكانتها من خلال ممارستهم لنشاطهم.كما أن تبني المؤسسة لمسؤوليتها الاجتماعية لم يكن طوعيا ولكن جاء بسبب الضغوطات الممارسة عليها من طرف المجتمع،أصحاب المصالح، السلطات، القوانين، التشريعات والمراسيم التنفيذية، وهذا يجيب على بعض التساؤلات الفرعية للإشكالية.

أما ضعف نسبة الحياد يوحي بأن جل المبحوثين مدركون بالدور الاجتماعي لمؤسستهم ومدركون بالضغوطات و القوانين و التشريعات، وهذا يعطي دلالة حول مشاركتهم في المسؤولية الاجتماعية والبيئة لأنهم أبوا إلا أن يدلوا بدلوهم في هذا المجال.

المطلب الثالث: تحليل الجداول المركبة كما وكيفا

جدول رقم 21:رأي المبحوثين حول التكوين والترقية

		تمنحك المؤسسة فرصًا للتكوين والترقية					المجموع
		موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	
جنس المبحوث	ذكر	4 % 9.3	19 % 44.2	11 % 25.6	9 % 20.9	0 % 0	43 % 100
	أنثى	3 % 17.6	10 % 58.8	1 % 5.9	3 % 17.6	0 % 0	17 % 100
	المجموع	7 % 11.7	29 % 48.3	12 % 20	12 % 20	0 % 0	60 % 100
خبرة المبحوث	أقل من 5سنوات	1 % 11.1	4 % 44.4	2 % 22.2	2 %22.2	0 % 0	9 % 100
	من5 إلى 10سنوات	1 % 5.3	10 % 52.6	5 % 26.3	3 %15.8	0 % 0	19 % 100
	من 10 إلى 15سنة	3 % 15.8	7 % 36.8	4 % 21.1	5 % 26.3	0 % 0	19 % 100
	16سنة فأكثر	2 % 15.4	8 % 61.5	1 % 7.7	2 % 15.4	0 % 0	13 % 100
	المجموع	7 % 11.7	29 % 48.3	12 % 20	12 % 20	0 % 0	60 % 100

فيما يخص متغير الجنس، يسجل الجدول نسب عالية مقدرة بـ60% موزعة على الموافقة والموافقة بشدة، وتُعبر هذه النسبة عن الأغلبية من مجموع المبحوثين الذين يرون أن المؤسسة تمنحهم فرصا للتكوين والترقية، حيث سُجِّلت أكبر نسبة عند الإناث ب76,4 %على الموافقة بدرجتيها تقابلها نسبة 53,5 %عند الذكور.

لتنخفض النسبة بالتساوي إلى20%في العمود الثالث والرابع وتمثل فئة المحايدين وفئة المعارضين، ونلاحظ أن الذكور كانوا أكثر تحفظا من الإناث وبفارق كبير بنسبة 25,6 %، وأن الإناث أَبيْن إلا أن يُدلين برأيهن إلاَّ واحدة.

لنخلص إلى أن المؤسسة قيد الدراسة تمنح فرصا لعمالها من أجل تكوينهم وترقيتهم، ولكن يبقى هناك تفاوت في هذه الفرص من فئة إلى أخرى، قد يتوقف هذا على نوع النشاط الذي يزاوله العامل داخل المؤسسة،حيث هناك مجالات تحتاج إلى تكوين مستمر وأخرى لا.كما أن نسبة المعارضة قد تخص الترقية التي يستفيد منها العامل باعتماد المؤسسة سُلَّما معينًا ،ففي بعض الأحيان تكون سريعة وأحيانا أخرى بطيئة، وهذا يتوقف على مردود العمل المؤدى. ومن جهة أخرى نلمس من نتائج الجدول أعلاه أن المرأة استفادت من التكوين والترقية بشكل كافي تُعبر عنه بالنسبة 76,4 %والتي كانت عالية بالمقارنة مع النسب الأخرى، وهذا يُعطي دلالة على نشاط وكفاءة المرأة العاملة بالمؤسسة.

أما من ناحية متغير الخبرة، فتُظهر النتائج أن الاتجاه العام يتمثل في النسبة 60 %لأغلبية أفراد العينة ذوي خبرة تفوق15 سنة والذين يُقِرُّون بأن المؤسسة تمنحهم فرصًا للتكوين والترقية تليها نسبة57,9 % تخص ذوي سنوات الخبرة من5 الى10.لتنخفض النسبة إلى 20%في كل من المعارضة والحياد، حيث كانت فئة ذوي خبرة تفوق 15 سنة أقل تحفظا من غيرهم بنسبة 7,7%.

من خلال التحليل الكمي لنتائج الجدول، يمكننا أن نلاحظ أنه كلما ارتفعت سنوات الخبرة كلما كانت الإجابات إيجابية وهذا يُعطي دلالة على أن المؤسسة تقوم بتكوين وترقية عمالها تدريجيا وعلى مدار سنوات عملهم بالمؤسسة، مما قد يُفسر نسب المعارضة والحياد في أفراد العينة الأقل خبرة.من جهة أخرى نُسجل انعدام نسب المعارضة الشديدة مما يُعزِّز رأي الأغلبية من مجموع أفراد العينة بنسبة عالية تقدر بـ60%حول وجود التكوين والترقية للعمال بالمؤسسة.

جدول رقم 22:حث المؤسسة عمالها بضرورة حماية البيئة

			تحث المؤسسةعمالها بحمايةالبيئة من المواد الناتجةعنها				المجموع
			موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	
جنس المبحوث	ذكر	ك	19	18	6	0	0	43
		%	% 44.2	% 41.9	% 14	% 0	% 0	% 100
	أنثى	ك	4	12	0	1	0	17
		%	% 23.5	% 70.6	% 0	% 5.9	% 0	% 100
	المجموع	ك	23	30	6	1	0	60
		%	% 38.3	% 50	% 10	% 1.7	% 0	% 100
صفة المبحوث	إطار	ك	0	8	0	0	0	8
		%	% 0	% 100	% 0	% 0	% 0	% 100
	عون تحكم	ك	12	8	0	1	0	21
		%	% 57.1	% 38.1	% 0	% 4.8	% 0	% 100
	عون تنفيذ	ك	11	14	6	0	0	31
		%	% 35.5	% 45.2	% 19.4	% 0	% 0	% 100
	المجموع	ك	23	30	6	1	0	60
		%	% 38.3	% 50	% 10	% 1.7	% 0	% 100

فيما يخص متغير الجنس تُظهر نتائج الجدول أن أغلبية المبحوثين يرون أن مؤسستهم تحثهم بضرورة حماية البيئة من المواد المنبعثة عن نشاطها بنسبة 38,3% للموافقة بشدة ونسبة 50% للموافقة، حيث كانت نسبة الذكور 86,1% أقل من نسبة الإناث 94,1%.بينما كادت تنعدم نسب المعارضة، واقتصرت نسبة الحياد على الذكور.

لنخلص إلى أن المؤسسة تقوم بدورها البيئي من خلال توعية وتحسيس عمالها بذلك، وأنها تستعمل الاتصال الداخلي وتُوظفه في حث عمالها بضرورة حماية البيئة، مما يُشير إلى وجود اتصال بيئي مسؤول بالمؤسسة،وهذا ما تُعبر عنه نسب الإناث ونسب الذكور على حدٍ سواء.وهذا

قد يفسر الدور الهام الذي يلعبه الاتصال الداخلي والاتصال المسؤول في تجسيد المسؤولية الاجتماعية والبيئية في مؤسسة إنتاج الأدوية (صيدال)بالمدية.

أما فيما يخص متغير سنوات الخبرة تشير النتائج المتحصل عليها أن نسبة كبيرة من المبحوثين بلغت 88,3% ترى أن المؤسسة تحث عمالها بضرورة حماية البيئة من المواد المنبعثة عن نشاطها،حيث نسجل 50% نسبة الموافقة و38,3% نسبة الموافقة بشدة، ويتفق جميع إطارات المؤسسة بنسبة كاملة 100%،تليها نسبة أعوان التحكم بـ95,2%،ثم أعوان التنفيذ بـ80,7% وهي مرتفعة. أما أخفض نسبة هي 1,7% تخص فئة المبحوثين الذين لا يرون أن المؤسسة تحثهم على حماية البيئة، مقتصرة على أعوان التحكم.كما اقتصر الحياد على أعوان التنفيذ بنسبة 10%.

ما قد يفسر أن الإطارات وأعوان التحكم يدركون أكثر من أعوان التنفيذ بالتعليمات والإرشادات حول حماية البيئة لأنهم من يقفون على تطبيقها كونهم أكثر خبرة من غيرهم،ما يجعلهم يدركون مصير النفايات والمخلفات الصلبة، السائلة والغازية في المؤسسة.كما تعبر نتائج الجدول عن الرسائل البيئية المسؤولة التي يتضمنها الاتصال الداخلي بالمؤسسة، مما يُشير إلى أن مؤسسة صيدال بالمدية تستعمل الاتصال الداخلي والاتصال البيئي لتوضيح دورها الاجتماعي والبيئي، وهذا يعزِّز ما تمَّ استخلاصه أعلاه.

جدول رقم23 :التزام المؤسسة بقوانين تأمين وحماية العمال

			تلتزم المؤسسة بقوانين تامين وحماية العمال من حوادث العمل					المجموع
			موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	
جنس المبحوث	ذكر	ك	8	25	9	1	0	43
		%	% 18.6	% 58.1	%20.9	% 2.3	% 0	% 100
	أنثى	ك	8	2	2	5	0	17
		%	% 47.1	% 11.8	% 11.8	% 29.4	% 0	% 100
	المجموع	ك	16	27	11	6	0	60
		%	% 26.7	% 45	% 18.3	% 10	% 0	% 100

تُظهر نتائج الجدول أن الاتجاه العام تُعبر عنه أكبر نسبة 71,7% موزعة على الموافقة بنسبة 45% والموافقة بشدة بنسبة 26,7%،حيث نسجل أكبر نسبة عند الذكور 41,7%(موافق)

و13,3%(موافق بشدة) تقابلها عند الإناث نسبة 3,3%(موافقة)و13,3%(موافقة بشدة) في صنف المبحوثين الذين يرون أن المؤسسة تلتزم بتأمين وحماية العمال من الأخطار المهنية.

لتنخفض هذه النسبة في العمود الرابع إلى 10% في صنف الذين يعارضون فكرة التزام المؤسسة بتأمينهم وحمايتهم من أخطار العمل، بفارق بين الذكور والإناث. ليزداد هذا الفارق في نسبة الحياد وذلك بنسبة 15 %عند الذكورو3,3%عند الإناث ما مجموعه 18,3%.كما نلاحظ أن نتيجة الجدول أعلاه لا تتنافى مع نتيجة الجدول رقم19المتمثل في أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

لنخلُص إلى أن مؤسسة إنتاج الأدوية بالمدية تلتزم بتأمين عمالها وحمايتهم من الأخطار وحوادث العمل، كما تؤكده النسبة 71,7 %أعلاه ويؤكده ميثاق الأخلاقيات الخاص بالمؤسسة والذي يُخصِّص الفصل الثالث منه للعمال فقط، ويتناول حقوقهم في ما يقارب10 بنود.والموافقة بالأغلبية تدل على أن ما جاء في ميثاق الأخلاقيات(أنظر الملحق رقم04) ليس حِبرا على ورق.

غير أن المرأة تُعبر عن عدم الاهتمام بها كما ينبغي، من خلال نسبة المعارضة29,4%والتي تساوي بالضبط نصف نسبة الموافقة، وهذا قد يفسر عدم استفادة بعض النساء من التعويضات عن المرض،خاصة فيما يتعلق بعطل الأمومة ،مما يتفق مع ما صرَّح لنا به رئيس المصلحة الاجتماعية السيد مصطفى بن عيسى حول بعض الملفات العالقة على مستوى صندوق التأمينات ويتم العمل على تسويتها تدريجيا.

أما فيما يخص الإدلاء بالرأي، نجد الإناث أكثر جرأة من الرجال، والرجال أكثر تحفظا من النساء.

جدول رقم24:الاتصال الداخلي يحفزك على دورك الاجتماعي

			الاتصال الداخلي يحفزك على أداء دورك الاجتماعي والبيئي					المجموع
			موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	
جنس المبحوث	ذكر	ك	7	19	12	5	0	43
		%	% 16.3	% 44.2	% 27.9	% 11.6	% 0	% 100
	أنثى	ك	0	12	5	0	0	17
		%	% 0	% 70.6	% 29.4	% 0	% 0	% 100
	المجموع	ك	7	31	17	5	0	60
		%	%31,7	%51.7	% 8.3	% 8.3	% 0	% 100
خبرة المبحوث	أقل من 5 سنوات	ك	1	5	3	0	0	9
		%	% 11.1	% 55.6	% 33.3	% 0	% 0	% 100
	من5الى 10سنوات	ك	2	11	4	2	0	19
		%	% 10.5	% 57.9	% 21.1	% 10.5	% 0	% 100
	من10 الى15سنة	ك	4	8	6	1	0	19
		%	% 21.1	% 42.1	% 31.6	% 5.3	% 0	% 100
	أكثر من15سنة	ك	0	7	4	2	0	13
		%	% 0	% 53.8	% 30.8	% 15.4	% 0	% 100
	المجموع	ك	7	31	17	5	0	60
		%	% 11.7	% 51.7	% 28.3	% 8.3	% 0	% 100

فيما يخص متغير الجنس، تشير نتائج الجدول أن الاتجاه العام يوجد في صنف الذين يعتبرون أن الاتصال الداخلي يحفزهم على أداء دورهم المجتمعي والبيئي بنسبة63,4%موزعة على الموافقة بنسبة51,7%،والموافقة بشدة بنسبة31,7%من مجموع المبحوثين،حيث نسجل أعلى نسبة عند الإناث 70,6% بالموافقةو60,5% لدى الذكور،وهذه النتيجة تتوافق مع نتيجة الجدول18.لتنخفض هذه النسبة وضوحا إلى 8,3% في صنف الذين يعارضون الفكرة، مقتصرة على الذكور. ونفسها نسبة الحياد، حيث نسجل أكبر نسبة 29,4%عند الإناث.

لنخلص إلى أن أغلبية المبحوثين يعتبرون الاتصال الداخلي محفزا للدور الاجتماعي والبيئي لهم ومن ثمَّ للمؤسسة ككل.كما أن نسب الإناث تُعطي دلالة على أن المرأة في المؤسسة مثلها مثل الرجل تُمنح من المسؤولية الاجتماعية ما يكفي وهذا قد يرجع لدورها الفعال في المؤسسة والمجتمع على حد سواء، وأنها تحظى بالقدر الكافي من الاتصال على غرار الرجل، من جهة أخرى نجد أن المرأة تعمل عادة في مصالح تشعرها بدورها الاجتماعي الذي تقوم به فعلا ،دون أن تخرج إلى المجتمع والبيئة المحيطة بالمؤسسة.أما عن نسبة الحياد فهي عالية، مما قد يفسر تحفظ بعض المبحوثين في إعطاء رأيهم في الموضوع، وقد يدل على أن الاتصال الداخلي في المؤسسة يُحفِّز العمال بدرجات متفاوتة، وذلك حسب نوع المهمة الموكلة إليهم في المؤسسة.

أما فيما يتعلق بمتغير الخبرة تُظهر النتائج أن أغلبية أفراد العينة وبنسبة63,4% موزعة على الموافقة بدرجتيها بـ 51,7%و11,7%.حيث نجد أعلى نسبة للفئة العمرية من5إلى10 سنوات وأقل نسبة لدى الفئة أكثر من 15 سنة. وتنخفض النسبة إلى8,3% في المعارضة أما نسبة الحياد قدرت بـ 28,3%.

استنادا إلى هذا التحليل الكمي نستخلص أن الاتصال الداخلي يحفز العمال على الأداء الاجتماعي، وخاصة الفئات العمالية المُستخدَمة حديثا فهي أكثر نشاط وحيوية من الفئات الأخرى،وهذا قد يندرج ضمن الإجماع على الجانب التحفيزي للاتصال الداخلي بالمؤسسة.

جدول رقم 25: رأي المبحوثين حول تحسين مستواهم المعيشي حسب متغير السن

		تهتم المؤسسة بتحسين مستواك المعيشي باستمرار					المجموع
		موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	
سن المبحوث	من 20الى 30 سنة	2 %25,0	1 %12,5	4 %50,0	1 %12,5	0 %0	8 %100,0
	من 31الى 41 سنة	2 %9,1	6 %27,3	7 %31,8	7 %31,8	0 %0	22 %100,0
	من42 إلى 52 سنة	1 %5,0	5 %25,0	8 %40,0	6 %30,0	0 %0	20 %100,0
	أكثر من 52 سنة	0 %0	4 %40,0	1 %10,0	5 %50,0	0 %0	10 %100,0
المجموع		5 %8,3	16 %26,7	20 %33,3	19 %31,7	0 %0	60 %100,0

أعلى نسبة في الجدول تقدر بـ35% موزعة على الموافقة والموافقة بشدة على أن المؤسسة تهتم بتحسين مستواهم المعيشي باستمرار، حيث نسجل أعلى نسبة عند المبحوثين الذين يفوق سنهم52 سنة بـ40% تليها الفئة العمرية(من20إلى30سنة) بنسبة37,5% موزعة على الموافقة بدرجتيها، وهي نسبة قريبة من نسبتي الفئتين المتبقيتين. وتنخفض النسبة في الجدول انخفاضا طفيفا في كل من المعارضة والحياد بالنسبتين31,7% و33,3% على التوالي، حيث نسجل أعلى نسبة معارضة لدى الفئة العمرية (أكثرمن52سنة) بنسبة 50% وتبقى الفئتان (من20 إلى30 سنة) و(من42إلى52 سنة)أكثر تحفظا من غيرها بالنسبتين 50 %و40 % على الترتيب.

التحليل الكيفي:

تُشير القراءة الكمية للجدول أن المؤسسة تهتم بتحسين المستوى المعيشي لعمالها، وهذا ما تعبر عنه نسب الموافقة بدرجتيها، وكذا الفئة العمرية (أكثر من 52 سنة) وهي الفئة التي قد تمتلك أقدمية في المؤسسة، ومقبلة على التقاعد، وهي أدرى من غيرها في هذا المجال.أما عن نسبة الفئة العمرية(من20إلى30سنة)فقد تدل على رضاهم عن الأجر الذي يتقاضونه، خاصة إذا تم توظيفهم حديثا،وهذا وارد جدا، وهم في أمس الحاجة إلى عمل لتحسين ظروفهم.كما أن تقارب نسب الموافقة في مختلف الفئات العمرية، وانعدام نسب المعارضة الشديدة في الجدول،دليل آخر على اهتمام المؤسسة بتحسين المستوى المعيشي لعمالها.

أما فيما يخص نسبة المبحوثين الذين اكتفوا بالمعارضة فقط، قد تفسر عدم استمرار المؤسسة، وتماطلها في تحسين الأجور، أو أنها تعمل على ذلك لكن بشكل طفيف،وغير كافي لسد حاجيات المستخدمين لديها، والرفع من مستواهم المعيشي وتحسين ظروفهم في الحياة، خاصة في ظل غلاء الأسعار الذي تشهده البلاد.

جدول رقم 26 :رأي أفراد عينة الدراسة في تغطية نشاطات وعلاقات المؤسسة

		تنظم المؤسسة احتفاليات تجمع فيها العمال ومؤسسات أخرى					المجموع
		موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	
لا تدعو المؤسسة وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية لتغطية نشاطها الاجتماعي والبيئي .	موافق بشدة	0 %0	0 % 0	0 % 0	0 % 0	0 % 0	0 % 0
	موافق	0 % 0	8 % 57.1	5 % 35.7	1 % 7.1	0 % 0	14 % 100
	محايد	0 % 0	6 % 42.9	5 % 35.7	3 % 21.4	0 % 0	14 % 100
	معارض	0 % 0	11 % 50	6 % 27.3	5 % 22.7	0 % 0	22 % 100
	معارض بشدة	0 % 0	8 % 80	1 % 10	1 % 10	0 % 0	10 % 100
المجموع	ك %	0 % 0	33 % 55	17 % 28.3	10 % 16.7	0 % 0	60 % 100

تشير نتائج الجدول أن الاتجاه العام يتمثل في النسبة 55 %وهي نسبة المبحوثين الذين يرون أن مؤسستهم تنظم احتفاليات تجمع فيها العمال بالمتعاملين من المؤسسات الأخرى،وبأعلى نسب هي 50% و80 %في فئة الذين يرون أن المؤسسة تدعو وسائل الإعلام لتغطية مختلف نشاطاتها،موزعة على المعارضة بنسبة 80%والمعارضة بشدة 50 %(على النفي).

لتنخفض هذه النسبة(55%) إلى 16,7% في العمود الثالث في فئة المبحوثين الذين يعارضون فكرة تنظيم الاحتفاليات بأعلى نسبة32,7%لدى المبحوثين الذين صرحوا بدعوة المؤسسة لوسائل الإعلام.غير أن هناك مجموعة لا بأس بها من المبحوثين لم تدل برأيها بنسبة 28,3 %، حيث تم تسجيل أكبر نسبة 37,3%عند الذين يعارضون فكرة عدم دعوة المؤسسة لوسائل الإعلام.

لنخلص إلى أن مؤسسة صيدال المدية لا تقيم لقاءات مع الشركاء والأطراف ذات العلاقة بها فحسب، وهذا يدخل ضمن الإجراءات الاتصالية التي تتخذها المؤسسة، وإنما تدعو مختلف وسائل الإعلام لتغطية نشاطاتها الاجتماعية والبيئية ،ما يعني أنها تسعى لتحسين صورتها داخليا وخارجيا، الحفاظ على مرتبتها والشوط الذي قطعته منذ نشأتها.ما تؤكده الصحف اليومية والقنوات الإذاعية والتلفزيونية التي تناولت نشاطات المؤسسة حسب رئيس قسم الإعلام السيد محمد فهيس.

كما تظهر نتائج الجدول أن المؤسسة اتخذت إجراءات اتصالية من شأنها تجسيد المسؤولية الاجتماعية لها تجاه المجتمع الداخلي والمجتمع الخارجي والبيئة وكل أصحاب المصالح، متخذة في ذلك رأي الجمهور بعين الاعتبار،حيث أن وسائل الإعلام تعمل على نقل ردود أفعال الرأي العام والتي من شأنها تحسين وتطوير نشاط المؤسسة،و رسم صورة حسنة عنها لدى جمهورها.

جدول رقم 27: رأي المبحوثين في وسائل الإعلام وسمعة المؤسسة

		تقوم المؤسسة بدورها الاجتماعي والبيئي لتحسين من صورتها داخليا وخارجيا					المجموع
		موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	
لا تدعو المؤسسة وسائل الإعلام المحلية والوطنية، المكتوبة والسمعية والبصرية لتغطية نشاطها الاجتماعي	موافق بشدة	0 % 0	0 % 0	0 % 0	0 % 0	0 % 0	0 % 0
	موافق	6 % 42.9	8 %57.1	0 % 0	0 % 0	0 % 0	14 % 100
	محايد	10 % 71.4	4 % 28.6	0 % 0	0 %0	0 %0	14 % 100
	معارض	16 % 72.7	5 % 22.7	1 % 4.5	0 % 0	0 % 0	22 % 100
	معارض بشدة	8 % 80	2 % 20	0 % 0	0 % 0	0 % 0	10 % 100
المجموع	ك %	40 % 66.7	19 % 31.7	1 % 1.7	0 % 0	0 % 0	60 % 100

تقدر أعلى نسبة في أسفل الجدول بـ66,7 %زد إلى ذلك النسبة 31,7% ،بالنسبة للذين يرون أن مؤسستهم تقوم بدورها الاجتماعي للتحسين من صورتها داخليا وخارجيا حيث سجلت نسبة

72,7% ونسبة 80% في فئة الذين يقرون بحضور وسائل الإعلام بقوة في نشاطات المؤسسة بينما تنعدم نسب المعارضة بدرجتيها،أما عن نسبة الحياد فهي ضئيلة جدا تقدر بـ1,7 %.

مما يجعلنا نستخلص أن مؤسسة إنتاج الأدوية بالمدية تسعى من خلال الدور الاجتماعي والبيئي الذي تقوم به ،إلى التحسين من صورتها داخليا وخارجيا وهذا ما تعبر عنه النسب التي اقتربت من الـ 100%، متخذة من وسائل الإعلام الجماهيرية بمختلف أنواعها الوسيلة الأنجع لكسب الرأي العام والحفاظ على مكانتها في السوق.

جدول رقم 28: رأي المبحوثين في الدور الاجتماعي للمؤسسة والضغوطات الممارسة عليها

		المؤسسة لا تلتزم بمسؤوليتها الاجتماعية إلا إذا كان ذلك إجباريا					المجموع
		موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	
السلطات المحلية والمجتمع المدني ونقابات العمال تمارس ضغطها على المؤسسة	موافق بشدة	2 %22.2	4 %44,4	3 %33.3	0 %0	0 % 0	9 % 100
	موافق	14 % 45.2	15 % 48.4	0 % 0	1 % 3.2	1 % 3.2	31 % 100
	محايد	3 % 21.4	6 % 42.9	2 14.3	3 % 21.4	0 % 0	14 % 100
	معارض	2 % 33.3	2 % 33.3	0 % 0	2 % 33.3	0 % 0	6 % 100
	معارض بشدة	0 % 0	0 % 0	0 % 0	0 % 0	0 % 0	0 % 0
المجموع	ك %	21 % 35	27 % 45	5 % 8.3	6 % 10	1 % 1.7	60 100%

تُظهر نتائج الجدول أن الاتجاه العام موجود في النسبة 80% موزعة على الموافقة بنسبة 45% والموافقة بشدة بنسبة 35% في فئة الذين يرون أن مؤسستهم لا تقوم بمسؤوليتها الاجتماعية إلا إذا كان ذلك إجباريا، حيث نسجل أكبر نسبة67,4% في فئة الذين يوافقون على أن السلطات

المحلية والمجتمع المدني ونقابات العمال تمارس ضغوطا على المؤسسة بنسبة 45,2% وبنسبة22,2% من الذين يوافقون بشدة.

وتنخفض النسبة إلى النسبة11,7% في فئة الذين يعارضون فكرة إجبارية تبني المؤسسة لدورها الاجتماعي بنسبة10% للمعارضة فقط ونسبة 1,7% من الذين يعارضون بشدة، كما نلاحظ انخفاض في نسبة الحياد إلى8,3%.

لنخلص إلى أن ضغوطات المجتمع المحلي والنقابات العمالية والسلطات المحلية عامل أساسي من عوامل تبني المؤسسة لمسؤوليتها الاجتماعية، ونسب المعارضة التي انعدمت في غالب الأحيان دليل آخر على ذلك.ومنه نستنتج أن الدور الاجتماعي والبيئي لمؤسسة إنتاج الأدوية بالمدية موجود وواضح من خلال الممارسات داخل وخارج المؤسسة، غير أنه لا يمثل خيارا من خياراتها، أو ينبع عن سياسة اتخذتها، بل تُمليه الضغوطات الممارسة عليها من طرف مختلف الأطراف ذات العلاقة بها. أما نسب الحياد المنخفضة توحي إلى أن المبحوثين أبوا إلاَّ أن يُدلوا بدلوهم في هذا المجال، كأن الأمر محسوم بالنسبة لهم وهذا ما لمسناه من خلال ترددنا على المؤسسة والمقابلات التي أجريناها بها.

المطلب الرابع: الاستنتاجات

1.الاتصال الداخلي فعَّال بمؤسسة إنتاج الأدوية (صيدال) بالمدية، وهذا ما تبرزه إجابات أغلبية المبحوثين حسب الجدول رقم17.

2.اتخذت المؤسسة إجراءات اتصالية مختلفة من شأنها توضيح الدور المجتمعي لها والبيئي، تتمثل في جريدة المؤسسة، الاستبيان الداخلي الخاص بالمؤسسة، الملتقيات،المعارض...

3.تستعمل المؤسسة الاتصال المسؤول، ممثلا بالاتصال البيئي والاتصال الاجتماعي، من خلال الرسائل المسؤولة التي تنشرها داخل بيئة العمل وخارجها.

4.تقوم المؤسسة بدورها الاجتماعي والبيئي لكن بنسب تتفاوت بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية، حيث أنها تهتم بالدرجة الأولى بالبعد الاقتصادي كأي مؤسسة اقتصادية، والبعد القانوني، حسب نتائج الجدول رقم18

5.تعمل المؤسسة على التطوير من نفسها باستمرار، حيث تسعى لاكتساب شهادة المعايرة الدولية26000 ISO والتي تنص بنودها على تطبيق المسؤولية الاجتماعية. وتجدر الإشارة إلى حيازة المؤسسة على 14000 ISOو 9001 ISO.حسب المقابلات التي أجريناها بالمؤسسة.

6.تقوم المؤسسة بدراسات وبحوث حول وضعها الاقتصادي الاجتماعي، وذلك من خلال توزيع استمارات استبيانية بشكل دوري من أجل استطلاع رأي جمهورها الداخلي والخارجي(الملحق رقم3)

7.تعمل المؤسسة على ترقية المجتمع المحلي من خلال قيامها بأنشطة الرعاية والهبات والأعمال الخيرية، ورعاية فئة الشباب بتمويل الفرق الرياضية، و تقديم مساعدات مالية لجمعيات مختلفة نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر جمعية مرضى السكري بالمدية.(جريدة المؤسسة)

8.تعتبر سياسة تسيير النفايات بالمؤسسة آلية هامة للحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية، ولتطبيق التنمية المستدامة من جهة أخرى، وهذا يصب في البعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية.

9.تلتزم المؤسسة بالقوانين والتشريعات والمراسيم التنفيذية أثناء ممارستها لنشاطها.

10. لم يكن تَوجُه المؤسسة نحو المسؤولية الاجتماعية طوعيا، وإنما جاء كنتيجة للضغوطات الممارسة عليها من طرف الجهات ذات العلاقة بها، والمتمثلة في العمال، المستهلك،المجتمع المدني، السلطات المحلية، نقابات العمال، مختلف المؤسسات، القوانين والتشريعات وغيرها.وهذا ما عبرت عنه نتائج الجدول رقم20

11. يلعب الاتصال الداخلي بمؤسسة إنتاج الأدوية بالمدية، دورا مهما في توسيع الدور المجتمعي لها بدءا ببيئتها الداخلية وصولا إلى محيطها الخارجي، حسب إجابات أغلبية المبحوثين

نتائج الدراسة:

1_هناك تعاريف عديدة لمفهوم "**المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة**" قد تختلف في التعابير لكنها تتقارب في المضمون، ومع ذلك يمكن تعريفها بأنها "ما تقوم به المؤسسات وتقدمه للمجتمع، على ضوء توقعاته، مع ضمان مراعاة حقوق الإنسان وقيم المجتمع والالتزام بالقوانين والشفافية ومكافحة الفساد.

2_تتمثل رهانات الاتصال المسؤول للمؤسسة في سمعة المؤسسة، من خلال نقل صورة مسؤولة عنها تعكس السمعة الطيبة لها تجاه كل الجهات المستفيدة، وكذا في تحقيق فعالية

أكبر للحملات الاتصالية، بفضل الاستهداف المحدد لرسائل أكثر تناسقا ووسائل أكثر تكيفا، من أجل تحفيز العمال ودمج فريق العمل بإعطائهم جميع الإيجابيات التي تتعلق بمسار المؤسسة لتطبيق التنمية المستدامة طوعيا.كما يسمح الاتصال المسؤول بالتقليص من المخاطر القانونية.

3_يعمل الاتصال الداخلي بمؤسسة إنتاج الأدوية(صيدال) بالمدية على توضيح المسؤولية الاجتماعية لها، من خلال التنسيق في انتقال المعلومات بين الرؤساء والمرؤوسين، وكذا فتح مجالات الحوار، بالاستماع إلى شكاوي العمال وانشغالاتهم، والعمل على توعيتهم ونشر تعليمات حول حماية البيئة والمجتمع.

4_اتخذت مؤسسة صيدال بالمدية مجموعة من الإجراءات الاتصالية من شأنها تحقيق الدور الاجتماعي لها، تتمثل في جريدة المؤسسة، الاستبيان الداخلي الذي يتم توزيعه بشكل دوري على العمال للاطلاع على سير أمورهم، والتحسين منها، كما تقيم المؤسسة معارض وتشارك في الملتقيات المختلفة وغيرها من الإجراءات.

5_لم يكن تَوجُه المؤسسة نحو المسؤولية الاجتماعية طوعيا، وإنما جاء كنتيجة للضغوطات الممارسة عليها من طرف الجهات ذات العلاقة بها، والمتمثلة في العمال، المستهلك،المجتمع المدني، السلطات المحلية، نقابات العمال، مختلف المؤسسات،القوانين والتشريعات وغيرها. وتبقى المؤسسات تتأرجح بين الإلزام القانوني والالتزام الأخلاقي في أدائها لدورها الاجتماعي.

وأخيرا يلعب الاتصال الداخلي بمؤسسة إنتاج الأدوية بالمدية، دورا مهما في توسيع الدور المجتمعي لها بدءا ببيئتها الداخلية وصولا إلى محيطها الخارجي.

خاتمة

خاتمة:

يكتسب الدور الاجتماعي للمؤسسات أهمية متزايدة، في ظل انتهاج هذه المؤسسات سياسة جديدة صحبتها برامج اجتماعية هامة وأخرى بيئية، يُنظر إليها على أنها أمر طبيعي ومتوقع في ظل انتفاء الهدف الربحي للمؤسسات الاقتصادية والخدماتية على حدٍ سواء، وإن كانت في كثير من الأحيان تُحقق أرباحًا طائلة.وهناك مؤسسات اتخذت إجراءات اتصالية مختلفة من أجل تجسيد مسؤوليتها الاجتماعية وإلقاء الضوء على دورها الاجتماعي والبيئي، حيث اقتنعت هذه المؤسسات بأن الدور الاجتماعي والالتزام الأخلاقي لها هو أيضا استثمار يعود عليها بزيادة الربح والإنتاج وتذليل النزاعات بين الإدارة والعاملين فيها، وكذا المجتمعات التي تتعامل معها، وتحسين صورتها داخليا وخارجيا.

كما يظهر أن كثيرا من قادة وأصحاب المؤسسات يرغبون في المشاركة الاجتماعية وينظرون إلى العملية الاقتصادية على أنها نشاط اجتماعي ووطني وإنساني يهدف إلى التنمية والمشاركة في العمل العام، وليس عمليات معزولة عن أهداف المجتمعات والدول وتطلعاتها دون التحلي بطبيعة الحال عن الأهداف الربحية للمؤسسات، وهذا ما يتفق عليه جميع العاملين، لأن خسارتها ستعود بالضرر على المجتمع والعاملين والاقتصاد الوطني أجمع.

وتكتسي هذه الدراسة الموسومة"**دور الاتصال في تجسيد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة**" أهمية خاصة بالنسبة للمؤسسات الجزائرية في ظل عصر العولمة وتحرير الاقتصاد، وتعاملها مع كبريات المؤسسات عبر العالم،وفي ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وغيرها من التحديات التي تعترض توجهها نحو مسؤوليتها من خلال مختلف الممارسات الاجتماعية تُجاه مختلف الأطراف المُتعامَل معها. وهذا يجعلنا نطمح للتوسع في الدراسة مستقبلا لِنمس كل الجهات المتعامل معها وذلك من خلال إجراء مقابلات معها وتوزيع استمارات إستبيانية لِمَ لا، على أفرادها، للوقوف على أدق تفاصيل الدور الاجتماعي والبيئي للمؤسسات، وكذا مدى إسهام الاتصال الداخلي في ذلك،في ظل تعاملها مع المجتمع، السلطات المحلية، المجتمع المدني، ومختلف الأطراف ذات العلاقة بها، وكذا نوع الضغوطات التي تُمارس عليها. وتبقى المؤسسات عموما تتأرجح بين الإلزام القانوني والالتزام الأخلاقي في أدائها لمسؤوليتها الاجتماعية والبيئية.

قائمة المراجع

أولا– الكتب باللغة العربية:

1. إبراهيم إسماعيل: الصحفي المتخصص، دار الفجر للنشر،د ط ،مصر،2001.
2. المغزي كمال:أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية،دارالنشر ، ط1، مصر،2007.
3. الراشدي سعيدعلي:الإدارة بالشفافية،كنز المعرفة للنشروالتوزيع ،ط1 ،عمان،لأردن ،2007.
4. الصديقي سلوى:الاتصال والخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، 2005.
5. الغالبي طاهر محسن: الإدارة والأعمال، دار وائل للنشر والتوزيع ، ط2007،1.
6. الغالبي طاهر محسن:المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال،دار وائل،الأردن، 2006.
7. أنجرس موريس:منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، مطابع دار القصبة للنشر، 2013.
8. باشيورة لحسن عبد الله والبراوي نزار عبد المجيد والسمراني عدنان هاشم:البحث العلمي، مفاهيم ،أساليب ،تطبيقات(الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى،2010).
9. بن حبيب عبد الرزاق: اقتصاد وتسيير المؤسسة،المطبوعات الجامعية، الجزائر،2000.
10. بن مرسلي أحمد: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال(ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2003).
11. بوحوش عمار والذنيبات محمد محمود: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث(ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الثالثة،2001).
12. د. دادي عبدون ناصر: اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، ،ط1998،1.
13. د.دادي عبدون ناصر: الاتصال ودوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية، دار المحمدية العامة، الجزائر، ط1 ،1998.
14. د.دراز:دستور الأخلاق في القران، تعريف وتحقيق وتعليق الدكتور عبد الصبور الشاهين (ط4، مؤسسة الرسالة بيروت، 1982).
15. دليو فضيل: الاتصال، مفاهيمه، نظرياته ووسائله،دارالفجر للنشر والتوزيع،القاهرة 2003.
16. سويدان نظام موسى وشفيق إبراهيم حداد: التسويق مفاهيم معاصرة، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان– الأردن، بدون طبعة ، 2003.
17. شفيق محمد: البحث العلمي والخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، الملكية الجامعية ، ط1، مصر، 2001.

18. عبد الباقي صلاح الدين:السلوك الفعال في المنظمات، دار الجامعة للنشر، القاهرة، 2002.
19. عودة محمود: أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية، ط3، مصر، 1998.
20. ميشال لوني: الإعلام الاجتماعي، ترجمة صالح بن حليمة المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس،2003.
21. ماهر أحمد:كيف ترفع مهاراتك في الاتصال، الدار الجامعية، الإسكندرية ، 2000.
22. مصباح عمار:منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام(ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008).
23. ملحة أحمد: الرهانات البيئية في الجزائر، مطبعة النجاح، الجزائر، أفريل ، 2000.
24. نجم عبود نجم: أخلاقيات علم الإدارة في عالم متغير، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية (بحوث ودراسات) بدون طبعة، 2006.

ثانيا-الكتب باللغة الأجنبية:

1.A. Milon ,M.Jonve :communication et organisation des entreprises ,édition Bréal ,1996.

2. shneider Christian : communication nouvelle fonction stratégique de l'entreprise , D elmas ,2eme édition ,1993.

3. cominission européenne , promouvoir ,un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises –la vie vert ,2001.

4 Nauyen-thanh. Fanelly : la communication une stratégie au service de l'entreprise ,Paris ,édition économica ,1991.

5. F.gondrand : l'information dans les entreprises et les organisations , les éditions d'organisation , France ,1983.

6. François Oussama : les nouvelles technologies de l'information , enjeux pour l'Afrique subsaharienne une édition harmattan ,Paris ,2001.

7. Gérard noël ,Loie Armand :communication responsable des entreprises, guide pratique a destination et des organisations professionnelles (MEDEF) ,Paris,2011.

8. Girard :la communication écrite dans l'entreprise , édition de Boeck cinérites ,France , 1997.

9. jean – Pière pehmish : la communication dans l'entreprise , press universitaire de France ,Paris , 1985.

10. Jonas M : mieux utiliser ce bon vieux téléphone , l'essentiel du management, France ,2002.

11. – Françoise Gunnaud Marie et Frédérique willard :du management environnemental au développement durable des entreprises ,France, ADEME ,mars 2004.

12.Michel Capron et Françoise Quairel – lanoizelee : la communication d'entreprise , édition la découverte , Paris ,2007.

13. N.Almeida, T.libaert : la communication interne des entreprises, 7eme édition dunod, 2014.

14. Saveur Fernandez : communication responsable , la révolution éthique publicitaire , magazine de éco novateur, mars/avril 2011.

15 riote. Stéphane : la communication responsable – effet d'annonce on enjeux socio – économique , Dino ,paris ,2012.

ثالثا-الأطروحات والرسائل الجامعية:

1_ مقدم وهيبة: **تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية،** أطروحة دكتوراه، جامعة وهران، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2014/2013.

2_ بنت محمد فطومة: **التسويق واستخدامه في الاتصال،** رسالة ماجستر، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.

3- ضيافي نوال: **المسؤولية الاجتماعية والموارد البشرية**، رسالة ماجستر، جامعة تلمسان، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير،2010/2009.

4- قادري محمد: **الاتصال الداخلي في المؤسسة الجزائرية بين النظرية والتطبيق**، رسالة ماجستر، جامعة تلمسان، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2010/2009.

5_ مهري شفيقة: **الاتصال وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية في المؤسسة الاقتصادية**، رسالة ماجستر، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الاعلام والاتصال، 2012/2011.

6_مانع شوقي: **دور المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية المستدامة**، رسالة ماجستر،جامعة فرحات عباس سطيف ، 2011/2010.

7 _فايز الزعبي: ."**اهتمام الإدارات العليا في الشركات المساهمة العامة الأردنية بالمسؤولية الاجتماعية**"رسالة ماجستر، جامعة الشرق الأوسط ،الأردن،(1990).

8_عجيلات فارس نبيل: **المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة في شركات الاتصالات الأردنية**، دراسة حالة شركة أورنج، رسالة ماستر، جامعة الشرق الأوسط MEU، 2012/2011.

رابعا-الملتقيات والمؤتمرات العلمية :

1ـ د.حصاص محمد وأ.تليلالي فاطمة:**دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم إستراتيجية التنمية المستدامة** -الواقع والرهانات- جامعة حسيبة بن بوعلي – الشلف – 15/14 نوفمبر 2016.

1-سلامي منيرة وسنيقرة رفيقة: **أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية على الموارد البشرية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، بدون سنة.

2-قرفي شافية وحمودي حاج صحراوي: **دور المسؤولية الاجتماعية في دعم سمعة المؤسسة**، جامعة سطيف1 كلية العلوم الاقتصادية والتجارية 2016.

3-محمد عادل عياض: "**المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة – مدخل لمساهمة منظمات الأعمال في الاقتصاد التضامني**"، ملتقى الاقتصاد التضامني، جامعة تلمسان ، 2005/02/12.

4-أ. مقدم وهيبة ود. بكاريشير: **المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية من خلال تطبيق المواصفة الدولية إيزو26000 للمسؤولية الاجتماعية**،جامعة مستغانم 2012/201.

خامسا-المجلات :

1-بن زروق جمال: **التغير التنظيمي داخل المنشأة ومدى مساعدة النسق الاتصالي في نجاحه**، مجلة جامعة دمشق سوريا، العدد الأول والثاني 2010.

2-محمد عادل عياض: **دراسة نظرية لمحددات سلوك حماية البيئة في المؤسسة**، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، مجلة الباحث، العدد 7، 2010/2009.

سادسا-المقابلات :

1-**بن عيسى مصطفى**:رئيس المصلحة الاجتماعية،مؤسسة إنتاج الأدوية المدية 2018/04/18.

2-**بوقرة فاطمة الزهراء**: رئيسة قسم التخطيط والتنمية،مقر إنتاج الأدوية بالمدية 2018/03/28.

3-**حسين خيرة**:رئيسة مصلحة التكوين والتربص، مؤسسة إنتاج الأدوية، المدية 2018/02/28.

4-**زراري مصطفى**:رئيس مصلحة الموارد البشرية، مؤسسة إنتاج الأدوية بالمدية 2018/03/28.

5-**سعدودي توفيق**:رئيس قسم البيئة والأمن الصناعي، مقر إنتاج الأدوية بالمدية 2018/03/14.

6-**فهيمس محمد**:رئيس قسم الإعلام والاتصال والتوثيق، مقر إنتاج الأدوية المدية 2018/02/28.

سابعا_المواقع الإلكترونية:

1- www.almaany.com معجم قاموس عربي عربي

2- https://www.amazon.fr/ *L'entreprise-responsable-Responsabilité-sociale*

3- https://meu.edu.jo/Library thèses/58621865435 e9_1.pdf

4- http://www.swmsa.net/articles.php?action=show&id=1957

5- www.Saidalgroup.dz

6- http://www.businesslink.gov.uk./bdotg/action/detail?type=RESOURCES&itemId=1075386483

فهرس الجداول

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	تصنيف مجتمع البحث حسب الرتبة في المؤسسة	29
2	تصنيف العمال حسب الهيكل الذي ينتمون اليه	29
3	تصنيف مجتمع البحث حسب الجنس	30
4	تصنيف مجتمع البحث حسب المؤهل العلمي	30
5	تصنيف مجتمع البحث حسب الرتبة والجنس	31
6	تصنيف عينة الدراسة حسب الجنس والرتبة في المؤسسة	34
7	الاتصالات و هدفها في المؤسسة	45
8	عناصر المسؤولية الاجتماعية	81
9	النفايات الصلبة	109
10	النفايات السائلة	111
11	النفايات الغازية	112
12	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	116
13	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	116
14	توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي	117
15	توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة	117
16	توزيع أفراد العينة حسب متغير الصفة	118
17	الاتصال الداخلي بمؤسسة إنتاج الأدوية بالمدية	118
18	أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة	120
19	الإجراءات الاتصالية بمؤسسة صيدال بالمدية	123
20	طوعية تبني مؤسسة صيدال بالمدية للمسؤولية الاجتماعية	125
21	رأي المبحوثين حول التكوين والترقية حسب متغير الجنس	127
22	حث المؤسسة عمالها بضرورة حماية البيئة	129
23	التزام المؤسسة بقوانين تأمين و حماية العمال	130
24	الاتصال الداخلي يحفزك على أداء دورك الاجتماعي	132
25	رأي المبحوثين حول تحسين مستواهم المعيشي حسب متغير السن	133

26	رأي المبحوثين حول التغطية الإعلامية لنشاطات المؤسسة	135
27	رأي المبحوثين في وسائل الإعلام و سمعة المؤسسة	136
28	رأي العينة في الدور الاجتماعي للمؤسسة والضغوطات الممارسة عليها	137
29	قائمة الجداول	150
30	قائمة الأشكال	151
31	قائمة الأساتذة المحكمين	157

قائمة الأشكال:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	هرم كارول لأبعاد المسؤولية	77
02	الهرم التنظيمي لمؤسسة إنتاج الأدوية بالمدية	101
03	معالجة النفايات بمقر إنتاج الأدوية بالمدية	112

الملاحق

قائمة الملاحق:

شملت قائمة الملاحق على:

الملحق رقم01: الاستمارة الاستبيانية التي تم توزيعها على عينة الدراسة.

الملحق رقم02: قائمة الأساتذة المحكمين.

الملحق رقم03: الاستبيان الداخلي الخاص بمؤسسة إنتاج الأدوية(صيدال) بالمدية.

الملحق رقم04: ميثاق الأخلاقيات الخاص بمؤسسة إنتاج الأدوية(صيدال) بالمدية.

الملحق رقم05: وسائل معالجة النفايات بمختلف أنواعها في مؤسسة صيدال بالمدية.

الملحق رقم06: توزيع مجتمع البحث حسب الرتبة في المؤسسة.

متحق رقم07: توزيع مجتمع البحث حسب نوع النشاط في المؤسسة.

الملحق رقم08: نشأة مجلة مؤسسة صيدال بالمدية.

الملحق رقم09:أخبار صيدال، وتنظيم مخيمات ورحلات صيفية لفائدة عمال مؤسسة صيدال بالمدية.

الملحق رقم01:

جامعة يحي فارس بالمدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيانية حول :

دور الاتصال الدّاخلي في تجسيد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

دراسة حالة مؤسسة إنتاج الأدوية (صيدال) بالمدية

أخي العامل، أختي العاملة بمؤسسة إنتاج الأدوية (صيدال) بالمدية تحيّة طيبة وبعد :

نسعى من خلال هذا الاستبيان إلى جمع البيانات اللازمة حول الدراسة الموسومة **"دور الاتصال الداخلي في تجسيد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة"**، والتي نقوم بها في إطار الإعداد لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال. وبناءً عليه، نلتمس منكم أن تأخذوا أسئلة هذا الاستبيان بجديّة واهتمام، وأنتم أهل لذلك. وكونوا على ثقة أن المعلومات التي ستدلون بها، ستكون في غاية السرية، ولن تستخدم إلاّ لأغراض البحث العلمي. ولهذا نرجو منكم قراءة كلّ عبارة بدقّة وفهمها جيّداً، ثُمّ وضع العلامة (×) في الخانة المناسبة.

و شكرا

من إعداد الطالبتين:

فتيحة سليماني

نجيبة قربان

بإشراف:

د.ربيعة فندوشي

الموسم الجامعي2018/2017

أوّلًا- البيانات الشخصية :

01-الجنس: - ذكر ☐ - أنثى ☐

02- الفئة العمرية :

- من 20 إلى 30 سنة ☐ - من 31 إلى 41 سنة ☐
- من 42 إلى 52 سنة ☐ - أكثر من 52 ☐

03- المؤهل العلمي :

-تكوين خاص ☐ - بكالوريا ☐

- ليسانس ☐ - ماستر / ماجستير ☐

- دكتوراه ☐

04- سنوات الخبرة :

-أقل من خمس سنوات ☐ - من 5 إلى 10 سنوات ☐

- من 10 إلى 15 سنة ☐ - أكثر من 15 سنة ☐

05- الصفة : إطار ☐ عون تحكم ☐ عون تنفيذ ☐

الرقم	العبارة	الإجابة				
	ثانيًا- الاتصال الداخلي في المؤسسة	**موافق بشدة**	**موافق**	**محايد**	**معارض**	**معارض بشدة**
06	**المؤسسة توفر لك كل الوسائل الاتصالية للتواصل معها و مع زملائك في العمل.**					
07	**المؤسسة تحترم أفكارك و اقتراحاتك و تتبنّاها.**					
08	**الاتصال الداخلي يساعدك في الحصول على حقوقك .**					
09	**الاتصال الداخلي يحفزك على أداء دورك الاجتماعي و البيئي .**					
	ثالثا- أبعاد المسؤولية الاجتماعية:	**موافق بشدة**	**موافق**	**محايد**	**معارض**	**معارض بشدة**
10	**تعتمد المؤسسة مبدأ المنافسة العادلة بالتحلي بالصدق في التعاملات الاقتصادية .**					
11	**لا تستخدم المؤسسة التكنولوجيات الحديثة في الإنتاج.**					

12	تنشر المؤسسة تعليمات تمنع الاحتكار و الإضرار بالمستهلك .					
13	تلتزم المؤسسة بالقوانين الخاصة بتأمين و حماية العمال من الأخطار المهنية و الأمراض و حوادث العمل .					
14	تحث المؤسسة عمالها بضرورة حماية البيئة من المواد المنبعثة عن نشاطها سواء كانت صلبة،سائلة أو غازية.					
15	تعترف إدارة المؤسسة بالنقابات العمالية و تخصص لها فرعا على مستواها .					
16	لا تراعي المؤسسة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف .					
17	تمنحك المؤسسة فرصا للتكوين و الترقية .					
18	تهتم المؤسسة بتحسين مستواك المعيشي باستمرار .					
19	لا تمتلك المؤسسة نظاما صارماً لمحاربة الفساد الإداري و الغش .					
20	تقدم المؤسسة المساعدات و التبرعات للمشاريع الخيرية (مراكز الطفولة،مراكز رعاية المعوقين، جمعيات ...)					
21	تتولى المؤسسة رعاية النّوادي الرياضية و العلمية و الملتقيات و الأبحاث العلمية.					
22	تساهم المؤسسة في توفير فرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصّة .					
23	تقدم المؤسسة مكافآت و تكريمات للعمّال و تسهيلات لأداء مناسك الحج و العمرة .					
	رابعًا- الإجراءات الاتصالية للمؤسسة :	**موافق بشدة**	**موافق**	**محايد**	**معارض**	**معارض بشدة**
24	تقوم المؤسسة بعملية توعية وتحسيس حول حماية البيئة تشمل جميع العمال .					
25	تنشر المؤسسة ملصقات تعليمية و إرشادية للوقاية من أخطار العمل .					
26	تنظم المؤسسة احتفاليات في المناسبات تجمع العمال والمؤسسات المُتعامل معها .					
27	لا تشارك المؤسسة في الملتقيات الوطنية و الدولية حول المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات .					
28	تشارك المؤسسة في الحملات التوعوية و مختلف النشاطات الاجتماعية و البيئية و التنموية .					
29	لا تدعو المؤسسة وسائل الإعلام المحلية و الوطنية،المكتوبة و السمعية البصرية لتغطية نشاطها الاجتماعي و البيئي .					

	خامسًا- تبنّي المؤسسة للمسؤولية الاجتماعية :	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
30	إنّ تبني مؤسستكم لمسؤوليتها الاجتماعية جاء طوعيا في إطار سياستها المنتهجة .					
31	تقوم المؤسسة بدورها الاجتماعي و البيئي لتحسن من صورتها داخليا و خارجيّا.					
32	السلطات المحلية و المجتمع المدني و نقابات العمال تمارس ضغطها على المؤسسة .					
33	المؤسسة لا تلتزم بمسؤوليتها الاجتماعية و البيئية إلّا إذا كان ذلك إجباريا.					

ملحق رقم 02 :قائمة الأساتذة المحكمين

الرقم	الإسم و اللقب	الرتبة العلمية والتخصص	المؤسسة الجامعية
01	جهاد الغرام	أستاذ التعليم العالي في الإعلام و الاتصال	جامعة يحي فارس بالمدية
02	وردية راشدي	أستاذة مُحاضِرة في الإعلام والاتصال	جامعة يحي فارس بالمدية
03	فاطمة الزهراء بلعاليا	أستاذة مُحاضِرة في الإعلام والاتصال	جامعة يحي فارس بالمدية
04	محمد بناولة	أستاذ جامعي في علم الاجتماع	جامعة يحي فارس بالمدية

ملحق رقم 03: استبيان داخلي خاص بمؤسسة صيدال بالمدية

إستبيـــــــــــان داخلي

ذكر ☐ انثى ☐ السن: ..... الخبرة المهنية: .....

إطار ☐ عون تنفيذ ☐ عون تحكم ☐

الوحدة : .....

صيـدال
SAIDAL

1- هل يعجبك رمز صيدال ؟ نعم ☐ لا ☐

إذا كان جوابك بلا، فمن أيّ ناحية وما هي اقتراحاتك ؟

المظهر الجانبي	اقتراحات
اللون ☐	.....
الشكل ☐	.....
نوع الكتابة ☐	.....

2- ماذا يعني لك رمز صيدال ؟ .....
.....

3 - هل تعتقد أنه يجب تحسين رمز صيدال ؟ نعم ☐ لا ☐

4 - هل تعتقد أنه يجب تغيير رمز صيدال تماما ؟ نعم ☐ لا ☐

شكرا

إستبيان حول الإتصال الداخلي

1. هل تعرف الأهداف الاستراتيجية لمجمع صيدال؟ نعم ❑ لا ❑

إذا كان جوابك بنعم أ ذكرها.....

.....

2. هل تعرف قيم مجمع صيدال؟ نعم ❑ لا ❑

إذا كان جوابك بنعم فماهي؟.....

.....

3. هل تصلك المعلومات أكثر، من طرف : مسؤولك المباشر ❑ الجريدة الداخلية ❑

ممثلو العمال ❑ زملائك ❑

4. هل تعتقد أن المعلومة الصحيحة تصلك في الوقت المناسب؟ نعم ❑ لا ❑

5. هل تعقدون اجتماعات تنسيقية مع مسؤولك؟ نعم ❑ لا ❑

كم من وتيرة ؟.....

6. هل تعتمدون على العمل الجماعي في مديريتكم ؟ نعم ❑ لا ❑

7. إذا كان جوابك بنعم كيف يتم ذلك؟

.....

.....

8. هل تصلك المعلومات من طرف مسؤولك حول :

	نعم	لا	اذا كان جوابك بنعم، بأي وسيلة
مختلف مشاريع مجمع صيدال	❑	❑	
أهداف مديريتك	❑	❑	
الإجراءات الجديدة	❑	❑	

هل تصلك الجريدة الداخلية بصفة مستمرة ؟ نعم ❑ لا ❑

اذا نعم ، في اي فترة من الشهر؟.....

من يوصلها لك ؟.....

9. هل أنت معتاد على قراءة الجريدة الداخلية ؟ كاملة ☐ جزءا منها ☐

تتصفح العناوين والصور فقط ☐ أبدا ☐

10. ما رأيك في الجريدة الداخلية ؟

.....

11. ما هي المعلومات التي تهمك أكثر في الجريدة الداخلية ؟

.....

12. ماهي اقتراحاتك حول الجريدة الداخلية ؟

.....

13. هل تقرأ البيانات التي تعلق (الملصقات)؟ نعم ☐ لا ☐

إذا كان جوابك بلا ماهو السبب ؟ .....

14. هل تطلع على الموقع الإلكتروني لمجمع صيدال؟ نعم ☐ لا ☐

15. ماهي المعلومات التي تهمك على موقع الإلكتروني لمجمع صيدال؟

.....

16. حسب رأيك ماهي أفضل وسيلة لنشر المعلومة ؟

الملصقات ☐ المراسلة ☐ الاجتماعات ☐ البريد الإلكتروني ☐

وسيلة أخرى، حدد .....

17. هل لديك الإمكانية للتعبير عن رأيك في المؤسسة؟ نعم ☐ لا ☐

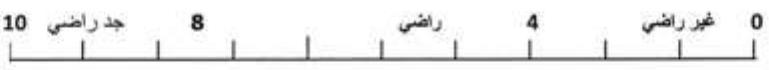
إذاكان جوابك بنعم بأي وسيلة ؟.....

.....

18. بصفة عامة ، ماهو نوع المعلومات التي تهمك أكثر؟

.....

19. هل تستطيع تقييم ممارسة الإتصال الداخلي في صيدال على سلم 0 إلى 10 حول ؟



ملحق رقم 04: ميثاق الأخلاقيات خاص بمؤسسة صيدال بالمدية



ملحق رقم 05: خاص بوسائل معالجة النفايات بمختلف أنواعها في مؤسسة صيدال بالمدية



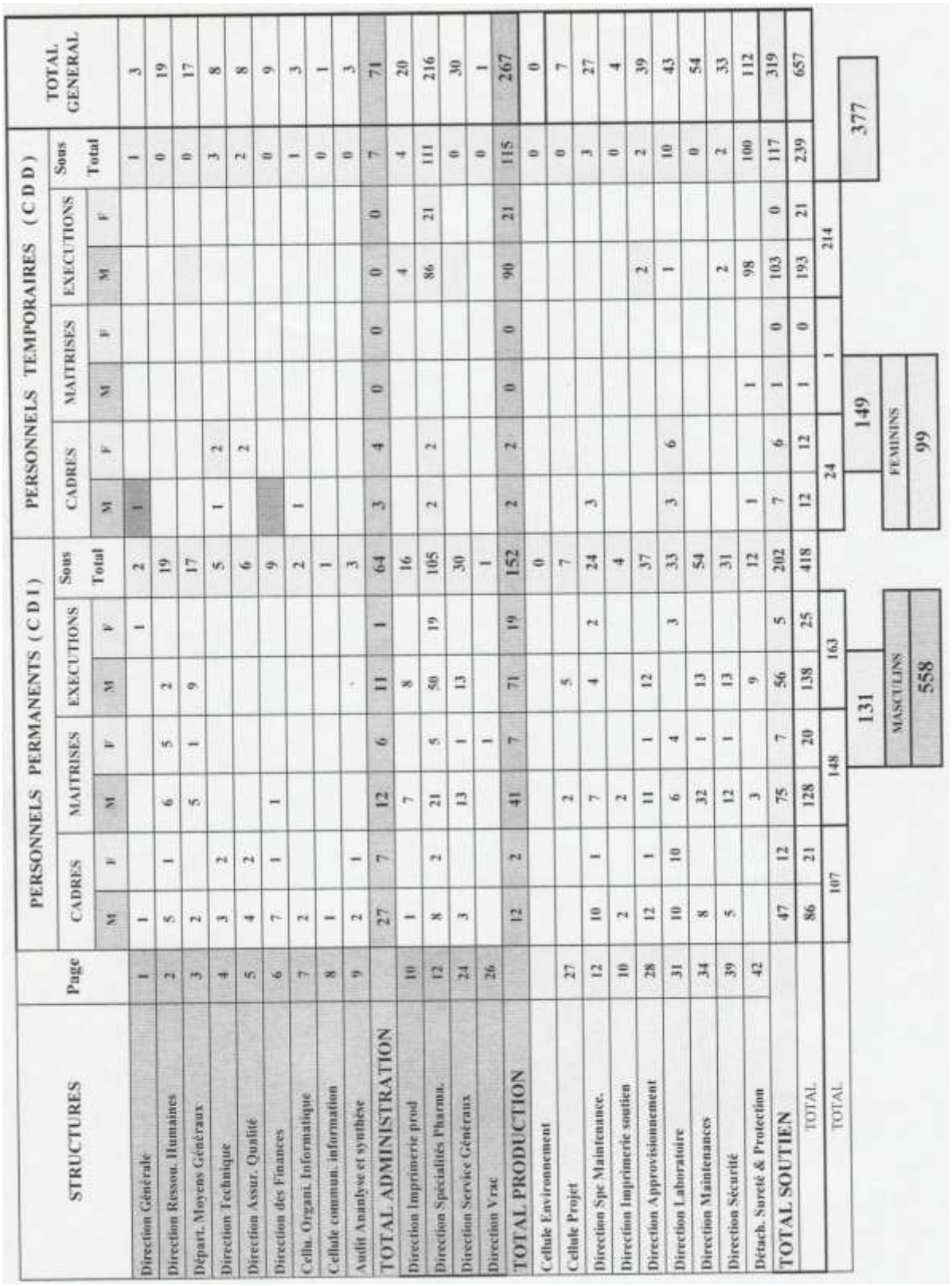








ملحق رقم 06 : توزيع مجتمع البحث حسب الرتبة في مؤسسة صيدال بالمدية



STRUCTURES	Page	PERSONNELS PERMANENTS (C D I)							PERSONNELS TEMPORAIRES (C D D)							TOTAL GENERAL
		CADRES		MAITRISES		EXECUTIONS		Sous Total	CADRES		MAITRISES		EXECUTIONS		Sous Total	
		M	F	M	F	M	F		M	F	M	F	M	F		
Direction Générale	1	1					1	2	1						1	3
Direction Ressou. Humaines	2	5	1	6	5	2		19							0	19
Départ. Moyens Généraux	3	2		5	1	9		17							0	17
Direction Technique	4	3	2					5	1	2					3	8
Direction Assur. Qualité	5	4	2					6		2					2	8
Direction des Finances	6	7	1	1				9							0	9
Cellu. Organi. Informatique	7	2						2	1						1	3
Cellule commun. information	8	1						1							0	1
Audit Ananlyse et synthèse	9	2	1					3							0	3
TOTAL ADMINISTRATION		27	7	12	6	11	1	64	3	4	0	0	0	0	7	71
Direction Imprimerie prod	10	1		7		8		16					4		4	20
Direction Spécialités Pharma.	12	8	2	21	5	50	19	105	2	2			86	21	111	216
Direction Service Généraux	24	3		13	1	13		30							0	30
Direction Vrac	26				1			1							0	1
TOTAL PRODUCTION		12	2	41	7	71	19	152	2	2	0	0	90	21	115	267
Cellule Environnement								0							0	0
Cellule Projet	27			2		5		7							0	7
Direction Spc Maintenance.	12	10	1	7		4	2	24	3						3	27
Direction Imprimerie soutien	10	2		2				4							0	4
Direction Approvisionnement	28	12	1	11	1	12		37					2		2	39
Direction Laboratoire	31	10	10	6	4		3	33	3	6			1		10	43
Direction Maintenances	34	8		32	1	13		54							0	54
Direction Sécurité	39	5		12	1	13		31					2		2	33
Détach. Sureté & Protection	42			3		9		12	1		1		98		100	112
TOTAL SOUTIEN		47	12	75	7	56	5	202	7	6	1	0	103	0	117	319
TOTAL		86	21	128	20	138	25	418	12	12	1	0	193	21	239	657
TOTAL		107		148		163			24		1		214			377
		131							149							
		MASCULINS							FEMININS							
		558							99							

ملحق رقم07: توزيع مجتمع البحث حسب نوع النشاط في المؤسسة.

	Bilan des effectifs par Qualification Exercice 2017	Réf : IMP. DRH. 023 Version : A Date : 18.02.2006 Page 1 de 1

Activité/GSP / Qualification	PRODUCTION				SOUTIEN				ADMINISTRATION				TOTAUX			
	C	M	E	S/T	C	M	E	S/T	C	M	E	S/T	C	M	E	T/G
Sans Formation		3	7	**10**		4	106	**110**			3	**3**	0	7	116	**123**
Etudes Primaires/Moyens	1	16	21	**38**	5	42	41	**88**		9	5	**14**	6	67	67	**140**
Etudes Secondaires	1	23	174	**198**	8	17	14	**39**	7	3	4	**14**	16	43	192	**251**
T.S / Bac ou plus	9	6		**15**	24	20	1	**45**	7	5		**12**	40	31	1	**72**
Graduation(Licence-Ingéniorat)	5	1		**6**	25			**25**	15	1		**16**	45	2	0	**47**
Post-graduation (3e cycle-Doctorat- DESS)	2			**2**	11			**11**	11			**11**	24	0	0	**24**
TOTAL	**18**	**49**	**202**	**269**	**73**	**83**	**162**	**318**	**40**	**18**	**12**	**70**	**131**	**150**	**376**	**657**

الملحق رقم08: نشأة مجلة مؤسسة صيدال بالمدية



جانفي - فيفري
2003
رقم 00

أخبار أنتيبيوتيكال

AFAQ ISO 9001

نشرة داخلية إعلامية، تكوينية لأنتيبيوتيكال، فرع مجمع صيدال

الإفتتاحية

الأهداف الإستراتيجية 2003

هيئة التحرير في أول جلسة عمل

آفاق النشاط التجاري لأنتيبيوتيكال

الصيانة في المركب

حماية البيئة مهما كانت التكلفة

مبادئ الممارسة الجيدة

بريد العمال

الرياضة في سطور

النشاطات النقابية

الإفتتاحية

توسيع شهرة أنتيبيوتيكال والتعريف بمنتجاته المتنوعة هما العنصران الأساسيان لضمان الاستمرارية. من أجل تحقيق ذلك برزت فكرة إصدار نشرة داخلية للفرع كضرورة حتمية لتدعيم المجهودات المبذولة في الميدان من قبل مجمع صيدال.

باعتبارها دعامة للاتصال، تتناول هاته النشرة النشاطات الداخلية، خاصة منها ما يتعلق بالموارد البشرية و التطور الاقتصادي، ومن جهة أخرى تتناول نشاطات الاتصال الخارجي.

أما فيما يتعلق بالعلاقات العامة، تمثل هذه النشرة وسيلة لتمتين العلاقة بين مختلف شرائح العمال وتحسين التبادلات بينها، وتشجيع المبادرات لإبراز الكفاءات والمهارات التي يزخر بها فرع أنتيبيوتيكال.

فريق التحرير المتكون من بعض هذه الكفاءات، عازم كل العزم ومهما كانت الصعوبات على إصدار هذه النشرة، واع كل الوعي أنه قد تصدر بعض النقائص على مستوى التصميم أو حتى في تقديم النصوص والأركان.

ويسرني أن أغتنم هذه الفرصة لاستعمال هذه الوسيلة الإعلامية لأقدم لكم حوصلة النشاطات 2002 و كذا آفاق 2003.

بمبلغ 408.2 مليون دينار، حقق الفرع ارتفاعا في رقم الأعمال بنسبة 13 %، حيث أنتج فرع أنتيبوتيكال 45,500 مليون وحدة بيع، بزيادة 21 % مقارنة مع السنة الماضية، ويرجع ذلك أساسا إلى تنوع قائمة المنتجات وضمان جودتها.

هذه النتائج تبين سلامة صحة الفرع و مستقبله الواعد والذي نطمئن به العمال والشركاء؛ أما بالنسبة لهذه السنة، فيهدف الفرع إلى الوصول برقم الأعمال إلى 3 مليار دينار و إنتاج 47 مليون وحدة بيع مع التوسيع في قائمة المنتجات، وتعزيز مكانته في السوق.

في الأخير، أفتح الأبواب أمام كل كفاءاتنا للمشاركة مع فريق تحرير هذه النشرة، ومهما اختلفت الآراء و تعددت التخصصات، يبقى القصد واحد، هو ضمان الإستمرارية لهذا الفضاء الإعلامي.

المدير العام

محمد مسراتي

أخبار أنتيبيوتيكال
نشرة داخلية إعلامية، تكوينية
لأنتيبيوتيكال، فرع مجمع صيدال

مدير النشر: مسراتي محمد
رئيس التحرير: عواني نصرالدين

هيئة التحرير: محمد بن كبيرات، إسماعيل فؤاد هراوي، محمد قويس، مصطفى ربيع، بشير عواني، عمار خلادي، بن سونة بومعزة، علي مخلوف
المكريتارية التقنية: السيدة براهام فاطمة الزهراء.
الصور: موحن

التصميم والإنجاز: IEP Services (025592700)
الطبع: أنتيبيوتيكال - المدية

لمزيد من المعلومات يمكن الاتصال بـ:
فرع أنتيبيوتيكال - خلية الاتصال
طريق الخميس، ص.ب رقم 33، المدية - الجزائر
الهاتف: 025.58.56.78 - الهاتف/الفاكس: 025.61.04.90

ملحق رقم 09:أخبار صيدال، وتنظيم مخيمات ورحلات صيفية لفائدة عمال مؤسسة صيدال بالمدية

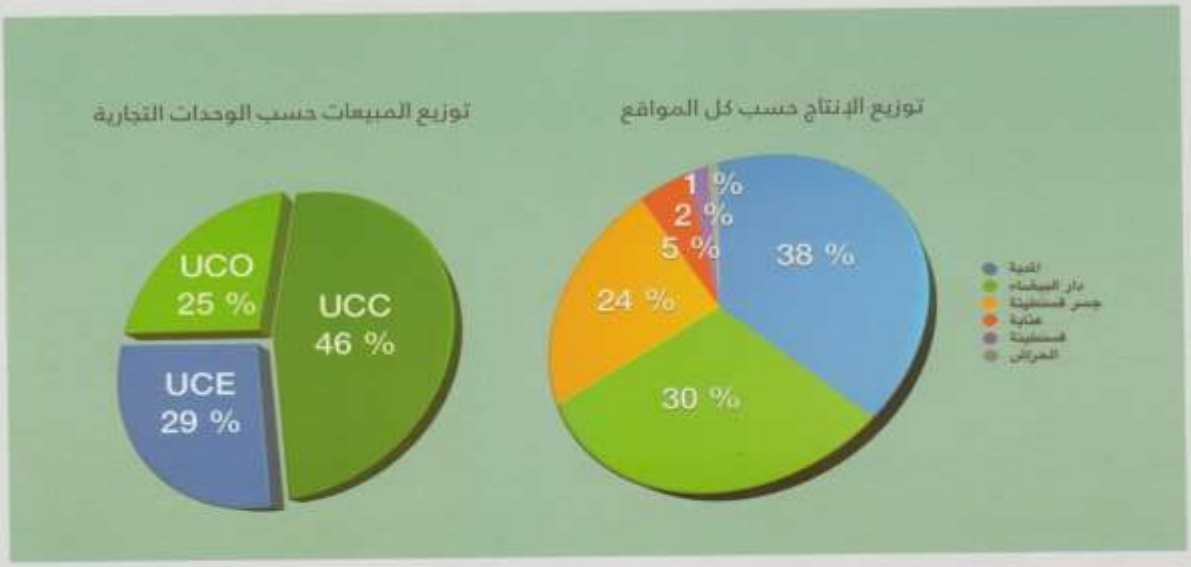


لجنة المشاركة : وجهات عديدة للعطلة الصيفية 2017

بمناسبة موسم الاصطياف 2017 قامت لجنة المشاركة لمجمع صيدال بتنظيم عدة رحلات لفائدة العمال داخل وخارج الوطن.

اختيرت تونس كوجهة خارجية وتخص بالذكر مدينة سوسة الساحلية
ستقدم خدمات كاملة من طرف فندق المرادي بنادي سليمة المصنف من ثلاثة نجوم
أما داخل الوطن فقد برمجت الرحلات إلى كل من مدينة مالبو السياحية وكذا مدينة تيغرامت المتواجدتان بولاية بجاية .
مدة الإقامة هي عشرة أيام وتسع ليالي مقسمة إلى أربعة أفواج إبتداءا من 21 جويلية إلى 26 اوت 2017

نتائج مشجعة



سجل مجمع صيدال خلال السداسي الأول لسنة 2017، مبلغ إنتاج قدر ب 55409243 وحدة بيع، أي بنسبة انجاز تعادل 97بالمائة من الهدف المسطر و مبلغ مبيعات قدّر ب 5365950383 دينار جزائري أي بنسبة انجاز تعادل 113بالمائة من الهدف المسطر .

يحتل مصنع المدية دائما المرتبة الأولى من حيث الإنتاج بمقدار 20831447 وحدة بيع ، يليه مصنع الدار البيضاء ب16399427 وحدة بيع ، فجسر قسنطينة ب 13088435، متبوعا بمصنعي عنابة و قسنطينة ب 3100049 وحدة بيع و 1400154 وحدة بيع على التوالي، و أخيرا مصنع الحراش ب 589731 وحدة بيع.
عرفت مبيعات مجمع صيدال خلال السداسي الأول من السنة الجارية، مبلغ 5365950383 دينار جزائري ، أي ما يعادل نسبة انجاز قدرت ب 113بالمائة من الهدف المسطر.
بلغت مبيعات الوحدة التجارية للوسط 46 بالمائة من إجمالي المبيعات، تليها الوحدة التجارية شرق ب 29بالمائة فالوحدة التجارية غرب ب 25 بالمائة.

فهرس المحتويات

قائمة المحتويات:

عرفان وامتنان

إهداء أول

إهداء ثان

ملخص الدراسة

مقدمة.....أ

خطة البحث.....ث

الفصل الأول: الإطار المنهجي.....1

تمهيد.....2

المبحث الأول: المشكلة البحثية.....3

المطلب الأول: إشكالية الدراسة ـ مفاهيم ومصطلحات.....3

المطلب الثاني: دواعي اختيار الموضوع.....11

المطلب الثالث: أهداف وأهمية الدراسة.....12

المطلب الرابع: الدراسات السابقة.....13

المبحث الثاني: الإجراءات الميدانية للدراسة.....22

المطلب الأول: طبيعة الدراسة ومنهج البحث.....22

المطلب الثاني: أدوات جمع البيانات.....24

المطلب الثالث: مجتمع البحث و العينة .....,.....28

المطلب الرابع: حدود ومجالات الدراسة.....34

خلاصة.....36

الفصل الثاني: الاتصال الداخلي والاتصال المسؤول للمؤسسة.....37

فهرس المحتويات

تمهيد.....38

المبحث الأول: مدخل إلى الاتصال الداخلي للمؤسسة.....39

المطلب الأول: مفهوم الاتصال الداخلي للمؤسسة.....39

المطلب الثاني: وظائف الاتصال الداخلي للمؤسسة.....42

المطلب الثالث: أنواع الاتصال الداخلي للمؤسسة.....43

المطلب الرابع: وسائل الاتصال الداخلي للمؤسسة.....46

المبحث الثاني: مدخل إلى الاتصال المسؤول في المؤسسة.....58

المطلب الأول: مفهوم الاتصال المسؤول للمؤسسة.....59

المطلب الثاني: مبادئ الاتصال المسؤول للمؤسسة.....60

المطلب الثالث: وسائل الاتصال المسؤول للمؤسسة.....61

المطلب الرابع: رهانات الاتصال المسؤول للمؤسسة.....63

خلاصة.....65

الفصل الثالث: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.....66

تمهيد.....67

المبحث الأول: ماهية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.....68

المطلب الأول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.....68

المطلب الثاني: التطور التاريخي للمسؤولية الاجتماعية.....74

المطلب الثالث: أبعاد وعناصر المسؤولية الاجتماعية.....76

المطلب الرابع: أساسيات ممارسة المؤسسة لمسؤوليتها الاجتماعية.....83

المبحث الثاني: الاتصال وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.....85

المطلب الأول: الاتصال البيئي ومهامه.....85

المطلب الثاني: الاتصال الاجتماعي ومهامه.....87

المطلب الثالث: الاتصال الداخلي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية.....90
المطلب الرابع: الاتصال المسؤول وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية.....91
خلاصة.....94
الفصل الرابع: دور الاتصال الداخلي في تجسيد المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة.....95
تمهيد.....97
المبحث الأول: بطاقة فنية عن مؤسسة إنتاج الأدوية بالمدية.....98
المطلب الأول: التعريف بمؤسسة إنتاج الأدوية بالمدية.....98
المطلب الثاني: الدور الاجتماعي لمؤسسة إنتاج الأدوية(صيدال) بالمدية.....104
المطلب الثالث: الدور البيئي للمؤسسة.....107
المطلب الرابع: الإجراءات الاتصالية بمؤسسة صيدال بالمدية.....113
المبحث الثاني: تحليل البيانات.....114
المطلب الأول: أدوات التحليل الإحصائي.....116
المطلب الثاني: تحليل الجداول البسيطة كما وكيفا.....118
المطلب الثالث: تحليل الجداول المركبة كما وكيفا.....127
المطلب الرابع: الاستنتاجات والنتائج العامة.....138
خاتمة.....141
قائمة المراجع.....143
فهرس الجداول.....149
قائمة الأشكال.....151
قائمة الملاحق.....152
فهرس المحتويات.....169