جـــــــــامعة يحـــــي فـــــــــارس المـــدية

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

دمج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية -نماذج لمؤسسات مطبقة للمسؤولية الاجتماعية- عالمية عربية ومحلية.

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم التسيير

تخصص إدارة الأعمال

إعداد الطالبتين:

ولد قيار سارة

بريحي خديجة

إشراف الدكتوراه:

د- كشيدة حبيبة

السنة الجامعية: 2018/2017

الشكـــر

الحمد لله والشكر لله والصلاة والسلام على محمد بن عبد الله صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه اجمعين والحمد والشكر والثناء إلى الجليل العلي خالق السماوات والأرض الذي أمدنا بنعمة البصر والبصيرة ووفقنا في دراستنا وأنار لنا درب العلم

نتوجه بالشكر الجزيل وكل التقدير والاحترام إلى الأستاذة المشرفة الفاضلة حبيبة كشيدةعلى كل مجهوداتها ومساعدتها لنا والى والأستاذتين الكريمتين ليلى بن زرقةوحبيبة العيداني.

الاهـــــــــداء

أتقدم بخالص عبارات الشكر والاحترام والتقدير والاعتراف بالجميل الى عائلتي التي ساندتني طوال مشواري الدراسي والى كل من قدم لي المساعدة ومد لي يد العون من الاهل والاقارب والأصدقاء في إتمام هذا العمل.

كما أتوجه بالشكر الى الأستاذة المشرفة التي كانت معنا طوال فترة انجاز هذا العمل ولم تبخل علينا أو تقصر معنا بأي شيء.

فجزى الله الجميع عني كل خير في الدنيا والآخرة

ســـــــارة

مستخلص:

ان المؤسسة الاقتصادية في وقتنا الحاضر أصبحت مهتمة كثيرا بالمجتمع الذي تنشط فيه وهذا ما يظهر منخلال تبنيها للمسؤولية الاجتماعية، حيث اضافت الى هدفها التقليدي المتمثل في تحقيق الربح المادي فقط تحقيق أهداف المجتمع وتقديم مختلف المساعدات مما يؤدي الى زيادة رفاهية المجتمع والمشاركة في تنميته وترقيته في مختلف المجالات (اجتماعية، ثقافية، رياضية.....) ولمختلف فئات المجتمع كبار أو صغار، حيث كانت المسؤولية الاجتماعية بمثابة الأداة أو الوسيلة التي ساهمت في توطيد العلاقة بين المؤسسة والمجتمع، كما أصبحت المؤسسات أكثر وعيا وحذرا في ما يخص البيئة والمحافظة عليها وعلى مواردها من خلال الاستعمال الرشيد والعقلاني لها، وجاء هذا بعد التدهور الذي شهدته البيئة بسبب التلوث الحاصل من المخلفات الصناعية، فصارت المؤسسات تبحث وتطور في منتجاتها لتكون اكثر امنا وحفاظا على البيئة وهذا ما يعزز مكانتها لدى افراد المجتمع.

الكلمات المفتاحية: المؤسسة الاقتصادية، المسؤولية الاجتماعية، الإدارة الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية، المسؤولية الاجتماعية في وظائف المؤسسة، محاسبة المسؤولية الاجتماعية، نماذج لمؤسسات مطبقة للمسؤولية الاجتماعية.

Résumé :

L'organisation économique à l'heure actuelle est devenu très intéressé par la société dans laquelle elle opère et cela montre à travers l'adoption de la responsabilité sociale, at-elle ajouté à l'objectif traditionnel de réaliser un profit matériel que la réalisation des objectifs de la communauté et de fournir divers assistance augmentant ainsi le bien-être de la société et de participer au développement et à la promotion dans divers domaines (social, culturel, sports .....) et les différents segments de la société senior ou junior, où la responsabilité sociale comme un outil ou un instrument qui a contribué à la consolidation des relations entre l'institution et la communauté, les institutions sont devenus plus conscients et prudents en ce qui concerne l'environnement et le gouvernorat Parmi eux et leurs ressources grâce à l'utilisation rationnelle et rationnelle à elle, et est venu après le déclin témoin dans l'environnement en raison de la conquête de la pollution des déchets industriels, il est devenu institutions à la recherche et l'évolution de leurs produits pour être plus sûr et de préserver l'environnement, ce qui renforce sa position parmi les membres de la communauté.

Mots clés: institution économique, responsabilité sociale, gestion stratégique de la responsabilité sociale, responsabilité sociale dans les fonctions de l'institution, responsabilité de la responsabilité sociale, modèles d'institutions applicables à la responsabilité sociale.

Abstract :

The economicorganization at the moment has becomeveryinterested in the society in whichitoperates and this shows through the adoption of social responsibility, sheadded to the traditional goal of making a material profit that the realization objectives of the community and to providevarious assistance thusincreasing the well-being of the society and to participate in the development and the promotion in variousfields (social, cultural, sports .....) and the different segments of the society senior or junior, where social responsibility as a tool or instrument that has contributed to the consolidation of relations between the institution and the community, institutions have become more aware and cautiouswith regard to the environment and the governorateAmongthem and theirresourcesthrough rational and rational use to it, and came after the control decline in the environmentbecause of the conquestFrom the pollution of industrialwaste, it has become institutions to research and evolvetheirproducts to besafer and to preserve the environment, whichstrengthensits position among the members of the community.

Key words: economic institution, social responsibility, strategic management of social responsibility, social responsibility in the functions of the institution, responsibility for social responsibility, models of institutions applicable to social responsibility.

فهرس

	الصفحة
الشكر	.I
الاهداء	.II
مستخلص	VII-VII
الفهرس	VII -VII VII
مقدمة عامة	**ب-ج**
الفصل الأول:ماهية المؤسسة الاقتصادية والمسؤولية الاجتماعية	1
تمهيد	2
المبحث الأول:ماهية المؤسسة الاقتصادية	3
المطلب الأول:تعريف المؤسسة الاقتصادية ونشأتها وتطورها.	3
المطلب الثاني:خصائص، أهداف ووظائف المؤسسة الاقتصادية.	7
المطلب الثالث: تصنيفات المؤسسة.	21
المطلب الرابع:النظرة التقليدية والنظرة الحديثة للمؤسسة الاقتصادية.	23
المبحث الثاني:ماهية المسؤولية الاجتماعية.	24
المطلب الأول : تعريف المسؤولية الاجتماعية	24
المطلب الثاني: أهمية المسؤولية الاجتماعية ومبادئها.	26
المطلب الثالث :المسؤولية الاجتماعية بين التأييد والمعارضة.	27
المطلب الرابع :محددات المسؤولية الاجتماعية.	28
المبحث الثالث : أنشطة المؤسسة ذات المضمون الاجتماعي.	29
المطلب الأول:الايزو والمسؤولية الاجتماعية	30
المطلب الثاني :الايزو والمسؤولية البيئية.	32
المطلب الثالث:مجال المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.	34
المطلب الرابع:سلوكيات المؤسسات اتجاه مسؤوليتها الاجتماعية.	37

خلاصة	39
الفصل الثاني:دمج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية.	40
المبحث الأول: الإدارة الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية.	41
المطلب الأول:أهمية دمج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات.	42
المطلب الثاني : مراحل الإدارة الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية .	44
المطلب الثالث:المسؤولية الاجتماعية والمصطلحات المتقاربة منها.	48
المطلب الرابع:أهمية تبني المسؤولية الاجتماعية.	50
المبحث الثاني: إدماج المسؤولية الاجتماعية على مستوى وظائف المؤسسة الاقتصادية.	52
المطلب الأول:المسؤولية الاجتماعية في وظيفة المشتريات التخزين والإنتاج والعمليات	52
المطلب الثاني:المسؤولية الاجتماعية في وظيفة التسويق و العلاقات العامة	56
المطلب الثالث: المسؤولية الاجتماعية في وظيفة المحاسبة	64
المطلب الرابع:المسؤولية الاجتماعية في وظيفة الموارد البشرية	65
المبحث الثالث: ماهية محاسبة المسؤولية الاجتماعية	69
المطلب الأول: نشأة محاسبة المسؤولية الاجتماعية.	69
المطلب الثاني:أهمية وأهداف محاسبة المسؤولية الاجتماعية.	72
المطلب الثالث:مداخل محاسبة المسؤولية الاجتماعية ومكوناتها.	73
المطلب الرابع:مشاكل محاسبة المسؤولية الاجتماعية.	75
خلاصة	77
الفصل الثالث:نماذج لمؤسسات مطبقة للمسؤولية الاجتماعية.	78
تمهيد	79
المبحث الأول:نماذج بعض المؤسسات في الدول المتقدمة.	80
المطلب الأول :نموذج مؤسسة كوكاكولا Cocacola(أمريكا).	80
المطلب الثاني: نموذج مؤسسة Toyota(اليابان).	85
المطلب الثالث: نموذج مؤسسة هواوي Huawei (الصين).	88
المبحث الثاني:نماذج لمؤسسات في الدول النامية.	93

المطلب الأول:نموذج مؤسسة المراعيEl Marai (السعودية).	93
المطلب الثاني: نموذج مؤسسة مطار أبو ظبي(الإمارات العربية المتحدة).	97
المطلب الثالث:نموذج مؤسسة فودافونVodafone (مصر).	101
المبحث الثالث:المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الجزائرية.	104
المطلب الأول :نموذج مؤسسة سوناطراك Sonatrach.	104
المطلب الثاني:نموذج مؤسسة كوندور Condor.	108
المطلب الثالث:نموذج مؤسسة رويبة للعصائر(N.C.A).	112
خلاصة	119
الخاتمة	122-120
قائمة المراجع	124

مقدمة

إن للمؤسسة الاقتصادية أهمية كبيرة في الحياة الاقتصادية فهي عنصر فعال في الاقتصاد بحيث تعتبر المؤشر الرئيسي على تقدمه وتطوره، وحتى تضمن الاستمرار والبقاء يجب عليها أن تكون على دراية تامة بكل ما يحيط بها في المجتمع الذي تنشط فيه، وكما هو معروف فإن الهدف الرئيسي من إنشاء المؤسسة الاقتصادية هو بغرض تحقيق الربح المادي فقط إلا أنه ومع مرور الوقت وزيادة الوعي أصبح تفكير المؤسسات أكثر توسعا وانفتاحا حيث صارت تهتم بقضايا المجتمع التي لم تكن من ضمن أولوياتها سابقا، وتتحمل مسؤوليتها اتجاهه واتجاه البيئة وبذلك وجدت نفسها مجبرة على ربط أهدافها بأهداف المجتمع والالتزام بواجباتها نحوه.

وعليه يبدو أنه من الضروري أن تتبنى المؤسسة الاقتصادية أسلوب جديد في التسيير يدمج المسؤولية الاجتماعية في النظام الإداري لها بحيث لا يكون تحقيق الربح هو الهدف الرئيسي لها بل تضيف لقائمة أهدافها المسؤوليات التي تتحملها على عاتقها لتحسين ظروف المجتمع الناشطة فيه.

ويوجد العديد من المؤسسات حول العالم المتبنية للمسؤولية الاجتماعية بمختلف أحجامها، وتعد الدول المتقدمة هي السباقة في الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية حيث توجد العديد من المؤسسات الناجحة في هذا المجال، على عكس الدول النامية التي يعد فيها الاهتمام بهذا الموضوع هو جديد نوعا ما ولا يلقى اهتمام واسع إلا انه ومع ذلك لا يجب إنكار بعض المؤسسات الناجحة في تطبيق المسؤولية الاجتماعية.

وعليه من خلال هذا نطرح الإشكالية الرئيسية التالية:

– ما هي متطلبات دمج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية؟

ومن الإشكالية الرئيسية نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

–هل المؤسسة الاقتصادية هي مجبرة أم مخيرة على تبني المسؤولية الاجتماعية من الناحية القانونية؟
–كيف للمؤسسة الاقتصادية أن تدمج المسؤولية الاجتماعية ضمن اهتماماتها؟
–ما مدى التزام المؤسسات بمسؤوليتها الاجتماعية؟
وبناء على التساؤلات الفرعية التي تم طرحها قمنا بصياغة الفرضيات التالية كإجابة مبدئية على التساؤلات المطروحة.

– المؤسسة الاقتصادية مجبرة قانونا على تبني المسؤولية الاجتماعية في ظل التغيرات الراهنة.

– من خلالالاستراتيجية العامة لها.

- يكون تبني المؤسسة الاقتصادية للمسؤولية الاجتماعية شكلي فقط.

1/أسباب اختيار الموضوع:

-كثرة الحديث عليه في الآونة الأخيرة على المستوى العالمي وليس المحلي فقط.

- العديد من المؤسسات أصبحت تتبنى المسؤولية الاجتماعية وتعطي لها أهمية كبيرة خاصة في الدول المتقدمة.

-عدم الاهتمام الكافي من قبل الدول النامية بموضوع المسؤولية الاجتماعية التي لم تعطيه الحق الكافي بعد لذا يجب تسليط الضوء عليه على عكس الدول المتقدمة.

- قلة الدراسات والأبحاث في الجزائر عن المسؤولية الاجتماعية.

2/ أهداف البحث:

- اكتساب معارف ومعلومات جديدة عن المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية.
- توضيح كيفية تبني المسؤولية الاجتماعية ودمجها ضمن استراتيجية المؤسسة.
- زيادة وعي المؤسسات غير مهتمة بالمسؤولية الاجتماعية بضرورة ترقية المجتمع وتطويره.
- إبراز أهمية تبني المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحسين ظروف المجتمع.
- تقريب وتوضيح أكثر لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والفوائد المترتبة من تبنيها وإظهار الآثار الايجابية التي تعود على المؤسسة والمجتمع.
- مواكبة التطورات كون أن المسؤولية الاجتماعية كمصطلح هو حديث نوعا ما ولم يلقى الاهتمام اللازم إلا في الآونة الأخيرة.

3/المنهج المتبع:

في هذه الدراسة تم الاعتماد على المسح المكتبي من خلال الاعتماد على ما تناولته مختلف المراجع والمصادر حول موضوع الدراسة من كتب ومجلات ومقالات علمية ومذكرات تخرج، إضافة إلى المسح

الالكتروني عن طريقاستخدام شبكة الانترنت في الحصول على المعلومات،واتبعنا المنهج الوصفي فيتقديم هذه المعلومات إضافة إلى الاستعانة بالمنهج التاريخي في بعض الأحيان وذلك لضرورة التطرق للماضي حتى نفهم الحاضر.

3/هيكل البحث:

من أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة قمنا بتقسيم المذكرة إلى ثلاثة فصول أساسية:

الفصل الأول: قمنا بتقسيمه إلى ثلاث مباحث:

في المبحث الأول تطرقنا إلى ماهية المؤسسة الاقتصادية والمبحث الثاني تعرفنا على كل ما يتعلق بمصطلح المسؤولية الاجتماعية والمبادئ التي تقوم عليها، أما المبحث الثالث فكان عن الأنشطة التي تقوم بها المؤسسة ذات المضمون الاجتماعي وفقا لمعايير المنظمة العالمية للتقييس للمسؤولية الاجتماعية الايزو 26000 والمسؤولية البيئية الايزو 14000.

أما **الفصل الثاني**: فكانت المباحث الثلاث مقسمة كما يلي:

المبحث الأول تطرقنا إلى الإدارة الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية أي كيفية دمج المسؤولية الاجتماعية ضمن السياسة العامة للمؤسسة، والمبحث الثاني تطرقنا إلى وظائف المؤسسة الاقتصادية وكيفية تكييفها مع مبادئ المسؤولية الاجتماعية أما المبحث الثالث فيتحدث عن محاسبة المسؤولية الاجتماعية الذي يبين مدى المساهمة الاجتماعية للمؤسسة اتجاه مجتمعها.

والفصلالثالث: أيضا تم تقسيمه إلى ثلاث مباحث وهي:

المبحث الأول تم التعرف على مؤسسات تابعة للدول المتقدمة ومدى مساهمتها في تطبيق المسؤولية الاجتماعية والتزامها اتجاه المجتمعات الناشطة فيها، المبحث الثاني تم التعرف على مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الدول النامية التي تعتبر مهملة نوعا ما لهذا المفهوم، أما المبحث الثالث فكان مخصص لمؤسسات جزائرية متبنية المسؤولية الاجتماعية وتعرفنا عن مدى مساهمتها في تحسين ظروف المجتمع الجزائري والعمل على تنميته.

4/دراسات سابقة:

1/Emna Oueslati بعنوان المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في الجزائر حالة مؤسسة اقتصادية جزائرية.

وقامت بتقديم البحث في الملتقى الدولي"التنمية المستدامة، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والأداء الاقتصادي:التقييم، الرهانات والآفاق" يومي 13،14 نوفمبر 2008،كلية الحقوق مراكش،المغرب.

وهذه الدراسة تعرض بشكل مفصل المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة ميناء بجاية وأهم الخيارات التي قامت بها المؤسسة في مجال المسؤولية الاجتماعية، كما قامت الباحثة بعرض المحفزات التي تدفع بالمسيرين لتبني المسؤولية الاجتماعية.

2/العايب عبد الرحمان بعنوان التحكم في الأداء الشامل للمؤسسة الاقتصادية في الجزائر في ظل تحديات التنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر 2010،2011.

وأظهر الباحث في هذه الدراسة أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هي مساهمة المؤسسة في التنمية المستدامة أي يمكن إحلال المصطلحين وإشراكهما في التعبير عن معنى واحد، حيث اعتبرت الدراسة أن مساهمة المؤسسة في التنمية المستدامة تمر عبر مسؤوليات متعددة، مسؤولية اقتصادية،اجتماعية وبيئية.

3/وهيبة مقدم بعنوان تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية.

وما يميز هذه الدراسة أنها أكثر شمولا وتفصيلا عن غيرها حيث تم التطرق إلى الأطر النظرية للمسؤولية الاجتماعية وتمت الإحاطة بجميع جوانبها، كما قدمت هذه الدراسة كيفية إدماج المسؤولية الاجتماعية في النظام الإداري للمؤسسة مع ذكر مراحلها ومستوياتها.

إضافة لذلك تم عرض العديد من النماذج الدولية في مجال المسؤولية الاجتماعية والأهم من ذلك أنه تم تسليط الضوء على واقع تبني المؤسسات الاقتصادية الجزائرية للمسؤولية الاجتماعية.

الفصل الأول:

ماهية المؤسسة الاقتصادية

والمسؤولية الاجتماعية

تمهيد:

لقد شهدت المؤسسات الاقتصادية تغيرات كبيرة وتطورات ملموسة منذ نشأتها إلى وقتنا الحاضر، فبعدما كانت عبارة عن نظام مغلق كل همها زيادة الإنتاج لتحقيق ربح أكبر لا تهتم لا بالعاملين لديها ولا بعالمها الخارجي أصبحت الآن وبعد انفتاحها على العالم الخارجي تؤثر وتتأثر بما يوجد فيه وصارت تهتم بمواضيع وتتحمل مسؤوليات لم تكن ضمن أولوياتها سابقا، ومن أهم هذه المسؤوليات المسؤولية الاجتماعية حيث وفي العقود الأخيرة اعتبرت من أبرز المواضيع التي تثير اهتمامات المؤسسات الاقتصادية والاقتصاديين وحتى المجتمع،فلا يكفي هذه المؤسسات أن تعمل على تلبية حاجات المجتمع فقط بل يجب أن تهتم به ونساهم في تطويره وتحسين مستواه من جهة ، وأيضا يجب أن تحافظ على البيئة وعلى مواردها من جهة أخرى .

المبحث الأول: ماهية المؤسسة الاقتصادية.

تعتبر المؤسسة الاقتصادية القلب النابض لأي دولة مهما كانت درجة تطورها، فالأكيد أن تطور أي دولة مرتبط بتطور اقتصادها ففي الوقت الحالي المؤسسات الاقتصادية تسيطر على الحياة الاقتصادية بأكملها وعلى كل الدول التي تسعى للتقدم والازدهار يجب عليها أن تنطلق في تفعيل مؤسساتها لتلعب دورها الأساسي في الاقتصاد، ومن الناحية الاجتماعية للمؤسسة لها مكانة متميزة في المجتمع وذلك لما تقدمه من سلع وخدمات لإشباع حاجات ورغبات المستهلكين من جهة وأيضا قيامها بتوظيف أفراد من المجتمع من جهة أخرى.

المطلب الأول: تعريف المؤسسة الاقتصادية ونشأتها وتطورها.

لم تكن المؤسسة الاقتصادية في بداياتها كما هي عليه اليوم بل طرأت عليها عدة تغيرات جذرية عبر الزمن،حيث شملت هذه التغيرات عدة جوانب كطريقة أو نمط التسيير، التعامل مع الموظفين وأيضا في تفاعلها مع البيئة الخارجية.

الفرع الأول: تعريف المؤسسة الاقتصادية.

توجد عدة تعاريف أعطيت للمؤسسة الاقتصادية وذلك راجع لاختلاف الأنظمة الاقتصادية وحسب تطور درجة كل بلد وأيضا اختلاف وجهة نظر الاقتصاديين وآرائهم، وعليه سنقوم بعرض مجموعة تعاريف للمؤسسة الاقتصادية:

1) "المؤسسة هي الوحدة الاقتصادية التي تمارس النشاط الإنتاجي والنشاطات المتعلقة به من تخزين وشراء وبيع من أجل تحقيق الأهداف التي أوجدت المؤسسة من أجلها."[1]

2) "هي وحدة اقتصادية تستجمع فيها الموارد البشرية والمادية اللازمة للإنتاج الاقتصادي وهدفها توفير الإنتاج لغرض تسويقه وهي منظمة ومجهزة بكيفية توزيع المهام والمسؤوليات".[2]

3) "المؤسسة هي منظمة تجمع بين أشخاص ذوي كفاءات متنوعة تستعمل رؤوس الأموال وقدرات من أجل إنتاج سلعة ما والتي يمكن أن تباع بسعر أعلى من تكلفتها".[3]

---

[1] عمر صخري – اقتصاد المؤسسة –الطبعة 04 – ديوان المطبوعات المدرسية –بن عكنون، الجزائر– 2006 – ص 24.

[2] بالضياف العيد – المؤسسة الاقتصادية بين أهدافها وتحقيق التنمية المستدامة – مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر – تخصص تسيير واقتصاد بترولي –كلية العلوم الاقتصادية – جامعة قاصدي مرباح – ورقلة، الجزائر – 2012،2013 – ص 11.

[3] محمد أكرم العدلوني – العمل المؤسسي – الطبعة 01 – دار بن حزم –لبنان –2002 –ص 14.

4) " هي ذلك المكان الذي يتم فيه المزج بين عناصر الإنتاج المختلفة بغية الحصول على منتوج في السوق وهي بذلك لا تهدف إلى تلبية حاجيات الفرد بقدر ما تهدف على تلبية حاجات السوق ".

5) ومن خلال التعاريف السابقة نستخلص تعريف شامل:المؤسسة الاقتصادية هي وحدة تجتمع فيها الموارد المادية والمالية والبشرية لإنتاج سلع وخدمات وبيعها في السوق وذلك لتحقيق الأهداف التي وجدت من أجلها.[4]

الفرع الثاني: نشأة وتطور المؤسسة الاقتصادية.

لقد مرت المؤسسة الاقتصادية بعدة مراحل حتى أصبحت كما هي عليه في وقتنا الحاضر، وهذه المراحل هي:

أولا /مرحلة ما قبل الثورة الصناعية:

ومرت هذه المرحلة بثلاث مراحل هي[5]:

1)مرحلة الإنتاج الأسري البسيط: سادت الحياة البسيطة منذ وجود الإنسان حتى ظهور الثورة الصناعية في القرن 18 ،وتميزت هذه الفترة بالركود والاكتفاء بالفلاحة حيث اعتبر الإنسان زراعة الأرض وتربية المواشي من أهم النشاطات لأنها كانت موردا لحياته ، ولقد استعمل بعض الأدوات البسيطة التي كانت تنتجها كبار الأسر ،وعادة كانت تتبادل المنتجات بالمقايضة لأنه لم تكن تعرف التجارة آنذاك ومن أهم الحرف اليدوية السائدة في هذه المرحلة نجد النجارة ،الحدادة ،الدباغة ومع ازدياد عدد السكان وتجمع مختلف الأسر حول الأراضي الفلاحية تكونت المدن والتجمعات .

2)مرحلة الوحدات الحرفية: بعد أن تهيأت الظروف المتمثلة في تكوين التجمعات الحضرية وارتفاع الطلب على مختلف المنتجات المحلية من ملابس وأدوات الإنتاج وظهور عمال بدون عمل وبأعمال مستقلة أدى كل هذا إلى تكوين ورشات يتجمع فيها أصحاب الحرف المتشابهة من أجل الإنتاج تحت إشراف قدمائهم، وهكذا أنشأت عدة ورشات حرفية للتجارة، والحدادة والنسيج ولكن تلاشى هذا النظام بسبب:

- وجود حرفيين مستقلين كانوا ينافسون التجمعات الحرفية.

---

[4] حامي حسان – استراتيجية التدريب في إطار متطلبات إدارة المعرفة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية – أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه –كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية – تخصص علم الاجتماع وتنظيم العمل – جامعة محمد لمين دباغين – سطيف 2 – الجزائر – 2015،2016 – ص 33.

[5] حسن الساعاتي – علم الاجتماع الصناعي – الطبعة 03–دار النهضة العربية –جمهورية مصر العربية – 1980 – ص 84، 89.

– خروج الصناع من الانضباط الجماعي للمعلمين.

3)مرحلة النظام المنزلي للحرف :لقد أدى ظهور طبقة التجار الرأسماليين كحقلة وصل بين المنتجين والمستهلكين إلى تحول هام في كيفية الإنتاج والتمويل ،حيث وفروا للأسر المواد الأولية وأدوات العمل ورؤوس الأموال ،وبالتالي أصبحت الوحدات الحرفية الصغيرة مرغمة بواسطة احتراف حرفة أخرى إلى جانب الزراعة من أجل تغطية حاجاتها المتزايدة مع تطور التجمعات الحضرية وتحسن ظروف المعيشة ،ولقد كانت بداية نظام الإنتاج الحرفي المنزلي ببريطانيا في مجال صناعة الصوف منذ القرن 13م لينتشر بقوة وليشمل عدة مجالات أخرى بين منتصف القرن 15م ومنتصف القرن 18م.

ثانيا /مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية:

تنقسم مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانيةإلى مرحلتين:[6]

أ) مرحلة ظهور المانيفاكتورة:ويعودظهورها إلى تراكم التغيرات التي شهدتها طرق الإنتاج السابقة،أي الإنتاج الحرفي المنزلي وكذلك تطور المستوى المعيشي وزيادة عدد السكان، إضافة إلى الاستكشافات الجغرافية وآثارها على تراكم الثروة واستيراد المواد الأولية مما أدى إلى ثراء طبقة التجار الذين امتلكوا وسائل الإنتاج، حيث قاموا بجمع الحرفيين تحت سقف واحد حتى يتمكنوا من مراقبتهم وضمان استغلالهم الأمثل للموارد وهكذا ظهرت المصانع في شكلها الأول "المانيفاكتورة"وهنا صاحب المصنع هو صاحب السلطة الذي يتحكم في عملية الانتاج والتوزيع والتمويل ،وللمانيفاكتورة شكلين :

*الشكل الأول: يضم عدد من العمال لهم نفس الحرفة.

*الشكل الثاني: يجمع بين عمال لهم حرف مختلفة مكملة لبعضها البعض بحيث يشارك جميعهم في تنفيذ مراحل الإنتاج كل حسب تخصصه.

ولكن تفاقم الوضع داخل المانيفاكتورة مع نهاية القرن 17 لعدم انضباط العمال بسبب الاستغلال الكبير لهم وارتفاع الطلب على المنتجات، بالإضافة إلى الاستكشافات العلمية التي أدت إلى إدخال وسائل إنتاج أكثر تطورا مما أدى إلى زوال المانيفاكتورة وظهور مؤسسات صناعية آلية.

[6] فتح الله ولعلو – الاقتصاد السياسي – مدخل للدراسات الاقتصادية – دار الحداثة للطباعة – بيروت، لبنان – 1981 – ص 220 ،222.

ب) مرحلة ظهور المؤسسات الصناعية الآلية (الحديثة): يعود ظهورها من بداية القرن 18 إلى ظهور الثورة الصناعية في أوروبا وما صاحبها من استكشافات علميةوتطور في وسائل الإنتاج واتساع الأسواق بالإضافة إلى الدور الهام الذي لعبه الجهاز المصرفي في التطور الاقتصادي.

وظهرت أول هذه المؤسسات على شكل ورشات ومطاحن مائية أما المصانع الأكثر تطورا فقد ظهرت في انجلترا على يد ريتشارد أركوريغ في مجال صناعة النسيج وامتاز هذا النوع من المؤسسات باعتماده على وسائل عمل ميكانيكية بدلا من وسائل العمل اليدوية التي اعتمدت عليها المانيفاكتورة.

ويرجع الاقتصاديون نشوء وتطور هذه المؤسسات إلىارتفاع مرد وديتها وانخفاض التكاليف، ومن جهة أخرى فإنه لا يمكن إغفال أن ظهور المؤسسات الآلية وتطورها كان ضمن الحركة التاريخية للنظام الرأسمالي وانفصال الكنيسة عن الحياة الاقتصادية.

ثالثا :التكتلات والشركات متعددة الجنسيات .وتنقسم إلى [7]:

1)التكتلات الاقتصادية أو الاحتكارات:معنهاية القرن 19وبداية القرن 20 اتجهت المؤسسات الاقتصادية إلى التركز والتجمع للتمكن من الصمود في السوق أمام المنافسة باستعمال قوة وجودها،ومن بين هذه التكتلات يمكن ذكر 3 حالات:

–الكارتل: هو تكتل مجموعة من الشركات يتفق مدراءها وأصحابها على تقاسم أسواق التصريف، وعلى أسعار البيع، ويحددون كمية البضائع الواجب انتاجها، الا أن المؤسسات التي تشترك في الكارتل تصنع وتبيع المنتجات بصورة مستقلة، هذا الشكل من الاحتكارات انتشر بسرعة خصوصا في المانيا قبل الحرب العالمية الثانية وبعدها، ويعتبر اليوم واحدا من أكبر الاحتكارات الصناعية ليس في المانيا وحسب ولكن في أوروبا مجتمعة.

–**التروست:** هو احتكارتصبح فيه ملكية جميع المؤسسات الأعضاء ملكية مشتركة، ويتقاضى فيه المالكون السابقون والذين أصبحوا مساهمين أرباحا بنسبة أسهمهم.

–**شركة التملك:** مع توسع الأسواق المالية وكبر المؤسسات الاقتصادية وظهور ميكانيزمات معقدة للمعاملات بين البنوك والمؤسسات من خلال البورصة، ظهرت هناك تجمعات ناتجة عن شراء بنوك لأسهم عدد من المؤسسات في قطاعات أو فروع اقتصادية متشابهة أو مختلفة، صناعية أو تجارية أو مالية

[7] علي عباس – إدارة الأعمال الدولية – الطبعة الثالثة – دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة – عمان، الأردن –2013 – ص 47.

لتصبح شبكة من المؤسسات تحت استراتيجية وتوجيه المتملكين الماليين بواسطة المديرين حيث لا تفقد هذه المؤسسات الاستقلال القانوني ويدعى هذا التركز بالرأس مال المالي (الهولدينغ).

2)الشركات متعددة الجنسيات:ويمكن تعريفها بأنها[8]:

-حسب Michals:إما أن تكون مؤسسة أو مجموعة من المؤسسات غالبا ما تكون كبيرة الحجم وتنطلق من قاعدة وطنية، كما تقيم في الخارج عدة فروع باعتماد استراتيجية وتنظيم عالميين.

-أما كلا وذنر فهو يعرفها على أنها[9]:مؤسسة تستمد قسما هاما من استثماراتها ومواردها وسوقها وقوة العمل بها من خارج البلد الذي يوجد به مركزها الرئيسي.

- الشركات متعددة الجنسيات هي تلك الشركة التي تمارس نشاطها في عدة بلدان، حيث تتكون من شركة أم في البلد الأصلي وفروعا في البلدان المضيفة.[10]

وكتعريف شامل فإن الشركات متعددة الجنسيات هي مجموعة شركات تنتمي إلى دول مختلفة ترتبط ببعضها من خلال ما تملكه من أسهم، أو شكل السيطرة الإدارية، أو اتفاق معين مكونة بذلك وحدة اقتصادية متكاملة ذات أسس قانونية واقتصادية وإدارية دولية.

المطلب الثاني:خصائص، أهداف ووظائف المؤسسة الاقتصادية.

تتصف المؤسسة الاقتصادية بمجموعة من الصفات والتي تميزها عن غيرها من أنواع المؤسسات الأخرى، وتسعى المؤسسة الاقتصادية لتحقيق جملة من الأهداف المسطرة والمحددة مسبقا ويكون ذلك من خلال مجموعة الوظائف والعمليات التي تقوم بها كنشاط أساسي فيها دائم ومستمر.

الفرع الأول:خصائص المؤسسة الاقتصادية:تتصف المؤسسة الاقتصادية بمجموعة من الخصائص وهي[11]:

---

[8] شريفة جعدي وآخرون – أثر استثمار الشركات المتعددة الجنسيات على التنمية المحلية في الجنوب الشرقي الجزائر خلال الفترة (2006-2012) – المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية –العدد 1 – ديسمبر2014 – ص16.

[9] إبراهيم محمد العقود – الشركات المتعددة الجنسيات والاستثمار في ليبيا – مجلة العلوم القانونية والشرعية العدد الثامن –كلية القانون – الزاوية – ليبيا – ص ص32،33.

[10] مغيلي مليكة – الشركات متعددة الجنسيات وتأثيرها على سيادة الدول – مذكرة لنيل شهادة الماستر – تخصص حقوق – قسم الحقوق - كلية الحقوق والعلوم السياسية – جامعة خميس مليانة– 2013،2014 – ص 8. نقلا عن Les christian milli et micheldelapir. Firmes multinationals. Vuibert .geographieeconomique. France- 1995- p 13.

[11] السعيد بلوم – أساليب الرقابة ودورها في تقييم أداء المؤسسة الاقتصادية – دراسة ميدانية بمؤسسات المحركات والجرارات بالسوناكوم SONA COME- رسالة مكملة لنيل شهادة الماجيستير – تخصص تنمية وتسيير الموارد البشرية –كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية – قسم علم الاجتماع والديموغرافيا – جامعة منتوري – قسنطينة – الجزائر – ص89.

-للمؤسسة الاقتصادية شخصية قانونية مستقلة من حيث امتلاكها لحقوق وصلاحيات أو من حيث واجباتها ومسؤولياتها.

-القدرة على الإنتاج أو أداء الوظيفة التي وجدت من أجلها.

- قدرة المؤسسة على البقاء بما يكفل لها من تمويل كاف وظروف سياسية مواتية وعمالة كافية وقادرة على تكييف نفسها مع الظروف.

- التحديد الواضح للأهداف، السياسات، البرامج وأساليب العمل، فكل مؤسسة تضع أهدافها الخاصة بها وتسعى إلى تحقيقها (أهداف كمية ونوعية بالنسبة للإنتاج وتحقيق رقم أعمال معين).

- ضمان الموارد المالية لكي تستمر عملياتها ويكون ذلك إما عن طريق الاعتمادات، وإما عن طريق الإيرادات الكلية أو القروض أو الجمع بين كل العناصر حسب الظروف.

- لابد أن تكون المؤسسة مواتية لمحيطها الذي وجدت فيه، وتستجيب له كونها لا توجد منعزلة فإذا كانت متأقلمة مع محيطها الخارجي فإنها تستطيع أداء مهامها في أحسن الظروف، أما إذا كانت معاكسة يمكن أن تعرقل عملياتها المرجوة وتفسد أهدافها.

- المؤسسة وحدة اقتصادية أساسية في المجتمع الاقتصادي، فبالإضافة إلى مساهمتها في الإنتاج فهي مصدر لتحقيق الأرباح ورفع الأجور، وعليه تعد المؤسسة مصدر رزق للعديد من الأفراد.

- يجب أن يشمل اصطلاح مؤسسة بالضرورة فكرة زوال المؤسسة إذا ضعف مبرر وجودها أو تضاءلت كفاءتها.

الفرع الثاني: أهداف المؤسسة الاقتصادية.

المؤسسة الاقتصادية تسعى لتحقيق أهداف مختلفة لضمان بقائها واستمرارها وهذه الأهداف هي:[12]

1) **الأهداف الاقتصادية:** وتتمثل في:

أ) تحقيق الربح: إن استمرار المؤسسة في الوجود ثم نموها وتوسعها لا يمكن أن يتحقق إلا من تحقيق حد أدنى من الأرباح ليضمن لها تجديد وتطوير تجهيزات ومستلزمات النشاط وهذا ما يجعلها قادرة على الصمود أمام المؤسسات الأخرى.

[12] ناصر دادي عدون – اقتصاد المؤسسة –بدون طبعة- دار المحمدية – الجزائر – 1998- ص 48.

ب) تحقيق طلبات المجتمع: إنتحقيق المؤسسة لنتائجها يمر عبر عملية تصريف أو بيع إنتاجها المادي أو المعنوي لتغطية تكاليفها وعند القيام بعملية البيع فهي تغطي طلبات المجتمع الموجودة به سواء على المستوى المحلي أو الدولي، لذلك يمكن القول ان المؤسسة الاقتصادية تحقق هدفين في نفس الوقت تغطية حاجات المجتمع وتحقيق الربح.

ت) عقلنة الإنتاج: يتم ذلك بالاستعمال الرشيد لعوامل الإنتاج ورفع إنتاجيتها بواسطة التخطيط الجيد والدقيق للإنتاج والتوزيع بالإضافة إلى مراقبة عملية تنفيذ هذه الخطط أو البرامج وبذلك تسعى المؤسسة إلى تفادي الوقوع في مشاكل اقتصادية ومالية لأصحابها من جهة والمجتمع من جهة أخرى.

2)الأهداف الاجتماعيةوتتمثلفي:

أ)ضمان مستوى مقبول من الأجور: يعتبر العمال في المؤسسة من المستفيدين الأوائل من نشاطها حيث يتقاضون أجرا مقابل عملهم فيها،ويعتبر هذا المقابل حقا مضمونا قانونيا وشرعيا إذا يعتبر العمال العنصر الحيوي في المؤسسة،إلا أن هذه الأجور تتراوح بين الانخفاض والارتفاع حسب طبيعة المؤسسة وطبيعة النظام الاقتصادي السائد.

ب) إقامة أنماط استهلاكية معينة: تقوم المؤسسة الاقتصادية عادة بالتصرف في العادات الاستهلاكية لمختلف طبقات المجتمع،وذلك بتقديم منتجات جديدة أو بواسطة التأثير في أذواقهم عن طريق الإشهار والدعاية سواء لمنتجات جديدة أو قديمة.

ت)الدعوة إل تنظيم وتماسك العمال:تتوفر داخل المؤسسة علاقات مهنية واجتماعية بين الأشخاص،قد تختلف مستوياتهم العلمية وانتماءاتهم الاجتماعية والسياسية إلا أن التفاهم والتماسك هو الوسيلة المحددة لضمان الحركة المستمرة للمؤسسة.[13]

ث) توفير تأمينات ومرافق للعمال: توفر المؤسسة بعض التأمينات مثل التأمين الصحي، التأمين ضد حوادث العمل،التقاعد....كما أنها تخصص مساكن سواء كانت وظيفية أو عادية، بالإضافة إلى المرافق العامة مثل تعاونيات الاستهلاك،المطاعم.....

[13] ناصر دادي عدون – مرجع سابق – ص 50.

3)الأهداف الثقافية والرياضية :تبذل المؤسسة جهودا قصد تكوين وتفيه العمال،ومن بين ماتسعى لتحقيقه نذكر [14]:

أ) **توفير وسائل ترفيهية وثقافية:** نظرا لما له من تأثير على المستوى الفكري والرضا لتحقيق مستواهم.

ب)تدريب العمال المبتدئين ورسكلة القدامى: خاصة مع التطور السريع الذي تشهده وسائل الإنتاج وزيادة تعقيدها وبالتالي فهي مجبرة على تدريب العمال الجدد ورسكلة القدامى على الآلات الجديدة.

ت) تخصيص أوقات للرياضة: حتى يتمكن العمال من التخلص من الملل الذيعادةمايصيبهم داخل المؤسسة.

4)الأهداف التكنولوجية:

تتمثل الاهداف التكنولوجيةفي:[15]

أ) **تطوير التجهيزات:** عملت بعضالمؤسسات على تخصيص مصلحة خاصة بهذه المهمة، وهي مصلحة البحث والتطوير، ومنها من خصصت لها مبالغ مالية كبيرة بهدف الوصول إلى أحسن طريقة إنتاجية وأحسن وسيلة مما يؤدي إلى تأثير على الإنتاج ورفع المر دودية الإنتاجية فيها وهذا ما يجعل المؤسسة أحسن من منافسيها.

ب) **مساندة السياسة القائمة في البلد:**في مجال البحث والتطوير من خلال التنسيق بين ما توفره العديد من المؤسسات، مثل مؤسسات البحث العلمي والجامعات والمؤسسة الاقتصادية.

الفرع الثالث: وظائف المؤسسة الاقتصادية:

تقوم المؤسسة بنشاطها من خلال مجموعة من الوظائف والتي تنقسم إلى وظيفةالتحكم بالمؤسسة

[14] مريم بوداوي – دور بحوث التسويق في تفعيل علاقة المؤسسة بمحيطها – مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر – تخصص تسويق وتجارة دولية – قسم العلوم التجارية –كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير – جامعة آكلي محند أولحاج – البويرة، الجزائر – 2011،2012 – ص 19. نقلا عن إبراهيم قبرة – التنظيم الحديث للمؤسسة – دار الفجر للنشر والتوزيع – القاهرة، مصر – 2008 –ص 30.

[15] مريم بوداوي – دور بحوث التسويق في تفعيل علاقة المؤسسة بمحيطها – نفس المرجع – ص20.

الاقتصادية و وظائف توفير عوامل الإنتاج: و هي كالتالي:[16]

1)وظيفة التحكم بالمؤسسة الاقتصادية:

وهي الوظيفة الإدارية: تشمل الإدارة كل الواجبات والوظائف التي تتعلق بإنشاء المؤسسة من حيث تمويلها وضع سياستها الرئيسية، توفير المعدات اللازمة والضرورية، رسم الشكل العام للتنظيم الذي ستعمل فيه المؤسسة اختبار الرؤساء الرئيسيين.

تتمثلهياكل الإدارةفي مجلس الإدارة الذي يعتبر أعلى سلطة في المؤسسة والمركز الرئيسي والمسيطر في التحليل الاستراتيجي، يقوم بوضع الخطط العامة والسياسات من أجل ضمان السير الجيد للمؤسسة واستمرار حياتها وهو الذي يربط بين الجمعية العامة للمساهمين (التي لها سلطة الملكية) وبين إدارة المؤسسة (التي لها سلطة التسيير).

إن الوظيفة الإدارية تسمح بتعبئة كل قدرات المؤسسة على جميع المستويات من أجل تحقيق الأهداف العامة، وإذا استطاعت الإدارة العليا أن تحقق مهامها على مستوى التنظيم والإشراف والتنسيق فهذا يعني أنها قد وفرت للمؤسسة فرص النجاح.

2)وظائف توفير عوامل الإنتاج:وتتمثل في وظيفة المالية ووظيفة الموارد البشرية:[17]

2-1/الوظيفة المالية: هي احدى الوظائف الرئيسية في أي منظمة وهي الوظيفة المختصة باتخاذ قرارات التمويل والاستثمار وتوزيع الأرباح. وتعرف أيضا بأنها: تخطيط الحصول على الأموال وتوظيفها وتنظيم أنشطتها المختلفة وتحفيز العاملين ماليا وممارسة الرقابة على الأداء المالي للشركة وإدارة التدفقات النقدية.

2_2/وظيفة الموارد البشرية: ويمكن تعريفها بأنها:

- "هي عملية توجيه العاملين وتحفيزهم وتنمية مهاراتهم ورفع روحهم المعنوية بما يؤدي الى المحافظة على استقرارهم والحد من دوران العمل".[18]

---

[16] سهيلة بن الموفق – أثر تقلبات معدل الفائدة على أداء المؤسسة – مذكرة لنيل شهادة الماجيستير – تخصص تسيير المؤسسات – قسم علوم التسيير –كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير – جامعة منتوري– قسنطينة، الجزائر -2006،2005 – ص11.

[17]أحمد يوسف دودين – إدارة الأعمال الحديثة (وظائف المنظمة) -بدون طبعة – دار اليازوري للنشر والتوزيع–الأردن - 2015– ص162.

[18] محمد الصيرفي – وظائف منظمات الاعمال – الطبعة الأولى – دار قنديل للنشر والتوزيع – عمان، الأردن– 2003 – ص 131.

– هي مجموعة السياسات والممارسات المطلوبة لتنفيذ مختلف الأنشطة المتعلقة بحصول المؤسسة على احتياجاتها من الموارد البشرية وتطويرها وتحفيزها والمحافظة عليها مما يساعد على تحقيق الأهداف المرجوة بأعلى مستويات الكفاءة والفعالية"[19]

ولتحقيق أهدافها تقوم بمجموعة من المهام وهي:[20]

-تحليل العمل: معنى دراسة دقيقة حول المهام التي يتميز بها كل منصب.

-تخطيط القوة العاملة:بمعنى تحديد احتياجات المؤسسة من العاملين من حيث النوع والحجم.

-الاختيار والتعيين: البحث عن العاملين في سوق العمالة وتحديد المصادر المناسبة للحصول عليها.

-تصميم هيكل الأجور والحوافز: يتم تحديد درجات الأجور بعد ما يتم تحديد قيمة كل وظيفة وتصميم هيكل الحوافز يعني منح مقابل عادل لكل أداء متميز، والتحفيز يكون على الأداء الفردي أو الجماعي.

-تقييم الأداء:ويكون بأساليب معينة من طرف الرؤساء المباشرين.

-التدريب: ويهدف إلى رفع كفاءة العاملين حيث يتم تحديد احتياجات العاملين للتدريب وكذا الأساليب والطرق المناسبة لذلك.

– المعلومات والاتصالات:يقوم مسئول الأفراد بضمان انسياب المعلومات العامة والخاصة داخل المؤسسة سواء بصورة عمودية بالاتجاهين أو بصورة أفقية، وهذا باستخدام وسائل متعددة مثل الاجتماعات، صحافة المؤسسة.

3/ وظائف الاستغلال:

3–1/وظيفة التموين: وهي من الوظائف التي تنطلق بها المؤسسة فهي تمثل الخطوة الأولى، وتعني العمل على توفير مختلف عناصر المخزون المحصل عليها من خارج المؤسسة أساسا وهذا لتنفيذ البرامج الخاصة بنشاط المؤسسة، وتنقسم وظيفة التموينإلى:

أ) وظيفة الشراء:تعرفبانها:[21]

[19] الداوي الشيخ – تحليل أثر التدريب والتحفيز على تنمية الموارد البشرية في البلدان الإسلامية – مجلة الباحث – العدد السادس – 2008 –كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية – جامعة قاصدي مرباح – ورقلة – الجزائر – ص 10..

[20] سهيلة بن الموفق –مرجع سابق – ص15،16.

[21] محمد الصيرفي – ادارة المواد الشراء والتخزين بين النظرية والتطبيق الكمي- الطبعة الاولى – دار قنديل للنشر – عمان، الاردن –بدون سنة –ص 2

كالانشطة الخاصة بالمعاملات او التبادل مع الاطراف الداخلية والخارجية وهي تهدف الى تلبية الحاجة كما تطلبها الجهات المستخدمة وفقا لإجراءات محددة، وتتضمن وظيفة الشراء الأنشطة التفصيلية التالية:

- توصيف الحاجات. - وضع برامج الشراء.
- الاتصال بالموردين. -إصدار أوامر التوريد.
-مراجعةالفواتير وتسوية المستحقات. -متابعة التوريد.

ومهامها تتمثل في:

– اختيار المورد أو الموردين المناسبين: عند إعداد برامج الإنتاج أو المبيعات يقوم مسئولو قسم الشراء بعملية البحث عن مصادر التموين بعد اطلاعهم على كميات ونوعيات ومواصفات المواد المطلوبة لتلبية حاجات نشاطي الإنتاج والبيع، وتختار المؤسسة الموردين المحتمل التعامل معهم عن طريق اطلاعها على المزايا والخصائص التي يمنحونها لها.

– تحديد طريقة الشراء أو التوريد المناسب:من مسؤولية قسم الشراء تحديد أحسن طريقة للشراء وهذا على شكل طلبيات مستمرة ومنتظمة من نفس المورد أو اختيار عدد من الموردين فينفسالوقت.

– تقديم طلبيات للموردين ومتابعتها: عندما يصل المخزون إلى مستوى معين يتم إشعار قسم الشراء للانطلاق في عملية الشراء ويتم إرسال طلبيات تضم كميات ومواصفات المواد المطلوبة وترسل لمورد واحد أو لعدة موردين في نفس الوقت.

– مراقبة المواد الواردة: عند وصول الطلبية إلى المؤسسة يقوم قسم الشراء بمراقبتها وهذا للتأكد من مطابقة المواصفات والكميات مع المعلومات الموجودة في الفواتير من جهة مع المعلومات والمواصفات المقدمة من طرف المؤسسة من جهة أخرى.

ب) وظيفة التخزين:

وتعرف على أنها[22]:تلك الوظيفة التي يناط إليها بمهمة الاحتفاظ بالمواد والأجهزة والمعدات وقطع الغيار.

[22]محمد الصيرفي – مرجع سابق – ص 343.

وأيضا هي: الوظيفة المسؤولة عن الاحتفاظ بالموجودات بكميات مناسبة لحين طلبها، في مخازن أو مستودعات قريبة من جهة الاستخدام على أن يتوافر في هذه المخازن أسلوب التخزين المناسب للمواد المخزنة.[23]

من مهاموظيفة التخزين نجد [24]:

–ترتيب وحفظ المواد والسلع: عند تلقي المواد الواردة إلى المخازن تصدر إدارة المخازن وصل استلام، وبعدها يتم ترتيب السلع حسب شروط معينة.

–وضع الرموز: هذه العملية تسمح بالتعرف السريع على محتويات المخزن.

–متابعة حركة المخزون: يتم مراقبة دخول وخروج مختلف أنواع المخزون عن طريق تخصيص بطاقات لكل نوع من المخزون ولكل مادة على حدى وتشمل هذه البطاقات ما يلي: اسم المادة، رمزها،كمية الطلبية، المخزون الأدنى، اسم المورد....

–تقديم إشعار إلى قسم الشراء لانطلاق الشراء: عن طريق المتابعةالمستمرة يقوم مسئولو التخزين بإرسال إشعارات من أجل القيام بطلب شراء جديد.

–القيام بعملية الجرد الحقيقي: هناك عمليات جرد فصلية أو شهرية أو أقل من ذلك أو أكثر من أجل المتابعة الجيدة للمخزون.

4/وظيفة الإنتاج:

وتعرف بأنها[25]:

– ذلك النشاط الاقتصادي الذي يهدف الى تحويل أنواع معينة من المدخلات الى أنواع محددة من المخرجات.

– تلك الوظيفة التي ترتبط ارتباطا مباشرا بخلق المنفعة الشكلية والزمانية والمكانية للسلعة.

ومن أهداف وظيفة الإنتاج نجد:[26]

[23]مهدي حسن زويلف– إدارة الشراء والتخزين– الطبعة 2 – دار الفكر للنشر –الأردن – 2008 – ص 145.

[24] سهيلة بن الموفق –مرجع سابق –ص19،20

[25]محمد الصيرفي – وظائف منظمات الأعمال – الطبعة الأولى –دار قنديل للنشر والتوزيع – 2003– عمان، الأردن – ص 57.

[26]عبد السلام أبو قحف – مقدمة في الأعمال- بدون طبعة – الدار الجامعية - الاسكندرية، مصر–2005 – ص 339.

1-رضا المستهلك: من الطبيعي ان يقوم النظام الإنتاجي أساسا من اجل انتاج المنتج او تقديم الخدمة التي يتطلبها المستهلك، ويعني ذلك ان يكون الإنتاج بتكلفة معقولة مناسبة وان يتم تقديم السلعة او الخدمة في الوقت المناسب وبمستوى الجودة المرغوبة حسب المواصفات الموضوعة.

2- الإنتاجية المرتفعة: على الجانب الآخر يجب على النظام الإنتاجي ان لا يكون رضا المستهلك على حساب كفاءته في استخدام الموارد المتاحة، فقد يؤدي ذلك الى الخروج تماما من السوق وفشل المشروع ولذلك يقوم المشروع بوضع بعض المعايير التي يقوم باستخدامها بشكل دائم في قياس كفاءته في استخدام الموارد.

5/ وظيفة التسويق:

تعرف وظيفة التسويق بأنها: عملية اجتماعية وادارية يحصل بها الافراد والمجموعات على ما يحتاجوه ويبتغوه من خلال انتاج وتبادل منتجات وقيمة مع الآخرين.

ويمكن تعريفه ايضا بانه العملية التي تنتج بها المؤسسات قيمة للعملاء، وتبني علاقات عميل قوية كي تستخلص قيمة من العملاء في مقابل ذلك.[27]

- التسويق هو التوفيق بين حاجات العملاء وبين ما تنتجه الشركة من سلع وخدمات بحيث تلبي ما تنتجه الشركة من سلع وخدمات حاجات العملاء وكلما زادت قدرة الشركة على مطابقة ما تنتجه من سلع وخدمات مع احتياجات العملاء كلما زادت درجة ربحية الشركة وكان لها فرصة أكبر للبقاء في السوق.[28]

- التسويق هو نظام كلي متكامل لأنشطة المؤسسة بغرض تخطيط وتسعير وترويج سلع وخدمات تشبع حاجات ورغبات المستهلكين الحاليين والمرتقبين.

- كما انه ومن خلال سياستها الترويجية تستطيع المؤسسة التأثير في أذواق المستهلكين وبالتالي تحديد الطلب المستقبلي لمنتجاتها.

5-1/ عناصر السياسة التسويقية:وتتمثل فيما يلي:[29]

1/سياسة السلعة: السلعة هي عبارة عن منتوج مادي أو خدمات تقدم للسوق لغرض تجاري قد يكون للاستهلاك النهائي أو قد يكون للاستهلاك أكثر من مرة، فالسلعة هي أداة وصل بين المؤسسة

[27] فيليب كوتلر- جاري ارمسترونج- اساسيات التسويق – دار المريخ للنشر- ج 1- الرياض، المملكة العربية السعودية- 2007-ص 62.

[28] منصور عيسى – اساسيات ادارة التسويق- الطبعة الاولى – الدار المصرية للعلوم – القاهرة، مصر –2011- ص16.

[29] مصطفى محمود أبوبكر – ادارة التسويق في المنشآت المعاصرة – الدار الجامعية – الإسكندرية، مصر – 2005 –ص 68.

والمستهلك، فما يهم المستهلك هو ما يتحصل عليه من منفعة بعد الاستعمال مقابل ما يدفعه في الشراء ولا يشتري حتى يقارن بباقي السلع في السوق وهذا فيما يخص التقنية، الجودة، التغليف أما ما تهتم به المؤسسة هو درجة إقبال المستهلك على سلعتها والكمية التي سوف تبيعها له حيث تعمل على تعظيمها باستمرار.

2/سياسة السعر: السعر هو من المؤشرات المهمة في نجاح عملية البيع حيث له دور مهم في رفع حجم المبيعات، ويتم تحديد السعر وفقا ل:

- ✓ المنفعة المقدمة للمستهلكمقابل قيمته النقدية.
- ✓ أسعار سلع المنافسين.
- ✓ مدى وجود سلع بديلة أو منافسة وأسعارها.
- ✓ مرحلة حياة المنتوج (الانطلاق، النضج...).

3/سياسة الإعلان: الإعلان هو عملية نشر أو إذاعة لوسائل إعلامية تختلف عواملها حسب الوسيلة المستعملة (مرئية، مسموعة...)، وطرق الإعلان هي: قنوات التلفزيون، الراديو، المجلات أو الجرائد، المعلقات على وسائل النقل، أمكنة حركة المجتمع....

4/سياسة الترويج: يتم الترويج للسلعة في الحالة التي يصاب فيها المنتوج بالبطء في البيع، وعمليات الترويج تتمثل في:

- الإعلان أو فتح أبواب معارض المنتجات.
- التخفيض في أسعار المنتجات إلى حد معين.
- منح تخفيضات عند وصول كميات مشتريات الزبون إلى مستوى أو عدد معين.
- توفير جوائز عن كميات معينة من السلع.

5/**سياسة البيع**: طرق البيع المتاحة للمؤسسة مختلفة، فقد تبيع لبائعي الجملة وهؤلاء يوصلون إلى بائعي التجزئة ثم المستهلك الأخير، أو تتم عملية البيع مباشرة بين المؤسسة وبائعي التجزئة ثم المستهلك عن طريق وحدات بيع خاصة، وفي حالات أخرى يتم التوزيع عن طريق وسطاء أو وكلاء ولكل هذه الطرق أهداف وتكاليف. أما فيما يخص اختيار منطقة البيع فتتم على أساس دراسات وتحديد أهداف وهذا حسب طبيعة السلعة وما تقدمه من منافع استعماليه.

وترتبط سياسة البيع ببعض العوامل مثل:

- القدرات المالية للمؤسسة وحجمها في السوق.
- استراتيجيتها مع الزمن.
- هيكل البيع الذي يتوفر لديها (تجار الجملة، الوكلاء....).

5-2/أهمية وظيفة التسويق: لها أهمية كبيرة تكمن في:

- أنها تعتبر نافذة المؤسسة على المحيط الاقتصادي والاجتماعي الذي توجد فيه، فهي طريقة تطلع على التغيرات الحاصلة في السوق، وتتكيف معها للحفاظ على مصالحها وأهدافها.
- توفر مستلزمات السوق وهذا لغرض الحفاظ على حصتها السوقية.
- غزو الأسواق المحلية والدولية.
- تحسين مستوى المعيشة.
- التزود بالمعلومات الخاصة بالمنتوج والسعر.

5-3/أهداف وظيفة التسويق:

لها عدة أهداف أهمها[30]:

- تمكن المؤسسة من مقاومة ظروف المنافسة ومواكبة التطورات الحاصلة في أسواق المستهلكين.
- تقوم بتغذية الإدارة العليا بكافة المعلومات عن حاجات المجتمع فهي حلقة وصل بين المؤسسة والمجتمع.
- توفر المعلومات عن الأسواق المستخدمة والمحتملة وهذا من خلال توفير معلومات عن تغيرات الأسواق.
- تقوم بإدخال تحسينات عما هو موجود من السلع والخدمات.

6/وظيفة العلاقات العامة:

تمثل وظيفة العلاقات العامةوظيفة مهمة في المؤسسة حيث تعرف بأنها:[31]

[30] احمد يوسف دودين – إدارة التسويق المعاصر – الأكاديميون للنشر والتوزيع – عمان، الأردن – 2010 – ص2

[31] صالح مهدي محسن العامري – طاهر محسن منصور الغالبي – الإدارة والأعمال –الطبعة 2 – دار وائل للنشر والتوزيع –عمان، الأردن – 2008 – ص 702.

– " مجموعة السبل والآليات والطرق المساعدة على تسويق المؤسسة بصورتها الشاملة لتصبح مقبولة أكثر في بيئتها الخارجية وكذلك تأمين التفاعل الايجابي بين المؤسسة والفئات المختلفة في المجتمع".

– هي "وظيفة الإدارة التي تقوم بتقويم اتجاهات الجمهور وربط سياسات وأعمال الفرد والمؤسسة مع الصالح العام وبتنفيذ برنامج لكسب تأييد الجمهور وتفاهمه ".

– ويقول أفي لي رائد حركة العلاقات العامة بأمريكا بأن " العلاقات العامة مسؤولية كبرى تتطلب دراسة الأحوال السائدة والعمل على الإصلاح وإعلام الناس بذلك، وأن مهمتها مزدوجة تبدأ بدراسة اتجاهات الرأي العام ونصح المؤسسات بتغيير خططها وتعديل سياساتها لخدمة المجتمع والمصلحة العامة، ثم إعلام الناس بما تقوم به المؤسسات من أعمال تهمهم وتخدم مصالحهم".

– التعريف الرسمي لمعهد العلاقات العامة البريطانية هو:"العلاقات العامة هي الجهود الإدارية المرسومة والمستمرة التي تهدف إلى إقامة وتدعيم تفاهم متبادل بين المؤسسة وجمهورها".[32]

– إن نشاط العلاقات العامة هو عبارة عن آليات ومناهج يتم بواسطتها إدارة العلاقات مع مختلف فئات أصحاب المصالح بغرض تحسين صورة المؤسسة لدى مختلف الفئات التي تتعامل معها.[33]

من أهداف وظيفة العلاقات العامة نجد[34]:

– إحداث نوع من الاتصال ذو الاتجاهين بين المؤسسة والجمهور بما يمكن من إعلامها بسياساتها العامة، خططها وبرامجها وفي الاتجاه الثاني تنقل أفكار الجمهور واتجاهاته نحو القائمين على المؤسسة.

– العمل على كسب وتأييد ثقة الرأي العام عن طريق إمداده بالمعلومات الصحيحة والبيانات والحقائق والنشاطات التي تؤديها المؤسسة.

– تعديل الاتجاهات السلبية في المجتمع وتحويلها إلى اتجاهات ايجابية بناءة فالعلاقات العامة توجه برامجها نحو الجمهور في محاولة للتأثير في آرائه وأفكاره وهي بذلك تعمل على تحقيق قبول اجتماعي.

– العمل على تدعيم العلاقة بين المؤسسة وأجهزة الإعلام.

– نشر الوعي فيما يتعلق بنشاط المؤسسة وخلق صورة ومركز ممتاز لها في أذهان الجمهور.

---

[32] www.angelfire.com /08.04.2018/10 :47.

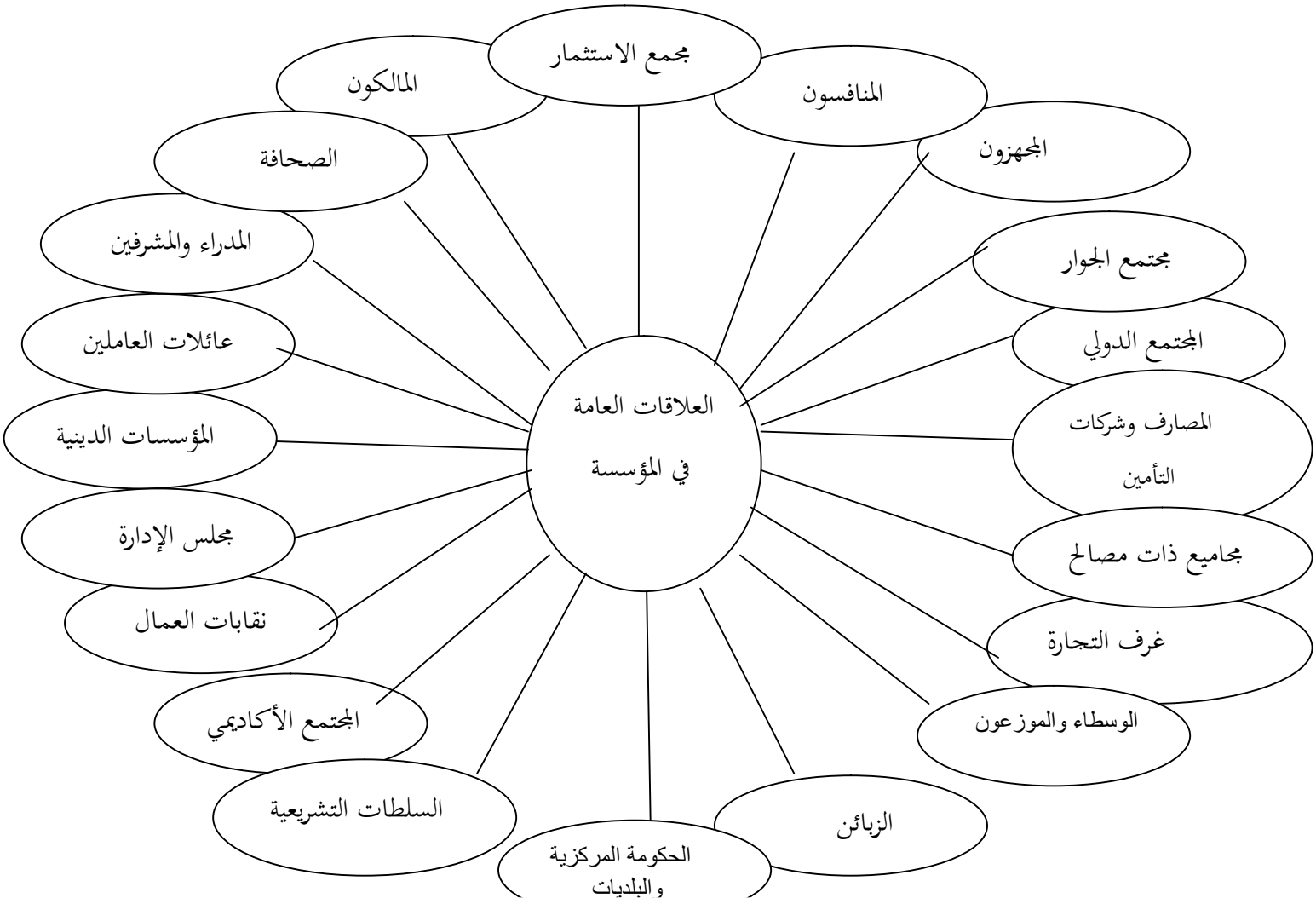
[33] صالح مهدي محسن العامري – طاهر محسن منصور الغالبي – نفس المرجع – ص 703.

[34] قاسمي كمال – بعلي مونيا – المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة كأحد المتطلبات الحديثة لدعم العلاقات العامة – مجلة الباحث الاقتصادي – العدد3 – 2016 – ص 81،82.

– تنمية التنسيق والتعاون بين مختلف الأقسام في المؤسسة والإدارة العليا بما يؤدي إلى توفير المعلومات والاهتمام بالجماهير الداخلية خاصة عمال المؤسسة عن طريق تلبية احتياجاتهم.

وفيما يلي شكل يمثل الفئات التي تتعامل معها المؤسسة:

شكل رقم(01): المصالح التي تتعامل معها المؤسسة.



المصدر: صالح مهدي محسن العامري – مرجع سابق –ص 703.

7/وظيفة المحاسبة:

تعرف وظيفة المحاسبة بأنها [35]:

– علم يشمل مجموعة من المبادئ وأحسن القواعد التي تستعمل في تحليل العمليات المالية عند حدوثها وتسجيلها من واقع مستندات مؤيدة لها،ثم تبويب وتضييق هذه العمليات وتلخيصها بحيث تمكن الوحدة الاقتصادية من تحديد ايراداتها وتكلفة الحصول على هذه الايرادات ومن ثم استخراج نتيجة أعمالها من ربح أو خسارة عن فترة مالية معينة وبيان مركزها المالي في نهاية هذه الفترة" ويوجد تعريف آخر أكثر دقة [36]:

–تعريف لجنة المصطلحات المحاسبية التابعة للمعهد الأمريكي للمحاسبين " المحاسبة فن لتسجيل،تبويب وتلخيص العمليات والأحداث وفق طريقة معبرة وباستخدام أرقام نقدية، يحمل جزء منها على الأقل طبيعة مالية ثم تفسير النتائج المحصل عليها".

أ/أهداف وظيفة المحاسبة:

من بين أهداف وظيفة المحاسبة نجد [37]:

– توفير المعلومات المالية.

– قياس نتائج الأعمال عن فترة معينة وتحديد نتيجة المؤسسة من ربح وخسارة.

– تأمين مختلف المعلومات المالية المتعلقة بتبيان الوضع المالي للمؤسسة في وقت محدد بشكل يمكن مختلف الأطراف ذوي المصلحة مع المؤسسة من التعرف على مركزها المالي.

---

[35] محمد عجيلة – أحمد علماوي – أبجديات النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية – مداخلة في الملتقى الوطني حول واقع وآفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر يومي 05،06 ماي 2013- جامعة الوادي – الجزائر – ص3.

[36] بلال كيموش – التقييم الدوري للعناصر المادية ودوره في المحافظة على قيمة المؤسسة في ظل النظام المحاسبي المالي – مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستير – تخصص دراسات مالية ومحاسبية معمقة – قسم العلوم التجارية –كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير- جامعة فرحات عباس – سطيف – الجزائر – 2010،2011- ص3.

[37] محمد عجيلة – أحمد علماوي – نفس المرجع – ص4.

- قياس تطور الوضع الاقتصادي للمؤسسة خلال فترة محددة.
- الحفاظ على ممتلكات المؤسسة وذلك لأن المؤسسة تعتبر من وسائل المراقبة الداخلية للمؤسسة.

ب/ أغراض ووظائف المحاسبة:

- تسجيل جميع العمليات التجارية ذات الأثر المالي بقيمتها النقدية سواء كانت نقدية أو آجلة.
- تبويب العمليات المسجلة على شكل حسابات.
- استخراج نتيجة عمل المشروع لسنة مالية من ربح وخسارة.
- تحديد المركز المالي للمشروع في نهاية العام المالي ومقارنته بالسنوات السابقة لبيان تحسينه أو بقائه على حاله أو تراجعه.
- معرفة ما لدى المشروع من موجودات أصول وما عليه من خصوم.
- إعداد القوائم المالية ومقارنتها لأغراض الدراسة وللمساعدة على اتخاذ القرارات.

المطلب الثالث: تصنيفات المؤسسة:

وتصنف المؤسسة حسب عدة أشكال وهي[38]:

الفرع الأول: حسب الشكل القانوني

في هذا الإطار يتم التصنيف من الناحية القانونية وبالتالي يطلق على مصطلح المؤسسة الشركة.

1/شركات الأشخاص: وهي الشركات التي يكون فيهاالخطر بتوظيف الأموال غير محدود وتقوم عادة بين مجموعة صغيرة من الأشخاص تجمعهم الصداقة والمعاملة الحسنة والسمعة الجيدة والثقة المتبادلة، ولهذا تكون للاعتبارات الشخصية فيها المقام الأول ويكون للشريك محل اعتبار وأهمية في تكوين الشركة ويكتسب الشريك صفة التاجر ويكون متضامنا مسئولا في كل أمواله عن ديون الشركةأيتتعدبمسؤوليتهاالأموال المساهم بها لتشملأمواله الخاصة، وتشمل:

[38] أحلام مخبي – تقييم المؤسسة من وجهة نظر البنك دراسة حالة شركة الاشغال العامة والطرقات-مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجيستير- تخصص بنوك وتأمينات-كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير-جامعة منتوري-قسنطينة-الجزائر-2006،2007 – ص 22-24.

1-1/شركة التضامن: ف هذا النوعمنالشركاتيكونأكثر من شريك وجميع الشركاء يأخذون صفة التاجر ويتسم هذا النوع من الشركات بالطابع الشخصي والتضامني للشركاء وهم مسئولون مسؤولية غير محدودة بالتضامن عن ديون الشركة.

1-2/ شركة التوصية البسيطة وتشمل فئة الشركاء المتضامنين وهم الذين يحق لهم إدارة الشركة، مسئولون بصفة شخصية والتضامن عن ديون الشركة مسئولية غير محدودة، وفئة أخرى هي فئة الشركاء الموصون وهم الذين يقدمون جزءا فقط من رأس المال وتتحدد مسئوليتهم بقدر الحصة التي ساهما بها.

1-3/ شركةالمحاصة هي عقد يلتزم بمقتضاه شخصان أو أكثر المساهمة في مشروع اقتصادي معين عن طريق تقديم حصة مالية بهدف اقتسام ما يحققه المشروع سواء كانت أرباح أم خسائر دون أن يتم إشهارها.

2/شركات الأموال: تقومهذه الشركات على الاعتبار المالي وليس على أساس شخصية الشركاء، وفيها:

2-1/**شركةذاتمسؤوليةمحدودة**: تتكون هذه الشركة من شركاء يقدم كل منهم حصة من رأس مالها ومسئولية كل شريك تتحدد بمساهمته ولا يتحمل الخسائر الا في حدود ماقدمه من حصص ولا تتعدى أمواله الخاصة،وينقسم رأس مال الشركة إلى حصص متساوية القيمة غير قابلة للتداول.

2-2/ شركةالمساهمة: هي الشركة التي ينقسم رأس مالها إلى أسهم متساوية القيمة وقابلة للتداول وتتكون من شركاء لا يتحملون الخسائر إلا بقدر مساهمتهم.

2-3/ شركةالتوصيةبالأسهم: تتكون هذه الشركة من شركاء متضامنين لهم المسئولية المطلقة وشركاء موصيين كما هو الحال بالنسبة لشركة التوصية البسيطة وتعين باسم تجاري لا يتضمن اسم أحد الشركاء الموصيين الذين تكن لهم المسؤولية المحدودة بقدر ما ساهموا من رأس مال.

الفرع الثاني: حسب الحجم:

1/مؤسسات مصغرة TPE: وهو الصنف الأكثر انتشارا في أغلب اقتصاديات الدول ويتراوح عدد العمال ما بين 1و 9.

2/مؤسسات صغيرة PE: يتولى فرد واحد إدارتها والمالك يكون في أغلب الأحيان هو المدير وتكون في شكل مؤسسات عائلية بسيطة في هيكلها التنظيمي، عدد العمال من 10-49.

3/**مؤسسات متوسطة ME**: لايقلهذاالصنفأهمية عن سابقه بالنسبة للنشاط الاقتصادي وعدد العمال من 50-499.

4/مؤسسات كبيرة: تستعمل هذه المؤسسات عمال ما بين 500-999.

5/مؤسسات كبيرة جدا: يوجد هذا الصنف في البلدان المتطورة وعدد العمال أكثر من 1000.

الفرع الثالث:حسب النشاط الأساسي الممارس

1/مؤسسات القطاع الأول (المناجم): يشملهذا القطاع المؤسسات الفلاحية التي تقوم باستثمار الأراضي واستصلاحها بغية زيادة إنتاجية الأرض، وتقدم 3 أنواع منتجات: إنتاج نباتي،حيواني، سمكي وكذلك المؤسسات الاستخراجية المناجم.

2/**مؤسسات القطاع الثاني**: يشمل كافة المؤسسات الخدمية التي تقدم خدمات كمؤسسة النقل، والمؤسسات التجارية ومؤسسات الاتصال والإعلام الآلي.

الفرع الرابع: حسب الملكية

1/مؤسسة خاصة: التي تعود ملكيتها للخواص.

2/مؤسسة عمومية: تعود ملكيتها للدولة أو الجماعات المحلية ونواب الحكومة.

3/مؤسسة مختلطة: تعود ملكيتها للدولة والقطاع الخاص معا، وتكون الدولة مالكة لجزأ من رأسمالها غالبا لا يقل عن 51 بالمائة والباقي للخواص.

المطلب الرابع: النظرة التقليدية والنظرة الحديثة للمؤسسة الاقتصادية.

هناك نظرة تقليدية وأخرى حديثة حول المؤسسة الاقتصادية،ففي النظرة التقليدية يرى البعض أن المؤسسة هي خلية إنتاج بسيطة، ترتكز أساسا على إنتاج السلع والخدمات التي تعرضها في السوق بغرض البيع، وهذا كله تحت سلطة أو إشراف المقاول الذي يعتبر المنظم،فهذا الأخير يقوم بجلب الأموال وتوليف العناصر إنتاجه، وبالتالي تحقيق الربح. وبالتالي تنفي هذه النظرة كل تنظيم معقد أو مشاكل داخلية في المؤسسة لأنها لا تخضع إلا لقيد واحد ألا وهو قيد الإنتاج.

وبدأ تعريف المؤسسة في النظرة الحديثة بنقد شديد حول فرضيات النظرية الاقتصادية الكلاسيكية.

ونرى أن النظرة الحديثة تضم مختلف النظريات التي تتعارض مع النظرية الكلاسيكية،حيث تركز هذه النظرية على عناصر حديثة كالتكنولوجيا ومن هنا يدخل كل متعامل معها إضافة إلى المحيط الذي يتم التعامل فيه، ويتجلى بوضوح أن النظرة الحديثة للمؤسسة هي شاملة بحد ذاتها،حيث تنظر لها على أنها ذلك المترابط الذي لا يمكن تجزئته نظرا للتفاعلات التي تطرأ بين مختلف أجزائه. ولم تعد المؤسسة في حالة سكون متخذة الوضع الستاتيكي كما كانت عليه في النظرة التقليدية، بل أصبحت في حالة ديناميكية وهي مجبرة على إيجاد حلول للمشاكل التي تتعرض لها من جراء النزاعات التي تحدث بين العمال وأصحاب رأس المال والإدارة،لأنه نتيجة لتوسع حجمها فلا يمكن لشخص واحد أن يمتلكها بل يعود الأمر لعدد معين من الأشخاص، مما يستوجب انفصال الملكية عن التسيير الفعلي لها.

نلاحظ أن المؤسسة حسب هذه النظرة انتقلت من وحدة إنتاجية بسيطة(نظرة كلاسيكية) إلى وحدات إنتاجية ضخمة(نظرة حديثة)، فهي عبارة عن نظام إجمالي مكون من مجموعة نظم فرعية تكون في حالة تفاعل دائم.

ومن خلال هذا وحسب النظرية الحديثة يمكن استخراج البعد الاقتصادي الإنساني والمالي للمؤسسة في محيط أنشئت فيه يساعدها على البقاء، الاستمرار والتطور، على عكس النظرة التقليدية التي لا تهتم إلا بالبعد الاقتصادي فقط.[39]

المبحث الثاني: ماهية المسؤولية الاجتماعية.

يعتبر مفهوم المسؤولية الاجتماعية حديث نسبيا إذ بدأ اهتمام الباحثين به منذ خمسينات القرن الماضي وهو من المواضيع التي تهتم بها المؤسسة وتتحملها للمساعدة المجتمعية وهذا ما جعل وجهات نظر الباحثين متعددة ومختلفة.

المطلبالأول: تعريفالمسؤوليةالاجتماعية.

لم يكن مفهوم المسؤولية الاجتماعية معروفا بشكل واضح في النصف الأول من القرن 20، حيث كانت المؤسسات تحاول تعظيم أرباحها بكافة الوسائل، أما الآن فأصبح يهمها خدمة المحيط الذي تنشط فيه وتحسينه.

وتوجد عدة تعاريف للمسؤولية الاجتماعية منها:

[39] أحلام مخبي – تقييم المؤسسات من وجهة نظر البنك – مرجع سابق – ص ص15-17.

– عرّف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسئولية الاجتماعية على أنها : الالتزام المستمر من قبل شركات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، والمجتمع المحلي والمجتمع ككل[40]

– تعرف المسؤولية الاجتماعية بأنها: التزام المؤسسة تجاه المجتمع، و الذي يأخذ بعين الاعتبار توقعات المجتمع من المؤسسة في صورة الاهتمام بالعاملين و المجتمع و البيئة،بحيث يمثل هذا الالتزام ما هو ابعد من مجرد اداء الالتزامات المنصوص عليها قانونيا.[41]

– تعرفالمسؤولية الاجتماعيةفي إطارها العام بأنها: مجموعة من الالتزامات التي تتبناها المؤسسة لحماية المجتمع وتعزيز المحتوى الاجتماعي في أنشطتها [42].

أما من الناحية التسويقية فتعرف المسؤولية الاجتماعية بأنها: التزام المؤسسة بتعظيم أثرها الإيجابي وتقليل أثرها السلبي في المجتمع[43].

ومما تقدم ومع اختلاف التعاريف إلا أنها تشترك في ذكر مجموعة من الخصائص المميزة لمفهوم المؤسسة الاجتماعية مثل كونها ممارسة طوعية وليست إجبارية وكذا الاهتمام بفئات معينة وهم العاملون،المجتمع والبيئة.

الفرع الثاني: أهم المتغيرات التي ساهمت في بروز مفهوم المسؤولية الاجتماعية: إن ظهورمفهومالمسؤولية الاجتماعية كان نتيجة عدة عوامل ومؤثرات وهي:

1/**العولمة:** سعت المنظمات عموما واستجابة لتيار العولمة المتنامي والضاغط إلى إبراز اهتمامها بحقوق الإنسان، توفير ظروف عمل آمنة للعمال ولا تسمح بتشغيل الأطفال، المحافظة على البيئة والموارد الطبيعية.

2/تزايد الضغوط الحكومية والشعبية: منخلال التشريعات الداعية لحماية المستهلك والبيئة والعمال.

3/ **التطورات التكنولوجيا المتسارعة:** حيث أفرزت ثورة في مجالات تقنية المواد وديناميكيات التشغيل مما انعكس على توفير البيئة المناسبة للاهتمام بجودة المنتجات والعمليات وتنمية مهارات العاملين.

[40] http://elasrag.blogspot.com/2014/05/blog-post_20.html

[41] سمير سعيد بن سحنون – البعد الأخلاقي والاجتماعي للتسويق– دار الخلدونية –الجزائر – 2015– ص 43.

[42] طاهر الغالي وصالح العمري– المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للعمال والمجتمع– دار وائل–عمان، الأردن–2008 – ص48.

[43] بلحيمر براهيم – قندوز طارق – مدخل الى التسويق الأخضر– دار الخلدونية –الجزائر–2015 – ص 11

4/**المنافسة الدولية**: اتسعت المنافسة بسبب اتساع السوق وحدودها لتنتقل المنافسة المحلية غلى المنافسة العالمية وأبرز مثال عن ذلك شركات متعددة الجنسيات.

5/**الكوارث والفضائح الأخلاقية**:من أبرز مثال عن ذلك كارثة مصانع بول الهولندية،[44] وفضائح الرشوة للعديد من الشركات العالمية ومنها شركة Looehead الأمريكية.

المطلب الثاني: أهمية المسؤولية الاجتماعية ومبادئها.

للمسؤولية الاجتماعية أهمية كبيرة لانها تعطي نتائج إيجابية اذا ما طبقت وفق المبادئ التي تقوم عليها.

الفرع الأول: أهمية المسؤولية الاجتماعية:

تتجلى أهمية المسؤولية الاجتماعية فيما يلي[45]:

-المسؤولية الاجتماعية تحسن قدرة المؤسسة على جذب والإبقاء على العمال والأعضاء أو الزبائن أو العملاء أو المستخدمين.

-تمثل المسؤولية الاجتماعية الحالة الأفضل للمستمرين وذلك عن طريق رفع قيمة الأسهم في الأمد الطويل، لما تحظى به المؤسسة الاقتصادية من ثقة لدى المجتمع، وما تقوم به للحد من المخاطر التي يمكن أن تتعرض لها مستقبلا.

-القوانين والتشريعات لا يمكن أن تستوعب كل التفاصيل المرتبطة بالمجتمع، ولكن بوجود المسؤولية الاجتماعية في الأعمال فإنها ستمثل قانونا اجتماعيا.

-إن لم تقم المؤسسة الاقتصادية بمهامها في تحقيق المسؤولية الاجتماعية ومساعدة المجتمع في معالجة وحل المشكلات التي يعاني منها فإنها يمكن أن تفقد الكثير من قوتها في المجتمع.

-تعمل على تحسين سمعة وصورة المؤسسة لدى الجمهور.

-تعمل على المحافظة على معنويات الموظفين والتزامهم وإنتاجيتهم.

---

[44] أمينة قهواجي – مداخلة بعنوان"المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال ودورها في تحقيق التنمية المستدامة – المؤتمر الدولي 13 دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة – يومي 14،15 نوفمبر 2016 – ص4.

[45] يحي عبد اللاوي – أثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على تحسين الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية – مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي – قسم علوم التسيير – تخصص تدقيق محاسبي – جامعة حمة لخضر – الوادي – الجزائر – 2014،2015 – ص ص8،9.

الفرع الثاني:مبادئ المسؤولية الاجتماعية:تقوم المسؤولية الاجتماعية على مجموعة مبادئ وهي[46]:

1/**الحماية وإعادة الإصلاح البيئي**:بفضل تقديم المنظمة لمنتجات وخدمات وممارسة العمليات والأنشطة اليومية التي تراعي البيئة مع الترويج للتنمية المستدامة.

2/**القيم والأخلاقيات**: حيث يقع على عاتق المؤسسات تطوير وتطبيق المواصفات والممارسات الأخلاقية المتعلقة مع أصحاب المصلحة.

3/**المساءلة والمحاسبة**: الكشف عن البيانات وتقديم المعلومات الضرورية لطالبيها من أصحاب المصلحة في أي وقت يحتاجونها لاتخاذ القرارات.

4/**تقوية وتعزيز السلطات**: تحقيق الموازنة بين مصلحة المستخدمين، العملاء، المشترين، الموردين.

5/**الأداء المالي والنتائج**: تعويض المساهمين من الأرباح والعوائد مع الحفاظ على الأصول.

6/**مواصفات موقع العمل**: اعتبار العاملين شركاء قيمين في العمل من خلال احترام كل حقوقهم.

7/**العلاقاتالتعاونية**: لابد أن تتسم ممارسة المؤسسات بالعدالة والأمانة مع الشركاء.

8/**المنتجات والخدمات ذات الجودة**: الاستجابة لحاجيات وحقوق الزبائن بتوفير منتجات قيمة.

9/**الارتباط المجتمعي**: تعميق العلاقات مع المجتمع، التعاون والمشاركة لجعله مكان أفضل للحياة.

المطلب الثالث: المسؤولية الاجتماعية بين التأييد والمعارضة.

إن فكرة المسؤولية الاجتماعية تثير جدل بين المفكرين والعلماء وممارسي الإدارة،حيث انقسم علماء الاقتصاد مابين مؤيد ومعارض لفكرة المسؤولية الاجتماعية فمثلا من أهم المعارضين هو فريدمان والمؤيد ساموبلسون، وفيما يلي أهم حجج المؤيدين والمعارضين لفكرة المسؤولية الاجتماعية:[47]

الفرع الأول: الحجج المؤيدة للقيام بمهام المسؤولية الاجتماعية.

[46] عبد الكريم تومي – تقييم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات النفطية – مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي – قسم علوم اقتصادية – تخصص اقتصاد وتسيير بترولي – جامعة قاصدي مرباح – ورقلة – الجزائر – 2016،2017 – ص ص 10،11.

[47]أم كلثوم جماعي – الركائز الأساسية لنجاح المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال – ورقة مقدمة للمشاركة في الملتقى الدولي الثالث بجامعة بشار حول منظمات الاعمال والمسؤولية الاجتماعية يومي 14و15 فيفري 2012 –كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير – ص 5.

تملك الفئة المؤيدة لفكرة ضرورة اعتماد المؤسسة للبعد الاجتماعي مجموعة من الحجج وهي:

- المؤسسة جزء لا يتجزأ من المجتمع الذي تتواجد فيه لذا عليها أن تلعب دورا كبيرا في تحقيق أهدافه المختلفة.

- تزداد الأرباح على المدى البعيد إذا تبنت المؤسسة دورا اجتماعيا.

- الدور الاجتماعي هو رد فعل على النقد الموجه للمؤسسة وهو اهتمامها بالأرباح وإهمال المتطلبات الاجتماعية.

- الصورة العامة للمؤسسة ستكون أفضل حينما تلعب دورا اجتماعيا (تحسين السمعة).

- التقليل من الإجراءات الحكومية وقوانينها المتعلقة بالتدخل في شؤون المؤسسات.

- المسؤولية الاجتماعية شكل من التدابير الوقائية لتجنب المشاكل الاجتماعية المعقدة التي ستحدث عاجلا أم آجلا.

الفرع الثاني: الحجج المعارضة للقيام بمهام المسؤولية الاجتماعية.

– الالتزام بمهام المسؤولية الاجتماعية يحول المؤسسة إلى شكل لا يختلف عما هو سائد في المؤسسة الحكومية.

– إذا انفردت المؤسسة بإنفاق المبالغ على تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية، فإن ذلك يعني تحملها كلفة اضافية تنعكس على زيادة أسعار السلع التي تتعامل بها، وبالتالي تنعكس سلبيا على موقفها وقوتها التنافسية في السوق.

– محدودية الخبرة والمهارة المتاحة لدى المؤسسة الاقتصادية في معالجة المشكلات الاجتماعية التي تعترض عملها.

– تضعف الأهداف الرئيسية الأخرى للمؤسسة الاقتصادية لكونها تستنزف طاقة ليست بالقليلة من جهد المؤسسة، كما أن المشكلات الاجتماعية هي من مسؤولية الدولة فقط.

المطلب الرابع: محددات المسؤولية الاجتماعية.

تتضمن المسؤولية الاجتماعية أربعة عناصر يصنفها كارول في هرم يتكون من 4 مستويات تبدأ بقاعدة الهرم نحو القمة سوف نعرضها لاحقا [48]:

1/ المسؤوليةالاقتصادية: تمثل مسؤوليات أساسية يجب أن تهتم بها منظمات الأعمال إذ أن إنتاج السلع والخدمات ذات القيمة للمجتمع بتكلفة معقولة ونوعيات جيدة، وفي إطار هذه المسؤوليات تحقق المؤسسة العوائد والأرباح الكافية.

2المسؤوليةالقانونية: هذه المسؤوليات عادة ما تحددها الحكومات بقوانين وأنظمة وتعليمات يجب ألا تخرقها المؤسسات وأن تحترمها، وفي إطار هذه المسؤوليات يمكن الإشارة إلى إتاحة فرص عمل بصورة متكافئة للجميع دون تمييز بسبب الجنس أو القومية أو غيرها.

3/ المسؤوليةالأخلاقية:يفترض في إدارة منظمات الأعمال أن تستوعب الجوانب الأخلاقية والسلوكية والمعتقدات للمجتمعات التي تعمل فيها وفي حقيقة الأمر فإن هذه الجوانب لم تأطر بعد بقوانين ملزمة لكن احترامها يعد أمرا ضروريا لتحسين سمعة المؤسسة في المجتمع وقبولها.

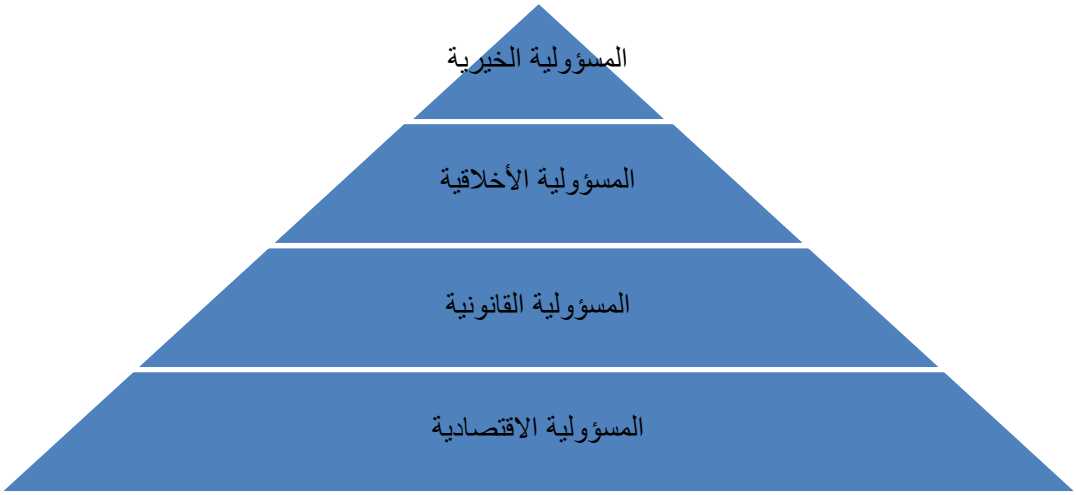
4/المسؤولية الطوعية(الخيرية): وهذه مبادرات طوعية غير ملزمة للمؤسسة تبادر فيها بشكل إنساني وتطوعي من خلال برامج لا ترتبط بالعمل بشكل مباشر وقد تكون لعموم المجتمع أو لفئات خاصة به ككبار السن وغيرهم، ولا تتوخى ادارة المؤسسات من هذه البرامج ارتباطها المباشر بزيادة الأرباح أو الحصة السوقية أو غيرها.

إن المسؤولية الاجتماعية هي حاصل مجموع العناصر الأربعة والتي أوردها كارول بشكل معادلة.

المسؤولية الاجتماعية الشاملة = المسؤولية الاقتصادية + المسؤولية القانونية + المسؤولية الأخلاقية+ المسؤولية الخيرية.

شكل رقم(02) :هرم كارول للمسؤولية الاجتماعية.

[48] تومي عبد الكريم – تقييم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات النفطية – مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي – تخصص اقتصاد وتسيير بترولي – قسم العلوم الاقتصادية –كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير – جامعة قاصدي مرباح – ورقلة، الجزائر – 2016،2017 – ص 8.



المصدر: أم كلتوم جماعي –أم كلثوم جماعي – الركائز الأساسية لنجاح المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال – ورقة مقدمة للمشاركة في الملتقى الدولي الثالث بجامعة بشار حول منظمات الاعمال والمسؤولية الاجتماعية يومي 14و15 فيفري 2012 –كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير– ص 6.

المبحث الثالث: أنشطة المؤسسة ذات المضمون الاجتماعي.

إن تبني المسؤولية الاجتماعية من طرف المؤسسات الاقتصادية أصبح يعطيها مكانة مميزة في مجتمعها ولكن يجب على المؤسسة أن تطبق مضامين هذه المسؤولية الذي يظهر من خلال نشاطاتها وممارساتها وعملياتها.

المطلب الأول: مواصفةالايزو والمسؤولية الاجتماعية

وتتضمن مواصفة الايزو للمسؤولية الاجتماعية 26000 مايلي [49]:

بدأ نشاط المنظمة العالمية للتقييس عام 1947م ويشارك في عضويتها 157 هيئة مواصفات قومية من مختلف الدول سواء كانت صغيرة أو كبيرة، صناعية أو خدماتية.

[49] محمد فلاق –مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الاعمال– أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير إدارة اعمال–كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير قسم علوم التسيير– جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف الجزائر– 2013،2014– ص ص 105–108.

وفي بداية عام 2003م قامت المنظمة العالمية للتقييس بتكوين مجموعة استشارية استراتيجية لتختص بالمسؤولية الاجتماعية بهدف المساعدة في تقرير ما إذا كانت مشاركة الايزو في هذا المجال قد تضيف أية قيمة للمبادرات والبرامج القائمة بالفعل، وبعد 18 شهر من المناقشات المكثفة خلصت المجموعة على أنه يجب أن تمضي الايزو قدما في مجال المسؤولية الاجتماعية.

أولا/هيكل مواصفة الايزو يمكن تعريف الايزو 26000 بأنها" مواصفة عالمية تقدم الإرشادات العامة للمبادئ الأساسية للمسؤولية الاجتماعية والمواضيع والقضايا المرتبطة بها،كما أنها تتطرق للوسائل التي تمكن منظمات الأعمال من إدخال مفهوم المسؤولية الاجتماعية ضمن إطار الاستراتيجيات والآليات والممارسات والعمليات بها"

✓ وتتضمن مواصفة الايزو 26000 ما يلي:

1/**المقدمة:** تعرض معلومات عن محتوى الايزو 26000 والأسباب التي تدعو لإعدادها.

2/**البند الأول**: المجال: تعريف موضوع الايزو 26000 ومدى تغطيتها وحدود قابليتها للتطبيق.

3/**البند الثاني**: المراجع القياسية: يحوي قائمة الوثائق المرتبطة بمواصفة الايزو 26000.

4/ **البند الثالث**: المصطلحات والتعاريف: يحدد المصطلحات المستخدمة في المواصفة القياسية والتي تتطلب تعريفا ويتم تقديم التعاريف في هذا الجزء.

5/**البندالرابع**: سياق المسؤولية الاجتماعية الذي تعمل فيه كل منظمات الأعمال:حيث يناقش هذا الجزء السياق التاريخي والمعاصر للمسؤولية الاجتماعية.

6/**البند الخامس**: مبادئ المسؤولية الاجتماعية ذات الصلة بمنظمات الأعمال: يحدد مبادئ المسؤولية الاجتماعية المستمدة من مصادر متنوعة ويقدم التوجيه فيما يخص هذه المبادئ.

7/**البند السادس**: التوجيه: بشأن الموضوعات والقضايا الجوهرية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.

8/**البند السابع**: توجيه منظمات الأعمال بشأن تطبيق المسؤولية الاجتماعية: يتم تقديم توجيه عملي بشأن تطبيق وإدماج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة(سياسات، ممارسات.....).

9/**ملاحق إرشادية**: تحوي ملاحق لاستعمالها عند الحاجة إليها الملحقA الخاص بقائمة لمبادرات تطوعية وأدوات متعلقة بالمسؤولية الاجتماعية، الملحق B يقدم اختصارات مصطلحات الايزو 26000.

10/ **بيان بالمراجع المتصلة بالموضوع:** إن المنظمة الدولية للتقييس عند إعدادها للمواصفة ترجو منها تصور لواقع وأداء منظمات الأعمال عند أخذها بمفهوم المسؤولية الاجتماعية الذي يمكن أن يحقق ادامة ميزتها التنافسية،سمعتها، والقدرة على جذب وابقاء مواردها البشرية العاملة بها، زبائنها وعملائها.

ثانيا/المحاور الأساسية التي تشملها بنود مواصفة الايزو 26000: وتتناول ما يلي:

أ/ **الحوكمة المؤسسية:** تتعلق بالنظام الذي تتخذه المؤسسات في اتخاذ قراراتها وتنفيذ الإجراءات لتحقيق أهدافها ويعتبر الأساس في كل مؤسسة لأنه هو إطار لاتخاذ القرارات.

ب/ **حقوق الإنسان:** وهي تتعلق بالحقوق الأساسية التي يستحقها جميع البشر،بما في ذلك الحقوق السياسية،المدنية، الاجتماعية...

ت/**الممارسات العمالية:** تهدف إلى تحقيق التوافق مع السياسات والإجراءات المتعلقة بالعمل الذي وجدت من أجله المؤسسة،الممارسات العمالية تتجاوز العلاقة بين المؤسسة وعمالها.

ث/**البيئة:**تحتاج المؤسسات إلى أن تبذل جهدا للحد من تأثيرها على البيئة من خلال اعتمادها نهج شامل لهذه المشكلة والنظر في الآثار المباشرة وغير المباشرة.

ج/**ممارسات التشغيل العادلة:** تعود إلى السلوك الأخلاقي للمؤسسات ومعاملاتها مع المؤسسات الأخرى.

ح/**قضايا المستهلك:** المؤسسات التي تقدم منتجات وخدمات للمستهلكين والعملاء لديها مسؤوليات اتجاههم.

خ/ **إشراك وتنمية المجتمع:** المؤسسات لها علاقة وتأثير على المجتمعات التي تعمل فيها وينبغي أن تقوم هذه العلاقة على المشاركة المجتمعية للمساهمة في تنميته.

المطلب الثاني: مواصفة الايزو والمسؤولية البيئية.

أولا/وتعرف بانها:[50]

-سلسلة من الوثائق والمواصفات المكتوبة، أصدرتها المنظمة الدولية للتقييس تعمل على تزويد الشركات الصناعية بالأدوات الازمة لبناء نظام الإدارة السليمة بيئيا، وتعطي الارشادات الازمة لاستخدامه وتقييمه

[50]عبد الجليل مقدم – نظام الإدارة البيئية كاستراتيجية تنافسية للمؤسسات الصناعية – مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية – المجلد 4 – العدد 2 – 2015 – جامعة الجزائر 3 – ص 298.

ومن فوائد تطبيقها تحسين مدى التقييد بالأنظمة البيئية وتخفيض نسبة التلوث وإزالة النفايات وتحقيق أداء بيئي إيجابي وزيادة الوعي البيئي واحراز تغييرات ثقافية.

مجموعة من المواصفات الخاصة بكيفية عمل المنظمات في القضاء على التلوث عن طريق وضع نظام رسمي وقاعدة بيانات من أجل متابعة الأداء البيئي وغاية هذه المواصفة هو تزويد المنظمات بعناصر نظام إدارة بيئية فاعلة يمكن ان تتعامل مع المتطلبات الإدارية الأخرى للمنظمة كما تسعى الى مساعدة المنظمات الى تحقيق التوازن بين أهدافها البيئية والاقتصادية.[51]

ومن مزايا تطبيق مواصفة الايزو 14000 مايلي[52]:

- بالنسبة للمؤسسة: تتمثل المزايا في:

-ترشيد استهلاك الطاقة والموارد الطبيعية.

-الحد من التلوث وتحقيق التوافق مع التشريعات البيئية.

-التحسين المستمر لمنتجات المؤسسة وخدماتها.

-تحسين قنوات الاتصال بين المؤسسة والجهات الحكومية المتخصصة.

- تحسين صورة المؤسسة وأدائها البيئي مما يزيد من سمعتها الحسنة.

-اكتساب تقدير وتقدير الهيآت العالمية مما يفتح أسواق التصدير.

- بالنسبة للعاملين في المؤسسة:تتمثل المزايا في:

-زيادة الوعي البيئي لدى كل العاملين بالمؤسسة.

-تحسين الأوضاع البيئية للعاملين للعمل في بيئة نظيفة وآمنة وخالية من الملوثات.

ثانيا/التسجيل في مواصفة الايزو14000: على الرغم من عدم اشتراط المواصفة الدولية الايزو 14000 إلا أن العديد من المؤسسات تعد الحصول على شهادة الايزو دليل على التزامها بمتطلبات

[51]وليد شتوح– مكانة نظام الإدارة البيئية الايزو 14000 في تسيير المؤسسات الجزائرية – مجلة الواحات للبحوث والدراسات – المجلد 7 – العدد 2 – 2014- جامعة باجي مختار – عنابة – كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير- ص 3.

[52]عبد الناصربوفنيك – أثر التسيير البيئي على نشاط الشركات النفطية دراسة حالة سوناطراك – مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي – تخصص تسيير واقتصاد بترولي – قسم العلوم الاقتصادية –كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير – جامعة قاصدي مرباح – ورقلة – الجزائر – 2015،2016 – ص 10.

المواصفة، والتسجيل هو عملية يشهد فيها طرف ثالث غير متحيز من أن نظام الإدارة البيئية في المؤسسة يتوافق مع متطلبات المواصفة.وخطوات التسجيل الواجب إتباعها هي [53]:

أ/ طلب التسجيل: تقدم المؤسسة الراغبة بالتسجيل طلبا توضح فيه أنشطتها وأقسامها والموقع الراغبة تسجيله،وتقدم الجهة المسجلة عقدا متكاملا يشمل على كافة الحقوق والواجبات المترتبة على الطرفين.

ب/مراجعة الوثائق تقدم المؤسسة الوثائق التي تم إعدادها فيما يخص نظام إدارة البيئة والدليل الذي يوضح سياساتها اتجاه البيئة.

ت/التدقيق الموقعي لنظام الإدارة البيئية: يقوم المدقق بزيارة الموقع المراد تسجيله للتأكد من مطابقة الوثائق وللتحقق من تهيئة المؤسسة للتدقيق الشامل.

ث/التدقيق الشامل: يجري فريق من المدققين تدقيق موقعي للتقييم والتحقق من خلال أدلة موضوعية(المقابلات،الملاحظات....) من تطابق نظام إدارة البيئة في المؤسسة مع متطلبات مواصفة الايزو 14000 واحتواءها على الفقرات الشرطية والأحكام اللازمة.

ج/قرار التسجيل: يقدم الفريق تقريرا نهائيا للمؤسسة يشمل على إحدى النتائج المحتملة:

1/ **التزكية بالتسجيل:** أي تطابق نظام الإدارة البيئية مع مواصفة الايزو.

2/**التزكية بالتسجيل بعد التحقق من القيام بالإجراء التصحيحي:** أي حالات عدم المطابقة والتي يمكن تصحيحها.

3/**التزكية مع القيام بالتدقيق الشامل:** وهنا يتوجب إجراء تدقيق موقعي شامل آخر لأن حالات عدم المطابقة كثيرة.

ح/الإشراف: وتسمى هذه الخطوة كذلك بإدامة التسجيل، حيث يقوم فريق التدقيق فقط بتدقيق عناصر محددة من نظام إدارة البيئة ويجري التدقيق عادة كل 6 أشهر للتحقق من استمرارية المطابقة غير أنه بعد 3 سنوات يتوجب مراجعة كافة عناصر نظام الإدارة البيئية.

[53] بوحفص رواني – المراجعة البيئية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية – مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستير – تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسة – قسم العلوم الاقتصادية –كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية – جامعة قاصدي مرباح – ورقلة – الجزائر-2007،2008 – ص ص 99،100.

المطلب الثالث: مجال المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

تشمل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات عدة مجالات مختلفة سنلخصها في الجدول الآتي:

جدول رقم(01): مجالات المسؤولية الاجتماعية.

الجانب	الالتزامات
الثقافي	-دعم التطور الثقافي والحضاري. -نشر ثقافة الالتزام بالأنظمة والقوانين في المجتمع. -تعزيز الثقافة الوطنية و التاريخية ودعم التواصل الثقافي العالمي.
الاجتماعي	-احترام الأنظمة والقوانين والثقافات المختلفة. -تعزيز القيم الأخلاقية والتكافل الاجتماعي. -مواجهة الكوارث والأزمات. -دعم الأنشطة الرياضية والصحية.
البيئي	-الممارسات البيئية الصحيحة في العملية الإنتاجية. -تطوير بيئة العمل. -الالتزام البيئي على المستوى المحلي والعالمي.
الاقتصادي	-دعم الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية. -الالتزام بالأنظمة والقوانين في ممارسة العملية الاقتصادية. -الاهتمام بالموظفين (التدريب، مبدأ التكافؤ في الفرص والمساواة)
القانوني	-الالتزام بالقوانين المحلية والدولية أثناء ممارسة النشاط الاقتصادي. -الشفافية في نشر التقارير للاطلاع عليها.

المصدر: مقدم وهيبة –تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية– رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير–كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير– جامعة وهران– الجزائر–2013–2014–ص83.

وفيمايليسيتم عرضالأطراف المعنية ببرامج المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية حيث تشمل [54]:

1/المسؤوليات اتجاه العاملين:يعتبر الإنفاق على الموارد البشرية في المؤسسات استثمارا حقيقيا، تجني المؤسسة ثماره في الأجلين القصير والطويل، فالعمالة هي من أهم مجالات المسؤولية الاجتماعية، حيث على المؤسسة أن تحسن خدماتها اتجاهها وذلك من خلال:

[54] طارق عبد العال حماد – المفاهيم، المبادئ، التجارب(تطبيقات الحوكمة في المصارف) – الدار الجامعية – مصر – 2005 – ص ص 40،41.

- توفير البرامج التدريبية اللازمة بالداخل والخارج، والإنفاق على بعض العاملين الراغبين في إكمال دراساتهم العليا وذلك لتنمية مهاراتهم الفنية والإدارية.

- المساهمة في التأمينات الاجتماعية عن العاملين بنسبة معينة من رواتبهم وأجورهم للحصول على مرتب تقاعد مناسب بعد الخروج على المعاش.

- وضع نظام تأميني خاص بالمشاركة مع العاملين.

- وضع نظم للرعاية الصحية والعلاج بالمستشفيات ودفع نفقات الأدوية الطبية للعاملين.

- وضع نظم للحوافز والمكافآت سواء في المناسبات الدينية أو غيرها.

- إقامة سكن للعاملين أو على الأقل مساعدتهم ماديا في الحصول على سكن مناسب.

- توفير وسائل الانتقال من مناطق السكن إلى العمل والعكس.

- المساعدة ماديا في تأدية المناسك الدينية مثل الحج والعمرة.

- إقامة مصايف للعاملين أو مساعدتهم ماديا في القيام برحلات ترفيهية ورياضية.

- توفير الأمن الصناعي والعمل على تفادي الحوادث في المؤسسة.

- توزيع حصة من الأرباح السنوية على العاملين.

2/المسؤولية اتجاه العملاء أو المستهلكين: نتيجة للثورة التسويقية أصبح المستهلك في قمة اهتمامات أي مؤسسة، والجميع يتنافس على تلبية مطالبه، ومن أهم الأنشطة التي تقدمها المؤسسة للعملاء والمستهلكين هي:

- توفير المعلومات الصادقة والكافية عن السلع والخدمات للمساعدة في اتخاذ قرار الشراء.

- توفير منتجات وخدمات عالية الجودة مراعية في ذلك ظروف الصحة والسلامة.

- الإعلان والترويج الصادق والأمين عن منتجات وخدمات المؤسسة.

- حسن التعامل مع العميل من طرف رجال البيع.

- توفير خدمة ما بعد البيع والالتزام بتاريخ الضمان.

- إصدار فواتير صحيحة بالمواصفات الحقيقية للمنتج.

- الاستماع لشكاوي العملاء ودراستها والتعامل معها بجدية ومحاولة حلها.

- الدراسة المستمرة لحاجات ورغبات المستهلكين والعمل على تلبيتها.

3/ المسؤولية اتجاه الموردين: العلاقة بين المؤسسة والموردين هي إحدى المحددات الهامة لنجاحها فبعلاقتها الحسنة معهم تستفيد من ميزة تنافسية هامة ومسؤولية المؤسسة اتجاههم تتمثل في:

- اختيار أفضل مورد يمكنه منح تسهيلات في الدفع قد لا تحصل عليها المؤسسات المنافسة لها.
- توطيد العلاقة بين المؤسسة وموردیها بحرصها على الالتزام بالاتفاقيات المبرمة
- تحسين الشروط التفاوضية مع الموردين وسداد مستحقاتهم في الوقت المتفق عليه.
- منح التسهيلات المتبادلة بين الطرفين لضمان استمرارية التعامل بينهما لأطول فترة ممكنة.

4/المسؤولية اتجاه المساهمين: للمؤسسات مسؤولية قانونية تجاه المساهمين قبل أن تكون أدبية أو أخلاقية، وتتمثل في:

- الحصول على المعلومات الخاصة بالمؤسسة في الوقت المناسب وبصورة منتظمة.
- السماح لهم بالمشاركة الفعالة والتصويت في الاجتماعات العامة للمساهمين، وإحاطتهم علما بالقواعد التي تحكم اجتماعاتهم من أهمها قواعد التصويت.
- معاملة المساهمين معاملة متكافئة ومنحهم حقوقهم المالية بكل شفافية.
- الحق في المشاركة والحصول على معلومات عن القرارات المتصلة بالتغيرات في المؤسسة.

5/المسؤولية اتجاه المجتمع: يتمثل هذا النوع من الأنشطة في الخدمات التي تقدم النفع العام لأفراد المجتمع، والمشاركة مع الحكومة في تقديم تلك الأنشطة بغرض القضاء على المشكلات الاجتماعية،منها:

- خلق حوار مشترك بين المؤسسات والقوى الفاعلة في المجتمعات المحلية بحيث تتحقق شراكة كاملة تسعى للحفاظ على حقوق كافة الأفراد.
- تزويد الأفراد بالأكل والشرب واللبس خصوصا في المناسبات الدينية مثل شهر رمضان.
- التبرعات للمؤسسات والجمعيات الخيرية والمنظمات غير الحكومية لتمويل وتوفير احتياجات الأعضاء والأهالي المحتاجين.
- إقامة المعاهد التعليمية والفنية وجمع التبرعات للطلبة المحتاجين، وتشجيعهم على مواصلة دراساتهم العليا في الداخل والخارج وإقامة مختبرات بحث في الجامعات.
- دعم المجالات الصحية من خلال إقامة المستوصفات الطبية وغرف العمليات وبناء المستشفيات خصوصا للأمراض الخطيرة والتكفل بعلاج المرضى في الخارج.

– المساهمة في الأنشطة البيئية كإقامة الحدائق الخضراء، ونافورات المياه للحفاظ على البيئة ومقاومة التلوث.

– المساعدة المادية في حالة الكوارث الطبيعية مثل الزلازل والفيضانات والحرائق....

– قيام المؤسسة بدفع الضرائب بدون تزوير أو تهرب، وهذا يعتبر إسهاما اجتماعيا لمساعدة الدولة في تمويل الخدمات الاجتماعية والإنفاق على البني التحتية الأساسية.

– المشاركة في دعم الأنشطة الرياضية والتبرع للأندية الرياضية، وتوفير البنى التحتية ومرافق الملاعب الرياضية والمتنزهات لصالح الأطفال والنساء وكبار السن.

6/ المسؤولية اتجاه البيئة: حماية البيئة هي أحد المحددات الأساسية لتحقيق التنمية المستدامة وهي أيضا جزء لا يتجزأ من المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال، ومن بين الأنشطة البيئية:

– استخدام تكنولوجيا أكثر تطورا لا تؤثر بالمحيط والحد من انبعاث الغازات.استخدام قوانين البيئة للحد من التدهور البيئي.

– إيجاد وسائل بديلة أو طاقة بديلة للمحروقات مثل الطاقة الشمسية وغيرها.

– إيجاد الحلول لعدم زيادة تدهور طبقة الأوزون.

المطلب الرابع: سلوكيات المؤسسات اتجاه مسؤوليتها الاجتماعية.

يكون للمؤسسة العديد من السلوكيات اتجاه المسؤولية الاجتماعية يمكن حصرها في أربع سلوكيات و هي[55]:

1/المسؤولية الاجتماعية كالتزام اجتماعي: تملك المؤسسة سلوكا اجتماعيا مسئولا عندما تسعى إلى تحقيق أهدافها الربحية وغير الربحية في إطار القيود التي فرضها المجتمع، ونظرا لأن المجتمع يدعم المؤسسات من خلال السماح لها بالتواجد فإن هذه الأخيرة تتعهد بالالتزام بدفع مقابل هذا الدعم من خلال تحقيق الربح، وبذلك فإن السلوك المشروع لتحقيق الربحية هو سلوك اجتماعي، في حين السلوكيات غير القانونية وغير المشروعة هي سلوكيات غير مسئولة اجتماعيا، ويقدم مؤيدو هذا المفهوم أربع مبررات

– المؤسسات مسئولة أمام حملة الأسهم والملاك، فعليها حماية مصالحهم بتحقيق الربح

– يجب أن تحدد الأنشطة التي تعكس المسؤولية الاجتماعية في ضوء القانون والسياسات العامة

[55] نجم عبود نجم – أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال –الطبعة الأولى – الوراق للنشر والتوزيع – عمان، الأردن– 2006 – 204.

- إذا قامت الإدارة بصرف الأرباح على الأنشطة الاجتماعية فهذا يعني إساءة استخدام سلطتها، لأن ذلك يحرم حملة الأسهم من حقوقهم في الأرباح.

- قد تتسبب التكلفة المالية للأنشطة الاجتماعية في ارتفاع الأسعار فيتحمل المستهلك ذلك.

2/المسؤولية الاجتماعية كرد فعل اجتماعي: وفقا لهذا النمط فإن المؤسسات تتأثر بالمناخ الاجتماعي السائد وقوى الضغط الاجتماعية، فلا يكفي أن تقدم السلع والخدمات ضمن مسؤوليتها في تحقيق الربح لصالح حملة الأسهم، أو العمل في ظل القانون الذي يمثل الحد الأدنى المقبول اجتماعيا. إنما هي" مسئولة عن الاستجابة والمشاركة الطوعية في معالجة المشكلات الناجمة عن أنشطتها لكي لا تكون المؤسسة مسئولة قانونيا وفق الإلزام القانوني فقط وإنما تتجاوزه لتكون مسئولة اجتماعيا كرد فعل لضغوط الجماعة المحلية وأصحاب المصالح من غير حملة الأسهم".

3/ المسؤولية الاجتماعية كاستجابة اجتماعية: يرتكز مفهوم المسؤولية الاجتماعية في النمطين السابقين على اعتبارهما نشاط علاجي لإزالة الأنشطة غير مقبولة قانونا(الإلزام الاجتماعي) من غير حملة الأسهم(رد فعل اجتماعي). لكن هذا النمط الحديث للمسؤولية الاجتماعية يجعل المؤسسات ذات حس اجتماعي توقعي وقائي من خلال الاستجابة الايجابية الطوعية للمشاركة في معالجة المشكلات الاجتماعية سواء نجمت هذه المشكلات عن المؤسسة أولا، ومن المتوقع أن يشهد هذا الاتجاه الايجابي تطورا متزايدا في الفترة القادمة.

4/الاعتراض الاجتماعي: وهو المعنى السلبي للمسؤولية الاجتماعية والذي يعني أن المؤسسة تبذل أدنى حد ممكن لحل المشكلات الاجتماعية والبيئية فعندما يعبرون الخط القانوني أو الأخلاقي الذي يفصل بين الممارسات المقبولة وغير المقبولة فإن استجابتهم التقليدية تتمثل في إنكار أو تغطية تصرفاتهم.

خلاصة الفصل

من الواضح أن المؤسسات الاقتصادية في العقود الأخيرة أصبحت تتفاعل بشكل كبير مع المجتمع الذي تعمل فيه، وتهتم بمعرفة احتياجاته والعمل على تلبيتها مما يزيد من فرص نجاحها وبقائها فيه، ومن أهم المظاهر التي تبرز هذا الاهتمام هو تبنيها للمسؤولية الاجتماعية فمن خلال هذا التصرف بينت المؤسسات انشغالها بالدور الاجتماعي بدلا من التركيز على الجانب الاقتصادي فقط، فمن خلال المسؤولية الاجتماعية فهي تحقق كل من مصالحها ومصالح المجتمع على حد سواء، حيث تعمل على تحسين ظروف الحياة والأوضاع المعيشية وتطوير المجتمع من خلال تقديم مختلف المساعدات في العديد من المجالات وهذا بدوره ما يكسبها مكانة مرموقة ومحترمة في مجتمعها ويوطد العلاقة بينهما ويخلق الثقة المتبادلة وهذا ما يزيد من أرباح المؤسسات الاقتصادية نظرا لإقبال المستهلكين على اقتناء منتجات المؤسسة.

الفصل الثاني:

دمج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية.

تمهيد:

تسعى معظم المنظمات إلى تحقيق النجاح في عملياتها وأنشطتها و تكافح باستمرار لتكون لها سمعة طيبة و مكانة في المجتمع و لغرض تحقيق هذه الأهداف فإن الأمر يتطلب من هذه المنظمات أن تكون لها رؤية بعيدة الأمد و أن لا تنظر إلى مجالات تحقيق الربحية فقط، بل يجب أن تسعى إلى إرضاء العميل و تبني نظام للإدارة الاستراتيجية في ظل المسؤولية الاجتماعية و أن يكون لها تقييم لأدائها الاجتماعي و يتم هذا التقييم عن طريق محاسبة المسؤولية الاجتماعية التي تساعد على إعطاء صورة متكاملة عن أداء المنظمة حيث تضم بيانات تتعلق بالأداء الاجتماعي إلى جانب البيانات و المعلومات المتعلقة بالنواحي المالية، مما يضعها أمام تحديات و مسؤوليات منها: زيادة رفاهية المجتمع.

المبحث الأول: الإدارة الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية

إن إدراك أهمية المسؤولية الاجتماعية والحرص على مراعاتها في العملية الإدارية أمر مهم لمنظمات الأعمال ونقطة انطلاق لبناء نظام إداري للمسؤولية الاجتماعية وتحديد الخطوات الواجب إتباعها لتفعيل المسؤولية الاجتماعيةفي المؤسسات وهذا حتى تكتسب المؤسسات خصائص وتستفيد من إيجابيات فلسفة المسؤولية الاجتماعية.

المطلب الأول: أهمية دمج المسؤولية الاجتماعية كنظام إداري ضروري في كل المؤسسات:

سوف نتعرف في هذا المطلب الى محاولة إظهار أهميةدمج المسؤولية الاجتماعية حيث أصبحت ضرورة للمؤسسات وليست خيارا.

الفرع الأول:أهمية إعداد نظام لإدارة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات:

تنعكس الممارسات الإدارية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية من خلال 3نماذج مختلفة :[1]

- **النموذج الأول:** هو النموذج الكلاسيكي المؤسس على التفريق بين مجال الأعمال وباقي المجالات الأخرى والذي يتم فيه التركيز على الجانب الاقتصادي على اعتبار أن تحقيق الربح هو الهدف الوحيد لمنظمات الأعمال والذي يجب أن تسعى لتحقيقه.

- **النموذج الثاني:**يعتمد هذا النموذج على القيام ببعض النشاطات الخيرية والتي تعتبر نشاطات عرضية ليس لها أثر على الإدارة.

- **النموذج الثالث:** ينعكس هذا النموذج من خلال دمج الاهتمامات الاجتماعية البيئية في قلب النظام الإداري، ومن خلاله تعتبر برامج المسؤولية الاجتماعية جزء من السياسة العامة للمؤسسة.

الفرع الثاني: أهمية إعداد نظام للإدارة الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية:

المسؤولية الاجتماعية قرار إداري جريء في المؤسسة يحتاج لخطوات سليمة لتنفيذه وهي:

[1] -مقدم وهيبة –تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية-رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير-كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير-جامعة وهران- الجزائر-2013-2014 -ص127-128.

1. **الإدارة الاستراتيجية: دمج للاستراتيجية في الممارسات الإدارية:** ويمكن تعريف الإدارة الاستراتيجية على أنها: "العملية التي تقوم من خلالها الإدارة العليا بتحديد التوجهات طويلة الأجل بالتصميم الدقيق، التنفيذ المناسب، التقييم المستمر للاستراتيجية الموضوعة، ومن أهم منافعها:[2]

- ✓ جعل المديرين وبصفة دائمة أكثر استجابة ووعيا للظروف البيئية وتغيراتها.
- ✓ تساعد في تحديد وتقدير الفرص المستقبلية وكذلك المشكلات المتوقعة.
- ✓ توحيد الجهود وتجميع الأدوات نحو الأهداف.

2. الإدارة الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية:من الصعوبات المرتبطة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية هي تلك المتعلقة بمعرفة مكانتها وهيكلها في المؤسسة،إذ يمكن اعتبارها جزء من السياسة العامة للمؤسسة كما يمكن أن ينظر إليها باعتبارها دمج للتوجهات الاستراتيجية في المؤسسة،ويمكن التوفيق بين الرأيين في النقاط التالية:[3]

-الإدارة الاستراتيجية تساهم في وضع وتجسيد مبادئ المسؤولية الاجتماعية.

- المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تقود وتسير وتؤثر على النمط الإداري في المؤسسة.

- إذن المسؤولية الاجتماعية هي في الأصل ناجمة عن قرار يتعلق بالسياسة العامة للمؤسسة وهذا القرار يحتاج من أجل وجوده في المؤسسة إلى إدارته استراتيجيا.

الفرع الثالث: مستويات دمج المسؤولية الاجتماعية في الاستراتيجية الكلية للمؤسسة:وتنقسم الى ثلث مستويات وهي:

المستوى الأول:تكون فيه المسؤولية الاجتماعية منفصلة عن النشا ط الاقتصادي.

عند هذا المستوى يتم الفصل بين برامج المسؤولية الاجتماعية وباقي النشاطات الاقتصادية ويراد منها تحسين صور المؤسسة الاقتصادية داخليا وخارجيا وتكون هذه البرامج في شكل نشاطات الرعاية والعمل الخيري وهذه المبادرات ليس لها أثر مباشر على القرارات الاستراتيجية للمؤسسة.

كما أن الفصل بين النشاطات المسؤولة اجتماعيا والنشاطات الاقتصادية يشكل عبئا على الميزانية التقديرية مما يؤدي إلى أو إلغاء هذه النشاطات في حالة التعرض لأزمة مالية، ينتشر هذا التوجه في الدول الأنجلو سكسونية.

[2] – فلاح حسن عداي الحسيني– الإدارة الاستراتيجية، دار وائل للنشر– الأردن– 2006– ص 32.

[3] – مقدم وهيبة – مرجع سبق ذكره– ص 129– 130

المستوى الثاني: ويشمل دمجا للمسؤولية الاجتماعية بشكل ضعيف.

هذا التوجه أيضا يركز على تحسين صورة المؤسسة وعلامتها التجارية ولن يتم ذلك بشكل داخلي في شكل استثمارات مسؤولة اجتماعيا،المسؤولية تترجم من حلال الاستثمار أو الإنفاق على مشروعات معينة تكون معلنة،وكلما كان حجم الاستثمار كبيرا كان الأثر كبيرا. ترتبط هذه النشاطات بشكل ضعيف مع الاستراتيجية الكلية وتركز على مهام هامشية،جلب متربصين بغرض التعلم،إعادة تدوير الورق، قد تحسن هذه النشاطات من الأداء الاجتماعي ولكنها لا تعد من المحاور الاستراتيجية،هذه المبادرات هي جزء من سياسة التحفيز الداخلي للأجزاء والتواصل الموجه لأصحاب المصالح.

المستوى الثالث: إدماج المسؤولية الاجتماعية في الاستراتيجية العامة:

عند هذا المستوى يتم دمج الأبعاد البيئية والاجتماعية في الاستراتيجية الكلية للمؤسسة،وفي هذا المستوى تكون المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة متفردة،ولا تعكس فقط خصائص الصناعة بل تؤكد قيم وأنشطة تجارية هامة وتوجه استراتيجي.

المطلب الثاني: مراحل الإدارة الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية

نقصد بالإدارة الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية الدمج الكامل لبرامج المسؤولية الاجتماعية في الاستراتيجية العامة للمؤسسة، واعتبارها جزء لا يتجزأ من أهداف المنظمة لا تقل أهميتها عن الأهداف الاقتصادية.

و يمكن أن نميز بين ثلاث مراحل لتصميم نموذج الإدارة الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية و هي:[4]

الفرع الأول:مرحلة التخطيط لدمج المسؤولية الاجتماعية

ويتم في هذه المرحلة ما يلي:

1. تحديد الأهداف المراد بلوغها من إقامة نظام استراتيجي للمسؤولية الاجتماعية:

من أجل صياغة و تنفيذ سياسة عامة للمسؤولية الاجتماعية لا يكفي مجرد التعبير عنها أو الإجابة عنها إعلاميا بل يجب أن تتم من خلال ممارسات فعلية تتطلب التجديد و التغير التنظيمي، ففي البدء يتعين على إدارة العامة و مجلس الإدارة تحديد الحاجات المراد تحقيقها من وراء تبني الإدارة الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية أي تحديد أهداف و أسباب تبني المسؤولية الاجتماعية حيث على

[4]- موسى سهام والعمودي مينة – تحليل مصادر الميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية pmiفي ظل التغيرات التكنولوجيا الحديثة تكنولوجيا الأنترنت – بحث مقدم إلى الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة و الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسة الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية – جامعة حسيبة بن بوعلي – الجزائر يومي 9و10 نوفمبر 2010 –ص 13.

المؤسسة أن تعلن عن رغبتها في تبني نظام للإدارة الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية و تحدد سبب هذه الرغبة، مع مراعاة أن الأهداف المراد تحقيقها يجب أن تأخذ بعين الاعتبار اهتمامات كل المصلحة.

2. التفكير الاستراتيجي (تحليلswot)

فبعد تحديد الغايات المراد بلوغها من تبني برامج المسؤولية الاجتماعية تبدأ مرحلة التفكير الاستراتيجي والغرض منها الموازنةبين احتياجات برامج المسؤولية الاجتماعية المالية والبشرية وبين الإمكانات البشرية والمادية المتاحة لتحقيق ذلك، حيث يجب تبني برامج المسؤولية الاجتماعية بشكل مدروس ومتوازن بين إمكانات المسؤولية الاجتماعية بشكل مدروس ومتوازن بين إمكانات المؤسسة واحتياجات أصحاب المصلحة.

3. السياسة العامة للمسؤولية الاجتماعية (التوجهات الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية):

تمثل السياسة العامة الخطوط العريضة لأهم المحاور المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية على المدى البعيد وقبل صياغتها يجب مراعاة بعض المرجعيات التي تسهل التوجيه نحو مجالات الالتزام الاجتماعي، من أهمها الإطار القانوني الذي يحدد نشاط المؤسسة إذ عليها أن تتلاءم نشاطاتها مع القوانين السائدة في البلد الذي تعمل فيه، ويجب عليها مراعاة جوانب أخرى وهي:

- المواءمة بين إمكانات المؤسسة والحاجات ذات الأولوية في قطاعات المستفيدين.
- وضع رسالة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة،
- وضع الأهداف الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية،
- ربط برامج المسؤولية الاجتماعية بقضايا المجتمع الفعلية،
- الحوار مع أصحاب المصلحة من خلال خلق نموذج للتواصل التنظيمي،
- توافق السياسة العامة للمسؤولية الاجتماعية مع الرؤية الاستراتيجية للمؤسسة.

4. خلق مصلحة إدارية تعنى بالمسؤولية الاجتماعية:

المؤسسات التي تتبنى خطط المسؤولية الاجتماعية على نطاق ضيق قد لا تبادر إلى تخصيص وظيفة إدارية مستقلة لخطط و برامج المسؤولية الاجتماعية إذ يتم ذلك على مستوى الإدارة العامة و مجالس الإدارة، أو يمكن أن تعنى وظيفة العلاقات العامة بذلك أما المؤسسات التي تَعتبر في مرحلة متقدمة من الممارسات الاجتماعية غالباً ما تعتبر برامج و خطط المسؤولية الاجتماعية جزء من المهام الأساسية لوظيفة التنمية المستدامة، المسؤولية الاجتماعية حيث أن أعلى منصب يمكن أن يشغله في المسؤولية الاجتماعية يسمى

نائب الرئيس للتنمية المستدامة، غير أن الإدارة الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية تتطلب وجود وظيفة إدارية مستقلة يكون على رأسها مدير مسؤول عن المسؤولية الاجتماعية صياغةً و تطبيقاً، وفي حال عدم وجود إدارة خاصة بالمسؤولية الاجتماعية يمكن تشكيل لجنة خاصة بإدارة المسؤولية الاجتماعية و يتم باختيار أعضاء من جميع الإدارات ذات العلاقة ببرامج المسؤولية الاجتماعية.

5. تخصيص ميزانية مستقلة لبرامج المسؤولية الاجتماعية:

يجب تخصيص ميزانيات محددة بشكل منتظم لدعم أنشطة المسؤولية الاجتماعية، وإعطاؤها الاستقلالية لدعم برامجها مع فصل الميزانيات عن الميزانية الأساسية كي لا تتأثر بعوامل الربح والخسارة ولا يتم إيقافها في حالة الخسارة.

الفرع الثاني: مرحلة تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة

تتم عملية تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة من خلال:

– **تطوير أنظمة المعلومات الإدارية في المؤسسة:** من أجل دراسة احتياجات أصحاب المصلحة تحتاج المؤسسة إلى نظام معلوماتي متطور داخلي وخارجي.

– **إدارة التغيير التنظيمي في المؤسسة:** تعتبر الإدارة الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية عملية تنظيمية جديدة، لذلك من المحتمل أن يواجهها تهديد يتمثل في مقاومة التغيير من طرف العاملين في المؤسسة.

– **غرس ثقافة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة:** تتأثر ثقافة المسؤولية الاجتماعية بالثقافة التنظيمية أي هناك بعض العوامل الثقافية تحدد طبيعة المسؤولية الاجتماعية المتبناة وتختلف من بلد لآخر، وعلى هذا الأساس فإن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ليست أداة اتصال فحسب بل نمط عمل لممارسة النشاط وتنعكس داخليا على كافة الإدارات، لذلك فإن صياغة البرامج المتعلقة بها تستدعي تغييرات تنظيمية ووظيفة في المحيط الداخلي أو الخارجي للمؤسسة.

– **تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية:** خلال هذه المرحلة يتم التنفيذ الفعلي للخطط التشغيلية المكونة من برامج ومبادرات المسؤولية الاجتماعية الموضوعَة سابقاً على أرض الواقع، حيث تتم إدارة الخطة الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية وتنفيذها من خلال إدارة المشاريع ضمن لجنة المسؤولية الاجتماعية.

– **أدوات إدارية وأنظمة تسيير تساعد في الإدارة الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية:** يمكن للمؤسسة أن تلجأ لعدة أدوات إدارية من أجل متابعة تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية مثل:لوحة القيادة، إدارة المخاطر ... كما يمكن أن تلجأ إلى أنظمة الإدارة الصادرة من المنظمات الدولية**كالأيزو**

26000 للمسؤولية الاجتماعية والأيزو 14000 للمسؤولية البيئية والأيزو 9001لإدارة الجودة.

الفرع الثالث: تقييم الإدارة الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية

يتم في عملية تقييم الإدارة الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية ما يلي:[5]

– **اختيار المعايير:** بغض النظر عن النظام المستعمل في عملية القياس ففي هذه المرحلة تعتمد بشكل أساسي على تشكيل مجموعة من المعايير "مؤشرات" التي تساعد في عملية القياس كالمؤشرات المالية لقياس الأداء المالي،

– **تجميع المعلومات:** من أجل أن تعبر المعايير عن قياسات سليمة وصحيحة يجب أن تكون المعلومات المرتبطة بها تتمتع بالدقة العالية، لذلك يجب أن تتميز المعلومات المستعملة في تشكيل مؤشرات سهلة المنال وغير مكلفة وموثوق منها،

– **عملية القياس:** بعد اختيار عدد من المؤشرات التي يمكن استخدامها في قياس الدور الاجتماعي للمؤسسات من خلال مقارنة المعايير المرجعية خلال الفترة أي قبل دمج نظام الإدارة الاستراتيجية مع المعايير المحققة بعد تنفيذ النظام للوقوف على تطور الأداء أو تتم المقارنة مع مؤشرات أداء المؤسسات المماثلة في المجتمع،

– **تحليل النتائج والاستفادة من نظام التغذية العكسية:** بعد عملية القياس تأتي مرحلة تحليل النتائج حيث تقيم المؤسسة أداؤها الاجتماعي وتعرف مدى فاعلية دمج الإدارة الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة،

– **إعداد تقرير بالنتائج المحققة "تقرير المسؤولية الاجتماعية":** يجب على المؤسسات تقييم أدائها الاجتماعي والبيئي بصورة منتظمة من خلال تقديم تقارير سنوية ويفضل أن يتحقق منها مراجعو حسابات خارجيون، وهذا تقرير عام وغير مالي يستعرض الموقف العام للمؤسسة في عدد من قضايا المسئولية الاجتماعية، كما تهدف عملية إصدار تقارير هذه إلى تحقيق هدفين هما:

- ✓ تعد بمثابة نظام لإثبات شرعية المنظمة،
- ✓ بموجب هذه التقارير يمكن مراقبة المسيرين بمتابعة أدائهم والحصول منهم على المعلومات الدقيقة والصادقة التي يحتاجها أصحاب المصلحة.

[5] – صادق جعفر – دراسة ميدانية من واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات في مملكة البحرين إصدارات الدائرة التطوعية المنامة – البحرين 2007–ص 9.

بانتهاء خطوات هذه المرحلة نكون قد أظهرنا الأسلوب الإداري الصحيح الذي يمكن من غرس المسؤولية الاجتماعية في قلب النظام الإداري للمؤسسة ككل.

المطلب الثالث:المسؤولية الاجتماعية والمصطلحات المتقاربة منها

يوجد عدة مصطلحات متداخلة مع مفهوم المسؤولية الاجتماعية وفي هذا المطلب سنتعرف عليها ونبين أوجه التشابه بينها وبين المسؤولية الاجتماعية.

1 – المسؤولية الاجتماعية وحوكمة الشركات:

يقصد بحوكمة الشركات حسب منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية "النظام الذي يوجه ويضم أعمال المؤسسة حيث يصنف ويوزع الحقوق والواجبات بين مختلف الأطراف في المؤسسات،كمجلس الإدارة والمساهمين وذوي العلاقة ويضع القواعد والإجراءات اللازمة لاتخاذ القرارات الخاصة بشؤون الشركة كما يضع الأهداف والاستراتيجيات اللازمة لتقييم ومراقبة الأداء .[6]ويقصد بحوكمة الشركات حسب كاد بوري ذلك النظام الذي تراقب به الشركات،ولكل من حوكمة المؤسسات والمسؤولية الاجتماعية استقلالية نسبية تمكن من التعامل مع كل منها باعتبارهما قضيتان قائمتان بذاتهما حيث لكل منها معايير وقواعد خاصة لكن في المقابل فإن كلا منهما يقود إلى الآخر بصورة أو بأخرى فهو قد يعززه أو يضعف من شأنه غير أن البعض يشدد على استقلالية مبادئ الحوكمة عن المسؤولية الاجتماعية باعتبارهما قضيتان منفصلتان وقائمتان بذاتهما، لكن في المقابل يشدد الاتجاه المضاد على ارتباطهما الوثيق حيث ينظر إلى المسؤولية الاجتماعية باعتبارها قضية تابعة للحوكمة ،فيما يرى فريق آخر أن الحوكمة الجيدة هي من مكونات المسؤولية الاجتماعية . [7]الا انهما تشتركان في نقطة وهي انهما وسيلة لمراقبة أعمال ونشاطات المؤسسة وتقييمها.

2-المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة:

تعرف التنمية المستدامة حسب اللّجنة الدولية للبيئة والتنمية على انها : [8]" التنمية هي التي تلبي احتياجات الجيل الحاضر دون المساس بمدخرة الأجيال المستقبلية على تلبية احتياجاتها ".

حيث ترتكز فلسفة التنمية المستدامة على حقيقة استنزاف الموارد الطبيعية في الأنشطة الصناعية، ومن أبعاد التنمية المستدامة مايلي:

[6]– أمين مخفي– تجارب وممارسات الدول النامية والمقدمة في مجال تكريس مبادئ حوكمة المؤسسات لتحقيق التنمية المستدامة– الملتقى العلمي الدولي حول:آليات حوكمة المؤسسات ومتطلبات تحقيق التنمية المستدامة– ورقلة الجزائر،25– 26نوفمبر 2013 – ص205.

[7]– مقدم وهيبة –مرجع سبق ذكره–ص97.

[8] – بالي حمزة –إدارة الأخطاء الصناعية كمدخل لتحقيق التنمية المستدامة – أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه– ص146-147.

– تحسين سبل الحصول على الخدمات الصحية الأساسية،

– تحقيق العدالة الاجتماعية بين أفراد المجتمع فيما يتعلق بتوزيع الموارد والاستفادة من الخدمات والمنافع،

– إتاحة الفرص بشكل متساوٍ دون تمييز بين أفراد المجتمع،

– مشاركة الأفراد في إعداد البرامج التنموية وتنفيذها،

– الوفاء بالحد الأدنى من معايير الأمن.

فالبعد الاجتماعي يمثل جوهر التنمية المستدامة وهدفها النهائي يجب الاهتمام بالعدالة الاجتماعية كمحاربة الفقر وتوفير الخدمات الاجتماعية وضمان الديمقراطية، ومن الصعب التمييز بين المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة نظرا لشدة تقاربهما فالأولى تعني دمج الاهتمامات الاجتماعية والبيئية في النشاطات التجارية أما الثانية فهي تعني التوفيق بين الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية على مستوى عالمي، وتعتبر المسؤولية الاجتماعية شكل من أشكال المساهمة في التنمية المستدامة فالكثير من متطلبات التنمية المستدامة نجد تطبيقاتها في المسؤولية الاجتماعية وفي الأخير يتبين لنا أن المسؤولية الاجتماعية تساهم في تحقيق التنمية المستدامة وتعتبر من أهم أدواتها وهذا يعني أن المسؤولية الاجتماعية هي جزء من التنمية المستدامة.[9]

3–المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال:

يقصد بأخلاقيات الأعمال على أنها:[10]الإطار الشامل الذي يحكم التصرفات والأفعال تجاه شيء ما، وتوضح ما هو مقبول أو صحيح أو ما هو مرفوض أو خاطئ بشكل نسبي في ضوء المعايير السائدة في المجتمع بحكم العرف والقانون.

وأشار kirâneإلى أنه هناك تماثل بين أخلاقيات العمل و المسؤولية الاجتماعية،إذأن حركة المسؤولية الاجتماعية ما هي إلا إحدى جوانب منهج شامل من أخلاقيات العمل .

أي يمكن القول بأن هناك علاقة متداخلة بين المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل

[9] – وهيبة مقدم – مرجع سق ذكره – ص95.

[10] –ليث سعد الله حسين – ريم سعد الجميل المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين وانعكاساتها على أخلاقيات العمل – دراسة لآراء عينة من منتسبي بعض المستشفيات مدينة الموصل –كلية الإدارة والاقتصاد –جامعة الموصل – العراق –بدون سنة– ص 10.

4- المسؤولية الاجتماعية ومواطنة الشركات:

تتمثل فكرة مواطنة الشركات في أن الشركات بوصفها كيانات قانونية تعامل باعتبارها مواطناً وتتصرف الشركات بوصفها مواطناً كباقي المواطنين الذين يمتثلون للقانون ويدفعون الضرائب وبالتالي ينبغي أن يتمتعوا بالحقوق التي تخول لأوليائك المواطنين داخل الدولة التي يعملون فيها.

وبالإضافة إلى ذلك تُبنى مواطنة الشركات على الإدراك المشترك و الشائع في عالم اليوم سريع التطور،بأن المساهمة الأعظم للشركات على طريق التحقيق النمو و التنمية تتمثل في التعامل من خلال سلوك يمتثل للقانون وينتج منتجات و خدمات آمنة و اقتصادية الكلفة و يخلق فرص العمل و الثروة و يدعم التدريب و التعاون التكنولوجي و يعكس المعايير القياسية الدولية و القيم فيما يتعلق بموضوعات مثل البيئة و الأخلاق و العمل و حقوق الإنسان .[11]

نستخلص مما سبق أن مفهوم مواطنة الشركات يشير إلى : [12]

-العمل بموجب ممارسات العمل الأخلاقية.

-المعاملة الحسنة للموظفين.

-تحقيق الأرباح ودفع الضرائب وتوفير فرص العمل.

-توفير المنتجات والخدمات الآمنة والموثوقة.

-الحفاظ على سجل بيئي جيد.

-العمل على تحسين ظروف الحياة في المجتمعات.

ومن خلال هذا يتضح لنا أن مواطنة الشركات والمسؤولية الاجتماعية يعملان على تحقيق نفس الأهداف والغايات.

المطلب الرابع: أهمية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية.

مع تعدد وجهات النظر للمسؤولية الاجتماعية بين مؤيد و معارض إلا أن بعض المهتمين بالمسؤولية الاجتماعية يؤكدون على انتهاج المؤسسة الاقتصادية للمسؤولية الاجتماعية يعود عليها بمجموعة من الامتيازات والتي يمكن تلخيص أهميتها في:[13]

[11]- عمر حسين صبور – مواطنة الشركات العمل الجماعي وتحديد الأولويات – من النظرية إلى التطبيق – الجمعية المصرية لشباب الأعمال –ص 15.

[12] – زكريا مطلك الدوري –أحمد علي صالح –إدارة الأعمال الدولية –منظر سلوكي واستراتيجي –دار اليازوري للنشر والتوزيع – عمان الأردن –ص 431.

–تحسين الأداء المالي: البحوث التي أجريت في هذا المجال من مجالات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات قد بينت وجود صلة حقيقية بين الممارسات المسئولة اجتماعيا والأداء المالي الإيجابي.

– تخفيض تكاليف التشغيل: هنالك مبادرات كثيرة تستهدف تحسين الأداء البيئي و تؤدي إلى خفض التكاليف مثل تقابل انبعاث الغازات التي تسبب تغير المناخ العالمي أو تقليل استخدام المواد الكيميائية الزراعية كما يمكن تقليل تكاليف التخلص من النفايات من خلال مبادرات إعادة تدويرها ، والجهود المبذولة في إطار المسؤولية الاجتماعية في مجال الموارد البشرية مثل جداول العمل المرنة والتناوب على الوظائف وغير ذلك من البرامج المتصلة بمكان العمل تؤدي إلى خفض نسبة غياب العاملين وزيادة الاحتفاظ بعدد كبير من الموظفين ومنه خفض تكاليف التوظيف والتدريب .

– تحسين سمعة المنظمات: والتي تبنى على أساس الكفاءة في الأداء والنجاح في تقديم الخدمات والثقة المتبادلة بين المؤسسات وأصحاب المصالح ومستوى الشفافية الذي تتعامل به المؤسسات ومدى مراعاتها للاعتبارات البيئية واهتمامها الاستثمار البشري ويسهم التزام المؤسسات بمسؤولياتها الاجتماعية بدرجة كبيرة بتحسين سمعتها.

– تعزيز المبيعات وولاء العملاء: إن العودة بصورة ملحوظة إلى تثمين النقاء البيئي والمنتجات الطبيعية قد دفع المستهلكين إلى الاهتمام الخاص بعمليات الإنتاج وتأثير هذه العمليات والمنتجات على البيئة، وعلى الرغم من أن مؤسسات الأعمال التجارية يجب عليها أن تفي في المقام الأول بالمعايير الشرائية للمستهلكين مثل: الأسعار وجودة السلع فإن الدراسات تظهر الرغبة في الشراء أو عدم الشراء بسبب بعض المعايير الأخرى المستندة إلى قيم مثل قلة التأثير على البيئة وعدم استخدام مواد أو مكونات معدلة وراثيا.

–زيادة الإنتاجية والجودة: إن الجهود التي تبذلها الشركات في سبيل المسؤولية الاجتماعية من خلال القوة العاملة والعمليات التي تقوم بها تؤدي في الغالب إلى زيادة الإنتاجية وتخفيض معدل وقوع الأخطاء وتعزز الفعالية والكفاءة عن طريق تحسين ظروف العمل.

– تخفيض الرقابة التنظيمية: المؤسسات التي تفي بمتطلبات الامتثال للأنظمة بوضوح أو تذهب إلى أبعد من ذلك تعطي قدرا أكبر من حرية التصرف من جانب كيانات الحكومة الوطنية أو المحلية ومثل هذه الشركات قد تخضع لقدر أقل من عمليات التفتيش والمراسلات الخطية وفد تمنح الأفضلية أو معاملة

[13]–مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية –كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع–نيويورك وجنيف 2014–ص 82.

سريعة عندما تقدم طلبات للحصول على تراخيص عمل أو تغيير مناطق العمل أو غير ذلك من التصاريح الحكومية.

–إن المسؤولية الاجتماعية تضفي تحسينا على مناخ العمل السائد في المؤسسة وتؤدي إلى إشاعة التعاون والترابط بين مختلف الأطراف.

–المسؤولية الاجتماعية تمثل تجاوبا فعالا مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع وانتقالها إلى الحاجات الاجتماعية وتحقيق جانب من ذاتية الفرد والمجموعة.

– كما يمكن أن تتجسد أهمية المسؤولية الاجتماعية من خلال المرود المتحقق بالنسبة للمؤسسة،و بالإضافة إلى ذلك فإن هناك فوائد تتمثل في المردود المادي والأداء المتطور والقبول الاجتماعي والعلاقة الايجابية مع المجتمع وغيرها.[14]

المبحث الثاني:إدماج المسؤولية الاجتماعية على مستوى وظائف المؤسسة الاقتصادية

إن القول بأن هذه المؤسسة للمسؤولية لاجتماعية لا يكفي بل يجب أن يتم فعليا تطبيق ومفاهيم وأسس المسؤولية الاجتماعية وتجسيدها داخل المؤسسة،وهذا ما يظهر مختلف أعمالها ووظائفها.

المطلب الأول: المسؤولية الاجتماعية في وظيفة المشتريات والتخزين والإنتاج والعمليات

تظهر المسؤولية الاجتماعية في وظيفة المشتريات والتخزين والإنتاج والعمليات وهذا ما يعني أن في كل وظيفة يتم فيها مراعاة حقوق ومصالح وأهداف الأطراف والجهات الأخرى داخل المؤسسة وخارجها.

الفرع الأول:المسؤولية الاجتماعية ووظيفة المشتريات والتخزين

تتجسد ممارسات المسؤولية الاجتماعية في وظيفة المشتريات والتخزين بـــ:[15]

– الإشراف على تنفيذ خطة المشتريات طبقا لسياسات وأنظمة المؤسسة.

– توفير الاحتياجات من مستلزمات الإنتاج بالكفاءة المطلوبة.

– التفاوض على السعر،الضمانات، شروط السداد، تحقيق الربح في المؤسسة من خلال تخفيض نفقات الشراء والتخزين.

– تشمل وظيفة التخزين عمليات حفظ المواد والحفاظ عليها بأماكنها في المخازن.

[14]– قاسمي السعيد – المسؤولية الاجتماعية كخيار فعال لاستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر – مجلة اقتصاديات المال والأعمال JFBE- 2017- ص72-73.

[15] – قاسمي السعيد – المسؤولية الاجتماعية كخيار فعال لاستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر – نفس المرجع – ص 74.

– تقييم الأداء الاجتماعي للموردين والتعامل فقط مع الذين يراعون المسؤولية الاجتماعية ومبادئ التنمية المستدامة.

– نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى العاملين في قسم المشتريات والمخازن مع الحفاظ على حقوقهم ومراعاة معايير الصحة والسلامة عند الشراء حتى ولو كانت الأسعار مرتفعة.

– المشاركة في تحقيق الأهداف الاجتماعية كحماية المستهلك ....

– استعمال الموارد التي لا تضر بالبيئة وتجنب إنتاج الفضلات وتلويث البيئة.

– محاولة الحصول على المواصفات العالمية للجودة "ISO".

– الحرص على اقتناء تكنولوجيا نظيفة التي لا تضر بالبيئة.

الفرع الثاني: المسؤولية الاجتماعية ووظيفة الإنتاج والعمليات

تتجسد المسؤولية الاجتماعية على مستوى وظيفة الإنتاج والعمليات فيما يلي:[16]

إن إدارة الإنتاج لا تعمل في بيئة مغلقة عن بقية الأنشطة وعن البيئة وعن المجتمع،وعند ممارسة عملية الإنتاج أو التصنيع أو تقديم الخدمة يجب مراعاة حقوق ومصالح وأهداف الأطراف والجهات الأخرى داخل المؤسسة وخارجها ويتطلب ذلك ضرورة التزام نشاط الإنتاج بأخلاقيات العمل وقيم العمل في كل القرارات التي تتخذ في مراحل وخطوات تصميم المنتج وتخطيط العملية الإنتاجية حتى مرحلة استخدام المنتج.

جدول رقم (02): مجالات المسؤولية الاجتماعية وقيم العمل في وظيفة الإنتاج والعمليات

تصميم المنتج	**تحديد مواقع الإنتاج**	**تخطيط العملية الإنتاجية**
-قوانين وأسس،	-الأمن والسلامة،المخلفات	-محتوى العمل
-اشتراطات،	-الوقت والجهد،	-العبء الوظيفي
-احتياطات	-الخصائص الثقافية	-الأدوات
تحديد واستخدام التكنولوجيا	**تحديد الطاقة الإنتاجية**	**تحديد معايير وأسس الجودة**
-أنواع وخصائص	-الموارد القومية	-توازن المصالح
-العمل الافتراضي	-الفجوة بين العرض والطلب	-مؤشرات الجودة
-التكلفة والعائد	-معدلات الاستخدام	

المصدر:محمد فلاق،مرجع سابق،ص 43

[16] – محمد فلاق مرجع سبق ذكره ص 43.

الفرع الثالث: شرح مجالات المسؤولية الاجتماعية وقيم العمل في وظيفة الإنتاج:

1. **تصميم المنتج:** ويقصد بتصميم المنتج عملية تحديد المواصفات الفنية والتقنية لمحتوى ومكونات السلعة أو الخدمة وخصائصها وما يترتب عليها من تغليف وتعبئة ونقل وتخزين واستخدام وصيانة وغيرها بما يحقق منفعة فعلية أعلى من المتوقعة عند العميل كما يفترض عند اتخاذ القرارات المرتبطة بجوانب تصميم المنتج أن تلتزم المؤسسة بالمعايير والضوابط الأخلاقية التالية:[17]

-القوانين والتشريعات الصادرة بشأن المواصفات الفنية للمنتج.

-الأسس والضوابط الفنية في تحديد واستخدام المواد والمستلزمات لإنتاج المنتج.

-اشتراطات تحقيق الصلاحية والأمن والسلامة في تناول المنتج واستخدامه.

-خصائص ومتطلبات الذوق العام والمنظر الحضاري في الشكل والمظهر الخارجي للمنتج.

-التركيب الفني للمنتج والمحافظة على صحة المواطن وحمايتها ورعايتها.

2. **تصميم مواقع الإنتاج:** وفي هذا الإطار هناك العديد من القرارات التي تتخذ و يفترض أن تستند إلى أسس أخلاقية تعطي انطباعا ايجابيا باحترام المؤسسة والتزامها بالمسؤولية الاجتماعية حيث يجب أن تأخذ بعين الاعتبار العديد من الجوانب تنعكس على تكلفة الإنتاج وبالتالي على حركة معدات العمل في الموقف،خاصة وأن هذه الجوانب تنعكس على تكلفة الإنتاج وبالتالي على أسعار المنتجات،ولابد الإشارة بأن بيئة العمل لها أثر نفسي كبير على العاملين فلا نتوقع أن تكون المنتجات بنوعية ممتازة من كافة النواحي إذا كان العاملون يعانون من عدم النظافة في مكان العمل بسبب التصميم الرديء لتصريف الزيوت ومخلفات الإنتاج في المصنع أو عدم التهوية والضوضاء العالية في المكاتب الإدارية والخدمية،إن اختيار الموقع بالقرب من أسواق ومدن مكتظة بالسكان سيؤثر سلبا على البيئة خصوصا التي ينتج عنها تلوث الهواء، كما يجب أن تكون الشركات التي ينتج عنها مخلفات كيميائية بعيدة عن مصادر مياه الشرب والأنهار والآبار،وأن يتوفر في موقع الشركة البنية التحتية المناسبة للصناعة ، ولذلك فإن المؤسسات ذات الشعور العالي بالمسؤولية الاجتماعية لا تهمل هذه الجوانب وتعيد النظر فيها باستمرار.[18]

---

[17] – محمد فلاق مرجع سبق ذكره ص 43.

[18] – مراد سليم عطياني –كامل محمد الحواجرة –المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل في إطار وظيفة العمليات وأثرها في أداء الأعمال –دراسة ميدانية للشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان المالية –دراسات العلوم الإدارية –المجلد 43- العدد 1- جامعة فيلاديلفياو جامعة عمان العربية –الأردن -2016 – ص 163.

3. **تكنولوجيا العمليات المستخدمة:** يقصد بتكنولوجيا العمليات المستخدمة كل الأساليب الفنية التي تستخدم في تشغيل المعدات أو تقديم الخدمة أو تخزين ونقل المنتجات و ما يترتب عنها من آثار سلبية أو ايجابية، حيث يفترض وضع الاحتياطات و الضوابط لمنع حدوث النواتج السلبية ومن هذه الضوابط والاحتياطات نذكر بعض منها:[19]

- تجنب استخدام أساليب فنية من التكنولوجيا ينتج عنها مخلفات ضارة بالصحة،
- عدم استخدام أساليب تقنية وتكنولوجية ينتج عنها ضوضاء أو تلوث أو مخاطر،
- عدم استخدام تقنيات وتكنولوجيا متقادمة انتهى عمرها الافتراضي أو ثبت عدم مطابقتها لمواصفات الجودة المعيارية حتى ولو بحجة أنها منخفضة التكاليف، حيث أن هذا التصور خاطئ وفاسد لأن دائما التكنولوجيا مكلفة جدا إذا ما أخذنا في الاعتبار تكلفة معالجة نواتجها السيئة.

4.تصميم الوظائف: حيث تهتم إدارة الإنتاج والعمليات بالعاملين كأفراد ومجموعات و بشكل غير مباشر بالمستهلك لاحقا،ويقصد هنا تلوث البيئة الداخلية للمصنع أو ما يعرف بتلوث بيئة العمل أي المكان الذي يعمل فيه العامل بما يحتويه من المؤثرات والعوامل الكيميائية التي فيه،باعتبار العامل كائن حي يقضي ساعات عمله في هذه البيئة وهو من أشد المتضررين بمخاطر الصناعة و التصنيع، فالعامل يعاني من تلوث البيئة الخارجية ككافة الناس وهو أيضا يتعرض لتلوث بيئة العمل ولإنصاف هذا العمل المظلوم ازداد اهتمام بإجراء أبحاث ودراسات حول بيئة العمل حيث يتمثل هدفها الأساسي في حماية العمال من مخاطر الآلات الصناعية والحد من الإصابات المهنية التي يتعرضون لها وتهيئة ظروف عمل ملائمة لهم للمحافظة على سلامتهم وزيادة طاقتهم الإنتاجية.

5.**تخطيط ورقابة الإنتاج:** يمكن لإدارة الإنتاج و العمليات أن تكرس مسؤولياتها الاجتماعية سلوكها الأخلاقي اتجاه مختلف الفئات ذات المصلحة،فإن هذا الأمر يأتي مع طبيعة البيئة التي تعمل فيها المؤسسة ومدى القدرات البشرية للقيام بهذه العمليات، ومن جانب آخر فإن خطط الإنتاج والرقابة عليها يفترض أن تعزز من قدرات المؤسسة ورغبتها في التطور والتحسين المستمر لذلك يفترض أن تراعي إشكالية استخدام المواد الأولية ونوعيتها وطبيعة الإجهاد الذي يتعرض له العاملون في موقع العمل وأيضا ساعات العمل الإنتاجية وفترات الراحة للعاملين.

6. **أخلاقيات الجودة:** تمثل جودة المنتجات إحدى المجالات الرئيسية للأسس الأخلاقية التي يجب التركيز عليها عند اتخاذ القرارات الإنتاجية، و يختلف مفهوم الجودة من وجهة نظر المنتج بأنها المطابقة بين

[19]- محمد فلاق –مرجع سبق ذكره –ص 44.

مخرجات العملية الإنتاجية والمواصفات المحددة مسبقا، بينما يقصد بالجودة من وجهة نظر المستهلك بأنها مدى تحقيق المنتج للغرض المقصود منه و بالسعر الذي يرغب المستهلك بدفعه.[20]

المطلب الثاني:المسؤولية الاجتماعية في وظيفة التسويق والعلاقات العامة

إن وظيفة التسويق والعلاقات العامة من أهم الوظائف داخل المؤسسة وتطبيق المسؤولية الاجتماعية فيهما أمر إيجابي بالنسبة للمؤسسة لأنها وظيفتان يتعاملان مع الأطراف الخارجية (زبائن، موردين...)بشكل مباشر وهو ما يساعد المؤسسة من تحسين سمعتها ومكانتها.

الفرع الأول:المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة:

و يمكن توضيح العلاقات المسؤولية الاجتماعية والعلاقات العامة فيما يلي:[21]

– منذ بداية السبعينات أصبح الجمهور (أصحاب المصلحة) أكثر انتقادا لدور المؤسسات في المجتمع ، حيث اتسعت توقعاته بأن تتصرف المؤسسات بصورة أكثر مسؤولية بشأن البيئة و المسؤولية الاجتماعية و بذلك أصبحت المؤسسات تعبر عن مسؤولياتها الاجتماعية بتضمين ذلك في رسالتها، خطاباتها وإعلاناتها، ومن خلال المساهمة في عدة مسائل مثل التعليم، الصحة المنتج إضافة إلى الأعمال الخيرية، وحسب ETANG إن هذه الممارسات وهذا النوع من البرامج يوفر الفرصة لبناء السمعة الطيبة للمؤسسة بين جمهورها من خلال الترويج لهذه المزايا التي تتيحها لهم المؤسسة، وبذلك فالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة يمكن اعتبارها كجزء من محفظة العلاقات العامة لها لإقامة علاقات ودية مع أطراف معينة فهي تؤثر على صورة المؤسسة كما يمكن النظر إليها كاستثمار في حال وقوع أزمة وتحتاج المؤسسة لسمعتها الطيبة وبذلك فإن التداخل بين المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والعلاقات العامة لا يمكن إغفاله، ففي دراسة أجرتها خاضت بها Veronica Loano lies عام 2011 هدفت إلى البحث إلى العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والعلاقات العامة ومدى التداخل بينها، ولنبين ذلك اعتمدت الدراسة على ثلاث محاور أساسية: الأول تضمن تحليل محتوى الأدبيات والمقالات التي كتبت في الموضوع، أما الثاني استبيان موزع على11من الخبراء المختصين الذين يعملون في مجال العلاقات العامة مدعمة بمقابلة شخصية مع كل خبير، والثالث تضمن استطلاع رأي من خلال استبيان موجه نحو عينة من أفراد المجتمع في مدينة كولوج/نابوكا ــ رومانيا حول رأيهم في مشاركة المؤسسات في الحياة وكيف يرونها، حيث تكونت العينة من698 فرد وتوصلت الدراسة إلى:

[20] – محمد فلاق– مرجع سبق ذكره – ص 45

[21]– قاسمي كمال– بعلي منية – المسؤولية الاجتماعية كأحد المتطلبات الحدية لدعم العلاقات العامة – مجلة الباحث الاقتصادي – العدد 3 – المسيلة – الجزائر – 2016– ص 87.

✓ بناء على تحليل محتوى الأدبيات في الموضوع، فإن هناك بعض المقالات التي أشارت إلى التداخل الواضح بين المفهومين.

✓ أغلب الخبراء اتفقوا على أن المفهومين يتداخلان ضمن نشاط المؤسسة ويتم استخدامهما لنفس الغرض وهما نشاطان مكملان لبعضهما البعض ولا يمكن أن يحل نشاط محل الآخر والعكس، كما أكد الخبراء أن لديهم القدرة على التعامل مع أنشطة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة كونها تخدم نفس الهدف مع العلاقات العامة.

✓ من خلال ايجابيات أفراد المجتمع توصلت الباحثة إلى أن سمعة المؤسسة شعبيتها وصورتها تتأثر ايجابيا وإلى درجة كبيرة بالمسؤولية الاجتماعية التي تتبناها المؤسسة أي أن المسؤولية الاجتماعية تمثل امتداد للعلاقات العامة أو هي أحد متطلباتها.

وبالتالي يمكن القول بناءاً على ما سبق أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والعلاقات العامة نشاطان متداخلان كونهما يتشاركان في نفس الهدف وموجهان نحو نفس الجمهور فكلاهما يهدف لبناء سمعة طيبة للمؤسسة وموجهة لتلك الأطراف التي تؤثر وتتأثر بمنشطاتها.

وأخيرا نستنتج ما يلي:

-تقوم فلسفة العلاقات العامة على ضرورة التواصل مع الجمهور للحفاظ على العلاقات الطيبة وكسب ثقته وتأييده.

-تمثل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة واحدة من المفاهيم الحديثة التي تضع مصلحة الجمهور ضمن أولويات اهتمامات المؤسسة،حيث تلتزم المؤسسة بموجبها بمختلف الممارسات التي تهدف إلى ترك الأثر الإيجابي على مختلف فئات المجتمع.

-تتداخل المسؤولية الاجتماعية لمؤسسة مع العلاقات العامة كونها بخدمات نفس الهدف.

-تحتاج العلاقات العامة إلى أشياء فعلية تدعم ما تنشره المؤسسة من حقائق لتزيد من مصداقيتها وتكسب ثقة الجمهور وبرامج المسؤولية الاجتماعية كفيلة بتوفير ذلك.

الفرع الثاني: المسؤولية الاجتماعية في وظيفة التسويق (التسويق الأخضر):

سوف نعرض مختلف المراحل التي مر بها التسويق حتى أصبح بمعنى الجديد الأكثر تداولا وهو التسويق الأخضر.

الفرع الأول:مرحلة المسؤولية الاجتماعية للتسويق:

وتعد أول مرحلة من مراحل ظهور التسويق الأخضر و يمكن تعريفها بأنها:[22] الفلسفة التسويقية المعبر عنها بالسياسات و الإجراءات و الأفعال التي تحقق بمجملها رفاهية المجتمع كهدف أساسي "وعرفت أيضا بأنها ":ميول المسوقين للالتزامات التي يضعونها على أنفسهم آخذين بعين الاعتبار تحقيق الأرباح و رضا المستهلك و رفاهية المجتمع ".

ويمكن تعريفها كذلك بأنها :[23]"مجمل الالتزامات التي تتعهد بها المؤسسة في تقديم ما يرغبه المستهلك و انسجاما مع القيم المشتركة بينهما و التي تصب في النهاية بتحقيق رفاهية المجتمع و استمرار عمل المؤسسة بما تحققه من عوائد مربحة"وهذا التعريف يركز على الجوانب التالية:

-الالتزامات الواجبة على المؤسسة وضرورة تأديتها بالشكل المطلوب.

- تنصب نحو تقديم كل ما هو مناسب للمستهلك.

- القيم المشتركة ما بين المؤسسة والمستهلك ممثلا عن المجتمع وهو العنصر الرئيسي الذي يحكم صيغ العلاقة بين الطرفين.

-الهدف الرئيسي يتمثل بتحقيق رفاهية المجتمع وسعادته واستمرار المؤسسة بأعمالها من خلال الأرباح التي يتم تحقيقها.

تتمثل أهم ممارسات المسؤولية الاجتماعية على مستوى المزيج التسويقي:[24]

- دراسة حاجات المستهلكين بشكل مستمر والاستجابة لمتطلباتهم مع توفير معلومات للمستهلك بما يساعده على اتخاذ القرار السليم للشراء.

- الجودة في الخدمات والمنتجات المقدمة مع توفيرها في الزمان والمكان المناسبين.

- الموازنة بين تحقيق هامش الربح للمؤسسة وبين القدرة الشرائية للمستهلك.

- من الأفضل أن تكون قنوات التوزيع قصيرة لتقليل تكلفة المنتجات وبالتالي أسعارها.

- استخدام أفضل الأساليب في النقل والتوزيع بما يتناسب مع طبيعة المنتج.

---

[22] – وفاء التميمي – واقع تبني المسؤولية الاجتماعية في التسويق للشركات المنتجة لمستحضرات التجميل – دراسة ميدانية مبنية على آراء مجموعة من مديري شركات أنتاج مستحضرات التجميل – المجلة الأردنية في إدارة الأعمال – المجلد 6- العدد 3 -2010 –ص 354.

[23]– عبد الناصر خرفي– المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات التسويق – مجلة الدراسات الاقتصادية الكمية –العدد 01-2015 – ص 7.

[24]– قاسمي السعيد- مرجع سابق – ص 7.

– اختيار الوسطاء بعناية بحيث يكونون من ذوي الخبرة والنزاهة والتزامه بعدم الاحتكار وعدم رفع الأسعار وعدم تلاعبهم بالأوزان وتاريخ انتهاء الصلاحية أو تبديلهم المواد الأصلية بمواد أقل جودة.

– لا يجب أن يهدف الإعلان إلى تشجيع الاستهلاك ير الضروري ويجب أن يكون صادقا غير مضلل ويتضمن البيانات الضرورية على المنتج كما يجب أن يراعي الإعلان، القيم الأخلاقية والعادات الاجتماعية الذوق العام والدين.

الفرع الثاني: مرحلة ظهور حركة حماية المستهلك والتسويق البيئي:

ويقصد بحماية المستهلك بأنها:[25]"حركة تهدف إلى حماية الزبائن من المنتجات الضارة بالإضافة إلى الممارسات السيئة للمؤسسات "أو هي عبارة عن "مجموع الأنشطة التي تقوم بها المؤسسات، الجماعات والأفراد لحماية حقوقهم كمستهلكين أو زبائن".

ويمكن أن يشار هنا إلى أن من المبادئ الأساسية لهذه الحركة هو حق الأفراد في المجتمع بالعيش في بيئة نظيفة وآمنة بالإضافة إلى حماية المستهلكين من المنتجات الضارة والممارسات السيئة في التسعير والإعلان وقد فتحت هذه الحركة الباب أمام تصاعد الوعي البيئي لدى الزبائن وارتفاع اهتمام الحكومات وجماعات الضغط بهذا الموضوع.

حيث أن حركة حماية المستهلك تعبر في جوهرها عن فكرة الارتقاء بنوعية حياة الأفراد و العيش في عالم مليء بالعلاقات الإيجابية التسويقية وبشكل يمكن المستهلك من التفاعل مع الأطراف الأخرى من باعة و منتجين بقليل من الشك و الحذر، و أن يحصل المستهلك على احتياجاته من السلع و الخدمات دون أن يبذل جهدا كبيرا للتأكد من صحة قراره و دقة اختياره، و لاشك بأن تحيق هذا الهدف يتطلب الالتزام الدقي من الباعة و المنتجين شروط و قواعد العمل الصحيح، و التي تضمن للمستهلك الحصول على حقوقه و لا يكون بالتالي عرضة للخداع أو التلاعب بشكل يعود عليه بالضرر المالي و المعنوي.

و تجمع حركات حماية المستهلك في الكثير من الأقطار على وجود مجموعة من الحقوق التي يتمتع بها المستهلك و هي كما يلي:[26]

– حق الحصول على المعلومات والبيانات الصحيحة على المنتجات التي يشتريها،

– حق الاختيار الحر للمنتجات تتوافر فيها شروط الجودة والمواصفات المطابقة،

[25]– ثامر البكري – أحمد نزال النوري – التسويق الأخضر – دار اليازوري للنشر والتوزيع –ص 23.

[26] – محمد سعد وأحمد حمودة – العلاقة بين تبني مفهوم التسويق الأخضر والأداء التسويقي – دراسة ميدانية على المنشآت الصناعية في محافظة قطاع غزة –كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية – قدم هذا البحث استكمالا لمتطلبات الحصول على الماجستير – تخصص إدارة الأعمال – جامعة الأزهر –غزة – فلسطين –2016–ص 19.

- الحق في الكرامة الشخصية واحترام القيم الدينية والعادات والتقاليد،
- حق الحصول على المعرفة المتعلقة بحماية حقوقه ومصالحه،
- حق المشاركة في المؤسسات والمجالس واللجان عملها بحماية المستهلك،
- الحق في الحصول على تعويض عادل عن الأضرار التي تلحق به وبأمواله أو جراء شراء أو استخدام المنتجات.

ويجب على المنتج أو التاجر أن يدون على السلع البيانات التي توجبها المواصفات القياسية باللغة التي يتحدثها أو يفهمها المستهلك وذلك بشكل واضح تسهل قراءته على النحو الذي يتحقق به الغرض من وضع تلك البيانات حسب طبيعة كل منتج وطريقة الإعلان عنه أو عرضه.

أما التسويق البيئي فيعني التدخل الحكومي من خلال سن قوانين وتشريعات وهذه القوانين كانت تتعلق برقابة المؤسسات ورقابة التلوث والحد من الممارسات الضارة بالبيئة والهدر المستمر للموارد الطبيعية فقد ظهر ذلك أواخر 1980 وأعقبته الحوادث والكوارث الهادمة للحياة البشرية، ففي عام 1985 تم اكتشاف ثقب طبقة الأوزون وتلتها أحداث مفاعل تشير نوبل عام 1986 وكذلك تبدد حقول النفط في ألاسكا عام 1989 فهذه الأحداث جمعت حولها الاهتمام الإعلامي الواسع ووجهت اهتمام المجتمع نحو البيئة.

إن الاهتمامات البيئية ظهرت كسياسة حكومية في البلدان المتطورة اقتصاديا و إن منظمات الأعمال في هذه المرحلة بدأت تنظر إلى التشريعات البيئية نظرة شك لأنها مرتبطة مع الزيادة في التكلفة و تأثيرها على العمليات و تقليلها للأرباح. [27]

الفرع الثالث:مرحلة التسويق الأخضر "التسويق المستدام"

ويعرف بأنه:[28]

- حسب **pierr** هو العملية الإدارية الكلية التي تختص بالتعرف والتوقع لحاجات المستهلك والمجتمع، والعمل على اشباعها بطريقة تؤدي الى تحقيق أرباح المنظمة والحفاظ على البيئة بصورة صحية، مع الحفاظ على موارد المجتمع من أجل الأجيال القادمة.

– كما يعرفه **Eerrellpride&**:"هو عملية تطوير و تسعير وترويج منتجات لا تحقق أي ضرر بالبيئة الطبيعية"كمايعرف بأنه عملية الإدارة الاستراتيجية الشاملة و المسؤولية التي تحدد و تتنبأ

[27] –محمد سعد –مرجع سابق– ص 20– 23

[28]ثامر البكري – التسويق الأخضر وإعادة التدوير – دار امجد للنشر والتوزيع – الطبعة العربية – 2015 – عمان الأردن – ص ص 32،33.

وتحقق حاجات أصحاب المصالح مقابل مكافآت أو عوائد معقولة لا تؤثر سلبا في سلامة الإنسان أو البيئة الطبيعية[29].

من خلال التعاريف السابقة نستنتج ان التسويق الأخضر هو التسويق الذي يعمل على توصيل المنتج النهائي للمستهلك بشكل منتج نظيف خال من التلوث أو الخداع أو الغش وهدفه أن يتحول التسويق من علم هادف للربح إلى علم يساعد الناس في اتخاذ قرارات شرائية قائمة على رسالة تسويقية هادفة بعيدة عن الاستغلال.

تتمثل أهمية التسويق الأخضر في:[30]

- **إرضاء حاجات المالكين:** من المتوقع أن يفتح منهج التسويق الأخضر آفاقا جديدة وفرص تسويقية مغرية أمام المؤسسات التي تمارسه وبالتالي تحقيق زيادة تنافسي في السوق مما يكسب المؤسسة أرباحا أعلى فضلا على اكتساب سمعة جيدة في المجتمع وتلبية حاجات المالكين،

- **تحقيق الأمان في تقديم المنتجات وإدارة العمليات:** إن التركيز على إنتاج سلعة آمنة وصديقة للبيئة يدفع المؤسسة لرفع كفاءة عملياتها الإنتاجية بحيث تخفض من مستلزمات التلف والتلوث البيئي الناجم عن تلك العمليات، فضلا عن تجنب الملاحقات القانونية المؤدية إلى دفع تعويضات للمتضررين وإثارة جمعيات حماية البيئة والمستهلك،

- **تحقيق القبول الاجتماعي للمنظمة:** يساعد الالتزام البيئي المؤسسة على كسب التأييد الاجتماعي لها وعلى توطيد علاقتها مععملائها الحاليين وكسب عملاء جدد في المستقبل،

– ديمومة الأنشطة: إن تجنب المؤسسة الخضراء للملاحقات القانونية وتأييد المجتمع لها بسبب القبول العام لأهدافها وفلسفتها يمكنها من الاستمرار في تقديم منتجاتها الصديقة للبيئة ودعم عملياتها وأنشطتها التجارية.

يرى بعض المسوقين بأنه يجب على المؤسسات إتباع هذه الأبعاد حتى تعمل على حماية البيئة وهي:

---

[29]– سمير صالحي – التسويق الأخضر: بين الأداء التسويقي والأداء البيئي للمؤسسات الاقتصادية – مجمع مداخلات الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات – نمو المؤسسات والاقتصاديات الأداء بين تحقيق الأداء المالي والأداء البيئي – المنعقد بجامعة ورقلة يومي 22 و23 نوفمبر 2011-كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة ورقلة الجزائر–ص 412.

[30]– سميرة صالحي – مجمع مداخلات الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات – مرجع سبق ذكره –ص 412-413.

إن تطبيق مفهوم التسويق الأخضر يتم من خلال اعتماد الأبعاد الأساسية الآتية:[31]

1. **إلغاء مفهوم النفايات أو تقليلها**:إن النظرة للنفايات و بقايا الصناعة الناتجة عن عدم الكفاءة الإنتاجية تغيرت في ظل مفهوم التسويق الأخضر أين أصبح التركيز على كيفية تصميم و إنتاج سلع بدون نفايات أو بتدنيتها إلى أدنى المستويات بدل من البحث على آليات للتعامل معها (التخلص منها،بيعها، إعادة استخدامها في العملية الانتاجية) ، ولا يمكن تحقيق هذا إلا من خلال رفع كفاءة العمليات الإنتاجية .و عليه يجب أن يكون الشغل الشاغل للمؤسسات ليس البحث عن طرق للتعامل مع النفايات و بقايا الصناعة بل البحث في كيفية انتاج منتجات بدون عيوب و بدون مخلفات.

2. **إعادة تشكيل مفهوم المنتج**:تغير مفهوم المنتج في ظل مفهوم التسويق الأخضر وهذا مواكبة للتوجهات البيئية حيث:

– المنتجات الجديدة ينبغي أن تعتمد بشكل كبير على موارد أولية غير ضارّة بالبيئة، واستهلاك الحد الأدنى منها.

– ضرورة تدوير المنتجات بحيث أنه بعد انتهاء المستهلك من استخدامها تعود إلى مصنعها أين يتم تفكيكها وإعادتها إلى الصناعة مرة أخرى لإعادة تصنيعها أو الاستفادة منها.

– فيما يخص التغليف يجب أن يعتمد على مواد خام صديقة للبيئة بالإضافة إلى قابليته للتدوير.

3. **وضوح العلاقة بين السعر والتكلفة**: أي أن سعر المنتج يجب أن يعكس التكلفة الحقيقية له أو يقاربها، وهذا يعني أن السعر يجب أن يساوي التكلفة الحقيقية التي تتحملها المؤسسة والتي تضم من بين التكاليف:تكاليف تقديم منتجات صديقة للبيئة، تكاليف البحث عن الموارد البديلة، تكاليف حماية الموارد الطبيعية ...إلخ مما ينتج عنه تحمل تكاليف مرتفعة والتي ستنعكس على أسعار المنتجات الخضراء والتي تكون مرتفعة نسبيا لأنها تمتلك قيمة أعلى.

4. **جعل التوجه البيئي أمرا مربحا**: لقد أدركت العديد من المنظمات أن التسويق الأخضر يشكل فرصة سوقية قد تمنح المنظمة ميزة تنافسية وربما مستدامة كما قد يعتبر منفذا تنافسيا استراتيجيا خاصة مع تنامي الوعي البيئي بين المستهلكين وتحولهم التدريجي إلى مستهلكين خضر و هذا بفضل الهيئات الرسمية و غير الرسمية التي أصبحت تروج استمرار للتوجه البيئي من خلال أجهزة الإعلام و هي دعاية مجانية للمؤسسات التي تتبنى هذا التوجه تمكنهم من الحصول على حصة سوقية إضافية من خلال استقطاب المزيد من المستهلكين بالإضافة إلى ظهور مجالات جديدة لتقديم منتجات جديدة تتناسب مع هذا التوجه وبالتالي سيكون هذا التوجه أمرا مربحا وخاصة في المدى الطويل.

[31] إياد عبد الفتاح النسور – عبد الرحمن بن عبد الله الصغير– قضايا وتطبيقات تسويقية معاصرة – دار صفاء للنشر والتوزيع – عمان– الأردن – 201–ص148.

بموجب تطبيق التسويق الأخضر سيعرف مزيج التسويقي التقليدي بعض التغييرات بحيث سيتم إضافة الطرق الجديدة لإثراء نظرية التسويق الأخضر، و هنا سوف نتعرف على المزيج التسويقي الأخضر:[32]

1)– المنتج الأخضر: يشير المنتج الأخضر إلى المنتجات الصديقة بالبيئة التي لا تلوثها ولا تهدر المصادر وهي قابلة للتدوير، حيث يساعد المنتج الأخضر على الحفاظ على البيئة الطبيعية

ويحسنها بتوفير المصادر والطاقة وتخفيض الاستخدام للمواد السامة.

2)– التسعير الأخضر: وهو العامل الحاسم والمهم في المزيج التسويقي الأخضر حيث لا يتم دفع قيمة إضافية إذا كان هناك تصور لقيمة المنتج الإضافية، وقد تكون هذه القيمة في تحسين الأداء والوظيفة والتصميم وجاذبية المنتج أو طعمه.

يعتبر السعر العامل الرئيسي في المزيج التسويقي الأخضر، وقد قدمت وعرضت المنتجات الخضراء بسعر أعلى من منتجات مشابهة لها مع ذلك يوجد مستهلكون على رغبة لدفع السعر الأعلى مقابل منتجات خضراء فقط.

3)– الترويج الأخضر: هناك ثلاثة أنواع من الترويج الأخضر وهي كالتالي:

- الحملات التي تتناول علاقة المنتج / الخدامة مع فيزيائية البيئة.
- الحملات التي تروج لنمط الحياة الخضراء وتسلط الضوء على المنتج / الخدمة.
- الحملات التي تعرض صورة مسؤولية المؤسسة البيئية.

4)– المكان الأخضر: وهو الاختيار من أين ومتى يكون المنتج متاح ولا يكون له تأثير كبير على العملاء، أي أن عدد قليل من العملاء سوف تتجه لشراء المنتج الأخضر، ويجب أن يتوفر في قناة التوزيع الخضراء الصفات التالية:

يجب أن يهدف تغليف المنتجات للنقل وللتوزيع إلى الواجهة المحددة لتخفيض الهدر والاستهلاك للمواد الخام، و تخفيض الدمار البيئي مثل استهلاك الطاقة و تخفيض التلوث و قد استخدمت قناة التوزيع الحد الأدنى من طولها "مصنع، تاجر جملة، تاجر التجزئة ، مستهلك" لتخفيض الحاجة للتغليف و الشحن و يقوم الموزعون بتقديم المعلومات الكافية عن المنتجات الخضراء إلى الزبائن و عموماً يجب أن تقدم المؤسسة المنتج في مكان استراتيجي مريح للمستهلكين لكي يصلوا إليها حتى يؤثر على قرار شرائهم لذلك يصنع

[32]– فاروق إبراهيمي – التسويق الأخضر كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية – أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه – قسم علوم التسيير جامعة محمد خيضر – بسكرة – الجزائر -2015- 2016- ص 99.

معظم المسوقين منتجاتهم الخضراء الجديدة في السوق و في مواقع مميزة بحيث تميزها عن منتجات عادية أخرى منافسة.

المطلب الثالث: المسؤولية الاجتماعية في وظيفة المحاسبة

إن الفكر الاقتصادي انعكس على الفكر المحاسبي من حيث الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، فمنذ صدور كل من دراسة جمعية المحاسبة الأمريكية سنة 1973 التي أكدت على وجوب توفير المعلومات الخاصة بالتأثيرات البيئية للمؤسسة ودراسة جمعية المحاسبين القانونيين الأمريكية سنة 1979 حول أهداف القوائم المالية التي نصت على صراحة وجوب التقرير عن أنشطة المنظمة التي يكون لها تأثير على المجتمع كأحد أهداف القوائم المالية الرئيسية.

1. **المحاسبة المالية الإدارية:** تطور مفهوم المحاسبة من فن تسجيل و تبويب و تلخيص العمليات التي لها طبعة مالية و تفسير النتائج الناتجة عنها، إلى مفهوم حديث مفاده توفير المعلومات التي يمكن أن تكون ذات فائدة في اتخاذ القرارات الاقتصادية المحققة للرفاه الاجتماعي وهذا ما يتناسب مع مفهوم الأداء الاجتماعي للمؤسسات الذي أظهر مفهوماً جديدا للمحاسبة من خلال قياسه و هو ما يعرف بالمحاسبة الاجتماعية ،حيث تنقسم إلى :[33]

– **المحاسبة المالية:** وهي التي تعرف بالمحاسبة العامة، والتي تهتم بمشاكل القياس والعرض بمقابلة احتياجات الأطراف الخارجية.

– **المحاسبة الإدارية:** والتي تسمى بمحاسبة التكاليف أو محاسبة المسؤولية والتي تهتم بمشاكل القياس والعرض للاستخدامات في المؤسسة.

2. تفعيل دور وظيفة المحاسبة من خلال الأنشطة الاجتماعية وأخلاقيات العمل: إن محور العمل في وظيفة المحاسبة هو الفرد الذي يشاركفي وضع المعايير، وفي ضوئها يقيم الأداء، في المؤسسات وإعداد تقارير ترفع إلى الإدارات العليا، لذا فإن أخلاقيات العمل المحاسبي يتحكم بصورة كبيرة في مخرجات هذا النظام من المعلومات المحاسبية.

3. تفعيل جودة التقارير المحاسبية: المعلومات المحاسبية هي محور ما يتضمنه تقارير الأداء، لذا يهدف تفعيل دور تقارير الأداء في تحقيق الأهداف التي وضعت من أجلها و فع جودة المعلومات المحاسبية اليي تتضمنها و بالتالي تحقيق أعلى كفاية التقارير لمستخدمي التقارير من تلك المعلومات و

[33]– محمد فلاق – مرجع سبق ذكره ص 60- 62

دعم جودة القرار المتخذ بناءاً على هذه التقارير، يجب التركيز على منتج هذه العمليات التي تتحكم بتصرفاته ونتائج أنشطة المسؤولية الاجتماعية و الأخلاقية.[34]

فللمسؤولية الأخلاقية الأثر الكبير في رفع وتدعيم أو خفض إضعاف جودة التقارير.

ر المحاسبية، ويهدف تعيل جودة التقارير الأداء يقع على عاتق الإدارة في المؤسسة اتخاذ الخطوات التالية:

- توضيح مفهوم المسؤولية الأخلاقية في وظيفة المحاسبة،
- ترغيب المحاسبين للامتثال لهذه الأخلاق ودعمهم بالحوافز والمكافآت المادية والمعنوية.
- تنمية الإحساس بالمسؤولية المحاسب المعد للتقارير من خلال تدعيم الشعور الإنساني داخل الوحدة " دائرة المحاسبة " والقائمة على العدالة والنزاهة في تقييم الأداء،
- وضع صيغة قانونية مهنية أخلاقية تتضمن احتواء أخلاقيات الأعمال الذاتية،

4. التدقيق الاجتماعي: إن أول من أشار إلى التدقيق الاجتماعي في العصر الحديث هو"**Bwen**" مشيرا إلى أنه طالما أن المؤسسة تخضع لمراجعة مالية مستقلة عن أنشطتها المالية، فإنه وجب أن تخضع لتدقيق خارجي مستقل يهدف إلى تقييم أدائه من وجهة نظر اجتماعية بواسطة مدققين اجتماعيين، ومن أهم المبادئ السلوكية التي لابد أن يتحلى بها المدقق هي:

❖ الاستقامة والنزاهة وهنا يجب أن يحافظ المدقق على الموضوعية بعيداً عن صراع المصالح بون تحيز لطرف دون طرف آخر وإنما يكون التحيز لقواعد المهنة ومبادئها.

5. الموضوعية والاستقلالية: بحيث يجب أن تعكس التقارير المقدمة من قبل المدقق الحقائق الكاملة بموضوعية وتجرد تام.

المطلب الرابع:المسؤولية الاجتماعية في وظيفة الموارد البشرية

لقد أصبحت الموارد البشرية في المؤسسات تحتل مكانة رفيعة وتلعب دوراً فعالاً حيث صارت ميزة تنافسية فريدة للمؤسسات لا يمكن تقليدها، لذلك أصبحت تنال اهتمام كبير من قبل الإدارة وتتحمل مسؤوليتها الاجتماعية والأخلاقية اتجاه هذا المورد.

وتبدأ المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموارد البشرية في كافة خطوات تعيين وتشغيل العملين وحتى بل التعيين ونقصد بذلك ما يلي:

[34]- محمد فلاق- مرجع سبق ذكره- ص 63.

1. **الممارسات الاجتماعية قبل التعيين**:و يقصد بذلك ما يلي:[35]

قبل عملية التوظيف تقوم وظيفة إدارة الموارد البشرية بدراسة طبيعية لهذه الوظيفة ومتطلباتها من حيث المؤهلات والخبرة والمهارات اللازمة لها، وتسعى لإيجاد الشخص المناسب لها بالاعتماد على مجموعة من الوسائل كالإعلان والمقابلات ...وفيما يخص المسؤولية الاجتماعية فإن المؤسسة تسعى لتجسيدها من خلال الاعتماد على الشفافية والنزاهة في مختلف أنشطتها والتي من خلالها تستطيع المؤسسة تحقيق التزاماتها الاجتماعية والأخلاقية اتجاه المرشحين وتبدأ بأول خطوة وهي:

✓ **الإعلان عن الأماكن الشاغرة**:ويشمل العديد من الطرق لجذب العاملين، وأياً كانت الطريقة فهناك مجموعة من القواعد الواجب إتباعها حتى نقول أن إدارة الموارد البشرية تمارس دورها الاجتماعي و يكون بـــ:

– صدق الإعلان عن الأماكن الشاغرة في المؤسسة،

– ألا ينطوي الإعلان على أي نوع من التمييز الجنسي أو التمييز بسبب العجز،

– تجنب استخدام الكلمات التي تنطوي على دلالة غير أخلاقية علنية،

– عدم وضع معايير ليس لها صلة بالعمل ولكنها تؤدي إلى الإقصاء.

✓ **تعبئة و استقطاب الموارد البشرية**: و يمكن للمؤسسة أن تمارس دورها الاجتماعي في هذه الخطوة من خلال:[36]

– مسابقات التوظيف أي يجب أن تتم على أسس علمية وموضوعية وليس بشكل عشوائي ويجب أن توافق طبيعة العمل الذي يمتحن فيه المتر شح،

– عدم إهمال طلبات التوظيف التي تصل للمؤسسة سواء تم ذلك بالتسليم المباشر أو عير البريد العادي أو البريد الإلكتروني،

– الموازنة بين الاستقطاب الداخلي والخارجي حيث يفيد الأول في منح فرص الترقية لعمال المؤسسة.

✓ **الاختيار و التوظيف**: تعتبر هذه العملية الوجه الذي يعكس صورة المؤسسة الإيجابية للعاملين داخلها و تتسم إجراءاتها بالمسؤولية و المصداقية و العدالة و النزاهة:[37]

---

[35]– ضيافي نوال – مرجع سبق ذكره –ص 60-61.

[36]– رشيدي – حميدة– مرجع سبق ذكره–ص 56

[37]–منيرة سلامي – أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية على أداء الموارد البشرية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة – دراسة مقارنة بين إيلاف ترين، الضياء– ورقلة – الجزائر– ص 396.

- توفير جو ملائم للمقابلة من ناحية احترام الموعد وتوقيت المقابلة وحسن الاستقبال لطالبي الشغل،
- عدم الاستهانة بقدرات وشخصيات المرشحين،
- العناية بالاختبارات الشخصية وإضفاء صفة الصدق عليها،
- التوظيف على أساس نتائج الاختبارات والمقابلات والتقييم النّهائي من قبل اللّجان المختصة،
- الابتعاد عن التوظيف على أساس الوساطة أو المحسوبية.

✓ **المسار الوظيفي**: تتجسد المسؤولية الاجتماعية فيهمن خلال:[38]

- مراعاة سياسات التوظيف المتعارف عليها قانوناً واحترامها وعدم خرقها،
- صيانة الحقوق المادية للعامل وذلك في إطار عقد مسبق بين الطرفين متفق عليه من كليهما،
- تحقيق المساواة والعدالة بين العاملين من حيث الأجور والمكافآت وفرص التدريب،
- مراعاة حق الموظف الجديد في التعرف على توصيف دقيق لوظيفته ومساعدته في الاندماج المهني في المؤسسة، تعريفه باللوائح القانونية والتنظيمية الداخلية للمؤسسة،
- تمكين العاملين للمشاركة في القرارات الإدارية الهامة التي تتعلق بالمؤسسة والمساهمة في حل مشكلاتها،
- حق العميل النقابي، حيث يجب أن تمنح المؤسسة ترخيصاً يسمح بممارسة حرية العمل النقابي من أجل حماية حقوق العملين فيها،
- حف العميل في الاتصال بشكل مباشر مع الإدارات العليا من مستواه التنظيمي.

✓ **تقييم الأداء**: تبرز المسؤولية الاجتماعية لتقييم الأداء في:[39]

- يجب أن ترتبط عملية التقييم بالإجراء الإداري والقانوني الموافق، ففي حالة الأداء الجيد يجب أن يحصل العامل على مكافأة بغرض تشجيعه، وفي حال الأداء السلبي يمكن أن يتعرض العمل لعقاب بحسب درجة إهماله.
- عدم الاكتفاء بالتحفيز المادي، بل يجب أن يحظى العامل على قدر كاف من التقدير والإحرام نير ما يقدمه من عمل متقن في المؤسسة.

[38] – محمد فلاق مرجع سبق ذكره ص 64

[39] – رشيدي حميدة – مرجع سبق ذكره –ص57.

– أن تستخدم إدارة الموارد البشرية مختلف أساليب تقييم الأداء التقليدية منها والحديثة مع الاطلاع الدائم.

– لا يجب أن تكون الرقابة على الأداء رقابة لصيقة مباشرة لأنها ستؤدي إلى مضايق العمال ويصبح الأمر أكثر استفزازاً لهم.

✓ **برامج تحسين الحياة المهنية:** و تكون كما يلي:[40]

– جعل مكان العمل جذاباً وإعطاء العمل معنىً متجدداً تقل فيه حالات الضغط النفسي والجسدي والإرهاق من خلال التركيز على البرامج.

– التقليل من الروتين ضمن أنشطة هذه البرامج التي تشمل أيضاً إعادة تصميم العمل باستمرار ويشمل ذلك إثراء العمل وإغنائه.

– إن أنشطة هذه البرامج تساعد في خلق ثقافة تنظيمية قيمة وتعزز اتجاهات قيم مشتركة بحيث يصبح مكان العمل جذاباً ومريحاً.

– أن تساهم هذه البرامج في التقليل من حدة انتشار الأمراض المهنية وأمراض العصر من خلال تعزيز الانسجام بين بيئة العمل والبيئة العامة والتركيز على معايير السلامة المهنية،

– أن تسعى المؤسسة إلى توفير جو من الرّاحة والمتعة في مكان العمل من خلال مجموعة من الممارسات منها:

– الاهتمام بالنشرات الجدارية في مكان العمل بما ينشر فيها من مواضيع تساهم في إشاعة جو من المرح والإشادة بالعاملين،

– يجب أن تحتفل المؤسسة بأيام المناسبات الخاصة،

– الاحتفال بالإنجازات التي تحققها المؤسسة أو الأفراد سواء من خلال حفلات مسائية أو حفلات شكر وتقدير للعاملين.

✓ **حماية المرأة العاملة:** تحتل المرأة مكانة متميزة في أي مجتمع حيث أنها تمثل نصف هذا المجتمع **و**تتجسد المسؤولية الاجتماعية اتجاه المرأة من خلال:

– مكافحة كافة أشكال استغلال المرأة وابتزازها في مكان العمل،

– وضع السياسات المناسبة والواضحة والشفافة للحد من انتهاك حقوق المرأة،

[40] – رشيدي حميدة – مرجع سبق ذكره ص 57

- توفير خدمات الحضانة،

- القضاء على جميع أشكال التميز ضد المرأة استناداً إلى اتفاقية الجمعية العامة للأمم المتحدة1997.

✓ **إدماج المعوقين:** شجعت المنظمات الحكومية الدولية و المنظمات غير الحكومية على اتخاذ تدابير ملموسة من أجل إدماج منظور الإعاقة ضمن عملية التنمية و ذلك بـــ:[41]

- ضمان تكافؤ الفرص بين الأشخاص المعوقين وغيرهم من الأشخاص، والنهوض بحمايتهم من أي أشكال التمييز في مجال العمل.
- توفير التكوين والتطوير بما يؤدي إلى تأهيلهم للعمل،
- توفير تجهيزات وأدوات خاصة بهم تساعد على مواصلة حياتهم اليومية،
- دعم الجمعيات التي تساعد على دمجهم بالمجتمع كالأندية الثقافية .....
- إقامة مداخلوطرقات خاصة بهم.

المبحث الثالث: ماهية محاسبة المسؤولية الاجتماعية

إن ظهور مفهوم المسؤولية الاجتماعية أدى إلى ظهور مفهوم جديد في المحاسبة ألا وهو محاسبة المسؤولية الاجتماعية وكان ذلك في بداية العقد السادس من القرن العشرين أي في هذا الأخير ظهرت المحاسبة لتضع معايير لقياس الأداء الاجتماعي.

المطلب الأول: نشأة محاسبة المسؤولية الاجتماعية.

نظراً لظهور المسؤولية الاجتماعية كان لزاماً على الفكر المحاسبي أن ينشأ فرع جديد من المحاسبة سمي بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية لذلك سنتناول في هذا المطلب مراحل ظهور محاسبة المسؤولية الاجتماعية.

الفرع الأول: مراحل ظهور المسؤولية الاجتماعية

– **المرحلة الأولى:** و تمثل هذه المرحلة مرحلة إنشاء و تكوين الجانب الفني للمحاسبة، و جذورها إلى 4500سنة قبل الميلاد أي رغبة الأفراد في الاحتفاظ بسجلات لمتابعة ممتلكاتهم و إثبات التعديلات التي تطرأ على هذه الممتلكات، ولقد كانت وظيفة المحاسب تهدف بالدرجة الأولى إلى المحافظة على الأموال والممتلكات و بازدياد نطاق المعاملات ظهرت الحاجة إلى نظام لضبط عملية التسجيل في الدفاتر و الحسابات فظهرت طريقة القيد المزدوج أي أنه أصبح لدى المحاسبين ما يمكن تسميته "بنظرية تشخيص

[41]– منيرة سلامي – مرجع سبق ذكره –ص 598-599.

الحسابات"و هي عبارة عن مجموعة من القواعد التي تنظم عملية الإثبات في الحسابات، حيث ركزت نظرية تشخيص الحسابات على أهداف تحديد المركز المالي و هي اهتمامات أصحاب الأموال في ذات الوقت إلا أنه نتيجة تشعب الأعمال و ظهور الرغبة من قبل أصحاب الأموال في تحديد مدى نجاح المشروع في تحقيق أغراضهم اتضحت أهمية قائمة للدخل، و بالتالي استبدلت نظرية تشخيص الحسابات التي وجهت إليها الكثير من الانتقادات بنظرية أخرى عرفت "بنظرية العمليات" و التي اعتمدت على أساس الاستحقاق و أصبحت هذه الأخيرة هي الأساس في تفسير الأحداث و العمليات من حيث أثره على الوحدة المحاسبية، وعلى الرغم من زيادة قائمة الدخل، إلا أن قائمة المركز المالي لا تزال تحتل مكان الصدارة وذلك نظراً للاهتمام الزائد للرقابة على الممتلكات، وبقيت قائمة الدخل مجرد حلقة وصل بين الميزانيات هدفها الرئيسي استكمال التوازن الحسابي الذي يتطلبه نظام القيد المزدوج وفعلا نجد أنه قد نتج عن نشاط المحاسبين، أي أن في هذه المرحلة ذخيرة وفيرة من الأساليب و القواعد التي لا زالت تثبت فائدتها في التطبيق.[42]

– **المرحلة الثانية:** مرحلة الاهتمام بالمحاسبة مهنيا و أكاديميا، أي لم يكتفي بالنظر إلى المحاسبة على أنها مجرد أداة داخلية للرقابة، فقد توجه الاهتمام منذ بداية القرن التاسع عشر إلى تطوير المحاسبة مهنيا و أكاديميا و كان هذا التطوير نتيجة عدة عوامل أهمها:[43]

- ظهور الثورة الصناعية.
- ظهور مشروعات المساهمة.
- فرض ضرائب الدخل على الأفراد والمشروعات وكانت المحصلة الرئيسية لهذه العوامل الاهتمام بأمور المحاسبة من زاويتين متكاملتين " مهنيا وأكاديميا"

– **المرحلة الثالثة:** وهي مرحلة المحاسبة كنظام للمعلومات، حيث يتألف نظام المعلومات الرئيسي من نظامين فرعيين للمعلومات هما:[44]

- **النظام الفرعي الأول:** يسمى "نظام المحاسبة الإدارية" الذي يوفر المعلومات التي تحتاجها إدارة المشروع فيما يتعلق بوظائفها المختلفة (تخطيط – تنظيم – توجيه – رقابة):

---

[42] – محمد سالم اللؤلؤ – مدى إمكانية تطبيق المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركات المساهمة العامة – رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجيستير –كلية التجارة – الجامعة الإسلامية – غزة – 2009 – ص 21.

[43] – ليلى بوحلة – واقع تطبيق محاسبة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية – رسالة ماستر –كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية – جامعة الدكتور يحي فارس – المدية –2016 – ص 44.

[44] – عمران نادية – مدى إمكانية تطبيق محاسبة المسؤولية الاجتماعية – رسالة ماستر كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة الدكتور يحي فارس – المدية – 2016– ص 44

❖ **النظام الفرعي الثاني**: ويسمى "نظام المحاسبة المالية التقليدية" حيث تعد هذه الأخيرة هي المسؤولة عن تزويد الأطراف الخارجية بقدر كبير من المعلومات التي يحتاجون إليها، كما اتجهت المحاسبة في هذه المرحلة نحو استخدام أساليب التحليل الكمي مثل: الإحصاء وبحوث العمليات وذلك بهدف إعداد الموازنات التخطيطية والتعرف على احتياجات نماذج اتخاذ القرار من المعلومات وبذلك أصبح المحاسب هو المسؤول الرسمي عن نظام المعلومات.

المرحلة الرابعة:[45] وهي مرحلة المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية و التي تعد من أهم مراحل التطور المحاسبي،

حيث أدى تزايد المشروعات إلي زيادة تأثيرها على البيئة الداخلية والخارجية، الأمر الذي أدى إلى تزايد الاهتمام بالوسائل التي يمكن أن تظهر بصدف الآثار السلبية والايجابية الناتجة عن أنشطة هذه المشروعات، لذلك برزت دعوات من قبل الهيئات الحكومية الإشرافية والمؤسسات الاجتماعية والبيئية.

الفرع الثاني: مفهوم محاسبة المسؤولية الاجتماعية.

✓ عرفت لجنة المجلس القومي للمحاسبين المحاسبة الاجتماعية على أنها: "تحديد و قياس و متابعة التقرير عن التأثيرات الاجتماعية و الاقتصادية لأحد التنظيمات على المجتمع، ويستهدف منها تحقيق كل من الأغراض الإدارية الداخلية بالإضافة إلى أغراض المساءلة المحاسبية الخارجية، كما أنها تعبر عن نتيجة القيم التي تقود المجتمع إلى إعادة تحديده للمسؤولية الاجتماعية للشركة".[46]

✓ هناك من عرف محاسبة المسؤولية الاجتماعية على أنها: "نظام يهدف إلى جمع البيانات التي تعكس نشاط كل مسؤول خلال فترة معينة مقارنة بالمسؤوليات المحددة و نشرها في التقارير و ذلك لتقييم أداء الشخص و قدرته على التحكم في التكلفة".[47]

✓ هناك من عرفها على أنها:"".[48] المحاسبة التي تقوم على تقويم وتقييم الأحداث الاجتماعية والاقتصادية معا سواء للحكومات والمشروعات على اعتبار ان المحاسبة التقليدية تقوم بقياس الاحداث الاقتصادية فقط.

من خلال التعاريف السابقة يمكن استخلاص تعريف شامل لمحاسبة المسؤولية الاجتماعية وهو:

---

[45]– عمران نادية – مرجع سبق ذكره ص 44.

[46]– أمين السيد أحمد لطفي – المراجعة البيئية – الدار الجامعية –الإسكندرية – 2015–ص 5.

[47] – أحمد حلمي جمعة – محاسبة التكاليف المعيارية – دار صفاء للنشر والتوزيع – عمان 2011– ص 325

[48]– علاء جميل مكط الزحيم– دور آليات حوكمة الشركات في الرقابة على تكاليف المسؤولية الاجتماعية – دراسة تطبيقية في عينة من المصارف العراقية الخاصة – مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية – المجلد 17 – العدد 1 لسنة 2015 –كلية الإدارة والاقتصاد – قسم المحاسبة – العراق–ص 167.

محاسبة المسؤولية الاجتماعية هي مجموعة الأنشطة التي تختص بقياس وتحليل الأداء الاجتماعي لوحدة محاسبية معينة وتوصيل تلك المعلومات اللاّزمة للفئات والطوائف المختصة وذلك بغرض مساعدتهم في اتخاذ القرارات وتقييم الأداء الاجتماعي.

المطلب الثاني: أهمية وأهداف محاسبة المسؤولية الاجتماعية

محاسبة المسؤولية الاجتماعية هذا راجع لأهميتها وضرورة وجودها في تسيير المؤسسات والحرص على مساءلتها بمدى التزامها بالمسؤولية الاجتماعية وكذلك لتحقيق أهداف معينة لذلك سنتناول في هذا المطلب أهمية وأهداف محاسبة المسؤولية الاجتماعية.

الفرع الأول: أهمية محاسبة المسؤولية الاجتماعية:

ازدادت أهمية المحاسبة الاجتماعية للعديد من العوامل أبرزها:[49]

1. تزايد الاعتراف بالمسؤولية الاجتماعية للوحدات الاقتصادية: لم يعد معيار مقياس تقسيم الأداء المؤسسة الاقتصادية هو تعظيم الربح مع مراعات العمل الاجتماعي للمؤسسة وتوفير البيانات الملائمة عن التكاليف وما يترتب عليها من منافع وكيفية توزيعها على المجتمع.

2. نتيجة التطور الصناعي وتجاري والتكنولوجي تزايدت المطالبة من قبل الجهات المهنية للمؤسسات الاقتصادية بالإفصاح عن البيانات ذات المضمون الاجتماعي ويبرز هذا الاتجاه من خلال استعراض النقاط التالية:

- ظهور اقتراحات من قبل مجموعة العمل لدراسة أهداف القوائم التابعة لمجمع المحاسبين الأمريكيين.
- تكوين عدد من اللجان التابعين لمجمع المحاسبين الأمريكيين ولدراسة وتطوير أنظمة القياس لدى المحاسبة الاجتماعية لمساعدة المؤسسات الاقتصادية في هذا المجال.
- مطالبة لجنة بورصات الأوراق المالية الأمريكية للمؤسسات بضرورة الإفصاح عن سياسة المؤسسة في مجال محاربة تلوث البيئة وما تم تنفيذه منها.
- تخصيص مجمع المحاسبين الأمريكيين إحدى اللجان التابعة لهم تحت اسم المحاسبة لأغراض الأداء الاجتماعي.

ت- تلعب التكاليف الاجتماعية دورا هاما في تحديد التكلفة الحقيقية لنشاط المؤسسة من خلال مقابلة الإيرادات بشكل يجعل القوائم المخصصة لتلك الأنشطة تعبر عن التكلفة الحقيقية لنشاط المؤسسة.

[49] -ليلى بوحلة –مرجع سبق ذكره ص33 ص34.

ث- التركيز الكثير من قبل المفكرين ودراسة الجوانب الاجتماعية من ناحية التكاليف وإهمال المنافع الاجتماعية المتحققة منها.

الفرع الثاني:أهداف محاسبة المسؤولية الاجتماعية:

تلعب محاسبة المسؤولية الاجتماعية دورا استراتيجيا في المؤسسات بصفة عامة ونظرا لمكانتها وأهميتها فهناك أهداف تسعى لها المؤسسات من خلال تبيينها المسؤولية الاجتماعية يمكن إدراجها فيما يلي:[50]

1- تحديد و قياس صافي المساهمة الاجتماعية للمنشأة التي لا تشتمل على عناصر التكاليف و المنافع الخاصة و الداخلية للمنشأة فقط بل أيضا العناصر الخارجية و التي لها تأثير على جميع قطاعات المجتمع.[51]

2- تقييم الأداء الاجتماعي للمنظمة وذلك من خلال تحديدها إذا كانت استراتيجية المنظمة وأهدافها تتماشى مع الأولويات الاجتماعية من جهة، ومع طموح المنظمة للأفراد بتحقيق نسبة معقولة من الأرباح

الإفصاح عن الأنشطة التي تقوم بها المنظمة والتي لها أثر اجتماعي (أثر قرارات المنظمة على تعليم وصحة من جهة أخرى، وتمثل العلاقة بين أداء منظمات الأعمال الاقتصادية والرفاهية الاجتماعية العنصر الجوهري لهذا الهدف من الأهداف المحاسبة الاجتماعية ويرتبط هذا الهدف أيضا بوظيفة القياس المحاسبي.

3- العاملين وعلى تلوث البيئة وعلى استهلاك الموارد)، وُ ظهِر هذا الهدف ضرورة توفير البيانات الملائمة عن الأداء الاجتماعي للمنظمة ومدى مساهمتها في تحقيق الأهداف الاجتماعية، وأيضا إيصال هذه البيانات للأطراف المستفيدة الداخلية والخارجية على حد سواء، من أجل ترشيد القرارات الخاصة والعامة المتعلقة بتوجيه الأنشطة الاجتماعية وتحديد النطاق الأمثل لها سواء من وجهَة نظر المستخدم أو من وجهة نظر المجتمع ويرتبط هذا الهدف بوظيفة الاتصال المحاسبي.

المطلب الثالث: مداخل محاسبة المسؤولية الاجتماعية ومكوناتها.

العديد من الدراسات والأبحاث تتناول تطور الفكر المحاسبي في مجال المسؤولية الاجتماعية وقد خلصت إلى أنه يمكن التمييز بين ثلاثة مداخل رئيسية للمحاسبة للمسؤولية الاجتماعية.

[50]- أحمد صالح أبو سمرة – معوقات الافصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقرير شركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية – رسالة ماجستير – جامعة غزة 2009 ص 26-27

الفرع الأول:مداخل محاسبة المسؤولية الاجتماعية ومكوناتها.

يوجد ثلاث مداخل لمحاسبة المسؤولية الاجتماعية سنعرضها فيما يلي:

- **المدخل الأول:** ويعرف بمدخل "الملاك أو المساهمين " و يجد جذوره في النظرية الاقتصادية الكلاسيكية التي تَعتبِر أن للمنشأة هدفاً وحيداً يتمثل في تعظيم الربح بالنسبة للملاك والمساهمين و هذا المفهوم يقرر أن المحاولة الاقتصادية الوصول إلى تعظيم الربح في ظل الإطار الأخلاقي و القانوني القائم الذي سوف يؤدي إلى تحقيق مصالح المجتمع ككل، و قد تبنى **"فيردمان"** ذلك المفهوم الكلاسيكي للمسؤولية الاجتماعية حيث رأى أن منظمات الأعمال يجب أن تحقق أرباحاً و تتوسع في خلق فرص عمل من خلال زيادة حجمها و فتح فروع جديدة لها حيث أكد أن المنظمات ستدعم الحكومة بشكل أفضل عندما تحقق أرباحاً كبيرة وتسدد نتيجة ذلك ضرائب أكثر، و هذا سينعكس بشكل مشاريع حكومية أكثر تسهم في رفع مستوى المعيشة و زيادة رفاهية المجتمع .[52]

- **المدخل الثاني:** ظهر هذا المدخل في أوائل السبعينات من القرن لماضي، حيث يرى بأن إدارة المؤسسة يجب أن تتخذ القرارات التي تساعد على إحداث التوازن العادل بين مطالب المساهمين ومطالب العاملين ومطالب العملاء ومطالب المجتمع والمدخل الثاني يأخذ بالاعتبار أهمية اجتماعية عند السعي لتحقي هدف تعظيم الربح وبهذا تتحمل المسؤولية نوعين من المسؤولية:

✓**مسؤولية اجتماعية:** تتمثل في المساهمة في تحقيق الرضاء الاجتماعي والحد من الآثار السلبية لنشاط المؤسسة.

✓**مسؤولية خاصة:** تتجلى في تحقيق الأرباح لأصحاب المؤسسة.

- **المدخل الثالث:** اعتبار المحاسبة الاجتماعية فرعاً متميزاً له خصوصية داخل الإطار العام للمحاسبة، كما هو الحال لباقي فروع المحاسبة الأخرى كالمحاسبة الإدارية و المحاسبة المالية و محاسبة التكاليف و محاسبة الموارد البشرية، هذا المدخل ينظر إلى المنشأة أنها نظام اجتماعي فرعي داخل النظام الاجتماعي وبالتالي يجب على إدارة المشروع أن تحافظ على التوازن مع هذا النظام الاجتماعي الأكبر، و ذلك تحقيقا لأغراض البقاء و النمو.[53]

[52] – ربح الله هالة – أثر محاسبة المسؤولية الاجتماعية على الإفصاح المحاسبي – رسالة ما ستر – كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير– جامعة المدية – 2016 – ص71.

[53] – ربح الله هالة – نفس المرجع – ص 72.

الفرع الثاني:مكونات نظام محاسبة المسؤولية الاجتماعية

عند وجود أي نظام لابد من وجود مكونات له لذلك سنستعرض مكونات محاسبة المسؤولية الاجتماعية:[54]

– أطراف مستفيدة من داخل المجتمع: تتميز العملية الاجتماعية بما لها من آثار خارجية وداخلية على المجتمع، ومن ثم فمن الضروري وجود طرف خارجي يستفيد من أنشطة المشروع التي تتم من خلال تبادل السوق أم لا ومن أمثلة هذه الأطراف " المستهلكين والعاملين".

– **تأثير ملموس على المجتمع من القيام بالعملية:** تنقسم طبيعة تأثر العمليات الاجتماعيةإلى تأثير نابع من التقدم التكنولوجي، وتأثير ناشئ من تطبيق السياسات الإدارية للمشروع، وتمثل العمليات والأنشطة التي يتخذها المشروع لتحقيق الأمان في استخدام المنتج أو تحسين كفاءة أو جودة الخدمة المنتجة أمثلة للتأثير المرتبط بالتقدم التكنولوجي على المستهلكين، ومن ناحية أخرى نجد أن الصدق في الإعلانات الموجهة للجمهور، والاستجابة لاحتياجات المستهلك تمثل أنواعا من التأثيرات ذات الطابع الإداري على المستهلكين.

– **استخدام معدلات لتسعير المنافع والتكاليف الاجتماعية المرتبطة بكل عملية اجتماعية:** أي أن هذه العملية لا تخضع لاختبارات السوق، وبعد هذا التحديد الواضح لمكونات العملية الاجتماعية يتم تطبيق النظام المحاسبي بهدف إظهار تأثير كل عملية من صافي الدخل الاجتماعي وحقوق المجتمع من ناحية أخرى.

المطلب الرابع: مشاكل المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية

نظرا لانتشار مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الآونة الأخيرة والتداخل الحاصل بين الأنشطة الاقتصادية والأنشطة الاجتماعية واجهت محاربة المسؤولية الاجتماعية مجموعة من المشاكل كصعوبة قياس العوائد والتكاليف الاجتماعية وغيرها.

الفرع الأول: مشكلة نطاق المسؤولية الاجتماعية للمشروع

إن مجالات المسؤولية الاجتماعية ذات طبيعة متحركة تتغير من زمن إلى زمن آخر تبعا لتغيرات الظروف الاقتصادية و الاجتماعية السائدة و لتقدم المعرفة العلمية بآثار بعض الظواهر البيئية و الاجتماعية و تبعا لتغيرات القيم و المواقف في المجتمع، إن ما هو مستبعد حليا من الرقابة و تقييم الأداء

[54]– عمران نادية – مرجع سابق – ص 48.

الاجتماعي في المشروع قد يصبح محوراً للاهتمام، لذلك ليس هناك نطاق ثابت محدد للأنشطة الملائمة، فمن الطبيعي وجود بعض التباين في تحديد هذه الأنشطة و تبويبها في مجموعات متجانسة.:[55]

الفرع الثاني: مشكلة قياس التكاليف الاجتماعية على مستوى المنظمة:

هناك اختلاف بين وجهة النظر المحاسبية و الاقتصادية، فالاقتصاديون يعتبرون أن التكاليف تتمثل في الأضرار التي يتحملها المجتمع نتيجة ممارسة المنظمة لنشاطها الاقتصادي، أي أن تكلفة الاجتماعية تمثل الأعباء التي ترتبت على المجتمع نتيجة للآثار الخارجية السلبية للمشروع، أما من وجهة نظر المحاسبين تعتبر التكلفة الاجتماعية المبالغ التي تنفقها المنظمة نتيجة اضطلاعها بمسؤوليتها الاجتماعية بصفة اختيارية أو إلزامية، بالإضافة إلى عدم حصولها على منفعة أو عائد اقتصادي مقابل هذه التكاليف، نجد أن المفهوم يعتمد على التكلفة الفعلية أساسا في القياس.[56]

الفرع الثالث: مشكلة قياس العوائد الاجتماعية:

تأخذ أبعادا أكثر من مشكلة قياس التكاليف الاجتماعية، نظرا لكونها تتحقق لأطراف قد تكون من خارج التنظيم كالمستهلكين أو العملاء أو البيئة المحيطة، أو قد تكون من داخل التنظيم كالعاملين أو لكل الأطراف في آن واحد سواء داخا أو خارج التنظيم.[57]

[55]– عمران نادية – مرجع سبق ذكره ص 50.

[56]– فاطمة قلودة – مرجع سبق ذكره ص 15.

1– سلامة نبيل – بحوث في المحاسبة والمراجعة الاجتماعية – الطبعة الثانية – بور السعيد – مصر – 1990 –ص 18.

خلاصة الفصل:

إن عملية دمج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية تعني إدخالها ضمن النظام الإداري لها من خلال تجسيدها في كافة المستويات الإدارية والتي تتم عبر عدة مراحل حيث تصبح ضمن السياسة العامة للمؤسسة وتمثل مبدأ من مبادئها التي تسير عليها، ويظهر هذا من خلال تطبيقها في مختلف وظائف المؤسسة (الإنتاج، الشراء، التسويق....) والتي جميعها تقوم على أسس ومبادئ المسؤولية الاجتماعية، وكل هذا في ظل خضوعها لمبادئ محاسبة المسؤولية الاجتماعية والتي تعنى بتقييم نشاط المؤسسة الاجتماعي ومدى احترامها للمسؤولية الاجتماعية.

الفصل الثالث:

نماذج لمؤسسات مطبقة للمسؤولية الاجتماعية

تمهيد:

بعد التطرق في الجانب النظري إلى مفاهيم كل من المؤسسة الاقتصادية و المسؤولية الاجتماعية و محاسبة المسؤولية الاجتماعية ارتأينا أن ندرس في هذا المبحث مدى تطبيق وتجسيد ما تطرقنا إليه في نظريا ومدى تجسيده في الواقع العمليمن طرف المؤسسات،و ذلك من خلال دراسة نماذج لبعض المؤسسات المطبقة للمسؤولية الاجتماعية من مختلف الدول حول العالم حيث قمنا بأخذ نماذج من دول متقدمة و دول نامية وبعض المؤسسات في الجزائر أيضاً.

المبحثالأول:نماذج بعض المؤسسات في الدول المتقدمة.

من المتعارف علية في العقود الأخيرة أن الدول المتقدمة أصبحت هي دائما السباقة والرائدة في كل المجالات وليس في التكنولوجيا فقط فهي دائما تسعى لأن تكون في أعلى المستويات ولها مكانتها في العالم ، وهذا مانجده في مؤسساتها حيث معظم المؤسسات الناجحة عالميا تكون تابعة للعالم المتقدم وإضافة لهذا النجاح المحقق تلعب هذه المؤسسات دورا هاما في التنمية المستدامة فمن خلال تبنيها للمسؤولية الاجتماعية فهي تساهم في تطور المجتمعات وليست المحلية فقط بل تتعدى حدودها الجغرافية وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المبحث بحيث سنعرض أهم المؤسسات العالمية والتي لها دور فعال في تنمية المجتمع.

المطلبالأول :نموذجمؤسسة كوكاكولا (أمريكا).

تعد شركة كوكاكولا من ابرز الماركات العالمية في صناعة المشروبات بمختلف أنواعها وهي تصنف في المراتب الأولى من حيث نسبة المبيعات عالميا مقارنة بالمؤسسات العاملة في نفس القطاع,أما من جانب المسؤولية الاجتماعية فتعتبر كوكاكولا من ابرز المؤسسات المتبنية لسياسات ومبادئ المسؤولية الاجتماعية وذلك لما تقدم من دعم ومساعدات لمختلف شرائح المجتمع في مختلف المناطق حول العالم.

الفرعالأول:نشأة مؤسسة كوكاكولا.

بدأت قصة مؤسسة كوكاكولا منذ العام 1886 في ولاية جورجيا الأمريكية مع شخصية الصيدلي جون ستين بمبرتين حيث قام بخلط سائل بلون الكراميل مع ماء غازي متحصلا بذلك على مشروب,وأسرع به ليقدمه إلى صيدلية جاكوب المجاورة له وبدأ يقدمه للزبائن لتذوقه وجميعهم وجدوا بان هناك شيئا مميزا بهذا المشروب[1],وبعدها أصبحت صيدلية جاكوب تبيعه على انه علاج لإدمان المورفين وسوء الهضم والصداع حيث كان هناك اعتقاد سائد في الولايات المتحدة الأمريكية بأن المياه الفوارة مفيدة للصحة وكان سعر الكوب الواحد 5 سنتات وخلال السنة الأولى لم يكن يبع بمبرتين إلا 9 أكواب يوميا.[2]

أما اسم الشركة فيرجع إلى فرانك روبنسون محاسب بمبرتين حيث قام بتصميمه بخط يده ولا يزال يستعمل نفس التصميم إلى يومنا هذا ولم يطرأ عليه أي تغيير.[3]

[1] https://ar.coca-colaarabia.com/our-company/125-years-of-sharing-happiness (18-04-2018).
[2] http://www.mo22.com (18-04-2018).
[3] http://www.aliqtisadi.ps/article/56738 (18-04-2018).

ولكن توفي بمبرتين عام 1888م دون أن يشهد نجاح المشروب الذي اخترعه وبعد حوالي 3 سنوات اشترى المؤسسة آسا غريغركاندلر وهو رجل أعمال وأسسها من جديد في 29 جانفي 1892م حيث أصبح أول رئيس للمؤسسة وأول من وضع إستراتيجية لها.

وأيضا من الشخصيات الأكثر تأثيرا في كوكاكولا روبرت وودرف الذي أصبح رئيسا لها سنة 1923م وأمضى 60سنة على رأس الشركة وقام بإشهار المشروب في باقي أنحاء العالم.[1] وذلك لعبقريته في مجال التسويق حيث كان يرى فرا للنمو في كل شيء حيث قام بإخراج كوكاكولا أول مرة للعالم عام 1928م حين كان برفقة الوفد الأمريكي للألعاب الأولمبية بأمستردام حيث انتهز الفرصة وقام ببيع كوكاكولا للجمهور الرياضي.

أما الخروج الفعلي لكوكاكولا للعالم الخارجي كان فترة الحرب العالمية الثانية حيث قامت الولايات المتحدة الأمريكية بإرسال آلاف الرجال والنساء إلى الخارج وجندت الدولة وكوكاكولا لدعمهم فأمر وودرف بأن كل من يلبس لباس الجيش يحصل على زجاجة كوكاكولا بخمس سنتات فقط حيثما وجد عبر العالم ومهما كلف المؤسسة ذلك.

فخلال الحرب تزايد عدد الأشخاص الذين تذوقوا كوكاكولا وبعد الهدنة أصبح لدى كوكاكولا ركائز قوية لتوسيع نشاطها عبر العالم وتمكن وودرف بذلك من تحقيق أمنيته وذلك بجعل كوكاكولا تصبح في متناول الجميع عبر العالم والآن تباع مشروبات كوكاكولا في أكثر من 200 دولة في العالم.[2]

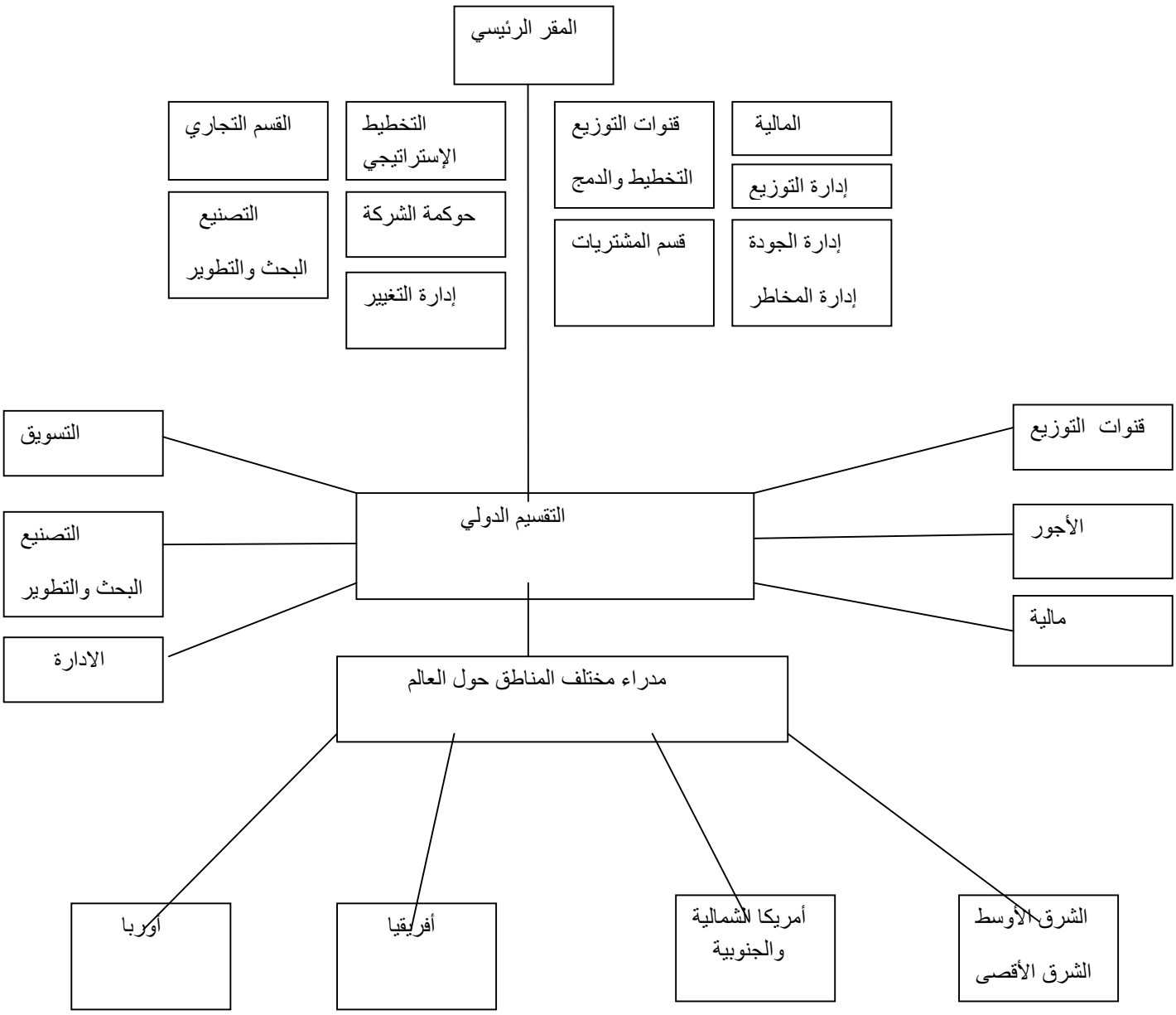
ولكوكاكولا عدة منتجات نذكر منها [3]:

- مشروبsparletta
- مشروب kinley soda
- مشروب kuat
- مشروب bibo
- مشروب mezzo mix
- مشروب lilt.

[1] http://www.aliqtisadia.com (18-04-2018).
[2] https://ar.coca-colaarabia.com/our-company/125-years-of-sharing-happiness (18-04-2018).
[3] http://althawagah.com/18516 (18-04-2018).

الفرع الثاني:الهيكل التنظيمي لمؤسسة كوكاكولا.

الشكل رقم(03): الهيكل التنظيمي لمؤسسة كوكاكولا.



المصدر:التقرير السنوي لمؤسسة كوكاكولا لسنة 2015.

الفرعالثالث: كوكاكولا والمسؤولية الاجتماعية.

1- لماذا مؤسسة كوكاكولا ؟

لقد تم اختيار حالة مؤسسة كوكاكولا كنموذج على وجه التحديد باعتبارها واحدة من العلامات التجارية الأكثر شهرة في العالم ولأن الشركة تعلن وبشكل صريح عن مسؤوليتها الاجتماعية.

حيث يقول رئيس مجلس الإدارة و الرئيس التنفيذي MuhtarKent :

نحن ندعم الميثاق العالمي للأمم المتحدة ونرى جهود الاستدامة لدينا أولا وقبل كل شيء والشيء الصحيح الذي ينبغي عمله هو استمرار المواطنة المسئولة للمؤسسة والتي بدأت في المؤسسة الأم لدينا.

2- واقع سياسات المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة كوكاكولا.

في عام 2007 أطلقت مؤسسة كوكاكولا مشروع الاستدامة والذي يشكل جزءا لا يتجزأ من النظام على جميع المستويات من النتاج والتعبئة والتغليف والتوزيع، فوضعت المؤسسة لنفسها أهدافا قابلة للقياس لدعم وتحسين ممارسات الأعمال المستدامة وحددت من خلال سياسة المسؤولية الاجتماعية سبعة مجالات أساسية وهي: فوائد المشروبات، الحياة الصحية النشطة ,المجتمع ,الطاقة والمناخ,التعبئة والتغليف المستدام,ادارة المياه ,اماكن العمل .

فضلا عن ذلك تعتمد المؤسسة على قواعد السلوك المهني الذي يهدف إلى توفير مبادئ توجيهية لموظفيها في قضية المنافسة ومكافحة الفساد,وقد اعتمدت المؤسسة المبادئ التوجيهية للمسؤولية الاجتماعية للشركات الدولية المتعلقة بالعمال التجارية وحقوق الإنسان والمعنونة في إطار الأمم المتحدة بالحماية والاحترام والإنصاف [1].

وعلى الرغم من أن المؤسسة لم تدمج هذه المبادئ في قانون أعمالها إلا أنه تم تضمين هذه المبادرات للمسؤولية الاجتماعية في أنشطة وسياسات المؤسسة حيث عند الاطلاع على الهيكل التنظيمي للمؤسسة لا نجد قسم أو مركز خاص بالمسؤولية الاجتماعية.

[1] Cristina A cedillo Torres ,Al Four case studies on corporate social responsibility :Do Conflicts Affects a company CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY POLICY ? Utrecht law review, vol.8 ,no 3,November 2012.P 53.

وفيما يلي عرض لمختلف مساهمات مؤسسة كوكاكولا ضمن إطار مسؤوليتها الاجتماعية

1/صرحت كوكاكولا في مؤتمر صحفي موسع عن تحملها سداد ديون 1000 غارمة من مختلف محافظات مصر لأول مرة في تاريخها بالتعاون مع مؤسسة مصر الخير لتحريرهن من السجون وعودتهن إلى منازلهن.وذلك في إطار استكمال برنامج كوكاكولا الطموح للمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع المصري وتوافقا مع استراتيجية المؤسسة العالمية التي تهدف أن تصبح جزءا من الحياة اليومية عند الكثيرين حول العالم.

وقالت غادة مكادي المدير الإقليمي للاتصالات والعلاقات الخارجة بالمؤسسة أن كوكاكولا تعتزم توريد هذه المبالغ للإفراج عن الغارمات قبل عيد الفطر لسنة 2016 مشيرة إلى أن تحمل المؤسسة لمسؤوليتها المجتمعية بات خيارا رئيسيا لتطوير الحياة والمساعدة في التمكين الاجتماعي للأسر. وأكدت على أن المؤسسة وللعام الثاني على التوالي توقفت عن إجراء أي حملات إعلانية ترويجية لمنتجاتها خلال شهر رمضان بهدف توجيه مخصصاتها المالية لمشروعاتها الاجتماعية والتنموية [1].

2 – أما في فلسطين فقد قامت مؤسسة كوكاكولا بعدة مبادرات خيرية منها[2]

في مجال الصحة فقد ساهمت كوكاكولا بتأسيس مكتبات للأطفال في المستشفيات الحكومية وتزويد مكتبة الأطفال في مستشفى جمعية المقاصد الخيرية الإسلامية في القدس بمواد ومعدات حديثة وتجديد قسم أمراض الدم وزراعة النخاع بمستشفى المطلع وإعادة تصميمه بناء على أحدث المواصفات الصحية العالمية.

كما وتدعم المؤسسة برامج تدريبية لطلاب الجامعات فهي تهتم بالتنمية الصحية من خلال دعم وتشجيع المشاريع التي تلبي حاجات ملحة في ذلك القطاع فعلى سبيل المثال برنامج أمواج فرع التدريبي الذي هو عبارة عن برنامج تدريبي تم تصميمه وتنفيذه وتقييمه بالتعاون مع مؤسسة انجاز فلسطين حيث يهدف البرنامج إلى تزويد طلاب المدارس والجامعات الأكاديمية والكليات والمعاهد التقنية بالمهارات الريادية.

أما مشروع كلنا قادمون هو الذي تم تصميمه وتنفيذه بالشراكة مع البنك العربي ومؤسسة سنيورة ومدته 3 سنوات فهو يقدم منح دراسية في مجال إدارة الأعمال ويتنافس طلبة البكالوريوس للحصول على تلك المنحة حيث تقوم لجنة من أساتذة الجامعات الفلسطينية بدراسة وتقييم المشاريع بناء على معايير تم وضعها بالتعاون مع شركاء المشروع.

[1] https://www.shorouknews.com/news/view.aspx?cdate:2906201. (22-04-2018)
[2] https://www.shasha.ps/news/82364.html. (22-04-2018)

أما مشروع العودة للمدارس فهو يركز على الفئات والمناطق المهمشة حيث يتم توزيع الحقائب المدرسية واللوازم في بداية العام الدراسي على الأطفال ذوي الدخل المحدود وذوي الاحتياجات الخاصة وعملت المؤسسة على تزويد مختبرات الحاسوب في المدارس بأجهزة الحاسوب تماشيا مع الدول المتقدمة من خلال مشروع لنا الغد.

وفي قطاع البيئة تحرص المؤسسة على إتباع أحدث الأنظمة والمواصفات البيئية العالمة في مجال التصنيع والتصرف في المخلفات الصلبة للحفاظ على بيئة صحية خضراء.

أما في مجال الرياضة فقد سعت المؤسسة في دعم وتطوير الرياضة الفلسطينية على الساحة المحلية من خلال تأسيس ودعم الأندية والفرق والبطولات الرياضية المختلفة فقد تمكن فريق دلاسال لكرة السلة في مدينة القدس المحتلة من المشاركة في أهم البطولات والألعاب المحلية والإقليمية نتيجة هذا الدعم.[1]

المطلب الثاني: نموذج مؤسسة Toyota(اليابان).

تعد مؤسسة Toyotaمن أكبر المؤسسات المتعددة الجنسيات في مجال صناعة السيارات وذات السمعة الطيبة ولذلك فهي تسعى للحفاظ على مكانتها وكسب المزيد من الثقة لدى الناس من خلال تطبيقها للمسؤولية الاجتماعية في العديد من الدول.

الفرع الأول: نشأة وتأسيس Toyota:

يطلق عليها بالإنجليزية اسم Toyota Motors Corporation أو باختصار TMC.

ويعود أصل الحكاية إلى رجل ياباني اسمه ساكيشيتويودا الذي كانت تعمل والدته في الخياطة وبعد كبر سنها قرر هذا الرجل أن يصنع لها مكينة خياطة لمساعدتها وكانت أول مكينة خياطة في العالم وبعدها قرر فتح مؤسسة للنسيج عام 1906م وفي تلك الأثناء جاءت مؤسسة السيارات جنرال موتور الأمريكية لفتح فرع في اليابان فقرر هذا الرجل أن يصنع سيارة حيث قام لشراء سيارة من جنرال موتور وتفكيكها لقطع ليتعلم طريقة صنعها واقترح على مؤسسته أن تقوم بصناعة دفعة من السيارات وبعد نجاح هذه الدفعة قرر أن يحول اتجاه المؤسسة من صناعة ماكينات الخياطة إلى صناعة السيارات[2].

عام 1930:

[1] https://www.shasha.ps/news/82364. (22-04-2018)
[2] https://toyota.com (12-04-2018)

توفي ساكيشي وكان كيشيروا ابنه ورث حب العمل منه كما أبقى في ذاكرته قصص والده عن السيارات التي شاهدها في الولايات المتحدة الأمريكية ولم ينسى ما قاله له والده بأن مساهمته في مستقبل اليابان كانت في حياكة النسيج ويريده أن يقدم مساهمته في مجال السيارات.

وحلم كيشيرواكثيرا باليوم الذي سيتم فيه إنتاج السيارات في مصنع عائلته وكان من أهم أهدافه تصنيع هذه السيارة للناس بسعر مقبول وأداء جيد واستهلاك اقتصادي.

-عام 1935: وبعد سنوات من العمل المتواصل والأبحاث في صناعة السيارات أثمرت جهود كيشيروا وفريق عمله عن تطوير نموذج لمحرك سيارة تعمل بالبنزين وإكمال تصنيعه وقد أطلقوا عليه اسم موديل AA.

- عام 1936تم إنتاج أول سيارة Toyotaوتأثر هذا الموديل بالصناعة الأمريكية في الشكل لكن تصميم المحرك كان ياباني.[1]

وقامت المؤسسة عام 1936م بعمل استبيان لأخذ آراء الناس حول اسم المؤسسة وبناء على نتيجة الاستبيان وسهولة النطق تم تغيير الاسم منToyoda إلىToyota.

عام 1938م تأسست Toyotaموتور وقد اعتمدت المؤسسة سياسة Just in time أي في وقتها ومعناها أن الإنتاج سيكون تبعا لكمية المطلوبة فقط وفي الوقت السليم مما أدى إلى تقليص الفائض.

- انطلاقة عالمية سريعة: بدأت Toyotaبالتوسع خارج اليابان في خمسينات القرن الماضي وذلك من خلال دخولها الأسواق الأمريكية عام 1957م وكان موديل كراون هو أول سيارة تصل إلى أمريكا وبدخول موديل كور ولا عام 1965م بدأت Toyotaببناء سمعتها وزيادة مبيعاتها وتمكنت وقتها من منافسة المنتجين المحليين.
- أصبحت Toyota اكبر مصنع لإنتاج السيارات في اليابان ويبلغ الإنتاج الحالي للمؤسسة سيارة واحدة كل 4 ثواني ويبلغ عدد مصانعها 42 مصنع منتشرين في أكثر من 25 دولة[2].

وتملك مؤسسة Toyotaأسماء تجارية أخرى وهي: Lexus, Sayon , huno: وتمتلك الحصة الأكبر من Daihaitsu وتمتلك حصة من Suparo (فوجي للصناعات الثقيلة) وتمتلك أيضا حصة من Isuzu.

[1] www.alghad.com/articles/792292. (12-04-2018)
[2] www.alghad.com/articles/792292.

وأول مرة تعلن Toyotaعن أول خسارة لها منذ تأسيسها وذلك بسبب التراجع في الطلب على السيارات عالميا وبسبب الارتفاع الصاروخي لعملة الين أثناء الأزمة المالية العالمية التي بدأت عام 2008م ومع تفاقم الأزمة عام 2009م قامتToyota بتعليق كل إنتاجها في اليابان لمدة 11 يوم خلال شهر مارس .[1]

الفرع الثاني: المسؤولية الاجتماعية في .Toyota

وتتمثل أنشطتها المجتمعية في[2]

1- الأنشطة البيئية: المساهمة في التنمية المستدامة للمجتمع والمساهمة الاجتماعية في مجالات مثل التربية البيئية ودعم العمل البيئي والمحافظة على التنوع البيولوجي وذلك من خلال:

-برنامج المنح لدعم الأنشطة البيئية التي تنفذها المنظمات غير الهادفة للربح والذي بدأ عام 2000 تحت شعار "التكنولوجيا البيئية والمساهمة في تنمية الموارد البشرية للحفاظ على البيئة".

-برنامج Toyota لتوعية الشباب الصيني بموضوعات الحماية البيئية منذ عام 2005.

-برنامج منع التصحر بالصين منذ عام 2001.

-مشروع حماية الغابات لليابان.

-مؤسسة Toyota في اليابان والتي تقوم بعمل برامج تعليمية بيئية للأطفال والبالغين منذ عام 2005.

-مؤسسة التنمية المستدامة باليابان التي تقدم برامج التنمية البيئية بالاشتراك مع المنظمات غير الهادفة للربح منذ عام 2005.

-مشروع Toyotaإيكو للشباب (ماليزيا/أندنوسيا):إنشاء مجموعة من المدارس الثانوية بالقرب من فروع Toyota بهدف تخطيط وتنفيذ مشاريع تحسين البيئة، مثل ترشيد استهلاك الكهرباء وتنقية المياه منذ عام 2001.

-مبادرة استعادة الغابات الممطرة (الفلبين):منذ عام 2007تم التعاقد مع المنظمات غير الحكومية البيئية في أنشطة غرس الأشجار في مقاطعة كاجايان بالفلبين.

[1] https://ar.wikipedia.org. (15-04-2018)

[2] رابح عرابة - وهيبة بن داودية – عرض تجارب الدول ومنظمات الأعمال الرائدة و الحائزة على جوائز المسؤولية الاجتماعية .مداخلة بعنوان المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في التنمية –عرض تجارب بعض الشركات العالمية –جامعة حسيبة بن بوعلي –الشلف الجزائر-ص17.16 .

-مبادرة القيادة البيئية: بالتعاون مع مجموعة من الدول الأوروبية،حيث تعتبر العوامل الرئيسية لتحسين كفاءة استهلاك الوقود وتكنولوجيا المركبات هي تطوير مهارات القيادة وذلك من خلال تنظيم ورش عمل بيئية تقوم بنظم محاكاة لتعليم قيادة السيارات وذلك منذ 2007.

-مبادرة Together green بالولايات المتحدة منذ 2008 لتمويل مشاريع المحافظة على البيئة، وتشجيع العمل التطوعي.

-تساهم مؤسسة Toyota بالتعاون مع دولة البرازيل في ترميم والحفاظ على الغابات وعلى المحيط الأطلسي، للمناطق الأكثر تضررا في البرازيل عام 2009.

2 – أنشطة تعليمية:تستخدم مؤسسة Toyota خبراتها لتصنيع البرامج التي تعمل على النهوض بالعلوم والتكنولوجيا، وتدعم تنفيذ البرامج التعليمية في جميع أنحاء العالم، وذلك من خلال:

-المشروع التعليمي بجنوب إفريقيا: بدأت مؤسسةToyota تدريس برنامج تعليمي يستهدف المعلمين، حيث يدربهم على أساليب تدريس اللغة الإنجليزية، والرياضيات والعلوم.

-قامت مؤسسة Toyota بإجراء برنامج للمنح الدراسية في الصين منذ عام 2006 بالتعاون مع مؤسسة سونجتشينج لينج لمساعدة الطلاب في وسط وغرب الصين الذين يواجهون صعوبات اقتصادية في استكمال دراستهم الجامعية.

-تنظيم ورش عمل بين الفنانين والأطفال بالتعاون مع المنظمات غير الهادفة للربح في اليابان لتعزيز الحس الفني للأطفال من خلال تفاعل الأطفال مع الفنانين، وتنظيم ورش عمل لتعزيز روح الابتكار لدى الأطفال باليابان في مجالات العلوم والتكنولوجيا.

-مؤسسة Toyota للمنح الدراسية بكوريا: منذ عام2005 بدأت بالتعاون مع مؤسسات المجتمع المدني في تقديم منح دراسية لطلاب المدارس الفقيرة بواقع 45 طالبا في السنة.

-إعداد دورات تدريبية تدرس باللغة البرتغالية في مجال السيارات للبرازيليين قاطني اليابان، كما تم الاحتفال مؤخرا بالذكرى السنوية العاشرة لإعداد تلك الدورات، وقد تخرج فيها أكثر من 200 طالب.

المطلب الثالث: نموذج مؤسسة هواوي (الصين):

في هذا المطلب سوف نتطرق إلى مؤسسة تعتبر جديدة نوعا ما مقارنة لمنافسيها إلا أنها استطاعت أن تنافس كبرى الشركات العالمية الأخرى بل حتى في تفعيل دورها في المجتمع وتحمل مسؤوليتها اتجاهه.

الفرع الأول: نبذة عن شركة هواوي.

هي شركة صينية تعمل في مجال الاتصالات وتقوم بصنع أجهزة الهاتف والمودم، وتعد من اكبر الشركات العالمية لإنتاج معدات الاتصال، وتنتشر منتجاتها في أكثر من 170 دولة حول العالم.[1]

أما إذا تحدثنا عن تأسيسها عام 1987 في مدينة شنزن جنوبي الصين من المهندس السابق في جيش التحرير الشعبي رن زتشنغفي برأسمال يصل إلى 21 ألف يوان صيني وهو مبلغ لا يزيد عن 3500 دولار أمريكي ويقع مقرها في مدينة شنزن الصينية ويبلغ عدد موظفيها حوالي 180000 عامل في عام 2016 بعد ما كان فيها عند تأسيسها 3 عمال فقط [2] وكان أمل زتشنج في أن تنافس شركته الشركات الأجنبية، وفي عام 1990 بدأت الشركة بتعزيز استثمارها في مجال البحث لتنمو وتنجح في جذب نحو 500 موظف في مجالي البحث والتطوير، كما قانت بتوير أدوات اتصال صغيرة ومتوسطة الحجم مستهدفة الشركات الصغيرة، ونجحت هواوي في اكتساب حصة سوقية خصوصا عقب انتشارها في المناطق الريفية، حيث عملت على تطويره وتصنيع أدوات تتماشى مع متطلبات مستهلكيها.

نجحت هواوي في أن تصبح أول شركة هواتف ذكية في الصين، حيث أبرمت الشركة عقدا مع شركة IBM وشركةaccen ture وغيرها من الشركات في العامين 2002 و2003 وذلك لتقوم بتعزيز استثمارها في البحث والتطوير.

ونمت هواوي بقوة في الأسواق الجديدة خصوصا في أوروبا ابتداء من العام 2011، وعلى الصعيد العالمي سجلت هواوي نموا غير مسبوق لتحتل المركز الثالث عالميا من حيث تصنيع الهواتف الذكية وقد بلغت حصتها في سوق الهواتف العالمية 9.8 بالمائة في النصف الأول من عام 2017 بحسب مركز الأبحاث العالميIDC.[3]

استطاعت هواوي زيادة نسبة الوعي بعلامتها التجارية لدى مستهلكيها حول العالم من 81 بالمائة عام 2016 إلى 85 بالمائة عام 2017[4].

كما جاءت هواوي أيضا في المرتبة 70 من قائمة Interbrand الدولية لأفضل علامة تجارية عالمية في العام 2017 وفي المرتبة 50 من قائمة Brandz لأعلى 100 علامة تجارية قيمة في العالم كما تعتبر هواوي الشركة الصينية الأولى والوحيدة ضمن قائمة Forbes لأعلى العلامات التجارية قيمة لتحتل المرتبة 88 عام 2017.

[1] www.vetogote.com/2893805. (22-04-2018)
[2] www.aljazeeva.net/encyclopedia/economy/2016/10/24/.
[3] www.vetegate.com/2893805.
[4] https://www.youm7.com/story/2018/2/1/2017/3627456.

وقد خصصت هواوي نحو 15 بالمائة من إيراداتها للبحث والتطوير في عام 2015 أي نحو 9 مليارات دولار وتمثل نسبة 45 بالمائة من موظفيها يعملون في مجال الأبحاث والتطوير كما لديها أكثر من 20مركزا للأبحاث حول العالم تتواجد في الولايات المتحدة وكندا وفرنسا وألمانيا والسويد وروسيا وغيرها من الدول.

وقد بلغت إيرادات مؤسسة هواوي نحو 61 مليار دولار عام 2016م لتحقق نمو ب37بالمئة مقارنة بعام 2015، أما الأرباح الصافية فقد نمت بنسبة 23 بالمئة بقيمة 5.6 مليار دولار وبلغت مبيعات هواوي عام 2015 حوالي 100 مليون هاتف ذكي بزيادة 33بالمئة عن عام 2014 .[1]

وهذا النجاح جعل المؤسسة تحصل على المرتبة الثالثة عالميا بعد شركتيSamsung وappele من ناحية الحصة السوقية ضمن أكبر المؤسسات المصنعة للهواتف الذكية في العالم[2].

وعلى الرغم من أن الشركة وصلت لعقدها الثالث إلا أن الجمهور مازال لايعلم النطق الصحيح لكلمة هواوي فالبعض يصر أنها تنطق بالهاء فيما يرى البعض الآخر بأنها تنطق واوي دون الهاء وهو أمر يحير الكثيرين ومازالوا ينتظرون التأكيد للنطق الصحيح من مسئوليها، أما عن معنى الكلمة ومكوناتها فهي تتكون في اللغة الصينية من مقطعين هما : Hua وتعني الزهرة وهو مايظهر في شعار المؤسسة إلا أن الكلمة أصبح لها معنى آخر متعارف عليه مؤخرا وهو الصين أما الجزء الثاني : Wei ويعني الإنجاز العظيم وبذلك تكون الترجمة الحرفية لكلمة هواوي هي انجاز رائع للصين.[3]

الفرع الثاني المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة هواوي.

فيما يلي سوف نقوم بعرض مختلف الأعمال التي تقوم بها هواوي لدعم تنمية المجتمعات باعتبارها إحدى أكبر المؤسسات في تقنية المعلومات والاتصالات تلتزم هواوي من خلال برامج المسؤولية الاجتماعية التابعة لها في سد الفجوة الرقمية في منطقة الشرق الأوسط حيث تركز على إتاحة المزيد من فرص توفير خدمات الاتصالات للجميع بالإضافة إلى رعاية المواهب في مجال تقنية المعلومات والاتصالات للمساعدة في تعزيز مستوى الكفاءة لدى مختلف قطاعات الصناعة.[4]

1-من ابرز برامج هواوي للمسؤولية الاجتماعية برنامج بذور من أجل المستقبل وهو برنامج رئيسي عالمي أطلقته هواوي عام 2008م يهدف لتطوير المواهب في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتعزيز ونقل المعرفة ومنح اهتمام أكبر لقطاع الاتصالات،وحتى نهاية عام 2016م تم تنفيذ البرنامج في 96 دولة ومنظمة دولية في جميع

[1] https://www.youm7.com/story/2018/2/1/2017/3627456. (25-04-2018)
[2] https://www.alarabiya.net/ar/aswaq/2016/08/31.. (24-04-2018)
[3] www.reviewzat.com/10-strange-facts-you-dont-know-about-huawei-2/. (25-04-2018)
[4] https://www.al-sharq.com/article/29/12/2014.

أنحاء العالم واستفاد أكثر من 30000 طالب من 280 جامعة من بينهم أكثر من 2700 طالب جامعي من الذين قاموا برحلة دراسية إلى مقر هواوي.[1]

فمثلا في البحرين أطلقت هواوي هذا البرنامج في نوفمبر 2016م لأول مرة و8 من الطلاب أخذوا رحلة دراسية مدتها أسبوعين إلى الصين.

وفي السعودية عام 2015م وقعت هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات السعودية ومؤسسة هواوي مذكرة تفاهم بشأن برنامج بذور من اجل المستقبل الذي بدأ أول مرة عام 2015،حيث تم اختيار 15 طالبا من أفضل 23 جامعة في المملكة العربية السعودية للانضمام للبرنامج.

وفي تركيا استضافت هواوي أول مجموعة من بذور المستقبل عام 2015م لأول مرة بالتنسيق مع 4 جامعات،وقد تم استضافة 15 طالب في المقر الرئيسي لهواوي وفي عام 2017م زاد عدد الجامعات من 4 إلى 7 جامعات.

وفي اسبانيا وفي إطار استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في اسبانيا أطلق برنامج خلق الفرص من خلال التعليم بالتعاون مع مدرسة المنظمة الصناعية هواوي عام 2013 هذه المبادرة لها سنويا برنامج تعليم عالمي لتدريب بذور المستقبل ويستمر البرنامج الذي تقوم بتمويله مؤسسة هواوي بالكامل مدة أسبوعين على أساس أبحاث الاتصالات والتكنولوجيا وتم تضمينه في مذكرة التفاهم بين هواوي ووزارة الصناعة والطاقة الاسبانية.[2]

2-وتحت شعار"نور قلبك" أطلقت مؤسسة هواوي حملتها الرمضانية لدعم وتشجيع العمل الخيري خلال شهر رمضان المبارك،حيث تهدف الحملة للتفاعل مع المجتمع ومشاركة العائلة لحظات الشهر الجميلة عبر المسابقات التي تنظمها المؤسسة على مواقع التواصل الاجتماعي طوال أيام الشهر الكريم والتي سيحظى المشاركون والفائزون فيها بجوائز قيمة من هواوي.

وكجزء من حملة نور قلبك انطلقت حملة "إفطار صائم" التي ينظمها نادي المسؤولية الاجتماعية بجامعة الملك سعود برعاية من مؤسسة هواوي تك إنفنستمنت العربية السعودية،حيث يتم توزيع وجبات إفطار للصائمين في الطرقات وعند الإشارات وبعض الخيم الرمضانية كما يتم توزيع عدد من الوجبات للأسر المحتاجة وذلك في كل من الرياض وجدة والمنطقة الشرقية،حيث يقوم عدد من موظفي المؤسسة بتجهيز الوجبات ومن ثم توزيعها قبل الإفطار لكي تعين الصائم على اللحاق بالفطور وأوضحت هواوي أن دعمها لهذه الحملة يأتي من باب تحقيق من الترابط والتآخي خلال الشهر الكريم وتماشيا مع معاني وقيم شهر رمضان الفضيل،الداعية لعمل الخير والإحسان إضافة إلى حث كافة فئات المجتمع على الالتزام بأهداف وغايات فريضة الصيام من تضامن مجتمعي وإحساس

[1]www.huawei.com/en/about-huawei/sustainability/
[2]www.huawei.com

بالفقراء والمحتاجين وعابري السبيل مؤكدة أنها تولي اهتمام كبير في رعاية مثل هذه الأنشطة من خلال إطار المسؤولية الاجتماعية.[1]

3-مدونة قواعد السلوك لمورد هواوي:تفرض مؤسسة هواوي مجموعة شروط على مورديها وهي:

لقد التزمت هواوي منذ فترة طويلة بدعم أهداف الأمم المتحدة للتنمية المستدامة وعليه تم تطوير مدونة قواعد السلوك المسئول عن المسؤولية الاجتماعية لمورد هواوي استجابة لاحتياجات عملائها،فالمدونة تحمل معايير في برنامج لتأهيل الموردين للمسؤولية الاجتماعية كما تشجعهم على الالتزام بجميع القوانين واللوائح المعمول بها كشرط مسبق للتعاون مع هواوي فهي تطلب الاعتماد على المعايير وأفضل الممارسات المعترف بها دوليا لتحسين معايير إدارة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات بشكل مستمر،فهي تقوم بعمليات تدقيق في الموقع لتقييم امتثال الموردين للقانون، فالمسؤولية الاجتماعية لهواوي تعد عاملا في تقييم أداء الموردين،وبالنسبة للموردين ذوي الأداء الضعيف للمسؤولية الاجتماعية وخاصة الذين ينتهكون مبادئ المسؤولية الاجتماعية فتطلب مؤسسة هواوي من الموردين تصحيحها ضمن إطار زمني متفق عليه وفي نفس الوقت تخفيض حجم المشتريات أو تقييد فرص العمل أو في أسوأ الحالات إنهاء العلاقة التجارية ويسري هذا القانون على جميع الموردين الذين يقدمون منتجات أو خدمات لمؤسسة هواوي،وتضم هذه المدونة 5أقسام :العمل،الصحةوالسلامة،حمايةالبيئة،أخلاقياتالعمل،نظم الإدارة.[2]

1-يجب أن يضمن الموردون أن جميع العمال يعملون على أساس تطوعي خالص،حيث يجب أن لا يستخدم الموردون بأي شكل من الأشكال العمل بالقوة كالعمل القسري، أو العمل الاستعبادي ويجب على الموردين عدم تقييد حرية تنقل العمال.

وأيضا عدم عمالة الأطفال ويجب احترام سن العمل القانوني حيث لا يمكن عمل الأطفال الأقل من 15 سنة والذين عمرهم أقل من 18 سنة لا يؤدون عملا يهدد صحتهم أو سلامتهم.

كما يجب على الموردين الالتزام بجميع القوانين واللوائح السارية المتعلقة بساعات العمل والإجازات فلا يجب أن تتعدى ساعات العمل الإضافية 48 ساعة في الأسبوع، ولا تتجاوز ساعات العمل في الأسبوع 60 ساعة مع يوم راحة على الأقل.

[1] www.eyeofriyadh.com/ar/news/
[2] www.huawei.com (25-04-2018)

أما فيما يخص الأجور فيجب أن يتقاضى العمال أجورهم بصورة مباشرة في الوقت المحدد حيث يجب على الموردين عدم التمييز على أساس العرق أو اللون أو العمر أو الجنس أو الهوية أو الإعاقة أو الدين أو الحالة الاجتماعية.

ووفقا للقانون يحترم الموردون حق جميع العمال في تشكيل النقابات والانضمام إليها من اختيارهم والانخراط في التجمعالسلمي وكذلك احترام حق العمال في الامتناع عن مثل هذه الأنشطة.

2-الصحة والسلامة: يجب على الموردين توفير بيئة عمل صحية وآمنة ويجب أن يضمنوا عدم اضطرار العمال للعمل في ظروف تهدد بشكل خطير صحتهم أو سلامتهم أو حياتهم.

يجب على الموردين الحصول على شهادات الصحة والسلامة المطلوبة والحفاظ عليها وتحديثها وينبغي تزويد العمال بإمكانية الوصول بسهولة إلى مرافق المراحيض النظيفة ومياه الشرب وإعداد الطعام الصحي.

3-حماية البيئة: يجب على الموردين الحصول على جميع التصاريح البيئية الضرورية (مثل إدارة المخلفات والنقل) والتزامهم باحترام جميع القوانين واللوائح البيئية السارية بشأن النفايات الخطرة ومياه الصرف وانبعاث الغاز والنفايات الصلبة. كما يلزم اتخاذ خطوات لخفض استخدامهم للموارد والعثور على بدائل والحد من استهلاكهم للطاقة والمياه والموارد الطبيعية وتقليل انبعاث غازات الاحتباس الحراري.

4-أخلاقية العمل: لا يجوز للموردين الانخراط في الرشوة أو السلوك غير الأخلاقي،فيلزم الوفاء بالتزامهم وعدم المشاركة في المعاملات التي قد تؤدي إلى تضارب المصالح أو الرشوة أو استخدام مواد منخفضة الجودة أو تزوير البيانات أو الانخراط في الاحتيال كما يجب المحافظة على معايير الأعمار العادلة والإعلانات والمنافسة وتوفير الوسائل المناسبة لحماية معلومات العميل.

5-نظم الإدارة: يتعين على الإدارة العليا للموردين إقرار بيان سياسة المسؤولية الاجتماعية والبيئة الخاص بالشركات والذي يؤيد التزامها بالامتثال لجميع القوانين المعمول بها ومتطلبات العملاء والمدونة والتحسين المستمر ويجب أن يحدد الموردين بوضوح المسئولين التنفيذيين للمسؤولية الاجتماعية، ومراجعة نظمهم بشكل منتظم وتطوير آليات المساءلة الداخلية لدفع التحسين المستمر.

المبحث الثاني نماذج لمؤسسات في الدول النامية.

إن الدول النامية ورغم تأخرها عن البلدان المتقدمة إلا أنها تحاول دائما وبجهد في مواكبة تطورات الحاصلة في المجتمعات المتقدمة وبغض النظر عن ما حققته فهي تسعى من خلال شركاتها إلى تحسين صورتها بين المجتمعات

وأحسن مثال لذلك هو تبنيها للمسؤولية الاجتماعية لتبرز مدى اهتمامها بمجتمعاتها والعمل على جعلها مماثلة للمجتمعات المتطورة.

المطلب الأول: نموذج مؤسسة المراعي (السعودية).

وتعد شركة المراعي من أهم الشركات العربية في منطقة الشرق الأوسط وهي تساهم بشكل كبير في التنمية المجتمعية وسنتعرف على أهم نشاطاتها في هذا المطلب.

الفرع الأول: التعريف بالشركة:

المراعي هي شركة سعودية متخصصة في المواد الغذائية الاستهلاكية ومقرها الرياض وتمارس أعمالها في مجلس التعاون الخليجي ومصر والأردن كما يوجد لديها مزارع في الولايات المتحدة الأمريكية وأكرانيا والأرجنتين وبولندا،بدأت المراعي نشاطها التجاري عام 1977م كمؤسسة ألبان،لاحقا توسعت في أعمالها لتشمل عصائر الفاكهة والمخبوزات وقطع الدواجن وتغذية الأطفال[1] وتندرج هذه المنتجات تحت أسماء العلامات التجارية التالية:

المراعي،لوزين،سفندايز،اليوم والمراعي نيورلاك.[2]

وفيما يلي نعطي تقسيمات منتجات مؤسسة المراعي[3]:

1-الألبان والعصائر:يعد قسم الألبان هو القطاع الرئيسي من قطاعات أعمال المؤسسة حيث تقوم المؤسسة ببيع مختلف أنواع الألبان والحليب قصير وطويل الأجل،فضلا عن أنواع الزبدة والجبن والزبادي والسمن.كما يشمل القسم مبيعات العصائر ودخلت المراعي في شراكة مع مؤسسة بيبسي كولا تحت اسم المؤسسة الدولية للألبان والعصائر المحدودة،وتعمل المؤسسة بصفة أساسية في مصر والأردن.

2-المخبوزات:يتكون القسم من العلامتين التجاريتين لوزين وسفن دايز وتشمل منتجات لوزين الخبز،المعجنات، الكعك والمعمول في حين أن سفن دايز تشمل منتجات الكرواسونالمحلى،الكعك،السويس رول وبسكويت الويفر.

3-الدواجن:يبيع القطاع منتجات الدواجن المختلفة إما كاملة أو أجزاء كقطع طازجة ومنتجات ذات قيمة مضافة مثل الدجاج المفروم،الكبابوالبرغر تحت شعار العلامة التجارية "اليوم".

وتقدم مؤسسة المراعي منتجات أخرى أهمها:

[1] www.albilad-capital.com-14/03/2016.

[2] التقرير السنوي لمؤسسة المراعي لعام 2014.ص6.

[3] www.albilad-capital.com.

أ)غذاء الرضع:قامت مؤسسة المراعي في مطلع عام 2014 بالاستحواذ الكامل على المؤسسة الدولية لأغذية الأطفال،وتنتج المؤسسة حليب المراعي أنفاجرو وحليب المراعي أنفاميل وقدمت عام 2014 منتجات نورلاكونورلاك بلس والتي يتم إنتاجها في مصنع المؤسسة الموجود في مدينة الخرج بالمملكة العربية السعودية.

ب) الأعلاف والمحاصيل الزراعية ومنتجات التمور وزيت الزيتون: تعتبر هذه المنتجات أنشطة فرعية مكملة لنشاط المؤسسة. تبيع المراعي أكثر من 650 منتج موزع على 6 فئات وقد وصلت تغطية المؤسسة اليومية الى 108000 منفذ توزيع تقريبا في أنحاء دول مجلس التعاون الخليجي،الأردن ومصر وذلك من خلال أسطولها التوزيعي الذي يضم نحو 5000 شاحنة ويعد الأكبر في الشرق الأوسط وأوروبا وينقل سنويا مايزيد عن ملياري كيلوغرام من المنتجات.[1]

أما عن قطيع الأبقار ففي سنة 2015م وصل عددهم إلى 170642 بقرة وعجل وبلغ إنتاج الحليب 1.225 مليون لتر أي مايعادل 13619 لتر سنويا للبقرة الواحدة.[2] وتضم مؤسسة المراعي الوحدات التالية[3]:

[1]www.alarabiya.net
[2]www.albilad-capital.com
[3]التقرير الرسمي السنوي لمؤسسة المراعي لعام 2014

الشكل رقم(04):وحدات مؤسسة المراعي.

1-مزارع الألبان والدواجن وزراعة الأراضي في منطقة الخرج وحائل والأردن ومزارع الأعلاف في الأرجنتين والولايات المتحدة الأمريكية.

2- مرافق التصنيع في المملكة العربية السعودية والأردن ومصر.

3-قسم النقل والإمداد في السعودية والأردن ومصر.

4- مراكز البيع والتوزيع في دول مجلس التعاون الخليجي والأردن ومصر.

5-المقر الرئيسي في مدينة الرياض ويضم أقسام المشاريع الرأسمالية، قسم المشتريات المركزي، قسم الاتصالات المؤسسية،قسم الشؤون المالية وأنظمة المعلومات،قسم الموارد البشرية وخدمات الدعم، قسم التسويق والجودة وتطوير المنتجات.

المصدر:التقرير السنوي لمؤسسة المراعي لسنة 2014.

الفرع الثاني: المسؤولية الاجتماعية في المراعي.

وتتمثل برامج المسؤولية الاجتماعية لمؤسسة المراعي في:

1/المشاركة المجتمعية(برنامج سواعد الغد):تطبق المراعي مجموعة من البرامج التي تهدف الى تحقيق النمو الوظيفي ويتولى المعهد التقني للألبان والأغذية تدريب أكثر من 400 طالب كل عام وذلك من خلال التوقيع على مذكرة تفاهم بين المراعي والمؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني.

-(برنامج مديري المستقبل):هو برنامج أطلقته مؤسسة المراعي قبل عدة سنوات كواحد من البرامج الرائدة في المؤسسات الوطنية التي تركز على تأهيل السعوديين لتولي المناصب القيادية للمؤسسة، بدأت مبادرة برنامج مديروا

المستقبل عام 2001 ب50 متدربا سنويا بالتعاون مع معظم الجامعات السعودية لاستقطاب الشباب وتدريبهم، وتستغرق خطة التدريب الخاص بكل متدرب 12 شهرا يضعها المدير المباشر وتتضمن تقييما ربع سنوي ويعامل خلالها المتدرب كعضو فاعل في إدارته حيث تسند له مهام يومية وأسبوعية كأي موظف آخر ضمن الفريق.[1]

كما أطلقت المراعي أيضا في نفس السياق أكاديمية المراعي للمبيعات وهي متخصصة في تدريب السعوديين على مهارات المبيعات وتهيئهم للعمل بحرفية في هذا القطاع وتمنح الأكاديمية شهادات معتمدة بالتعاون مع معاهد تدريبية عالمية في هذا المجال.وكانت المراعي قد استفتت الجمهور العام لاختيار الجوانب الاجتماعية التي يجب أن تدعمها المؤسسة في برامجها للمسؤولية الاجتماعية فجاءت النسبة الأعلى من التصويت لصالح تدريب وتوظيف الشباب السعودي.[2]

2/ الجمعيات الخيرية: تدعم المراعي مجموعة من البرامج والأنشطة الاجتماعية والإنسانية التي تساهم في تعميق أواصر التعاون والتكامل بين مكونات المجتمع فهي ترعى العديد من أنشطة الجمعيات الخيرية فضلا من الدعم المادي المباشر لأكثر من 75 جمعية خيرية سنويا.

-كسوة الشتاء: بدأت المراعي خلال عام 2012 تنفيذ برنامجها الخيري "كسوة الشتاء" الذي تضمن توزيع بطانيات لأكثر من 200 أسرة محتاجة في المناطق الباردة في المملكة.

-برنامج سلة الغذاء: أطلقت المراعي في 2012 حملتها الخيرية تحت مسمى سلة الغذاء لمساعدة ما يزيد عن 4000 أسرة محتاجة بالمملكة تم اختيارهم من قبل المساجد[3]المحلية المنتشرة في 18 محافظة في المملكة وتغطي أكثر من 60 قرية، حيث تسلمت كل عائلة سلة غذاء تحوي 22 منتجا صحيا من منتجات مؤسسة المراعي.

وقامت المراعي بمبادرة (رعاة الخير) يضمن أن كافة المبالغ التي يتبرع بها الموظفون ستتم مضاعفتها من قبل المؤسسة، حيث شعرت بأنها ناجحة لتشجيع موظفيها مساعدة المحتاجين ومن الجمعيات التي استفادت هذا البرنامج مؤسسة "إنسان" لرعاية الأيتام،وجمعية أصحاب الاحتياجات الخاصة.[4]

وأيضا قامت شركة المراعي ب[5]:

-قامت برعاية الجمعية السعودية للتوحد وجمعية زهرة لعلاج سرطان الثدي، دعم مشاريع الزواج الجماعي.

أ/المشاركة في المجال العلمي: حيث قامت المراعي بإطلاق العديد من الجوائز أهمها:

[1]www.almarai.com.
[2]www.alriyadh.com/975689.
[3]https ://wikipedia.org/wiki
[4]https://almarai.com:80/client/arab/a bout/community.
[5]www.aleqt.com/2011/09/26/article.

-قامت المراعي بإطلاق جائزة المراعي للإبداع العلمي عام 2001 بالتعاون مع مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، وتعنى هذه الجائزة برعاية العلم والعلماء والباحثين في مجالات العلوم التطبيقية والتطويرية والابتكار.

-جائزة المراعي للتفوق الدراسي: هي مخصصة لطلبة التعليم العام في مجلس التعاون الخليجي وقد تم خلال هذه الدورة تكريم أكثر من 40 طالب من مختلف المراحل التعليمية،وقد أطلقت هذه الجائزة عام 2006 بهدف تشجيع الطلبة المتفوقين وتنمية قدراتهم ومواهبهم وتعزيز استمرار تفوقهم.

-جائزة المراعي للطبيب البيطري: انطلقت الجائزة عام 2010 بهدف التأكيد على الدور الفاعل للطبيب البيطري وحماية الصحة العامة للثروة الحيوانية في المملكة وإظهار الوجه المشرق لمهنة الطب البيطري ودعمها.

ب/الجانب الثقافي والرياضي: في هذا المجال تقوم مؤسسة المراعي برعاية العديد من المهرجانات الثقافية أهمها مهرجان جنادرية.

ترعى المراعي العديد الأنشطة الرياضية المحلية ومنها رالي حائل الدولي وسباق الفروسية السنوي في كل من الرياض وجدة، كما تدعم فعاليات رياضية مختلفة كرياضة الغولف والبولينغ وكرة السلة إيمانا منها بأهمية الرياضة في دعم الصحة العامة.

ت/المراعي والاستدامة البيئية: يسهم ترشيد استهلاك المياه وأساليب الزراعة المستدامة بشكل رئيسي في تحقيق استراتيجية نمو المؤسسة ولذلك قامت المراعي بالاستثمار بشكل كبير في مزارع خارج المملكة. كما تعتمد نماذج عمل تأخذ بعين الاعتبار شح المياه في المنطقة مستشعرة أهمية الحفاظ على هذه الثروة وفي هذا الإطار أدخلت المؤسسة تقنيات حديثة لتقليل استخدام المياه مقارنة بالسائد حاليا في هذا القطاع.

المطلب الثاني: نموذج مؤسسة مطار أبوظبي(الإمارات العربية المتحدة).

تعد دولة الإمارات العربية المتحدة من أبرز الدول العربية التي حققت عدة نجاحات في مختلف المجالات ومن أهم صفاتها التي تميزها الهندسة المعمارية الفريدة التي تزخر بها أبنيتها ولذلك في هذا المطلب سوف نتطرق لأهم معلم الذي هو بمثابة همزة وصل بينها وبين العالم الخارجي ونقصد مطار أبوظبي.

الفرع الأول:نبذة عن مطار أبوظبي.

مؤسسة أبوظبي للمطارات هي مؤسسة مساهمة عامة أدرجت بموجب المرسوم الأميري رقم 05 والصادر في 04 مارس 2006 لقيادة تطوير صناعة الطيران في إمارة أبوظبي[1]،ويعتبر مطار أبوظبي الدولي من أسرع المطارات

[1]https://www.abudhabi.ae/portal/public/ar/departments/adac.

في العالم نموا حيث يخدم أكثر من 102 وجهة في 56 دولة حول العالم،ويحوي أكثر من 24 مليون مسافر سنويا كوجهة مغادرة أو وصول أو كنقطة عبور للرحلات الدولية[1].

ورؤية ومهمة مطار أبوظبي هي كالآتي[2]:

-الرؤية: "رؤيتنا هي أن نصبح مجموعة المطارات الرائدة في العالم"

– المهمة: وتعني أنه يتم تحقيق رؤيتنا من خلال:

- العمل كمؤسسة فاعلة والحرص على الأداء المميز.
- الفهم المتبادل مع العملاء وصنع القرار.
- تقديم خدمات المطارات المميزة والعصرية وتوفير البنية التحتية اللازمة.
- تبني ثقافة الجودة والتميز.
- تزايد أعمالنا إقليميا ودوليا.
- التزام مؤسستنا الكامل تجاه مسؤوليتها الاجتماعية.

والموقع السمي لمطار أبوظبي هوwww.adac.ae:

حيث يمكن من خلاله الاطلاع على مختلف المعلومات الحصرية الخاصة به.

الفرع الثاني: المسؤولية الاجتماعية في مطارأبوظبي.

نلتزم في مطار أبوظبي بمسؤوليتنا في خدمة مجتمعنا عبر الحد من التأثير السلبي على البيئة وذلك يعتبر جزءا مهما من الأنشطة اليومية لدى كافة الأقسام لدينا،وكأكبر مشغل للمطارات في دولة الإمارات العربية تلعب مطارات أبوظبي دورا رئيسيا في الدعم الاجتماعي على الصعيدين الإقليمي والمحلي.

على مستوى المجتمع المحلي نحن ندعم العديد من المبادرات ورعاية الجمعيات الخيرية المحلية الرئيسية مثل الهلال الأحمر الإماراتي والاتحاد النسائي في أبوظبي.

أما على مستوى الموظفين لدينا فنحن نمتثل للوائح العمل والقوة العاملة في الإمارات بالإضافة لذلك فإننا نحافظ على برامج إدارة الأداء وتطوير الموظفين.

أ) استقطاب الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة للعمل لدينا.

[1]www.adac.ae/arabic/what-we-do/airports/abu-dhabi-international-airport/
[2] www.adac.ae/arabic/who-we-are/who-we-are/vision-mission-and-values.

ب) انطلاقا من روح الدعم والمشاركة المجتمعية تعاونت مطارات أبوظبي مع وكالة البيئة وشرطة أبوظبي لتوفير مساحات إعلانية قيمة في مطاراتنا لإيصال الرسائل الأساسية للمجتمع.

ت) سهولة الوصول للعملاء والموظفين: وذلك هو الشيء الذي تميز به مطار أبوظبي عن غيره وطبقته من خلال نهج يعتمد ما يلي:

سهولة الوصول للمرافق، تقوم مطارات أبوظبي بتقديم برنامج تدريبي إلى عدد من الموظفين لخدمة العملاء عن كيفية التعامل مع المسافرين ذوي الإعاقة الحركية.[1]

I. المشاركة المجتمعية:

- مؤسسة أبوظبي للمطارات وشركة DFS يطلقان حملة التبرعات لضحايا زلزال هاييتي:

تماشيا مع استراتيجيتها في دعم المسؤولية الاجتماعية في المنطقة والعالم أعلنت مؤسسة أبوظبي للمطارات وشركة DFS أكبر شركات التجزئة للعلامات التجارية الفخمة في الأسواق الحرة عن إطلاق مبادرة تبرعات لدعم مؤسسة يدا بيد من أجل هاييتي والتي تهدف إلى دعم شعب هاييتي في أعقاب كارثة الزلزال الذي ضرب البلاد عام 2010، وأتت هذه المبادرة في إطار برنامج الشركتين لدعم العديد من الحملات الخيرية المحلية والإقليمية والعالمية، كما قامت الشركتين ببناء مدارس عالمية المستوى للأطفال في هاييتي.[2]

II. مطار أبوظبي والتنمية المستدامة:

مبنى مطار أبو ظبي هو بوابة عبور جديدة لأبوظبي، حيث تم تأكيد الالتزام الواضح في مطار أبو ظبي بالمضي قدما في طريق الزيادة في التنمية المستدامة والمحافظة على البيئة، حيث أصبح مطار أبوظبي في العام 2011 أول مطار في منطقة آسيا والمحيط الهادي يحصل على شهادة اعتماد إدارة الانبعاثات الكربونية للمطارات في المجلس الدولي للمطارات لمنطقة أوروبا والمجلس الدولي للمارات في منطقة آسيا والمحيط الهادئ.

ومن حيث استهلاك الطاقة: تم تصميم مبنى المطار بطريقة تقلل من الاستهلاك السنوي للطاقة وذلك من خلال استخدام أنظمة إضاءة عالية في توفير الطاقة واستخدام نظام تحكم عالي الكفاءة والفعالية في أنظمة التكييف والتدفئة والتهوية، كما تم وضع نظام قياس واستهداف الطاقة وذلك لتسجيل ومراقبة أداء الطاقة في المبنى مما يعطي صورة واضحة عن استخدامها وبالتالي إدخال المزيد من التحسينات على نظام الطاقة، وأيضا تم تركيب زجاج مزدوج عالي الكفاءة لتقليل الحرارة العالية المنعكسة على المبنى، واستخدام ألواح خاصة لتغطية الجدران والسقف تقلل أثر الحرارة على المبنى.

- مواد البناء: خلال مرحلة البناء تم الالتزام بما يلي:

[1] www.adae.ae.

[2] www.abudhabi airport.ae/arabic/media-centre/

-إعادة تدوير 75 بالمائة من مخلفات القمامة خلال مرحلة البناء.

-استخدام المواد المعاد تدويرها مجددا.

-اختيار مواد إقليمية للحد من استهلاك الوقود الأحفوري المستخدم لأغراض النقل.

- ترشيد استخدام المياه: حيث يعد ترشيد استخدام المياه من أولى اهتمامات أبوظبي ومن أجل ذلك قاموا بالخطوات التالية:

-تم دراسة الطلب على المياه بشكل مفصل واختيار تمديدات ولوازم المياه وفقا لقدرتها على تحقيق أكبر قدر من ترشيد استخدام المياه.

-إطلاق حملات توعية حول ترشيد استخدام المياه تنبه جميع موظفي مطار أبوظبي بضرورة إتباع أفضل الممارسات لتحقيق الهدف.

-ويهدفون في مطار أبوظبي إلى تحقيق والمحافظة على معدلات استهلاك المياه بنسبة 45 بالمائة بالمقارنة مع معدلات الاستهلاك المعتادة.[1]

- إدارة النفايات: في عام 2011 حقق برنامج إدارة النفايات وإعادة التدوير نجاحا في زيادة كمية النفايات المعاد تدويرها بنسبة 25 بالمائة من مجموع النفايات الناتجة عن المطار، أما في عام 2015 تم إعادة تدوير 45 بالمائة من مجموع النفايات.[2]

III. شراكة بين العين وأبوظبي للمطارات لمدة 3 سنوات (بداية من الموسم الرياضي 2013-2014):

وقعت مؤسسة أبو ظبي للمطارات مع نادي العين الرياضي عقد شراكة لمدة 3 سنوات قابل للتجديد مواصلة لدور المؤسسة المجتمعي الرائد كونها جزءا لا يتجزأ من المجتمع المحلي، حيث تعلم المؤسسة أن عليها دعم الأنشطة الاجتماعية المهمة التي من شأنها أن تسهم بالارتقاء بالمجتمع وتماشيا مع مهمة ورؤية المؤسسة خاصة في مجال الشباب والرياضة حيث أتت اتفاقية الشراكة مع النقلة النوعية في رؤية نادي العين التي تسعى إلى تحويل مفهوم رعاية النوادي الرياضية إلى شراكة التي تحقق نوعا من التكامل بين صناعة الرياضة وبناء مجتمع رياضي صحي.

IV. الجوائز المتحصل عليها مطار أبوظبي:(سنة2018)

[1] www.adae.ae/arabic/mtp/sustainable-development.
[2] www.adae.ae/arabic/who-we-are/corporate-vesponsibility.

1/مبنى كبار الشخصيات في مطار أبوظبي يحوز على شهادة الإيزو9001: أعلنت مطارات أبوظبي على حصول مبنى كبار الشخصيات على شهادة الإيزوISO 9001 وهي المعيار الدولي لنظام إدارة الجودة (QMS) المتعلق بكرم الضيافة وخدمات الاستقبال والمساعدة.

وتمكن مبنى كبار الشخصيات من الحصول على شهادة الإيزو بعد أن نجح في تطبيق كافة المعايير والاشتراطات المطلوبة للحصول على تلك الشهادة.

ويقدم مبنى كبار الشخصيات أجواء فاخرة للمسافرين المغادرين من أو القادمين إلى مطار أبوظبي ويتم فيه الاستكمال السريع لكافة الإجراءات الروتينية قبل الرحلة ويحظى المبنى بديكور أنيق وصالات متعددة جنبا إلى جنب مع مجموعة كبيرة من خيارات قائمة الطعام، خدمة الوايفاي، مرافق الاستحمام،غرف الصلاة ومنطقة للتدخين فضلا عن مجموعة كبيرة من مرافق الترفيه الأخرى.[1]

2/جائزة سكاي تراكس العالمية للمطارات: (سنة2014) سكاي تراكس تقوم بعمل مسح لمطارات العالم من خلال نظام التصويت الخاص بها والمعروف بمهنيته في كل أنحاء العالم من خلال هذه الهيئة المستقلة للتصنيف والتميز والجودة في صناعة الطيران وأيضا منحته سكاي تراكس جائزة أفضل خدمة للموظفين في الشرق الأوسط وتستند نتائج المسوحاتلسكاي تراكس على 12.85 مليون من استبيانات المسح التي يتم توزيعها على 110 جنسية مختلفة من عملائنا من مؤسسات الطيران والتي تغطي 410 من المطارات في جميع أنحاء العالم.

-شهادة الايزو 14001و18001(سنة 2013) حصلت مؤسسة مطار أبوظبي على شهادة الإيزو14001 في نظام الإدارة البيئية وشهادة 18001 في الصحة المهنية ونظام إدارة السلامة، لتكون المؤسسة بذلك أول مشغل مطارات في المنطقة يحقق هذا الانجاز المتميز لتبني نظام الإدارة المتكاملة.

-جوائز فرونتيز: منحته الجائزة كأفضل مشغل تجاري للمطارات لعام 2013: حيث أشادت جائزة أفضل مشغل تجاري للمطارات لعام 2013 بالجهودالاستثنائية المبذولة من قبل مشغلي المطار في سبيل تسهيل إجراءات الأعمال التجارية والارتقاء بها حيث ضم فريق التحكيم نخبة مؤلفة من 8 خبراء في هذا القطاع لتمثيل فئة إدارة العلامة التجارية وإدارة المتاجر وإدارة المطارات.

-جائزة أفضل مطار شحن: أبريل 2013 أحرز المطار لقب "أفضل مطار شحن"بعد تسجيله نموا بنسبة 17.6 في حركة الشحن لعام 2012 مقارنة بعام 2011وتمنح الجائزة من قبل مجلس المطارات الدوليACI.

-شهادة :ASQ للجودة والمعتمدة من الجمعية الأمريكية للجودة تمنح الجائزة من طرف مجلس المطارات الدولي وذلك تقديرا لجودة أنظمة إدارة خدمات مطار أبو ظبي الدولي والتزام الإدارة العليا في الحفاظ على أعلى معايير الخدمة.[2]

[1] www.adac.ae/arabic/media-centre/press-releases/2018/2018-04-18.
[2] www.adac.ae/arabic/who-we-are/who-we-are/our-awards.

المطلب الثالث:نموذج مؤسسة فودافون(مصر).

تحتل مؤسسة فودافون مكانة هامة لدى المجتمع المصري فهي تستقطب أكبر نسبة من شرائح المجتمع وهذا ما جعلها ملزمة بتأدية مهامها في المسؤولية الاجتماعية اتجاه هذا الشعب.

الفرع الأول: لمحة عن مؤسسة فودافون.

فودافون مصر هي جزء من مجموعة مؤسسات فودافون العالمية تهتم بتزويد خدمات الاتصالات المتكاملة والتي تشمل خدمات الصوت ونقل البيانات والجيل الثالث والانترنت الثابت .ADSL

كما تقدم خدمات الجوال من خلال اتفاقيات مع أكثر من 500 شريك فيما يزيد عن 181 دولة حول العالم،وتقدم المؤسسة خدمات دولية تشمل التعهيدوخدمات تكنولوجيا المعلومات من خلال التعهيد الخارجي للعمليات التجارية وخدمات تكنولوجيا المعلومات. وتأسست المؤسسة عام 1998 وكانت تعرف من قبل باسم مصر فون للاتصالات"CLICK GSM" ويقع مقرها في العاصمة المصرية القاهرة.[1]

وحسب تصريح مؤسسة فودافون حققت إيرادات بقيمة 4.5 مليار جنيه مصري في الربع الأول من عام 2017 بنسبة ارتفاع 25% عن العام السابق 2016 وتعد فودافون أكبر مؤسسة محمول بمصر من حيث عدد المشتركين حيث تمثل حصتها 55% من إجمالي الحصة السوقية.[2]

الفرع الثاني:فودافون والمسؤولية الاجتماعية.

فازت فودافون بجائزة أفضل تقرير عن المسؤولية الاجتماعي والتنمية المستدامة على مستوى العالم وذلك بعد أن تضمن التقرير السنوي للمؤسسة مئات المبادرات والأنشطة التي نفذتها المؤسسة في أكثر من 20 دولة حول العالم، وحققت نجاحات كبرى مما جعلها نموذجا يحتذى به في دور المؤسسات في تحقيق التنمية داخل المجتمعات التي تعمل وتنشط بها.

تضمن التقرير العديد من الإحصائيات والمعلومات عن أنشطة مؤسسة فودافون في مجال المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ومجال مجال التنمية المستدامة،موضحا تأثير مجموعة فودافون على المجتمعات ،وعبر الرئيس التنفيذي لها عن مدى سعادته باحتلال المؤسسة مكانة متميزة وأكد أن فودافون مصر وضعت استراتيجية واضحة لتطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية والتي تشمل كافة الجوانب التنموية خاصة أن تحقيق التنمية داخل أي مجتمع لن يتم عن طريق الحكومات وحدها حتى في أغنى المجتمعات وهو ما يعني ضرورة قيام القطاع الخاص بدوره أيضا.

[1]https://aliqtisadi.com.
[2]https://www.youm7.com/story/2017.

ومن المساهمات التي قدمتها فودافون مصر خلال الأعوام القليلة الماضية تقدر بأكثر من 140 مليون جنيه مصري من أجل تنمية المجتمع من خلال عدة مشاريع ومبادرات تنموية استفاد منها حوالي 2 مليون مصري.

ومن أهم هذه المبادرات نذكر:

– مبادرة مدرستي لتطوير أكثر من350 مدرسة من خلال تخصيص جزء من أرباح المكالمات لتطوير تلك المدارس تحت رعاية وزارة التربية والتعليم وتم اختيار 2000 فصل في 136 مدرسة في 27 محافظة لخدمة 100000 تلميذ.

–مشروع دعم القرى الفقيرة وتطوير مجتمعاتها بالتعاون مع بنك الطعام وذلك لتوفير خدمات الرسائل الإعلامية للربط بين نقاط التوزيع التابعة لتلك المؤسسة الخيرية بجميع محافظات الجمهورية،فضلا عن الاستفادة منها في دعم الأنشطة والأعمال الخيرية المتعددة لبنك الطعام وذلك في إطار سلسلة مبادرات فودافون لدعم الأنشطة التنموية في المجتمع.

–مشروع قريتي:لتطوير وتنمية القرى ودعم ورعاية الأنشطة والفعاليات التنموية المختلفة داخل عدد من القرى للمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة داخل المجتمع المحلي من خلال توفير منتجات فودافون (خطوط وكروت) وكذلك الوصول بتكنولوجيا المحمول إلى الأماكن النائية وتوظيفها من أجل تنمية المجتمع.[1]

–كما ساهمت فودافون مصر بمشروع طرح منتجات وخدمات لذوي الاحتياجات الخاصة مثل خط "بدون كلام "للصم والبكم بأسعار خاصة ومختلفة للفيديو كول والرسائل القصيرة وذلك لإتاحة الفرصة أمام الأفراد المنتمين لهذه الفئة والذين يصل عددهم في مصر إلى مايزيد عن 3 ملايين شخص للاستفادة الكاملة من تكنولوجيا التلفون المحمول والاتصالات فضلا عن المساهمة في خلق حالة من التواصل فيما بينهم وبين كافة أفراد المجتمع بطريقة أكثر فاعلية.

–مبادرةYLI: بهدف تنمية قدرات المتدربين من طلبة الجامعات والمتخرجين الجدد بما يساهم في ضمان مستقبل أفضل لهم، فضلا عن الانعكاس الايجابي على جهود التنمية داخل المجتمع من خلال قيام مجموعة من موظفي المؤسسة بالتطوع لتدريب الطلبة على أحدث برامج تنمية القدرات والمواهب،لإكسابهم المهارات التي يحتاجها سوق العمل كما تقوم المؤسسة بتوفير أماكن التدريب سواء في القاهرة أو خارجها إضافة إلى تحمل المؤسسة جميع مصاريف انتقال المتدربين من والى أماكن التدريب.

[1]www.medadcenter.com/articles/1948.

-كما قامت المؤسسة أيضا بحملة سنوية لمكافحة ظاهرة التسرب من التعليم من خلال تقديم الدعم لتلاميذ المدارس في عدد من المحافظات، وقد وزعت المؤسسة عدد كبير من الحقائب المدرسية على التلاميذ من الفئات الأقل حظا في مدارس 10 محافظات،شملت الحملة توزيع أكثر من 20000 حقيبة مدرسية على التلاميذ.

-كما ضمت قائمة فودافون مصر عشرات المبادرات الناجحة والتي ساهمت في تحقيق التنمية المستدامة داخل المجتمع منها: مشروع محطات المحمول بالطاقة الشمسية من أجل الحفاظ على البيئة وترشيد استهلاك الطاقة، مشروع بادر للعمل التطوعي في المدارس المصرية ودعم الأولمبياد المصري لذوي الاحتياجات الخاصة في مصر والذي نتج عنه انجازات رائعة على المستوى المحلي والمستوى الدولي واستفاد منه أكثر من 20000 معاق.

-وأيضا مشروع توصيل 150 مدرسة في الصعيد بالأنترنت وإتاحة فرصة استخدام التكنولوجيا،فضلا عن مبادرة صحتي في مدرستي لإنشاء 2000 عيادة في المدارس الابتدائية في مصر، بجانب غيرها من المبادرات المتميزة.

-كما أطلقت فودافون مصر تطبيقا جديدا للهواتف المحمولة يحمل اسم "اعرف لي" لمساعدة المكفوفين وضعاف البصر على حل مشكلاتهم اليومية وذلك في إطار حرص فودافون على تطوير منتجات وخدمات نوعية لدمج جميع العملاء من مختلف الفئات لتلبية احتياجاتهم ويعمل تطبيق "اعرف لي" لمساعدة ذوي الإعاقة البصرية في التعرف على قيمة العملة وتحديد عددها،وتحديدالألوان،ومعرفة قيمة بطاقات الشحن وكيفية استعمالها وشحنها فورا وقراءة شاشة "الكاشير" عند سداد الحساب وقراءة عداد التاكسي لمعرفة الحساب وكل هذا من أجل دمج هذه الفئة بشكل أكبر في المجتمع ومساعدتهم على ممارسة حياتهم بشكل طبيعي.[1]

المبحث الثالث:المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الجزائرية.

إن المؤسسات الجزائرية مثلها مثل باقي المؤسسات في الدول الأخرى تسعى لتحقيق النجاح والنمو كما تسعى أيضا بأن تكون لها مكانة في المجتمع ولذلك قامت بعض من هذه المؤسسات بتبني وتطبيق المسؤولية الاجتماعية ضمن سياساتها حتى تساهم وتساعد في نمو وتطور وتحسين مستوى المجتمعات التي تنشط فيها في مختلف الجوانب وعليه في هذا المبحث سنتطرق إلى أبرز المؤسسات الجزائرية المطبقة للمسؤولية الاجتماعية.

المطلب الأول: نموذج مؤسسة سوناطراك.

تعتبر سوناطراك من أهم وأضخم المؤسسات الجزائرية من حيث رأس المال أو من حيث حجم استثماراتها ونشاطاتها وحتى من جانب عدد العمال لديها.

[1]www.albawabhnews.com/2479913.

الفرع الأول: التعريف بمؤسسة سوناطراك.

سوناطراك هي المؤسسة الوطنية للبحث عن المحروقات ونقلها وتحويلها وتسويقها ذات رأس مال قدره 245 مليار دينار جزائري. وتعتبر من أهم المؤسسات البترولية في الجزائر وإفريقيا[1]، تأسست بموجب الأمر 63-491 الصادر بالجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية في 31 ديسمبر 1963م لتوكل لها جميع المهام الخاصة بالمحروقات التي كانت تحت السيطرة الأجنبية قبل الاستقلال، وكانت أولى مهامها هو إنجاز أنبوب لنقل النفط يربط حوض الحمراء بميناء أرزيو ويبلغ طوله 801 كلم وتم هذا المشروع في مدة 20 شهرا [2].

وتتوسع سوناطراك في نشاطات توليد الطاقة الكهربائية ،الطاقات الجديدة والمتجددة،تحلية مياه البحر،البحث والتعدين مواصلة منها في استراتيجيتها في التدويل،تعمل سوناطراك في الجزائر وفي عدة مناطق من العالم:في افريقيا (مالي ،النيجر ،ليبيا،ومصر) وفي أوروبا (اسبانيا،ايطاليا،البرتغال،بريطانيا) وفي أمريكا اللاتينية (البيرو) وفي الولايات المتحدة الأمريكية وتوظف أكثر من 120000عامل.[3]

تم ترتيب سوناطراك رابع مصدر عالمي للغاز الطبيعي المميع GNL،وثالث مصدر عالمي لغاز البترول المميع GPL ،وخامس مصدر للغاز الطبيعي.[4]

ومن أهداف سوناطراك نجد ما هو ذاتي وما هو تنموي[5]:

a) التنقيب على المحروقات واستغلالها.
b) تطوير شبكات نقل المحروقات،تخزين، شحن،استغلال،وتسيير هذه الشبكات.
c) تمييع الغاز الطبيعي ومعالجته.
d) تنمية مختلف النشاطات المشتركة في الجزائر وفي الخارج مع مؤسسات أجنبية.
e) تمويل البلاد بالمحروقات على المدى المتوسط والبعيد.
f) دراسة كل نشاط له علاقة مباشرة بصناعة المحروقات وكل عمل يترتب عنه فائدة على مجمع سوناطراك.
g) تلبية الحاجيات المحلية.
h) حفظ حق الأجيال القادمة في الثروة البترولية.
i) تنويع مصادر الدخل الوطني.
j) تحقيق أقصر قدر من العائدات البترولية في المدى القصير لتمويل خطة التنمية العاجلة.

[1] بالضياف العيد- مرجع سابق-ص 24.
[2] خامرة الطاهر- مرجع سابق-ص130.
[3] https://www.sonatrach-dz.com/arabe/presentation.
[4] فلاق محمد-مرجع سابق-ص32.
[5] بالضياف العيد -مرجع سابق-ص 32.

الفرع الثاني: المسؤولية الاجتماعية في سوناطراك. ويتمثل دورها في[1]:

فضلا عن دورها الاقتصادي والتجاري،تعتبر سوناطراك مؤسسة مواطنة تعمل في عدة مناطق من البلاد على مساعدة السكان المعوزين وعلى ترقية النشاطات العلمية والثقافية والرياضية وتشارك سوناطراك أيضا في النشاطات التي تهدف إلى المحافظة على الطبيعة وحفظ التراث الثقافي والتاريخي.

إن الاستثمار الاجتماعي لسوناطراك موجه لسكان المناطق المحرومة، كما أن المحافظة على الموروث الثقافي الوطني المادي وغير المادي تشغل مرتبة هامة لاسيما في تثمين المواقع الأثرية،وتهدف نشاطات التسيير الاجتماعي إلى تحقيق مايلي:

- ✓تحسين ظروف المعيشة للسكان المحرومين عن طريق امتصاص فوارق التنمية وترقية التآزر والتعاون المحلي.
- ✓المشاركة الفعالة في البرامج التي تهدف إلى تطوير وخلق الثروات بتفعيل البرامج الخلاقة لمناصب الشغل.
- ✓تعزيز ثقافة التضامن في وسط سوناطراك بالتحرك في آن واحد على الحالات الاستعجالية والعمل على المدى البعيد.

وفيما يلي عرض لمختلف مبادرات مؤسسة سوناطراك في المسؤولية الاجتماعية

1/**استحداث نظام الصحة،السلامة،البيئة**:HSEمن أجل الحفاظ على الموارد الطبيعية للأجيال القادمة،اتبعت مؤسسة سوناطراك نهج المسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال تطوير نظام متميز لإدارة الصحة والسلامة والبيئة تم تصميمه لمراعاة جميع النواحي التي من شأنها أن تلعب دورا في الصحة والسلامة والبيئة،وقد تم تزويد هذا النظام بآلية تضمن على الدوام توفر المعلومات الحديثة واستخدام التقنية والأنظمة في سير عمليات المؤسسة. كما أعلنت سوناطراك شعارا أساسيا لتحسين أدائها في هذا المجال هو "لا حوادث،لا إصابات للعمال،لا تأثير على البيئة" وفيما يلي أهم الأنشطة التي عزمت المؤسسة على بلوغها في هذه المجالات الثلاثة:

أ) في مجال الصحة: تخفيض الأمراض المهنية، تحسين ظروف العمل وتوفير الرعاية الصحية للعمال وأسرهم، خلق جو مناسب للعمل، ترقية التكوين والتعليم والتوعية في مجال الصحة والنظافة والعمل.

ب)في مجال الأمن:تخفيض عدد حوادث العمل، ترقية مستوى عال من الأمن، تجنب وإلغاء كل مسبب للحوادث، ضمان سلامة وأمن التجهيزات، تكوين العمال في مجال الأمن الصناعي.[2]

ت)في مجال البيئة:الحفاظ على الموارد الطبيعية، تخفيض ومنع الانبعاثات الجوية، حماية التنوع البيولوجي، معالجة المياه والأوحال المساهمة في تنمية الطاقات النظيفة وترقيتها.

[1]https://www.sonatrach-dz.com/arabe/presentation.

[2]فلاق محمد-مرجع سابق-ص3.

ومن بعض الأنشطة المحققة من طرف سوناطراك في مجال المسؤولية الاجتماعية منذ 2003 إلى اليوم في تنفيذ برامج في 8 مجالات:

1. تكوين مهني: يهدف الى توفير للشباب والبنات فرصة للاندماج في سوق العمل بصفة خاصة لضحايا التسرب المدرسي حيث تم سنتي 2004 و2005 تجهيز ورشة خياطة وحلاقة.
2. التعليم ومحو الأمية:تمت هذه النشاطات على مستوى الجنوب الجزائري، فاستفادت منها كل من ولايات بشار،الوادي والأغواط وتتمثل في 6 حافلات مدرسية كما استفادت هذه الولايات من كتب مدرسية وتجهيزات بيداغوجية لفائدة الطلبة المحتاجين.
3. فك العزلة: استفادت 18 منطقة على مستوى ولايات أدرار،البيض، الجلفة،اليزي،الأغواط،سوق أهراس من عمليات فك العزلة المتمثلة في توصيل الكهرباء الريفية وفتح الطرقات واعادة تهيئة محطة الوقود، توصيل شبكة الغاز.

الفلاحة:استفادت ولايات أدرار،بسكرة،الوادي، تمنراست، غرداية من انجاز آبار وخزانات تحت الأرض لتخزين مياه الأمطار وفتح طرق فلاحية وتوفير مضخات مياه وانجاز بعض البيوت البلاستيكية، كما استفادت ولايات البيض، الجلفة، الأغواط الواقعة في المنطقة السهبية شبه الجافة ذات الطابع الرعوي.

1. من انجازات تمثلت في ايجاد نقاط مياه لقطعان الماشية والتزود بالمياه الصالحة للشرب للبدو الرحل وبحث عن مراعي وآبار على مستوى الطرقات كما استفادت كل من تيبازة وسوق أهراس من تجهيزات فلاحية وقطعان من المواشي.
2. المياه: استفادة ولايات أدرار وبسكرة والوادي والبيض من 6 آبار وتجهيزات للتخزين والتزويد بالمياه الصالحة للشرب كما تم ادخال مضخة تعمل بطاقة الرياح كتجربة بولاية أدرار.
3. الصحة:تزويد الهياكل الصحية الموجودة على مستوى ولايات تمنراست بأدوات Radio Mobile للتشخيص واستفادت أيضا ولايتي بشار والأغواط من 4 سيارات إسعاف ،وولاية غرداية بتجهيزات طبية لفائدة عيادة الولادة كما استفادت أدرار بمكيفات الهواء ل33 قاعة علاج.
4. الشباب والرياضة:تم إنشاء مجموعة من ساحات اللعب للبلديات المحرومة من مساحات الترفيه بعين صالح ولاية تمنراست،مزيرعةببسكرة،وكراكدة بولاية البيض وقصابي ببشار.
5. البيئة:تم القيام بعدة نشاطات قصد القضاء على آثار سوناطراك على البيئة،وعلى وجه الخصوص تخفيض انبعاثات غاز الاحتباس الحراري وأي ملوث آخر للغلاف الجوي كما تم منح استثمارات معتبرة من أجل تخفيض الغازات المحروقة ،حيث أن حجم الغازات المصاحبة للإنتاج قد ارتفع بأربعة أضعاف في خضم 30 سنة الأخير،ولذلك تم تخفيض نسبة حرق الغاز المصاحب على منتجات الغاز قد انتقلت من 80% سنة 1970 إلى

2%سنة 2010 أما فيما يتعلق بتخفيض انبعاث غاز ثاني أكسيد الكربون فتعمل سوناطراك بالشراكة مع BPوستاتو ايل هيدرو على إعادة حقن غاز ثاني أكسيد الكربون على مستوى حقل كرشبة بعين صالح.

-كما وقعت سوناطراك مع سبع مؤسسات بترولية أجنبية في 28 ماي 2007 على اتفاقيات تقضي بإنشاء مؤسسة بيئية متعددة الجنسيات مهمتها مكافحة تلوث مياه البحر بالمواد النفطية وستقوم المؤسسة بتعزيز قدرات تدخل الدول الساحلية من أجل تعاون أحسن في حالة وقوع تلوث بترولي كبير.

- أظهرت دراسة قامت بها مجلة "ميدل ايست ايكونوميك "حول مؤسسات النفط الوطنية في منطقة شمال افريقيا والشرق الأوسط بان مؤسسة سوناطراك تملك أفضل ادارة لمؤسسة المحروقات في المنطقة وركزت الدراسة على 10 نشاطات أساسية لمؤسسات المحروقات الوطنية وهي:الأداء التجاري،تدفقالاستثمار،التحرر من التدخل السياسي،الالتزام بتدريب الموظفين وحماية البيئة.

وفيما يلي مجموعة من الانجازات ذات الطابع الاجتماعي لسوناطراك:

- ساهمت سوناطراك مع المؤسسة الجزائرية للطاقة في تحلية مياه البحر والذي بدأت الأعمال فيه منذ عام 2003م.
- تم إطلاق حملة تشجير واسعة في سبيل حماية البيئة وتم غرس 102060 شجرة من طرف العمال.
- التخفيض ومحاولة التقليل من المواد العضوية الملوثة والغازات السامة في الهواء.
- تكفلت سوناطراك بمنح تجهيزات لأربع مراكز التكوين المهني بأدرار وغرداية.
- التكفل بتجهيزات ل55مدرسة من حيث المواد البيداغوجية والتعليمية.
- إيصال الإنارة ل18 تعاونية عائلية في ولاية سوق أهراس.

التكفل بشراء تجهيزات لفضاء للعب في بلدية عين صالح والتجهيزات المكتبية في ولاية أدرار.[1]

المطلب الثاني: نموذج مؤسسة كوندور.

تعد مؤسسة كوندور من أهم المؤسسات الجزائرية في مجال الصناعة الالكترونية ونظرا لما حققته من نجاحات في الجانب التجاري لم تكتفي بذلك بل أرادت أن يكون لها دور بارز في الجانب الاجتماعي من خلال تطبيقها للمسؤولية الاجتماعية.

[1]بابا عبد القادر،مقدم وهيبة-المسؤولية الاجتماعية ميزة استراتيجية خالقة للقيمة(دراسة حالة مؤسسة سوناطراك)-ص20.

الفرع الأول:التعريف بمؤسسة كوندور.

كوندور هي مؤسسة جزائرية تأسست سنة 2002 وهي تابعة لمجموعة بن حمادي Ben Hamadi المتخصصة في الصناعة الالكترونية (الالكترونيات،الأجهزةالمنزلية،أجهزة الكمبيوتر والهواتف الذكية،التغليف ومواد البناء والتجارة الدولية) وهي مملوكة لعبد الرحمان بن حمادي ويبلغ رأس مالها 93 مليار دينار جزائري(حسب إحصائيات 2015) وتحمل المؤسسة شعارها العربي "انطلق" ويقع مقرها في مدينة برج بوعريريج شرق العاصمة الجزائرية بحوالي 215 كلم.

وبعد أن تمت تغطية السوق الجزائرية بما يقارب 150 قاعة عرض بكل الولايات انطلقت كوندور في التصدير نحو إفريقيا بعد فتح قاعة لمنتوجاتها بالعاصمة الموريطانية نواكشوط والعاصمة السنغالية دكار مؤخرا، وفي أوروبا أيضا بعد اتفاق تسويق مليون وحدة هاتف نقال خلال 2017 مع مؤسسة توزيع فرنسية رائدة. ومن منتجات مؤسسة كوندور نجد:الغسالات ،مكيفات الهواء،معدات للاتصالات الفضائية ،ثلاجات ،فرن منزلي،ميكروويف ،مدافئ ،تلفزيونات ،الهواتف النقالة واللوائح الالكترونية ،أجهزة الكمبيوتر.[1]

لم تكن المؤسسة سابقا كما هي عليه الآن بل مرت ب4 مراحل إلى أن صارت كما هي عليه الآن وهذه المراحل هي [2]:

1) **مرحلة الشراء للبيع (vente en état)** :حيث أن المؤسسة كانت تقوم بشراء المنتجات الالكترونية جاهزة وبيعها على حالها في السوق الجزائري، ونظرا لأن الطلب كان كبيرا على هذه المنتجات انتقلت المؤسسة إلى المرحلة الثانية.

2)**مرحلة شراء المنتج مفكك جزئيا(semi knock down)**:في هذه المرحلة تقوم المؤسسة بشراء منتجات مفككة جزئيا، لتقوم بعد ذلك بتركيبها، وفي هذه الحالة تستفيد المؤسسة من عدة مزايا وهي:

- تخفيض تكلفة الشراء.
- التعرف على الجهاز المركب وطريقة تركيبه.
- المساهمة في امتصاص البطالة وبالتالي الحصول على الدعم والإعانة الحكومية لها.

3) مرحلة شراء الجهاز مفكك جزئيا(complet knock down):أي شراء المنتجاتمفككة كلياوإعادة تركيبها وبهذا تستفيد المؤسسة من مزايا أهمها:

[1]www.arabphones.net.

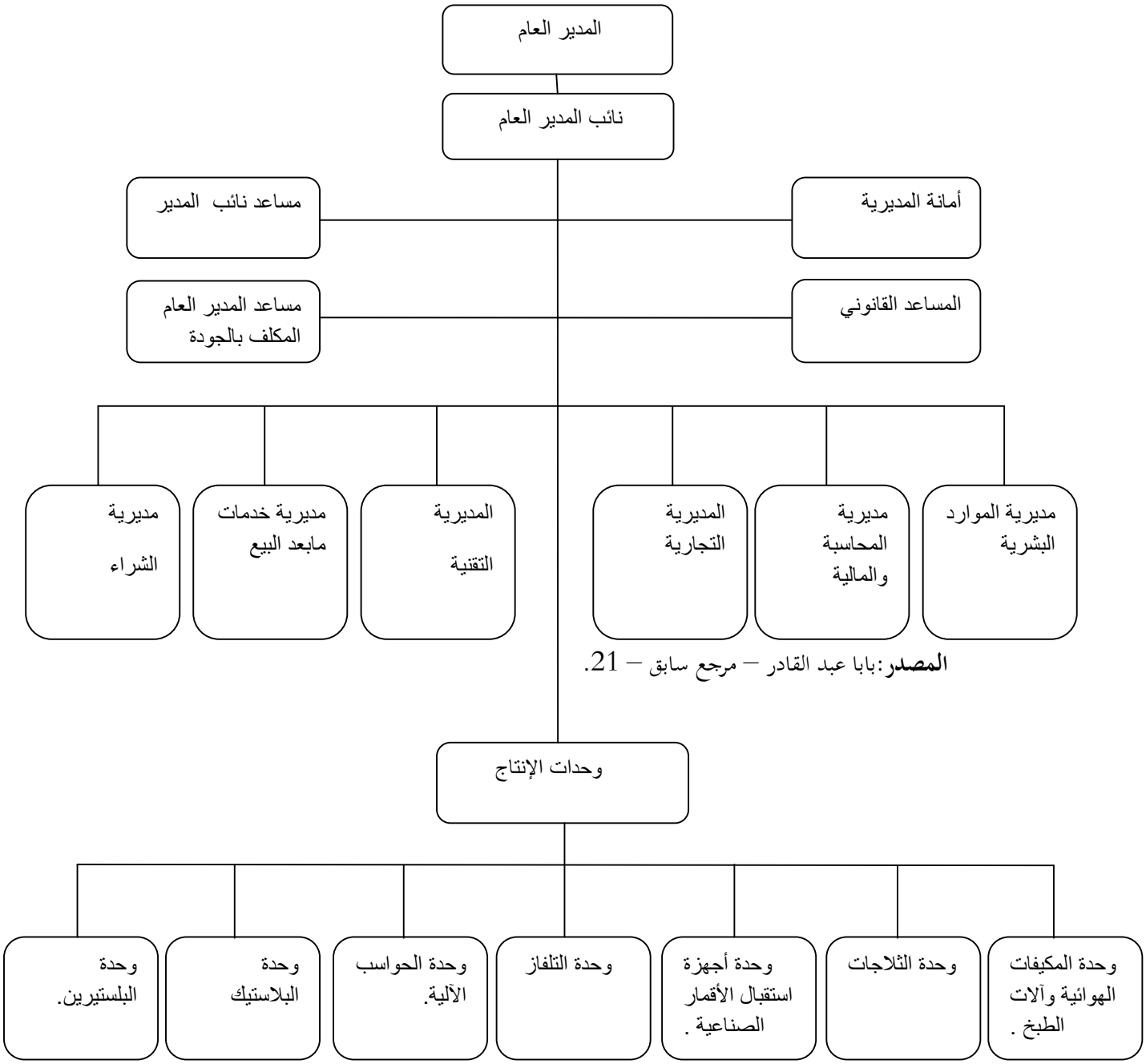
1 بوزناق عبد الغني ،مساهمة الابداع التكنولوجي في تعزيز تنافسية المؤسسة الاقتصادية (دراسة حالة مؤسسة كوندور برج بوعريريج) مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستير في العلوم الاقتصادية ،تخصص اقتصاد صناعي ،كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير ،جامعة محمد خيضر بسكرة ،الجزائر ،2012-2013 ،ص 86.

- التعرف على الجهاز أكثر وتعلم تركيبه.
- معرفة المكونات التي يمكن إنتاجها محليا أو ذاتيا وبتكلفة أقل.
- توفير مناصب عمل جديدة.

4)**مرحلة الإنتاج:** في هذه المرحلة وبعد الاستفادة من المراحل السابقة أصبحت المؤسسة تتحكم في تقنيات تركيب الأجهزة ،وبعد تحديد المكونات التي يمكن شراؤها محليا أو إنتاجها ذاتيا لم يبقى لها سوى أن تسجله بعلامة تجارية خاصة بها وذلك عن طريق شراء التراخيص Licence وهذا ما قامت به فعلا حيث قامت بشراء التراخيص من مؤسسة Hisense الصينية.

وفيما يلي سنعرض الهيكل التنظيمي لمؤسسة كوندور الذي سنلاحظ عدم وجود قسم خاص بالمسؤولية الاجتماعية إلا أن مؤسسة كوندور لها عدة مبادرات ومساهمات اجتماعية سوف نتطرق إليها لاحقا.

الشكل رقم(05): الهيكل التنظيمي لمؤسسة كوندور.



المصدر:بابا عبد القادر – مرجع سابق – 21.

الفرع الثاني:المسؤولية الاجتماعية في كوندور.

تتوفر مؤسسة كوندور على صفات تجعلها متميزة عن الكثير من المؤسسات الأخرى المنافسة لها كونها واحدة من أكبر المؤسسات الوطنية لصناعة الالكترونيات، وهي تعمل على أداء رسالتها الاجتماعية على أكمل وجه لقناعتها الشديدة بأهمية هذا الدور في تعزيز العلاقة بينها وبين المجتمع ومن أهم أعمالها نجد:

-ساهمت كوندور بقوة في دعم الأعمال الخيرية والتطوعية التي شهدتها عدد من ولايات الشرق الجزائري ،وقد دأب مجمع بن حمادي طيلة السنوات الماضية على توجيه أنشطته للاهتمام بالجانب الاجتماعي والإنساني في اطار الاستجابة لمتطلبات وحاجيات المعوزين والفقراء خلال الشهر الفضيل فتتعدد المبادرات وتتنوع أشكال المساهمة في سد حاجيات عينة مهمة من المجتمع الجزائري ،لاسيما في ولاية برج بوعريريج كما تنشط كوندور في عمليات موائد الرحمة وصدقات العيد والقفة الرمضانية ،كما تحرص مجموعة بن حمادي كل سنة على تكريس جزء كبير من برامجها الاجتماعية للاهتمام بالمواطنين مبينة أن حرص المؤسسة على مساهمتها السنوية في هذا الجانب ما هو إلا ترجمة حقيقية لأهدافها في مساندة ودعم وتحسين الاطار المعيشي للمواطنين. كما أكد الرئيس بن حمادي أن المؤسسة ستستمر في تطبيق سياستها التي تنطلق من مسؤوليتها الاجتماعية، مشيرا إلى أن كوندور تقع على عاتقها مسؤولية كبيرة كونها واحدة من كبريات المؤسسات الوطنية وهي تعمل على أداء مسؤوليتها الاجتماعية على أكمل وجه.

-كما يقوم فريق كوندور بتمويل فريق برج بوعريريج لكرة القدم حيث تقوم سياسة المؤسسة الاجتماعية على تدعيم الأنشطة الرياضية بمختلف أنواعها وبخصوص الرياضة الأكثر شعبية كرة القدم ،كما يتم دعم العديد من الجمعيات الخيرية والمبادرات ذات النفع العام مثل دعم جمعية كافل اليتيم ، وجمعية مرضى القلب والشرايين لولاية برج بوعريريج.[1]

-أما من الجانب البيئي فقد اعتمدت كوندور سياسة معينة لحماية البيئة والمحيط فهي تراعي كثيرا الجانب البيئي في مشاريعها ،خاصة باعتبار أن المؤسسة منظمة إلى شهادات عالمية فيما يخص البيئة والمحيط ومايحافظ عليهما مثل حصولها على شهادة الايزو 14000 للمسؤولية البيئية.[2]

-كما تحرص كوندور على استرجاع الفضلات الصناعية خاصة فيما يتعلق باسترجاع الكرتون والزجاج ووسائل التغليف وما شابه ذلك.

[1] https://platform.almanhal.com.

[2] مشري سعاد –مقالة بعنوان واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الجزائرية(دراسة حالة مؤسسة كوندور ببرج بوعريريج)مجلة جيل العلوم الانسانية والاجتماعية-العدد 05-2015 - الجزائر – ص ص 5،6.

-أما بالنسبة للأنشطة التثقيفية والتعليمية نجد وحسب تصريح المدير العام لبن حمادي بأن مساهمة مجمع كوندور في البحث العلمي خاصة التكنولوجيات الحديثة تعتبر ركيزة من الركائز الأساسية للمجمع حيث تدعم المؤسسة أكثر من 150 بحث علمي بالجامعات الجزائرية والعديد من البحوث بالجامعات الفرنسية.

-بالنسبة لحماية المستهلك فإن عقد الضمان وخدمات ما بعد البيع عند كوندور شيء مقدس وهي من أولويات المؤسسة حيث يعتبرون أن الزبون هو رأس مال كوندور وهو قبل كل شيء، وأيضا توفر كوندور رقما أخضر للزبائن. بمكالمة مجانية تقدم عروض مغرية وهو الأمر الذي كان وراء السمعة الطيبة لمؤسسة كوندور.[1]

أما من جانب الموارد البشرية فهي تبني عدة ممارسات كتعبير منها لمفهوم المسؤولية الاجتماعية حيث نجد :[2]

-التوظيف على أساس نتائج الاختبارات والابتعاد عن أي شكل من أشكال اللامساواة أو المحسوبية.

-منح مكافآت وحوافز للأفراد العاملين وتكون وفق مبدأ كفاءة وجدارة العاملين.

-توفير وسائل الصحة والسلامة المهنية كما تقوم بتأمين بيئة العمل بما يكفل الوقاية من المخاطر.

-الاهتمام بتعويضات العاملين مقابل إصابات العمل أو الأمراض المهنية إن حدثت.

-توفير الخدمات الصحية وخدمات النقل في مؤسسة كوندور.

-اهتمام المؤسسة بالتوظيف النسوي حيث بلغ التوظيف نسبة 38 بالمائة من مجموع التوظيف العام.

المطلب الثالث:نموذج مؤسسة رويبة للعصائر(N.C.A).

وفي هذا المطلب سنتعرف على مؤسسة رويبة والتي تعد من أكبر المؤسسات الجزائرية في انتاج المشروبات وسنرى كيفية تطبيقها للمسؤولية الاجتماعية ومدى التزامها بواجباتها اتجاه المجتمع.

الفرع الأول:نشأة مؤسسة رويبة.

وفيما يلي لمحة عن تأسيس رويبة والمراحل التي مرت بها والتعرف على الهيكل التنظيمي لها [3]:

[1] سعاد مشري-مقالة بعنوان واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الجزائرية-مرجع سابق-ص8 .

[2] www.hakaek.online.com.

[3] صديقي خضرة-واقع تطبيق الحوكمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة حالة مؤسسة انسيأي رويبة –أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة في العلوم الاقتصادية –تخصص تسيير الموارد البشرية –كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير-جامعة ابو بكر بلقايد– تلمسان – الجزائر- 2014،2015 – ص ص158،159 .

أن.سي.أي الرويبة هي مؤسسة جزائرية خاصة تأسست بموجب عقد مؤرخ في 08 أفريل 1966م في الجزائر العاصمة في شكل مؤسسة ذات مسؤولية محدودة تحت اسم مؤسسة ذات مسؤولية محدودة ،جديد تعليب الجزائر تتواجد بالمنطقة الصناعية الرويبة بالجزائر العاصمة 38،16300-40 شارع ديدوش مراد،الجزائر،الطريق الوطني رقم 5.

بلغ رأس مالها في البداية 300000 دج مقسمة الى 300 سهم بقيمة اسمية قدرها 1000 دج لكل سهم منهما، وكما هو موضح في الشكل الآتي

جدول رقم (03):حاملي الاسهم لمؤسسة رويبة.

الاسم الكامل	عدد الاسهم	النسبة
صلاح العثماني مؤسس الشركة ووالد السيد سليم العثماني رئيس مجلس الإدارة	250	%83
محمد سعيد العثماني	50	%17
المجموع	300	100%

المصدر:صديقي خضرة - مرجع سابق – ص 160.

وفيما يلي سنعرض مراحل تطور مؤسسة رويبة منذ تأسيسها وذلك للتعرف على أبرز التطورات والتغيرات لهذه المؤسسة الى أن وصلت إلى ماهي عليه اليوم.

جدولرقم(04):المراحل التي مرت بها مؤسسة رويبة.

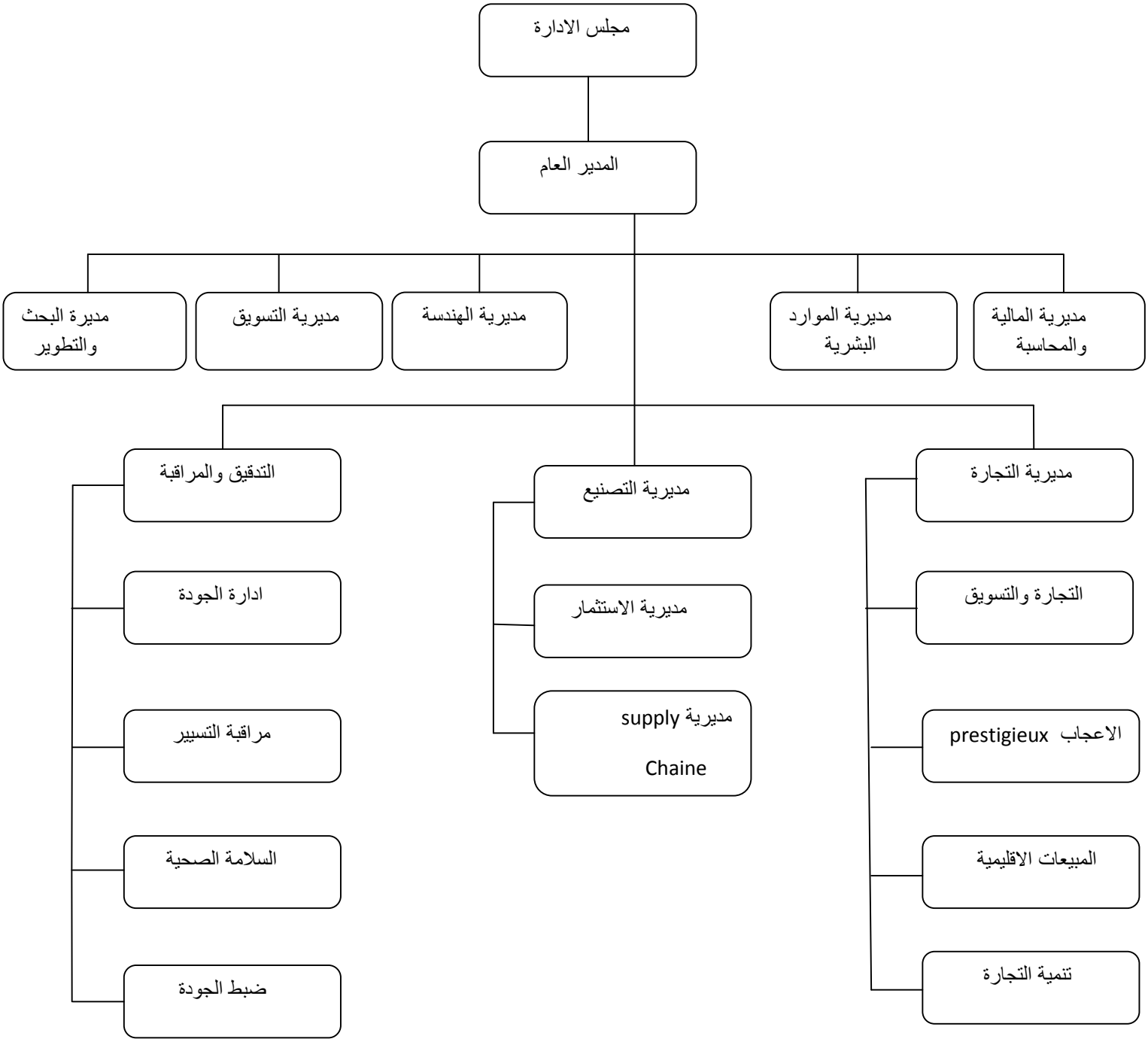
السنة	الأحداث التي مرت بها المؤسسة
1966	تأسيس المؤسسة بداية إنتاج وتوزيع المواد الغذائية المعلبة مثل الطماطم.
1978	بداية دخول ورثة جدد كسعيد محمد عثماني نتيجة التنازل.

1984	بداية نشاط إنتاج مشروبات الفواكه (العصائر)
1989	إقتناء معدات للتجهيز والتعبئة والتغليف من الورق المقوى العقيم.
1999	تغيير في الادارة من خلال تعيين السيد صلاح عثماني مدير المؤسسة والسيد سليم عثماني عضو منتدب للمؤسسة.
2000	الحصول على شهادة الايزو 9002 (أول مؤسسة جزائرية تتحصل على هذه الشهادة)
2003	تغيير الشكل القانوني للمؤسسة لتصبح شركة ذات أسهم أضرار واسعة النطاق ناتجة عن زلزال بومرداس مما أدى الى نقل مقر التوزيع من سمار الواد الى موقع جديد
2004	بداية إنتاج الحليب المعقم
2007	إعادة الهيكلة المالية خاصة بعد التمويل من بنك الاستثمار الأوروبي الحصول على شهادة الايزو 14000
2008	الحصول على جائزة البيئة الوطنية التي تصدرها السلطات الوطنية الحصول على شهادة الايزو 14001
2009	بداية تنفيذ خطة تسويق جديدة تحديث شعار العلامة التجارية اعتماد طرق جديدة للتعبئة والتغليف
2011	بداية تنفيذ برنامج التنمية الذي اعتمد سنة 2010 من خلال الآتي تركيب خط جديد للتعبئة والتغليف تغيير طرق التعبئة والتغليف وشعار العلامة التجارية بداية تفعيل وتخطيط موارد المؤسسة الشروع في عملية التصديق على نظام سلامة الاغذية وفقا لمعيار ISO 22000
2013	الاتجاهات الاستراتيجية الرئيسية لسنة 2013 هي كمايلي تركيب خط ثالث للتعبئة والتغليف استبدال الخط القديم للتعبئة والتغليف للحصول على خط جديد معقم استغلال أراضي جديدة لإستيعاب منصات لوجيستية جديدة الإكتتاب في البورصة

المصدر:صديقي خضرة – مرجع سابق – ص160.

الفرع الثاني: الهيكل التنظيمي لمؤسسة رويبة.

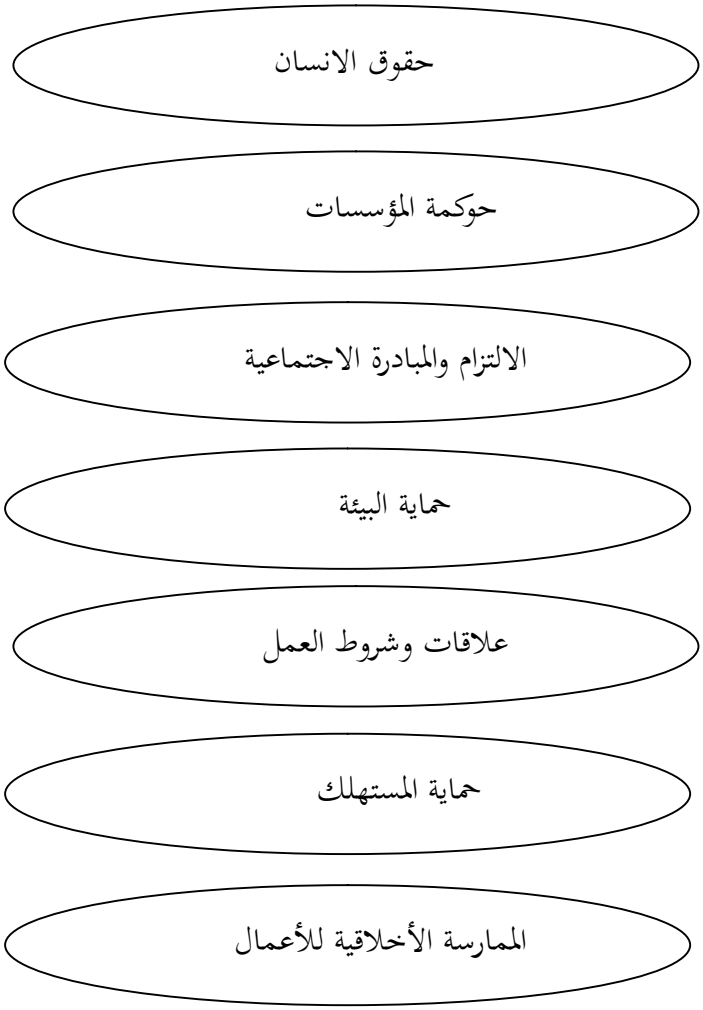
شكل رقم(05):الهيكل التنظيمي لرويبة



الفرع الثالث المسؤولية الاجتماعية في رويبة.

في مجال المسؤولية الاجتماعية اختيرت NCA رويبة كمؤسسة رائدة(Entreprise pilote) في مجال المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من طرف برنامج RS MENA الممول من طرف الدولة السويدية، و الذي يهدف إلى مرافقة بعض المؤسسات في شمال إفريقيا و الشرق الأوسط للتطبيق الأمثل لمعيار الإيزو 26000. و بالتالي فالمؤسسة ستتحصل قريبا على هذا المعيار الصادر سنة 2010 و الذي يتضمن 07 محاور أساسية كما يمثله الشكل الموالي :[1]

شكل رقم(06):محاور الايزو 26000.



[1]بن بريكة عبد الوهاب -تصور نظري لدور الحوكمة الاجتماعية في ترسيخ المقاربة " أخلاق، ثقافة، مواطنة' لدى المؤسسات الاقتصادية—مع الإشارة إلى تجربة مؤسسة NCA رويبة الجزائرية- جامعة محمد خيضر بسكرة– الجزائر ص 16

وفي مجال التقييس دائما تحوز المؤسسة على الإيزو 22000 المتعلق بالسلامة الغذائية (تحصلت عليه سنة 2012)، و الإيزو 9001 المتعلق بنظام تسيير الجودة(تحصلت عليه سنة 2010)، و كذلك الإيزو 14001 المتعلق بالإدارة البيئية (تحصلت عليه سنة 2004)، فهي بذلك تعمل على وضع تحت تصرف زبائنها منتجات حسب المقاييس العالمية.

أما فيما يتعلق بالنشاطات الاجتماعية للمؤسسة، فهي تقوم بـ:[1]

- نشر التقارير السنوية ورسالة التوجهات الاستراتيجية انطلاقا من سنة 2003.
- تقديم الدعم المالي للتظاهرات العلمية كالملتقيات والندوات...
- تقديم الدعم المالي للتظاهرات الرياضية، كدعم أول امرأة جزائرية وإفريقية تصعد إلى القطب الشمالي.
- تقديم الدعم المالي للتظاهرات الثقافية وحماية التراث، كترميم الموقع الأثري باي يوسف بأدرار.
- دعم جمعيات حماية المستهلك.
- تشجيع الممارسات العادلة.
- المساعدة في الحملات الاجتماعية التي تقوم بها الحركات الشبابية كناس الخير.

وانطلاقا مما سبق يمكننا إجمال أبعاد المسؤولية الاجتماعية لدىNCA رويبة في:

أ- المسؤولية اتجاه الأجراء: وتتمثل في تحسين ظروف عمل العمال وعلاقاتهم، الحرية النقابية، وضمان عدم التمييز مهما كان نوعه.

ب- المسؤولية اتجاه الزبائن والمستهلكين: وهي المسؤولية التي تعني توفير منتجات صحية وذات جودة بسعر مناسب، الحق في الحصول على المعلومات التي يريدها الزبائن...، ومن أجل هذا فقد طورت المؤسسة موقعها الإلكتروني بشكل يسمح بتحميل جميع الوثائق الضرورية للجمهور خاصة بعد دخولها البورصة.

ج- المسؤولية اتجاه البيئة: وتعني الحماية الإيكولوجية للبيئة من خلال التسيير الأمثل للنفايات الصناعية وإعادة التدوير، وفي هذا الصدد وضعت المؤسسة نظام SMQE (نظام الجودة البيئية) وهو الذي مكنها من نيل الجائزة الوطنية للبيئة سنة 2008.

د- المسؤولية اتجاه المجتمع: تتمثل في دعم الشباب المبدع كبرنامج "إنجاز العرب" الذي يهتم بالمشاريع المقاولاتية للشباب

هـ- المسؤولية اتجاه الدولة: وتتجلى في احترام التشريعات واللوائح المنظمة للعمل، المساهمة في تحقيق التنمية....

[1] غضبان حسام الدين –مساهمة في اقتراح نموذج لحوكمة المؤسسات الاقتصادية الجزائرية –دراسة حالة مجموعة من المؤسسات الاقتصادية – رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتورة الطور الثالث في علوم التسيير –تخصص تسيير المنظمات –كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير – جامعة محمد خيضر –بسكرة – الجزائر – 2013،2014 – ص231 .

و- المسؤولية اتجاه المؤسسة: وتتطلب الحفاظ على سمعة المؤسسة وصورتها، تطوير الأنشطة وسلسلة القيمة،تشجيع الممارسات الأخلاقية....

أخيرا و في إطار الحوكمة الاجتماعية دائما، تخطط NCA رويبة للمشاريع المستقبلية التالية:

- مراجعة نظام الأجور.
- انشاء محطة لتصريف المياه.
- مشروع نظام الذكاء الاقتصادي.

إعادة هيكلة نظم المعلومات وفقا لمعيار الايزو 20000 المتعلق بالخدمات المعلوماتية.[1]

بالموازاة مع التغير الذي طرأ على هيكل الملكية فيالمؤسسة سنة 2005 وتوجه المسيرين نحو تبني المقاربة الثلاثية " أخلاق،ثقافة، مواطنة"، أطلقت المؤسسة مجموعة من المشاريع والأساليب الإدارية التي كانت تهدف أساسا إلى زيادة قيمة المؤسسة من خلال تعظيم مصالح الأطراف الآخذة بدون استثناء. و لعل أسلوب CAMEL يعد أحد أهم هذه الأساليب و هو الذي أطلق سنة 2005 بغرض ترسيخ إدارة متكاملة لعلاقات و مصالح المؤسسة،استمد هذا الأسلوب اسمه من الحروف الأولى لمبادئه، حيث:

أ- الزبون(Client): يعتبر الزبون لدى NCA رويبة هو مركز جميع الانشغالات، كما يمثل أحد العوامل الأساسية لقياس نجاح المؤسسة ورسالتها، ولذلك فهي تسعى وتعمل على تحقيق رضاه من خلال توفير تشكيلة موسعة من المنتجات الصحية ذات الجودة العالية والسعر المناسب بصورة مستمرة.

ب- التحسين(Amélioration): وهو المبدأ المستمد من الثقافة اليابانية (Kaizen)،ويعني التحسين المستمر: الاستمرارية في السوق ووضع العمال في أفضل الظروف، وبالتالي فالتحسين المستمر ليس مرتبطا فقط بالمستوى العملي وإنما يمتد إلى مستويات ومجالات أخرى، كالاستحواذ مثلا على المعارف الجديدة، تشجيع التكوين، الاهتمام بالبحث والتطوير...

ج- التحفيز(Motivation): إيمانا من المؤسسة بأن العمال هم الملاك الحقيقيين للمؤسسة وزبائنها، فإنها تعمل على زيادة دافعهم ورغباتهم في تقديم المزيد من العمل والتضحية، فمثلا تتوفر المؤسسة على نظام معلومات للموارد البشرية يسمح لها بتقييم أداء عمالها ومكافأتهم عند الإنجازات.

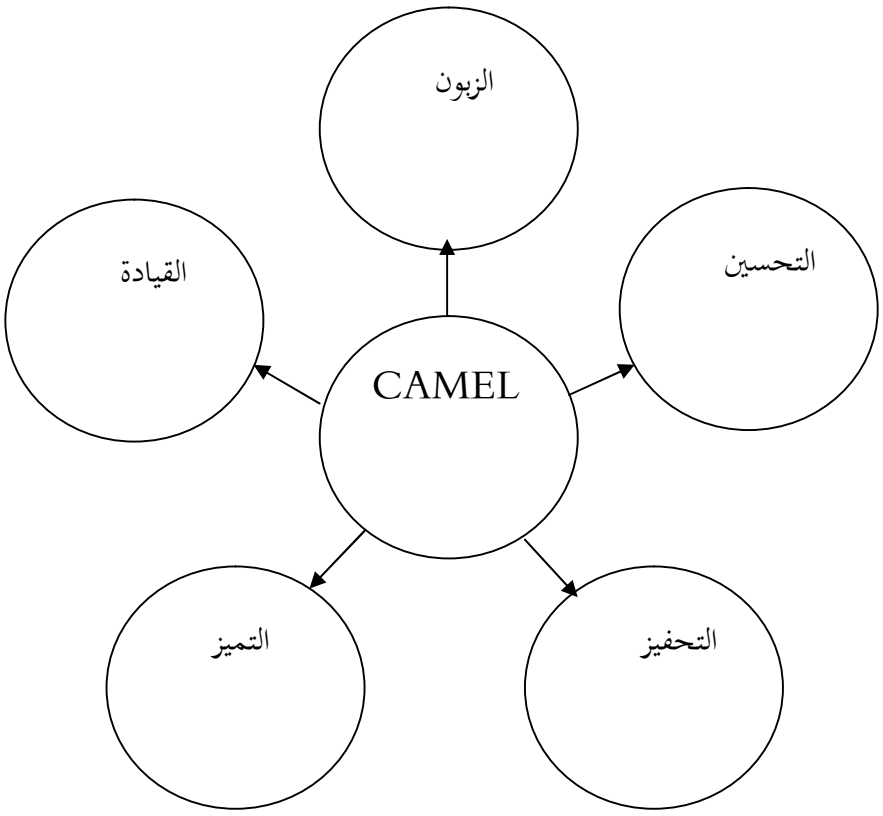
د- التميز(Excellence): تسعى المؤسسة إلى تحقيق التميز و الأفضلية التنافسية من خلال وضع أهداف طموحة و ذات مستوى عال، بشرط الاهتمام بجودة العمل.[2]

[1] غضبان حسام الدين –مرجع سابق – ص 232.

[2] شافية قرفي – دور المسؤولية الاجتماعية في دعم سمعة المؤسسة – دراسة تحليلية من وجهة نظر إطارات مؤسسة رويبة للعصائر – مجلة الباحث – العدد 16 – كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير – جامعة فرحات عباس – سطيف – الجزائر-2016 – ص 128.

هـ- القيادة(Leadership): إن تحقيق القيم السابقة يسمح للمؤسسة بأن تلعب دور القائد في السوق من جهة، و النموذج الذي يقتدى به في عالم الأعمال. والشكل الموالي(رقم 14) يوضح مبادئ أسلوب CAMEL:

الشكل (07): مبادئ أسلوب CAMEL



المصدر شافية قرفي – مرجع سابق – ص 129.

خلاصة

من خلال دراستنا لمجموعة من المؤسسات المطبقة للمسؤولية الاجتماعية والتي تطرقنا فيها الى مؤسسات من عالمين مختلفين أي عالم متقدم والآخر متخلف وأيضا تعمدنا التنويع في مجالات القطاع الذي تنشط فيه هذه المؤسسات توصلنا إلى أن معظم هذه المؤسسات هي متبنية المسؤولية الاجتماعية بشكل حقيقي وليس حبر على ورق أي أنها تقوم بواجباتها على أحسن وجه ولها دور فعال في المساهمة المجتمعية وتعتبر تطوير المجتمع هو جزء من أولوياتها ويدخل ضمن أهدافها المسطرة مسبقا.

الخاتمة

الخاتمة

لقد تطرقنا في هذه المذكرة إلى أحد أهم المواضيع والأكثر حساسية في وقتنا الحاضر فالمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية أصبحت موضوع عالمي يشغل اهتمام مختلف الهيآت العالمية والمؤسسات وحتى عامة الناس، وذلك للأهمية البالغة لها والفوائد والمنافع المترتبة عنها من جهة وأيضا بسبب كثرة الفضائح الأخلاقية التي أصبحت تتعرض لها المؤسسات في الوقت الحالي من جهة أخرى وذلك بسبب ابتعادها عن أخلاقيات الأعمال، ومع زيادة الوعي أصبحت تتعرض لضغوطات من مختلف الجهات الرسمية وحتى من طرف المجتمع، ولهذا أصبحت المسؤولية الاجتماعية بمثابة الزام وليس خيار للمؤسسات اذا ما أرادت الاستمرار والبقاء في السوق وتحسين صورتها في ذهنية مختلف المتعاملين معها لأن المؤسسات المتبنية للمسؤولية الاجتماعية لديها مكانة خاصة في المجتمع لأن الأفراد أصبحوا يميلون لاقتناء منتجات المؤسسات التي تهتم بالبعد الاجتماعي والبيئي على منتجات المؤسسات الأخرى المنافسة حيث يولد ولاء من نوع خاص بين هذه المؤسسات والمجتمع،ومن خلال هذه الدراسة توصلنا إلى مجموعة من النتائج وهي :

1/ بالرغم من أن المسؤولية الاجتماعية لقت اهتمام كبير من قبل المؤسسات ومختلف الهيات الدولية إلا انه لا يوجد قانون يلزم على المؤسسات الاقتصادية تبني المسؤولية الاجتماعية بل يمكن القول أنها أصبحت في الوقت الحالي خيار محتم على المؤسسة تبنيه اذا ما أرادت الاستمرار والبقاء أو عدم تبنيه ولكن هذا يضعها في مكانة حرجة في السوق ولا يضمن لها البقاء. وهذا ما يثبت خطأ الفرضية الأولى والتي تقول أن المؤسسة الاقتصادية هي مجبرة قانونا على تبني المسؤولية الاجتماعية.

2/عندما تتبنى المؤسسة الاقتصادية المسؤولية الاجتماعية فإنها تقوم بدمج مبادئها في كافة المستويات الإدارية لها وتكييف جميع وظائفها على أسس ومبادئ المسؤولية الاجتماعية. وهذا مايثبت صحة الفرضية الثانية والتي مفادها بأنه عند تبني المسؤولية الاجتماعية فان المؤسسة تقوم بدمجها في الاستراتيجية العامة لها.

3/من خلال دراستنا لبعض النماذج من المؤسسات المتبنية للمسؤولية الاجتماعية في الدول المتقدمة والنامية وفي الجزائر، تبين أن هذه المؤسسات محل الدراسة هي ملتزمة ومطبقة لمسؤوليتها الاجتماعية اتجاه المجتمع والبيئة وتقوم بأداء واجباتها على أكمل وجه.وهذا ما يثبت خطأ الفرضية الثالثة والتي تقول أن المؤسسة تتبنى المسؤولية الاجتماعية شكليا فقط.

الاقتراحات:

- يجب نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية بين افراد المجتمع حتى تتربى الأجيال وتنشأ على هذا المفهوم ويكون لديها وعي وادراك مبكر له.

- على الدولة أن تسهل في عملية الشراكة والتعاون بين المؤسسات الأجنبية المتقدمة في مجال المسؤولية الاجتماعية مع المؤسسات الاقتصادية الجزائرية حتى تتمكن هذه الأخيرة من الاستفادة من تجاربها والسير على النهج الذي اتبعته هذه المؤسسات.

-على الدولة أن تهتم أكثر بالبعد الاجتماعي والبيئي وتحفز المؤسسات على ضرورة تبنيهما من خلال ربط منح الإعانات والتسهيلات الحكومية بدرجة اهتمام المؤسسات بالمسؤولية الاجتماعية.

-ضرورة اقتناع المسيرين في المؤسسات الجزائرية بأهمية وفوائد تبني المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للمؤسسة وللمجتمع وتغيير نظرتهم على أن المسؤولية الاجتماعية هي قيد للمؤسسة.

-تعزيز ثقافة المسؤولية الاجتماعية والبيئية في المؤسسات الجزائرية.
-زيادة الاهتمام من قبل الباحثين الجزائريين على موضوع المسؤولية الاجتماعية والاهتمام به أكثر فأكثر

آفاق البحث:

-دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المنظمات.

-مقارنة المسؤولية الاجتماعية في القطاع العام والقطاع الخاص.

قائمة المراجع

الكتب:

1-أحمد حلمي جمعة - محاسبة التكاليف المعيارية – بدون طبعة- دار صفاء للنشر والتوزيع – عمان-الأردن- 2011.

2-أحمد يوسف دودين – إدارة الأعمال الحديثة (وظائف المنظمة) -بدون طبعة- دار اليازوري للنشر والتوزيع- عمان -الأردن– 2015.

3-احمد يوسف دودين – إدارة التسويق المعاصر – الأكاديميون للنشر والتوزيع – عمان – الأردن – 2010.

4-أمين السيد أحمد لطفي – المراجعة البيئية -بدون طبعة- الدار الجامعية –الإسكندرية -مصر– 2015.

5-إياد عبد الفتاح النسور - عبد الرحمن بن عبد الله الصغير- قضايا وتطبيقات تسويقية معاصرة - دار صفاء للنشر والتوزيع - عمان- الأردن -2011.

6-بلحيمر براهيم - قندوز طارق - مدخل الى التسويق الأخضر- دار الخلدونية –الجزائر-2015.

7-ثامر البكري – أحمد نزال النوري – التسويق الأخضر – دار اليازوري للنشر والتوزيع- عمان، الأردن- 2014.

8-ثامر البكري – التسويق الأخضر وإعادة التدوير – الطبعة العربية – دارامجد للنشر والتوزيع-عمان، الأردن- 2015.

9-حسن الساعاتي – علم الاجتماع الصناعي– الطبعة 03- دار النهضة العربية–جمهورية مصر العربية- 1980.

10-زكريا مطلك الدوري –أحمد علي صالح –إدارة الأعمال الدولية –منظر سلو كي واستراتيجي –دار اليازوري للنشر والتوزيع – عمان الأردن-2012.

11-سلامة نبيل – بحوث في المحاسبة والمراجعة الاجتماعية – الطبعة الثانية – بور السعيد – مصر – 1990.

12-سمير سعيد بن سحنون - البعد الأخلاقي والاجتماعي للتسويق- دار الخلدونية -الجزائر – 2015.

13-صالح مهدي محسن العامري – طاهر محسن منصور الغالبي – الإدارة والأعمال – الطبعة 2 – دار وائل للنشر والتوزيع -عمان الأردن – 2008.

14-طارق عبد العال حماد – المفاهيم، المبادئ، التجارب (تطبيقات الحوكمة في المصارف) – الدار الجامعية – مصر – 2005.

15-طاهر الغالي وصالح العمري- المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للعمال والمجتمع- دار وائل للنشر والتوزيع- عمان، الأردن-2008.

16-علي عباس – إدارة الأعمال الدولية – الطبعة الثالثة -دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة – عمان، الأردن- 2013.

17-عمر حسين صبور-مواطنة الشركات العمل الجماعي وتحديد الأولويات-من النظرية إلى التطبيق-الجمعية المصرية لشباب الأعمال.
18-عمر صخري-اقتصاد المؤسسة-الطبعة 04 -ديوان المطبوعات المدرسية-بن عكنون-الجزائر-2006.
19-عبد السلام أبو قحف-مقدمة في الأعمال-بدون طبعة -الدار الجامعية –الإسكندرية-مصر-2005.
20-فتح الله ولعلو – الاقتصاد السياسي – مدخل للدراسات الاقتصادية – دار الحداثة للطباعة – بيروت – لبنان – 1981.
21-فلاح حسن عداي الحسيني - الإدارة الاستراتيجية - دار وائل للنشر -الأردن- 2006.
22-فيليب كوتلر- جاري ارمسترونج- اساسيات التسويق- ج 1-دار المريخ للنشر- الرياض- المملكة العربية السعودية- 2007.
23-محمد أكرم العدلوني- العمل المؤسسي-الطبعة 01-دار بن حزم-لبنان -2002.
24-محمد الصيرفي-ادارة المواد الشراء والتخزين بين النظرية والتطبيق الكمي-الطبعة الأولى-دار قنديل للنشر-عمان –الأردن-بدون سنة.
25-محمد الصيرفي-وظائف منظمات الاعمال-دار قنديل للنشر والتوزيع-عمان-الأردن-الطبعة الأولى-2003.
26-محمد الصيرفي – وظائف منظمات الأعمال – دار قنديل للنشر والتوزيع - الطبعة الأولى -2003- عمان الأردن.
27-مصطفى محمود أبوبكر-ادارة التسويق في المنشآت المعاصرة-الدار الجامعية-الإسكندرية-مصر-2005.
28-منصور عيسى-اساسيات ادارة التسويق-الطبعة الأولى-الدار المصرية للعلوم-القاهرة، مصر-2011.
29-مهدي حسن زويلف – إدارة الشراء والتخزين-الطبعة 2– دار الفكر للنشر-الأردن-2008.
30-ناصر دادي عدون-اقتصاد المؤسسة-بدون طبعة -دار المحمدية-الجزائر-1998.
31-نجم عبود نجم-أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال-الطبعة الأولى-الوراق للنشر والتوزيع-عمان –الأردن-2006.

المذكرات:

1-أحمد صالح أبو سمرة-معوقات الافصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقرير شركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية-رسالة ماجستير-جامعة غزة 2009.
2-أحلام مخبي-تقييم المؤسسة من وجهة نظر البنك دراسة حالة شركة الاشغال العامة والطرقات-مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجيستير- تخصص بنوك وتأمينات-كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير-جامعة منتوري-قسنطينة-الجزائر-2006،2007.

3-بالضياف العيد-المؤسسة الاقتصادية بين أهدافها وتحقيق التنمية المستدامة -مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر-تخصص تسيير واقتصاد بترولي -كلية العلوم الاقتصادية -جامعة قاصدي مرباح –ورقلة، الجزائر-2012،2013.

4-بالي حمزة -إدارة الأخطاء الصناعية كمدخل لتحقيق التنمية المستدامة أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراهشعبة علوم التسيير-تخصص تسيير المنظمات -كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير-جامعة أمحمد بوقرة-بومرداس-الجزائر-2014،2015.

5-بلال كيموش-التقييم الدوري للعناصر المادية ودوره في المحافظة على قيمة المؤسسة في ظل النظام المحاسبي المالي -مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستير-تخصص دراسات مالية ومحاسبية معمقة-قسم العلوم التجارية -كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير- جامعة فرحات عباس-سطيف، الجزائر-2010،2011.

6-بوحفص رواني-المراجعة البيئية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية-مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستير-تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسة-قسم العلوم الاقتصادية-كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية-جامعة قاصدي مرباح –ورقلة، الجزائر-2007،2008.

7-بوزناق عبد الغني-مساهمة الابداع التكنولوجي في تعزيز تنافسية المؤسسة الاقتصادية (دراسة حالة مؤسسة كوندور برج بوعريريج) مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستير في العلوم الاقتصادية-تخصص اقتصاد صناعي-كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير-جامعة محمد خيضر بسكرة،الجزائر-2012،2013.

8-تومي عبد الكريم-تقييم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات النفطية -مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي -تخصص اقتصاد وتسيير بترولي-قسم العلوم الاقتصادية –كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير -جامعة قاصدي مرباح-ورقلة-الجزائر- 2016،2017.

9-حامي حسان-استراتيجية التدريب في إطار متطلبات إدارة المعرفة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية-أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه-كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية – تخصص علم الاجتماع وتنظيم العمل-جامعة محمد لمين دباغين- سطيف 2 -الجزائر -2015،2016.

10-ربح الله هالة-أثر محاسبة المسؤولية الاجتماعية على الإفصاح المحاسبي-رسالة ما ستر-كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير- جامعة المدية-2016.

11-السعيد بلوم-أساليب الرقابة ودورها في تقييم أداء المؤسسة الاقتصادية-دراسة ميدانية بمؤسسات المحركات والجرارات بالسوناكوم SONA COM رسالة مكملة لنيل شهادة الماجيستير-تخصص تنمية وتسيير الموارد البشرية-كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية-قسم علم الاجتماع والديموغرافيا-جامعة منتوري-قسنطينة – الجزائر- بدون سنة.

12-سهيلة بن الموفق-أثر تقلبات معدل الفائدة على أداء المؤسسة-مذكرة لنيل شهادة الماجيستير -تخصص تسيير المؤسسات – قسم علوم التسيير-كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير-جامعة منتوري – قسنطينة،الجزائر -2006،2005.

13-صديقي خضرة-واقع تطبيق الحوكمة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة حالة مؤسسة انسيأي رويبة – أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة في العلوم الاقتصادية –تخصص تسيير الموارد البشرية –كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير-جامعة ابو بكر بلقايد– تلمسان – الجزائر- 2014،2015.

14-عبد الناصر بوفنيك-أثر التسيير البيئي على نشاط الشركات النفطية دراسة حالة سوناطراك-مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي-تخصص تسيير واقتصاد بترولي-قسم العلوم الاقتصادية-كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير-جامعة قاصدي مرباح – ورقلة،الجزائر-2015،2016.

15-عمران نادية-مدى إمكانية تطبيق محاسبة المسؤولية الاجتماعية-رسالة ماستر كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة الدكتور يحي فارس-المدية-2016.

16-غضبان حسام الدين -مساهمة في اقتراح نموذج لحوكمة المؤسسات الاقتصادية الجزائرية -دراسة حالة مجموعة من المؤسسات الاقتصادية -رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتورة الطور الثالث في علوم التسيير –تخصص تسيير المنظمات-كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير-جامعة محمد خيضر-بسكرة-الجزائر-2013،2014.

17-فاروق إبراهيمي-التسويق الأخضر كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية-أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه-قسم علوم التسيير جامعة محمد خيضر-بسكرة-الجزائر-2015، 2016.

18-ليلى بوحلة-واقع تطبيق محاسبة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية-رسالة ماستر-كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية – جامعة الدكتور يحي فارس -المدية -2016.

19-محمد سالم اللؤلؤ-مدى إمكانية تطبيق المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركات المساهمة العامة-رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجيستير -كلية التجارة-الجامعة الإسلامية -غزة -2009.

20-محمد سعد وأحمد حمودة -العلاقة بين تبني مفهوم التسويق الأخضر والأداء التسويقي-دراسة ميدانية على المنشآت الصناعية في محافظة قطاع غزة-كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية-قدم هذا البحث استكمالا لمتطلبات الحصول على الماجستير-تخصص إدارة الأعمال-جامعة الأزهر-غزة.

21-مريم بوداوي-دور بحوث التسويق في تفعيل علاقة المؤسسة بمحيطها-مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر-تخصص تسويق وتجارة دولية-قسم العلوم التجارية-كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير-جامعة آكلي محند أولحاج -البويرة -الجزائر -2011،2012. نقلا عن إبراهيم قبرة -التنظيم الحديث للمؤسسة دار الفجر للنشر والتوزيع -القاهرة -مصر -2008.

22- مليكةمغيلي -الشركات متعددة الجنسيات وتأثيرها على سيادة الدول-مذكرة لنيل شهادة الماستر-تخصص حقوق-قسم الحقوق-كلية الحقوق والعلوم السياسية-جامعة خميس مليانة-2013،2014 نقلا عن Les christian milli et michel delapir. Firmes multinationals. Vuibert . geographie economique. France- 1995.

23- مقدم وهيبة- تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية-رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير-كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير-جامعة وهران- الجزائر- 2013-2014.

24-محمد فلاق –مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الاعمال- أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير إدارة اعمال- كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير قسم علوم التسيير- جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف الجزائر- 2013،2014.

25-يحي عبد اللاوي-أثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على تحسين الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية- مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي-قسم علوم التسيير-تخصص تدقيق محاسبي-جامعة حمة لخضر – الوادي-الجزائر-2014،2015.

المجلات:

1-إبراهيم محمد العقود-الشركات المتعددة الجنسيات والاستثمار في ليبيا – مجلة العلوم القانونية والشرعية العدد الثامن –كلية القانون – الزاوية – ليبيا.

2-بابا عبد القادر،مقدم وهيبة-المسؤولية الاجتماعية ميزة استراتيجية خالقة للقيمة(دراسة حالة مؤسسة سوناطراك).

3-بن بريكة عبد الوهاب -تصور نظري لدور الحوكمة الاجتماعية في ترسيخ المقاربة " أخلاق، ثقافة، مواطنة' لدى المؤسسات الاقتصاديةمع الإشارة إلى تجربة مؤسسة NCA رويبة الجزائرية– جامعة محمد خيضر بسكرة– الجزائر.

4-الداوي الشيخ -تحليل أثر التدريب والتحفيز على تنمية الموارد البشرية في البلدان الإسلامية-مجلة الباحث- العدد السادس-2008-كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية-جامعة قاصدي مرباح-ورقلة-الجزائر.

5-شافية قرفي – دور المسؤولية الاجتماعية في دعم سمعة المؤسسة – دراسة تحليلية من وجهة نظر إطارات مؤسسة رويبة للعصائر-مجلة الباحث – العدد 16 –كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير- جامعة فرحات عباس-سطيف-الجزائر-2016.

6-شريفة جعدي وآخرون – أثر استثمار الشركات المتعددة الجنسيات على التنمية المحلية في الجنوب الشرقي الجزائر خلال الفترة (2006-2012)- المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية –العدد 1-ديسمبر2014.

7-صادق جعفر-دراسة ميدانية من واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات في مملكة البحرين- إصدارات الدائرة التطوعية المنامة – البحرين- 2007.
8-عبد الجليل مقدم – نظام الإدارة البيئية كاستراتيجية تنافسية للمؤسسات الصناعية – مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية – المجلد 4-العدد 2- 2015-جامعة الجزائر 3.
9-عبد الناصر خرفي– المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات التسويق – مجلة الدراسات الاقتصادية الكمية –العدد 01-2015.
10-علاء جميل مكط الزحيم– دور آليات حوكمة الشركات في الرقابة على تكاليف المسؤولية الاجتماعية - دراسة تطبيقية في عينة من المصارف العراقية الخاصة -مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية – المجلد 17 – العدد 1 لسنة 2015 -كلية الإدارة والاقتصاد -قسم المحاسبة -العراق.
11-قاسمي السعيد – المسؤولية الاجتماعية كخيار فعال لاستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر -مجلة اقتصاديات المال والأعمال JFBE- 2017.
12-قاسمي السعيد – المسؤولية الاجتماعية كخيار فعال لاستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر -مجلة اقتصاديات المال والأعمال JFBE- 2017.
13-قاسمي كمال- بعلي منية – المسؤولية الاجتماعية كأحد المتطلبات الحدية لدعم العلاقات العامة – مجلة الباحث الاقتصادي -العدد 3 -المسيلة – الجزائر -2016.
14-ليث سعد الله حسين -ريم سعد الجميل المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين وانعكاساتها على أخلاقيات العمل دراسة لآراء عينة من منتسبي بعض المستشفيات مدينة الموصل –كلية الإدارة والاقتصاد –جامعة الموصل – العراق.
15-مراد سليم عطياني -كامل محمد الحواجرة –المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل في إطار وظيفة العمليات وأثرها في أداء الأعمال -دراسة ميدانية للشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان المالية –دراسات العلوم الإدارية –المجلد 43- العدد 1- جامعة فيلاديلفيا وجامعة عمان العربية –الأردن -2016.
16-مشري سعاد –مقالة بعنوان واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الجزائرية(دراسة حالة مؤسسة كوندور ببرج بوعريريج)مجلة جيل العلوم الانسانية والاجتماعية-العدد 05-2015 – الجزائر.
17-منيرة سلامي-أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية على أداء الموارد البشرية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة – دراسة مقارنة بين إيلاف ترين، الضياء- ورقلة – الجزائر.
18-وفاء التميمي-واقع تبني المسؤولية الاجتماعية في التسويق للشركات المنتجة لمستحضرات التجميل-دراسة ميدانية مبنية على آراء مجموعة من مديري شركات أنتاج مستحضرات التجميل-المجلة الأردنية في إدارة الأعمال- المجلد 6- العدد 3 -2010.

19-وليد شتوح -مكانة نظام الإدارة البيئية الايزو 14000 في تسيير المؤسسات الجزائرية -مجلة الواحات للبحوث والدراسات -المجلد 7 -العدد 2 -2014- جامعة باجي مختار-عنابة –كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير.

الملتقيات والمؤتمرات:

1-أم كلثوم جماعي – الركائز الأساسية لنجاح المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال – ورقة مقدمة للمشاركة في الملتقى الدولي الثالث بجامعة بشار حول منظمات الاعمال والمسؤولية الاجتماعية يومي 14 و15 فيفري 2012 –كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير.

2-أمين مخفي، تجارب وممارسات الدول النامية والمقدمة في مجال تكريس مبادئ حوكمة المؤسسات لتحقيق التنمية المستدامة، الملتقى العلمي الدولي حول: آليات حوكمة المؤسسات ومتطلبات تحقيق التنمية المستدامة، ورقلة الجزائر،25- 26نوفمبر 2013.

3-أمينة قهواجي – مداخلة بعنوان"المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال ودورها في تحقيق التنمية المستدامة – المؤتمر الدولي 13 دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم إستراتيجية التنمية المستدامة – يومي 14،15 نوفمبر 2016.

4-رابح عرابة - وهيبة بن داودية – عرض تجارب الدول ومنظمات الأعمال الرائدة والحائزة على جوائز المسؤولية الاجتماعية. مداخلة بعنوان المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في التنمية –عرض تجارب بعض الشركات العالمية –جامعة حسيبة بن بوعلي –الشلف الجزائر.

5-سمير صالحي – التسويق الأخضر: بين الأداء التسويقي والأداء البيئي للمؤسسات الاقتصادية – مجمع مداخلات الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات – نمو المؤسسات والاقتصاديات الأداء بين تحقيق الأداء المالي والأداء البيئي – المنعقد بجامعة ورقلة يومي 22 و23 نوفمبر 2011- كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة ورقلة الجزائر.

6-محمد عجيلة – أحمد علماوي – أبجديات النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية – مداخلة في الملتقى الوطني حول واقع وآفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر يومي 05،06 ماي 2013- جامعة الوادي – الجزائر.

7-مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية -كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع-نيويورك وجنيف 2014.

8-موسى سهام والعمودي مينة – تحليل مصادر الميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية pmiفي ظل التغيرات التكنولوجيا الحديثة تكنولوجيا الأنترنت – بحث مقدم إلى الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسة الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية – جامعة حسيبة بن بوعلي – الجزائر يومي 9و10 نوفمبر 2010.

التقارير الرسمية:

1-التقرير الرسمي السنوي لمؤسسة المراعي لعام 2014

2-التقرير السنوي لمؤسسة كوكاكولا لعام 2014.

المراجع الأجنبية:

[1-]Cristina A cedillo Torres ,Al Four case studies on corporate social responsibility :Do Conflicts Affects a company CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY POLICY ? Utrecht law review, vol.8 ,no 3,November 2012.P 53.

المراجع الالكترونية:

1-(https://www.al-sharq.com/article/29/12/2014.

2-www.adac.ae/arabic/who-we-are/who-we-are/vision-mission-and-values.

3-www.albilad-capital.com.

4-www.aljazeeva.net/encyclopedia/economy/2016/10/24.

5-www.abudhabi airport.ae/arabic/media-centre/

6-http://althawagah.com/18516 (18-04-2018).

7-http://elasrag.blogspot.com/2014/05/blog-post_20.html.

8-http://www.aliqtisadi.ps/article/56738 (18-04-2018).

9-http://www.aliqtisadia.com (18-04-2018).

10-http://www.mo22.com (18-04-2018).

11-https ://wikipedia.org/wiki.

12-https://aliqtisadi.com.

136https://almarai.com:80/client/arab/a bout/community.

14-https://ar.coca-colaarabia.com/our-company/125-years-of-sharing-happiness (18-04-2018).

15-https://ar.wikipedia.org. (15-04-2018).

16-https://platform.almanhal.com.

17-https://toyota.com (12-04-2018).
18-https://www.abudhabi.ae/portal/public/ar/departments/adac.
19-https://www.alarabiya.net/ar/aswaq/2016/08/31 (24-04-2018).
20-https://www.shasha.ps/news/82364 (22-04-2018).
21--https://www.shorouknews.com/news/view.aspx?cdate:2906201 (22-04-2018).
22-https://www.sonatrach-dz.com/arabe/presentation.
23-https://www.youm7.com/story/2017.
24-https://www.youm7.com/story/2018/2/1/2017/3627456. (25-04-2018).
25-www.adac.ae/arabic/media-centre/press-releases/2018/2018-04-18.
26-www.adac.ae/arabic/what-we-do/airports/abu-dhabi-international-airport.
27-www.adac.ae/arabic/who-we-are/who-we-are/our-awards.
28-www.adae.ae.
29-www.adae.ae/arabic/mtp/sustainable-development.
30-www.adae.ae/arabic/who-we-are/corporate-vesponsibility.
31-www.alarabiya.net.
34-www.albawabhnews.com/2479913.
35-www.albilad-capital.com14/03/2016.
36-www.aleqt.com/2011/09/26/article.
37-www.alghad.com/articles/792292 (12-04-2018).
38-www.almarai.com.
40-www.alriyadh.com/975689.
41-www.angelfire.com /08.04.2018/10 :47.
42-www.arabphones.net.
43-www.eyeofriyadh.com/ar/news/.
44-www.hakaek.online.com.
45-www.huawei.com (25-04-2018).

46-www.huawei.com/en/about-huawei/sustainability/.
47-www.medadcenter.com/articles/1948.
48-www.reviewzat.com/10-strange-facts-you-dont-know-about-huawei-2/(25-04-2018).
49-www.vetogote.com/2893805 (22-04-2018).