

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الوادي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

واقع المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسة
الاقتصادية
دراسة حالة شركة سونلغاز (ولاية الوادي)

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة ليسانس LMD

إشراف الدكتور:

بن علي عبد الرزاق

إعداد الطلبة:

السعيد شدالة

شعيب بوترة

السنة الجامعية: 2013-2014

المقدمة

تمهيد الإشكالية:

عاشت منظمات الأعمال منذ الثورة الصناعية عصرها الذهبي، حيث كان التطور الصناعي بأي ثمن في تصاعد مستمر، وكان الاتجاه نحو تعظيم الأرباح، يبرر كل شيء لصالح الأعمال على حساب مصالح الأطراف الأخرى، فكان في البدء أسبوع العمل ذي المائة ساعة عمل، ظروف العمل المأساوية الأمراض المهنية وإصابات العمل الفردية والجماعية، الاستغلال الإستنزافي للموارد، كانت كلها مقبولة كثمن إجتماعي في سبيل تحقيق ودفع عجلة التطور الاقتصادي، لهذا شهدت فترة الثورة الصناعية الكثير من المآسي الإنسانية، من سوء الاستغلال والإهمال وتشغيل الأطفال والأحداث والنساء في ظروف أقل ما يقال عنها أنها مأساوية. وقد ظلت هذه الحالة حتى بداية القرن العشرين. و خلال هذه الفترة كانت هناك إرهاصات فردية ودعوات متفرقة من أجل الحد من هذه الظواهر القاسية، كما هو الحال عند الرأسمالي - **Robert Owen** - في بداية القرن التاسع عشر الذي دعا إلى الاهتمام بالآلة البشرية - الفرد العامل - من خلال مده بأساسيات الحياة كساعات عمل محدودة، ووجبات طعام أثناء العمل، والتعليم العام. وبالرغم من تصاعد حركة الإدارة العلمية في بداية هذا القرن، فإنها كانت تعمل في ظل مرحلتها التاريخية القائمة على أساس تعظيم الربح لصالح الشركة على حساب العوامل والأطراف الأخرى، فقد ركزت هذه الحركة على ما أكده تايلور (**F.W.Taylor**) من أن لكل عمل هناك طريقة وحيدة أفضل لأداء العمل؛ وهذا كان من أجل تحسين الكفاءة و بالتالي تعظيم الربح في المنظمات. ومن بين الإرهاصات التي أعقبت ذلك ما أشار إليه (**H. Gantt**) في آخر كتابه - التنظيم للعمل - الصادر في عام 1919 إلى أنه " إذا حدث في أي وقت أن وجد المجتمع أن ثمن وجود المنظمات يفوق ما يجنى من ورائها من نفع، فإن السماح بوجودها ينتفي"¹. ولقد بين (**Zadek**) أن تطور المسؤولية الاجتماعية أخذ ثلاثة² أجيال حيث في الجيل الأول **the First Génération**، والذي بين أن المنظمات يمكن أن تكون مسؤولة بعدة طرق مثل المساهمات والمساعدات الطوعية من أصحاب رؤوس الأموال في الأعمال الخيرية المؤثرة. أما في الجيل الثاني **the**

second Génération، و الذي تعمل على أساسه المنظمات في الوقت الحاضر، حيث أن المنظمات وكافة الصناعات تنظر إلى المسؤولية الاجتماعية كعنصر رئيسي ومكمل لإستراتيجية أعمالها على المدى البعيد، فعلى سبيل المثال لا الحصر التعامل بمسؤولية والتحلى بأخلاق العمل مع كافة المتعاملين مع المنظمة ووضع المخصصات المالية اللازمة لإيجاد المنظمات المواطنة لتنفيذ الإستراتيجيات وذلك بدعم من الإدارة العليا. أما في الجيل الثالث **the third Génération**، وهو المطلوب للقيام بمساهمات تجاه البيئة وما يحيط بها، حيث أن هذا الجيل يهدف بالأساس إلى إنجاز القضايا الاجتماعية بالإضافة إلى تطور الأعمال.

كشفت مختلف الدراسات والبحوث أن المسؤولية الاجتماعية تعتبر من القضايا الأكثر أهمية وتحدياً للمؤسسات خاصة الاقتصادية منها، حيث أصبح تقييم المؤسسة الاقتصادية غير مبني فقط على الأرباح فحسب ولم تعد في بناء سمعتها تعتمد على المراكز المالية فقط، فقد ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على خلق ديناميكية عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية عبر أنحاء العالم، ومن ابرز هذه المفاهيم نجد مفهوم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال.

وتأسيساً على ذلك فإن مفتاح ونجاح و نمو المؤسسات الاقتصادية يمكن ربطه بمدى أهمية وإدراك المسؤولية الاجتماعية المرتبطة بعدد من القيم ومعايير الإنسانية السامية، كالتكافل والإحساس بالوطنية اتجاه كل ما له علاقة بالمؤسسة سواء كان موظفاً أو عاملاً مساهم، مالك، فرد من المجتمع، زبون... ولهذا فإنه متى ما زادت المؤسسة الاقتصادية في فهم وإعطاء أهمية وقيمة لتلك العملية الضميرية زادت عملية تطور وازدهار ورقي المؤسسة في الوطن مما يزيد من ربحيتها وسمعتها.

طرح الإشكالية:

ومن خلال ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

ما مدى تبني شركة سونلغاز لولاية الوادي للمسؤولية الاجتماعية ؟

أسئلة الدراسة:

يمكن تجزئة الإشكالية العامة للدراسة إلى الأسئلة التالية:

- 1- ما مدى التزام الشركة بالمسؤولية الأخلاقية ؟
- 2- ما مدى التزام الشركة بالمسؤولية القانونية ؟
- 3- ما مدى التزام الشركة بالمسؤولية البيئية ؟
- 4- ما مدى التزام الشركة بالمسؤولية الخيرية ؟
- 5- ما مدى التزام الشركة بالمسؤولية الاقتصادية ؟

فرضيات الدراسة:

يفترض الباحثان أن شركة سونلغاز لولاية الوادي تلتزم بعناصر المسؤولية

الاجتماعية أي أن :

- 1- تلتزم بالمسؤولية الأخلاقية.
- 2- تلتزم بالمسؤولية القانونية.
- 3- تلتزم بالمسؤولية البيئية.
- 4- تلتزم بالمسؤولية الخيرية.

5- تلتزم بالمسؤولية الإقتصادية.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى الآتي:

- 1- إبراز وتوضيح الإطار النظري المتصلة المسؤولية الاجتماعية وعناصرها .
- 2- قياس مستوى توفر عناصر المسؤولية الاجتماعية في شركة سونلغاز بولاية الوادي.
- 3 - التوصل إلى عدد من التوصيات التي يمكن أن تساعد منظمات الأعمال محل الدراسة من الاستفادة من موضوعات المسؤولية الاجتماعية.

أهمية الدراسة:

- 1- التعرف على المسؤولية الاجتماعية و أبرز عناصرها.
- 2- إبراز هل هناك سعي الشركات الوطنية لتبني هذا المفهوم الحديث.
- 3- إبراز عناصر المسؤولية الاجتماعية.
- 4- توظيف النتائج للمعرفة واقع هذا المفهوم في إحدى الشركات العامة والمهمة كشركة سونلغاز.

منهج البحث وأسلوبه:

استخدم الباحثان المنهج الوصفي في تحليل البيانات والوصول إلى النتائج ، واعتمدا في الدراسة الميدانية على استبيان تم إعداده للغرض. واستخدما بعض الأساليب الإحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي (Spss V.20)

خطة البحث:

اشملت الدراسة على فصلين اثنين :

* الفصل الأول: ويتناول الدراسة النظرية وينقسم إلى خمسة مباحث:

المبحث الأول : مفهوم المسؤولية الاجتماعية

المبحث الثاني : أهمية وأبعاد المسؤولية الاجتماعية

المبحث الثالث : المبادئ الأخلاقية في العمل الاقتصادي

المبحث الرابع : معايير قياس وتقييم المسؤولية الاجتماعية
المبحث الخامس : مظاهر احترام المؤسسة للمسؤولية الاجتماعية
* الفصل الثاني : يتناول الدراسة التطبيقية (الميدانية) . ويشتمل على ثلاثة مباحث:
المبحث الأول: تعريف عام لشركة سونلغاز بالوادي
المبحث الثاني: منهجية الدراسة
المبحث الثالث: الإحصاءات الوصفية لمتغير الدراسة ونتائجها
أما الخاتمة قد تناولت أهم النتائج التي تم التوصل إليها

الفصل الأول

الدراسة النظرية

وتشتمل على خمسة مباحث:

- المبحث الأول : مفهوم المسؤولية الاجتماعية
- المبحث الثاني : أهمية وأبعاد المسؤولية الاجتماعية
- المبحث الثالث : المبادئ الأخلاقية في العمل الاقتصادي
- المبحث الرابع : معايير قياس وتقييم المسؤولية الاجتماعية
- المبحث الخامس : مظاهر احترام المؤسسة للمسؤولية الاجتماعية

تمهيد:

إن التطور الذي عرفته مختلف المؤسسات الاقتصادية في ظل تغيرات الاقتصاد العالمي جعلها تضع الربح والعائد الاقتصادي من أولوياتها اعتباراً أن المؤسسات الحكومية أو المؤسسات القطاع العام هي التي تتحمل جانب المسؤولية الاجتماعية ، لكن مع تغيرات دور الدولة وكثرة مؤسسات القطاع الخاص وزيادة العاملين واشتداد المنافسة وارتفاع الأرباح أصبحت القيم الاقتصادية ليست المحدد الوحيد لتقييم أداء المؤسسات الاقتصادية ، وإنما هناك قيم ثقافية قانونية ، سياسية اجتماعية التي من المفروض إعطاء لها أهمية وإدراكها من طرف أصحاب المؤسسات وأخذها بعين الاعتبار ، يعني المسؤولية ليست فقط اكتساب المال بل مسؤولية اجتماعية كذلك . وبناء على هذا سنحاول من خلال هذه المذكرة تحديد إطار عام لفهم وتحديد أهمية وقيمة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية مع رؤية استطلاعية على واقع ذلك في إحدى المؤسسات الوطنية الجزائرية.

المبحث الأول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية

من المتفق عليه أن المؤسسات الاقتصادية ليست بمؤسسات خيرية وأن هاجسها الأول تحقيق أكبر عائد من الربح، إلا أنه في وقتنا الحاضر نرى أن تقييم المؤسسات لم يعد يعتمد على ربحيتها فحسب، ولم تعد تعتمد في بناء سمعتها على مراكزها المالية فقط، وإنما ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية عبر أنحاء العالم، وكان من أبرز هذه المفاهيم " مفهوم المسؤولية الاجتماعية"، إذ تبلورت فكرة تذكير المؤسسات بمسؤوليتها الاجتماعية والأخلاقية وحتى لا يكون الربح عائداً عن أمور غير مقبولة أخلاقياً أو قانونياً كتشغيل الأطفال، الإخلال بالمساواة في الأجور، ظروف وشروط العمل والحرمان من الحقوق الأساسية للفرد، علاوة على ذلك فإن الدور الرئيسي الذي تلعبه المؤسسات كونها المصدر الرئيسي للثروة وتوليد فرص العمل يحتم

عليها القيام بواجباتها الاجتماعية وفقا للمفاهيم الحديثة، كما أن التطورات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في عصر يتسم بالتغيير السريع يحتم عليها ذلك أيضا. ويؤرخ لظهور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في منتصف التسعينات من القرن الماضي، ومنذ ذلك التاريخ و هي تفرض نفسها على الساحة الاقتصادية الوطنية والدولية، ويرجع غالبية الباحثين إلى أن المسؤولية الاجتماعية قد برزت نتيجة لردود الفعل التي اجتاحت العالم ضد العولمة، الأمر الذي دفع الشركات متعددة الجنسيات للبحث عن دور لها على المستوى الاجتماعي وخصوصا بعد تنامي ظاهرة الفقر نتيجة التطبيقات الصارمة لتحرير التجارة العالمية.

المطلب الأول: تعريف وتطور المسؤولية الاجتماعية

والمعروفة أيضا بمسؤولية الشركات، ومواطنة الشركات، العمل المسؤول، العمل المسؤول المستمر (SRB)، أو أداء المؤسسات الاجتماعية، وهو شكل من أشكال تقرير الشركات والتنظيم وتم إدماجها في نموذج الأعمال التجارية. ومن الناحية المثالية، فإن سياسة المسؤولية الاجتماعية للشركات تعد بمثابة مدمج، وآلية التنظيم الذاتي التي يمكن من خلالها العمل الذي من شأنه رصد وضمان التزامها بالقانون والمعايير الأخلاقية والدولية ووضع القواعد. ورجال الأعمال من شأنهم تبني المسؤولية عن طريق تأثير أنشطتها على البيئة والمستهلكين والعاملين، والمجتمعات المحلية وأصحاب المصلحة وجميع الأعضاء الآخرين في المجال العام. وعلاوة على ذلك، فإن الأعمال تكون استباقية لاي تعزيز في المصلحة العامة وذلك عن طريق تشجيع نمو وتطور المجتمع، وطوعا القضاء على الممارسات التي تضر في المجال العام، بغض النظر عن الشرعية. ويعد CSR أساسا، إدراج المسؤولية الاجتماعية المتعمدة لشركات المصلحة العامة في قرار الشركات .

ومن أبرز هذه التطورات مفهوم "المسؤولية الاجتماعية للشركات". حيث أصبح دور مؤسسات القطاع الخاص محورياً في عملية التنمية، وهو ما أثبتته النجاحات التي حققتها الاقتصادات المتقدمة ، إذ أدركت مؤسسات القطاع الخاص أنها غير معزولة عن المجتمع، وتنبهت إلى ضرورة توسيع نشاطاتها لتشمل ما هو أكثر من النشاطات

الإنتاجية، بإلقاء هموم المجتمع والبيئة اهتماماً كافياً ، والأخذ بعين الاعتبار ثلاثية أضلاع التنمية المستدامة وهي النمو الاقتصادي والتقدم الاجتماعي وحماية البيئة. هناك أدلة متزايدة على أن الشركة أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات تشكل وسيلة مشروعة ومقنعة لاجتذاب واستبقاء الموظفين جيدة . لتلميع أوراق اعتمادهم المسؤولية الاجتماعية وبالتالي جذب المواهب والاحتفاظ بها ، رؤساء تنفيذيين لشركات مثل هوم ديبوت ، دلتا إير لاينز وساب تعهد مؤخراً لنشر الملايين من المتطوعين العاملين في المشاريع المجتمعية المختلفة..". والواقع أن العديد من الشركات الكبيرة والصغيرة ، بما في ذلك شركة سيسكو سيستمز ، وجنرال إلكتريك وشركة آي بي إم ، تعرض تشجيع الموظفين على المشاركة في المسؤولية الاجتماعية للشركات باعتبارها " (1) ضرورة استراتيجية.

لكن برزت بعض المنظمات على كيفية استخدام المسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل صحيح كجزء من جهودها مشاركة الموظفين . أنها تقصر عن التواصل نوايا المسؤولية الاجتماعية للشركات ومبادراتها لموظفيها وتميل للحفاظ على قرارات المسؤولية الاجتماعية للشركات في أيدي كبار المديرين. وفي الوقت نفسه ، فهم فشلوا في مبادرات المسؤولية الاجتماعية التي تعمل على أفضل وجه لإثارة أي مجموعة من الموظفين. جميع في كل شيء ، فهي تفشل في القبض على إمكانات كبيرة في المسؤولية الاجتماعية للشركات لمساعدتها على خوض الحرب للمواهب عندما تستخدم بشكل صحيح ، يمكن أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تعزيز مشاركة الموظفين من خلال خلق الشعور بأنهم جزء من مهمة أكبر الشركات والتي قيمها أسهم الشركة ، ومساعدتهم على تعزيز علاقاتهم الاجتماعية الخاصة.

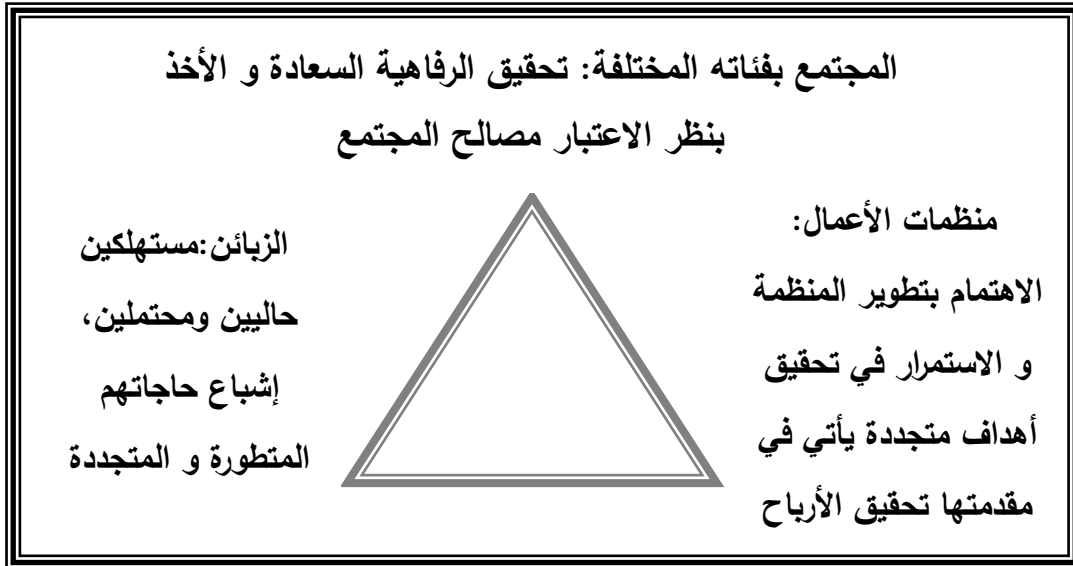
وتعد ممارسة المسؤولية الاجتماعية للشركات هي موضع نقاش وانتقادات واسع. ويرى المؤيدون أن هناك طلباً قوياً لقضية المسؤولية الاجتماعية للشركات التجارية،

(1) الطاهر خامرة "المسؤولية الاجتماعية مدخل لمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة " رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة ورقلة ، 2007 ، ص 83 .

والشركات التي تستفيد بطرق عديدة من خلال العمل مع منظور أوسع وأطول من آثارها المباشرة الخاصة، أي الأرباح قصيرة الأجل. ويجادل المنتقدون على أن تصرف المسؤولية الاجتماعية للشركات من الدور الاقتصادي الأساسي للشركات، والبعض الآخر يرى أنه ليس أكثر من نافذة سطحية مزيّنة، وآخرون يقولون انها محاولة لاستباق دور الحكومات كقريب على الشركات القوية متعددة الجنسيات.

وأخلاقيات الأعمال التجارية وهي واحدة من أشكال الأخلاقيات التطبيقية التي تدرس المبادئ الأخلاقية والأدبية والمشكلات الأخلاقية والتي يمكن أن تنشأ في بيئة الأعمال التجارية.

شكل (01): العلاقة المتبادلة بين المجتمع و منظمات الأعمال و الزبائن



المصدر: طاهر الغالبي، صالح العامري، المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال (الأعمال و المجتمع)، الأردن، دار وائل للطباعة و النشر و التوزيع ، 2005، ص 245.

وفي الضمير المتزايد يتم التركيز على الأسواق من القرن الحادي والعشرون، والطلب على العمليات الأكثر أخلاقية في مجال الأعمال والإجراءات المعروفة باسم (الأخلاقيات) الأخذ في الازدياد. وفي الوقت نفسه، يتم تطبيق الضغط على الصناعة لتحسين أخلاقيات الأعمال التجارية من خلال مبادرات القطاعين العام

والقوانين الجديدة (مثل ارتفاع الضرائب على الطرق في المملكة المتحدة للسيارات ذات الانبعاثات العالية).

وأخلاقيات الأعمال التجارية على حد سواء يمكن أن تكون معيارية وذات انضباط وصفي. كممارسة الشركات والتخصص الوظيفي، والميدان يكون معياري في المقام الأول. وتؤخذ أيضا في الأوساط الأكاديمية، والنهج الوصفي. ويعد نطاق وكمية الأعمال والمسائل الأخلاقية انعكاس درجة العمل وهي التي ينظر إليها على أنها على خلاف مع القيم الاقتصادية والاجتماعية. ومن الناحية التاريخية، يتم الاهتمام بأخلاق العمل مما يجعل بشكل مثير أثناء الثمانينات والتسعينات، وكلاهما ضمن الشركات الرئيسية وضمن الأكاديميات. وعلى سبيل المثال، اليوم معظم مواقع الشركات الكبرى تكمن التأكيد على التزامها بالتعزيز الغير قيم اجتماعياً واقتصادياً في إطار مجموعة من العناوين (مثل مدونات قواعد السلوك، المواثيق والمسؤولية الاجتماعية). وفي بعض الحالات، هناك شركات لها موسومة ثانية لقيمتهم الرئيسية على ضوء اعتبارات العمل الأخلاقية (مثل ابريتيش بتروليوم) "ق" ما بعد البترول "الإمالة البيئية).

وجاء التعبير CSR في استعمال الأرض المشاعة في أوائل السبعينات بالرغم من أنه إختصاراً نادراً. وأصحاب المصلحة، يعني تلك المغمورة بنشاطات منظمة، كانت تستعمل لوصف المالكين المتعلقين بالشركات بعد حملة الأسهم كنتيجة لكتاب مؤثر من قبل بحث فريمان في عام 1984م.

شكل رقم (02): هرم كرويل Carroll للمسؤولية الاجتماعية



المصدر: محمد عاطف محمد ياسين، واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية: دراسة تطبيقية لآراء عينة من مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات، الأردن، 2008، ص: 19.

في حين أنه لا يوجد أي معيار معترف به من أجل المسؤولية الاجتماعية للشركات ومؤسسات القطاع العام (للأمم المتحدة على سبيل المثال) للانضمام إلى أسفل الخط الثلاثي (TBL). فمن المقبول على نطاق واسع أن يتم الالتزام بمبادئ

المسؤولية الاجتماعية للشركات المماثلة ولكن مع عدم الفعل الرسمي للتشريع. ووضعت الأمم المتحدة مبادئ الاستثمار المسؤول عن المبادئ التوجيهية لكيانات الاستثمار.

بعض المعلقين تمكنوا من التعرف على الفرق بين أوروبا القارية والأنجلوسكسونية لنهج المسؤولية الاجتماعية للشركات، وحتى في داخل أوروبا كانت المناقشة حول المسؤولية الاجتماعية للشركات غير المتجانسة.

وكان هذا النهج من أجل المسؤولية الاجتماعية للشركات التي أصبحت أكثر قبولا واسعا من المجتمع القائم على مشاريع التنمية، مثل مؤسسة شل ' مشاركة في وادي الزهور، وجنوب أفريقيا. ولديهم هنا اقامة مركز التعليم المبكر للمساعدة في تثقيف المجتمع والأطفال، وكذلك تطوير مهارات جديدة للبالغين. ماركس وسبنسر أيضا نشطا في هذا المجتمع من خلال بناء شبكة التجارة مع المجتمع—وضمن المشتريات العادية التجارة العادلة. وفي كثير من الأحيان هناك أساليب بديلة لهذا وهي إنشاء مرافق التعليم للبالغين، بالإضافة إلى HIV/AIDS في / برامج التثقيف عن الأيدز وغالبية هذه المشاريع تكون مسؤولية اجتماعية للشركات التي أنشأت في أفريقيا. والنهج الأكثر شيوعا هو المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال تقديم المعونة إلى المنظمات والمجتمعات المحلية الفقيرة في البلدان النامية. وهناك بعض المنظمات لا تحب هذه النظرة مع أنها لا تساعد على بناء مهارات الناس المحليين، بينما يؤدي التطوير في الأساس جالية إلى نمو مستمر أكثر عموماً.

المطلب الثاني: فوائد ومزايا الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية

أولاً: فوائد ومزايا الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية

يعتبر حجم وطبيعة المسؤولية الاجتماعية للشركات فوائد بالنسبة للمنظمة ويمكن أن تختلف تبعاً لطبيعة المشروع، ويصعب تحديدها، حتى وإن كان هناك مجموعة كبيرة من المؤلفات يحض رجال الأعمال على اتخاذ تدابير من خارج المالية (على سبيل المثال، ده مينغ أربعة عشر نقطة، سجل النتائج المتوازن. Orlitzky، و

[Schmidt، و6] Rynes (1) وجدت علاقة بين الأداء الاجتماعي والأداء البيئي والأداء المالي. ومع ذلك، قد لا تكون الشركات تبحث في المدى القصير عن العوائد المالية عند وضع استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة بهم. وتعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات المستخدمة داخل المنظمة يمكن أن يختلف من حيث الدقة "لآثار أصحاب المصلحة" والتعريف المستخدم من قبل العديد من المدافعين عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، وكثيرا ما تشمل الجهود الخيرية والعمل التطوعي. والمسؤولية الاجتماعية للشركات قد يكون مقرها داخل الموارد البشرية، كتمية الأعمال التجارية أو إدارات العلاقات العامة للمنظمة، أو يمكن أن تعطى وحدة مستقلة تقدم تقاريرها إلى المدير التنفيذي أو في بعض الحالات تقدم مباشرة إلى مجلس الإدارة. وبعض الشركات قد تطبق المسؤولية الاجتماعية للشركات القيم من دون فرق واضح في المعالم أو البرنامج. و توصل ميلتون فريدمان، والناس هم الوحيدون الذين يُمكنُ أن يأخذوا المسؤوليات الاجتماعية، والشركات مسؤولة فقط إلى حَمَلَة أسهمهم وليس للمجتمع ككل. وعلى الرغم من تقبل الشركات إلا أنه يجب أن تمتثل للقوانين من داخل البلدان التي يعملون فيها، وهم يؤكدون أن الشركات ليس لديها أى التزام آخر للمجتمع. وبعض الناس ينظرون إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات كما أنها تتعارض مع طبيعتها والغرض من الأعمال، بل وتعتبر عقبة أمام التجارة الحرة. وهؤلاء الذين يؤكدون على أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تتطابق مع الرأسمالية وتتم لصالح الليبرالية الجديدة ويجادلون بأن التحسينات في الصحة وطول العمر أو وفيات الرضع قد تم إنشاؤها بواسطة النمو الاقتصادي وتتسبب إلى المشاريع الحرة.

والبعض من النقاد يروا أن هذه الحجة الليبرالية الجديدة تختلف مع رفاهية المجتمع، وتعتبر عائقا أمام حرية الإنسان. ويزعمون أن هذا النوع من الرأسمالية التي

(1) سعدون مهدي الساقى، عبد الناصر نور، محاسبة المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، مؤتمر دولي التحديات المعاصرة للإدارة العربية (القيادة الإبداعية)، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2006،

تمارس في كثير من البلدان النامية ما هو الشكل من أشكال الإمبريالية الاقتصادية والثقافية، مشيراً إلى أن هذه الدول عادة ما تكون أقل حماية في مجال العمل، وبالتالي يقع مواطنيها في خطر أعلى للاستغلال من قبل الشركات متعددة الجنسيات.

وهناك طائفة واسعة من الأفراد والمنظمات التي تعمل في ما بين هذين القطبين. وعلى سبيل المثال، تحالف REALeadership يؤكد أن أعمال القيادة (سواء كانت شركات أو غير ذلك) ما هو الا لتغيير العالم نحو الأفضل، وتحمّل العديد من التقاليد الدينية والثقافية التي تجعل الاقتصاد لخدمة البشر، لذا كُلت الكيانات الاقتصادية لها التزام إلى المجتمع (ومثال على ذلك: -، cf. العدالة الاقتصادية للجميع). وعلاوة على ذلك، كما ذكرنا آنفاً، أنصار المسؤولية الاجتماعية للشركات كثيراً ما تشير إلى أن المسؤولية الاجتماعية للشركات يمكن أن تتحسن إلى حد كبير على المدى الطويل بالنسبة لربحية الشركات لأنها تقلل من المخاطر وعدم الكفاءة في حين تقدم مجموعة من المزايا المحتملة مثل تعزيز سمعة العلامة التجارية، وتشجيع الموظفين على المشاركة. و من حيث الاهتمام العالمي نحو المسؤولية الاجتماعية:

* ففي بريطانيا ألزم قانون الشركات لعام (2006م) الشركات بالإبلاغ عن المسائل الاجتماعية و البيئية

* تشجع الأمم المتحدة مسؤولية الشركات الاجتماعية من خلال مجموعة في نيويورك تدعى الميثاق العالمي

* العديد من الجامعات العالمية تضيف إلى برامجها الأكاديمية مقررات دراسية في مجال المسؤولية الاجتماعية .

والسؤال هنا لماذا تهتم هذه الشركات بهذا المبدأ

* الشركات مضطرة لبذل جهد أكبر لحماية سمعتها.

* هناك عدد متزايد من المنظمات الغير حكومية التي تراقب أداء الشركات و

مدى مساهمتها في تنمية المجتمعات المحيطة بها.

* أصبح بالإمكان تسجيل الأخبار المحرجة في أي مكان في العالم و بثها.

* و الآن برز القلق بشأن التغير المناخي وربما يكون المحرك الأكبر للنمو في صناعة المسؤولية الاجتماعية للشركات. فإن نجاح قيام الشركات بدورها في المسؤولية الاجتماعية يعتمد أساساً على التزامها بثلاثة معايير هي:

* الاحترام والمسؤولية، بمعنى احترام الشركة للبيئة الداخلية (العاملين)، والبيئة الخارجية (أفراد المجتمع).

* دعم المجتمع ومساندته.

* حماية البيئة، سواءً من حيث الالتزام بتوافق المنتج الذي تقدمه الشركة للمجتمع مع البيئة، أو من حيث المبادرة بتقديم ما يخدم البيئة ويحسن من الظروف البيئية في المجتمع ومعالجة المشاكل البيئية المختلفة.

إن هناك علاقة متداخلة بين المسؤولية الاجتماعية واخلاقيات العمل إذ ان أولوية الكفاءة في تعظيم موارد المنظمة من ارباح وما شابه ذلك كانت في المرحلة الاولى ولغاية ستينات القرن العشرين في حين نرى ان المرحلة الثانية كان التركيز على المسؤولية الاجتماعية في الادبيات الادارية الى جانب التأكيد على الكفاءة خلال سنوات السبعينات ومن ثم الانتقال او التحرك الى التركيز على اخلاقيات الادارة الى جانب المسؤولية الاجتماعية والكفاءة . اذن يمكن القول ان هنالك تداخل كبير بين المفاهيم وبالتحديد بدايات ممارسة شكل من اشكال المسؤولية الاجتماعية منذ الثورة الصناعية وبدايات القرن العشرين داخل المصانع ومن خلال الاهتمام بظروف وبيئة العمل ونوعيتها وهكذا وبعد السبعينات اصبحت للمسؤولية الاجتماعية بعد اخلاقي جعلها تتداخل مع اخلاقيات الادارة عموماً .

ثانياً: مزايا التزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية

في ظل تزايد الاهتمام بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات ،يثار التساؤل حول الأسباب التي تشجع

الشركات على الالتزام بهذه المسؤولية خاصة في ضوء ما تتطوي عليه من أعباء مالية ومادية. وتشير التجارب الدولية إلى أن المزايا التي تعود على الشركات تتمثل فيما يلي :

- 1- تحسين سمعة الشركات والتي تُبنى على أساس الكفاءة في الأداء، والنجاح في تقديم الخدمات، والثقة المتبادلة بين الشركات وأصحاب المصالح ومستوى الشفافية الذي تتعامل به هذه الشركات، ومدى مراعاتها للاعتبارات البيئية واهتمامها بالاستثمار البشري. ويسهم التزام الشركات بمسئوليتها الاجتماعية بدرجة كبيرة في تحسين سمعتها.
- 2- تسهيل الحصول على الائتمان المصرفي خاصة في ضوء استحداث بعض المؤشرات التي تؤثر على القرار الائتماني للبنوك. وتتضمن هذه المؤشرات مؤشر داو جونز للاستدامة (Dow Jones Sustainability Index (DJSI) والذي أُطلق عام 1999 ويُعنى بترتيب الشركات العالمية وفقا لدرجة مراعاتها للأبعاد الاجتماعية وللاعتبارات البيئية خلال ممارستها لنشاطها الاقتصادي.⁽¹⁾
- 3- استقطاب أكفأ العناصر البشرية حيث يمثل التزام الشركات بمسئوليتها تجاه المجتمع الذي تعمل به عنصر جذب أمام العناصر البشرية المتميزة خاصة بالنسبة للشركات عابرة القارات أو كبرى الشركات المحلية التي تعمل في مجالات متخصصة وتستخدم تكنولوجيا حديثة.
- 4- بناء علاقات قوية مع الحكومات مما يساعد في حل المشكلات أو النزاعات القانونية التي قد تتعرض لها الشركات أثناء ممارستها لنشاطها الاقتصادي.
- 5- حسن إدارة المخاطر الاجتماعية التي تترتب على قيام الشركات بنشاطها الاقتصادي، خاصة في إطار العولمة. وتتمثل هذه المخاطر في الالتزام البيئي واحترام قوانين العمل وتطبيق المواصفات القياسية، والتي تمثل تحديا للشركات، خاصة الصغيرة والمتوسطة.
- 6- رفع قدرة الشركات على التعلم والابتكار.

(1) الأخضر عزي و غالم جلطي ، قياس قوة الدولة من خلال الحكم الراشد " اسقاط على التجربة الجزائرية" ، مجلة علوم انسانية ، عدد 21 / 2005

سابعاً: عوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية للشركات

وحتى تتجح الشركات في تطبيق المسؤولية الاجتماعية لها هناك العديد من العوامل الرئيسية التي يجب إعدادها وتنظيمها قبل الشروع في إطلاق هذه البرامج وفي مقدمة هذه العوامل ما يلي:⁽¹⁾

1- ضرورة إيمان الشركة بقضية المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع، وأن تكون هناك قناعة و يقين من قبل كل مسئول فيها ابتداء من أصحاب الشركات، مروراً بمديريها التنفيذيين، وانتهاء بالموظفين حول أهمية هذا الدور، وأنه أمر واجب على كل شركة تجاه المجتمع الذي تعيش فيه، وهو أمر لا تتفضل به الشركة على مجتمعها بل تفتخر به وتعتبره واجباً عليها.

2- أن تقوم الشركة بتحديد رؤية واضحة نحو الدور الاجتماعي الذي تريد أن تتبناه والقضية الرئيسية التي ستهتم بالعمل على المساهمة في معالجتها والمبادرة التي ستقدمها للمجتمع بدلاً من الانتقاد والشكوى للسلبيات الموجودة.

3- أن يصبح هذا النشاط جزءاً رئيسياً من أنشطة الشركات يتم متابعته من قبل رئيس الشركة، كما يتم متابعة النشاط التجاري، وتوضع له المخططات المطلوب تحقيقها تماماً كما توضع مخططات المبيعات وغيرها من الأنشطة التجارية.

4- يجب على الشركة أن تخصص مسئولاً متفرغاً تفرغاً كاملاً لهذا النشاط، وتحدد له الأهداف والمخططات المطلوبة، ويرتبط مباشرة بالإدارة العليا ويمنح الصلاحيات المطلوبة، وأن يكون له دور رئيسي وفعال على مستوى الشركة.

5- من أكبر المعوقات التي تواجه الشركات الراغبة في الانطلاق في برامج المسؤولية الاجتماعية، رغبة هذه المؤسسات في الانطلاق من خلال مشاريع كبيرة وضخمة وذات أرقام عالية، ولا ضرر في أن توضع هذه الأهداف على المدى البعيد، ولكن حتى يتم البدء في مثل هذه البرامج يجب أن تكون الانطلاقة من خلال أهداف صغيرة ومحدودة تكبر بمرور الأيام لتحقيق المشاريع والبرامج الكبيرة.

⁽¹⁾ محمد الصيرفي، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، مصر ، 2007

6- الحرص على عدم الإعلان عن البرامج الاجتماعية إلا بعد انطلاقها، فكثير من البرامج الاجتماعية التي يعلن عنها لا يكتب لها الاستمرار لعدم قدرة المسؤولين عنها على تنفيذها طبقاً لما تم الإعلان عنه وهذا قد يساهم في المستقبل في توقف البرنامج.

7- الاهتمام بجعل هذه البرامج الاجتماعية قائمة بذاتها مستقبلاً وتعمل على تغطية مصروفاتها بنفسها حتى يكتب لها الاستمرار والبقاء، وحتى لا تصبح مركز تكلفة قد تلجأ الشركة في يوم من الأيام إلى الاستغناء عنه.

8- الحرص على تقديم هذه البرامج بأداء قوي ومتميز وجودة عالية، وكأن هذه البرامج منتج تجاري يجب الاهتمام به والعناية بتقديمه بشكل متميز يساهم فعلاً في خدمة المجتمع وتحقيق أهدافه.

9- الحرص على أن تسعى هذه البرامج الاجتماعية على التعاون والتنسيق مع ما هو موجود من برامج وأنشطة مشابهة حتى لا يتم تكرار الجهد وضياع الوقت وصرف المال في برامج قائمة، مع التأكيد على أن الاحتياج للبرامج الاجتماعية كبير جداً ويحتاج إلى آلاف البرامج من الشركات.

10- كل مؤسسة أو شركة صغيرة أو كبيرة قادرة على أن تقدم شيئاً لمجتمعها ولمن حولها وليس المهم حجم البرنامج الذي يقدم بل الأهم أن يتم تقديم شيء يستفيد منه المجتمع مهما كان حجمه.

المبحث الثاني: أهمية وأبعاد المسؤولية الاجتماعية

وينقسم إلى مطلبين اثنين

المطلب الأول: أهمية المسؤولية الاجتماعية

إن قيام الشركات بدورها تجاه المسؤولية الاجتماعية يضمن إلى حد ما دعم جميع أفراد المجتمع لأهدافها ورسالتها التنموية والاعتراف بوجودها، والمساهمة في إنجاز أهدافها وفق ما خطط له مسبقاً، علاوة على المساهمة في سدّ احتياجات المجتمع

ومتطلباته الحياتية والمعيشية الضرورية، إضافةً إلى خلق فرص عمل جديدة من خلال إقامة مشاريع خيرية واجتماعية ذات طابع تنموي.

1- يعتمد نجاح أى شركة على قدرتها على جذب وتحفيز وإستبقاء مجموعة من الموهوبين من العمال .

2- تشجيع الموظفين على المشاركة فى المسؤولية الإجتماعية للشركات باعتبارها ضرورة إستراتيجية .

3- تصميم منتجات تسهم فى تحقيق الرضا الوظيفى .

4- خلق فرص لتعزيز الموظفين .

5- التكامل بين العمل والحياة الشخصية .

6- تثقيف الجمهور الخارجى حول القيم الأساسية والأخلاق للشركة .

7- المسؤولية الإجتماعية تساعد الموظفين على الشعور بالفخر والإرتياح فى وظائفهم .

8- المسؤولية الإجتماعية تساعد على خفض التغيب عن العمل .

9- إلتزام صاحب العمل بالمسؤولية الإجتماعية تساعد الموظفين على العمل بجدية لزيادة الإنتاج والتركيز على الجودة .

10- يجب أن تسعى الشركات إلى إشتراك الموظفين فى تصميم وتخطيط وتنفيذ برامج المسؤولية الإجتماعية .

المطلب الثانى: أبعاد المسؤولية الاجتماعية

إن مصطلح المسؤولية الاجتماعية للشركات ذلك المصطلح الذي أصبح شائعاً نتيجة لتداوله الإعلامى لدرجة أن خرج مضمونه الأوسع ليقصر على مفهوم التبرعات والأعمال الخيرية يحتاج منا إلى وقفة تأمل ورؤية فالأعمال الخيرية والتبرعات العينية هي جزء أصيل من تراث وثقافة هذا الوطن الذي تربي عليه أبنائه وتوارثته أجيال تلك النبتة الطيبة، أما المسؤولية الاجتماعية فهي مفهوم حديث فرض نفسه نتيجة لاحتياجات التنمية الاقتصادية والاجتماعية لذا فهي تختلف من بلد إلى آخر وحتى من مكان لآخر.

إذن فمفهوم المسؤولية الاجتماعية هو وليد لمتطلبات التنمية المستدامة والشراكة في التنمية الاقتصادية بين الدولة والقطاع الخاص لبناء مستقبل أفضل للأجيال القادمة بهدف إيجاد ودعم برامج اجتماعية واقتصادية وثقافية مستدامة مستقاة من الاحتياجات والأولويات الوطنية وهذا المفهوم يقوم على الاستثمار في الموارد البشرية وخلق فرص عمل وتوفير بيئة عمل صحية وآمنة جنباً إلى جنب مع حل المشكلات الاجتماعية والبيئية وتعزيز التنمية المستدامة ومن هنا تكمن أهمية تطوير برامج المسؤولية الاجتماعية وفقاً لظروف مجتمعاتنا العربية والإسلامية واحتياجاتها لتحقيق التنمية أي تطبيقات خاصة بنا وليست قوالب مستقاة من الغرب.

برامج خدمة المجتمع في الشركات ليست تطوعية بل هي واجب وفرض يمليه الانتماء إلى هذا البلد الكريم ويشمل أبناء الوطن مقيمين ووافدين فهو جزء من رد الجميل وتطلع نحو مستقبل أفضل للأجيال القادمة.... هذا ما يجب أن يكون جزء من ثقافة المجتمع ومؤسساته إذا ما أردنا حقيقة تفعيل هذا المفهوم للوصول إلى الأهداف المرجوة.

و يمكن توضيح أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة وعناصرها الرئيسية والفرعية من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (01) أبعاد المسؤولية الاجتماعية وعناصرها الرئيسية والفرعية

العناصر الفرعية	العناصر الرئيسية	البعد
- منع الاحتكار وعدم الإضرار بالمستهلكين - احترام قواعد المنافسة وعدم الإلحاق الأذى بالمنافسين	المنافسة العادلة	الاقتصادي
- استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي - استخدام التكنولوجيا في معالجة الأضرار التي تلحق بالمجتمع والبيئة	التكنولوجيا	

القانوني	قوانين حماية المستهلك	-حماية المستهلك من المواد الضارة -حماية الأطفال صحيا و ثقافيا
	حماية البيئة	-منع التلوث بشتى أنواعه -صيانة الموارد و تنميتها -التخلص من المنتجات بعد استهلاكها
	السلامة و العدالة	-التقليل إصابات العمل -تحسين ظروف العمل و منع عمل المسنين و صغار السن -منع التمييز على أساس الجنس أو الدين -توظيف المعوقين
الاجتماعي	المعايير الأخلاقية و القيم الاجتماعية	-مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف -مراعاة حقوق الإنسان -احترام العادات و التقاليد و مراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك
	نوعية الحياة	-نوعية المنتجات و الخدمات المقدمة -المساهمة في تقديم الحاجات الأساسية للمجتمع

المصدر: طاهر محسن منصور الغالبي وصالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، ص82

الحديث عن الجانب المادي دائما ما يكون حاضراً وبقوة عند الحديث عن المسؤولية الاجتماعية وهذا مالا نستطيع أن نتجاهله فالجانب المادي هام في تحقيق أهداف خدمة المجتمع ولكن قد لا يكون الأهم وفي هذا تقع بعض وسائل الإعلام والمجتمع من ورائها في مقارنات ومناقشات خاطئة عند المقارنة بين جهود الشركات في خدمة المجتمع على هذا الأساس فالنماذج الناجحة في دعم برامج التنمية بالدولة تؤكد أن جهود كل مؤسسة وشركة إنما ينبع من رؤيتها وأهدافها ونجاحها في أن تتناسب هذه الأهداف مع قدرتها المادية وفي النهاية فالجميع يتكاتف من أجل مصلحة واحدة.

ومن هذا المنطلق نرى ضرورة تنسيق برامج المجتمع للشركات في إطار واحد لجعلها أكثر فعالية هذه النقطة هامة للغاية فالتنسيق والعمل المشترك وتوحيد الجهود في إطار رؤية شاملة سيؤمن الاستغلال الأمثل لموارد الشركات والمؤسسات سواء كانت المادية أو البشرية مما يجعل نتائج هذه الجهود تتضاعف ومردوده عظيم الأثر والفائدة ، وإذا ما وصلنا حتى إلى تنسيق جزئي بين الشركات ومؤسسات النفع العام وقطاعات التنمية الوطنية بالدولة فهذا يسهم في التنمية بشكل كبير⁽¹⁾.

ويجب أن نشير هنا إلى الدور الذي يمكن أن يلعبه القطاع العام والحكومة في مساعدة الشركات على القيام بدورها في برامج المجتمع بما يقدمه من تسهيلات ودعم معنوي لهذه الشركات لتشجيعها على إطلاق برامجها الاجتماعية ببسر وسهولة، مثل توفير المعلومات وتنسيق الجهود وجمعها تحت مظلة واحدة وإيجاد التكامل بينها وتشجيع المبادرات المبتكرة ومكافأتها معنوياً، وأيضاً التأكيد على الشركات بضرورة إشراك شباب المجتمع والعاملين بها في مبادراتها وبرامجها للتوعية بأهمية العمل التطوعي، ويبقى الإعلام هو اللاعب الأبرز في توعية المجتمع بالمسؤولية الاجتماعية وتعديل المفاهيم الخاطئة.

يكتسب الدور الاجتماعي للشركات والقطاع الخاص أهمية متزايدة بعد تخلي الحكومات عن كثير من أدوارها الاقتصادية والخدماتية التي صحبتها بطبيعة الحال برامج اجتماعية كان يُنظر إليها على أنها أمر طبيعي ومتوقع في ظل انتفاء الهدف الربحي للمؤسسات الاقتصادية التي تديرها الحكومات، وإن كانت في كثير من الأحيان تحقق إيرادات وأرباحاً طائلة، وكان متوقعاً مع تحول هذه المؤسسات إلى الملكية الخاصة وإعادة تنظيمها وإدارتها على هذا الأساس أن يتوقف دورها الاجتماعي، ولكن التطبيق العملي لتجارب الخصخصة أظهر أن الدور الاجتماعي والالتزام الأخلاقي للشركات هو أيضاً استثمار يعود عليها بزيادة الربح والإنتاج وتقليل النزاعات والاختلافات بين الإدارة وبين العاملين فيها والمجتمعات التي تتعامل معها، ويزيد أيضاً

(1) فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات و انعكاساتها على رضا المستهلك، رسالة دكتوراه، جامعة بغداد، العراق، 2003، ص 40.

انتماء العاملين والمستفيدين إلى هذه الشركات، وأظهر أيضاً أن كثيراً من قادة وأصحاب الشركات يرغبون في المشاركة الاجتماعية، وينظرون إلى العملية الاقتصادية على أنها نشاط اجتماعي ووطني وإنساني يهدف فيما يهدف إليه إلى التنمية والمشاركة في العمل العام، وليس عمليات معزولة عن أهداف المجتمعات والدول وتطلعاتها.

ويمكن دراسة ملاحظة كثير من الالتزامات والمشروعات والمبادئ التي بدأت شركات كثيرة تلتزم بها أو يمكن أن تعمل على أساسها دون أن تتخلى بالطبع عن أهدافها الربحية، فهذا ما يريده لها أيضاً جميع العاملين فيها والمستفيدين منها؛ لأن خسارتها ستعود بالضرر على المجتمعات والعاملين والاقتصاد الوطني.

وتؤشر التجارب العربية القائمة أو التاريخية بوضوح على الدور الاجتماعي للقطاع الخاص، فالحضارة العربية يغلب عليها تاريخياً طابع المجتمعات أكثر من الدول، والتضامن والتكافل والتقدم الحضاري والعلمي الذي أنجز كان يعتمد على المجتمعات والأفراد أكثر من الدول، فالحضارة العربية والإسلامية كانت قائمة تاريخياً على مؤسستين متكاملتين ومستقلتين، وهما الدولة (السلطة) والمجتمعات التي كانت تنظم التعليم والرعاية والتكافل في حين كانت السلطة تنسق شؤون الأمن والدفاع وترعى المجتمعات وتساعدتها، وكانت تجربة الدولة المؤسسية التي تقوم على التنمية والرفاه والخدمات في التجربة العربية حديثة جداً.

وعلى الرغم من الدور الواسع للحكومات في دول الخليج في الرفاه والتنمية والرعاية الاجتماعية فقد تواصلت فيها المساهمات التنموية والاجتماعية للأفراد والشركات، وعندما حققت هذه الدول تقدماً اقتصادياً بدأ الدور الاجتماعي والتنموي لمجتمعاتها وشركاتها يتجه إلى المجتمعات والدول الأخرى في جميع أنحاء العالم، ويمكن اليوم ملاحظة مئات الآلاف من المساجد والمدارس والمراكز الطبية وآبار المياه والمشروعات الإغاثية والتنموية بتمويل مجتمعي فردي ومؤسسي خليجي.

ولكن المسؤولية الاجتماعية للشركات لا تقف عند التبرعات للمشروعات والبرامج التنموية والخيرية، فثمة مجالات للعمل ومبادئ يجب أن تلتزم بها الشركات، وسيعود ذلك على المجتمعات والدول بفوائد كبرى، ويجنبها كوارث وأزمات بيئية واقتصادية

واجتماعية ستكون في تكاليفها ونتائجها أكبر بكثير من التكاليف المترتبة على هذه المسؤوليات والالتزامات، ومن مجالات ومحاور هذه المسؤوليات الاجتماعية، تنظيم وإدارة الأعمال وفق مبادئ وقواعد أخلاقية، والمشاركة مع الفقراء والطبقات الوسطى (على أساس ربحي)، وحماية البيئة وتطويرها، وحماية الموارد الأساسية كالمياه والغابات والحياة البرية والتربة وتطويرها، ومكافحة الفساد وتجنبه، والتزام حقوق الإنسان والعمل والعمال، ومساعدتهم في تحقيق مكاسب اقتصادية واجتماعية مثل: الادخار والتأمين والرعاية لهم ولعائلاتهم، ومشاركتهم في الأرباح.

المبحث الثالث: المبادئ الأخلاقية في العمل الاقتصادي

ليست الرأسمالية غير أخلاقية بالضرورة، والفكرة النمطية أن الربح والخصخصة ونظام السوق ينطوي بالضرورة على تجاوزات أخلاقية أو لا يأخذ الأخلاق بالاعتبار فكرة تحتاج إلى مراجعة إستراتيجية، صحيح أن ثمة ممارسات وحالات كثيرة للبحث عن الربح بأي ثمن، ولكنها ليست ملتصقة بالضرورة بالعمل الاقتصادي الحر، ويمكن بمنظومة من العمل المجتمعي والتشريعات وتطوير الرأي العام أن تكون القواعد الأخلاقية استثماراً بحد ذاته يزيد الثقة بالمنتجات والسلع والخدمات التي تقدمها الشركات.

والقوانين والتشريعات مهما كانت محكمة فإنها لا تحمي المجتمعات والحقوق، ولا توفر وحدها الأمن والثقة، ولكنها حين تعمل في بيئة أخلاقية ما فإنها تحقق كفاءة عالية في التنمية والإصلاح، وللأخلاق في كثير من الأحيان سلطات واقعية وفكرية تفوق السلطة المادية؛ فالقانون ليس كل شيء، والسياسة ليست كل شيء، والشعب ليس كل شيء، كما أظهرت الاتجاهات السياسية والتشريعية في الدول الديمقراطية، ولننظر على سبيل المثال تشريعات تدعم العنصرية في كثير من الدول وبموافقة شعبية وبرلمانية.

ومن وجهة نظر وصفية وبنوية فإن الرأسمالية هي نظام اقتصادي مبني على الملكية الخاصة لأدوات الإنتاج والتبادل، وعلى حرية السوق والعمل المأجور، فالغرض من إقامة منشأة في نظام رأسمالي هو الربح وليس القضاء على البطالة، ولا توفر عملاً للناس إلا بمقدار ما يحقق لها من الربح، ولكن هذه المصالح التي تنظم علاقات

الإنتاج والحماية تنشئ أيضاً منظومة أخلاقية من العمل والانتماء والتكافل والرعاية والتوازن بين الحقوق والواجبات، ونحتاج لأجل النجاح وتحقيق مصالحنا القريبة والبعيدة المدى أن نعمل بتنظيم من سياقات قانونية وسياسية وأخلاقية أيضاً دون أن تلغي واحدة من هذه السياقات الأخرى، فلكل منظومة مجالها الخاص بها، ولها معاً تفاعلات ذاتية وتلقائية ومنظمة يجب الالتفات إليها، ذلك أن غياب الطابع الربحي والاستثماري يقود إلى الإخفاق وغياب الإبداع والتنافس والحوافز ويصادم الفطرة التي تنزع إلى التملك والثراء والتفوق.

وقد لاحظ (بيتر آيغن) رئيس ومؤسس منظمة الشفافية العالمية بعد تجربة عمل طويلة في البنك الدولي أن مكافحة الفساد عبر العمل على إقامة وتشجيع منظومة من العمل الاقتصادي الذي ينظم نفسه على أساس من النزاهة ومكافحة الفساد، دون تدخلات ومراقبة حكومية ودولية هو الأكثر نجاحاً وفاعلية.

وتتأكد اليوم وجهة نظر مفادها أن المجتمع العالمي يحتاج إلى القطاع الخاص بعدما تأكد عجز الحكومات عن مواجهة الفساد، ولذلك فإن المؤسسات الاقتصادية الكبرى بحاجة تحتاج إلى برامج عمل نابعة من المسؤولية الاجتماعية.

ومن المبادئ والأفكار التي تقترحها المؤسسات العاملة في مكافحة الفساد، أن تضع كل مؤسسة اقتصادية في أنظمتها ومدوناتها التزاماً بالحوول دون الفساد المباشر أو غير المباشر، وإدخال برامج مناهضة للفساد ووضعها موضع التنفيذ.

وقد أعدت منظمة الشفافية العالمية وثيقة من (13) صفحة، وتقترحها ميثاقاً تدرجه الشركات في برامجها، وأنشأت غرفة التجارة الدولية مدونة تقدم مقياساً طوعياً للسلوك ضد الرشوة والابتزاز.

وقد أعلنت شركة (AAB) التي تعمل في أكثر من مائة بلد، ويعمل لديها (146) ألف شخص تطبيق مبادئ للسلوك الأخلاقي يلتزم بها جميع العاملين في المؤسسة. ويدافع كثير من القادة الاقتصاديين عن مكافحة الفساد بصفقتها عملية اقتصادية تقلل التكاليف، وتضمن الاستمرارية لعقود الشركات، ولا تعرضها للفسخ والإخفاق، وتستطيع الشركات أن تعمل بروح اجتماعية دون أن تخفض ربحها.

وبالإضافة إلى القانون الذي يتيح اعتقال الفاسدين ومحاسبتهم يجب توافر دوافع أخلاقية لمكافحة الفساد، وعلى الرغم من أن اقتصاد السوق قد فرض نفسه بعد انهيار الاتحاد السوفيتي فإن الناس مازالوا مقتنعين بضرورة أن يكون النظام الاقتصادي اجتماعياً أيضاً، وقد كشفت الأزمات الاقتصادية أن اقتصاد السوق يمكن أن ينتهي وينهار أيضاً.

وقد أظهرت دراسة مهمة لعالم الاقتصاد البريطاني (جون هـ. دننغ) بعنوان "إلى أين تتجه الرأسمالية العالمية؟" كثيراً من جوانب العجز في النظام الرأسمالي، عجز الأسواق ذاتها، والمجازفة الأخلاقية، وعجز المؤسسات وعدم كفايتها للتخطيط والمراقبة، والضعف في نظام المصارف والتمويل وحقوق الملكية الفكرية، وتنامي اقتصاديات الكازينوهات والقمار والمافيا والرشوة والفساد، ونقص الثقة في المسؤولية الاجتماعية، والجشع المفرط عند المستثمرين والمؤسسات (1).

وفي كثير من الأحيان ترتبط البنية التحتية التجارية غير الكافية بالرشوة والفساد، كما ترتبط بالمصلحة الخاصة والجشع المفرطين، والأداء غير الملائم للوظائف على صعيد منظمات الاقتصاد العالمي الكلي يرتبط بعدم الاستقامة والتعاون والولاء للفئات والجماعات، وأشكال عدم الجدوى في النظام القضائي ترتبط أيضاً برأسمالية المافيا والكازينوهات، والنظام المصرفي غير الملائم ونظام التمويل والمحاسبة غير الملائمين. كل ذلك له علاقة بالانتهازية وتبديد الأموال وعدم الانضباط، وارتباط الهندسة الخاصة ببناء المجتمع بعدم المبالاة بحاجات الآخرين، وبنقص الشعور الشخصي بالواجب والمسؤولية الاجتماعية وغير ذلك إنما هي نتيجة لموقف يتسم بعدم المبالاة وانعدام الشعور بالمسؤولية.

وهذا يعني أن الأخلاق ليست مسألة هامشية في الاقتصاد، بل هي مكون أساسي للأسواق والمنظمات والعلاقات التجارية والاقتصادية.

(1) هاني الحوراني، حاكمية الشركات ومسؤوليتها الاجتماعية في ضوء مستجدات الأزمة الاقتصادية العالمية الراهنة، المؤتمر

الثاني حول "مواطنة الشركات والمؤسسات.. والمسؤولية الاجتماعية"، صنعاء، 24-25 يونيو 2009، ص 4-5.

وبعد تجارب مريرة للشركات مثل التلوث البيئي الناتج عن أنشطة وأخطاء وتجاوزات بعض الشركات، مثل الكوارث التي تؤدي إلى مقتل كثير من العمال والناس وتسرب الغاز والنفط إلى الجو والبحار، وتقليص نسبة الغابات والمناطق الخضراء في العالم، والقضاء على كثير من مكونات الحياة البرية والطبيعية فقد بادرت كثير من الشركات والمنظمات والغرف التجارية والصناعية إلى إعداد مجموعات من القواعد والمبادئ تنظم عمل الشركات وتراقب أداءها، وتطور إجراءات وتقنيات السلامة والحفاظ على البيئة.

المبحث الرابع: معايير قياس وتقييم المسؤولية الاجتماعية

يترتب على قيام الشركة بتنفيذ نشاطها الاقتصادي الذي وجدت من أجله العديد من أنواع التكاليف والتي يطلق عليها التكاليف الاقتصادية هذا فضلا عن تحقيق العوائد، أما إذا مارست الشركة مسؤولياتها الاجتماعية سواء اتجاه العاملين وعملائها أو اتجاه المجتمع، فإن ما يترتب على ذلك من تكاليف تسمى بالتكاليف الاجتماعية: وفي المقابل يطلق على المنافع الناتجة سواء لصالح الشركة نفسها أو لصالح العاملين والعملاء والمجتمع بالعوائد الاجتماعية.

ولتحقيق الهدف من استخدام تلك التكاليف والعوائد الاجتماعية لابد من إجراء عملية قياس لها، وهذا يحتاج عدد من الخطوات منها :

- تحديد مفهوم واضح وصريح لكل من الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية بالنسبة للشركة،

- التفرقة الدقيقة بين التكاليف الاجتماعية والاقتصادية في دفاتر ومجالات الشركة

- الإفصاح عن التكاليف الاجتماعية بشكل منفصل عن التكاليف الاقتصادية داخل التقارير والقوائم المالية الصادرة عن الشركة

- قياس كل من التكاليف الاجتماعية والعوائد الاجتماعية للمسؤولية الاجتماعية لأغراض تقييم الدور الاجتماعي للشركة

وقد تم وضع عدد من المؤشرات التي يمكن استخدامها في قياس الدور الاجتماعي الذي تؤديه الشركات من خلال قيامها من خلال قيامها بمختلف الأنشطة الاجتماعية

والاقتصادية المتعلقة بطبيعة عملها ، وقياس دور تلك الشركة في تحمل مسؤولياتها الاجتماعية اتجاه الأطراف المتعددة سواء داخلها أو خارجها، فإنه يتم مقارنة تلك المعايير تاريخيا عبر فترة من الزمن للوقوف على تطور الأداء، أو تتم المقارنة مع مؤشرات أداء لشركات مماثلة في المجتمع، أو يتم قياس تلك المؤشرات مع معيار أداء اجتماعي يتم الاتفاق عليه في مجالات العمل الاجتماعي يطلق عليه (معيار الصناعة) أي معيار صناعة الأداء الاجتماعي من منظور المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال الخاص.

معايير قياس حجم الإسهام الاجتماعي للشركة اتجاه العاملين

1- معيار قياس الدخل النقدي للعاملين بالشركة: ويتضمن المرتبات والأجور والمكافآت والحوافز النقدية التي يحصل عليها العاملون بالشركة خلال فترة زمنية معينة.

معيار قياس الدخل النقدي للعاملين = المرتبات والأجور+المكافآت والحوافز النقدية

عدد العاملين

2- معيار قياس مساهمة الشركة في حل بعض المشكلات الاجتماعية للعاملين لديها: تتمثل تلك المساهمة في تحمل الشركة بأعباء توفير السكن، وسائل الانتقال، التأمينات الاجتماعية، الرعاية الصحية، الرحلات الرياضية والترفيهية والثقافية.

العامل = عدد المستفيدين من مساهمة الشركة في حل المشكلات الاجتماعية

عدد العاملين في الشركة

3- مؤشر قياس مساهمة الشركة في رفع مستوى مهارة وكفاءة العاملين فيها:

ويوضح هذا المؤشر ما تقوم الشركة بإنفاقه على تعليم وتدريب وتنقيف العاملين بها من أجل تطوير مستواهم العلمي والتقني.

معدل نصيب العامل = تكلفة مساهمة الشركة في تكاليف التدريب والتطوير

إجمالي قيمة المرتبات والأجور المدفوعة للعاملين

4- معيار قياس مساهمة الشركة في توفير الأمن الصناعي للعاملين بها

مؤشر القياس = عدد الحوادث التي تقع في السنة

عدد ساعات العمل الفعلية السنوية

5- معيار قياس استقرار حالة العمل بالشركة:

مؤشر القياس = عدد العاملين تاركى الخدمة سنويا

إجمالي عدد العاملين

6- معيار حصة العامل في توزيعات الأرباح السنوية للشركة:

متوسط حصة العامل في الأرباح = قيمة الأرباح السنوية الموزعة على العاملين

عدد العاملين

معايير قياس تكلفة الأنشطة الخاصة بتحسين خدمات التعامل مع العملاء:

1- معيار قياس نفقات الشركة على أبحاث وتطوير منتجاتها وخدماتها

للعلاء:

متوسط ما ينفق على تحسين = نفقات أبحاث تطوير وتحسين جودة المنتج أو

الخدمة

(الخدمة أو المنتج أو العميل) إجمالي تكاليف الإنتاج أو الخدمات المؤداة

2- معيار قياس دور الشركة في الرد على استفسارات ومشكلات العملاء:

نسبة عدد المشكلات التي استجابت

لها الشركة = عدد المشكلات التي عالجتها الشركة واستجابت لها

إجمالي عدد المشكلات المقدمة من العملاء والمستهلكين

معايير قياس تكلفة حجم الإسهام الاجتماعي للشركة اتجاه المجتمع وحماية

البيئة:

1- معايير قياس مساهمة الشركة في تحقيق الرفاهية الاجتماعية والثقافية

والرياضية، والمشاركة في المجالات التعليمية والصحية وفي كل ما يحتاجه أفراد

المجتمع المحلي بشكل عام.

معدل تكلفة الإنفاق = تكلفة مساهمة الشركة في الأنشطة الاجتماعية للمجتمع

إجمالي التكاليف الاجتماعية للأنشطة الاجتماعية التي ساهمت فيها الشركة

2- معيار قياس مساهمة الشركة في توفير فرص عمل جديدة

معدل الشركة في التشغيل = $\frac{\text{عدد العاملين المعيّنين بالشركة سنويا}}{\text{إجمالي عدد القوى العاملة في الدولة}}$

إجمالي عدد القوى العاملة في الدولة

3- معيار قياس مساهمة الشركة في الحفاظ على البيئة المحيطة: يشمل هذا

المؤشر تكلفة ما تقدمه الشركة في إعداد الدراسات والأبحاث العلمية وإقامة الحدائق وتشجير المنطقة وشراء المعدات اللازمة وذلك من أجل منع التلوث ومنع الأضرار بهدف الحفاظ على بيئة محيطة جميلة ونظيفة.

معدل إنفاق الشركة = $\frac{\text{تكلفة مساهمة الشركة في الحفاظ على البيئة المحيطة}}{\text{إجمالي ميزانية الأبحاث والتطوير للشركات في المنطقة}}$

إجمالي ميزانية الأبحاث والتطوير للشركات في المنطقة

4- معيار قياس مساهمة الشركة في تطوي وتحسين البنية التحتية في

المنطقة المحيطة:

معدل مساهمة الشركة = $\frac{\text{تكلفة مساهمة الشركة في تكاليف تحسين البنية التحتية}}{\text{إجمالي تكاليف مساهمة الشركات العاملة في المنطقة}}$

إجمالي تكاليف مساهمة الشركات العاملة في المنطقة

المبحث الخامس: مظاهر إحترام المؤسسات لمسئولياتها الاجتماعية

تطلعت كافة الدول المتقدمة والنامية أيضا في العصر الحديث إلي وضع استراتيجيات يركز عليها النمو الاقتصادي للمجتمع المحلي والدولي، ومن هنا ظهرت وتطورت مجموعة من التطلعات والحوافز التي من شأنها أن تساعد على زيادة دمج ومشاركة القطاع الخاص في المسؤولية الاجتماعية ، ولم يعد تقييم شركات القطاع الخاص يعتمد على ربحيتها فحسب، ولم تعد تلك الشركات تعتمد في بناء سمعتها على مراكزها المالية فقط، فقد ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية عبر أنحاء العالم⁽¹⁾.

(1) حسين الأسرج، "المسؤولية الاجتماعية للشركات"، المعهد العربي للتخطيط، العدد التسعون، الكويت، شباط

وتبلورت على الصعيد الدولي عدة مرتكزات وأسس عمل باتت تعد من قبيل المراجع الواقعية في تحديد نطاق وأبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات. وفي هذا الخصوص يذكر ما يلي :-

- 1- مبادرات عالم الأعمال، ميثاق غرفة التجارة الدولية بشأن التنمية المستدامة.
- 2- إعلان المبادئ الثلاثية حول الشركات المتعددة الجنسيات والسياسية الاجتماعية الصادر عن منظمة العمل الدولية، المبادئ التوجيهية لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية بشأن الشركات المتعددة الجنسيات، الميثاق العالمي.
- 3- المبادرات الصادرة عن المنظمات غير الحكومية؛ توجيهات منظمة العفو الدولية في مسائل حقوق الإنسان في المؤسسات، المدونة الأساسية لممارسات العمل الصادرة عن الاتحاد الدولي للنقابات الحرة، والسكرتاريات المهنية الدولية.
- 4- المبادرات ذات الطابع الحكومي الصادر عن حكومة الولايات المتحدة، الوثيقة البيضاء الصادرة عن المفوضية الأوروبية.
- 5- المبادرات التجارية، المبادرات التي وضعتها المؤسسات العالمية ذاتها مثل مختلف مدونات السلوك الفردية، آليات التقارير. وجميع هذه المبادرات وغيرها لا تشكل نموذجاً عالمياً موحداً، ولا تفرض في حد ذاتها قيوداً والتزامات على المؤسسات، وإنما هي أنماط وسلوك عمل يتسم بالمرونة والتنوع كي تسترشد بها المؤسسات صاحبة القرار في تحديد ما يلائمها ويتفق مع مصالحها وبرامج عملها وصولاً للنتائج المبتغاة منها.

6- الميثاق العالمي للمسؤولية الاجتماعية وهو مبادرة دولية صدر في عام 1999، دعت بمقتضاها الأمم المتحدة الشركات للتخلي بروح المواطنة المؤسسية، وزيادة مساهمتها في التصدي لتحديات العولمة، والمشاركة الطوعية في التنمية المستدامة. ويعتبر الميثاق المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنها هي كل ما تقوم به الشركات، أياً كان حجمها أو مجال عملها⁽¹⁾، طواعيةً من أجل تعظيم قيمتها

⁽¹⁾ طاهر محسن منصور الغالبي - صالح مهدي محسن العامري، "المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال (الأعمال و المجتمع)"، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، الطبعة الثانية، 2008، ص: 102.

المضافة للمجتمع ككل. والمسئولية الاجتماعية هي مسئولية كل شخص بالشركة وليست مسئولية إدارة واحدة أو مدير واحد. وتبدأ المسئولية الاجتماعية للشركات من التزام الشركات بالقوانين المختلفة خاصة ما يتعلق بحقوق العاملين، والحفاظ على البيئة، وتنمية المجتمع. وتم تشجيع الشركات على الالتزام بالمبادئ العشر للميثاق العالمي للأمم المتحدة والتي يجب مراعاتها بشكل يومي عند اتخاذ كافة القرارات ووضع الإستراتيجيات. وتم تشجيع الشركات ليس فقط على الالتزام بتلك المعايير، وإنما أيضاً محاولة الامتناع عن عقد صفقات تجارية مع الشركات التي لا تحترم كل أو بعض تلك المعايير. تقسم المبادئ العشر للاتفاق العالمي للمسئولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات الى المجموعات الأربعة التالية:

أ- حقوق الإنسان:

دعم حماية حقوق الإنسان المعلنة دولياً واحترامها.
التأكد من عدم الاشتراك في انتهاكات حقوق الإنسان
ب- معايير العمل :

- احترام حرية تكوين الجمعيات والاعتراف الفعلي بالحق في المساومة الجماعية.
- القضاء على جميع أشكال السخرة والعمل الإجباري.
- القضاء على عمالة الاطفال.
- القضاء على التمييز في مجال التوظيف والمهن.
- ج - المحافظة على البيئة :

تشجيع إتباع نهج احترازي إزاء جميع التحديات البيئية.
الاضطلاع بمبادرات لتوسيع نطاق المسئولية عن البيئة.
تشجيع تطوير التكنولوجيا غير الضارة بالبيئة ونشرها.
د- مكافحة الفساد :

مكافحة الفساد بكل أشكاله، بما فيها الابتزاز والرشاوي.

خلاصة الفصل النظري

ونختتم هذه الفصل بالقول أن المسؤولية الاجتماعية هي بمثابة روح المواطنة التي تعتمد على ضمير وشخصية الإنسان ، ولهذا فإذا كانت أهمية لهذه العملية فسيكون تعاون بين كل ماله علاقة بالمؤسسة مما يسمح بتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم صاحب الشركة من جهة والمستفيدين من الشركة (العمال ، الملاك، المنافسين ، أفراد المجتمع ، الزبائن...) من جهة أخرى، ومن تم تحسين التجارة والاقتصاد في عملية نزيهة شفافة إلى التنمية والتنمية المستدامة بالاعتبار هناك أخلاق دينية اجتماعية و هكذا يتم الحفاظ على ثروة الأجيال القادمة.

الفصل الثاني

الدراسة التطبيقية (الميدانية)

ويشتمل على ثلاثة مباحث

- المبحث الأول: تعريف عام لشركة سونلغاز بالوادي
- المبحث الثاني: منهجية الدراسة
- المبحث الثالث: الإحصاءات الوصفية لمتغير الدراسة ونتائجها

المبحث الأول : بطاقة تقنية عن مؤسسة سونلغاز

المطلب الأول : التعريف بمؤسسة سونلغاز

تأسست الشركة الوطنية للكهرباء و الغاز في 1969/07/28 بأمر رقم 59/69 حسب الجريدة الرسمية للمؤسسة، و تعتبر سونلغاز من المؤسسات الهامة في الدولة حيث كانت تسمى في عهد الاستعمار EGA أي كهرباء و الغاز الجزائر و تمتد جذورها إلى عام 1947 و قد تم تأميمها بعد الاستقلال .

أولاً : وظائف المؤسسة

1 - الوظائف التقنية : القيام بإنجاز و تطوير بحوث في مجال الانتاج و نقل و توزيع الطاقة في المجالات المذكورة .

2 - الوظائف التجارية : و تتمثل في بيع الطاقة للمستهلكين و تحقيق رغباتهم .

3 -وظائف ذات طابع إداري : تسيير المال ، تسيير الوسائل و معالجة المعلومات

4 -وظائف ذات طابع دراسي : و تتمثل في :

1-4: القيام بدراسات اقتصادية .

2 -4 : القيام بدراسات تسويقية .

3-4: القيام ذات النظام العام و أنظمة مراقبة التسيير .

و في الوظائف ذات طابع الدراسي يكون هدف جميع الدراسات هو تحديد سياسة رشيدة للمؤسسة

و إيجاد الاستراتيجية اللازمة لتحقيق الأهداف .

المطلب الثاني : تنظيم الهيكل التنظيمي في المؤسسة

تصنف الوظائف في المؤسسة على الأساس مجالين أساسيين : على أساس المجال العلمي ، و على أساس المجال الوظيفي .

1 - تنظيم الوظائف: و هي مقسمة على عدة مجالات و المتمثلة فيما يلي :

أ - المجال العلمي : تخصص الوظائف و تنظم حسب وضعية الإنتاج و النقل و التوزيع و هذه الوظائف ممثلة في المديريات من أجل تنظيم أنظمة المؤسسة و ذلك على أساس ما يلي :

- مديرية الإنتاج و نقل الكهرباء : بحيث تتخصص بتوجيه و تنظيم و صيانة وسائل الإنتاج و القنوات و مراكز النقل و تحسين وضعية الزبائن .

- مديرية نقل الغاز : و تقوم بالإشراف على مراقبة و صيانة مراكز الإمداد بالغاز ، و تحقيق إنجازات جديدة بالإضافة إلى تقوية العلاقات مع الزبائن .

- مديرية توزيع الكهرباء و الغاز : و تقوم بمراقبة و صيانة قنوات الغاز و المراكز الشرفة عليه .

- مديرية الطاقة : و تقوم بالدراسات للإنجازات المقبلة على تنفيذها ، و وسائل نقل الكهرباء و الغاز

ب - المجال الوظيفي : و نعني بها الوظائف ذات الطابع الوظيفي و بها مديريات فرعية للمديريات العلمية و من هذه المديريات نجد :

- مديرية الموارد البشرية : و من وظائفها تبين و تنظم طرق و سياسات تسيير الأفراد و التسيير المباشر للوظائف و كذا المسؤوليات و مراكز التكوين .

-مديرية التموين : و تقوم بدراسة طرق و سياسات و مناهج المالية و المحاسبة و كذا التسيير المباشر للقواعد و تنظيم الديون .

-مديرية الوسائل العامة : تنظمو تسيير الوسائل المعدات .

- مديرية المخزونات : تسيير المخزون و الاشراف على المشتريات منه .
- مديرية الإعلام الآلي : معالجة البيانات المحاسبية المختلفة ، إضافة على معالجة حسابات المديرية الأخرى من فواتير و متابعة الزبائن و العملاء .

2 - الهيكل التنظيمي العام للمؤسسة

قبل التطرق للهيكل التنظيمي لمؤسسة سونلغاز لولاية الوادي سنتطرق إلى الهيكل التنظيمي العام للمؤسسة ، لأن المركز في الوادي هو عبارة عن فرع من المؤسسة الأم .

ففي مستوى القمة يوجد :

-المدير العام : يمثل مراقب للمديرية الفرعية المساعدة وهو السلطة العليا في المؤسسة.

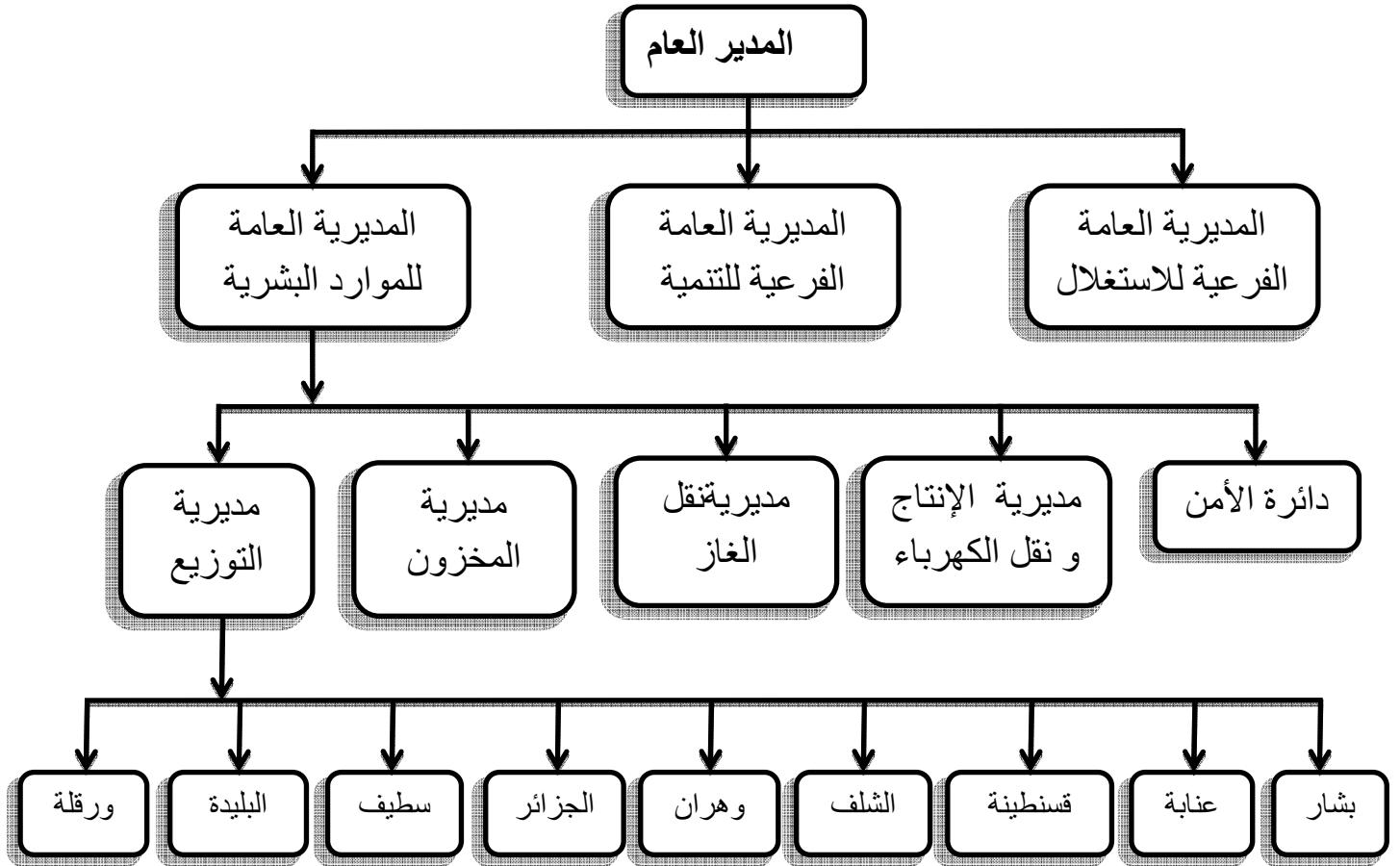
-المديرية العامة المساعدة للاستغلال : مكونة من أربع مديريات و دائرة واحدة.

-المديرية العامة المساعدة للتنمية :و هي مقسمة إلى مديريات أخرى : مديرية التخطيط ، المديرية التجارية ، مديرية تسيير الوظائف ، المديرية المالية ، مديرية التنظيم و الإعلام الآلي .

-المديرية العامة الفرعية للموارد البشرية : و تضم المديرية التالية : مديرية الموارد البشرية و دائرة العلاقات العامة .

و ذلك على أساس المخطط التالي :

الشكل رقم (03) : الهيكل التنظيمي العام للمؤسسة



المطلب الثالث : مؤسسة سونلغاز - مركز التوزيع الوادي

1 - نشأة مركز التوزيع بالوادي

فترة سابقة كانت منطقة الوادي تتزود بالطاقة الكهربائية و ذلك عن طريق وكالة الوادي التابعة ببسكرة و نظراً للكثافة السكانية تقرر إنشاء مركز توزيع لمنطقة الوادي و ذلك أواخر الثمانينات بخلق مندوبية تسمى المؤسسة الوطنية للكهرباء و الغاز .

و في عام 1992 تحولت المندوبية إلى مركز للتوزيع الذي هو عبارة عن مؤسسة تعمل على مستوى الولاية و ينقسم هذا الأخير إلى ثلاث و كالات (الوادي ، المغير ، الدبيلة) و قد أصبحت تسمى الآن بالمقاطعة و هي عبارة عن خلايا

مصغرة للتوزيع كما أنها تعتبر وسيلة و طريقة مستعملة من أجل ضمان عدة وظائف أهمها :

1 - وظائف خاصة بالزبائن (كشوفات تسديدات)

2 - وظائف خاصة بالكهرباء (شبكات كهربائية)

2 - مهام مركز التوزيع بالوادي :

قسم الوسائل : و يقوم بالمهام التالية :

-توفير وسائل النقل لأداء مهام المصالح .

- التكفل بتصليح الأدوات التالفة من مكاتب و أبواب و نوافذ .

- الحرص على توفر كل ما يلزم الموظفين من تجهيزات مكتبية و تسيير حظيرة السيارات .

فرع الإعلام الآلي : (المعالجة الآلية)

- معالجة المعلومات و وضع القوانين الخاصة بالطاقة الكهربائية .

- إعداد البرامج و الإحصائيات و المتابعة المستمرة لملفات المشتركين .

مصلحة الموارد البشرية : مهمتها تسيير الموظفين بواسطة برنامجين :

GIP GEVA : (تعالج الأجور)

GIP SAM : (تعالج المسار المهني للعمال و العوامل الثابتة للأجور).

- متابعة تكوين العمال ، التربصات و الأيام الدراسية .

- متابعة حوادث العمل .

- متابعة الوثائق الإدارية و حفظ القرارات في ملفات العمال .

- مصلحة الدراسات و الأشغال: و تكمن مهامها في ما يلي :
- دراسة طلبات الزبائن الجدد .
 - متابعة الأشغال و إنجاز المنشآت الكهربائية .
 - مصلحة استغلال الشبكات الكهربائية : و مهامها استمرارية الخدمة بنوعية عالية :
 - الاستمرارية بالتموين بالطاقة الكهربائية مع التقليل قدر الإمكان من الانقطاعات .
 - النوعية بتقديم الخدمة بنوعية جيدة حسب الأنظمة المعمول بها في دفتر الشروط
 - قسم استغلال الشبكات الغازية : من مهامها :
 - استمرارية التموين بالطاقة الغازية بصورة جيدة .
 - المحافظة على نوعية الخدمة بنظر إلى الأنظمة المعمول بها في دفتر الشروط .
 - مصلحة العلاقات التجارية : تلعب دور الوساطة بين المؤسسة و الزبون و مهامها :
 - ربط الزبائن الجدد و إنجاز عقود الاشتراك.
 - إنجاز قوانين التموين بالطاقة الكهربائية .
 - متابعة طلبات الزبائن من وصولها إلى نهاية العملية (تشغيل المنشآت الكهربائية)
 - شعبة التسيير و الاستثمارات : مهامها كالاتي :
 - التسيير الأمثل لميزانية المؤسسة و الدراسات الاقتصادية .
 - تسيير قروض المركز .
 - تسيير الأشغال الكهربائية .
 - تسيير المخزون .

مقاطعة الوادي : من مهامها تأمين توزيع الطاقة الكهربائية و صيانة الشبكات و تسيير المشتركين في الشروط الملائمة للنوعية و الأمن و من واجبها :

- صيانة الشركات بواسطة برنامج منظم .
- تحليل الحوادث التي تصب في الشبكة .
- تسيير المشتركين في حدود المقاطعة .
- تسيير الوسائل (الأفراد ، السيارات ،.....)
- تمثيل المؤسسة لدى السلطات المحلية في حدود صلاحيتها .

1 - الهيكل التنظيمي لمركز التوزيع بالوادي :

مركز التوزيع بالوادي هو مستوى يمثل منطقة التوزيع التي بدورها تمثل مديرية التوزيع و ينقسم المركز إلى ثلاث وكالات : وكالة الوادي ، وكالة الدبيلة ، و وكالة المغير .

فهي عبارة عن خلايا مصغرة للتوزيع و هي وسيلة مستعملة من أجل ضمان عدة وظائف منها : ما هو خاص بالزبائن ومنها ما هو خاص بالكهرباء .

الجدول التالي يوضح توزيع الوكالات التقنية لمركز التوزيع و يكون كما يلي :

الجدول رقم (02) : توزيع الوكالات التقنية لمركز التوزيع

الوكالة	العنوان	التمثيل	المنطقة	الهاتف
وكالة الوادي	تكتسبت - الوادي	400 مسكن	الوادي - كوينين - الرياح - البياضة - النخلة - العقلة - واد العلندة - ميه ونسة .	21 08 98 032
وكالة الدبيلة	نهج شعباني خليفة	تغزوت	تغزوت - قمار - الدبيلة - ح ع الكريم - المقرن	20 82 33 032

	- ح خليفة - بن قشة - ط العربي - د الماء .			
28 19 45 032	المغير - جامعة - أم الطيور - أسطيل - تندلة - س عمران - س خليل - مرارة .	جامعة	شارع شارف محمد	وكالة المغير

المبحث الثاني منهجية الدراسة

المطلب الأول: أسلوب جمع البيانات

تم تصميم استمارة الاستقصاء على نحو يشمل جميع الجوانب المتعلقة بمتغيرات البحث، واحتوت قائمة الاستبيان مجموعة من البيانات العامة تتعلق بجنس المبحوثين، مؤهلهم العلمي، ومستواهم الوظيفي الذي ينتمون إليه وتضمنت الاستبانة (22) مقياسا بحسب مقياس ليكارت موزعة على النحو الآتي:

- * 6 مقاييس لتقييم مستوى ممارسة المسؤوليات الأخلاقية لدى شركة سونلغاز.
- * 5 مقاييس لتقييم مستوى ممارسة المسؤوليات القانونية لدى شركة سونلغاز.
- * 3 مقاييس لتقييم مستوى ممارسة المسؤوليات البيئية لدى شركة سونلغاز.
- * 6 مقاييس لتقييم مستوى ممارسة المسؤوليات الخيرية لدى شركة سونلغاز.
- * 2 مقاييس لتقييم مستوى ممارسة المسؤوليات الاقتصادية لدى شركة سونلغاز.

المطلب الثاني: الأسلوب المستخدم في تحليل البيانات

تم تحليل البيانات واختبار صحة الفروض بالاعتماد على مجموعة من الأساليب الاحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي (Spss 20) وتمثلت هذه الأساليب بالآتي:

الإحصاءات الوصفية (وسط حسابي وانحراف معياري)

المطلب الثالث: المقاييس المعتمدة في التعامل مع الإحصاءات

تم تحليل البيانات التي جمعت عن طريق استمارة الاستقصاء المصممة على وفق مقياس Likert Scale الخماسي ، واستخدم الباحثان معايير قياس لأغراض الدراسة:

* المتوسطات الحسابية كمقياس للنزعة المركزية

- المتوسط الذي قيمته أكبر من 4.2 عال.

- المتوسط الذي تتراوح بين 3.4 و 4.2 مقبول.

- المتوسط الذي قيمته أقل من 3.4 متدن.

* الإنحرافات المعيارية المنخفضة تدلا على توافق المستجيبين على إجاباتهم وإنسجامها وعدم تشتتها.

* تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقييم المتغيرات .

- الجدير ذكره أن القيمة 3.4 تعد القيمة المتوسطة في مقياس ليكارت الخماسي باعتبار أن الغير موافق بشدة تأخذ القيمة واحدا وليس صفرا، وبالتالي تقسم لأربعة فئات (2-1) ، (3-2) ، (4-3) ، (5-4) ، وأن قيمة (مدى) الفئة يساوي 0.8 وليس واحد صحيح ، أي أن :

غير موافق بشدة تبدأ بالواحد ، وتنتهي بأقل من 1.8 .

غير موافق تبدأ من 1.8 وتنتهي بأقل من 2.6 .

محايد تبدأ من 2.6 وتنتهي بأقل من 3.4 .

موافق تبدأ من 3.4 وتنتهي بأقل من 4.2 .

موافق بشدة تبدأ من 4.2 وتنتهي بالقيمة 5 .

المبحث الثالث: الإحصاءات الوصفية لمتغيرات الدراسة ونتائجها

المطلب الأول: الإحصاءات الوصفية للمسؤولية الأخلاقية

الجدول (03) الوسط الحسابي والانحراف المعياري للمسؤولية الأخلاقية

م	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	تأخذ الشركة بعين الاعتبار تكافؤ الفرص عند توظيف العاملين	4.07	1.08
2	تمارس الشركة كافة أنشطتها بشكل لا يتعارض مع العادات والتقاليد	4.03	0.96
3	تدعم الشركة أنشطة مكافحة المخدرات	3.57	1.17
4	تقديم معونات للجمعيات الخيرية	4.00	0.98
5	تقدم الشركة معونات للمحتاجين والفقراء	3.40	1.00
6	تقدم الشركة برامج لحماية ودعم الشباب والأجيال القادمة	3.20	1.24
	المقياس الكلي للمسؤولية الأخلاقية	3.71	0.60

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي (Spss.v20)

يتضح للباحثان ومن الجدول (03) الذي يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة من عبارات مقياس المسؤولية الأخلاقية للشركة ما يأتي :

- تقيس العبارات (من 1 إلى 6) مدى التزام الشركة بالمسؤولية الأخلاقية.

* يلاحظ ارتفاع العبارة الأولى والثانية على الدرجة المتوسطة مما يعني أن الشركة تأخذ بعين الاعتبار تكافؤ الفرص عند توظيف العاملين وتمارس كافة أنشطتها على نحو لا يتعارض مع العادات والتقاليد.

* يلاحظ ارتفاع بقية العبارات على الدرجة المتوسطة، أي أن الشركة تدعم أنشطة مكافحة المخدرات وتقدم الشركة معونات لجمعيات معالجة المدمنين كما لديها برامج واضحة لحماية الأجيال القادمة.

* بلغ الوسط الحسابي للمقياس الكلي للمسؤولية الأخلاقية (3.71) بانحراف معياري (0.60)، مما يعني أن هناك ممارسة بدرجة متوسطة للمسؤولية الأخلاقية.

المطلب الثاني: الإحصاءات الوصفية للمسؤولية القانونية

الجدول (04) الوسط الحسابي والانحراف المعياري للمسؤولية القانونية

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
7	تأخذ الشركة بالاعتبار القوانين المتعلقة بحماية المستهلك	3.60	1.04
8	تمارس الشركة أنشطة الضمان الاجتماعي للعاملين عليها	3.57	1.36
9	توجد بالشركة برامج للصحة والسلامة	3.93	1.11
10	توفر الشركة خدمة التأمين الصحي	3.90	1.12
11	تلتزم الشركة بالقوانين والتشريعات	3.8	1.21
	المجموع الكلي للمسؤولية القانونية	3.76	0.76

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي (Spss.V20)

يتضح للباحثان ومن الجدول (04) الذي يبين الوسط والحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة من عبارات مقياس المسؤولية القانونية للشركة ما يأتي:

* تقيس العبارات (من العبارة 7 حتى العبارة 11) مدى التزام الشركة بالمسؤولية القانونية.

* يلاحظ ارتفاع جميع العبارات تقريبا على الدرجة المتوسطة مما يعني أن الشركة تأخذ بالإعتبار توجيهات جمعية حماية المستهلك.

* تمارس الشركة أنشطة للضمان الاجتماعي وتوفر برامج متطورة للصحة والسلامة وخدمة التأمين الصحي الشامل مع الالتزام بالقوانين والتشريعات.

* بلغ الوسط الحسابي للمقياس الكلي للمسؤولية القانونية (3.76) بانحراف معياري قدره (0.76).

مما يعني أن هناك ممارسة بدرجة متوسطة للمسؤولية القانونية في الشركة.

المطلب الثالث : الإحصاءات الوصفية للمسؤولية البيئية

الجدول (05) الوسط الحسابي والانحراف المعياري للمسؤولية البيئية

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
12	تقوم الشركة بحملات توعية عن طريق الإعلام للحفاظ على البيئة في المدينة	3.47	1.28
13	تساهم الشركة بمعونات عند	3.5	1.11

		الكوارث	
1.36	3.23	تساهم الشركة في أية حملات نظافة تقوم بها البلدية	14
0.94	3.40	المقياس الكلي للمسؤولية البيئية	

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي (Spss.v20)

* يتضح للباحثان ومن الجدول (05) الذي يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة من عبارات مقياس المسؤولية البيئية للشركة ما يأتي:

* تقيس العبارات (من العبارة 12 حتى العبارة 14) مدى التزام الشركة بالمسؤولية البيئية .

* يلاحظ ارتفاع جميع العبارات تقريبا عن الدرجة المتوسطة ، مما يعني أن الشركة تقوم بحملات توعوية عن طريق الإعلام للحفاظ على البيئة في المدينة.

* تمد يد العون عند حدوث الكوارث.

* هناك ضعف شديد في المساهمة في حملات في المدينة.

* بلغ الوسط الحسابي للمقياس الكلي للمسؤولية البيئية (3.40) بإنحراف معياري قدره (0.94) مما يعني أن هناك ممارسة بدرجة متوسطة بدرجة تتجه إلى الضعف للمسؤولية البيئية في الشركة.

المطلب الرابع: الإحصاءات الوصفية للمسؤولية الخيرية

الجدول (06) الوسط الحسابي والانحراف المعياري للمسؤولية الخيرية

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
15	تدعم الشركة أنشطة المؤسسات الخيرية	3.23	1.33

1.13	3.20	تخصص الشركة ميزانية منح تعليم للمحتاجين	16
1.14	2.87	تقدم الشركة يد العون للجمعيات الثقافية	17
0.95	3.30	تقوم الشركة بتشغيل عدد من العمال ذوي الاحتياجات الخاصة (المعاقين)	18
1.01	3.27	تساهم الشركة بتخفيف عبء المعيشة للعاملين من خلال تقديم المعونات	19
1.26	2.93	تقوم الشركة بدور الكفيل الضامن للشراء بالأجل للتجهيزات للعاملين.	20
0.67	3.17	المقياس الكلي للمسؤولية الخيرية	

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي (Sps.v20)

يتضح للباحثان ومن الجدول (06) الذي يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة من عبارات مقياس المسؤولية الخيرية للشركة ما يأتي :

* تقيس العبارات (من العبارة 15 حتى العبارة 20) مدى التزام الشركة بالمسؤولية الخيرية.

* يلاحظ انخفاض جميع العبارات تقريبا عن الدرجة المتوسطة، مما يعني أن الشركة لها مساهمات ضعيفة في دعم المؤسسات الخيرية وكذا إجمالاً.

* إهمال الجمعيات الثقافية ، و إغفال دورها في تشغيل نسبة من العمال ذوي الاحتياجات الخاصة. كما ينعدم دور الشركة في تخفيف عبء المعيشة للعاملين من خلال تقديم معونات. كما لم تؤدي الشركة دور الكفيل الضامن للشراء لأجل للتجهيزات للعاملين.

* بلغ الوسط الحسابي للمقياس الكلي للمسؤولية الخيرية (3.17) بانحراف معياري قدره (0.67) مما يعني أن هناك ممارسة بدرجة ضعيفة للمسؤولية الخيرية في الشركة.

المطلب الخامس: الإحصاءات الوصفية للمسؤولية الاقتصادية

الجدول (07) الوسط الحسابي والانحراف المعياري للمسؤولية الاقتصادية

م	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
21	تستجيب الشركة للسياسات الاقتصادية للحكومة	3.8	1.06
22	تدعم الشركة أية برامج تقيمها غرفة الصناعة والتجارة	3.47	1.28
	المقياس الكلي للمسؤولية الاقتصادية	3.40	0.64

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي (Spss.v20)

يتضح للباحثان ومن الجدول (07) الذي يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة من عبارات مقياس المسؤولية الاقتصادية للشركة ما يأتي:

* تقيس العبارات (من العبارة 21 حتى العبارة 22) مدى التزام الشركة بالمسؤولية الاقتصادية.

* يلاحظ أن الشركة تلتزم بالاستجابة للسياسات الاقتصادية للحكومة ودعم الشركة للبرامج التي تقيمها غرفة الصناعة والتجارة.

* بلغ الوسط الحسابي للمقياس الكلي للمسؤولية الاقتصادية (3.40) بانحراف معياري قدره (0.64) مما يعني أن هناك ممارسة بدرجة ضعيفة للمسؤولية الاقتصادية في الشركة.

المطلب السادس: الإحصاءات الوصفية للمسؤولية الاجتماعية مجتمعة

جدول (08) الوسط الحسابي والانحراف المعياري للمسؤولية الاجتماعية العامة للشركة

م	المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
01	المسؤولية الأخلاقية	3.71	0.60
02	المسؤولية القانونية	3.76	0.76
03	المسؤولية البيئية	3.40	0.94
04	المسؤولية الخيرية	3.17	0.67
05	المسؤولية الاقتصادية	3.40	0.64
06	المسؤولية الاجتماعية للشركة	3.49	0.41

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي (Spss.v20)

بلغ الوسط الحسابي للمقياس الكلي للمسؤولية الاجتماعية مجتمعة (3.49) بانحراف معياري قدره (0.41) مما يعني أن هناك ممارسة بدرجة متوسطة تتجه الى الضعف للمسؤولية الاجتماعية مجتمعة في الشركة

خلاصة الدراسة الميدانية

بتحليل الاحصائيات الوصفية للإجابة على التساؤلات أو الاشكالية العامة فقد خلصت الدراسة إلى:

- بلغ المتوسط الحسابي لمحور المسؤولية الأخلاقية لشركة سونلغاز 3.49 وبانحراف معياري قدره 0.41 وهذا يعني أن هناك ممارسة متوسطة.

- بلغ المتوسط الحسابي لمحور المسؤولية القانونية لشركة سونلغاز 3.76 وبانحراف معياري قدره 0.76 و يعني هذا أن هناك ممارسة بدرجة متوسطة.

- بلغ الوسط الحسابي لمحور المسؤولية البيئية لشركة سونلغاز 3.4 بانحراف معياري 0.94 وهذا يعني أن هناك ممارسة بدرجة متوسطة تتجه إلى التدني.

- بلغ المتوسط الحسابي لمحور المسؤولية الخيرية لشركة سونلغاز 3.17 وبانحراف معياري قدره 0.67 وهذا يعني أن هناك ممارسة بدرجة ضعيفة نوعا ما.

- بلغ المتوسط الحسابي لمحور المسؤولية الاقتصادية لشركة سونلغاز 3.4 وبانحراف معياري قدره 0.64 وهذا يعني أن هناك ممارسة بدرجة ضعيفة نوعا.

- بلغ الوسط الحسابي للمحاور السابقة مجتمعة، وهو ما يشكل المسؤولية الاجتماعية لشركة سونلغاز وقدره 3.49 وبانحراف معياري قدره 0.41، وبذلك نستكشف أن شركة سونلغاز بالوادي تتبنى المسؤولية الاجتماعية بدرجة متوسطة تتجه إلى الضعف والتدني الأمر الذي يحتم على الشركة أنها تعيد النظر في ذلك، وتهتم أكثر بدعم الجوانب ذات المستوى المتدني والمنخفض التي تمت الإشارة إليه سابقا في تحليل النتائج التوصيلية

الخاتمة العامة

للإجابة على الإشكالية العامة للدراسة من خلال الدراسة النظرية المفاهيمية والميدانية العملية ثم التوصل إلى أبرز النتائج التالية:

1- تغيير المسؤولية الاجتماعية التزام متخذي القرارات بالقيام بنشاطات من شأنها حماية وتحسين المجتمع بشكل عام، بالإضافة إلى تنمية وحماية مصالحهم الشخصية.

2- ثقافة المسؤولية الاجتماعية ثقافة جديدة وهي لازلت محل نقاش بين مؤيد ومعارض. مسؤولية المؤسسة تشمل تحقيق مصالح كل من المجتمع و المؤسسة على حد سواء، لذلك فإن نتيجة النشاطات هي تحقيق ما يطلبه المجتمع.

3- تتعدد عناصر المسؤولية الاجتماعية في المسؤولية الخيرية والقانونية والأخلاقية والبيئية والاقتصادية.

- كشفت الدراسة الإحصائية لشركة سونلغاز بالوادي محل الدراسة تلتزم بدرجة متوسطة في المسؤولية الأخلاقية والقانونية .

- كما كشفت الدراسة الإحصائية أن شركة سونلغاز بالوادي تلتزم بالمسؤولية البيئية والخيرية والاقتصادية بمستوى يتراوح بين المتوسط والمنخفض.

- أثبتت الدراسة أن مؤسسة سونلغاز تتبنى المسؤولية الاجتماعية بمستوى متوسط يتجه إلى الأدنى والانخفاض.

التوصيات:

يوصي الباحثان بمايلي:

1- ضرورة التركيز أكثر على بعض الجوانب في المسؤولية مثل المسؤولية الخيرية والاقتصادية والبيئية والتوازن بين أهدافها وأهداف المجتمع الذي هي بين أحضانه.

2- تنفيذ دراسات أكثر على هذا الموضوع نظرا لأهميته وحدثته في مجتمعنا خصوصا.

قائمة المراجع

- 1- الطاهر خامرة "المسؤولية الاجتماعية مدخل لمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة " رسالة ماجستير غير منشورة ،جامعة ورقلة ، 2007
- 2- طاهر الغالبي،صالح العامري،المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال (الأعمال و المجتمع)،الأردن، دار وائل للطباعة و النشر و التوزيع ، 2005.
- 3- محمد عاطف محمد ياسين، واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية: دراسة تطبيقية لآراء عينة من مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات، الأردن، 2008.
- 4- سعدون مهدي الساقى، عبد الناصر نور، محاسبة المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، مؤتمر دولي التحديات المعاصرة للإدارة العربية (القيادة الإبداعية)، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2006 .
- 5- الأخضر عزي و غالم جلطي ، قياس قوة الدولة من خلال الحكم الراشد " اسقاط على التجربة الجزائرية"، مجلة علوم انسانية ، عدد 21 / 2005.
- 6- محمد الصيرفي، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر،مصر ، 2007.
- 7- فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات و انعكاساتها على رضا المستهلك، رسالة دكتوراه ،جامعة بغداد، العراق، 2003.
- 8- هاني الحوراني، حاكمية الشركات ومسؤوليتها الاجتماعية في ضوء مستجدات الأزمة الاقتصادية العالمية الراهنة، المؤتمر الثاني حول"مواطنة الشركات والمؤسسات..والمسؤولية الاجتماعية"، صنعاء، 24-25 يونيو 2009 .
- 9- حسين الأسرج، "المسؤولية الاجتماعية للشركات"، المعهد العربي للتخطيط، العدد التسعون، الكويت، شباط 2010.

الملاحق

جامعة الوادي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

تخصص: إدارة أعمال

السنة: LMD3

استبانة البحث

أستاذي الفاضل ... أستاذتي الفاضلة ...

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته.....

نقدم بين أيديكم استمارة لاجراء دراسة ميدانية حول بحث علمي لمذكرة تخرج في مرحلة ليسانس LMD. بعنوان: واقع المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسة الاقتصادية، يعدها الطالبان السعيد شذالة و بوترة شعيب تحت اشراف الدكتور بن علي عبد الرزاق. لذا نرجو منكم التكرم بملاها عوننا لنا في استكمالها، علما بأن المعلومات والبيانات التي تدلون بها لا تستخدم إلا لغرض البحث فقط.

(مع فائق الشكر الاحترام)

الجزء الأول : البيانات الشخصية

- 1- المسمى الوظيفية: مدير رئيس قسم رئيس مصلحة
نائب مدير نائب رئيس قسم نائب رئيس مصلحة
- 2- الجنس: ذكر أنثى
- 3- المستوى التعليمي : دون البكالوريا جامعي دبلوم
مهندس دراسات عليا

الجزء الثاني : محاور الاستبانة

يرجى الاجابة عن الاسئلة بوضع العلامة (X) داخل مربع الاجابة الصحيحة:

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق نوعا ما	موافق	غير موافق بشدة	غير موافق
01	تأخذ الشركة بعين الاعتبار تكافؤ الفرص عند توظيف العاملين					
02	تمارس الشركة كافة انشطتها بشكل لا يتعارض مع العادات والتقاليد					
03	تدعم الشركة أنشطة مكافحة المخدرات					
04	تقديم معونات للجمعيات الخيرية					
05	تقدم الشركة معونات للمحتاجين والفقراء					
06	تقدم الشركة برامج لحماية ودعم الشباب والأجيال القادمة					
07	تأخذ الشركة بالإعتبار القوانين المتعلقة بحماية المستهلك					
08	تمارس الشركة أنشطة الضمان الاجتماعي للعاملين عليها					
09	توجد بالشركة برامج للصحة والسلامة					
10	توفر الشركة خدمة التأمين الصحي					
11	تلتزم الشركة بالقوانين والتشريعات					
12	تقوم الشركة بحملات نوعية عن طريق الاعلام للحفاظ على البيئة في المدينة					
13	تساهم الشركة بمعونات عند الكوارث					
14	تساهم الشركة في أية حملات نظافة تقوم بها البلدية					
15	تدعم الشركة أنشطة المؤسسات الخيرية					
16	تخصص الشركة ميزانية منح تعليم للمحتاجين					
17	تقدم الشركة يد العون للجمعيات الثقافية					

					تقوم الشركة بتشغيل عدد من العمال ذوي الاحتياجات الخاصة (المعاقين)	18
					تساهم الشركة بتخفيف عبء المعيشة للعاملين من خلال تقديم المعونات	19
					تقوم الشركة بدور الكفيل الضامن للشراء بالأجل للتجهيزات للعاملين	20
					تستجيب الشركة للسياسات الاقتصادية للحكومة	21
					تدعم الشركة أية برامج تقيمها غرفة الصناعة والتجارة	22

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
-	الإهداء - كلمة شكر.....
-	فهرس الأشكال.....
-	فهرس الجداول.....
-	فهرس المحتويات.....
أ- و	المقدمة
ب	تمهيد الإشكالية.....
د	طرح الإشكالية.....
د	أسئلة الدراسة.....
د	فرضيات الدراسة.....
هـ	أهداف الدراسة.....
هـ	أهمية الدراسة.....
هـ	منهج البحث وأسلوبه.....
هـ	خطة البحث.....
	الفصل الأول
	الدراسة النظرية
03	المبحث الأول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية.....
04	المطلب الأول: تعريف وتطور المسؤولية الاجتماعية.....
09	المطلب الثاني: فوائد ومزايا الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية.....
15	المبحث الثاني: أهمية وأبعاد المسؤولية الاجتماعية.....
15	المطلب الأول: أهمية المسؤولية الاجتماعية.....
16	المطلب الثاني: أبعاد المسؤولية الاجتماعية.....

21	المبحث الثالث: المبادئ الأخلاقية في العمل الاقتصادي
24	المبحث الرابع: معايير قياس وتقييم المسؤولية الاجتماعية
27	المبحث الخامس: مظاهر إحترام المؤسسات لمسئولياتها الاجتماعية.
30	خلاصة الفصل النظري
	الفصل الثاني
	الدراسة التطبيقية (الميدانية)
33	المبحث الأول : بطاقة تقنية عن مؤسسة سونلغاز
33	المطلب الأول: تعريف بمؤسسة سونلغاز
34	المطلب الثاني: تنظيم الهيكل التنظيمي في المؤسسة.....
36	المطلب الثالث: مؤسسة سونلغاز- مركز التوزيع بالوادي
40	المبحث الثاني منهجية الدراسة
40	المطلب الأول: أسلوب جمع البيانات
40	المطلب الثاني: الأسلوب المستخدم في تحليل البيانات
41	المطلب الثالث: المقياس المعتمد في التعامل مع الإحصاءات.....
42	المبحث الثالث: الإحصاءات الوصفية لمتغيرات الدراسة ونتائجها
42	المطلب الأول: الإحصاءات الوصفية للمسؤولية الأخلاقية.....
43	المطلب الثاني: الإحصاءات الوصفية للمسؤولية القانونية
44	المطلب الثالث: الإحصاءات الوصفية للمسؤولية البيئية
45	المطلب الرابع: الإحصاءات الوصفية للمسؤولية الخيرية.....
47	المطلب الخامس: الإحصاءات الوصفية للمسؤولية الاقتصادية.....
48	المطلب السادس: الإحصاءات الوصفية للمسؤولية الاجتماعية مجتمعة.....
49	خلاصة الدراسة الميدانية

51-50	الخاتمة العامة
53-52	قائمة المراجع