



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمّة لخضر - الوادي



قسم العلوم الاجتماعية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علم الاجتماع المنظمات والموارد البشرية والاتصال

واقع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية

حالة مجمع سوناطراك أنموذجا

إشراف الأستاذ:

ضيف الازهر

إعداد الطالب:

غدير علي عبد القادر

اعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة الوادي	أستاذ	هوادي عبدالباسط
مشرفا ومقررا	جامعة الوادي	أستاذ	ضيف الازهر
ممتحنا	جامعة الوادي	أستاذ	بوترعة بلال
ممتحنا	جامعة الوادي	أستاذ محاضر أ	بن عيسى رابح
ممتحنا	جامعة بسكرة	أستاذ	شوقي قاسمي
ممتحنا	جامعة بسكرة	أستاذ محاضر أ	ميدني شايب ذراع

الموسم الجامعي: 2022/2021

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
I	- الإهداء
II	- الشكر
III	- فهرس المحتويات
IV	- فهرس الجداول والأشكال
IIV	- فهرس الملاحق
أ.ب.	- المقدمة
الفصل الأول: موضوع الدراسة	
11	أولاً: الإشكالية
13	ثانياً: فرضيات الدراسة
13	ثالثاً: أهمية الدراسة
14	رابعاً: أهداف الدراسة
15	خامساً: أسباب اختيار الموضوع
15	سادساً: تحديد المفاهيم
18	سابعاً: الدراسات السابقة
34	ثامناً: نموذج الدراسة
الفصل الثاني: مدخل عام للمسؤولية الاجتماعية	
36	تمهيد
37	المبحث الأول: المسؤولية الاجتماعية في للمؤسسات: النشأة والتطور، التعريف
37	المطلب الأول: نشأة وتطوير مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات عبر التاريخ
38	المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في الخمسينيات
39	المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في الستينيات.
41	المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في السبعينيات
45	المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في الثمانينيات
47	المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في التسعينيات
49	المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في العقد الأول من القرن الحادي والعشرين
50	المطلب الثاني : تعريف المسؤولية الاجتماعية والمفاهيم القريبة منها

50	تعريفات كتاب الإدارة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية
56	تعريفات المنظمات، الهيئات والتكتلات الدولية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية
57	تعريف المسؤولية الاجتماعية من منظور إسلامي
59	حصر تعريف شامل للمسؤولية الاجتماعية
60	المطلب الثالث : المسؤولية الاجتماعية والمفاهيم القريبة منها
60	أولاً: المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال
62	ثانياً: المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة
64	ثالثاً: المسؤولية الاجتماعية وحوكمة المؤسسات
67	رابعاً: المسؤولية الاجتماعية ومواطنة المؤسسات
67	خلاصة
68	المبحث الثاني : المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في ضوء النظرية
68	تمهيد
68	المطلب الأول : أهم النظريات الإدارية المفسرة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية
69	نظرية المساهم (النظرية النيوكلاسيكية) (The Shareholder module)
71	نظرية أصحاب المصلحة (The stakeholder module)
72	نظرية الاعتماد على الموارد
73	نظرية الوكالة
75	نظرية العقد الاجتماعي
76	نظرية الشرعية
81	المطلب الثاني : الأساس النظري لدوافع المشاركة في المسؤولية الاجتماعية
82	النظريات الربحية
84	النظريات السياسية
84	النظريات التكاملية
87	النظريات الأخلاقية
91	خلاصة
92	المبحث الثالث: أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات
92	تمهيد
92	المطلب الأول: الأبعاد الداخلية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات
92	المسؤولية الاجتماعية في إطار إدارة الموارد البشرية

96	المسؤولية الاجتماعية والصحة والسلامة المهنية
97	المسؤولية الاجتماعية في إطار وظيفة الإنتاج والعمليات
98	المسؤولية الاجتماعية والإدارة المالية
99	المطلب الثاني: الأبعاد الخارجية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات
99	المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة
101	المسؤولية الاجتماعية والتسويق الاجتماعي
103	المسؤولية الاجتماعية والبيئية
109	خلاصة
110	المبحث الرابع: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في ظل المبادرات الدولية
110	تمهيد
110	1. مؤتمر الأمم المتحدة المعني بالبيئة والتنمية (UNCED)، قمة الأرض. ريو دي جانيرو، 1992
112	2. الاتفاقية العامة للأمم المتحدة (الميثاق العالمي للمسؤولية الاجتماعية)
114	3. مبادئ منظمة العمل الدولية بخصوص الشركات متعددة الجنسيات والسياسة الاجتماعية
114	4. المبادئ التوجيهية الصادرة عن منظمة التعاون والتنمية بشأن حوكمة الشركات المملوكة للدولة
116	5. مبادئ سوليفان العالمية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات
117	6. المنظمة العالمية للمعايير (معايير نظم الإدارة البيئية ومعايير المسؤولية الاجتماعية)
123	7. معيار المسائلة الاجتماعية - SA8000 - الصادر عن المنظمة الدولية للمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية
125	8. مبادرة التقارير الدولية (GRI)
126	خلاصة
127	المبحث الخامس: تجارب المؤسسات في مجال المسؤولية الاجتماعية عبر مختلف القارات
127	تمهيد
128	أولاً: تجارب بعض المؤسسات في الدول الأوروبية
140	ثانياً: تجارب بعض المؤسسات في القارتين الأمريكيتين
144	ثالثاً: تجارب بعض المؤسسات في بعض الدول الآسيوية
163	رابعاً: تجارب بعض المؤسسات في بعض الدول الأفريقية
182	خاتمة
الفصل الثالث: الدراسة الميدانية	
184	تمهيد

185	أولاً: مجالات الدراسة
185	1. المجال المكاني.
196	2. المجال الزمني.
196	3. المجال البشري
197	ثانياً: عينة الدراسة
197	ثالثاً: منهج الدراسة
198	رابعاً: أدوات جمع البيانات
200	خامساً: الأساليب الإحصائية
202	سادساً: اختبار صدق أداة الدراسة (الاستبيان):
207	سابعاً: عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة
236	ثامناً: مناقشة النتائج على ضوء فرضيات الدراسة
240	تاسعاً: الاستنتاج العام
242	خاتمة
243	التوصيات
246	المراجع
258	الملاحق

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	فئات المسؤولية الاجتماعية الأربع (كارول، 1979)	44
02	آراء المؤلفون الا جانب حول المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات	53
03	أصحاب المصالحة وأهم أهدافهم	72
04	المكونات الاقتصادية والقانونية للمسؤولية الاجتماعية للشركات حسب كارول	78
05	المكونات الأخلاقية والخيرية للمسؤولية الاجتماعية للشركات حسب كارول	79
06	الدوافع وراء الالتزام بمفهوم المسؤولية الاجتماعية	81
07	نظريات المسؤوليات الاجتماعية للمؤسسات والمناهج ذات الصلة	89
08	مخطط ISO 26000	120

09	الموضوعات والقضايا الأساسية للمسؤولية الاجتماعية	121
10	الجوائز المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في ماليزيا	150
11	إرشادات حديثة للمنظمات الماليزية حول المسؤولية الاجتماعية	151
12	محافظ مشاركة المجتمع من أكبر 15 شركة في مؤشر (EGX ESG)	166
13	مشاريع شركات النفط في المغرب في إطار المسؤولية الاجتماعية	176
14	معامل الارتباط بيرسون Correlations	202
15	توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الجنس	203
16	توزيع أفراد العينة حسب العمر	204
17	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	204
18	توزيع أفراد العينة حسب المسمى الوظيفي	205
19	توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخدمة	206
20	خاص بمحور المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين	207
21	خاص بمحور المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع	210
22	خاص بمحور المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة والموارد الطبيعية	213
23	خاص بمحور المسؤولية الاجتماعية تجاه الزبون	215
24	ملخص نتائج اختبار فرضيات الدراسة	220
25	عمليات التوظيف في سوناطراك خلال الفترة 2002 – 2018	223
26	عدد موظفي سوناطراك الخضعين للتكوين خلال الفترة 2002 – 2018	223
27	الأنشطة المخصصة لأولاد الموظفين (أطفال 15/8 سنة)	225
28	أنشطة مراكز العطلات (أطفال 12/8 سنة) إنجازات عام 2017	225
29	نشاط المخيمات والإقامة العائلية	226
30	نشاط مراكز الإقامة الصيفية العائلية 2018	227
31	مراكز استرخاء العائلات	227
32	الوجهات السياحية داخل الجزائر	228
33	الهيئة التعليمية المؤطرة لرياض الأطفال	229
34	ملخص تعداد الأطفال المسجلين حسب القسم والناحية 2018/2019	229
35	محطات تحلية لمياه البحر المنجزة من طرف مؤسسة سوناطراك	231
36	ملخص نتائج درجة التزام مؤسسة سوناطراك حسب المحاور	236

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	النموذج الافتراضي الدراسة	34
02	نموذج سيد للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات	42
03	أصحاب المصلحة الذين حددهم فريمان (1995)	47
04	ابعاد التنمية المستدامة الجديدة في اطار خطة 2030 للأمم المتحدة	63
05	هرم كارول (carroll) للمسؤولية الاجتماعية للشركات	80
06	عملية دمج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في البلدان الناشئة	131
07	المقاربات الثلاثة للنموذج الياباني للمسؤولية الاجتماعية	147
08	طريقة خلق القيم المشتركة	173
09	عمليات مؤسسة سوناطراك الدولية	188
10	الهيكل التنظيمي لمؤسسة سوناطراك	195
11	التمثيل البياني بالدائرة النسبية للجنس	203
12	التمثيل البياني بالدائرة النسبية للعمر	204
13	التمثيل البياني بالدائرة النسبية للمستوى التعليمي	204
14	التمثيل البياني بالدائرة النسبية للمسمى الوظيفي	205
15	النسبية لسنوات الخدمة التمثيل البياني بالدائرة النسبية	206
16	خريطة رياض الأطفال لمؤسسة سوناطراك	230
17	صورة لقاعدة الحياة لمؤسسة سوناطراك المتواجدة بمنطقة (Oued teh) ولاية اليزي	237

قائمة الملاحق

الرقم	العنوان	الصفحة
01	الاستبيان	256

المقدمة:

تعتبر المؤسسات الاقتصادية نظاما مفتوحا على البيئة التي تعمل فيها، تتأثر بكل ما يحدث فيها من تغيرات اقتصادية واجتماعية وثقافية، وكما يؤكد عالم التسويق الأمريكي فليب كوتلر أن «نجاح المؤسسة هو مبني على مدى انسجامها و تكيفها مع التطورات المختلفة في بيئتها»، ولحاجة المؤسسات الاقتصادية للاستفادة من هذه البيئة، عليها ان تلعب دورا اقتصاديا واجتماعيا فعالا، بالشكل الذي يمكنها من تصريف منتجاتها وخدماتها وتوسيع استثماراتها فيه.

وفي ظل تنامي ظاهرة العولمة، وجدت المؤسسات الاقتصادية نفسها في بيئة تتميز بوعي الزبون وأصحاب المصلحة وقدرتهم على التمييز بين المؤسسات لاعتبارات أخلاقية واجتماعية، وفي ظل تنامي نشاط الجمعيات الحقوقية، اصبح لزاما على المؤسسات الاقتصادية مراعات الجوانب الاجتماعية في اتخاذ قراراتها، وادراجها ضمن استراتيجياتها.

حيث انه وفي ظل هاته البيئة التنافسية الجديدة، تغيرت معايير التميز والاستمرار في السوق ولم تعد صفة الربحية المادية هي التي تميز المؤسسات، بل أن الممارسات المسؤولة اجتماعيا هي التي تعزز صورتها وتقوي مركزها في السوق وتزيد من زبائنها وعملائها. وبهذا أصبح النموذج المثالي للمؤسسات الاقتصادية، هو ذلك النموذج الذي يتسم بصفة المواطنة مع المجتمع الذي تنشط فيه، ويدمج المسؤولية الاجتماعية في نظامه الاداري، هذه المسؤولية التي تترجم من خلال اهتمام المؤسسة بمتطلبات ومصالح الاطراف الداخلية والخارجية من موظفين ومجتمع وبيئة وزبائن، واعتبارها من اهدافها الرئيسية.

وفي هذا الاطار تتميز المؤسسة الاقتصادية الجزائرية سوناطراك بشعار المواطنة واعتماد المسؤولية الاجتماعية كأحد اسسها الاربعة، وحرصا على اثراء هذا الموضوع وللوقوف على واقع تبني مؤسسة سوناطراك لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، والوقوف على الدوافع التي تشجع مؤسسة سوناطراك للالتزام بمسؤوليتها الاجتماعية، وكذا تبيان التحديات والمعوقات التي تواجهها المؤسسة للقيام بدورها الاجتماعي، جاءت هذه الدراسة بعنوان " واقع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، حالة مجمع سوناطراك - الجزائر العاصمة- أنموذجا ".

ولدراسة هذا الموضوع تم وضع خطة مقسمة إلى ثلاث فصول.

حيث تناول الباحث في الفصل الأول الجانب المنهجي للدراسة بصياغة للإشكالية، والتي تهدف إلى معرفة واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية سوناطراك أنموذجاً. ثم تحديد المفاهيم و كذا الأهمية والأهداف التي يرجو الباحث الوصول إليها، لتليها أسباب اختيار الموضوع والدراسات السابقة، ثم نموذج الدراسة.

وفي الفصل الثاني تطرق الباحث إلى مفهوم المسؤولية الاجتماعية من خلال عرض لنشأة هذا المفهوم وتطوره، وكذا التطرق لما ورد من تعريفات للمسؤولية الاجتماعية، وتناول بعدها النظريات التي فسرت موضوع المسؤولية الاجتماعية، ليتطرق بعدها لأبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، ثم قدم سرداً للمبادرات الدولية في مجال المسؤولية الاجتماعية، ليخصص في الأخير مبحثاً لتجارب المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات عبر مختلف القارات.

ليأتي الفصل الثالث متضمناً الجانب التطبيقي للدراسة الذي كان إثراء وتعزيزاً للجانب النظري، عرض خلاله الباحث المنهج المستخدم في الدراسة وتحديد للعينة ووصفها وأدوات جمع البيانات والأساليب الإحصائية المستخدمة. ليتم في الأخير عرض ومعالجة البيانات وتخليها على ضوء الفرضيات واستخلاص النتائج ووضع التوصيات.

الفصل الأول

موضوع الدراسة

أولاً: الإشكالية

ثانياً: فرضيات الدراسة

ثالثاً: أهمية الدراسة

رابعاً: أهداف الدراسة

خامساً: أسباب اختيار الموضوع

سادساً: تحديد المفاهيم

سابعاً: الدراسات السابقة

ثامناً: نموذج الدراسة

أولاً: الإشكالية:

تصوب كل المؤسسات الاقتصادية وبمختلف تخصصاتها وطبيعتها نشاطاتها إلى تعظيم الأرباح، وتعمل هاته المؤسسات في محيط إقتصادي حيوي ضمن علاقة تبادلية فتأثر فيه وتتأثر به، فتحصل منه على حاجياتها من الموارد مثل (المواد الأولية، الطاقة، اسهم واعتمادات مالية، موظفين، معرفة)، وبدورها توفر هاته المؤسسة للمجتمع المنتوجات والخدمات التي يحتاجها.

وكنتيجة لنشاطها، تتأثر البيئة سلبا بسبب التلوث الذي يحدث جراء كبح النفايات والمواد الكيماوية وكذلك استنزاف الثروات الطبيعية هذا من جهة البيئة، ومن جهة أخرى التشغيل الغير مقنن والعاقل لليد العاملة من طرف المؤسسات الاقتصادية والمعاملة الغير أخلاقية للعمال بإهمال الجوانب الصحية والاجتماعية للعمل. الأمر الذي أدى إلى الحديث عن الأداء البيئي والاجتماعي للمؤسسات الاقتصادية كمطلب أساسي.

ونظرا لتطور الفكر الإقتصادي في مجال التنمية الاقتصادية والبيئية او بما يصطلح به بالتنمية المستدامة، اذ أصبحت هاته الأخيرة أكثر أهمية على جميع المستويات، وأصبحت موضع إهتمام جميع دول العالم. ولهذا السبب تم عقد العديد من المؤتمرات الدولية، وأصبحت في طليعة هموم وأولويات دول العالم، ولعل أهم هاته المسائل ما تطرحه المؤسسات الاقتصادية من ملوثات وتأثيرها السلبي على صحة الإنسان والمجتمع بشكل عام، وتركيزها فقط على الربح.

تزامن هذا مع ظهور وعي اجتماعي وبيئي جديد، وظهور أفكار حديثة مبنية على مفهوم التبرعات الاجتماعية، وقد تطورت هذه المفاهيم عبر فترات زمنية مختلفة بإسم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات. إذ يشير هذا المصطلح إلى أن المؤسسة ملزمة بتنفيذ سلسلة من الأنشطة، تضمن التبادل العادل لكل من العائد الاجتماعي والتكلفة الاجتماعية بين المؤسسة والمجتمع. ومنه أصبح لزاما دمج الجوانب البيئية والاجتماعية في إستراتيجيات هاته المؤسسات لضمان مساهمتها في التنمية المستدامة وجعل المؤسسات الاقتصادية مسؤولة ومعرزة للاقتصاد الوطني.

الأمر الذي شكل ضغوطات كبيرة على هذه المؤسسات من أجل تصحيح ممارساتها الغير مسؤولة ومواجهة التزاماتها ومسؤولياتها الاجتماعية أمام موظفيها والمجتمع والبيئة التي تنشط فيها. ومن هنا برزت ثقافة المسؤولية الاجتماعية، وأضحت المؤسسات تغير من منظورها إزاء المجتمع والبيئة، في

محاولة منها لتحسين سمعتها وكسب مكانة وتواجد في السوق من جهة ولعب دور فعال وإيجابي في حياة أفراد المجتمع من جهة أخرى.

حيث ومن هذا المنظور تسعى الكثير من المؤسسات الاقتصادية وخاصة الريادية منها كالعاملة في مجال النفط في الجزائر الى تبني استراتيجية ترسخ لمفهوم المسؤولية الاجتماعية واعتماد رؤية جديدة. ويتجلى ذلك، من خلال التطور الملحوظ لقواعد السلوك والتقارير الاجتماعية الخاصة بالمؤسسات، اسوتا بنظيراتها المؤسسات الأوروبية والأمريكية. والتي تبنت مبادرات المسؤولية الاجتماعية مثل الاتفاق العالمي للأمم المتحدة ومبادرة الشفافية في الصناعات الاستخراجية. والذي ينص على توفير البيئة المناسبة للعمل، وعدم تبديد الموارد الطبيعية، والقيام بعمليات التوظيف والتدريب، وتمكين المرأة الريفية وتحسين مهاراتها بما يؤهلها للمشاركة في عملية التنمية المستدامة، ومساندة الفئات الأكثر احتياجا.

ويعتمد نجاح المؤسسات الاقتصادية من حيث المسؤولية الاجتماعية بشكل أساسي على التزامهم تجاه الموظفين وأفراد المجتمع، ودعم المجتمع وحماية البيئة، سواء من حيث التزامهم بتقديم منتجات تتوافق مع المجتمع والبيئة، أو من حيث المبادرة بما يخدم البيئة ويحسن ظروف المجتمع. ومنه أدركت التكامل والتوازن المتبادل بينها وبين المجتمع، وعززت مفهوم الاستثمار النشط في جزء من الأرباح في رفاهية المجتمع والعمل مع الموظفين والمجتمعات المحلية من اجل تحسين جودة الحياة.

في ظل هذا الاهتمام المتزايد بموضوع المسؤولية الاجتماعية والتوجه الجديد للمؤسسات الاقتصادية تبرز لنا معالم الإشكالية التي نعمل على معالجتها من خلال الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

ما واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية سوناطراك أنموذجاً؟

الأسئلة الفرعية للبحث: ومن أجل الإجابة عن الإشكالية الرئيسية نستعين بمجموعة الأسئلة الفرعية المرتبة كالآتي:

- كيف تبنت مؤسسة سوناطراك مفهوم المسؤولية الاجتماعية؟ وماهي اهم البرامج المجسدة على ارض الواقع؟
- ما هي الدوافع التي تشجع مؤسسة سوناطراك على الإلتزام بمسؤوليتها الاجتماعية؟
- ماهي التحديات والمعوقات التي تواجهها المؤسسة للقيام بدورها الاجتماعي؟

ثانيا: فرضيات الدراسة :

الفرضية الأساسية: توجد ممارسة واقعية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية سوناطراك.

الفرضيات الجزئية:

- يوجد التزام من قبل إدارة مؤسسة سوناطراك الجزائرية نحو تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية اتجاه أصحاب المصلحة (الموظفين، المجتمع، البيئة، الزبائن). مجسد ببرامج مطبقة على ارض الواقع.
- هناك دوافع اخلاقية واجتماعية تشجع مؤسسة سوناطراك على الالتزام بمسؤوليتها الاجتماعية.
- هناك العديد من التحديات والمعوقات التي تواجهها المؤسسة للقيام بدورها الاجتماعي.

ثالثا: أهمية الدراسة:

مما لا يطرح مجال للشك أن لكل بحث علمي قيمته وأهميته، ولئن اختلفت كل واحدة منها عن الأخرى، فإن بناء الصرح العلمي عامة لا يتم إلا من خلال المساهمات البحثية المعرفية منها والتطبيقية حيث تتكافل فيما بينها للتوصل إلى حقائق ونتائج ونظريات يمكن الإعتماد عليها في بحوث ودراسات لاحقة.

وتتلخص أهمية دراستنا في النقاط التالية:

- 1- تتبع أهمية الدراسة من الأهمية المتزايدة للمسؤولية الاجتماعية ومنافعها الجمة على المؤسسات، حيث أشارت الدراسات إلى أن الإلتزام بالمسؤولية الاجتماعية يعمل على زيادة الولاء والإحترام للمؤسسة من قبل الموظفين والعملاء، وبناء شهرة للمؤسسة، وجعل منتجات وخدمات المؤسسة الملتزمة بالمسؤولية الاجتماعية مرحبا بها في المجتمع، وجذب الموظفين المتميزين الذين يفضلون العمل لدى المؤسسات ذات المسؤولية الاجتماعية وكذلك جذب الاستثمارات الأجنبية.
- 2- كما تتضح هذه الأهمية بإعطاء الجانب الإنساني والاجتماعي اهتماما أكثر لدى المسؤولين في المؤسسات الاقتصادية وطرح (سوناطراك) كنموذج يحتذى به.
- 3- بالنسبة للمجتمع: تتبع أهمية الدراسة من أن إلتزام الشركات بتبني المسؤولية الاجتماعية قد ينتج عنه الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفير نوع من العدالة وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص، هذا علاوة

على تحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع وزيادة الوعي بأهمية الاندماج التام بين المؤسسات ومختلف الفئات ذات المصالح بما يساهم بالاستقرار الاجتماعي والشعور بالعدالة الاجتماعية.

4- بالنسبة للدولة: فإن أهمية البحث تتضح من خلال تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهامها وخدماتها المختلفة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة في تحمل التكاليف الاجتماعية، كذلك تبرز أهمية تبني المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للدولة من خلال القضاء على البطالة وغيرها من الآفات التي تجد الدولة نفسها غير قادرة على تحمل أعبائها بعيداً عن القطاع الخاص.

رابعاً: أهداف الدراسة :

ككل بحث علمي يهدف إلى الإجابة على تساؤلات معينة فإن هذه الدراسة تسعى إلى تحقيق الهدف الرئيسي التالي وهو التعرف على واقع تبني برامج المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية سوناطراك أنموذجاً، وفي ضوء هذا الهدف الأساسي تتدرج مجموعة من الأهداف الفرعية التي يمكن إجمالها في الآتي:

- إسقاط الجانب النظري على أرض الواقع لإبراز مدى التقارب والتجاوب الذي تحظى به المسؤولية الاجتماعية في مؤسساتنا الاقتصادية.
- مناقشة طبيعة برامج المسؤولية الاجتماعية التي تمارسها مؤسسة سوناطراك.
- معرفة موقع مؤسسة سوناطراك من مفهوم المسؤولية الاجتماعية ومدى استجابتها للبرامج المرتبطة بهذا المفهوم.
- التعرف على مدى إدراك المسؤولين لأهمية برامج المسؤولية الاجتماعية.
- إبراز أهمية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية وتأسيس بعض المفاهيم الأساسية للأداء الاجتماعي.
- الخروج بنتائج وتوصيات تفيد وتساعد أصحاب القرار في المؤسسة قيد الدراسة على تطوير عملها في مجال المسؤولية الاجتماعية.

خامسا: اسباب إختيار الموضوع:

تتلخص الأسباب التي جعلت الطالب الباحث يختار دراسة موضوع " واقع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية " في بعدين أساسيين، أحدهما شخصي والآخر موضوعي.

أما **البعد الأول** فهو شخصي تلخصه تجربة الطالب الباحث في العمل لفترة وجيزة بمؤسسة سوناطراك، حيث وبعد فترة بدأت فكرة دراسة هذا الموضوع تتبلور في ذهن وزاها واقع ممارسة المؤسسة في مجال الاجتماعي ومشروعها المسمى " سوناطراك مؤسسة مواطنة ".

أما **البعد الثاني**، فيتعلق بالحاجة إلى مباشرة بحوث علمية تدرس هذا الموضوع من منظور ما يسود الوسط المهني والمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، ورغبنا في تقريب المفاهيم الإدارية الحديثة من المؤسسات الجزائرية.

ولأن موضوع البحث كثر الحديث عنه في الآونة الأخيرة على المستوى الدولي، وتبني العديد من المنظمات لممارسات المسؤولية الاجتماعية رغبة منها في تحقيق المواطنة.

كما أن واجب إتباع المنهج العلمي في دراسة كل ما يستجد من ظواهر، حتم على الطالب الباحث الإسهام بهذه الدراسة قصد الابتعاد عن الأحكام المسبقة التي عادة ما تثار حول الموضوع.

سادسا: تحديد مفاهيم الدراسة:

يعتبر تحديد المفاهيم المستعملة في البحث بمثابة المفاتيح المهمة لإعطاء تصور واضح حول الدراسة، وفي ما يلي تقديم للمفاهيم المهمة الواردة في الدراسة:

المسؤولية الاجتماعية:

مع مرور الوقت، شهد تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات تغيرات جوهرية ولا يزال يتطور مع تطور المجتمع وطموحاته. لا يوجد تعريف متفق عليه عالميا للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ولم يكن هناك إجماع على قائمة قضايا محددة. فالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات بقيت تتأرجح بين كونها فعلاً خيرياً أم هي إمتثال قانوني. إلا ان جل التعاريف ومع اختلاف مشاربها تتفق على فكرة واحدة

وهي إلزامية إدراج المؤسسات للمسائل الاجتماعية والبيئية في استراتيجياتها وأنشطتها الخاصة بأعمالها التجارية، قصد تحسين أثرها في المجتمع.

تعددت تعريفات المسؤولية الاجتماعية لدى المفكرين والكتاب بسبب أن الموضوع يكتسب أهمية متزايدة يوم بعد يوم ولم يتوصل إلى اتفاق محدد بهذا الشأن، وفيما يلي سرد لأهم هذه التعريفات:

عرف (Paul Hohnen) المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على أنها الطريقة التي تدمج بها المؤسسات الاهتمامات الاجتماعية والبيئية والاقتصادية في قيمها وثقافتها وصنع القرار واستراتيجيتها وعملياتها بطريقة شفافة وخاضعة للمساءلة، وبالتالي ترسي ممارسات أفضل داخل المؤسسة، وخلق الثروة وتحسين المجتمع¹.

عرفها (Holmes) بأنها "إلتزام على المؤسسة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه. وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية، مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث، وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها"².

كما يعرف كل من (Marie-Françoise GUYONNAUD و Frédérique WILLARD) المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة على أنها "التزام المؤسسات بالمساهمة في التنمية الاقتصادية، مع الحفاظ على البيئة والعمل مع الموظفين وعائلاتهم والمجتمع المحلي ككل لتحسين جودة حياة الناس. وكل الجهات الفاعلة"³.

أما البنك الدولي فقد عرف المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال على أنها التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد⁴.

¹ Paul Hohnen, **Corporate social responsibility: An implementation guide for business**, International Institute for Sustainable Development, Winnipeg, Manitoba, Canada, March, 2007. P.5

² طاهر محسن منصور الغالي وصالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال و شفافية نظام المعلومات (دراسة تطبيقية لعينة من المصارف الأردنية)، مجلة وقائع المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2002، ص 216.

³ Marie-Françoise GUYONNAUD et Frédérique WILLARD, **Du management environnemental au développement durable des entreprises**, France : ADEME, Mars 2004, P 05.

⁴ The World Bank; **Beyond Corporate Social Responsibility: The Scope for Corporate Investment in Community Driven Development**, Report No. 37379-GLB, March 2007, p.1.

وعرف الاتحاد الأوروبي المسؤولية الاجتماعية على أنها "تعني الدمج الطوعي للأهداف الاجتماعية والبيئية في النشاطات التجارية للمؤسسات، وهي تندرج في إطار تحقيق أهداف السياسة الاجتماعية واستراتيجية التنمية المستدامة للاتحاد الأوروبي، هذه الممارسات يمكنها أن تدعم مجالات: التجديد، التنافسية وخلق فرص العمل"¹.

اما المنظمة العالمية للمعايير فتعرف المسؤولية الاجتماعية ممثلة في مواصفة الايزو 26000 بأنها: "ترجمة لقرارات ونشاطات المؤسسات تجاه العمال والمجتمع والبيئة من خلال تبني سلوك شفاف وأخلاقي يسهم في:

- تحقيق التنمية المستدامة بما في ذلك الصحة والرفاه في المجتمع.
 - يأخذ في الاعتبار توقعات أصحاب المصالح.
 - يحترم القوانين السارية، ويتوافق مع المعايير الدولية.
 - يدمج في المنظمة ككل ويتم ممارسته وتطبيقه في مستوياتها الإدارية المختلفة².
- من خلال ما سبق يتبين لنا أن هاته التعاريف تباينت في محتواها، ومضامينها والجوانب التي تم التركيز عليها، وإن اشتركت في هدف أو أكثر تمثل في تفاعلها واتجاهها لخدمة المجتمع.
- وكتعريف إجرائي سنعتمد عليه في دراستنا ومن خلال التعاريف السابقة نقول: "أن المسؤولية الاجتماعية تتمثل بكونها مجموعة القرارات والأفعال التي تتخذها المؤسسة للوصول إلى تحقيق الأهداف المرغوبة بما يتماشى والقيم السائدة في المجتمع والإسهام مع الدولة في محاربة المشاكل التي تواجهها مثل البطالة والفقر ونقص الخدمات والإسكان وتحسين البيئة والتي تمثل في نهاية الأمر جزءا من المنافع الاقتصادية المباشرة لإدارة المؤسسة والساعية إلى تحقيقها كجزء من إستراتيجيتها".

¹ الموقع الإلكتروني للاتحاد الأوروبي، تم الاطلاع عليه في (2019/01/16)

https://ec.europa.eu/growth/industry/sustainability/corporate-social-responsibility_en

² Site AFNOR, ISO 26000, (21/12/2020), <https://www.afnor.org/en/?s=CSR>

سابعا: الدراسات السابقة:

بغية استكمال الجانب النظري للدراسة وبهدف ترصين نموذج الدراسة وفرضياتها، لابد للباحث من استشراف الجهود السابقة للباحثين في مجال دراسته وما قدمه الباحثون الآخرون الذين سبقوه من جهد علمي وما تناولوه من متغيرات يمكن للباحث الاستفادة من بعضها في دراسته الحالية.

حيث يعتبر استطلاع الدراسات السابقة مسألة مهمة من عدة نواحي، ففيها تجنب للباحث من التكرار، وإضاعة الجهد في موضوعات تم بحثها. وفيها كذلك وضع للبحث في إطاره الصحيح وفي موقعه المناسب من البحوث الأخرى، وبيان ما يمكن إضافته إلى المعرفة الإنسانية. إلا أنه من الصعب الإحاطة بجميع الدراسات والبحوث الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية، مما يبرر الاكتفاء بإلقاء الضوء على عدد منها.

ولكي يكون عرض تلك الدراسات ومناقشتها منهجيا، فقد تم مراعاة التسلسل الزمني في ترتيبها، بدأ بدراسات العربية ثم الدراسات الأجنبية.

أولا : الدراسات العربية :

1- دراسة فلاح بن فرج السبيعي (2001):¹

عنوان الدراسة: أثر تبني برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين على سياسات إدارة الموارد البشرية "بالنظر على الشركات الصناعية بمنطقة الرياض"

طبيعة الدراسة: دراسة منشورة في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية العدد الثاني والأربعون، أكتوبر 2016.

حاولت هذه الدراسة الإجابة عن التساؤلات الآتية:

1. ما مدى التزام إدارات الشركات موضع الدراسة بتبني برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه القوى العاملة بها؟

¹ فلاح بن فرج السبيعي، أثر تبني برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين على سياسات إدارة الموارد البشرية "بالنظر على الشركات الصناعية بمنطقة الرياض"، دراسة منشورة في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، المملكة العربية السعودية، العدد 42، أكتوبر 2016.

2. ما هو أثر تبني برامج المسؤولية الاجتماعية نحو العاملين على سياسات إدارة الموارد البشرية بالشركات الصناعية محل البحث؟

أهداف الدراسة: هدفت هذه الدراسة إلى:

- التعرف على دافع تبني برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين بالمؤسسات الصناعية بمنطقة الرياض.
- قياس أثر ذلك على سياسات إدارة الموارد البشرية بها (الاستقطاب، سياسة التدريب والتطوير، الصحة والسلامة المهنية، تقييم الأداء، ظروف العمل، المسار الوظيفي للعاملين).
- قياس الاختلافات بين العاملين في مدى أدائهم لبرامج المسؤولية الاجتماعية المقدمة لهم وفقاً لعدد من المتغيرات الديموغرافية (العمر، المؤهل الدراسي، المستوى الوظيفي، الخبرة في العمل).
- وتحقيقاً لذلك فقد تم بناء نموذج للدراسة في ضوء الدراسات السابقة والدراسة الاستطلاعية يبين المتغيرات المستقلة والتابعة للدراسة.

فرضيات الدراسة :

1. يوجد التزام من قبل إدارات المؤسسات محل البحث نحو تبني برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه القوى العاملة بها.
 2. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لممارسة أو لتبني برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين على سياسات إدارة الموارد البشرية في الشركات محل البحث، وينبثق من هذا الفرض الرئيسي ستة فروض فرعية هي:
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لممارسة برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، على سياسة الاستقطاب.
 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لممارسة برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، على سياسة التدريب والتطوير.
 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لممارسة برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، على سياسة المسار الوظيفي.
 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لممارسة برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، على سياسة الصحة والسلامة المهنية.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لممارسة برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، على سياسة تقييم الأداء.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لممارسة برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، على تهيئة الظروف الخاصة بالعمل.

3. توجد اختلافات جوهرية بين العاملين بالشركات الصناعية موضع الدراسة في مدى إدراكهم لبرامج المسؤولية الاجتماعية وفقاً لخصائصهم الشخصية (العمر، المؤهل العلمي، المستوى الوظيفي، الخبرة).

منهج ومجتمع الدراسة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة قام الباحث باستخدام المنهج الوصفي التحليلي المقارن بأسلوب المسح الشامل لجميع مفردات المجتمع محل البحث وهي جميع شركات المساهمة العامة الصناعية في المملكة العربية السعودية والبالغ عددها (27 شركة).

أداة الدراسة : استبانة موجهة للعاملين بشركات المساهمة العامة الصناعية بالمملكة (رئيس مجلس الإدارة، المدير العام، مديرو الإدارات، مديرو الأقسام).

نتائج الدراسة :

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

- أن الشركات محل البحث تعمل على تحقيق الأمن الوظيفي للعاملين.

- كما تتيح فرص عمل للخريجين، كما تطبق نظام للحوافز والمكافآت بما ينعكس إيجاباً على أداء العاملين.

- كما أبرزت الدراسة أن لممارسة برامج المسؤولية الاجتماعية من قبل المؤسسات موضع البحث أثر على سياسات وبرامج إدارة الموارد البشرية المطبقة بالفعل.

- كما أبرزت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات مدى إدراك العاملين لبرامج المسؤولية الاجتماعية المقدمة لهم وفقاً للمتغيرات سالفة الذكر فيما عدا المتغير الخاص بالخبرة في العمل .

وفي ضوء النتائج سالفة الذكر تم التوصل إلى مجموعة من التوصيات التي يمكن للمخططين وواضعي السياسات الاستفادة منها في هذا المجال.

2- دراسة اللطه (2002)¹:

عنوان الدراسة : "المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للمنظمات الإنتاجية في توفير مبدأ حماية المستخدم " بالتطبيق على مجموعة من المنظمات العراقية.

طبيعة الدراسة : رسالة ماجستير - مقدمة إلى كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.

هدفت الدراسة إلى بيان المواقف المتناقضة في تطبيق مفهومي المسؤولية الاجتماعية والمسؤولية الأخلاقية لدى المنظمات الإنتاجية، والتعرف على مسئولية الإدارة تجاه العاملين لديها ومدى توفيرها لحقوق العاملين من حيث حمايتهم من المخاطر و إصابات العمل والأمراض.

كما هدفت الدراسة إلى التعرف على بعض النقاط السلبية من حيث إدراك المنظمات عينة الدراسة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية وتطبيقها. وقد بلغ عدد أفراد العينة (40) مدير موزعين على (12) منظمة.

ومن خلال تحليل استجابات أفراد العينة حول فقرات الاستبيان الذي وزع عليهم، تم تأشير مجموعة من الاستنتاجات كل من أهمها غياب حق الأمان في تلك المنظمات، وكذا تباين المنظمات عينة الدراسة في الاهتمام بحقوق المستهلك إذ أن كل قطاع من القطاعات اهتم بحق معين، كما أشرت أن الحقوق التالية (الأمان، الاختيار، سماع الرأي، الحصول على المعلومات) لم تحظ بأهمية كبيرة من جميع القطاعات.

3- دراسة مقدم وهيبة (2014):

عنوان الدراسة: تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية "دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري"

طبيعة الدراسة: أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران.

هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على واقع ممارسة المسؤولية الاجتماعية في عينة من المؤسسات الاقتصادية الواقعة في بعض ولايات الغرب الجزائري. وذلك في إطار معالجة إشكالية مهمة تتمحور

¹ الطه، شهاب محمد محمود، "المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للمنظمات الإنتاجية في توفير مبدأ حماية المستخدم بالتطبيق على مجموعة من المنظمات العراقية"، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، 2002.

حول تقييم مدى ممارسة المؤسسات الاقتصادية الجزائرية عينة الدراسة لبرامج المسؤولية الاجتماعية. وتفرعت عن هذه الإشكالية الأساسية مجموعة من التساؤلات الفرعية، وهي:

- ما هي طبيعة فلسفة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية عينة الدراسة ؟
- ما هو تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصلحة (المساهمون، العاملون، الزبائن، الموردون، المجتمع، البيئة) في المؤسسات الاقتصادية عينة الدراسة؟
- ما هو ترتيب أصحاب المصلحة بحسب درجة اهتمام المؤسسة بالوفاء بمسؤولياتها الاجتماعية تجاههم؟
- ما هي طبيعة برامج المسؤولية الاجتماعية التي تمارسها المؤسسات المختارة في الدراسة؟
- هل هناك أثر لكل من العمر والملكية ونشاط وحجم المؤسسة على ممارسة المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات الاقتصادية المختارة في الدراسة؟
- ما هي العراقيل التي تحول دون ممارسة المؤسسات الاقتصادية عينة الدراسة لمسؤولياتها الاجتماعية تجاه أصحاب المصلحة؟

الفرضيات : ولمعالجة الإشكالية المطروحة، اوردت مجموعة من الفرضيات كالتالي:

- لا يوجد لدى المؤسسات الاقتصادية المختارة في الدراسة فلسفة تجاه المسؤولية الاجتماعية.
- هناك توجه منخفض للمؤسسات الاقتصادية عينة الدراسة بشكل عام تجاه أدائها لمسؤولياتها الاجتماعية نحو أصحاب المصلحة (المساهمين/المالكين، العاملين، المجتمع، البيئة، الموردين، المستهلكين).
- لا تتدرج البرامج الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسات الاقتصادية عينة الدراسة في إطار المسؤولية الاجتماعية.
- لا يوجد أثر لمتغيرات: العمر، الملكية، الحجم، النشاط على ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات عينة الدراسة.

ولقد اعتمدت الدراسة على أسلوب العينة العشوائية في اختيار المؤسسات، وقد اعتمدت على أداة جمع البيانات وهي الاستمارة الموجهة لمديري هذه المؤسسات وكذا النواب والإطارات العاملين بها.

نتائج الدراسة :

- لقد أظهرت الدراسة غياب أي فلسفة أو رؤية واضحة تجاه المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات الاقتصادية عينة الدراسة.
 - وجدت أن هذه المؤسسات تمارس مسؤولياتها الاجتماعية بشكل متوسط عموماً. حيث كانت ممارستها جيدة تجاه كل من: المساهمين و المستهلكين، في حين تمارس بشكل متوسط مسؤولياتها البيئية ومسؤولياتها اتجاه العاملين والموردين، ولا تمارس مسؤولياتها الاجتماعية تجاه المجتمع.
 - كما كشفت الدراسة عن غياب أي تأثير لمتغيرات: العمر، الحجم، الملكية وطبيعة النشاط على ممارسة المؤسسات عينة الدراسة لمسؤولياتها الاجتماعية،
 - وكشفت الدراسة عن عدد من العراقيل التي تحول دون ممارسة المؤسسات الاقتصادية عينة الدراسة لمسؤولياتها الاجتماعية، منها نقص المصادر المالية لتمويل برامج المسؤولية الاجتماعية.
- 4- دراسة عباس حمد يحي التميمي و دجلة عبد الحسين عبد (2015)¹.**

عنوان الدراسة: عرض وتحليل وتقييم بدائل مختارة من النماذج المستخدمة في القياس والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

طبيعة الدراسة: بحث مسأل من أطروحة دكتوراه، منشور في مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد المجلد.

هدف هذا البحث إلى إيجاد آلية موحدة في القياس والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في الوحدات الاقتصادية والتي من شأنها أن تسهم في توحيد الأساليب المتبعة من قبل المحاسبين والقائمين بذلك. وقد توصل البحث إلى نتيجة مفادها أن تعدد نماذج القياس والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية أضعاف على القائمين بها فرصة توحيد القرارات المتخذة مما أربك تحديد ما تتطلبه المسؤولية الاجتماعية من تكاليف ومنافع من قبل الوحدة الاقتصادية بشكل دقيق.

¹ مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد رقم 21، العدد رقم 84، ص 381.

مشكلة البحث:

تحددت مشكلة البحث في عدم وجود الاهتمام الكافي لدى المنظمات المهنية والأكاديمية بإصدار معايير موحدة تحدد إجراءات القياس والإفصاح عن الأداء الاجتماعي أسوة بالأداء الاقتصادي مما فسح المجال للاجتهادات الشخصية للباحثين والمفكرين في المجال المحاسبي من وضع نماذج مختلفة للقياس والإفصاح عن الأداء الاجتماعي ولدت إرباكا لدى المحاسبين عند تطبيق إجراءات المحاسبة الاجتماعية.

أهداف البحث: هدف البحث إلى:

- عرض النماذج المحلية والعربية والدولية للقياس والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.
- تحليل وتقييم واستنباط نقاط التشابه والاختلاف بين النماذج المختارة وصولاً إلى اقتراح نموذج يمكن تطبيقه في الشركات العراقية.

فرضية البحث:

وجود نموذج للقياس والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية متفق عليه وصادر من جهة مهنية مسؤولة سيدفع المحاسبين إلى الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للوحدة الاقتصادية والإفصاح عنها لأصحاب المصلحة كافة. ولقد قام الباحثين بدراسة وتحليل تسعة (09) نماذج وهي:

1. نموذج (EGFA) لشركة Estem Gaz & Fuel Associates

2. نموذج (SMFC) لشركة Smanufacturing Company covill

3. نموذج Linowese

4. نموذج عبدالمجيد

5. نموذج الفضل

6. نموذج الغبان

7. نموذج Estes قائمة التأثير الاجتماعي

8. نموذج Seidler للوحدات الاقتصادية غير الهادفة للربح

9. نموذج بدوي

الاستنتاجات: إضافة إلى الوصول إلى اقتراح نموذج شامل من خلاله يمكن قياس والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للمنظمات، والذي أسس على أربعة مجالات وهي كالآتي :

1. المساهمة في مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين

2. المساهمة في مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه الزبون أو المستهلكين

3. المساهمة في مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة

4. المساهمة في مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع

خلص البحث إلى جملة من الاستنتاجات يمكن تلخيصها بالآتي:

1. إن الوحدات الاقتصادية المعاصرة لها تأثيرات مالية واجتماعية واسعة النطاق من حيث تعدد الأطراف ذوي المصلحة، وعليه فأن التقارير المحاسبية التي تنتجها هذه الوحدات يجب أن تتخذ منها شموليا بحيث تغطي احتياجات كافة الفئات في المجتمع.

2. تتغير الظروف الاجتماعية والاقتصادية بإيقاع متسارع، وإن المحاسبة كعلم اجتماعي تتغير تبعاً لتلك الظروف مما يجعلها تعتمد تبني ديناميكي يتمحور حول هدفها الاجتماعي.

3. إن عدم وجود نموذج موحد للإفصاح عن المعلومات التي تخص الأنشطة ذات الطبيعة الاجتماعية يعد من الصعوبات التي تواجه تطبيق المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية.

4. لم تجد المسؤولية الاجتماعية الاهتمام الكافي لإرساء أسس لقياسها والإبلاغ عنها بالرغم من الاتفاق على أهمية قياسها.

5. إن نظام الإبلاغ المالي الحالي في الوحدات الاقتصادية غير كاف لتحديد تأثير أنشطة الوحدة كافة إذ أن المعلومات المالية وحدها لا تعبر عن رؤية شاملة حول أنشطة الوحدة إلى الجهات المعنية والمجتمع.

6. إن الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية لا ينظر له على أنه يحل محل الإفصاح المالي ولكن يعد مكملاً له لتقديم التقارير التي تفصح عن المزيد من جوانب أنشطة الوحدة والتي لا يغطيها الإفصاح المالي.

التوصيات :

- ينبغي أن تكون القوائم المالية معرة عن الأداء الكلي للوحدة الاقتصادية لتشمل الأنشطة الاقتصادية والأنشطة الاجتماعية لان إحداها تكمل الأخرى.
- إلزام الوحدات الاقتصادية بالإفصاح عن المعلومات الاجتماعية لأنه يعد دليلا على التزامها بالقوانين والتعليمات الصادرة عن الجهات المسؤولة مما يحسن الثقة بها وبموثوقية مخرجاتها.
- ينبغي أن تحظى المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية بالقدر المناسب من الاهتمام من جانب المنظمات المهنية والأكاديمية بحيث تعمل على وضع إطار محدد للقياس والإفصاح للأنشطة ذات الطابع الاجتماعي.
- إن عدم الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية أسهم في وجود فجوة بين مواقف المحاسبين والواقع العملي، وعليه لا بد من وجود تنظيم إلزامي لممارسات المحاسبة الاجتماعية يسهم في تقليل تلك الفجوة.
- بسبب وجود متغيرات اجتماعية مهمة في البيئة المحيطة بالوحدة الاقتصادية، لا بد من تطوير نظرية محاسبية بحيث يكون إطارها المفاهيمي يستوعب تلك المتغيرات.
- لإضفاء الشرعية على أنشطة الوحدة الاقتصادية، لا بد لها من استخدام إستراتيجية الإعلام بالاعتماد على الإفصاح كوسيلة اتصال وكأداة تستخدمها الإدارة في توصيل المعلومات عن أنشطتها الاجتماعية لتلبية توقعات المجتمع.
- وتمخض عن هذه الدراسة جملة من الاقتراحات والتوصيات الرامية إلى تفعيل ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، وهي توصيات موجهة إلى أربعة أطراف فاعلة هي: المؤسسات الاقتصادية والدولة والجامعات ومراكز البحث ووسائل الإعلام.

ثانياً : الدراسات الأجنبية:

1- دراسة (Nancy Bradshaw) 1997 :

عنوان الدراسة: "قيم المستوى الاجتماعي لمنظمتك"

طبيعة الدراسة: مقالة على الإنترنت

وهي مسئولة في منظمة كندية تعرف باسم (CBSR) قامت بوضع دليل إرشادي للمنظمات التي تسعى نحو تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية المسمى (Canadian Business For Social Responsibility).

كما قامت مع فريقها بتقويم أداء عدة منظمات، وقد اشتركت حوالي (20) شركة كندية في تلك البرامج بغرض تحسين نوعية منتجاتها والمساهمة في تطوير وتحسين المجتمع.

وقد غطت تلك البرامج ثمان خصائص أساسية تمثلت في: (تطوير المجتمع - التنوع والاختلاف - حماية البيئة - العلاقات الدولية - المسؤولية المالية - المسؤولية المحاسبية - علاقات العمل - تطبيقات عالم التجارة).

2- دراسة (Ince) 2000:

عنوان الدراسة: محددات الإفصاح البيئي والاجتماعي للشركات البريطانية.

طبيعة الدراسة: دراسة على موقع شبكة الإنترنت.

وقد تناولت هذه الدراسة محددات الإفصاح البيئي والاجتماعي بالتطبيق على الشركات البريطانية، وقد بلغت عينة الدراسة (93) شركة.

وهدفَت الدراسة الى الربط بين المسؤولية الاجتماعية للمنظمة وبين خصائص تلك المنظمة من وجهة نظر أصحاب المصالح. وقد أظهرت الدراسة العديد من الاستنتاجات كان من أهمها:

- ان المسؤولية الاجتماعية للمنظمة لا ترتبط بحجم المنظمة.

- إن هناك إثباتات لتأثيرات نوع الصناعة، لكن الدراسة لم توضح بشكل كاف كيف ينبغي التقليل من تلك التأثيرات.

3- دراسة : (Fulop & Hisrich & Szegedi) 2000 :

عنوان الدراسة: أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية في الاقتصاديات الانتقالية.

طبيعة الدراسة: بحث علمي على شبكة الإنترنت، وهو في الأصل منشور في مجلة تطوير الإدارة.

هدفت الدراسة إلى بحث طبيعة أخلاقيات الأعمال ودرجة المسؤولية الاجتماعية في المنظمات الهنغارية، وقد قام الباحثين بتوزيع إستمارات الإستبيان على 129 منظمة صغيرة، 80 منظمة كبيرة، 84 منظمة غير هادفة إلى الربح.

وقد أحرزت الدراسة العديد من النتائج كان من أهمها:

- اظهر 22% من أفراد العينة عدم اهتمام بالقضايا الأخلاقية.
- يعتقد 56% من العاملين في المنظمات الصغيرة أن المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية يجب أن تُلقى على عاتق المنظمات الكبيرة.
- أشار أفراد العينة إلى أن عدم الاهتمام بقضايا المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الاعمال يرجع إلى عدة عوامل منها:

- النقص المعرفي في هذا المجال.
- إن اغلب المنظمات تهتم بالبقاء اكثر من إهتمامها بقضايا الأخلاق.
- انخفاض المستوى الاقتصادي في البلد لا يسمح بالنجاح في مثل هذه القضايا.
- الشعور بوجوب البدء بالقضايا الأخلاقية على المستوى الحكومي أولاً ومن ثم يمكن تطبيقه على المنظمات.

4- دراسة (Hopkins) "قيم منظمتك" 2001:

طبيعة الدراسة: إستبيان على الإنترنت، قامت به مؤسسة (Hopkins)

وضعت هذه المؤسسة إستبياناً على موقعها في الإنترنت ليقوم الأفراد في مختلف دول العالم بتقييم أداء شركاتهم من حيث مساهماتها تجاه المجتمع وكذا الحلول أو الأشكال المثلى التي يطمح هؤلاء الأفراد إلى أن تكون عليها تلك المنظمات، وقد استمر الاستبيان على شبكة الإنترنت لمدة عام كامل وقد زار الموقع حوالي 10000 شخص شهرياً.

وبعد جمع البيانات وتحليلها تم التوصل إلى عدة استنتاجات كان من أهمها:

- انه لم يكن هناك اهتمام كامل بالمسؤولية الاجتماعية للمنظمة، ولكن الاهتمام بدأ يتزايد في السنوات القليلة الماضية.
- إن حوالي (27%) من المنظمات التي لديها نظام عمل أخلاقي ليست بأفضل حال من غيرها في مجال المسؤولية الاجتماعية.
- إن حوالي (41%) فقط من المنظمات طبقت دليل عمل بيئي.
- إن حوالي (35%) فقط من المنظمات لديها دليل لتوجيه وإدارة المجهزين.
- إن حوالي (81%) من المنظمات أفادت بأنها تقيم دائماً رسالة المنظمة، قيمها، مبادئها، رؤيتها تجاه المسؤولية الاجتماعية. وانخفضت هذه النسبة إلى (57%) عندما تم سؤال المنظمات إذا كان لديها دليل عمل أخلاقي موزع على العاملين.
- إن المنظمات المنتشرة في البلدان التي يزداد فيها الفساد ليس بالضرورة أن تكون غير مهتمة بالمسؤولية الاجتماعية.
- إن التدريب على العمل الأخلاقي يكون أكثر انتشاراً من المنظمات المتوسطة الحجم.
- إن المنظمات التي لديها تدريب نحو البرامج الأخلاقية تحقق نتائج أفضل في مجال المسؤولية الاجتماعية أفضل من المنظمات التي ليس لديها ذلك.
- عدد قليل من المنظمات لديها مدير مسئول عن قضايا المسؤولية الاجتماعية والقضايا الأخلاقية.
- يمكن للمنظمات أن تقيم نفسها من خلال عمل مقارنة مرجعية وان تقيم وضعها وأنشطتها تجاه المجتمع ككل من خلال الاستبيان الموجود على موقع الإنترنت.

5- دراسة (Konkolewsky) 2002 :

عنوان الدراسة: المسؤولية الاجتماعية للمنظمة وصحة العمل.

طبيعة الدراسة: بحث علمي قامت به المنظمة الأوروبية لأمن وصحة العمل (EASHW)

قام الباحث وهو مدير المنظمة الأوروبية للأمن والصحة في العمل بالربط بين المسؤولية الاجتماعية للمنظمة (CSR) وبين بيئة العمل الصحية (OSH). حيث اعتبر الباحث أن برامج المسؤولية الاجتماعية التي تتبناها المنظمات تعد أداة فاعلة ويمكن الاستفادة منها في التحديد الدقيق لمعايير السلامة المهنية والصحية بين كل من أصحاب العمل والعاملين والمجتمع ككل.

وقد أشار (77%) من أفراد عينة الدراسة التي أجريت في أوروبا من خلال المقابلات التي أجريت مع المستهلكين أن حماية العاملين مهنيًا وصحيًا تعد شيئاً هاماً وأن المنظمات يجب ان تساهم وتدعم ذلك.

وقد تبنت ذلك العديد من المنظمات في حملاتها الدعائية من خلال تبنيها لمبدأ: (الأمان الجيد + الصحة الجيدة = أعمال جيدة). كما أن شركة (TCO) السويدية استخدمت شعار السلامة المهنية والمسؤولية الاجتماعية كأداة تسويقية لكسب ثقة زبائنهم حول سلامة وتصميم منتجاتها وآليات عملها.

ومن جهتهم أشار كلاً من حملة الأسهم وأصحاب المصالح إلى ضرورة الاهتمام بالعاملين وانهم مدركين تماماً إلى أن العاملين لهم فضل كبير في تحقيق الأرباح لأغلب المنظمات، وانهم بحاجة لان يحصلوا على علاقات طيبة مع العاملين، وان تكون هناك حدود دنيا لحقوق العاملين أهمها الحصول على تأمين صحي من المخاطر المهنية والمخاطر الصحية¹.

¹ فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك. اطروحة دكتوراه فلسفة في ادارة الاعمال. كلية الادارة والاقتصاد، جامعة المستنصرية، بغداد، العراق، 2003.

تقييم الدراسات السابقة:

استعرض الباحث عددا من الدراسات السابقة التي تناولت موضوع المسؤولية الاجتماعية والمواضيع المرتبطة بها سعيًا منه لإثراء الإطار النظري للدراسة والاستفادة منها في بناء المقاييس المستخدمة في تقييم ممارسة المسؤولية الاجتماعية، والالتزام لجمع البيانات والتعرف على الأساليب الإحصائية وتفسير النتائج ومقارنة تلك النتائج بنتائج دراستنا.

ومن خلال استعراض الدراسات السابقة نجد أنها في مجملها أظهرت اهتماما بجوانب المسؤولية الاجتماعية وربطته بمتغيرات عدة، إضافة إلى العلاقة بينهما.

فدراسة دراسة **فلاح بن فرج السبيعي (2001)** فقد هدفت إلى التعرف على دافع تبني برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين بالشركات الصناعية بمنطقة الرياض وقياس أثر ذلك على سياسات إدارة الموارد البشرية، والتي بدورها وصلت إلى نتائج ايجابية في هذا الموضوع، حيث طبقت استبانة على عينة من الاطارات المسيرة بشركات المساهمة العامة الصناعية بالمملكة (رئيس مجلس الإدارة، المدير العام، مديرو الإدارات، مديرو الأقسام).

✓ الاستفادة منها في الاعتماد على اسلوب استبيان عينة الاطارات، كذلك مقارنة نتائجها بنتائج دراستنا الحالية خصوصا في محور المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين.

أما دراسة **اللطه (2002)** فقد هدفت إلى التعرف على مسؤولية الإدارة تجاه العاملين لديها وكذلك التعرف على بعض النقاط السلبية من حيث إدراك المنظمات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية وتطبيقها، حيث طبقت استبانة على عينة من الاطارات، ووصلت لنتيجة مفادها ان مستوى تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية متدني في تلك المنظمات.

✓ الاستفادة منها في الاعتماد على اسلوب استبيان عينة من المديرين، كذلك مقارنة نتائجها بنتائج دراستنا الحالية.

أما دراسة **مقدم وهيبة (2014)**: هدفت إلى دراسة واقع ممارسة المسؤولية الاجتماعية في عينة من المؤسسات الاقتصادية الواقعة في بعض ولايات الغرب الجزائري

ولقد اعتمدت الدراسة على أسلوب العينة العشوائية في اختيار المؤسسات، وقد اعتمدت على أداة جمع البيانات وهي الاستمارة الموجهة لمديري هذه المؤسسات وكذا النواب والإطارات العاملين بها.

✓ الاستفادة منها ان الدراسة اعتمدت على اسلوب استبيان عينة من المديرين، كما سيتم مقارنة نتائج دراسة الحالية بنتائج هاته الدراسة.

أما دراسة عباس حمد يحي التميمي ودجلة عبد الحسين عبد (2015) فقد هدفت إلى إيجاد آلية موحدة في القياس والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في الوحدات الاقتصادية ووصلت إلى اقتراح نموذج شامل مؤسس على أربع مجالات رئيسية للمسؤولية الاجتماعية، من خلاله يمكن قياس والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.

✓ والذي سوف نعتمد عليه في تحديد الاطر الرئيسية لدراسة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة محل الدراسة في انجاز الاستبيان الخاص بالدراسة من خلال الأطر العامة التي حددها الباحثين للتقصي وقياس تطبيق المسؤولية الاجتماعية في أي مؤسسة.

أما الدراسات الأجنبية فاعلمها قدمت تجارب بعض المؤسسات في مجال المسؤولية الاجتماعية من خلال طرح بعض الاستبيانات عبر مواقع الانترنت أو من خلال القيام بدراسات على بعض الشركات. بغية الوصول لبعض الحقائق حول موضوع المسؤولية الاجتماعية.

الأمر الذي يفيدنا في دراستنا هذه وذلك في تشكل خلفية نظرية حول موضوع المسؤولية الاجتماعية وكذلك سبل قياسها وأدوات جمع البيانات اللازمة وكذا مقارنة نتائج دراستنا بتلك المتحصل عليها في الدراسات السابقة.

أما الدراسة الحالية فتختلف عن سابقتها من ناحية ميدان الدراسة، إذ تتناول مجتمع دراسة (سوناطراك) والذي يعد مؤسسة ذات ثقل اقتصادي واجتماعي كبير في المجتمع الجزائري، الأمر الذي يستدعي تسليط الضوء عليه بالقيام بدراسة معمقة تتطرق لجميع نواحي المسؤولية الاجتماعية (العاملين، المجتمع، البيئة، والزبائن) وتحليلها تحليلًا سوسيولوجيًا. باستخدام الأساليب الإحصائية اللازمة، وعلى حد علم الباحث فان هذه الدراسة تأتي الأولى التي تتطرق لدراسة المسؤولية الاجتماعية لمؤسسة سوناطراك.

ومن هنا تبرز أهمية الدراسة الحالية، ومن ثم فإن هناك حاجة ماسة إلى البحث وبذل الجهود والمحاولات الميدانية نحو إبراز أهمية ذلك في الإجراءات الآتية.

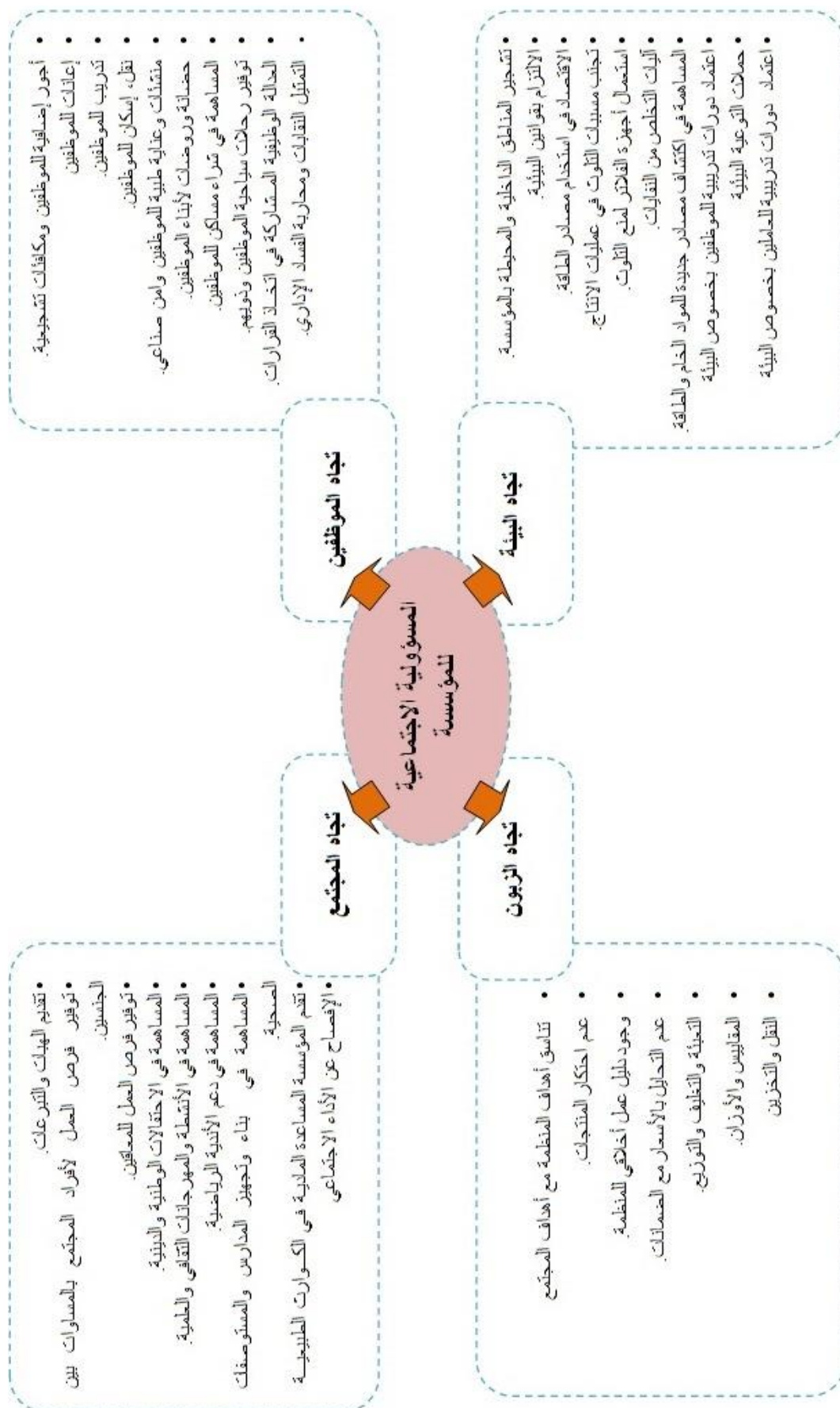
وإجمالاً، يتضح من العرض السابق الاهتمام الكبير الذي أولته الدراسات العربية والأجنبية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات للتحقق من الفوائد بالنسبة لنفسها وكذلك للمجتمع الداخلي وتلبية رغبات أصحاب المصالح بشكل عام، وتتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في أن أهمية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات كما تتفق مع أغلب الدراسات السابقة في المنهج المستخدم وأداة الدراسة، وقد استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في الإطار النظري واعداد أداة الدراسة

ثامناً: نموذج الدراسة:

انطلاقاً من دراسة عباس حمد يحيى التميمي و دجلة عبد الحسين عبد (2015) (انظر الدراسات السابقة)، والتي اقترحت نموذج شامل يمكن من خلاله قياس والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات. والذي أسس على أربع مجالات رئيسية للمسؤولية الاجتماعية، وهي: (الموظفين، المجتمع، البيئة، الزبائن).

اعتمد الطالب الباحث أربع اطر لدراسة المسؤولية الاجتماعية لمؤسسة سوناطراك، والتي اعتمدها ايضاً في رسم معالم الاستبيان الخاص بالدراسة.

الشكل رقم (01): النموذج الافتراضي الدراسة



الفصل الثاني

مدخل عام للمسؤولية الاجتماعية

تمهيد .

المبحث الأول: المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات: النشأة والتطور، التعريف

المطلب الاول: نشأة وتطوير مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات عبر التاريخ

المطلب الثاني : تعريف المسؤولية الاجتماعية والمفاهيم القريبة منها

المبحث الثاني : المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في ضوء النظرية

المطلب الاول : أهم النظريات الإدارية المفسرة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية

المطلب الثاني : الأساس النظري لدوافع المشاركة في المسؤولية الاجتماعية

المبحث الثالث: أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

المطلب الاول: البعد الداخلي للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

المطلب الثاني: البعد الخارجي للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

المبحث الرابع: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في ظل المبادرات الدولية

المبحث الخامس: تجارب المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات عبر مختلف القارات

خلاصة

تمهيد:

يتطلب التعامل مع أي موضوع بحثي من الباحثين أو الدارسين من الدرجة الأولى الاعتماد على الإطار النظري والمفاهيمي الذي يؤسس عليه موضوع البحث. وفي هذا الفصل الذي عنوانه ب: "مدخل عام للمسؤولية الاجتماعية"، وللإجابة على هذا البعد المنهجي المهم من أي دراسة سوسيولوجية. سنحاول في هذا الفصل تقديم صورة شاملة حول المسؤولية الاجتماعية، وللقيام بذلك، قسمنا هذا الفصل إلى خمسة مباحث.

سنتطرق في المقام الأول بالتحليل لأهم للمجهودات والبوادر الأولى للكتاب والمفكرين في مجال الفكر الإداري والاجتماعي بخصوص فكرة المسؤولية الاجتماعية والتي مهدت لترسيخ الالتزامات الاجتماعية وإدراجها في أجندة وسياسات منظمات الأعمال، أما فيما يخص الإطار المفاهيمي فقد تطرقنا لما ورد عن المفكرين من تعريفات للمسؤولية الاجتماعية لندعمه بالمنظور الإسلامي بخصوص هذا الصدد، لنقدم في آخر هذه الخطوة محاولتنا لحصر تعريف شامل للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات. لنستدج بعدها بالتحليل لأهم النظريات الإدارية الكبرى المفسرة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وكذا الأساس النظرية لدوافع مشاركة المؤسسات في المسؤولية الاجتماعية، لنغوص بعدها في جوانب موضوع المسؤولية الاجتماعية بذكر للابعد والجوانب الرئيسية للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات، وكذا أهم المبادرات والهيئات الدولية وما تفضلت به بخصوص المسؤولية الاجتماعية، لنختم في الأخير ببجولة عالمية نذكر فيها تجاب بعض المنظمات في الرائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية وهذا عبر القارات الخمس.

المبحث الأول

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات: النشأة والتطور، التعريف

تمهيد: سنحاول في هذا العنصر تتبع بدايات بزوغ فكرة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في الادب الاداري، من خلال كتابات ومؤلفات المفكرين والمنظرين الاوائل، والذين سلطوا الضوء على فكرة ادماج الشواغر الاجتماعية في نشاط المؤسسات واعطائها صبغة رسمية في جدول اعمال المؤسسات. وهذا ما تضمنه المطلب الاول والذي يخص نشأة وتطوير مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات عبر التاريخ: وفيه سنورد مراحل نشأة وتطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية عبر التاريخ، ابتداء من خمسينيات القرن التاسع عشر الى غاية يومنا هذا. ليليه مطلب ثاني يتضمن تعريف المسؤولية الاجتماعية والمفاهيم القريبة منها، وفيه سنورد أهم تعريفات كتاب الإدارة والمؤسسات والهيئات والتكتلات الدولية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وكذلك من منظور إسلامي، لنقدم بعدها محاولة لحصر تعريف شامل للمسؤولية الاجتماعية لنختم بذكر المفاهيم القريبة منها

المطلب الاول : نشأة وتطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية عبر التاريخ

جذور المفهوم المعروف للمسؤولية الاجتماعية للشركات اليوم لها تاريخ طويل، مما يشير إلى أن الباحثين والمنظمات والمديرين قد أولوا اهتماماً كبيراً لهذه القضايا. اذ في أوائل القرن التاسع عشر بدأت المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات كشكل من أشكال العمل الخيري الأبوي. الا ان القرن العشرين شهد شكلاً جديداً من أشكال المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، حيث تميز باعمال (بوين) الأب المؤسس للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، ومع ذلك، بالموازات مع ما استثير حول هذا المفهوم من نقاشات في منشورات ميلتون فريدمان في الستينيات، والتي اقرت بأن المسؤولية الوحيدة للمؤسسات هي تحقيق الربح انذاك¹.

وقد ساهمت المؤتمرات الدولية التي نظمتها الأمم المتحدة حول هذا الموضوع، ولا سيما مؤتمر عام 1987 الموسوم بـ برونتلاند وكذلك قمة جوهانسبرج في عام 2002، في نشر مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات على الصعيد العالمي. كان هذا المفهوم موجوداً في جميع أنحاء العالم، ويسعى

¹ Carroll Archie B, « Corporate social responsibility: Evolution of a definitional Construct », Business & Society, Vol. 38 No. 3, Sage Publications, Inc, September 1999, p 268.

دائمًا إلى الجمع بين الكفاءة الاقتصادية والأداء الاجتماعي والبيئي. ومع ذلك، فإن ظهور هذا المفهوم وانتشاره لا يحدث بنفس المعدل في جميع زوايا العالم.

ينشأ مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) أو المسؤولية المجتمعية للشركات (CSR) من التعبير الأنجلو أمريكي "Corporate social responsibility". يمثل هذان التعبيران نفس المفهوم عملياً. لذلك، في دراستنا، سوف نستخدم تعبير المسؤولية الاجتماعية للشركات للتعبير عن المسؤولية الاجتماعية والبيئية. حيث في الواقع، ظهرت المسؤولية الاجتماعية للشركات لأول مرة في الولايات المتحدة في الخمسينيات من القرن الماضي عندما خرجت من الاعتبارات الأخلاقية والدينية، مما أدى إلى ظهور أعمال خيرية.

تحولت المسؤولية تدريجياً للتعبير عن البحث عن التوفيق بين الأنشطة الاقتصادية وتوقعات المجتمع واهتماماته. ومع ذلك، فقد مر تطور هذا المفهوم بعدة مراحل. وبالتالي، من أجل فهم أفضل لمراحل التطور هذه، سنقوم بدراسة تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات من الخمسينيات وحتى يومنا هذا¹.

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في الخمسينيات :

تميزت الخمسينيات بكتاب بوين الذي نُشر عام 1953 بعنوان "المسؤوليات الاجتماعية لرجل الأعمال". وضع هذا الكتاب الركائز الأولى للمسؤولية الاجتماعية للشركات. في الواقع، اعتبر بوين أن الشركات الكبيرة كانت مراكز قوة مهمة وأن قراراتها وأفعالها تؤثر على حياة المواطنين. ومع ذلك، وجهت بعض الانتقادات حول كون بوين هو الأب المؤسس لفكرة المسؤولية الاجتماعية للشركات، أشار كارول، إلى أن الأفكار التي تم التعبير عنها في هذا الكتاب، أظهرت أوجه تشابه، مع بعض المقالات التي كتبت في الأدب الإداري في ثلاثينيات وأربعينيات القرن العشرين. أكويير وآخرون (2005)².

¹ Michel Capron, *Les éditions des Récollets - L'encyclopédie du développement durable*. N° 99 - Juillet 2009.

² Acquier A., Gond J.P., et Igalens J, « Des fondements religieux de la responsabilité sociale de l'entreprise à la responsabilité sociale de l'entreprise comme religion », Centre de Recherche en Gestion, Toulouse, Cahier de recherche n° 2005, p 166.

وكانت كتابات تلك الحقبة تنشر الى مبدئين وهما:

- ✓ الأول يشير إلى حقيقة أنه يجب مطالبة الشركات بمتابعة سياساتها واتخاذ القرارات واتباع خطوط العمل التي تتوافق مع أهداف وقيم مجتمعنا.
- ✓ وينص الثاني على أن مراعاة الاهتمامات الاجتماعية للشركة والتي يجب أن تتم على أساس تطوعي.

بالإضافة إلى ذلك، تميزت الخمسينيات أيضاً بنشر أعمال مهمة أخرى مثل كتاب إيلز في عام 1956، بعنوان "المؤسسة. العطاء في مجتمع حر"، وكتاب هيلد في عام 1957 بعنوان "مسؤولية الإدارة تجاه المجتمع: نمو فكرة ما"، ايضاً كتاب سيليكمان في عام 1959 بعنوان "فلسفة أخلاقية للإدارة" ¹.

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في الستينيات:

أثرى العديد من الباحثين المشهورين الأدب الإداري في الستينيات. ومن بين هؤلاء الباحثين نجد كيث ديفيس وجوزيف ماكجواير وويليام فريدريك وكلاينس والتون جوتام وسينغ. قدم كل من هؤلاء المؤلفين تفسيرهم الخاص للمسؤولية الاجتماعية للشركات، لكنهم اتفقوا جميعاً على أن مسؤولية الشركة يجب أن تتجاوز المصالح الاقتصادية للمؤسسة.

وهكذا، اعتبر ديفيس أن الشركة المسؤولة اجتماعياً هي الشركة التي "يتخذ مديروها قرارات وإجراءات تستند جزئياً إلى أكثر من مجرد مصالح اقتصادية أو فنية مباشرة للشركة". حيث اعتبر ديفيس أيضاً أن قرارات وإجراءات الشركة بخصوص المسؤولية الاجتماعية للشركات أدت إلى فوائد اقتصادية طويلة الأجل لشركتهم أو أن بعض القرارات المسؤولة اجتماعياً للشركة كانت مبررة لأنه كان من الممكن أن يكون لها مكاسب اقتصادية طويلة الأجل كنتيجة لذلك ².

في عام 1960، ساهم فريدريك أيضاً في إثراء الأدبيات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال التأكيد على أنه يجب على الشركات أن تفي بالتوقعات العامة في السعي لتحقيق أهداف

¹ Carroll A. B. (1999), « Corporate....., Op.Cit.; p 270.

² Vincent Lefebvre & Miruna Radu Lefebvre: (2012), «Integrating Corporate Social Responsibility at the Start-up Level: Constraint or Catalyst for Opportunity Identification? », International Business Research, Vol. 5, No. 7; 2012 , Published by Canadian Center of Science and Education, p 19.

أعمالها، مما يعني أن الإنتاج والتوزيع يجب أن يؤدي بالشركات إلى تحسين الرفاه الاجتماعي والاقتصادي الشامل.

ايضا، حاول علماء آخرون مثل McGuire في عام 1963 تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات، كما هو الحال مع فريدريك، سعو للتأكيد على التزامات الشركات التي تمتد إلى ما وراء المجالات الاقتصادية والقانونية، لتشمل الموظفين ورفاهية المجتمع والسياسة والاحتياجات التعليمية للمجتمع¹.

في عام 1966، اقترح ديفيس وبلومستروم تعريفاً جديداً للمسؤولية الاجتماعية للشركات بالقول ان: "المسؤولية الاجتماعية تتعلق بالتزام الشخص بالنظر في آثار قراراته وأفعاله في جميع أنحاء النظام الاجتماعي. يطبق القادة المسؤولية الاجتماعية للشركات عندما يفكرون في احتياجات ومصالح الأشخاص الآخرين الذين قد يتأثرون بأفعال الشركة. وبالتالي، فإنهم ينظرون إلى ما وراء المصالح الاقتصادية والفنية الضيقة لأعمالهم"².

بعد ذلك، أدى عمل فريدريك (1960) وماكجواير (1963) إلى ظهور فكرة "التطوع" التي اعترف بها والتون لأول مرة في عام 1967 في عمله بعنوان "المسؤوليات الاجتماعية للشركات". أشار والتون في كتابه إلى أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تتضمن دائماً درجة معينة من التطوع.

تمثل الستينييات عقداً شهد ولادة العديد من النقاشات حول هذا الموضوع، ولا سيما مع المعارضة الأساسية لميلتون فريدمان في عام 1962. فوفقاً لهذا الأخير: "المسؤولية الوحيدة للشركة هي لتعظيم أرباح أصحابها ومساهميها". فهو كخبير اقتصادي، يعتقد فريدمان أن الأفراد فقط هم من يمكنهم تحمل المسؤوليات. ومع ذلك، فقد تم انتقاد وجهة نظره عدة مرات.

تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في هذه الفترة من خلال العديد من الدراسات، استجابة للهيكل الناشئة للشركات الكبيرة ومسؤولياتها، والتي من المفترض أن تتجاوز مصالحها القانونية والاقتصادية. والتي أشارت إليه الكتابات المبكرة لـ (Bowen، 1953؛ Davis، 1960؛

¹ Carroll Archie B. and Kareem M. Shabana. (2010), « The business case for corporate social responsibility: a review of concepts, research and practice », International Journal of Management Reviews, Volume12, Issue1, March 2010, p 85.

² Carroll Archie B. (1999), « Corporate... », Op.Cit.; p 272.

Frédéric، 1960؛ McGuire، 1963؛ Walton 1967)، والتي تعتبر بمثابة الأسس الأولى للمسؤولية الاجتماعية للشركات الحديثة¹.

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في السبعينيات

في السبعينيات، زاد عدد المؤلفين الذين أشاروا إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل كبير. من بين الكتب الأولى التي ميزت بداية هذا العقد يمكننا ذكر كتاب هيلد الصادر عام 1970 بعنوان "المسؤوليات الاجتماعية للأعمال: الشركة والمجتمع"، والذي يقدم وصفاً للمسؤولية الاجتماعية للشركات من وجهة نظر الشركات. أكد المؤلف في كتابه أن المسؤولية الاجتماعية للشركات يجب أن يتم السعي وراءها في نهاية المطاف في سياساتهم الخاصة. كما قدم في كتابه تاريخ البرامج القائمة على المجتمع والسياسات واعتبارات قادة المسؤولية الاجتماعية للشركات في هذا العصر.

في عام 1971 أشار هارولد جونسون لأول مرة إلى أصحاب المصلحة في كتابه "الأعمال في المجتمع المعاصر: الإطار والقضايا". في كتابه قدم أربع ملاحظات:

أولاً، أعلن جونسون أن الشركة المسؤولة اجتماعياً هي شركة يأخذ فيها القادة في الحسبان، ويوفقون بين المصالح المختلفة، وليس فقط مصلحة الثروة. المساهمين. وقال أيضاً إن الشركة المسؤولة اجتماعياً يجب أن تأخذ في الاعتبار أيضاً مصالح موظفيها ومورديها وبائعيها والمجتمعات المحلية. أثناء تسجيل هذه الجهات الفاعلة المختلفة، ألمح جونسون إلى نهج أصحاب المصلحة والمسؤولية الاجتماعية للشركات.

الملاحظة الثانية أشار فيها إلى أن تعظيم الربح هو السبب وراء تنفيذ الشركات للبرامج الاجتماعية. ومن هذا المنظور، صنف جونسون المسؤولية الاجتماعية للشركات كاستراتيجية طويلة الأجل لتعظيم الأرباح.

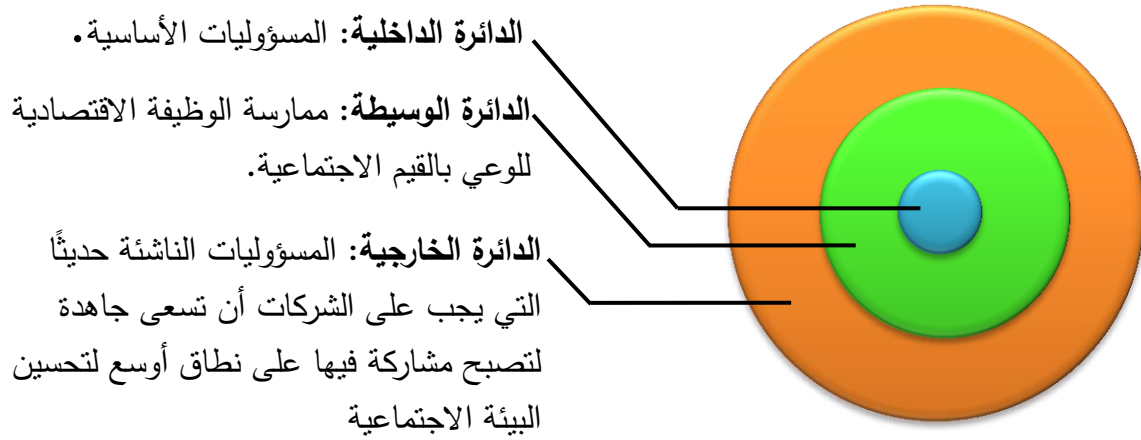
الملاحظة الثالثة، أشار جونسون إلى تعظيم المنفعة. وجادل بأن الدافع وراء قرارات المسؤولية الاجتماعية للشركات وإجراءات الشركات هو تعظيم المنفعة. من هذا المنظور، إذا سعت الشركات المسؤولة اجتماعياً إلى تحقيق أهداف متعددة بدلاً من الهدف الوحيد لزيادة الأرباح.

¹ Dina Badry, « Multinational Companies in Low-income Markets: An Analysis of Social Embeddedness in Southeast Asia », Publisher: Gabler Verlag; 2009 edition (September 15, 2009) Wiesbaden, German. P 21-22.

وبالتالي، بالنسبة لجونسون، فإن "المدير المسؤول اجتماعيًا هو الشخص الذي لا يفكر في مصلحته فحسب، بل يفكر أيضًا في مصالح الآخرين في الشركة".

الملاحظة الرابعة والتي تشير إلى أن الشركات التي يحفزها الربح بشكل كبير، يمكنها التصرف بطريقة مسؤولة اجتماعيًا. نتيجة لذلك، بمجرد الوصول إلى أهدافها الربحية، يمكن للشركات أن تتصرف كما لو كانت المسؤولية الاجتماعية للشركات هدفًا مهمًا¹.

الشكل (02): نموذج سيد للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات



المصدر: مقتبس من كارول (1999)

قدمت لجنة التنمية الاقتصادية (CDE) في عام 1971، إحدى أهم المساهمات في تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات. وقد صاغ المجلس نموذجًا ثلاثي المركز لهذا المفهوم. تضم الدائرة الداخلية المسؤوليات الأساسية للأداء الفعال للوظائف الاقتصادية مثل الإنتاجية والعمالة والنمو الاقتصادي، والتي تمثل مفهوم "المسؤولية الاجتماعية للشركات" الذي قدمه فريدمان في عام 1962.

تشمل الدائرة الوسطى المسؤولية فيما يتعلق بتغيير القيم والأولويات الاجتماعية، مثل الحفاظ على البيئة وعلاقات الموظفين، وتوقعات العملاء الأكثر. أما الدائرة الخارجية مع مسؤوليات جديدة، حيث يجب على الشركات أن تسعى جاهدة لتصبح أكثر مشاركة في تحسين البيئة الاجتماعية.

¹ Carroll A. B. (1999), « Corporate....., Op.Cit.; p 273-283.

في هذا المنشور، لاحظت لجنة التنمية الاقتصادية أن الهدف الأساسي للشركات المملوكة للدولة هو تلبية احتياجات المجتمع بشكل بناء. يصف كارول نموذج لجنة التنمية الاقتصادية بأنه "مساهمة تاريخية في مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات" التي توضح تطور العلاقات بين الأعمال والمجتمع¹.

ويضيف أيضًا أن الشركة مدعوة لتحمل مسؤوليات أوسع من أي وقت مضى تجاه المجتمع وخدمة مجموعة واسعة من القيم الإنسانية. على سبيل المثال، الشركات التجارية الأمريكية التي تمت دعوتها إلى المساهمة بشكل أكبر في جودة حياة المجتمع الأمريكي، أكثر من مجرد توفير السلع والخدمات. في الواقع، الشركة في خدمة المجتمع، لأن مستقبلها سيعتمد على جودة استجابة الإدارة للتوقعات العامة المتغيرة.

من جانبه، قال ديفيس إن "المسؤولية الاجتماعية للشركات هي رد الشركة على الأسئلة التي تتجاوز المتطلبات الاقتصادية والفنية والقانونية الضيقة للشركة، وبالتالي فهي تبدأ من حيث ينتهي القانون". علاوة على ذلك حول هذا الموضوع، تجدر الإشارة إلى أن الباحثين الآخرين في ذلك الوقت كانت لديهم آراء مماثلة، على سبيل المثال (Manne and Wallich). في المقابل، كان لدى (Eells and Walton) نظرة أوسع لأنشطة الأعمال، حيث شعروا أن الشركات يمكن أن تتحرك نحو مفهوم أوسع مثل العقد الاجتماعي، والذي سيظهر بعد ما يقرب من ثلاثين عامًا. لذلك اقترح هؤلاء المؤلفون أن يحافظ قائد الأعمال على موقفه وفلسفته، لاتخاذ إجراءات حاسمة تكون مريحة على الفور وتتوافق مع القيم المقبولة لشركته.

كما قدم (Sethi) فكرة مماثلة تعتمد على أن الشركات جزء لا يتجزأ من المجتمع. اقترح الأخير نموذجًا من ثلاثة مستويات حيث يتم تصنيف سلوك الشركات وفقًا لمستويات الالتزام المتزايدة من قبل الشركات، أي:

- الالتزام الاجتماعي (استجابة للقيود القانونية والسوقية)
- المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات (في الانسجام مع الأعراف الاجتماعية)
- الاستجابة الاجتماعية (التكيف والتوقع والوقاية).

¹ MILTON Friedman, (1962), *Capitalism and Freedom*, University of Chicago press. Chicago, USA. 1982, p110.

إذا كتب سيثي أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تتجاوز الالتزام الاجتماعي وتتفهم الحاجة إلى ترجمة سلوك الشركات إلى مستوى يتماشى مع المعايير الاجتماعية السائدة والقيم وتوقعات الأداء¹.

ليأتي عمل كارول كخطوة لتوضيح هذا الالتباس بعد طرح شرح كامل عن المسؤولية الاجتماعية للشركات. إذ طور (Carroll) نموذجًا للأداء الاجتماعي للشركات من أربعة أجزاء، متضمنًا بشكل خاص منظور فريدمان حول المسؤولية الاجتماعية للشركات. تركز الأجزاء المكونة على التوقعات الرأسمالية والاجتماعية.

يتمثل الاختلاف الملحوظ في تعريف كارول في إدراج المسؤوليات الاقتصادية والقانونية ضمن المسؤولية الاجتماعية للشركات. علاوة على ذلك، يتعارض تعريف كارول مع العديد من وجهات النظر في ذلك الوقت، مثل وجهة نظر ديفيس الذي يقدم المسؤولية الاجتماعية للشركات كشيء يبدأ حيث ينتهي القانون².

الجدول (01): فئات المسؤولية الاجتماعية الأربع (كارول، 1979):

المسؤولية التقديرية	افعل الخير للمجتمع بالطريقة التي يريدها المجتمع
المسؤولية الأخلاقية	تصرف بالطريقة الاخلاقية التي يتوقعها المجتمع
المسؤولية القانونية	احترم القوانين المفروضة من المجتمع
المسؤولية الاقتصادية	كن مربحا حسب متطلبات المجتمع

المصدر: كارول (1979)

¹ Carroll Archie B. (1999), « Corporate....., Op.Cit.; p 285-287.

² Carroll Archie B. (1979), « A three dimensional conceptuel model of corporate performance », Academy of Management Review, Vol 4, NO 4, p 499.

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في الثمانينيات:

تميزت فترة الثمانينيات بتراجع في التركيز على المسؤولية الاجتماعية، كما ذكر في مقالة أجوينيس وجلافاس. حيث في هذه الفترة توجهت النقاشات إلى مفاهيم بديلة مثل الاستجابة والأداء الاجتماعي للشركات والسياسة العامة وأخلاقيات العمل أو حتى نظرية إدارة أصحاب المصلحة¹.

ومع ذلك، كان أحد التعريفات البارزة الأولى في الثمانينيات هو تعريف توماس إم جونز الذي عرّف المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها "أن الشركات عليها التزام تجاه مجموعات أخرى في المجتمع بخلاف المساهمين وتجاه - فيما يتجاوز ما ينص عليه القانون. ويشمل هذا التعريف وجهان. الأول، يجب اعتماد الالتزام طوعية، وهذا السلوك تحت تأثير القوى القسرية للقانون أو عقد النقابة ليس طوعياً. أما الوجه الثاني، هو أن الالتزام واسع النطاق ويمتد إلى ما هو أبعد من الواجب التقليدي تجاه المساهمين ليشمل مجموعات مجتمعية أخرى مثل العملاء والموظفين والموردين وما إلى ذلك"². وبالتالي، فهو يدرك أن المنظمات والمجتمع يرتبطان ارتباطاً وثيقاً وليس كيانان منفصلتان.

من أجل تطوير آلية أفضل لتطوير المسؤولية الاجتماعية للشركات، استخدم (Tuzzolino و Armandi 1981) نموذج الاحتياجات الهرمية التنظيمية المصمم على نموذج هرم الاحتياجات لماسلو في عام 1954، حيث لم يسعى نموذج الاحتياجات الهرمية التنظيمية إلى إعادة تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات، ولكنه اقترح أن المنظمات مثل الأفراد، لديها احتياجات يريدون تحقيقها.

ومن بين المنشورات الأكثر شهرة في هذه الفترة، كتاب فريمان "الإدارة الاستراتيجية: نهج أصحاب المصلحة"، وهو أساس نظرية أصحاب المصلحة (انظر الشكل 3). والذي حدد فيه فريمان ستة مبادئ يجب أن تحكم العلاقة بين أصحاب المصلحة والمؤسسة³:

- مبدأ الدخول والخروج: وفقاً لهذا المبدأ، يجب أن تكون هناك قواعد واضحة تحدد على سبيل المثال، يجب أن تكون القواعد عندما يتعلق الأمر بتعيين الموظفين وإنهاء عملهم واضحة وشفافة.

¹ Herman Aguinis and Ante Glavas. (2012). « What we know and don't know about corporate social responsibility: A review and research agenda », Journal of Management, 38, p 293.

² Jones, Thomas M. (1980) « Corporate social responsibility revisited, redefined », California Management Review, California, USA, 22(3), p 60.

³ Hitesh Bhasin, What is the Stakeholder Theory?, The article was viewed on 10/11/2020.

- **مبدأ الحوكمة:** يهتم هذا المبدأ بكيفية تعديل القواعد التي تحكم العلاقة بين أصحاب المصلحة والشركة. بموافقة إجماعية
- **مبدأ العوامل الخارجية:** يتعلق هذا بكيفية تعرض المجموعة التي لا تستفيد من إجراءات الشركة إلى صعوبات معينة بسبب تصرفات الشركة. يشير مبدأ العوامل الخارجية إلى أن أي شخص يتعين عليه تحمل تكاليف أصحاب المصلحة الآخرين له الحق في أن يصبح صاحب مصلحة أيضاً. أي شخص يتأثر بعمل ما يصبح صاحب مصلحة.
- **مبدأ تكاليف العقد:** يجب أن يتحمل كل طرف في العقد مبالغ متساوية عندما يتعلق الأمر بالتكلفة، أو يجب أن تكون التكلفة التي يتحملونها متناسبة مع الميزة التي يتمتعون بها في الشركة. ليست كل هذه التكاليف مالية بطبيعتها، لذا قد يكون من الصعب تحديدها كمياً.
- **مبدأ الوكالة:** ينص هذا المبدأ على أن مدير الشركة هو وكيل للشركة وبالتالي عليه مسؤوليات تجاه أصحاب المصلحة وكذلك المساهمين.

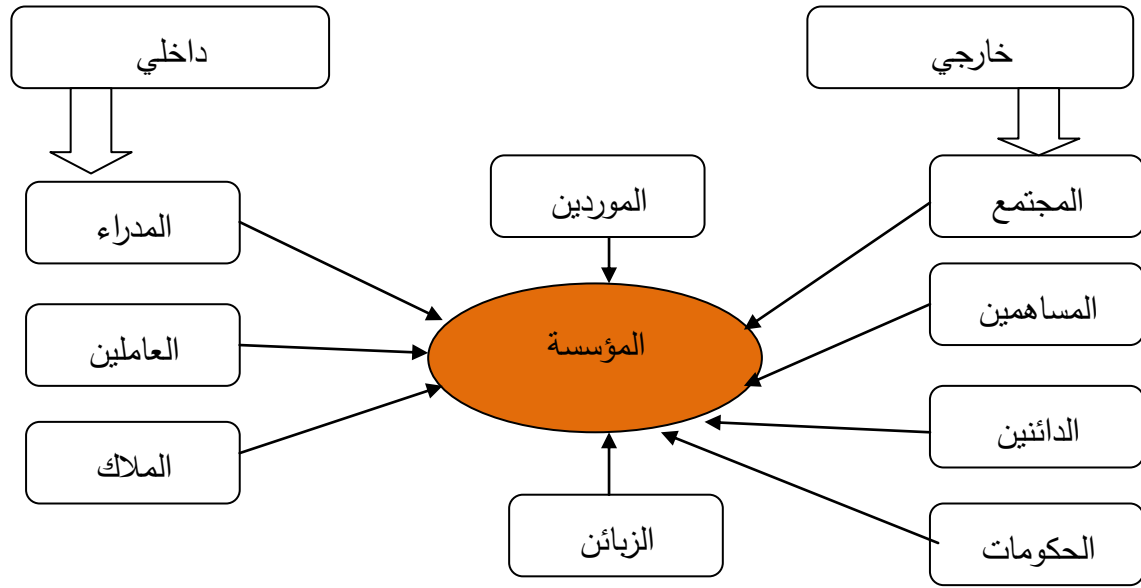
مبدأ الوجود المحدود: يتعامل هذا المبدأ مع طول عمر الشركة. لضمان نجاح المنظمة وأصحابها على حد سواء، من الضروري أن تكون المنظمة موجودة لفترة طويلة من الزمن. إذا كانت الشركة موجودة فقط لفترة محدودة جداً من الوقت، فسيكون ذلك مفيداً لبعض أصحاب المصلحة وغير موات للآخرين. هذا ينتهك مفهوم أصحاب المصلحة. وبالتالي يجب أن تظل الشركة في الوجود لفترة من الوقت، ويجب أن تدار بطريقة تضمن بقائها. يشير الخلود "المحدود" إلى حقيقة أن الشركة يمكن أن تدوم طويلاً ولكن من المستحيل أن تكون خالدة بالفعل

تم قبول هذه النظرية على نطاق واسع من قبل المنظمات المهنية المعاصرة التي رأت أنها وسيلة مفيدة للتحقيق في النهج التنظيمي للمسؤولية الاجتماعية للشركات.

ننهي هذه الفترة بتعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات الذي اقترحه ادوارد إم إيشتاين، الذي اعتبر المسؤولية الاجتماعية للشركات هي "تحقيق نتائج القرارات التنظيمية المتعلقة بقضايا محددة لها فوائد وليست آثاراً عكسية على أصحاب المصلحة المعنيين"¹.

¹ Edwin M. Epstein. (1987), « The corporate social policy process: Beyond business ethics, corporate social responsibility, and corporate social responsiveness», California Management Review, Vol 29, No 3, p 101.

الشكل (03): أصحاب المصلحة الذين حددهم فريمان (1995)



المصدر: (2011) Cazal¹ :

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في التسعينيات:

مع اعتبار المسؤولية الاجتماعية للشركات جزءًا لا يتجزأ من عالم الأعمال، تميزت التسعينيات بكونها فترة توسع في النظرية والنماذج الجديدة. وشمل هذا الأداء الاجتماعي للشركات (CSP)، ونظرية أصحاب المصلحة، ونظرية أخلاقيات العمل ومواطنة الشركة. وفي هذا الصدد انتقد وود نهج كارول، لا سيما فيما يتعلق بالمسؤوليات الأربع. اذ يعتقد وود (1991) أن المسؤوليات الأربع التي حددها كارول قد تم تحديدها على أنها "مناطق معزولة".

لهذا، قرر أن يركز في تفسيره لفكرة المسؤولية الاجتماعية على مبدأ الترابط بين المنظمة والمجتمع، من خلال فرض فئات المسؤولية الاجتماعية للشركات مع ثلاثة مستويات من التحليل والتي أوردها كالاتي²:

¹ Didier Cazal. (2011), « RSE et théorie des parties prenantes : les impasses du contrat », Revue de la Régulation, 9, p 1-15.

² Donna J. Wood. (1991), « Corporate Social Performance Revisited », Academy of Management Review, Vol. 16, No. 4, Blackwell Publishing Ltd, Oxford, UK, p 51.

المستوى "المؤسسي": الذي تستمد منه المؤسسة مبدأ الشرعية، والذي الذي ينص على أن الشركة يجب ألا تستخدم سلطتها دون أسباب مبررة.

المستوى "التنظيمي": يشير إلى مبدأ المسؤولية العامة الذي ينص على أن الشركات تكون مسؤولة عن أفعالها التي تؤثر على المجتمع، بشكل مباشر أو غير مباشر.

المستوى "الفردى": يحتاج المديرون إلى أن يكونوا على دراية مستمرة بالحاجة والتصرف بحس أخلاقي.

في الوقت نفسه، ساهم (Johnson and Greening) في العمل على الأداء الاجتماعي للشركات من خلال تقييم العلاقات المحتملة بين أنواع المستثمرين المؤسسيين، تكوين مجلس الإدارة، الإدارة العليا، والأداء المالي وأبعاد الأداء الاجتماعي للشركات. أظهرت نتائج دراستهم أهمية أنواع المستثمرين المؤسسيين بالإضافة إلى تكوين مجلس الإدارة والإدارة العليا لإجراءات الفريق على كل من الأداء الاجتماعي للشركات والأداء.

استمرت التأثيرات العالمية على المسؤولية الاجتماعية للشركات في التسعينيات، كما استمر دور الشركات والحكومة في الثلاثي. في عام 1997، جادل سالومون بالقول: "غالبًا ما تكون الشركات الجديدة أقوى المؤسسات في العالم ومدى المسؤولية الاجتماعية لتشمل قطاعات كانت تعتبر في السابق مجالًا للحكومات ... أصبحت الشركات قوية، ومسؤولة أكثر عن رفاة العالم ". أجرى تحليلًا لـ 51 دراسة، تم إجراؤها على مدار الخمسة وعشرين عامًا، بدءًا من عام 1989، حيث بحثوا في العلاقة بين الأداء الاجتماعي للشركات (CSP) والأداء المالي للشركة (PCP).

أفادوا أن 32 من 51 دراسة وجدت علاقة إيجابية، و 14 لم تجد أي تأثير أو كانت نتائجها غير حاسمة، و 5 فقط من 51 دراسة وجدت علاقة سلبية. خلصوا إلى أن هذه الدراسات السابقة قدمت دليلاً على أن العلاقة بين الأداء الاجتماعي للشركة والأداء المالي للشركة يمكن أن تكون إيجابية¹.

ومع اقتراب الألفية الجديدة، أكد كارول أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات سيظل جزءًا أساسيًا من لغة وممارسة الأعمال التجارية، حيث تظل متوافقة باستمرار مع ما يتوقعه الجمهور اليوم.

¹ Robert C. Solomon. (1997). « Peripheral Vision Aristotle, Ethics and Business Organizations », Organization Studies, 25 (6), SAGE Inc, London, p 1021– 1043.

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في العقد الأول من القرن الحادي والعشرين:

سيطرت على العقد الأول من القرن الحادي والعشرين العديد من الموضوعات البارزة مثل التجارة الدولية، والمخاوف بشأن إمدادات الطاقة، والاحتباس الحراري، وانتشار الاتصالات السلكية واللاسلكية، فضلاً عن تصاعد المشكلات الاجتماعية التي بدأت في التسعينات.

مع تطور التجارة العالمية، يبدو أن الأدبيات الحديثة المتعلقة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات تبتعد عن الخطاب الذي تهيمن عليه الولايات المتحدة والذي استمر منذ الخمسينيات. فضل الأدب الحديث التحرك نحو خطاب دولي. على سبيل المثال، العمل البحثي لـ: (Maignan and Ralston؛ 2002)، (Aaronson 2003)، (Perrini F., Russo A., Tencati A. 2006)، (2005؛ Mathieu and Reynaud)، الذين درسوا المسؤولية الاجتماعية للشركات في فرنسا وهولندا والمملكة المتحدة، إلخ.

خلال هذه الفترة، امتد النقاش حول المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى دول أخرى من أجل دراسة التصور الوطني للمسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في المجتمع العالمي. ظهرت مجموعات أخرى من الباحثين حاولت تأسيس العلاقة بين الأداء الاجتماعي والنتائج المالية للمنظمات. ومع ذلك، فشل هوبكنز سنة 2003 في التحقق من صحة هذا الاستنتاج خلال دراسته التجريبية لأكثر من عشر شركات في المملكة المتحدة. من جانبه، وجد أورلييتسكي أن المشاركة في الأنشطة المسؤولة اجتماعياً تقلل من المخاطر المالية للشركات.

خلال هذا العقد، قدم (Perrini) اقتراحاً بشأن استخدام النظريات للتحقيق في المسؤولية الاجتماعية للشركات. اقترح الأخير أن المسؤولية الاجتماعية للشركات في الشركات الكبيرة يجب أن تستند إلى نظرية أصحاب المصلحة، بينما ينبغي فهم المسؤولية الاجتماعية للشركات في الشركات الصغيرة والمتوسطة من خلال تطبيق نظرية رأس المال الاجتماعي. في وقت لاحق، من سنة 2009 قام روسو وبيريني بتعديل الاستنتاج أعلاه من خلال اعتبار: "نظرية رأس المال الاجتماعي ونظرية

أصحاب المصلحة يجب أن تؤخذ كوسائل بديلة لشرح المسؤولية الاجتماعية للشركات في الشركات الكبيرة و الشركات الصغيرة والمتوسطة¹.

ومع ذلك، من المهم فهم أصول المسؤولية الاجتماعية للشركات، من خلال التطرق لاهم ما ورد من تعريفات لمؤلفين ومفكرين وعلماء، وكذا هيئات وكيانات دولية، مع التطرق لاصول فكرة المسؤولية الاجتماعية للشركات في القرآن الكريم والاخاديث النبوية الشريفة، ومناقشتها ومقارنتها. وهذا من أجل فهم أفضل المسؤولية الاجتماعية للشركات.

المطلب الثاني : تعريف المسؤولية الاجتماعية و المفاهيم القريبة منها

اولا : تعريف المسؤولية الاجتماعية:

1- تعريفات كتاب الإدارة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية

على الرغم من تعقيد تعريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، فقد شهدنا في السنوات الأخيرة جهداً كبيراً من جانب الباحثين، مما جعل من الممكن تحسين هذا المفهوم.

في هذا الصدد، يمكننا أن نورد تعريف (Elhauge 2005) والذي عرفها بانها "التضحية بالأرباح في المصلحة الاجتماعية"². وهذا يعني أن الشركة يجب أن تتجاوز التزاماتها القانونية والتعاقدية على أساس طوعي. وبهذا المعنى، فإن المسؤولية الاجتماعية للشركات تشمل مجموعة واسعة من السلوكيات التي تؤثر على الموظفين، مثل البيئة الودية، الأخلاق، احترام المجتمعات، إلخ

من بين التعريفات التي ميزت أدبيات المسؤولية الاجتماعية للشركات، ذكر تعريف وود، المبني إلى حد كبير على انتقاد تعريف كارول، حيث نقل مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى الأداء الاجتماعي للشركات ، محدداً ثلاثة مستويات من مسؤولية الشركة:

أولاً نلاحظ مسؤولية الشركة كمؤسسة اجتماعية حيث تتمتع الشركة بالشرعية الممنوحة من المجتمع ويجب أن تستخدم قوتها الاقتصادية، التي تنتج عن ممارسة هذه الشرعية، بمعنى ما مواتية

¹ Lorraine Sweeney, Joseph Coughlan. (2008), « Do different industries report Corporate Social Responsibility differently? An investigation through the lens of stakeholder theory », Journal of Marketing Communications, Volume 14, April 2008 - Issue 2, p 113–114.

² ROLAND BÉNABOU JEAN TIROLE, Individual and Corporate Social Responsibility, Economics, Volume 77, Issue 305, January 2010.

لتوقعات المجتمع، في خطر فقدان هذه السلطة. ثانياً مسؤولية الشركة كمنظمة، أي أن الشركة يجب أن تتحمل نتائج أنشطتها، على مستوى أصحاب المصلحة الأساسيين أو الثانويين. وثالثاً المسؤولية الفردية والأخلاقية للمديرين.

تم استخدام تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات المقترح في عام 2001 من قبل المفوضية الأوروبية على نطاق واسع في الأدب الفرنسي والأنجلو ساكسوني. فبالنسبة للمفوضية الأوروبية، "أن تكون مسؤولاً اجتماعياً لا يعني فقط تلبية التوقعات القانونية، بل يعني أيضاً تجاوز الامتثال والاستثمار "أكثر" في رأس المال البشري والبيئة والعلاقات مع أصحاب المصلحة. تشير تجربة الاستثمار في التقنيات والممارسات التجارية المسؤولة بيئياً إلى أن تجاوز الامتثال القانوني يمكن أن يسهم في القدرة التنافسية للشركة. تجاوز الالتزامات القانونية الأساسية في المجال الاجتماعي، على سبيل المثال يمكن أن يكون للتدريب وظروف العمل والعلاقات بين الإدارة والموظفين تأثير مباشر على الإنتاجية. إنه يفتح الطريق لإدارة التغيير والتوفيق بين التنمية الاجتماعية والقدرة التنافسية المحسنة"¹.

وفيما يلي سرد لاهم التعريفات التي وردت عن الكتاب والمفكرين للمسؤولية الاجتماعية للشركات:

➤ **تعريف (Paul Hohnen):** المسؤولية الاجتماعية للشركات هي الطريقة التي تدمج بها الشركات الاهتمامات الاجتماعية والبيئية والاقتصادية في قيمها وثقافتها وصنع القرار واستراتيجيتها وعملياتها بطريقة شفافة وخاضعة للمساءلة، وبالتالي ترسي ممارسات أفضل داخل الشركة، وخلق الثروة وتحسين المجتمع².

➤ **تعريف (Holmes):** المسؤولية الاجتماعية للشركات هي "التزام على منظمة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه. وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية، مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية و مكافحة التلوث، وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها"³.

¹ COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, GREEN PAPER - Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility, Brussels, 18 July 2001.

² Paul Hohnen, Corporate social responsibility: An implementation guide for business, International Institute for Sustainable Development, Winnipeg, Manitoba, Canada, March, 2007.

³ طاهر محسن منصور الغالي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات (دراسة تطبيقية لعينة من المصارف الأردنية)، مرجع سبق ذكره، ص: 216.

تعريف (Marie-Françoise GUYONNAUD و Frédérique WILLARD) المسؤولية الاجتماعية للشركات هي " التزام الشركات بالمساهمة في التنمية الاقتصادية، مع الحفاظ على البيئة والعمل مع الموظفين وعائلاتهم والمجتمع المحلي ككل لتحسين جودة حياة الناس. وكل الجهات الفاعلة"¹.

تعريف (Howard Bowen): المسؤولية الاجتماعية للشركات هي "مسؤولية رجال الأعمال في متابعة السياسات، واتخاذ القرارات، والقيام بالأنشطة التي تتلائم مع أهداف وقيم المجتمع"².

تعريف (Watts et all): المسؤولية الاجتماعية للشركات هي "الالتزام مستمر من قبل منظمات الأعمال بالتصرف أخلاقيا. والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم و السكان المحليين والمجتمع".

تعريف (Strier): المسؤولية الاجتماعية للشركات هي "تمثل توقعات المجتمع لمبادرات منظمة الأعمال في مجال مسؤوليتها تجاه المجتمع. وبما يتجاوز الحد الأدنى من الإذعان للقانون وبصورة لا تضر بقيام المنظمة بوظائفها الأساسية للحصول على عائد مناسب من استثماراتها".

تعريف كل من (ظاهر الغالبي وصالح العامري): المسؤولية الاجتماعية للشركات هي "الالتزام واجب من جانب منظمات الأعمال تجاه المجتمع بشرائحه المختلفة، آخذة بعين الاعتبار التوقعات بعيدة المدى لهذه الشرائح ومجسدة إياها بصور يغلب عليها طابع الاهتمام بالعاملين والبيئة شرط أن يكون هذا التوجه طوعا ومتجاوزا للالتزامات المنصوص عليها قانونا"³.

تعريف (Drucker): المسؤولية الاجتماعية للشركات هي: "الالتزام المنظمة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وهذا الالتزام يتسع باتساع شرائح أصحاب المصالح في هذا المجتمع و تباين توجهاتهم"⁴.

¹ Marie-Françoise GUYONNAUD et Frédérique WILLARD, Du management environnemental au développement durable des entreprises, France : ADEME, Mars 2004, P 05.

² محمد نصار ذيب المرشد، المسؤولية الاجتماعية الأخلاقية للإدارة الإستراتيجية في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد و العلوم الإدارية في جامعة آل البيت، غير منشورة، الأردن، 1999، ص32.

³ غادة عمر أبو ارشيد، "المسؤولية الاجتماعية و أثرها على الأداء: دراسة ميدانية للمستشفيات الخاصة في مدينة عمان"، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في تخصص إدارة الأعمال، جامعة اليرموك، غير منشورة، عمان، 2006، ص ص 12-13.

⁴ نعمة عباس الخفاجي و طاهر محسن الغالبي، قراءات في الفكر الإداري المعاصر، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، بدون رقم طبعة، 2008، ص 289.

➤ **تعريف (Milton Friedman):** المسؤولية الاجتماعية للشركات هي "هناك شيء واحد ولا شيء غيره في المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال هو استخدامها للموارد وتصميمها للأنشطة المطلوبة باتجاه زيادة أرباحها على الأمد الطويل وفي المنافسة مع الآخرين"¹.

➤ **ويرى الدكتور (محمد الصيرفي):** ان المسؤولية الاجتماعية للشركات قد "أصبحت توصف بمفهوم "عقد" بين منظمات الأعمال والمجتمعات التي تعمل فيها، ينعكس هذا العقد من خلال تغيرات في توقعات تلك المجتمعات تجاه انجازات المشروعات الاجتماعية"².

وفي الجدول التالي سرد لاهم آرائهم المؤلفون الاجانب حول المسؤولية الاجتماعية للشركات مرتبة ترتيبا زمنيا:

الجدول (02): آراء المؤلفون الاجانب حول المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

المؤلفون	التعاريف
يجب أن يُطلب من الشركات اتباع سياساتها واتخاذ القرارات واتباع خطوط العمل المتوافقة مع أهداف وقيم مجتمعنا.	بوين (1953)
يجب أن تكون المسؤولية الاجتماعية للشركات مرتبطة بقوتهم الاجتماعية.	ديفيس (1960)
يجب على الشركات تلبية توقعات الجمهور في السعي لتحقيق أهداف أعمالهم.	فريدريك (1960)
المسؤولية الوحيدة للشركة هي تحقيق الربح لمصلحة المساهمين.	فريدمان (1962)
شركة مسؤولة اجتماعيا هي التي توفق بين المصالح المتنوعة، وليس فقط مصالح الأغنياء والمساهمين.	جونسون (1971)
يجب أن يظل مدير الشركة راسخاً في فلسفته، وفي موقفه المفتوح وأن يكون قادراً على اتخاذ إجراءات حاسمة مربحة ومتوافقة مع القيم المقبولة لشركته.	إيلز والتون (1974)

¹ عدي جمال البطاينة، تقييم مدى ممارسة المسؤولية الاجتماعية و الأخلاقية في الإعلانات التجارية لشركات الاتصالات الخلوية في الأردن: دراسة ميدانية من منظور المستهلك الأردني في مدينتي عمان و إربد، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في التسويق، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، غير منشورة، الأردن، 2009، ص 27.

² محمد الصيرفي، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، الإسكندرية، مصر، الطبعة الأولى، 2007، ص: 18.

سيثي (1975)	كجزء من المجتمع، يجب على الشركات الوفاء بالتزاماتها ضمن المسؤولية الاجتماعية والاستجابة الاجتماعية.
كارول (1979)	يقترح التاريخ دراسة مبكرة للأبعاد الاقتصادية والقانونية ومؤخراً للجوانب الأخلاقية والاستثنائية.
جونز (1980)	حقيقة أن الشركات تخلق التزاماً تجاه مجموعات أخرى في المجتمع بخلاف المساهمين وما وراء ذلك المنصوص عليه في القانون. وجهان من هذا التعريف ضروريان. أولاً: يجب اعتماد الالتزام طوعية، إن السلوك تحت تأثير القوى القسرية للقانون أو عقد النقابات ليس طوعياً. ثانياً: الالتزام واسع النطاق، ويتجاوز الواجب التقليدي للمساهمين إلى مجموعات مجتمعية أخرى مثل العملاء والموظفين والموردين وما إلى ذلك.
خشب (1991)	تتمتع الشركة بالشرعية الممنوحة من قبل المجتمع. وبالتالي، يجب أن تتحمل نتائج أنشطتها، وكذلك المسؤولية الأخلاقية التي تمكن المديرين من اتخاذ قرارات أخلاقية والتي هي أبسط مكونات المسؤولية الاجتماعية للشركات.
كراروب (2001)	التزامات الشركات بتحسين أدائها البيئي بما يتجاوز ما يقتضيه القانون.
الهوج (2005)	التضحية بالأرباح في المصلحة الاجتماعية، يجب على الشركة تجاوز التزاماتها القانونية والتعاقدية على أساس طوعي.
ماجواير (2011)	بشكل عام، تشمل المسؤولية الاجتماعية للشركات الجهود الطوعية (أي غير المطلوبة بموجب القانون) للشركات استجابة للشواغل الاجتماعية والبيئية لأصحاب المصلحة. ليس لها التزامات تجاه مساهميها فقط).
فيفكا (2009)	الالتزام القانوني والاقتصادي والمسؤوليات الطوعية للشركات للمشاركة في التنمية الاجتماعية للمجتمعات التي تعمل فيها، مع البقاء ضمن حدود مواردها المتاحة والاستراتيجيات التجارية الأساسية.

مما سبق نلاحظ ان كل التعاريف تشترك في ذكر نفس الاركان لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، مثل كونها ممارسة طوعية وليست إجبارية، وكذا الاهتمام بفئات معينة وهم الموظفين والمساهمين والمجتمع بهيئاته التمثيلية والبيئية، باستثناء تعريف (ملتون فريدمان) الذي اعتبر أن المسؤولية لا تمارس إلا نحو المساهمين أو الملاك.

2- تعريفات المنظمات والهيئات والتكتلات الدولية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية:

تعريف مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة و التنمية: " المسؤولية الاجتماعية تشكل اجراءات تدمج بموجبها منظمات الأعمال الشواغل الاجتماعية في سياساتها وعملياتها المتصلة بأعمالها التجارية. ويشمل ذلك الشواغل البيئية و الاقتصادية و الاجتماعية. و يشكل الامتثال للقانون الحد الأدنى من الالتزام بالمعايير التي يتعين على منظمات الأعمال مراعاتها"¹.

تعريف البنك الدولي: المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال هي التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد².

يعرف الاتحاد الأوروبي: " المسؤولية الاجتماعية تعني الدمج الطوعي للأهداف الاجتماعية والبيئية في النشاطات التجارية لمنظمات الأعمال، وهي تدرج في إطار تحقيق أهداف السياسة الاجتماعية واستراتيجية التنمية المستدامة للاتحاد الأوروبي، هذه الممارسات يمكنها أن تدعم مجالات : التجديد، التنافسية وخلق فرص العمل"³.

تعريف المنظمة العالمية للمعايير ممثلة في مواصفة الايزو 26000: " المسؤولية الاجتماعية هي ترجمة لقراراتها و نشاطاتها تجاه العمال والمجتمع و البيئة من خلال تبني سلوك شفاف وأخلاقي يسهم في:

- تحقيق التنمية المستدامة بما في ذلك الصحة و الرفاه في المجتمع.
- يأخذ في الاعتبار توقعات أصحاب المصالح.

¹ مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع (الاتجاهات والقضايا الراهنة)، منشورات الأمم المتحدة، رقم الوثيقة: UNCTAD/ITE/TEB/2003/7، 2003، ص:5.

² The World Bank; Beyond Corporate Social Responsibility: The Scope for Corporate Investment in Community Driven Development, Report No. 37379-GLB, March 2007, p.1.

³ الموقع الإلكتروني للاتحاد الأوروبي، تم الاطلاع عليه في 2020/08/20، https://ec.europa.eu/growth/industry/sustainability/corporate-social-responsibility_en

- يحترم القوانين السارية، ويتوافق مع المعايير الدولية.
 - يدمج في المنظمة ككل ويتم ممارسته و تطبيقه في مستوياتها الإدارية المختلفة¹.
- تعريف جمعية الإداريين الأمريكيين:** " المسؤولية الاجتماعية هي استجابة إدارة المنظمات العملية إلى التغير في توقعات المستهلكين. والاهتمام العام بالمجتمع مع الاستمرار بانجاز المساهمات الفريدة للأنشطة التجارية الهادفة إلى خلق الثروة الاقتصادية"².
- تعريف منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي** أن "مسؤولية المنظمات تتعكس من خلال فعالية الأعمال الملائمة التي تطورها مع المجتمعات التي تعمل فيها. ويتعلق العنصر الأساسي لمسؤولية الشركات بأنشطة الأعمال ذاتها"³.

ترجمت التعريفات السابقة توجهها فكريا ياكّد عن فكرة تفعيل برامج المسؤولية الاجتماعية من اجل تحقيق التنمية الاقتصادية والتنمية المستدامة، وكذا حماية البيئة، وسعت الى التأكيد على أهمية أخلاقيات الأعمال في ممارسة النشاط التجاري والاقتصادي للمنظمات، وكذا المساهمة في تنمية المجتمع و حل مشكلاته، الا انها لم تشر إلى طبيعة هذه الاجراءات المسؤولة اجتماعيا، وطرق أدائها.

3- تعريف المسؤولية الاجتماعية من منظور إسلامي:

يمكن تلخيص مفهوم المسؤولية الاجتماعية من خلال رد الجميل للمجتمع، وتعتبر العطاء أو العطاء للمجتمع أكثر الطرق فعالية لتحقيق التماسك والترابط بين مختلف مكونات المجتمع. والسلوك الملتزم يأتي كقيمة سامية تفترض أن على الأفراد و الجماعات الالتزام تجاه الآخرين عند القيام بآداء الأنشطة و التحرك ضمن المجتمع.

ويتلخص المنظور الإسلامي للمسؤولية الاجتماعية في هرم، المبدأ الرئيس فيه إقامة العدل في الأرض، ويتوسطه الإحسان، ومكونه الثالث إيتاء ذي القربى، وقد ورد في الآية القرآنية الكريمة: "إن الله يأمر بالعدل والإحسان و إيتاء ذي القربى وينهى عن الفحشاء والمنكر والبغى يعظكم لعلكم

¹ Website AFNOR, ISO 26000, viewed on 2/08/2020, <https://www.afnor.org/en/?s=CSR>

² محمد الصيرفي، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، مرجع سابق، ص 17.

³ مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، مرجع سابق، ص 29.

تذكرون" (سورة النحل/90)، وتعتبر الآية الكريمة من جوامع الكلم التي اختصت ببناء المجتمع على ركائز قوية، ولم تترك خيراً إلا ودعت إليه ولا شراً إلا ونهت عنه.

وكل الدلائل القرآنية والأحاديث النبوية تشير إلى أن الإسلام أعطى أولوية للعمل الخيري و المسؤولية الاجتماعية بغية مرضاة الله و ليس دون ذلك اي غرض دنيوي. بالإضافة إلى الأشياء التي يمكن أن يحصل عليها المتطوعون في الحياة، مثل البركات والسلام النفسي والسعادة الروحية¹.

ومن الدلائل القرآن التي تحت عن فعل الخير والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية نور بعض الآيات على سبيل المثال لا الحصر:

✓ "وتعاونوا على البر والتقوى" (المائدة-3)

✓ "فمن تطوع خيراً فهو خير له" (البقرة-184)

✓ "وأتى المال على حبه ذوي القربى و اليتامى والمساكين وابن السبيل" (البقرة -177)

✓ "وفي أموالهم حق للسائل والمحروم" (الذاريات-19)

✓ "من يعمل مثقال ذرة خيراً يره" (الزلزلة-7)

وكذلك بعض الدلائل من السنة النبوية:

✓ قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "لا ضرر ولا ضرار" (رواه ابن ماجه و الدراقطني)
✓ وقوله صلى الله عليه وسلم: "كل سلامي من الناس عليه صدقة: كل يوم تطلع فيه الشمس تعدل بين اثنين صدقة، وتعين الرجل في دابته، فتحمله عليها، أو ترفع له عليها متاعه صدقة، والكلمة الطيبة صدقة، وكل خطوة تمشيها إلى الصلاة صدقة، وتميط الأذى عن الطريق صدقة" (متفق عليه)

✓ وقال صلى الله عليه وسلم: "خير الناس أنفعهم للناس" (رواه ابن ماجه)
✓ وقوله صلى الله عليه وسلم: "كلكم راع ومسئول عن رعيته، فالأمير الذي على الناس راع وهو مسئول عنهم، والرجل راع على أهل بيته، وهو مسئول عنهم، والمرأة راعية على بيت بعلها وولده،

¹ د. محمد العضايلة، المسؤولية الاجتماعية من منظور إسلامي، موقع الشبكة السعودية للمسؤولية الاجتماعية، تم الاطلاع عليه في <https://csrsa.net/post/894>، 18:38، 2020/08/23

وهي مسئولة عنهم، والعبد راع على مال سيده، وهو مسئول عنه، ألا وكلكم راع وكلكم مسئول عن رعيته" (رواه البخاري)

✓ وقوله صلى الله عليه وسلم: "المسلم أخو المسلم، لا يظلمه ولا يسلمه، من كان في حاجة أخيه كان الله في حاجته، ومن فرج عن مسلمة فرج الله عنه بها كربة من كرب يوم القيامة، ومن ستر مسلماً ستره الله يوم القيامة" (متفق عليه)

✓ ويقول صلى الله عليه وسلم: "مثل المؤمنين في توادهم وتراحمهم وتعاطفهم مثل الجسد الواحد إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الجسد بالسهر والحمى" (متفق عليه)¹.

كما ان مبدأ العدالة الاجتماعية هو حجر الأساس للإسلام الذي يردع المسلمين عنه فعل الأذى بالإضافة إلى ذلك، فان مفهوم الأخوة يجعل المسلمون مسئولون تجاه بعضهم البعض. هذين المفهومين يتطلب من المجتمعات المسلمة رعاية الاحتياجات الأساسية للفقراء كما دعا إلى ذلك في الحديث الشريف: (المسلم هو أخ المسلم).

وفي الاسلام، الانسان ليس سوى وصيا، وبالتالي، هو المسؤول عن إدارة هذه الأمانة لمصلحة الأمة. كذلك في الإسلام، يتم تقييم أداء الأعمال على أساس مدى جودة إدارة الموارد لتحسين المجتمع. ومفهوم الأمة يوضح أن المجتمع له حق المشاركة في ما يمتلكه المسلم. وفي الإسلام تعتبر منظمات الأعمال مؤسسة بشرية، وهي جزء من الأمة الإسلامية. وبالتالي، يجب أن تبنى المنظمات على نظرة أوسع للمسؤولية الاجتماعية.

والمسؤولية الاجتماعية للشركات المستمدة من بديهية التوحيد، تدل على ثلاث علاقات هي العلاقة مع الله (حبل من الله)، والعلاقة مع الإنسان (حبل من الناس) وكذلك مع البيئة أو الطبيعة (خليفة الله).

فالعلاقة المسلم بالله (سبحانه وتعالى): هي علاقة محبة وطاعة، وثقة كاملة وتفكر، وسلام وتقدير، وثبات، وخدمة فاعلة. فالواجب على كل مسلم الالتزام بالشريعة الإسلامية بغية تحقيق الفلاح والبركة.

¹ وهبة مقدم، المسؤولية الاجتماعية من منظور الاقتصاد الإسلامي، ورقة علمية مقدمة إلى: الملتقى الدولي الأول: الاقتصاد الإسلامي: الواقع ورهانات المستقبل، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي بغيرداية، يومي 23-24 فيفري 2011، ص8.

أما علاقة الإنسان مع إخوانه من البشر مستوحاة من القيم الأخلاقية الإسلامية مثل الثقة والصدق والحرز والإنصاف واحترام القانون واللفظ والتسامح. وفيما يتعلق بالمنظمات التجارية، يجب على الإدارة احترام الحق المشروع لجميع الأطراف المعنية، مثل المساهمين والموظفين والموردين وكذلك البيئة.

أما علاقة الإنسان بالبيئة، فإن من المنظور الإسلامي البشرية محذر من ارتكاب الأذى في هذا العالم. يجب أن يضمن نشر واستخدام الموارد الطبيعية وعدم إلحاق أي ضرر بالبيئة. إذ يتوقع من رجال الأعمال المسلمين الحفاظ على البيئة وحمايتها. وأشار حنيفة (2002) إلى أن هناك حوالي 500 آية في القرآن تعطي إرشادات حول الأمور المتعلقة بالبيئة وكيفية التعامل معها، مما يشير إلى أن الإسلام يحظى بتقدير كبير للأمور المتعلقة بالحفاظ على البيئة وحمايتها¹.

واخيرا تجدر الإشارة الى أن مبادئ المسؤولية الاجتماعية متجذرة في الإسلام من خلال الآيات القرآنية والأحاديث النبوية فهي فضيلة إسلامية وواجب ديني بحت، فمبدأ التكافل الاجتماعي تتجسد ارقى معاني المسؤولية الاجتماعية في الإسلام.

حصر تعريف شامل للمسؤولية الاجتماعية:

بعد الإطلاع على العديد من التعريفات المتعلقة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية. يمكننا التوصل إلى تعريف شامل مفاده أن المنظمات التجارية تؤدي مسؤولياتها الاجتماعية بالوفاء بالتزاماتها الاقتصادية والقانونية والاجتماعية والأخلاقية والبيئية تجاه أصحاب المصلحة. منهم المساهمون والموظفون والموردون والحكومة والمجتمع، وأطراف اجتماعية فاعلة كمنظمات المجتمع المدني والهيئات الحكومية.

فالمنظمات التجارية تؤدي الالتزامات الاقتصادية بغية الربح المادي وهو الهدف الرئيسي من انشائها، وتفي بالتزامات القانونية كدفع الضرائب وضمان حقوق العمال تقاديا للملاحقة القضائية. وتبقى الالتزامات الاجتماعية في سياق الأعمال الطوعية التي تستمد بشكل أساسي من ثقافة المنظمة ودرجة وعيها بمسؤولياتها الاجتماعية.

¹ Rusnah Muhamad, Mohd. Edil Abd. Sukor, Mohd Rizal, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: AN ISLAMIC PERSPECTIVE, Journal of Accounting Perspectives, Vol. 1, December 2008, p 49.

المطلب الثالث: المسؤولية الاجتماعية والمفاهيم القريبة منها:
 اولاً: المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال :

في الستينيات، كان هناك تحول في المصطلحات من المسؤولية الاجتماعية للأعمال إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات. أصبحت فكرة أن المنظمات القوية يجب أن تكون مسؤولة أمام المجتمع وإلا تفقد قيمها الأخلاقية، وخاصة بعد أن بدأت قضية أخلاقيات العمل في أواخر السبعينيات تاخذ اهتمام المفكرين، وأعرب بعض العلماء البارزين، مثل وليام سي فريدريك (1960 ، 1986) عن رأيهم. بالاهتمام بمسؤولية الأعمال والدعوة إلى الأساس الأخلاقي المعياري للمسؤولية الاجتماعية للشركات. تتمثل إحدى وجهات نظره فيما يلي: "المسؤولية الاجتماعية في التحليل النهائي تتضمن موقفًا عامًا تجاه الموارد الاقتصادية والبشرية للمجتمع والاستعداد لرؤية أن هذه الموارد تُستخدم لتحقيق غايات اجتماعية واسعة وليس لمجرد المصالح المقيدة بشكل ضيق للأفراد و الشركات"¹.

وكأحد أقدم مفاهيم الإدارة، فإن أخلاقيات العمل حسب فيلاسكيز هي: (شكل من أشكال الأخلاق التطبيقية. فهو لا يشمل فقط تحليل المعايير الأخلاقية والقيم الأخلاقية، بل يحاول أيضًا تطبيق استنتاجات هذا التحليل على تلك المجموعة المتنوعة من المؤسسات والتقنيات والمعاملات والأنشطة والتي نسميها بالأعمال).

من الواضح في هذا التعريف أن أخلاقيات العمل مرتبطة بالمعايير والقيم الأخلاقية. في هذه المرحلة، من الضروري التساؤل عما إذا كانت الشركات لديها معايير وقيم أخلاقية مثل الأفراد أم لا. أن الشركات لديها واجبات أخلاقية بالمعنى الثانوي. إلى أن تراكم السلوكيات الأخلاقية وغير الأخلاقية للعاملين في الشركة يشكل الصورة العامة لأخلاقيات العمل لتلك الشركة. هذا هو السبب في أن الشركات تقدم الآن مدونات أو قواعد سلوك أخلاقية وتتوقع من العمال على جميع المستويات الامتثال لهذه القواعد عندما يتخذون قرارًا كجزء من وظائفهم. على سبيل المثال، وفقًا لمدونة قواعد السلوك في Facebook، لا يُسمح للموظفين بقبول أي هدايا ذات قيمة كبيرة من الشركاء. وبالتالي، يقدم هذا الرمز فكرة عما هو صواب وما هو خطأ في مكاتب Facebook. نتيجة لذلك، لا ترتبط أخلاقيات العمل

¹ Maria Yevdokimova, Victor Zamlinskyi, Eduard Kuznietsov, Olena Sakovska, Hatsko Anatolii, Evolution of social responsibility applied to the concept of sustainable development: mainstream of the 20 th century, Journal of Security and Sustainability Issues 8, 2018 September, p 71.

بكونها التزامات أخلاقية جماعية تجاه أصحاب المصلحة، ولكن ترتبط بالسلوكيات الأخلاقية المتوقعة من الموظفين¹.

ومنه يمكن التأكيد على أن "هناك تداخلا كبيرا بين المفهومين. وبالتحديد في بدايات ممارسة شكل من أشكال المسؤولية الاجتماعية منذ الثورة الصناعية وبدايات القرن العشرين داخل المصانع. ومن خلال الاهتمام بظروف وبيئة العمل ونوعيتها. وهكذا وبعد السبعينات أصبح للمسؤولية الاجتماعية بعد أخلاقي جعلها تتداخل مع أخلاقيات الإدارة عموماً"².

ولكن بالرغم من أن المسؤولية الاجتماعية تحمل بعداً أخلاقياً، إلا أن تطور هذا المفهوم يبقى مقيد بالنموذج الاقتصادي القائم على الكفاءة وتعظيم الربح، والمصلحة الذاتية البحتة التي لم تعد قادرة بأشكالها القديمة على مجارة التطور في المفاهيم والممارسات الجديدة. فقد أصبح نموذجاً للمصلحة الذاتية المستتيرة، والأكثر توازناً، ويتبين هذا التحليل من خلال³:

- قد يؤدي انتهاك المسؤولية الاجتماعية إلى متابعات قضائية. لذلك، فإن التكلفة تتحملها المنظمة.
- المسؤولية الاجتماعية هي نتاج تحليل معقول للعائدات في ظل ظروف جيدة.
- يُظهر التحليل الاقتصادي لمنظمات الأعمال أن المسؤولية الاجتماعية قد جلبت مكافآت للشركة. هذه طريقة فعالة لتعزيز سمعة الشركة وتحسين صورتها للمستهلكين.
- يستند "القانون الحديدي للمسؤولية الاجتماعية" إلى التزامات تشريعية ضمنية، تتطلب من المنظمات الوفاء بمسؤولياتها الاجتماعية. إذا لم يتم تطبيقها، فإن القانون يفرضها عليها. لذلك، فإن تحمل المسؤولية الاجتماعية يمنع المنظمة من أن تنقل كاهلها بالقوانين الحالية والالتزامات بالقوانين الجديدة.

¹ Eyüp Aygün Tayşir and Yener Pazarcık, Business ethics, social responsibility and corporate governance: Does the strategic management field really care about these concepts?, 9th International Strategic Management Conference, marmara university; turkey, Procedia - Social and Behavioral Sciences 99 (2013), p 296.

² ليث سعد الله حسين وريم سعد الجميل، المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين وانعكاسها على أخلاقيات العمل (دراسة لآراء عينة من منتسبي بعض مستشفيات مدينة الموصل)، بحث علمي مقدم إلى المؤتمر العلمي الثالث، "إدارة منظمات الأعمال: التحديات العالمية المعاصرة"، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن، 27 - 29 افريل 2009، ص 11.

³ نجم عبود نجم، أخلاقيات الإدارة ومسؤوليات الأعمال في شركات الأعمال، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط 1، ص ص 217-218.

ثانيا: المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة:

لطالما كان البحث عن توازن بين حماية البيئة والتنمية الاقتصادية والاجتماعية في قلب الاهتمامات والتفكير البشري. ففي الخمسينيات من القرن الماضي، نشر الاتحاد الدولي للحفاظ على الطبيعة (IUCN) أول تقرير له عن حالة البيئة في العالم. و تعلق التقرير بالبحث عن المصالحة بين الاقتصاد والبيئة.

وبمساعدة العديد من الباحثين في ماساتشوستس، كلف معهد التكنولوجيا في عام 1972 بإعداد تقرير أظهر أنه "في عالم من الموارد الطبيعية المحدودة، سيؤدي النموذج الاقتصادي القائم الى نمو غير محدود وإلى انهيار المجتمعات". وفي العام نفسه، نظمت الأمم المتحدة مؤتمرها حول البيئة البشرية في ستوكهولم، وكان الهدف منه دراسة الروابط بين البيئة والتنمية. وأدى هذا المؤتمر إلى إنشاء برنامج الأمم المتحدة المعني بالبيئة والتنمية (UNEP)، بالإضافة إلى برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP)¹.

كانت الثمانينيات أكثر قتامة حيث شهد الجمهور في ذلك الوقت زيادة في الفقر، وكذلك التلوث الذي أظهر الحاجة الملحة للتضامن الدولي من أجل الإنسان والمجتمع والبيئة. واستجابة لهذه المخاوف، أشارت اللجنة العالمية للبيئة والتنمية (WCED)، لأول مرة في عام 1987 في تقرير بعنوان "مستقبلنا المشترك" إلى مصطلح "التنمية المستدامة". هذا الأخير الذي عرفته لجنة برونتلاند (أو تقرير برونتلاند الذي سمي على اسم رئيس اللجنة النرويجي جرو هارلم برونتلاند) الذي عرّف التنمية المستدامة على أنها "تنمية تسعى جاهدة لتلبية احتياجات الحاضر، دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على الاستجابة لقدراتهم"².

بعبارة أخرى، يجب ألا تكون التنمية المستدامة قصيرة الأجل ولكن بل يجب أن يكون لها أهداف طويلة الأجل. يمكن تصنيف فكرة الاستدامة وفقاً لمفهوم ثلاثي الأبعاد، أي اقتصادي واجتماعي

¹ Donella H. Meadows, Dennis L. Meadows, Jorgen Randers, William W. Behrens Ill. «The Limits of Growth: A Report for the Club of Rome's Project in the Predicament of Mankind». 1972. Universe Books. NEW YORK, USA. p 205.

² Gro Harlem Brundtland, Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future, Brundtland Report, Oslo, 20 March 1987, P 16.

وبيئي. بالإضافة إلى ذلك، يجب علينا ضمان النمو الاقتصادي والاجتماعي مع احترام البيئة التي نعمل فيها¹:

الا ان الأمم المتحدة عقدت قمة الأمم المتحدة للتنمية المستدامة لعام 2015، اعتمدت خمسة ابعاد جديدة في اطار خطتها 2030 بخمسة ابعاد وهي: الناس، والازدهار، والكوكب، والشراكة، والسلام، والمعروف أيضًا باسم (P5). يُنظر إليه من خلال ثلاثة عناصر أساسية وهي: الإدماج الاجتماعي والنمو الاقتصادي وحماية البيئة. وبهذا اتخذ مفهوم التنمية المستدامة معنى أكثر ثراءً مع اعتماد خطة عام 2030، من خلال إضافة مكونين حاسمين : الشراكة والسلام². (انظر الشكل 04)

الشكل رقم (04): ابعاد التنمية المستدامة الجديدة في اطار خطة 2030 للأمم المتحدة:



وهذه الأبعاد الخمسة تسترشد بقرارات سياسة التنمية. وهذا يعني أنه لكي يكون التدخل الإنمائي مستدامًا ، يجب أن يأخذ في الاعتبار العواقب الاجتماعية والاقتصادية والبيئية التي يولدها، ويؤدي إلى خيارات واعية من حيث المفاضلات والتآزر والعوائد التي يخلقها. بالإضافة إلى ذلك، يحتاج صانعو السياسات إلى ضمان تطوير أي مساهمة ومتابعتها مع الشراكات ذات الصلة والاستفادة من وسائل التنفيذ المناسبة.

¹ ناصر مراد، التنمية المستدامة وتحدياتها في الجزائر، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد 46، مصر، 2009، ص 107.

² UN, Knowledge Centre for Sustainable Development, The 2030 Agenda for Sustainable Development Bonn, Germany, 2015. Viewed on 18/12/2020 at 8:30 <http://bit.ly/SDPrENG>

ومع ذلك، تبقى إحدى الصعوبات، وهي كيفية ضمان التوازن في تحقيق هذه الأهداف. فقد كان دائماً إشكالية بالنسبة لمعظم الجهات الفاعلة في التنمية.

أما من ناحية مفهومي التنمية المستدامة والمسؤولية الاجتماعية فيصعب التمييز بينهما فهما جد متقاربان، إذ تعتبر المسؤولية الاجتماعية شكلاً من أشكال المساهمة في التنمية المستدامة. إذ تعتبر جل متطلبات التنمية المستدامة يتم تطبيقها في المسؤولية الاجتماعية. أما الفرق بينهما فهو التنمية المستدامة تعنى بها: الدولة، قطاع الأعمال، المجتمع المدني، المواطنين، المستهلكين. أما المسؤولية الاجتماعية فتعنى بها منظمات الأعمال فقط.

ثالثاً: المسؤولية الاجتماعية وحوكمة المؤسسات:

كان مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، في البداية، مقتصرًا على مجال الأعمال الخيرية فقط. ومع ذلك، شهد هذا المفهوم تحولاً أساسياً من النموذج القائم على العمل الخيري إلى نموذج قائم على مشاركة أصحاب المصلحة. علاوة على ذلك، تم دمج المسؤولية الاجتماعية للشركات تدريجياً في ممارسات حوكمة الشركات. تركز كل من حوكمة الشركات والمسؤولية الاجتماعية للشركات على الممارسات الأخلاقية في الأعمال التجارية واستجابة المؤسسة لأصحاب المصلحة والبيئة التي تعمل فيها. تؤدي حوكمة الشركات والمسؤولية الاجتماعية للشركات إلى صورة أفضل للمؤسسة وتؤثر بشكل مباشر على أداء المؤسسة.

ومن الجدير بالذكر هنا أن الشفافية والإفصاح والاستدامة والسلوك الأخلاقي هي موضوع مركزي في كل من المسؤولية الاجتماعية للشركات وحوكمة الشركات. علاوة على ذلك، فإن المسؤولية الاجتماعية للشركات تستند إلى مفهوم الحوكمة الذاتية المرتبط بالآلية القانونية والتنظيمية الخارجية، في حين أن حوكمة الشركات هي أوسع آلية رقابة تتخذ من خلالها الشركة قراراتها الإدارية. علاوة على ذلك، فإن أهداف ومزايا المسؤولية الاجتماعية للشركات وحوكمة الشركات متشابهة في طبيعتها، نذكر منها¹:

¹ D.P.Verma1 Raj Kumar, Relationship between Corporate Social Responsibility and Corporate Governance, Journal of Business and Management, Volume 2, Issue 3 (July-Aug. 2012), PP 24-26.

• إعادة بناء الثقة العامة من خلال زيادة الشفافية في تقاريرها المالية وغير المالية وبالتالي زيادة قيمة المساهمين.

• ترسيخ سمعة العلامة التجارية القوية للشركة.

• إجراء تحسينات جوهرية في علاقتها مع مختلف أصحاب المصلحة.

• المساهمة في تنمية المنطقة والمجتمع المحيط بمنطقة عملها

• معالجة اهتمامات مختلف أصحاب المصلحة بطريقة متوازنة للحفاظ على مركز قوي في السوق.

في كثير من الأحيان يتم الخلط بين تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات وحوكمة الشركات، لكن كليهما مرتبط بممارسات إدارة الشركة، وبالتالي يطرح سؤال ما إذا كانت المسؤولية الاجتماعية للشركات جزءاً من حوكمة الشركات أو العكس. ومن المعروف أن المسؤولية الاجتماعية للشركات مبنية على مبادئ التنظيم الذاتي المرتبطة بالإدارة الداخلية والخارجية للشركة. من ناحية أخرى، يشير مصطلح "حوكمة الشركات" إلى فكرة حوكمة الشركة وقضايا الإدارة. لذا فإن الفهم الواضح لمفهوم حوكمة الشركات وطبيعتها يعد أمراً بالغ الأهمية من أجل توضيح العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وحوكمة الشركات.

وفقاً لما تقدم، فإن الحوكمة تنطوي على سلوك مجلس الإدارة والعلاقة بين مجلس الإدارة والإدارة والمساهمين. والشفافية في اتخاذ قرارات الشركة والمساءلة أمام المساهمين هي نقاط أساسية فيها، ان حوكمة الشركات هي نظرية واسعة تتعلق بمواءمة مصالح الإدارة والمساهمين¹.

يعرفها آرثر ليفيت (Arthur Levitt) على أنها العلاقة بين المستثمر وفريق الإدارة ومجلس إدارة الشركة. وتهتم حوكمة الشركات بالحفاظ على التوازن بين الهدف الاقتصادي والاجتماعي. وتؤدي أهمية للاستخدام الفعال للموارد وتتطلب الحفاظ على تلك الموارد والإشراف عليها². اما عن

¹ Grant, G.H, "The Evolution of Corporate Governance and its impact on modern corporate America", (1 November 2003) Volume 41 Issue 9, Management Decision, p 923,925.

² Ahmmed, Momtaz Uddin amd Mohammad Abu Eusuf, "Corporate Governance: Bangladesh Perspective" (Nov.-Dec. 2005) 33: 6 The Cost and Management 18, p 19.

مرتكزات حوكمة الشركات فهي ثلاث (السلوك الأخلاقي، تفعيل دور أصحاب المصلحة، إدارة المخاطر)¹.

بالإضافة الى ان منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية حددت ستة معايير دولية لتطبيق الحوكمة وهي²:

1. **ضمان وجود أساس لإطار فعال للحوكمة:** يجب أن يتضمن إطار الحوكمة تعزيز شفافية الأسواق وكفاءتها، وأن يتناسق مع القانون، وأن يقسم بوضوح المسؤوليات بين السلطات المختلفة.
2. **حفظ حقوق المساهمين:** وتشمل نقل ملكية الأسهم، واختيار مجلس الإدارة، والحصول على عائد في الأرباح، ومراجعة القوائم المالية، وحق المساهمين في المشاركة في اجتماعات الجمعية العامة.
3. **المتساوية بين جميع المساهمين:** وتعنى المساواة بين حملة الأسهم داخل كل فئة، وحقهم في الدفاع عن حقوقهم القانونية، والتصويت في الجمعية العامة، وحمايتهم، وحقهم في الإطلاع على المعاملات مع أعضاء مجلس الإدارة أو المديرين التنفيذيين.
4. **مسؤوليات مجلس الإدارة:** وتشمل هيكل مجلس الإدارة وواجباته القانونية، وكيفية اختيار أعضائه ومهامه الأساسية، ودوره في الإشراف على الإدارة التنفيذية.
5. **دور أصحاب المصالح في ممارسة سلطات الإدارة:** تشمل احترام حقوقهم القانونية، والتعويض عن أي انتهاك لتلك الحقوق، و مشاركتهم في الرقابة على الشركة، وحصولهم على المعلومات المطلوبة.
6. **الإفصاح والشفافية:** وتتناول الإفصاح عن المعلومات الهامة وعن ملكية النسبة العظمى من الأسهم، والإفصاح المتعلق بأعضاء مجلس الإدارة والمديرين التنفيذيين.

واخيرا يمكن القول بان لكل منهما معايير وقواعد خاصة. 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

¹ طارق عبد العال حماد، حوكمة الشركات (المفاهيم، المبادئ، التجارب "تطبيقات الحوكمة في المصارف")، الدار الجامعية، مصر، بدون رقم طبعة، 2005، ص 3.

² محمد حسن يوسف، محددات الحوكمة ومعاييرها مع إشارة خاصة لنمط تطبيقها في مصر، طبع بنك الاستثمار القومي، مصر، بدون رقم طبعة، 2007، ص ص 8-9.

قضية تابعة للحكومة، فيما يرى فريق آخر أن الحوكمة الجيدة هي من مكونات المسؤولية الاجتماعية¹.

رابعاً: المسؤولية الاجتماعية ومواطنة المؤسسات:

من أجل أن تكون المنظمة في منظور المجتمع مواطناً صالحاً، يجب أن تسعى ليس فقط لتحقيق المصالح المالية لمساهميها. بل يجب أن تركز على مصالح الأطراف المستفيدين الآخرين، وذلك بالمشاركة الفعالة في البرامج التعليمية والالتزام بحماية البيئة، والمشاركة من أجل تحسين ظروف المجتمعات. إلى جانب التقيد بمبدأ الشفافية والمسؤولية. وانتهاج الجودة العالية في إنتاج السلع والخدمات، كما يجب أن تصبح جزءاً من ثقافة المنظمة².

وبالتأكيد على مدلول التعريفين يتبين لنا انهما متطابقين من ناحية المعنى والمكون فمفهوم المواطنة والمسؤولية الاجتماعية قريبان جداً إلى درجة التطابق، وغالباً ما يستعمل المصطلحان للدلالة على نفس الفكرة.

الخلاصة:

وختاماً يمكننا القول بأن المسؤولية الاجتماعية هي مفهوم جديد نسبياً، حيث يتم تعريفها على أنها مجموعة من الالتزامات الأخلاقية أو المعنوية التي تعهدت بها المؤسسات طواعيتاً لدعم النمو الاجتماعي والاقتصادي للبلد، أو تحقيق التقدم الاجتماعي، أو المساهمة في حماية البيئة. على الرغم من أنها لا ترافقها التزامات قانونية، إلا أن أهميتها تتبع من مقدار الفوائد التي يمكن أن تحققها، سواء للمؤسسات أو أصحاب المصلحة أو المجتمع ككل. ولا يقتصر مفهوم المسؤولية الاجتماعية على المساعدات الخيرية، بل يشمل أيضاً جوانب أخرى. على سبيل المثال، المساعدة في حل المشكلات الاجتماعية مثل البطالة وتدهور مستويات المعيشة، أو تحسين الأداء الاقتصادي المحلي، أو في الجانب البيئي مثل حماية البيئة من التلوث وحماية الموارد الطبيعية.

¹ هاني الحوراني، ، حاكمية الشركات ومسؤولياتها الاجتماعية في ضوء الازمة الاقتصادية العالمية الراهنة، ورقة مقدمة إلى المؤتمر الثاني حول مواطنة الشركات والمسؤولية الاجتماعية، مركز دراسات وبحوث السوق والمستهلك، اليمن، صنعاء، 24-25 جوان 2009، ص 19.

² جون سوليفان وألكسندر شكولنيكوف وجوش ليتشمان، مواطنة الشركات (مفهوم المواطنة وتطبيقاتها في مجال الأعمال)، مركز المشروعات الدولية الخاصة، تقرير رقم 410 بتاريخ 2004/12/27، ص 8.

المبحث الثاني: المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في ضوء النظرية

المطلب الاول : أهم النظريات الإدارية المفسرة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية

تمهيد:

تستند النظريات المفسرة للمسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل أساسي على التيارات التعاقدية والاجتماعية والمؤسسية الجديدة. فهي تتساءل بشكل خاص عن التوافق بين المنطق التجاري وهدف الربح الذي تتأسس عليه العقلانية الاقتصادية للشركات والاهتمامات المجتمعية مثل التنمية المستدامة، والمساواة بين الأجيال، حتى وإن كانت مناقضة لمنطق ريادة الأعمال.

بعبارة أخرى، تتأرجح الأسس النظرية بين قطبين متعارضين. فمن ناحية، ترفض النظريات الكلاسيكية الجديدة، التي تستند إلى كفاءة الأسواق، أي فكرة عن المسؤولية الاجتماعية للشركات بخلاف تحقيق الربح لمساهميها. ومن ناحية أخرى، فإن النظريات التي تركز على المبدأ الغائي نجدها تؤكد أن هناك مسؤولية أخلاقية على صانعي القرار تجاه الأجيال القادمة واتجاه عدد كبير من المشاكل المجتمعية¹.

من بين النظريات، يمكننا التمييز بين ثلاثة تيارات وهي:².

- تيار "أخلاقيات العمل": الذي يعتبر أن الشركة يجب أن تتصرف بطريقة مسؤولة اجتماعيًا لأن من واجبها الأخلاقي القيام بذلك، إذ ينسب إلى الشركة مكانة الفاعل الأخلاقي القادر على التمييز بين الخير والشر بالقياس مع الإنسان، إذ هو نهج أخلاقي ومعياري.

- تيار "ريادة الأعمال والمجتمع" أو المجتمع التعاقدية: الذي يعتبر أنه لا يوجد فصل بين الشركة والمجتمع وأن الاثنين مترابطان ينظمان بعضهما البعض من خلال تفاعلاتهم المستمرة. الشركة جزء لا يتجزأ من المجتمع، تحافظ معه على علاقات ليست فقط تجارية، والنتيجة هي عقد اجتماعي

¹ Capron M. (2003), « L'économie éthique privée- La responsabilité des entreprises à l'épreuve de l'humanisation de la mondialisation », Economie Ethique, n°7, p 11.

² C. Gendron, « Enjeux sociaux et représentation de l'entreprise », Revue du MAUSS, n° 15, 2000, Paris France, p 320-326.

بين الشركة والمجتمع، ينتج عنه رقابة اجتماعية من جانب المجتمع والذي يمكنه دائماً معاقبة الشركة "الغير مطيعة". بحيث تنحصر أهداف الشركة في تقاطع المنطق الاقتصادي والمنطق المجتمعي.

- تيار "إدارة القضايا الاجتماعية" أو التيار الاستراتيجي النفعي الذي يقترح تزويد المديرين بأدوات لتحسين أداء الشركات، مع مراعاة التوقعات التي تعبر عنها مختلف الجهات الفاعلة في المجتمع. يقدم هذا التيار منظور جديداً للبيئة لم يعد اقتصادياً فحسب، بل أيضاً اجتماعياً سياسياً: إنه يوسع مجال الفاعلين وأفق القرارات ويعيد تعقيد الإدارة، ولكنه لا يغير النموذج بشكل أساسي.

في الواقع، هذه التيارات الثلاثة ليست متعارضة بل تعزز بعضها البعض، إنهم يشاركون فكرة أن نشاط الشركة يجب أن يكون جزءاً من المصلحة العامة وأن ما هو جيد للشركة مفيد أيضاً للمجتمع. ومع ذلك، فإن المنهج "الأخلاقي" وحده لا يكفي لإلقاء الضوء على السلوك الاستراتيجي للشركات في المجال المجتمعي لأنه لا يسمح لنا بفهم الدوافع الكامنة وراء سلوك الشركات. يمكننا أيضاً اعتبار أن استغلال مجال الأخلاق كأداة هو جزء من "اقتصار الأخلاق" الذي يخطط بين الخير والمفيد

نظرية المساهم (النظرية النيوكلاسيكية) (The Shareholder module):

وفقاً للنظرية النيوليبرالية التقليدية، دار الجدل حول الشركة وأدائها، في حين تم تهميش السياق الأكبر الذي تعمل فيه. فبالنسبة النيوليبرالين التقليديين، ان المديرين لديهم الحق في تبني استراتيجيات تتضمن المسؤولية الاجتماعية للشركات، ولكن فقط عندما تتضمن خلق مزايا مالية. فهم يعتقدون أن تنفيذ السياسات المتعلقة بالتنمية المستدامة يعني إنفاق أموال المساهمين لتحقيق المنفعة الجماعية لتحسين الرفاهية الاجتماعية، يمثل هذا التيار النظري الجانب الذي يرجع بعائد ربحي من المسؤولية الاجتماعية للشركات لاغير.

في عام 1970، اقتبس الاقتصادي ميلتون فريدمان، الحائز على جائزة نوبل الحادية والثلاثين، كتابه الخاص وقال: "لدى الشركة مسؤولية اجتماعية واحدة فقط - وهي استخدام مواردها والانخراط

في الأنشطة التي يمكن أن تزيد من أرباحها، بشرط احترام قواعد اللعبة فقط، أي الدخول في منافسة حرة ومفتوحة، دون خداع أو احتيال"¹.

كتب فريدمان قائلًا: "عندما أسمع رجال الأعمال يتحدثون ببلاغة عن "المسؤوليات الاجتماعية للأعمال في نظام المشاريع الحرة"، أتذكر السطر الرائع عن الرجل الفرنسي الذي اكتشف في سن السبعين أنه كان يتحدث النثر طوال حياته. يعتقد رجال الأعمال أنهم يدافعون عن المشاريع الحرة عندما يعلنون أن العمل التجاري لا يهتم "فقط" بالربح ولكن أيضًا بالترويج لأهداف "اجتماعية" مرغوبة، إن العمل التجاري له "ضمير اجتماعي" ويتحمل مسؤولياته على محمل الجد في توفير فرص العمل، والقضاء على التمييز، وتجنب التلوث وأي شيء آخر قد يكون شعار المجموعة المعاصرة من الإصلاحيين.

في الواقع هم يبشرون باشتراكية نقية وغير مغشوشة. رجال الأعمال الذين يتحدثون بهذه الطريقة هم دمي للقوى الفكرية التي كانت تعمل على تقويض أسس المجتمع الحر خلال العقود الماضية"².

بعد طرح هذا التفكير، أصبح فريدمان زعيمًا للتيار النيوليبرالي التي تتمثل عقيدتها في "الريح هو المعيار الوحيد لجميع القيم". في كتاب "الرأسمالية والحرية"، انتقد بشدة الاتجاه الجديد لإدراج المسؤولية الاجتماعية في استراتيجية الشركات، وأكد أن المديرين بهذه الطريقة يدمرون أسس مجتمع حر. ووفقًا له، يجب على المديرين التفكير في "جني أكبر قدر ممكن من المال لحملة الأسهم".

¹ Ivana Rodié; responsabilité sociale des entreprises-le développement d'un cadre européen; mémoire présenté pour l'obtention du Diplôme d'études approfondies en études européennes INSTITUT EUROPEEN DE L'UNIVERSITE DE GENEVE, Genève, avril 2007, p: 17.

² Milton FRIEDMAN, «The social responsibility of business is to increase its profits», New York Times Magazine, 13 september 1970, p 1.

نظرية أصحاب المصلحة (The stakeholder module):

تعتبر نظرية أصحاب المصلحة اليوم النظرية الأكثر استخدامًا من قبل الباحثين وكذلك من قبل الجهات الفاعلة في الشركات، لأنها ساهمت بشكل واضح في تطوير مفهوم المسؤولية الاجتماعية. ويعتبر ادوارد فريمان المنظر البارز لهذه النظرية. والذي بدوره يعرف أصحاب المصلحة بأنهم "كل فرد أو مجموعة من الأفراد بإمكانهم التأثير أو التأثير بانجاز المنظمة لأهدافها".¹

يضع رواد هذه النظرية الشركة في قلب مجموعة من العلاقات مع الشركاء الذين لم يعودوا مجرد مساهمين، وإنما أصحاب المصالح المهممين أو المتأثرين بأنشطة وقرارات الشركة. يقدم الشركة على أنها "كوكبة" من المصالح التعاونية أو المتنافسة. ويأتي أصحاب المصلحة على أنماط مختلفة. نذكرها على النحو التالي:²

- أصحاب المصلحة الأساسيون: وهم المشاركون بشكل مباشر في العملية الاقتصادية ولديهم عقد صريح مع الشركة: كالمساهمون والموظفون والعملاء والموردون، إلخ
- أصحاب المصلحة الثانويون: الذين لديهم علاقات تطوعية مع الشركة في إطار عقد ضمني أو أخلاقي: كجمعية السكان المحليين، السلطات المحلية، المنظمات غير الحكومية،... إلخ
- أصحاب المصلحة الداخليون أو الخارجيون
- الجهات الفاعلة، ومقدمي الموارد.

أما أصحاب المصلحة فيحددون حسب اهدافهم من المؤسسة وحاجتهم اليها والجدول التالي يوضح كل صاحب مصلحة وتطلعاته التي تلتزم المنظمة المسؤولة اجتماعيا بأدائها³:

¹ Bruno Boidin et Nicolas Postel et Sandrine Rousseau, La responsabilité sociale des entreprises une perspective institutionnaliste, Presses universitaires du Septentrion, France, 2009, p:99.

² Capron M. (2003), « L'économie... », Op.Cit., p 14.

³ بابا عبد القادر ووهيبة مقدم، المسؤولية الاجتماعية ميزة إستراتيجية خالقة للقيمة -حالة شركة سوناطراك، مجلة الاقتصاد والمناجنت، مطبوعات كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2008، ص 423.

الجدول(03): أصحاب المصلحة وأهم أهدافهم

صاحب المصلحة	الأهداف
الإدارة العليا	الحاكمية، ثقافة المؤسسة، الاستراتيجيات، الكفاءة والأداء والاجور
الملاك/ المساهمون	الربح، قيمة السهم في البورصة، المعلومات، الاستراتيجيات
الزبائن	خصائص المنتج، نوعية الخدمة، احترام ثقافة الزبون
الحكومة	ضمان التموينات، أمن المجتمع، السيادة، الاستقلال في مجال الطاقة، احترام القوانين، دفع الضرائب
المجتمع المحلي	الآثار البيئية و الاجتماعية، التوظيف، دفع الرسوم، المساهمة المالية...
العمال	الأجر، الأمن الوظيفي، ظروف العمل، الرضا الوظيفي...
النقابات	التفاوض، الاجور، ظروف العمل، الامن من حوادث العمل
الموردون	سعر و حجم الشراء، الاستمرارية، الشراكة...
البنوك	أنظمة الدفع و مرونتها، إمكانية الإقراض
المستثمرون	معلومات حول السيولة و قابلية الاسترداد...
شركات التأمين	مستوى التعاون مع المؤسسة في مجال التأمينات

نظرية الاعتماد على الموارد:

تشير نظرية الاعتماد على الموارد والمرتبطة بأعمال (Pfeffer & Salancik 1978) إلى أن المنظمات تعتمد على محيطها لضمان تدفق الموارد الحيوية من أجل بقائها. ومن ثم، يجب على المنظمات تلبية مطالب أولئك الموجودين في بيئتهم التي توفر الموارد لاستمرار بقائهم. على الرغم من أن نظرية الاعتماد على الموارد قد صيغت في الأصل لفهم العلاقات بين المنظمات وبين الوحدات داخل المنظمات، فقد وجد أن النظرية قابلة للتطبيق بسهولة على العلاقات بين الشركات وأنواع مختلفة من المؤسسات والجهات الفاعلة.

نظرًا لأن المنظمات تعتمد على العديد من الجهات الفاعلة المختلفة التي يمكنها وضع مطالب اجتماعية على الشركة ولا يمكن للشركة تلبية جميع المطالب، تتوقع نظرية الاعتماد على الموارد أن الشركة ستولي المزيد من الاهتمام بالجهات الاجتماعية الفاعلة التي تتحكم في الموارد الحيوية، والتي

يمكن أن تفسر، على سبيل المثال: لماذا تستثمر شركات الموارد الطبيعية التي تعتمد بشكل كبير على المجتمعات المحلية الريفية في البلدان النامية في مبادرات التنمية المحلية في الصحة والتعليم. على العكس من ذلك، تختار مجموعات الضغط الناشطة مثل المنظمات البيئية غير الحكومية أنواعًا مختلفة من الإستراتيجيات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات للتأثير على الشركة اعتمادًا على قوتها النسبية تجاه الشركة وعلاقة الترابط مع الشركة.

من هنا تسلط نظرية الاعتماد على الموارد الضوء على دور مجلس الإدارة في ضمان تدفق الموارد الهامة (المعرفة أو العلاقات الشخصية أو الشرعية) إلى الشركة، وقد وجدنا العديد من دراسات نظرية الاعتماد على الموارد الحديثة في استطلاعنا الذي يركز على الدور من المجلس. على سبيل المثال، وجد هافسي وتورجوت أن تنوع مجلس الإدارة له تأثير إيجابي على الأداء الاجتماعي للشركة، ووجد فيليرز أن الأداء البيئي أعلى في الشركات التي لديها مجالس إدارة أكبر، وتمثيل أكبر للمديرين التنفيذيين النشطين في مجلس الإدارة، والمزيد من الخبراء القانونيين في مجلس الإدارة.

نظرًا للأهمية البالغة للتفاعلات التي تحدث بين المنظمة والمجموعات والهيئات الأخرى والتي تسمح بتدفق الموارد، فقد وجدت نظرية الاعتماد على الموارد أن التفاعلات مع المجموعات الخارجية المهمة تساعد على تحسين الأداء البيئي للشركة. على سبيل المثال، وجدت كل من (Kassinis & Vafeas) أن الشركات التي تعتمد بشكل أكبر على مجتمعها المحلي تظهر أداءً بيئيًا أفضل في هذا المجتمع، بينما ربط (Ramanathan) التحسينات في الأداء البيئي بضغط أصحاب المصلحة والضغط الاقتصادي وكذلك اللوائح البيئية.¹

نظرية الوكالة:

تحلل نظرية الوكالة العلاقة بين "المديرين" (الأشخاص أو المنظمات الذين يوظفون طرفًا آخر للقيام بعمل معين) و "الوكلاء" (أولئك الذين يقومون بهذا العمل). بعد الدراسة الأساسية التي أجراها (Berle & Means) سنة 1932، تم تطبيق نظرية الوكالة بشكل متكرر على العلاقة بين ومديري ومسيرري الشركات الكبيرة المملوكة للقطاع العام بالوكالة. تتناول نظرية الوكالة "مشكلة الوكالة"

¹ JeRdrzej George Frynas and Camila Yamahaki, Corporate social responsibility: review and roadmap of theoretical perspectives, Business Ethics: A European Review, Volume 25 Number 3 July 2016, John Wiley & Sons Ltd, Oxford UK, p 268-267.

التي قد تنشأ نتيجة تضارب المصالح بين المديرين والوكلاء أو عدم قدرة المدير على المراقبة الفعالة لسلوك الوكيل، وكيف يمكن التغلب على مشكلة الوكالة هذه من خلال آليات الحوكمة المختلفة.

بالإشارة إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات ، يمكن القول إن فريدمان (1962) كان من المنظرين الأوائل لنظرية الوكالة بالقول إن المسؤولية الاجتماعية للشركات تمثل سلوكاً يخدم مصالح المديرين (الوكلاء) الذين يضر سعيهم لتحقيق الأهداف الاجتماعية والبيئية في نهاية المطاف بالمساهمين (المديرين) من خلال تحقيق أرباح أقل.

على سبيل المثال، وجد (Galaskiewicz) أن الرؤساء التنفيذيين يستخدمون إستراتيجية العمل الخيري للحصول على الموافقة والاحترام من نخب الأعمال المحلية. كما أكد (Atkinson and Galaskiewicz) أن حصة الملكية والعمل الخيري للشركات يرتبطان ارتباطاً سلبياً: فكلما ارتفعت النسبة المئوية للأسهم المملوكة من قبل الرئيس التنفيذي، كانت مدفوعة بالأرباح، وبالتالي، قلت مساهمة الشركة في القضايا الخيرية.

تواصلت الدراسات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، وبحثت بشكل تجريبي العلاقة بين تصنيفات المسؤولية الاجتماعية للشركات وهياكل ملكيتها، بحجة أن المديرين يميلون إلى "الإفراط في الاستثمار" في المسؤولية الاجتماعية للشركات للحصول على مزايا السمعة الجيدة. في المقابل، اعتبرت عدد من الدراسات الحديثة على سبيل المثال دراسة كل من (Berrone and Gomez-Mejia ، 2009) و (Bear وآخرون، 2010) أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تساعد على الأداء المالي وغير المالي، أما (Oh and al، 2011) فقد وجد أن المساهمين المؤسسيين الكبار والمستثمرين الأجانب ذوي التوجه طويل الأمد يدعمون مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات، مما يشير إلى أن هؤلاء المستثمرين يفضلون الاستثمار في الشركات المسؤولة لتجنب المخاطر المالية. تستخدم دراسات المسؤولية الاجتماعية للشركات المختلفة من منظور الوكالة البيانات على مستوى الشركة - بدلاً من البيانات على المستوى الفردي.

ونظراً للدور الرئيسي للمديرين التنفيذيين وأعضاء مجلس الإدارة كوكلاء، فإن العديد من دراسات نظرية الوكالة تبحث على وجه التحديد في دور الرؤساء التنفيذيين وأعضاء مجلس الإدارة في وضع استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية للشركات.

من بين هاته الدراسات نجد دراسة (McGuire and al، 2003) و (Deckop and al، 2006) و (Berrone and al، 2010) التي سعت لفحص العلاقة بين تعويض الرئيس التنفيذي ومستوى أداء المسؤولية الاجتماعية للشركات، كذلك دراسة (Wang and Coffey، 2012) و (Bear and al، 2010) و (Chin and al، 2013) والتي حققت في كيفية تأثير الخصائص الفردية لأعضاء مجلس الإدارة والمديرين التنفيذيين على اتخاذ القرارات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات¹.

نظرية العقد الاجتماعي:

الفكرة الرئيسية لنظرية العقد الاجتماعي هي كيفية ربط المنظمات بالمجتمع. وفقاً لهذه النظرية، يجب على الشركة أن تتصرف بمسؤولية، ليس من أجل مصلحتها التجارية فقط، ولكن لأنها جزء من الرؤية العامة لوظيفة الشركة المتوقعة ضمناً من قبل المجتمع، بالإضافة إلى ذلك، وفقاً لنموذج العقد الاجتماعي، تعتبر المنظمة مؤسسة اجتماعية ويجب أن تشارك مع الهياكل الاجتماعية الأخرى مثل الأسرة ونظام التعليم والمؤسسات الدينية للمساعدة في تحسين الحياة والاستجابة لاحتياجات المجتمع.

من جهته يضيف (لانتوس) يتعلق العقد الاجتماعي للشركة بالالتزامات المجتمعية غير المباشرة للشركة ويشبه "العقد الاجتماعي" بين المواطنين والحكومة الذي يناقشه الفلاسفة العقد الذي يحدد الالتزامات المتبادلة للمواطن والدولة. في الأصل، كان هذا العقد الاجتماعي يركز فقط على المسؤوليات الاقتصادية، حيث كانت المسؤولية الاجتماعية للشركات هي تعظيم الأرباح فقط، مع مراعاة قيود القانون. في حين لا تخضع للمساءلة عن الظروف العامة لحياة المجتمعات المحلية.

لكن هذا العقد الاجتماعي الجديد يفترض أن التقدم الاجتماعي يجب أن يكون بالتساوي مع التقدم الاقتصادي. ففي الخمسينيات وخلال الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي، أصبحت فكرة أن الشركات كمنظمات لديها "مسؤولية اجتماعية" والالتزامات تربطها بمجتمع أوسع شائعة، وخاصة عندما أصبحت الشركات الأمريكية حجماً وقوة سريعاً. حيث ظهرت عدة حركات مسؤولة عن هذا الوعي الاجتماعي المتزايد، بما في ذلك الحركة النسوية وأولئك الذين يدافعون عن المعاقين عقلياً وجسدياً للسكان الأصليين والأقليات. كذلك، مثل دعاة حماية البيئة والمستهلك، وأنصار مناهضة الفصل

¹ JeRdrzej George Frynas and Camila Yamahaki, Ibid., p 271-272.

العنصري. مما أدى ذلك إلى تبني الكثير من الجمهور مخاوف هذه المجموعات لأن الأحداث المؤسفة جلبت إدراك أن بعض مصالح المجموعات الخاصة تستحق الاستماع إليها¹.

بعبارة أخرى، المنظمة والمجتمع شركاء على قدم المساواة، ولكل منها مجموعة من الحقوق والواجبات والمسؤوليات المتبادلة. وبالتالي هناك حاجة متبادلة مباشرة وغير مباشرة بين الشركات والمجتمع. بمعنى آخر، تحتاج الشركة إلى دعم مستمر من المجتمع من حيث الموارد البشرية والمادية، بينما يتوقع المجتمع أن تعمل الشركة بطريقة مسؤولة اجتماعيًا، حيث تتحكم الشركات بكميات ضخمة من الموارد الاقتصادية والإنتاجية (التكنولوجيا والتمويل التي قد تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على المجتمع الذي تعمل فيه).

نظرية الشرعية:

يعرّف (Suchman) الشرعية على أنها "تصور أو افتراض بأن تصرفات كيان ما مرغوبة أو مناسبة ضمن بعض النظم المبنية اجتماعيًا للقواعد والقيم والمعتقدات والتعريفات"². تبدأ نظرية الشرعية بفرضية أن الشركات تعمل على أساس عقد اجتماعي بين الشركة والمجتمع، وأن الشركات تتطلب موافقة اجتماعية أو شرعية، من المجتمع لتجنب استنكار المجتمع لأهدافها، وكسب بعض المكافآت وضمان بقاء الشركة. ومن ثم يجب على الشركات باستمرار إضفاء الشرعية على أنشطتها للحفاظ على التوافق بين المجتمع والأهداف التنظيمية.

في ظل هذا المنظور، تسترشد الشرعية بنظريات الاعتماد على أصحاب المصلحة والموارد التي تؤكد على أهمية الموارد وضرورة اهتمام الإدارة بمن يتحكمون في هذه الموارد. ثم تعتبر الشرعية مورداً تمنحه مجموعات خارج المنظمة. ويشار إلى أن نظرية الشرعية ونظرية أصحاب المصلحة لا ينبغي أن يُنظر إليهما على أنهما متنافسان بل "منظورات متداخلة". فبينما تتناقش نظرية الشرعية توقعات المجتمع بشكل عام، تركز نظرية أصحاب المصلحة على كيفية تفاعل المنظمة مع مجموعات معينة داخل المجتمع.

¹ Geoffrey P. Lantos. (2001), « The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility », Journal of Consumer Marketing, vol 18 iss 7 , p 595-630.

² Suchman, M.C. 1995. 'Managing legitimacy: strategic and institutional approaches'. Academy of Management Review, p 20:3, 574.

تم استخدام المنهج الاستراتيجي لنظرية الشرعية على نطاق واسع في المجالات المحاسبية للتحقيق في الإفصاح الاجتماعي للشركات لسد الفجوات بين التوقعات المجتمعية والممارسات التجارية. تُظهر الدراسات من منظور نظرية الشرعية أن الشركات تستخدم وسائل مختلفة مثل الأعمال الخيرية للشركات.

تشير تطبيقات نظرية الشرعية إلى أن الشركات التي تستخدم المسؤولية الاجتماعية للشركات للحصول على الشرعية قد تستفيد من خلال عدة أمور من بينها تصنيفات أفضل حوكمة وتحسين جاذبية المستثمرين ومكاسب السمعة. تشير الأدبيات إلى أن الشركات الكبيرة والشركات المملوكة للقطاع العام نشطة بشكل خاص فيما يتعلق بأنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات وإعداد التقارير لأنها أكثر وضوحًا وانفتاحًا على التدقيق العام، وبالتالي لديها احتياجات شرعية أكبر.¹

هرم المسؤولية الاجتماعية للشركات للإدارة الأخلاقية لأصحاب المصلحة: في مقال نشره (Archie B. Carroll) في مجلة (Business Horizons)، وضح طبيعة المسؤولية الاجتماعية للشركات مع التركيز على فهم الأجزاء المكونة لها. بطريقة مفيدة للمديرين التنفيذيين الذين يرغبون في التوفيق بين التزاماتهم تجاه مساهميتهم والتزاماتهم تجاه المجموعات المنافسة الأخرى التي تطالب بالشرعية. واطر ذلك من خلال هرم المسؤولية الاجتماعية للشركات. بعد ذلك ربط هذا المفهوم بفكرة أصحاب المصلحة. ويتكون هذا الهرم من أربعة فئات نذكرها كالآتي:²

المسؤوليات الاقتصادية: تاريخيا. تم إنشاء منظمات الأعمال ككيانات اقتصادية مصممة لتوفير السلع والخدمات لأعضاء المجتمع. تم تأسيس دافع الربح باعتباره الحافز الأساسي لريادة الأعمال. قبل أن يكون أي شيء آخر، كانت منظمة الأعمال هي الوحدة الاقتصادية الأساسية في مجتمعنا. على هذا النحو، كان دورها الرئيسي هو إنتاج السلع والخدمات التي يحتاجها المستهلكون ويريدونها وتحقيق ربح مقبول في هذه العملية. في مرحلة ما، تحولت فكرة دافع الربح إلى مفهوم أقصى قدر من الأرباح، وكانت هذه قيمة دائمة منذ ذلك الحين. تستند جميع مسؤوليات العمل الأخرى على المسؤولية الاقتصادية للشركة لأنه بدونها يصبح الآخرون اعتبارات جوهريّة.

¹ JeRdrzej George Frynas and Camila Yamahaki, Corporate.....,Op.Cit. , p 267-268.

² Carroll Archie B., The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders, Business Horizons, The Journal of the Kelley School of Business, Indiana University, United States, Volume 34, Issue 4, July–August 1991, P: 39-42.

المسؤوليات القانونية: من المتوقع أن تمتثل المنظمات للقوانين واللوائح الصادرة عن الحكومات الفيدرالية وحكومات الولايات والحكومات المحلية كقواعد أساسية يجب أن تعمل المنظمات بموجبها. كإيفاء جزئي لـ "العقد الاجتماعي" بين الأعمال التجارية والمجتمع من المتوقع أن تتابع مهامها الاقتصادية في إطار القانون. تعكس المسؤوليات القانونية وجهة نظر "الأخلاق المقننة" بمعنى أنها تجسد المفاهيم الأساسية للعمليات العادلة على النحو الذي وضعه المشرعون لدينا.

المسؤوليات الأخلاقية: على الرغم من أن المسؤوليات الاقتصادية والقانونية تجسد القواعد الأخلاقية حول الإنصاف والعدالة، فإن المسؤوليات الأخلاقية تشمل تلك الأنشطة والممارسات التي يتوقعها أو يحظرها أفراد المجتمع والتي لم يتم تقنينها في القانون. تجسد المسؤوليات الأخلاقية تلك المعايير أو القواعد أو التوقعات التي تعكس ما يعتبره المستهلكون والموظفون والمساهمون والمجتمع على أنه عادل أو يتماشى مع احترام أو حماية الحقوق المعنوية لأصحاب المصلحة.

المسؤوليات الخيرية: يشمل العمل الخيري تلك الإجراءات المؤسسية التي تستجيب لتوقعات المجتمع بأن تكون المنظمات مواطنين صالحين. وهذا يشمل الانخراط بنشاط في أعمال أو برامج لتعزيز رفاهية الإنسان أو حسن النية. تشمل مثلاً الأعمال الخيرية مساهمات الأعمال في الموارد والاعانات المالية، والمساهمات في الفنون أو التعليم أو المجتمع.

باختصار، تستلزم المسؤولية الاجتماعية للشركات، الوفاء المتزامن بمسؤوليات الشركة الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والخيرية. يجب على المنظمات في إطار سعيها لتجسيد مسؤولية الاجتماعية، أن تسعى جاهدة لتحقيق الربح، وطاعة القانون، وأن تكون أخلاقية، وأن تكون شركة مواطنة صالحة.

جدول رقم (04): المكونات الاقتصادية والقانونية للمسؤولية الاجتماعية للشركات حسب كارول

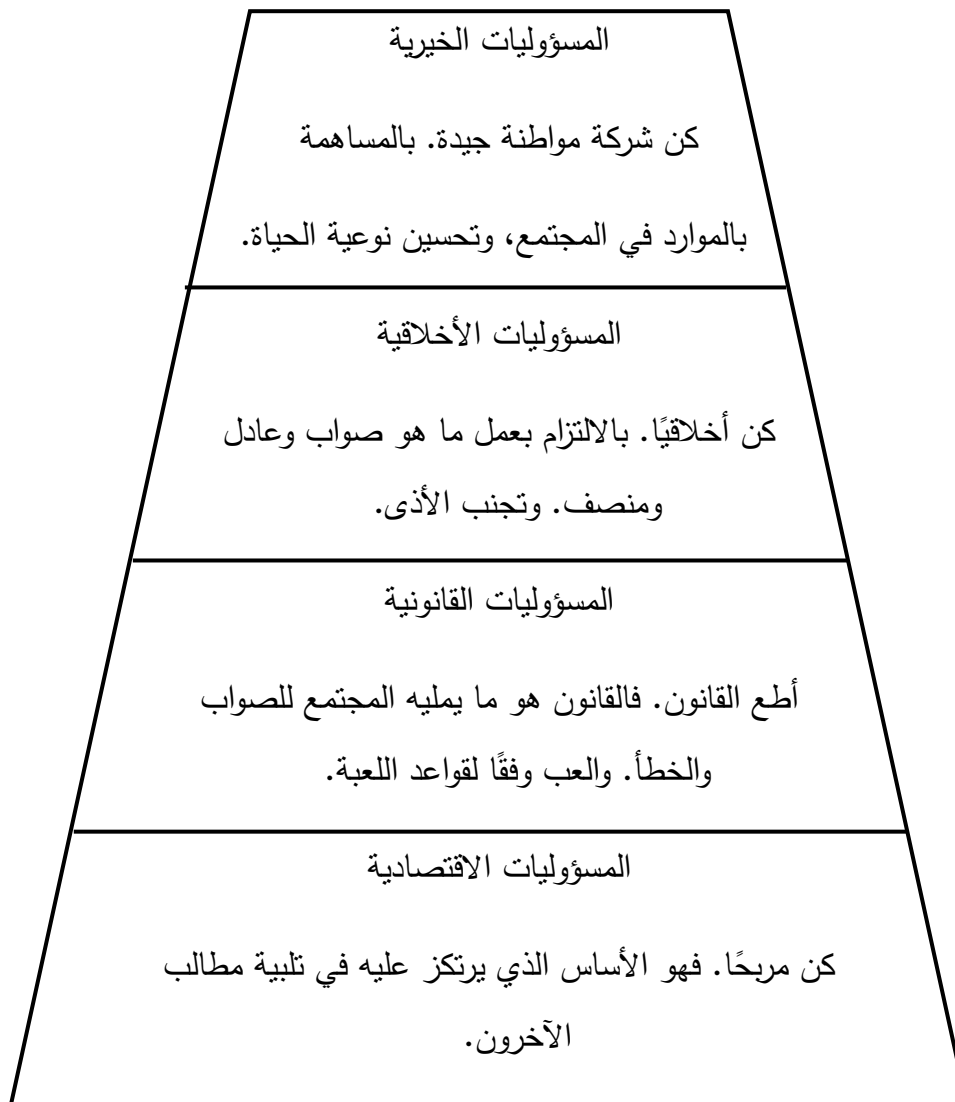
المكونات الاقتصادية والقانونية للمسؤولية الاجتماعية للشركات	
المكونات الاقتصادية (المسؤوليات)	المكونات القانونية (المسؤوليات)
1. من المهم أن تعمل بطريقة تتفق مع تعظيم ربحية السهم	1. من المهم أداء بطريفة تتفق مع توقعات الحكومة والقانون.
2. من المهم أن تلتزم بتحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح.	2. من المهم الامتثال لمختلف اللوائح الفيدرالية والولائية والمحلية.

3. من المهم أن تكون شركة مواطنة ملتزمة بالقانون.	3. من المهم الحفاظ على موقف تنافسي قوي.
4. من المهم أن يتم تعريف الشركة الناجحة على أنها الشركة التي تفي بالتزاماتها القانونية.	4. من المهم الحفاظ على مستوى عالٍ من كفاءة التشغيل.
5. من المهم توفير السلع والخدمات التي تلبي على الأقل الحد الأدنى من المتطلبات القانونية.	5. من المهم أن يتم تعريف الشركة الناجحة على أنها شركة مربحة باستمرار.

جدول رقم (05): المكونات الأخلاقية والخيرية للمسؤولية الاجتماعية للشركات حسب كارول

المكونات الأخلاقية والخيرية للمسؤولية الاجتماعية للشركات	
المكونات الأخلاقية (المسؤوليات)	المكونات الخيرية (المسؤوليات)
1. من المهم الأداء بطريقة تتفق مع توقعات الأعراف المجتمعية والمعايير الأخلاقية.	1. من المهم أن تعمل بطريقة تتفق مع التوقعات الخيرية والخيرية للمجتمع.
2. من المهم الاعتراف بالمعايير الأخلاقية الجديدة أو المتطورة التي يتبناها المجتمع واحترامها.	2. من المهم مساعدة الفنون الجميلة وفنون الأداء.
3. من المهم منع المساس بالمعايير الأخلاقية من أجل تحقيق أهداف الشركة.	3. من المهم أن يشارك المدبرون والموظفون في الأنشطة التطوعية والخيرية داخل مجتمعاتهم المحلية.
4. من المهم أن يتم تعريف المواطنة الصالحة للشركات على أنها القيام بما هو متوقع أخلاقياً أو أخلاقياً.	4. من المهم تقديم المساعدة للمؤسسات التعليمية الخاصة والعامة.
5. من المهم أن ندرك أن نزاهة الشركة والسلوك الأخلاقي يتجاوز مجرد الامتثال للقوانين واللوائح.	5. من المهم تقديم المساعدة الطوعية لتلك المشاريع التي تعزز "توعية حياة المجتمع".

الشكل (05):هرم كارول (carroll) للمسؤولية الاجتماعية للشركات¹:



¹ Carroll Archie B, The pyramid of corporate....., Op.Cit, p 42.

المطلب الثاني : الأساس النظري لدوافع المشاركة في المسؤولية الاجتماعية

حاول العديد من الباحثين تصنيف الجانب النظري حول دوافع مشاركة المنظمات في المسؤولية الاجتماعية للشركات، ولكن عدم الاستقرار على المستوى النظري لدوافع الانخراط في المسؤولية الاجتماعية للشركات، جعل التمييز والتصنيف لهذه الدوافع معقدا للغاية. وفي هذا الصدد، حدد فريدمان الدوافع التقليدية للمشاركة في المسؤولية الاجتماعية للشركات، والتي تتمثل في الرغبة في تعظيم الربح، الا انه هناك من يذهب اليوم للتأكيد عن دوافع أخرى غير تقليدية للالتزام بالمسؤولية الاجتماعية، مثل المكاسب طويلة الأجل وصورة العلامة التجارية والسمعة.

ففي عام 2005 وبالتعاون مع جامعة أمستردام في دراسة ميدانية لمنظمة (KPMG) حول حالة المسؤولية الاجتماعية في العالم. تم إجراء مسح ميداني لـ 1600 منظمة دولية كبرى، وأظهرت الدراسة أنه من حيث الدافع لإصدار تقارير الاستدامة والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية، فإن "العوامل الاقتصادية هي الدافع الرئيسي بنسبة (74 %) يلي ذلك لأسباب متعلقة بقيم المنظمة بنسبة (51 %) ولأسباب تتعلق بالتطوير، الابتكار والتعليم بنسبة (53 %) ¹. والجدول التالي يوضح نتائج الدراسة بالتفصيل:

الجدول(06): الدوافع وراء الالتزام بمفهوم المسؤولية الاجتماعية

النسبة المئوية	الدافع
74	اعتبارات اقتصادية
53	اعتبارات قيمية وأخلاقية
53	الابتكار والتعلم
47	تحفيز العاملين
47	الحد من المخاطر
39	زيادة قيمة الأسهم
27	سمعة المنظمة أو الماركة

¹ المنظمة العربية للتنمية الإدارية، التنمية المستدامة والإدارة المجتمعية (الأدوار المستقبلية للحكومات المركزية والمحليات والقطاع الخاص والمجتمع المدني)، أوراق عمل المؤتمر العربي الرابع للإدارة البيئية المتنامة – البحرين 24 - 20 نوفمبر 2005، بدون رقم طبعة، 2005، القاهرة، ص 46.

21	تحسين نسبة المساهمة في السوق
13	تقوية العلاقات مع الموردين
9	توفير النفقات
9	تحسين العلاقات مع الأجهزة الحكومية
9	دوافع أخرى

المصدر: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مرجع سابق، ص: 46.

وعموماً فإن دوافع المنظمات يرتبط بعدة عوامل، بما في ذلك: القيادة الإدارية والثقافة التنظيمية، مقدار الضغط الاجتماعي الذي تواجهه، وصورة المنظمة وسمعتها، كما يعود إلى عوامل اجتماعية واقتصادية أخرى. أما اسمى وادوم دافع لتبني برامج المسؤولية الاجتماعية هو الدوافع الأخلاقية والاجتماعية

وفيما يلي، سوف نسرد أهم النظريات التي جاءت في هذا الصدد، والتي ستكون قادرة على شرح وتفسير دوافع انخراط الشركات في المسؤولية الاجتماعية، ولقيام بذلك، تم الاعتماد على أعمال كل من (Garriga و Mele)، الذين حددا أربع مجموعات من النظريات لتصنيف غالبية المناهج النظرية للمسؤولية الاجتماعية للشركات.

النظريات الربحية:

يعد الاقتصادي الشهير ميلتون فريدمان (ميلتون فريدمان) القائد والمبادر لهذه التوجه النظري، إذ كان يدعو إلى الأسواق الحرة والاقتصاد الحر ورأسمالية السوق، وهو مؤلف الكتاب الشهير "الرأسمالية والحرية". فهو يعتقد أن المسؤولية الاجتماعية للشركة يجب أن تكون في النهاية في مصلحة المنظمة نفسها.

وفقاً لـ (Garriga and Mele (2004، يجمع رواد هذه النظريات أن السعي وراء الربح هو أهم شيء. بالإضافة إلى ذلك، يعتبرون أيضاً أن إرضاء أصحاب المصلحة أو المساهمات الخيرية ممكنة، طالما أنها تؤدي إلى الربح، على المدى الطويل أو القصير. وبالتالي، فإن جميع النظريات التي تهتم بالجوانب الاقتصادية للتفاعلات بين المنظمة والمجتمع هي نظريات ذات توجه

برغماتي، لأنهم ينظرون إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات كأداة لخلق الفوائد (Garriga and Mele) (2004).

في هذا المنظور، حدد كل من (Garriga و Mele) ثلاثة أنواع من الاعتبارات الربحية اعتماداً على الهدف الاقتصادي المقترح:

الاعتبار الأول: تعظيم ثروة المساهمين: وبالتالي ينظر إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها أداة لزيادة قيمة المساهم إلى أقصى حد، والتي يتم قياسها من خلال سعر سهم الشركة، على النحو الذي اقترحه الكلاسيكيون الجدد. وفقاً لـ (ميلتون فريدمان): "المسؤولية الاجتماعية للشركات هي زيادة الأرباح"¹، وفي نظام المشاريع الحرة والملكية الخاصة، فإن مدير المؤسسة هو موظف لأصحاب المؤسسة. وهو مسؤول مباشرة أمام أصحاب العمل. وبالتالي، تتمثل مسؤوليته بشكل عام في كسب أكبر قدر ممكن من المال مع الالتزام بالقواعد الأساسية للمجتمع، أي أولئك الذين يمثلهم القانون والعرف الأخلاقي. وبالتالي، لا يمكن للقادة الانخراط في المسؤولية الاجتماعية للشركات ما لم تحقق فوائد من خلال الصورة والسمعة والتسويق كما سنقدم في النهج التالية.

الاعتبار الثاني: تحسين أو الحفاظ على ميزة تنافسية: في منطق قائم على الموارد الاجتماعية والبشرية، يمكن أن تشكل قدرات الشركة ميزة تنافسية، على سبيل المثال، القدرة على إرضاء العديد من الجهات الفاعلة في نفس الوقت تطوير العلاقات المناسبة معهم.

الاعتبار الثالث: أسباب تسويقية: في هذا النهج، يتم استخدام المسؤولية الاجتماعية كأداة تسويقية، وذلك بفضل الاعتراف الاجتماعي من قبل المستهلكين، هدفها إذن هو تعزيز إيرادات الشركة ومبيعاتها أو تعزيز علاقة العملاء من خلال بناء العلامة التجارية من خلال ادراج البعد الأخلاقي أو بعد المسؤولية الاجتماعية وربط منتجاتها بهما، وبهذا، تسعى إلى تمييز منتجاتها عن طريق إنشاء سمات مسؤولة اجتماعياً تؤثر على سمعة الشركة.

¹ Milton Friedman, "The Social....., Op.Cit. p 5.

إذ يفترض المستهلكون عادةً أن منتجات شركة موثوقة وصادقة ستكون ذات جودة عالية. على سبيل المثال، يمكن أن يرى بعض المشتريين عنصرًا خاليًا من المبيدات أو لم يتم اختباره على الحيوانات على أنه مفضل على منتجات المنافسين الآخرين¹.

النظريات السياسية:

تركز مجموعة من النظريات المفسرة للمسؤولية الاجتماعية للشركات على التفاعلات والصلات بين المنظمات والمجتمع وعلى قوة ومكانة المنظمات والمسؤولية الكامنة فيها. وهي تشمل كلا من الاعتبارات السياسية والتحليل السياسي في مناقشة المسؤولية الاجتماعية للشركات.

كان ديفيس (1960) من أوائل من ابرزو دور القوة التي تتمتع بها المنظمات في المجتمع والتأثير الاجتماعي لهذه القوة. من خلال القيام بذلك، تقدم قوة المنظمات كعنصر جديد في مناقشة المسؤولية الاجتماعية للشركات. ورأى أن المنظمة مؤسسة اجتماعية ويجب أن تستخدم السلطة بمسؤولية.

صاغ ديفيس (Davis KEITH) مبدأين يعبران عن كيفية إدارة السلطة الاجتماعية: "معادلة القوة الاجتماعية" و "قانون المسؤولية الحديدي". ينص مبدأ معادلة القوة الاجتماعية على أن "المسؤوليات الاجتماعية لرجال الأعمال تنشأ من مقدار القوة الاجتماعية التي يتمتعون بها. ويشير قانون المسؤولية الحديدي إلى العواقب السلبية لغياب استخدام القوة، على حد قوله: "من لا يستخدم سلطته الاجتماعية بشكل مسؤول سيفقدها على المدى الطويل، فإن أولئك الذين لا يستخدمون السلطة بطريقة يعتبرها المجتمع مسؤولة سوف يفقدونها لأن مجموعات أخرى ستتدخل في النهاية لتقتصر تلك المسؤوليات. لذلك إذا لم تستخدم الشركة سلطتها الاجتماعية، فإنها ستفقد مكانتها في المجتمع لأن المجموعات الأخرى ستحتلها، خاصة عندما يطلب المجتمع المسؤولية من الأعمال².

النظريات التكاملية:

تبحث هذه المجموعة من النظريات في دوافع الشركات لدمج المتطلبات الاجتماعية والبيئية في عملياتها، بحجة أن منظمات الأعمال تعتمد على المجتمع لوجودها واستمراريتها ونموها.

¹ Elisabet Garriga & Domènec Melé. (2004), « Corporate social responsibility theories: mapping the territory», Journal of Business Ethics, 53(1/2), p 53- 55.

² Ibid. p 55- 57.

تعتبر المطالب الاجتماعية عمومًا هي الطريقة التي يتفاعل بها المجتمع مع الأعمال التجارية للمنظمة وتعطيها بعض الشرعية والمكانة في المجتمع. نتيجة لذلك، يجب أن تأخذ إدارة الشركات في الاعتبار المطالب الاجتماعية، ودمجها بطريقة تعمل فيها الشركة وفقًا للقيم الاجتماعية. لذا، فإن محتوى المسؤولية الاجتماعية للمنظمة يقتصر على المكان والزمان لكل موقف اعتمادًا على قيم المجتمع في تلك اللحظة، ويأتي من خلال الأدوار الوظيفية للشركة. بمعنى آخر، لا يوجد إجراء محدد تكون الإدارة مسؤولة عن أدائه طوال الوقت وفي كل صناعة.

تجمع هذه المجموعة النظريات التالية: نظرية إدارة القضايا، نظرية أصحاب المصلحة، مفهوم الأداء الاجتماعي للشركات.

- **نظرية إدارة القضايا:** كانت الاستجابة الاجتماعية، أو الاستجابة للقضايا الاجتماعية، وإدارتها داخل المنظمة نهجًا نشأ في السبعينيات. في هذا النهج، من الأهمية بمكان النظر في الفجوة بين المجتمع ذي الصلة بالمنظمة الذي يتوقع أن يكون أدائها أداء فعلي. وتقع هذه الفجوات عادةً في المنطقة التي يسميها أكرمان "منطقة التقدير" حيث تتلقى الشركة بعض الإشارات غير الواضحة من البيئة. والتي بدورها يجب أن تدرك الشركة الفجوة واختيار الرد من أجل سدها (أكرمان وباور ، 1976).

وفي هذا الصدد قام أكرمان، بمعونة علماء آخرين، بتحليل العوامل ذات الصلة فيما يتعلق بالهيكل الداخلية للمنظمات وآليات التكامل لإدارة القضايا الاجتماعية داخل المنظمة، والطريقة التي يدمج بها الهدف الاجتماعي عبر المنظمة. وأطلق عليها اسم "عملية إضفاء الطابع المؤسسي".

وسرعان ما تم توسيع مفهوم "الاستجابة الاجتماعية" إلى مفهوم "إدارة القضايا". وتم تعريفها من قبل (Wartick and Rude) على أنها "العمليات التي يمكن للشركة من خلالها تحديد وتقييم والاستجابة لتلك القضايا الاجتماعية والسياسية التي قد تؤثر بشكل كبير عليها"¹. ويضيفون أن إدارة القضايا تحاول تقليل "المفاجآت" التي تصاحب التغيير الاجتماعي والسياسي من خلال العمل كنظام إنذار مبكر للتهديدات والفرص البيئية المحتملة.

¹ Wartick, S. L. and R. E. Rude: 1986, 'Issues Management: Corporate Fad or Corporate Function?', California Management Review 29 (1), p 124.

- **نظرية إدارة أصحاب المصلحة:** إدارة أصحاب المصلحة بدلاً من التركيز على الاستجابة العامة، فهذا النهج المسمى "إدارة أصحاب المصلحة" موجه نحو "أصحاب المصلحة" أو الأشخاص الذين يؤثر على إدارة المنظمة لفترة طويلة، وقد بدأ تطويره الأكاديمي فقط في نهاية السبعينيات. قدم إمشوف وفريمان في ورقة بحثية مبدئين أساسيين يدعمان إدارة أصحاب المصلحة. الأول هو أن الهدف الرئيسي هو تحقيق أقصى قدر من التعاون الشامل بين نظام مجموعات أصحاب المصلحة بأكمله وأهداف الشركة. وينص الثاني على أن أكثر الاستراتيجيات كفاءة لإدارة علاقات أصحاب المصلحة والتي تتضمن التعامل مع القضايا التي تؤثر على أصحاب المصلحة. و تحاول إدارة أصحاب المصلحة دمج المجموعات التي لها حصة في الشركة في صنع القرار الإداري.

وشدد فريمان وإيفان على أن كل مجموعة من أصحاب المصلحة لها الحق في عدم معاملتها كوسيلة لتحقيق الغاية فقط، وبالتالي يجب أن تشارك في تحديد الاتجاه المستقبلي للأعمال التجارية للمنظمة. ويضيف فون أنه من أجل إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات، فإن تحديد أصحاب المصلحة أمر بالغ الأهمية. وهناك حاجة إلى أن تشعر بالقلق إزاء الاحتياجات والتوقعات والتأثيرات من الأطراف المعنية. لذلك، يجب ألا تكون الشركات مسؤولة فقط تجاه المساهمين، ولكن أيضاً تجاه بقية أصحاب المصلحة.

وبحسب ميتشل وآخرون، هناك العديد من الأساليب المستخدمة لتحديد تعريف أصحاب المصلحة. من بين هذه التعريفات:

نقدم أولاً ما يسمى التعريف الضيق لأصحاب المصلحة، الذي طوره وود وآخرون. وفقاً لهذا التعريف "يمثل أصحاب المصلحة المجموعات التي تعتبر حيوية لبقاء المنظمة ونجاحها، تتكون هذه المجموعات من المساهمين والموظفين والعملاء والموردين والدوائر الحكومية الرئيسية".

ثانياً، غالباً ما يتم تقديم ما يسمى بالتعريف الواسع الذي من خلاله عريف فريمان أصحاب المصلحة على أنهم "جماعات أو أفراد وتؤثر أو تتأثر تحقيق أهداف الشركة". بالإضافة إلى ذلك، يشمل أصحاب المصلحة المجتمعات المحلية والجمعيات المهنية والنقابات وغيرها من مجموعات المصلحة العامة.

- **نظريات الأداء الاجتماعي للشركات:** تحاول هذه مجموعة من النظريات دمج بعض النظريات السابقة. وتضمن نظريات الأداء الاجتماعي للشركات (CSP) البحث عن الشرعية الاجتماعية، مع عمليات لتوفير الاستجابات المناسبة للمطالب.

اقترح كارول، الذي يُعتبر عمومًا من قدم هذا النموذج، اقترح نموذجًا لـ "أداء الشركة" بثلاثة عناصر: تعريف أساسي للمسؤولية الاجتماعية، وقائمة بالقضايا التي توجد فيها المسؤولية الاجتماعية، وتحديد فلسفة الاستجابة للقضايا الاجتماعية. اعتبر كارول أن تعريف المسؤولية الاجتماعية هو الذي يتناول مجموعة كاملة من الالتزامات التي يتعين على المنظمات تبنيها، ويجب أن يتجسد في المجالات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والتقديرية لأداء المنظمات. وقام لاحقًا بدمج التصنيف المكون من أربعة أجزاء في "هرم المسؤوليات الاجتماعية للشركات"

وبشكل عام، تركز نظريات النهج التكاملية، كما هو موضح أعلاه، على كيفية اكتساب الشرعية في أعين الجمهور من أجل الحصول على موافقتهم واحترامهم. ويعتقد مؤلفي هذه النظريات أن المنظمات تعتمد على المجتمع في حياتها. وتقدم مجموعة النظريات التكاملية مجموعة من الدوافع التي تشرح التزام الشركات: بتلبية توقعات العملاء، والضغط من اللوائح القانونية، والضغط من المنظمات غير الحكومية والمنظمات الدولية الأخرى، والضغط من المستثمرين،... إلخ¹.

النظريات الأخلاقية:

تركز هذه المجموعة من النظريات على المبادئ الأخلاقية التي تعزز العلاقات بين الأعمال والمجتمع. تتعلق هذه النظريات بالشيء الصحيح الذي يجب القيام به أو المتطلبات اللازمة لتحقيق مجتمع جيد. تشترك جميع المناهج الأخلاقية في فكرة أن الشركات يجب أن تساهم في مجتمع جيد، وفي هذا الصدد، تفعل الشيء الصحيح. غالبًا ما يتم تقديم هذه المجموعة من خلال النظريات المعيارية للشركاء، حتى إذا قمنا بتصنيف نظرية أصحاب المصلحة في مجموعة النظريات

¹ Elisabet Garriga & Domènec Melé. (2004), « Corporate...., Op.Cit., p 57- 60.

التكاملية. تعتبر هذه النظرية أيضاً نظرية لأن المجتمع يتوقع من الشركة اعتباراً أخلاقياً لجميع أصحاب المصلحة¹.

وباتباع هذه النظرية، تتطلب الشركة المسؤولية اجتماعياً الاهتمام المتزامن بالمصالح المشروعة لجميع أصحاب المصلحة ويجب أن توازن بين تعدد المصالح وليس فقط مصالح حاملي الأسهم في الشركة. وتعتمد مجموعة النظريات الأخلاقية على أهمية الاستفادة من القيادة الاستراتيجية للمنظمة، وكذلك على القيم الشخصية لفريق الإدارة والتي تدفع المنظمة لاتخاذ خيارات مسؤولة. ومنه تندرج ضمن النظريات الأخلاقية المفاهيم التالية:

الحقوق العالمية: تم أخذ حقوق الإنسان كأساس للمسؤولية الاجتماعية للشركات، ولا سيما في السوق العالمية. في السنوات الأخيرة، تم اقتراح بعض الأساليب القائمة على حقوق الإنسان لمسؤولية الشركات. أحدها هو الميثاق العالمي للأمم المتحدة، والذي يتضمن تسعة مبادئ في مجالات حقوق الإنسان والعمل والبيئة. تم تقديمه لأول مرة من قبل الأمين العام للأمم المتحدة كوفي عنان في خطاب أمام المنتدى الاقتصادي العالمي في عام 1999. بمقر الأمم المتحدة في نيويورك. تبنته العديد من الشركات منذ ذلك الحين.

التنمية المستدامة: مفهوم آخر قائم على القيم، والذي أصبح شائعاً، هو "التنمية المستدامة". على الرغم من أن هذا النهج قد تم تطويره على المستوى الكلي بدلاً من مستوى المنظمات، إلا أنه يتطلب مساهمة المنظمات ذات الصلة. دخل المصطلح إلى حيز الاستخدام على نطاق واسع في عام 1987، عندما نشرت اللجنة العالمية للبيئة والتنمية (الأمم المتحدة) تقريراً يعرف باسم "تقرير بروتلاند". ذكر هذا التقرير أن "التنمية المستدامة" تسعى إلى تلبية احتياجات الحاضر دون المساس بالقدرة على تلبية احتياجات جيل المستقبل ("اللجنة العالمية المعنية بالبيئة والتنمية).

نهج الصالح العام: يعتبر مفهوم كلاسيكي متجذر في التقاليد الأرسطية، تطور فلسفياً وافترض في الفكر الاجتماعي الكاثوليكي كمرجع رئيسي لأخلاق المنظمات. ويعتبر هذا النهج أن المنظمات حالها كحال أي مجموعة اجتماعية أخرى أو أي فرد في المجتمع، إذ يجب أن تساهم في الصالح العام، لأنها جزء من المجتمع.

¹ Freeman R. Edward & John McVea. (1984), Strategic management: a stakeholder approach, Pitman, Boston. Darden Graduate School of Business Administration, University of Virginia, Working Paper No. 01-02, p 16.

وتساهم المنظمات في الصالح العام بطرق مختلفة، مثل تكوين الثروة، وتوفير السلع والخدمات بطريقة فعالة وعادلة، وفي نفس الوقت احترام كرامة الفرد وحقوقه الأساسية الغير القابلة للتصرف. علاوة على ذلك، فهو يساهم في الرفاهية الاجتماعية¹.

جدول رقم (07): نظريات المسؤوليات الاجتماعية للمؤسسات والمناهج ذات الصلة.

أنواع النظرية	المقاربات	وصف مختصر	بعض المراجع الرئيسية
نظريات آلية: (تركز على تحقيق الأهداف الاقتصادية من خلال الأنشطة الاجتماعية)	تعظيم قيمة المساهمين	• تعظيم القيمة على المدى الطويل	فريدمان (1970) ، جنسن (2002)
	استراتيجيات المزايا التنافسية	• لاستثمارات الاجتماعية في سياق تنافسي • الاستراتيجيات القائمة على عرض الموارد الطبيعية للشركة والقدرات الديناميكية للشركة • استراتيجيات قاع الهرم الاقتصادي	بورتر وكرامر (2002) هارت (1995)، ليزت (1996) براها لاد وهامود (2002) ، هارت وكريستسن (2002) ، براها لاد (2003)
	قضية التسويق ذات الصلة	• الأنشطة الإيثارية المعترف بها اجتماعيا وتستخدم كأداة للتسويق	فاراداران و مينون (1988) ، موراى ومونتاناري (1986)
النظريات السياسية: (التركيز على الاستخدام المسؤول للقوة التجارية في الساحة السياسية)	دستورية الشركات	• تنشأ المسؤوليات الاجتماعية للشركات من مقدار القوة الاجتماعية التي تمتلكها	ديفيس (1960) ، (1967)
	نظرية العقد الاجتماعي	• يفترض وجود عقد اجتماعي بين العمل والمجتمع	دونالدسون ودنفي (1994)، (1999)

¹ Elisabet Garriga & Domènec Melé. (2004), « Corporate....., Op.Cit., p 60- 64.

	التكاملي	
جنسية الشركة	• تُفهم الشركة على أنها مثل المواطن مع مشاركة معينة في المجتمع	وود ولودجسون (2002) ، أندريوف وماكينتوش (2001) ماتن وكيرن (تحت الطبع)
نظريات تكاملية: (تركز على تكامل المطالب الاجتماعية)	إدارة القضايا	• عمليات استجابة الشركات لتلك القضايا الاجتماعية والسياسية التي قد تؤثر عليه بشكل كبير
المسؤولية العامة	• يؤخذ القانون وعملية السياسة العامة الحالية كمرجع للأداء الاجتماعي	سيثي (1975) ، أكرمان (1973) ، جونز (1980) ، فوجل ، (1986) ، وارتلك و ماهون (1994)
إدارة أصحاب المصلحة	• يوازن بين مصالح أصحاب المصلحة في الشركة	بريستون وبوست (1975 ، 1981)
الأداء الاجتماعي للشركات	• يبحث عن الشرعية الاجتماعية والعمليات لإعطاء الردود المناسبة	ميتشل وآخرون. (1997) ، اغل ومتشل (1999) ، رولي (1997)
النظريات الأخلاقية: (التركيز على الشيء)	النظرية المعيارية لأصحاب المصلحة	• يعتبر واجبات الائتمان تجاه أصحاب المصلحة في الشركة .يتطلب تطبيقه الإشارة إلى بعض النظريات الأخلاقية،
		كارول (1979) ، وارتيك وكوكران (1985) ، وود سوانسون (1991) ، (1995)
		فريمان (1984) ، (1994) ، إيفان وفريمان (1988) ،

الصحيح لتحقيق مجتمع جيد		النفعية، نظريات العدالة ، إلخ	دونالدسون وبريستون (1995)، فريمان وفيليبس (2002)، فيليبس وآخرون (2003) .
الحقوق العالمية		• أطر تستند إلى حقوق الإنسان وحقوق العمال واحترام البيئة مبادئ سوليفان العالمية	الميثاق العالمي للأمم المتحدة (1999)
تنمية مستدامة		• تهدف إلى تحقيق التنمية البشرية مع مراعاة الأجيال الحالية والمستقبلية	اللجنة العالمية للبيئة والتنمية (تقرير برونتلاند) (1987)، جلادوين وكينيلي (1995)
الصالح العام		• موجهة نحو الصالح العام	ألفورد ونوتون (2002)، (2002) كاكو (1997)

خلاصة

وختاماً، يمكن القول بأن اعتماد مبدأ المسؤولية الاجتماعية يرجع بالفائدة على المؤسسات والمجتمع والبيئة. فهي تحسن من صورة المؤسسة لدى جميع المتعاملين معها. وبالرجوع الى الواقع نجد أن الاهتمام بالمجتمع والتفاعل معه وحل المشكلات أصبح المهمة الأساسية للمؤسسات. فمن مصلحة هذه الاخيرة توفر البيئة المناسبة لضمان استمرارية أنشطتها. ومن جهة اخرى فهي مسؤولة عن تبعات وعواقب أنشطتها ذات الاثر السلبي على المجتمع والبيئة. وبغض النظر الى كون الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية امر يؤدي الى الربح أو الخسارة، فان المسؤولية الاجتماعية أصبحت مفهوما أخلاقيا يحظى باهتمام كل الجهات الفاعلة في المجتمع.

المبحث الرابع: أبعاد تحليل المسؤولية الاجتماعية للشركات

تمهيد

لا تقتصر المسؤولية الاجتماعية على كونها إطار عمل عام يجب أن تلتزم به المنظمات، والأهم من ذلك، انه يجب أن ينعكس هذا الإطار العام في كافة الجوانب الداخلية والخارجية للمؤسسة، من خلال إنشاء آليات وأساليب عمل من شأنها ان تعزز مبدأ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية على مستوى كل عمل ونشاط إداري في المؤسسة. وكذلك تبني آليات واساليب تضمن لها صمعة جيدة وقبول لدى الزبائن والشعب بصفة عامة

المطلب الاول: الأبعاد الداخلية للمسؤولية الاجتماعية للشركات:

المسؤولية الاجتماعية في إطار إدارة الموارد البشرية :

تعرف إدارة الموارد البشرية على انها هي "تلك الإدارة التي تعنى بالعنصر البشري الذي يعمل في المنظمة منذ لحظة دخوله فيها إلى لحظة مغادرته لها بما يتناسب وأهداف المنظمة وأساليب العمل فيها"¹. ويمكن القول ان قسم الموارد البشرية تتمثل مهامه في مايلي: تخطيط الموارد البشرية، الاختيار والتوجيه، النقل والترقية، تقييم الأداء وتطويره، التأديب، والتدريب والتنمية. وكون ادارة الموارد البشرية تعنى اساسا بالانسان وكافة جوانبه النفسية والاجتماعية والمهنية فهي ذات علاقة وثيقة بالمسؤولية الاجتماعية للمنظمة، حيث "يمكن أن تتطور وظيفة الموارد البشرية بشكل قوي بفعل تزايد أهمية المسؤولية الاجتماعية والاعتراف بالنقابات واعتبار العاملين كشركاء من الدرجة الأولى"².

¹ صبحي العتيبي، تطور الفكر والأنشطة الإدارية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2002، ص 332.

² Hadj Slimane Hind née Kheroua, Bentayeb Hidayat, Les fondements de la performance RH et son évaluation par la RSE Axe 2: Stratégies de mesure et d'évaluation de la performance RH, colloque national: " Management de la qualité totale ", Saida en Novembre 2009, p 12.

فمن خلال استعراض مهام ادارة الموارد البشرية نلتمس الحس الاجتماعي بقوة كما توضحه النقاط التالية:

1. تخطيط الموارد البشرية (الاستقطاب و الاختيار):

تسعى ادارة الموارد البشرية إلى إيجاد الشخص المناسب للمكان المناسب ولتحقيق هذا الهدف تعتمد على عدة وسائل كالإعلان، المقابلات والاختيار... الخ، وتعتبر هذه الوسائل الوجه الذي ستظهر به المؤسسة ولذلك وفي بيئة عرفت ما يسمى بالمسؤولية الاجتماعية فإن المؤسسة تسعى إلى تجسيد هذا المبدأ اتجاه المرشحين واعتماد الشفافية والنزاهة في مختلف أنشطتها¹. ومن هنا فان المؤسسة حري بها ان تضمن توفير الأنظمة التي من خلالها تستطيع تحقيق التزاماتها الاجتماعية والأخلاقية اتجاه المتقدمين للوظيفة.

2. الإعلان عن الأماكن الشاغرة:

وفي هذا الصدد تعتمد المؤسسة على العديد من الطرق لجذب العاملين المناسبين كالإعلان الداخلي أو الصحف أو مواقع التواصل الاجتماعي... الخ، وتجدر الإشارة الى انه أياً ما كانت الوسيلة المستعملة فإن هناك مجموعة من الاجراءات والضوابط والقواعد الواجب إتباعها، وهنا فإنه على إدارة الموارد البشرية ممارسة دورها الاجتماعي من خلال²:

- التقيد بالأسس القانونية في الإعلان عن الوظائف.
- صدق الإعلان عن الأماكن الشاغرة في المؤسسة.
- ألا ينطوي الإعلان على أي نوع من التمييز الجنسي أو التمييز بسبب العجز.
- تجنب استخدام الكلمات قد تتضمن دلالة غير أخلاقية علنية.
- عدم وضع معايير ليس لها صلة بالعمل وتؤدي إلى إقصاء المترشحين.

الاختيار و التوظيف³:

تعتبر هذه العملية الوجه الذي يميز المنظمة عن باقي المنظمات ويعكس صورة ايجابية للموظفين داخلها وللصفات الأخرى في المجتمع، اذ يجب أن تنتم إجراءات الاختيار والتوظيف بالمسؤولية والشفافية والعدالة، بأسلوب يعزز المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للمؤسسة وفي ما يلي بعض النقاط التي توضح ذلك:

- مصداقية مسابقات التوظيف.

¹ طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العمري، المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال (الأعمال والمجتمع)، دار وائل للنشر، ط 2، 2008، ص 259.

² باري كشواي، إدارة الموارد البشرية، دار الفاروق للنشر والتوزيع، مصر، ط 1، 2003، ص 198.

³ طاهر محسن منصور الغالبي، مرجع سبق ذكره، ص 162.

- الابتعاد عن التحيز والتمييز بكافة أشكاله واعتماد طرق واضحة وشفافة وعادلة (اتفاقية عدم التمييز في الاستخدام الصادرة سنة 1958).
 - توفير جو ملائم للمقابلة من ناحية احترام الموعد وتوقيت المقابلة وحسن الاستقبال.
 - موضوعية لجنة الاختيار وتكاملها من الناحية الفنية والتخصصات.
 - عدم الاستهانة بقدرات وشخصيات المرشحين.
 - العناية بالاختبارات الشخصية وإضفاء صفة الصدق عليها.
 - تقادي أساليب التوظيف غير الأخلاقية وغير القانونية (الوساطة أو المحسوبية أو الوجاهة).
 - تحقيق مبدأ تكافؤ الفرص للمتقدمين للوظيفة و الحفاظ على سرية معلوماتهم و الرد عليها.
3. تقييم أداء العاملين :

هذه العملية تمس بعمق الجانب الانساني والشخصي للعامل كونها تعتبر الفاصل بين اعتبار العامل جدير بالتقدم الوظيفي والترقية وزيادة الراتب وبين اعتبار العامل انسان مهمل و ذو مردودية ضعيفة لا تستدعي منحه أي فرصة للتقدم الوظيفي واحيانا تصل الى التنزيل في رتبته او تحويله، وهنا على ادارة الموارد البشرية ان تكون منصفة وان تتبع اساليب علمية وتقنيات مناسبة وتكون مسؤولة اجتماعيا واخلاقيا حتى لا يتم ظلم أي موظف او الانتقاص من قيمته دون وجه حق وذلك بـ:

- استعمال أساليب التقييم الموضوعية و الدقيقة، و الابتعاد عن التحيز.
- متابعة وتوثيق أداء العاملين وتشخيص جوانب التميز والتدني في أدائهم وتقييم تطوره.
- تطوير أساليب وتقنيات العمل وتعميم استخدام الانظمة الإلكترونية فيها والعمل على تطبيق معايير الجودة والتميز على مستوى إدارة المستخدمين.

4. تحسين ظروف العمل والاهتمام بجودة حياة العمال في المؤسسة:

"تبدأ المسؤولية الاجتماعية للشركة بخلق بيئة عمل توفر نوعية حياة عالية لموظفيها"¹.

جاء مفهوم جودة الحياة العمل لمواكبة المتغيرات والتطورات التنظيمية، وللتخفيف من مخاوف العمال بالمؤسسات الغربية من التخلي عنهم، وتقليل الخدمات والمزايا الاجتماعية المقدمة لهم واستعداد المنظمة لتحقيق الرضا الوظيفي الذي بدوره يحقق التزام العمال. بواجباتهم المهنية.

¹ John R.Schermerhorn, James G.Hunt, Richard N.Osborn, Claire de Billy, "Comportement Humain et Organisation", Editions du renouveau pédagogique, 3eme édition ; 2006, P 48.

ففي الستينات من القرن الماضي بدأ الاهتمام بظروف العمل إذ كانت وضعية العامل سيئة وهذا من اجل تحسين الكفاءة وزيادة الإنتاجية ورفع الروح المعنوية بين الأفراد، وتشمل ظروف العمل مجموعتين من الشروط، شروط مادية¹: تتمثل في الإضاءة والتهوية والرطوبة وأوقات الراحة....الخ، وشروط اجتماعية تتمثل في ايجاد نوع من العلاقات والصلات بين الأفراد خارج جو العمل كالتنظيمات غير الرسمية والنوادي الرياضية والثقافية...الخ.

وفي مايلي حصر للنقاط التي تجسد الدور الاجتماعي الذي تتبناه المؤسسة اتجاه عمالها:

- توفير بيئة عمل مناسبة تضمن السلامة والأمن للموارد البشرية.
- تبني المنظمة نظاما رقابيا متطورا لضمان الصحة والأمن في العمل.
- إدخال التكنولوجيا الحديثة خصوصا في المؤسسات الكبرى مثل استخدام الآلات في الأعمال الخطرة كطلاء السيارات(البخ الآلي و الحراري)².
- الاهتمام بالعلاقات الإنسانية أكثر من الاهتمام بالآلات
- وضع برامج لرعاية العمال تتمثل في :
- خدمات ثقافية وتعليمية تعمل على الرفع من المستوى الثقافي للعاملين.
- خدمات ترفيهية للرفع من الروح النفسية والمعنوية (كإنشاء النوادي الاجتماعية والرياضية، تنظيم السفرات ...) وكذا بناء علاقات عمل بعيدا عن الجو الرسمي.
- خدمات التغذية و الإسكان و النقل.
- خدمات الضمان الاجتماعي و الرعاية الصحية.
- ، الاعتراف بالنقابات العمالية كممثل للعمال، والتي تهدف إلى حماية وتنمية المصالح الاجتماعية والاقتصادية والسياسية للعمال(كتحسين الأجور، تخفيض ساعات العمل، تحسين ظروف العمل)، وهذا تبعا لاتفاقية الحرية النقابية الصادرة سنة 1948.
- اعتماد الأساليب المثلا لإدارة النزاعات داخل المؤسسة.
- إقامة دورات التدريب و التكوين المستمر للعاملين لتحسين مستوى أدائهم³.

5. الرؤية والرسالة والقيم والاستراتيجية :

لتنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات بنجاح، يجب أن يكون لدى المنظمة رؤية ورسالة وقيم واضحة المعالم. يمكن لمسيرتي ادارة الموارد البشرية القيام بتطوير أو تحديث الرؤية والرسالة والقيم

¹ عبد الرحمان هيجان، ضغوط العمل (منهج شامل لدراسة مصادرها ونتائجها وكيفية إدارتها)، معهد الإدارة العامة للنشر، 1998، ص 198.

² د.عمر وصفي عقيلي، إدارة الموارد البشرية: بعد استراتيجي، دار وائل للنشر، ط 1، عمان - الأردن، ص 577.

³ عبد الغفار حنفي، السلوك التنظيمي وإدارة الموارد البشرية، دار الجامعة الجديدة للنشر، 2002، ص 45.

التي ستكون بمثابة أساس للمسؤولية الاجتماعية للشركات. يجب أن تتضمن المؤسسة عناصر المسؤولية الاجتماعية للشركات أو الاستدامة لتعزيز المواطنة.

6. مدونات قواعد سلوك للموظفين:

عادة ما تكون وظيفة الموارد البشرية مسؤولة عن صياغة وتنفيذ مدونة قواعد سلوك الموظف، على هذا النحو، فإن مديري الموارد البشرية مسؤولون عن المبادئ المنصوص عليها في قواعد السلوك للموظفين. نظرًا لأن عددًا من عمليات الاحتيايل على الشركات قد لفتت انتباه الجمهور مؤخرًا، فإن مجالس الإدارة أصبحت أكثر اهتمامًا بالثقافة الأخلاقية داخل مؤسساتهم ويسعون إلى الموافقة والامتثال التام على مدونات سلوك تعبر بوضوح عن القيم الأخلاقية للمنظمة. إنها وسيلة مثالية للتعبير عن التزام المنظمة باتخاذ القرارات على أساس الجوانب الاجتماعية والبيئية لأن مدونات السلوك هي من بين الوثائق القليلة التي تربط جميع الموظفين والتي يتعرض لها جميع الموظفين.

فهي أداة رئيسية للتكامل الثقافي لمعايير المسؤولية الاجتماعية للشركات. ومن المهم التعبير بوضوح عن معايير السلوك التي يجب على الموظفين اتباعها¹.

المسؤولية الاجتماعية والصحة والسلامة المهنية:

في وقت مبكر من عام 1946، في ديباجة دستورها، سمحت لنا منظمة الصحة العالمية (WHO) بفهم دور الوقاية من الصحة والسلامة المهنية ووضعها في قلب إدارة الموارد البشرية: وتعرفه منظمة الصحة العالمية بأنه: "هو حالة كاملة من الصحة البدنية والعقلية والرفاه الاجتماعي، ولا يقتصر فقط على عدم وجود المرض أو العجز".

يخبرنا تعريف منظمة الصحة العالمية هذا أن الصحة ليست بعدًا بيولوجيًا فحسب، بل هي أيضًا نظام نفسي واجتماعي. لذلك، فإن الصحة هي حالة مثالية ناتجة عن توازن نفسي وحسي متعدد الأبعاد. يوضح هذه الديناميكية جيدًا من خلال إدخال مفهوم الحياة الطبيعية².

¹ Béji-Bécheure A., et Bensebaa F., « Responsabilité sociale de l'entreprise : de la contrainte à l'opportunité », Gestion 2000, vol. 23, n°1, janvier-février 2006. p 11.

² Florence Friedman, Patricia Hart, Isabelle Verrier, (2005), Les défis de la gestion des ressources humaines face aux mutations des entreprises a l'international ; Comment identifier, attirer et fidéliser les talents?, Paris .p 202.

وبالتالي، يمكن لأي مدير بناء سياسة إدارة الصحة والسلامة المهنية المرتبطة بسياسة إدارة الموارد البشرية الخاصة به لتعزيز هذا التوازن.

كما يؤكد (JM Peretti 2007)، تتطلب السلامة والصحة والرفاهية في العمل تنفيذ سياسة الوقاية من المخاطر، بالاعتماد بشكل خاص على استخدام تدقيق السلامة وظروف المعيشة في العمل¹. وبهذا المعنى، فإنه يشير إلى الملاحظات التالية: "يعتبر تدقيق المخاطر الاجتماعية دائماً عنصراً أساسياً في أي مهمة تدقيق اجتماعي، وهدف المدقق ليس فقط إبراز عوامل الخطر، ولكن أيضاً العواقب التي قد تنشأ إذا كان الخطر غير مغطى من طرف برنامج الصحة والسلامة المهنية". وبالتالي، فيما يتعلق بتنفيذ سياسة إدارة السلامة والصحة المهنية، فإن أي أداة تدقيق اجتماعي مستخدمة، مثل تشخيص الموارد البشرية، يمكن أن تسمح بإحداث ديناميكية للتقدم وتعزيز وعي المدققين بنقاط ضعف معينة.

باختصار، تطورت إدارة الصحة والسلامة في العمل بشكل كبير في السنوات الأخيرة، وأصبح لها إطار تنظيمي منظم ومحكم، وأصبح الفاعلون الاجتماعيون أكثر حساسية لهذا البعد المركزي الذي أخذ بعداً اجتماعياً وإنسانياً عميقاً في سياسة المنظمات الحديثة واستراتيجياتها.

المسؤولية الاجتماعية في إطار وظيفة الإنتاج والعمليات:

إن سبب وجود أي منظمة أو مؤسسة هو تقديم منتج أو خدمة للزبون وتعتبر وظيفة الإنتاج أهم وظيفة في المنظمة، ولكي تكون المنظمة مسؤولة اجتماعياً اتجاه الزبون أو المستهلك، يجب أن تقف إدارة الإنتاج على المرتكزات الاجتماعية والأخلاقية، والتي تمس كل السلوكيات والقرارات المرتبطة بمختلف أوجه العمل في هذه الإدارة، وتشمل النقاط التالية ما يلي²:

- مراعاة طبيعة الموارد الأولية المستخدمة وصلاحياتها وسلامة وأمن المستهلكين.
- تصميم المنتج بما ينسجم مع البيئة ولا يؤدي لأي أضرار بها.

¹ Gond Jean-Pascal et Mullenbach Astrid (2003), "Les fondements théoriques de la responsabilité sociétale de l'entreprise", 1er Congrès de l'ADERSE : L'enseignement et la recherche sur la RSE : Actualité, enjeux & perspectives, ESA Paris XII, 12 juin. p 14.

² طاهر محسن منصور الغالبي و صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، مرجع سابق، ص-ص : 232-233.

- عند وضع موقع المنظمة الابتعاد قدر الامكان عن الاماكن المكتظة بالسكان لأنه سيؤثر سلبا على السكان وعلى البيئة أيضا.
- الحرص على توفير النظافة والأمن في مكان العمل، والتأكيد على سلامة العاملين وسهولة حركتهم والتهوية وتجنب أو التقليل من الضوضاء في المكاتب الإدارية.
- معالجة مخلفات الإنتاج (تلوث الهواء، الفضلات الكيميائية، الانبعاث الحراري).
- ترشيد استخدام الطاقة واستخدام الآلات والأجهزة الأقل تلويثا وإهدارا للطاقة والموارد.
- الالتزام بالصيانة لتجنب الكوارث البيئية كما هو الحال في المنشآت الصناعية المنتجة لمواد قد يرافقها سموم وأبخرة ملوثة. فالصيانة هي التزام اجتماعي وأخلاقي، من شأنها ان تجنب المنظمة الوقوع في مشكلات كثيرة.

المسؤولية الاجتماعية والإدارة المالية:

تعرف الادارة المالية على انها مجموعة النشاطات التي تقوم بها وحدة إدارية من أجل الحصول على الأموال، والاستخدام الأمثل لهذه الأموال من أجل تحقيق الأهداف المسطرة من قبل المنظمة. و تتجسد المهام التي يتم تأديتها على مستوى هذه الوحدة من خلال اتخاذ نوعين من القرارات وهما¹:

- أ- قرارات الاستثمار : تتعلق باختيار هيكل الاستثمار الأمثل سواء من ناحية المقدار أو من ناحية التشكيل، وهي من أهم وأصعب القرارات المالية بسبب طبيعة العملية الاستثمارية ذاتها.
- ب- قرارات التمويل : ويتعلق بتحديد هيكل التمويل الأمثل الذي يتحقق من خلال التوافق الأمثل لمصادر تمويل استثمارات المنظمة، وهنا تسعى الإدارة المالية لتخفيض كلفة التمويل إلى حدها الأدنى.

ولكي تكون المنظمة مسؤولة اجتماعيا في شقها المالي خصوصا وخاصتا عندما نتحدث عن منظمات الأعمال الكبرى، يبرز موضوع الاستثمار المسؤول اجتماعيا كأحد المواضيع البارزة في المجالات المتعلقة بقرارات الاستثمار في المنظمات.

ويعرف الاستثمار المسؤول اجتماعيا بأنه "إستراتيجية للاستثمار تجمع بين تحقيق أداء مالي مرضي مع الأخذ بعين الاعتبار للمعايير الاجتماعية و البيئية، وتتحقق هذه الموازنة من خلال

¹ مزه محمود الزبيدي، أساسيات الإدارة المالية، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، ط 1، 2006، ص 26 .

مراعاة مبادئ التنمية المستدامة عند إدارة المحفظة المالية¹. كما ان للاستثمار المسئول اجتماعيا تأثير على اثنين من المفاهيم الأساسية من اقتصاد السوق²:

اولا: يخلق قيمة في المنظمة، و يحسن الأداء فيها. حيث أن 92 % من الخبراء و المسيرين يرون أن المنظمة التي تلتزم ببرامج اجتماعية تمتلك القدرة على إدارة المخاطر البيئية والاجتماعية.

ثانيا: له دور في تحسين العلاقة بين المنظمة والمساهمين، ويغير إيجابا من سلوكهم، كما يضع المنظمة في معزل من المسائلة تجاه نشاطاتها الاقتصادية و تجاه أدائها الاجتماعي والبيئي أيضا.

المطلب الثاني: الابعاد الخارجية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات

وباعتبار ان المنظمة نسق مفتوح وكونها ترتبط بمحيطها الخارجي بعلاقات تبادل ومصالح مشتركة ولضمان استمراريتها ووجودها فان كل منظمة تسعى لتبني آليات واساليب تضمن لها صمعة جيدة وقبول لدى الزبائن والشعب بصفة عامة، ولهذا يتطلب منها الامر تبني سياسة اجتماعية واخلاقية، كون هذه الاخيرة هي مطلب ومصدر جذب واطمئنان للزبائن بأن هاته المنظمة ذات مبادئ واسس تادي بهم الى الولاء التام لها دون غيرها، ومن هنا تبرز اهمية المسؤولية الاجتماعية للمنظمة كسياسة تتهجها وتطبقها في جوانبها الخارجية لضمان موقعها في السوق واستمراريتها وتطورها.

المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة:

العلاقات العامة هي العلاقة بين المنظمة والمؤسسات الخارجية المحيطة بها، سواء كانت مؤسسات رسمية أو خاصة، فردية أو جماعية. يقوم نشاط هذه الوظيفة من أجل تحقيق التناسق والتناغم بين المنظمة وهذه المؤسسات. يتم تنفيذه من قبل المنظمة ، والغرض منه هو كسب ثقة اصحاب المصالح، وينقسم اصحاب المصالح الي داخليين وهم (المؤسسون،المساهمون، الموظفون)

¹ Adrienne PAGÈS, LES PERFORMANCES DE L'INVESTISSEMENT SOCIALEMENT RESPONSABLE: MESURES ET ENJEUX, Mémoire de fin d'étudese, Majeure Finance, Paris, France, pp 11-21.

² Elisabeth Gaillarde et Stéphanie Guignard, L'investissement socialement responsable: Etat des lieux et perspectives, Agence de l'Environnement et de la maitrise de l'Energie (ADEME), France, 2004, p 2.

وخارجيين في (الحكومة، العملاء، الموردون، المجتمع). ويصب جل نشاط وظيفة العلاقات العامة في المنظمة فيما يلي¹:

- اجراء البحوث والدراسات العلمية على شكل سبر اراء واستطلاع رأي حول مسائل تتعلق بمشاكل المنظمة وأهدافها وسياساتها وممارساتها الداخلية والخارجية، ووضع حلول لها.
 - تصميم وإعداد برامج إعلامية موجهة لجمهور المنظمة واستقطابه وتوجيه سلوكه لمصلحة تحقيق اهداف المنظمة.
 - التعاون مع كافة الإدارات، من خلال تقديم التسهيلات الممكنة والمعلومات اللازمة لمساعدتها على القيام بوظيفتها.
 - الاتصال مع الجمهور الداخلي والخارجي، وعلى المستويين الرسمي وغير الرسمي.
- لإنجاز هذه المهام، تستخدم المنظمات وسائل الاتصال، بما في ذلك: الصحف والمجلات العمومية وكذا مجلات المؤسسة والإذاعة والتلفزيون، الندوات، المؤتمرات والمعارض.
- "وتقوم فلسفة العلاقات العامة على أهمية قيام الإدارة الفعالة بتحقيق مسؤوليتها الاجتماعية كما تهتم بالربحية الاقتصادية، فالعاملين والعملاء والمالكين وموردين والمجتمع وسائر المتعاملين الذين يؤلفون جمهور المنظمة هم على قدم المساواة وان تباينت مصالحهم. فكل منهم يفضل مصالحه الخاصة". فإذا استطاعت الإدارة أن تؤمن لهم تلك المصالح فإنها تكون قد أوفت بالتزاماتها، ولها أن تتوقع أطيب النتائج، كما ان المنظمة إذا استطاعت أن ترضي تلك الاهتمامات فإنها تظفر بعلاقات طيبة مع جميع الاطراف. الامر الذي من شأنه أن يوفر لها الأمن ويهيئ لها المناخ للقيام بوظيفتها وتحقيق أهدافها ومن ثم استمرارها².

الغرض من العلاقات العامة هو حث جميع الاطراف ذات العلاقة بالمنظمة على المشاركة في المسؤولية الاجتماعية من خلال تبصيرهم بإمكانات المنظمة والعقبات التي تواجهها، وبما تنتظره منهم من تأييد من طرفهم. ومساعدتها في تحمل المسؤولية وفي رسم سياستها العامة. " ولا شك أن التمكن من هذا الهدف يحقق غرضا اجتماعيا، لأنه ينمي الشعور بالمسؤولية الاجتماعية. ومن مسؤولية العلاقات العامة زرع الثقة بين الإدارة و المساهمين. وتسهيل فرص تبادل الآراء بينهم و بين

¹ عبد المعطي محمد عساف ومحمد فالح صالح، أسس العلاقات العامة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، بدون رقم طبعة، 2003، ص: 36-37.

² وجدي بركات، محاضرات في العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية، ص 8-9، منشورة في موقع ، 13:00 - 2021/05/10. <https://www.socialar.com/vb/attachment.php?attachmentid=419&d=1303152257>

الإدارة. كما تهدف العلاقات العامة إلى تحقيق التوافق والانسجام بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي¹.

المسؤولية الاجتماعية والتسويق الاجتماعي :

يشير مفهوم المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للتسويق إلى "التزام اجتماعي تراعيه المنظمات عند التخطيط لعناصر المزيج التسويقي. مع الأخذ بعين الاعتبار التوفيق بين رغبات المستهلكين وأرباح المنظمة والمجتمع. حيث يمكن تحديدها بعناصر أساسية هي: حماية المستهلك وترشيد الاستهلاك (المحافظة على الموارد) وحماية البيئة والأنشطة الاجتماعية تجاه المجتمع"².

يعد (Peter Drucker) أول من أشار إلى أهمية التعرض للجانب الاجتماعي في التسويق وذلك في عام 1957 باعتباره يتمثل في العمليات الديناميكية لمنظمات الأعمال، والتي تؤدي إلى الانسجام بمنتجاتها مع أهداف وقيم المجتمع.

وفي مطلع الستينات ظهر التوجه البيئي كأحد ميزات التسويق الاجتماعي الذي يبرز العلاقة الوثيقة بين المسؤولية الاجتماعية والمسؤولية البيئية و يشير إلى مجموعة من الخصائص منها³:

✓ **المفهوم الإنساني** : يجب أن ينظر للتسويق على أنه اهتمامات وتوجهات ذات البعد الإنساني، ومستمدة من أنماط الحياة التي يعيشها الفرد.

✓ **المفهوم البيئي** : ويتأتى هذا من خلال متابعة الآثار البيئية للمنتج خلال دورة حياته للتأكد من أنه لا يسبب أي ضرر للبيئة في أي مرحلة من مراحل حياته.

✓ **الاستهلاك الذكي** : والذي يرتبط باهتمام الزبون بمعرفة التفاصيل المتعلقة بمكونات المنتج ودورة حياته والتصاميم الصديقة للبيئة.

فيما يتعلق بالعلاقة بين التسويق الاجتماعي والمسؤولية الاجتماعية للتسويق، فإن مفهوم المسؤولية الاجتماعية يشكل طريقة تسويقية حديثة في مجال التسويق وقد تم التعبير عنها في الأدبيات بالتسويق الاجتماعي. والذي يعرف بأنه "مجموعة من الإجراءات والقرارات الإدارية المؤدية إلى تقديم منتجات صالحة للاستهلاك البشري وغير ملوثة وآمنة. ويرتبط هذا المفهوم أيضا

¹ جفال سامية وبوزيد سليمة، العلاقات العامة في المنظمة بين المفهوم والوظيفة، مجلة كلية الآداب و العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة محمد خيضر - بسكرة، العدد 2 و 3، 2008، صص 6-7.

² عدي جمال البطاينة، مرجع سابق، ص 27.

³ ثامر البكري وأحمد نزار النوري، التسويق الأخضر، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، بدون رقم طبعة، 2007، ص 39.

بمسؤوليات المنظمات نحو المستهلكين من حيث تقديم سلع أو خدمات تشبع حاجاتهم وفق قدراتهم الشرائية¹.

وتتمثل مواضيع وأهداف التسويق الاجتماعي فيما يلي²:

- تشجيع السلوك الاجتماعي من أجل فائدة الجمهور المستهدف والمجتمع. ولو على حساب تحقيق فائدة المسوق
- تمثل أعمال التسويق الاجتماعي طريقة أو وجهة نظر تفيد المجتمع بأكمله.
- استخدم تقنيات التسويق التجاري لتعزيز وتبني السلوكيات الصحية والاجتماعية الإيجابية.
- يعلم الناس كيفية تبني السلوكيات التي تجعلهم أكثر صحة وسعادة ، و يعمل على توجيه القيم و الحاجات والرغبات التي تحفزهم على تبني السلوك الاجتماعي.
- التأثير الايجابي على سلوك الاجتماعي للمستهلكين.

حماية المستهلك عنصر استراتيجي لتحقيق المسؤولية الاجتماعية:

في السنوات الاخيرة اصبحت الأبحاث والدراسات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والتسويق على مجالات محددة تركز على دراسة إدراك و ردود فعل المستهلكين تجاه المسؤولية الاجتماعية³. إذ يعتبر المستهلك من شرائح المجتمع التي لها أهمية كبيرة، فمن أشكال المسؤولية الاجتماعية الموجهة لهذه الشريحة.

ونظرًا لأن المستهلكين يعتبرون أحد الفئات الاجتماعية المهمة، فهو أحد أشكال المسؤولية الاجتماعية الموجهة لهذه المجموعة هي : " تقديم المنتجات بأسعار ونوعيات مناسبة، والإعلان لهم بكل صدق، وتقديم منتجات صديقة لهم. بالإضافة إلى تقديم إرشادات واضحة بشأن استخدام المنتج، والالتزام بمعالجة الأضرار التي تحدث بعد البيع. وتطوير مستمر للمنتجات"⁴.

¹ محمد عبيدات، دور التسويق الاجتماعي في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات، ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر المسؤولية الاجتماعية، مركز دراسات وبحوث السوق والمستهلك، صنعاء، 29-30 أكتوبر 2008، ص 03.

² ردينة عثمان يوسف، التسويق الصحي والاجتماعي، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، بدون رقم طبعة، 2008، ص ص : 246-245.

³ Isabelle Maignan et Valérie Swaen, la responsabilité sociale d'une organisation: "intégration des perspectives marketing et managériales", revue Française du marketing, n°200, décembre 2004, p 53.

⁴ فاتح عبد القادر الحوري وممدوح الزيادات وهائل عابنة، إدارة الصورة الذهنية للمنظمات الأردنية في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية: "دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية"، بحث علمي مقدم إلى المؤتمر العلمي الثالث لكلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، (إدارة منظمات الأعمال: التحديات العالمية المعاصرة)، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن، 27 - 29 أبريل 2009، ص 7.

المسؤولية الاجتماعية والبيئية:

أدى التوسع الصناعي وسوء استخدام الموارد إلى تلوث البيئة في شكل (نفايات، دخان أسود أو ضجيج)، كلها هذا كفيل بإضعاف متعة الحياة عند الناس والكائنات الحية الأخرى. مما أصبح لزاماً على منظمات الأعمال تأمين الأسس الطبيعية للحياة الإنسانية بانتهاج سلوكيات بيئية مسؤولة تحمي المجتمع من أخطار التلوث الذي يخلفه نشاطها، وهذا لا يتأتى فقط في معالجة الأضرار البيئية الموجودة أصلاً، وإنما بتجنب المشاكل البيئية والتقليل من الأخطار التي تتجم عنها قدر الإمكان، وفيما يلي تفصيل في الأمر:

ماهية المسؤولية البيئية للمنظمات الأعمال: المسؤولية البيئية هي أحد عناصر المسؤولية الاجتماعية التي تتحملها الشركات والمؤسسات، وفي السنوات الأخيرة، زادت المنظمات الحكومية والعالمية والإقليمية اهتمامها بهذا الموضوع بشكل كبير. خاصة مع زيادة عدد الأنشطة الاقتصادية وتوسعها على حساب المحيطات البيئية. إذ أصبح قطاع الأعمال قطاعاً مؤثراً على الأداء البيئي ومؤثراً واضحاً على الظروف البيئية المستقبلية، لذلك أصبحت حماية البيئة ومكوناتها من ضمن مسؤوليتها الأساسية. لأن الأنشطة التي تنظمها الشركات لها تأثير كبير على البيئة ومكوناتها.

ووفقاً للوائح المنظمة البيئية الكندية غير الحكومية (ENGO)، عند استيفاء نقطتين أساسيتين، يجب أن تتحمل منظمات الأعمال المسؤوليات البيئية، وهما:

- أن تصبح منظمة الأعمال ذات قوة أكبر من الدولة، وبذلك يصبح لها مسؤولية تجاه المجتمع.
- وعندما تكون غايتها هي تدعيم حمايتها. وبذلك فإن منظمات الأعمال المسؤولة بيئياً هي التي تسيطر أنشطتها على أساس مبادئ بيئية، بما يساعد المجتمع على المحافظة عليها.

وبذلك يمكن تعريف المسؤولية البيئية الموضوعة على عاتق منظمات الأعمال على أنها "جزء من مسؤوليتها تجاه المجتمع ككل، والتي تختص بتحليل آثار أنشطتها على البيئة العاملة فيها ومقوماتها، وإبراز كيفية قياس هذه الآثار واحتسابها بما يضمن تحمل المنظمة لها وحماية العناصر البيئية منها بالتبعية".

ايضا، يمكن تعريف المسؤولية البيئية لمنظمات الأعمال على أنها مهمة لتغطية الآثار البيئية للعمليات الإنتاجية لمنظمات الأعمال، وتخفيض التلف والإنبعاثات، تعظيم كفاءة إنتاجية مواردها، وتقليل الممارسات التي يمكن أن تكون لها آثار بيئية مستقبلاً¹.

دوافع تبني المسؤولية البيئية من قبل منظمات الأعمال:

لقد أصبح المنتج الصديق للبيئة عالمياً من المتطلبات الأساسية للانضمام إلى منظمة التجارة العالمية، خاصة بعد أن أضحت صحة الإنسان مهددة جراء التلوث الكبير المحيط بها، لذلك نجد الكثير من المؤسسات وخاصة العالمية تقوم بدمج البعد البيئي بصفة طوعية في استراتيجيتها وجدول أعمالها، ويتضح ذلك من خلال الأسباب الآتية:

الأسباب الداخلية لتبني المسؤولية البيئية:

- تحقيق مزايا تسويقية ووفرات مالية لمنظمة الأعمال من خلال تنفيذها للبرامج البيئية، كما يسهم في تقليل التكاليف من خلال إعادة تدوير تلك المخلفات.
- تقليل كمية المخلفات الصناعية (النفايات الصلبة والسائلة)، وبالتالي الحد من مظاهر التلوث البيئي الهادفة إلى حماية الإنسان وموارده.
- حماية الأنظمة البيئية واستخدام أكفا للموارد الطبيعية من المياه والأرض والطاقة والمساهمة في عمل التنمية المستدامة لها عبر الأجيال القادمة.
- يساهم في زيادة التعاون مع السلطات التشريعية والرقابية، مما يسهل عملية حل المشكلات البيئية الخاصة بالمنظمة، والتخلص من تلك المخالفات مما يترك الأثر العميق لتحسين الصورة العامة في مجتمعها، وبالتالي تحقيق الدعم والتأييد من وجودها.
- تحسين الأداء من الناحية البيئية ودفع العاملين للتعرف على المتطلبات البيئية أو تحسين قدرتهم على رفع مستوى الأداء البيئي وتحفيز المنظمات الصناعية الأخرى على تبني أنظمة بيئية.

¹ د. محمد فلاح، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، الطبعة العربية، 2016، ص ص 110-111.

الأسباب الخارجية لتبني المسؤولية البيئية:

- **المتطلبات الحكومية:** تتمثل في حماية منظمات الأعمال من التعرض للمخالفات القانونية نتيجة لعدم الالتزام بتطبيق التعليمات الصادرة عن الجهات الحكومية.
- **المستهلكين:** لقد انتشر الوعي البيئي لدى العديد من المستهلكين مع الزمن، وأصبح المستهلك يبحث عن المنتجات الأكثر أماناً على صحته وأقل خطراً على البيئة المحيطة به. مما أسهم بظهور العديد من المفاهيم التسويقية الحديثة التي تسعى لحماية الإنسان وموارده من خطر التلوث ومنها المنتجات الخضراء (Green Products)، أو المنتج الصديق للبيئة (friendly products) وغيرها من العبارات التي تسعى لإقناع المستهلك بسلامة الإجراء البيئي المحيط بمصدر تلك السلعة.
- **المساهمين والمقرضين:** حيث أن الضغوطات المتزايدة من جانب تلك الفئة على إدارة منظمة الأعمال دفعها لتقديم المعلومات الواضحة على الأداء المالي أو البيئي نتيجة لقناعتهم بأن الممارسات البيئية قد يترتب عليها غرامات مالية تصل في بعض التشريعات إلى حد إغلاق تلك المنظمة، وبالتالي التأثير على الأرباح العائدة على المساهمين.
- **المتعاقدين:** يطلب الكثير من المتعاقدين من إدارة المنظمة أن يكون منتجها الذي تم تصنيعه طبقاً لمواصفات بيئية معينة، وأن تكون مدخلات الإنتاج من مصادر حديثة للبيئة¹.

نظام الإدارة البيئية (ISO 14001):

1- ماهية نظام الإدارة البيئية

يعرف نظام الإدارة البيئية بأنه "هيكل لإدارة منظمات الأعمال من أجل تقييم تأثيراتها البيئية، كونه جزءاً من نظام الإدارة في المنظمة يستخدم في تطوير وتنفيذ السياسة البيئية وإدارة الجوانب البيئية".

يشير هذا التعريف إلى نظام الإدارة البيئية بوصفه نظام إداري ضمن نظام المنظمة الكلي، تكمن أهميته في تحديد وبناء السياسة والأهداف البيئية للمنظمة وإنجاز تحقيقها، كذلك يحدد مكونات نظام الإدارة البيئية مع تضمينه إطار عمل لتحديد وإدارة وتقييم وتحسين الأداء البيئي.

¹ د. محمد فلاح، نفس المرجع السابق، ص ص 112-113.

وتأسيسا على ما تقدم يوصف نظام الإدارة البيئية بأنه مجموعة عناصر مترابطة تشكل نظاما إداريا فرعيا يعني بإدارة التأثيرات البيئية الناتجة عن أنشطة المنظمة بغض النظر عن حجم ونوع ذلك النشاط.

ومن جهة أخرى، يهدف نظام الإدارة البيئية إلى زيادة الاهتمامات البيئية في كافة جوانب العملية الإدارية في منظمات الأعمال، مشددا على أهمية تحمل كل فرد في المنظمة المسؤولية صوب البيئة والمجتمع عن طريق توفير إطار عمل تكون فيه الأهداف البيئية إحدى المدخلات الرئيسة لعملية اتخاذ القرارات.

2- تخضير منظمات الأعمال:

إن تخضير منظمة الأعمال يعني أن تكون هذه المنظمة في عملياتها ومنتجاتها وخدماتها المختلفة أكثر انسجاما وودية مع البيئة، ولقد أدى ذلك إلى طرح شعار تخضير المنظمة من خلال تخضير سبعة أبعاد تنظيمية، وهذه الأبعاد تمثل في:

- ثلاثة أبعاد صلبة : الإستراتيجية (Strategy)، الهيكل (Structure)، والنظم (Systems)
- وأربعة أبعاد ناعمة: الأهداف العليا (Super - ordinate Goals)، الملاك أو الأفراد (Staff)، المهارات (Skills)، والأسلوب (Style).

ولتبني نظام تخضير المؤسسة، على هذه الأخيرة التقيد بتنفيذ النقاط التالية وهي كالآتي¹:

❖ **تخضير المنظمة داخليا:** وهذا يتطلب قدرا من التدخل من المنظمات ومن المجتمع لإيقاف السعي المحموم من أجل أقصى ربح على حساب البيئة. خاصة وأن بعض هذه الأرباح المتحققة هي خسائر واضحة تتحملها المؤسسة نفسها فيما بعد عندما تفقد فرصها المستقبلية جراء نفاذ الموارد البيئية التي تعتمد عليها في أعمالها.

- الاستعداد العالي لمنظمة الأعمال في قبول مبدأ (من يلوث يدفع): أي تحويل تكاليف التلوث الخارجية إلى تكاليف داخلية، والنظر إلى الموارد البيئية الحرة (كالهواء والماء والتربة والأنهار والمحيطات) كسلع ذات تكلفة ضرورية من أجل تجديدها وإعادةتها إلى ما كانت عليه.

¹ د. محمد فلاق، نفس المرجع السابق، ص ص 115-120.

- التدقيق الداخلي البيئي: وذلك من خلال اعتماد التقييم الدوري الداخلي للمنظمة وفق معايير بيئية محددة ترتبط بطبعة أعمال المنظمة.

- تقييم الأداء البيئي: إن الأداء البيئي يمثل استعداد المنظمة لتبني أسلوب تقييم الأداء على أساس المعايير المادية (الربح، التكلفة) والمعايير البيئية (حجم النفايات أو الانبعاثات على حد سواء، وأن يتم تقييم الأقسام والمديرين والعاملين على أساس مدى المساهمة في خفض التلوث وأشكاله المختلفة كجزء من اهتمام المنظمة بتحقيق الكفاءة والفاعلية.

❖ **تخضير المنظمة خارجيا:** ويمكن أن نشير إلى ما يعبر عن تخضير المنظمة خارجيا من خلال ما يلي:

- الامتثال للقوانين المتعلقة بالبيئة والمحافظة عليها: حيث أن بعض هذه القوانين يحد من استخدام بعض المواد الكيميائية والبعض الآخر ينظم التعامل مع الملوثات والنفايات الخطيرة، والتي أصبحت مشكلة وخيمة في الدول الصناعية التي لا تدري ما العمل لإزائها لجنة.

- تحمل منظمة الأعمال لمسؤوليتها عن التلوث: بالرغم من صعوبة حساب تكاليف التلوث إلا أن القدرات الفنية المتاحة في مجال الرصد والقياس البيئي لتحديد حدود التلوث المسموحة والغير مسموحة، ساعد على وضع وتطوير المعايير القياسية الإلزامية لحدوث التلوث.

- التنبئ والانسجام مع الاتجاهات والممارسات البيئية: ومن أبرز هذه الاتجاهات:

أ- **خفض التلوث:** إن المنظمات تميل إلى خفض التلوث كوسيلة من وسائل التعبير عن المسؤولية البيئية، ومع أن المطلوب هو الوقاية من التلوث وليس خفضه، إلا أن خفض التلوث يمثل اتجاها بيئيا ايجابيا يصلح أن يكون قاعدة جيدة لتخضير المنظمة.

ب- **الإعادات الثلاث:** إن من الاتجاهات والممارسات البيئية هو أن المنتج الواحد يمكن أن ينتج بطريقة يعاد فيها استخدامه المرة تلو الأخرى. بما يحقق المنفعة والغرض لأطول فترة زمنية دون أن يكون ذا أثر سلبي على البيئة. ويمكن أن نشير إلى الإعادات الثلاثة كآلاتي:

■ **التقليص أو تخفيض التكاليف:** وتعني العمل على الإقلال من المواد الخام أو الطاقة المستخدمة في الصناعة، وطرح اقل ما يمكن من النفايات. وهذه تمثل الوسيلة المثلى باتجاه حماية البيئة.

■ **إعادة الاستعمال :** وتعني استخدام المنتج مرة ثانية مما يؤدي بالنتيجة إلى تخفيض استهلاك المواد الجديدة.

■ **التدوير:** هو إعادة المنتج أو المادة التي أصبحت في ظرف معين نفايات إلى مواد مفيدة من خلال مجموعة معالجات فيزيائية، كيميائية، أي باسترجاع المواد النافعة من المخلفات بحيث يتم فصل هذه المواد ومعالجتها ثم إعادة تصنيعها.

❖ **الممارسات التسويقية الخضراء:** لقد عرف كوتلر التسويق الأخضر بأنه الحركة التي تتجه نحو قيام المنظمات بتطوير وتسويق منتجات مسؤولة بيئياً مثل المنتجات الخضراء، التغليف الأخضر، التسعير الأخضر، وقنوات التوزيع الخضراء.

❖ **إدارة الجودة البيئية الشاملة:** إن المنظمات التي اهتمت بالجودة الشاملة استطاعت أن تحقق ميزة تنافسية في السوق، وهذا بعد ثورة الجودة التي دعت إلى مراعاة البيئة والجودة البيئية كمكونات أساسية للجودة والجوانب النوعية للحياة.

❖ **مطالب التنمية المستدامة:** هي مسؤولية بيئية كبرى حيال الأجيال القادمة الذين ينتظرون أن يكونوا في بيئة قادرة على الإيفاء بحاجاتهم وتطلعاتهم. والمنظمات عليها ان تسير وفق منظور مستقبلي طويل الأمد يراعي الأجيال القادمة وتحمل أعباء الأضرار التي تنشأ بما يبقى البيئة في حالة صالحة.

خلاصة:

واخيرا نستخلص ان المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تتجسد في وظائفها الإنتاجية والتسويقية والمالية والبشرية والبيئية وفي البحث والتطوير وفي علاقاتها العامة. والمسؤولية الاجتماعية تنعكس في مختلف أنشطة المؤسسة وعلى جميع المستويات التنظيمية، سواء على مستوى الإدارة العليا أو بالإدارات الفرعية وذلك من خلال التزام المديرين والعاملين بها.

وهنا نتفق مع الآراء المؤيدة لقيام المؤسسات بمسؤوليتها الاجتماعية، لأن المؤسسات بدون مسؤولية اجتماعية سوف تحمل آثار سلبية على أصحابها، فمن خلال التبرع بجزء من ميزانيتها للأهداف الاجتماعية والبيئية، تكتسب المنظمة ثقة واحترام العملاء الداخليين (موظفي المؤسسة) والعملاء الخارجيين (المستهلكين) والمجتمع المحيط، وبالتالي زيادة أرباح المؤسسة.

ولا يتأتى هذا إلى باتباع نظام الإدارة إستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية، بالالتزام بالخطوات العلمية الإدارية المطلوبة. يصحبه وجود رغبة قوية وإيمان لدى المسؤولين بأهمية هذا الخيار الاستراتيجي. بالإضافة الى إشراك جميع الموظفين في هذا النظام، وخلق ثقافة تنظيمية اساسها غرس مبدأ المسؤولية الاجتماعية لدى الموظفين

المبحث الرابع: المسؤولية الاجتماعية في ظل المبادرات الدولية

تمهيد:

"تطلعت كافة الدول المتقدمة والنامية أيضا في العصر الحديث إلى 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 مؤسسات القطاع الخاص يعتمد على ربحيتها فحسب، ولم تعد تلك المؤسسات 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. وفي هذا الخصوص يذكر ما يلي:

1. مؤتمر الأمم المتحدة المعني بالبيئة والتنمية (UNCED)، قمة الأرض. ريو دي جانيرو، البرازيل 3-14 جوان 1992:².

منذ عام 1990، عقد المجتمع الدولي 12 مؤتمرا رئيسيا ألزمت الحكومات بالتصدي العاجل لبعض أكثر المشاكل إلحاحا التي تواجه العالم اليوم. وقد توصلت هذه الاجتماعات رفيعة المستوى مجتمعة، إلى توافق عالمي في الآراء بشأن أولويات جدول أعمال التنمية الجديد في التسعينات وما بعدها. تحاول الفصول اللاحقة من هذه الورقة الموجزة، وكل منها مخصص لأحد المؤتمرات الرئيسية، الإجابة على أسئلة مهمة. ما هي المشاكل التي عالجتها هذه المؤتمرات؟ ماذا حققوا؟ ما الإجراءات التي اقترحوها؟ ما هي المتابعة؟ أين نذهب من هنا؟ ما هو دور الأمم المتحدة في أجندة التنمية الجديدة التي اقترحتها هذه الاجتماعات؟

وتمثل سلسلة المؤتمرات هذه إنجازا ملحوظا لمنظومة الأمم المتحدة. من خلال المؤتمر، اجتمع المجتمع الدولي بأكمله للاتفاق على القيم المشتركة والأهداف المشتركة والاستراتيجيات لتحقيقها. يُظهر هذا الجهد واحدة من أعظم نقاط القوة في منظومة الأمم المتحدة: القدرة على الانتقال من رفع

¹ Hussein Elasrag, *Social responsibility of the private sector and its role in sustainable development of the Kingdom of Saudi Arabia*, Munich Personal RePEc Archive, MPRA Paper No. 54977, April 2014, p 12.

² United Nations Conference on Environment and Development (UNCED), *Earth Summit*, viewed on 01/01/2021 at 10:25. <https://sustainabledevelopment.un.org/milestones/unced>

مستوى الوعي إلى وضع جدول الأعمال إلى الاتفاق على إجراءات من قبل الدول الأعضاء لمتابعة التزامات المؤتمرات والمساعدة الفعالة للبلدان التي تحتاج إلى المساعدة في تحقيق التزاماتهم.

يؤخذ كل مؤتمر، بشكل فردي، تنويعاً لأشهر عديدة من المشاورات بين الدول الأعضاء وخبراء الأمم المتحدة والممثلين غير الحكوميين، الذين استعرضوا كميات هائلة من المعلومات وتبادلوا مجموعة واسعة من الخبرات في رعاية الطفل، وحماية البيئة، وحقوق الإنسان، والتقدم المرأة، والعمالة المنتجة، والصحة الإنجابية والتنمية الحضرية، وصلاتها بالسلام والتنمية والأمن البشري. وقد أبرم كل مؤتمر اتفاقات حول قضايا محددة بروح جديدة من التعاون والهدف العالميين. لقد أظهر كل اجتماع عالمية القلق فيما يتعلق بالقضايا قيد النظر.

وقد تم عقد جميع هذه الاجتماعات بدعم قوي من الجمعية العامة للأمم المتحدة، وهي الآن صوت 185 دولة عضو، والاعتراف بأن نهاية الحرب الباردة أتاحت الفرصة - بل الضرورة - لتنشيط التعاون الدولي في قضايا التنمية. وقد تناولت جميعها مشاكل ذات حجم عالمي أدركت الدول الأعضاء أنها تجاوزت قدراتها الفردية على حلها وتحتاج إلى جهد دولي متضافر. وتعكس جميعها أعمال الدول الأعضاء وعدد متزايد من الجهات الفاعلة الأخرى في مجال التنمية الدولية، ولا سيما المنظمات غير الحكومية.

جدول أعمال القرن 21 UNCED، 1992:1.

جدول أعمال القرن 21 هو خطة عمل شاملة يتعين اتخاذها على الصعيد العالمي والوطني والمحلي من قبل مؤسسات منظومة الأمم المتحدة والحكومات والمجموعات الرئيسية في كل مجال تؤثر فيه البشرية على البيئة.

اعتمد جدول أعمال القرن 21 وإعلان ريو بشأن البيئة والتنمية وبيان مبادئ الإدارة المستدامة للغابات أكثر من 178 حكومة في مؤتمر الأمم المتحدة المعني بالبيئة والتنمية الذي عقد في ريو دي جانيرو، البرازيل.

¹ Agenda 21 UNCED, 1992, viewed on 01/01/2021 at 11:00.
<https://sustainabledevelopment.un.org/index.php?page=view&nr=835&type=400&menu=35>

أنشئت لجنة التنمية المستدامة في ديسمبر 1992 لضمان المتابعة الفعالة لمؤتمر الأمم المتحدة المعني بالبيئة والتنمية، ولرصد تنفيذ الاتفاقات والإبلاغ عنها على المستويات المحلية والوطنية والإقليمية والدولية. واتفق على أن تجري الجمعية العامة للأمم المتحدة في دورة استثنائية في عام 1997 استعراضاً مدته خمس سنوات للتقدم المحرز في قمة الأرض.

أعيد التأكيد بقوة على التنفيذ الكامل لجدول أعمال القرن 21، وبرنامج مواصلة تنفيذ جدول أعمال القرن 21 والالتزامات بمبادئ ريو، في مؤتمر القمة العالمي للتنمية المستدامة المعقود في جوهانسبرغ ، جنوب أفريقيا في الفترة من 26 أوت إلى 4 سبتمبر 2002.

لتكون هاته الاجندة بمثابة الاشارة الى ضرورة تبني منظمات الأعمال مفاهيم جديدة تتعلق بمراعاة وحماية البيئة من خلال استعمال أساليب الإنتاج الأنظف والحد من التلوث.

2. الاتفاقية العامة للأمم المتحدة (الميثاق العالمي للمسؤولية الاجتماعية):¹

الميثاق العالمي للأمم المتحدة هو ميثاق غير ملزم للأمم المتحدة لتشجيع الشركات في جميع أنحاء العالم على اعتماد سياسات مستدامة ومسؤولة اجتماعياً، والإبلاغ عن تنفيذها. الميثاق العالمي للأمم المتحدة هو إطار عمل قائم على المبادئ للشركات، ويذكر عشرة مبادئ في مجالات حقوق الإنسان والعمل والبيئة ومكافحة الفساد. بموجب الميثاق العالمي، يتم الجمع بين الشركات مع وكالات الأمم المتحدة ومجموعات العمل والمجتمع المدني. يمكن للمدن الانضمام إلى الميثاق العالمي من خلال برنامج المدن.

يعد الميثاق العالمي للأمم المتحدة أكبر مبادرة استدامة مؤسسية في العالم (المعروفة أيضاً بالمسؤولية الاجتماعية للشركات) بمشاركة 13000 مشارك من الشركات وأصحاب المصلحة الآخرين في أكثر من 170 دولة بهدفين: "تعميم المبادئ العشرة في أنشطة الأعمال حول العالم" و"تحفيز الإجراءات لدعم أهداف الأمم المتحدة الأوسع، مثل الأهداف الإنمائية للألفية وأهداف التنمية المستدامة." من أجل المضي قدماً، فإن الميثاق العالمي للأمم المتحدة والموقعين عليه مستثمرون للغاية ومتحمسون لدعم العمل نحو أهداف التنمية المستدامة.

¹ The UN Global Compact, viewed on 01/01/2021 at 11:10.
https://en.wikipedia.org/wiki/United_Nations_Global_Compact

تم الإعلان عن الميثاق العالمي للأمم المتحدة من قبل الأمين العام للأمم المتحدة آنذاك كوفي عنان في خطاب أمام المنتدى الاقتصادي العالمي في 31 يناير 1999، وتم إطلاقه رسميًا في مقر الأمم المتحدة في مدينة نيويورك في 26 يوليو 2000. مكتب الاتفاق العالمي تعمل على أساس التفويض الذي حددته الجمعية العامة للأمم المتحدة كمنظمة "تعزز الممارسات التجارية المسؤولة وقيم الأمم المتحدة بين مجتمع الأعمال العالمي ومنظومة الأمم المتحدة". الميثاق العالمي للأمم المتحدة هو عضو مؤسس في مبادرة الأمم المتحدة للبورصات المستدامة (SSE) إلى جانب مبادئ الاستثمار المسؤول (PRI)، ومبادرة تمويل برنامج الأمم المتحدة للبيئة (UNEP-FI)، ومؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)

تم إطلاق الميثاق العالمي للأمم المتحدة في البداية مع تسعة مبادئ. في 24 جوان 2004، خلال قمة قادة الاتفاق العالمي الأولى، أعلن كوفي عنان إضافة المبدأ العاشر لمكافحة الفساد وفقاً لاتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد المعتمدة في عام 2003. والمبادئ العشرة هي:¹

1. يجب على الشركات دعم واحترام حماية حقوق الإنسان المعلنة دولياً
2. يجب على الشركات التأكد من أنها ليست متواطئة في انتهاكات حقوق الإنسان
3. يجب أن تدعم الشركات حرية تكوين الجمعيات والاعتراف الفعال بحق المساومة الجماعية
4. يجب على الشركات دعم القضاء على جميع أشكال العمل القسري والإجباري
5. يجب على الشركات دعم الإلغاء الفعال لعمل الأطفال
6. يجب على الشركات دعم القضاء على التمييز فيما يتعلق بالوظيفة والمهنة
7. يجب على الشركات دعم النهج التحوطي للتحديات البيئية
8. يجب على الشركات اتخاذ مبادرات لتعزيز المسؤولية البيئية
9. يجب على الشركات تشجيع تطوير ونشر التقنيات الصديقة للبيئة
10. يجب أن تعمل الشركات على مكافحة الفساد بجميع أشكاله، بما في ذلك الابتزاز والرشوة.

¹ The UN Global Compact, *Statement of Support for UN Global Compact*, viewed on 01/01/2021 at 11:15, <https://www.unglobalcompact.org/participation/report/cop/create-and-submit/detail/1500>

3. مبادئ منظمة العمل الدولية بخصوص الشركات متعددة الجنسيات و السياسة الاجتماعية:

اعتمد مجلس منظمة العمل الدولية "إعلان المبادئ الثلاثي" في عام 1977 وأجرى عليه تنقيحات كبيرة في عام 2017.

اذ يعمل إعلان المبادئ الثلاثي على تشجيع الشركات متعددة الجنسيات لتقديم مساهمات إيجابية لتحقيق التقدم الاقتصادي والاجتماعي وتحقيق العمل اللائق للجميع، وكذلك حثهم على تجنب الآثار السلبية لعملياتها ومعالجتها وحلها.

يشكل هذا الإعلان مجموعة مرجعية يمكن تطبيقها على إجراءات جميع البلدان والشركات متعددة الجنسيات في جميع أنحاء العالم. وهو مُلخّص لكيفية تطبيق المبادئ الواردة في اتفاقيات وتوصيات منظمة العمل الدولية على العمليات الخاصة بالمنشآت، التي بدورها تتولى مسؤولية احترام حقوق الإنسان في إطار عملياتها الخاصة وضمن سلسلة التوريد والإمداد العالمية.

وهكذا، فإنه يُقدّم إطاراً يمكن أن تستخدمه نقابات العمال عند مناقشة القضايا الاقتصادية والاجتماعية مع ارباب العمل والحكومات.

ويحظى هذا الإعلان بسُلطة أخلاقية اذ يقدم قائمة تدقيق ومتابعة شاملة للمعايير التي من المُتوقع أن تراعيها المنشآت في جميع عملياتها¹.

4. المبادئ التوجيهية الصادرة عن منظمة التعاون والتنمية بشأن حوكمة الشركات المملوكة للدولة:

منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) هي منظمة دولية تعمل على بناء سياسات أفضل لحياة أفضل. هدفنا هو صياغة السياسات التي تعزز الازدهار والمساواة والفرص والرفاهية للجميع.

بالتعاون مع الحكومات وواضعي السياسات والمواطنين، تعمل على وضع معايير دولية قائمة على الأدلة وإيجاد حلول لمجموعة من التحديات الاجتماعية والاقتصادية والبيئية. من تحسين الأداء الاقتصادي وخلق فرص العمل إلى تعزيز التعليم القوي ومكافحة التهريب الضريبي الدولي، اذ تقدم

¹ منظمة العمل الدولية، إعلان المبادئ الثلاثي بشأن المنشآت مُتعددة الجنسيّة والسياسة الاجتماعية: ما الفوائد التي سيعود بها على العمال؟، دليلك لإعلان مبادئ المنشآت متعددة الجنسيات، ط 1، طبع من طرف شركة dieUmweltDruckerei Gm، ألمانيا، 2017، ص 07.

منتدى ومركزاً معرفياً فريداً للبيانات والتحليل وتبادل الخبرات، وتبادل أفضل الممارسات، وتقديم المشورة بشأن السياسات العامة ووضع المعايير الدولية¹.

في عام 2005، وضعت لأول مرة مبادئ توجيهية لحوكمة الشركات المملوكة للدولة لمواجهة هذه التحديات. وفي عام 2014، طلبت لجنة حوكمة الشركات التابعة لمنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي من الفرقة العاملة المعنية بممارسات ملكية الدولة وممارسات الخصخصة مراجعة وتنقيحها استناداً إلى ما يقرب من عشر سنوات من الخبرات في التنفيذ.

وبناء على ذلك، خلصت الفرقة العاملة إلى أن المبادئ التوجيهية ينبغي أن تستمر في تحديد مستويات عالية من الطموح للحكومات، وتوجه الإصلاحات في قطاع الشركات المملوكة للدولة.

إن هذه المبادئ التوجيهية موجهة للمسؤولين الحكوميين المكلفين بملكية الشركات وتوفر أيضاً إرشادات مفيدة وتوصيات في ما يتعلق بحوكمة الشركات لمجالس إدارة الشركات المملوكة للحكومات وإداراتها. وتغطي المبادئ التوجيهية المعروضة المجالات التالية²:

- المبررات لملكية الدولة
- دور الدولة كمالك
- الشركات المملوكة للدولة في السوق
- المعاملة المتكافئة للمساهمين والمستثمرين الآخرين
- العلاقات مع أصحاب المصلحة والشركات المسؤولة
- الإفصاح والشفافية
- مسؤوليات مجالس إدارة الشركات المملوكة للدولة

¹ The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), About, viewed on 01/01/2021 at 12:00, <http://www.oecd.org/about/>

² منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، المبادئ التوجيهية لمنظمة التعاون والتنمية بشأن حوكمة الشركات المملوكة للدولة، نسخة عامة 2015، باريس، 2017، ص ص 11-12.

5. مبادئ سوليفان العالمية للمسؤولية الاجتماعية للشركات والمؤسسات:

تتمثل أهداف مبادئ سوليفان العالمية في دعم العدالة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية من قبل الشركات التي يمارسون فيها أعمالهم، لدعم حقوق الإنسان وتشجيع تكافؤ الفرص على جميع مستويات العمالة، بما في ذلك التنوع العرقي والجنساني في لجان ومجالس صنع القرار، تدريب العمال المحرومين والنهوض بهم للفرص التقنية والإشرافية والإدارية، والمساعدة في زيادة التسامح والتفاهم بين الشعوب، وبالتالي المساعدة في تحسين نوعية الحياة للمجتمعات والعمال والأطفال بكرامة ومساواة¹.

في عام 1977، طور القس سوليفان مبادئ سوليفان، وهي مدونة سلوك لحقوق الإنسان وتكافؤ الفرص للشركات العاملة في جنوب أفريقيا. من المسلم به أن مبادئ سوليفان كانت واحدة من أكثر الجهود فعالية لإنهاء التمييز ضد السود في مكان العمل في جنوب أفريقيا، والمساهمة في تفكيك نظام الفصل العنصري. لمزيد من التوسع في حقوق الإنسان والتنمية الاقتصادية لجميع المجتمعات، أنشأ القس سوليفان مبادئ سوليفان العالمية للمسؤولية الاجتماعية في عام 1997.

وكون أي شركة تدعم مبادئ Global Sullivan، يعني هذا أنها تقرر بأنها سوف تحترم القانون، وكعضو مسؤول في المجتمع، ستطبق هذه المبادئ بنزاهة تتوافق مع الدور المشروع للأعمال. وستقوم بتطوير وتنفيذ سياساتها وإجراءاتها، وهياكل إعداد التقارير الداخلية لضمان الالتزام بهذه المبادئ في جميع أنحاء فروعها. وطبعاً فإن تطبيق هذه المبادئ سيحقق المزيد من التسامح والتفاهم بين الشعوب ويعزز ثقافة السلام. وبناءً على ذلك، تقوم المؤسسة بما يلي:

- الإعراب عن دعم حقوق الإنسان العالمية، ولا سيما حقوق الموظفي، والمجتمعات التي تعمل فيها، والأطراف التي تتعامل معها.
- تعزيز تكافؤ الفرص للموظفين على جميع مستويات الشركة فيما يتعلق بقضايا مثل اللون أو العرق أو الجنس أو العمر أو العرق أو المعتقدات الدينية والعمل بدون معاملة العمال غير المقبولة مثل استغلال الأطفال والعقاب الجسدي والإساءة للإناث، العبودية اللاإرادية أو غيرها من أشكال الإساءة.
- احترام الحرية النقابية للموظفين.

¹ هاني الحوراني، حاكمية الشركات ومسؤولياتها الاجتماعية في ضوء الازمة الاقتصادية العالمية الراهنة، مرجع سبق ذكره، ص 12.

- تعويض الموظفين لتمكينهم من تلبية احتياجاتهم الأساسية على الأقل وتوفير الفرصة لتحسين مهاراتهم وقدراتهم من أجل رفع فرصهم الاجتماعية والاقتصادية.
- توفير مكان عمل آمن وصحي، حماية صحة الإنسان والبيئة، وتعزيز التنمية المستدامة.
- تعزيز المنافسة العادلة بما في ذلك احترام حقوق الملكية الفكرية وغيرها، وعدم عرض أو دفع أو قبول الرشاوى.
- العمل مع الحكومات والمجتمعات التي تعمل فيها لتحسين جودة الحياة في تلك المجتمعات، رفاههم التعليمي والثقافي والاقتصادي والاجتماعي، والسعي لتوفير التدريب والفرص للعمال من خلفيات محرومة.
- تعزيز تطبيق هذه المبادئ من قبل أولئك الذين تتعامل معهم.
- ان تكون المؤسسة شفافة في تنفيذ هذه المبادئ وتقديم معلومات تثبت علنا التزامها بها¹.

6. المنظمة العالمية للمعايير (معايير نظم الإدارة البيئية ومعايير المسؤولية الاجتماعية):

أصدرت المنظمة العالمية للمعايير (ISO- the International Organization for Standardization)²، العديد من المواصفات، اهمها معيار نظم الإدارة البيئية (ISO 14000)، ومعايير المسؤولية الاجتماعية (ISO 26000)، وفي مايلي عرض بالتفصيل لهاذين المعيارين :

معايير نظم الإدارة البيئية (ISO:14008 – 14000:2015):³.

يعتبر تحقيق التوازن بين البيئة والمجتمع والاقتصاد أمراً ضرورياً لتلبية احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتهم. يتم تحقيق التنمية المستدامة كهدف من خلال الموازنة بين الركائز الثلاث للاستدامة.

تطورت التوقعات المجتمعية للتنمية المستدامة والشفافية والمساءلة مع تشريعات صارمة على نحو متزايد، والضغوط المتزايدة على البيئة من التلوث، وعدم كفاءة استخدام الموارد، وإدارة النفايات غير

¹ The Jus Semper Global Alliance, *The Global Sullivan Principles*, viewed on 02/01/2021 at 09:00, <https://www.jussemper.org/Resources/Corporate%20Activity/globalsullivanpr.html>

² الأيزو "ISO": هي المنظمة الدولية للتقييس، منظمة غير ربحية مقرها في جنيف بدأت فعليا العمل في عام 1947م، وتضم في عضويتها ممثلين عن أكثر من 165 هيئة تقييس وطنية، وتتمثل جهودها بوضع مواصفات ومقاييس موحدة ومقبولة من كل الأطراف والدول لتقييم جودة المنتجات والخدمات المتبادلة.

³ ISO, *ISO 14001:2015, Environmental management systems — Requirements with guidance for use*, viewed on 02/01/2021 at 08:00, <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:14001:ed-3:v1:en>

السليمة، وتغير المناخ، وتدهور النظم الإيكولوجية وفقدان التنوع البيولوجي. الأمر الذي دفع هذا المنظمات إلى اعتماد نهج منظم للإدارة البيئية من خلال تنفيذ أنظمة الإدارة البيئية بهدف المساهمة في الركيزة البيئية للاستدامة.

هدف نظام الإدارة البيئية: الغرض من هذه المواصفة القياسية الدولية هو تزويد المنظمات بإطار لحماية البيئة والاستجابة للظروف البيئية المتغيرة بالتوازن مع الاحتياجات الاجتماعية والاقتصادية. وهي تحدد المتطلبات التي تمكن المنظمة من تحقيق النتائج المرجوة التي تحددها لنظام الإدارة البيئية الخاص بها.

يمكن لنهج الإدارة البيئية أن يزود الإدارة العليا بالمعلومات لبناء النجاح على المدى الطويل وخلق خيارات للمساهمة في التنمية المستدامة من خلال:

- حماية البيئة عن طريق منع أو تخفيف الآثار البيئية الضارة
- تخفيف الأثر السلبي المحتمل للظروف البيئية على المنظمة
- مساعدة المنظمة في الوفاء بالتزامات الامتثال
- تعزيز الأداء البيئي
- التحكم أو التأثير على الطريقة التي يتم بها تصميم منتجات وخدمات المنظمة وتصنيعها وتوزيعها واستهلاكها والتخلص منها باستخدام منظور دورة الحياة التي يمكن أن تحول دون نقل الآثار البيئية دون قصد إلى مكان آخر من دورة الحياة
- تحقيق الفوائد المالية والتشغيلية التي يمكن أن تنتج عن تطبيق بدائل سليمة بيئياً تعزز وضع المنظمة في السوق
- توصيل المعلومات البيئية للأطراف المعنية ذات الصلة.

معيار المسؤولية الاجتماعية (ISO 26000: 2010):¹ .

أصبحت المنظمات في جميع أنحاء العالم وكذلك أصحاب المصلحة فيها، على وعي متزايد بالحاجة إلى السلوك المسؤول اجتماعياً وفوائده. فالهدف من المسؤولية الاجتماعية هو المساهمة في التنمية المستدامة.

اذ أصبح أداء المنظمة فيما يتعلق بالمجتمع الذي تعمل فيه وتأثيرها على البيئة جزءاً حيوياً في قياس أدائها العام وقدرتها على مواصلة العمل بفعالية. وهذا في جزء منه انعكاس للاعتراف المتزايد بالحاجة إلى ضمان النظم البيئية الصحية والعدالة الاجتماعية والحوكمة التنظيمية الجيدة. على المدى الطويل، تعتمد جميع أنشطة المنظمات على صحة النظم البيئية في العالم. وتخضع المنظمات لمزيد من التدقيق من قبل مختلف أصحاب المصلحة. وذلك من عدة جوانب وهي كالتالي:

- ميزتها التنافسية
- سمعتها
- قدرتها على جذب واستبقاء العمال أو الأعضاء
- الحفاظ على معنويات الموظفين والتزامهم وإنتاجيتهم
- وجهة نظر المستثمرين والملاك والمانحين والجهات الراعية
- علاقتها مع الشركات والحكومات ووسائل الإعلام والموردين والأقران والعملاء والمجتمع الذي تعمل فيه.

توفر هذه المواصفة القياسية الدولية إرشادات حول المبادئ الأساسية للمسؤولية الاجتماعية ، والاعتراف بالمسؤولية الاجتماعية وإشراك أصحاب المصلحة، والمواضيع والقضايا الأساسية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية (انظر الجدول 2) وحول طرق دمج السلوك المسؤول اجتماعياً في المنظمة (انظر الجدول 1) . تؤكد هذه المواصفة القياسية الدولية على أهمية النتائج والتحسينات في أداء المسؤولية الاجتماعية.

¹ ISO, ISO 26000:2010 Guidance on social responsibility, viewed on 02/01/2021 at 11:00, <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en>

الجدول رقم (08): مخطط ISO 26000

عنوان الشرط	رقم البند	وصف محتويات البند
النطاق	البند 1	يحدد نطاق هذه المواصفة القياسية الدولية ويحدد بعض القيود والاستثناءات.
المصطلحات والتعاريف	البند 2	يحدد ويقدم تعريف المصطلحات الرئيسية التي لها أهمية أساسية لفهم المسؤولية الاجتماعية واستخدام هذه المواصفة القياسية الدولية.
فهم المسؤولية الاجتماعية	البند 3	يصف العوامل والظروف المهمة التي أثرت على تطور المسؤولية الاجتماعية والتي لا تزال تؤثر على طبيعتها وممارستها. كما يصف مفهوم المسؤولية الاجتماعية نفسها - ماذا يعني وكيف ينطبق على المنظمات. تتضمن الفقرة إرشادات للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة حول استخدام هذه المواصفة القياسية الدولية.
مبادئ المسؤولية الاجتماعية	البند 4	يقدم ويشرح مبادئ المسؤولية الاجتماعية.
الاعتراف بالمسؤولية الاجتماعية وإشراك أصحاب المصلحة	البند 5	تتناول ممارستين للمسؤولية الاجتماعية: اعتراف المنظمة بمسؤوليتها الاجتماعية ، وتحديد المشاركة مع أصحاب المصلحة. ويقدم إرشادات حول العلاقة بين المنظمة وأصحاب المصلحة والمجتمع ، بشأن التعرف على الموضوعات الأساسية وقضايا المسؤولية الاجتماعية وحول مجال نفوذ المنظمة.
إرشادات حول الموضوعات الأساسية للمسؤولية الاجتماعية	البند 6	يشرح الموضوعات الأساسية والقضايا المرتبطة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية (انظر الجدول 2). لكل موضوع أساسي ، تم تقديم معلومات عن نطاقه وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية والمبادئ والاعتبارات ذات الصلة والإجراءات والتوقعات ذات الصلة .
توجيه بشأن دمج	البند 7	يوفر التوجيه بشأن وضع المسؤولية الاجتماعية موضع التنفيذ في

المسؤولية الاجتماعية في جميع أنحاء المنظمة		المنظمة. وهذا يشمل التوجيه المتعلق ب: فهم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة ، ودمج المسؤولية الاجتماعية في جميع أنحاء المنظمة ، والتواصل المتعلق بالمسؤولية الاجتماعية ، وتحسين مصداقية المنظمة فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية ، ومراجعة التقدم وتحسين الأداء وتقييم المبادرات الطوعية من أجل المسؤولية الاجتماعية.
أمثلة على المبادرات والأدوات الطوعية للمسؤولية الاجتماعية	الملحق أ	يقدم قائمة غير حصرية من المبادرات والأدوات الطوعية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية التي تعالج جوانب موضوع أساسي واحد أو أكثر أو دمج المسؤولية الاجتماعية في جميع أنحاء المنظمة.
مصطلحات مختصرة	الملحق ب	يحتوي على مصطلحات مختصرة مستخدمة في هذه الموصوفة القياسية الدولية.
الفهرس		يتضمن مراجع إلى صكوك دولية موثوقة ومعايير ISO المشار إليها في نص هذه الموصوفة القياسية الدولية كمواد مصدر.

الجدول رقم (09): الموضوعات والقضايا الأساسية للمسؤولية الاجتماعية

الموضوعات والقضايا الأساسية	البند الفرعي
الموضوع الأساسي: الحوكمة التنظيمية	6.2
الموضوع الأساسي: حقوق الإنسان	6.3
القضية 1: العناية الواجبة	6.3.3
القضية 2: حالات خطر حقوق الإنسان	6.3.4
القضية 3: تجنب التواطؤ	6.3.5
القضية 4: حل التظلمات	6.3.6
القضية 5: التمييز والفئات الضعيفة	6.3.7
القضية 6: الحقوق المدنية والسياسية	6.3.8
القضية 7: الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية	6.3.9
القضية 8: المبادئ والحقوق الأساسية في العمل	6.3.10
الموضوع الأساسي: ممارسات العمل	6.4

6.4.3	القضية رقم 1: علاقات العمل والتوظيف
6.4.4	القضية الثانية: شروط العمل والحماية الاجتماعية
6.4.5	القضية 3: الحوار الاجتماعي
6.4.6	القضية 4: الصحة والسلامة في العمل
6.4.7	القضية 5: التنمية البشرية والتدريب في مكان العمل
6.5	الموضوع الأساسي: البيئة
6.5.3	القضية 1: منع التلوث
6.5.4	القضية 2: الاستخدام المستدام للموارد
6.5.5	القضية 3: التخفيف من تغير المناخ والتكيف معه
6.5.6	القضية 4: حماية البيئة والتنوع البيولوجي واستعادة الموائل الطبيعية
6.6	الموضوع الأساسي: ممارسات التشغيل العادلة
6.6.3	القضية 1: مكافحة الفساد
6.6.4	القضية 2: المشاركة السياسية المسؤولة
6.6.5	القضية 3: المنافسة العادلة
6.6.6	القضية 4: تعزيز المسؤولية الاجتماعية في سلسلة القيمة
6.6.7	المسألة 5: احترام حقوق الملكية
6.7	الموضوع الأساسي: قضايا المستهلك
6.7.3	القضية 1: التسويق العادل والمعلومات الواقعية وغير المتحيزة والممارسات التعاقدية العادلة
6.7.4	القضية 2: حماية صحة وسلامة المستهلكين
6.7.5	القضية 3: الاستهلاك المستدام
6.7.6	المسألة 4: خدمة المستهلك والدعم والشكوى وحل المنازعات
6.7.7	المسألة 5: حماية بيانات المستهلكين وخصوصيتهم
6.7.8	القضية 6: الوصول إلى الخدمات الأساسية
6.7.9	القضية 7: التعليم والتوعية
6.8	الموضوع الأساسي: المشاركة المجتمعية والتنمية
6.8.3	القضية 1: مشاركة المجتمع
6.8.4	القضية الثانية: التربية والثقافة
6.8.5	القضية 3: خلق فرص العمل وتنمية المهارات

6.8.6	القضية 4: تطوير التكنولوجيا والوصول إليها
6.8.7	القضية 5: الثروة وتوليد الدخل
6.8.8	القضية 6: الصحة
6.8.9	القضية 7: الاستثمار الاجتماعي

7. معيار المسائلة الاجتماعية (SA8000) الصادر عن المنظمة الدولية للمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية: ¹.

معيار SA8000 هو برنامج الشهادات الاجتماعية الرائد في العالم. إنه يوفر إطارًا شموليًا يسمح للمؤسسات من جميع الأنواع، في أي صناعة، وفي أي بلد بإظهار تفانيهم في المعاملة العادلة للعمال. أنشأها الجهاز الأعلى للرقابة في عام 1997 كأول شهادة اجتماعية موثوقة. وهو يعمل على تحسين معايير العمال والأعمال.

يعتمد معيار SA8000 على معايير العمل اللائق المعترف بها دوليًا، بما في ذلك الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، واتفاقيات منظمة العمل الدولية، والقوانين الوطنية. ويرتكز على العناصر التالية:

- محاربة عمالة الأطفال
- العمل القسري أو الإجباري
- الصحة و السلامة
- الحرية النقابية والحق في المفاوضة الجماعية
- محاربة تمييز
- الممارسات التأديبية
- ساعات العمل
- التعويضات
- النظام الإداري

¹ Social Accountability International, The SA8000 Standard, viewed on 03/01/2021 at 10:00, <https://sa-intl.org/programs/sa8000/>

لا تؤدي أنظمة الإدارة ومشاركة العمال وثقافة التحسين المستمر والعناصر الأخرى لـ SA8000 إلى تحسين ظروف العمل ورفاهية العمال فحسب ، بل لها أيضاً فوائد للإنتاجية وعلاقات أصحاب المصلحة والوصول إلى الأسواق الجديدة.

فوائد لأصحاب العمل:

تواجه المؤسسات المعتمدة من SA8000 مجموعة متنوعة من التأثيرات الإيجابية على الأعمال ، بما في ذلك:

- علاقات أفضل مع العمال والعملاء وأصحاب المصلحة الخارجيين
- أنظمة إدارة أكثر فعالية تعمل على تحسين سير العمل في جميع أنحاء المؤسسة ، مما يؤدي إلى
- تحسين الجودة والإنتاجية
- أفضل كشف المخاطر والمخاطر
- زيادة التحكم في سلسلة التوريد
- ارتفاع معدل الاحتفاظ بالموظفين
- سمعة محسنة ، وجذب المشترين العالميين ، والوضع التفضيلي في المناقصات الحكومية

فوائد للعمال:

من أجل الحصول على شهادة SA8000، يجب على المنظمة أن تثبت أنها تلبّي معايير سلامة العمال ورفاههم. تشمل المزايا للموظفين العاملين في المؤسسات المعتمدة من SA8000 ما يلي:

- أماكن العمل الآمنة وظروف العمل الصحية
- أجر المعيشة
- زيادة الوعي بالحقوق
- علاقات أفضل مع الإدارة والمزيد من المدخلات في صنع القرار في مكان العمل

8. مبادرة التقارير الدولية (GRI):

هي منظمة دولية مستقلة رائدة في مجال تقديم تقارير الاستدامة منذ عام 1997، مقرها أمستردام، هولندا. وهي تخدم جمهورًا عالميًا من خلال محاورها الإقليمية في البرازيل والصين وكولومبيا والهند وجنوب إفريقيا والولايات المتحدة. يتم إنتاج تقارير GRI في أكثر من 100 دولة. وهي منظمة غير ربحية تعزز الاستدامة الاقتصادية والبيئية والاجتماعية وتهدف هذه المبادرة الى تطوير وارساء مجموعة من الركائز الإرشادية داخل منظمات الأعمال والخاصة بتقارير التنمية المستدامة. وهي أحد المراكز المتعاونة مع برنامج الأمم المتحدة للبيئة و مبادرة الاتفاق العالمي، ومن أهم إصدارات هذه المبادرة "أدلة إعداد تقارير التنمية المستدامة" الصادرة عام 2002.1.

تعد مبادرة التقارير العالمية (GRI) المعيار الذهبي عندما يتعلق الأمر بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، حيث 80% من أكبر 250 شركة في العالم تصدر تقارير المسؤولية الاجتماعية والاستدامة وفقًا لمعايير GRI.

إجمالاً، استخدمت أكثر من 5000 منظمة حول العالم معايير GRI في تقارير الاستدامة الخاصة بهم، وتتمثل مهمة GRI في تمكين صناع القرار في كل مكان، من خلال معايير الاستدامة الخاصة بشركة GRI وشبكة أصحاب المصلحة المتعددين لاتخاذ إجراءات تجاه اقتصاد وعالم أكثر استدامة.

وغالبًا ما تُستخدم معايير GRI بالاشتراك مع المبادرات والأطر الدولية الأخرى، اذ يتبنى ميثاق الأمم المتحدة العالمي اتحادات GRI CSR، وبالتالي، فإن GRI لديها شراكات استراتيجية عالمية مع منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) وبرنامج الأمم المتحدة للبيئة والاتفاق العالمي للأمم المتحدة. وبموجب أحكام مذكرة التفاهم الموقعة في عام 2010، يتبنى الميثاق العالمي معايير GRI كإطار إبلاغ موصى به للشركات.2.

¹ GRI, GRI Standards, viewed on 03/01/2021 at 10:30, <https://www.globalreporting.org/standards/work-program-and-standards-review/>

² GRI, the Gold Standard in CSR/ ESG/ SDG/ Sustainability Reporting, viewed on 03/01/2021 at 10:05, <https://fbrh.co.uk/en/80-percent-of-the-world%E2%80%99s-250-largest-companies-report-according-to-gri>

مشروع معيار GRI خاص بقطاع النفط والغاز:

في عام 2019، بدأ المبادرة مشروعًا لتطوير معيار قطاع GRI لقطاع النفط والغاز والفحم. تم تحديد أولويات هذه القطاعات بسبب آثارها الموثقة على نطاق واسع في المجالات الاقتصادية والبيئية والاجتماعية، مثل التأثيرات على تغير المناخ والتنوع البيولوجي وحقوق الإنسان. يهدف المشروع إلى تحديد ووصف التأثيرات الهامة للقطاعات وشواغل أصحاب المصلحة من منظور التنمية المستدامة وإنشاء أساس لتحسين الشفافية وإعداد تقارير أكثر اتساقًا من المنظمات في القطاعات.

في 23 أبريل 2020، توصل مجلس معايير الاستدامة العالمية (GSSB) إلى قرار لتقسيم نطاق المشروع: حيث تم تعيين مجموعة عمل المشروع (PWG) في عام 2019 لتطوير معيار قطاع GRI للنفط والغاز والفحم، وأوصت بتقسيم محتويات النفط والغاز من محتويات الفحم. تم تقديم هذا إلى GSSB وقبلت.

سيتبع المشروع بروتوكول الإجراءات القانونية الواجبة في GSSB، والذي ستشرف على تنفيذه لجنة الإشراف على الإجراءات القانونية الواجبة. وبما أن هذا هو المشروع التجريبي الأول، فإن في الفترة القالحة ستجمع التعليقات حول: قيمة ووضوح وجدوى الهيكل المقترح ونهج التنفيذ للمسودة كنموذج لجميع معايير القطاع، واكتمال وملاءمة محتوى النفط والغاز المقدم في المسودة، بما في ذلك ما إذا كان يعكس تأثيرات قطاع النفط والغاز، وفي توقعات أصحاب المصلحة في إعداد التقارير من قبل منظمات النفط والغاز¹.

الخلاصة :

في هذا المبحث، عالجنا المسؤولية الاجتماعية في ظل المبادرات الدولية، بدءًا من مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة والتنمية "بريو دجانيرو" 1992 وانتهاءً بجمعية المحاسبين القانونيين المعتمدين (ACCA)، والتي تعتبر بمثابة اطر قانونية انت لتريخ فكرة المسؤولية الاجتماعية عبر العالم ووضعها في اطار مضبوط واضفاء صفة الشرعية عليها. وهي مجهودات تسعى من خلالها المنظمات الدولية الى الجمع بين الكفاءة الاقتصادية للمنظمات الاعمال والأداء الاجتماعي والبيئي لها.

¹ GRI, GRI standard of the oil gas and coal sector GRI Standards, viewed on 05/01/2021 at 05:30, <https://www.globalreporting.org/standards/work-program-and-standards-review/development-of-sector-standard-oil-gas-and-coal/>

المبحث الخامس: تجارب المسؤولية الاجتماعية للمنظمات عبر مختلف القارات

تمهيد:

تختلف التجارب الدولية في مجال المسؤولية الاجتماعية من دولة لأخرى، و من مؤسسة لأخرى في نفس البلد. ومما لا شك فيه أن الدول المتقدمة تعد السبّاقة في ممارسة المسؤولية الاجتماعية وهذا راجع لاحتوائها على أكبر منظمات الأعمال العالمية. هذه الأخيرة التي بدورها تملك الخبرة و المهارة في مختلف المجالات الإدارية و التنموية. فنجدها تبتدع في مجال برامج المسؤولية الاجتماعية في كثير من دول العالم.

وبالمقابل نجد في المقابل أن منظمات الأعمال في الدول النامية أقل اهتماما بمجال المسؤولية الاجتماعية، و خاصة القطاع الخاص. ومن خلال هذا المبحث سوف نعرض اهم التجارب الدولية في مجال المسؤولية الاجتماعية كمايلي:

اولا: تجارب المسؤولية الاجتماعية في بعض الدول الأوروبية: المملكة المتحدة، الاتحاد الأوروبي، ألماني، الدانمرك، هولندا، فرنس، ايطاليا.

ثانيا: تجارب المسؤولية الاجتماعية في القارتين الأمريكيتين: الولايات المتحدة الأمريكية، البرازيل، الأوروغواي.

ثالثا: تجارب المسؤولية الاجتماعية في بعض الدول الآسيوية: التجربة اليابانية، ماليزيا، الصين، المملكة العربية السعودية، قطر.

رابعا: تجارب المسؤولية الاجتماعية في بعض الدول الأفريقية: مصر، المملكة المغربية، جنوب أفريقيا، كينيا.

أولاً: تجارب بعض المؤسسات في الدول الأوروبية:

في القارة الأوروبية، بدأت المسؤولية الاجتماعية للشركات في التطور في دول أوروبا الغربية، وذلك بفضل عاملين : الاول وهو المتمثل في المطالب النابعة من المجتمع، والتي دفعت الشركات إلى دمج المسؤولية الاجتماعية في نشاطاتها. لقد عانت دول أوروبا مثل جميع الدول الأخرى في العالم، من الآثار الضارة للسباق من أجل الربح (الكوارث النووية، والنفايات النفطية، تسريح العمال في البورصة، والفضائح المالية، وما إلى ذلك)، في أعقاب هذه الأحداث تحدى العديد من الفاعلين في المجتمع الشركات المشاركة في هذه الفضائح بطرق مختلفة. مثل عمليات توقيف واستجواب البنوك التي ظهرت في الثمانينات، والتي مست البنوك التي تعمل في أوروبا والولايات المتحدة و التي لديها استثمارات في جنوب أفريقيا خلال فترة الفصل العنصري.

اما العامل الثاني فيتمثل في السلوك الاستباقي للشركات، مدعوماً بتطور الوعي المؤسسي فيما يتعلق بقضايا وشواغل المجتمع من جهة، ومن جهة أخرى، من خلال حوافز السلطات العمومية. كذلك الحال مع المفوضية الأوروبية، التي أطلقت نداء إلى الشركات الأوروبية في عام 1993 لمحاربة الإقصاء الاجتماعي. أيضاً في نفس السياق وفي مارس 2000، المجلس الأوروبي في اجتماعه بالعاصمة لشبونة رافع من أجل ترسيخ فكرة مواطنة الشركات، وهذا بتعزيز الممارسات الجيدة المتعلقة بتنظيم العمل وتكافؤ الفرص، والإدماج الاجتماعي والتنمية المستدامة¹.

إن تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في أوروبا هو أيضاً ثمرة تيار ابوي² أفسح المجال تدريجياً لنموذج آخر من الترتيبات بين أصحاب العمل والنقابات، خاصة بالدول الأوروبية. تعرض هذا النموذج لانتقادات مستمرة من قبل النموذج "الأنجلو ساكسوني"، مدعوماً برؤية اقتصادية، والتي سيصفها البعض بأنها جديدة أو حتى شديدة التحرر. يعتبر (Moon و Matten 2005) أن الاختلاف الرئيسي بين المسؤولية الاجتماعية للشركات في دول أوروبا الغربية وأمريكا يتعلق برؤية الحكومات في

¹ Commission des communautés européennes, « Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises », LIVRE VERT, Bruxelles, le 18.7.2001, p 03.

² التيار الأبوي: حسب موقع ويكيبيديا تعرف الأبوية على أنها الطابع العائلي للعلاقات بين أصحاب العمل والموظفين. يتولى الرئيس سلطة وواجبات الأب فيما يتعلق بـ "أجر أولاده". وهو مسؤول عن رفاههم في مقابل أنهم يدينون له بالاحترام والطاعة. "يجب أن يكون الرئيس أباً يفرض عليه الله واجب أداء واجبات الأبوة، روحياً ومادياً". يستخدم مصطلح الأبوية في مجال أخلاقيات العمل كما هو الحال في الاقتصاد والسياسة، ويشير إلى مفهوم العلاقات الاجتماعية المطبقة في عالم العمل، والتي بموجبها يجب أن تحكم العلاقات بين المديرين (المؤهلين كـ "أرباب عمل") والعمال قواعد الحياة الأسرية. ولقد ظهر هذا التيار في القرن التاسع عشر في فرنسا، وكان فريدريك لو بلاي (Frédéric Le Play) أحد المبادرين الرئيسيين بهذا التيار

أوروبا. وهذا لان معظم الحكومات الأوروبية في أوروبا تدمج سياسات المسؤولية الاجتماعية في إطارها القانوني وذلك بتضمين أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات في الالتزامات القانونية والضريبية.

قدم باحثون آخرون عدة تفسيرات أخرى لهذا الاختلاف في الرؤية بين أوروبا الغربية وأمريكا:

أولاً: على مستوى مشاركة الحكومات الأوروبية في الحياة الاجتماعية والاقتصادية لدولهم، وذلك من أنظمة التأمين الصحي والمعاشات والحماية الاجتماعية، وتم تنفيذ هذه المسؤولية الاجتماعية للشركات من قبل الدولة وليس من قبل الشركات الخاصة، على عكس الولايات المتحدة التي التزمت فيها الشركات الخاصة بتنفيذ المسؤولية الاجتماعية.

ثانياً، ساعد وجود النقابات النشطة في أوروبا على تسوية قضايا العمال على المستوى الوطني بدلاً من مستوى المؤسسة. أيضاً في أوروبا تقع مسؤولية المجتمع المدني على التنظيمات الممثلة مثل الأحزاب السياسية والنقابات واتحادات أرباب العمل، على عكس الولايات المتحدة حيث تقع هذه المسؤولية على الأفراد والشركات.

أخيراً، يكمن القول ان الشركات في الولايات المتحدة أكثر من مثيلاتها في أوروبا من حيث الاقتراب من مفهوم المسؤولية الاجتماعية، لأن الشركات الأوروبية على عكس نظيراتها الأمريكية كانت متواضعة في التزاماتها بمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

وخلاصة القول، يمكننا اعتبار أن المسؤولية الاجتماعية للشركات، كما يتم تصورها وممارستها حالياً في أوروبا الشرقية نشأت باجتماع تيارين رئيسيين: التيار الأبوي التاريخي لبعض الشركات الكبيرة في القرن التاسع عشر، وتأثير تيار استجواب الشركات في العالم الأنجلو ساكسوني الذي بدأ في الثمانينيات بحملات مناهضة للفصل والتمييز العنصري.

فيما يتعلق بدول أوروبا الوسطى والشرقية، تعود أصول المسؤولية الاجتماعية للشركات في نية الشيوعية إلى إنشاء شركات، من أجل خدمة " أصحاب المصلحة"¹ من خلال امتلاك وإدارة الوسائل

¹ صاحب المصلحة (Stakeholder): حسب موقع mafaheem.info، هو الطرف الذي لديه مصلحة في الشركة، ويمكن أن تؤثر أو تتأثر بالعمل. وأصحاب المصلحة الأساسيين في الشركات هم المستثمرين، والموظفين، والعلماء، والموردين لكن في هذا الوقت أصبح هناك نظرية حديثة تتجاوز هذه الفكرة لأصحاب المصلحة لتشمل أصحاب مصلحة إضافيين كالمجتمع، والحكومة، والمنظمات التجارية.

الجماعية. الإنتاج وكذلك بالتخلي عن دور رأس المال وأصحابه. مثل النماذج التي طورتها الشركات في بعض الدول الشيوعية، والتي توفر رعاية وخدمات مجانية لموظفيها. كما سمح السياق بتطوير نموذج تعاوني جماعي.

وفي سنة 2001 اصدرت اللجنة الأوروبية (الورقة الخضراء للمسؤولية الاجتماعية). الامر الذي جعل مفهوم المسؤولية الاجتماعية نقطة مهمة في جدول أعمال منظمات الأعمال الأوروبية، اذ تغطي هذه الورقة مجموعة من المواضيع مثل إعادة هيكلة المنظمات بما يتوافق ومنظور المسؤولية الاجتماعية. كذلك خلق توازن بين الحياة الشخصية والجانب المهني للعامل. مدونات قواعد السلوك والحقوق الاجتماعية. وشددت اللجنة الأوروبية من خلال هذه الورقة الخضراء على أهمية وجود نهج شامل للمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، وذلك من خلال¹:

- ضرورة تشجيع الحوار بين المديرين وموظفي المنظمة و إشراكهم في اتخاذ مختلف القرارات الإدارية.
- تطوير البرامج التدريبية المناسبة والفعالة للموظفين بما يتوافق والأهداف الجديدة للمسؤولية الاجتماعية.
- تثمين المعايير الأخلاقية بما يتوافق ورغبات المستهلكين، وذلك باقتراح آليات للتحقق من درجة الامتثال للقيم في عمليات الإنتاج.
- وضع قواعد عامة لنشر ومراجعة الحسابات التي نشرتها المنظمات عن مسؤوليتها الاجتماعية، وتقييمها والتأكد من مصداقيتها.
- الحاجة إلى ضمان مزيد من التقارب بين المؤشرات التي تضعتها المؤسسات والمعايير المستخدمة من قبل المحللين الاقتصاديين والاجتماعيين لتقييم الأداء الاجتماعي والبيئي.
- كما أن إقامة منتدى أوروبي متعدد الأطراف في سنة 2002 سمح بتبادل الخبرات حول المسؤولية الاجتماعية ووضع مبادئ مدونة السلوك، والوصول إلى اتفاق حول طرق تقييم المسؤولية الاجتماعية².

¹ Le site SENAT, Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises, consulted on: 10/03/2021. www.senat.fr/ue/pac/E1776.html.

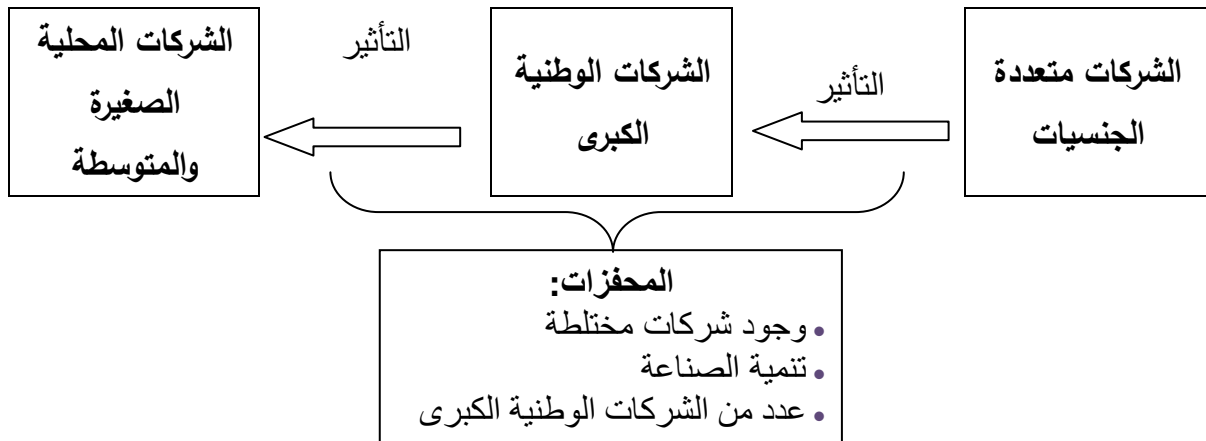
² Conseil des barreaux de l'Union Européenne(CCBE); la responsabilité des entreprises et le rôle de la profession Européens "guide à l'attention des avocats Européens; Bruxelles, juin 2008, p 7.

اليوم عندما نتعامل مع مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في كل دولة من دول أوروبا الشرقية، نرى أن هذا المفهوم يختلف في الفهم والتنفيذ من دولة إلى أخرى. ومع ذلك، لا تزال عملية دمج المسؤولية الاجتماعية للشركات كما هي في جميع بلدان أوروبا الشرقية. كما ان (المنتدى الدولي لقادة الأعمال)¹، الذي اقيم في نوفمبر 2002، نشر تقريراً حول المسؤولية الاجتماعية للشركات على مستوى الدول العشر الجديدة الأعضاء في الاتحاد الأوروبي، الامر الذي سمح بتبادل الخبرات ووضع مبادئ مدونات السلوك، و الوصول إلى اتفاق حول طرق تقييم المسؤولية الاجتماعية، الا انه و وفقاً لهذا التقرير لا تزال فقط الشركات المتعددة الجنسيات الكبرى هي التي أدخلت هذا النوع من السلوك في هذه البلدان، مثل ما يلاحظ في بلدان أمريكا اللاتينية.

كما انه يمكن القول بانه في البداية، كانت هذه الأعمال الخيرية تنفذ من قبل الشركات متعددة الجنسيات. في الخطوة الثانية تقوم الشركات متعددة الجنسيات بنقل مهارات الإدارة والعمليات التكنولوجية إلى الشركات المحلية الكبيرة، والتي غالباً ما تكون شركاء لها.

وفيما يتعلق بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم، واجهت الأخيرة صعوبة أكبر في دمج نهج المسؤولية الاجتماعية للشركات في نشاطاتها. والأمر هنا لا يتعلق بسنها قانونياً، كمادة في القانون ولكن وسيلة لتحفيز قدرات منظمات الأعمال وأصحاب المصلحة وإشراكهم في التنمية المستدامة وخلق مناصب الشغل.

الشكل رقم (06): عملية دمج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في البلدان الناشئة



المصدر: إنجاز الطالب

¹ Simpson Susan, Corporate Social Responsibility in Central and Eastern Europe, Produced by: International Business Leaders Forum. 2002, p 03.

تجربة ألمانيا:

كانت ألمانيا تركز على حماية البيئة إذ أن المنظور الانجلوساكسوني للمسؤولية الاجتماعية لم يصل ألمانيا إلا في نهاية التسعينات، ومنذ ذلك الحين صار موضوعا متداولاً بشكل كبير من قبل السلطات العمومية والمجتمع¹. حيث أصبحت ألمانيا تعتمد على مفهوم الاقتصاد الاجتماعي الذي يتيح للحكومة التدخل في عالم الأعمال و في شؤون المنظمات.

ويمكن أن نسرد تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية في ألمانيا بشقيه القانوني والاداري بالشكل التالي:²

أ- التطورات التشريعية:

- استناداً إلى قانون شركة الأوراق المالية (Aktiengesetz) ووفقاً لقانون حوكمة الشركات الألماني (المطبق على الشركات المدرجة في قائمة المؤسسات الألمانية) يتعين على المديرين :
- ضمان الامتثال للقوانين ومدونات قواعد السلوك والمبادئ التوجيهية الداخلية والأخذ في الاعتبار التأثير على الشركات التابعة.
- يتعين على الشركات تأمين إدارة ومراقبة المخاطر.
- يجب أن تأخذ في الاعتبار التنوع، وعلى وجه الخصوص تمثيل كافٍ للمرأة بخصوص شغل المناصب العليا في الشركة.
- يجب أن تتضمن تقارير الشركات أهم المؤشرات المالية ويجب أن تصف التطور المتوقع وتشرح الفرص والمخاطر الأساسية. يجب أن تتضمن مؤشرات غير مالية، مثل المعلومات المتعلقة بقضايا البيئة والموظفين.
- يجب أن تتضمن هذه الشركات بياناً بشأن حوكمة الشركات.
- نتيجة لحادث فوكوشيما، قررت ألمانيا تسريع خططها للتخلي عن توليد الطاقة النووية لأن الحكومة ترى أن المخاطر المرتبطة بالطاقة النووية لا يمكن أن تتحملها الشركات والمجتمع بشكل عام على المدى الطويل.

¹ Fondation européenne pour l'amélioration des conditions de vie et de travail, la responsabilité sociale des entreprises et les conditions du travail, Dublin, Irlande, 2003, p 33.

² Council of Bars and Law Societies of Europe, Overview of CSR developments at a national level (31/01/2013), p 08.

ب-التطورات الإدارية:

كانت ألمانيا بطيئة نسبياً في تطوير المبادرات الإدارية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات. خلال العامين الماضيين تم نشر مبادرات إدارية مهمة ، مثلاً.

نشرت الحكومة الفيدرالية في 6 أكتوبر 2010 الاستراتيجية الوطنية أو خطة العمل للمسؤولية الاجتماعية للشركات، بالتوازي مع استراتيجية المشاركة الوطنية التي ستدعم عمليات المواطنة المؤسسية للشركات في المجال العام. تحدد الحكومة الفيدرالية الأهداف وتصف التدابير لتحقيق هذه الأهداف:

- يجب تنفيذ المسؤولية الاجتماعية بشكل أفضل في الشركات والإدارة العامة، يجب تطوير مفهوم "المسؤولية الاجتماعية للشركات - صنع في ألمانيا -"
- تشكل المسؤولية الاجتماعية للشركات جزءاً من التعليم المدرسي والجامعي، اذ يجب دعم شبكات البحث الدولية بهدف تطوير مركز الكفاءة متعدد التخصصات
- يجب تكثيف التعاون الدولي بشأن المسؤولية الاجتماعية للشركات
- يجب مراجعة تشغيل وتنظيم نقاط الاتصال الوطنية
- يجب أن تأخذ إجراءات المشتريات العامة في الاعتبار المعايير الاجتماعية والبيئية.... إلخ.

تم تأسيس المجلس الألماني للتنمية المستدامة من قبل الحكومة الاتحادية في أبريل 2001 ، وتم تجديد تفويضه في ماي 2007. مهمة المجلس: دعم ألمانيا في طريقها نحو الاستدامة. حيث نشرت الحكومة الفيدرالية في 18 نوفمبر 2011 موقفاً مشتركاً بشأن الاتصالات بين الدول الأعضاء الاتحاد الأوروبي "تجديد استراتيجية الاتحاد الأوروبي 2011-2014 للمسؤولية الاجتماعية للشركات".

ترحب الوزارات الاتحادية بقيادة الوزارة الاتحادية للعمل والقضايا الاجتماعية، بمبادرة الاتحاد الأوروبي لتعزيز وتحديث المسؤولية الاجتماعية للشركات. في الوقت نفسه، يشككون في المبادرة التشريعية الداعية للالتزام بها و الإبلاغ عن العوامل غير المالية. اذ نشرت الوزارات الاتحادية ومنظمات الصناعة الألمانية بياناً مشتركاً بشأن عدم التصديق على ISO 26000.

تجربة المملكة المتحدة:

استحدثت المملكة المتحدة وزارة تعنى بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، وينحصر دورها في تشجيع وتنمية برامج المسؤولية الاجتماعية. وفي عام 2014، اعتمدت استراتيجية المسؤولية الاجتماعية. كان هدفها هو الجمع بين مجموعة من أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات التي التابعة للدولة، وتحديد الخطوط العريضة للالتزامات المستقبلية بموجب كل من المجالات الأربعة الرئيسية. اذ منذ عام 2013، تم جمع ما يزيد عن 50000 جنيه إسترليني للأعمال الخيرية، وفي عام 2019 تم اعتماد جائزة (MIND) الذهبية وجائزة (IIP) الذهبية الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية.

وفيمايلي الأربعة مسارات الرئيسية لأنشطة الوزارة في المسؤولية الاجتماعية¹.

1. **البيئة:** الالتزام بتقليل التأثير المباشر على البيئة من خلال الإدارة الفعالة للنفايات والانبعاثات واستهلاك الموارد الطبيعية.
2. **الناس (الموارد البشرية والصحة والرفاهية):** تهدف إلى خلق مكان عمل يشجع التنوع وتكافؤ الفرص للجميع. وتشجع التطوير المهني من خلال برنامج التعلم لمدة 5 أيام في السنة وتدعم صحة الموظفين ورفاهيتهم.
3. **المشتريات (التمويل والشراء):** النبحث عن مسار الشراء الأكثر فائدة لحياة الناس. وهذا يعني أن 90% من عقود سلسلة التوريد الخاصة بالوزارة والدوائر الحكومية تتم من خلال أطر عمل حكومية، حيث يتم تقديم العطاءات والمراجعة والتدقيق للموردين وفقاً لمعايير مهمة مثل الاستقرار المالي والامتثال البيئي.
4. **المجتمع (التطوع ، مطابقة المهارات وجمع الأموال):** للعب دور إيجابي في المجتمع ، تقوم الوزارة ببناء ثقافة تعزز العمل التطوعي للموظفين، وجمع الأموال.

ومن جهة اخرى، سنت المملكة المتحدة عدة قوانين في مجال المسؤولية الاجتماعية² وهي:

قانون الرشوة في المملكة المتحدة: دخل قانون الرشوة لعام 2010 حيز التنفيذ في 1 يوليو 2011. ويوضح قانون الرشوة الجرائم العامة المتعلقة برشوة شخص آخر أو رشوة المسؤولين الأجانب، كما

¹ UK government, *Our commitment to corporate social responsibility (CSR)*, Published on 20 August 2018, consulted on: 02/02/2020.

<https://www.gov.uk/government/news/our-commitment-to-corporate-social-responsibility-csr>

² Council of Bars and Law Societies of Europ, *Overview...*, Op.Cit., p 18.

يقدم جريمة مؤسسية محددة تتمثل في الفشل في منع الرشوة. تم تصميم هذا القانون لجعل الشركات وغيرها من الهيئات مسؤولة عن الفشل في منع الرشوة التي يرتكبها نيابة عنها الموظفون أو الوكلاء أو الشركات الفرعية. في حالة ارتكاب جرائم بموجب القانون، تواجه غرامة غير محدودة وقد يواجه المدير التتحية.

قانون الشركات لعام 2006: وهو قانون يحدد الآثار البيئية والاجتماعية التي يجب إدراجها في الحسابات السنوية وتقرير مجلس الإدارة لكل شركة. ووضع هذا القانون لفهم تطور أو أداء أو وضع أعمال الشركة، ما يلي -

- الاتجاهات والعوامل الرئيسية التي من المحتمل أن تؤثر على التطور المستقبلي لأداء الشركة ومكانتها
- كذلك معلومات حول المسائل البيئية (بما في ذلك تأثير أعمال الشركة على البيئة)
- معلومات حول موظفي الشركة
- القضايا الاجتماعية، بما في ذلك المعلومات حول سياسات للشركة فيما يتعلق بهذه الأمور وفعالية تلك السياسات
- يجب أن تتضمن المراجعة التحليل باستخدام مؤشرات الأداء الرئيسية المالية، بما في ذلك المعلومات المتعلقة بالمسائل البيئية وشؤون الموظفين.

قانون حوكمة الشركات في المملكة المتحدة: تحدد مدونة حوكمة الشركات في المملكة المتحدة - التي كانت تسمى سابقاً المدونة الموحدة - معايير الممارسات الجيدة فيما يتعلق بقيادة مجلس الإدارة وفعاليته، الأجور، المساءلة، والعلاقات مع المساهمين.

اتفاقية مخطط كفاءة الطاقة (CRC):

هو نظام إلزامي للإبلاغ عن انبعاثات الكربون والتسعير لتغطية جميع المنظمات التي تستخدم أكثر من 6000 ميجاوات في الساعة سنوياً من الكهرباء. اذ بموجب هذه الاتفاقية يطلب من المؤسسات المشاركة فيها، الإبلاغ عن نطاقات انبعاثاتهم مرة او مرتين سنوياً. بهذه المعلومات تنشر الحكومة جدول دوري سنوي يصنف الشركات المختلفة وفقاً لتخفيضات الكربون.

أعلن نائب رئيس الوزراء نيك كليج أن جميع الشركات المدرجة في بورصة لندن سيطلب منها ابتداء من سنة 2013 الإبلاغ عن انبعاثات الكربون في تقاريرها السنوية. سيتم مراجعة هذا في وقت لاحق في عام 2016 لتوسيع النطاق ليشمل جميع الشركات الكبيرة. سيكون لهذا التشريع الجديد تأثير على اتفاقية مخطط كفاءة الطاقة وكيف ستعمل في المستقبل¹.

تجربة الدانمرك:

الدانمرك تعد من الدول الرائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات، والتي كان لها تأثير إيجابي على سوق العمل، حيث أطلق رئيس الوزراء الدانمركي في جانفي 1994 حملة لترويج المسؤولية الاجتماعية لرأس المال. وذلك باختيار مجموعة من شركات القطاع العام والخاص، التي أعلنت عن رغبتها في المشاركة في بعض البرامج الاجتماعية في مجال التشغيل والصحة. وقد خصصت لهذا الحكومة الدانمركية ما يقارب 131 مليون كرونة دانمركية.

ومن جهة أخرى، أنشأ وزير الشؤون الاجتماعية بما يسمى " الشبكة القومية لمديري الشركات" (The National Network of Enterprise Managers) والتي تمنح جائزتين كل عام لأكثر الشركات نشاطا في مجال المسؤولية الاجتماعية، وتُمنح إحداها لشركة من القطاع الخاص والأخرى لشركة من القطاع عام.

والملاحظ هو التأثير الكبير الذي نتج عن هاته المبادرات التي قامت بها الحكومة الدانمركية في مجال الشغل والتقليل من نسبة البطالة، إذ ساهمت في خفض معدل البطالة خلال الفترة من 1994 2000 -بحوالي 56 ٪ من خلال برنامج " فرص العمل الخاصة "والذي يوفر فرص عمل خاصة من حيث معدل الأجر وساعات العمل للعاملين الذين يعانون من بعض الأمراض أو من كبار السن، وبرنامج " العمل المرن " الذي يستفيد منه من لا يملكون المهارات التي يتطلبها سوق العمل².

تجربة فرنسا:

تعد فرنسا من أكثر دول الاتحاد الأوروبي نشاطا فيما يتعلق بالشق التشريعي للمسؤولية الاجتماعية، خاصتا فيما يتعلق بقانون سمي قانون التعديلات الاقتصادية الجديدة les nouvelles

¹ Ibid., p. 20.

² نهال المغريل وياسمين فؤاد، المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر: بعض التجارب الدولية، ورقة عمل رقم 138، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، مصر، سبتمبر، 2008، ص 16.

régulations économiques (loi NRE) والذي صدر في 15 ماي 2001، هذا القانون يلزمها المنظمات بأن تأخذ بعين الاعتبار في تقريرها الإداري الاعتبارات البيئية والاجتماعية¹.

كذلك اقترحت حركة الشركات الفرنسية (MEDEF) على السلطات العامة إنشاء منصة وطنية لتعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات. فيما بعد أظهر مسح أجراه المعهد الوطني للإحصاء والدراسات الاقتصادية (INSEE)، نُشر في نوفمبر 2012، أفاد أنه في فرنسا أكثر من نصف الشركات التي تضم 50 موظفًا وأكثر (52%) تشارك في المسؤولية الاجتماعية للشركات.

من جهتها المنظمات غير الحكومية اشركت في المسؤولية الاجتماعية بصفتها احد أصحاب المصلحة، من خلال صياغة ما يسمى قانون جرينيل للبيئة. وقد ربطت هذه العملية ممثلي السلطات المحلية والمسؤولين المنتخبين وجمعيات حماية البيئة والنقابات العمالية للموظفين وأرباب العمل وقطاعات الأعمال وقطاعات الدولة من أجل تحديد خطة عمل لحماية البيئة في اتجاه التنمية المستدامة. كذلك على مستوى الشركات، تتجلى هذه المشاركة من قبل جميع أصحاب المصلحة الداخليين (مجلس الأعمال، لجنة الصحة والسلامة الصحية، الموظفين، وممثلي الموظفين) وأصحاب المصلحة الخارجيين للشركة (كطبيب العمل، مفتش العمل) على وجه الخصوص، في مجال الوقاية من المخاطر المهنية التي يواجهها الموظفون².

وفي سنة 2003 تم اعتماد ثلاث معايير دولية وسعت فرنسا لترسيخها وهي : (SD 21000) و (SA 8000) و (ISO 14001)، واعتمدت مدونات سلوك على شركائها الاقتصاديين، وملصقات تهدف إلى التمييز بين منتج أو خدمة على أساس معايير معينة، سواء كانت إيكولوجية أو بيولوجية أو اجتماعية. وهي تستند إما إلى المنتج أو إلى عملية التصنيع، وتُمنح شهادة لمنتج أو مؤسسة تتوافق مع معايير معينة، والتي تم التحقق من مطابقتها³:

1. SD 21000 هو معيار تطوعي محلي فرنسي، تأسست على خبرة 40 شركة رائدة، هدفه تعزيز نهج يربط المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة على مستوى إدارة الشركة. تم نشر الدليل من قبل AFNOR في عام 2003. يحتوي الدليل على ثلاثة مكونات: المساعدة الأولية في مراعاة

¹ Christelle DIDIER, Romain HUET, rapport sur Démarche stratégique pour une formation de décideurs socialement responsables La Responsabilité Sociale et Environnementale dans l'enseignement supérieur de la région Nord – Pas de Calais, Centre de recherche en éthique économique (CREE) de Lille, p 15.

² Council of Bars and Law Societies of Europ, Overview...., Op.Cit., p 31.

³ Christelle DIDIER, Romain HUET, rapport sur Démarche...., Op.Cit., p 16

مبدأ SD، والنهج الاستراتيجي لدمج نهج SD في الشركة، والنهج التشغيلي القائم على معايير ISO 9000 و ISO 14000.

2. **SA 8000** هو معيار تطوعي دولي يهدف إلى تحديد متطلبات المسؤولية الاجتماعية للشركات. نشرته SAI (منظمة المساواة الاجتماعية الدولية) في عام 1997، وهو يتضمن قواعد بشأن العمل الاجباري، عمالة الأطفال، الصحة والسلامة، حرية تكوين الجمعيات، التمييز، الممارسة التأديبية، أوقات العمل، ونظام الأجور والإدارة. وقد استخدم بالفعل أكثر من 240 موقعًا في 36 دولة هذا المعيار. ولقد أدخلت العديد من الشركات تعديلات على SA 8000 لجعله معيارًا أكثر ملاءمة.

3. **ISO 14001** هو معيار دولي طوعي يوفر للشركات إطار عمل لتنظيم نظام الإدارة البيئية، تُشر هذا المعيار في عام 1996، وقدم مفهوم الإدارة البيئية. يتم تنظيمه حول 5 فصول تصف بنية النظام وتستند إلى منطق PDCA (Plan/Do/Check/Act) أي (خطط / افعل / تحقق / طبق). وقد تم اعتماده من قبل 46000 موقع حول العالم بما في ذلك 1600 في فرنسا.

تجربة هولندا:

لا يُطلب من الشركات الفنلندية الإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات. بالنسبة للتقارير الطوعية، بل يتم استخدام العديد من معايير التقارير الدولية المختلفة، على سبيل المثال إرشادات منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية للمؤسسات متعددة الجنسيات OECD، ومبادرة إعداد التقارير العالمية (GRI) ومعيار ISO الدولي بشأن المسؤولية الاجتماعية.

والجدير بالذكر أن الشركات الفنلندية تفر بأهمية CSR بالنسبة لصورة الشركة وقدرتها التنافسية. علاوة على ذلك، يعتبر التعاون مع المنظمات غير الحكومية من أجل تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات خيارًا فعالًا لتطوير المسؤولية المؤسسية والبيئية.

على الرغم من أن إدراج المسؤولية الاجتماعية للشركات في الأعمال الاستثمارية كان بطيئًا نسبيًا، فقد وافقت العديد من الشركات المالية الفنلندية على إدراج الجوانب البيئية في نشاطها، على سبيل المثال من خلال التوقيع على مبادرة التمويل لبرنامج الأمم المتحدة للبيئة UNEP.

من جهته مجلس الدولة أصدر قراره من حيث المبادئ المتعلقة بالشركات المملوكة للدولة. وصادر توجيهات خاصة تُعنى بالشفافية وسياسة شؤون الموظفين والقضايا البيئية باعتبارها أهم أهداف التنمية.

كل سنة يبلغ اتحاد الصناعات الفنلندية (Elinkeinoelämän keskusliitto) أعضائه ويحثهم بخصوص المسؤولية الاجتماعية للشركات. ويؤكد الاتحاد أن الشركات الفنلندية يجب أن تزيد من تركيزها على تنفيذ قواعد المسؤولية الاجتماعية للشركات. من جهتها تحاول منظمات الأعمال الفنلندية الأخرى تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات، عن طريق انخراطها في اللجنة الاستشارية لوزارة التشغيل والاقتصاد، وذلك من خلال تنظيم مسابقات إعداد التقارير.

كذلك يهدف منتدى الاستثمار المستدام الفنلندي (Finsif)، الذي تأسس عام 2010، إلى تعزيز الاستثمار المسؤول من خلال دعم منظمات الاستثمار التي تراعي العوامل المتعلقة بالبيئة والمجتمع وحوكمة الشركات في نشاطاتها¹.

تجربة إيطاليا:

في إيطاليا انشأ المركز الإيطالي للمسؤولية الاجتماعية (ICSR)، وهي مؤسسة مملوكة لوزارة العمل وUnioncamere، التي تمثل وتخدم غرف التجارة الإيطالية. مهمة هذا المركز هي زيادة التركيز على تعزيز المسؤولية الاجتماعية، البحث، التدريب، والنشر والمقارنة مع الاهتمام الخاص باحتياجات اقتصادها المكون بشكل رئيسي من الشركات الصغيرة والمتوسطة.

ولدى هذا المركز رؤية تفيد أن ثقافة المسؤولية الاجتماعية للشركات تمثل خطوة أولى في إنشاء أسس المنافسة العادلة التي تشجع على تطوير اقتصاد مبتكر، قادر على ضمان حماية اجتماعية فعالة، وحوار إيجابي بين جميع أصحاب المصلحة، رفاهية أكبر لأجيال الحاضر والمستقبل².

كما ان إيطاليا اعتمدت استراتيجيات تتضمن برامج عدة من بينها برنامج سمي (Fabrica Ethica) وضع في ماي 2002، يقوم على فكرة تشجيع المستهلكين على تفضيل منتجات الشركات

¹ Council of Bars and Law Societies of Europ, Overview....., Op.Cit., p 29.

² Ibid., p 35.

المسئولة اجتماعيا، كما أن المنظمات الحاصلة على شهادة (SA 8000) تستفيد من مزايا في الأسواق، إذ ان هذه الشهادة واسعة الانتشار في ايطاليا. وفي سنة 2005 أطلقت الحكومة الايطالية عدة مباداة لقاء وطني حول أفضل الممارسات في مجال المسؤولية الاجتماعية¹.

ثانيا: تجارب بعض المؤسسات في القارتين الأمريكيتين:

في هذه النقطة، نقدم ظهور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في أمريكا الشمالية، ثم نكشف تطور هذا المفهوم في أمريكا اللاتينية.

على الرغم من أن سنة 1950 تعتبر ولادة المسؤولية الاجتماعية للشركات في الولايات المتحدة، إلا ان كارول (2008) حدد نهاية القرن التاسع عشر كنقطة معقولة لتحديد أصول المسؤولية الاجتماعية للشركات في الولايات المتحدة. وهكذا ، شهدت الثورة الصناعية في نهاية القرن التاسع عشر ظهور الإجراءات الأولى التي تذكر المسؤولية الاجتماعية للشركات في أمريكا ، كانت المدن مشابهة للبلدات الريفية التي تطورت بفضل الصناعة، كانت تمتلك عموماً جميع البنى التحتية الاجتماعية، وهي الإسكان والمستشفى والمدرسة والكنيسة، إلخ. (هيلد 1988 استشهد بها غاريغا وميلي ، 2004). غالباً ما يضطر العمال إلى الاقتراض من المتاجر المملوكة للشركة والخدمات الصحية من أجل أن يتمكنوا من العيش. جعلت هذه الديون العمال مرتبطين برب عملهم. في ذلك الوقت، كان للشركات دور مهم للغاية بالنسبة للعمال وأسره في مجالات الصحة والتعليم. ونتيجة لذلك، الامر الذي جعل ادارة الشركات والمصانع تتحكم بصورة كبيرة في جميع حياة موظفيهم.

خلال القرن التاسع عشر، اضطلعت الدولة بدور أكبر في التعليم والصحة، لا سيما من خلال إرساء حقوق للعمال، والتي بنت تدريجياً نظاماً للحماية الاجتماعية لصالح العمال وعائلاتهم. لقد قلل تدخل الدولة إلى حد كبير من دور الشركات في الحياة الاجتماعية للعمال. وهكذا، تحولت الشركات إلى أعمال "العمل الخيري"، مثل دعم المؤسسات الخيرية، وتنمية الفنون والثقافة في مدينتهم ومجتمعهم. في الستينيات فقط حاول الباحثون تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات، بعد المناقشة حول هذا المفهوم.

¹ la Commission européenne, corporate social responsibility (National public policies in the European Union), Un rapport publié en Belgique, 2004, p 24.

منذ ذلك الوقت، بدأ المجتمع الأكاديمي الأمريكي في دراسة مفهوم مسؤولية الشركات على نطاق أوسع، بناءً على الجانب الأخلاقي لهذا المفهوم. أدى هذا التيار من البحث إلى تقييم أعمال الشركات وقادتها بالجوانب الأخلاقية، وأول شيء كان تحديد ما هو الصواب والخطأ. ثم تطور هذا التفكير حول ما يسمى بالربط التعاقدية الذي يربط الشركة ببقية المجتمع. وهكذا، وصل بهذا التيار إلى حد اعتبار الربط الاجتماعي بين الشركة والمجتمع كشرط يدخل ضمن مشروعية الشركة ونشاطها.

في عام 1984، نشر فريمان كتاباً، أعاد من خلاله التفكير في المسؤولية الاجتماعية للشركات، اقترح على المديرين أن يأخذوا في الاعتبار مختلف أصحاب المصلحة في الشركة عند وضع الاستراتيجيات، لأن إهمالهم يمكن أن يضر بربحية الشركة. ثم دخلت المسؤولية الاجتماعية للشركات في الرؤية الاستراتيجية لعدة شركات في أمريكا الشمالية.

شهدت التسعينات اتجاهًا متزايدًا لاستخدام المسؤولية الاجتماعية للشركات كمنصة انطلاق للمفاهيم التكميلية مثل نظرية أصحاب المصلحة وأخلاقيات العمل ومواطنة الشركات والأداء الاجتماعي للشركات.

منذ ذلك الحين، تعمل شركات أمريكا الشمالية على تحديد العوامل المالية الإضافية التي تسمح لها بالمساهمة في التنمية المستدامة دون التضحية بأدائها الاقتصادي.

البرازيل:

تعد الشركات في البرازيل نشطة جدًا في مجال المسؤولية الاجتماعية، إذ من بين أهم القضايا التي تعالجها من خلال برامج المسؤولية الاجتماعية، نجد قضايا الدفاع عن حقوق الإنسان وحقوق العمال، والسعي إلى تطوير فكرة المواطنة الجيدة وترسيخها في جميع الأنشطة، وكذلك تطوير وترقية نوعية الحياة من خلال تطبيق أفضل الممارسات في هذه المجالات.

وفي نفس السياق تقوم الشركات البرازيلية بتأسيس جمعيات أهلية أو مؤسسات خيرية لتكون قناة واداة فعالة لتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات. ومن أمثلة هذه الجمعيات نجد جمعية صانعي لعب الأطفال التي تعمل في مجال الدفاع عن حقوق الأطفال. كما تلعب جمعية رجال الأعمال دورا هاما في الترويج للديمقراطية ودعم الدور الاجتماعي لرجال الأعمال. ونتيجة لسوء الممارسات البيئية وسعيها منها لترسيخ مبدأ المحافظة على البيئة وجعلها محل اهتمام من طرف الشركات العاملة في

البرازيل والعالم اجمع، استضافت البرازيل عام 2008 أول مؤتمر للأمم المتحدة تحت عنوان " قمة الأرض".¹

الأوروغواي :

أجريت في الأوروغواي اول دراسة استقصائية حول المسؤولية الاجتماعية للشركات على المستوى الوطني، وهي دراسة تنتظر في كل من الإجراءات التي تعلن الشركات أنها قامت بها وكذلك ترصد تصور الجمهور حول المسؤولية الاجتماعية للشركات وإجراءات الشركات. وخلصت بنتائج اعطت تصورا عاما حول المسؤولية الاجتماعية للشركات في الاوروغواي يتلخص في النقاط التالية²:

أولاً، فإن الاستنتاج الأول من هذه الدراسة هو أن مستوى المعرفة بشأن المسؤولية الاجتماعية للشركات منخفض نسبياً، حيث أجاب أكثر من نصف المستجيبين بأنهم لم يسمعوا بهذا المفهوم من قبل. علاوة على ذلك، عندما طلب من المبحوثين تعريفاً، ربط المجيبون المسؤولية الاجتماعية للمجتمع بالمجتمع، واحترام ظروف العمل، ورفاهية الموظفين وحماية البيئة. يبدو أن كل النتائج تتسق مع حقيقة أن هذه مسألة جديدة في البلد.

ثانياً، ابرزت النتائج ان ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات هي ممارسات طوعية، وفيما يتعلق بالآراء حول أداء الشركات بشأن المسؤولية الاجتماعية للشركات في أوروغواي، اعتبر ما يقرب من 16 في المائة من المجيبين أنها عالية وأعلن حوالي 25 في المائة أنها منخفضة

سمح هذا المسح للشركات بجمع بيانات حول أنشطة المسؤولية الاجتماعية التي قامت بها هاته الشركات. اذ نجد أن الشركات الصناعية لديها درجة أكبر من المشاركة في ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات، لا سيما تلك المتعلقة بالبيئة والتنمية المستدامة. قطاعات الصناعة والخدمات في أوروغواي هي أحدث القطاعات وأكثرها ابتكاراً مع أكبر قدر من أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات المنفذة.

¹ نهال المغربي وياسمين فؤاد، مرجع سابق، ص 19.

² Zuleika Ferre, Natalia Melgar, Máximo Rossi. *Corporate Social Responsibility in Uruguay: What enterprises do and what people think about it, Republic of Uruguay. RESEARCH PAPERS, CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN LATIN AMERICA, UNITED NATIONS, New York, 2010, p 30.*

كذلك أفادت النتائج بان 85 في المائة من الشركات، قامت بأنشطة تدريبية لموظفيها و 60 في المائة نفذت تحسينات في ظروف العمل.

علاوة على ذلك، تجدر الإشارة إلى أن أكثر من 50 في المائة من الشركات قامت بأنشطة تتعلق بالبيئة. نجد أن الشركات الصناعية كانت أكثر المسسات مشاركة في ممارسات المسؤولية الاجتماعية، وخاصة تلك المتعلقة بحماية البيئة.

الا أن الناس يفضلون إجراءات أخرى. يبدو أن هذا الاستنتاج مرتبط بحقيقة أن الناس لا يتقون في دوافع الشركات في تقديم الأعمال الخيرية. حقيقة مثيرة للاهتمام أن نلاحظها هي المقارنة بين آراء المواطنين وآراء الشركات حول أداء هذه الأخيرة، حيث أشارت نسبة متدنية من المستجيبين إلى أن أداء الشركات كان جيداً أو ممتازاً.

ومن خلال هذا التحليل يبرز عدم وجود سياسة تواصل جيدة وذات مصداقية توفر المعلومات للمستهلكين. نجد أن الناس لا يتقون في التقارير المقدمة من الشركات والحكومة. هذه النتيجة مهمة جداً نظراً لحقيقة أن نسبة عالية من الأشخاص من المرجح أن يتحولوا إلى منتج أو خدمة مسؤولة اجتماعياً.

وأخيراً، بعد تصنيف (Zadek, 2007)، تكون الأوروغواي في المراحل الأولى من المسؤولية الاجتماعية للشركات، ليس فقط من خلال الأنشطة القليلة التي قامت بها الشركات، ولكن أيضاً من خلال المعرفة النادرة التي يمتلكها المواطنون حول أنشطتهم المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات والناجمة عن وجود ضعف في التواصل بين الشركات والمجتمع الذي تنشط فيه. ومن الواضح أن الإجراءات الأكثر شيوعاً بشأن المسؤولية الاجتماعية للشركات من قبل الشركات تستهدف موظفيها¹.

الفرق في مفهوم المسؤولية الاجتماعية بين الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا:

في النقاط التالية نورد تلخيصاً للفوارق المحورية في مفهوم المسؤولية الاجتماعية بين الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا، الفرق الذي يرجع أساسه إلى ظهور مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية في محيط اقتصادي رأسمالي. دون تتدخل الدولة إلا في حدود ضيقة

¹ Ibid, pp 58-59.

لتنظيم بعض الجوانب الاجتماعية وهذا يختلف عما هو معمول به في الدول الأوروبية التي تدخل فيه حكومات الدول في وضع اسسه وتنظيمه وحوكمته¹:

- في أوروبا يسيطر اعتقاد باعتبار المسؤولية الاجتماعية مساهمة للمنظمات في مجال التنمية المستدامة، والذي لا يتحقق إلا بقرار سياسي بوضع إستراتيجية تقود هذا المفهوم إلى تحقيق الاستدامة. أما في أمريكا تعتبر المسؤولية الاجتماعية مبادرات مؤسساتية تملئها المصلحة الرأسمالية للشركة في حد ذاتها.
- يستمد الأمريكيون مبادئ المسؤولية الاجتماعية للأصول الأخلاقية والدينية، أما في أوروبا فهي تأخذ في إطار سياسي محض ولا تأخذ الجوانب الأخلاقية بعين الاعتبار.
- في أوروبا يربط مفهوم المسؤولية الاجتماعية بمساهمة المنظمات في تحقيق التنمية المستدامة. أما في أمريكا فلا يشار إلى التنمية المستدامة عند الحديث عن المسؤولية الاجتماعية.

ثالثاً: تجارب بعض المؤسسات في بعض الدول الآسيوية:

لم تبدأ المسؤولية الاجتماعية للشركات في التطور حتى التسعينات في آسيا. منذ ذلك الحين، نمت المسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل كبير، وانتهى بها الأمر إلى سد الفجوة التي بينها وبين الدول الأوروبية والأمريكية.

وهكذا، بدأ هذا المفهوم في رؤية النور مع وصول عدد هائل من الشركات الغربية المتعددة الجنسيات التي جاءت إلى آسيا لتكوين وحدات التصنيع. من خلال اتباع النمط الملاحظ في دول أمريكا اللاتينية وأوروبا الشرقية (انظر الشكل رقم 6)، فإن فكرة المسؤولية الاجتماعية نقلت بشكل إيجابي الشركات الآسيوية (خاصة الشركات الكبيرة التي ترغب في التجارة مع الغرب).

في آسيا، تختلف مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات المحلية وقضايا المسؤولية الاجتماعية الدولية على نطاق واسع. على سبيل المثال في الصين، طورت الحكومة عددًا من المبادئ التوجيهية والمبادرات حول المسؤولية الاجتماعية للشركات. في فيتنام، انشأت شراكة بين إدارة غرفة التجارة التي تمثل الدولة الفيتنامية وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP)، من أجل تطوير المسؤولية الاجتماعية للشركات. أدخلت بنغلاديش إعفاءات ضريبية للشركات التي تشارك في برامج المسؤولية

¹ Michel CAPRON, Une vision européenne des différences USA/Europe continentale en matière de RSE: pourquoi la RSE en Europe est un objet politique et non pas éthique, une recherche présentée au séminaire International de Montréal sur la RSE , 12-15 octobre 2006, p-p:2-3.

الاجتماعية للشركات. اما في اليابان وكوريا، كان التركيز على المعلومات والتطوع. وكانت الشركات اليابانية على وجه الخصوص رائدة في المبادرات البيئية.

باختصار، لم تتوقف علاقة الدول الآسيوية بالمسؤولية الاجتماعية للشركات عند هذا المستوى بل تعداه الى إنشاء مؤسسات قوية تدير الإجراءات والتي تحدد المتطلبات والمبادرات والمعايير الطوعية وتشجيع تطوير المسؤولية الاجتماعية للشركات. في بعض البلدان، مثل اليابان وكوريا الجنوبية والهند، نشهد التخلي عن النهج الطوعية تجاه المسؤولية الاجتماعية للشركات. في هذه البلدان، تترك الشركات نفسها قيمة المسؤولية الاجتماعية للشركات في تعزيز السمعة والثقة، وتقوية علاماتها التجارية.

ومع ذلك، هذا لا يعني أن كل شيء إيجابي فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للشركات في آسيا. في الواقع، لا يزال هناك خلط كبير بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والعمل الخيري، وخاصة في ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في الفلبين وباكستان، مثل ماهو الحال في بلدان أمريكا اللاتينية.

بالإضافة إلى ذلك، تجدر الإشارة أيضاً إلى أن المنطقة الآسيوية تواجه العديد من الصعوبات الخاصة مثل هياكل الحوكمة المتخلفة داخل الشركات والفساد. بالإضافة إلى ذلك، هناك العديد من المخاوف بشأن الكوارث الطبيعية التي تؤدي إلى مخاطر تجارية كبيرة. هناك أيضاً العديد من الانتهاكات المتعلقة بقانون العمل وانتهاكات حقوق الإنسان التي لا تزال قائمة.

يتبين من هذه النتائج أنه يتعين على الحكومات والشركات اليوم أن تولي المزيد والمزيد من الاهتمام للدور الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية للشركات في تنمية المنطقة.

التجربة اليابانية:

كان للمسؤولية الاجتماعية نصيب من الاهتمام في اليابان، فمنذ سنة 1990، وسعياً منها للحصول على شهادة (ISO 14001) طورت العديد من المنظمات اليابانية نظم الإدارة البيئية لديها وهذا لمواكبة التطور الذي وصل اليه الغرب المتمثل في الدول الأوروبية والأمريكية. انذاك انتشر مصطلح الإدارة البيئية في المنظمات اليابانية، اذ بدأت باعتماد التقارير البيئية للكشف عن جهودها في مجال الإدارة البيئية.

وقد تزايد في السنوات الأخيرة الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية من قبل المنظمات اليابانية، ففي "مارس 2003، نشرت الرابطة اليابانية للمديرين التنفيذيين للشركات (Japan Association of

(Corporate Executives)، وهي رابطة مهنية يابانية مكونة من المدراء التنفيذيين المستقلين. تأسست في عام 1948، وتعمل في مجال الدعوة بشأن قضايا السياسة العامة المتعلقة بتطوير الاقتصاد الياباني في كل من السياق المحلي والعالمي. يشار إلى الرابطة عادة باسم (Keizai Dyukai)¹، نشرت تقريراً عن المسؤولية الاجتماعية، أظهر قدراً من الوعي بأهمية المسؤولية الاجتماعية لدى المنظمات اليابانية. كذلك في سنة 2003 بدوره اتحاد الأعمال الياباني وهو أكبر رابطة تجارية نظم مؤتمرات أطلق خلالها نقاشات حول إدارة المسؤولية الاجتماعية².

و هناك ثلاثة مقاربات نظرية اندمجت لتشكل النموذج الياباني للمسؤولية الاجتماعية، هذه المقاربات هي كالتالي: ³.

1. **المقاربة الأخلاقيات للشركات:** عندما أدت فضائح الشركات إلى الإفلاس وضعف الأداء بعد عام 2000، أثار ذلك الإنذارات وأثار فكرة ضرورة إنشاء نظام أخلاقيات أفضل للشركات. طالما أن الشركات موجودة، فإن أخلاقيات الشركة ستكون دائماً مشكلة لا تؤثر فقط على إدارة المخاطر، ولكن يتعداها إلى الامتثال وحوكمة الشركات.

من خلال التركيز على استدامة الشركات، تضع هذه المقاربة في مركز المسؤولية الاجتماعية للشركات، ويسعى إلى صياغة وتنفيذ إستراتيجية فعالة تتضمن أخلاقيات الشركات.

2. **مقاربة أصحاب المصلحة:** كانت الشركات في اليابان تجبر أصحاب المصلحة على وضع مصالح الشركة في المقام الأول. وهكذا أهملت الشركات إلى حد كبير علاقاتها مع المستثمرين، ولم تفعل سوى القليل لملء فجوة المعلومات مع المستهلكين. عرضت الشركات الكبرى عروض عمل طويلة الأمد، وفي المقابل طالبت بالولاء التام من قبل موظفيها. كما احتجزوا الموردين والمقاولين في هيكل كيريتسو (keiretsu)⁴ على شكل هرم.

¹ Japan Association of Corporate Executives, consulted on : (2020-04-06) 16:11.

https://en.wikipedia.org/wiki/Japan_Association_of_Corporate_Executives

² Kanji Tanimoto & Kenji Suzuki, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN JAPAN: ANALYZING THE PARTICIPATING COMPANIES IN GLOBAL REPORTING INITIATIVE, Working Paper 208, March 2005, pp:3-4.

³ Masahiko Kawamura, The Evolution of Corporate Social Responsibility in Japan (Part 2)—How CSR “Swells” Have Impacted Corporate Values, recherche presented to the NLI Research Institution, Japan, 2005, p 7.

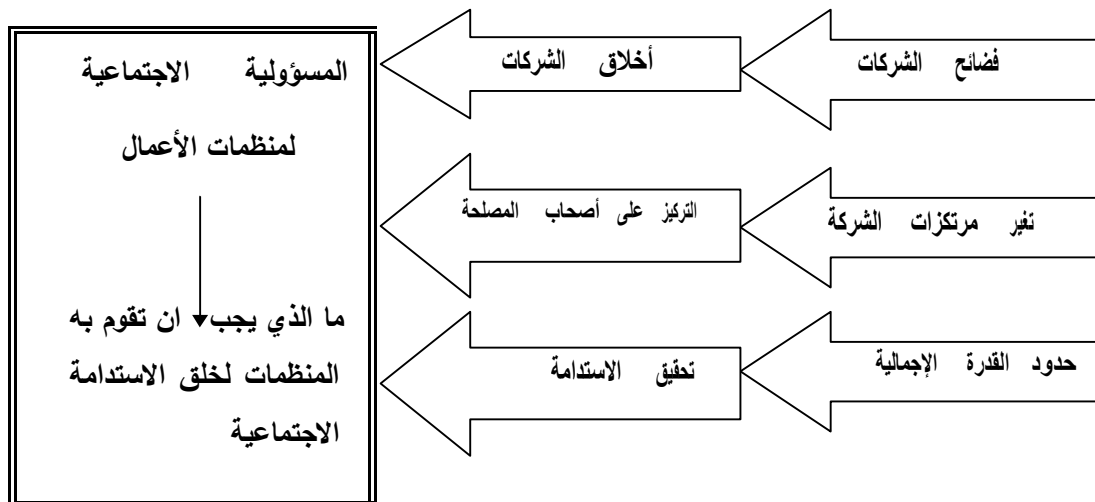
⁴ **Keiretsu** : هي نوع من التحالفات غير الرسمية بين مجموعة من الشركات تمتلك الشركات الأعضاء أجزاء صغيرة من الأسهم في الشركات الأعضاء بعضها البعض، يساعد هذا النظام على عزل كل شركة من تقلبات سوق الأسهم ومحاولات الاستحواذ، وبالتالي تمكين

ومع ذلك، كشفت فضائح الشركات أن هناك وجود لمشاكل أخلاقية بين المديرين التنفيذيين والموظفين وثقافة الشركة كانت على خطأ. لتصحيح هذه المشاكل وإعادة تأسيس الثقة، تم اعتبار المساءلة تجاه أصحاب المصلحة والشفافية والعدالة ضرورية. وهكذا ونتيجة لذلك تخسن بشكل تدريجي وضع أصحاب المصلحة من الأقليات الاجتماعية في مجتمع الشركات وهم النساء العاملات، العاملون بدوام جزئي، المسنين، المعوقين، والأجانب.

3. مقارنة الاستدامة: تعالج الاستدامة على المستوى العالمي مسألتين - البيئة والإيكولوجيا العالمية، والمجتمع العالمي. في الواقع، مصطلح الاستدامة نفسه مستمد من العلوم البيولوجية. تجاوز الجدل حول المسؤولية الاجتماعية لشركات المحلية وركز على كيفية عمل الشركات فيما يتعلق بالبيئة والإيكولوجيا العالمية.

نشأت فكرة الاستدامة في نادي روما (Club of Rome) في عام 1972، والتي تنبأت باستنفاد الطاقة والتلوث البيئي والانفجار السكاني ونقص الغذاء. ثم في عام 1984، أصدرت لجنة الأمم المتحدة العالمية المعنية بالبيئة والتنمية تقريراً (مستقبلنا المشترك) يقترح فيه مفهوماً جديداً يسمى التنمية المستدامة. لتلبية متطلبات كل من الأجيال الحالية والمقبلة، إذ تتطلب التنمية المستدامة نظاماً اقتصادياً يوازن بين الاحتياجات البيئية والاجتماعية.

الشكل (07): المقاربات الثلاثة للنموذج الياباني للمسؤولية الاجتماعية¹.



التخطيط طويل الأجل في المشاريع. وهو عنصر رئيسي في الصناعة التحويلية في اليابان. حافظ الكوريتسو على هيمنتهم على الاقتصاد الياباني في النصف الثاني من القرن العشرين، استمروا في ذلك لى غاية أوائل القرن الحادي والعشرين.

¹ Masahiko Kawamura, The Evolution of Corporate..., op.cit, p:8..

ماليزيا:

خلال المقابلات التي أجراها الباحثين (Jye Y. Lu) و (Pavel Castka)، أشار جميع الخبراء إلى أن المسؤولية الاجتماعية للشركات ليست جديدة تمامًا على ماليزيا، ومع ذلك انفقوا جميعًا على أن المسؤولية الاجتماعية للشركات في ماليزيا لا تزال في مرحلة الطفولة. كان الاستنتاج العام هو أن المنظمات الماليزية تمارس فقط جوانب معينة من المسؤولية الاجتماعية للشركات، وخاصة الجزء الخيري والعلاقات العامة للشركات.

تستخدم العديد من المنظمات المسؤولية الاجتماعية للشركات كأداة للعلاقات العامة. على الرغم من أن البعض يعتبر هذه الممارسة غير ناضجة، أشار بعض الخبراء أيضًا إلى جانبها الإيجابي. كما ذكر الخبراء، فإن استخدام المسؤولية الاجتماعية كأداة للعلاقات العامة يعمل كمحفز للمنافسين والشركات الأخرى. وأشار العديد من الخبراء إلى عدم التوازن في التغطية الإعلامية من حيث المنظمات الكبيرة والصغيرة. ففي الواقع تكشف نظرة سريعة على الصحف المحلية أن عمومًا خاصًا في نهاية الأسبوع يخصص للشركات الكبيرة المؤثرة في ماليزيا (Petrone و Telekom Malaysia) و (Digi و Nestlé) ولكن مساحة صغيرة جدًا مخصصة للشركات الصغيرة والمتوسطة¹.

ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في ماليزيا:

اتفق أغلبية الخبراء على أن المنظمات الماليزية تركز بشكل عام على الأعمال الخيرية للشركات. ومع ذلك، حدد الخبراء أيضًا بعض الممارسات المتقدمة، خاصة من صناعة البتروكيماويات.

يبدو أن صناعة البتروكيماويات كانت تمارس المسؤولية الاجتماعية للشركات قبل فترة طويلة من تأسيسها والترويج لها في ماليزيا. لا تقتصر ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في هذه الصناعة على التبرعات الخيرية ولكنها تشمل ممارسات أخرى، مثل التعليم الريفي والرعاية الصحية ورعاية الأحداث الفنية والرياضية ومشاريع الطاقة المتجددة ومساعدة الأمهات العازيات وغير ذلك الكثير.

¹ Jye Y. Lu and Pavel Castka, *Corporate Social Responsibility in Malaysia –Experts’ Views and Perspectives*, reaserch paper published in Wiley InterScience jornal, May 2009, p 149.

اتفق معظم الخبراء على أن بتروناس احتلت المرتبة الأولى في ماليزيا لممارساتها في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات في صناعة البتروكيماويات. ووفقًا للخبير الذي تمت مقابلته من بتروناس، فقد تم ممارسة المسؤولية الاجتماعية للشركات في بتروناس في وقت مبكر من عام 1974. وبصرف النظر عن رعاية الأحداث المناسبة في ماليزيا، فإن بتروناس لديها أيضًا مشاريع دولية خاصة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات على سبيل المثال ، في فيتنام وجنوب السودان. تؤكد بتروناس (Petronas) أن جهودها في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات يتم تنسيقها داخليًا أيضًا لإشراك كل موظف في المؤسسة للمشاركة في أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات. في الوقت الحالي، يتطوع حوالي 10% إلى 15% من موظفي بتروناس للمشاركة في أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات خارج ساعات العمل العادية.

أكد معظم الخبراء أن مواقع الويب هي أكثر وسائل الاتصال شيوعًا بين المنظمات الماليزية. بخلاف ذلك، تنتشر بعض المنظمات جهودها في المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال وسائل الإعلام ؛ يبدو أيضًا أن الرسائل الإخبارية والملصقات الداخلية جزءًا من اتصالات المسؤولية الاجتماعية للشركات داخل المنظمات. بعض المنظمات تذهب أبعد من ذلك ولديها أيضًا منشورات متاحة لأصحاب المصلحة فيها. ومع ذلك، لا يتوقف الترويج للمسؤولية الاجتماعية للشركات عن التواصل. تشمل مناهج الأخرى، على سبيل المثال، تنظيم ندوات وورش عمل لتعزيز الوعي بالمسؤولية الاجتماعية للشركات - المذكورة على أنها الطريقة الأكثر شيوعًا لتثقيف الآخرين حول المسؤولية الاجتماعية للشركات. الممارسات الأخرى أكثر عملية. على سبيل المثال، أرسلت MEF أعضائها للمساعدة في أفريقيا وكمبوديا، في حين أرسلت بتروناس موظفيها للمساعدة بعد حادثة التسونامي والزلازل في عام 2006. وهناك أيضًا مساهمات في مجال تعليم الطلاب. على سبيل المثال، بدأت شركة Philips مشروع رياض الأطفال في قرية كامبونج الريفية لمساعدة المحرومين. يبدو أن جهودها قائمة على أسس جيدة: هناك مراقبة مستمرة لهؤلاء الطلاب القرويين بعد تعليمهم في رياض الأطفال، ثم يتم تقديم جائزة جائزة الكتاب للطلاب المتفوقين في دراستهم بعد تعليمهم في رياض الأطفال.

تتضمن الأشكال الأخرى من ممارسة المسؤولية الاجتماعية للشركات تعاونًا وثيقًا مع قطاع الخدمات. على سبيل المثال، توفر شركة البترول المتعددة الجنسيات البريطانية الاصل (BP) توفر دروسًا وإرشادات لطلاب الجامعات وتهدف إلى تعزيز الابتكار والإبداع بين هؤلاء الطلاب من خلال

منح جائزة الشباب المبدع السنوية. كما قامت بتروناس ببناء كليات وعملت مع المجلس الثقافي البريطاني لدعم تدريس اللغة الإنجليزية لطلاب الجامعات في فيتنام. وبصرف النظر عن الجهود التي بذلها القطاع الخاص، بذلت الحكومة أيضًا جهدًا لتوفير التعليم المجاني للطلاب حتى المرحلة الثانوية¹.

الجدول رقم (10): الجوائز المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في ماليزيا

الجوائز الماليزية	التاريخ	المنظمة المشرفة	المعايير والقضايا الرئيسية
جوائز ماليزيا لمسؤولية الشركات (StarBiz - ICR)	يناير 2008	Star Biz & ICR Malaysia	اربع فئات: السوق، مكان العمل، البيئة، المجتمع
جوائز CSR لرئيس الوزراء	2007	وزارة المرأة والأسرة وتنمية المجتمع	سبعة فئات: التعليم، البيئة، الثقافة والتراث، المجتمع والرعاية الاجتماعية، المسؤولية الاجتماعية للشركات الصغيرة، مكان العمل، التقارير الإعلامية.
جائزة التميز في أخلاقيات العمل الماليزية	2005	معهد ماليزيا لأخلاقيات العمل (BEIM)	أخلاقيات العمل، مدونة الأخلاق
جوائز ACCA Malaysia لإعداد التقارير البيئية والاجتماعية (ACCA MESRA)	أكتوبر 2004	جمعية المحاسبين القانونيين المعتمدين (ACCA)	فئتين: البيئة، الاجتماعية
جوائز ماليزيا لإعداد التقارير البيئية (ACCA MERA).	يوليو 2002	رابطة المحاسبين الني إد المحاسبين (ACCA)	شفافية الشركات
جائزة حوكمة الشركات الماليزية	2002	الأعمال الماليزية	حوكمة الشركات
جائزة الخطمي لرئيس	1996	مجلس	البيئة

¹ Ibid., p 150.

الوزراء (PMHA)	الأعمال للتنمية المستدامة (BCSDM)		
جوائز التميز في إدارة الجودة (QMEA)	مؤسسة ماليزيا للإنتاجية (MPC)	1990	القيادة الإدارية العليا وإدارة الجودة استخدام بيانات ومعلومات الجودة، إدارة الموارد البشرية، التركيز على العملاء ضمان جودة الموردين الخارجيين، إدارة العمليات الجودة والنتائج التشغيلية / التجارية
جائزة رئيس الوزراء للجودة	المؤسسة الوطنية للإنتاجية (NPC) المعروفة الآن باسم MPC	نوفمبر 1990	على النحو الوارد أعلاه

الجدول رقم (11): إرشادات حديثة للمنظمات الماليزية حول المسؤولية الاجتماعية

إرشادات ماليزية	التاريخ	المنظمة المشرفة	القضايا الرئيسية
القانون الماليزي لحوكمة الشركات (MCCG)	1999	المعهد الماليزي لحوكمة الشركات	حوكمة الشركات
الخطة الوطنية للنزاهة (NIP)	أبريل 2004	معهد النزاهة الماليزي (IIM)	- تعزيز حوكمة الشركات وأخلاقيات العمل والمسؤولية الاجتماعية
برنامج تحول الشركات المرتبطة بالحكومة (GLCs)	ماي 2004	لجنة بوتراجايا للأداء العالي GLC (PCG)	- تعزيز فعالية مجلس الإدارة وتقوية قدرات المديرين - تعزيز وظائف المراقبة وإدارة - تحسين البيئة التنظيمية وتوضيح ح الالتزامات الاجتماعية - مراجعة وتجديد المشتريات وتحسين ممارسات إدارة رأس المال

- إدارة وتطوير القادة ورأس المال البشري الآخر - تكثيف ممارسات إدارة الأداء وتعزيز العمليات التشغيلية تحسين			
تحسين فعالية المجلس والحكمة	لجنة بوتراجايا للأداء العالي	أبريل 2006	الكتاب الاخضر
- تعزيز عوائد المساهمين وتلبية احتياجات أصحاب المصلحة الرئيسيين، خلق قيمة للمساهمين وغيرهم - إدارة المساهمات في المجتمع	لجنة بوتراجايا للأداء العالي GLC (PCG)	سبتمبر 2006	الكتاب الفضي
البيئة، المجتمع، سوق ومكان العمل	بورصة ماليزيا	أواخر 2006	إطار المسؤولية الاجتماعية للشركات

المصدر : Jye Y. Lu and Pavel Castka , p 152

المملكة العربية السعودية:

مجتمع المملكة العربية السعودية مترابط للغاية، وكان عدد كبير من الشركات التي مقرها في المملكة تستمد نقاط قوتهم من السياق الاجتماعي والثقافي والقيم الإسلامية التي تقوم عليها روح أعمالهم وممارساتهم. كما هو واضح في معظم دول الشرق الأوسط ودول مجلس التعاون الخليجي. هذا موجود أيضاً في معظم الحالات كما يتضح من أدبيات المراجعة التي أجريت على المملكة العربية السعودية. ولكن هناك شركات استباقية في تصميم أجندة المسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة بهم بما يتماشى مع أهدافها الاستراتيجية. شركات مثل أرامكو السعودية، سابك، ALJ، صافولا و NCB هي بعض الأمثلة الجيدة التي تسعى لتحقيق أهدافها في المسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل استراتيجي. تحدد هذه الشركات أجندة المسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة بها وتتابع أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات على محمل الجد. وقد أنشأت هذه الشركات قسماً خاصاً بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، وتوفر الإدارة العليا الدعم والتعزيز المطلوبين في هذا الصدد. ولكن تفتقر معظم الشركات السعودية إلى هذا النوع من الأجواء، وتحتاج إلى تحديد مهمة ورؤية المسؤولية الاجتماعية للشركات.

في الآونة الأخيرة، أصبحت المسؤولية الاجتماعية للشركات جزءًا من أجندة حكومية في المملكة العربية السعودية لتحقيق القدرة التنافسية العالمية، إذ في عام 2000 تم إنشاء الهيئة العامة للاستثمار في المملكة العربية السعودية (SAGIA)، وذلك بهدف جعل المملكة العربية السعودية واحدة من أكثر 10 اقتصادات تنافسية في العالم. في الوقت الحاضر، تحتل المملكة العربية السعودية المرتبة 27 (من أصل 134 دولة) في مؤشر التنافسية العالمي 2008-2009 للمنتدى الاقتصادي العالمي. تنظر الحكومة إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات والقدرة التنافسية على أنها وثيقة الصلة ببعضها البعض.

وتعتقد SAGIA أن محركات القدرة التنافسية، ورأس المال البشري والاجتماعي ومساهمات الشركات في تطوير هذه الجودة من خلال المسؤولية الاجتماعية للشركات ترتبط ارتباطاً وثيقاً. تلعب SAGIA دوراً مهماً في نشر وتعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية منذ ذلك الحين. وهي تدعم عددًا من المبادرات لبناء أساس لمسؤولية الشركات لدعم وزيادة الممارسات التجارية المسؤولة في المملكة.

في نوفمبر 2008، أجرت الهيئة العامة للاستثمار وبالاتشارك مع مبادرة المسؤولية الاجتماعية للشركات في مدرسة هارفارد كينيدي (HKS) ومؤسسة الملك خالد، أول حوار قيادي لكبار الممثلين من الأوساط الأكاديمية وغرفة التجارة المحلية والمنظمات غير الحكومية الدولية والحكومة السعودية. والمؤسسات السعودية في الرياض. قدمت جين نيلسون من كلية هارفارد كينيدي نظرة عامة على ثمانية اتجاهات عالمية رئيسية ذات صلة بجدول أعمال المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة، وهي: أصبحت المسؤولية الاجتماعية للشركات قضية تنافسية، وتركيز متزايد على الأعمال الخيرية الاستراتيجية التي تقودها الكفاءة، والتركيز المتزايد على المساءلة والشفافية وأنواع جديدة من الشراكات بين القطاعين العام والخاص لمعالجة المشاكل العالمية والوطنية المعقدة، وظهور تحالفات الأعمال التي تقودها الصناعة، ونماذج جديدة للقيادة والتعاون من الاقتصادات الناشئة الرئيسية بما في ذلك الشرق الأوسط، ودمج المسؤولية الاجتماعية للشركات في كليات إدارة الأعمال والمناهج الجامعية والدور المتنامي من وسائل الإعلام.

حدد الاجتماع القيادي للمسؤولية الاجتماعية للشركات لعام 2008 في الرياض ما يلي على أنه التحديات الهامة للمسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية:

- نقص الوعي بالمسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية، سواء من حيث "الحالة التجارية" الشاملة للمسؤولية الاجتماعية للشركات ومن حيث ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات وأدوات التنفيذ والمنهجيات
- عدم إضفاء الطابع المؤسسي على المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية داخل الشركات وداخل مجتمعات الأعمال، أي عدد قليل نسبياً من منظمات المسؤولية الاجتماعية للشركات والاستشارات ومبادرات قيادة الأعمال وما إلى ذلك.
- عدم التوافق بين الحاجة إلى ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات والمهارات التي تدرسها الكليات والجامعات المحلية في المملكة العربية السعودية، ونقص الموارد المتاحة باللغة العربية (تقرير حوار القيادة الأولى ، 2008).
- كما حدد حوار القيادة الأول الفرص لتعزيز ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية. كان بعضها:
- ثقافة قوية عريقة ومتجذرة عميقة في شكل "زكاة" في المملكة العربية السعودية،
- والاهتمام المتزايد بالمسؤولية الاجتماعية للشركات بين مجتمع الشركات والقيادة الناشئة من غرف التجارة لإنشاء لجنة للمسؤولية الاجتماعية للشركات،
- وزيادة الدعم الحكومي لتحسين القدرة التنافسية الاقتصادية واستكشاف الروابط بين ممارسات الأعمال المسؤولة (CSR) والقدرة التنافسية الوطنية والشركات.
- كما حدد المشاركون ثلاثة مجالات واسعة لإجراءات المسؤولية الاجتماعية للشركات:
- رفع مستوى الوعي بالحاجة إلى مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة
- نشر الوعي بالممارسات الناجحة الحالية للمسؤولية الاجتماعية للشركات
- خلق طرائق أفضل لتبادل المعلومات حول المسؤولية الاجتماعية للشركات وإتاحة هذه الموارد باللغة العربية
- تحسين المؤسسات وبناء القدرات لممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات.

بعض الخطوات التي اتخذتها SAGIA لتعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية. في جويلية 2008، أطلقت المؤشر السعودي التنافسي المسؤول (SARCI) بالتعاون مع (Ability Account) وتمكين للاستشارات. يقيم هذا المؤشر ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات

للشركات الرائدة على أساس استراتيجية الشركات، والإدارة، وعملية إشراك أصحاب المصلحة، وأنظمة الأداء الاجتماعي والبيئي والاقتصادي. كما أسست جائزة الملك خالد للتنافسية المسؤولة في جانفي 2009 للشركات السعودية التي تم تحديدها على أنها رائدة من خلال عملية سارسي.

في جوان 2011، تم إطلاق المنتدى السعودي للمسؤولية الاجتماعية للشركات بمشاركة 400 مسؤول من الحكومة وقادة الأعمال وخبراء المسؤولية الاجتماعية للشركات من المملكة العربية السعودية ودول خليجية وعربية أخرى. تم تنظيمه من قبل الغرفة التجارية الصناعية بجدة ومجموعة الاقتصاد والأعمال. أوصى المنتدى بإنشاء إطار وطني للمسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال شراكة بين المؤسسات العامة والخاصة والمنظمات غير الحكومية.

كما اقترحت خيارات وأولويات السياسة العامة لبرامج المسؤولية الاجتماعية للشركات مثل معالجة الفقر والاستثمار في الموارد البشرية وحماية البيئة وتقديم الدعم للمجموعات ذات الاحتياجات الخاصة وما إلى ذلك.

وعقد الاجتماع الثاني لهذا المنتدى في جدة في ماي 2012 وحضره أكثر من 600 من أصحاب المصلحة. لعبت دور المحفز لإطلاق صندوق وقف المؤسسات الصغيرة والأسر المنتجة بمبلغ 65 مليون ريال، بالإضافة إلى مشروع "تيسير" الذي يهدف إلى إعادة تأهيل جميع المباني سواء للاستخدام العام أو الخاص، بحيث يمكن استخدامه من قبل المعوقين جسدياً وبصرياً وسمعياً (الاقتصاد والأمل ، 2012).

شركة تمكين للاستدامة هي شركة سعودية استشارية في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات تأسست عام 2005، ولديها رؤيتها في إنشاء نموذج سعودي للمسؤولية الاجتماعية للشركات يستفيد من السمات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية. وأجرت أول دراسة لها عن المسؤولية الاجتماعية للشركات في عام 2007، وخلصت إلى نتيجة مفادها أن المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية لا تزال عالقة في العقلية الخيرية. أجرت "تمكين" دراستها الثانية للمسؤولية الاجتماعية للشركات لعام 2010 حول "تطور المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية:

اجريت دراسة في الفترة من اوت إلى ديسمبر 2009 على 45 شركة سعودية. وجدت الدراسة أن العديد من الشركات السعودية بدأت الآن ترى مزايا الانخراط في ممارسات تجارية مسؤولة ليس فقط كمؤسسة خيرية. وكشفت الدراسة أن هناك نقصاً في الدعم الحكومي والإعلامي وأن إدراك الجمهور والمستهلك للمسؤولية الاجتماعية للشركات لا يزال غير واضح إلى حد كبير مع نقص عام في الوعي بالمفهوم. وجدت الدراسة تغيراً إيجابياً في المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية والقطاعات الرئيسية التي تنشط فيها المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية هي الأعمال الصناعية والمصرفية وتجارة التجزئة. تحدد غالبية القادة السعوديين الإطار الحكومي / التنظيمي مثل البيروقراطية المفرطة، وانعدام التوحيد للتنظيم في القانون السعودي، والفساد، ومتطلبات التأشيرة، والنظام القانوني، وقوانين العمل، والملكية الفكرية والاستثمار، ونقص الدعم من الجهات الحكومية باعتبارها الرئيسية عقبة في تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية. هناك الكثير مما يتعين على الحكومة القيام به. هناك القليل من الحوافز المالية المتاحة للشركات للقيام بمبادرة تتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للشركات وليس هناك إطار محدد لتنسيق أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات على المستوى الوطني. لا يزال غالبية قطاع الشركات ينظر إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها تكلفة وبدلاً من استثمار قد يكون أكبر سبب للانفصال عن الواقع المحلي؛ وتوصي الدراسة باعتماد إطار المسؤولية الاجتماعية للشركات يشمل جميع الجهات المعنية التي تتماشى مع أولويات التنمية الوطنية¹.

المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في دولة قطر:

المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص: من خلال إنشاء هيئة الرقابة الإدارية والشفافية كإطار وطني للمسؤولية الاجتماعية، أكدت دولة قطر التزامها بالمعاهدات والاتفاقيات والهيئات الدولية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية مثل الميثاق العالمي للأمم المتحدة المستوحى من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، وإعلان منظمة العمل الدولية بشأن المبادئ والحقوق الأساسية في العمل، إعلان ريو بشأن البيئة والتنمية واتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد.

¹ Sami A. Khan, Khalid A. Al-Maimani, Wafa A. Al-Yafi, Exploring Corporate Social Responsibility in Saudi Arabia: The Challenges Ahead, reaserch paper published in Journal of Leadership, Accountability and Ethics, vol. 10, 2013, pp 69-72.

مثل دول أخرى في المنطقة والعالم، أولت دولة قطر اهتماماً كبيراً بالمسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال تنظيم العديد من المؤتمرات والتجمعات الدولية واستضافة عدد من الخبراء الدوليين في هذا الموضوع. ونتيجة لذلك، تم تشكيل فريق خبراء حكومي عامل لوضع مقترح لمعايير ومعايير المسؤولية الاجتماعية للشركات في قطر ليكون بمثابة دليل لممارسة المسؤولية الاجتماعية للشركات من قبل الشركات.

في بداية القرن، ركزت الشركات على أنشطتها في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات في الأعمال الخيرية والتبرعات. ومع ذلك، تبنت الشركات بفضل الخبرة التي اكتسبتها في هذا المجال مفاهيم وأساليب جديدة للمسؤولية الاجتماعية للشركات. بدأوا في البحث عن سبل جديدة في ممارسة المسؤولية الاجتماعية للشركات مثل حقوق العمال والبيئة والأمن الوظيفي والسلامة.

تلعب قطر دوراً قيادياً في تعزيز المسؤولية الاجتماعية وقد أخذت زمام المبادرة في العديد من المجالات ذات الصلة. أظهرت قطر اهتماماً متزايداً على نطاق عالمي.

منذ عام 2009، نظمت دولة قطر أربعة مؤتمرات دولية حول المسؤولية الاجتماعية للشركات. لقد أدركت الشركات القطرية منذ فترة طويلة مسؤولياتها تجاه المجتمع المحلي وأظهرت باستمرار دعمها للأنشطة التي تحسن حياة وبيئة شعب قطر. يرتبط نهج قطر تجاه الاستدامة بالأركان الأربعة التي تقوم عليها رؤية قطر الوطنية 2030 ومن المهم إنشاء منتدى ومنصة حيث يمكن للمزيد من الشركات فهم مزايا المسؤولية الاجتماعية للشركات وتعزيز الشراكات مع بعضها البعض لتحقيق النتائج¹.

على الرغم من تقدم المسؤولية الاجتماعية في بعض المنظمات، إلا أنه في العديد من المنظمات الأخرى يحتاج إلى تقييم وتحسين منهجي. تستند رؤية وفلسفة المسؤولية الاجتماعية للشركات في قطر إلى تعزيز الشراكات، وإنشاء الشبكات، ودمج الاستدامة، وإحداث تأثير إيجابي، وتحقيق أهداف ملموسة، وبناء المهارات العملية والمعرفة، وإلهام التنمية.

تم عقد المؤتمر الدولي الرابع للمسؤولية الاجتماعية للشركات في الدوحة في أكتوبر 2013 من قبل وزارة الأعمال والتجارة (MBT) بمشاركة مؤسسات دولية مثل الميثاق العالمي للأمم المتحدة (UNGC)

¹ Mohamed Kirat, *Corporate social responsibility in the oil and gas industry in Qatar perceptions and practices*, Public Relations Review, vol. 41, July 2015, p 441.

ومؤسسة التمويل الدولية، وهي شركة تابعة لبنك World Bank. منذ المؤتمر الأول في عام 2009، بذلت وزارة الأعمال والتجارة جهودًا كبيرة لزيادة الوعي بالمسؤولية الاجتماعية للشركات في البلاد ومحاولة تعزيز جهودها في هذا الصدد.

إن الجغرافيا والتركيب السكانية لدول مثل قطر، التي لديها عدد قليل من السكان الأصليين، وموارد نفط وغاز وفيرة ومحدودية للغاية من المياه الطبيعية والأراضي المنتجة تعني أن الشركات التي تعمل هناك تحتاج إلى موارد وخبرات خارجية، والتدريب والتعليم لتحقيق أهداف التنمية المستدامة البلد. مع توسع النشاط الاقتصادي بشكل كبير، من الحيوي أن تصبح المسؤولية الاجتماعية للشركات والاستدامة جزءًا لا يتجزأ من الخطط والرؤى الاستراتيجية.

في قطر، لا يزال الوعي العام بالاستدامة ومسؤولية الشركات في مرحلة التكوين. تشمل تحديات المسؤولية الاجتماعية للشركات في قطر السكان المغتربين من جميع أنحاء العالم، وحوالي 160 جنسية، والسكان المحليين لا يزالون يتمتعون بالازدهار الاقتصادي واقتصاد يركز على موارد لا حدود لها من النفط والغاز. مع تقدم الدولة في تحقيق الأهداف الطموحة لرؤية قطر الوطنية 2030، يصبح دور الشركات في تنمية المجتمع أكثر أهمية. كانت برامج المسؤولية المجتمعية لشركة Qatari company في طليعة إحداث تغيير إيجابي في البلاد.

تولي دولة قطر أهمية كبيرة لتطوير مفاهيم المسؤولية الاجتماعية للشركات وجعلها محركًا مهمًا للأعمال في الدولة. حققت الدولة نتائج هائلة من خلال برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات حتى الآن، ولكن لا يزال يتعين على مجتمع الأعمال التعامل مع العديد من التحديات في السنوات القادمة بسبب سرعة التطور التي تشهدها البلاد بالإضافة إلى تأثير العولمة والدولية المناقشات والخلافات حول البيئة، وحقوق الإنسان، وحقوق العمال، وسلامة العمل، ومكافحة الرشوة، وتدابير مكافحة الفساد، والمساءلة، والشفافية، وتقارير الأداء، من بين أمور أخرى.

وتجدر الإشارة إلى أنه من أجل تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات في قطر، تم إنشاء شركة Qatar CSR لتحقيق ما يلي:¹

¹ Ibid., p 442.

تأسست شركة قطر سي إس آر في عام 2007 كشبكة رائدة مكرسة لرفع مستوى الوعي بالمسؤولية الاجتماعية للشركات وإجراء البحوث وتوليد البيانات والمعلومات حول المسؤولية الاجتماعية للشركات والتنمية المستدامة في الدولة

هي مبادرة مستقلة تعمل على إنشاء منصة وشبكات مستدامة للتبادل آراء وخبرات ومساهمات قطاع الشركات وجميع أصحاب المصلحة الآخرين في عملية التنمية

تعمل شركة Qatar CSR في إعداد التقارير والبحث، وإنتاج ونشر تقرير المسؤولية الاجتماعية للشركات في قطر، وتقديم الاستشارات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، والتعليم وخدمات التدقيق، وتطوير مشاريع المسؤولية الاجتماعية للشركات، وكذلك الشروع في مشاريع المسؤولية الاجتماعية للشركات للمشاركة من المستوى المحلي والإقليمي والوكالات الدولية المانحة للتنمية التي تدرك قيمة الأعمال التجارية من أجل التنمية وترغب في العمل مع الشركات متعددة الجنسيات والوطنية التي تسعى بنشاط وتنفيذ مشاريع المسؤولية الاجتماعية للشركات في قطر، وتنظيم مننديات المسؤولية الاجتماعية للشركات.

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في قطاع النفط والغاز:

تصورات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات: تدرك قطر للبترول (QP) مسؤوليتها الاجتماعية للشركات كأولوية في أنشطتها. يعرفون المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها تطبق مبادئ التنمية المستدامة للحفاظ على التنمية الاقتصادية مع حماية البيئة وتوفير نوعية حياة أفضل من خلال تقليل آثار أنشطتهم والبحث عن طرق أفضل لإدارة الموارد الطبيعية، باستخدام طاقة أقل وخفض انبعاثات ثاني أكسيد الكربون. أيضاً مع الامتثال للتشريعات البيئية الوطنية والدولية وتنفيذ معايير وإجراءات عالية فيما يتعلق بالإدارة والتكنولوجيا والبيئة .

من ناحية أخرى، تركز قابكو (Qapco) على الاستثمار في البشر، وهو الأساس لأي ازدهار اقتصادي أو صناعي في أي بلد.

في حين أن راسغاز (Rasgas) تنظر إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات في مجالات المجتمع والتعليم والبيئة والصحة.

تعتبر قطرغاز (Qatargas) المسؤولية الاجتماعية للشركات بمثابة أنشطة لتعزيز وحماية المصالح البيئية والاجتماعية والاقتصادية للمجتمعات التي تتعامل معها، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، والأجيال القادمة التي قد تؤثر أنشطتها.

أنشطة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

تمحورت أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات في جميع الشركات الأربع حول الصحة والتعليم والبيئة والخدمات المجتمعية والرياضة. إن مجالات مثل حقوق العمال، حقوق الإنسان، وإجراءات مكافحة الرشوة ومكافحة الفساد، الحكم المؤسسي، الأخلاق، المساءلة، الشفافية، وتقارير الأداء مفقودة من جدول أعمال أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات الأربع. وعادة ما تقوم المسؤولية الاجتماعية للشركات على أربع ركائز هي البيئة وحقوق الإنسان والتنمية المستدامة وتدابير مكافحة الفساد.

تتجاوز المسؤولية الاجتماعية للشركات الإجراءات الاجتماعية الفعلية التي تتفرضا الشركات أو العمل الخيري لمديرها لإسكات من يتهمهم بعدم احترام حقوق الإنسان والمساهمة في تدهور البيئة. عنوان الإصدار الآخر هنا هو ما هي الدوافع والأهداف الحقيقية للشركات التي تقف وراء أنشطتها في مجال المسؤولية الاجتماعية.

تقييم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات: يعتبر البحث من أضعف النقاط في ممارسة المسؤولية الاجتماعية للشركات في شركات النفط والغاز القطرية. من المؤلفات الأربع للشركات في تقارير مختلفة ومن المقابلات، يُقال القليل جدًا عن مشاركة الشركات الأربع في تقييم احتياجات أصحاب المصلحة والمجتمع من حيث أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات. تم تكريس أهمية قليلة جدًا لتقييم أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات بعد التنفيذ.

استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

بدون تقييم وبحث، لا يمكن تطوير الاستراتيجيات. تزعم الشركات الأربع جميعها أنها تمتلك استراتيجيات؛ ومع ذلك، ما قدموه ليسوا استراتيجيات حقيقية. وهذا يعني أن التركيز هنا ينصب على اهتمام وسائل الإعلام والمشاركة في الأنشطة الرسمية لدولة قطر مثل اليوم الوطني، اليوم الرياضي، اليوم البيئي، ويوم الصحة، فضلاً عن الارتباطات التعليمية مثل تقديم المنح الدراسية للطلاب، ورعاية احتفالات التخرج من المدارس المختلفة.

اختيار أصحاب المصلحة:

تظهر النتائج أن معظم أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات في جميع الشركات الأربع لا تولي اهتماماً لمسألة البحث والعمل بشكل وثيق مع أصحاب المصلحة عندما يتعلق الأمر بأنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات. يتم تغطية نفس مجالات أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات مراراً وتكراراً وعمماً بعد عام (الرياضة والتعليم والصحة والبيئة) بينما يتم إهمال المجالات الأخرى تماماً ، مثل حقوق الإنسان وسلامة العمل ومكافحة الرشوة ومكافحة الفساد.

الدعاية الاعلامية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

أظهرت نتائج الدراسة أن الشركات الأربع قد أولت اهتماماً كبيراً بتغطية أنشطة المسؤولية الاجتماعية الخاصة بهم من خلال وسائل الإعلام الخاصة بهم (مواقع الويب، فيسبوك، تويتر، فليكر...الخ) ومن خلال وسائل الإعلام التقليدية.

فعلى سبيل المثال تحتفظ شركة قطر غاز بعلاقات ممتازة مع وسائل الإعلام وأصحاب المصلحة. جميع الأخبار الصادرة والفعاليات تم تغطيتها في الأخبار سواء كانت مقابلات أو بيانات صحفية أو مؤتمرات صحفية.¹

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والتنمية المستدامة:

تلتزم قطر للبترول بالمساعدة في تلبية الطلب العالمي على الطاقة من خلال الإجراءات المسؤولة بيئياً واجتماعياً. قطر للبترول تلتزم بمبادئ التنمية المستدامة لتلبية الاحتياجات الحالية، وكذلك احتياجات الأجيال القادمة. تعمل قطر للبترول باستمرار على زيادة الوعي البيئي على جميع المستويات مع الشركة ومقاوليها في محاولة لتقليل آثار أنشطتها وتحسين الأداء البيئي إلى الحد الأدنى. "إن التنمية المستدامة هي عمل جيد، الآن وللاجيال القادمة".

وأكدت قابكو التزامها بتطوير الشباب القطري ليكونوا مؤهلين لتولي المناصب والمسؤوليات في عالم الأعمال. يتضمن برنامج قابلية المسؤولية الاجتماعية للشركات واستدامة المواطن قابكو مجموعة واسعة من المبادرات التعليمية التي تساعد الطلاب على تطوير مهاراتهم الفنية والمهنية واللغوية¹.

¹ Ibid., p 444.

تتظر قطر غاز إلى دورها في التنمية المستدامة على النحو التالي: الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية للشركات أولويات غير قابلة للتفاوض لشركتنا وستظل كذلك. هذا أكثر من مجرد "فعل الشيء الصحيح". عندما تلتزم شركة مثل شركتنا بالاستدامة، فإنها تتخذ وعدًا بإجراء أعمالها بطريقة تمنح التغيير المفيد لكل شخص تلمسه - العملاء، المشتركين، المساهمون، الموظفون، المجتمعات والموارد الطبيعية التي نشاركها مع العالم الأوسع².

تري راسغاز سياستها الخاصة بالتنمية المستدامة على أنها تحسن الأداء - لتصبح منظمة أكثر ربحية وتنافسية من خلال زيادة الفوائد الاجتماعية والاقتصادية لأنشطتها وتقليل تأثيرها على البيئة. تسعى إلى تعزيز العلاقات - العمل مع أصحاب المصلحة والمساهمين لتلبية الاحتياجات المتبادلة، ومن خلال الدعوة القوية للشركات مع أصحاب المصلحة، لضمان أن تكون اللوائح التي تدعم التنمية المستدامة عملية وقادرة على تنفيذ النزاهة والحفاظ على أعلى المعايير في جميع عملياتها وفي تسير أعمالها³.

تقييم أنشطة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

أحد أضعف مجالات أنشطة شركات النفط والغاز في قطر المسؤولية الاجتماعية للشركات هو البحث الذي يفتقر إليه سواء قبل الانخراط في أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات أو بعدها. وينصب التركيز على تغطية الأنشطة التي تغطيها وسائل الإعلام والانسجام مع الأنشطة الرسمية للحكومة مع التركيز على الصحة والتعليم والرياضة.

فوائد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات: تسعى شركات النفط والغاز في قطر إلى الدعاية وبناء الصورة والسمعة الطيبة، ورد الجميل للمجتمع والحفاظ على علاقات جيدة مع أصحاب المصلحة والمجتمع. تظهر النتائج أيضًا أن شركات الدراسات حصلت على الفوائد التالية من أنشطتها في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات:

- تحسين الصورة والسمعة، والتغطية الإعلامية الملائمة

¹ Social Responsibility and Engagement, consulted on: 06/05/2021 at 16:10.

<http://www.qapco.com.qa/corporate-social-responsibility>

² QATARGAZS:Corporate Citizenship, consulted on: 06/05/2021 at 16:18.

<http://www.qatargas.com/English/CorporateCitizenship/Pages/default.aspx>

³ RASGAS: Our Sustainability Report, consulted on: 06/05/2021 at 16:30

<http://www.rasgas.com/Sustainability/this-years-report.html>.

- تحسين العلاقات مع المنظمين. على سبيل المثال، تبحث قطر للبترول عن فائدة مباشرة في الاضطلاع في مشاركة قطر للبترول في المجتمع، وغير مباشرة من خلال تطوير المجتمع الذي تعيش فيه. وتتنوع المزايا من ولاء العملاء إلى اختراق أسواق جديدة، إلى بناء صورة وسمعة الشركة¹.

واخيرا نقول ان مع مشاركة كبيرة من جانب حكومة قطر في المسؤولية الاجتماعية للشركات والهيئات غير الحكومية، يوجد مستوى عال من الوعي في الدولة وبين شركات النفط والغاز. ومع ذلك، أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات محدودة للغاية ولا تغطي جميع مجالات المسؤولية الاجتماعية للشركات. تقتصر الأنشطة على الأحداث الرياضية والصحة والتعليم والبيئة. لا تغطي شركات النفط والغاز مجالات مثل حقوق الإنسان وحقوق العمال وتدابير مكافحة الرشوة ومكافحة الفساد والمساءلة والشفافية وتقارير الأداء وإدارة الشركات والأخلاقيات وظروف العمل وهي السلامة والصحة وساعات العمل والأجور. أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات. المشاورات مع أصحاب المصلحة شحيحة جداً وعادة ما تتخذ الإدارة العليا قرارات بشأن الأنشطة التي تنخرط فيها وما هي الجهات التي تختارها. في الواقع هناك فجوة بين مستوى الوعي والممارسة. ويرجع هذا إلى حد كبير إلى تركيز الشركات على الدعاية والاهتمام الإعلامي وكذلك لإرضاء الحكومة أكثر من أي شيء آخر.

رابعا : تجارب بعض المؤسسات في بعض الدول الافريقية:

ما يميز هذه الدول هو وجود عدد قليل من الدراسات المكتوبة حول المسؤولية الاجتماعية للشركات في أفريقيا، اذ لا توجد ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في جزء كبير من البلدان الأفريقية، وإن مختلف الإجراءات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات التي يتم تنفيذها في الدول الأفريقية هي بالأحرى نتيجة الالتزامات التي تخضع لها الشركات المتعددة الجنسيات الكبيرة في إطار التشريعات المعمول بها في بلدانها الأصلية (أوروبا وأمريكا الشمالية)

وهكذا، فإن ما يقرب من نصف المقالات في الأدبيات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات في أفريقيا، تتناول موضوع أخلاقيات العمل، ولا سيما بسبب "مشاكل الظلم والاستعمار والفصل العنصري والانتشار والفساد. في القارة

¹ Mohamed Kirat, *Corporate....*, Op.Cit., p 445.

وفيما يتعلق ببلدان شمال أفريقيا، بما في ذلك بلدان المغرب العربي، فإن ممارسات المسؤولية الاجتماعية وأصولها في قيم الدين الإسلامي، مثل مساعدة الجار، والزكاة

وسوف نحاول في هذه الجزئية تقديم عرض لوضعية المسؤولية الاجتماعية للشركات في هذه القارة بداية من مصر ثم المملكة المغربية بعدها جنوب أفريقيا وكينيا.

جمهورية مصر العربية:

في كل عام تتظم وزارة الاستثمار والتعاون الدولي مسابقة لاختيار الشركات الرائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات. تهدف المسابقة إلى اختيار الشركات الرائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات التي تعمل بموجب القوانين 1981/159 و 2017/72 والقيام بالأنشطة المتعلقة بمجالات المسؤولية الاجتماعية للشركات سواء كانت البيئية، الصحية، الاجتماعية، الثقافية، التعليمية أو التدريبية. حيث يطلب من كل مؤسسة تريد المشاركة في المسابقة :

- قائمة (العاملين الدائمين والمؤقتين) ونموذج التأمين الاجتماعي الخاص بهم.
- تقرير مفصل عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركة بما في ذلك:
- خطة زمنية تفصيلية لمشاريع المسؤولية الاجتماعية للشركات التي تم تحقيقها أو التي سيتم تحقيقها.
- إنجازات مشروعات (CSR) وتأثيرها على المجتمع.
- إقرار بعدم استخدام أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات لتحقيق أغراض سياسية أو حزبية أو دينية أو تمييزية..

ويتم تقييم الشركات التطبيقية وفقاً لمعايير التقييم البيئي والاجتماعي والحوكمة المطابقة للمعايير والممارسات الدولية للمسؤولية الاجتماعية للشركات والتعامل مع مناخ الأعمال المصري ومتطلبات المجتمع المصري للتنمية المستدامة. حيث يتم تصنيف الشركات التطبيقية وفقاً لأربع تصنيفات مختلفة (الحجم والتوزيع الجغرافي والنشاط الاقتصادي والملكية). يتم اختيار خمس شركات رائدة فقط في كل تصنيف، وتحصل الشركات الرائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية على حوافز ضريبية (بموجب

القانون رقم 2017/72) ومجموعة من الحوافز الإجرائية التي تقدمها الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة¹.

ممارسات المشاركة المجتمعية للشركات في جمهورية مصر:

من الجدير بالملاحظة أنه لا يوجد سوى القليل من المعلومات حول الممارسات الفعلية للمسؤولية الاجتماعية أو المشاركة المجتمعية وأن المعلومات المتاحة لا يتم جمعها باستمرار. ولمحاولة التغلب على هذا التحدي، استخدمنا البورصة المصرية (EGX) كدراسة حالة لفهم أفضل ما إذا كان هناك تحول من المشاركة الخيرية التقليدية، إلى الاستثمار الاجتماعي الاستراتيجي².

اليوم، تتخبط معظم الشركات المحلية الكبيرة والمتعددة الجنسيات في شكل من أشكال الكشف حول مسؤوليتها الاجتماعية أو ممارسات الاستدامة.

وللتعمق أكثر في الطبيعة الفعلية لممارسات المشاركة المجتمعية، لجأنا إلى ستاندراند بورز / البورصة الاقتصادية والاجتماعية ومؤشر الحوكمة (S&P-EGX ESG Index). تم إطلاق المؤشر في عام 2008 من قبل برنامج الأمم المتحدة الإنمائي ووزارة الاستثمار بالتعاون مع البورصة المصرية (EGX)، في محاولة لتشجيع الشركات المدرجة على تبني نهج المسؤولية الشاملة. يقوم المؤشر بتقييم أداء أفضل 100 شركة مدرجة في البورصة المصرية (EGX) من حيث درجات ESG، ويصنف أفضل 30 شركة أداءً بناءً على أداء ESG ورأس المال السوقي والسيولة. في حين أن المؤشر يهتم "بالاستثمار المجتمعي"

في ظل العناية الواجبة للأداء الاجتماعي، فإن المعايير التقليدية المستخدمة لا تعزز بالضرورة أو تشجع على اتباع نهج تقدمي واستراتيجي. يقيم المؤشر استثمارات مجتمع الشركة بناءً على الإفصاح عن:

1. سياسة بيانات صريحة بشأن الاستثمار المجتمعي.

2. مبادرات التوعية المجتمعية.

¹ جمهورية مصر العربية الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة، المسؤولية الاجتماعية، اطلع عليه في 2020/07/13 على 19:55

<https://www.investinegypt.gov.eg/English/NewsAndEvents/News/Pages/Corporate-social-responsibility.aspx>

² José Sanchez, Fatma Elzahra Yassin, Abdelhamid Ezzat, *Expanding Horizons in Development report: The Rising Role of Egypt's Private Sector*, United Nations Development Programme (UNDP), and the Industrial Modernization Center (IMC), Egypt, 2016, p 22.

3. مشاركة الشركة في مبادرات القطاعين العام والخاص لتنمية المجتمع.

4. توصيف المبلغ الإجمالي للمساهمات والتبرعات للمبادرات الخيرية (الصحة والتعليم الخ) .

نظرًا لحقيقة أنه يجب على هذه الشركات الإبلاغ باستمرار عن أدائها العام في الاقتصاد الاجتماعي والحوكمة ESG (Economic Social and Governance)، تم مقارنة محفظة مشاركة المجتمع لأفضل 15 شركة في المؤشر بين عام 2008، وبعد خمس سنوات في عام 2013.

الغرض من المقارنة هو محاولة فهم ما إذا كان هناك تطور فعلي في أداء مشاركة المجتمع بعيدًا عن النهج الخيري التقليدي، ونحو نهج استراتيجي للاستثمار الاجتماعي. يلخص الجدول أدناه المعلومات المحددة¹.

الجدول رقم (12): محافظ مشاركة المجتمع من أكبر 15 شركة في مؤشر (EGX ESG):

الشركة	الرتبة 2013	إشراك المجتمع 2013	الرتبة 2008	إشراك المجتمع 2007
البنك التجاري الدولي (CIB)	1	هي مؤسسة اجتماعية مكرسة للنهوض بقطاع الصحة العامة بمصر. تقدم المؤسسة تبرعات سنوية كبيرة للعديد من مقدمي الخدمات الصحية، وتدير حملات سنوية للتبرع بالدم.	19	التبرعات وجهود جمع التبرعات لدعم المنظمات الخيرية في مجال الرعاية الصحية والتعليم والتنمية الاجتماعية.
النقل المصري (EGYTRANS)	2	لم يتم العثور على المعلومات.	12	- رعاية برنامج تعليم المشاركة المدنية - توفير التدريب الفني لطلاب برنامج التدريب المهني - تدريب وتوظيف الطلاب في محاولة للقضاء على

¹Ibid., p 24.

البطالة - تقديم خدماتها للمنظمات الخيرية والتعليمية بسعر مخفض.				
لا يوجد	-	3	مجموعة عامر القابضة	- تبرع المساهمون بنسبة 33 في المائة من الأسهم إلى مؤسسة خيرية التي تدعم المجتمع باسم مجموعة عامر . - تم استخدام التبرعات لشراء قطار والحفاظ على مدرسة أمريكية دولية مجانية.
المعلومات غير موجودة في التقرير السنوي.	23	4	المصرية الكويتية ة القابضة	دعم إنجاز (Injaz): - تزويد المدارس المحيطة بأجهزة الكمبيوتر - دعم تجديد المؤسسات التعليمية - تزويد المستشفيات المحلية بالمعدات الطبية.
المعلومات غير موجودة في التقرير السنوي.	-	5	جلوبال تيليكوم القابضة	- التبرعات المالية والعينية. - تبرعات الموظفين وتطوعهم. - في مصر، دعمت الشركة مسابقة (Lego League Robot Competition) لذوي الإعاقة السمعية - ساهمت بكاميرا جراحية تُستخدم في عمليات التنظير الطبي في معهد السمع والنطق.
قامت الشركة بتقديم هبة في برنامج المنح الدراسية بمبلغ 50 مليون جنيه.	-	6	القلعة كابيتال (القلعة القابضة)	- تواصل مؤسسة المنح الدراسية عملها وقد منحت 122 منحة أكاديمية منذ إنشائها في عام 2008 - تشارك الشركات التابعة في

جامعي لدراسة الماجستير والدكتوراه في بعض دول العالم و في جامعات مرموقة.		أنشطة مختلفة بما في ذلك التبرع بمبلغ 2 مليون جنيه لبرنامج الغذاء العالمي في محاولة للحد من الجوع.		
- ترعى إعلان تلفزيوني لأطفال "مستشفى سرطان". - التبرعات للعديد من مقدمي الرعاية الصحية العامة - رعاية بطولة كأس العالم الرياضية. - رعاية المؤتمرات التعليمية المختلفة - رعاية حفل زفاف مجموعة من الأيتام، وعقد مؤتمر حول الأشخاص ذوي الإعاقة - دعم المتحف المصري الجديد - رعاية مختلف المؤتمرات المتعلقة بالتكنولوجيا.	3	لم يتم العثور على المعلومات.	7	المصرية للاتصالات
التبرع بالسلع والأموال والأدوات الصحية لمختلف المؤسسا ت الخيرية .	1	تبرعات بمبلغ 1,152,939 جنيه مصري. مع غالبيتهم من التبرعات من السلع.	8	ليسيكو مصر
لم يتم العثور على المعلومات.	-	المعلومات غير موجودة في التقرير السنوي.	9	شركة ملتقى العرب للاستثمارات
لم يتم العثور على	6	لم يتم العثور على المعلومات.	10	سيدي كرير

المعلومات				للبنوك وكيماويات
- تبرع مئات من موظفي شركة ريا بالدم للمعهد الوطني للسرطان - التعاون مع مركز خدمات التنمية في دراسة الحالة الصحية للمواطنين في قرية كوم والي بالمنيا. - تنظيم الفحوصات في عدة مناطق ، وتوزيع الأدوية المجانية الموصوفة - تمويل 30 عملية جراحية للعين وتوزيع 200 نظارة للعيون - تقديم الطعام والإمدادات لأكثر من 200 عائلة ؛ برعاية وتنظيم مشروع (Ramadan Tamween)	16	- دعم مشروع " التأثير الثلاثي " من خلال استضافة التبرع بالدم في الشركة - دعم (Sharek.org) لاشراك موظفي راية في العمل التطوعي للمجتمع المدني - إطلاق مشروع (رمضان تموين) لتوزيع حوالي 1000 كيس طعام في جميع أنحاء مصر. - إطلاق حملة ملابس العيد حيث تبرع الموظفون بملابسهم غير المستخدمة من خلال (Resala) - شراء ملابس للأيتام ؛ التبرع بمبلغ 2.5 مليون جنيه لصندوق دعم مصر.	11	راية القابضة للتكنولوجيا والاتصالات
لم يتم العثور على المعلومات.	4	- رعاية مسابقات (Enactus) العالمية لتنفيذ مشاريع تمكين المجتمع. - رعاية مسابقة CFA المجتمع المصري وتقديم المنح الدراسية لمرشحي البرنامج - تقديم المنح الدراسية والمعونات النقدية للطلاب المحرومين في الجامعات - التبرع بالمال لمنظمات	12	النساجون الشرقيون

		مثل (Misr El Kheir). - دعم مؤسسة سرطان الثدي بتوفير المستلزمات والآلات الطبية للمستشفيات المختلفة - إجراء مسابقة في المدارس الدولية للطلاب لتصميم سجادة - إتاحة الفرصة للأطفال في كيدزانيا لتصميم سجادة خاصة بهم وأخذها معهم إلى المنزل - رعاية مهرجان وسط المدينة للفنون المعاصرة		
لم يتم العثور على المعلومات.	15	- تطوير المناظر الطبيعية والشوارع حول الشركة - التعاون مع CDS لاستهداف منطقة صقر قريش لمشروع رائد لتقديم الخدمات الحضرية الأساسية - بدء الترقية الحضرية بمبادرة ب 1 مليون جنيه لإعادة تأهيل المناطق الحضرية من خلال توظيف عمال يوميين، الإضاءة، زيادة المناطق الخضراء وإزالة القمامة. - إطلاق مؤسسة مدينة ناصر لرفع قيم العقارات العقارية بمدينة ناصر - تطوير الأحياء وزيادة الوعي السلوكي والبيئي للسكان - مساعدة ذوي الاحتياجات الخاصة والمواطنين المحرومين.	13	مدينة ناصر القابضة
لم يتم العثور على المعلومات.	-	لم يتم العثور على المعلومات.	14	أوراسكوم تيليكوم ميديا أند تكنولوجيا

القابضة			
السادس من أكتوبر للتنمية والاستثمار ر (SODIC)	15	13	شراء قطعة أرض مساحتها 1000 م² في عزبة خير الله لبناء مدرسة جديدة للأطفال. مساعدة (Tawasol) لجمع 7 ملايين جنيه لبناء وتشغيل المدرسة. المشاركة في عملية تطوير الأحياء الفقيرة بدء مشروع تطوير عزبة العسال التي شملت ترميم المباني توصيل الصرف الصحي لجميع المنازل.

كما يوضح الجدول اعلاه، فإن المعلومات ليست متاحة بسهولة حول محافظ مشاركة المجتمع لعام 2013 لأربع من الشركات التي كانت في الجزء العلوي من المؤشر. في معظم هذه الحالات، لا يمكن الوصول إلى التقرير السنوي لعام 2013 أو تقرير شامل أو عرض تقديمي بديل على موقع الشركة على الويب. يشير هذا إلى وجود مشكلة تتعلق بالشفافية حول المسؤولية الشاملة وأداء الاستدامة¹.

استناداً إلى البيانات التي تم الوصول إليها، قامت معظم الشركات المدرجة بزيادة حجم محفظة مشاركة المجتمع. ومع ذلك، ظلت طبيعة محفظتهم في الغالب كما هي. معظم محافظ مشاركة المجتمع لهذه الشركات لا تساهم بالضرورة في مجالات التنمية الاجتماعية المرتبطة بأعمال الشركة. ولا يستفيدون من نقاط القوة الأساسية للشركة. بينما وسعت هذه الشركات فهمها للمسؤولية الاجتماعية للشركات التقليدية لتشمل العمل وحقوق الإنسان والأداء البيئي من بين جوانب أخرى.

يبدو أن طبيعة محفظة مشاركة المجتمع لم تتغير. وبعبارة أخرى، في حين أن الشركات المحلية الأكبر حجماً تجاوزت نهج المسؤولية الاجتماعية للشركات التقليدي الذي يركز فقط على التنمية الاجتماعية، فإنها ما زالت لم تتباعد عن نهج المشاركة المجتمعية الخيرية.

تأسست مؤسسة البنك التجاري الدولي (CIB) في مصر عام 2010 كمنظمة غير ربحية مكرسة لتعزيز الخدمات الصحية والتغذية للأطفال المحرومين في مصر.

¹ Ibid., p 26.

هذا العام، رفع مساهمو البنك التجاري الدولي حصة صافي أرباح البنك السنوية للمؤسسة من 1 في المائة إلى 1.5 في المائة.

تشمل أهداف المؤسسة، على سبيل المثال لا الحصر:

- دعم البرامج الصحية والتغذية التي تستهدف الأطفال المحرومين
- تحديث وتطوير البنية التحتية للمستشفيات الحكومية والجامعية، وشراء المعدات الطبية والإلكترونية، ورفع كفاءة الكوادر الطبية.
- توفير العلاج الجراحي والطبي للأطفال المحرومين
- دعم الأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة
- مساعدة برامج التغذية المدرسية.
- زيادة وعي المجتمع بالقضايا المتعلقة بالصحة والتغذية
- دعم مشاريع صحة الأم والأسرة من خلال شراكات مع المنظمات الحكومية وغير الحكومية والدولية.

وقد وافقت المؤسسة هذا العام وحده على صرف أكثر من 66 مليون جنيه لمختلف المنظمات الحكومية وغير الحكومية، تم صرف أكثر من 45 مليون جنيه منها.

يشمل شركاء المؤسسة مستشفى سرطان الأطفال 57357، ومستشفى جامعة سوهاج، وجامعة زويل للعلوم والتكنولوجيا، وجمعية أصدقاء مستشفى أبو الريش للأطفال.

تشمل مشاركة المؤسسة مع شركائها توسيع وتجديد وحدات الرعاية الصحية وتوفير المعدات وإجراء قوافل الفحص الصحي والحفاظ على وحدات الرعاية الصحية ودعم حملات التبرع بالدم.

البيانات المستمدة من محافظ مشاركة المجتمع لمؤشر S & P-EGX ESP تحكي جزءًا فقط من القصة: قصة الشركات المحلية الكبيرة. يتوفر القليل من المعلومات الكمية حول النظراء الأصغر.

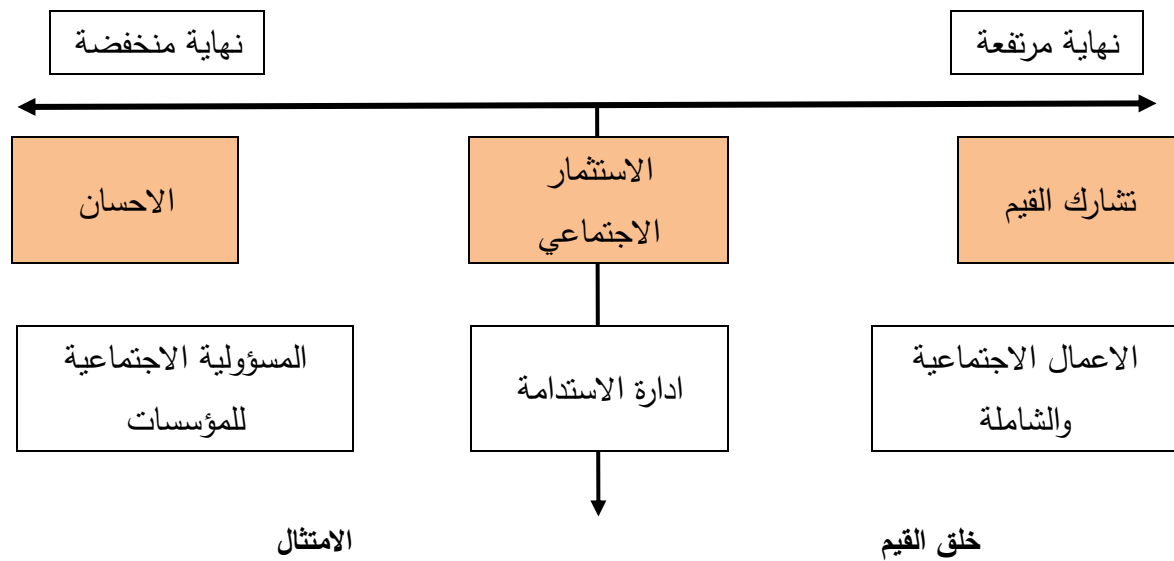
تشير إحدى الدراسات التي تقيّم ممارسات "المسؤولية الاجتماعية للشركات" بين الشركات الصغيرة والمتوسطة في قطاع البناء، إلى أن إشراك الشركات الصغيرة والمتوسطة يركز على المسؤولية

"الاقتصادية " و"القانونية"، مع مشاركة محدودة في جانب إشراك المجتمع؛ يعرفها مؤلف الصحيفة على أنها الجانب "الخيرى" من المسؤولية¹.

وكخلاصة تشير كيفية تعريف الشركات المختلفة لأنشطة مشاركة المجتمع ودمجها في عملياتها، إلى نوع النهج الذي اتبعته تجاه الاستثمار الاجتماعي، سواء كان ذلك كخيار استراتيجي واعي أو كوظيفة للممارسة الفعلية.

يوضح الشكل ادناه سلسلة متصلة لتحديد ودمج مشاركة المجتمع ومبادئ المسؤولية الأخرى ضمن عمليات الشركة. يشير الطرف المنخفض من الطيف إلى الحالات التي تركز فيها الشركات على الامتثال للقوانين واللوائح، وأنشطة المشاركة المجتمعية "الإضافية" التي تكون خيرية وغير مرتبطة بالأعمال الأساسية، والتي تمثل النهج التقليدي للمسؤولية الاجتماعية للشركات².

شكل رقم (08): طريقة خلق القيم المشتركة



المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في المملكة المغربية:

تهدف المبادرة الوطنية للتنمية البشرية، التي بدأها الملك محمد السادس في مايو 2005، إلى تطوير أسس برنامج وطني لإدماج الأهداف الاجتماعية في قرارات الاستثمار. في هذا السياق، فإن الخطاب الملكي هو إشارة سياسية قوية وإيجابية وحافز مشجع للمبادرات الخاصة بالمسؤولية

¹ Ibid., p 28.

² Ibid., p 29.

الاجتماعية للمستثمرين. اذ تقدم مبادرة الملك للفاعلين الاقتصاديين إطارًا مرجعيًا وموارد مالية (25 مليون يورو) في أول خمس سنوات اجتماعية أولى للسياق الاقتصادي الواعد وهذا من أجل الحفاظ على الديناميكية وتعزيزها.

ويمثل عام 2004 أول ظهور لقانون العمل المغربي الجديد الذي يعزز الإطار التشريعي المحلي للارتباط بحقوق الإنسان واتفاقيات العمل الدولية ، ويتيح المجال لسلطات إجراءات الوساطة والتحكيم والتشاور والآليات للمفاوضات الجماعية الدورية. يوفر قانون العمل الجديد أدوات تكيفية لإجراءات معينة للخصائص القطاعية والتنظيمية ، ومعظمها أدوات داخلية مثل مجلس العمل ولجنة الصحة والسلامة واتفاقية الشركة والاتفاق الجماعي للفروع.

في نفس السياق في وزارة الصناعة والتجارة، تم تأسيس العديد من المعايير المغربية المتعلقة بإدارة الجوانب الاجتماعية في الشركات، وخاصة من خلال معيار (NM00.5.600) (نظام إدارة الجوانب الاجتماعية). يشير هذا المعيار إلى المبادئ المحددة في (SA 8000) (المساءلة الاجتماعية 8000). وهو متوافق مع أنظمة الإدارة الأخرى (الجودة والبيئة والسلامة) ويهدف إلى توحيد اللوائح المحلية وقانون العمل. يوفر المعيار أيضًا إرشادات عامة لإنشاء وإدارة نظام التدقيق الاجتماعي.

في هذا السياق ودون تضمين منهج منظم ومنسق ، تستعد الحكومة داخل الشركات المغربية ، لمدة 20 عامًا ، للتعامل مع هذه الاتجاهات. من جهتها الحكومة ولمدة 20 عامًا تسعى لطرح العديد من البرامج التنظيمية داخل الشركات المغربية وكذلك الموارد البشرية والتقنيات، والتي تم تنفيذها في أكثر من 1000 شركة مغربية. وذلك منذ عام 2006 (تاريخ اعتماد ميثاق المسؤولية الاجتماعية "CGEM")، حيث يتم تنفيذها بشكل جيد من أجل تقديم أفضل الظروف الخارجية الممكنة للاستثمار الأجنبي المباشر وبالمثل لتعزيز الصادرات إلى الأسواق الخارجية للعديد من شركات القطاعات¹.

تطبيقات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات البترولية بالمملكة المغربية:²

شرع المكتب الوطني للهيدروكربونات والمعادن (ONHYM) في تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال مراعاة الاهتمامات الاجتماعية والبيئية في عملياتها وفي تفاعلها مع الجهات

¹ Mouna El Mousadik, Fatima El Kandoussi, *Practice of Social Responsibility in Moroccan Companies « An Exploratory Study»*, European Scientific Journal November 2017 edition Vol.13, No.31, p 130.

² The National Office of Hydrocarbons and Mines (ONHYM), *CSR* , consulted on 20/07/2020 at 12:50. <http://www.onhym.com/en/csr.html>

الفاعلة الأخرى "أصحاب المصلحة". حيث تم دمج الجوانب الاجتماعية والبيئية والحوكمة في استراتيجيتها وأنشطتها التشغيلية، لإدارة المخاطر المحتملة بشكل أكثر فعالية وتحقيق مصداقية أكبر وثقة أكبر من جانب المجتمع.

وضع المكتب الوطني للهيدروكربونات والمعادن استراتيجية للحد من الأثر البيئي لأنشطة الاستكشاف وإنتاج النفط لمنع التلوث والحفاظ على النظم البيئية وحماية البيئة. تهدف هذه الاستراتيجية إلى تطبيق المبدأ الوقائي، واستخدام أفضل الممارسات البيئية، وعند الاقتضاء استعادة المواقع في حالة الإصابة.

توجد مجموعة من تدابير حماية البيئة للحد من تأثير العمليات وأعمال إنتاج النفط وتخفيف أي آثار سلبية على البيئة. إذ يضمن المكتب الوطني للهيدروكربونات والمعادن أن يتم تنفيذ إجراءات المسؤولية الاجتماعية للشركات من قبل شركائه وفقاً للمعايير والممارسات الجيدة في صناعة النفط والتعدين.

جميع شركاء المكتب الوطني للهيدروكربونات والمعادن في إطار مشاريع بحثية مختلفة واستغلال الهيدروكربونات في المغرب، سواء في البر أو في الخارج، لديهم إجراءات (QSE) تحترم المعايير والمعايير الدولية.

يُطلب من شركاء المكتب إجراء دراسات الأثر البيئي قبل بدء عملهم الذي يحدد التأثيرات المحتملة لكل مشروع على البيئة. والخطوة الثانية هي تحديد الوسائل التقنية لتقليلها أو حتى منعها؛

لكل شركة نفط سياسة إدارة المخاطر البيئية. إذ تعزز شركات النفط العاملة في المغرب الآثار الملموسة لوجودها وتعزز اندماجها المحلي من خلال مراعاة الظروف الاجتماعية والبيئية والاقتصادية في عملياتها وفي تفاعلها مع أصحاب المصلحة (المجتمع المدني والحكومة والمنظمات غير الحكومية (... والمساهمة في قضايا التنمية المستدامة.

تمثل كوزموس وشيفرون نماذج كجزء من مساهمة الأعمال في تحديات التنمية المستدامة في المغرب وفقاً للتشريعات والاتفاقيات الجماعية.

بدأت كوزموس وشيفرون في السنوات الأخيرة، وبالتعاون الوثيق مع الحكومة المغربية ومختلف ممثلي المجتمع المدني، عملية لدمج الشواغل الاجتماعية والبيئية والأخلاقية في أنشطة استكشافهم من خلال:

- اعتماد الميثاق الرسمي للأخلاق
- الربط مع أصحاب المصلحة في الشركة (ممثلو الشركة والحكومة، السلطات المحلية، المجتمع المدني ممثلة بالمنظمات غير الحكومية)
- تنفيذ برامج إدارة المخاطر
- زيادة مراقبة المبادئ الأمنية
- مراقبة بيئية واجتماعية
- مشاريع إدارة المعرفة لدعم الابتكار، والتي تشمل أيضًا عدة أنواع من العوامل الاقتصادية: الجهات العامة الإقليمية للتعليم والبحث (مراكز الامتياز).

ساعد التطبيق العملي للمسؤولية الاجتماعية لشركات النفط في المغرب على إنشاء وتطوير المزيد من المشاريع الاستراتيجية في مختلف مناطق المغرب، والتي تهم عدة مجالات نذكر منها في الجدول التالي:

الجدول رقم (13): مشاريع شركات النفط في المغرب في اطار المسؤولية الاجتماعية

استكشاف البترول والتنمية المستدامة كجزء من المسؤولية الاجتماعية للشركات	
الشريك	برنامج المسؤولية الاجتماعية للشركات
KOSMOS	- تاهيل وتعزيز سبع مدارس ببوجدور - التعاون مع وزارة الصحة للوقاية والتوعية لـ 4750 طالب وطالبة - تمويل تعاونيات الصيد بالتعاون مع وزارة الثروة السمكية (سيدي إفني - سيدي عابد) - منح الدراسات العليا في قطاع النفط والغاز وإنشاء برنامج الدكتوراه بالتعاون مع Chevron / Fullbright - تقييم قدرات مراكز التدريب المهني في الداخلة وأغادير في مجال التجارة،

اللوجيستيات في قطاع التشغيل والصيانة -إنشاء مراكز تدريب في أغادير والداخلية حول ريادة الأعمال والتوظيف -شركات مشروع التنمية (الدعم المالي للمنظمات: قانون "SIFE" إنجاز المغرب، BODY Africa ، مؤسسة تحدي الألفية، وزارة الثروة السمكية)	
-تعزيز القدرات الوطنية في هندسة البترول وعلوم الأرض -إنشاء مركز تميز في مبادرات التنمية الاقتصادية -تحسين الخدمات الصحية (مراكز طبية في مراكش والمستشفيات في منطقة سوس ماسة درعة) -شراكة مع كوزموس لبرنامج MCAP «شراكة المغرب لتطوير القدرات»: التدريب في ثلاثة مجالات: صناعة النفط والغاز والتنمية الاقتصادية والصحة	CHEVRON
-المشاركة في تمويل بناء دار الطالبة بالعيون	KEER MCGEE
-تمويل محو الأمية لفئتين في منطقة الصويرة	SHELL
-تأهيل وبناء مراحيض في مدرسة للبنات في تقودم بالرباط	PETRONAS
-إمتحانات العين والنظارات في مدارس الريساني وجردة الابتدائية	REPSOL
-حفر الآبار الهيدروليكية في تمنار	PEL
-منح وتوزيع مصابيح الطاقة الشمسية للصيادين في منطقة أغادير (تمنع المصابيح الحوادث أثناء الصيد الليلي)	GENEL

ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:¹

تم اجراء دراسة قام بها كل من (تواتي سميرة و بن عونة امينة) على مجموعة من الشركات المغربية الصغيرة والمتوسطة (جميع القطاعات مجتمعة) غالبيتهم ينتمون إلى قطاع الخدمات (40%) وقطاع الصناعة (24%)، يليهما قطاع الأعمال والتجارة. (13%)، ويقع مقرها الرئيسي في الدار البيضاء (56%) وفاس (20%) والمحمدية (12%).

¹ Samira Touate & Amina Bennouna, Practices of CSR in Moroccan SMEs: Status and Issues, International Journal of Management Excellence , Volume 11, No.2 August 2018 , P 1577.

فحسب هذه الدراسة تنقسم ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في الشركات الصغيرة والمتوسطة إلى نوعين: الممارسات الاجتماعية الداخلية والخارجية، والممارسات البيئية. الممارسات الاجتماعية الداخلية تتعلق بالموظفين وبيئة العمل. والممارسات الاجتماعية الخارجية مهمة بالممارسات الموجهة نحو المجتمع. حيث ترتبط الممارسات البيئية بتقليل التأثير البيئي.

باتباع نفس المنطق، تحدد دراسات الأعمال التجارية الكندية من أجل المسؤولية الاجتماعية (2003) ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في الشركات الصغيرة والمتوسطة على ثلاثة مستويات: الموظفون والبيئة والمجتمع.

الممارسات الاجتماعية الداخلية:

على مستوى الممارسات الاجتماعية الداخلية، يعتبر مسؤولو هذه المؤسسات أن تحسين ظروف العمل (الصحة والسلامة) والحوار الاجتماعي أولوية لشركاتهم بنسبة 96% بالإضافة إلى تحفيز موظفيهم وولائهم من خلال دفع مكافآت الحوافز والبدلات والترقيات وإعانات الإسكان ومكافآت الأداء والمكافآت العرضية والمساعدة في تعليم الأطفال بنسبة 81%، وأيضاً تنمية المهارات من خلال التدريب المستمر لموظفيهم ومحو الأمية لفئات معينة من العمال بنسبة 74 %،

وتجدر الإشارة أيضاً إلى أن هناك إضفاء الطابع الرسمي على السياسات المرنة لضمان التوازن الجيد بين العمل والحياة الخاصة للموظفين بنسبة (65%).

الممارسات الاجتماعية الخارجية:

على مستوى الممارسات الاجتماعية الخارجية ، تعطي الشركات الصغيرة والمتوسطة أهمية كبيرة للحوار مع أصحاب المصلحة الخارجيين (العملاء والموردين والمواطنين والسلطات العامة، ...) بنسبة 81%، نجد أيضاً أن أكثر من 67% من يشارك في الحملات والمشاريع التي تسعى إلى تعزيز رفاهية المجتمع المدني (التنمية الإقليمية، منطقة الزرع، الشراكات مع الجامعات، الرعاية). ينظر مسؤولو هذه المؤسسات إلى احترام حقوق المستهلك بما يتجاوز مع المتطلبات القانونية بنسبة (71%) ومعلومات العملاء الكاملة والدقيقة عن منتجات الشركة بنسبة 84% كشكل مهم من مسؤوليتهم الاجتماعية.

الممارسات البيئية:

فيما يتعلق بالممارسات البيئية، يبدو أن بعض مديري الشركات الصغيرة والمتوسطة التي تم استجوابها لا يتبنون أي ممارسة بيئية، ومع ذلك، فإن 81 ٪ من الشركات الصغيرة والمتوسطة تحاول تقليل الأثر البيئي لنشاطها (النفايات والمياه والطاقة والانبعاثات في الهواء)، يحاول نصف الشركات الصغيرة والمتوسطة التي تم استجوابها أيضاً تقليل الأثر البيئي لمنتجاتها وخدماتها من خلال التصميم البيئي.

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في كينيا:

سفاريكوم، كينيا: من بين الأمثلة على المسؤولية الاجتماعية للشركات نجد شركة (Safaricom Limited) في كينيا، والتي تعتبر كواحدة من شركات الاتصالات المتكاملة الرائدة في إفريقيا مع أكثر من 17 مليون مشترك. يوفر خدمات الهاتف المحمول والثابت وكذلك البيانات على مجموعة متنوعة من المنصات.

تشمل المسؤولية الاجتماعية الخاصة بشركة Safaricom، رعاية الأنشطة المجتمعية والمشاريع والأحداث التي تقدم مساهمات إيجابية للشعب في الفنون والثقافة والصحة والرياضة والتعليم والبيئة بشكل مباشر. هدف الشركة هو التأثير على المجتمعات بطرق غير مباشرة من خلال دعم المشاريع المجتمعية مما يتولد عن ذلك دعاية إيجابية للشركة.

تقديراً للتحدي المتزايد لإدارة النفايات الإلكترونية، ولزيادة المبادرات القائمة بالفعل، قامت بتمويل شراء مطحنة نفايات إلكترونية حديثة لأجهزة الكمبيوتر لاستخدامها من قبل المدارس الكينية، والاستثمار في مبادرات دعم البيئة والحفاظ على الحياة البرية من خلال أنشطة الحفظ التشاركية، والتعليم العام والمحافظة المستدامة على الموارد الطبيعية. كذلك فازت Safaricom بالجائزة الذهبية الأولى لزراعة أكثر من مليون شجرة في عام 2009.

فيما يتعلق بالصحة، دعمت الشركة المبادرات التي تزيد من تمكين المواطنين من الوصول إلى الرعاية الصحية بأسعار معقولة، بما في ذلك الرعاية الصحية المتخصصة التي غالباً ما تكون بعيدة عن متناول العديد من الكينيين. تشاركت مع مقدمي خدمات الرعاية الصحية والمجتمعات المحلية في

بناء وتجهيز المرافق الصحية، وتوفير المعلومات والخدمات الصحية من خلال المعسكرات الطبية ودعم توفير الخدمات الصحية المتخصصة.

فيما يتعلق بتوفير المياه، بالشراكة مع جمعية الصليب الأحمر الكيني ومنظمة أكشن إيد انترناشيونال - كينيا، نفذت Safaricom مشاريع مياه مجتمعية واسعة النطاق، في إطار مبادرة " Maji na Uhai"، والتزمت بتمويل مشاريع مائية واسعة النطاق في المناطق الجافة وشبه الجافة والمناطق القاحلة من البلاد.

دخلت Safaricom في شراكة مع المنظمات ومجموعات المجتمع للحفاظ على التراث الطبيعي لكينيا في الفنون والرياضة والموسيقى والثقافة وتعزيزه. على سبيل المثال، دخلت في شراكة مع المتاحف الوطنية في كينيا وجمعية المتاحف الكينية لتجديد قاعة لويس ليكي. وهي تدعم المشاريع الرياضية التي توفر فرصًا لإدماج الصحة والتعليم والمهارات الحياتية في الرياضة. كما وسعت الشركة شراكاتها مع Alive and Kicking، وهي منظمة غير حكومية تستخدم كرة القدم وكرة الشبكة لخلق الوعي حول فيروس نقص المناعة البشرية والإيدز والملاريا وغيرها من القضايا الصحية الرئيسية بين الشباب في نيانزا. وقد قامت برعاية شخصية العام الرياضية (SOYA)¹.

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في جنوب أفريقيا:

إسكوم- جنوب أفريقيا: تأسست شركة Eskom عام 1925، وهي شبه حكومية في جنوب إفريقيا كشركة كهرباء عالمية المستوى. إنها توفر أكثر من 95% من احتياجات جنوب إفريقيا من الكهرباء وأكثر من 50% من احتياجات الكهرباء في إفريقيا. يقع مكتبها الرئيسي في جوهانسبرغ ومكاتب أخرى تقع في أوغندا ونيجيريا ومالي.

لدى الشركة مجموعة متنوعة من مبادرات CSI، بما في ذلك الرعاية والتبرعات، والتي تديرها مؤسسة تطويرها. تم تأسيس مؤسسة Eskom للتطوير في عام 1998، وهي تسهل إدارة وتنسيق ودمج تبرعات الشركة المالية أو في شكل أصول، لدعم الترويج لصورتها وأنشطتها في المجتمعات المحرومة، حيث تقدم الخدمات. عادة، يمكن للمؤسسة الموافقة على ما يصل إلى 10000 دولار

¹ Thomas Kimeli Cheruiyot, Patrick Onsando, *Corporate Social responsibility in Africa*, Moi University, January 2016, p 105. Also available on: <https://www.researchgate.net/publication/309410494>

تقريباً من التبرعات النقدية، كما يمكن للمؤسسة التبرع بالأصول للمنظمات غير الربحية المسجلة التي يفضل أن يكون لها أهداف الرفاهية أو التعليم أو التدريب.

ترعى الشركة أيضاً مناسبات للمنظمات أو الأفراد، طالما أنه من المتوقع أن يؤدي ذلك إلى تعزيز أهداف التسويق والشركات Esko ، تدعم مبادرات "تنمية المجتمع" ، والتي تم تصميمها للمساعدة في تطوير المهارات الخاصة (مثل محو أمية الكبار، والتدريب على المهارات الفنية، والتدريب على إدارة الأعمال، والتدريب على المهارات الحياتية) وتقديم الدعم التعليمي للمجتمعات الفقيرة، مثل تدريب المعلمين، وتوفير اللوازم والمعدات المدرسية.

لدى Eskom أيضاً مبادرات "تطوير الأعمال الصغيرة (SBD)" ، والتي تديرها مؤسسة التنمية. تتمثل أهداف SBD في تطوير 23 شركة صغيرة و 23 شركة متوسطة (SMEs) لدعم سياسة المشتريات في الشركة، وتشكيل تحالفات وشراكات استراتيجية، وتسهيل تدريب مهارات ريادة الأعمال وتعزيز روح المبادرة بين الشباب المحرومين.

في حين أن Eskom لا تقدم الدعم المالي للشركات الصغيرة والمتوسطة المؤهلة، فإنها تعمل مع بعض المؤسسات المالية التي أبرمت معها اتفاقية شراكة لتأمين رأس المال اللازم. فمن خلال مبادرات SBD، أعلنت الشركة عن خلق آلاف الوظائف في هذه المؤسسات، وكان هذا عام (1993)¹.

¹ Ibid., p 106.

خلاصة

لقد سمح لنا هذا التحليل العابر للقارات بالتعرف على الاختلاف الحاصل في مجال ممارسة المسؤولية الاجتماعية من دولة لأخرى. حيث نجد في الدول الأجنبية المتقدمة، أن المؤسسات فيها أصبحت تتعامل مع برامج المسؤولية الاجتماعية باعتبارها نقطة وركيزة محورية تضعها ضمن سياساتها العامة.

وعكس ذلك في الدول النامية ومن ضمنها الدول العربية التي يقل فيها الاهتمام ببرامج المسؤولية الاجتماعية، باستثناء فروع الشركات المتعددة الجنسيات العاملة فيها.

غير أن هذا لا ينفي وجود بعض الجهود المتميزة لدى بعض المؤسسات في بعض الدول العربية في مجال تطوير ممارسات المسؤولية الاجتماعية، مثل قطر والمملكة العربية السعودية. والتي ستكون محل مقارنة بينها وبين نظيرتها الجزائر ممثلتا في المؤسسة محل الدراسة (سوناطراك).

الفصل الثالث:

الدراسة الميدانية

تمهيد

أولاً: مجالات الدراسة

ثانياً: عينة الدراسة

ثالثاً: منهج الدراسة

رابعاً: أدوات جمع البيانات

خامساً: الأساليب الإحصائية

سادساً: اختبار صدق أداة الدراسة (الاستبيان):

سابعاً: عرض وتحليل بيانات الدراسة

الجزء الأول: الخصائص الديموغرافية

الجزء الثاني: عرض وتحليل وتفسير البيانات حسب المحاور وبنودها

الجزء الثالث: عرض مساهمات مؤسسة سوناطراك في مجال المسؤولية الاجتماعية

ثامناً: مناقشة النتائج على ضوء فرضيات الدراسة

تاسعاً: الاستنتاج العام

خاتمة

التوصيات

تمهيد:

لا يمكن أن تتم دراسة ميدانية إلا بواسطة استخدام جملة من الإجراءات المنهجية بقصد التحقق من الفرضيات المطروحة للإجابة عن الإشكالية. ويعتبر هذا القسم من البحث ضروري من حيث توضيح كل العناصر المنهجية المستخدمة، بحيث تكون متلائمة مع ما سبق من جانب نظري، وحتى يتمكن القارئ من معرفة ما إذا كانت هذه الإجراءات تتلاءم بصفة منطقية مع البحث.

بحيث سنتطرق في هذا الفصل إلى الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية من مجالات الدراسة (المجال المكاني، المجال الزمني، المجال البشري) عينة الدراسة والمنهج المتبع في الدراسة، والأساليب الإحصائية المستعملة في الدراسة، وكذلك عرض لبيانات الدراسة ومناقشتها على ضوء الإطار النظري والفرضيات التي اعتمدنا عليها، ثم نتطرق إلى الاستنتاج العام للدراسة لنعرض فيه أهم النتائج التي تم التوصل إليها، وأخيرا الخاتمة .

أولاً: مجالات الدراسة :

1. المجال المكاني:

تمت الدراسة في مقر المديرية العامة لمؤسسة سوناطراك SONATRACH-DG. الواقع في حيدرة، ولاية الجزائر العاصمة. والتي تتوفر على عدة مديريات مركزية وكذا فروع منتشرة في مدينة الجزائر العاصمة والتي بدورها تشرف على جميع المنشآت الصناعية المنتشرة عبر ربوع الوطن وخارجه.

أ. التعريف بمؤسسة سوناطراك - الجزائر:

تعتبر سوناطراك المجموع النفطي والغازي الأولى على المستوى القاري والثاني عشر على المستوى العالمي. تنفذ معظم أنشطتها في الجزائر؛ كما أنها تعمل دولياً في خمسة عشر بلداً، في إفريقيا والشرق الأوسط وآسيا وأوروبا الغربية وأمريكا اللاتينية. وترتكز نشاطاتها على محفظة أعمال متنوعة للغاية في عدة قطاعات مثل: البتروكيماويات، توليد الكهرباء، الطاقات الجديدة والمتجددة، تحلية مياه البحر، المناجم، النقل الجوي.

ولأكثر من 50 عاماً، لعبت سوناطراك دورها الكامل في قيادة الاقتصاد الوطني. وتتمثل مهمتها في تعزيز احتياطات النفط والغاز الكبيرة للجزائر. هذا اللاعب الرئيسي في صناعة النفط، الملقب بالرائد الأفريقي، يستمد قوته من قدرته على أن يكون مجموعة متكاملة تماماً عبر سلسلة قيمة ومتكاملة.

ففي نشاط المنبع: تعمل سوناطراك، بمجهودها الخاص أو بالشراكة مع شركات نفط أجنبية، على الودائع من بين الأكثر أهمية في العالم في مناطق مختلفة من الصحراء الجزائرية: حاسي مسعود، حاسي الرمل، حاسي بركين، أورهود، تين فوييه تابانكور، رورد نوس، عين صالح وأمناس. ومن حيث **نشاط النقل:** تمتلك المجموعة شبكة كثيفة للغاية من خطوط الأنابيب تمتد اليوم على ما يقرب من 22000 كيلومتر. كما أنشأت الشركة أربعة موانئ لتحميل النفط: الجزائر وأرزو وبجاية وسكيدة للسماح بتحميل وتفريغ ناقلات كبيرة بسعة 80.000 إلى 320.000 طن متري وناقلات الغاز الطبيعي المسال.

في نشاط المصب: تمتلك سوناطراك ستة مصافي تعمل في الإقليم ومجمعين للبتروكيماويات، وأربعة مجمعات لتسييل الغاز الطبيعي المسال ومجمعين لفصل غاز البترول المسال.

توظف سوناطراك ما يقرب من 50000 موظف دائم في جميع أنحاء البلاد وأكثر من 200.000 شخص في جميع أنحاء المجموعة في البلاد وخارجه.

لدى المجموعة 154 شركة فرعية ومملوكة، ستة عشر منها مملوكة بنسبة 100٪ وتعمل بشكل يومي لتعزيز سلسلة انتاج النفط والغاز في البلاد. ومن بين هذه الشركات هناك على وجه الخصوص:

- المؤسسة الوطنية للجيوفيزياء (ENAGEO). والتي تمتلكها سوناطراك بالكامل
- المؤسسة الوطنية لأشغال الآبار (ENTP). والتي تمتلكها سوناطراك بالكامل
- المؤسسة الوطنية لحفر الآبار (ENAFOR). والتي تمتلكها سوناطراك بالكامل
- المؤسسة الوطنية لخدمات الآبار (ENSP). والتي تمتلكها سوناطراك بالكامل
- المؤسسة الوطنية للقنوات (ENAC). والتي تمتلكها سوناطراك بالكامل
- المؤسسة الوطنية للهندسة المدنية والبناء (GCB). والتي تمتلكها سوناطراك بالكامل
- المؤسسة الوطنية للأشغال البترولية الكبيرة (ENGTP). والتي تمتلكها سوناطراك بالكامل
- نافتك: شركة التكرير الوطنية (NAFTEC). والتي تمتلكها سوناطراك بالكامل.
- الشركة الوطنية لصناعة البتروكيماويات (ENIP). والتي تمتلكها سوناطراك بالكامل.
- شركة الصيانة الصناعية سكيكة (SOMIK). والتي تمتلكها سوناطراك بالكامل.
- شركة النقل أرزيو (SOTRAZ). والتي تمتلكها سوناطراك بالكامل.
- شركة إدارة المنطقة الصناعية (EGZIA). والتي تمتلكها سوناطراك بالكامل.
- شركة مشتركة لاستخراج الهيليوم (HELIOS). والتي تمتلكها سوناطراك بالكامل.
- المؤسسة الوطنية لتسويق و توزيع المنتجات النفطية (NAFTAL). التي يمتلكها المجمع بالكامل.
- مؤسسة النقل البحري للهيدروكربونات (HYPROC). التي يمتلكها المجمع كليا.
- شركة تجهيز و تسويق الغازات الصناعية (COGIZ). والتي ترجع ملكيتها بالكامل للمجمع.
- شركة تطوير تحلية مياه البحر والمشاريع الكهربائية (ACS). التي يمتلك مجمع سوناطراك حصة 50% منها.
- الشركة الجزائرية للطاقة المتجددة (NEAL). والتي ترجع ملكية 45% منها للمجمع.

II. سوناطراك كشركة نفط عالمية:

كجزء من استراتيجيتها SH2030⁽¹⁾، تظهر سوناطراك بوضوح طموحها في أن تصبح واحدة من أكبر خمس شركات نفط وطنية من بين أفضل الشركات أداءً والأكثر ربحية في صناعة الطاقة العالمية.

الأسس الرئيسية في استراتيجيتها الجديدة هي التميز التشغيلي والابتكار ليظلوا معيار الاقتصاد الجزائري. وتهدف سوناطراك إلى تحقيق معدل اندماج وطني بنسبة 55% بحلول عام 2030. بصفتها المستثمر الصناعي الرئيسي في الجزائر، تشارك سوناطراك بنشاط في دعم النسيج الصناعي المحلي. وتخطط المجموعة لتحقيق بحلول عام 2030 استثمارات في الأراضي الوطنية بأكثر من 59 مليار دولار بما في ذلك 45.8 مليار دولار في نشاط الاستكشاف والإنتاج و 8.6 مليار دولار في التكسير والبتروكيماويات و 23 مليار دولار في نقل خطوط الأنابيب. بحلول عام 2030، تستهدف المجموعة أكثر من 68 مليار دولار من العائدات الإضافية، 50% منها ستساهم في الثروة الوطنية و 50% سيتم استثمارها في تجديد الاحتياطيات والقدرة الإنتاجية وتدريب الموظفين و تطوير الخبرة في الشركة.

(1) استراتيجية (SH2030): تهدف سوناطراك في مطلع 2030 إلى أن تكون مرجع دولي بين شركات النفط الوطنية لتصبح واحدة من أكبر 5 شركات نفط وطنية تعزز المحتوى المحلي حتى 55%، وأن تكون شركة نفط وطنية من بين أكثر الشركات أداءً و ربحية في السوق وتكون مساهمة في التنمية الاقتصادية الوطنية والانتقال إلى الطاقة المستدامة، وأن تكون مثال للاقتصاد الجزائري من خلال تشجيع التميز وتنمية المواهب على أساس ثلاث مبادرات

1- التحول الأساسي

- اعتماد هيكل تنظيمي جديد
- تخطيط الأعمال وإدارة الأداء والموارد البشرية
- الخدمات اللوجستية الشراء والهندسة وإدارة المشاريع

2- خطط العمل الاستراتيجية

- تنمية الموارد غير التقليدية
- استراتيجية البتروكيماويات
- تطوير الطاقة الشمسية

3- تحسن الأداء

- أداء الاستكشاف
- الاداء العملي

III. الشراكة:

لأكثر من 50 عامًا، تم الاعتراف بمؤسسة سوناطراك كشريك موثوق به في قطاع الطاقة في مواجهة النمو السريع في الطلب العالمي على الهيدروكربونات، يعد العملاق الجزائري العمومي للهيدروكربونات جزءًا من ديناميكية جديدة للتعاون طويل الأجل لزيادة احتياطياتها.

هذه هي الطريقة التي تشكل بها الشراكة، في إطار استراتيجيتها الجديدة SH2030، أحد الركائز الأساسية لتطوير المجموعة من أجل مواجهة التحديات الجديدة للأداء والتميز التشغيلي والابتكار، ولكن أيضًا لرفع سوناطراك إلى رتبة أفضل 5 شركات وطنية في العالم.

ولتسريع نموها على الصعيدين الوطني والدولي، عملت سوناطراك إلى تطوير العديد من مشاريع الشراكة مع الشركات الأجنبية الكبرى والتخصصات الأخرى،

بخبيرتها ومعرفتها الفنية تقوم شركة الآن بتوسيع سياسة التعاون الخاصة بها إلى صناعة التكرير والبتروكيماويات، وهما مجالان رئيسيان لتطوير نشاط المصب.

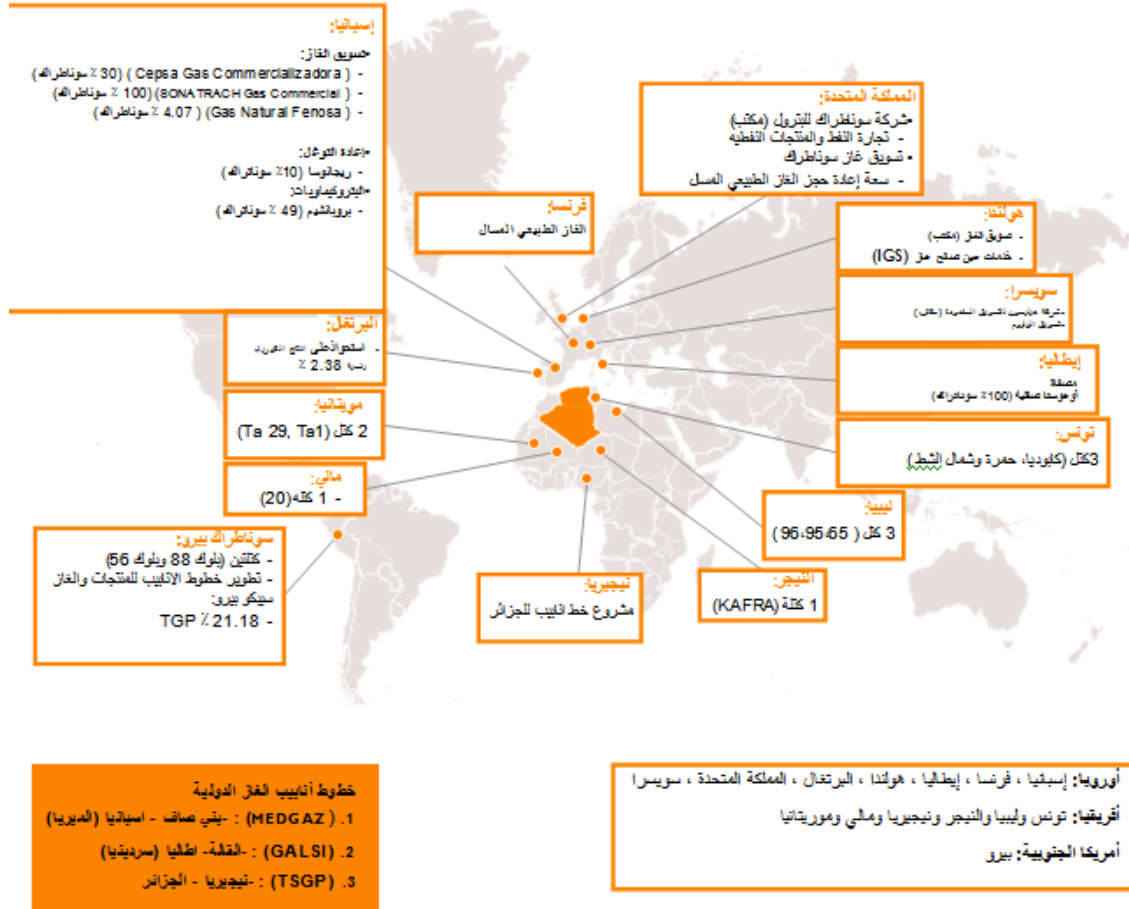
لذلك ستستثمر سوناطراك 53 مليار دولار في الاستكشاف والإنتاج و 26 مليار دولار في التكرير والبتروكيماويات خلال الفترة 2017-2021.

مجالات الشراكة:

- استكشاف وإنتاج ورفع مستوى وتسويق الهيدروكربونات في الجزائر وخارجها
- خدمات نفطية
- هندسة وإنتاج المعدات في قطاع الهيدروكربونات
- تطوير الطاقات والموارد الجديدة
- حضور دولي

تواجدت سوناطراك دوليًا منذ أوائل السبعينيات. وهي متواجدة في بلدان مختلفة: في تونس وليبيا وموريتانيا وموزمبيق وأنغولا ونيجيريا وإيطاليا وإسبانيا والبرتغال وإنجلترا وهولندا وبيرو.

الشكل رقم (09): عمليات مؤسسة سوناطراك الدولية



IV. دراسة الهيكل التنظيمي لمجمع سوناطراك:

الفرع الأول: التنظيم العام لمجمع سوناطراك: وهو يتضمن الهيئات العليا بالمجمع، والمتمثلة فيما يلي:¹

أولاً: الجمعية العامة ومجلس الإدارة: هما هيئتان تتخذان القرارات الحاسمة والاستراتيجية للمجمع، لها اجتماعات دورية منتظمة و أخرى طارئة إذا اقتضت الضرورة ، يمكن توضيحها كما يلي:

أ -الجمعية العامة: وهي أعلى هيئة بالنسبة للمجمع وأقواها سلطة، تتكون من أربعة 04 أعضاء ورئيسا، وهم:

1. وزير الطاقة (رئيسا)
2. وزير المالية (عضوا)
3. محافظ بنك الجزائر (عضوا)
4. مندوب التخطيط (عضوا)
5. ممثل رئاسة الجمهورية (عضوا)

ب -مجلس الإدارة: وهي الهيئة الثانية من حيث السلطة، ويتم على مستواها اتخاذ القرارات، وتحديد التوجهات انطلاقا من توجيهات الجمعية العامة، و يتكون هذا المجلس من 12 عضوا و رئيسا، هم:

1. الرئيس المدير العام لمجمع سوناطراك
2. ممثلان لوزارة المالية (عضوان)
3. ممثل لبنك الجزائر (عضوا)
4. ممثلان عن الوزارة المكلفة بالمحروقات (عضوان)
5. شخصية ذات كفاءة في قطاع المحروقات (عادة الرئيس المدير العام لمجمع سونلغاز) ويكون من خارج المجمع (عضوا)
6. أربع ممثلين لمجمع سوناطراك (أعضاء)
7. ممثلان لعمال المجمع (عضوان)

¹ شريف بوقصبة، انعكاسات تحليل البيئة الخارجية الدولية على التسيير الاستراتيجي للمؤسسة الاقتصادية في ظل العولمة، أطروحة دكتوراه في العلوم في العلوم الاقتصادية، غير منشورة، جامعة محمد خيضر -بسكرة، 2016، ص 151.

ثانيا: المجلس التنفيذي: وهو الهيئة التنفيذية للمجمع، يضطلع بدور التسيير المباشر، و يرفع تقاريره إلى كلا من مجلس الإدارة والجمعية العامة، حيث يتكون هذا المجلس من:

- الرئيس المدير العام لمجمع سوناطراك
- نائب الرئيس المكلف بأنشطة المنبع (AMONT)
- نائب الرئيس المكلف بأنشطة النقل عبر الأنابيب (TRC)
- نائب الرئيس المكلف بأنشطة المصب (AVAL)
- نائب الرئيس المكلف بالأنشطة التجارية (COM)
- المدير التنفيذي للمالية
- المدير التنفيذي للفروع والمساهمات
- المدير التنفيذي للاستراتيجية، التخطيط والاقتصاد
- المدير التنفيذي للشؤون القانونية
- المدير التنفيذي للشركات
- المدير التنفيذي للموارد البشرية

الفرع الثاني: الهيكل التنظيمي لمجمع سوناطراك:

قررت إدارة شركة سوناطراك تبني هيكل تنظيمي جديد في إطار تجسيد الإستراتيجية الجديدة للشركة والتي تحمل إسم (سوناطراك 2030) باعتبار أن تطبيق هذه الإستراتيجية يمتد حتى سنة 2030، وقد إعتمدت إدارة سوناطراك في إعداد هذه الإستراتيجية الجديدة على خبرة منجزة من قبل مكتبين أمريكيين للمحاماة يتمتعان بسمعة عالمية وهما: (The boston consulting group و Mckinsey & company).

ويمكن أن نلاحظ من خلال الهيكل التنظيمي الجديد لشركة سوناطراك أنه تم إستحداث مصالح جديدة لم تكن موجودة من قبل، مثل مديرية لتطوير الإحتياطي، يتمثل دروها في صيانة الآبار والمنشآت البترولية الموجودة والبحث والتنقيب عن آبار جديدة كما ستشرف هذه المديرية على إنجاز منشآت بتروكيماوية، والمديرية الدولية التي ستشرف على تسيير العلاقات الدولية لشركة سوناطراك، كذلك إنشاء مديرية جديدة مختصة في مجال الأبحاث العلمية.

كذلك تم إنشاء مديرية تسمى مديرية (حدود)، والتي ستتولى تسيير وإدارة مناطق النشاط الأربعة لشركة سوناطراك عبر كامل التراب الوطني، زيادة على ذلك يقضي الهيكل التنظيمي الجديد لشركة

سوناطراك باستحداث منصب نائب مدير مكلف بالإستغلال والإنتاج ،و سيشرف هذا الأخير على عدة مديريات فرعية.

والجدير بالملاحظة أن إدارة شركة سوناطراك إعتمدت في إعداد الهيكل التنظيمي الجديد على الأسلوب الأنجلو سكسوني، فالسيد عبد المومن ولد قدور طبق نموذج التسيير الأمريكي على شركة سوناطراك، ولهذا السبب إعتمد على الخبرة والتجربة الأمريكية في إصلاح شركة سوناطراك، والهدف من ذلك هو تطوير نشاط شركة سوناطراك ورفع مداخل الشركة والأهم من كل هذا هو تحويل شركة سوناطراك إلى شركة عالمية¹.

ولكي تكون سوناطراك جزءًا من ديناميكية جديدة وأكثر مرونة وكفاءة في تنظيمها وعملها لمواجهة التحديات التي يجب أن تواجهها لخدمة الجزائر. وضعت استراتيجية (SH2030) وهو مسار للسياسة الجديدة التي يتم تنفيذها لتحويل الأعمال.

وقد تم إنشاء قسم التحول المسؤول عن مراقبة تنفيذ (استراتيجية SH2030) خصيصًا لهذا الغرض. لقد تعهدت بتبسيط الأنشطة وتحديث إدارة المجموعة من خلال إنشاء إدارة الشركات بشكل خاص للاستجابة للتحديات الاستراتيجية الجديدة. وهكذا تنتقل المنظمة الجديدة من 4 إلى 5 أنشطة. كجزء من عملية إعادة التنظيم المتعمقة هذه، تم وضع هياكل مركزية جديدة ضمن الأنشطة، لتحسين العمليات ودعم استراتيجية SH2030 الجديدة. يتم رفع مستوى الاتصالات الجماعية بشكل خاص إلى رتبة الإدارة.

لإعطاء وزن أكبر للوظائف العرضية في الشركة ولتبسيط أوضاع التشغيل في هذه البنية الكلية، يتطلب هذا التحول أيضًا تعزيز الأدوار السيادية والعرضية والخبرة للمركز التشغيلي. يُمنح ممثلو الوظائف المركزية في الأنشطة مهمة إبلاغ مزدوجة موجهة إلى الرئيس الهرمي في النشاط (نائب الرئيس، القسم، المدير ...) وإلى الرئيس في الوظيفة (DEX، DC، مدير الوظائف في نشاط...).

الهيكل التشغيلية: يتم تنظيم الهياكل التشغيلية حول الأنشطة التالية:

الاستكشاف والإنتاج (E&P)

- النقل عبر خطوط الأنابيب (TRC)

- تسييل وفصل (LQS)

¹ وثائق حصرية: الهيكل التنظيمي الجديد لشركة سوناطراك، تمت الزيارة في 2021/02/19، 08:25،

<https://algeriepart.com/2018/06/13/>

- التكرير والبتروكيماويات (RPC)

- التسويق (COM)

ينفذ كل نشاط أعماله ويطور محفظة أعماله ويساهم في مجال خبرته، في تطوير الأنشطة الدولية للشركة.

نشاط الاستكشاف والإنتاج (E&P):

مسؤول عن تطوير وتطبيق السياسات والاستراتيجيات لاستكشاف وتطوير واستغلال النفط والغاز. كجزء من الأهداف الاستراتيجية للشركة.

نشاط النقل بواسطة خطوط الأنابيب (TRC):

هي المسؤولة عن تطوير وتطبيق السياسات والاستراتيجيات في مجال نقل خطوط الأنابيب من الهيدروكربونات، في إطار الأهداف الاستراتيجية للشركة.

نشاط التميع والفصل (LQS):

هي المسؤولة عن تطوير وتطبيق السياسات والاستراتيجيات لتشغيل وإدارة وتطوير أنشطة التميع وفصل الغاز، في إطار الأهداف الاستراتيجية للشركة.

نشاط التكرير والبتروكيماويات (RPC):

هو المسؤول عن تطوير وتطبيق السياسات والاستراتيجيات لتشغيل وإدارة وتطوير التكرير والبتروكيماويات، في إطار الأهداف الاستراتيجية للشركة.

نشاط التسويق (COM):

هي المسؤولة عن تطوير وتطبيق السياسات والاستراتيجيات لتسويق الهيدروكربونات خارج وخارج السوق الوطنية، في إطار الأهداف الاستراتيجية للشركة.

اتجاهات سوناطراك:

إدارة التحول (TRF) SH2030 هي المسؤولة عن تنسيق ومراقبة تنفيذ خطة التحول SONATRACH

SH2030

إدارة الاتصالات (CMN) هي المسؤولة عن تطوير وتنفيذ استراتيجيات الاتصالات سوناطراك

إدارة الاستراتيجية والتخطيط والاقتصاد في الشركة (SPE) هي المسؤولة عن التخطيط والتطوير على

المدى المتوسط والطويل وتقييم تنفيذها.

إدارة تمويل الشركات (FIN) هي المسؤولة عن تطوير السياسات والاستراتيجيات في مجال المالية. تقييم تنفيذها ومتابعة جودة المعلومات المالية

إدارة تطوير الأعمال والتسويق للشركة (BDM) هي المسؤولة عن صياغة استراتيجية النمو والبحث عن فرص استثمارية للشركة

إدارة الموارد البشرية في الشركة (RHU) هي المسؤولة عن تطوير سياسات واستراتيجيات الموارد البشرية ومراقبة تنفيذها.

إدارة المشتريات واللوجستيات المركزية (P&L) هي المسؤولة عن إدارة عمليات الشراء والخدمات اللوجستية للمجموعة

إدارة الموارد الجديدة المركزية (R&N) هي المسؤولة عن إدارة واستغلال الموارد غير التقليدية والمشاريع البحرية من المركز

إدارة الهندسة المركزية وإدارة المشروعات (EPM) تقوم بإدارة وتنفيذ المشاريع الصناعية الرئيسية للمجموعة

الإدارة القانونية المركزية (JUR) هي المسؤولة عن تطوير ومواءمة الصكوك القانونية ومراقبة تطبيقاتها

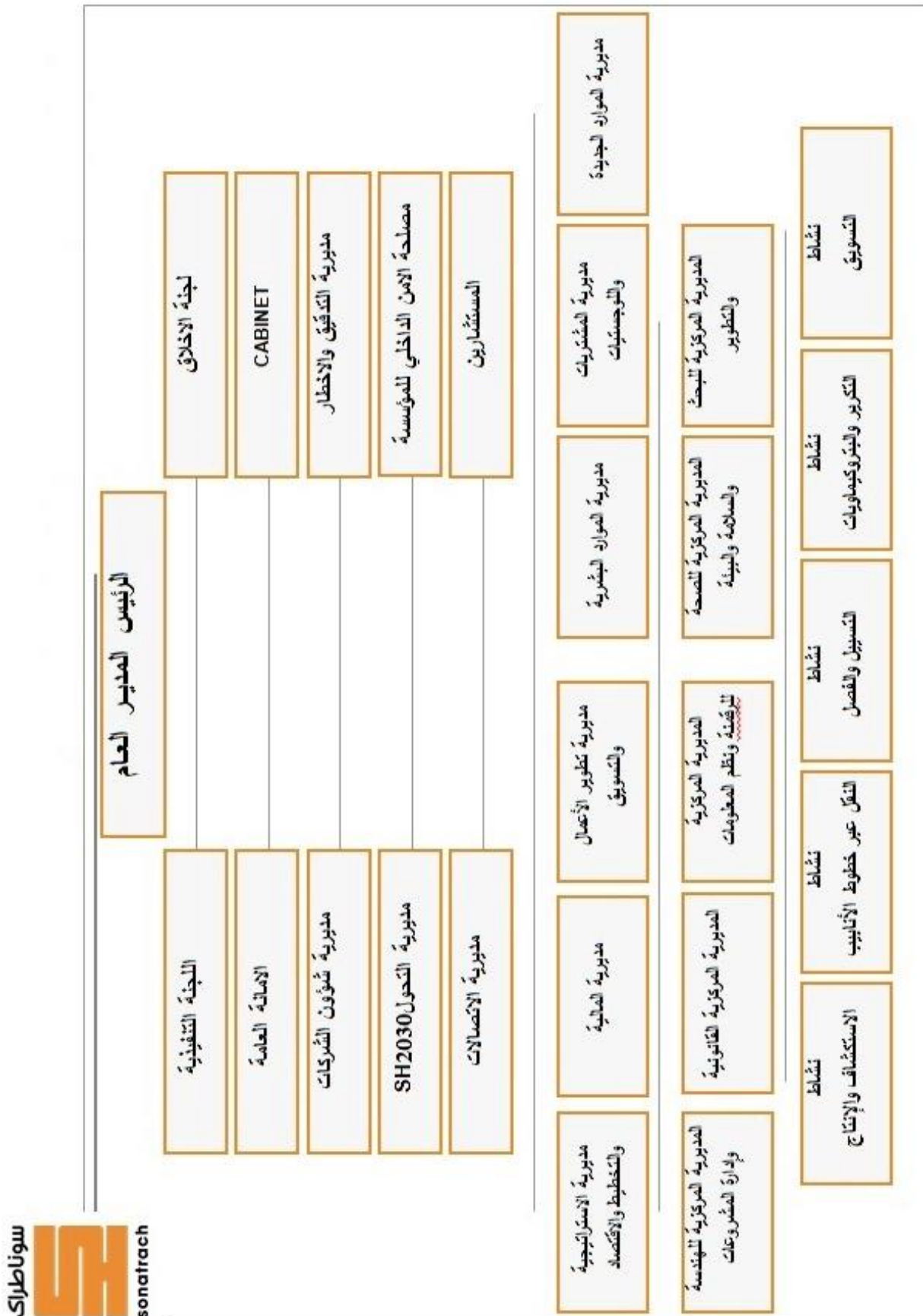
المديرية المركزية للرقمنة ونظم المعلومات (DSI) هي المسؤولة عن تحديد ومراقبة سياسة تكنولوجيا المعلومات ورقمنة الشركة

إدارة الصحة والسلامة والبيئة المركزية (HSE) هي المسؤولة عن وضع السياسات المتعلقة بالبيئة والسلامة ونوعية الحياة في العمل. يضمن التحكم في تطبيقهم

المديرية المركزية للبحث والتطوير (R&D) هي المسؤولة عن تعزيز وتنفيذ سياسة البحث التطبيقي وتطوير التكنولوجيا في الأعمال الأساسية للشركة¹.

¹ الموقع الرسمي لمؤسسة سوناطراك، تمت الزيارة في 2020/02/10، 18:10،

الشكل رقم (10): الهيكل التنظيمي لمؤسسة سوناطراك



2. المجال الزمني:

بدأت الدراسة في مطلع شهر جانفي 2018 حيث بدأ الشروع في الجانب النظري للدراسة، وذلك بضبط الاشكالية ورسم خطة البحث بشقيه النظري والميداني وفي مطلع شهر ديسمبر 2018 بدا الشروع في الدراسة الميدانية.

حيث تمت الدراسة الاستطلاعية في الفترة الممتدة بين 01 فيفري 2018 و 15 افريل 2018، اذ قام الباحث بزيارة مؤسسة سوناطراك الواقع مقرها بحيرة - الجزائر "SONATRACH DG"، وهناك تم التقرب من بعض المسؤولين قصد مناقشتهم وأخذ آرائهم حول موضوع البحث وقد التمس الباحث استعدادا من قبلهم جميعا للمساعدة على إجراء البحث.

وفي نفس الفترة ومباشرتا بدأ الباحث بإجراء مقابلات مع مختلف المسؤولين في المؤسسة، قصد التزود بالمعلومات التي تخص المؤسسة وطرق تنظيم العمل بها، كما تم التزود ببعض الوثائق التي تشرح الهيكل التنظيمي للمؤسسة، وكذا جميع الوثائق من تقارير ودوريات ومستندات التي توثق الأنشطة التي قامت بها المؤسسة في اطار المسؤولية الاجتماعية، وتلت هذه الزيارة عدة زيارات ميدانية اخرى وهذا طيلة فترة الدراسة وذلك للتزود بالمستجدات المتعلقة بموضوع الدراسة.

وفي جانفي 2020 حكمت استمارة الاستبيان من طرف الاساتذة منهم مختصين في علم الاجتماع ومنهم في العلوم الاقتصادية، ليتم بعدها ارسال الاستبيان بنسخته الالكترونية للعيينة المختارة من فئة الإطارات المسيرة بالمؤسسة عبر البريد الالكتروني، وبعد جمع البيانات وتفريغها وتحليلها وتفسيرها تم التوصل إلى نتائج الدراسة ومناقشتها على ضوء فرضيات الدراسة، وقد انتهت هذه الدراسة في أواخر شهر جويلية 2021.

3. المجال البشري:

اشتملت الدراسة على الإطارات المسيرة بالمؤسسة والذين يشرفون بصفة مباشرة وغير مباشرة على الأنشطة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية، والذين بلغ عددهم 200 إطار، العاملين بالمديرية العامة لمؤسسة سوناطراك بمدينة الجزائر العاصمة. مع استثناء 10 اطارات تم تجريب الاستبيان عليهم.

ثانياً: عينة الدراسة:

يمثل اختيار العينة إحدى أهم خطوات البحث العلمي الميداني وأكثرها حساسية، ذلك أن نتائجه التي ستنتهي إليها تتوقف وبدرجة كبيرة على خصائص ومواصفات العينة ومدى تماثلها وتطابقها مع خصائص المجتمع الأصلي الذي سحبت منه. لذلك أولى الباحث عناية كبيرة لخصائص ومواصفات العينة وكذا طريقة سحبها.

وبما أن للعينات أنواعا عديدة، ولأن موضوعنا متعلق بفئة الإطارات والاطارات السامية والمشرفة على دوائر مؤسسة سوناطراك من (رؤساء مصالح و مدراء ونواب مدير)، فإنه كان لزامنا علينا التقيد بهذه الفئة من الموظفين.

ولأن مجتمع البحث معلوم، حيث بلغ عددهم 200 إطار من أصل 125.000 موظف بالمؤسسة، ويمكن الوصول اليهم والاتصال بهم، اختار الباحث أسلوب المسح الشامل. لكن مع جائحة الكورونا واتخاذ المؤسسة لإجراءات صارمة للحد من انتشار الوباء منعت الطلبة الباحثين من الدخول لمنشأتها والاتصال المباشر بموظفيها، وابتقت على امكانية زيارة مصلحة التكوين واعتماد وسيلة البريد الالكتروني كأداة للاتصال بين الطلبة الباحثين وموظفي المؤسسة. وهنا تمت زيارة مصلحة التكوين التابعة للمؤسسة والتي تشرف على نشاطات الطلبة الباحثين، والتي بدورها تمتلك جميع قوائم اطارات المؤسسة مع بريدهم الالكتروني، حيث ارسل الباحث بريد الكتروني يحتوي على استبيان الكتروني مدعم بكل الشروحات اللازمة لتفادي أي غموض، ليتم بعدها استقبال 62 رد فقط من اصل 190 استبيان مرسل.

ثالثاً: منهج الدراسة:

تعتبر معرفة المنهج المتبع في أي دراسة ميدانية أمر بالغ الأهمية حتى نكون على إدراك واقتناع تام بالنتائج التي تم التوصل إليها وكيفية ذلك ودلالة المعلومات والأرقام. فصدق النتائج ومدى مطابقتها للواقع المدروس ترتبط ارتباطا وثيقا بالمنهج الذي يتبعه الباحث في دراسته.

ونظرا لطبيعة الموضوع ومحاولة تشخيص الظاهرة، فقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لأنه الأكثر ملائمة وقدرة على كشف الحقائق. لذا كان من الأنسب دراسة هذا الموضوع باستخدام هذا

المنهج. اضافتا الى الاستناد على تحليل التقارير والاحصائيات الرسمية المدرجة بخصوص هذا الموضوع، حول أهم البرامج المجسدة على ارض الواقع ويرى " محمد شفيق" بأن المنهج الوصفي: يحدد و يقرر الشيء كما هو عليه أي انه يصف ما هو كائن لكنه لا يقف عند حد تجميع البيانات وتبويبها أي مجرد التوصل إلى الحقائق بل يتضمن قدرا من التفسير لهذه البيانات عن طريق استعمال التحليل والمقارنة، للكشف عن ما تخفيه الظاهرة من علاقات سببية بين الوقائع والمظاهر وهذا من أجل السعي إلى صياغة مبادئ هامة والتوصل إلى حل المشكل⁽¹⁾.

رابعا: أدوات جمع البيانات:

يستخدم الباحث أدوات جمع البيانات بكيفيات تتلاءم وطبيعة المنهج ومجتمع الدراسة الذي يسعى الباحث إلى دراسته ميدانيا، فبعد تحديد الأهداف تحديدا واضحا وصياغة الإشكالية ووضع الفروض يتضح للباحث نوع المادة والبيانات والمعلومات التي يريد جمعها، يأتي هنا تحديد الأدوات المناسبة التي بواسطتها يهتدي الباحث إلى مراده. وقد اعتمد الباحث في دراسته هذه على عدة أدوات وهي:

1. الملاحظة: تعد الملاحظة من أهم الأدوات البحثية، بحيث يكاد لا يخلو أي بحث علمي من أداة الملاحظة. فهذه الأخيرة يعتمد عليها الباحث في دراسته وجمعه للبيانات.

وفي هذه الدراسة استعمل الباحث (الملاحظة البسيطة والملاحظة بالمشاركة) منذ مراحل البحث الأولى، بدءا بالدراسة الاستطلاعية التي أجراها الباحث للاطلاع على مدى ملائمة ميدان الدراسة للمتغيرات المراد بحثها. كما تم من خلال الملاحظة تحديد العينة بدقة، وكذلك التمحيص في مجريات العمل.

2. المقابلة: المقابلة هي كذلك من أدوات جمع البيانات من أشخاص لهم خبرة مباشرة أو غير مباشرة بالموضوع المدروس.

وهنا استعملها الباحث للحصول على معلومات تخص تاريخ المؤسسة وظروفها وطبيعة عمل الوحدات الإدارية والعمليات المختلفة.

(1) محمد شفيق، البحث العلمي الجامعي الحديث، بيروت، 1985، ص 84.

حيث استعمل المقابلة مع المسيرين قصد الحصول على جميع الجوانب الخاصة بنشاطات المؤسسة، كما استعملها في البداية لطرح أسئلة مفتوحة قصد التمكن من بناء استمارة البحث النهائية.

3. السجلات والوثائق: استعملها الباحث بغرض التعرف على تاريخ المؤسسة وطبيعة نشاطها، وتمثلت في وثائق إدارية تتعلق بإحصائيات وجداول بخصوص تعداد العمال وكذا الأنشطة التي تدرج تحت ضمن مفهوم المسؤولية الاجتماعية .

4. الاستبيان: يعتبر الاستبيان أكثر الأدوات شيوعا وتداولاً لدى الباحثين، إذ تعتبر من الوسائل الأساسية التي يعتمد عليها الباحثين في قياس متغيرات الدراسة. وقد اعتمد الباحث في ذلك على استمارة تقيس تطبيق المسؤولية الاجتماعية بمؤسسة سوناطراك.

ويعرف الاستبيان بأنه "نموذج يضم مجموعة أسئلة توجه إلى الأفراد من أجل الحصول على معلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف، ويتم تنفيذ الاستبيان إما عن طريق المقابلة الشخصية أو أن ترسل إلى المبحوثين عن طريق البريد"⁽¹⁾. وقد تم تصميم استبيان الدراسة بالاعتماد على بعض الأدبيات والدراسات السابقة العربية والاجنبية التي لها علاقة بموضوع الدراسة، وأيضاً بالاعتماد على خبرة بعض المحكمين تتمثل في فئة الأساتذة الجامعيين، ليصل الاستبيان إلى شكله النهائي كالآتي:

الجزء الأول : معلومات عامة حول المبحوث:

- المنصب الإداري
- الجنس
- العمر
- المستوى التعليمي
- سنوات الخدمة.

الجزء الثاني: محاور الاستبيان والذي يضم اسئلة الاستبيان وهي موزعة على اربعة محاور كالآتي:

وقد تضمن الاستبيان 50 بندا وزعت على اربعة محاور .

- المحور الاول: المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين.
- المحور الثاني: المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع.
- المحور الثالث: المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة والموارد الطبيعية.

(1) رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص 182.

- المحور الرابع: المسؤولية الاجتماعية تجاه الزبائن.

بالإضافة الى سؤالين (02) مفتوحين.

خامسا: الأساليب الإحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات المجمعة، تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for Social Sciences) والذي يرمز له اختصارا بالرمز SPSS. ويعتبر هذا البرنامج بمختلف إصداراته من البرامج الأساسية والمهمة في التطبيقات الإحصائية. حيث يتم بواسطة هذا البرنامج معرفة الكثير من الخصائص المميزة لمجتمع ما من خلال التحليلات الوصفية والتمثيلات البيانية الممثلة لها، كما يمكن من خلاله دراسة العلاقة بين مختلف المتغيرات، وهو مستعمل بشكل واسع في البحوث الاجتماعية. وفيما يلي مجموعة الأساليب الإحصائية التي تم استخدامها في الدراسة:

المدى: وللحكم على المؤشرات الإحصائية خاصة الوسط الحسابي الذي قد يعكس درجة الموافقة أو المعارضة أو الحياد، نلجأ إلى تحديد مجالات الموافقة بنوعيتها والمعارضة بنوعيتها وكذا عدم التأكد المشكلة للمقياس من خلال مايلي:

- **حساب المدى:** ويعبر المدى عن الفرق بين أكبر قيمة وأصغر قيمة حسب المعطيات المتوفرة المراد تحليلها، وحسب مقياس ليكارت يكون المدى كمايلي: المدى = 5-1، المدى = 4 .

- **حساب طول المدى:**

هي تلك العلاقة بين المدى وعدد الدرجات، فيكون: طول المدى = $5/4$ ، طول المدى = 0.8. ولتحديد حدود الفئات نضيف طول المدى (0,8) إلى القيمة الدنيا في المقياس لتحديد الحد الأعلى للفئة الأولى، الذي يكون هو الحد الأدنى للفئة الثانية، وبإضافة له طول المدى يكون الحد الأعلى للفئة الثانية، ونواصل على هذا المنوال لتحديد الحدود الدنيا والعليا لباقي الفئات التي نوضحها كمايلي⁽¹⁾:

(1) عزيزون زهية، التحفيز واثره على الرضا الوظيفي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، سكيكدة، 2007، ص 163.

- حدود المجال الأول : معارض بشدة [1 - 1.80]
- حدود المجال الثاني : معارض [1.81 - 2.60]
- حدود المجال الثالث : محايد [2.61 - 3.40]
- حدود المجال الرابع : موافق [3.41 - 4.20]
- حدود المجال الخامس : موافق بشدة [4.21 - 5.00]

التكرارات : تهدف التكرارات وبعبارة أدق التوزيع التكراري إلى تبسيط العمليات الإحصائية، وذلك بتبويبها في صورة مناسبة حسب ما يتطلبه التحليل لتيسير إجرائها بسرعة ودقة وتم الاعتماد على التوزيعات التكرارية عند تحليل مختلف البيانات الخاصة بمجتمع وعينة البحث وكذلك نتائج بيانات الاستبيان.

المتوسط الحسابي: تم استعمال هذا المتوسط لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض إجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة الأساسية، ويحدد لنا متوسط الترتيب لكل عبارة من عبارات المحور.

النسب المئوية: من مقاييس النزعة المركزية، فهو يقدم نوعاً من الخلاصة عن كل المعطيات - الرقمية - حيث يقيس الاتجاه المركزي الأكثر تواجداً ضمن مجموعة من الأرقام القابلة للمقارنة. وقد استخدمنا المتوسط الحسابي في هذه الدراسة لمعرفة مستوى بتطبيق المسؤولية الاجتماعية.

الرسوم البيانية: تدعيماً للمعطيات وزيادة إيضاحها، استخدمنا الرسوم البيانية خاصة في تحليل خصائص مفردات العينة.

الانحراف المعياري: يمثل انحراف القيم عن متوسطها، وتم استخدامه بالموازاة مع الوسط الحسابي لتحديد انحرافات إجابات مفردات العينة لكل عبارة من عبارات المقياس عن متوسطها الحسابي.

معامل ألفا كرونباخ (α): مقياس أو مؤشر لثبات الاختبار، أستخدم لقياس مدى ثبات أداة الدراسة، ويأخذ قيمة محصورة بين 0 و 1. فإذا كان معامل الثبات مرتفعاً فإن هذا يعتبر مؤشراً جيداً على ثبات الاستبيان وبالتالي صلاحية وملائمة الإستبانة لأغراض الدراسة⁽¹⁾.

(1) خالد محمد السواغي، مدخل إلى تحليل البيانات باستخدام SPSS ، ط1، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2011، ص 138.

سادسا: اختبار صدق وثبات أداة الدراسة (الاستبيان):

1- اختبار صدق أداة الدراسة: حتى يتسنى استعمال مقياس ليكرت لقياس الأبعاد المتعلقة بتطبيق المسؤولية الاجتماعية، ينبغي أن يكون صادقا ونعني بذلك تناسق عبارات المقياس مع بعضها البعض وبمعنى آخر: " أن اختبار الصدق هو تحديد ما إذا كانت العبارات التي يتكون منها المقياس تقيس نفس البعد" ⁽¹⁾، ويعد اختبار صدق المقياس يأتي كأحد المراحل الأساسية في إعداد مقياس ليكرت النهائي.

✓ **الصدق الظاهري الاستبيان:** تهدف هذه الخطوة إلى التأكد من أن الاستبيان صمم لقيس ما وضع من أجله، ولتحقيق ذلك قام الباحث بعرض الاستبيان على المشرف على الأطروحة لإبداء رأيه وملاحظاته بشأن فقرات الاستبيان، وكذلك عرض الاستبيان في صورتها الأولية على مجموعة من الأساتذة والخبراء والمحكمين من ذوي الاختصاص والخبرة في علم الاجتماع، وقد قام الباحث بدراسة ملاحظات واقتراحات السادة المحكمين من حيث نقاط الاتفاق والاختلاف واقتراح التغيير أو التبديل أو الحذف والعمل بها. وقد استقر الاستبيان في صورته النهائية على خمسون عبارة وسؤالين مفتوحين.

✓ **الصدق البنائي للاستبيان:** للتحقق من مدى صدق الاتساق الداخلي بين محاور الاستبيان قبل استخدامه وكذلك التحقق من ارتباط تلك المحاور مع بعضها البعض والتأكد من عدم التداخل فيما بينها، حيث وبعد توزيع الاستبيان على عينة عشوائية استطلاعية عددها 10 أفراد بالمؤسسة محل الدراسة وتم حساب معامل الارتباط بيرسون باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، وقد جاءت النتائج على النحو التالي:

جدول رقم (14): معامل الارتباط بيرسون Correlations

المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة والموارد الطبيعية	المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع	المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين	المتوسط الكلي	
**911,	**877,	**905,	1	المتوسط الكلي
**841,	**739,	**742,	1	المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين

(1) عبد الفتاح بوخمخ، تحليل وتقييم الأداء الاجتماعي في المنشأة الصناعية، رسالة دكتوراه دولة في التسويق، قسم علوم التسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسنطينة، 2002، ص 133.

المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع	905**	742**	1	801**	802**
المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة والموارد الطبيعية	877**	739**	801**	1	693**
المسؤولية الاجتماعية تجاه الزبائن	911**	841**	802**	693**	1

** توجد دلالة إحصائية عند مستوى (0.01)

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على إجابات عينة الدراسة ومخرجات spss.

بعد دراسة الجدول السابق نلاحظ أن العلاقة بين المحاور طردية وذات دلالة إحصائية عالية جداً (أقل من أو تساوي 0.001). وعموماً تعتبر معاملات الارتباط السابقة معاملات ثبات داخلي مقبولة ودالة إحصائياً، ويستدل مما سبق قوة التماسك الداخلي للاستبيان.

2- اختبار ثبات الأداة (تجريب الاستبيان):

ثبات الأداة يعني أنها تعطي نتائج متقاربة أو نفس النتائج إذا طبقت أكثر من مرة في ظروف مماثلة، حيث أن المقياس الثابت هو ذلك المقياس الذي يعطي نفس النتائج إذا قاس نفس الشيء مرة أخرى، فالثبات هو الاتساق في نتائج الأداء هذا ما يعكس لنا أن الثبات من بين الخطوات الهامة في تصميم المقياس.

وتعتمد جميع طرق حساب الثبات اعتماداً مباشراً على معاملات الارتباط، ونذكر من بين الطرق المستخدمة ما يلي⁽¹⁾: طريقة إعادة الاختبار - طريقة التجزئة النصفية - طريقة تحليل التباين - طريقة الاختبارات المتكافئة.

ومن بين الطرق السابق ذكرها اعتمدنا على طريقة الاختبار وإعادة الاختبار (Test - Retest). حيث قام الباحث بتطبيق الأداة في صيغتها الأولية على عينة الدراسة الاستطلاعية البالغ عددها 10 أفراد ثم إعادة تطبيقها بعد فترة زمنية قدرها 21 يوماً بهدف استبعاد أثر التذكر لدى المبحوثين. وقد تم الاعتماد في حساب قيمة ثباته على معادلة ألفا كرونباخ (α) باستعمال برنامج spss.

وبعد التطبيق تم الحصول على قيمة ثبات مساوية لـ 0.942 في الاختبار الأول، ثم قمنا بعد ذلك بتطبيق نفس الطريقة على الاستجابة الثانية لنفس أفراد العينة بعد مدة زمنية وحصلنا على قيم ثبات

(1) فؤاد البهي السيد، علم النفس الإحصائي وقياس العقل البشري، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004، ص 378.

مساوية لـ 0.947. ومنه نستنتج إن الاختبار يتمتع بقيمة ثبات عالية ولا يوجد فرق كبير في النتيجة في الاختبار الأول والثاني.

وبناء على ما تحصلنا عليه من نتائج فيما يخص دراسة خصائص المقياس من حيث الصدق والثبات نكون قد توصلنا إلى إعداد المقياس النهائي المؤهل لاستخدامه للغرض المطلوب، والذي أصبح يضم خمسون 50 عبارة موزعة على مختلف محاور المقياس وسؤالين (02) مفتوحين، تم توزيعها على مفردات العينة.

وختاماً، فقد عرضنا من خلال النقاط السابقة خطوات تصميم الدراسة التطبيقية، حيث تم التعرف على مجتمع الدراسة، كما تم وصف عينة الدراسة والمكونة من 62 إطار واطار سامي بالمؤسسة الاقتصادية سوناطراك وصفاً دقيقاً، كما تعرفنا على الأداة المستعملة في جمع البيانات، وهي الاستبيان والذي تم تصميمه وصياغته عبر مراحل مدروسة وبأسلوب علمي دقيق. واعتمدنا في القياس على مقياس (ليكرت) الخماسي. وفي الأخير عرضنا أهم الأساليب الإحصائية التي سوف نقوم بالاعتماد عليها من أجل اختبار الفرضيات.

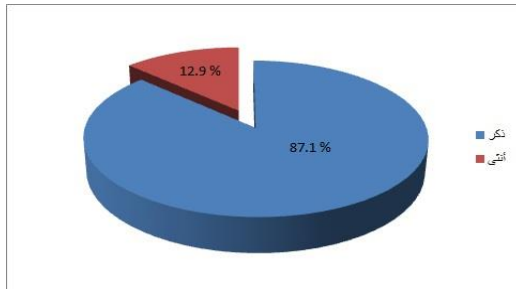
سابعا: عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة:

تحقيقا لأهداف الدراسة في التعرف على واقع تبني برامج المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية سوناطراك، سنقوم من خلال هذا المبحث بعرض وتحليل وتفسير البيانات التي تم جمعها من أفراد عينة الدراسة. ومناقشتها النتائج على ضوء الفرضيات الجزئية والتي أتت بالشكل التالي:

الجزء الاول: الخصائص الديموغرافية:

سنقوم من خلال هذا المطلب بالتعرف على بعض الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة وهي: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المسمى الوظيفي عدد سنوات الخدمة في المؤسسة.

الشكل رقم (11): التمثيل البياني بالدائرة النسبية للجنس



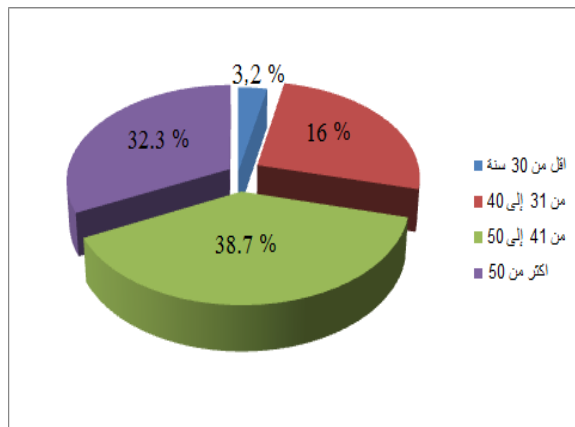
جدول رقم (15): توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	54	87.1 %
أنثى	8	12.9 %
المجموع	62	100 %

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على إجابات عينة الدراسة ومخرجات spss

من خلال بيانات الجدول 03 نلاحظ أن نسبة الذكور مرتفعة مقارنة بالنسبة للإناث حيث بلغت نسبة الذكور 87.1 % في حين قدرت عند الإناث بـ 12.9 %.

جدول رقم (16): توزيع أفراد العينة حسب العمر الشكل رقم (12): التمثيل البياني بالدائرة النسبية للعمر

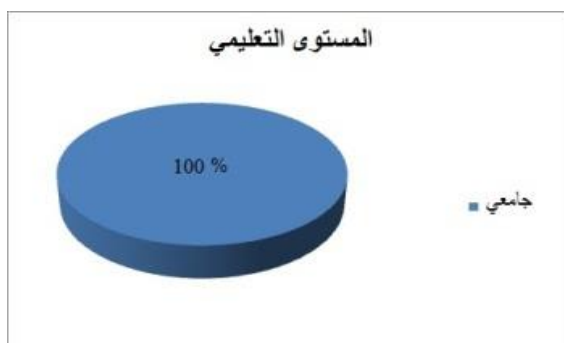


الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 30 سنة	2	3,2 %
من 31 إلى 40	16	16 %
من 41 إلى 50	24	38.7 %
أكثر من 50	20	32.3 %
المجموع	62	100 %

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على إجابات عينة الدراسة ومخرجات spss

بناءً على معطيات الجدول رقم 00 نجد أن 38.7 بالمائة هي أعلى نسبة مثلت أفراد العينة من 41 إلى 50 سنة. لتليها نسبة 32.3 بالمائة للاطارات الأكثر من 50 سنة وبعدها 16 بالمائة نسبة الفئة العمرية من 31 إلى 40، وأدنى نسبة مثلت الأفراد الذين تنحصر أعمارهم في الفئة العمرية أقل من 30 سنة بنسبة 3,2. ويفسر هذا باعتماد مؤسسة سوناطراك على الاقدمية لشغل المناصب العليا، لذا نلاحظ ان الفئتين العمريتين من 41 إلى 50 و أكثر من 50 هما الاوفر حضا لشغل المناصب العليا.

جدول رقم (17): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي الشكل رقم (13): التمثيل البياني بالدائرة النسبية للمستوى التعليمي



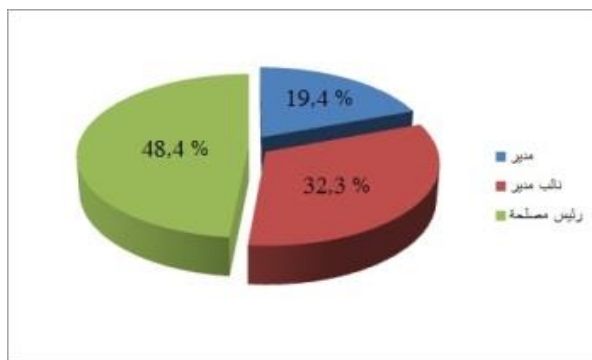
المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
تكوين مهني	00	00 %
ثانوي	00	00 %
جامعي	62	100 %
المجموع	62	100 %

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على إجابات عينة الدراسة ومخرجات spss

مما لا شك فيه أن المستوى التعليمي ذا أهمية كبيرة في مثل دراستنا، فكل مستوى له خصائصه التي تنعكس على الفرد بحد ذاته فنجد الجامعي ذا طموح أكبر من الفرد الغير متحصل على شهادة، ونركز في تحليلنا على المستويات التالية: معهد التكوين، الثانوي، الجامعي.

إذ يتبين لنا من الجدول رقم 00 أن ما نسبته 100 بالمائة هم أفراد لهم مستوى جامعي، الأمر الذي يتماشى ونشاط المؤسسة الذي يتطلب موظفين ذوي اختصاص ومستوى أكاديمي وكفاءة عاليتين لشغل مناصب عليا في المؤسسة.

الشكل رقم (14): التمثيل البياني بالدائرة النسبية للمسمى الوظيفي



جدول رقم (18): توزيع أفراد العينة حسب المسمى الوظيفي

المسمى الوظيفي	التكرار	النسبة
مدير	12	% 19,4
نائب مدير	20	% 32,3
رئيس مصلحة	30	% 48,4
المجموع	62	% 100

• المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على إجابات عينة الدراسة ومخرجات spss

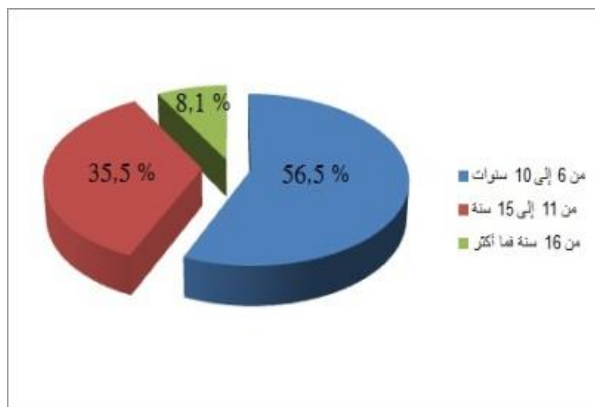
يظهر لنا من الجدول رقم 00 أن نسبة 48,4 بالمائة من أفراد العينة هم رؤساء مصالح، تليها نسبة 32,3 بالمائة هم نواب مدراء. وأخيرا نسبة 19,4 بالمائة هم مدراء، وهذا التوزيع في النسب يعتبر طبيعيا لانه انعكاس لطبيعة الهيكل التنظيمي للمؤسسة، الذي يتأسس على مصالح عديدة تكون تابعة بدورها لمديريات فرعية يترأسها نواب مدير، وهذه المديريات تكون تابعة لمديريات مركزية يترأسها مدراء مركزيين. لهذا نجد ان اكثر عدد يكون من نصيب رؤساء المصالح. ويقل العدد كلما اتجهنا صعودا في الهيكل التنظيمي.

جدول رقم (19): توزيع أفراد العينة

الشكل رقم (15): التمثيل البياني بالدائرة النسبية

حسب سنوات الخدمة

لسنوات الخدمة



سنوات الخدمة	التكرار	النسبة
اقل من 5 سنوات	00	% 00
من 6 إلى 10 سنوات	35	% 56,5
من 11 إلى 15 سنوات	22	% 35,5
من 16 سنة فما أكثر	5	% 8,1
المجموع	62	% 100

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على إجابات عينة الدراسة ومخرجات spss

من خلال الجدول رقم 00 نلاحظ أن نسبة 56,5 بالمائة من أفراد العينة هي الفئة التي تتراوح أقدميتها من 6 إلى 10 سنوات. لتليها الفئة من 11 إلى 15 سنوات بنسبة 35,5 بالمائة، واتبها في آخر الترتيب فئة من 16 سنة فما أكثر بنسبة 8,1 بالمائة. وتفسير ذلك هو أن الفئة الأكثر تمثيلاً والتي تخص من 6 إلى 10 سنوات هم رؤساء المصالح والذي يشترط فيهم بلوغ 5 سنوات اقدمية للترشح لهذا المنصب، أما فئة من 11 إلى 15 سنوات فغالبا يكونون نواب مدير لذا أتى تعدادهم تقريبا متوازيًا مع تعداد نواب المدير في الجدول السابق حيث بحسب القانون الداخلي للمؤسسة يشترط في تقلدهم هذا المنصب مرور 8 سنوات، كذلك الحال مع فئة من 16 سنة فما أكثر، أما فئة اقل من 5 سنوات فلم يرد أي فرد من العينة كونه لا يمكن أن يكون إطاراً رئيس مصلحة إلا باستثناء واحد وهو حصول المترشح لهذا المنصب على شهادة الدكتوراه زائد ثلاث سنوات اقدمية وهذا الأمر لم يتوفر في أي فرد من أفراد العينة البحثية.

سابعا / الجزء الثاني: الجعرض وتحليل وتفسير البيانات حسب المحاور وبنودها:

أ- المحاور الخاصة بإبعاد المسؤولية الاجتماعية وهي (الموظفين، المجتمع، البيئة والموارد الطبيعية، الزبائن): سنحاول من خلال هذه النقطة تحليل وتفسير إجابات أفراد عينة الدراسة على أسئلة كل من محور المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين. وهذا بالاعتماد على نظام « SPSS ». ولمعرفة واقع المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين في المؤسسة محل الدراسة تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات محور المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين.

وفي هذا العنصر سيتم تفرغ وتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور، عن طريق حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين، حيث جاءت النتائج كالتالي:

المحور الأول: يوجد التزام من قبل إدارة مؤسسة سوناطراك الجزائرية نحو تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموظفين.

جدول رقم (20): خاص بمحور المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين.

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	النتيجة	
01	تمنح لكم مؤسساتكم مكافآت وعلاوات تشجيعية.	تكرار	15	28	4	8	7	3,58	1,30	موافق
02	تمنح لكم مؤسساتكم إعانات مادية عند الحاجة.	تكرار	10	34	5	8	5	3,58	1,15	موافق
03	توفر لكم مؤسساتكم خدمات الإسكان والنقل.	تكرار	18	29	8	3	4	3,87	1,09	موافق
04	تتوفر مؤسساتكم على منشآت عناية طبية خاصة بالعمال.	تكرار	27	26	3	5	1	4,17	,96	موافق
05	تقوم مؤسساتكم بعمل فحص طبي دوري لعاملين للتأكد من صحتهم	تكرار	23	29	9	1	-	4,19	,74	موافق
06	تساهم مؤسساتكم في شراء مساكن عائلية للعمال.	تكرار	26	16	13	3	4	3,91	1,19	موافق
07	توفر مؤسساتكم رحلات سياحية للعاملين وذويهم.	تكرار	16	25	10	6	5	3,66	1,20	موافق
08	توفر مؤسساتكم دور حضانة وروضات لأبناء الموظفين.	تكرار	11	28	7	10	6	3,45	1,23	موافق

09	توفر مؤسستكم البرامج التدريبية اللازمة من أجل تنمية مهارات الموظفين.	تكرار	21	7	21	5	8	3,45	1,37	موافق
10	توفر مؤسستكم فرص الترقية للموظفين	تكرار	21	12	14	6	9	3,48	1,42	موافق
11	تسمح مؤسستكم للموظفين بالمشاركة في اتخاذ القرارات الهامة.	تكرار	9	16	6	24	7	2,93	1,30	محايد
12	تسمح مؤسستكم بوجود النقابات العمالية.	تكرار	9	37	12	2	2	3,79	,85	موافق
13	توفر مؤسستكم بيئة عمل صحية وأمنة	تكرار	23	15	20	2	2	3,88	1,05	موافق
14	تراقب مؤسستكم دائماً تغير المناخ وتأثيره على موظفيها	تكرار	24	23	-	3	2	4,35	,95	موافق بشدة
المتوسط الكلي لآراء المبحوثين حول المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين										
								3,73	1,13	موافق

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على إجابات عينة الدراسة ومخرجات spss

من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه يتضح لنا أن هناك تفاوت في رأي أو تقييم أفراد العينة لعبارات هذا المحور، حيث تراوحت قيمة المتوسط الحسابي ما بين (2.93 إلى 4.35) وهي متوسطات تتراوح بين المجالين الثالث والخامس من مقياس ليكرت الخماسي وبشيران إلى خيارى (محايد/موافق بشدة) على التوالي على أداة البحث.

أما بالنسبة لأعلى قيمة للمتوسط الحسابي فقد بلغت 4.44 وبانحراف معياري قيمته 0.95 بالنسبة للعبارة رقم رقم 14. وهو متوسط يشير إلى خيار (موافق بشدة). وهي نسبة مرتفعة جداً وتدل على أن الأفراد المبحوثين يؤكدون بشدة على أن مؤسسة سوناطراك تراقب دائماً تغير المناخ وتأثيره على موظفيها.

وأما أقل قيمة للمتوسط الحسابي فقد بلغت 2.93 بانحراف معياري قيمته 1.30 بالنسبة للعبارة رقم 11 وهو متوسط يشير إلى خيار (محايد). وهذا يدل على تردد الأفراد المبحوثين على الإجابة على هذا البند.

إلا انه يلاحظ من خلال بيانات الجدول أن قيم الوسط الحسابي للبنود رقم 01-02-03-04-05-06-07-08-09-10-12-13-14 أتت قيمها على التوالي (3,87 - 3,58 - 3,58 - 4,17 - 4,19 - 3,91 - 3,66 - 3,45 - 3,45 - 3,48 - 3,79 - 3,88 - 4,35) وبانحراف معياري قيمه على التوالي (1,30 - 1,15 - 1,09 - 0,96 - 74, - 1,19 - 1,20 - 1,23 - 1,37 - 1,42 - 0,85 - 1,05 - 0,95) وهو متوسط يشير إلى خيار موافق. وتمثلها الفقرات التالية: تمنح المؤسسة للموظفين أجور إضافية ومكافئات تشجيعية وتمنح لهم إعانات مادية عند الحاجة. وتوفر لهم خدمات الإسكان والنقل. تتوفر المؤسسة على منشآت عناية طبية خاصة بالعمال. وتقوم بعمل فحص طبي دوري لعاملين للتأكد من صحتهم، كما تساهم في شراء مساكن عائلية للعمال. وتوفر رحلات سياحية للعاملين وذويهم، ودور حضانة وروضات لأبناء الموظفين. وتوفر البرامج التدريبية اللازمة من أجل تنمية مهارات الموظفين. مع توفر فرص الترقية للموظفين، كما تسمح المؤسسة بوجود النقابات العمالية. مع توفر بيئة عمل صحية وآمنة. بالإضافة الى ان المؤسسة تراقب دائماً تغير المناخ وتأثيره على موظفيها.

وهي متوسطات تشير إلى خيار (موافق). وهي قيمة مرتفعة تدل على ان مؤسسة سوناطراك تطبق بشكل جيد مبدأ المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين.

أما بالنسبة للعبارة رقم (11) والتي مفادها أن المؤسسة تسمح للموظفين بالمشاركة في اتخاذ القرارات الهامة فقد حصلت أيضا على متوسط حسابي قدره (2,93) يعكس درجة محايد. كما بلغ الانحراف المعياري (1,30) و هي قيمة تعكس تشتت في الإجابات.

وأما قيمة المتوسط الحسابي الكلي لآراء المبحوثين حول هذا المحور قد بلغت 3.73 وبانحراف معياري قيمته 1.13 وهو متوسط يشير إلى خيار موافق. وهي قيمة تدل على أن الأفراد المبحوثين يقررون بان الممارسات المسئولة اجتماعيا تجاه الموظفين تؤدي بأداء جيد من طرف المؤسسة عينة الدراسة. وهي قيمة تدل -حسب رأي الباحث- تعكس الواقع المهني المعاش داخل مؤسسة سوناطراك.

وكخلاصة عامة عن هذا المحور، نلاحظ أن تقييم اتجاهات ممارسة المؤسسة عينة الدراسة كانت تتجه نحو أداء جيد لممارسة المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين.

كل هذه النتائج تتوافق مع واقع المؤسسة والذي وقف عليه الباحث اثناء قيامه بزيارة منشآت مؤسسة سوناطراك، حيث اثناء القيام بالزيارات تم ملاحظة ان مؤسسة سوناطراك تطبق بصفة جيدة مسؤوليتها الاجتماعية اتجاه الموظفين، اذ تتوفر على جميع الظروف المهنية المواتية، والتي تساعد على رفع الروح المعنوية للموظفين، والتي تتمثل في مقرات عمل راقية ومنشآت ترفيهيه ورياضيه ذات مستوى عالي، وتمنح المؤسسة اجور عالية ومرضية، وكذلك توفر رعاية صحيه للعمال وعائلاتهم سواء داخل المؤسسة عبر هياكل طبيه مجهزه بمعدات الكشف الطبي يديرها طاقم طبي مؤهل او خارجها من خلال التعاقد مع كبرى العيادات الطبية داخل وخارج الوطن. وكذلك توفر دور حضانه لأولاد الموظفين وذوي الحقوق مع توفير النقل الجو عبر اسطولها الخاص الطاسيلي. كل هذه الحقائق وغيرها التي سجلها الباحث اثناء زيارته المتكررة لمنشآت المؤسسة تدعم ما انت به النتائج في هذا المحور.

المحور الثاني: يوجد التزام من قبل إدارة مؤسسة سوناطراك الجزائرية نحو تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع .

جدول رقم (21): خاص بمحور المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع.

الرقم	العبارات	تكرار	موافقة بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	النتيجة
01	تقدم مؤسساتكم الهيئات والتبرعات للجمعيات الخيرية.	تكرار	4	34	17	5	2	3,53	,86	موافق
02	تلتزم مؤسساتكم بتوفير فرص عمل متكافئة لأفراد المجتمع.	تكرار	3	22	25	6	6	3,16	1,01	موافق
03	توظف مؤسساتكم عاملين من ذوي الاحتياجات الخاصة.	تكرار	9	39	11	2	1	3,85	,76	موافق
04	تساهم مؤسساتكم في تنظيم ودعم الاحتفالات الوطنية والدينية.	تكرار	6	25	29	1	1	3,54	,76	موافق
05	تساهم مؤسساتكم في دعم النشاطات الثقافية، والندوات والمؤتمرات العلمية.	تكرار	3	28	20	9	2	3,33	,90	محايد
06	تقوم مؤسساتكم في تمويل الأنشطة والأحداث الرياضية.	تكرار	6	22	16	3	15	3,01	1,33	محايد
07	تساهم مؤسساتكم في انجاز المدارس والمستشفيات والطرق.	تكرار	9	18	24	5	6	3,30	1,12	محايد

08	تقدم مؤسساتكم المساعدة المادية في حالة الكوارث الطبيعية مثل الزلازل والفيضانات والحرائق.	تكرار	11	30	14	3	4	3,66	1,03	موافق
09	تمكن مؤسساتكم الطلبة الجامعيين والمهنيين بمراكز التكوين المهني من إجراء التبرعات الميدانية لديها	تكرار	11	46	3	1	1	4,04	,66	موافق
10	تعمل مؤسساتكم على ربط علاقات مع الجامعات والمدارس العليا لتطوير التعليم والبحث العلمي	تكرار	21	18	14	8	1	3,80	1,09	موافق
11	تتمتع مؤسساتكم بعلاقات متينة مع الجمعيات والمجتمع المدني	تكرار	1	23	29	6	3	3,20	,83	محايد
12	تساهم المؤسسة في حملات التوعية الصحية وتطعيم الاطفال	تكرار	3	19	26	10	4	3,11	,95	محايد
13	تقوم مؤسساتكم بإصدار تقرير سنوي يضم الإفصاح عن الأداء الاجتماعي.	تكرار	2	9	41	7	3	3,00	,76	محايد
المتوسط الكلي لآراء المبحوثين حول واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع										
								3,43	,92	موافق

• المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على إجابات عينة الدراسة ومخرجات spss

من خلال نتائج الجدول (00) الموضح أعلاه يتضح لنا أن هناك تفاوت في مستوى درجة تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع بالمؤسسة، حيث تراوحت قيمة المتوسط الحسابي ما بين (3.00 إلى 4.04) وهي متوسطات تتراوح بين المجالين الثالث والرابع من مقياس ليكرت الخماسي ويشيران إلى خيار (محايد/ موافق) على التوالي على أداة البحث. بمعنى أن أفراد العينة يقرون بأن مستوى تطبيق مؤسسة سوناطراك للمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع كان ما بين المتوسط والجيد.

إلا أنه يلاحظ من خلال بيانات الجدول أن قيم الوسط الحسابي للبيانات رقم (01 - 02 - 03 - 04 - 08 - 09 - 10) أنت قيمها على التوالي (3,53 - 3,16 - 3,85 - 3,54 - 3,66 - 4,04 - 3,80) وبانحراف معياري قيمه على التوالي (0,86 - 1,01 - 0,76 - 0,76 - 1,03 - 0,66 - 1,09). وهو متوسط يشير إلى خيار موافق. وتمثلها الفقرات على التوالي وهي: ان المؤسسة تقدم الهيئات والتبرعات للجمعيات الخيرية. وتلتزم بتوفير فرص عمل متكافئة لأفراد المجتمع. كما توظف عاملين من ذوي الاحتياجات الخاصة. و تساهم في تنظيم ودعم الاحتفالات الوطنية والدينية. وتقدم المساعدة المادية في حالة الكوارث الطبيعية مثل الزلازل والفيضانات

والحرائق. كما تمكن الطلبة الجامعيين والمتمهنيين بمراكز التكوين المهني من إجراء التريصات الميدانية لديها، وتعمل على ربط علاقات مع الجامعات والمدارس العليا لتطوير التعليم والبحث العلمي.

أما بالنسبة لأعلى قيمة للمتوسط الحسابي فقد بلغت 4.04 وبانحراف معياري قيمته 0.66 بالنسبة للعبارة رقم 09، وهو متوسط يشير إلى خيار (موافق) على أداة البحث. وهذا يعني أن أفراد العينة يقرون بأن المؤسسة تمكن المؤسسة الطلبة الجامعيين والمتمهنيين بمراكز التكوين المهني من إجراء التريصات الميدانية لديها، ويعود ذلك في رأي الباحث إلى كبر حجم المؤسسة والعدد الكبير لورشاتها وقواعدها العملياتية المنتشرة في ربوع الوطن والتي يمكنها ان تستوعب اعدادا كبيرة من المتمهنيين من المسجلين بمراكز التكوين المهني و طلبة الجامعات.

وأما اقل قيمة للمتوسط الحسابي فقد بلغت (3.00) بانحراف معياري قيمته 0.76 بالنسبة للعبارة رقم 13، وهو متوسط يشير إلى خيار (محايد) على أداة البحث. وهذا يعني أن أفراد العينة يققون موقف خياد مع فكرة قيام المؤسسة بإصدار تقرير سنوي يضم الإفصاح عن الأداء الاجتماعي.

أما عن قيمة الوسط الحسابي الكلي لآراء المبحوثين حول هذا المحور. فقد بلغ (3.43) وبانحراف معياري قيمته 0.92 والتي تقع في المجال الرابع لمقياس ليكرت والتي تشير إلى خيار موافق. وهي قيمة مرتفعة تدل على أن الأفراد المبحوثين يقرون بان الممارسات المسؤولة اجتماعيا تجاه المجتمع تؤدي بأداء جيد من طرف المؤسسة عينة الدراسة.

واستخلاصا لما سبق، يمكن القول بأن تقييم اتجاهات ممارسة المؤسسة عينة الدراسة كانت تتجه نحو أداء جيد لممارسة المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع.

المحور الثالث: يوجد التزام من قبل إدارة مؤسسة سوناطراك الجزائرية نحو تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة والموارد الطبيعية.

جدول رقم (22): خاص بمحور المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة والموارد الطبيعية.

الرقم	العبارات	متوسط	الانحراف المعياري	النتيجة
01	تقوم مؤسستكم باستبعاد المواد السامة والمضرة من الانتاج	3,72	,89	موافق
02	تقوم مؤسستكم بتشجير المناطق الداخلية والمحيط بها.	4,22	,75	موافق بشدة
03	تقوم مؤسستكم بتركيب اجهزة الفلاتر لمنع التلوث	3,77	,98	موافق
04	تلتزم مؤسستكم بقوانين البيئة للحد من التدهور البيئي.	3,70	,81	موافق
05	تقوم مؤسستكم بتطبيق برامج لخفض استهلاك الطاقة.	3,67	,76	موافق
06	تستخدم مؤسستكم تقنيات للتخلص من النفايات ومخلفات التصنيع.	4,01	,77	موافق
07	تقوم مؤسستكم بالأبحاث من اجل اكتشاف مصادر جديدة أو بديلة للطاقة المستخدمة حاليا.	3,70	,94	موافق
08	تمول مؤسستكم حملات التوعية في مجالات حماية البيئة.	3,54	,82	موافق
09	يوجد سياسة لإدارة البيئة في مؤسستكم.	3,67	,78	موافق
10	تحتزم المؤسسة معايير البيئة الوطنية والدولية.	3,70	,75	موافق
11	تقيس المؤسسة بصفة دورية التأثير البيئي لأنشطتها على الطبيعية	3,46	,84	موافق
12	تحتزم مؤسستكم دائما لوائح التنمية المستدامة	3,33	,84	محايد
المتوسط الكلي لآراء المبحوثين حول المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة والموارد الطبيعية				
		3,70	,82	موافق

• **المصدر:** من إعداد الطالب بالاعتماد على إجابات عينة الدراسة ومخرجات spss

من خلال نتائج الجدول (00) الموضح أعلاه يتضح لنا أن هناك تفاوت في مستوى درجة تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة والموارد الطبيعية بالمؤسسة، حيث تراوحت قيمة المتوسط الحسابي

ما بين (3.33 إلى 4.22) وهي متوسطات تتراوح بين المجالين الثالث والخامس من مقياس ليكرت الخماسي ويشيران إلى خيارى (محايد/ موافق بشدة) على التوالي على أداة البحث. بمعنى أن أفراد العينة يقرون بأن مستوى تطبيق مؤسسة سوناطراك للمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة والموارد الطبيعية كان ما بين المتوسط والممتاز.

وبلاحظ أيضا، من خلال بيانات الجدول أن قيم الوسط الحسابي للبند رقم (01 - 03 - 04 - 05 - 06 - 07 - 08 - 09 - 10 - 11) أتت قيمها على التوالي (3,70 - 3,77 - 3,72 - 3,67 - 4,01 - 3,70 - 3,54 - 3,67 - 3,46) وبانحراف معياري قيمه على التوالي (0,84 - 0,75 - 0,98 - 0,81 - 0,76 - 0,77 - 0,94 - 0,82 - 0,78 - 0,75). وهو متوسط يشير إلى خيار موافق. وتمثلها الفقرات على التوالي وهي: تقوم المؤسسة باستبعاد المواد السامة والمضرة من الانتاج، كما تقوم بتشجير المناطق الداخلية والمحيطه بها. وتقوم بتركيب اجهزة الفلاتر لمنع التلوث، ايضا تلتزم المؤسسة بقوانين البيئة للحد من التدهور البيئي، وتقوم بتطبيق برامج لخفض استهلاك الطاقة. كما تستخدم تقنيات للتخلص من النفايات ومخلفات التصنيع. بالاضافة الى قيام المؤسسة بالأبحاث من اجل اكتشاف مصادر جديدة أو بديلة للطاقة المستخدمة حاليا. وتمول المؤسسة حملات التوعية في مجالات حماية البيئة. ويوجد بها سياسة لإدارة البيئة في المؤسسة. كما تحترم المؤسسة معايير البيئة الوطنية والدولية. وتقيس بصفة دورية التأثير البيئي لأنشطتها على الطبيعية

أما بالنسبة لأعلى قيمة للمتوسط الحسابي فقد بلغت 4.22 وبانحراف معياري قيمته 0.75 بالنسبة للعبارة رقم 02، وهو متوسط يشير إلى خيار (موافق بشدة) على أداة البحث. وهذا يعني أن أفراد العينة يقرون بأن المؤسسة تقوم بتشجير المناطق الداخلية لها والمحيطه بها.

وأما اقل قيمة للوسط الحسابي فقد بلغت 3.33 بانحراف معياري قيمته 0.84 بالنسبة للعبارة رقم 12، وهو متوسط يشير إلى خيار (محايد) على أداة البحث. وهذا يعني أن أفراد العينة يقفون موقف حياد مع فكرة احترام المؤسسة للوائح التنمية المستدامة.

أما عن قيمة الوسط الحسابي الكلي لآراء المبحوثين حول هذا المحور. فقد بلغ (3.70) وبانحراف معياري قيمته 0.82 والتي تقع في المجال الرابع لمقياس ليكرت والتي تشير إلى خيار

موافق. وهي قيمة مرتفعة تدل على أن الأفراد المبحوثين يقرون بأن الممارسات المسؤولة اجتماعيا اتجاه البيئة والموارد الطبيعية تؤدي بأداء جيد من طرف المؤسسة عينة الدراسة.

واستخلاصا لما سبق، يمكن القول بأن تقييم اتجاهات ممارسة المؤسسة عينة الدراسة كانت تتجه نحو أداء جيد لممارسة المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة والموارد الطبيعية.

المحور الرابع: يوجد التزام من قبل إدارة مؤسسة سوناطراك الجزائرية نحو تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية اتجاه الزبائن.

جدول رقم (23): خاص بمحور المسؤولية الاجتماعية تجاه الزبون.

الرقم	العبارات	تكرار	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	النتيجة
01	تقوم مؤسستكم بأبحاث من أجل تعديل تصميم منتجاتها وفقا لرغبات الزبائن.	تكرار	11	13	30	5	3	3,38	1,02	موافق
02	توزع مؤسستكم منتجاتها بشكل يجعلها في متناول يد الزبائن في مختلف الأوقات.	تكرار	10	24	22	5	1	3,59	,91	موافق
03	تلتزم مؤسستكم بالمقاييس والأوزان المقررة للمنتجات. 33	تكرار	20	23	14	4	1	3,91	,98	موافق
04	تستخدم مؤسستكم منتجات صحية في تعبئة وتغليف المنتجات	تكرار	10	21	27	4	-	3,59	,83	موافق
05	تستمع مؤسستكم إلى شكاوي الزبائن وتهتم بحلها.	تكرار	10	14	30	2	6	3,32	1,09	محايد
06	تسعى مؤسستكم للحصول على معايير التقييس ومتابعتها مثل (ISO 9000، 14001، إلخ)	تكرار	11	43	5	2	1	3,98	,73	موافق
07	لدى مؤسستكم (ميثاق بيع وشراء) يأخذ في الاعتبار المعايير البيئية والاجتماعية	تكرار	13	14	32	2	1	3,58	,91	موافق
08	تحتزم المؤسسة دائما شروط اتفاقها مع زبائنها	تكرار	22	31	6	3	-	4,16	,79	موافق
09	تضمن مؤسستكم دائما سلامة منتجاتها واحترام عملائها	تكرار	3	10	34	15	3	3,82	,75	موافق
10	تقوم مؤسستكم بتعزيز العلاقة بينها وبين زبائنها الأكثر التزاما بالمسؤولية الاجتماعية	تكرار	11	39	10	2	-	3,95	,68	موافق

المتوسط الكلي لآراء المبحوثين حول المسؤولية الاجتماعية تجاه الزبون	3,72	,86	موافق
--	------	-----	-------

• المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على إجابات عينة الدراسة ومخرجات spss

من خلال نتائج الجدول (00) الموضح أعلاه يتضح لنا أن هناك تفاوت في مستوى درجة تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه الزبائن بالمؤسسة، حيث تراوحت قيمة المتوسط الحسابي ما بين (3.32 إلى 4.16) وهي متوسطات تتراوح بين المجالين الثالث والرابع من مقياس ليكرت الخماسي ويشيران إلى خيار (محايد/ موافق) على التوالي على أداة البحث. بمعنى أن أفراد العينة يقرون بأن مستوى تطبيق مؤسسة سوناطراك للمسؤولية الاجتماعية تجاه الزبائن كان ما بين المتوسط والجيد.

وبلاحظ ايضا، من خلال بيانات الجدول أن قيم الوسط الحسابي للبند رقم (01 - 03 - 04 - 06 - 07 - 08 - 09 - 10) أتت قيمها على التوالي (3,38 - 3,59 - 3,91 - 3,59 - 3,59 - 3,98 - 3,58 - 4,16 - 3,82 - 3,95) وبانحراف معياري قيمه على التوالي (0,91 - 0,98 - 0,98 - 0,83 - 0,73 - 0,91 - 0,79 - 0,75 - 0,68). وهو متوسط يشير إلى خيار موافق. وتمثلها الفقرات على التوالي وهي: تقوم المؤسسة بأبحاث من اجل تعديل تصميم منتجاتها وفقا لرغبات الزبائن، وتوزع منتجاتها بشكل يجعلها في متناول يد الزبائن في مختلف الأوقات، كما تلتزم بالمقاييس والأوزان المقررة للمنتجات، وتستخدم المؤسسة منتجات صحية في تعبئة وتغليف المنتجات، ايضا تسعى المؤسسة للحصول على معايير التقييس ومتابعتها مثل (ISO 9000، ISO 14001)، ولديها (ميثاق بيع وشراء) يأخذ في الاعتبار المعايير البيئية والاجتماعية وتحترم المؤسسة دائما شروط اتفاقها مع زبائنها. كما تضمن دائما سلامة منتجاتها واحترام عملائها. واخيرا تقوم المؤسسة بتعزيز العلاقة بينها وبين زبائنها الأكثر التزاما بالمسؤولية الاجتماعية.

أما بالنسبة لأعلى قيمة للمتوسط الحسابي فقد بلغت 4.16 وبانحراف معياري قيمته 0.79 بالنسبة للعبارة رقم 08، وهو متوسط يشير إلى خيار (موافق) على أداة البحث. وهذا يعني أن أفراد العينة يقرون بأن المؤسسة تحترم المؤسسة دائما شروط اتفاقها مع زبائنهم، ويعود ذلك في رأي الباحث إلى اعتماد شركة سوناطراك في جميع تعاملاتها مع الزبائن تعتمد على ابرام عقود واضحة البنود وتحكم للقوانين المحلية والدولية.

وأما أقل قيمة للوسط الحسابي فقد بلغت 3.32 بانحراف معياري قيمته 1.09 بالنسبة للعبارة رقم 05، وهو متوسط يشير إلى خيار (محايد) على أداة البحث. وهذا يعني أن أفراد العينة يقفون موقف حياد مع فكرة ان المؤسسة تستمع إلى شكاوي الزبائن وتهتم بحلها.

أما عن قيمة الوسط الحسابي الكلي لآراء المبحوثين حول هذا المحور، فقد بلغ (3.72) وبانحراف معياري قيمته 0.86 ، والتي تقع في المجال الرابع لمقياس ليكرت والتي تشير إلى خيار موافق. وهي قيمة مرتفعة تدل على أن الأفراد المبحوثين يقرون بان الممارسات المسؤولة اجتماعيا اتجاه الزبائن تؤدي بأداء جيد من طرف المؤسسة عينة الدراسة.

واستخلاصا لما سبق، يمكن القول بأن تقييم اتجاهات ممارسة المؤسسة عينة الدراسة كانت تتجه نحو أداء جيد لممارسة المسؤولية الاجتماعية تجاه الزبائن.

ب- الاسئلة المفتوحة:

❖ ما هي الدوافع التي تشجع مؤسسة سوناطراك على الإلتزام بمسؤوليتها الاجتماعية؟

بعد جمع اجابات افراد عينة الدراسة حول موضوع الدوافع التي تشجع مؤسسة سوناطراك على الإلتزام بمسؤوليتها الاجتماعية وبعد تصنيفها وتبويبها، تم تلخيصها في نقاط على الشكل التالي:

« الإلتزام بتطبيق المواصفات العالمية، خاصة في التعاملات مع الاطراف الاجنبية واستثمارات مؤسسة سوناطراك بالخارج. ومن بين هاته المواصفات تنفيذ البرامج المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.

« الإلتزام بالاتفاقيات الدولية، والتي تفرض ضرورة تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية.

« من اجل تحسين العلاقة بين المؤسسة ومختلف أصحاب المصالح، لكسب سمعة جيدة.

« الحاجة إلى توفير مناخ أفضل، يتميز بالشفافية في جميع التعاملات داخل وخارج المؤسسة.

« سعيها منها للقضاء على الفساد الاداري داخل المؤسسة من خلال انشاء مدونة السلوك وتطبيق الاجراءات العقابية.

« بغية تعزيز المنطق الاجتماعي في جميع التعاملات في داخل المؤسسة لخلق جو ملائم لاستقرار الموظفين والقضاء على دوران العمل.

« إرساء بعض القيم الاجتماعية لدى الموظفين بالمؤسسة لتحفيزهم على احترام قيم العمل والتميز، وخلق جو يشجع على اجتذاب أفضل العناصر البشرية والمؤهلة للعمل داخل المؤسسة.

« مساهمتها للنهج الاجتماعي للدولة والرامي لمراعات المناطق المعزولة وتنميتها والاهتمام بالفئات الهشة من المجتمع.

« الاحساس باهمية البيئة والموارد الطبيعية والسعي لحماية المكتسبات الطبيعية للبلاد.

وكخلاصة يمكن القول ان كل النقاط السابق ذكرها تصب في رواق الدوافع الاخلاقية والاجتماعية.

كما نلاحظ ان معظم الدوافع التي تشجع مؤسسة سوناطراك على الإلتزام بمسؤوليتها الاجتماعية تتوافق مع ما انت به النظريات التكاملية: (نظرية ادارة القضايا ونظريه الاداء الاجتماعي للمؤسسات ونظريه اصحاب المصلحة) (انظر الصفحة رقم 86).

هذه النظريات التي حاولت تفسير الدوافع الكامنة وراء تبني المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية، اذ يعتقد مؤلفي هذه النظريات أن المؤسسات تسعى للالتزام بالمسؤولية الاجتماعية بدافع مصاحبه التغيير الاجتماعي والسياسي من خلال العمل على تلبية توقعات العملاء (الداخليين: الموظفين) و(الخارجيين: الزبائن والمستثمرين) ومسايره ضغوط اللوائح القانونية المحلية والدولية وكذا الضغوط من طرف المنظمات الغير حكومية المحلية والدولية.

❖ ما هي التحديات والمعوقات التي تواجهها المؤسسة للقيام بدورها الاجتماعي؟

تواجه المؤسسات، عددا من التحديات التي قد تؤثر سلبا على مدى التزامها بالمسؤولية الاجتماعية والتي يتوجب عليها تخطيها وايجاد حلول لها.

وقصد الوقوف على واقع التحديات التي تواجهها المؤسسة للقيام بدورها الاجتماعي تم طرح سؤال مفتوح على افراد عينة الدراسة، وبعد جمع اجابات افراد العينة وبعد تصنيفها وتبويبها، تم تلخيصها في نقاط على الشكل التالي:

◀ عدم وجود مرجعية رسمية كالقوانين والتشريعات تنظم وتضبط مبادرات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

◀ عدم وجود خطط واستراتيجيات واضحة لممارسة المسؤولية الاجتماعية، إذ ان معظم جهود المؤسسة في مجال المسؤولية الاجتماعية مرتبط بقرارات عشوائية غير منظمة.

◀ قلة الخبرات والمعرفة والقدرة العلمية على وضع المقاييس والمعايير، يتم بموجبها تقييم أداء برامج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، الامر الذي يجعل من الصعوبة بمكان التأكد من فعالية البرامج المطبقة وقدرتها على تحقيق الأهداف المرجوة منها.

◀ الخلط بين العمل التطوعي الخيري المبني على القرارات السيادية والعشوائية لمدير المؤسسة وبين برامج المسؤولية الاجتماعية المبنية على التخطيط والتنظيم المسبق، الامر الذي يقلل من مردودية.

◀ انعدام برامج تدريبية بخصوص برامج المسؤولية الاجتماعية مما سبب عدم إدراك المفهوم الصحيح للمسؤولية الاجتماعية عند الكثير من الاطارات المسيرة للمؤسسة، الامر الذي يخلق فجوة بين توجهات ومقاصد تلك البرامج والنتائج المتحققة عنها.

ك انعدام ادارة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة، متخصصة في مجال التخطيط لبرامج المسؤولية الاجتماعية ومتابعة تنفيذها وكذا تطويرها.

جدول(24): ملخص نتائج اختبار فرضيات الدراسة

الفرضيات الرئيسية	الفرضيات الفرعية	اختبارها	النتيجة
الفرضية الاولى	الفرضية الفرعية الاولى	صحيحة	تمارس مؤسسة سوناطراك مسؤولياتها الاجتماعية تجاه الموظفين بشكل جيد
	الفرضية الفرعية الثانية	صحيحة	وتمارس مسؤولياتها الاجتماعية تجاه المجتمع بشكل جيد.
	الفرضية الفرعية الثالثة	صحيحة	وتمارس بدرجة متوسطة مسؤولياتها تجاه البيئة والموارد الطبيعية
	الفرضية الفرعية الرابعة	صحيحة	وتمارس بدرجة متوسطة مسؤولياتها تجاه الزبائن بشكل جيد
الفرضية الثانية		صحيحة	هناك دوافع اخلاقية واجتماعية تشجع مؤسسة سوناطراك على الالتزام بمسؤوليتها الاجتماعية
الفرضية الثالثة		صحيحة	هناك تحديات ومعوقات تواجه مؤسسة سوناطراك للقيام بدورها الاجتماعي.

المصدر: من إعداد الطالب.

سابعا/ الجزء الثالث: عرض مساهمات مؤسسة سوناطراك في مجال المسؤولية الاجتماعية:

تحقيقا لأهداف الدراسة في التعرف على واقع تبني برامج المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية سوناطراك، سنقوم من خلال هذا الجزء بعرض البيانات التي تم جمعها من طرف ادارة المؤسسة. سواءا من خلال الوثائق المقدمة من طرف طرف ادارة المؤسسة او من خلال التقارير السنوية والمجلات الاخبارية التي تنشرها المؤسسة عبر موقع الانترنت او صفحة الفيسبوك الرسمية، ومناقشتها على ضوء الفرضيات الجزئية والتي أتت بالشكل التالي:

مساهمات المؤسسة في مجال المسؤولية الاجتماعية للمجتمع

- محطات تحلية مياه البحر المنجزة من طرف سوناطراك و شركائها
- مجال الطاقات المتجددة
- التعليم ومحو الأمية
- فك العزلة
- الفلاحة
- الماء
- الصحة
- الشباب والرياضة
- العلاقة مع الجامعات ومراكز البحث العلمي

مساهمات المؤسسة في مجال المسؤولية الاجتماعية الموظفين

- التوظيف والتكوين
- مجال الطيران والنقل الجوي
- تطبيق سياسة الصحة، الأمن، البيئة
- الخدمات الاجتماعية

مساهمات المؤسسة في مجال المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة والموارد الطبيعية

- تخفيض الانبعاثات وحماية البيئة
- مؤسسة سوناطراك تأسيلي للبيئة

- اتفاقية تعاون مع مركز تكنولوجيات الإنتاج الأكثر نقاء

- معالجة نفايات النفط

1- مساهمات المؤسسة في مجال المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموظفين:

مواكبة للتطورات الحديثة في مجال المحروقات، اعتمدت مؤسسة سوناطراك على إستراتيجيتها في تنمية و تكوين وتطوير مواردها البشرية، حيث أن نسبة 80 % منهم معنيون بالتكوين في كل سنة، وبهذا الخصوص تخصص مؤسسة سوناطراك ميزانية سنوية تفوق 9.30 مليار دينار جزائري.

وتتم التكوينات عبر اربعة مراكز انشنتها مؤسسة سوناطراك لهذا الشأن وهي: اكااديمية سوناطراك للمناجمنت (SMA)، مركز تطوير المؤسسة (CPE)، المعهد الجزائري للبترول (IAP)، و نفطوغاز (NAFTOGAZ).

اكاديمية سوناطراك للمناجمنت (SMA): اضافة على تكوين 15 الف اطار سنويا، تقدم أكاديمية سوناطراك للمناجمنت برنامجا لتطوير القيادة. يهدف برنامج " Top 200 " الذي يقتصر على ستة أشهر إلى تدريب المواهب الشابة في الشركة وإعداد 200 مدير على أساس "الأداء والتميز" لقيادة مستقبل سوناطراك. الهدف هو تطوير برامج تدريبية هادفة لإعداد التعاقب على مستوى الإدارة وضمان تجديد القوى العاملة الماهرة في كل نشاط من أنشطة المؤسسة.

المعهد الجزائري للبترول (IAP): هو معهد سوناطراك المتخصص في مهن صناعة البترول والمحروقات، وقد تم إنشاء المعهد في 29 نوفمبر 1965 بهدف رئيسي هو تلبية الاحتياجات الخاصة من حيث تدريب كوادر قطاع الطاقة. وتزويدها بالكوادر المؤهلة التي يتطلبها التطور السريع لصناعة النفط. من موقع الانترنت

معهد التكوين نفطوغاز (NAFTOGAZ): وتتمثل مهمته الاساسية في تكوين التقنيين السامين وأعوان التحكم العملياتي والمساعدة والاستشارة والبحث التطبيقي.

جدول رقم (25): عمليات التوظيف في سوناطراك خلال الفترة 2002 - 2018:¹

السنة	عدد الموظفين الجدد
2018	3 928
2017	6 818
2016	1 952
2015	-
2014	8000
2013	1019
2012	1198
2011	3558
2010	397
2009	-
2008	2702
2007	2429
2006	2242
2005	1531
2004	1431
2003	500
2002	1031

جدول رقم (26): عدد موظفي سوناطراك المستفيدين من التكوين خلال الفترة 2002 - 2018:

السنة	عدد الموظفين الجدد
2018	21 995
2017	25 633
2016	22 846
2015	-
2014	14 731
2013	25895
2012	24860
2011	17148
2010	17445
2009	-
2008	22394
2007	33 409
2006	26 077
2005	25 830
2004	27 933
2003	20 524
2002	19 390

تطبيق سياسة الصحة، الأمن، البيئة (HSE):

في سنة 2004 تم اعتمادها كسياسة من طرف المجلس التنفيذي لمجمع سوناطراك لضمان الوقاية الصحية في العمل والأمن بكل أنشطة المجمع، و كذلك حماية البيئة و تخفيض المخاطر الناجمة عن أنشطتها التي يمكن أن يتعرض لها الأفراد، تعتبر إدارة الصحة والسلامة والبيئة أحد عوامل النجاح الرئيسية التي تتطلب حلولاً تقنية وهندسية.

استناداً إلى نهج المسؤولية والالتزام والتنمية الجماعية، تتبنى سوناطراك نهجاً استباقياً من خلال سياسة الصحة والسلامة والبيئة، والتي تحدد مبادئ الإدارة والأهداف التي يجب تحقيقها من خلال الإدارة والمراقبة المنهجية للمخاطر المحددة، وذلك بتعزيز ثقافة أفضل للصحة والسلامة والبيئة، بطريقة مستدامة، في جميع عمليات الإدارة وصنع القرار.

في مجال الطيران: مؤسسة سوناطراك وسعيها منها لتخسين مستوى خدماتها وتسهيل تنقل موظفيها وهذا بجميع فئاتهم المهنية ودون استثناء، إنشأت خطوط تاسيلي للطيران في مارس 1998. وتتمثل الأنشطة الرئيسية لخطوط تاسيلي في رحلات الطيران افائدة موظفي مؤسسة سوناطراك دون استثناء،

¹ SONATRACH : Les Rapports des Activités : 2002-2013, BAOSEM, Alger.

والشركات التابعة لها وشركات النفط العالمية من خلال فرعها "Tassili Travail Aérien". بأسطول مكون من 41 طائرة.¹

الهيئة العليا للخدمات الاجتماعية:

انشأت مؤسسة سوناطراك الهيئة العليا للخدمات الاجتماعية وخصصت لها امكانيات هائلة من مقرات وهيكل رياضية وثقافية ذات طراز ومعايير عالية خدمتا للموظفين وعائلاتهم والمتقاعدين وعائلاتهم، وتهدف الهيئة العليا للخدمات الاجتماعية إلى تحسين الرفاه المادي والاجتماعي والثقافي للموظفين وأسرهم والمتقاعدين وأسرهم وأسر الموظفين المتوفين. (المادة 303 - الاتفاقية الجماعية للمؤسسة - 22 نوفمبر 1994). اللجنة المشتركة للخدمات الاجتماعية التي يقرر تشكيلها بالاتفاق بين الإدارة العامة والنقابة ومهمتها:²

- تحديد السياسة العامة لشؤون الأنشطة الاجتماعية.
 - تحديد البرامج والميزانيات المتعلقة بها.
 - تحديد شروط وأحكام الرقابة على إدارة الخدمات الاجتماعية.
- هياكل الخدمات الاجتماعية لديها مهمة لإنشاء وإدارة وتطوير (المساعدة الاجتماعية، خدمات في الطب العلاجي، رياض الأطفال، الرياضات الجماعية، الرحلات السياحية، مراكز الإجازات، مراكز الراحة، المخيمات الصيفية، المرافق والأنشطة الثقافية، إجراءات تهدف إلى تسهيل إنشاء تعاونيات عقارية للمساعدة في شراء أو بناء المساكن).

كل هذا سنأتي به بنوع من التفصيل واخذنا سنتي 2017 و 2018 كنموذج لذلك:

الأنشطة المخصصة للعمال:

- نزاهات
- عطلة نهاية الأسبوع للعمال العزاب
- مدارس رياضية
- ورش عمل ثقافية
- إقامة مراكز العطلات

¹ <https://www.tassiliairlines.dz/web/a-propos-de-tassili-airlines/>.

² Direction general des affaires sociales, Documents et rapports sur les activites.

الأنشطة المخصصة للعمال وعائلاتهم

- أنشطة رياضية
- الأنشطة الثقافية
- مخيمات للعطلات العائلية
- عطلات نهاية الأسبوع للعائلات
- الإقامة في المنتجعات الحموية ومراكز الاسترخاء (في الجزائر وخارجها)
- الرحلات في الخارج
- الرحلات داخل الجزائر
- اداء مناسك العمرة

جدول رقم (27): الأنشطة المخصصة لأولاد الموظفين (أطفال 15/8 سنة):

إنجازات 2018		إنجازات 2017		أنشطة
4375 طفل	104 مدرسة	2620 طفل	98 مدرسة	مدارس رياضية
575 المشاركين	27 ورشة عمل	180 مشارك	12 ورشة عمل	ورش ثقافية

جدول رقم (28): أنشطة مراكز العطلات (أطفال 12/8 سنة) إنجازات عام 2017:

المناطق	الحصص	إنجازات	نسبة الإنجازات
الجزائر	490	425	% 87
أرزيو	390	355	% 91
بجاية	60	48	% 80
بومرداس	219	219	% 100
سكيكدة	160	120	% 75
بسكرة	180	178	% 99
حاسي الرمل	370	330	% 89
حاسي مسعود	885	841	% 95
عين اميناس	262	221	% 84

الجمعيات + خصة مديريات الشبيبة والرياضة + برنامج تضامن الأطفال	888	657	74 %
مجموع	3900	3394	87 %
أطفال الجنوب الكبير، مديريات الشبيبة والرياضة، الجمعيات أطفال سوناطراك	908 طفل 2848 طفلاً		

الأنشطة المخصصة للعمال وعائلاتهم:

الأنشطة الرياضية: الفترة: أكتوبر 2017 إلى أكتوبر 2018 (الموسم الرياضي)

- رياضة جماعية تنافسية: يستفيد منها العمال وتقام في الوحدات الثقافية والرياضية التابعة لسوناطراك.

- البطولات بين وحدات المؤسسة

- البطولات بمناسبة الاعياد الوطنية (1 ماي ، 5 جويلية، 1 نوفمبر و 31 ديسمبر)

- التبادلات الجهوية

الأنشطة الرياضية الترفيهية: يستفيد منها العمال وتقام في الوحدات الثقافية والرياضية التابعة لسوناطراك.

- الرياضات الترفيهية : الركض، التنس، تنس الطاولة، حمل الأثقال، جمباز، السباحة، النشاط تحت الماء.

- رياضة جماعية تنافسية : كرة قدم، كرة طائرة، كرة سلة.

جدول رقم (29): نشاط المخيمات والإقامة العائلية:

التوقعات لعام 2017	إنجازات 2017	معدل الإنجاز
3275 عائلة	2100 عائلة	64 %
المجموع		

جدول رقم (30): نشاط مراكز الإقامة الصيفية العائلية 2018 : تتم عبر اربعة مراحل من 1 جوان الى غاية 30 اوت:

عدد المراكز المختارة	سعة الاستقبال لكل مركز	عدد المقيمين لكل عائلة	مدة الإقامة
10 مراكز	540	04	11 يوم

نشاط مراكز استرخاء العائلات: ويضمن نشاط الإقامة في مراكز استرخاء العائلات جميع الخدمات التالية:

- ✓ النقل الجوي.(داخل وخارج الوطن)
- ✓ إجراءات التأشيرة.(خارج الوطن)
- ✓ نقل من المطار إلى الإقامة.(داخل وخارج الوطن)
- ✓ الإقامة والاكل الكاملة.
- ✓ الرحلات والزيارات للمواقع السياحية. (داخل وخارج الوطن)
- ✓ تأمين جماعي أثناء الإقامة بالإضافة الى تغطية طبية.

جدول رقم (31): مراكز استرخاء العائلات

مراكز الاسترخاء	العدد
قورسو	720 عائلة
زموري	620 عائلة
سابلات (42)	250 عائلة
سابلات (111)	240 عائلة
اسبانيا مدريد	989 عائلة
مركز زلفانة	432 عائلة
مجموع	3251

اداء مناسك العمرة: يتم تنظيم رحلات لاداء مناسك العمرة مدفوعة كافة التكاليف وباقامات خمسة نجوم لتحقيق الرفاهية التامة للموظفين المعتمرين. وتتم عبر صيغتين:

الصيغة الأولى : فترة التنفيذ: من مارس إلى جوان 2018 مدة الإقامة: 15 يومًا عدد 950 (سنة 2017).

الصيغة الثانية : فترة التنفيذ: شهر رمضان 2018. مدة الإقامة: 15 يومًا عدد 320 (سنة 2017).

نشاط الرحلات السياحية في الجزائر 2018 : تنظم مؤسسة سوناطراك رحلات داخلية لثلاث جهات بالجنوب الجزائري مدفوعة كافة التكاليف من (نقل جوي واقامات فاخرة ووجبات كاملة ورعاية صحية)

جدول رقم (32): الوجهات السياحية داخل الجزائر

الوجهة	الفترة	مدة الإقامة	عدد المسفدين
تمنراست، جانت، تيميمون	فيفري - ديسمبر	06 ايام/5 ليالي	200 موظف سنة 2018

نشاط الطفولة: وتتمثل مهامه على النحو التالي:

- رعاية الأطفال بعمر 02-06 سنوات في رياض الأطفال
- تصميم وتطوير برامج وطرق تعليمية بالاستعانة بتوجيهات وزارة التربية الوطنية
- تطبيق البرنامج الوطني للصحة النفسية والبدنية في المحيط المدرسي
- وضع وتطوير الإجراءات الملائمة والضرورية للتشغيل السليم للهياكل
- وضع خطة تدريب التربويين ومراقبتها

وضعية الهيئة التعليمي حسب المنطقة للسنة التعليمية 2019/2018:

توفر المؤسسة تاطير كامل ومتكامل من مديري رياض اطفال ومعلمين ومدربين في مجال الرياضة ومنشطين في مجال الثقافة ذو كفاءة عالية وتسهر على تدريبهم بصفة مستمرة، والجدول التالي يبين توزيعهم عبر رياض الاطفال المتواجدة بجميع النواحي التابعة للمؤسسة (الناحية هي التجمعات الكبرى لقواعد ومديريات سوناطراك):

جدول رقم (33): الهيئة التعليمية المؤطرة لرياض الاطفال:

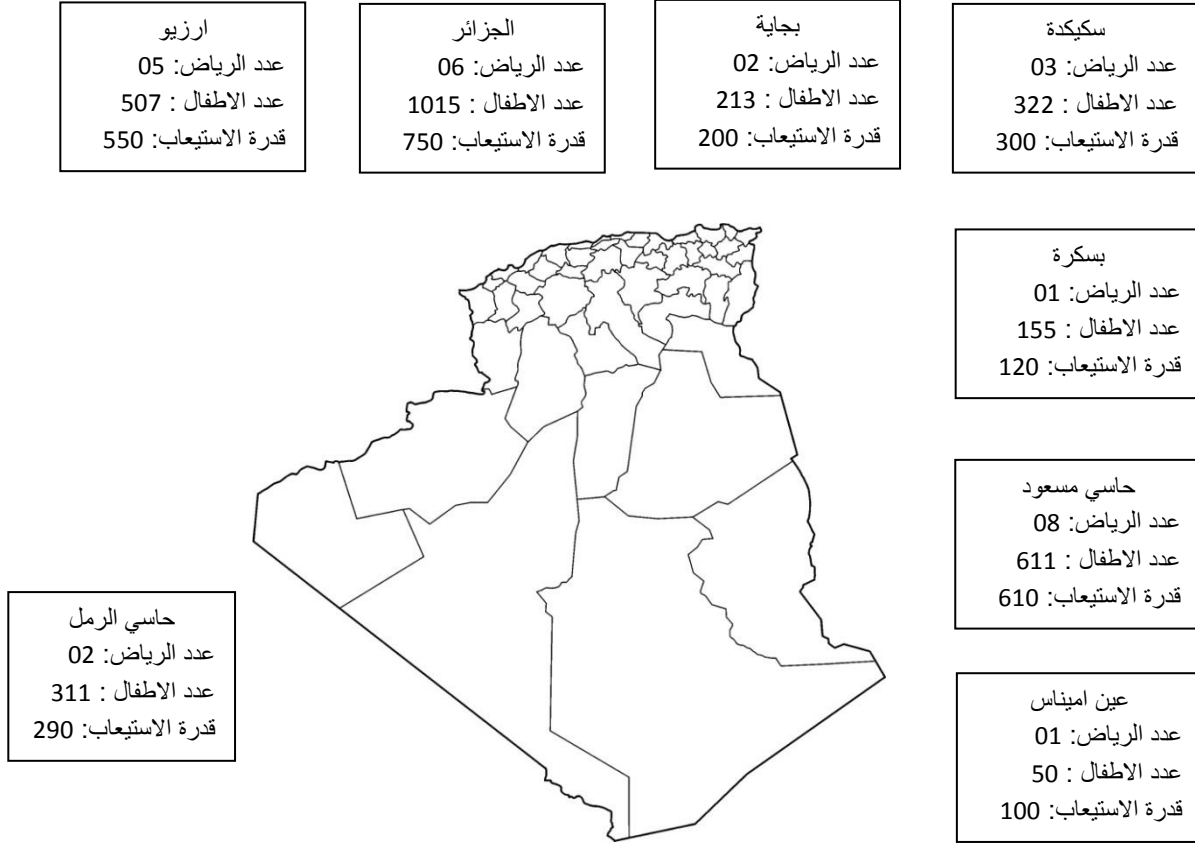
الأقسام المهام	الجزائر	بومرداس	بجاية	أرزيو	سكيكدة	بسكرة	حاسي الرمل	حاسي مسعود	ان أمناس	مجموع
المديرين	4	/	2	5	3	/	2	1	6	23
المعلمين	59	14	17	28	22	8	15	3	52	218
المنشطين	05	1	/	6	/	/	1	1	1	15
البستانيين	04	/	/	/	/	/	/	/	/	4
المربين	10	1	/	6	/	1	5	2	/	25
مجموع	82	16	19	45	25	9	23	7	59	285

جدول رقم (34): ملخص تعداد الاطفال المسجلين حسب القسم والناحية 2019/2018:

الأقسام الناحية	الجزائر	بومرداس	بجاية	أرزيو	سكيكدة	بسكرة	حاسي الرمل	حاسي مسعود	ان أمناس	مجموع
02 سنة	89	23	0	41	0	0	170	17	0	170
03 سنوات	312	86	61	152	99	50	996	158	18	996
04 سنوات	345	89	71	224	119	51	1345	306	14	1345
05 سنوات	229	70	80	140	80	68	1038	223	19	1038
مجموع	984	268	212	557	289	169	3549	704	51	3549

بالإضافة الى 168 طفل من ذوي الفئات الخاصة كالسلك الدبلوماسي المقيم في العاصمة

شكل رقم (16): خريطة رياض الأطفال لمؤسسة سوناطراك



المصدر: المديرية العامة للخدمات الاجتماعية سوناطراك - حيدرة الجزائر

2- مساهمات المؤسسة في مجال المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع:

بناء محطات تحلية لمياه البحر: من اجل سد احتياجات الولايات الشمالية من مياه الشرب، وتطبيقا لسياسة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة اتجاه المجتمع، تكفلت مؤسسة سوناطراك ببناء 13 محطة تحلية لمياه البحر، وتم تنفيذها بالاستعانة بشركائها الاجانب:¹

¹ وزارة الطاقة والمعادن: ملخص الإنجازات في قطاع الطاقة والمناجم (1962-2010)، BAOSEM، الجزائر، 2011، ص: 44.

جدول رقم (35): محطات تحليلية لمياه البحر المنجزة من طرف مؤسسة سوناطراك

الرقم	المحطة	الحجم (ألف م ³ /اليوم)	الشركاء	حجم الاستثمار	سنة بدء التشغيل
01	ارزيو - وهران	90	BLACH and VERTCH (جنوب افريقيا)	400	2006
02	الحامة - الجزائر	200	GE IONOCs الولايات المتحدة الأمريكية	257	2008
03	سكيكدة	100	GEIDA (اسبانيا)	136	2009
04	شط الهلال - عين تيموشنت	200	GEIDA (اسبانيا)	205	2010
05	سوق الثلاثاء - تلمسان	200	(سنغافورة) HYFLUX - (ماليزيا) MALAKOFF -	251	2012
06	كاب جنات - بومرداس	100	INIMAAQUALLLA (اسبانيا)	138	2012
07	فوكة - تيبازة	120	(كند) SNC LAVALIN - (أسبانيا) Acciona Aguas -	180	2011
08	هونانين - تلمسان	200	GEID (أسبانيا)	291	2012
09	مستغانم	200	INIMA AQUALLIA (اسبانيا)	227	2011
10	المقطع - وهران	500	(سانغافورة) HYFLUX -	468	2012
11	تنس - الشلف	200	BEFESA (اسبانيا)	231	2013
12	شط - الطارف	100	SH - SONELGAZ - ADE	200	قيد الانجاز
13	واد الشط - تيبازة	100	SH - SONELGAZ - ADE	200	قيد الإنجاز
	الإجمالي	2310	-	3144	-

في مجال الطاقات المتجددة: يسعى مجمع سوناطراك إلى التوسع في مجال الطاقة الشمسية، حيث تم البدء في تجسيد ذلك من خلال:

- تموين 38 قرية بالكهرباء المنتجة بالطاقة الشمسية في الجنوب الكبير الجزائري.
- استغلال الغاز والطاقة الشمسية معا في مجال توليد الكهرباء، وذلك من خلال انجاز مشروع إنتاج 150 ميغاواط منها 30 ميغاواط من الطاقة الشمسية والباقي بواسطة توربينات توليد الكهرباء التي تشتغل بالغاز بمنطقة حاسي الرمل. بالإضافة الى محطة وادي العلندة بولاية الوادي ومحطة بسكرة.

التعليم ومحو الأمية: شملت هذه الأنشطة ثلاث ولايات جنوبية (الوادي، بشار، الأغواط)، وتمثلت في منح 06 حافلات مدرسية، حافلتين 02 لكل ولاية بالإضافة الى كتب مدرسية وتجهيزات بيداغوجية لفائدة التلاميذ المحتاجين.

فك العزلة: وقد طالت هذه الأنشطة 18 منطقة على مستوى الولايات (أدرار، البيض، الجلفة، إيزي، الأغواط، سوق أهراس) وكانت هذه العمليات على النحو التالي:

- الكهرباء الريفية وفتح الطرقات.
- تجديد محطات الوقود.
- توفير مولد كهربائي لتوفير الكهرباء لسقي الآبار والمنازل الغير مربوطة بالشبكة الكهربائية.
- كما استفادت ولايات (الجلفة، الأغواط، سوق أهراس، إيزي). من عتاد للأشغال العمومية¹.

- الفلاحة:

- استفادت ولايات (الوادي، بسكرة، غرداية، أدرار، تمنراست) من انجاز آبار وخزانات لتخزين مياه الأمطار وإنجاز البيوت البلاستيكية وفتح طرق فلاحية.
- كما استفادة ولايات (البيض، الجلفة) من انجازات تمثلت في اقامة نقاط سقي مياه لقطاعان الماشية والتزود بالمياه الصالحة للشرب للبدو الرحل.
- استفادت ولايتي تيبازة وسوق أهراس من تجهيزات فلاحية وقطعان من المواشي ل 18 تعاونية.

- **المياه:** مس هذا النشاط ولايات (الوادي، بسكرة، البيض، أدرار) على شكل 06 آبار مياه وتجهيزات لتخزين الماء الصالح للشرب.

- الصحة:

- تزويد الهياكل الصحية الموجودة على مستوى (عين قزام وتين زواتين وسيلي فقارة الزوى) بولاية تمنراست بأدوات (Radio Mobile) للتشخيص الطبي.
- استفادت بلديات قصابي بشار، والقيشة البيضاء وعين سيدي علي والحاج مشري بالأغواط من 04 سيارات إسعاف.

¹ Sonatrach, report Annuel (2010), p 33.

- استفادت المنية بولاية غرداية بتجهيزات طبية لفائدة عيادة الولادة.
- استفادت قاعات العلاج ببلديات (شروين وتالمين وقصر قدور وأولاد عيسى وتيناركوك وبرج باجي مختار) بأدرار من مكيفات.
- تم تسليم (02) جهاز غسيل الكلى إلى مؤسسة الصحة الجوارية ببلدية الدبداب ولاية إليزي¹
- الشباب والرياضة:
- تم إنشاء مجموعة من ساحات اللعب للبلديات المحرومة من مساحات الترفيه ومس هذا النشاط مزيرة بولاية بسكرة، كراكة بولاية البيض، قصابي بولاية بشار وعين صالح بولاية تمنراست.
- في يوم 1 مارس 2021، تم تنظيم بطولة مدارس كرة القدم الأولى في الجنوب الكبير (اسم الافناك الصغار)، هذه النسخة الأولى من البطولة الرياضية لمدارس كرة القدم الناشئة. أرادت سوناطراك تخصيصها لأطفال الجنوب الكبير، وتمت من أجل انتقاء المواهب الصغيرة من ولايات ورقلة، تقرت، الوادي، غرداية، المنية، الأغواط، أدرار، بشار، تندوف وتمنراست. وخصصت للاعبين الصغار الذين تتراوح أعمارهم بين 12 و 13 عامًا، والذين يشكلون ستة عشر (16) فريقًا، وتم نقلهم خصيصًا عن طريق الجو والبر إلى المجمع الرياضي بقاعدة إرارا في سوناطراك، الواقعة في حاسي مسعود. أين تمت الدورة.

العلاقة مع الجامعات ومراكز البحث العلمي:

- في 25 فبراير 2021 في وهران، نظمت سوناطراك ورش عمل مع جامعات الغرب تم ضمنها التوقيع على العديد من الاتفاقيات الإطارية حول الشراكة وتبادل المهارات وتطوير وتعزيز الاختراعات العلمية.
- يوم الخميس 08 أبريل 2021 في قسنطينة، تم التوقيع بين سوناطراك وسبع (07) جامعات مقرها في ولايات (قسنطينة، باتنة، سطيف، أم البواقي، قالمة وجيجل) على اتفاقيات إطارية بشأن الشراكة وتبادل المهارات وتطوير الاختراعات العلمية التي تركز على المحروقات والطاقات المتجددة.²
- عقدت يومي 30 و 31 مايو 2021 في حاسي مسعود ورشة عمل حول الشراكة بين سوناطراك وجامعات الولايات الجنوبية في مجال البحث والتطوير، شهدت ورشة عمل حاسي مسعود توقيع

¹ Sonatrach, report Annuel (2008), p 91.

² Sonatrach-News-N°32, (Mars - Avril 2021), p 22

العديد من الاتفاقيات الإطارية حول الشراكة وتبادل المهارات وتطوير وتعزيز الاختراعات العلمية التي تركز على الهيدروكربونات والطاقات المتجددة. اذ وقعت ست (06) جامعات ومركز تطوير الطاقة المتجددة (CDER) بغرداية اتفاقيات إطارية مع سوناطراك¹.

3- مساهمات المؤسسة في مجال المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة والموارد الطبيعية:

تخفيض الانبعاثات وحماية البيئة: تقوم مؤسسة سوناطراك بعدد النشاطات قصد القضاء على آثار عمليات سوناطراك على البيئة، وخاصة انبعاثات غاز، وفي هذا الاطار فقد منحت سوناطراك استثمارات هائلة من اجل تخفيض الغازات المحروقة. من بينها:

- المشروع المتعلق بتخفيض انبعاثات CO2 بالشراكة مع بريتش بتروليوم وستاتويل وهذا بحقن CO2 على مستوى حقل كرشة بحقل عين صالح.
- في سنة 2007 تم إنشاء شركة لمكافحة التلوث البحري (OSPREC. SPA) برأسمال يقدر ب 43 : مليون دج، مهمتها التدخل لتنظيف المخلفات والتسربات النفطية في الضفة الجنوبية للبحر الابيض المتوسط وغرب افريقيا.

مؤسسة سوناطراك تاسيلي:

هي مؤسسة انشئت من اجل حماية البيئة والتنوع البيولوجي الحيواني والنباتي والتراث الثقافي المادي وغير المادي. كما أنها تهتم برفاهية السكان المحليين الفقراء والمعزولين.

تتماشى استراتيجية مؤسسة سوناطراك تاسيلي مع الإجراءات التي اتخذتها المؤسسة بالفعل في جميع أنحاء التراب الوطني لصالح التنمية المستدامة وحماية التراث الطبيعي والثقافي والحفاظ عليه.

تتجه استراتيجية مؤسسة سوناطراك تاسيلي في المقام الأول نحو الحفاظ على مناطق طاسيلي وتنميتها. تدعم المجموعة مكتب منتزه طاسيلي الوطني في سياسته الخاصة بصون وتعزيز التراث الثقافي والطبيعي لهذا الجزء من البلاد. حيث يتضمن كل مشروع مبدأ التنمية المستدامة في إطار:²

¹ Sonatrach-News-N°33, (Mai - Juin 2021), p 24

² <https://sonatrach.com/fondation-sonatrach-tassili>

- حماية البيئة
- الحفاظ على الموارد الطبيعية
- الحفاظ على التنوع البيولوجي للأنواع النباتية والحيوانية الموجودة وإمكانية إعادة تلك التي اختفت
- الترويج للأنواع النباتية والحيوانية
- التثقيف والتوعية بشأن حماية البيئة، لجميع أصحاب المصلحة ، ولا سيما جيل الشباب.
- تشجيع تطبيق الابتكارات العلمية التي يمكن أن يكون لها تأثير إيجابي على حماية البيئة والحفاظ على التنوع البيولوجي للأنواع النباتية والحيوانية

اتفاقية التعاون بين سوناطراك ومركز تكنولوجيات الإنتاج الأكثر نقاء:

وتتضمن الاتفاقية الإطار التي تمتد على ثلاث سنواتي ثلاثة محاور للشراكة بين الجانبين والمتمثلة في التكوين وتعزيز الكفاءات وتسيير النفايات الخاصة والخطيرة فضلاً عن المساعدة والمراقبة التقنية.

وستسمح بتعزيز التعاون بين قطاع الطاقة والمناجم وقطاع البيئة في مجال حماية البيئة والحفاظ على الثروات.

هذه الاتفاقية الإطار تتدرج ضمن الاستثمار في السياسة الجديدة لقسم الصحة والأمن والبيئة التابع لسوناطراك والتي وقعها الرئيس المدير العام في شهر مارس 2020 والتي تجعل من البعد البيئي "أولوية" للمؤسسة.

معالجة نفايات النفط:

في هذا الإطار تم إبرام اتفاقيات بين سوناطراك والشركات الخاصة في التصفية ومعالجة الأحواض، حيث قامت مؤسسة سوناطراك بالتنسيق مع اللجان الولائية لمراقبة المنشآت المصنفة على مستوى اقاليم الولايات الجنوبية، بمعالجة بيئية للأحواض البترولية.

ثامنا: مناقشة النتائج على ضوء فرضيات الدراسة:

- بالنسبة للفرضية الفرعية الأولى: تنص هذه الفرضية على أنه " يوجد التزام من قبل إدارة مؤسسة سوناطراك الجزائرية نحو تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية اتجاه أصحاب المصلحة (الموظفين، المجتمع، البيئة، الزبائن) ".
من خلال تحليلنا لنتائج الجداول الخاصة بقياس درجة التزام مؤسسة سوناطراك الجزائرية نحو تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية اتجاه أصحاب المصلحة وهم (الموظفين، المجتمع، البيئة، الزبائن)، والتي أتت بالشكل التالي:

جدول رقم (36): ملخص نتائج درجة التزام مؤسسة سوناطراك حسب المحاور

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الكلي	المحور
موافق	1,13	3,73	المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين
موافق	0,92	3,43	المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع
موافق	0,82	3,70	المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة والموارد الطبيعية
موافق	0,86	3,72	المسؤولية الاجتماعية تجاه الزبون

وحسب النتائج الموضحة، والتي تفيد بأن أفراد عينة البحث إجمالاً يرون أن المؤسسة تتوفر على جميع جوانب المسؤولية الاجتماعية. وتفيد أيضاً أن غالبية الاطارات يقرّون بوجد التزام من قبل إدارة مؤسسة سوناطراك نحو تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية اتجاه أصحاب المصلحة، وهذا ما تثبته بعض الاحصائيات والارقام والتي تلخص مجهودات مؤسسة سوناطراك في اطار المسؤولية الاجتماعية، انظر الجزء الخاص بمساهمات مؤسسة سوناطراك في مجال المسؤولية الاجتماعية، (صفحة رقم: 221).

فعند تحليلنا لتلك الجداول والنشاطات والارقام نجدها شملت معظم جوانب المسؤولية الاجتماعية، فمثلاً من ناحية المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموظفين نجد ان مؤسسة سوناطراك لم تذخر أي جهد في السعي الى توفير اجود الظروف المهنية لموظفيها بكل فئاتهم، فمثلاً: تسطر مؤسسة سوناطراك برنامج سنوي للتكوين يشمل معظم موظفيها عبر ثلاث مراكز تكوين تابعة لها، كما توفر المؤسسة اسطول طائرات لنقل موظفيها من وإلى قواعد العمل بالشمال والجنوب، كما توفر اجود اماكن الاقامة

لموظفيها دون أي تمييز بين الفئات العمالية (انظر الشكل رقم: 17)، بالإضافة الى خدمات اطعام ورعاية صحية للعمال وعائلاتهم والبسة شتوية وصيفية -زيادة على البسة العمل-، وخدمات اجتماعية رفيعة المستوى من رحلات داخلية والى الخارج وكذا الاقامة بالمركبات الحموية وروضات اطفال، وكذا اعانات مالية.



شكل رقم (17): صورة لقاعدة الحياة لمؤسسة سوناطراك بمنطقة (Oued Teh) ولاية اليزي

ومن ناحية المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع، كذلك نجد بان مؤسسة سوناطراك لديها نشاطات تشمل مجالات عدة منها: قامت ببناء 13 محطة تحلية لمياه البحر، وكذلك استثمرت في مجال الطاقات المتجددة، كما قدمت مساعدات في مجال التعليم ومحو الأمية في المناطق النائية وفك العزلة، وقدمت تدعيمات في الفلاحة، وتجهيزات في مجال الصحة، وقامت بالعديد من النشاطات لفائدة الشباب والرياضة، كما لم تغفل عن مجال البحث العلمي والتعليم العالي وذلك بإبرام اتفاقيات تعاون مع جامعات من الشمال والجنوب والشرق والغرب الجزائري.

ايضا في مجال المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة والموارد الطبيعية، نجد ان المؤسسة قامت بالعديد من التغييرات في مصانع معالجة النفط والغاز للتقليل من الانبعاثات، وفي نفس السياق قامت مؤسسة سوناطراك عن طريق ابرام اتفاقيات عملياتية مع شركات خواص لمعالجة نفايات النفط، كذلك ابرمت اتفاقية تعاون بينها وبين مركز تكنولوجيات الإنتاج الأكثر نقاء، من اجل الاستثمار في مجال

البيئة، من جهة أخرى انشأت مؤسسة سوناطراك تاسيلي ومهمتها حماية البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية وعلى التنوع البيولوجي.

ولعلّ هذا يرجع كون مؤسسة سوناطراك تمتلك قدرات مالية كبيرة وخبرة عالية في تسيير الالتزامات، مما يجعلها ترسم استراتيجية شاملة وخطة عمل تطع في صلبها مبدأ المسؤولية الاجتماعية اتجاه أصحاب المصلحة كاداة فاعلة لاستقرار مواردها البشرية، والعمل مع محيط المؤسسة بإيجابية وفعالية وكذلك بالمحافظة على البيئة والمكتسبات الطبيعية، والمحافظة على علاقات متينة مع الزبائن بابرار اتفاقيات عمل وشراكة طويلة الامد. كل هذا من اجل بلوغ الهدف الذي سطره مجلس ادارة المؤسسة وهو ان تكون سوناطراك ضمن شركات البترول الخمسة الكبار في العالم.

وتتفق النتائج العامة لهذه الدراسة وخاصة في موضوع المسؤولية الاجتماعية اتاه الموظفين، تتفق مع الدراسة التي قام بها (فلاح بن فرج السبيعي، 2001) والتي كان موضوعها: (أثر تبني برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين على سياسات إدارة الموارد البشرية). حيث توصلت هذه الدراسة إلى أن الشركات محل البحث تعمل على تحقيق الأمن الوظيفي للعاملين، كما تطبق نظام للحوافز والمكافآت بما ينعكس إيجاباً على أداء الموظفين.

كما تتعارض النتائج العامة لهذه الفرضية مع نتائج الدراسة العربية التي قامت بها (مقدم وهيبة) والتي عنوانها: (تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية)، والتي توصلت إلى أن مؤسسات الغرب الجزائري تتصف بغياب أي فلسفة أو رؤية واضحة تجاه المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات الاقتصادية عينة الدراسة. ووجدت أن هذه المؤسسات تمارس بشكل متوسط مسؤولياتها البيئية ومسؤولياته اتجاه العاملين والموردين، ولا تمارس مسؤولياتها الاجتماعية تجاه المجتمع. وارجعت الباحثة هذا الامر الى نقص المصادر المالية لتمويل برامج المسؤولية الاجتماعية. والذي اعتبرته اكبر عائق في ممارسة المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات الاقتصادية الواقعة في الغرب الجزائري عينة الدراسة¹.

¹ لتفاصيل اكثر يمكن الإطلاع على عنصر الدراسات السابقة في الفصل التمهيدي.

وبالتالي، نستنتج بأن الفرضية الأولى والتي مفادها "أنه يوجد التزام من قبل إدارة مؤسسة سوناطراك الجزائرية نحو تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية اتجاه أصحاب المصلحة"، قد تحققت وذلك لحصولها على نسبة تأييد كبيرة.

بالنسبة للفرضية الفرعية الثانية: تنص هذه الفرضية على أنه " هناك دوافع اخلاقية واجتماعية تشجع مؤسسة سوناطراك على الالتزام بمسؤوليتها الاجتماعية".

من خلال تحليلنا لنتائج اجابات افراد العينة على السؤال المتعلق بالدوافع التي تشجع مؤسسة سوناطراك على الالتزام بمسؤوليتها الاجتماعية.

أظهرت النتائج وبصورة واضحة، أن أغلبية افراد عينة الدراسة يؤكدون بأن هناك اسباب تدفع بمؤسسة سوناطراك للالتزام بمسؤوليتها الاجتماعية. وفي مجملها هي دوافع اخلاقية واجتماعية محضة، المراد من خلالها الاندماج بصورة ايجابية مع المجتمعين المحلي والدولي.

ويمكن تفسير هذا بأن مؤسسة سوناطراك، من خلال اعتبار المسؤولية الاجتماعية كاحد مبادئها الاساسية الاربعة، ومن خلال رفعها لشعار (سوناطراك مؤسسة مواطنة) وهو شعار يأخذ بعين الاعتبار البعد الاجتماعي والاخلاقي اتجاه اصحاب المصلحة وعلى راسهم المجتمع المحلي. فهي بهذا تأخذ على عاتقها مسؤولية اجتماعية واخلاقية اتجاه موظفيها والمجتمع والبيئة وكذلك زبائنها.

ايضا، ومن خلال سعيها الى ان تكون ضمن اكبر خمسة مؤسسات بترولية في العالم. ومن اجل بلوغ هاته المكانة تسعى مؤسسة سوناطراك لتطبيق جميع المعايير والمواصفات الدولية ومن ضمنها معيار المسؤولية الاجتماعية (ISO 26000) ومعيار تسيير مكافحة الفساد (ISO 37001)، ولعل خارطة الطريق التي اعدت بين سوناطراك والمعهد الجزائري للتقييس بغرض اعتماد هذين المعيارين الآنف ذكرهما، والتي عرضت يوم 19 جولية 2021 بمناسبة توقيع (مدونة اخلاقيات سوناطراك)، لدليل على نية سوناطراك على تطبيق هاته المعايير والرقى لمصاف المؤسسات البترولية الكبرى في العالم.

وبالتالي فإن الفرضية الثانية والتي مفادها "هناك دوافع اخلاقية واجتماعية تشجع مؤسسة سوناطراك على الالتزام بمسؤوليتها الاجتماعية"، قد تحققت وذلك لحصولها على نسبة تأييد كبيرة. من خلال اجابات افراد العينة ومن خلال المستندات والحقائق المجموعة من المؤسسة.

- بالنسبة للفرضية الفرعية الثالثة: تنص هذه الفرضية على أنه "هناك العديد من التحديات والمعوقات التي تواجهها المؤسسة للقيام بدورها الاجتماعي".

من خلال النظر الى نتائج اجابات افراد العينة على السؤال المتعلق من التحديات التي تواجهها المؤسسة للقيام بدورها الاجتماعي. نجد وبصورة واضحة، أن أغلبية افراد عينة الدراسة يؤكدون بأن هناك مجموعة من التحديات والمعوقات التي تواجهها المؤسسة للقيام بدورها الاجتماعي.

وعند تحليلنا لهاته التحديات والمعوقات، نجد أن في مجملها ذات بعد تنظيمي بحت، معظمها مرتبط بغياب قوانين وتشريعات تظبط الاجراءات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية خاصتا في جانب المجتمع، وكذا عدم وجود ادارة متخصصة تضع على عاتقها التخطيط والتنفيذ والتطوير في مناهج المسؤولية الاجتماعية بالصورة التي تعود بالنفع على كل من المؤسسة واصحاب المصالح.

تاسعا: الاستنتاج العام:

من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها على مستوى المؤسسة الوطنية سوناطراك بالجزائر العاصمة، بهدف دراسة واقع المسؤولية الاجتماعية في هذه المؤسسة، توصلنا إلى النتائج التالية:

من خلال تحليلنا لنتائج الجداول الخاصة بقياس درجة التزام مؤسسة سوناطراك الجزائرية نحو تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية اتجاه أصحاب المصلحة وهم (الموظفين، المجتمع، البيئة، الزبائن)، والتي أتت بالشكل التالي:

- يوجد التزام مؤسسة سوناطراك الجزائرية نحو تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموظفين، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3,73 من 5.

- يوجد التزام مؤسسة سوناطراك الجزائرية نحو تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3,43 من 5.

- يوجد التزام مؤسسة سوناطراك الجزائرية نحو تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة والموارد الطبيعية ، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3,70 من 5.
- يوجد التزام مؤسسة سوناطراك الجزائرية نحو تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية اتجاه الزبائن، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3,72 من 5.
- وهذا ما أكدته النتائج من خلال تحليل اجابات افراد العينة على اسئلة الاستبيان وكذا الاستدلال بالوثائق والاحصائيات الرسمية المتحصل عليها من طرف ادارة المؤسسة.
- ومنه يمكن القول بأن الفرضية الرئيسية والتي مفادها "توجد ممارسة واقعية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية سوناطراك" قد تحققت.
- توجد دوافع اخلاقية واجتماعية تشجع مؤسسة سوناطراك على الالتزام بمسؤوليتها الاجتماعية. اثبتتها اجابات افراد العينة.
- هناك العديد من التحديات والعراقيل التي تواجهها المؤسسة للقيام بدورها الاجتماعي. على المؤسسة محل الدراسة العمل على ايجاد حلول لها.

صعوبات الدراسة:

- جائحة الكورونا التي تسببت في امتناع المؤسسة عن استقبال الطلبة الباحثين، الامر الذي تسبب في عرقلة مسار البحث. في نقطتين هامتين وهما:
- استحالة الوصول الى مديرية التسويق بالمؤسسة. وعدم توفر أي معلومة بخصوص سياسة التسويق والعلاقة مع الزبائن، الامر الذي حتم على الطالب الباحث بالاكفاء باجابات المبحوثين حول محور المسؤولية الاجتماعية تجاه الزبون دون الاستدلال بالوثائق والسجلات والاثباتات الملموسة.
- الاقتصار على ارسال الاستبيان عبر البريد الالكتروني دون الاتصال المباشر بالمبحوثين وتقديم الشروحات اللازمة.
- صعوبة التنقل بن منشآت المؤسسة الواقعة شمال وجنوب البلاد والتي تفصلها مسافات كبيرة.
- التكلفة الكبيرة للبحث والتي تفوق ميزانية الباحث كطالب محدود الموارد.

خاتمة:

كشف هذه الدراسة بأن مؤسسة سوناطراك، أصبحت الآن تعرف ببعد أكثر أهمية، وهو البعد الاجتماعي، لأن التزامها بخدمة التنمية والمساعدة في تحسين الوضع المعيشي للمجتمع والمحافظة على البيئة يتزايد يوماً بعد يوم. ولا شك أن ذلك سوف يمنحها ميزة تنافسية بين المؤسسات النفطية العالمية. خاصة وانها تصبو الى ان تكون ضمن الشركات النفطية الخمسة الكبار في العالم.

وبعد سرد واقع المسؤولية الاجتماعية والبيئية وأهم البرامج المجسدة ميدانيا لمؤسسة سوناطراك في هذا المجال، خلصنا إلى أن الشركة تولي هذا الموضوع أهمية كبيرة، ويمكن ملاحظة ذلك في الإحصائيات والأرقام المعبرة عن البرامج التي تم تطبيقها على أرض الواقع، لا سيما في المجالات الاقتصادية والاجتماعية، والمساهمة في تنمية المجتمع المحلي.

ومع ذلك، فإن واقع المسؤولية الاجتماعية لمؤسسة سوناطراك لا يزال أقل من المستوى المطلوب مقارنة بالمدائل والأرباح الضخمة التي تحصل عليها المؤسسة. اذ يجب عليها أن تكثف جهودها وتوجه استثماراتها نحو البرامج والمشاريع الاجتماعية الهادفة إلى تحسين المستوى المعيشي للمجتمع، وتعزيز التنمية المحلية وتوفير فرص العمل للحد من البطالة.

ومن الجانب التنظيمي نجد ان شركة سوناطراك لا تتوفر على قسم مستقل ضمن هيكلها التنظيمي مخصص للمسؤولية الاجتماعية وتتميز بغياب آليات واستراتيجيات للمسؤولية الاجتماعية. فهي تعتمد على الأنشطة ذات الطابع الاجتماعي الخيري التطوعي، على غرار الشركة القطرية - قطر غاز - التي خصصت مديرية ضمن هيكلها التنظيمي مختصة بالمسؤولية الاجتماعية لها استراتيجية وخطط وبرامج، وباعتماد ميزانية خاصة بها.

- التوصيات: بناء على ما تقدم، نقترح بعض التوصيات لتحسين وتعزيز ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية، والتي نوردتها كالآتي:
- « ضرورة إنشاء قسم اداري يكون تابع بشكل مباشر للإدارة العليا للمؤسسات الاقتصادية. مهمته تحديد استراتيجيات وسياسات وأهداف برامج المسؤولية الاجتماعية وكذا تخطيط وتنفيذ وتقييم برامج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، والتنسيق مع أصحاب المصلحة.
 - « القيام بدورات تكوينية لفائدة إطارات المؤسسة خاصة بالمسؤولية الاجتماعية، لترسيخ هذه الثقافة والاستفادة من الخبرات والتجارب.
 - « ضرورة الاستثمار في مشاريع ذات طابع اجتماعي بهدف تحسين الإطار المعيشي للمجتمع، ودفع عجلة التنمية وخلق فرص عمل، وتكوين الكفاءات المحلية والاهتمام بها.
 - « تنظيم الندوات والمؤتمرات حول الشؤون المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية، لترسيخ ثقافة المسؤولية الاجتماعية وتشجيع مختلف المؤسسات على المشاركة الفعالة فيها.
 - « تنظيم مسابقات لمنح جوائز تشجيعية سنوية للمؤسسات الرائدة في مبادرات المسؤولية الاجتماعية، تشارك فيها مختلف الأطراف الفاعلة والمؤسسات الحكومية والغير الحكومية لخلق روح المنافسة وتطوير ممارسات المسؤولية الاجتماعية لدى هذه المؤسسات.
 - « اعطاء الأولوية في منح الصفقات والمشاريع للمؤسسات المتميزة في مبادرات المسؤولية الاجتماعية لخلق المنافسة مع المؤسسات الأخرى.
 - « يجب على المؤسسات دمج سياسة المسؤولية الاجتماعية في مهامها الاستراتيجية واعتبارها ركيزة من ركائز السياسة العامة.
 - « على المؤسسات الاقتصادية أن تفرق بين العمل الخيري وبرامج المسؤولية الاجتماعية، فالأعمال الخيرية هي برامج اجتماعية على شكل مساعدات على فترات متقطعة، بينما برامج المسؤولية الاجتماعية فهي جزء من السياسة العامة للمؤسسة تشمل مشاريع تسهم في تنمية المجتمع والتنمية المستدامة.
 - « الاستفادة من خبرات وتجارب الشركات الدولية الرائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية.

- « إنشاء برامج مشتركة بين الجامعات والمؤسسات الاقتصادية لتعزيز التعاون بين الجامعات والمؤسسات الاقتصادية وذلك بإجراء البحوث و الدراسات و إنشاء مخابر بحث مخصصة لدراسة واقع برامج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الجزائرية و سبل تطويرها.
- « وضع مقاييس خاصة بموضوعات المسؤولية الاجتماعية في المناهج الجامعية في التخصصات الادارية.
- « التنسيق مع وسائل الإعلام لتغطية كل ما تنجزه مؤسسة سوناطراك في مجال المسؤولية الاجتماعية، وذلك لتوعية المؤسسات الجزائرية بثقافة المسؤولية الاجتماعية و مبادئها الصحيحة والمكاسب التي يمكن أن تحققها هاته المؤسسات من ورائها.
- « ضرورة تفعيل دور وسائل الإعلام من خلال نشر التقارير السنوية لبرامج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

المراجع والملاحق

قائمة المراجع

أولا : المراجع باللغة العربية:

أ- الكتب:

1. باري كشواي، "إدارة الموارد البشرية"، دار الفاروق للنشر والتوزيع، مصر، ط 1، 2003، ص 198.
2. ثامر البكري وأحمد نزار النوري، التسويق الأخضر، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، بدون رقم طبعة.
3. خالد محمد السواغي، مدخل إلى تحليل البيانات باستخدام SPSS، ط1، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2011.
4. ردينة عثمان يوسف، التسويق الصحي والاجتماعي، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، بدون رقم طبعة، 2008.
5. رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.
6. صبحي العنبي، تطور الفكر والأنشطة الإدارية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2002.
7. طارق عبد العال حماد، حوكمة الشركات (المفاهيم، المبادئ، التجارب تطبيقات الحوكمة في المصارف)، الدارالجامعية، مصر، بدون رقم طبعة، 2005.
8. طاهر محسن منصور الغالبي، د.صالح م هدي محسن العمري، "المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال(الأعمال و المجتمع)"، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، 2008.
9. عبد الرحمان هيجان، "ضغوط العمل (منهج شامل لدراسة مصادرها ونتائجها وكيفية إدارتها)"، معهد الإدارة العامة للنشر، 1998.
10. عبد الغفار حنفي، "السلوك التنظيمي وإدارة الموارد البشرية"، دار الجامعة الجديدة للنشر، 2002.
11. عبد المعطي محمد عساف ومحمد فالح صالح، أسس العلاقات العامة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، بدون رقم طبعة، 2003.
12. عمر وصفي عقيلي، "إدارة الموارد البشرية: بعد استراتيجي"، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان-الأردن.
13. فؤاد البهي السيد، علم النفس الإحصائي وقياس العقل البشري، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004.
14. محمد الصيرفي، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، الإسكندرية، مصر، الطبعة الأولى، 2007.
15. محمد حسن يوسف، محددات الحوكمة ومعاييرها مع إشارة خاصة لنمط تطبيقها في مصر، طبع بنك الاستثمار القومي، مصر، بدون رقم طبعة، 2007.

16. محمد شفيق، البحث العلمي الجامعي الحديث، بيروت، 1985.
17. محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، الطبعة العربية، 2016.
18. مزة محمود الزبيدي، أساسيات الإدارة المالية، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2006.
19. نجم عبود، أخلاقيات الإدارة ومسؤوليات الأعمال في شركات الأعمال، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى.
20. نعمة عباس الخفاجي وطاهر محسن الغالبي، قراءات في الفكر الإداري المعاصر، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، بدون رقم طبعة.
21. نهال المغربل وياسمين فؤاد، المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر: بعض التجارب الدولية، ورقة عمل رقم 138، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، مصر، سبتمبر، 2008.

ب- الدوريات والتقارير:

1. المنظمة العربية للتنمية الإدارية، التنمية المستدامة والإدارة المجتمعية (الأدوار المستقبلية للحكومات المركزية والمحليات والقطاع الخاص والمجتمع المدني)، أوراق عمل المؤتمر العربي الرابع للإدارة البيئية المنامة - البحرين 20 - 24 نوفمبر 2005، بدون رقم طبعة، 2005، القاهرة.
2. بابا عبد القادر ووهيبة مقدم، المسؤولية الاجتماعية ميزة إستراتيجية خالقة للقيمة -حالة شركة سوناطراك، مجلة الاقتصاد والمناجمنت، مطبوعات كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2008.
3. جفال سامية وبيوزيد سليمة، العلاقات العامة في المنظمة بين المفهوم والوظيفة، مجلة كلية الآداب و العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة محمد خيضر - بسكرة، العدد 2 و 3، 2008.
4. جون سوليفان وألكسندر شكولنيكوف وجوش ليتشمان، مواطنة الشركات (مفهوم المواطنة وتطبيقاتها في مجال الأعمال)، مركز المشروعات الدولية الخاصة، تقرير رقم 410 بتاريخ 2004/12/27.
5. طاهر محسن منصور الغالبي و صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال و شفافية نظام المعلومات (دراسة تطبيقية لعينة من المصارف الأردنية)، مجلة وقائع المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2002.

6. ليث سعد الله حسين وريم سعد الجميل، المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين وانعكاسها على أخلاقيات العمل (دراسة لآراء عينة من منتسبي بعض مستشفيات مدينة الموصل)، بحث علمي مقدم إلى المؤتمر العلمي الثالث، "إدارة منظمات الأعمال: التحديات العالمية المعاصرة"، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن، 27 - 29 افريل 2009.

7. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد رقم 21، العدد رقم 84، www.iasj.net

8. منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية، المبادئ التوجيهية لمنظمة التعاون والتنمية بشأن حوكمة الشركات المملوكة للدولة، نسخة عامة 2015، باريس، 2017.

9. منظمة العمل الدولية، إعلان المبادئ الثلاثي بشأن المنشآت متعدّدة الجنسيّة والسياسة الاجتماعية: ما الفوائد التي سيعود بها على العمال؟، دليلك لإعلان مبادئ المنشآت متعددة الجنسيات، الطبعة الأولى، طبع من طرف شركة dieUmweltDruckerei Gm، ألمانيا، 2017 .

10. مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع (الاتجاهات والقضايا الراهنة)، منشورات الأمم المتحدة، رقم الوثيقة: UNCTAD/ITE/TEB/2003/7، 2003.

11. ناصر مراد، التنمية المستدامة وتحدياتها في الجزائر، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد 46، مصر، 2009.

ج- الرسائل والمذكرات:

1. الطه، شهاب محمد محمود، "المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للمنظمات الإنتاجية في توفير مبدأ حماية المستخدم بالتطبيق على مجموعة من المنظمات العراقية"، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، 2002.

2. شريف بوقصبة، انعكاسات تحليل البيئة الخارجية الدولية على التسيير الاستراتيجي للمؤسسة الاقتصادية في ظل العولمة، أطروحة دكتوراه في العلوم في العلوم الاقتصادية، غير منشورة، جامعة محمد خيضر - بسكرة، 2016.

3. عبد الفتاح بوخمخ، تحليل وتقييم الأداء الاجتماعي في المنشأة الصناعية، رسالة دكتوراه دولة في التسيير، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسنطينة، 2002.

4. عدي جمال البطاينة، تقييم مدى ممارسة المسؤولية الاجتماعية و الأخلاقية في الإعلانات التجارية لشركات الاتصالات الخلوية في الأردن: دراسة ميدانية من منظور المستهلك الأردني في مدينتي عمان و اربد، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في التسويق، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، غير منشورة، الأردن، 2009.
5. عزيون زهية، التحفيز واثره على الرضا الوظيفي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، سكيكدة، 2007 .
6. غادة عمر أبو ارشيد، "المسؤولية الاجتماعية وأثرها على الأداء: دراسة ميدانية للمستشفيات الخاصة في مدينة عمان، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في تخصص إدارة الأعمال، جامعة اليرموك، غير منشورة، عمان، 2006.
7. فلاح بن فرج السبيعي، أثر تبني برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين على سياسات إدارة الموارد البشرية "بال تطبيق على الشركات الصناعية بمنطقة الرياض"، دراسة منشورة في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية/ جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، المملكة العربية السعودية، العدد 42 ، أكتوبر 2016.
8. فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك. اطروحة دكتوراه فلسفة في ادارة الاعمال. كلية الادارة والاقتصاد، جامعة المستنصرية، بغداد، العراق، 2003.
9. محمد نصار ذيب المرشد، المسؤولية الاجتماعية الأخلاقية للإدارة الإستراتيجية في الشركات الصناعية الاردنية المساهمة العامة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في ادارة الاعمال، كلية الاقتصاد و العلوم الإدارية في جامعة آل البيت، غير منشورة، الأردن، 1999.

د - الملتقيات والندوات :

1. فاتح عبد القادر الحوري، ممدوح الزيادات، هائل عابنة، إدارة الصورة الذهنية للمنظمات الأردنية في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية: دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية، بحث علمي مقدم إلى المؤتمر العلمي الثالث لكلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، (إدارة منظمات الأعمال: التحديات العالمية المعاصرة)، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن، 27 - 29 أبريل 2009.

2. محمد عبيدات، دور التسويق الاجتماعي في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات، ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر المسؤولية الاجتماعية، مركز دراسات وبحوث السوق والمستهلك، صنعاء، 29-30 أكتوبر 2008.

3. هاني الحوراني، حكمة الشركات ومسؤولياتها الاجتماعية في ضوء الازمة الاقتصادية العالمية الراهنة، ورقة مقدمة إلى المؤتمر الثاني حول مواطنة الشركات والمسؤولية الاجتماعية، مركز دراسات وبحوث السوق والمستهلك، اليمن، صنعاء، 24-25 جوان 2009.

4. وهيبه مقدم، المسؤولية الاجتماعية من منظور الاقتصاد الإسلامي، ورقة علمية مقدمة إلى: الملتقى الدولي الأول: الاقتصاد الإسلامي: الواقع ورهانات المستقبل، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي بغرداية، يومي 23 و 24 فيفري 2011.

هـ - المواقع الالكترونية :

1. https://ec.europa.eu/growth/industry/sustainability/corporate-social-responsibility_en
2. https://ec.europa.eu/growth/industry/sustainability/corporate-social-responsibility_en
3. <https://www.csrna.net/post/894>
4. <https://www.investinegypt.gov.eg/English/NewsAndEvents/News/Pages/Corporate-social-responsibility.aspx>
5. <https://www.socialar.com/vb/attachment.php?attachmentid=419&d=1303152257>

1. Carroll A. B, « Corporate social responsibility: Evolution of a definitional Construct », Business & Society, Vol. 38 No. 3, Sage Publications, Inc, September 1999.
2. COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, GREEN PAPER - Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility, Brussels, 18 July 2001, p 6. Also available on: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/DOC_01_9
3. Council of Bars and Law Societies of Europ, Overview of CSR developments at a national level (31/01/2013). Also available on: <https://www.ccbe.eu/documents/documents-by-theme/?idC=521&Committee=Corporate%20Social%20Responsibility%20Committee&Themes=0>
4. Dina Badry, Book « Multinational Companies in Low-income Markets: An Analysis of Social Embeddedness in Southeast Asia », Gabler Verlag; 2009 edition (September 15, 2009) Wiesbaden, German.
5. Eyüp Aygün Tayşir and Yener Pazarcık, Business ethics, social responsibility and corporate governance: Does the strategic management field really care about these concepts?, 9th International Strategic Management Conference, marmara university; turkey, Procedia - Social and Behavioral Sciences 99 (2013). Also available on: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042813039426>
6. Geoffrey P. Lantos. (2001), « The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility », Journal of Consumer Marketing, vol 18 iss 7. Also available on: https://www.researchgate.net/publication/292053593_The_boundaries_of_strategic_corporate_social_responsibility
7. Grant, G.H, «The Evolution of Corporate Governance and its impact on modern corporate America», (1 November 2003) Volume 41 Issue 9, Management Decision. Also available on: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/00251740310495045/full/html>
8. Hussein Elasrag, Social responsibility of the private sector and its role in sustainable development of the Kingdom of Saudi Arabia, Munich Personal RePEc Archive, MPRA Paper No. 54977, April 2014.
9. Lorraine Sweeney, Joseph Coughlan. (2008), « Do different industries report Corporate Social Responsibility differently? An investigation through the lens of stakeholder theory », Journal of Marketing Communications, Volume 14, April 2008 - Issue 2. Also available on: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13527260701856657>
10. Maria Yevdokimova, Victor Zamlynskyi, Eduard Kuznietsov, Olena Sakovska, Hatsko Anatolii, Evolution of social responsibility applied to the concept of sustainable development: mainstream of the 20 th century, Journal of Security and Sustainability Issues 8, 2018 September. Also available on: <https://jssidoi.org/jssi/papers/papers/download/323>

11. Masahiko Kawamura, The Evolution of Corporate Social Responsibility in Japan (Part 2)—How CSR “Swells” Have Impacted Corporate Values, recherche presented to the NLI Research Institution, Japon, 2005.
12. MILTON Friedman, (1962), Capitalism and Freedom, University of Chicago press. Chicago, USA. 1982.
13. Paul Hohnen, Corporate social responsibility: An implementation guide for business, International Institute for Sustainable Development, Winnipeg, Manitoba, Canada, March, 2007. Also available on: http://www.iisd.org/pdf/2007/csr_guide.pdf
14. Robert C. Solomon. (1997). « Peripheral Vision Aristotle, Ethics and Business Organizations », Organization Studies, 25 (6), SAGE Inc, London. Also available on: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.197.3063&rep=rep1&type=pdf>
15. Simpson Susan, Corporate Social Responsibility in Central and Eastern Europe, Produced by: International Business Leaders Forum. 2002,
16. Vincent Lefebvre & Miruna Radu Lefebvre: (2012), « Integrating Corporate Social Responsibility at the Start-up Level: Constraint or Catalyst for Opportunity Identification? », International Business Research, Vol. 5, No. 7, Published by Canadian Center of Science and Education 2012.

ب- الدوريات والتقارير :

1. Ahmmed, Momtaz Uddin and Mohammad Abu Eusuf, Corporate Governance: Bangladesh Perspective (Nov.-Dec. 2005) 33: 6 The Cost and Management 18, p 19. Also available on: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.2307/41164877?journalCode=cmra>
2. Carroll Archie B. and Kareem M. Shabana. (2010), « The business case for corporate social responsibility: a review of concepts, research and practice », International Journal of Management Reviews, Volume12, Issue1, March 2010, Also available on: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>
3. Carroll Archie B. (1979), « A three dimensional conceptual model of corporate performance », Academy of Management Review, Vol 4, NO 4.
4. Carroll Archie B., The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders, Business Horizons, The Journal of the Kelley School of Business, Indiana University, United States, Volume 34, Issue 4, July–August 1991. Also available on: https://www.researchgate.net/publication/4883660_The_Pyramid_of_Corporate_Social_Responsibility_Toward_the_Moral_Management_of_Organizational_Stakeholders
5. D.P.Verma1 Raj Kumar, Relationship between Corporate Social Responsibility and Corporate Governance, Journal of Business and Management, Volume 2, Issue 3 (July-Aug. 2012), Also available on: <http://www.iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/vol2-issue3/D0232426.pdf?id=5519>
6. Donella H. Meadows, Dennis L. Meadows, Jorgen Randers, William W. Behrens III. « The Limits of Growth: A Report for the Club of Rome's Project in the Predicament of Mankind ». 1972. Universe Books. NEW YORK, USA. Also available on: <https://www.dartmouth.edu/~library/digital/publishing/meadows/ltg/>

7. Donna J. Wood. (1991), « Corporate Social Performance Revisited », Academy of Management Review, Vol. 16, No. 4, Blackwell Publishing Ltd, Oxford, UK. Also available on: https://www.academia.edu/14123037/Measuring_Corporate_Social_Performance_A_Review
8. Edwin M. Epstein. (1987), « The corporate social policy process: Beyond business ethics, corporate social responsibility, and corporate social responsiveness», California Management Review, Vol 29, No 3. Also available on: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.2307/41165254?journalCode=cmra>
9. Elisabet Garriga & Domènec Melé. (2004), « Corporate social responsibility theories: mapping the territory», Journal of Business Ethics, 53(1/2). Also available online on: https://www.academia.edu/2430203/Corporate_Social_Responsibility_Theories_Mapping_the_Territory
10. Gro Harlem Brundtland, Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future, Brundtland Report, Oslo, 20 March 1987. Also available on: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>
11. Herman Aguinis and Ante Glavas. (2012). « What we know and don't know about corporate social responsibility: A review and research agenda », Journal of Management, 38. The online version of this article can be found at: <http://jom.sagepub.com/content/38/4/932>
12. Jerdrzej George Frynas and Camila Yamahaki, Corporate social responsibility: review and roadmap of theoretical perspectives, Business Ethics: A European Review, Volume 25 Number 3 July 2016, John Wiley & Sons Ltd, Oxford UK. Also available online on: https://www.academia.edu/35858830/Corporate_social_responsibility_review_and_roadmap_of_theoretical_perspectives
13. Jones, Thomas M. (1980) « Corporate social responsibility revisited, redefined », California Management Review, California, USA, 22(3).
14. José Sanchez, Fatma Elzahra Yassin, Abdelhamid Ezzat, Expanding Horizons in Development report: The Rising Role of Egypt's Private Sector, United Nations Development Programme (UNDP), and the Industrial Modernization Center (IMC), Egypt, 2016.
15. Jye Y. Lu and Pavel Castka, Corporate Social Responsibility in Malaysia –Experts' Views and Perspectives, research paper published in Wiley InterScience journal, May 2009.
16. Milton FRIEDMAN, «The social responsibility of business is to increase its profits», New York Times Magazine, 13 september 1970. This article also available on : <http://umich.edu/~thecore/doc/Friedman.pdf>
17. Mohamed Kirat, Corporate social responsibility in the oil and gas industry in Qatar perceptions and practices, Public Relations Review, vol. 41, July 2015 .

18. Mouna El Mousadik, Fatima El Kandoussi, Practice of Social Responsibility in Moroccan Companies « An Exploratory Study», European Scientific Journal November 2017 edition Vol.13, No.31.
19. ROLAND BÉNABOU JEAN TIROLE, Individual and Corporate Social Responsibility, Economics, Volume 77, Issue 305, January 2010. Also available on: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1468-0335.2009.00843.x>
20. Rusnah Muhamad, Mohd. Edil Abd. Sukor, Mohd Rizal, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: AN ISLAMIC PERSPECTIVE, Journal of Accounting Perspectives, Vol. 1, December 2008. Also available on: <https://pdfs.semanticscholar.org/ee69/6f17880889a67abd46e91b1ddd298c941c6c.pdf>
21. Sami A. Khan, Khalid A. Al-Maimani, Wafa A. Al-Yafi, Exploring Corporate Social Responsibility in Saudi Arabia: The Challenges Ahead, research paper published in Journal of Leadership, Accountability and Ethics, vol. 10, 2013.
22. Samira Touate & Amina Bennouna, Practices of CSR in Moroccan SMEs: Status and Issues, International Journal of Management Excellence , Volume 11, No.2 August 2018.
23. Suchman, M.C. 1995. 'Managing legitimacy: strategic and institutional approaches'. Academy of Management Review.
24. The World Bank; Beyond Corporate Social Responsibility: The Scope for Corporate Investment in Community Driven Development, Report No. 37379-GLB, March 2007. Also available on: <http://documents.worldbank.org/curated/en/574351468176639573/text/686660BRIOP0986210Box369243B00PUBLIC0.txt>
25. Thomas Kimeli Cheruiyot, Patrick Onsando, Corporate Social responsibility in Africa, Moi University, January 2016. Also available on: <https://www.researchgate.net/publication/309410494>
26. Wartick, S. L. and R. E. Rude: 1986, 'Issues Management: Corporate Fad or Corporate Function?', California Management Review 29 (1).
27. Zuleika Ferre, Natalia Melgar, Máximo Rossi. Corporate Social Responsibility in Uruguay: What enterprises do and what people think about it, Republic of Uruguay, RESEARCH PAPERS, CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN LATIN AMERICA, UNITED NATIONS, New York, 2010.

ج- الملتقيات والندوات :

1. Kanji Tanimoto & Kenji Suzuki, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN JAPAN: ANALYZING THE PARTICIPATING COMPANIES IN GLOBAL REPORTING INITIATIVE, Working Paper 208, March 2005.
2. Freeman R. Edward & John McVea. (1984), Strategic management: a stakeholder approach, Pitman, Boston. Darden Graduate School of Business Administration, University of Virginia, Working Paper No. 01-02, Also available online on: https://www.academia.edu/1261117/A_stakeholder_approach_to_strategic_management

د - المواقع الالكترونية :

1. <http://bit.ly/SDPrENG>
2. <http://www.onhym.com/en/csr.html>
3. <http://www.qapco.com.qa/corporate-social-responsibility>
4. <http://www.qatargas.com/English/CorporateCitizenship/Pages/default.aspx>
5. <http://www.rasgas.com/Sustainability/this-years-report.html>
6. https://en.wikipedia.org/wiki/Japan_Association_of_Corporate_Executives
7. https://en.wikipedia.org/wiki/United_Nations_Global_Compact
8. <https://fbrh.co.uk/en/80-percent-of-the-world%E2%80%99s-250-largest-companies-report-according-to-gri>
9. <https://www.afnor.org/en/?s=CSR>
10. <https://www.globalreporting.org/standards/work-program-and-standards-review/>
11. <https://www.globalreporting.org/standards/work-program-and-standards-review/development-of-sector-standard-oil-gas-and-coal/>
12. <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:14001:ed-3:v1:en>
13. <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en>
14. <https://www.marketing91.com/what-is-the-stakeholder-theory/>
15. www.senat.fr/ue/pac/E1776.html
16. www.senat.fr/ue/pac/E1776.html
17. <https://sustainabledevelopment.un.org/index.php?page=view&nr=835&type=400&menu=35>
18. <https://www.unglobalcompact.org/participation/report/cop/create-and-submit/detail/1500>
19. https://ec.europa.eu/growth/industry/sustainability/corporate-social-responsibility_en

ثالثا : المراجع باللغة الفرنسية :

أ - الكتب :

1. Adrienne PAGÈS, LES PERFORMANCES DE L'INVESTISSEMENT SOCIALEMENT RESPONSABLE : MESURES ET ENJEUX, Mémoire de fin d'étudese, Majeure Finance, Paris, France.
2. Bruno Boidin et Nicolas Postel et Sandrine Rousseau, La responsabilité sociale des entreprises une perspective institutionnaliste, Presses universitaires du Septentrion, France, 2009.
3. Commission des communautés européennes, « Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises», LIVRE VERT, Bruxelles, le 18.7.2001. Also available on:
[http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_fr.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_fr.pdf)
4. Elisabeth Gaillarde et Stéphanie Guignard, L'investissement socialement responsable: Etat des lieux et perspectives, Agence de l'Environnement et de la maitrise de l'Energie (ADEME), France, 2004.

5. Florence Friedman, Patricia Hart, Isabelle Verrier, (2005) , Les défis de la gestion des ressources humaines face aux mutations des entreprises à l'international : Comment identifier, attirer et fidéliser les talents?, Paris .
6. Fondation européenne pour l'amélioration des conditions de vie et de travail, la responsabilité sociale des entreprises et les conditions du travail, Dublin, Irlande, 2003.
7. John R.Schermerhorn, James G.Hunt, Richard N.Osborn, Claire de Billy, "Comportement Humain et Organisation ", Editions du renouveau pédagogique, 3eme édition ; 2006.

ب- الدوريات والتقارير :

1. Acquier A., Gond J.P., et Igalens J, « Des fondements religieux de la responsabilité sociale de l'entreprise à la responsabilité sociale de l'entreprise comme religion », Centre de Recherche en Gestion, Toulouse, Cahier de recherche n° 2005.
2. Béji-Bècheure A., et Bensebaa F., « Responsabilité sociale de l'entreprise : de la contrainte à l'opportunité », Gestion 2000, vol. 23, n°1, janvier-février 2006.
3. C. Gendron, « Enjeux sociaux et représentation de l'entreprise », Revue du MAUSS, n° 15, 2000, Paris France.
4. Capron M. (2003), « L'économie éthique privée- La responsabilité des entreprises à l'épreuve de l'humanisation de la mondialisation », Economie Ethique, n°7.
5. Christelle DIDIER, Romain HUET, rapport sur Démarche stratégique pour une formation de décideurs socialement responsables La Responsabilité Sociale et Environnementale dans l'enseignement supérieur de la région Nord – Pas de Calais, Centre de recherche en éthique économique (CREE) de Lille.
6. Conseil des barreaux de l'Union Européenne(CCBE); la responsabilité des entreprises et le rôle de la profession Européens "guide à l'attention des avocats Européens; Bruxelles; juin 2008.
7. Didier Cazal, RSE et parties prenantes : quels fondements conceptuels ?, Les Cahiers de la Recherche, Centre Lillois d'Analyse et de Recherche sur l'Evolution des Entreprises, Mai 2005. Also available on: <https://journals.openedition.org/regulation/9173#ftn7>
8. Didier Cazal. (2011), « RSE et théorie des parties prenantes : les impasses du contrat», Revue de la Régulation, 9. Also available on: <https://journals.openedition.org/regulation/9173>
9. Direction general des affaires sociales, Documents et rapports sur les activités.
10. Isabelle Maignan et Valérie Swaen, la responsabilité sociale d'une organisation: "intégration des perspectives marketing et managériales", revue Française du marketing, n°200, décembre 2004.
11. la Commission européenne, corporate social responsibility (National public policies in the European Union) , Un rapport publié en Belgique, 2004.
12. Marie-Françoise GUYONNAUD et Frédérique WILLARD, Du management environnemental au développement durable des entreprises, France : ADEME, Mars 2004. Also available on: www.researchgate.net/profile/Marie_Francoise_Guyonnaud/publication/338867740_Du_m

13. Michel Capron, Les éditions des Récollets - L'encyclopédie du développement durable, N° 99 - Juillet 2009.
14. SONATRACH : Les Rapports des Activités : 2002-2013, BAOSEM, Alger.
15. Sonatrach, report Annuel (2008).
16. Sonatrach, report Annuel (2010).
17. Sonatrach-News-N°32, (Mars - Avril 2021).
18. Sonatrach-News-N°33, (Mai - Juin 2021).

ج- الرسائل والمذكرات :

1. Ivana Rodié; responsabilité sociale des entreprises-le développement d'un cadre européen; mémoire présenté pour l'obtention du Diplôme d'études approfondies en études européennes INSTITUT EUROPEEN DE L'UNIVERSITE DE GENEVE, Genève, avril 2007.

د- الملتقيات والندوات :

1. Gond Jean-Pascal et Mullenbach Astrid (2003), "Les fondements théoriques de la responsa-bilité sociétale de l'entreprise", 1er Congrès de l'ADERSE : L'enseignement et la recherche sur la RSE : Actualité, enjeux & perspectives, ESA Paris XII, 12 juin.
2. Hadj Slimane Hind née Kheroua, Bentayeb Hidayat, Les fondements de la performance RH et son évaluation par la RSE Axe 2: Stratégies de mesure et d'évaluation de la performance RH, colloque national: " Management de la qualité totale ", Saida en Novembre 2009.
3. Michel CAPRON, Une vision européenne des différences USA/Europe continentale en matière de RSE: pourquoi la RSE en Europe est un objet politique et non pas éthique, une recherche présentée au séminaire International de Montréal sur la RSE , 12-15 octobre 2006.

هـ- المواقع الالكترونية :

1. <https://www.senat.fr/ue/pac/E1776.html>.
2. <https://www.tassiliairlines.dz/web/a-propos-de-tassili-airlines/>.



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمّة لخضر- الوادي



قسم العلوم الاجتماعية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

استمارة استبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته وبعد :

يسعى الباحث من خلال الاستبيان إلى جمع البيانات اللازمة لقياس متغيرات الدراسة الموسومة بـ (واقع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية سوناطراك أنموذجا)، والتي يقوم بإعدادها الباحث كجزء من مستلزمات نيل درجة دكتوراه العلوم في علم الاجتماع المنظمات والموارد البشرية.

وباعتباركم أحد الاطارات في هذه المؤسسة، فانتم خير من يمكنه تحديد درجة ممارسة تلك المجالات في مؤسستكم بالموضوعية والأمانة العلمية المعهودة فيكم.

لذا يرجى وضع علامة (√) أمام درجة الممارسة لكل فقرة من فقرات الاستبيان في ضوء التقدير المناسب لها من وجهة نظركم. والأمل كبير في أنكم ستجيبون باهتمام وبدقة على أسئلة الاستبيان لكي تكون النتائج مثمرة وتسهم في إبراز واقع المسؤولية الاجتماعية بسوناطراك. علماً بأن إجاباتكم ستستخدم لأغراض البحث العلمي حصراً .

شاكرين تعاونكم سلفاً.

الباحث

الأستاذ المشرف

غدير علي عبد القادر

د. ضيف الازهر

طالب دكتوراه / علم الاجتماع

جامعة الوادي

الجزء الأول : معلومات عامة:

المنصب الإداري :

مدير نائب مدير رئيس مصلحة

أخرى يرجى ذكرها

الجنس :

ذكر أنثى

العمر :

	أقل من 30 سنة
	من 31 إلى 40
	من 41 إلى 50
	أكثر من 50

المستوى التعليمي :

	تكوين مهني
	ثانوي
	جامعي

أخرى اذكرها :

سنوات الخدمة :

	أقل من 5 سنوات
	من 6 إلى 10 سنوات
	من 11 إلى 15 سنة
	من 16 سنة فما أكثر

الجزء الثاني: محاور الاستبيان

الفقرات التالية تشير إلى درجة مساهمة مؤسساتكم في مجال المسؤولية الاجتماعية، يرجى تأشير الدرجة التي تمثل رأيكم بوضع إشارة (√) تحت الدرجة التي تمثل رأيكم.

1- المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين:

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1	تمنح لكم مؤسساتكم مكافآت وعلاوات تشجيعية.					
2	تمنح لكم مؤسساتكم إعانات مادية عند الحاجة.					
3	توفر لكم المؤسسة خدمات الإسكان والنقل.					
4	توفر المؤسسة كساوي للموظفين (غير ألبسة العمل).					
5	تتوفر مؤسساتكم على منشآت عناية طبية خاصة بالعمال.					
6	تقوم مؤسساتكم بعمل فحص طبي دوري لعمالين للتأكد من صحتهم					
7	تساهم مؤسساتكم في شراء مساكن عائلية للعمال.					
8	توفر مؤسساتكم رحلات سياحية للعاملين وذويهم.					
9	توفر مؤسساتكم دور حضانة وروضات لأبناء الموظفين.					
10	توفر مؤسساتكم البرامج التدريبية اللازمة من أجل تنمية مهارات الموظفين.					
11	توفر مؤسساتكم فرص الترقية للموظفين					
12	تسمح مؤسساتكم للموظفين بالمشاركة في اتخاذ القرارات الهامة.					
13	تسمح مؤسساتكم بوجود النقابات العمالية.					
14	توفر مؤسساتكم بيئة عمل صحية وأمنة					
15	تراقب مؤسساتكم دائماً تغير المناخ وتأثيره على موظفيها					

2- المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع:

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1	تقدم مؤسساتكم الهيايات والتبرعات للجمعيات الخيرية.					
2	تلتزم مؤسساتكم بتوفير فرص عمل متكافئة لأفراد المجتمع.					
3	توظف مؤسساتكم عاملين من ذوي الاحتياجات الخاصة.					
4	تساهم مؤسساتكم في تنظيم ودعم الاحتفالات الوطنية والدينية.					
5	تساهم مؤسساتكم في دعم النشاطات الثقافية، والندوات والمؤتمرات					

					العلمية.
6					تقوم مؤسستكم في بتمويل الأندية والأحداث الرياضية.
7					تساهم مؤسستكم في انجاز المدارس والمستشفيات والطرق.
8					تقدم مؤسستكم المساعدة المادية في حالة الكوارث الطبيعية مثل الزلازل والفيضانات والحرائق.
9					تمكن مؤسستكم الممتهين بمراكز التكوين المهني من إجراء التريصات الميدانية لديها
10					تعمل مؤسستكم على ربط علاقات مع الجامعات والمدارس العليا لتطوير التعليم والبحث العلمي
11					تتمتع مؤسستكم بعلاقات متينة مع الجمعيات والمجتمع المدني
12					تساهم مؤسستكم في حملات التوعية الصحية وتطعيم الاطفال
13					تقوم مؤسستكم بإصدار تقرير سنوي يضم الإفصاح عن الأداء الاجتماعي.

3- المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة والموارد الطبيعية:

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1	تقوم مؤسستكم باستبعاد المواد السامة والمضرة من الانتاج					
2	تقوم مؤسستكم بتشجير المناطق الداخلية والمحيط بها.					
3	تقوم مؤسستكم بتركيب اجهزة الفلاتر لمنع التلوث					
4	تلتزم مؤسستكم بقوانين البيئة للحد من التدهور البيئي.					
5	تقوم مؤسستكم بتطبيق برامج لخفض استهلاك الطاقة.					
6	تستخدم المؤسسة تقنيات للتخلص من النفايات ومخلفات التصنيع.					
7	تقوم مؤسستكم بالأبحاث من اجل اكتشاف مصادر جديدة أو بديلة للطاقة المستخدمة حاليا.					
8	تمول مؤسستكم حملات التوعية في مجالات حماية البيئة.					
9	يوجد سياسة لإدارة البيئة في مؤسستكم.					
10	تحتزم مؤسستكم معايير البيئة الوطنية والدولية.					
11	تقيس مؤسستكم بصفة دورية التأثير البيئي لأنشطتها على الطبيعية					
12	تحتزم مؤسستكم دائماً لوائح التنمية المستدامة					

4-المسؤولية الاجتماعية تجاه الزبون:

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1	تقوم مؤسستكم بأبحاث من أجل تعديل تصميم منتجاتها وفقا لرغبات الزبائن.					
2	توزع مؤسستكم منتجاتها بشكل يجعلها في متناول يد الزبائن في مختلف الأوقات.					
3	تلتزم مؤسستكم بالمقاييس والأوزان المقررة للمنتجات.					
4	تستخدم مؤسستكم منتجات صحية في تعبئة وتغليف المنتجات					
5	تستمع مؤسستكم إلى شكاوي الزبائن وتهتم بحلها.					
6	تسعى مؤسستكم للحصول على معايير التقييس ومتابعتها مثل (ISO 9000، 14001، إلخ)					
7	لدى مؤسستكم (ميثاق بيع وشراء) يأخذ في الاعتبار المعايير البيئية والاجتماعية					
8	تحتزم مؤسستكم دائما شروط اتفاقها مع زبائنها					
9	تضمن مؤسستكم دائما سلامة منتجاتها واحترام عملاتها					
10	تقوم مؤسستكم بتعزيز العلاقة بينها وبين زبائنها الأكثر التزاما بالمسؤولية الاجتماعية					

ما هي الدوافع التي تشجع مؤسسة سوناطراك على القيام بمسؤوليتها الاجتماعية؟

.....

.....

.....

.....

ما هي التحديات والمعوقات التي تواجهها المؤسسة للقيام بدورها الاجتماعي؟

.....

.....

.....

.....