مزايا إلتزام المنظمات بالمسؤولية الإجتماعية اتجاه المجتمع.

-دراسة حالة شركة Condor إلكترونيكس ببرج بوعريريج-

د.بن علي آمال: المركز الجامعي أحمد زبانة-غليزان: الجزائر-

أ.مسعودي زكرياء: جامعة الشهيد حمه لخضر -الوادي: الجزائر-

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعريف بالمسؤولية الاجتماعية للمنظمات اتجاه أصحاب المصلحة، وعلى وجه الخصوص المجتمع الذي تنشط فيه إضافة إلى إبراز أهم ما تمارسه المنظمات من نشاطات كمسؤولية اجتماعية اتجاه المجتمع، كما تطرقت إلى أبرز المزايا الممكن اكتسابها من جراء هذا الالتزام في المدى الطويل.

توصلت نتائج الدراسة إلى أن المنظمات ستتمكن من اكتساب العديد من المزايا التنافسية اذا ما التزمت بالمسؤولية الاجتماعيةاتجاه المجتمع الذي تنشط فيه تمس بالدرجة الأولى الصورة الطيبة في أذهان أفراده مما سيساهم في الاقبال على منتجاتها وخدماتها بالتالي المساهمة في تحسين أدائها واستمرار نشاطها وذلك في المدى الطويل، وهذا ماشهدته شركة Condor محل الدراسة.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الإجتماعية، المزايا التنافسية، المجتمع، شركة Condor

Abstract:

The aim of this study is to define the social responsibility of the organizations towards the stakeholders, in particular the society in which they are active, in addition to highlighting the most important activities of the organizations as a social responsibility towards the society, and the main advantages that can be gained from this commitment in the long term.

The results of the study showed that the organizations will be able to gain many competitive advantages if they are committed to social responsibility towards the society in which they are active. This will affect the good image in the minds of its members, which will contribute to the demand for its products and services and thus contribute to improving its performance and its activity in the long term, This was witnessed by Condor.

.**Keywords**: Social Responsibility, Competitive Advantage, Community, Condor

مقدمة:

في ظل التطورات العلمية والتكنولوجية الحاصلة أصبحت منظمات الأعمال مطالبة بممارسة دورها الاجتماعي الى جانب دورها الاقتصادي، أين أصبح نجاحها لا يعتمد فقط على قدرتها على معرفة السبل وطرق تحويل المدخلات إلى مخرجات وتعظيم الأرباح والتوجه نحو المصلحة الذاتية الصرفة فقط وإنما تتعدى ذلك إلى مدى قدرتها على معالجة القضايا الإجتماعية من خلال الإهتمام بقضايا المستهلك وأخلاقيات الأعمال والبيئة والمساهمة في المجتمع الذي تنشط فيه ومساعدة الحكومة في حل المشاكل الإجتماعية والإقتصادية مما سيكسبها صفة المواطنة وكذا مدى إدراكها لأهمية المسؤولية الإجتماعية المرتبطة بعدد من القيم والمعايير الإنسانية السامية كالتكافل والإحساس بالمواطنة اتجاه كل من له علاقة مع المنظمة بما فيهم المجتمع، كإستراتيجية تعود على المنظمة والمجتمع بالفائدة. وبناءا على ما سبق جاءت إشكالية الدراسة على النحو التالي:

فيما تتمثل مزايا إلتزام المنظمات بالمسؤولية الإجتماعية اتجاه المجتمع؟

بهدف الإجابة على إشكالية الدراسة المطروحة تم تقسيم العمل إلى المحاور التالية:

المحور الأول:الإطار المفاهيمي للمسؤولية الإجتماعية للمنظمات.

المحور الثاني: أهم برامج ومزايا المسؤولية الإجتماعية للمنظمات اتجاه المجتمع.

المحور الثالث: دراسة حالة شركة Condorإلكترونيكس ببرج بوعريريج.

أولا:الإطار المفاهيمي للمسؤولية الإجتماعية للمنظمات.

1.تعريف المسؤولية الإجتماعية للمنظمات:

لابد من الإشارة إلى أن تعاريف المسؤولية الإجتماعية تميزت بالتعدد والواقعية والديناميكية عبر الزمن، فهي تتغير وتتطور وفقا للتغيرات والظروف الإقتصادية الحاصلة، بحيث لا يوجد تعريف ثابت واحد ورسمي متفق عليه. وفيما يلي تقديم لبعض من هذه التعريفات:

– المسؤولية الاجتماعية للمنظمات هي الإلتزام المستمر من قبل رجال الأعمال من أجل التصرف بشكل أخلاقي والمساهمة في التنمية الاقتصادية وتحسين نوعية الحياة للعمال وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل (Lance Moir, p. 6).

–يرى **جوزيف مونسين Joseph Monsen** "أن المنشأة المسؤولة إجتماعيا هي التي تساهم وتشارك في تحقيق ما تتوقعه الجماهير منها، وتحاول إشباع تلك الإحتياجات والمطالب قبل أن تتعرض لإنتقادات الجماهير. وهي المنشأة التي تستجيب لإحتياجات المجتمع الإجتماعية والبيئية بنفس قدر إهتمامها بالإحتياجات الإقتصادية له" (يوسف محمود، 2012، صفحة 110).

-ويرى **إيريك كارول Arichie Carroll** "أن المسؤولية الإجتماعية للمنشأة هي الإستجابة للمطالب والتوقعات الإقتصادية والقانونية والأخلاقية، والمسؤوليات الأخرى التي يطلبها المجتمع من المنشأة في فترة محدودة" (يوسف محمود، 2012، صفحة 110).

-كما تعرف المسؤولية الإجتماعية على أنها: إلتزام أخلاقي بين المنظمة الإقتصادية والمجتمع، تسعى من خلاله إلى تقوية الروابط بينها وبين المجتمع، ما من شأنه تعزيز مكانتها في أذهان المستهلكين والمجتمع بشكل عام، والذي ينعكس بدوره على نجاحها وتحسين أدائها في المستقبل. كما وتجدر الإشارة أيضا إلى تعدد المصطلحات المتعلقة بمفهوم المسؤولية الإجتماعية للمنظمات ومنها مواطنة الشركات والشركات الأخلاقية والحوكمة الجيدة للشركات وعلى الرغم من تعدد هذه المصطلحات إلا أنها في النهاية تنصب على مساهمة منظمات الأعمال في تحمل مسؤولياتها إتجاه أصحاب المصالح المختلفين (بن خديجة منصف و راشي طارق، 2013، صفحة 137).

2. أصحاب المصالح في المؤسسات المعنيين بالمسؤولية الإجتماعية:

تمارس منظمات الأعمال مسؤوليتها الاجتماعية اتجاه أصحاب المصالح بتحقيق مجموعة من الأهداف متعلقة بمطالبهم كما يلي (عبد الوهاب سويسي، 2009، الصفحات 44-45):

1-الملاك: تحقيق اكبر ربح، تعظيم قيمة الأسهم، رسم صورة محترمة للمنظمة في بيئتها، حماية أصول المنشأة، زيادة حجم المبيعات.

2-العمال: رواتب وأجور مجزية، فرص التقدم الوظيفي، تدريب وتطوير، عدالة وظيفية، ظروف عمل مناسبة، رعاية صحية، امتيازات وظيفية،...الخ.

3-المستهلكون: تقديم منتجات ذات جودة عالية، أسعار مناسبة، سهولة وتيسير الحصول على السلعة، الإعلان الصادق، منتجات آمنة للاستعمال، إرشادات استخدام للسلعة وكيفية التخلص منها بعد استعمالها.

4-المنافسون: منافسة عادلة ونزيهة، عدم جذب العاملين من منظمة لأخرى بوسائل غير نزيهة، التقيد بالأنظمة والقوانين التي تحافظ على نزاهة المنافسة.

5-الممونون: الصدق في التعامل مع المجهزون لضمان استمرارهم في تزويد المنظمة بالتجهيزات والمواد اللازمة، تسديد الالتزامات المالية.

6-المجتمع: المساهمة في دعم البنى التحتية، توفير فرص عمل، دعم الأنشطة الاجتماعية، توظيف ذوي الحاجات الخاصة، المصداقية في التعامل مع القضايا الاجتماعية، توفير المعلومات الصحيحة والكاملة لأفراد المجتمع، احترام عادات وتقاليد المجتمع.

7-البيئة: الحد من تلوث الهواء والماء والتربة، الاستخدام الأمثل للموارد، زيادة المساحات الخضراء، عدم تقديم المنتجات الضارة.

8-الحكومة: الإلتزام بالتشريعات والقوانين، احترام تكافؤ الفرص، تسديد الالتزامات المالية والضريبية، المساهمة في دعم أنشطة البحث والتطوير، المساهمة في دعم السياسات الحكومية في القضاء على البطالة، المساعدة في إعادة التأهيل والتدريب للعاملين.

9-الجماعات الضاغطة: التعامل الصادق مع الصحافة، واحترام أنشطة جماعات الضغط المختلفة، احترام دور جمعية حماية المستهلك.

3.مجالات تطبيق المسؤولية الإجتماعية للمنظمات:

الواقع أن المنظمة التي تريد ممارسة مسؤوليتها الإجتماعية لابد أن تمس العديد من المجالات (Chauveau & Rosé, 2003, pp. 48-49):

-الحفاظ على البيئة؛

-سلامة المنتجات والإنتاج؛

-إثراء المناخ والحوار الإجتماعي؛

-إحترام حقوق الإنسان؛

-الأخلاق، ومحاربة الفساد وتبيض الأموال؛

-الإهتمام بمجتمعها والتنمية المحلية؛

-تحرير التقارير والتحاور مع أصحاب المصلحة؛

-الإنضمام إلى معايير وتسميات المسؤولية الإجتماعية.

ثانيا: أهم برامج ومزايا المسؤولية الإجتماعية للمنظمات اتجاه المجتمع.

1.المسؤولية الإجتماعية للمنظمات من منظور إستراتيجي:

يمكننا تقديم وتوضيح المسؤولية الإجتماعية للمنظمات من منظورها الإستراتيجي فيما يلي (صادق جعفر، 2007، صفحة 6):

هناك مبررات عديدة تدفع المنظمات لتبني فكرة المسؤولية الاجتماعية منها، المبرر الأخلاقي القائم على فكرة رد الجميل إلى المجتمع الذي قد يكون ساهم بشكل مباشر أو غير مباشر في إيجاد الأسس التي أدت إلى نجاح المنظمة ماليا، ومنها النظرة الواقعية للأمور والتي تستدعي أن تمارس المنظمة سلوكا ذا فائدة اجتماعية واضحة لكي تتحاشى ردود الفعل السلبية من المجتمع تجاه الآثار الضارة لبعض عملياتها (كمخلفات مصانع المواد

الكيماوية مثلا والتي تفسد البيئة القريبة منها)، ومنها طبعا النظرة الترويجية التي تهدف إلى تلميع صورة المنظمة وتدعيم علاماتها التجارية.

-إدراك أهمية دمج المسؤولية الاجتماعية للمنظمة بإستراتيجية عملها من خلال نموذج استراتيجي لعملية الدمج يقوم على تحديد نقاط التأثير المتبادل بين المنظمة والمجتمع الذي تعمل فيه وتصميم منهجية عمل اجتماعي للمنظمة قائم على توليد قيمة اجتماعية من عموم أدائها المالي والتجاري.

-مقاربة "المسؤولية الاجتماعية" من زاوية إستراتيجية قائمة على توليد فوائد مجتمعية تعزز على المدى الطويل أداء المنظمة وقدرتها التنافسية في سوق العمل، وليست منطلقة فقط من ردود أفعال نمطية تهدف إلى تشكيل صورة عمومية قائمة على منطق المواطنة الصالحة.

2.أهم الأنشطة التي تمارسها المنظمات في إطار الإلتزام بالمسؤولية الإجتماعية اتجاه المجتمع:

هناك العديد من الأنشطة الإجتماعية التي تقوم بها المنظمات كمسؤولية إجتماعية إتجاه المجتمع الذي تعيش فيه تتعلق أساسا بالصحة والسكن وكذا النقل والفئات الخاصة وغيرها، من أهمها ما يلي (بن خديجة منصف و راشي طارق، 2013):

- تقديم التبرعات للجمعيات الخيرية وللمؤسسات والمنظمات غير الحكومية.

--رعاية الفئات الخاصة في المجتمع مثل الطفولة المسعفة والمسنين وذوي الإحتياجات الخاصة.

- المساهمة في تدعيم الهيئات الصحية.

-القيام بمبادرات في مجال التعليم كإقامة معاهد تعليمية وفنية والتبرعات للطلبة المحتاجين.

- المساهمة في توفير فرص عمل متكافئة لأفراد المجتمع.

-تدعيم الأنشطة الرياضية والثقافية وإقامة الحدائق الخضراء للحفاظ على البيئة.

-تقديم المساعدات لأفراد المجتمع في حالة الكوارث الطبيعية والإجتماعية.

-تسديد الضرائب للدولة.

3.أهم المزايا المكتسبة من جراء التزام المنظمات بالمسؤولية الإجتماعية اتجاه المجتمع:

تعتبر المسؤولية الاجتماعية مسألة مبادئ ومسؤولية أخلاقية، إذ أن المنظمة تتطور وتنمو بأمر المجتمع الذي تعيش فيه وتستخدم موارده المادية والبشرية، ولذا فهي مسئولة تجاهه على الصعيد الاجتماعي وحماية البيئة، وهذه المسؤولية تحقق لها العديد من المزايا والمنافع ومنها (مسان كرومية، 2014، صفحة 79):

–أنها تحقق التقارب بين المنظمة والجمهور ،إذ أن الجهود التي تبذلها المنظمة لصالح مجموعة مستهدفة معينة في المجتمع كالمساهمين في الشركة مثلا ،قد تضرب مصالح مجموعات أخرى، والعكس فإن تحقيق التوازن الدائم بين جميع المصالح يعد جزءا مهما من المسؤولية الاجتماعية لتحقيق العدالة بين الفئات المختلفة.

–إن زيادة التكاليف الناتجة عن القيام بالمسؤولية الاجتماعية والحفاظ على علاقة جيدة مع المجتمع تستطيع المنظمة تعويضها على المدى البعيد عبر مستوى ربحية يفوق تلك التكاليف بعد تمتعها بسمعة جيدة من خلال تطبيق المعايير البيئية والاجتماعية.

–تحسين سمعة الشركة في الأوساط المالية والتجارية بين الموردين والعملاء وأفراد المجتمع.

–إن العمل في محيط حساس ومضطرب اجتماعيا يعتبر في الأصل تهديدا لعمل المنظمة وتواجدها، فيحين أن النسيج الاجتماعي المتماسك يحسن من أداء المؤسسة.

–الالتزمات اتجاه المساهمين والعاملين، والالتزامات من المساهمين والعاملين تنبع من الاهتمامات المشتركة.الالتزامات تجاه العملاء، الموردين، المنافسين أساسا التزامات خارجية تنبع من اعترافنا بمصداقية وجهة نظرالشخص الآخر كشرط ضروري وصولا إلى الإحساس المتماسك لأنشطة الأعمال.

يمكن أن نلخص مزايا التزام منظمات الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع فيما يلي:

إن إستفادة المجتمع من المساهمات الإجتماعية التي تقوم بها منظمات الأعمال، يمكن أن يوفر لهذه الأخيرة العديد من الإيجابيات من خلال توفير الإستقرار الإجتماعي حيث ستساهم في بناء علاقات طيبة مع المجتمع مما يجعل منه مكانا أفضل للحياة وممارسات الأعمال حيث بإمكانه خلق مناخا جذابا للإستثمار وتوسيع المشاريع بعيدا عن الضغط الضروري لإستكمال الأعمال لبلوغ مستويات التصدير حيث أن المناخ يلعب دورا هاما في نمو الأعمال إضافة إلى ذلك تحقيق الولاء والإقبال على المنتجات من خلال السمعة الطيبة المكتسبة داخل المجتمع أي نجاح السياسة التسويقية التي تساهم في رفع المبيعات وزيادة الربحية بالتالي توفير الموارد المالية وزيادة الطاقات الإنتاجية بمضاعفة الإنتاج.

ثالثا: دراسة حالة شركة Condorإلكترونيكس ببرج بوعريريج.

تعد شركة **Condor** إحدى الشركات الجزائرية الرائدة في الصناعات الإلكترونية والكهرومنزلية بمنتجات عالية الجودة والتي شهدت تطورا منذ بداية نشاطها، حيث أنها تولي إهتمامات كبيرة بالمجتمع الذي تنشط فيه في إطار التزامها بالمسؤولية الإجتماعية اتجاه أصحاب المصالح، والذي مكنها من الحصول على مواصفة **(ISO 26000)** للمسؤولية الإجتماعيةفي سنة **2012** وهذا ما سنتعرض له فيما يلي (شركة Condor):

1.التعريف بالشركة:

شركة كوندور **Condor**أو باسمها التجاري عنتر للتجارة" **Anter Trade**، شركة إقتصادية خاصة كبيرة الحجم تختص بإنتاج وتسويق الأجهزة الإلكترونية و الكهرومنزلية، تنتمي إلى مجموعة بن حمادي **Groupe Ben Hamadi** شكلها القانوني أصبح في جوان **2002** هو" **SPA** "مؤسسة خاصة ذات الأسهم حيث تنشط وفقا

لأحكام القانون التجاري، حيث تحصلت على السجل التجاري في أفريل2002، وبدأ نشاطها الفعلي في فيفري 2003 ، يتواجد مقرها الرئيسي بالمنطقة الصناعية ببرج بوعريريج، تتربع على مساحة إجمالية تقدر ب: 80104م^2 وهي بملكية كاملة للمؤسسة، يبلغ عدد عمالها أكثر من **5668** عامل موزعين على الوحدات والمصالح حسب التخصص.

شركة**Condor**هي إحدى المؤسسات المكونة لمجموعة بن حمادي التي تحتوي على عدة وحدات هي: مؤسسة**Argilor** وهي وحدة لإنتاج الأجر –مؤسسة **Gerbior**وهي وحدة لإنتاج القمح الصلب ومشتقاته– مؤسسة **Polyben** وهي وحدة لإنتاج الأكياس البلاستيكية– مؤسسة **Gemac**وهي وحدة لإنتاج البلاط ومواد البناء.

حيث مرت شركة **Condor** بمراحل حتى وصلت إلى ما هي عليه الآن، حيث شهدت المرحلة الأولى الشراء للبيع، أما المرحلة الثانية شراء المنتج مفككا جزئيا حيث تقوم الشركة بشراء المنتجات مفككة جزئيا، لتقوم بعد ذلك بتركيبها، أما المرحلة الرابعة الإنتاج حيث أنه في هذه المرحلة وبعد الاستفادة من المراحل السابقة، أصبحت شركة **Condor**تتحكم في تقنيات تركيب الأجهزة، وبعد تحديد المكونات التي يمكن شراؤها محليا، أو إنتاجها ذاتيا، لم يبق لها سوى أن تسجله بعلامة تجارية خاصة بها، وذلك عن طريق شراء التراخيص.

2. أهم البرامج التي تقوم بها شركة Condor كمسؤولية إجتماعية اتجاه المجتمع:

تعتمد شركة **Condor** مجموعة من الأنشطة الإجتماعية إتجاه المجتمع الذي تنشط فيه خاصة بمقرها بولاية ببرج بوعريريج مبنية على على أساس الصراحة والشفافية في التعامل، أهمها (مقابلة مع المسؤول عن التسويق والمسؤول عن إدارة الجودة الشاملة TQM):

- تقديم منتجات ذات جودة عالية داخل المجتمع وبأسعار مقبولة.
- قامت الشركة ببناء مسجد وملعب لفائدة الشباب على مستوى دائرة رأس الوادي بولاية برج بوعريريج.
- تقوم الشركة بتقديم مبالغ مالية لفائدة العمال ومواطني الولاية وذلك بتنظيم مسابقات للفوز بعمرة لفائدة شخص واحد.
- الإهتمام بالبحث العلمي عن طريق تمويل الملتقيات الجامعية بجامعة البشير الابراهيمي ببرج بوعريريج، إضافة الى انشطة تشجيعية للمتمدرسين والمشاركة في العديد من التظاهرات المتعلقة بالتربية والتعليم.
- الشركة تدعم قوى من الجانب العلمي والثقافي حيث تربطها علاقات قوية مع جامعة فرحات عباس بولاية سطيف والمركز الجامعي بولاية برج بوعريريج، بحيث أنها متعاقدة معهم على توظيف الأوائل في التخصصات الإلكترونية وتمنحهم الشركة فرصة التدريب في الخارج، وبعدها توظيفه في الشركة.
- تنظيم أيام دراسية خاصة لفائدة طلبة جامعة برج بوعريريج.
- مساهمة من نوع آخر في الجتمع من خلال الإستثمار في المورد البشري لفائدة الجزائر ككل حيث أن مبادرة شركة **Condor** في **Startup Academy** وهي الأولى من نوعها لفائدة الطلبة الجزائريين المهتمين بالتكنولوجيا بخلق ورشات ودورات تدريبية، بهدف ترقية ثقافة ريادة الأعمال وتطوير المشاريع المبنية على التكنولوجيا المستدامة، وذلك في إطار تشجيع الإستثمار في مجال التكنولوجيات الحديثة، فأما

بخصوص الهدف من هذه المبادرة التي إعتبرها ممثل **شركة Condor** إستثمارا معرفيا يأخذ بعين الإعتبار الإستثمار في المجال البشري بإعتبار أن طلبة اليوم هم إطارات الغد، وهذا ما أكد أنه مسؤولية مواطنة بالدرجة الأولى،يكفي أن **شركة Condor** مؤسسة جزائرية تضع على عاتقها مسؤولية تكوين الطلبة الجزائريين وليس بالضرورة الإستفادة من كفاءاتهم مستقبلا، إنما لتستفيد منهم الجزائر ككل.

- المساهمة في خلق مناصب شغل سنويا، حيث أن الشركة لا تطمح لتحقيق الربح بقدر خلق مناصب الشغل حيث تبلغ العمالة بالشركة أكثر من **5668** عامل، بالتالي المساهمة في التخفيف من البطالة من المجتمع، إضافة إلى توفير مناصب الشغل عبر التراب الوطني من خلال نقاط البيع المفتوحة.
- تقوم الشركة بدعم الأنشطة الإجتماعية والأندية الرياضية كتنظيم دورات رياضية ، وفكرية، حيث رعت شركة **Condor** مباريات مثل مباراة جمال دحو للمحافظة على لقبها العالمي في الملاكمة في سنة **2012** وكذا تدعيم فريق برج بوعريريج لكرة القدم إضافة إلى أنواع أخرى من الرياضات.
- للشركة دور فعال في تدعيم وتمويل الجمعيات الخيرية، وتمثلت هذه التمويلات على العموم في مبالغ مالية للجمعيات الخيرية والرياضية، حيث قامت الشركة مؤخرا في سنة 2016 بإحتضان حملة تضامنية لمكافحة سرطان الثدي ويتبنى اللون الوردي طيلة شهر أكتوبر، معبرة عن مشاركتها في مكافحة هذا المرض الأكثر فتكا بالنساء حول العالم، ومن خلال مشاركتها في عملية "**أكتوبر الوردي**" التي إنطلقت على المستوى الوطني، والتي تمتد طيلة أيام هذا الشهر، تؤكد شركة **Condor** مرة أخرى قربها من زبائنها، وحرصها على المشاركة في الفعاليات المجتمعية ذات الطابع الإنساني والتكافلي، وتحرص شركة **Condor** من خلال هذه الحملة، وبصفتها إحدى العلامات التجارية الجزائرية الأكثر حضورا في البيوت الجزائرية، على تحفيز زبائنها على المشاركة في هذه الحملة، وتوعيتهم بمدى خطورة هذا المرض الفتاك، الذي تعتبر الأسباب الوراثية من أهم عوامل إنتشاره، غير أنه يمكن السيطرة عليه، والشفاء منه في حال إكتشافه في وقت مبكر، ولذلك حرصت شركة **Condor** على رفع شعار خاص بهذه الحملة، وهو "**كلنا معنيون**"، وبهذه المناسبة تعلن شركة **Condor** عن تخصيص جزء من مداخيل بيع كل قطعة من تجهيزات المطبخ على إمتداد هذا الشهر (طباخات، أفران، هوت وغيرها) لصالح حملة خاصة لجمع التبرعات لصالح مرضى سرطان الثدي، كما تقود الشركة الأولى في الجزائر في مجالها حملة خاصة على موقعها الخاص على موقع التواصل الإجتماعي**الفيسبوك** لحث محبي الصفحة وغيرهم على المشاركة في هذه الحملة ونشرها مقابل **2** دج على كل مشاركة، وهي الحملة التي من شانها أن تنتهي بجمع مبلغ من المال سيتم الإعلان عنه و تقديمه في شهر نوفمبر المقبل لثلاث جمعيات جزائرية مختصة في مكافحة سرطان الثدي.
- قامت الشركة بتوزيع أساور للحجاج مجانا لموسم حج **2016**، وهي عبارة عن أساور تحمل تقنية **GPS** من أجل تسهيل إيجاد الحاج في حالة أنه تاه في زحمة الحجاج.
- كما الشركة بانتاج ساعات يد للأطفال تعمل بنفس تقنية أساور الحج **GPS** حتى يبقوا تحت رقابة أوليائهم باتباع إجراءات تقنية خاصة وذلك لما شهدته ظاهرة إختطاف الأطفال من تفاقم في الجزائر.

- تقديم مبالغ مالية لفائدة العمال ومواطني الولاية وذلك بتنظيم مسابقات للفوز بعمرة لفائدة شخص واحد، إضافة للإعانات المالية في المواسم والأعياد مثل منح أضحية العيد في عيد الأضحى لفائدة للفقراء والمعوزين.
- تقوم الشركة بتوزيع قفة رمضان في شهر رمضان لفائدة الفقراء والمحتاجين إضافة إلى تمويل المطاعم من أجل تحضير وجبات الإفطار للمعوزين وعابري السبيل.
- إبقاء شركة **Condor** على أسعار منتجاتها مستقرة بالرغم من إرتفاع أسعار المواد الخام في السوق الدولية والمتعلقة بالمفاوضات مع أكبر الممولين بقطع الغيار.
- المساهمة في التظاهرات وحملات التبرع المختلفة لمعالجة المشاكل الإجتماعية ورعاية المعارض المختلفة مثل المعرض الوطني للزواج.
- إحياء مختلف الأعياد الوطنية والعالمية والدينية والتحسيس بها في المجتمع.
- القيام بدراسات سوقية بصفة مستمرة من أجل التعرف على تطلعات الزبائن وقدراتهم الشرائية محاولة تلبية رغباتهم.
- تقوم شركة **Condor** بمتابعة منتجات الشركات المنافسة وذلك من أجل تقديم ما هو أفضل للزبائن.
- تقديم عروض بيعية مغرية بأسعار منخفضة للمستهلكين إضافة إلى الهدايا في كل مرة أو مناسبة معينة وطنية أو دينية **(pack)** .
- تولي الشركة اهتماما كبيرا بالبيئة التي تنشط فيها والتي تعد هي الاخرى من العوامل المؤثرة بشكل مباشر على المجتمع. حيث تعد من الشركات الحاصلة على مواصفة**(ISO :14001)** لحماية البيئة.

3.المزايا التي اكتسبتها شركة Condor من جراء التزامها بالمسؤولية الاجتماعية في المجتمع الذي تنشط فيه:

إن إستفادة المجتمع من برامج المسؤولية الإجتماعية المعتمدة من قبل شركة **Condor** والذي مس مختلف الفئات من مواطنين وشباب ونساء وطلبة الجامعة مكن هذه الأخيرة من تعزيز مكانتها وشهرتها في وسط المجتمع الذي تنشط فيه والذي ساعد على قيام عملية التصدير بالشركة أهمها (مقابلة مع المسؤول عن مصلحة التسويق و المسؤول عن المبيعات، شركة Condor):

- تمكنت شركة **Condor** من خلق مناخ ممتاز لممارسة نشاطها وسط المجتمع الذي تنشط فيه خاصة بولاية برج بوعريريج الناتج عن الإستقرار الإجتماعي بالولاية والسمعة التي تحظى بها الشركة داخل هذه المنطقة، الذي ساهم في نمو وتطور الأعمال بعيدا عن الضغط.
- حيث ترى شركة **Condor** أن إكتساب ولاء الزبائن لعلامتها وورضاهم على منتجاتها (السمعة) هو الركيزة الأساسية وإمتدادا للطلب على منتجاتها في الخارج.

- ولاء المجتمع مكن شركة **Condor** من الريادة على المستوى المحلي وتحقيق مستويات أداء مرتفعة7 بفعل نجاح سياستها التسويقية في المدى الطويل بفعل برامج المسؤولية الإجتماعية، بالتالي تحقيق الأرباح حيث تمكنت الشركة من خلال ذلك من تكثيف التكوينات الضرورية والمتعلقة بالتسويق الدولي.
- ولاء الزبائن وإقبال المستهلكين على منتجات الشركة ساهم في إرتفاع رقم الأعمال بالتالي تعظيم الأرباح ومنه تمكنت الشركة من توفير الموارد المالية ومضاعفة الإنتاج الضروريين للقيام بعملية التصدير.

تمكنت شركة **Condor** من خلال إلتزامها بالمسؤولية الإجتماعية إتجاه المجتمع من إكتساب سمعة وصورة ذهنية مكنتها من تطوير أدائها في المدى الطويل والريادة على المستوى المحلي أي داخل المجتمع الذي تنشط فيه، وتحقيق أرباح ومستويات من الجودة قادرة على مواجهة المنافسة في الخارج.

ساهم إلتزام شركة **Condor** بالمسؤولية الإجتماعية إتجاه أصحاب المصالح بما فيهم المجتمع بشكل كبير في ريادتها ونجاحها على المستوى المحلي وذلك في المدى الطويل، من تعظيم حجم مبيعاتها و تحقيق حصة سوقية قدرت بـ**40%** سنة **2015** حيث كان إنضمام الشركة إلى منظمة **ISO 26000** الأثر الكبير لها في الهيمنة على سوق الأجهزة الإلكترونية من خلال المعايير التي تفرضها هذه المواصفة والتي تتعلق بالجودة وتحقيق رضى العاملين والمجتمع ككل.

خلاصة:

في الأخير يمكن القول أن التزام المنظمات بالمسؤولية الإجتماعية اتجاه المجتمع الذي تنشط فيه من شأنه خلق مزايا تنافسية بعيدة المدى تتمكن من خلاله من تحسين أدائها واستمرار نشاطها من خلال توفير مناخ ممتاز ومستقر لممارسة نشاطاتها.رغم أن ذلك سيؤثر على تنافسيتها في المدى القصير بسبب تكاليف تلك الأنشطة المبرمجة كمسؤولية اجتماعية.

كما خلصت نتائج هذه الدراسة إلى أن شركة **Condor** تعي جيدا مسؤلياتها إتجاه المجتمع الذي تنشط فيه أهمية ذلك في اكتساب العديد من المزايا التنافسية حيث تمكنت شركة **Condor** من خلال إلتزامها بالمسؤولية الإجتماعية إتجاه المجتمع من إكتساب سمعة وصورة ذهنية مكنتها من تطوير أدائها في المدى الطويل والريادة على المستوى المحلي أي داخل المجتمع ، وتحقيق أرباح ومستويات من الجودة قادرة على مواجهة المنافسة في الخارج.

وعلى ضوء النتائج المتوصل إليها إرتاينا تقديم مجموعة من التوصيات كما يلي:

- تعزيز تواصل وسائل الإعلام بمنظمات الأعمال وذلك من أجل الإطلاع على أدائها الإجتماعي من قبل الأفراد والمجتمع.
- ضرورة إعتماد المسؤولية الإجتماعية كأداة ترويجية لسمعة منظمات الأعمال لدى المجتمع والدولة وذلك من أجل الريادة على المستوى المحلي.

- ضرورة قيام وسائل الإعلام بدورها في التوعية والتحسيس بمزايا ومكاسب إدماج المسؤولية الإجتماعية ضمن نشاطات منظمات الأعمال إتجاه أصحاب المصالح في المدى الطويل بعرض نماذج ناجحة في هذا المجال.

- العمل على توعية وتحسيس مدراء ومسيري منظمات الأعمال بأهمية الإلتزام ببرامج المسؤولية الإجتماعية إتجاه أصحاب المصالح وأثرها الايجابي على الأداء من خلال عرض تجارب الدول والمنظمات بتنظيم الملتقيات والندوات.
- لابد على منظمات الأعمال إدماج المسؤولية الإجتماعية ضمن نشاطاتها بهدف تعزيز قدرتها التنافسية وتحسين سمعتها وذلك بالإستفادة من خبرات تلك المنظمات الرائدة في إلتزامها بالمسؤولية الإجتماعية خاصة الدولية منها.

- تقديم تحفيزات وتكريم تلك المنظمات المتميزة في أدائها الإجتماعي والتي تساهم في تحقيق التنمية المستدامة وذلك من أجل خلق روح المنافسة بين المنظمات في هذا المجال.

المراجع:

[1]Lance Moir, what do we mean by corporate social responsibility ?,Corporate Governance, Granfield school of Management, Granfield University, England, vol1,Issue :2,p :6

[2]محمود يوسف، فن العلاقات العامة، الدار العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، القاهرة،مصر، 2012،ص110.

[3]نفس المرجع السابق، ص110.

[4]بن خديجة منصف، راشي طارق، دور المسؤولية الاجتماعية في تدعيم تنافسية المؤسسة الاقتصادية،مجمع مداخلات المؤتمر الثالث للعلوم المالية والمصرفية حول: حاكمية الشركات والمسؤولية الاجتماعية: تجربة الأسواق الناشئة(مجمع بحوث المؤتمر)، جامعة اليرموك، الأردن، أيام 17-18 أفريل 2013،ص137.

[5]عبد الوهاب سويسي، الإدارة بالمسؤولية الاجتماعية كمدخل لحماية المستهلك: الوجه الخفي للتسويق، مجلة المدرسة الوطنية للادارة، العدد37، الجزائر، 2009، ص 44،45.

[6]Alain Chauveau, Jean-Jacques Rosé, L'entreprise responsable, Edition d'Organisation, Paris, 2003, p :48, 49 .

[7]صادق جعفر، لمحات من واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات في مملكة البحرين، البحرين، مقال منشور، البحرين، 2007، ص6.

[8]بن خديجة منصف، راشي طارق، مرجع سبق ذكره، ص140.

[9]مسان كرومية، "**المسؤولية الاجتماعية وحماية المستهلك في الجزائر –دراسة حالة المؤسسات العاملة بولاية**"، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير بجامعة تلمسان، 2014 ص79.

[10] الوثائق الداخلية للشركة.

[11]مقابلة مع المسؤولعن مصلحة التسويق السيد: **بهناس إلياس و** مقابلة مع المسؤولعن إدارة الجودة الشاملة **TQM** السيد: **الواهم عبد الحكيم**. لشركة **Condor**.

[12]مقابلة مع المسؤولعن مصلحة التسويق، ومقابلة مع المسؤولعن المبيعات، شركة **Condor**.