

المسؤولية الاجتماعية لمعاملتي الهاتف النقال بالجزائر-دراسة مقارنة مع بعض شركات الاتصالات في العالم

The social responsibility of mobile operators in Algeria - a comparative study with some of the telecommunications companies in the world

د. لحرش الطاهر¹، شطابي كززة²

¹المدرسة العليا للتجارة - الجزائر، Lahrache.tahar@gmail.com

²المدرسة العليا للتجارة - الجزائر، Kenzachettabi@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2019/06/14

تاريخ القبول: 2019/06/08

تاريخ الاستلام: 2019/05/08

ملخص:

يهدف هذا البحث إلى التعرف على واقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية لدى معالمتي الهاتف النقال بالجزائر مع دراسة لمبادرات المسؤولية الاجتماعية التي تنتهجها أهم شركات الاتصالات التي تنشط في إفريقيا، الشرق الأوسط، آسيا وأوروبا. خلص هذا البحث لعدة نتائج منها وجود مؤشرات على اهتمام معالمتي الهاتف النقال بالجزائر بالمسؤولية الاجتماعية إلا أن الملاحظ أن الممارسات الاجتماعية التي يتم تبنيها يمكن اعتباره إجراءات تكتيكية يلجأ إليها المتعاملون في أوقات معينة كالأعياد الوطنية والدينية. كلمات مفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، جازي، موبيليس، أوريدو، زين، اتصالات، أورانج. تصنيف JEL: A13، A14، C91، O32.

Abstract:

The target of this research is to identify the real practices of social responsibility of mobile operators in Algeria and the largest companies' operating in Africa, the Middle East, Asia and Europe.

This research concluded several results, where it was found that mobile phone operators in Algeria are interested in social responsibility. On the other hand, the social practices adopted by the operators can be considered as tactical measures used by the latter at certain times, such as national and religious festivals.

Keywords : Social responsibility; Djezzy; Mobilis; Ooredoo; Zain; Etisalat; Orange.

Jel Classification Codes : A13، A14، C91، O32.

Résumé :

L'objectif de cette recherche est de cerner la réalité des pratiques en matière de responsabilité sociale des opérateurs mobiles en Algérie, ainsi que les initiatives de la responsabilité sociale des plus grandes entreprises de télécommunications actives en Afrique, au Moyen-Orient, en Asie et en Europe.

Cette recherche a abouti à plusieurs résultats, où il a été constaté que les opérateurs de téléphonie mobile en Algérie s'intéressent à la responsabilité sociale. En revanche les pratiques sociales adoptées, par ces opérateurs, peuvent être considérées comme des mesures tactiques utilisées par ces derniers à certains moments, tels que les fêtes nationales et religieuses.

Mots-clés : Responsabilité sociale ; Djezzy ; Mobilis ; Ooredoo ; Zain ; Etisalat ; Orange.

Codes de classification de Jel: A13، A14، C91، O32.

1. مقدمة

نتيجة لتطور العلاقة القائمة بين البيئة الخارجية والمؤسسات الاقتصادية، أدت عدة عوامل إلى تغيير النظرة التقليدية لهذه الأخيرة التي كانت محصورة في الجانب الاقتصادي وزيادة الأرباح، واعتبار المؤسسة كطرف فاعل ومسؤول عن البيئة التي تتواجد بها. ومن أهم هذه العوامل والتي برزت بشكل ملفت مؤخرا، مفاهيم ترتبط بضرورة مراعاة المؤسسات الاقتصادية للجوانب الأخلاقية والاجتماعية في نشاطاتها، ومنها مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

1.1 الإشكالية الرئيسية والأسئلة الفرعية

مع تغير بيئة عمل المؤسسات الاقتصادية وتزايد الضغوط المطالبة بضرورة التزامها اتجاه المجتمعات التي تنشط بها أدركت الكثير من هذه المؤسسات في مختلف دول العالم خصوصا المتقدمة منها أهمية المسؤولية الاجتماعية كجزء من السياسة العامة لها وحظيت برامج المسؤولية الاجتماعية لديها بالقدر الكافي من الاهتمام، لتخرج من كونها ممارسات طوعية اختيارية إلى ممارسات إجبارية غدت تمثل مصدرا لتحقيق التميز وزيادة القدرة التنافسية، تدعم بقاء المؤسسة وتضمن استمرارها.

و يأتي هذا البحث للتطرق لهذا الموضوع من خلال التعرف على واقع ممارسة المسؤولية الاجتماعية لدى متعاملي الهاتف النقال بالجزائر، مع دراسة مقارنة مع أهم شركات الاتصالات التي تنشط في إفريقيا، الشرق الأوسط، آسيا وأوروبا، وهذا من خلال الإجابة على الإشكالية الآتية:

ما تقييم ممارسة متعاملي الهاتف النقال بالجزائر لبرامج المسؤولية الاجتماعية، وما هي التجارب الدولية في هذا المجال؟ ويتفرع عن هذه الإشكالية السؤالين الآتيين:

- ما هي طبيعة برامج المسؤولية الاجتماعية التي يمارسها متعاملو الهاتف النقال بالجزائر؟
- ما هي أهم برامج المسؤولية الاجتماعية التي تتبناها شركات الاتصالات حول العالم؟

2.1 فرضيات البحث

للإجابة على الأسئلة تم وضع الفرضيات الآتية:

- الفرضية الرئيسية: هناك اهتمام محدود ببرامج المسؤولية الاجتماعية لدى متعاملي الهاتف النقال بالجزائر على عكس بعض شركات الاتصالات العالمية خاصة تلك التي تنشط في الدول المتقدمة.
- الفرضية الفرعية الأولى: أغلب برامج المسؤولية الاجتماعية التي يتم تبنيها من طرف متعاملي الهاتف النقال بالجزائر تندرج ضمن إطار التكافل الاجتماعي.
- الفرضية الفرعية الثانية: من بين أهم برامج المسؤولية الاجتماعية التي يتم تبنيها من طرف شركات الاتصالات حول العالم تلك التي تندرج في إطار الحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية.

3.1 أهداف البحث

هدف هذا البحث للتعرف على واقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية لدى متعاملي الهاتف النقال بالجزائر مع دراسة لمبادرات المسؤولية الاجتماعية التي تنتهجها أهم شركات الاتصالات التي تنشط في إفريقيا، الشرق الأوسط، آسيا وأوروبا.

4.1 منهجية البحث

من اجل الوصول إلى الأهداف المحددة والإجابة على الأسئلة المطروحة تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، من خلال تقسيم البحث إلى جانب نظري وآخر تطبيقي. خصص فيه الجانب النظري لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، الأبعاد وكذا دوافع تبني المسؤولية الاجتماعية من طرف المؤسسات. في حين خصص الجانب التطبيقي لاستعراض أهم مبادرات المسؤولية الاجتماعية لمعامل الهاتف النقال بالجزائر وكذا بعض شركات الاتصالات.

2. الإطار النظري للبحث

من خلال هذا المحور سيتم التطرق لأهم التعاريف التي أعطيت للمسؤولية الاجتماعية الأكاديمية منها أو تلك الصادرة عن المنظمات والهيئات المحلية والدولية، إلى أبعاد المسؤولية الاجتماعية وكذا دوافع تبني المسؤولية الاجتماعية من طرف المؤسسات.

1.2 تعريف المسؤولية الاجتماعية

يصادف كل من يبحث في مجال المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات العشرات من التعاريف صادرة من توجيهاً في تعريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات. فالتوجه الأول وهو ما تتفق حوله التعاريف الأكاديمية. أما التوجه الثاني وهو ما اجتمعت حوله التعاريف الصادرة من المنظمات والهيئات المحلية والدولية، وبطبيعة الحال إن معظمها مختلف باختلاف وجهات نظر من قام بتقديمها. (العايب، 2012، صفحة 10)

فمن بين التعاريف التي أعطيت لهذا المفهوم من قبل كتاب الإدارة ما يلي:

- عرفت المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على أنها " التزام منظمات الأعمال 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". (الغالي و العامري، 2002، صفحة 216)
- وهناك تعريف آخر يرى بأن المسؤولية الاجتماعية " عبارة عن عقد بين منظمات الأعمال والمجتمعات التي تعمل فيها، ينعكس هذا العقد من خلال تغيرات في توقعات تلك المجتمعات تجاه انجازات المشروعات الاجتماعية". (الصيرفي، 2007، صفحة 18)

أما بالنسبة للتعاريف المقدمة من طرف المنظمات والهيئات الدولية، فيمكن إدراج أهمها فيما يأتي:

- عرف الاتحاد الأوروبي المسؤولية الاجتماعية على أنها " الطريقة التي يجب أن تعمل بها الشركات والمؤسسات لدمج الاهتمامات والقضايا الاجتماعية والبيئية والاقتصادية في صنع القرار واستراتيجيات وسياسات وقيم وثقافة الشركة والعمليات والأنشطة داخل الشركة وبشفافية ومحاسبة ليتم تطبيق أحسن الممارسات. وتعمل على تطبيق القوانين والتعليمات التي لها علاقة بمكافحة الفساد والرشوة وتلتزم بالحفاظ على الصحة والسلامة وحماية البيئة وحقوق الإنسان والعمال". (العايب، 2012، صفحة 12)

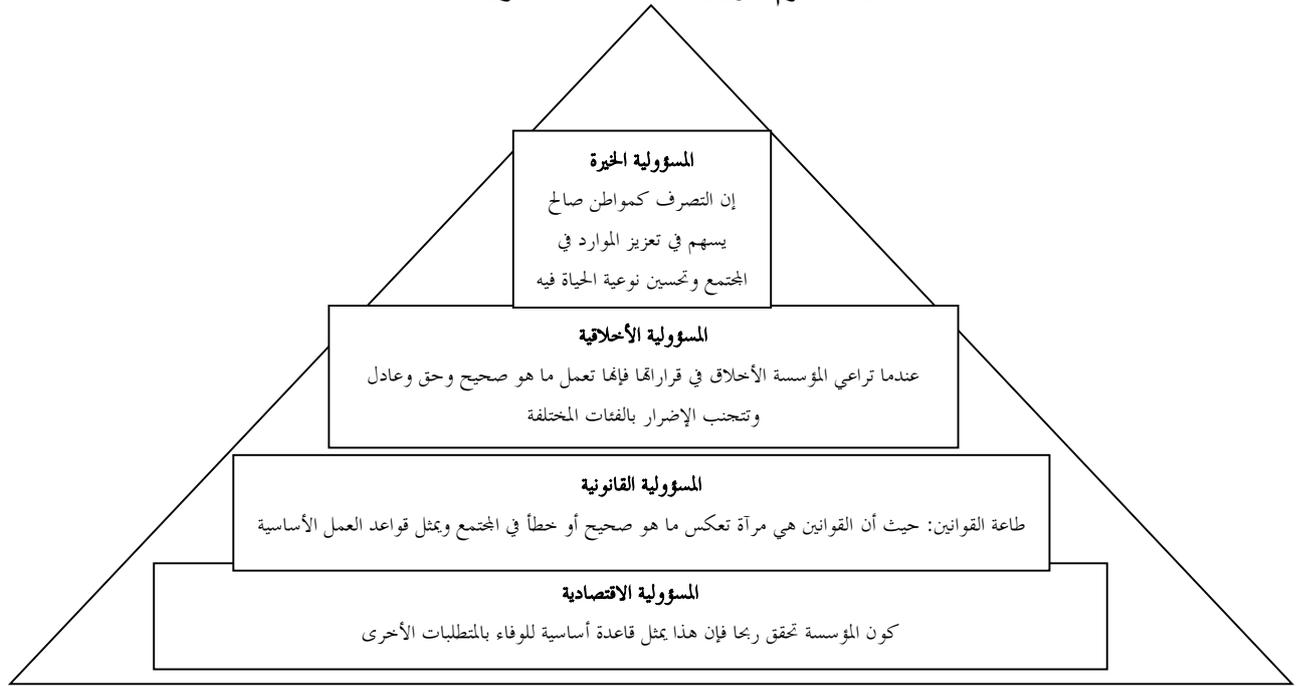
- أما مواصفة الايزو 26000 الصادرة عن المنظمة العالمية للتقييس فقد عرفت المسؤولية الاجتماعية على أنها ترجمة لقراراتها ونشاطاتها اتجاه المجتمع والبيئة من خلال تبني سلوك شفاف وأخلاقي، يسهم في تحقيق التنمية المستدامة بما في ذلك أصحاب المصالح ويأخذ في الاعتبار توقعات أصحاب المصالح ويحترم القوانين السارية، ويتوافق مع المعايير الدولية ويدمج في المنظمة ككل ويتم ممارسته وتطبيقه في مستوياتها الإدارية المختلفة. (مقدم، 2013-2014، صفحة 72)

بالنظر للتعاريف السابقة، يمكن القول بأنه لم يتم إعطاء مفهوم للمسؤولية الاجتماعية بشكل محدد وقاطع يكتسب بموجبه قوة إلزام قانونية وطنية أو دولية، ولا تزال المسؤولية في جوهرها اختيارية.

2.2 أبعاد المسؤولية الاجتماعية

إن شمولية محتوى المسؤولية الاجتماعية جعلت الباحث كارول (Carroll) يشير إلى جوهرها بأربعة أبعاد رئيسية هي الاقتصادي Economic والأخلاقي Ethical والقانوني Legal والخير Philantrophy. والشكل أدناه يبين هرم كارول (Carroll) للمسؤولية الاجتماعية.

الشكل 1: هرم كارول (Carroll) للمسؤولية الاجتماعية



المصدر: طاهر محسن منصور الغالي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال - الأعمال والمجتمع، الطبعة الثانية، (عمان، الأردن: داروائل للنشر، 2008)، ص: 83.

3.2 دوافع تبني المسؤولية الاجتماعية من طرف المؤسسات

تباينت دوافع المؤسسات سواء كانت خاصة أو عامة نحو أهداف تبنيها للمسؤولية الاجتماعية كما تباينت دوافع أصحاب المصلحة أو ملاك المؤسسة وإدارتها والمجتمع المدني من تبني المسؤولية الاجتماعية، وعموماً يمكن تلخيص أهم دوافع تبني المؤسسات لبرامج المسؤولية الاجتماعية في النقاط الآتية:

- تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة، قامت المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات لسنوات عديدة على إدارة المخاطر والعلاقات العامة بالرغم من أهمية هذه الاعتبارات إلا أن عدداً متزايداً من المؤسسات تبحث اليوم عن ممارسات المسؤولية الاجتماعية والبيئية والأخلاقية كمصدر لميزة تنافسية تسمح بدخول أسواق جديدة. (وليد، 2013، صفحة 8)
- تحسين سمعة المؤسسة، والتي تبني على أساس الكفاءة في الأداء والنجاح في تقديم الخدمات والثقة المتبادلة بين المؤسسات وأصحاب المصالح ومستوى الشفافية الذي تتعامل به هذه المؤسسات ومدى مراعاتها للاعتبارات البيئية واهتمامها بالاستثمار البشري ويسهم التزام المؤسسات بمسؤولياتها الاجتماعية بدرجة كبيرة في تحسين سمعتها. (جماعي وبن عبد العزيز، 2012، الصفحات 6-7)
- تعزيز المبيعات وولاء المستهلك، على الرغم من أن المؤسسات الاقتصادية يجب عليها أن تفي في المقام الأول بالمعايير الشرائية للمستهلكين مثل الأسعار وجودة السلع، وتوفرها وسلامتها وملامتها فإن الدراسات تظهر تزايد الرغبة في الشراء أو عدم الشراء بسبب بعض المعايير الأخرى المستندة إلى قيم مثل قلة التأثير على البيئة وعدم استخدام مواد أو مكونات معدلة وراثياً. (جماعي وبن عبد العزيز، 2012، صفحة 8)

3. الإطار التطبيقي للبحث

من خلال هذا المحور سيتم التطرق لأهم مبادرات المسؤولية الاجتماعية التي يتم تبنيها من طرف متعاملي الهاتف النقال بالجزائر، وهذا بدءاً بتقديم عام للمتعاملين وكذا تقديم لمحة عن سوق الهاتف النقال بالجزائر. ليتم التطرق بعدها لأهم مبادرات المسؤولية الاجتماعية المتبعة من طرف ثلاث شركات عالمية للاتصالات تنشط في كل من إفريقيا، الشرق الأوسط، آسيا وأوروبا، ممثلة في كل من شركة الاتصالات زين (Zain)، مجموعة الإمارات للاتصالات ش.م.ع (مجموعة اتصالات - Etisalat) وشركة أورانج (Orange) الفرنسية.

1.3 المسؤولية الاجتماعية لدى متعاملي الهاتف النقال بالجزائر

قبل التطرق لأهم مبادرات المسؤولية الاجتماعية التي يتم تبنيها من طرف متعاملي الهاتف النقال بالجزائر سيتم التطرق أولاً لتقديم عام لكل من المتعاملين الثلاث، شركة اتصالات الجزائر للهاتف النقال - موبيليس (Mobilis)، وأوبتيكوم تيليكوم الجزائر - جازي (Djezzy)، والوطنية للاتصالات الجزائر- أوريدو (OOREDOO)، الذين ينشطون في سوق الهاتف النقال بالجزائر، مع تقديم لمحة عن وضعية هذا السوق.

1.1.3 أوبتيكوم تيليكوم الجزائر- جازي (Djezzy)¹

أوبتيكوم تيليكوم الجزائر- Optimum Telecom Algérie- OTA (سابقاً أوراسكوم تيليكوم الجزائر Orascom Telecom Algérie)، شركة اتصالات، تحصلت في 31 جويلية 2001، على رخصة لإقامة واستغلال شبكة عمومية للمواصلات اللاسلكية الخلوية من نوع GSM ولتوفير خدمات المواصلات اللاسلكية للجمهور. وفي 2011، أصبحت أوراسكوم تيليكوم الجزائر، التي تنشط تحت العلامة التجارية جازي تنتمي إلى مجمع "فيمبلكوم" (Vimpelcom)، لتتحول "أوراسكوم تيليكوم" بعد ذلك سنة 2013 إلى أوبتيكوم تيليكوم الجزائر (Optimum Telecom Algérie). لتتحصل بعدها الدولة الجزائرية سنة 2015، على 51 بالمائة من أسهم المؤسسة عن طريق الصندوق الوطني للاستثمار (FNI).

2.1.3 اتصالات الجزائر للهاتف النقال- موبيليس (Mobilis)²

اتصالات الجزائر للهاتف النقال، فرع من مجمع اتصالات الجزائر، حيث تحصلت في سنة 2002 على رخصة إقامة شبكة عمومية للمواصلات اللاسلكية الخلوية من نوع GSM واستغلالها وتوفير خدمات المواصلات اللاسلكية للجمهور، وهذا لمدة 15 سنة، تحت العلامة التجارية "موبيليس".

3.1.3 الوطنية للاتصالات الجزائر-أوريدو (OOREDOO)³

الوطنية للاتصالات الجزائر-أوريدو، هي شركة ذات أسهم، تنشط بالجزائر منذ 23 ديسمبر 2003، التاريخ الذي تحصلت فيه على الرخصة الخاصة بتقديم خدمات الهاتف النقال في الجزائر، ليتم بعدها الإطلاق التجاري للخدمات بتاريخ 24 أوت 2004 تحت العلامة التجارية "نجمة" والتي أصبحت أوريدو " في 21 نوفمبر 2013.

4.1.3 وضعية السوق الإجمالية للهاتف النقال بالجزائر

يعرف سوق الهاتف النقال بالجزائر تطوراً ملحوظاً ونمواً متسارعاً خاصة مع إطلاق خدمة الجيل الثالث (3G) في ديسمبر 2013 والجيل الرابع (4G) في 2016، وفيما يلي سيتم التطرق للحظيرة الإجمالية للمشاركين النشطين في شبكات الهاتف النقال لكل متعامل وكذا حصة كل متعامل في السوق لسنة 2017.

1.4.1.3 الحظيرة الإجمالية للمشاركين النشطين في شبكات الهاتف النقال لكل متعامل

عرفت الحظيرة الإجمالية للهاتف النقال انخفاضا يقدر ب 1.19 مليون مشترك نشيط خلال سنة 2017، وهذا ما

يوضحه الجدول الموالي:

¹ سيتم الإشارة إلى المتعامل أوبتيكوم تيليكوم الجزائر فيما تبقى من هذا المقال بالعلامة التجارية له وهي "جازي".

سيتم الإشارة إلى المتعامل اتصالات الجزائر للهاتف النقال فيما تبقى من هذا المقال بالعلامة التجارية له وهي "موبيليس"²

سيتم الإشارة إلى المتعامل الوطنية للاتصالات الجزائر فيما تبقى من هذا المقال بالعلامة التجارية له وهي "أوريدو"³.

الجدول 1: الحظيرة الإجمالية للمشاركين النشطين في شبكات الهاتف النقال لكل متعامل

2017	2016	
18 365 148	17 344 746	موبيليس
14 947 870	16 367 886	جازي
12 532 647	13 328 689	أوريدو
45 845 665	47 041 321	مجموع مشكري الجيل الثاني والثالث والرابع

المصدر:

- ARPT, Rapport annuel 2017, page 20, https://www.arpce.dz/fr/doc/pub/raa/raa_2017.pdf (Consulté le 10 décembre 2018).
- ARPT, Rapport annuel 2016, page 33, https://www.arpce.dz/fr/doc/pub/raa/raa_2016.pdf, (Consulté le 19 décembre 2018).

من خلال الجدول السابق، فإن مجموع مشكري الهاتف النقال لكل من الجيل الثاني والثالث والرابع قد بلغ 45.84 مليون مشترك نشط، حيث نجد أن 14.38 مليون منهم هم مشتركو شبكة الجيل الثاني (GSM)، أي 31.38 بالمائة، و21.59 مليون مشترك في شبكة الجيل الثالث (3G) أي 47.10 بالمائة، و9.86 مليون مشترك في شبكة الجيل الرابع (4G)، أي 21.52 بالمائة. (ARPT, pp. 21-22).

2.4.1.3 توزيع حصص السوق حسب عدد المشاركين لكل متعامل

من خلال الجدول الموالي سيتم تبيان توزيع عدد المشاركين في خدمة الهاتف النقال لكل متعامل وعلى أساس التكنولوجيا المطبقة الجيل الثاني والثالث والرابع (GSM، 3G، 4G)، وكذا حصة كل متعامل في السوق، وهذا لسنة 2017.

الجدول 2: توزيع المشاركين حسب نوع التكنولوجيا وحصة كل متعامل من السوق

2017					
حصة السوق	المجموع	الجيل الرابع	الجيل الثالث	الجيل الثاني	
40.06%	18 365 148	3 505 803	10 204 002	4 655 343	موبيليس
32.60%	14 947 870	3 459 409	5 462 916	6 025 545	جازي
27.34%	12 532 647	2 902 459	5 925 945	3 704 243	أوريدو
100%	45 845 665	9 867 671	21 592 863	14 385 131	المجموع

المصدر:

ARPT, Rapport annuel 2017, page 20, https://www.arpce.dz/fr/doc/pub/raa/raa_2017.pdf (Consulté le 10 décembre 2018).

للسنة الثانية على التوالي، احتلت موبيليس المرتبة الأولى في سوق الهاتف النقال، حيث بلغ عدد مشتركها، لسنة 2017، 18.36 مليون مشترك، منهم 4.66 مليون مشترك لشبكة الجيل الثاني و10.2 مليون مشترك في شبكة الجيل الثالث و3.5 مليون مشترك لشبكة الجيل الرابع. أي ما يمثل حصة سوق قدرت ب 40.06 بالمائة.

في حين بلغ عدد مشكري جازي لسنة 2017، 14.75 مليون مشترك، منهم 6 مليون مشترك لشبكة الجيل الثاني و5.45 مليون مشترك في شبكة الجيل الثالث و3.5 مليون مشترك لشبكة الجيل الرابع. أي ما يمثل حصة سوق قدرت بنسبة 32.60 بالمائة.

أما عدد مشترك أوريدو، لسنة 2017، فقد بلغ 12.5 مليون مشترك، منهم 3.7 مليون مشترك لشبكة الجيل الثاني و5.9 مليون مشترك في شبكة الجيل الثالث و 2,9 مليون مشترك لشبكة الجيل الرابع. أي ما يمثل حصة سوق قدرت ب 27.34 بالمائة. (ARPT, pp. 21-22)

5.1.3 أهم مبادرات المسؤولية الاجتماعية لدى متعاملي الهاتف النقال بالجزائر

سعى كل متعامل من المتعاملين الثلاث للهاتف النقال من خلال تبنيهم لعدة مبادرات في عدة مجالات، على عكس صورة ايجابية للشركة المسؤولة اجتماعيا، ويمكن حصر أهم هذه المبادرات في المجالات الآتية:

1.5.1.3 مجال الاهتمام بالموارد البشرية

في إطار سياستها لتطوير الموارد البشرية واصلت أوريدو الجزائر برنامجها التدريبي للموظفين، والذي كانت الشركة قد أطلقتته سنة 2015، بحيث استمرت في إرسال عدد من أعضاء فريق الإدارة العليا والوسطى إلى عدد من كليات الأعمال الراقية في فرنسا والجزائر.

ومن جهتها قامت جازي بتدشين روضة الأطفال " الطفل النابغة" لفائدة موظفيها، والتي تتسع ل 160 مكان، كما تم تدشين في 2016 روضة أخرى في قسنطينة. كما قامت في أكتوبر من سنة 2016 وللسنة الثالثة على التوالي، بتنظيم حملة للفحص لسرطان الثدي وقد شملت الحملة كافة النساء العاملات بالشركة والتي بلغ عددهن 800 امرأة.

2.5.1.3 مجال الموارد الطبيعية والمساهمات البيئية

في إطار سعيها لحماية البيئة والموارد الطبيعية فقد سعت أوريدو الجزائر إلى أن تصبح شركة لا تتعامل بالأوراق في المستقبل. ومن جهتها قامت موبيليس برعاية الطبعة الرابعة للعملية الوطنية "موانئ وسدود زرقاء" المنظمة من طرف وزارة الفلاحة والتنمية الريفية والصيد البحري والغرفة الجزائرية للصيد البحري وتربية المائيات، في إطار عملية تنظيف الموانئ والسدود من النفايات.

أما بمناسبة اليوم العالمي للغابات، المصادف ليوم 21 مارس من كل سنة، فقد شاركت موبيليس في عملية تشجير المساحات الخضراء لغابة جبل الوحش لقسنطينة يوم 21 مارس 2016، التي أشرفت عليها جمعية "الطاقة ومشاريع الشباب" لولاية قسنطينة. بالتعاون مع كل من جمعيات: "الكوثر" للمعاقين، جمعية "الدرب" لتطوير سكان منطقة قسنطينة، وجمعية "الإفريقي". (موبيليس، 2016)

3.5.1.3 مجال تحسين جودة الخدمة والاهتمام بالزبون

في إطار سعيها لتلبية احتياجات الزبائن، أعلنت جازي وبريد الجزائر، في أكتوبر 2018، عن إطلاق خدمة فليكسي للتعبئة الالكترونية بطريقة رقمية وذلك باستعمال أجهزة الصرف الآلي أو الموزعات النقدية الآلية، والمواقع الالكترونية لبريد الجزائرية ومؤسسة جازي، بالإضافة إلى مكاتب البريد باستخدام بطاقات الدفع الإلكترونية "الذهبية".

كما قامت جازي في أبريل 2018، بإطلاق واجهة جديدة للزبون تسمح لهذا الأخير بإجراء العمليات المختلفة بسهولة كبيرة. حيث يمكن للمشاركين اختيار حزمة الإنترنت، وإعادة شحن حساباتهم والتصفح بسهولة مع مراقبة استهلاكهم باستمرار وفي الوقت الحقيقي. وللتقرب أيضا من زبائنهم، سعت جازي سنة 2017، إلى تعزيز نقاط بيعها من خلال افتتاح 55 متجرا عبر التراب الوطني. (Djezy, 2018)

وللحد من الفجوة الرقمية المرتبطة بالمستوى التعليمي، شاركت موبيليس في تظاهرة "سير ريف" الرامية لتعميم استعمال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال عبر كامل التراب الوطني، والتي تهدف إلى تعميم استعمال الانترنت، فك العزلة الرقمية وتحسيس المواطنين المتواجدين بالمناطق الريفية، من خلال تدريبهم وتمكينهم من استخدام الانترنت وتجهيزات الإعلام.

4.5.1.3 مجال المساهمات العامة تجاه المجتمع

في مجال المفاوالاتية، وفي عام 2017، أكدت أوريدو الجزائر على حرصها على دعم رواد الأعمال الشباب، إذ كانت الراعي الرسمي لمسابقة "إنجاز الجزائر" السنوية الخاصة بتلك الفئة (Ooredoo، التقرير السنوي 2017، صفحة 53). وللإشارة، وفي سنة 2013، قامت أوريدو الجزائر، بإبرام اتفاقية شراكة مع الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (ANDPME)، والتي تم بموجبها تطوير مرافق لحاضنات أعمال في كل من وهران وقسنطينة. (Ooredoo، التقرير السنوي 2015، صفحة 39)

وبالنسبة جازي، فقد قامت هي الأخرى في هذا المجال بتدشين حاضنتها على مستوى المدرسة الوطنية متعددة التقنيات بالحراش بالجزائر العاصمة، في 4 ديسمبر 2016 حيث أن أبواب الحاضنة مفتوحة لكل الطلبة من كل الجامعات وهي لا تقتصر على المدرسة متعددة التقنيات فقط.

أما في مجال التعليم، تعاونت أوريدو الجزائر مع الديوان الوطني لمحو الأمية وتعليم الكبار لتوفير المعدات للمدارس. في حين عمدت جازي في فيفري 2017 على افتتاح مدرج تعليمي بالمدرسة العليا الجزائرية للأعمال.

بالنسبة لموبيليس، فمن بين البرامج التي تم تسطيرها لترقية المعرفة برنامجها الداعم للطلبة الجامعيين، والمتمثل في مرافقة حفلات تقديم الشهادات للطلبة الأوائل في مختلف جامعات الوطن كما وتواصل موبيليس سياستها الرامية لمرافقة نشاطات الطلبة، وذلك بدعمه لحدث تكنولوجياي هام "Google Days" المنظم من طرف المدرسة العليا للإعلام الآلي يوم 07 ماي 2016. وهو عبارة عن أبواب مفتوحة، خاصة بمحرك البحث الأكثر رواجاً في العالم "Google"

كما وتعتبر موبيليس شريك مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني (CERIST)، في تنظيم الأيام الدراسية الثانية حول الحوسبة الفائقة وتطبيقاتها (JCIA'2016) والمدرسة الربيعية حول الحوسبة الفائقة من 17 إلى 20 أبريل 2016 بمقر المركز بين عكنون .

في مجال الصحة ولتشجيع أنماط الحياة الصحية، قدمت أوريدو الدعم لأنشطة الإتحاد الوطني للمعوقين الجزائريين، كما احتفلت باليوم العالمي لذوي الإعاقة. كما قامت أوريدو الجزائر خلال جانفي 2016، بتدشين عيادة صحية متنقلة لتوفير خدمات الرعاية الصحية للسكان في ولاية تمنراست جنوب الجزائر.

في حين قامت جازي، يوم الثلاثاء 20 جوان 2017 بافتتاح غرفة علاج ومركز إداري وثلاث غرف نوم واسعة ومنطقة تسلية وألعاب بمركز علاج أورام الأطفال بياروماري كوري (CPMC) بمستشفى مصطفى باشا في الجزائر العاصمة. كما قامت للسنة السابعة على التوالي بتنظيم الحملة السنوية للتبرع بالدم بالشراكة مع الوكالة الوطنية للدم (ANS) ولأول مرة بمشاركة سكان بلدية الدار البيضاء من خلال جمعية الدار البيضاء المتحدة والمجلس الشعبي للبلدية.

وبالنسبة للجانب الرياضي، أطلقت جازي في ماي 2018، حملة لإعادة تأهيل وتحسين الملاعب الجوارية لصالح الشباب الهواة من محبي وممارسي كرة القدم. أما موبيليس، فيعتبر الشريك الرسمي للفيديرالية الجزائرية لكرة القدم وللمنتخب الوطني لكرة القدم، وكذا رابطة كرة القدم المحترفة والراعي الرسمي لنهاي الكأس الممتازة لكرة القدم وكذا اللجنة الأولمبية الجزائرية.

2.3 المسؤولية الاجتماعية لبعض شركات الاتصالات في العالم

من بين أهم مبادرات المسؤولية الاجتماعية المتبعة من طرف شركات الاتصالات حول العالم سيتم التطرق لتلك المتبعة من طرف ثلاث شركات عالمية للاتصالات تنشط في كل من إفريقيا، الشرق الأوسط، آسيا وأوروبا، ممثلة في كل من شركة الاتصالات زين (Zain)، مجموعة الإمارات للاتصالات ش.م.ع (مجموعة اتصالات - Etisalat) وشركة أورانج (Orange) الفرنسية، وفيما يلي سيتم تقديم لمحة عن هذه الشركات قبل التطرق لأهم مبادرات المسؤولية الاجتماعية التي يتم تبنيها من طرف هذه الشركات:

1.2.3 شركة الاتصالات "زين":

تأسست "زين" في سنة 1983 في الكويت، تحت مسمى شركة الاتصالات المتنقلة (ام تي سي)، كأول مشغل لخدمات الاتصالات المتنقلة في المنطقة. وفي سنة 2003 بدأت زين بتطبيق إستراتيجيتها التوسعية من خلال الاستحواذ على عدة شركات اتصالات متنقلة في منطقة الشرق الأوسط وإفريقيا، حيث تعمل حالياً في 08 دول في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وهي: البحرين، الأردن، الكويت، العراق، المملكة العربية السعودية، السودان، وجنوب السودان، بينما تعمل في لبنان تحت مسمى "تاتش" (بموجب عقد إدارة). (زين)

2.2.3 مجموعة "اتصالات":

تأسست مجموعة "اتصالات"، في سنة 1976 في دولة الإمارات العربية (اتصالات)، كأول مزود لخدمات الاتصالات في الدولة. ومنذ تأسيسها وحتى اليوم نجحت "اتصالات" في توسيع رقعة انتشارها في الأسواق العالمية، حيث تعمل اليوم في 16 سوقاً دولية منتشرة في منطقة الشرق الأوسط وإفريقيا وآسيا. (اتصالات، التقرير السنوي 2017، صفحة 35)

3.2.3 شركة "أورنج":

شركة اتصالات يقع مقرها في فرنسا، وهي واحدة من شركات الاتصالات الرائدة في العالم، حيث قدر رقم أعمالها لسنة 2017 بقيمة 41 مليار أورو، أما عدد موظفيها فقد بلغ 150000 موظف في 30 سبتمبر 2018، أما قاعدة الزبائن فقد بلغت 261 مليون زبون منها 201 مليون زبون للهاتف النقال. (Orange, 2018, p. 2)

تتواجد أورنج في 28 دولة منها 08 دول في أوروبا. أما 20 دولة المتبقية فتتواجد في كل من إفريقيا والشرق الأوسط.

4.2.3 أهم مبادرات المسؤولية الاجتماعية لكل من شركة "زين"، مجموعة اتصالات وأورنج

فيما يأتي سيتم التطرق لأهم مبادرات المسؤولية الاجتماعية التي يتم إتباعها من طرف شركات الاتصالات الثلاث.

1.4.2.3 مجال الاهتمام بالموارد البشرية

من بين مبادرات زين في هذا المجال لسنة 2016، تركيزها على تطوير قوة عملها المؤلفة من 7000 موظف، من خلال توفير أكثر من 115000 ساعة تدريب لموظفيها في شتى الشركات التابعة لها بمتوسط 60 ساعة تدريب لكل موظف. (Zain، التقرير السنوي 2016، صفحة 62)

أما اتصالات فقد أطلقت عدداً من المبادرات التي تشمل برامج تقدير الموظفين والاتصالات الداخلية المحسنة وإدارة الحياة الوظيفية الجديدة وبرامج التطوير وساعات العمل المرنة وغيرها من المبادرات التي تهدف إلى تعزيز رضا الموظفين. في حين ركزت أورنج، في سنة 2017 في كل من فرنسا، ساحل العاج، سلوفاكيا وأورنج لخدمات الأعمال، على تعزيز مشاركة كل عامل حيث قامت بإطلاق البرنامج Oz والذي يهدف إلى تشجيع الابتكار لدى موظفيها من خلال ورشات عمل جماعية يتم تنظيمها للتوصل إلى تطوير مشروع ابتكاري لصالح المؤسسة، وقد شارك كمرحلة أولى في هذا البرنامج 250 موظف في عام 2017. (Orange, Bilan RSE 2017, p. 22)

كما وسعت أورنج على تطبيق سياسة المساواة المهنية من خلال تمثيل متوازن للنساء والرجال في جميع المهن خاصة التقنية منها وتشجيع وصول المرأة إلى مناصب المسؤولية وإلى جميع مستويات الإدارة مع تحديد نسبة 35 بالمائة من النساء في مناصب التسيير كهدف لسنة 2020.

2.4.2.3 مجال الموارد الطبيعية والمساهمات البيئية

من الركائز الرئيسية في مجموعة زين قيامها بالاستمرار في تلبية توقعات العملاء مع المحافظة في الوقت ذاته على أن تكون صديقة للبيئة. ولتحقيق هذه الغاية أطلقت المجموعة مبادرات في مجالات مشاركة البنى التحتية والمواقع من خلال تقليص عدد المحطات الثابتة المطلوبة، وبرامج الاستهلاك الأكثر كفاءة للطاقة بالنسبة للمناطق النائية وذلك بسبب استخدامها للطاقة الشمسية كمصدر رئيسي لتوليد الطاقة والاستخدام الأمثل للمحطات. (Zain، التقرير السنوي 2017، صفحة 62)

أما اتصالات فقد عملت على الاستفادة من التكنولوجيا الجديدة للمساعدة في حل القضايا البيئية في الإمارات العربية المتحدة. ففي 2015، أطلقت اتصالات أول بطاقات مدمجة في الشرق الأوسط تستخدم مع صناديق القمامة من أجل الإدارة الذكية للمخلفات، وتوضح أجهزة الاستشعار امتلاء الصناديق وتقدم طريقة أكثر فاعلية للتخطيط وإدارة توزيع الصناديق وتتبع أسطول مركبات جمع القمامة. (اتصالات، التقرير السنوي 2015)

كما تسعى اتصالات عبر فروعها المنتشرة عبر العالم للعمل على حماية البيئة من خلال تخفيض نسبة استهلاك الورق وتشجيع المعاملات اللاورقية وكذا تخفيض استهلاك الكهرباء وكمثال على ذلك إطلاق اتصالات الإمارات متاجر التجزئة المتنقلة (Mobishops) التي تعمل بالطاقة الشمسية. (اتصالات، التقرير السنوي لعام 2016، صفحة 36)

ومن جهتها تقوم أورنج بنشر حلول وخطط عمل طموحة للحفاظ على البيئة من خلال ترشيد استهلاك الموارد، إدارة النفايات وحماية التنوع البيولوجي بالإضافة إلى العمل على تقليل استهلاك الطاقة وانبعث ثاني أكسيد الكربون. ومن بين مبادرات أورنج في هذا المجال لسنة 2017، إنشاء منصة مشتركة «stock market place» من أجل إعادة استخدام الأجهزة المستعملة والمعدات الخاصة بالشبكة لجميع عمليات المجموعة. وكذا تعميم فرز الورق في جميع مواقعها مما نجم عن انخفاض في استهلاك الورق بنسبة 60 بالمائة وهذا منذ عشر سنوات، بالإضافة إلى إطلاق حملات لجمع الهواتف النقالة. (Orange, Bilan RSE 2017, p. 36)

3.4.2.3 مجال تحسين جودة الخدمة والاهتمام بالزبون

من أجل تقديم أفضل تجربة خدمات بيانات متنقلة، وجهت مجموعة زين تركيزا إضافيا إلى إحداث تحوّل في عملياتها من كونها مرتكزة على أداء الشبكات إلى كونها مرتكزة على العملاء والخدمات. وفي هذا الصدد قامت الشركة بطرح مجموعة من "مراكز عمليات الخدمات في أرجاء عدد من الأسواق التي تعمل فيها، وتُسهّم" مراكز عمليات الخدمات " هذه في تمكين الشركة من مراقبة ومتابعة جودة الخدمات بالإضافة إلى مراقبة أداء الشبكة وتحسين مستوى الخدمات بما يتوافق مع احتياجات العملاء. (Zain، التقرير السنوي 2017، صفحة 64)

ومن أجل توفير خدمة زبائن أفضل فقد عملت اتصالات على تطوير المتاجر الحالية إلى مفهوم "المتجر الذكي" ذو التصميم المريح المحسن والمعاملات اللاورقية وأماكن تجربة المنتج مع خبراء المنتجات المتخصصة والشاشات الرقمية وأنظمة الانتظار الذكية.

ومن أجل حماية البيانات الشخصية لعملائها تعمل المجموعة باستمرار على تعزيز أمن أنظمة المعلومات والخدمات المتوفرة عبر الإنترنت. وتضمن المجموعة، من خلال الضوابط الداخلية، أن عملية معالجة البيانات الشخصية لا تشكل أي خطر بشأن انتهاك الخصوصية. (اتصالات، التقرير السنوي 2017، الصفحات 48-49)

وفي مجال تحسين الخدمة والاهتمام بالزبون، تعمل أورنج من خلال استثماراتها وحلولها المبتكرة المشاركة في معالجة جميع أشكال الفجوات الرقمية سواء كانت جغرافية أو جسدية أو مادية أو التي لها علاقة بالمستوى التعليمي. (Orange, Bilan RSE 2017, p. 26)

- فبالنسبة للفجوة الرقمية الجغرافية فإن أورنج تعمل بكل ما لديها من أجل تغطية أو توسيع شبكتها للهاتف الثابت والنقال وكذا نشر الألياف البصرية وتقنية الجيل الرابع (G4) في كل من أوروبا، إفريقيا وكذا الشرق الأوسط.

- أما فيما يخص الفجوة الرقمية المرتبطة بالإعاقة أو العمر، فإن أورنج تعمل على نشر إستراتيجية " التصميم للجميع " والذي يهدف إلى جعل منتجاتها وخدماتها تلي حاجيات هذه الفئات.
- بالنسبة للفجوة المادية، فإن أورنج تعمل على الاستجابة للمشاكل المادية لفئات معينة من المجتمع من خلال إنشاء برامج تضامنية أو تكييف العروض التي يتم طرحها في السوق لتتماشى وظروف هذه الفئة من المجتمع.
- ومحاربة عوامل الإقصاء لفئات معينة من الولوج إلى عالم الرقمنة بسبب العوائق المتعلقة بالمستوى التعليمي والثقافي لهذه الفئات فإن أورنج تقوم بتقديم برامج تحسيسية وكذا الأجهزة والمعدات اللازمة لتمكين هذه الفئات من كسر هذا الحاجز خاصة عن طريق مؤسسة أورنج للأعمال الخيرية.

4.4.2.3 مجال المساهمات العامة تجاه المجتمع

في مجال المساهمات الاجتماعية أقدمت زين الأردن بالتعاون مع "المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين" وشركة فيسبوك من أجل توفير اتصال واي في (Wifi) عالي السرعة للاجئين ومجتمعات فقيرة في مراكز تم اختيارها سلفا في أرجاء المملكة، حيث من المقرر لذلك المشروع أن يظل قائما لمدة 5 سنوات. أما مجموعة اتصالات فقامت، في أبريل 2015 بالتعاون مع شركة إريكسون ومنظمة «لاجئون متحدون» في إطلاق حملة لمساعدة آلاف اللاجئين وحوالي مليوني شخص من النازحين في باكستان وأفغانستان لإعادة الاتصال بهم من خلال خدمات الهاتف النقال. (اتصالات، التقرير السنوي 2015) ومن أجل تلبية احتياجات فئة الصم وضعاف السمع من خلال منحهم إمكانية الدخول إلى الموقع الإلكتروني الخاص بشركة زين الأردن قامت الشركة بإدراج أيقونة تتحدث بلغة الإشارة كما أضافت خلال سنة 2017، خاصية استثنائية إلى الموقع الإلكتروني الذي يوفر خيار الترجمة الفورية للعبارة الإنجليزية والعربية المكتوبة إلى لغة الإشارة لمجتمع الصم. (Zain، التقرير السنوي 2017، صفحة 77)

أما في مجال التعليم، فشهدت سنة 2016، مشاركة مجموعة اتصالات المغرب في تنفيذ برامج تعمل على تعزيز استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المدارس والجامعات. وفي المرحلة الثالثة من برنامج "Génie" الذي بدأ في 2016، قدمت اتصالات المغرب معدات لأكثر من 3200 مدرسة لتوفير خدمة الوصول إلى الأنترنت ADSL. وفي مجال المقاولاتية وكمؤشر للمجموعة وضعت أورنج هدف دعم على الأقل 500 شركة ناشئة بحلول 2018، ففي سنة 2017 بلغ عدد الشركات الناشئة التي تم دعمها من قبل أورنج 435 شركة أي بنسبة زيادة قدرت ب 82 بالمائة عن سنة 2016.

4. تحليل النتائج:

من خلال استعراض أهم مبادرات المسؤولية الاجتماعية التي يتم تبنيها من طرف متعاملي الهاتف النقال بالجائر وكذا تلك التي يتم تبنيها من طرف شركات الاتصالات التي تم اختيارها للبحث ممثلة في كل من زين، اتصالات وأورنج يمكن تقديم النتائج الآتية:

1.4 بالنسبة لمتعاملي الهاتف النقال بالجزائر:

- مجال المساهمات العامة اتجاه المجتمع كان له النصيب الأكبر من برامج المسؤولية الاجتماعية خاصة ما تعلق منها بالمقاولاتية والصحة والتعليم. وهذا ما يثبت صدق الفرضية الفرعية الأولى في كون أغلب برامج المسؤولية الاجتماعية التي يتم تبنيها من طرف متعاملي الهاتف النقال بالجزائر تندرج ضمن إطار التكافل الاجتماعي.
- بالنسبة للموارد الطبيعية والمساهمات البيئية فلتزال مبادرات متعاملي الهاتف النقال في هذا المجال ضعيفة وتنحصر في المبادرات التقليدية الرامية لحماية البيئة كتشجير المساحات الخضراء والتقليص من استهلاك الورق،
- مجال الاهتمام بالموارد البشرية لم يرقى هو الآخر للمستوى المطلوب إذ لا يمكن حصر الاهتمام بالموارد البشرية فقط في برامج التدريب والتي هي في الأساس تخرج من كونها مبادرات طوعية إلى اعتبارها ضرورية تدعم بقاء المؤسسة وترفع من مستوى كفاءتها،

- مجال تحسين جودة الخدمة والاهتمام بالزبون هو الآخر يعاني بعض النقائص خاصة ما تعلق بالابتكار والتطوير وتقديم كل ما هو جديد للزبائن.

2.4 بالنسبة لشركات الاتصالات العالمية محل البحث:

- هناك تنوع في مبادرات المسؤولية الاجتماعية التي يتم تبنيها من طرف شركات الاتصالات العالمية محل البحث وهذا لكل مجال من المجالات الأربع (الموارد البشرية، البيئة، الزبون والمجتمع)،
- بالنسبة لمجال المساهمات الاجتماعية فجلها محصور في مجال المقاولاتية ودعم حملة المشاريع والصحة والتعليم،
- جميع شركات الاتصالات العالمية موضوع البحث تعطي أهمية للحفاظ على البيئة غير أن مساهمات شركة الاتصالات أورنج في هذا المجال كانت الأبرز. وهذا ما يثبت صدق الفرضية الفرعية الثانية في كون أهم برامج المسؤولية الاجتماعية التي يتم تبنيها من طرف شركات الاتصالات حول العالم تلك التي تندرج في إطار المحافظة على البيئية والموارد الطبيعية.
- بناء على النتائج المتوصل إليها أعلاه يمكن تأكيد صدق الفرضية الرئيسية والتي تنص على وجود اهتمام محدود ببرامج المسؤولية الاجتماعية لدى متعاملي الهاتف النقال بالجزائر على عكس بعض شركات الاتصالات العالمية خاصة تلك التي تنشط في الدول المتقدمة.

5. الخاتمة

- لقد نمت وتطورت المسؤولية الاجتماعية كنتيجة طبيعية لإخفاق المؤسسات الاقتصادية في الموازنة بين مصالحها ومتطلبات بيئة العمل التي تنشط فيها، فهي نتاج مشكلات وأزمات عديدة ارتبطت بحرية الأعمال وترجيح مصالح المؤسسة على حساب المجتمع.
- إن التزام المؤسسات الاقتصادية بتطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية يمثل الخيار الأفضل لنجاحها. وشركات الاتصالات بالجزائر هي الأخرى مطالبة بإتباع هذا النهج وأن تسعى لتكون شريك في المجتمع الذي تنشط فيه.
- لقد خلص البحث والذي جاء لتقييم مدى تطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية من طرف متعاملي الهاتف النقال بالجزائر مع محاولة التطرق لأهم مبادرات المسؤولية الاجتماعية التي يتم إتباعها من طرف بعض شركات الاتصالات حول العالم إلى جملة من النتائج والتي يمكن توضيح أهمها في النقاط الآتية:
- رغم تعدد التعاريف والمفاهيم التي أعطيت للمسؤولية الاجتماعية إلا أنه لم يتم التوصل إلى مفهوم محدد وقاطع يكتسب بموجبه قوة إلزام قانونية وطنية كانت أم دولية ولا تزال المسؤولية في جوهرها اختيارية.
 - إن الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية يحقق لها العديد من الفوائد يقف في مقدمتها تعزيز القدرة التنافسية وتحسين سمعة المؤسسة بالمجتمع، إضافة إلى تعزيز مبيعاتها وكسب ولاء المستهلكين ،
 - بالرغم من وجود مؤشرات على اهتمام متعاملي الهاتف النقال بالجزائر بالمسؤولية الاجتماعية إلا أن الملاحظ أن الممارسات الاجتماعية التي يتم تبنيها يمكن اعتبارها إجراءات تكتيكية يلجأ إليها المتعاملون في أوقات معينة كالأعياد الوطنية والدينية،
 - اتضح أنه ثمة اهتمام متزايد بالمسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات العالمية التي تم اختيارها للدراسة كما أن برامج المسؤولية الاجتماعية التي يتم تبنيها من قبل هذه الشركات يتم عرضها في التقارير السنوية وكذا تقارير المسؤولية الاجتماعية والتي يتم إدراجها على مستوى الموقع الرسمي للشركة،
- النتائج السابقة الذكر تنطوي على مجموعة من الاقتراحات التي يمكن توجيهها لكل من متعاملي الهاتف النقال وكذا السلطة المسؤولة عن ضبط الاتصالات الالكترونية بالجزائر ممثلة في سلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية والتي يتم اختصارها فيما يأتي:

بالنسبة لمتعاملي الهاتف النقال

- إعطاء أهمية أكبر لبرامج المسؤولية الاجتماعية من خلال إنشاء قسم متخصص على مستوى الشركة يتولى تخطيط وتنفيذ هذه البرامج،
- العمل على نشر الوعي بأهمية تبني الشركة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية بين الموظفين من جهة وكل طرف ذو مصلحة من جهة أخرى خاصة الزبائن، وهذا باستخدام كافة الوسائل المتاحة سواء من خلال عقد المؤتمرات وورشات العمل، أو من خلال استخدام وسائل التسويق خاصة تلك التي تعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي.
- القيام بالإفصاح عن المعلومات المتعلقة ببرامج المسؤولية الاجتماعية والعمل على عرضها في تقارير يمكن تحميلها أو تصفحها عبر موقعهم الرسمي.
- التركيز على برامج المسؤولية الاجتماعية التي تهدف إلى تحقيق التنمية خاصة ما تعلق بمجال المقاولاتية ودعم حملة المشاريع لما لها من دور في التخفيف من فجوة البطالة وخلق فرص عمل.

بالنسبة لسلطة الضبط

- دفع وتشجيع متعاملي الهاتف النقال بالجزائر لتبني مبادرات أكثر في مجال المسؤولية الاجتماعية من خلال إدراج معيار تقييم يعنى بالمسؤولية الاجتماعية في دفاتر الشروط التي يتم طرحها للمناقصة.

6. قائمة المراجع:

1. عبد الرحمان العايب، مساهمة إدماج البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة في تطوير إدارة الموارد البشرية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، حالة المؤسسة الاقتصادية العمومية للتوضيب وفنون الطباعة- برج بوعريرج. أبحاث اقتصادية وإدارية، المجلد 06، العدد 11، 2012، ص: 12.
2. طاهر محسن منصور الغالي، و صالح محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات ، دراسة تطبيقية لعينة من المصارف الأردنية، مجلة وقائع المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2002، ص: 216.
3. محمد الصيرفي، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، (الاسكندرية ، مصر: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2007)، ص: 18.
4. عبد الرحمان العايب، مساهمة إدماج البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة في تطوير إدارة الموارد البشرية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، حالة المؤسسة الاقتصادية العمومية للتوضيب وفنون الطباعة- برج بوعريرج، مرجع سبق ذكره، ص: 12.
5. وهيبة مقدم، تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران، الجزائر، 2013-2014، ص: 72.
6. عبد مولاة وليد، المسؤولية الاجتماعية ومساهمة القطاع الخاص في التنمية، سلسلة الخبراء، العدد 47، 2013، ص: 8.
7. أم كلثوم جماعي، وسمير بن عبد العزيز، الركائز الأساسية لنجاح المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، 14-15 فيفري 2012 ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، الجزائر، ص: 6-7.
8. نفس المرجع، ص: 8.
9. ARPT, (s.d.), Rapport annuel 2017, https://www.arpce.dz/fr/doc/pub/raa/raa_2017.pdf (Consulté le 10 décembre 2018), PP: 21-22.
10. Idem, PP: 21-22.
11. موبيليس، (20 مارس 2016)، فضاء الصحافة، عملية التشجير بقسنطينة تحتفل موبيليس باليوم العالمي للتشجير، http://www.mobilis.dz/ar/communique_persse.php?atmAction=2&Id_Communique=213&Annee=2016 (تم تصفحه بتاريخ 15 ديسمبر 2018).

12. Djezzy, (21octobre2018), Communiqués de presse, Djezzy lance le paiement électronique en partenariat avec Algérie Poste. <http://www.djezzy.dz/djezzy/actualite-et-nouveautes/communiqués-de-presse/djezzy-lance-le-paiement-electronique-en-partenariat-avec-algerie-poste/> (Consulté le 19 décembre 2018).
13. Ooredoo, (بلا تاريخ)، التقرير السنوي 2017، <https://www.ooredoo.com/wp-content/uploads/2018/11/Ooredoo-Group-Arabic.pdf> AR17 (تم تصفحه بتاريخ 30 أكتوبر 2018)، ص: 53.
14. Ooredoo, (بلا تاريخ)، التقرير السنوي 2015، https://www.ooredoo.com/uploads/pdf/Ooredoo_Annual_Report_2015_ar.pdf (تم تصفحه بتاريخ 30 أكتوبر 2018)، ص: 39.
15. مجموعة زين، (بلا تاريخ)، لمحة عامة، <https://www.zain.com/ar/about-us/overview> (تم تصفحه بتاريخ 31 أكتوبر 2018).
16. اتصالات، (بلا تاريخ)، التقرير السنوي 2017، <https://etisalat.com/en/system/docs/2018/Etisalat-Group-AnnualReport2017-Arabic.pdf> (تم تصفحه بتاريخ 25 ديسمبر 2018)، ص: 35.
17. Orange, (13 novembre 2018), Communiqué de presse, Capetown, Orange accélère sa stratégie d'opérateur multiservices en Afrique, <https://www.orange.com/fr/Press-Room/communiqués/communiqués-2018/Orange-accelere-sa-strategie-d-operateur-multi-serv> (Consulté le 02 janvier 2019), P: 02.
18. Zain, (بلا تاريخ)، التقرير السنوي 2016، https://d364xagvl9owmk.cloudfront.net/media-10-4-2016/18/media/filer_public/9e/05/9e0547ea-5927-446c-b769-241f38383086/zain_annual_report_2016_arabic_2.pdf (تم تصفحه بتاريخ 1 نوفمبر 2018)، ص: 62.
19. Orange, (s.d.), Bilan RSE 2017, https://www.orange.com/fr/content/download/47067/1370469/version/5/file/180612_Bilan%20RSE%202017_FR.pdf (Consulté le 10 décembre 2018), P: 22.
20. Zain, (بلا تاريخ)، التقرير السنوي 2017، https://d364xagvl9owmk.cloudfront.net/media-10-4-2017/18/media/filer_public/66/73/667379da-a723-48eb-875b-b8abc4a201d0/zain_annual_report_2017_arabic.pdf (تم تصفحه بتاريخ 29 أكتوبر 2018)، ص: 62.
21. اتصالات، (بلا تاريخ)، https://www.etisalat.ae/ar/aboutus/etisalat_corporation.jsp#history (تم تصفحه بتاريخ 10 جانفي 2019).
22. اتصالات، (بلا تاريخ)، التقرير السنوي 2015، <https://o2.ae/clients/etisalat/annualreport/ar/index.html> (تم تصفحه بتاريخ 29 أكتوبر 2018).
23. اتصالات، (بلا تاريخ)، التقرير السنوي لعام 2016، <https://etisalat.com/en/system/docs/2016/Etisalat-AnnualReport2016-Arabic.pdf> (تم تصفحه بتاريخ 15 ديسمبر 2018)، ص: 36.
24. Orange, (s.d.), Bilan RSE 2017, Op.cit, P: 36.
25. Zain, (بلا تاريخ)، التقرير السنوي 2017، مرجع سبق ذكره، ص: 64.
26. اتصالات، (بلا تاريخ)، التقرير السنوي 2017، <https://etisalat.com/en/system/docs/2018/Etisalat-Group-AnnualReport2017-Arabic.pdf> (تم تصفحه بتاريخ 25 ديسمبر 2018)، ص: 49-48.
27. Orange, (s.d.), Bilan RSE 2017, Op.cit, P: 26.
28. اتصالات، (بلا تاريخ)، التقرير السنوي 2015، مرجع سبق ذكره.
29. Zain, (بلا تاريخ)، التقرير السنوي 2017، مرجع سبق ذكره، ص: 77.