

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة كمدخل أساسي لتجسيد التنمية المستدامة إزاء العاملين: دراسة تحليلية سوسيولوجية

عجاس سهام

جامعة سيدي بلعباس - الجزائر

البريد الإلكتروني: sihamadjas@gmail.com

الملخص:

في ظل التغيرات العالمية التي يشهدها عالم الأعمال اليوم خاصة مع التطور الثقافي والاجتماعي وبعد تفاقم المشكلات الاجتماعية والاقتصادية والبيئية في دول العالم ظهرت ضغوطات كبيرة على هذه الشركات في سبيل مواجهة التزاماتها ومسؤولياتها وتصحيح الممارسات غير المسؤولة الصادرة عنها إذ أصبح لزاما على منظمات الأعمال أن تغير من نظرتها للمجتمع في محاولة منها لتحسين صورتها من جهة وللعب دور فعال وإيجابي في المجتمع من جهة أخرى.

وحتى تكون المؤسسة أكثر استجابة من السابق في مجال أدائها الاجتماعي يتعين عليها أن تضع المسؤولية الاجتماعية في صلب إستراتيجيتها، إذ أصبحت المسؤولية الاجتماعية تهدف إلى تحسين حياة الأفراد والمجتمع من خلال تناول مشكلات معينة وإيجاد حلول عملية لها من أجل ضمان التنمية المستدامة التي أصبحت أمرا واقعا.

وتعتبر الجزائر من بين البلدان العربية التي أبدت اهتماما بموضوع المسؤولية الاجتماعية ثقافة وممارسة، ولم يأت هذا الاهتمام من الدولة والقطاع الحكومي فقط، إنما أظهرت الكثير من الشركات العاملة في القطاع الخاص وحتى القطاع العام قدرا متميزا من الممارسات المسؤولة اجتماعيا. فبرزت المسؤولية الاجتماعية كمفهوم يؤسس لفكرة الشركة المواطنة التي أصبحت مطلوبة بما هو أكثر من مجرد العمل الخيري والتطوعي، فاحتضنت الكثير من المؤسسات الجزائرية ممارسات المسؤولية الاجتماعية كشكل من أشكال الممارسات الإدارية الحديثة التي تحقق النفع لكل أصحاب المصلحة على حد سواء، وفي ضوء ذلك تطرح الورقة الإشكالية التالية: ما واقع المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة الجزائرية؟ وما هي التحديات التي تواجه تطبيقها؟

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية ؛ المؤسسة ؛ التنمية المستدامة

Abstract:

The global changes that have taken remarkable places in the business world today, result in the cultural and social development. The aggravation of the social, economic and environmental problems in the countries of the world impose great pressures on these companies in order to meet their obligations and responsibilities and correct the irresponsible practices issued by it. Thus, business organizations should change their perception of society in an attempt to improve their image and to play an active and positive role in society.

To be more responsive to social performance, the institution must place social responsibility at the heart of its strategy. Social responsibility is designed to improve the lives of individuals and society by addressing specific problems and finding practical solutions to them in order to ensure sustainable development that has become Reality.

Algeria is one of the Arab countries that have shown interest in the issue of social responsibility, culture and practice. This concern has not only come from the state and the government sector, but many companies operating in the private sector and even the public sector have shown a great deal of socially responsible practices.

Social responsibility emerged as a concept that established the idea of a national society that was called for more than charity and voluntary work. Many Algerian institutions embraced social responsibility practices as a form of modern management practice that benefits all stakeholders. The following problem paper: What is the reality of social responsibility in the Algerian institution and what are the challenges facing its application ?

Keywords: *social responsibility ; institution ; sustainable development*

تمهيد :

تشهد المؤسسة اليوم تطورات سريعة وتغييرات جذرية في ظل المحيط الديناميكي الذي تنشط فيه، مما أدى إلى بروز العديد من المفاهيم التي ساعدت على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع هاته التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية...، والتي غيرت من نظرة المجتمع التقليدية للمؤسسة. إذ لم يعد المجتمع اليوم ينظر للمؤسسة باعتبارها كيان اقتصادي مستقل يهدف لتعظيم الربح وتحقيق أهداف أصحاب رؤوس الأموال، ولم يعد تقييم تلك المؤسسات يعتمد في بناء سمعتها على مراكزها المالية وحسب، بل أصبح ينظر للمؤسسة على أنها كيان وطني مرتبط بالوطن والمحيط الذي تنشط فيه، تعمل على خلق نوع من التوازن بين تحقيق الربح و مراعاة اهتمامات المجتمع، إذ يجدر بالمؤسسة اليوم بوصفها كيان صالح، المشاركة في التنمية المستدامة والمساهمة في الارتقاء بمستوى مجتمعاتها، وبناءا عليه تحتاج إلى موازنة نفسها مع هذه الأهداف الوطنية التي تتمحور حول التنمية المستدامة وذلك باستخدام الأداة القوية لمبادرات المسؤولية الاجتماعية للمساعدة في تحقيق هذه الأهداف.

وعليه يمكننا القول أن المسؤولية الاجتماعية أصبحت حتمية تواجه المؤسسة اليوم، باعتبارها جزء لا يتجزأ من المجتمع، فهي كوحدة اجتماعية تتعامل مع العديد من الأطراف وهي ملزمة بتحمل مسؤوليتها كاملة تجاه حقوق هؤلاء الأطراف منها

المالكون والمساهمون في رؤوس أموال المؤسسة، سواء كانت مملوكة للخوادم أو للدولة، الزبائن، الموردين وحتى المنافسين... ويتعين عليها وضع المسؤولية الاجتماعية في صلب استراتيجياتها بعيدا عن العلاقات العامة التسويقية.

وبناء على ما تقدم سنحاول في هذه الورقة تسليط الضوء على واقع المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة الجزائرية و أبرز التحديات التي تواجه تطبيقها.

أولاً: مدخل نظري للمسؤولية الاجتماعية:

1. مفهوم المسؤولية الاجتماعية :

شهد مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات تغيرات جوهرية على مر الزمن، ولا يزال يتطور مع تطور المجتمع وتوقعاته. والقاسم المشترك بين أكثرية التعاريف هي أن المسؤولية الاجتماعية للشركات مفهوم تدرج بموجبه المؤسسات الشواغل الاجتماعية والبيئية في السياسات والأنشطة الخاصة بأعمالها التجارية قصد تحسين أثرها في المجتمع.

وفي ما يلي أمثلة لبعض التعاريف:

- عرف البنك الدولي للمسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال على أنها : التزام أصحاب المؤسسات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع المجتمع المحلي بهدف تحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم الاقتصاد ويخدم التنمية في آن واحد كما أن الدور التنموي الذي يقوم به القطاع الخاص يجب أن يكون مبادرة داخلية وقوة دفع ذاتية من داخل صناع القرار في المؤسسة.

- كما عرفت الغرفة التجارية العالمية المسؤولية الاجتماعية على أنها : جميع المحاولات التي تساهم بها المؤسسة لتحقيق تنمية بسبب اعتبارات أخلاقية واجتماعية، وبالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تعتمد على مبادرات رجال الأعمال دون وجود إجراءات ملزمة قانونياً، ولذلك فإن المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال الإقناع والتعليم.¹

- كما تعرفها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية: على أنها التزام المؤسسة بالمساهمة في التنمية الاقتصادية، مع الحفاظ على البيئة والعمل مع العمال وعائلاتهم والمجتمع بشكل عام بهدف تحسين جودة الحياة لجميع هذه الأطراف.

بالإضافة إلى عدة اجتهادات هادفة لتعريف المسؤولية الاجتماعية منها :

- عرف دوركر DURKER المسؤولية الاجتماعية على أنها: التزام المنشأة اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه.

- أشار هولمز HOLMES إلى أن المسؤولية الاجتماعية "ما هي إلا التزام المنشأة اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر، تحسين الخدمة ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها"².

باختصار يمكننا أن نتبنى من خلال ما سبق التعريف الجامع التالي:

المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال هي الالتزام الأخلاقي والتصرف المسؤول تجاه مجموعة من الأطراف وهم أصحاب المصلحة ومن أهم الأطراف المستفيدة من برامج المسؤولية الاجتماعية نجد كلا من المجتمع والبيئة، وهذا يعكس أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية جاء ليعزز دور ومكانة المنظمات في المجتمع ليس فقط ككيان اقتصادي إنما أيضا ككيان اجتماعي يساهم في حل مشكلات المجتمع والحفاظ على البيئة التي يعمل في إطارها.

2. الجذور التاريخية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية:³

نشأت فكرة المسؤولية الاجتماعية كنتيجة لمشكلات كثيرة وأزمات عديدة عرفتها منظمات الأعمال، ارتبطت أساسا بنظرة المنظمة لمصلحتها الذاتية على حساب مصلحة المجتمع الذي تنشط فيه، هذا بالموازاة مع ظهور ظروف جديدة ووعيا اجتماعيا وبيئيا جديدا ومفاهيم حديثة، تقوم في مجملها على مفهوم العطاء الاجتماعي الذي تطور بنمو احتياجات المجتمع ومدى تبني منظمات الأعمال لهذا الاتجاه الجديد عبر مراحل زمنية مختلفة، بدءا بظهور مسؤولية المؤسسة تجاه المجتمع، ثم مختلف

النظريات العلمية التي تطرقت لهذا الموضوع و أخيرا مصطلح المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال.

ظهرت فكرة المسؤولية الاجتماعية عقب الثورة الصناعية وارتبطت نشوؤها بقيام المشاريع الصناعية وما عاشته المنظمات في تلك الفترة من تقدم بفضل مختلف الاختراعات العلمية التي ساهمت بشكل كبير في تحقيق الهدف الأسمى للمنظمة المتمثل في تعظيم الأرباح، مستنزفة بذلك كل الموارد المتاحة طبيعياً وبشرية حيث تم تشغيل الأطفال والنساء لساعات طويلة وفي ظروف عمل قاسية وأجور متدنية، مفترضة أن مسؤولية المنظمة تنحصر في إنتاج سلع وخدمات مفيدة للمجتمع فقط والتي من خلالها تحقق عوائد للمالكين.

وقد ظلت هذه النظرة قائمة خلال القرن 19 والرابع الأول من القرن 20، لكن مع تضخم حجم منظمات الأعمال وما رافق ذلك من أزمات اقتصادية واستغلال للأيدي العاملة وتدني الأجور وظهور التكتلات النقابية، برزت مرحلة جديدة كان من خلالها الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية الداخلية من جهة كمرحلة أولى:

- تأمين السلامة والأمن في مكان العمل، تقليص ساعات العمل، الرعاية الصحية... ثم المسؤولية الخارجية فيما بعد، الأمر الذي أدى بالضرورة إلى اتجاه المنظمات نحو الاهتمام المتزايد بالمسؤولية الاجتماعية الخارجية المرتبطة بالبيئة، الزبائن، المنافسين، الحكومة، الموردين... في هذا الصدد أشار "هنري جانت" إلى أن جمهور المواطنين يكونون على استعداد لخلق أجواء التعارض والتضاد، إذا أهملت إدارة الأعمال مسؤوليتها الاجتماعية تجاههم.

مع تجاوز النظرة الضيقة للمنظمات الميكانيكية و بروز اتجاه جديد يدعو إلى توسيع مفهوم المسؤولية الاجتماعية وتبني هذه الفكرة، أصبحت منظمات الأعمال أكثر استيعاباً للبيئة ومتغيراتها، وبذلك ظهرت مرحلة سميت بنوعية الحياة للفرد، مع محاولة عرض المزيد من السلع و الخدمات بما يتناسب مع الارتقاء النوعي الحاصل في مستوى الحياة التي يعيشها الأفراد، و باننتشار⁴ الوعي الاجتماعي في إطار المحيط الاقتصادي وبالتتابع المنطقي للتطور الحاصل لمفهوم المسؤولية الاجتماعية أصبح من

الضروري إدماج فكرة المسؤولية الاجتماعية في السياسة العامة للمنظمة، ومن الملاحظ أن في مرحلة الاقتصاد المعرفي وثورة المعلومات أصبحت أغلب المنظمات الغربية تمتلك مدونات أخلاقية توظف النظرة الاجتماعية وجوانب تبنيها اتجاه مختلف أصحاب المصالح.

3. أهمية المسؤولية الاجتماعية:

هنالك وجهات نظر متعارضة حول تبني الشركات لمزيد من الدور الاجتماعي، وعلى العموم هناك اتفاق عام بكون المسؤولية الاجتماعية بحدود معينة تمثل عملية مهمة و مفيدة للمؤسسات في علاقاتها مع مجتمعاتنا لمواجهة الانتقادات والضغوط المفروضة عليها، ومن شأن الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية تحقيق عدة مزايا بالنسبة للمجتمع والدولة والمؤسسة وأهمها:⁴

أ- بالنسبة للمؤسسة:

- تحسين صورة المؤسسة في المجتمع وخاصة لدى العملاء و العمال و خاصة إذا اعتبرنا أن المسؤولية تمثل مبادرات طوعية للمؤسسة اتجاه أطراف مباشرة أو غير مباشرة من وجود المؤسسة.

- من شأن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تحسين مناخ، كما تؤدي إلى بعث روح التعاون

- و الترابط بين مختلف الأطراف.

- تمثل المسؤولية الاجتماعية تجاوبا فعالا مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع ، كما أن هناك فوائد أخرى تتمثل في المردود المادي و الأداء المتطور من جراء تبني هذه المسؤولية.

ب- بالنسبة للمجتمع:

- الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة و سيادة مبدأ تكافؤ الفرص وهو جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

- تحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع.

- ازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين المؤسسات ومختلف الفئات ذات المصالح.

- الارتقاء بالتنمية انطلاقاً من زيادة التثقيف والوعي الاجتماعي لدى الأفراد، وهذا يساهم بالاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية.

ج- بالنسبة للدولة:

- تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهامها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية الأخرى .

- يؤدي الالتزام بالمسؤولية البيئية إلى تعظيم عوائد الدولة، بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية.

- المساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها من الآلات التي تجد الدولة الحديثة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها جميعاً، بعيداً عن تحمل المؤسسات الاقتصادية الخاصة ودورها في هذا الإطار.

4. المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات :⁵

1.4. أثر المسؤولية الاجتماعية على أداء المؤسسات :

تناولت العديد من البحوث و الدراسات العلاقة بين الأداء الاجتماعي للمنظمة وبين أدائها المالي، حيث نشرت مجلة business and society عام 1997 م دراسة قام بها Griffin and Mahon على 62 منظمة، وكذا الدراسة التي قام بها roman and hayibor والتي نشرتها نفس المجلة عام 1999 م حول نفس الموضوع، وقد أشارت أغلب تلك الدراسات إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية، بين كل من الأداء الاجتماعي والأداء المالي لتلك المنظمات المبحوثة.

أما كونولي Connolly فقد قسم الفوائد التي يمكن أن تحققها المنظمة جراء تبنيها لمفهوم المسؤولية الاجتماعية إلى قسمين رئيسيين، هما الفوائد المالية والفوائد الاجتماعية، فبالنسبة للفوائد المالية يشير Connolly إلى أن المنظمة إذا لم تلتزم بمبادئ المسؤولية الاجتماعية فإنها ستتكد تكاليف باهظة، وستدفعها على شكل تعويضات للمتضررين من أصحاب المصالح بما فيهم حماة البيئة والذين يمكن أن يطالبوا المنظمة بدفع تكاليف الضرر البيئي.

كما وجدت بعض دراسات أخرى أن هناك علاقة ايجابية، بين تحمل الشركات لمسئوليتها الاجتماعية وبين أدائها والأرباح المالية التي تحققها الشركات، وتعود هذه العلاقة الايجابية إلى تحسن العلاقة داخل الشركات بين الإدارة والعاملين بها من ناحية والإدارة وعملاء الشركة من ناحية أخرى، كما تتحسن سمعة الشركات وتصبح مؤهلة للاقتراض من القطاع المصرفي، وقادرة على جذب الاستثمارات فضلاً عن تحسن العلاقة بين الشركات والحكومة مما يعود عليها بالنفع.

كما أكدت دراسات أخرى على أن التزام الشركات ببرامج المسؤولية الاجتماعية يكون له أثر ايجابي على إنتاجية العاملين وعلى مستوى أجورهم من ناحية أخرى، كما أوضحت دراسات ايجابية على وجود علاقة ايجابية بين الالتزام البيئي وإنتاجية الشركات وكفاءتها في استخدام الموارد، وقد توصلت هذه الدراسات إلى أن نجاح برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات يتوقف على قدرة الحكومات على توفير بيئة أعمال مواتية وعلى ما تفرضه من ضرائب وعلى مرونة قوانين العمل.

2.4. تكامل المسؤولية الاجتماعية وإستراتيجية المؤسسات :

تسعى المنظمات من خلال التخطيط الاستراتيجي إلى تقييم بيئتها من خلال المسح البيئي وتحديد الفرص والتهديدات المحيطة بها وكذا تحديد نقاط القوة والضعف التي تعترضها، ومن خلال المعلومات المتوفرة من عملية المسح البيئي، يمكن للمدراء اتخاذ القرارات الصائبة حول كيفية الاستفادة من الفرص ونقاط القوة وكذا كيفية تجنب التهديدات ونقاط الضعف.

وكون أغلب تلك الفرص والتهديدات لا تنشأ من عوامل تتعلق بالمنتجات أو الأسواق أو التكنولوجيا فقط، بل تنشأ جراء تغيرات سياسية واجتماعية واقتصادية خارج الشركة، لذا فان منظمات الأعمال عادة ما تتبع إستراتيجية معينة تعد بمثابة منهج إستراتيجي للمشاركة الاجتماعية والتعامل مع قضايا المسؤولية الاجتماعية، وقد حدد روبنز robbins استراتيجيات ثلاث أساسية يمكن للشركات الاختيار من بينها، للتعامل مع قضايا المسؤولية الاجتماعية، فيما حددها كل من schermerho in و dibb بأربع استراتيجيات أساسية تمثلت في:

- الإستراتيجية المعرّقة:

تهتم هنا بتلبية المتطلبات الاقتصادية فقط، أما المتطلبات الاجتماعية فيتم مقاومتها ومحاربتها من قبل إدارة الشركة وتشير "dibb" إلى الإستراتيجية المتبعة في هذا المستوى بإستراتيجية ردود الأفعال، وأن الشركة التي تتبنى هذه الإستراتيجية تقوم بترك المشاكل دون حل، إلى أن يعلم بها الجمهور وعند ذلك تستجيب لمعالجة المشكلة المطروحة رغم إنكارها لمسؤولياتها تجاه تلك المشاكل والأخطاء والتقليل من التأثير السلبي لها، وتسعى نحو امتصاص غضب أصحاب المصالح .

- الإستراتيجية الدفاعية:

وتهتم المؤسسة وفقا لهذه الإستراتيجية بالقيام بأقل ما هو مطلوب منها قانونيا من خلال مواجهة المسؤوليات الاقتصادية التي تنادي بحماية المستهلك والبيئة، فتلجأ المؤسسات إلى المناورات القانونية كتكتيك للمحاولة من تقليل أو تحاشي الالتزامات المرتبطة بالمشاكل التي تسببها الشركة.

- الإستراتيجية التكيفية :

تستخدم الشركات هذا النوع من الاستراتيجيات التوفيقية، والتي تشير إلى تبني الحد الأدنى من المتطلبات الأخلاقية، من خلال الالتزام بالمسؤوليات الاقتصادية والقانونية وكذا الأخلاقية، وتتطلق الشركة المستخدمة لهذا النوع من الاستراتيجيات، من فرضية المسؤولية الاجتماعية الملقاة على عاتقها في عدم تجاوز التشريعات الحكومية حتى لا تتعرض للمساءلة القانونية السائدة، و لكن في أحيان أخرى قد ينشأ هذا السلوك نتيجة للضغوط الخارجية فقط وليس نابعا من ثقافة المؤسسة.

- الإستراتيجية المبادرة:

تشير هذه الإستراتيجية إلى أن الشركة التي تتبنى هذا النوع من الاستراتيجيات، تأخذ زمام المبادرة في توفير المتطلبات الاجتماعية وتكون مصممة لتلبية كل من المسؤوليات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية ويكون لديها الاستعداد الكامل للتعامل مع الاتهامات التي توجه لها، وكذا إمكانية الاستجابة للضغوط الخارجية

والتحديات وكذا التشريعات الحكومية، انطلاقاً من أن الشركات التي تستخدم هذا النوع من الاستراتيجيات تفترض مسؤوليتها تجاه الأعمال التي تقوم بها.

كما أن المؤسسات التي تتبع مثل هذا النوع من الاستراتيجيات ينبغي أن تتمتع بدرجة حرية كافية في مساندة الأعمال والمبادرات والتي من شأنها أن تعزز سمعتها في السوق.

وتجدر الإشارة إلى أن إتباع المؤسسة لأي من تلك الاستراتيجيات، يعتمد في الأساس على مدى قناعة إدارة الشركة بالدور الملقى على عاتقها تجاه المجتمع، وبضرورة أن ينعكس ذلك الدور على كافة أنشطتها وقراراتها إلى الحد الذي يكون هناك نوع من التكامل بين إستراتيجية الشركة والمسؤولية الاجتماعية.

5. أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:⁶

تتضمن المسؤولية الاجتماعية عدة أبعاد منها البعد الاقتصادي، القانوني، الإنساني، الأخلاقي، والبيئي، وتتركز في بعض المجالات خاصة العمل الاجتماعي، مكافحة الفساد، التنمية البشرية، التشغيل والمحافظة على البيئة وتستند المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى نظرية أصحاب المصالح، التي تنص على أن الهدف الأساسي لرأس المال يتمثل في توليد وتعظيم القيمة لكل أصحاب المصالح من حملة أسهم، شركاء، موردين، موزعين، وعملاء وأيضاً العاملين، وأسرهم والبيئة المحيطة والمجتمع المحلي والمجتمع ككل.

الجدول رقم 01

أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

أبعاد المسؤولية الاجتماعية			
المسؤولية اتجاه المجتمع	المسؤولية اتجاه حماية المستهلك	المسؤولية الأخلاقية	المسؤولية اتجاه البيئة
<ul style="list-style-type: none"> • إنجاز المشاريع الأساسية • تقديم الهبات والتبرعات • توفير فرص العمل للنساء والمعاقين • المساهمة في دعم الأنشطة الثقافية والحضارية • المساهمة في دعم الاقتصاد المحلي 	<ul style="list-style-type: none"> • التبيين • السعر • الضمان • التعبئة والتغليف • التوزيع • الإعلان • المقاييس والأوزان • النقل والتخزين 	<ul style="list-style-type: none"> • تناسق أهداف الشركة مع أهداف المجتمع • عدم احتكار المنتجات • وجود دليل عمل أخلاقي للمنظمة • تشجيع العاملين على الإبلاغ عن الممارسات السلبية • عدم التحايل بالأسعار 	<ul style="list-style-type: none"> • الالتزام بالتشريعات البيئية • الاقتصاد في استخدام الموارد • الاقتصاد في استخدام مصادر الطاقة • تجنب مسببات التلوث • آلية التخلص من النفايات • المساهمة في اكتشاف مصادر جديدة • للمواد الخام والطاقة

المصدر: فؤاد محمد حسين الحمدي (المرجع السابق)

6. المسؤولية الاجتماعية بين جدلية المبادرة الطوعية وحتمية التنمية:⁷

يعد موضوع المسؤولية الاجتماعية من المواضيع الشائكة، باعتباره ثقافة جديدة على المجتمع وبناءه (نسقه) المؤسساتي، والمنتبع للمواضيع التي تناولت أهمية المسؤولية الاجتماعية، يجد أنه لا يوجد إقرارا كاملا بهذه الأهمية من قبل المعنيين والمختصين في هذا المجال، فهناك مواقف مؤيدة لأن تتبنى المؤسسة مزيدا من الأدوار الاجتماعية وبالمقابل هناك من يعارض هذا التوجه ويعتبره مهددا لوجود المؤسسات ولكل فريق أسبابه التي يؤكد فيها وجهة نظره، وعموما يمكننا التمييز بين:

- المؤيدين لأهمية المسؤولية الاجتماعية :

يعتقد أصحاب هذا الاتجاه أن المسؤولية الاجتماعية هي بمثابة رد اعتبار من قبل المؤسسات، بعد أن أصبحت في وضع غير ملائم واهتزت صورتها في أذهان أفراد مجتمعها، فإذا ما تعارضت أهداف المؤسسة مع أهداف المجتمع، فالأولوية تكون للمجتمع قياسا للمؤسسة، على اعتبار هذه الأخيرة جزء لا يتجزأ من المجتمع الذي

تنشط فيه، لذا يتوقع منها أن تلعب دورا كبيرا في تحقيق أهدافه، كما أن هذا الدور يمكن أن يشكل استثمارا مستقبليا لها وإن كان مكلفا.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية من قبل المؤسسات لا يعني تخليها عن مسؤوليتها في تحقيق الربح، فالأرباح على المدى البعيد يمكن أن تزداد من خلال تبني المؤسسة دورا اجتماعيا أكبر، فبعض المؤسسات أخذت جانبا من هذا الاعتدال من خلال تبنيها لمفهوم وممارسة المراجعة الاجتماعية، ثم إن الدور الاجتماعي الذي تتبناه هذه المؤسسات يعزز من ميزتها التنافسية التي تسعى لتحقيقها، وبالتالي ستكون صورتها العامة أفضل وسط مجتمعها، هذا إضافة للتأثيرات السلبية الجانبية التي تسببت فيها المؤسسات بفعل التطور الصناعي والتوسع في مجالات الخدمة المختلفة وزيادة الميل للاستهلاك، فأصبح من المهم و الضروري أن تساهم هذه المؤسسات بتخصيص بعض عوائدها للتقليل الآثار السلبية وبالتالي التخفيف على الدولة التي لا تستطيع لوحدها مكافحة مثل هذه الآثار، نظرا لمحدودية مواردها وإمكانياتها، ثم إن تبني المؤسسات لمبدأ المسؤولية الاجتماعية يعمل إلى حد كبير إلى التقليل من إجراءات الحكومة و قوانينها المتعلقة بالتدخل في شؤون الأعمال التي تقيد من حرية المنافسة وازدهار الأعمال وتضع المؤسسات في موضع تنافسي ضعيف أمام مؤسسات دولة أخرى.

- المعارضون لأهمية المسؤولية الاجتماعية :

يرى أصحاب هذا الاتجاه وعلى رأسهم ميلتون فريدمان أن على أصحاب الأعمال أن يعملوا من منطلق مبادئ المسؤولية الاجتماعية، على اعتبار أن تبني المؤسسات للدور الاجتماعي يعد خرقا لقاعدة تعظيم الأرباح التي تعتبر جوهر وجود المؤسسات، فهذه الأخيرة وجدت أساسا للعمل وتقديم السلع والخدمات بنوعية عالية و أسعار معقولة و من حقها الحصول على عائد تعيد استثماره، وهو ما يعزز دورها في القيام بعمليات التوظيف ودفع ضرائب الدولة وهو ما يتبع بالضرورة مردود ايجابي على المجتمع.

ثم إن تبني هذه المؤسسات لمبدأ المسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى ذوبان أهداف المؤسسة الاقتصادية وزيادة المطالبة بتبني أهداف اجتماعية وهو ما يجعلها عاجزة عن الارتقاء بالإنتاجية وهو ما ينعكس سلباً على الأداء الاقتصادي للمؤسسات و بالتالي تراجع مبادراتها الاجتماعية.

كما يرى أصحاب هذا الاتجاه أن امتلاك المؤسسة للموارد الاقتصادية سيجعل لها سلطة إضافية أكبر تتمتع بها وتعزز من نفوذها وقدرتها على متابعة نشاطاتها المختلفة، مقابل ذلك فإن تحملها لتكاليف عالية جراء الأنشطة الاجتماعية تتجاوز قدرة المؤسسة سيعرضها للمخاطر.

وفي إطار هذين التناقضين يبدو أن هناك مدخلا وسطا يحاول أن يجعل المؤسسة نظاما مفتوحا على البيئة، وفيه تجد المؤسسة صيغة لموازنة معقولة بين الدور الاقتصادي الذي تلعبه بشكل فعال تنافسي، وبين الدور الاجتماعي الذي تتبناه وتحاول من خلاله أن تكون مواطنا صالحا في المجتمع يساهم في تطويره ومعالجة قضاياها حسب قدرتها.

7. فوائد تبني المسؤولية الاجتماعية للشركات:⁸

- لتحقيق تكامل المسؤولية الاجتماعية مع قراراتها وأنشطتها، يمكن للمنظمة تحقيق فوائد هامة مثل:
- تشجيع عملية اتخاذ القرارات على أساس فهم مطور لتطلعات المجتمع، والفرص المرتبطة بالمسؤولية المجتمعية ومخاطر عدم تحمل المسؤولية المجتمعية.
 - تحسين ممارسات إدارة المخاطر.
 - تعزيز سمعة المنظمة، وتشجيع ثقة أكبر للجمهور.
 - تحسين تنظيم العلاقة مع الأطراف المعنية.
 - تعزيز ولاء الموظفين وروحهم المعنوية، وتحسين سلامة وصحة العاملين من الجنسين، والتأثير الإيجابي على قدرة المنظمة على توظيف وتحفيز الموظفين والاحتفاظ بهم.

- تحقيق الوفرات المرتبطة بزيادة الإنتاجية وكفاءة الموارد، وخفض استهلاك الطاقة والمياه، وخفض النفايات، واسترداد قيمة المنتجات المشتقة من جانب، وزيادة وفرة المواد الخام.
- تحسين اعتمادية ونزاهة المعاملات من خلال المشاركة السياسية المسئولة، والمنافسة العادلة، وانعدام الفساد.
- المنع أو الحد من الصراعات المحتملة مع المستهلكين بشأن المنتجات أو الخدمات.
- المساهمة في حيوية المنظمة على المدى الطويل عن طريق تعزيز استدامة الموارد الطبيعية والخدمات البيئية.
- المساهمة في الصالح العام، وتعزيز المجتمع المدني والمؤسسات.
- تحسين الأداء المالي وتخفيض تكاليف التشغيل.
- تحسين الأداء البيئي وتقليل انبعاثات الغازات التي تسبب تغير المناخ أو تقليل استخدام المواد الكيميائية الزراعية؛
- تقليل تكاليف التخلص من النفايات من خلال مبادرات إعادة تدويرها.
- خفض نسبة غياب العاملين، وزيادة الاحتفاظ بعدد كبير من الموظفين، وخفض تكاليف التوظيف والتدريب.
- تعزيز صورة وسمعة العلامة التجارية والمبيعات وولاء العملاء.
- زيادة الإنتاجية والجودة والفعالية والكفاءة الإنتاجية.
- تخفيض الرقابة التنظيمية.

8. تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على المجتمع:⁹

إن التأثير الذي تحدثه أي مؤسسة أعمال تجارية على المجتمع يعتمد على السياسات العامة والممارسات المستخدمة في التحديث المجتمعي من خلال ما يلي:

- التوظيف

إن دور الشركات كجهات مُستخدمة يُعد من أهم مصادر التنمية الاقتصادية فالشركات تقوم بتوظيف الأفراد بصورة مباشرة من خلال تعيين موظفين دائمين أو موظفين بموجب عقود، وبطريقة غير مباشرة من خلال مورديهم والعقود الخارجية،

وممارسة الشركات الأجنبية في الاعتماد على العمال المغتربين بدلاً من العمالة المحلية أو قيامها بالتمييز بين الشريحتين فيما يتعلق بالمعاملة والأجور يدل على عدم مراعاة المسؤولية الاجتماعية للشركات أو المجتمع الذي تقوم الشركة من خلاله بتحقيق أهدافها.

- توفير الموارد والمشتريات:

التأثير الاقتصادي للأموال التي تنفقها الشركات في الاستعانة بمصادر خارجية والاستيراد قد يكون كبيراً وبالتالي، فإن توفير الموارد من شركات موجودة في المجتمعات المحلية قد يؤدي بالتالي إلى حفز التنمية الاقتصادية للمجتمع المحلي.

- تحديد مواقع المرافق والإدارة:

المجتمعات التي تختارها الشركات المستثمرة لإقامة مواقع مرافقها التشغيلية تحصل على دفعة لاقتصادياتها من خلال إيرادات الضرائب المحلية، وإنشاء مؤسسات الأعمال التجارية المحلية وتوفير فرص عمل ومثل هذه الشركات تعزز الجهود المحلية لإنعاش الاقتصاد وتدعم المنظمات المحلية.

- الاستثمار المالي:

قيام الشركات باستثمار الأموال على أساس قصير أو طويل الأمد يعود على المجتمعات المحلية بالعديد من الفوائد. ووسائل الاستثمار النافع تشمل شراء الأسهم في أسواق الأوراق المالية المحلية، والتعامل مع مصارف تنمية المجتمعات المحلية أو الاستثمار في صناديق القروض لتنمية المجتمع المحلي.

- الأعمال الخيرية والاستثمار في المجتمع المحلي:

يتضمن هذا المجال توجيه الأموال النقدية والموارد إلى الأنشطة التي تؤدي إلى حفز إيجاد الوظائف وتوليد الدخل في المجتمع المحلي، مثل التدريب بغرض الإعداد للتوظيف، وتوفير السكن بتكلفة معقولة، وتطوير وتوسيع مؤسسات الأعمال التجارية الصغيرة، والإنعاش الاقتصادي، والاستثمار في تعليم الشباب أو تعزيز الظروف الصحية للشباب في المجتمع المحلي. وتقوم الشركات بهذه الأنشطة من خلال

التبرع للمنظمات المعنية بتطوير المجتمع المحلي، وبالشراكة مع الوكالات غير الربحية وتصدر برامج الإنعاش الاقتصادي.

ثانيا: المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة الجزائرية :

1. تشخيص لواقع المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة - عرض نماذج-

1.1. المسؤولية الاجتماعية لشركة الاتصالات بالجزائر: ¹⁰

انتهجت شركات الاتصالات العاملة في الجزائر (جيزي، أوريدو أو نجمة سابقا، موبيليس) برامج مختلفة للمسؤولية الاجتماعية، وعملت على تشجيع موظفيها على مشاركة في تلك المشاريع، حيث وجدت أنه من خلال ذلك يتزايد ولاء الموظفين وترتفع معنوياتهم من جهة، وتستحوذ على شريحة سوقية واسعة من جهة أخرى، لتصل لصورة ذهنية قوية.

سنتطرق لبعض هذه البرامج الاجتماعية المختلفة المقامة من طرف شركات الاتصالات جيزي، نجمة وموبيليس على التوالي:

أ- شركة جيزي للاتصالات:

في جويلية 2011 تحصلت مجموعة اوراسكوم للاتصالات على الرخصة الثانية من الهاتف النقال في الجزائر، بعد منافسة شديدة من أكبر الشركات العالمية المتخصصة في القطاع، وذلك مقابل مبلغ قدره 737 مليون دولار، وفي 07 نوفمبر 2011 تم الإعلان عن التسمية التجارية djezzy وبمجرد انطلاقتها، رسمت جيزي أولويتها الإستراتيجية وهي تطوير شبكتها بتكنولوجيا عالية وتغطية (48) ولاية قبل نهاية أوت 2003.

- قامت الشركة المواطنة جيزي بتنظيم الأيام الطبية الجراحية بمدينة أولاد جلال بيسكرة من 12 أبريل 2009 حرصا منها على صحة المواطن الجزائري وتدعيما للبحوث العلمية الطبية.

- مشاركة شركة جيزي للشعب الجزائري شهر رمضان المعظم من خلال تقديم هدايا وجوائز قيمة للفائزين بمسابقة (ramtv) التي نظمها التلفزيون الجزائري خلال سنوات 2007 - 2008 - 2009 - 2010 - 2011 .

- تكريم أفضل نقاط البيع لشركة جيزي عبر ولايات الوطن الثماني والأربعون (48).
- نظمت شركة جيزي للاتصالات المؤتمر العالمي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال بمركز الإعلام الآلي بين عكنون أيام 2-3 - و 4 جويلية 2008 ، كما تم عرض خدمة جديدة والمتمثلة في خدمة blackberry.
- رعت جيزي الشركة المواطنة الدورة الوطنية الأولى لأعوان الأمن لتنس الميدان من 22 إلى 30 ماي 2008 كما قدمت هدايا تشجيعية للفائزين بالأدوار النهائية.
- تحت شعار جيزي " عيش كرة القدم"، هنأت شركة جيزي فريقي وفاق سطيف بفوزه بكاس العرب، وفريق شبيبة القبائل بفوزه بالبطولة الجزائرية موسم 2008 ، وقدمت لهم مبالغ مالية تشجيعية.
- بغية جلب الاستثمارات الأجنبية للجزائر، نظمت شركة جيزي المنتدى الاقتصادي العربي للاستثمار يومي 21 و 22 جانفي 2008 بالجزائر العاصمة.
- تشجيعا للرياضة، أقدمت جيزي على رعاية الذهبية للملتقى الدولي لألعاب القوى الذي جرى بمضمار مركب 5 جويلية بحضور 152 بطل إفريقي في جميع التخصصات.
- حرصا من شركة جيزي على صحة المواطن الجزائري، رعت الأيام العلمية الطبية التي أقيمت بالمدرسة الوطنية للصحة العسكرية في 04 أبريل 2007 .
- نظمت شركة جيزي جمعية جمعية مكافحة المخدرات بمدينة قسنطينة اليوم التحسيسية بمخاطر المخدرات في 05 أبريل 2007 .
- ولأن شركة جيزي كانت أول متعامل للاتصالات في الجزائر يحصل على ايزو 14000، فقد رعت المؤتمر الدولي للطاقة والبيئة في 07 مارس 2007 ببنادي الصنوبر.
- بنت شركة جيزي جسرا للتقارب بين الجزائر ومصر وذلك بتنظيمها للأسبوع الثقافي الجزائري المصري يومي 19 و 20 جانفي 2006 بحضور 60 فنان مصري.
- شيدت شركة جيزي عشر (10) زوايا بولاية أدرار كما ساهمت في ترقية بعضها إلى مراكز دينية.

- تبرعت شركة جيزي باثني عشر (12) عيادة صحية متنقلة لفائدة المحرومين والساكنين بالمناطق النائية.
- كان لشركة جيزي شرف الرعاية الرسمية والوحيدة للملتقى الدولي لبناء مليون مسكن يومي 6 و 7 افريل 2005.
- محاولة من شركة جيزي جلب المستثمر البريطاني للجزائر، قامت بتنظيم المنتدى الجزائري البريطاني للاستثمار في جانفي 2005 .
- ب- شركة نجمة للاتصالات:**
- هي فرع من فروع الشركة الكويتية للاتصالات، وقد تحصلت على رخصة الهاتف النقال في الجزائر في 02 ديسمبر 2003 بعد مناقصة بقيمة 421 مليون دولار أمريكي، وفي 25 أوت 2004 قامت الوطنية بالطرح التجاري لعلامتها "نجمة".
- بمناسبة الشهر الفضيل وحرصا من شركة نجمة لمساعدة الفقراء والمعوزين وعابري السبيل، وهبت 60 طنا من المواد الغذائية للهلال الأحمر الجزائري.
- شركة نجمة ساهمت في تأسيس جمعية إحسان لرعاية الشيوخ والعجزة.
- حرصا من شركة نجمة على مكافحة الأمية وترسيخا لمبادئها في نشر العلم كرمت جمعية اقرأ في عيد ميلادها (20) العشرين.
- شركة نجمة للاتصالات الراعية الرسمية والحصرية للأسبوع الوطني للقران الكريم بدار الإيمان في 18 مارس 2009.
- شركة نجمة وحرصا منها على مكافحة البطالة وخلق فرص للتشغيل نظمت صالون للمواهب والعمل بمدينة سطيف يومي 26 و 27 نوفمبر 2009 .
- شركة نجمة للاتصالات تشارك في المنتدى العالمي للاتصالات في 27 أكتوبر 2011.
- شركة نجمة الراعي الرسمي والحصري للصالون الدولي للطاقات المتجددة والتنمية المحلية في 21 أكتوبر 2011 بقصر المعارض بمدينة وهران.

- شركة نجمة للاتصالات تكريسا لقيمها قامت بالرعاية الرسمية الحصرية للصالون الدولي للكتاب بالعاصمة من 1 إلى 10 أكتوبر 2011 .
- شركة نجمة للاتصالات تنظم الصالون الدولي الرابع للصيدلة يومي 6 و 8 مارس 2011.
- مساهمة منها لإثراء ثقافة السياحة الداخلية، قامت شركة نجمة بتنظيم منتدى السياحة والسفر يومي 01 و 02 ديسمبر 2009 بقصر الثقافة بالجزائر العاصمة.
- شركة نجمة للاتصالات رقيق الرياضة والشباب، ترعى البطولة الإفريقية لكرة القدم لأقل من 17 سنة. من 19 مارس 02 أبريل 2009 .
- شركة نجمة تساهم في ربط جسر جوي لمساندة الخضر من خلال نقل الجماهير من العاصمة الجزائرية إلى العاصمة السودانية الخرطوم بقيمة مليار وخمس مائة مليون سنتيم.
- شركة نجمة تنظم سهرة لتوزيع الهدايا لمسابقة النجوم الخاصة بالولايات صيف 2001 .
- شركة نجمة للاتصالات تطلق عملية نجمة ديما معاكم لخدمتكم.
- ج- شركة موبيليس للاتصالات:**
- شركة موبيليس هي فرع من الجزائرية للاتصالات وتسمى كذلك المتعامل التاريخي وهي أول محول للهاتف النقال في الجزائر تقدم لزبائنها سلسلة من المنتجات والخدمات العالية، ظهرت شركة موبيليس في أوت 2003.
- هي شركة ذات أسهم برأس مال قدره 100000000 دج موزعة على 1000 سهم بقيمة 100000 دج لكل سهم. موبيليس شركة منظمة حسب القوانين العالمية المقدمة دوليا في مجال الإدارة وطموحاتها كبيرة وغير محدودة ومستمرة مثل تعويض حصتها في السوق وتطوير الخبرات والمساهمة في معدل النمو الاقتصادي الوطني وطبعا تحقيق ميزة تنافسية.
- نظمت شركة موبيليس للاتصالات، الشركة المواطنة الدورة الثانية للعناية السيكولوجية بالطفل المعاق يومي 4 و 5 جوان 2007 .

- ساهمت شركة موبيليس ماليا وتقنيا ولوجيستيكيا في احتفال جمعية مشعل بعيد ميلادها (80) في 12 جوان 2007 .
- قامت شركة موبيليس بتأسيس النادي النسوي لكرة السلة بالجامعات الجزائرية.
- شركة موبيليس للاتصالات أطلقت عملية حجاج الرحمة من خلال تزويد الحجاج الجزائريين بشرائح موبيليس لتسهيل عملية التواصل مع ذويهم.
- تم الانطلاق في تشييد مبنى ضخم لشركة موبيليس تحت شعار الزبون في المركز تحيه النوعية والجودة.
- حرصا من شركة موبيليس على تلبية حاجيات ورغبات زبائنها قامت بإطلاق خدمة mobi connect في 24 جانفي 2008 .
- حضرت شركة موبيليس بقوة في فعاليات الصالون 19 للإنتاج الوطني، من خلال دعم المنتج الوطني.
- تحت شعار "موبيليس في خدمة الفن السابع"، رعت الطبعة 05 لليلة الفنك الذهبي 28 فيفري 2008.
- تكريسا منها لمسؤوليتها البيئية، قامت شركة موبيليس بعملية الغرس الجماعي للأشجار في كل من الجزائر العاصمة، ورقلة، بشار، سطيف، عنابة، قسنطينة، الشلف.
- تحت شعار "الشركة المواطنة دوما في الموعد"، قامت موبيليس برعاية اليوم البرلماني حول مخطط العمل الخاص بترقية الشغل ومكافحة البطالة يوم 18 جوان 2008.
- موبيليس المعلن الحصري عن نتائج البكالوريا وشهادة التعليم المتوسط عبر SMS في المواسم الدراسية 2008، 2009، 2010 وذلك تحت شعار "موبيليس وجه الخير".
- بعنوان "البعد الروحي للشركة المواطنة" رعت الملتقى الدولي الثاني حول خطاب الصوفية التيجانية والعولمة يومي 4 و 5 نوفمبر 2008.
- تحت شعار " فن الاستماع للزبائن وجعلهم أولياء" نظمت موبيليس في الصالون الأول للعلاقة مع الزبون في 11 و 12 نوفمبر 2008 .

- نظمت شركة موبيليس قافلة تنظيف الشواطئ صيف 2009، 2010، 2011 .
- شركة موبيليس وتكريسا لمبادئها الإسلامية رعت الطبعة (05) لمسابقة فرسان القرآن الكريم.
- شركة موبيليس بحلتها الخضراء، تجسد القيم الأربعة، الشفافية، الوفاء، الحيوية والإبداع، موبيليس باللون الأخضر هو أيضا التزام جماعي لضمان تنمية مستدامة 2010.

2.1. المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة الصناعية الجزائرية "سوناطراك":

تضع المؤسسة الوطنية سوناطراك شعارا يسعى إلى تجسيد مشروع المؤسسة المواطنة ويتضمن هذا الأخير البنود التالية التي تضعها المؤسسة ضمن أهم اللوائح التي تسعى إلى تجسيدها من خلال ما يلي:

1.2.1. التضامن والمسؤولية المؤسسية:

فضلا عن دورها الاقتصادي والتجاري، تعتبر سوناطراك مؤسسة مواطنة تعمل في عدة مناطق من البلاد على مساعدة السكان المعوزين وعلى ترقية النشاطات العلمية والثقافية والرياضية. وتشارك سوناطراك أيضا في النشاطات التي تهدف إلى المحافظة على الطبيعة وحفظ التراث الثقافي والتاريخي الوطنيين.

يستهدف برنامج الاستثمار الاجتماعي لسوناطراك سكان المناطق المحرومة، كما أن المحافظة على الموروث الثقافي الوطني المادي وغير المادي تشغل مرتبة هامة ويتجلى ذلك في ترميم المواقع المعمارية والأثرية. يرمي هذا البرنامج إلى ثلاثة أهداف: تحسين الظروف المعيشة للسكان المحرومين عن طريق امتصاص فوارق التنمية وترقية التآزر والتعاون المحلي.

. المشاركة الفعالة في البرامج التي تهدف إلى تطوير وخلق الثروات، بتفضيل البرامج الخلاقة لمناصب الشغل.

. تعزيز ثقافة التضامن في وسط سوناطراك بالتحرك في آن واحد على الحالات الإستعجالية والعمل على المدى البعيد.

2.2.1. النشاطات الاجتماعية:

لا تدخر مؤسسة سوناطراك في مجال النشاط الاجتماعي أي مجهود لدعم ومساعدة المدارس والجمعيات ذات الطابع الاجتماعي التي تعمل لصالح الفئات المحرومة. وتتجسد هذه النشاطات في هبات عتاد (إعلام آلي، طبي... ومساعدات مالية).

- مساعدات للمدارس و للجمعيات ذو الطابع الاجتماعي:

لقد استفادت عدة مدارس على المستوى الوطني بمعدات الاعلام الآلي لتكوين التلاميذ في كيفية استخدامها.

- الأعمال الخيرية والتضامنية:

يعتبر الجانب الاجتماعي أحد مسؤوليات سوناطراك التي تهتم به ، ففي شهر رمضان المبارك، بالإضافة إلى النشاطات التي تقوم بتنفيذها مباشرةً مصالحها الاجتماعية، قامت سوناطراك بتمويل لفتح مطاعم تضامنية لصالح الفئات المحرومة. تؤكد سوناطراك كمؤسسة مواطنة عن طريق نشاطات المساعدة والتضامن هذه، التزامها الدائم من أجل تحسين ظروف المعيشة والرفاهية للسكان المعوزين.

- الاقتصاد

التظاهرات الاقتصادية، المؤتمرات والملتقيات: بصفتها المؤسسة الأولى للبلاد، تشجع سوناطراك عبر برنامجها للرعاية، النشاطات والملتقيات والتبادلات التي تهدف إلى تطوير الاقتصاد الوطني. وتشارك سوناطراك أيضا في عدة معاهد ومؤسسات جزائرية بتمويل تنظيم أيام دراسية، معارض، تظاهرات اقتصادية، ملتقيات ومؤتمرات ذات طابع اقتصادي وتجاري.

- البيئة

حماية الطبيعة: فضلا عن النشاطات العديدة التي تتولاها عند القيام بمهامها، عبر استثمارات معتبرة تم إنجازها في إطار حماية البيئة، ترعى سوناطراك عدة نشاطات تهدف إلى حماية البيئة. كما تدعم سوناطراك أيضا مجهودات الجمعيات والمعاهد والوزارات الرامية إلى التحسيس والنشاطات المنجزة لحماية الطبيعة. وقد دعمت سوناطراك أيضا ملتقيات تتطرق إلى حماية الطبيعة.¹¹

2.1. تقييم الالتزامات الاجتماعية لمؤسسة سوناطراك: ¹²

تلعب مؤسسة سوناطراك دورا أساسيا في الاقتصاد الوطني حيث تزود المجتمع بمجموعة من المنتجات البترولية ومشتقاتها، ويات واضحا أن نشاطها يتضمن آثار بيئية واجتماعية يتطلب منها أخذ الإجراءات اللازمة للحد منها وإلا ستشكل هذه الآثار إختلالات بيئية يصعب التحكم فيها، لذا بادرت المؤسسة بمجموعة من المشاريع تهدف إلى حماية البيئة والاعتناء بالمجتمع.

أ. استحداث نظام HSE ¹³:

من أجل الحفاظ على الموارد الطبيعية للأجيال القادمة، اتبعت سوناطراك نهج المسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال تطوير نظام متميز لإدارة الصحة والسلامة والبيئة تم تصميمه لمراعاة جميع النواحي التي من شأنها أن تلعب دورا في الصحة والسلامة والبيئة. وقد تم تزويد هذا النظام بآلية تضمن على الدوام توفر المعلومات الحديثة واستخدام التقنية والأنظمة في سير عمليات الشركة، هذه الجهود جاءت لتحقيق التآزرية بين التنمية الاقتصادية والتنمية المستدامة، ويهدف هذا النظام إلى تحقيق ما يلي:

- المحافظة على حياة الإنسان وحماية البيئة.
- التنبؤ وتخفيض أخطار الحوادث.
- تحسين أداء المجموعات تجاه الجوانب المتعلقة بالصحة والسلامة والأمن والمحيط.

- تحسيس العمال من خلال المعلومات والاتصالات وترقية الاستثمار البشري.
- المساهمة في التنمية المستدامة.

كما أعلنت سوناطراك شعارا أساسيا لتحسين أدائها في هذا المجال وهو "لا حوادث، لا إصابات للعمال، لا تأثير على البيئة". وفيما يلي أهم الأنشطة التي عازمت المؤسسة على بلوغها في هذه المجالات الثلاثة:

أولاً. في مجال الصحة:

تخفيض الأمراض المهنية، تحسين ظروف العمل وتوفير الرعاية الصحية للعمال وأسرهم، خلق جو مناسب للعمل، ترقية التكوين والتعليم والتوعية في مجال الصحة والنظافة والعمل.

ثانياً. في مجال الأمن:

تخفيض عدد حوادث العمل، ترقية مستوى عال من الأمن، تجنب وإلغاء كل مسبب للحوادث، ضمان سلامة وأمن التجهيزات، تكوين العمال في مجال الأمن الصناعي.

ثالثاً. في مجال البيئة:

الحفاظ على الموارد الطبيعية، التخفيض ومنع الانبعاثات الجوية، حماية التنوع البيولوجي، معالجة المياه والأحوال، المساهمة في تنمية الطاقات النظيفة وترقيتها، المساهمة في الجهود الوطنية للتشجير.

وتتحقق النتائج في هذه المجالات الثلاثة من خلال الاعتماد على عنصر أساسي توليه سوناطراك أهمية كبيرة وهو العنصر البشري، فهناك قاعدة أساسية لهذه المؤسسة وهي أن كل موظف عليه أن يتلقى على الأقل تكويناً لمدة أسبوع لكل سنة مهما كان سنه أو مستواه بحيث أن 6% من الكتلة الأجرية مخصصة للتكوين، كما أن معدل دوران العمل منخفض مقارنة بالشركات الأخرى، لأن السياسة الأجرية لسوناطراك تقترب من السياسة الأجرية للمؤسسات العالمية الكبرى، ولعل من أهم المشاريع الكبرى في هذا المجال هو رغبة المؤسسة في خلق جامعة شاملة تركز على أسس المعهد الجزائري للبترول، سيتم إقامته بالتعاون مع شركاء في المعاهد الدولية، وهدفها هو تحسين الكفاءة.

ب. بعض الأنشطة المحققة من طرف سوناطراك في مجال المسؤولية الاجتماعية:

شرعت سوناطراك منذ 2003 في تنفيذ برنامج في تسع مجالات (التكوين المهني، التعليم ومحو الأمية، فك العزلة، الزراعة والدعم الفلاحي، المياه، الصحة، البيئة، الصناعات التقليدية، الرياضة والثقافة). حيث تم الالتزام بخمسة مجالات وهي:

التكوين، التعليم ومحو الأمية، فك العزلة، الفلاحة، الرياضة، وتم استكمال بقية المجالات سنة 2004 و 2005، وسنوجز هذه الانجازات فيما يلي:

- **مجال التكوين المهني:** يهدف إلى توفير للشباب والبنات بصفة خاصة ضحايا التسرب المدرسي فرصة للاندماج في سوق العمل حيث تم سنتي 2004 و 2005 تجهيز 22 ورشة خياطة وحلاقة.

- **التعليم ومحو الأمية:** تمت هذه النشاطات على مستوى الجنوب، فاستفادت منها بلدية قصابي ببشار، وميه ونسه بالوادي بالإضافة إلى البلديات (الغيشة، البيضة وعين سيدي علي والحاج مشري) بولاية الأغواط وتتمثل في 06 حافلات مدرسية، كما استفادت أيضا ميه ونسه من كتب مدرسية وتجهيزات بيداغوجية لفائدة الطلبة المحتاجين.

- **فك العزلة:** استفادت 18 منطقة على مستوى ولايات أدرار، البيض، الجلفة، إليزي، الأغواط وسوق أهراس من عمليات فك العزلة، وتمثلت المساهمات فيما يلي:

- الكهرباء الريفية وفتح الطرقات.

- إعادة تهيئة محطة الوقود ببلدية شروين.

- الربط بشبكة سونلغاز لقصور بلدية تالمين.

- توفير مولد كهربائي لتوفير الكهرباء لأبار السقي والمنازل غير المربوطة بالشبكة الكهربائية.

كما استفادة بلديات (بلدول وسد رحال وعين الشهداء و سلمانة) بولاية الجلفة و(عين سيدي علي والحاج مشري) بولاية الأغواط وبلديات دائرة مراهنه بولاية سوق أهراس ودائرة جانبيت وبلدية إليزي بولاية إليزي من عتاد للأشغال العمومية.

- **الفلاحة:** استفادت ولاية أدرار وبسكرة والوادي وتمنراست وغرداية من إنجاز آبار وخزانات تحت الأرض لتخزين مياه الأمطار وفتح طرق فلاحية وتوفير مضخات مياه وإنجاز بعض البيوت البلاستيكية، كما استفادت ولايات البيض، الجلفة، الأغواط الواقعة في المنطقة السهبية الشبه الجافة ذات الطابع الرعوي من انجازات تمثلت في إيجاد نقاط مياه لقطعان الماشية والتزود

بالمياه الصالحة للشرب للبدو الرحل وبحث عن مراعي وآبار على مستوى الطرقات، كما استفادت بلدية من ولاية سوق أهراس من تجهيزات فلاحية وقطعان من المواشي لـ 18 تعاونية.

- **المياه:** استفادت بلديات (تالمين، قصر قدور، تيناركوك) بولاية أدرار و(الدوسن والبسباسب) ولاية بسكرة و(وميه ونسه وبن قشة) بولاية الوادي وكراكة بولاية البيض من 06 آبار وتجهيزات لتخزين والتزويد بالماء الصالح للشرب، كما تم إدخال مضخة تعمل بطاقة الرياح كتجربة بولاية أدرار، أما بقية الأعمال فتمثلت في إنجاز وتجهيز مجموعة من مضخات المياه العاملة بالطاقة الكهربائية بالتزويد بالماء الصالح للشرب.

- **الصحة:** تزويد الهياكل الصحية الموجودة على مستوى (عين قزام وتين زواتين وسيلي فقارة الزوى) بولاية تمنراست بأدوات (Radio Mobile) للتشخيص، استفادت أيضا البلديات قصابي بشار و(القيشة البيضاء، عين سيدي علي والحاج مشري) بالأغواط من 04 سيارات إسعاف، كما استفادت المنبعة بولاية غرداية بتجهيزات طبية لفائدة عيادة الولادة، كما استفادت 33 قاعة علاج ببلديات (شروين وتالمين وقصر قدور وأولاد عيسى وتيناركوك وبرج باجي مختار) بأدرار من مكيفات.

- **الصناعات التقليدية:** بهدف تنشيط الصناعات التقليدية والمحافظة على التراث تم توفير ماكنات خياطة ومواد أولية لفائدة جمعيات الصناعات التقليدية المتعلقة بأنشطتها:

- برج باجي مختار من أجل الصناعات الجلدية؛

- تيناركوك بالنسبة لإنتاج الزرابي.

هذه النشاطات تدخل ضمن نقل هذا التراث للأجيال القادمة.

- **الشباب والرياضة:** تم إنشاء مجموعة من ساحات اللعب للبلديات المحرومة من مساحات الترفيه عين صالح بولاية تمنراست، مزيرة بولاية بسكرة وكراكة بولاية البيض قصابي بولاية بشار.

- **البيئة:** استفادت ولايات بشار وبسكرة في إطار الوقاية من الأمراض المتنقلة عبر المياه وحماية البيئة من إنجاز وصيانة قناة ضخ المياه Compressur لفائدة بلدية

لغروس بسكرة، هذا. كما استفادت بلدية قصابي ببشار من إنجاز حوض لمعالجة المياه المستعملة والموجهة للري والمحافظة على المياه الجوفية من التلوث، هذا بالإضافة إلى القيام بكثير من الأنشطة المتعلقة برعاية الطفولة، والنشاطات الثقافية والترفيهية، والتضامنية وعمليات تتعلق بتحليل مياه البحر.

2. تحديات تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة الجزائرية : 14

هناك بعض المعوقات التي تحول دون ممارسة المؤسسات لأداء دورها الاجتماعي وهي:

المعوقات الإدارية:

نذكر منها:

- عدم احتواء بعض الشركات على إدارة العلاقات العامة.
- نقص الخبرة لدى الذين يشغلون إدارات وأقسام الشركات فيما يتعلق بالأمر الاجتماعي والأخلاقية.
- ضعف الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية، الذي هو في الواقع مرتبط بفلسفة الإدارة - العليا تجاه المجتمع و البيئة المحيطة، وضعف الاهتمام ببرامج المسؤولية الاجتماعية.
- إهمال الإدارات العليا في عملية اشتراك المستويات الإدارية الأخرى في عملية اتخاذ القرارات الإستراتيجية المتعلقة بموضوع المسؤولية الاجتماعية.
- عدم وجود اتصال فاعل من قبل الإدارات مع الجمهور.

المعوقات القانونية:

وتتلخص في:

- الالتزام بنشاطات محددة تنص عليها القوانين والأنظمة.
- عدم وجود صيانة سياسية اجتماعية أخلاقية، التي هي وظيفة من وظائف التخطيط الاستراتيجي.
- عدم وضع دستور اجتماعي أخلاقي في منظمات الأعمال، كالذي يتم تطبيقه في كبرى الشركات في العالم.

- عدم احترام التشريعات والقوانين والأنظمة في سبيل تحقيق المكاسب المادية وعندما يقدمون على مخالفة يضعون في حسابهم إحدى الاحتمالات التالية: قد لا يكتشف أمر المخالف. قد لا يتم إدانة المخالف أما إذا اكتشف أمره أو أُدين فقد تغطي المكاسب المالية التي يحصل عليها ما يتحملة من خسائر لأن المسؤولية الاجتماعية هي التزام أخلاقي من قبل المديرين على الأغلب لم تفرضه القوانين والأنظمة بل تحتمه ضرورات المنفعة المجتمعية العامة أدت إلى ضعف الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية عند المدراء.

المعوقات المالية:

نذكر منها :

- هدف بعض الشركات هو تعظيم الأرباح فقط.
- الاعتقاد بأن إيلاء الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى خفض أرباح الشركة وإضعافها في المنافسة الدولية.
- نقص الموارد المالية التي تحول دون الإسهام في نشاطات المسؤولية الاجتماعية.
- صعوبة الجمع بين العمل المربح وعمل الشركة المتجاوبة اجتماعياً.

3. اقتراحات تطبيق المسؤولية الاجتماعية بمؤسساتنا :

- حتى تتجح هذه الشركات في تطبيق المسؤولية الاجتماعية هناك العديد من العوامل الرئيسية التي يجب إعدادها وتنظيمها قبل الشروع في إطلاق هذه البرامج وفي مقدمة هذه العوامل ما يلي:
- خلق كيانات قانونية (وحدات، إدارات) تكون مهمتها تأكيد الالتزام المؤسسي بالمسؤولية الاجتماعية.
 - تخصيص ميزانيات محددة وبشكل منتظم لدعم أنشطة هذه الوحدات وإعطائها الاستقلالية لدعم برامجها.
 - يجب فصل هذه الميزانيات عن الميزانية الأساسية لكي لا تتأثر بعوامل الربح والخسارة، ومن ثم يتم إيقافها في حالات الخسارة.

- وضع أولويات الدعم ونظم إدارتها عن طريق فروع المؤسسات المحلية لقربها من الواقع المحلي وتقديم المنفعة القصوى.
- دعم تطوع الموظفين بحيث يكون جزء من إستراتيجية العمل لدى المؤسسة والذي بدأ يأخذ منحى الأهمية والانتشار.
- تصميم وتنفيذ برامج مشاركة الموظفين إما عن طريق لجان داخلية (داخل المؤسسة) وإشراك في الجمعيات الأهلية المحلية والمؤسسات الحكومية ومنظمات المجتمع المدني.
- سن الأنظمة والقوانين وتطوير نظم وآليات العمل.
- وضع المعايير يشجع التنافس في مجال المسؤولية الاجتماعية.
- دعم البحث العلمي لخلق ثقافة علمية أكاديمية.
- نشر الوعي الثقافي لدى المجتمع.
- تدريب المتطوعين والقائمين على المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات.
- لفت نظر المسؤولين ومتخذي القرار إلى أهمية هذا الجانب.
- حفز التواصل والتنافس بين المؤسسات لتصميم وإدارة أعمال المسؤولية الاجتماعية.
- خلق تحول اجتماعي تجاه المسؤولية الاجتماعية.¹⁵
- ضرورة إيمان منظمة الأعمال بقضية المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع، وأن تكون هناك قناعة ويقين من قبل كل مسئول فيها ابتداء من أصحاب المنظمات، مروراً بمديرها التنفيذي، وانتهاء بالموظفين حول أهمية هذا الدور، وأنه أمر واجب على كل شركة تجاه المجتمع الذي تعيش فيه، وهو أمر لا تفضل به الشركة على مجتمعها بل تفتخر به وتعتبره واجباً عليها .
- أن تقوم المنظمة بتحديد رؤية واضحة نحو الدور الاجتماعي الذي تريد أن تتبناه والقضية الرئيسية التي ستهتم بالعمل على المساهمة في معالجتها والمبادرة التي ستقدمها للمجتمع بدلاً من الانتقاد والشكوى للسلبيات الموجودة.

- أن يصبح هذا النشاط جزءاً رئيسياً من أنشطة المنظمات يتم متابعته من قبل رئيس المنظمة، كما يتم متابعة النشاط التجاري، وتوضع له المخططات المطلوب تحقيقها تماماً كما توضع مخططات المبيعات وغيرها من الأنشطة التجارية .
- يجب على الشركة أن تخصص مسؤولاً متفرغاً تفرغاً كاملاً لهذا النشاط، وتحدد له الأهداف والمخططات المطلوبة، ويرتبط مباشرة بالإدارة العليا ويمنح الصلاحيات المطلوبة، وأن يكون له دور رئيسي وفاعل على مستوى الشركة .
- من أكبر المعوقات التي تواجه منظمات الأعمال الراغبة في الانطلاق في برامج المسؤولية الاجتماعية، رغبة هذه المؤسسات في الانطلاق من خلال مشاريع كبيرة وضخمة وذات أرقام عالية، ولا ضرر في أن توضع هذه الأهداف على المدى البعيد، ولكن حتى يتم البدء في مثل هذه البرامج يجب أن تكون الانطلاقة من خلال أهداف صغيرة ومحدودة تكبر بمرور الأيام لتحقيق المشاريع والبرامج الكبيرة.
- الحرص على عدم الإعلان عن البرامج الاجتماعية إلا بعد انطلاقها، فكثير من البرامج الاجتماعية التي يعلن عنها لا يكتب لها الاستمرار لعدم قدرة المسؤولين عنها على تنفيذها طبقاً لما تم الإعلان عنه وهذا قد يساهم في المستقبل في توقف البرنامج
- إجراء مراجعة بيئية لآثار مخرجات المنظمة مع تبني السياسات اللازمة للتعامل مع الهدر والنواتج العرضية وترشيد الاستهلاك لمصادر الطاقة وكل ما يتعلق بالاستخدام الآمن لمنتجات المنظمة المعنية.
- هذه بعض العوامل التي من الممكن أن تساعد منظمات الأعمال على أن يصبح لديها برامج اجتماعية يمكن من خلالها أن تخدم مجتمعها وتساهم في تطويره وتنميته وتصبح جزءاً منه وتتجاوز رؤيتها تحقيق الأرباح إلى المشاركة الاجتماعية التي هي خير وأبقى.

الهوامش:

- ¹ يحي محمد، خامرة السعيد، المسؤولية الاجتماعية أداة للاتصال والتسويق في المؤسسة الاقتصادية، الملتقى الدولي، 2007، ص62.
- ² محمد الصيرفي، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، دار الوفاء لدينا للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، مصر، 2007، ص45.
- ³ محمد الصيرفي، نفس المرجع، ص45.
- ⁴ تامر ياسر البكري، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر، ط1، الأردن، 2011، ص85.
- ⁵ محمد عاطف محمد ياسين، واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية دراسة تطبيقية لأراء عينة من مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا كلية العلوم الإدارية والمالية، 2008، ص174.
- ⁶ فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك (دراسة تحليلية لأراء عينة من المديرين والمستهلكين في عينة من المنظمات المصنعة للمنتجات الغذائية في الجمهورية اليمنية)، أطروحة دكتوراه، جامعة المستنصرية، 2003، ص45.
- ⁷ طاهر محسن، منصور الغالبي، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل، ط1، دار وائل، الاردن، 2007، ص70.
- ⁸ الأمم المتحدة، مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع الاتجاهات والقضايا الراهنة، منشورات الأمم المتحدة 2004، ص ص 10-15.
- ⁹ المرجع السابق، ص18.
- ¹⁰ قدور بنافلة ومحمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات الجزائرية: جيزي مزبليس نجمة، التحول من العمل الخيري الى العطاء الذكي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشلف.
- ¹¹ <http://www.sonatrach.com/ar/solidarite-responsabilite-societale.html>.
- ¹² منصف شرفي، دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال (دراسة حالة مؤسسة سوناطراك)، جامعة منتوري - قسنطينة.
- ¹³ H : Health , S :Security, E :Environment
- ¹⁴ شبلح امينة، واقع المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة الاقتصادية: مؤسسة الكوابل ببسكرة نموذجاً، رسالة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، 2009، ص72.
- ¹⁵ عزوي عمر، مولاي لخضر، دوافع تبني منظمات الأعمال أبعاد المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية كمعيار لقياس الأداء الاجتماعي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة بشار، الملتقى الدولي حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية .