المسؤولية الاجتماعية كأسلوب استراتيجي للنهوض بمنظمات أعمال متميزة

– دراسة حالة مؤسسة سوناطراك–

Social responsibility as a strategic method For the Advancement of Distinct Business Organizations
-case study Sonatrach company-

مسعودي سارة[1] ، سماش كمال [2]

[1] جامعة باجي مختار عنابة (الجزائر)، sara.messaoudi@univ-annaba.dz

[2]جامعة باجي مختار عنابة (الجزائر)، kamel.semmeche@univ-annaba.dz

تاريخ الاستلام: 2020/07/27 تاريخ القبول: 2026/04/08 تاريخ النشر: 2026/06/10

الملخص:

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على المسؤولية الاجتماعية ومساهمتها في تطوير منظمات الأعمال في الجزائر.

وقد توصلنا إلى أن تطبيق المسؤولية الاجتماعية من طرف منظمات الأعمال يعتبر عامل إيجابي لتعزيز وضعيتها وتطوير أدائها مما ينعكس بشكل مباشر على صورتها الاجمالية من خلال التزامها الأخلاقي تجاه مختلف القضايا المتعلقة بالمجتمع وأفراده.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، منظمات الأعمال، أخلاقيات الأعمال، مؤسسة سوناطراك.

Abstract:

We aim throw this study to identify social responsibility, and its contribution to the development of business organizations in Algeria. we have reached that the application of social responsibility is a positive factor to enhance the business organizations status and improve their performance, which is directly reflected in their overall image through their ethical commitment to various issues related to the community and its members both at the internal and external levels of the Organization.

Keywords: Social responsibility, Business Organizations, Business Ethics, Sonatrach Company.

المؤلف المرسل: مسعودي سارة، **الإيميل:** messaoudi.sara@univ-annaba.dz

1. مقدمة:

سعت منظمات الأعمال في الآونة الأخيرة إلى تحسين صورتها السوقية خاصة في ظل ما يشهده العالم اليوم من تغيرات على الصعيد الاقتصادي والسياسي والاجتماعي وما رافق ذلك من تنوع وتعدد المنظمات المطالبة بحقوق العمال، حماية المستهلك والبيئة ... وغيرها، وهو ما اثر على المؤسسة بصفة مباشرة فتحقيقها للأرباح أصبح غير كافي لاستمرارها، تميزها وعكس صورة جيدة عن المنظمة ككل، ولمعالجة هذا الأثر ومحاولة تخفيف أثره إلى أقصى حد ممكن لا يكون إلا عن طريق انتهاج منظمات الأعمال أسلوب اقتصادي اجتماعي في آن واحد، فأصبح من الضروري إضافة هدف أخر للمؤسسات اليوم وهو ما يتمثل في الهدف الاجتماعي والأخلاقي لمنظمات الأعمال باعتبارها جزء لا يتجزأ من المجتمع الذي تقام وتحتك به.

فالعديد من المؤسسات بادرت إلى تطوير وتحسين دورها الاجتماعي على الصعيدين الداخلي والخارجي أيضا ، ومن بين الأساليب والنظم التي لاقت رواجا في هذا المجال نذكر المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال باعتبارها تعكس الالتزام المستمر للمنظمات بالسلوك الأخلاقي اتجاه المجتمع وأصحابه باعتباره نمط تسييري استراتيجي يخدم الاعتبارات الاقتصادية والبيئية علاوة على ذلك مختلف الجوانب الاجتماعية، فالمسؤولية الاجتماعية تجعل من الربح هدف ثانوي عن طريق إضافة اهتمامات ومسؤوليات تتحملها المؤسسة اتجاه مختلف المتعاملين معها من مساهمين وعمال مستهلكين أو إطارات حكومية دون التغاضي عن دورها اتجاه المجتمع والبيئة.

ومن هذا المنطلق يمكن صياغة الإشكالية التالية:

ما مدى تأثير المسؤولية الاجتماعية على تطوير وبناء منظمات أعمال ناجحة؟

للإجابة على الإشكالية السابقة، لابد من الإجابة على **الأسئلة الفرعية** التالية:

- ✓ ما هو واقع منظمات الأعمال في ظل تبني برامج المسؤولية الاجتماعية؟

- ✓ هل المسؤولية الاجتماعية فن أخلاقي ذات بعد اجتماعي أم أسلوب اقتصادي ربحي؟

من خصم الأسئلة الفرعية السابقة، تتبلور مجموعة من **الفرضيات** نوجزها فيما يلي:

- ✓ تطبيق أسلوب المسؤولية الاجتماعية سبيل من سبل تعزيز العلاقة بين منظمة الأعمال ومختلف المتعاملين معها من خلال تأكيد وإجبارية التزام المنظمة اتجاه مختلف أصحاب المصالح.
- ✓ المسؤولية الاجتماعية كالعملة الواحدة ذات الوجهين جهة أساسها الأخلاق والإنسانية لمنظمات الأعمال ووجه مقابل تعتبر ورقة ضمان للتطور الاقتصادي والتحلي بالوضع المالي المثالي لهذه المنظمات وهو ما يجعل منها ينبوع هدايا على منظمات الأعمال.

أهمية الدارسة:

سعت إدارة منظمات الأعمال جاهدتا إلى عكس صورة جميلة عن وضعيتها خاصة في ظل ما يشهده عالم الأعمال اليوم من تنامي وتطور سريع فالمؤسسة الأكثر نجاحا واستقرارا حسب هذه التغيرات هي التي تعمل على الجانبين الاقتصادي والاجتماعي أيضا، وهو ما دفع هذه المنظمات إلى استخدام بعض الأساليب من أجل تحقيق غاياتها ومن بينها ما يعرف بالمسؤولية الاجتماعية التي عرفت انتشار واسع في الآونة الأخيرة، وتكمن أهمية هذه الدراسة في معرف الجانب الأخلاقي جراء تطبيق المسؤولية الاجتماعية من طرف منظمات الأعمال والآثار المترتبة عليها جراء هذا الاستخدام على الصعيد الداخلي والخارجي على حد سواء.

أهداف الدارسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- ✓ إلقاء نظرة عن كثب عن المسؤولية الاجتماعية.

- ✓ التعرف على أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية على منظمات الأعمال.
- ✓ التعرف على الجانب الأخلاقي والإنساني لمنظمات الأعمال من خلال المسؤولية الاجتماعية.

منهج الدراسة:

للإلمام بمختلف جوانب الموضوع وللإجابة على الإشكالية الرئيسية، استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال وصف متغيرات الدراسة، وتحليل مختلف العلاقات التفاعلية بينها، إضافة إلى منهج دراسة الحالة، من خلال عرض تجربةمؤسسة سوناطراك فيما يخص موضوع الدراسة.

هيكل الدراسة:

للإجابة على الإشكالية المطروحة وتحقيق أهداف الدراسة تم تقسيم البحث إلى النقاط الموالية:

المحور الأول: المسؤولية الاجتماعية وأهم المعايير المنظمة لها.

المحور الثاني: واقع منظمات الأعمال بعد تطبيق المسؤولية الاجتماعية.

المحور الثالث: المسؤولية الاجتماعية ضرورة أخلاقية لبناء منظمات أعمال متميزة.

المحور الرابع: عرض تجربة مؤسسة سوناطراك في مجال المسؤولية الاجتماعية.

2.المسؤولية الاجتماعية وأهم المعايير المنظمة لها:

1.2 مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

تنوعت وتعددت التعاريف حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية إلى أنها لم تصل لحد الساعة إلى تعريف شامل قطعي وإلزامي اتجاهها فهي لا تزال مجرد عمل تطوعي لمنظمات الأعمال ومن بين التعاريف الموجه لها نذكر:

تعرف المسؤولية الاجتماعية من طرف غرفة التجارة العالمية بأنها: " جميع المحاولات التي تساهم في تطوع المؤسسات لتحقيق تنمية ذات اعتبارات أخلاقية واجتماعية، وبالتالي فالمؤسسة الاجتماعية تعتمد على المبادرات الحسنة من المؤسسات دون وجود

إجراءات ملزمة قانونيا، ولذلك فإن المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال الإقناع والتعليم ".(راشي طارق، 2010، ص80).

كما تم تعريف المسؤولية الاجتماعية من طرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية على أنها: " التزام المنظمة بالمساهمة في التنمية الاقتصادية، مع الحفاظ على البيئة والعمل مع العمال وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع بشكل عام، بهدف تحسين جودة الحياة لجميع هذه الأطراف". (ياسر سعيد أبو هريد،2017، ص16)

ويمكن القول إن المسؤولية الاجتماعية عبارة عن جملة من الالتزامات التي تتبناها المنظمة اتجاه المجتمع الذي تنتمي إليه عن طريق مساهمتها الفعالة في مختلف الأنشطة الاجتماعية وكذلك تمتعها بالسلوك الأخلاقي اتجاه مختلف القضايا القائمة في المجتمع والامتثال للاشتراطات القانونية واحترام الأشخاص والمجتمعات المحلية والبيئية.

وعلى هذا الأساس نجد أن المسؤولية الاجتماعية تنعكس من خلال أربعة أبعاد أساسية متمثلة في: (بالتصرف: حسناء مشري، 201، ص30).

- البعد الاقتصادي: عند التحدث عن البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية فنحن نتكلم عن مسؤولية المنظمة اتجاه المجتمع من خلال توفير مختلف احتياجات أفراده من سلع وخدمات بالسعر والجودة المطلوبة وبالتالي فعلى المنظمة أن تسعى لتطوير هذا الجانب وجعلها أكثر فعالية مما يجعلها تتمتع بوضعية مالية مثالية وتحقيق الأرباح المرجوة والتي تؤدي بدورها لاستمرارها وزيادة قدرتها التنافسية.
- البعد القانوني: يشمل هذا البعد جميع التشريعات والقوانين المنصوص عليها والتي تعمل على حماية المجتمع وأفراده ولهذا البعد اتجاهين أساسيين الأول يحث على حماية البيئة وهذا من خلال العديد من التصرفات كصيانة الموارد وحمايتها وتنميتها بالإضافة إلى معالجة ظاهرة التلوث وتحمل المؤسسة مختلف الأضرار التي تلحقها بالبيئة، أما الاتجاه الثاني فهو يختص بالعدالة و السلامة من خلال العدالة الاجتماعية فجميع الأطراف سواسية دون التميز بينهم من حيث الجنس أو العرق أو الدين فهذا الاتجاه يهتم بكل ما هو متعلق بممارسات التشغيل والعمل العادل.
- البعد الأخلاقي: هذا البعد يفترض أن المنظمة جزء لا يتجزأ من المجتمع الذي تنتمي إليه فهي مسئولة أخلاقيا اتجاهه عن طريق جملة المساهمات والمشاريع المتوقع أن

تقوم بها منظمة الأعمال فيه دون وجود إلزامية قانونية، كذلك لاهتمام بالعاملين فيها والمتعاملين معها احترام حقوقهم ومراعاة تكافؤ الفرص لديهم بالإضافة إلى دورها في ترسيخ القيم الاجتماعية والأخلاقية من خلال احترم العادات والتقاليد والمساهمة في مكافحة الظواهر والتصرفات اللاأخلاقية.

- البعد الإنساني: ينعكس هذا البعد من خلال مساهمة منظمة الأعمال في تطوير وتنويع حياة الأفراد من خلال تحسين مستوى عيشهم ورفاهيتهم عن طريق الاهتمام بمختلف شؤونهم والاهتمام برعايتهم الصحية والنفسية وتغذيتهم ومرافقهم الأساسية وسبل تحسين حياتهم إلى الأفضل.

2.2 أهداف المسؤولية الاجتماعية:

تتمثل أهداف المسؤولية الاجتماعية بشكل عام في النقاط التالي:(ياسر سعيد أبو هريد،2017،ص 22).

- إثبات القدرة على تقديم المنتج أو الخدمة على الدوام بما يتفق ومتطلبات العملاء.
- زيادة رضا العملاء والعاملين عن طريق التنفيذ الفعال للنظام.
- تحسين القدرات والأداء العام للعمل لتلبية حاجيات ومتوقعات عملائها وأصحاب المصالح الآخرين.
- وضعو تقييم فعالية التدابير المتخذة من قبل المؤسسة من أجل التعريف بالسياسة والأهداف البيئية والمجتمعية والامتثال لها.
- الحد والتقليل من المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها الأفراد فيما يخص السلامة والصحة في العمل والمجتمع على حد سواء مما يخفض عدد الدعاوى القضائية.
- إظهار للفئات المستفيدة أن سياسات المؤسسة تتوافق مع الحقوق الأساسية للعمل والمجتمع.
- المساعدة في تطوير حوار أكثر فعالية مع الأطراف المستفيدة بمساعدة المؤسسة لجمع مختلف احتياجاتهم وتطلعاتهم لتحسين إدارة وتحقيق التوازن بين الأداء الاجتماعي والاقتصادي والبيئي.
- التقدم نحو التميز وبدأ وتنظيم وتنفيذ الميزة التنافسية.

3.2 معايير المواصفة الدولية ISO 26000 المحددة للمسؤولية الاجتماعية:

- **تعريف المواصفة :**

هي مواصفة دولية تعطي إرشادات حول المسؤولية الاجتماعية ومن المفترض استخدامها من قبل المنظمات بشتى أنواعها وباختلاف قطاعاتها سواء العام أو الخاص، في كل من الدول المتقدمة والنامية وتلك التي تمر بمرحلة انتقالية وسوف تساعدهم في جهودهم الرامية للتعاون بأسلوب مسئول اجتماعيا والذي يتطلبه المجتمع بطريقة متزايدة.

وتعتبر المواصفة بمثابة دليل إرشادي لتطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية، كما تهدف إلى دمج ممارسات المسؤولية الاجتماعية ضمن الخطط الاستراتيجية والأنظمة والممارسات والعمليات للشركات.

- **جوهر المواصفة:**

يقدم ايزو 26000 توجيهات وإرشادات لجميع أنواع المنظمات بغض النظر عن حجمها أو نشاطها أو موقعها وينعكس جوهر معايير ايزو 26000 من خلال هيكل المواصفة والذي نعرضه من خلال الجدول التالي:

الجدول 1: هيكل مواصفة ايزو 2600

البند	الهدف منه	شرح محتوى البند
البند (1)	المجال	تعرف المحتوى والمجال الذي تغطيه هذه المواصفة الدولية وتحدد قيود واستثناءات معينة.
البند (2)	المصطلحات والتعريفات	تحدد وتقدم تعريف المصطلحات الرئيسية ذات الأهمية البالغة لفهم المسؤولية الاجتماعية واستخدامها.
البند (3)	فهم المسؤولية الاجتماعية	حيث يشرح هذا البند مفهوم المسؤولية الاجتماعية ويعرض أهم خصائصها
البند (4)	مبادئ المسؤولية	تقدم وتشرح المبادئ العامة للمسؤولية الاجتماعية حيث حدد سبعة مبادئ متمثلة في: القابلية للمسألة، الشفافية، السلوك

	الاجتماعية	الأخلاقي، احترام مصالح الأطراف المعنية، احترام سلطة القانون، احترام الاعتراف الدولية للسلوك، احترام حقوق الإنسان.
البند (5)	الإدراك والمشاركة مع الأطراف المعنية	حيث تناول هذا البند إدراك المنشأة لمسؤوليتها المجتمعية وتحديدها والمشاركة مع أطرافها المعنية، كما تقدم الإرشاد بشأن العلاقة بين المنشاة وأطرافها المعنية والمجتمع مع إدراك الموضوعات والقضايا الجوهرية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.
البند (6)	دليل إرشادي حول جوهر المسؤولية الاجتماعية	توضيح الموضوعات الجوهرية والقضايا المرتبطة بها ذات الصلة بالمسؤولية الاجتماعية ويعتبر أهم بنود المواصفة حيت يحتوي على المجالات الأساسية الواجب تبنيها من طرف المنظمات والمتمثلة في الحكومة المؤسسية، حقوق الإنسان، الممارسات العمالية، البيئة، ممارسات التشغيل العادلة، قضايا المستهلك، المشاركة والتنمية المجتمعية.
البند (7)	دليل تطبيق المسؤولية الاجتماعية	يقدم هذه البند إرشادات من أجل الإدارة الجيدة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية من طرف المنظمات.

المصدر: المواصفات القياسية الدولية، أيزو 26000، دليل إرشادي حول المسؤولية الاجتماعية، الترجمة الرسمية

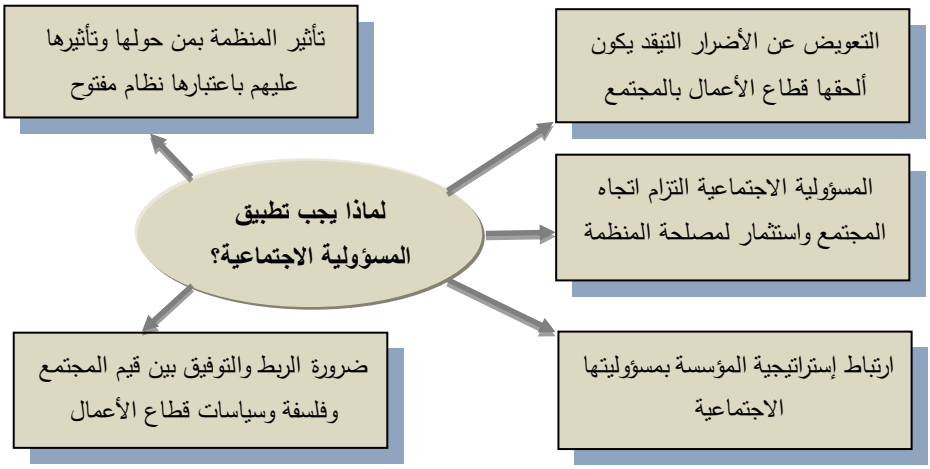
3. واقع منظمات الاعمال بعد تطبيق المسؤولية الاجتماعية:

1.3 لماذا يجب تطبيق أسلوب المسؤولية الاجتماعية:

في الوقت الراهن لم يعد ينظر إلى منظمات الأعمال كهيئات اقتصادية ذات تأثير على الجوانب الاقتصادية فحسب بل توسعت تلك النظرة لتشمل باقي الجوانب الاجتماعية والبيئية أيضا باعتبارها تنتمي إلى المجتمع القائمة به، تؤثر وتتأثر به بالإضافة إلى ارتباطها أخلاقيا بمختلف متغيرات المجتمع من هيئات وأفراد، عاملين، مساهمين وغيرهم، فمنظمات الأعمال اليوم أصبحت تتحمل جزء من المسؤولية الاجتماعية التي كانت في وقت مضى

تتحملها الهيئات الحكومية بمفردها وذلك بغض النظر عن الدوافع المؤدية لهذا لالتزام سواء داخلية كانت أم خارجية. وتكمن أهمية تبني المسؤولية الاجتماعية من طرف منظمات الأعمال في مجموعة من النقاط حسب ما يوضحه الشكل الموالي.

الشكل 1: يوضح أهمية تبني المسؤولية الاجتماعية من طرف منظمات الأعمال



المصدر: انطلاقات من معطيات:(مقدم وهيبة،2014، ص 98_ 100).

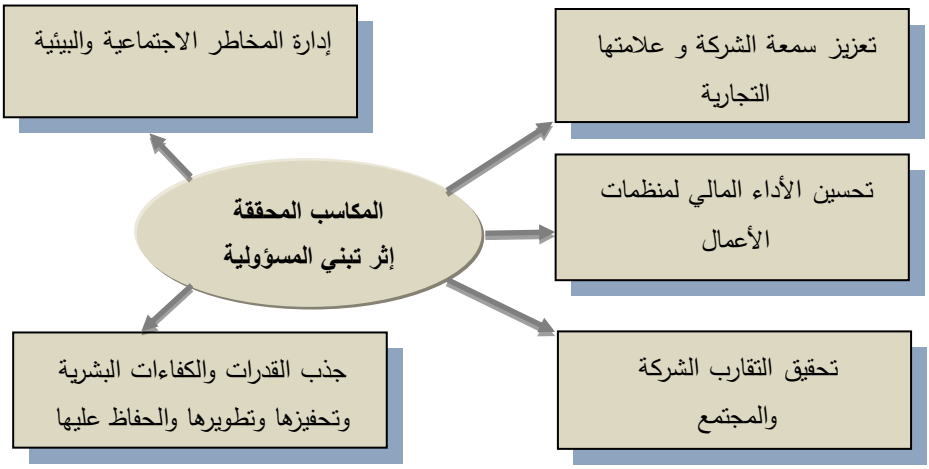
من خلال الشكل أعلاه نلاحظ أن منظمات الأعمال أصبحت جزء لا يتجزأ من المجتمع القائمة به فهي ملزمة بالتجاوب والارتباط بمختلف عناصره عاداته وتقاليده والتماشي مع مختلف تغيراته ليس هذا فحسب فمن واجباتها اتجاهه إيجاد حلول في حالة الوقوع في أزمات أو مشاكل معينة بالإضافة إلى توفير مناصب العمل للأفراد ومساهمة في مكافحة مختلف الظواهر التي يعاني منها المجتمع، كما يجب على منظمات الأعمال أن تتحمل انعكاسات تصرفاتها على المجتمع لأن بعض نشاطات وقرارات المؤسسة قد تكون مخالفة وتلحق ضرر بالجانب البيئي للمجتمع أو الجانب الوظيفي من خلال تبني أساليب لا أخلاقية قد تؤدي إلى وضع المنظمة في موقف حرج قد يترتب عليه مثلا فصل لبعض العمال وهنا تكون المنظمة ملزمة بتقديم تعويضات جراء الأضرار التي قامت بها .

و الجدير بالذكر أن التزام المنظمات بالمسؤولية الاجتماعية لا يعتبر فعل بدون مقابل فعائداتها أكبر من التزاماتها فمختلف نشاطات التي تقوم بها اتجاه المجتمع تعود على المنظمة في شكل تحسين صورتها السوقية في أعين مختلف المتعاملين معها المستثمرين، هيئات الحكومية والأهم من ذلك هم المستهلكين الذين أصبحوا اليوم يهتمون بالجانب السلوكي الأخلاقي للمنظمات كاهتمامهم بعامل الجودة والإتقان لمختلف المنتجات المعروضة، جذب المستهلك الذي سيؤدي بدوره إلى زيادة مبيعاتها واحتلال مكانة سوقية جيدة مما يعزز قدرتها التنافسية أيضا .

2.3 المكاسب المختلفة جراء تبني وتطبيق المسؤولية الاجتماعية:

كما سبق الذكر إن تبني منظمات الأعمال المسؤولية الاجتماعية لا يترتب عنها أفعال وواجبات دون عوائد أو مقابل فالمعروف في علم الفيزياء أن لكل فعل رد فعل مماثل له إلا أنه في هذه الحالة رد الفعل أكبر بكثير من الفعل في حد ذاته، فالعوائد والمكاسب المنتظرة عديدة ومتنوعة ويمكن اختصارها في مجموعة من العناصر الموضحة في الشكل الموالي:

الشكل 02: المكاسب المختلفة إثر تبني المسؤولية الاجتماعية



المصدر: انطلاقات من: مقدم وهيبة،2014، ص 101

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ أن منظمات الأعمال تحقق مزايا ومكاسب عديدة تعتبر أساس استمرارها ونجاحها في الواقع العملي إثر تبنيها المسؤولية الاجتماعية حيث ومن المتعارف عليه في ساحة الأعمال أن سمعة الشركة هي بمثابة رأسمالها وتمثل حصة الأسد من القيمة السوقية لأسهمها هذه السمعة التي أصبحت اليوم مرتبطة بأبعاد سلوكية، أخلاقية واجتماعية وعامل المسؤولية وهو ما ينطبق على المسؤولية الاجتماعية التي انعكست في شكل ممارسات تجارية مسئولة ترتب عنها تعزيز مكانة السلع والمنتجات المعروضة من طرف المنظمة وتقوية سمعتها، وهو ما يؤدي بدوره إلى زيادة مبيعات المنظمة نتيجة تزايد الطلب على مختلف منتجاتها مما يدفعها إلى العمل المستمر على تحسين وتطوير منتجاتها وهو ما يؤدي بدور إلى تحسين الأداء المالي لمنظمات الأعمال.

والجدير بالذكر أن تبني المسؤولية الاجتماعية من طرف منظمات الأعمال سيؤدي إلى توطيد العلاقة بين المنظمة والمجتمع من خلال الموازنة بين البعد الاجتماعي البيئي وكذلك المالي للمنظمة عن طريق ممارسة العديد من الأساليب والمخططات ذات البعد الإنساني والأخلاقي اتجاه مختلف متعاملين معها من مستهلكين، مساهمين عمال والمجتمع بصفة عامة. دون أن ننسى تفاعلاتها مع مختلف المشاكل والظواهر التي يعاني منها المجتمع سواء من الناحية الاجتماعية أو البيئية والتي تعتبر في حد ذاتها ميزة ونقطة قوة للمؤسسة فقبل أن تكون في موضع المتأثر بمختلف المخاطر المترتبة عن تلك الظواهر تصبح في مركز قوة والمسيطر عن طريق إدارتها بشكل فعال يعود عليها بمنافع عوض مخاطر متعددة.

ومن خلال ما سبق ذكره نجد أن منظمة أعمال ستكون بمثابة مغناطيس يستقطب مختلف الكفاءات والمواهب نظرا لسمعتها الجيدة ووضعيتها المالية الممتازة دون أن ننسى العامل السلوكي الأخلاقي والإنساني لمنظمة الأعمال اتجاه مختلف متعامليها ونخص بذكر عمالها ومستخدميها المتعارف عنهم حب الاستمرارية في العمل عند توفر الجو المناسب من تحفيز، تطوير لمواهب والقدرات والاحترام والتقدير بالمرتبة الأولى.

4. مسؤولية الاجتماعية ضرورة أخلاقية لبناء منظمات أعمال متميزة:

1.4مفهوم أخلاقيات الأعمال:

قبل أن نتعرض لمفهوم أخلاقيات الأعمال وجب علينا أولا أن نتطرق لمفهوم الأخلاق باعتباره الركيزة الأساسية التي تبنى بها مختلف المجتمعات بما فيها منظمات الأعمال حيث يمكن القول بأن الأخلاق عبارة عن جملة من المعايير والمبادئ التي تحدد الصواب من الخطأ.

- الأخلاقيات: هي جملة من المبادئ السلوكية والقيم التي تحكم سلوك الفرد أو الجماعة في التمييز بين الصواب والخطأ، وهي عبارة عن معايير ومقاييس أخلاقية، وفي مجال المحاسبة تكون الأخلاقيات بمثابة مقاييس ومعايير للقيم والسلوكيات الأخلاقية التي تحكم العمل الذي يتم تنفيذه في بيئة العمل. (رغدة عابد عطا الله المرايا، 2011، ص13)
- أخلاقيات الأعمال: يحمل مفهوم الأخلاقيات في عالم الأعمال معاني مضامين كثيرة، تدور معظمها حول قواعد السلوك الإنساني، من حيث ما هو مقبول وغير مقبول لدى الآخرين، حيث تم تعريف أخلاقيات الأعمال على أنها «مجموعة من القواعد والمعايير المرشدة التي تحدد ما هو صواب أو خطأ في السلوك الإداري سواد داخل الشركة أو بالعلاقة مع الزبائن والمجتمع الكبير ". (عدي محمد منصور، 2015، ص13).

كما أن هناك تعريف أخر قدمه " Van Vilok"حيث أعتبر أخلاقيات الأعمال متمثلة في الدراسة والتحليل المنهجي للعمليات التي يتم من خلالها تطوير القرار الإداري بحيث يصبح هذا القرار خيارا أخلاقيا أخذا في الاعتبار ما هو صحيح وجيد للفرد وللمجموعة وللمنظمة. (عبد الحميد بورحومة وبودراع أمينة، 2016، ص201).

2.4 مصادر القيم الأخلاقية في منظمات الأعمال:

في الوقت الحالي أصبح السلوك الأخلاقي لمنظمات الأعمال شانه شأن السلوك الاقتصادي أو التجاري فبعد أن كانت هذه المنظمات تقوم بأعداد مخططاتها وأهدافها المستقبلية على أساس العائد المتوقع والربح المستهدف، قامت بإضافة عامل مهم هو العامل

الأخلاقي حيث أصبحت تأخذ بعين الاعتبار عند وضعها لأهدافها وسياساتها الاقتصادية عامل المسؤولية الأخلاقية للمنظمة اتجاه مختلف متعامليها وينعكس هذا العامل الأخلاقي من خلال عناصر معينة كتحقيق أعمال هادفة دون إلحاق أضرار بمختلف أطراف المجتمع، والقيام بمختلف العمليات دون استخدام أساليب الخداع أو التحيز لطرف على حساب الأخر بحيث تقام هذه العمليات بكل مصداقية واستقامة، بكل ثقة واحترام دون أن ننسى عامل المواطنة .

وباعتبار أن لكل شيء في الوجود سبب أدى إلى نشوئه وبلورته فلأخلاقيات الأعمال أيضا مصادر عديدة ومتنوعة يمكن تلخيصهما في ركنين أساسيين وهما: (محمد عبد الفتاح ياغي، 2012، ص 106)

- نظام القيم المتوارثة: وهي تلك القيم التي يتبناها الفرد نتيجة للمحيط الذي نشأ فيه والمتمثلة في السلوكيات الأخلاقية لمن حوله وكذلك مختلف الأعراف والتقاليد المتوارثة عبر الزمن والسائدة في مجتمعه.
- نظام القيم الذاتية: وهي نلك القيم المرتبط بالشخص في حد ذاته طريقة تفكيره شخصيته والمعتقدات التي يؤمن بها وكذلك خبراته عبر سنوات حياته.

ويمكن أن تحدد أخلاقيات الأعمال عن طريق عناصر معينة والتي يمكن ذكرها على سبيل الاختصار في النقاط التالية:

- ✓ الدين الإسلامي: فديننا الحنيف يعتبر الأخلاق عنصرا هاما ويحث على السلوكيات السلمية والحميدة في مواضع عديدة.
- ✓ العائلة باعتبارها الركيزة الأساسية في المجتمع وعلى أساسها يبني أي شخص أفكاره وشخصيته الأولية.
- ✓ المدرسة ونظم الإعلام والاتصال في المجتمع لما لهما من أثر كبير على الأفراد.
- ✓ مختلف القوانين والتشريعات المنظمة لحياة الأفراد أو تلك المرتبطة بنشاط منظمات الأعمال.
- ✓ مختلف الخبرات التي يكتسبها الفرد.

- ✓ الضمير الحي فمن يمتلك ضمير إنساني بطبع سينعكس ذلك على مختلف سلوكياته.

3.4المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال:

إن مفهوم الأخلاقيات يساعد الأفراد العاملين على كسب ثقة الأطراف الذين يعملون ويتعاملون مع المنظمة، إذ يكون سلوكها الأخلاقي هذا سلوكا رابحا يرتبط بالقواعد والأسس التي يجب على الفرد الالتزام بها والعمل بمقتضاها لان التصرف اللاأخلاقي يمكن أن يضر أو حتى ينهي حياة الناس وقد يتسبب بأن تخسر المنظمة مبالغ كبيرة أو قد تخسر كل أعمالها، وأن اللمسة الأخلاقية واضحة جدا في المسؤولية الاجتماعية، حيث أنها تشير إلى التزام المنظمات للتصرف بشكل أخلاقي وكأنها مؤسسات مجتمع عامة (جنان شهاب أحمد،2013، ص102).

ومن خلل ما سبق ذكره حول المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال نجد أن هناك علاقة قوية بين الطرفين مترابطة ومتداخلة في العديد من المواضع، فبمجرد الحديث عن إحداها سيقودنا إلى خوض نقاش حول الأخرى بشكل آلي، فالمسؤولية الاجتماعية بطبيعتها كمنظور عملي ذو أبعاد متنوعة وعديدة من بينها البعد الأخلاقي، والجدير بالذكر أن الأخلاقيات متواجدة لدى الأفراد والمنظمات قبل ظهور وبروز المسؤولية الاجتماعية فوجود هذه الأخيرة يعتبر كنتيجة علاقة جامعة بين الأخلاق والتطورات الحديثة التي يشهدا المجتمع اليوم. حيث تعتبر المسؤولية الاجتماعية من بين أكثر الأساليب تعبيرا وإبرازا للأخلاق كما تعتبر ركيزة أساسية للتطور والنجاح وبروز مفاهيم أخلاقية إدارية جديدة.

والجدير بالذكر أن المسؤولية الاجتماعية الشاملة للمنظمة تتجسد من خلال التفاعل الايجابي لمختلف أنشطة وإدارات المنظمة، حتى تكون القرارات المتخذة من قبل المنظمة ذات بعد سلوكي إيجابي، ولا تنعكس سلبا على مصالح أي من الفئات والأطراف التي تتعامل معها المنظمة. (زروقي يحي، 2016، ص54)

وتظهر المسؤولية الاجتماعية كأساس للأخلاقيات في منظمات الأعمال عند ربط هاذين المفهومين بمختلف وظائف المنظمة والتي يمكن عرضها بشكل من الاختصار مع بعض العناصر كما يلي: (بالتصرف: زروقي يحي، 2016، ص55-92)

- المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في الإنتاج:

وتكون عن طريق إنتاج وعرض سلع وخدمات ذات مواصفات متوافقة مع رغبات وتوقعات الزبائن وبناء علاقة ثقة بينه وبين المنظمة ومختلف فئات المجتمع ويستدعي ضرورة التمتع بالسلوك الأخلاقي من بداية الإنتاج إلى غاية تمام عملية بيع المنتج أو الخدمة ونقصد بالسلوك الأخلاقي في هذه الحالة مراعاة الشروط والقوانين المعمول بها لحماية المستهلكين من أي خطر قد يلحق بهم على سبيل المثال مواصفات المواد الأولية المستعملة وصلاحيتها لما لها من انعكاسات كبيرة على مستخدمي المنتوج لاحقا.

- المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في المالية والمحاسبة:

الوظيفة المالية والمحاسبية من أكبر وأهم الوظائف في منظمات الأعمال وما يشهد هذا القسم من أقسام المنظمة رعاية خاصة واهتمام من طرف جميع المصالح سواء كانت داخلية أو خارجية كالهيئات الحكومية المختلفة باعتبارها تتعامل مع الموارد المالية وكيفية توفيرها والحصول عليها واستثمارها بطرق فعالة لفرض وتحسين الوضعية التنافسية لمنظمات الأعمال. إلا أنه عند التكلم عن الجانب المالي يخطر في أدهاننا مباشرة تجاوزات واختلاسات واستخدام مختلف التصرفات الغير أخلاقية من أجل مكاسب وغايات معينة على سبيل المثال أساليب المحاسبة الإبداعية ذات اتجاهات سلبية أو تزوير وثائق لأغراض مادية وغيرها من التصرفات الموجودة في أرض الميدان وهو ما يستدعي ضرورة توفر مواصفات معينة في موظفي هذا القسم من أخلاق حميدة وثقة وموضوعية وكذلك احترام مختلف القوانين والتشريعات بالإضافة إلى ضرورة تزويدهم وتأهيلهم من الناحية الفنية والسلوكية إلى أقصى حد ممكن.

- المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في العلاقات العامة:

تعتبر وظيفة العلاقات العامة من أهم الوظائف في منظمات الأعمال ولها أبعاد استراتيجية أساسية تؤدي إلى تطور المنظمة فهي تعتبر الخلية المسئولة عن تحسين صورتها وإيصالها إلى مختلف متعامليها، حيث تعتبر هذه الخلية خلية فنية وعلمية تقوم

بجملة من الدراسات والاستطلاعات تحليلها والتوصل إلى جملة من النتائج المتعلقة بوجهات نظر وآراء مختلف المتعاملين مع المنظمة وبالتالي تساهم بشكل فعال في وضع خططها بما يتوافق مع توقعاتهم وغاياتهم، ويظهر السلوك الأخلاقي والاجتماعي في هذه الوظيفة عبر نقطتين الأولى تنبع من اهتمامها بمتعالميها وذوي المصالح المرتبطة بهم والذي يعتبر سلوك أخلاقي ايجابي ذو تأثير مثالي، أما النقطة الثاني فتتعلق بالموظفين في هذا القسم فغالبيتهم ذوي اختصاصات سلوكية اجتماعية ونفسية وهو ما ينعكس في استنتاجاتهم ومختلف اقتراحاتهم الموضوعة التي لن تبتعد عن مجالهم العلمي وهو ما ينعكس في مختلف قرارات باقي الوظائف الإدارية الأخرى حيث لن تخلوا من اللمسة الإنسانية و الأخلاقية.

5.عرض تجربة مؤسسة سوناطراك في مجال المسؤولية الاجتماعية:

سيخصص هذا الجانب لعرض تجربة مؤسسة سوناطراك في تبني أسلوب المسؤولية الاجتماعية والمزايا التي حققتها نتيجة ذلك.

1.5نبذة عن مؤسسة سوناطراك:

تعتبر المؤسسة الوطنية للبحث والتنقيب والاستغلال والنقل للمحروقات "سوناطراك" من أوائل المؤسسات التي أنشأتها الجزائر بعد الاستقلال في سعيها إلى استرجاع السيادة في المحروقات، والتي تم إنشائها بموجب المرسوم الرئاسي رقم 491/63 المؤرخ في 12/31/ 1963وقد تم استحداثها بموجب قانون إعادة الهيكلة في أواخر الثمانينات حيث نتج عنه استحداث 17مؤسسة وطنية أهمها : المؤسسة الوطنية للكهرباء والغاز SONALGAZ، المؤسسة الوطنية لتكرير البترول NAFTEC، المؤسسة الوطنية لتوزيع المنتجات البترولية NAFTAL(رولامي عبد الحميد،2020،ص236).

وتعمل مؤسسة سوناطراك في التنقيب والإنتاج والنقل عن طريق الأنابيب والتحويل وتسويق المحروقات ومشتقاتها بالإضافة إلى توسعها في نشاطات توليد الطاقة الكهربائية، الطاقة الجديدة والمتجددة، تحلية مياه البحر، البحث والتعدين، وهي تمثل أهم شركة محروقات في الجزائر وإفريقيا، حيث تحتل المرتبة 11 من بين الشركات النفطية الدولية والمرتبة الأولى إفريقيا، بينما تحتل المرتبة الثانية من بين الشركات العالمية المصدرة للغاز النفطي السائل، و المرتبة الثالثة بين الشركات العالمية المصدرة للغاز الطبيعي،(منصف

شرفي،2018،ص98)، بالإضافة إلى تصنيفها من ضمن أهم المؤسسات في مجال صناعة الطاقة الأحفورية عالميا باحتلالها للمرتبة 12 ضمن أكبر الشركات البترولية العالمية.

تلعب شركة سوناطراك دورا محوريا في الاقتصاد الوطني حيث تزود المجتمع بمجموعة من المنتجات البترولية ومشتقاتها، هذا النشاط الذي يخلف مجموعة من الآثار البيئية والاجتماعية والتي تستدعي بضرورة تحمل الشركة لمسؤولية نشاطها وانعكاساته من خلال اتخاذها لمجموعة من الإجراءات اللازمة للحد منها وإلا ستشكل هذه الآثار اختلالات بيئية يصعب التحكم فيها والتي تؤثر بدورها على أفراد المجتمع، وهو ما دفع بالمؤسسة إلى الاهتمام أكثر بالمجالات ذات طابع البيئي والاجتماعي على حد سواء عن طريق مساهمتها في العديد من الأنشطة الثقافية الاجتماعية التاريخية للبلد.

2.5 مظاهر المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة سوناطراك:

إن سعي مؤسسة سوناطراك للاهتمام بالجانب الاجتماعي والبيئي جعلها تصدر العديد من الأوامر القرارات والمعايير بالإضافة إلى بعض المشاريع التي تعكس مسؤوليتها اتجاه مواردها البشرية البيئية والمجتمع ككل والتي سنقوم بعكس جزء من التزاماتها من خلال ما يلي:

أولا: استحداث نظام HSE : (منصف شرفي،2018،ص98).

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 شانها أن تلعب دورا في الصحة والسلامة والبيئة. وقد تم تزويد هذا النظام بالية تضمن على الدوام توفير 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 اخطار الحوادث، والمساهمة في التنمية المستدامة.
- تحسين أداء المجموعات تجاه الجوانب المتعلقة بالصحة والسلامة والأمن والمحيط.

– تحسين 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"

ثانيا: مظاهر المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموارد البشرية: (سليمة نشنش، 2016، ص 391-393)

تعمل شركة سوناطراك على خطى ثابتة واستراتيجية واضحة المعالم اتجاه مواردها البشرية حيث ساهمت بشكل كبير في توظيف الكفاءات الشابة من ذوي الشهادات عن طريق توطيد العلاقة مع الجامعات وخلق فرص لتطوير مستخدميها من خلال الاهتمام بتنمية وتكوين مواردها البشرية هذا بالإضافة إلى سعيها المتواصل لتوفير كل المتطلبات الضرورية للعمل وتقديم كل التحفيزات التي من شأنها المحافظة على المستخدمين وهو ما انعكس إجابا على مشكلة هجرة الإطارات والمهندسين إلى الخارج. كما إن المؤسسة لم تنسى العامل النسوي فقد خلقت العديد من المناصب وشجعت على توفير الجو المناسب لهن عن طريق إنشاء مرصد التوظيف النسوي الذي يعمل على خلق نوع من المساواة وتكافؤ الفرص عند تساوي الكفاءات.

هذا بالإضافة إلى أن السياسة العامة للشركة تنص على منح مكافئة لمساهمات مستخدميها في تطويرها وهذا بضمان أجر عادل يعكس الاعتراف بالأداء الفردي والجماعي وهو ما يخلق نوع من المنافسة والتشجيع وروح المبادرة لدى مستخدميها حيث عملت على ربط نظام تسيير الأداء مباشرة مع نظام التعويضات بالإضافة إلى خلق مجموعة من المراكز والهيئات التي تعمل على تكوين مواردها في مجالات عديدة من بينها التكنولوجيات وتقنيات التسيير، إدارة الأعمال، اللغات، المالية، الصحة والسلامة وغيرها والتي تتم في مركز CPE، في حين أن معهد الجزائري للبترول IAP يعمل على تكوينهم في مجال الطاقة والمناجم أما التكوين في مجال تطبيق التقنيات البترولية والغازية فقد اختص بها معهد التكوين نفط وغاز NAFTOGAZ، حيث تعمل هده المراكز الثلاث على تطوير

المستخدمين والمسئول الأول عن عملية رفع المستوى والتخصص للموارد البشرية في مؤسسة سوناطراك.

وتعمل مؤسسة سوناطراك على قاعدة أساسية مفادها أن كل موظف عليه أن يتلقى على الأقل تكوين لمدة أسبوع كل سنة مهما كان سنه ومستواه حيث تخصص 6% من الكتلة الأجرية للتكوين، كما يعتبر معدل دوران العمل منخفض مقارنتا بالشركات الأخرى باعتبار أن السياسة الأجرية لسوناطراك تقترب من السياسة الأجرية للشركات العالمية الكبرى، ولعل من أهم المشاريع الكبرى في المجال هو رغبة الشركة فيخلق جامعة شاملة ترتكز على أسس المعهد الجزائري للبترول، سيتم إقامته بالتعاون مع شركاء في المعاهد الدولية، وهدفها هو تحسين الكفاءة. (حليمة السعدية قريشي، 2015،ص107).

كما قامت مؤسسة سوناطراك بإصدار مدونة سلوك لمجمعها سنة 2010 والذي أعلن ارتكازه على محورين أساسيين لتطوره إلا وهما القيم الجوهرية ومبادئ المؤسسة حيث ارتكزت الأولى على الالتزام بمصلحة البلاد وأما المحور الثاني فيرتبط بصفة أساسية على تطوير وتكوين المستخدمين وكل ما يحيط بالمؤسسة بالإضافة إلى احترام البيئة وكذا مسعى تنمية مستدامة، كما تم تزويد المجمع بلجنة أخلاقيات مهمتها السهر على تعزيز الممارسات الأخلاقية على مستوى الشركة واحترام أحكام مدونة السلوك. ومن أهم بنود المدونة العناصر أدناه:

- اعتبار الرشوة عمل لا أخلاقي يعاقب عليه القانون ولا بد من التبليغ عنه بالإضافة إلى تعرض مزاولها لمتابعة قضائية وإنهاء علاقة العمل مع المؤسسة.
- إنجاز إي عمل يكون عن طريق إتباع طرق شرعية وأخلاقية.
- لا يسمح بمنح أو تلقى هدايا ودعوات المجاملة الخارجة عن الضوابط الأخلاقية من طرف الموظفين أثناء قيامهم بعمليات المناقصة او خلال المفاوضات التجارية.

ثالثا: مظاهر المسؤولية البيئية لمؤسسة سوناطراك:

تولي مؤسسة سوناطراك اهتمام كبير للحفاظ على البيئة حيث تعمل المؤسسة على وضع استراتيجية واضحة المعالم هدفها الأساسي تحقيق التطلعات البيئية للمؤسسة والتي تسعى إلى المساهمة بشكل كبير في المحافظة على الموارد الطبيعية بالدرجة الأولى والتخفيض من الانبعاث الجوي مما يساهم في الحد من التلوث البيئي ولتحقيق ذلك قامت بالالتزام بجميع المعايير المحلية والدولية المتعلقة بالانبعتات البيئية وكذلك إجراءات العمل حيث قامت باستحداث واستخدام أساليب حديثة في تصميم منتجاتها والتي من شأنها التقليل من النفايات بالإضافة إلى العمل على تجنب وإلغاء مسببات الحوادث والسهر على ضمان سلامة وامن التجهيزات ليس هذا فقط فمؤسسة سوناطراك تعمل على تكوين عمالها في مجال الأمن الصناعي.

بالإضافة إلى ذلك فقد استفادت ولايتي بشار وبسكرة في إطار الوقاية من الأمراض المتنقلة عبر المياه وحماي البيئة من إنجاز وصيانة قناة ضخ المياه Compresseur لفائدة بلدية لغروس بسكرة، هذا كما استفادة 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.

وفي إطار دعم المجال المائي استفادت بلديات (تالمين، قصر قدور، تيناركوك) بولاية أدرار و(الدوسن والبسباس) ولاية بسكرة و (وميه ونسه وبن قشة) بولاية الوادي وكراكدة بولاية البيض من 06 ابار 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. (حليمة السعدية قريشي،2015،ص108).

كما 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 بخمس مجالات وهي: التكوين، التعليم ومحو الأمية، فك العزلة، الفلاحة، الرياض، وتم استكمال بقية المجالات سنة 2004 إلى غاية اليوم. (منصف شرفي،2018،ص99).

3.5 مزايا تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة سوناطراك:

من خلال تبني المؤسسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية واحترامها لمختلف المعايير المنصوص عليها، تمكنت شركة سوناطراك من تحقيق المزايا التالية:

- تحسين سمعة المؤسسة: حيث تعتبر من بين الأصول الغير الملموسة والتي تساهم بشكل فعال في تحقيق التفوق الاستراتيجي للمؤسسة.
- تحقيق ميزة تنافسية: من المتعارف عليه أن مؤسسة سوناطراك من بين أهم المؤسسات المحلية وكذا الدولية في مجالها مما جعلها رائدة و في قمة الهرم التنافسي وهذا راجع بالدرجة الأولى لالتزامها بمسؤولياتها الاجتماعية والبيئية اتجاه كل ما يحيط بها وخاصة في مجال البيئي حيث سعيها للمحافظ على الموارد الطبيعية والعمل على تقليل انبعاث الغازات المحروقة بهدف حماية المحيط وهو ما جعلها تفتك جائزة الامتياز سنة 2012 من طرف هيئة البنك العالمي "غلوبال غاز فلارينغ ريدوكشين" .(حليمة السعدية قريشي، 2015، ص109)
- إن استخدام أساليب إنتاجية متطورة وذات كفاءة عالية ساهم بدرجة كبيرة في تحقيق وفورات في التكلفة وبالتالي ساهم بدرجة كبيرة في زيادة أرباح الشركة.
- سعي المؤسسة إلى كسب زبائنها وعملائها جعلها تعمل على تحسين المستمر لمنتجاتها من جميع النواحي السعر، الجودة الأداء، الأمان والملائمة وهو ما ينعكس في عرض أفضل المنتجات في الأسواق وبالتالي كسب رضى مستهلكيها خاصة أولئك الذي يهتمون بالجوانب البيئية والاجتماعية وبالتالي تحقيق مكانة في السوق وضمان

حصتهم السوقية والتي تشهد ارتفاع يوم بعد يوم جراء أعمالهم المساندة للبيئة والمجتمع.

- ضمان الاستقرار الداخلي للمؤسسة فالاهتمام المباشر والغير المباشر بتوفير الجو المناسب لموظفيها والسهر على تطوير كفاءتهم ومدحهم بالإضافة إلى تحفيزهم خلق جو من الأمان والطمأنينة لدى موظفيها وهو الأمر الذي انعكس إجابا من خلال قيام بمهامهم على أكمل وجه والذي ينعكس بطريقة مباشرة على تحقيق أهداف ومخططات المؤسسة باعتبار أن العمال الركيزة الأساسية لأي مؤسسة ومهما كان نوعها.

6. خاتمة:

تناولت هذه الدراسة الآثار المترتبة عن استخدام أسلوب المسؤولية الاجتماعية من طرف منظمات الأعمال، بالإضافة إلى ذلك عرض لبعض المعايير التي تحكم تطبيق هذا الأسلوب من طرف مختلف المنظمات بطريقة فعالة، فالمنظمة بهذه الطريقة تكون قد توصلت إلى الحل الأمثل لرسم وعرض صورة مثالية عن كيانها لما لهذا الأسلوب من انعكاسات إيجابية على جانبها الاجتماعي، الاقتصادي وحتى البيئي، فهي تجعل من منظمات الأعمال منظمات سلوكية أخلاقية تتحلى بكل ما تحمله الكلمة من تداعيات إنسانية، اجتماعية دون التخلي عن هدفها الوجودي والمتمثلة في ربحيتها وغاياتها الاقتصادية.

إن تبني منظمات الأعمال لأسلوب المسؤولية الاجتماعية من شأنه أن يؤدي إلى النهوض بها إلى مستوى أكثر تطور وازدهار فهي تعمل على عكس صورة جيدة عن المنظمة ككل لمختلف متعامليها، من خلال الاهتمام لتطلعاتهم وغاياتهم المرغوبة والمشاركة الفاعلة في قضايا المجتمع القائمة به وبالتالي فهي تشكل سند للمواطنين في مختلف عقبات حياتهم الاجتماعية، هؤلاء المواطنين الذين يعبرون بصفة شاملة عن مختلف المتعاملين مع المؤسسة، فلعب دور السند سيؤدي بصفة تلقائية ومباشرة إلى تعزيز العلاقة بين منظمة الأعمال ومختلف متعامليها من عمال ومساهمين وأصحاب المصالح وكذلك زبائنها وأفراد المجتمع بصفة عامة باعتبارهم المستهدف الرئيسي لجميع منتجاتها بمختلف أنواعها، و هذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى للدراسة.

فالمسؤولية الاجتماعية عامل أساس لتوطيد العلاقة بين المنظمة ومختلف متعامليها، هذه العلاقة القائمة بالدرجة الأولى على العامل الإنساني الذي يجعل من المنتظمة تساهم بشكل فعال في ترسيخ العدالة واحترام القوانين، دون أن ننسى مساهمتها في المجتمع القائمة به وهو ما يجعلها منظمة اجتماعية ذات أبعاد إنسانية من جهة ومن جهة أخرى فان هذه العلاقة ستجعل من متعامليها أكثر اهتمام بما تعرضه المنظمة في السوق وأكثر وفاء لمنتجاتها وسلعها وهو ما سيدفع المؤسسة إلى الأمام من خلال تعزيز قدرتها التنافسية واحتلالها مركز سوقي متميز وهو ما سيعود إليها في شكل تدفقات عديدة و متنوعة و يجعلها أكثر استقرار من الناحية المالية، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية للدراسة.

وقد توصلت الدراسة إلى **النتائج** التالية:

- المسؤولية الاجتماعية بمثابة التزام أخلاقي لمنظمة الأعمال اتجاه مختلف المتعاملين معها واتجاه أفراد المجتمع بما يتوافق مع توقعاتهم وآمالهم فتبنيها من طرف منظمات الأعمال قرار استراتيجي ذو بعد أخلاقي بالمرتبة الأولى.
- تعتبر منظمات الأعمال كيان اجتماعي بالدرج الأولى وعلى هذا الأساس لابد أن تتحمل مسؤولياتها اتجاه المجتمع الذي تنتمي إليه وتساهم في تطويره والمحافظة عليه وحل مختلف مشكلاته المترتبة عن نشاطها بصفة مباشرة أو غير مباشرة وتعتبر المسؤولية الاجتماعية الأسلوب الأنجع لتحقيق البعد الاجتماعي والبيئي لمنظمات الأعمال.
- المسؤولية الاجتماعية تعتبر أداة ذات حدين مثاليين حد أخلاقي ينعكس من خلال الأداء الاجتماعي وحد مقابل يتمثل في الأداء المالي هاذين الحدين المرتبطين تبادليا حيث أن كل أداء سبب لحدوث الأخر، وهو ما ينفي بعض وجهات النظر التي تعتقد أن تبني المسؤولية الاجتماعية يتعارض مع مصالح ملاك منظمات الأعمال وأهدافهم المالية.
- تعتبر أخلاقيات الأعمال اليوم أداة تمويل سلوكي لمنظمات الأعمال لما لها من عوائد على الأداء الاجتماعي للمنظمة والتي تعتبر بدورها حد من حدود المسؤولية الاجتماعية فهاذين المفهومين متداخلين لدرجة كبيرة ويلعبان دورا هاما في مختلف

المنظمات لذلك أصبح أمر ضروري، إلزامي وحتمي العمل به في مختلف المنظمات مهما كان نوعها أو طبيعة نشاطها.

ومن خلال هذه الدراسة يمكن تقديم **التوصيات** التالية:

- يتوجب على منظمات الأعمال الجزائرية التوجه نحو أسلوب المسؤولية الاجتماعية وإيمانها بأهمية دوره نحو المجتمع القائمة به، وذلك من خلال رسم بعد اجتماعي ضمن نشاطاتها وضرورة اقتناعها بالتكامل المتواجد بينه وبين الأنشطة الأخرى، إذ يعتبر في الوقت الراهن أداة رئيسية لزيادة أرباح المؤسسة على المدى البعيد والركيزة الأهم لتحسين سمعتها وتعزيز قدرتها التنافسية.
- على منظمات الأعمال الجزائرية إعادة النظر في سياستها المتبعة، والعمل على وضع استراتيجية متكاملة الأبعاد تقوم على تبني فكر تعادلي بين الأداء الاجتماعي والاقتصادي بحيث يكون هناك تكافؤ الفرص والأهمية عند وضع الأهداف المستقبلية للمنظمة.
- وجوب اهتمام الحكومة بالمسؤولية الاجتماعية عن طريق وضع جملة من القوانين والتشريعات المتعلقة بها والتي تلعب دور المحفز والمشجع لمنظمات الأعمال لتبني هذا الأسلوب وجعلها إلزامية في بعض الحالات.
- استغلال منظمات الأعمال الجزائرية لتجارب نظيراتها العربية والعالمية في مجال المسؤولية الاجتماعية، للوصل إلى أعلى كفاءة مما يسمح بخلق مزايا تنافسية جديدة تعزز مركزها التنافسي.

7. قائمة المراجع:

المؤلفات:

- *محمد عبد الفتاح ياغي، **الأخلاقيات في الإدارة**، الطبعة الأولى، (عمان: دار وائل للنشر، 2012).*

الأطروحات والرسائل الجامعية :

- *حسناء مشري، **دراسة تأثير نظام المحاسبة الاجتماعية في تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية**، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 1، سطيف، الجزائر، 2013.*

- راشي طارق، **الاستخدام المتكامل للمواصفات العالمية (الإيزو) في المؤسسة الاقتصادية لتحقيق التنمية المستدامة**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2010.
- رغدة عابد عطا الله المرايات، **أثر أخلاقيات الأعمال للمنظمة على السلوك الأخلاقي وأداء رجال البيع للمنتجات الصيدلانية في مدينة عمان**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2011.
- زروقي يحي، **أخلاقيات الأعمال والفساد الإداري للموظف العام**، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية،كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر،2016.
- عدي محمد منصور، **أثر تبني أخلاقيات الأعمال الالكترونية على أداء الأعمال، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الأعمال الالكترونية**، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن،2015.
- مقدم وهيبة ، **تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري**، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران، الجزائر،2014.
- ياسر سعيد أبو هربيد، **دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية (دراسة حالة: شركة توزيع الكهرباء محفظات غزة)**، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في إدارة الدولة والحكم الرشيد، أكاديمية الإدارية والسياسة للدراسات العليا، جامعة الأقصى، غزة، فلسطين، 2017.

المقالات:

- جنان شهاب احمد، **أخلاقيات العمل: منظور إداري معاصر في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للمنظمات**، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 15، العدد 4، 2013.
- حليمة السعدية، **الأداء التسويقي البيئي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية**، دراسة حالة مؤسسة سوناطراك، مجلة الباحث، المجلد15، العدد15، 2015.
- رولامي عبد الحميد، **مستقبل تنافسية الغاز الطبيعي الجزائري في الأسواق الدولية على ضوء استراتيجيه سوناطراك آفاق 2030**، مجلة الإستراتيجية والتنمية، المجلد10 ،العدد1، 2020.

- سليمة نشنش، ***مساهمة إدماج المسؤولية الاجتماعية في تطوير إدارة الموارد البشرية لتحقيق التنمية المستدامة دراسة حالة: مؤسسة سوناطراك الجزائرية***، مجلة معارف، المجلد11، العدد20، 2016.
- عبد الحميد بورحومة وبودراع أمينة، ***دور أخلاقيات الأعمال في تحسين أداء العاملين دراسة عينة من البنوك التجارية الجزائرية***، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد5، العدد 1، 2016.
- منصف شرفي، ***دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال–دراسة حالة مؤسسة سوناطراك***، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، المجلد18، العدد01، 2018.