

نحو تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية

- تجارب دولية وعربية ناجحة -

*Towards the implementation of social responsibility in economic institutions
- Successful international and Arab experiences -*

أحمد سلخين*

جامعة أحمد بن يحيى الونشريسي بتيسمسيلت، (الجزائر)

Selkhineahmed17@gmail.com

عبد القادر فطم

جامعة زيان عاشور بالجلفة، (الجزائر)

fettem@gmail.com

تاريخ النشر: 2021 / 06 / 28

تاريخ القبول: 2021 / 05 / 09

تاريخ الإستلام: 2021 / 02 / 17

الملخص:

لم يعد يخفى على الكثير من المسؤولين في المؤسسات الاقتصادية في الدول المتطورة بدرجة أولى، وفي الدول النامية بدرجة ثانية، أهمية وفائدة المسؤولية الاجتماعية، على المؤسسات، على الدولة وعلى الأفراد. ذلك أنها تنمي روح التعاون وتحفز الجانب الأخلاقي في المسؤولين الذين طالما شغلتهم مسألة زيادة الأرباح وتدنية التكاليف.

ولقد أثبتت التجارب عبر السنوات أن المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية ليست عائقا أمام الربح والنمو، بل بالعكس تماما، إنما تعتبر من أهم العوامل المساعدة على رضا الزبون وكسب ثقته، وبالتالي زيادة الحصة السوقية للمؤسسة.

ونتيجة لذلك، تساعد هذه الورقة البحثية في إبراز أهمية المسؤولية الاجتماعية، من خلال عرض

لبعض التجارب المؤسسات الرائدة في دول أجنبية وعربية.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، المؤسسات الاقتصادية، تجارب دولية.

* المؤلف المرسل.

Abstract:

Many leaders of economic institutions, particularly in developed countries and, to a lesser extent, in developing countries, are no longer hiding the importance and benefits of social responsibility, institutions, the State and individuals. It develops a spirit of cooperation and stimulates the ethical aspect of public servants who have long been concerned about increasing profits and lowering costs.

L' experience over the course over the years, social responsibility in economic institutions is not an obstacle to profit and growth, on the contrary, it is one of the most important factors contributing to customer satisfaction and confidence, thus increasing the company's market share.

As a result, this research paper helps to highlight the importance of social responsibility by presenting some of the experiences of key institutions in foreign and Arab countries.

Key Words: Social responsibility, economic institutions, international experiences.

المقدمة:

تعتبر المسؤولية الاجتماعية بمفهومها لدى المؤسسات الاقتصادية اليوم، كالمفهوم التسويقي ولكن بشكل أعم، فالمفهوم التسويقي للمؤسسة ينطلق من احتياجات المجتمع إلى منتجات وخدمات سواء كانت أساسية أم كمالية، وينتهي عند تلبية إشباع هذه الاحتياجات والرغبات. المسؤولية الاجتماعية تنظر في حاجيات وتطلعات المجتمع ككل بنظرة شمولية، وتحاول المؤسسة من خلال منتجاتها وخدماتها تلبية وتغطية هذه التطلعات بطريقة صحية. فالمؤسسة مسؤولة أمام مجتمعها في محيطها الداخلي والخارجي.

نسعى من وراء هذه الورقة البحثية إلى حث المسؤولين في المؤسسات والباحثين على أهمية المسؤولية الاجتماعية من جهة وإلى سهولة تطبيقها من جهة أخرى من خلال عرض لبعض تجارب المؤسسات في الدول الأجنبية والدول العربية. بما يتبلور في الإشكالية الآتية: كيف يمكن الاستفادة من تجارب الدول المتقدمة في تطبيق المسؤولية الاجتماعية؟

وهذا من خلال الإجابة على الأسئلة التالية:

- ما مفهوم المسؤولية الاجتماعية؟
- وماهي الفائدة المتوخاة من تطبيق المسؤولية الاجتماعية؟
- ماهي الجوانب التي تطبق فيها المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية؟
- وللإجابة عن الأسئلة المطروحة يمكننا صياغة الفرضيات التالية:
- المسؤولية الاجتماعية هي مجموع مسؤوليات المؤسسة تجاه مجتمعها.
- الفائدة من وراء تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية هي كسب رضا العمال من جهة وثقة الزبائن والمحيط الخارجي من جهة أخرى.
- تطبق المسؤولية الاجتماعية في عدة جوانب منها، الجانب الصحي للمنتجات، والجانب البيئي،...

نحو تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية - تجارب دولية وعربية ناجحة -

لمعالجة الموضوع اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي المناسب لمقام وصف الجانب النظري للمسؤولية الاجتماعية وتحليل المعلومات المتعلقة بتجارب بعض المؤسسات في تطبيق المسؤولية الاجتماعية.

كما تتلخص أهداف الدراسة فيما يلي:

- إبراز أهمية المسؤولية الاجتماعية؛
- محاولة لتحفيز مسؤولي المؤسسات على تطبيق المسؤولية الاجتماعية من خلال عرض لبعض التجارب في الدول الأجنبية والعربية.

المبحث الأول: مدخل إلى المسؤولية الاجتماعية.

لا يمكن الإحاطة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية وبكل أبعادها، لذا سنقتصر على بعض المفاهيم والعناصر المكونة للمسؤولية الاجتماعية، كما سنتطرق إلى مؤشرات قياس الأداء الاجتماعي والذي يعتبر عامل استراتيجي لمعرفة مستوى ما يقدمه الأفراد والمؤسسات.

المطلب الأول: مفهوم، مبادئ، فوائد المسؤولية الاجتماعية.

أولاً: مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

تتعدد مفاهيم المسؤولية الاجتماعية من دولة إلى أخرى ومن هيئة إلى أخرى، نظراً للاختلاف الواضح في المستوى الاقتصادي والاجتماعي والتعليمي، لذا سنورد بعض التعريفات كما يلي:

عرف بيتر دراكر (Peter Drucker) المسؤولية الاجتماعية بأنها: "المسؤولية الاجتماعية هي التزام المنظمة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه" وقد شكل هذا التعريف حجر الزاوية للدراسات اللاحقة وفتح الباب واسعاً لدراسة هذا الموضوع باتجاهات مختلفة¹.

وفقاً لمنظمة الإيزو² المسؤولية الاجتماعية للمنظمة تعبر عن مسؤوليتها تجاه تأثير القرارات والأنشطة التي تقوم بها على البيئة والمجتمع والتي تنعكس في سلوك خلقي وشفاف يؤدي إلى:

- التنمية المستدامة بما فيها الصحة ورفاهية المجتمع؛
- الأخذ بعين الاعتبار ما تتوقعه المجموعات الضاغطة؛
- احترام القوانين مع مراعاة المعايير الدولية؛
- جعلها ضمن ثقافة المنظمة وعلاقاتها.

ويعرف الاتحاد الأوروبي المسؤولية الاجتماعية على أنها مفهوم تقوم الشركات بمقتضاه بتضمين اعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالها وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح على نحو تطوعي. ويركز الاتحاد

¹: بن مسعود نصر الدين، كنوش محمد، واقع أهمية وقيمة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، الملتقى الدولي الثالث حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، يومي 14-15 فيفري 2012، ص. 03.

²: العابد لزهري، التعلم من أزمة المسؤولية الاجتماعية حالة شركة NIKE، مجلة الدراسات الاقتصادية، العدد رقم 01، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2، سنة 2014، ص. 92-93.

الأوروبي على فكرة أن المسؤولية الاجتماعية مفهوم تطوعي لا يستلزم سن القوانين أو وضع قواعد محددة تلتزم بها الشركات للقيام بمسؤوليتها تجاه المجتمع¹.

ثانياً: مبادئ المسؤولية الاجتماعية

1-المبادئ العامة:

نذكر من أهمها ما يلي²:

- مبدأ الإذعان القانوني: أن تلتزم المؤسسة بجميع القوانين واللوائح المحلية والدولية؛
- مبدأ احترام الأعراف الدولية: أن تحترم المؤسسة الاتفاقيات الدولية والحكومية واللوائح؛
- مبدأ احترام مصالح الأطراف المعنية: أن تقر المؤسسة وتتقبل أن هناك تنوعاً للأطراف المعنية؛
- مبدأ القابلية للمساءلة: أن تكشف المؤسسة وبشكل منتظم للجهات المتحكمة والسلطات القانونية عن سياستها؛
- مبدأ الشفافية: أن تفصح المؤسسة على نحو واضح ودقيق عن أنشطتها؛
- مبدأ احترام الحقوق الأساسية للإنسان: أن تنفذ المؤسسة السياسات والممارسات التي من شأنها احترام الحقوق الموجودة في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان.

2-مبادئ مبادرة الأمم المتحدة:

وفي هذا الإطار وضعت الأمم المتحدة مبادرة جماعية صادرة عن الشركات الكبرى لتطوير مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات. كما أنها مبادرة متعددة الأطراف، فبالإضافة إلى الشركات الكبرى، هناك الحكومات المحلية، والاتحادات العمالية، والمعاهد التعليمية، ووكالات الأمم المتحدة المختلفة، وغيرها من منظمات المجتمع المدني. وقد تم إيجاز الأفكار التي تقوم عليها الاتفاقية في عشرة مبادئ هي:

فيما يخص حقوق الإنسان:

- المبدأ الأول: يتعين على الشركات تأييد واحترام حماية حقوق الإنسان المعلنة في كافة دول العالم.
- المبدأ الثاني: التأكد من عدم التورط في أعمال تتطوي على مخالفة لمبادئ حقوق الإنسان.

فيما يخص معايير العمل:

- المبدأ الثالث: تويد الشركات حرية المشاركة وتعترف اعترافاً فعلياً بحق المساومة الجماعية.
- المبدأ الرابع: القضاء على كافة أشكال الإلزام والإجبار على العمل.
- المبدأ الخامس: الإلغاء الفعلي لعمالة الأطفال.
- المبدأ السادس: القضاء على التمييز في الوظائف والمهن.

¹: حسين عبد المطلب الأسرج، تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية للشركات، موقع الشبكة السعودية للمسؤولية الاجتماعية، على الرابط: <https://www.csr.sa.net/post/687> اطلع عليه يوم 20/01/2021، على الساعة 17:45.

²: مولاي لخضر عبد الرزاق وبوزيد سايج، دور الاقتصاد الإسلامي في تعزيز مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، العدد 12، جامعة غرداية، الجزائر، 2011، ص. 53-54.

نحو تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية - تجارب دولية وعربية ناجحة -

فيما يخص البيئة:

- المبدأ السابع: يتعين على الشركات أن تتبنى أسلوبًا حذرًا عند التعامل مع التحديات التي تواجه البيئة.
- المبدأ الثامن: تبني المبادرات التي تنمي الشعور بالمسؤولية تجاه البيئة.
- المبدأ التاسع: التشجيع على تطوير ونشر التكنولوجيا الصديقة للبيئة.

فيما يخص محاربة الفساد:

- المبدأ العاشر: يتعين على الشركات أن تعمل على محاربة كافة أشكال الفساد، بما في ذلك الابتزاز والرشوة.

ثالثًا: فوائد المسؤولية الاجتماعية.

تكمن فوائد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والمجتمع في أنها تعمل على تحسين نوعية الخدمات التي تقدم إلى المجتمع، وإيجاد حلول للمشكلات الاجتماعية والبيئية، كما تعمل على خلق مناصب شغل بأجور عادلة، ولعل من أهم الفوائد التي تقدمها ما يلي¹:

- تشير التقارير الاقتصادية الدولية إلى أن الشركات التي تحقق مفهوم المسؤولية الاجتماعية يزيد معدل الربحية فيها عن 18 %، عن تلك التي ليس لديها برامج في المسؤولية الاجتماعية.
- تشير استطلاعات الرأي إلى أن 73 % من قادة الأعمال في أوروبا يؤمنون أن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يمكن أن يساهم بشكل فعال في زيادة الإنتاجية والربحية للشركات التي لديها برامج في المسؤولية الاجتماعية.
- أثبتت البحوث والدراسات إلى أن تثقيف الموظف بمفهوم المسؤولية الاجتماعية وإشراكه في بعض برامجها ساهم في تخفيف الأعباء عن الشركات وزيادة الإنتاجية وخفض التكاليف التي يتسبب فيها الغياب والفواتير الصحية بنسبة 30%.
- يساهم التزام المنظمات بمسؤوليتها الاجتماعية بدرجة كبيرة في تحسين سمعتها.
- أثبتت البحوث والدراسات أن الشركات التي تطبق فكر المسؤولية الاجتماعية نمت بمعدل أربعة أضعاف عن تلك التي لم تتبع هذا الاتجاه.
- تشير بعض الدراسات إلى أن التزام المؤسسات بثقافة العطاء (المسؤولية الاجتماعية) يساعد في جذب العاملين الذين يحملون بداخلهم قيما تجاه هذا العمل، ويساعد على استمرارهم في العمل.
- التزام المنظمات بالمسؤولية الاجتماعية يساهم في بناء علاقات قوية مع الحكومات مما يساعد في حل المشكلات أو النزاعات القانونية التي قد تتعرض لها هذه المنظمات أثناء ممارستها لنشاطها.

¹: جديدي روضة، جديدي سميحة، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية كتوجه استراتيجي لاستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الوطني حول اشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة حمه لخضر بالوادي، الجزائر، يومي 06 و 07 ديسمبر 2017، ص.06.

- إن قيام منظمات المجتمع بمختلف أنواعها يساهم بشكل حقيقي في تحقيق التنمية المستدامة المجتمع سواء كانت تنمية اجتماعية أو اقتصادية.
- تسهيل الحصول على الائتمان المصرفي خاصة في ضوء استحداث بعض المؤشرات التي تؤثر على القرار الائتماني للبنوك وتتضمن هذه المؤشرات مؤشر " داو جونز " للاستدامة والذي أطلق عام 1999 ويعنى بترتيب الشركات العالمية وفقا لدرجة مراعاتها للأبعاد الاجتماعية وللاعتبارات البيئية خلال ممارستها لنشاطها الاقتصادي، وهذا ما يحدث أيضا في البورصة المصرية منذ عام 2010.
- أثبتت البحوث والدراسات أن هناك علاقة ايجابية وقوية بين الأداء الاجتماعي والأداء البيئي والأداء المالي للمنظمة، بمعنى أنه إذا تحسن الأداء الاجتماعي على سبيل المثال فإنه يحدث تحسن في الأداء البيئي والأداء المالي لهذه للمنظمة.
- كما أظهرت دراسة أجرتها (corporate giving guidelines 2011) أن 76 % من المستهلكين يفضلون التعامل مع المؤسسات التي تطبق برامج المسؤولية الاجتماعية أكثر من تعاملهم مع المؤسسات صاحبة العلامات التجارية الشهيرة، كما أظهرت ذات الدراسة أن الموظفين في المؤسسات التي تطبق برامج في المسؤولية المجتمعية لديهم ولاء لمؤسساتهم بنسبة تصل الى 87 % أكثر من الموظفين في المؤسسات الأخرى، وأن 83 % من الموظفين الجدد يرغبون في العمل لدى تلك المؤسسات.

المطلب الثاني: مؤشرات وأبعاد المسؤولية الاجتماعية.

تعددت المحاولات التي قام الباحثون وعلى رأسهم الباحث Carroll سنة 1979 في مجال المسؤولية الاجتماعية من أجل دراسة وقياس هذا المفهوم المتفرع والشامل لمجالات مختلفة، وكذا تحديد أبعاده، وجعله مدخلا إداريا حديثا تستند عليه المؤسسات للوصول إلى أرقى المستويات.

أولا: مؤشرات قياس الأداء الاجتماعي.

إن نجاح أي مؤسسة في أداء دورها اتجاه المجتمع، ينعكس إيجابا على فعالية وكفاءة أداء كل فرد وهناك أربعة مؤشرات أساسية يتم بها تقييم المسؤولية الاجتماعية¹:

1-مؤشر الأداء الاجتماعي للعاملين بالمؤسسة: ويشمل جميع تكاليف الأداء بخلاف الأجر الأساسي الذي تقدمه المؤسسة للعاملين فيها بغض النظر عن مواقعهم التنظيمية أو نوع أو طبيعة أعمالهم وتقوم المؤسسة بالالتزام بتوفير كافة العوامل اللازمة لخلق وتعميق حالة الولاء وانتماء العاملين كالاهتمام بحالتهم الصحية وتدريبهم وتحسين وضعهم الثقافي والاهتمام بمستقبلهم عند انتهاء فترة خدماتهم وما إلى ذلك.

2-مؤشر الأداء الاجتماعي لحماية البيئة: ويشمل كافة تكاليف الأداء الاجتماعي المضحي بها لحماية أفراد المجتمع المحيط الذي تعمل المؤسسة داخل نطاقه الجغرافي حيث تحاول جاهدة رد الأضرار عن البيئة

¹ : عزوي عمر، مولاي لخضر عبد الرزاق، بوزيد سايب، دوافع تبني منظمات الأعمال أبعاد المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية كمييار لقياس الأداء الاجتماعي، مداخل مقدمة ضمن الملتقى الدولي الثالث حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، الجزائر، يومي 14-15 فيفري 2012، ص.11.

نحو تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية
- تجارب دولية وعربية ناجحة -

المحبة والمتولدة من أنشطتها الصناعية، وهذه تشمل على تكاليف حماية تلوث الهواء والبيئة البحرية والمزروعات والأعشاب الطبيعية وتلوث المياه وما إلى ذلك؛

3- مؤشر الأداء الاجتماعي للمجتمع: ويتضمن كافة تكاليف الأداء التي تهدف إلى إسهامات المؤسسة في خدمة المجتمع مشتملة بذلك على التبرعات والمساهمات للمؤسسات التعليمية والثقافية والرياضية والخيرية ثم تكاليف الإسهامات في برامج التعليم والتدريب الاجتماعي ومشاريع التوعية الاجتماعية؛

4- مؤشر الأداء الاجتماعي لتطوير الإنتاج: تشمل كافة تكاليف الأداء التي تنصب في خدمة المستهلكين حيث تتضمن تكاليف الرقابة على جودة الإنتاج وتكاليف البحث والتطوير ثم تكاليف ضمانات المتابعة ما بعد البيع.

ثانياً: أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

إن النموذج الأكثر رسوخاً وقبولاً الذي يتناول أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هو " نموذج أربعة أجزاء من المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات " الذي اقترحه أرتشي كارول وتمت صياغته فيما بعد بواسطة كارول وبوتشولتز، ويوضح هذا النموذج في الشكل الآتي:

الشكل 01: هرم كارول Carroll للمسؤولية الاجتماعية



المصدر: بن مسعود نصر الدين، كنوش محمد، واقع أهمية وقيمة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، الملتقى الدولي الثالث حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، يومي 14-15 فيفري 2012، ص.05.

- كما يوضح الشكل أعلاه، فإن أبعاد المسؤولية الاجتماعية تتلخص فيما يلي:
- 1- **المسؤولية الخيرية:** التصرف كمواطن صالح يسهم في تعزيز الموارد في المجتمع وتحسين نوعية الحياة؛
 - 2- **المسؤولية الأخلاقية:** مراعاة المنظمة للجانب الأخلاقي في قراراتها مما يؤدي إلى أن تعمل بشكل صحيح وحق عادل؛
 - 3- **المسؤولية القانونية:** طاعة القانون والذي يعكس ما هو صحيح أو خطأ في المجتمع وهو ما يمثل قواعد العمل الأساسية؛
 - 4- **المسؤولية الاقتصادية:** تحقيق المنظمة عائداً وهذا يمثل قاعدة أساسية للوفاء بالمتطلبات الأخرى.
- ويمكن أن نجد في الجدول الموالي ملخصاً للممارسات الشائعة في أغلب دول العالم، والتي تعتبر أبعاداً أساسية للمسؤولية الاجتماعية بعناصرها الأساسية والفرعية:

الجدول رقم 1: أبعاد المسؤولية الاجتماعية

البعد	العناصر الأساسية	العناصر الفرعية
الاقتصادي	المنافسة العادلة	منع الاحتكار وعدم الإضرار بالمستهلكين. احترام قواعد المنافسة وعدم إلحاق الأذى بالمنافسين.
	التكنولوجيا	الاستفادة من التقدم التكنولوجي والخدمات التي يوفرها. استخدام التكنولوجيا في معالجة الاضرار البيئية والاجتماعية.
القانوني	قوانين حماية المستهلك	عدم الانجاز بالمواد الضارة على اختلاف أنواعها. حماية الأطفال صحياً وثقافياً. حماية المستهلك من المواد المزيفة والمزور.
	حماية البيئة	منع تلوث المياه والهواء والتربة. منع الاستخدام التعسفي للموارد. صيانة الموارد وتتميتها.
	السلامة والعدالة	منع التمييز على أساس العرق أو الجنس أو الدين. ظروف العمل ومنع عمل الأحداث وصغار السن. التقاعد وخطط الضمان الاجتماعي. عمل المرأة وظروفها الخاصة. المهاجرين وتشغيل غير القانونيين. عمل المعوقين.
الأخلاقي	المعايير الأخلاقية	مراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك. مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف. مراعاة حقوق الإنسان.
	الأعراف والقيم	احترام العادات والتقاليد. مكافحة المخدرات والممارسات الأخلاقية.
الاجتماعي	نوعية الحياة	نوعية الغذاء، الملابس، الخدمات، النقل العام، الذوق العام.

المصدر: طاهر محسن منصور الغالبي، مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، 2015، ص. 82 (بتصرف).

نحو تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية - تجارب دولية وعربية ناجحة -

من خلال الجدول أعلاه يمكننا اختصار القول بأن¹:
المسؤولية الاجتماعية الشاملة = المسؤولية الاقتصادية + المسؤولية القانونية + المسؤولية الأخلاقية + المسؤولية الاجتماعية.

المبحث الثاني: تجارب ناجحة لتطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات.

سيتم التطرق إلى تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسات رائدة في الدول الأجنبية أولاً، ثم تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الدول العربية ثانياً. ذلك أن الدول الأجنبية تعتبر من أولت الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية بمفهومها الحديث، لتتبعها في ذلك بعض الحكومات والمؤسسات العربية.

المطلب الأول: تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسات الدول الأجنبية.

سنورد بعض التجارب الميدانية للمسؤولية الاجتماعية في بعض المؤسسات الرائدة في مجالها، وكيف استطاعت أن تقوم بواجبها تجاه مجتمعها من جهة وتحقيقها لأرباح كبيرة من جهة ثانية، كما يلي²:

أولاً: التجربة الأمريكية.

أوضحت ورقة بحثية نشرها موقع «Tutlance»، أن الشركات تواجه تحديات ومهام جديدة مرتبطة بالقضايا الاجتماعية والبيئية، والتي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالعمليات التجارية. ويتمثل أحد هذه التحديات، التي تواجه الأعمال التجارية عموماً وتجار التجزئة خصوصاً، في كيفية الاستمرار في تحقيق الربح وتحقيق فوائد اقتصادية، والحد من التأثير البيئي السلبي في الوقت ذاته. وأوضح البحث أن ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات، لها تأثير إيجابي على النتائج التنظيمية التي تحد بشكل رئيسي من المخاطر المالية وتحسن من مواقف وسلوك العملاء. وتشمل هذه الممارسات مكونات أساسية، وهي الامتثال للقوانين والمعايير الأخلاقية، ومعاملة الموظفين بنزاهة وحماية البيئة، والمساهمة في الأعمال الخيرية، وسلط البحث الضوء على عدد من الشركات التي تقوم بمهامها تجاه المجتمع بنجاح، وبما يتوافق مع أهداف التنمية المستدامة.

1- تجربة مؤسسة تايسون فودز:

تعتبر «تايسون فودز» واحدة من الشركات الأمريكية العاملة في صناعة المواد الغذائية التي تقوم بعمل رائع في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات، والتي تعمل في أكثر من 130 دولة حول العالم، وتعزز الأعمال المسؤولة والمستدامة.

¹: طاهر محسن منصور الغالي، مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، 2015، ص. 84.

²: منى عوض، تجارب اجتماعية وبيئية ناجحة لشركات التصنيع الغذائي العالمية، جريدة البورصة المصرية، الأربعاء 11 ديسمبر 2019، <https://alborsaanews.com/2019/12/11/1274643> اطلع عليه يوم 2021/02/01، على الساعة 12:05.

كما أنها تقدم الدعم اللازم لموظفيها والمجتمعات المحلية وتعزيز سلامة الأغذية في السوق، تقدم الشركة تبرعات خيرية وتشارك في برنامج مكافحة الجوع وأطلقت برنامج «Tyson Foods Fellows» الذي ساهم في نشر المعرفة حول إنتاج الأغذية والزراعة والاستدامة، مما قد يساعد الشركات المهمة بتحسين الحياة الاجتماعية على نشر برنامج الإغاثة من الجوع إلى مناطق أخرى من الكوكب. وقدمت «تايسون فودز» برنامج «Tyson Project A+» لمساعدة المدارس المحلية في جمع الأموال اللازمة لتطويرها. ويهدف البرنامج لتحقيق استفادة للطرفين، وهما الشركات التي تستطيع جذب المستهلكين بشكل أكبر لشراء منتجاتهم، والأطفال الذين يستطيعون بذلك الحصول على المعدات المدرسية أو برنامج أنشطة ذات جودة أفضل.

2- تجربة مؤسسة بن أند جيريز:

يعتبر صانع الآيس كريم الأمريكي، «بن أند جيريز»، مثال آخر على المنظمات المسؤولة مجتمعياً. فالشركة تقوم بثلاث مهام رئيسية تتعلق بالمنتجات والبعثات الاقتصادية والاجتماعية. وتصنع الشركة «آيس كريم» بمكونات عالية الجودة وطبيعية وصحية، مما يوفر نمواً مالياً مستداماً، فضلاً عن توفير فرص نمو وظيفي للموظفين وجعل العالم مكاناً أفضل. وبدأت «بن أند جيريز» الاستثمار في المشاريع المجتمعية عام 1985، وتساهم في دعم البيئة والبحث عن طرق للحد من التأثير البيئي للشركة. وتدعم الشركة، التجارة العادلة أي تقديم أسعار عادلة لمنتجات المزارعين، فيحب أن يكون كل عنصر تستخدمه الشركة لإنتاج السلع النهائية مصدق بالتجارة العادلة.

3- تجربة مؤسسة بيبسيكو:

أما «بيبسيكو» فتتعاون مع برنامج الأغذية العالمي منذ عام 2008، وتنفذ عدداً من المبادرات التي تساعد في تحقيق أهداف كل من الشركة. ومهمة البرنامج التي تتمثل في القضاء على الجوع، وهو الهدف الثاني من أهداف التنمية المستدامة. وتقدم الشركة الأمريكية المساعدات اللازمة لمزارعي الحمص في إثيوبيا، فهي تعمل على تمويل تطوير إنتاج الحمص المحلي لتحسين توافر الغذاء بتكلفة معقولة، وتساعد «بيبسيكو» الأشخاص في أزمة اللاجئين المستمرة، من خلال تقديم مساعدات الإغاثة للأسر والمجتمعات التي تحتاج بشدة إلى المتطلبات الأساسية بعد حدوث كارثة طبيعية، فهي توفر للضحايا الغذاء والمساعدات المالية ومساهمات مقدمة من الموظفين.

فالشركات العاملة في مجال صناعة الأغذية ليست مسؤولة بشكل مباشر عن الجوع والظروف المدمرة في بعض أنحاء العالم، ولكنها تحتاج إلى أن تترك إمكانية لعبها دوراً كبيراً وفعالاً من شأنه المساهمة في تحسين الوضع.

نحو تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية
- تجارب دولية وعربية ناجحة -

4- تجربة مؤسسة وول مارت:

تعتبر «وول مارت» أكبر شركة للبيع بالتجزئة في العالم، إذ تعمل في 28 دولة ولديها أكثر من 11 ألف متجر، وتعد أكبر شركة توظيف خاصة في العالم. فهي تضم 2.3 مليون موظف. تتخذ وول مارت خطوات عديدة في التنمية المستدامة، منها دعم المنتجين والمزارعين المحليين في بعض الجوانب، والحد من النفايات والتحول إلى مصادر الطاقة البديلة وتوسيع نطاق المنتجات. وتواصل «وول مارت» العمل مع المجتمعات المحلية ودعم المزارع المحلية الصغيرة ومتوسطة الحجم، من خلال إدخال كميات أكبر من المنتجات المحلية إلى أرففها. وتروج الشركة للزراعة المستدامة في المنطقة والمشاركة النشطة للمزارعين المحليين في الحياة الاقتصادية.

5. تجربة مؤسسة تيسكو:

كما يمتلك بائع التجزئة «تيسكو» سياسات للتنمية المستدامة تعمل في ثلاثة اتجاهات رئيسية، وهي المشاركة في قضية تغير المناخ العالمي، من خلال الحد من انبعاثات الغازات الدفيئة، والحد من النفايات وأنشطة التعبئة والتغليف وإعادة التدوير اللاتقة. وتعمل الشركة أيضا على مشاكل التعليم وإعادة التدوير، فهي تبحث باستمرار عن إمكانيات جديدة للتعاون مع الشركات التي تتعامل مع إعادة تدوير النفايات، وأنشأت شركة «ستاريكس» للمقاهي الأمريكية برنامج المورد المفضل، الذي يكافئ الموردين على الممارسات المسؤولة بيئيا واجتماعيا.

ثانيا: التجربة اليابانية

وفي اليابان سنسوق مثال عن تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية، تمثل في¹:

1. تجربة مؤسسة تويوتا:

قامت بإنتاج سيارة TOYOTA PRIUS الصديقة للبيئة، وهي سيارة هجين تُكّنّى بالسيارة الخضراء وتسمى الصديقة للبيئة أيضا، متوسطة الحجم بدأت الشركة في إنتاجها عام 1997م باليابان لتكون بذلك أول سيارة إنتاج هجين. تتميز السيارة الخضراء عن غيرها بأنها تتوفر فيها تقنيات تحدّ من انبعاثات الغازات السامة وغاز ثاني أكسيد الكربون CO₂ كما أنها اقتصادية في استهلاك الوقود ولا تصدر أصواتا مزعجة.

¹: نوري منير، لجلط إبراهيم، واقع وأفاق توجه شركة تويوتا TOYOTA نحو إنتاج المنتجات الصديقة للبيئة، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي الثالث، حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، الجزائر، يومي: 14-15 فيفري 2012، ص. 10-08.

وتتميز هذه السيارة بـ:

- تحوي السيارة محركين، أحدهما بنزيني والثاني كهربائي كما تحتوي على مجموعة بطارية أيون الليثيوم وذلك لتخزين الطاقة أثناء عمل المحرك البنزيني لاستخدامها بعد فترة عندما يتوقف ذلك المحرك، وذلك لتوفير استهلاك الوقود وتقليل تأثير السيارة الضار بالبيئة.
- التسارع من 0 – 100 كم في الساعة يستغرق أقل من 11 ثانية.
- استهلاك لتر واحد فقط من البنزين لكل 25 كيلو متر. مقارنة مع استهلاك 10 لتر في السيارات العادية التي نعرفها وهناك سيارات تصل إلى 5 لتر.
- معدل انبعاث غاز الـ CO2 وغازات سامة أخرى: 104 غرام للكيلومتر. أي توفير 1 طن في السنة وهذا إنجاز عظيم.

تم تسويق سيارة TOYOTA PRIUS الصديقة للبيئة في الأسواق العالمية مع مطلع الألفية الجديدة حيث تباع الآن في أكثر من 40 دولة ومنطقة حول العالم. يتمركز سوقها الرئيسي الآن باليابان وأمريكا الشمالية. ويبين الشكل الآتي تطور مبيعاتها:

الشكل 02: مبيعات سيارة TOYOTA PRIUS الصديقة للبيئة بين 1997-2010



الأرقام: 1 × 1000 وحدة

المصدر: نوري منير، لجلط إبراهيم، واقع وأفاق توجه شركة تويوتا TOYOTA نحو إنتاج المنتجات الصديقة للبيئة، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي الثالث، حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، يومي: 14-15 فيفري 2012، ص.10.

نحو تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية
-تجارب دولية وعربية ناجحة-

المطلب الثاني: تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسات الدول العربية.

لقد دأبت الدول العربية على نشر المسؤولية الاجتماعية في مؤسساتها العامة والخاصة، وإنشائها للهيئات الراعية للمسؤولية الاجتماعية، نذكر من أهمها¹:

أولاً: الجائزة العربية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.

1-نبذة عن الجائزة العربية للمسؤولية الاجتماعية.

تعتبر أكثر جائزة مرموقة في المنطقة في مجال المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وقضايا الاستدامة، وتقوم الجائزة العربية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في كل عام بتقصى طلبات مئات المؤسسات المتقدمة للجائزة والتي تسعى لتكون جزءاً من رحلة الاستدامة في المنطقة العربية. كما وتعمل على تكريم جهود وتقدير تلك المؤسسات التي تظهر التزاماً قوياً نحو الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية والمسائلة المجتمعية، وشمولية أصحاب المصلحة، وغيرها من أخلاقيات العمل على المستوى المحلي والعالمي. تقوم الجائزة العربية للمسؤولية الاجتماعية بتقدير جهود المنظمات المتميزة بمجال المسؤولية الاجتماعية في منطقة الخليج والشرق العربي، وشمال إفريقيا وعرض أمثلة عن أفضل ممارساتها، خصوصاً المنظمات التي لديها إستراتيجية واضحة وخطة تنفيذ شاملة وفعالة. وخلال الدورات العشرة الماضية، تمكنت الجائزة العربية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من استقطاب ما يقارب الألف طلب من قبل المئات من المؤسسات تمثل 31 قطاع مختلف من 13 دولة عربية. ويعد هذا مؤشراً قوياً على أهمية وقيمة الجائزة العربية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، ذلك أن الفائدة لا تنحصر فقط بالجائزة أو الاعتراف الذي تمنحه للمؤسسات، ولكنها أيضاً عملية التقييم الذاتي والتي تساعد المؤسسات على فهم كيف يمكن تحسين أدائها لتصبح أكثر استدامة، وليكون لها أثر إيجابي على المجتمع والبيئة.

2-مجالات الجائزة العربية للمسؤولية الاجتماعية.

تغطي الجائزة العربية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات جميع أنواع المنظمات، سواء كانت شركة تجارية خاصة، أو مؤسسة رائدة في المشاريع الاجتماعية، أو مؤسسة حكومية، وتنقسم الجائزة العربية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات 2018 إلى الفئات التالية²:

- فئة المؤسسات الصغيرة: تتأهل لهذه الفئة المؤسسات التي لديها 99 موظف فأقل؛
- فئة المؤسسات المتوسطة: تتأهل لهذه الفئة المؤسسات التي لديها 100 موظف ولغاية 499 موظف؛
- فئة المؤسسات الكبيرة: تتأهل لهذه الفئة المؤسسات التي لديها 500 موظف فأكثر؛

¹: الشبكة العربية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، دليل الجائزة العربية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، الإمارات العربية المتحدة، دبي، 2018، ص.04-06.

²: المرجع نفسه، ص.07.

- فئة المؤسسات الحكومية: تتأهل لهذه الفئة الدوائر الحكومية ومؤسسات القطاع العام، والتي تقدم خدمات غير تجارية؛
 - فئة الأعمال الجديدة: تتأهل لهذه الفئة المؤسسات التي تم تأسيسها خلال السنوات الثلاث الماضية؛
 - فئة مشاريع الشراكة: تستطيع أن تتقدم لهذه الفئة جميع مؤسسات القطاع الخاص والحكومي التي نفذت مشروعاً مميزاً بالتعاون مع بعضهم أو مع مؤسسة حكومية أو مجتمعية أو مؤسسة خاصة أو مؤسسة تخدم المجتمع المدني أو مؤسسة غير ربحية واحدة أو أكثر لمعالجة أحد التحديات الاجتماعية و/أو البيئية؛
 - فئة الأعمال المجتمعية: تتأهل لهذه الفئة المنظمات التي تشارك بممارسات وأعمال لتحقيق إيرادات تخدم بشكل رئيسي أهداف بيئية واجتماعية؛
 - فئة الطاقة: تتأهل لهذه الفئة منظمات قطاع العام والخاص والشركات التجارية ذات الملكية المشتركة والتي تعمل في مجال الإنتاج، والتنقية، وتوليد الطاقة؛
 - فئة الخدمات المالية: تتأهل لهذه الفئة المصارف التجارية، وبنوك الاستثمار، وشركات الوساطة، وشركات التأمين، والمؤسسات المالية، وشركات الاستشارة المالية، وأي مؤسسة أخرى ترتبط بقطاع الخدمات المالية؛
 - الضيافة: تتأهل لهذه الفئة الفنادق والشركات التي تنظم الرحلات البحرية؛
 - العمران: تتأهل لهذه الفئة الشركات التي تعمل في مجال البناء، وتعديل وإصلاح المباني وغيرها من الممتلكات العقارية؛
 - الرعاية الصحية: المستشفيات والعيادات والممارسات الطبية وغيرها من المنظمات الخاصة والعامة والطوعية التي تقدم الخدمات التشخيصية والوقائية والعلاجية؛
- ثانياً: تجربة مؤسسة سونطراك الجزائرية.**
- فضلاً عن دورها الاقتصادي والتجاري، تعتبر سونطراك مؤسسة مواطنة تعمل في عدة مناطق من البلاد على مساعدة السكان المعوزين وعلى ترقية النشاطات العلمية والثقافية والرياضية. وتشارك سونطراك أيضاً في النشاطات التي تهدف إلى المحافظة على الطبيعة وحفظ التراث الثقافي والتاريخي الوطني.
- إن الاستثمار الاجتماعي لسونطراك موجه لسكان المناطق المحرومة. كما أن المحافظة على الموروث الثقافي الوطني والمادي وغير المادي تشغل مرتبة هامة في تترجم لاسيما بتنمين المواقع المعمارية والأثرية. تتم نشاطات تسيير الاستثمار الاجتماعي حسب مقارنة تساهمية تهدف إلى ثلاثة نقاط رئيسية¹:

¹: محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية للشركات النفطية العربية شركتي "سونطراك الجزائرية، أرامكو السعودية" أنموذجاً، على الرابط: <https://revues.univ-ouargla.dz/index.php/numero-12-2013/1490-2013-06-17-10-21-49>، اطلع عليه يوم 2021/02/03، على الساعة 14:05.

نحو تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية
- تجارب دولية وعربية ناجحة -

- تحسين ظروف 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 الاستعجالية والعمل على المدى البعيد.

ثالثاً: تجربة مؤسسة أرامكو السعودية.

سارت أرامكو السعودية في إطار نهج ثابت ومستمر منذ نشأتها عام 1933 لتوسيع الدور التقليدي المتوقع من أي شركة في المجتمع، وبفضل اتساع رقعة أعمال الشركة في جميع أنحاء المملكة السعودية، وارتفاع مكانتها بصفقتها إحدى أبرز القوى المحركة لنمو الاقتصاد السعودي وعلاقات العمل القوية بينها وبين الأطراف المعنية والمستفيدة على اختلاف أنواعها.

أخذت شركة أرامكو السعودية على عاتقها قدراً من المسؤولية الاجتماعية يفوق ما تقوم به معظم الشركات السعودية الأخرى، تشمل قيم المواطنة في نهج الشركة ركيزة إستراتيجية في جميع أوجه نشاطها فعلى سبيل المثال¹:

- تسعى شركة أرامكو عبر نهج هادف يركز على الشراكة في مجال شراء المواد إلى دعم الاقتصاد السعودي وإيجاد فرص العمل.
- تعمل الشركة عبر تعليم وتدريب موظفيها وأبناء المجتمع السعودي بصورة عامة لرفع مستوى مهارة اليد العاملة السعودية والارتقاء بقدرة المواطن على الفوز بالوظائف.
- تسعى الشركة كذلك عبر نشاط البحث والتطوير إلى المحافظة على موقعها بين الشركات العالمية الرائدة في مجال تقانات الطاقة.
- اختارت أرامكو السعودية أربع مجالات تركيز أساسية لمساندة نشاطها في مجال المسؤولية الاجتماعية وأهداف المستقبل كما يلي.

الخاتمة:

يعد تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسات الدول العربية ضرورة لا مفر منها، ذلك أن لها مجموعة من الفوائد على المؤسسة من جهة وعلى المجتمع من جهة أخرى. كما أسلفنا ذكره فيما تعلق بالمؤسسات الرائدة في الدول المتطورة، وكيف حصدت تلك الدول ثمار تطبيقها للمسؤولية الاجتماعية في مؤسساتها.

هذا ما أوصلنا إلى النتائج التالية:

- لتطبيق المسؤولية الاجتماعية أهمية بالغة على المؤسسة، الحكومة والمجتمع؛

¹: المرجع نفسه.

- تعد المسؤولية الاجتماعية من عوامل نجاح وبقاء المؤسسات في السوق لمدة أطول، نظرا لكسب ثقة الزبون بشكل خاص والمجتمع بشكل عام؛
- تُعد الحكومات في الدول النامية بتحفيز المؤسسات التي تطبيق المسؤولية الاجتماعية بطريقة مباشرة وغير مباشرة؛
- بتطبيق المؤسسة لمبدأ المسؤولية الاجتماعية، تكون بذلك قد طبقت عادات وتقاليد المجتمع، وهو ما يساعدها على دمج ثقافة المؤسسة في ثقافة المجتمع.
- لذا نوصي بالاقتراحات الآتية:
- على الدول النامية توفير القاعدة الصحيحة لتطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسساتها، كالتعليم، الصحة، البيئة، الخ؛
- جعل تطبيق المسؤولية الاجتماعية من أولويات المؤسسة، وذلك كلما يحين موعد توزيع الأرباح؛
- على الحكومات في الدول النامية، فرض تطبيق المسؤولية الاجتماعية، خصوصا على المؤسسات الكبيرة والناجحة؛
- وضع آليات لتكوين وتدريب المسؤولين في المؤسسات العامة والخاصة على فهم آليات تطبيق المسؤولية الاجتماعية.

قائمة المصادر والمراجع:

1. بن مسعود نصر الدين، كنوش محمد، واقع أهمية وقيمة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، الملتقى الدولي الثالث حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، يومي 14-15 فيفري 2012.
2. جديدي روضة، جديدي سميحة، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية كتوجه استراتيجي لاستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الوطني حول اشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة حمه لخضر بالوادي، الجزائر، يومي 06 و 07 ديسمبر 2017.
3. حسين عبد المطلب الأسرج، تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية للشركات، موقع الشبكة السعودية للمسؤولية الاجتماعية، على الرابط: <https://www.csr.sa.net/post/687> اطلع عليه يوم 20/01/2021، على الساعة 17:45.
4. الشبكة العربية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، دليل الجائزة العربية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، الإمارات العربية المتحدة، دبي، 2018.
5. طاهر محسن منصور الغالبي، مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، 2015.
6. العابد لزهري، التعلم من أزمة المسؤولية الاجتماعية حالة شركة NIKE، مجلة الدراسات الاقتصادية، العدد رقم 01، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2، سنة 2014.

نحو تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية
- تجارب دولية وعربية ناجحة -

7. عزوي عمر، مولاي لخضر عبد الرزاق، بوزيد سايج، دوافع تبني منظمات الأعمال أبعاد المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية كمعيار لقياس الأداء الاجتماعي، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي الثالث حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، الجزائر، يومي 14-15 فيفري 2012.
8. محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية للشركات النفطية العربية شركتي " سوناطراك الجزائرية، أرامكو السعودية " أنموذجا، على الرابط: <https://revues.univ-ouargla.dz/index.php/numero-12-2013/1490-2013-06-17-10-21-49> اطلع عليه يوم 03/02/2021، على الساعة 14:05.
9. منى عوض، تجارب اجتماعية وبيئية ناجحة لشركات التصنيع الغذائي العالمية، جريدة البورصة المصرية، الأربعاء 11 ديسمبر 2019، <https://alborsaaneews.com/2019/12/11/1274643> اطلع عليه يوم 01/02/2021، على الساعة 12:05.
10. مولاي لخضر عبد الرزاق وبوزيد سايج، دور الاقتصاد الإسلامي في تعزيز مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، العدد 12، جامعة غرداية، الجزائر، 2011.
11. نوري منير، لجلط إبراهيم، واقع وأفاق توجه شركة تويوتا TOYOTA نحو إنتاج المنتجات الصديقة للبيئة، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي الثالث، حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، الجزائر، يومي: 14-15 فيفري 2012.