

التسويق بالعلاقات في ظل نظرية العقد الاجتماعي لـ "Ian Macneil"

- Abada Mohamed *

- Pr.Mohd Roslan Bin Mohd Nor **

الملخص:

يهدف هذا المقال إلى تسليط الضوء على البعد الاجتماعي لعلاقات التبادل التسويقي في ظل نظرية العقد الاجتماعي لـ "Ian Macneil"؛ نحاول من خلالها إبراز أهم الأسس التي تقوم عليها النظرية وأهم الخصائص التي تميزها عن نظريات التبادل القائمة على النظريتين الكلاسيكية والنيوكلاسيكية للتبادل التسويقي. كما نحاول تقديم أهم مساهمات النظرية في مجال التسويق بالعلاقات، فباعتبارها نظرية شاملة تمس مختلف الميادين سواء الإدارة أو السياسة أو المبادلات التجارية الدولية ومختلف علاقات التبادل البشري.

الكلمات المفتاحية: علاقة التبادل، التسويق بالعلاقات، نظرية العقد الاجتماعي لـ "Ian Macneil".

Le Résumé:

Cet article vise à mettre en évidence la dimension sociale de l'échange en marketing relationnel dans le cadre de la théorie du contrat social de "Ian Macneil". Grâce à laquelle nous essayons de mettre en évidence les fondements les plus importants de la théorie et les caractéristiques les plus importantes qui les distinguent des théories classiques et néoclassiques de d'échange marketing. Comme nous essayons de fournir les contributions les plus importantes théoriques au domaine de marketing relationnel, comme une théorie globale affecte divers domaines, que ce soit l'administration ou de la politique ou le commerce international et divers échanges de relations humaines.

* أستاذ مساعد، مخبر LEZINRU، جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعريش

** أستاذ التعليم العالي جامعة ملابا - ماليزيا

مقدمة

لاقت النظريتين الكلاسيكية والنيوكلاسيكية للتبادل عدد من الانتقادات، تتمحور في مجملها حول موضوع التحليل في عملية التبادل ومكانة الزمن في سيرورة عملية التبادل. بين "Macaulay, 1963" عبر البحوث التي أجراها حول التبادل، أن توطيد الثقة في علاقة التبادل وتبني السلوك التعاوني يساهم في تقليل اللجوء إلى العقود الرسمية؛ فحسب "Macaulay, 1963"، غالبا ما تتفاعل المؤسسات في مجال عملها بناء على معايير غير رسمية توجهها النشاطات الاعتيادية اليومية، تسمح هذه المعايير في نجاح انجاز العقد دون حاجة اللجوء إلى أي نظام قانوني؛ فهي تضمن بعض المرونة من خلال تجنب الانغلاق في مصطلحات الصارمة للعقود (7,p54). في نفس السياق، وبارتكاره على نظرية العقد الاجتماعي، أعاد "lan Macneil, 1978" النظر في فرضية انتهازية الأفراد، حيث يكمن الهدف الرئيسي لدى طرفي التبادل حسب المقاربتين الكلاسيكية والنيوكلاسيكية تعظيم أرباحهما ولا يوجد أي رابط علائقي بين الأطراف؛ إلا أن "Macneil" يرى مسألة تعظيم الأرباح تدخل من ضمن عدد من الأهداف التي يود الأطراف تحقيقها (6,p3)؛ كما يفترض أن أطراف التبادل يسعون إلى الحفاظ على علاقة بينهما، فانتفاء العلاقة بانتفاء عملية التبادل يكلف الأطراف خسارة اقتصادية ونفسية (بسيكولوجية)؛ إن أطراف التبادل عبارة عن كائن اجتماعي، تمثل الهوية عنصرا أساسيا في العلاقات الناشئة عبر عملية التفاعل (6,p3). أراد "Macneil" و"Macaulay" إثبات على أن المنطق الذي يحكم العقود أبعد من أن يكون مجرد بنود قانونية، يتم الرجوع إليها في حالة نشوب نزاع؛ واقترح "Macneil" في هذا السياق نظرية "العقد العلائقي" التي ساعدت على فهم أهم الأبعاد الاجتماعية في علاقات التبادل (7,p50)؛ كما يفرق "Macneil" بين مصطلحي "الصفقة" و"العلاقة"، حيث تمثل الصفقة عملية انتقال القيم المادية المتبادلة بين طرفي العقد؛ أما العلاقة تمثل القيم المعنوية المتبادلة خلال فترة زمنية طويلة نسبيا تكون فيها شخصية وسلوكيات أطراف التبادل موضوع عملية التحليل (7,p51)؛ فعنصر الزمن حسب نظرية العقد العلائقي مهم، فلكل "علاقة تبادل" حاضر، تستند

إلى ماضٍ، وتأمل الاستمرار في المستقبل، فهي تحتل مفهوم "التفاعل المستقبلي" بسبب الرغبة في استمرار العلاقة على المدى الطويل (7,p53).

1. النظرية الكلاسيكية والنيوكلاسيكية لمفهوم التبادل:

تقدم لنا النظرية الاقتصادية الجزئية نموذجاً يفسر حالات السوق بالارتكاز على عامل السعر كأساس لعملية التحليل؛ وكأداة وحيدة يتم عبرها الحفاظ على توازن السوق؛ كما تفترض هذه النظرية توافر شروط المنافسة التامة، التي تنحصر في العناصر التالية (2,p85): أ. تجانس السلعة المنتجة؛ ب. تعدد المنتجين، حيث أن دخول وخروج منتج إلى السوق لا يؤثر في السعر؛ ج. تعدد المستهلكين حيث أن دخول أو خروج مستهلك إلى السوق لا يؤثر في السعر؛ د. توافر المعرفة التامة بأحوال السوق، وخاصة السعر السائد. فالنظرية الكلاسيكية تنظر إلى المنتجين والمستهلكين والذين يمثلان طرفي التبادل على أنهما وسيلتين يتم على أساسهما تحليل حالات الطلب والعرض وتحقيق توازن السوق.

أما النظرية النيوكلاسيكية، فقد تطورت في ظل مدرسة "تكلفة الصفقة"، بريادة "Williamson, 1975, 1985" (9,p4)؛ خلافاً للمقاربة الكلاسيكية التي تركز على مفهوم المنافسة التامة للسوق، تفترض المقاربة النيوكلاسيكية وجود علاقة هرمية بين الفاعلين في السوق (6,p37)؛ وكل طرف يسعى إلى تحقيق أهدافه حتى لو تطلب الأمر خسارة الطرف الآخر؛ فهي تعتمد على منطق قوة التفاوض لدى طرفي التبادل. تقوم نظرية تكلفة الصفقة على فرضيتين أساسيتين (3,p24):

- الرشادة المحدودة: أي أن الفرد ليس له القدرة على فهم المحيط بطريقة كاملة، لأنه لا يمتلك المعلومات الضرورية والكافية لاتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب، فيكون قراره ضمن حالة عدم التأكد؛

- انتهازية الفرد: أي أن الفرد بطبيعته انتهازي، فهو عادة ما يعمل لمصلحته الشخصية، وعند الاقتضاء يعمل على خسارة شريكه إذا تعارضت المصالح.

أغفلت النظرية الكلاسيكية عنصريين أساسيين في تحليل عملية التبادل، يتمثلان في البعد الزمني والبعد الاجتماعي للفاعلين الاقتصاديين. ورغم أن المقاربة

النيوكلاسيكية حاولت تجاوز هذا النقص وأدرجت مفهوم الزمن في تحليل عملية التبادل؛ إلا أنه يعاب عليها النظرة الاقتصادية البحتة التي تصف بها أطراف التبادل؛ حيث ألغت الجانب الاجتماعي وأبعدته عن عملية التحليل، وهو ما ينافي واقع عمليات التبادل بشكل خاص والطبيعة البشرية بشكل عام؛ أين يلعب الجانب الاجتماعي دورا هاما في عملية التبادل.

2. البعد الاجتماعي لعلاقات التبادل التسويقي:

يعتبر "Ian Macneil" من بين الكتاب الأوائل الذين أعادوا النظر في النظريات الكلاسيكية للعقود، فخلال سنوات السبعينيات قدم انتقادات قوية للعقد القانوني التقليدي؛ وطرح السؤال حول امكانية إجراء عقود تتضمن المنظور الاجتماعي فقط (Ivens, 2004, p3, 6). ساهمت خبرته بصفته رجل قانون وخبير في العقود والتحكيم الدولي في بناء تصور شامل ودقيق حول حقيقة عقود التبادل، ولاحظ وجود فجوة بين مضمون العقود المبرمة وواقع تفعيل هذه العقود؛ ففي حالات نشوب نزاع بين أطراف التبادل غالبا ما يلجأ الأطراف إلى العرف الاجتماعي بدلا من المضامين التعاقدية القانونية. حسب هذه النظرية، يسعى أطراف التبادل تحقيق مجموعة من الأهداف أين يكون تعظيم المنفعة واحدة منها؛ بخلاف النظريات التقليدية التي ترى أن هدف عملية التبادل تعظيم المنفعة فقط. فالعقود الكلاسيكية والنيوكلاسيكية لا تستطيع تفسير الحوكمة التي ميزت المبادلات الحديثة، وهذا راجع لعدم أخذها بعين الاعتبار البعد العلائقي لعملية التبادل (Macneil, 1980, p3, 6)؛ فـ: "Macneil" يفترض أن أطراف التبادل يسعون إلى الحفاظ على العلاقة؛ حيث ترتبط العلاقة أساسا بجوانب رسمية وأخرى غير رسمية، متمثلة في التكاليف الاقتصادية والتكاليف البسيكولوجية. فـأطراف التبادل على حد تعبير "Macneil" كائنات مجتمعية تمثل الهوية جزءا رئيسيا في علاقاتهم، وبالتالي تعتبر جزءا من تفاعلاتهم (Macneil, 1980, p50, 7).

تعتبر "العلاقة" في نظرية العقد الاجتماعي لـ: "Macneil" قاعدة رئيسية في تحليل عملية التبادل؛ فالآلية الأساسية التي يركز عليها "العقد العلائقي" هو الترابط الاقتصادي والاجتماعي، الذي يساهم في تنمية تطور التفاعلات بين

الأطراف (8,p7). أراد "Macneil" إثبات أن المنطق الذي يحكم عقود التبادل أبعد من كونه صورة قانونية، كما لا يتوقف التبادل على القيمة النقدية المدفوعة؛ فالعقد حسبه يمثل: "العلاقات بين الأفراد (شخص حقيقي أو معنوي) الذين قاموا أو يقومون أو سيقومون بعملية تبادل"، فبالنسبة لـ: "Macneil" التبادل عبارة عن عقد يتميز بالاستمرارية عبر الزمن؛ وعلى هذا الأساس اقترح نظرية تساعد على فهم أهم الأبعاد الاجتماعية التي تحيط بعملية التبادل.

3. الأسس التي تقوم عليها نظرية العقد الاجتماعي:

الأساس الذي تقوم عليه نظرية "Macneil"، التمييز بين مفهومي "الصفقة" و"العلاقة"؛ فالصفقة حسب عبارة عن عملية تبادل تكون فيها القيم المنقولة معروفة (نقود مقابل منتجات، مثلاً) وتنتقل بصفة آلية من طرف لآخر؛ أما العلاقة عبارة عن عملية تبادل من الصعب تقييم القيم المتبادلة فيها، لأنها ترتبط بهوية أطراف التبادل والزمن غير المحدد لهذه العلاقة (10,p6). بالاعتماد على هذا التمييز، قدم الكاتب ما أصبح يصطلح عليه "معايير العقد الاجتماعي لـ: "Macneil"؛ حيث تعرف على أنها: "قواعد اجتماعية وتنظيمية رئيسية، يتم الاعتماد عليها لإقامة علاقة ناجحة؛ حيث ندلنا على الذي يجب أخذه بعين الاعتبار أثناء عملية تقييم العلاقة" (5,p363) (Macneil, 1980)؛ فالمعايير إذا عبارة عن تلك المشاعر والمعتقدات والتوقعات والمبادئ الاجتماعية والتنظيمية، المقبولة والمشاركة والمتوقعة من قبل الأطراف التبادل، التي تمتلك قوة الإلزام أو الضغط الاجتماعي وتساعد على نجاح العلاقات (Durif, 2008). وعلى هذا الأساس ميز الكاتب بين نوعين من المعايير، تتمثل الأولى في المعايير الصفقاتية، وتتمثل الثانية في المعايير العلاقاتية.

3.1. المبادلات الصفقاتية:

حدد "Macneil" خمس معايير لتمثيل المبادلات الصفقاتية، تتمثل في: المعاملة بالمثل، تنفيذ مخطط العمل، الوفاء بالعقود، الإصلاح والثقة والتوقعات، انشاء وتقييد السلطة؛ تعتبر هذه المعايير ضرورية لقيام أي عقد؛ وفيما يلي تعريف مختصر للمعايير التعاقدية:

1.3.1. معيار المعاملة بالمثل (Mutuality*) : (1، ص40) يقوم هذا المعيار على

المبدأ تساوي المركز التفاوضي لأطراف التبادل؛ حيث يسمح لكل طرف تحسين وضعيته التبادلية، ويتيح إمكانية التقاسم العادل لفائض عملية التبادل؛ فهو يركز على مفهومي العدالة والانصاف. كما تبين الكثير من النظريات الاجتماعية أن التبادل هو أساس العلاقة، ويفترض أن يتم خلاله التبادل عبر عملية العطاء يتبعه الأخذ ثم يليه العطاء؛ فعندما يتبادل فردان شيئين ينتج عن ذلك شعور بالالتزام بتكرار التبادل؛ كما تقوم هذه النظريات الاجتماعية على الافتراضات التالية (5,p557):

- وجود ضوابط أخلاقية للرد بعد الاستقبال لدى الطرفين (التبادلية عامة وتوجد في كل الثقافات)؛
- لا يفترض في التبادلات التوازن الحالي، بل قد يتم الاستلام الآن ويؤجل الرد إلى حين؛
- تجعل التبادلية من التفاعل ممكناً لأن نموذج التبادل القائم على مفهوم "الهبة الدائنة" الذي أساسه إرادة الفرد في تنمية التبادل مع الآخرين، مطبق في جميع المجالات لمصادقته وعموميته؛
- تهدف التبادلية إلى الإبقاء على الجماعة وتحسين ظروفها من خلال خطة اقتصادية.

1.3.2. معيار تنفيذ مخطط العمل (الالتزام بالجدول الزمني) (Implementation of planning):

يقوم هذا المعيار على تحديد الكيفية التي تتجزأ بها الأعمال، من خلال تحديد الشروط وأسلوب تنفيذ عملية التبادل؛ يتكون هذا المعيار من عنصرين رئيسيين: التخطيط وسرعة الانجاز؛ فنجاح عملية التخطيط يرتكز على مدى وضوح الأهداف التي سطره طرفي التبادل، وهو ما يساهم في تحديد الأدوار والمطلوب من كل طرف. بعبارة أخرى يشمل هذا المعيار الالتزامات التي ينبغي الوفاء بها في المستقبل، وعلى بعض العناصر التي تحدد طريقة تنفيذ المخطط. رغم أهمية هذا

* In work published prior to 1983 Macneil used the label "mutuality" but after 1983 he used the label "reciprocity".

المعيار فإنها قليلة تلك الكتابات التي تطرقت لهذا العنصر ومكوناته (إحترام المواعيد، مدى توافر الطرف الآخر وحضوره، التقيد بالتوقيت)، التي تعتبر عناصر مهمة لضمان حسن سير واستمرارية العلاقة (5,p558).

1.3.3. معيار الوفاء بالوعد (Effectuation of consent): يقوم هذا المعيار على مبدأ احترام الالتزامات التعاقدية؛ من بين صور هذا المعيار: بلوغ الأهداف، وتجنب الأخطاء. أين يجتهد أطراف التبادل إلى تحقيق الأهداف المتفق عليها ضمن الجدول الزمني، مع تجنب الوقوع في أخطاء التي تعكس مدى تحكم أطراف التبادل في الأمور ودرجة الاحترافية لديهم. بالعودة إلى أعمال "Morgan & hunt" نجد أن الرضا، والثقة والالتزام، متغيرات منبثقة من هذا المعيار وتعتبر مفاهيم أساسية في التسويق بالعلاقات؛ فالرضا يمثل المستوى الذي بلغته المؤسسة في وعودها، كما تلعب الثقة دورا محركا مهما في العلاقة لدعمها نية التعاون وإرادة استمرارية في العلاقة، ويتحدد الالتزام بالرغبة في تطوير والمحافظة على العلاقات في المدى الطويل لجميع الأطراف. رغم أهمية هذا المعيار، القليل هي تلك الدراسات التي تطرقت لهذا المعيار خصوصا في مجال التسويق رغم علاقته الوثيقة به.

1.3.4. معايير الربط والإصلاح والتعويض (The linking norms: restitution; reliance; and expectation): يقوم هذا المعيار على امكانية التعويض العادل في حالة عدم احترام أحد الأطراف بالتزاماته، كما يمكن لأحد الأطراف الوثوق بوعود الطرف الآخر وتوافقها مع تطلعاته؛ فهي ترتبط بالتصريح الواضح للواجبات والشروط. من صورها تقديم ضمانات عن النتائج. استجابة للظروف غير المتوقعة يسعى هذا العيار إلى تحديد ومجابهة أي تغيير في طبيعة العقد من خلال العناصر الثلاثة مجتمعة: حسن وسرعة الرد، الاعتمادية، والفوائد المتوقعة (1، ص42).

1.3.5. معيار انشاء وتقييد السلطة (Creation and restraint of power): يقوم هذا المعيار على صياغة عقود تساعد على تقييد سلطة أطراف التبادل، حيث ترتبط بمفهوم توزيع السلطات. فالسلطة بناء على هذا المعيار تقع بين

أطراف التبادل؛ على سبيل المثال يمكن أن تتمثل في رغبة المساهمين في حضورهم مجالس الإدارة وإمكانية الاطلاع على مجريات الاجتماعات بنسب حصصهم وحقوقهم في الإطلاع على استراتيجية تنبؤات وتوقعات المؤسسة (4,p29).

3.2. المبادلات العلائقية:

تتمثل في العناصر التالية: النزاهة (سلامة الدور)، الحفاظ على العلاقة، المرونة، الانسجام مع النسيج الاجتماعي، الانسجام مع البيئة التي تتم فيها عملية التبادل؛ وفيما يلي مفهوم هذه المعايير:

2.3.1. معيار سلامة الدور (Role integrity): يقوم هذا المعيار على مفهوم

الحفاظ على دور نزيه وإيجابي لأطراف التبادل؛ فالدور حسب "Macneil" نمط من السلوك المتوقع من شخص في حالة تواصل مع أشخاص آخرين، ولكل فرد مكانة اجتماعية معينة، كما أن الوظيفة الاجتماعية هي أساس الثقة والتطلعات المتوقعة؛ أما سلامة الدور يمكن تعريفها من خلال الخصائص المحددة لمختلف الأدوار التي يمكن أن يلعبها الأطراف عبر علاقة طويلة المدى (Paulin, 1998). من بين العناصر التي يمكن اعتبارها محددًا لسلامة الدور: كفاءة أطراف التبادل، التماثل المدرك، الاستقرار في الأدوار، القدرة على إبداء الاحترام، معرفة حاجات الطرف الآخر. فهذا المعيار يعتمد أساسًا على مستوى التواصل والترابط وتاريخ العلاقة، حيث يمثل مواقف أساسية في العلاقات الشخصية؛

2.3.2. معيار التضامن وصون العلاقة (Contractual solidarity): يقوم هذا

المعيار على سعي أطراف التبادل صون العلاقة من الفشل والحفاظ على استمراريتها؛ يتم ذلك عبر اتباع سياسة تضامنية تقوم على الثقة التي تساهم في دعم الولاء. يرى "Macneil" أن الحفاظ على العلاقة يتطلب إلى حد ما الحفاظ على مبدأ المعاملة بالمثل والتبادل أي أن يعمل الطرفان في إطار مجموعة من القواعد السلوكية المقبولة من طرف جميع الأطراف التي لها علاقة بعملية التبادل وثقتهم في إمكانية الاعتماد المتبادل. يعرف (1، ص 44) "Heide & John" التضامن على أنه توقع متبادل بأن

يسعى الطرفان للتعاون والدعم في الأوقات الصعبة وفترات الأزمات، وكذا في أوقات القوة والنمو.

2.3.3. معيار المرونة والانسجام مع النزاعات العلائقية (La flexibilité ou Harmonisation des conflits relationnels): يقوم هذا المعيار على قابلية وقدرة أطراف التبادل على توقع التغيرات التي تمس بيئة التبادل والتكيف معها، والقدرة على حل النزاعات؛ حيث أنه لا يمكن أن تستمر العلاقة إذا تم تجاهل التغيرات التي يمكن أن تمس بيئة التبادل. تجدر الإشارة (4,p29) إلى أن الاهتمام بالمرونة لا يعني تجاوز معيار التخطيط، إذ يبدو للوهلة الأولى أن هذا المعيار يتعارض مع المعيار الصفقاتي وهو تنفيذ المخطط، إلا أن التفكير الاستراتيجي لأطراف التبادل يجعل التوفيق بين هذين المعيارين ممكنا جدا، خاصة عند حدوث نزاعات في المراحل المتقدمة من العلاقة.

2.3.4. معيار الانسجام مع البيئة التبادلية (المعايير فوق-تعاقدية) (Harmonization of the social matrix or Supra-contractuelles): يقوم هذا المعيار على احترام أطراف التبادل المبادئ العامة للمجتمع (الحرية، العدالة، المساواة، الخصوصية، الواجبات العامة، الايديولوجيات، العقائد وغيرها)، ولا يتم ذلك إلا من خلال حوكمة العلاقة أي الرشادة في إدارة علاقات التبادل؛

2.3.5. معيار الاستغلال الأمثل للوسائل (Proprietary of means): يقوم هذا المعيار على احترام أطراف التبادل الأسس المتعارف عليها في مجال العمل التي تتم بها عملية التبادل (مثلا: احترام أخلاقيات المهنة، المساهمة في حماية البيئة...الخ)؛ فالاحترافية في استغلال الموارد المرتبة مباشرة بعلاقة التبادل من أهم المكونات المساهمة في نجاح هذه العلاقة.

4. مساهمات النظرية في نظرية التسويق بالعلاقات:

بعد عرض مفهوم نظرية العقد الاجتماعي لـ "Macneil" والمعايير التي يمكن أن تحيط بعملية التبادل، يتم في الأسطر اللاحقة تقديم أهم الدراسات التسويقية التي اهتمت بالنظرية عبر التطرق لثلاث قطاعات رئيسية: العلاقات

بين المؤسسات الصناعية (B to B)؛ العلاقات بين المؤسسات والموزعين؛ العلاقات بين المؤسسات الصناعة (والإنتاجية) والمؤسسات المالية. حيث يتم عرض سلسلة من الدراسات حول الموضوع، وتقديم بعض الملاحظات المرتبطة بعملية تفعيل المعايير من وجهة نظر تسويقية.

4.1. **معايير العقد الاجتماعي في قطاع التوزيع:** يعتبر "Kaufmann et Stern, 1988" من بين أولى باحثي التسويق الذين اهتموا بمعايير العقد الاجتماعي لـ: "Macneil"، حاول الباحثان قياس أثر المعايير على الصراعات التجارية على مستوى سلسلة التوريد، من خلال تحليل ثلاث معايير تعاقدية: التضامن، سلامة الدور، والمعاملة بالمثل (4,p29)؛ خلصت الدراسة إلى أن التبادل العلائقي يرفع من إمكانية حل الصراعات التجارية بدون اللجوء إلى القنوات القانونية وفي 1994 نشر "Morgan et Hunt" مقالا تحت عنوان: "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing" (نظرية الالتزام والثقة في التسويق العلائقي)، (10,p7) قام خلالها الباحثان بتحديد المتغيرات التي تساهم في بناء الثقة والنتائج التي يجنيها أطراف التبادل من الثقة. أما "Lusch & Brown, 1996" قدما دراسة حول السلوك العلائقي، واعتمدا في بحثهما على ثلاث معايير تعاقدية: المرونة، تبادل المعلومات، والتضامن.

4.2. **معايير العقد الاجتماعي في القطاع الصناعي:** يعتبر التسويق الصناعي من أهم الميادين التي لاقى اهتماما خاصا من قبل الباحثين، حتى أن التطور المفاهيمي للتسويق العلائقي كان في ظل الدراسات في مجال العلاقات بين المؤسسات الصناعية. كما كان للنظريات الحديثة المفسرة للتبادل بشكل عام أثرها الواضح في تحليل العلاقات بين مؤسساتية، ولنظرية العقد الاجتماعي لـ "Macneil" الأثر الخاص والمميز في هذه الدراسات. من أولى الدراسات في هذا السياق تلك التي قدمها "Noordewier, John & Nevin, 1990" حول أثر العوامل العلائقية في رفع أداء البائعين، خلصت الدراسة إلى أن: "مرونة المورد، المساعدة المقدمة من قبل المورد، رقابة المورد، توقعات المبادلات المستقبلية، ومستوى الترابط للعوامل المذكورة" تمثل

عوامل أساسية لرفع مستوى الأداء لدى البائعين. نقدم خلال الجدول رقم -03- أهم الدراسات التي اهتمت بالعلاقات بين المؤسساتية في إطار نظرية العقد الاجتماعي.

الجدول رقم -01- معايير "ماكنيل" في أدبيات التسويق الصناعي

السنة	الكاتب	المعايير المعتمدة فيها	الهدف من الدراسة
1990	Noordewier, John, Nevin	مرونة المورد، المساعدة المقدمة من قبل المورد، رقابة المورد، توقعات المبادلات المستقبلية	أثر العوامل العلائقية في رفع أداء البائعين
1992	Heide & John	المرونة، التضامن، تبادل المعلومات	أهمية معايير "ماكنيل" في زيادة السلطة أثناء الصفقة
1992	Ping & Dwyer	المرونة، التضامن	دور معايير "ماكنيل" في رفع أداء التبادل في بيئة غير مؤكدة
1996	Young, Gilbert & McIntyre	التضامن، سلامة الدور، المرونة، السلطة	أنواع علاقات التبادل في القطاع الصناعي بناء على معايير "ماكنيل"
1997	Arnold & Joshi	المرونة، تبادل المعلومات، التضامن	محورية دور المعايير في العلاقات بين المؤسسات

المصدر: من إعداد الباحث

4.3. معايير العقد الاجتماعي في قطاع الخدمات: تعتمد الخدمات بصفة رئيسية على مقدم الخدمة، فمستوى الخدمة مرتبط بمدى قدرة هذا الأخير على ارضاء الزبون؛ هذا ما يجعل عملية التبادل تتأثر بالخصائص الشخصية للأطراف. يعتبر قطاع الخدمات المالية من بين الميادين الخدماتية التي اهتمت بالعنصر العلائقي في المنتج الخدماتي، كما اتجه العديد من الباحثين إلى تحليل علاقة التبادل الخدماتي في ظل معايير ماكنيل التعاقدية؛ ففي 1990 قدم Crosby, Evans et Cowles " relationship quality in services selling: an interpersonal influence perspective (جودة العلاقة في الخدمات المباعة: من منظور تأثير الشخصية)، حيث قدم الباحثان تحليلاً حول أثر السلوك البيعي العلائقي على جودة العلاقة؛ وفي 1997 نشرت مجلة "International Journal of Service Industry" مقالا من اعداد Paulin, Perrien et Ferguson "تحت عنوان: Relational Contract Norms and the Effectiveness of Commercial

"Banking Relationships" قدم البحث تحليلاً حول الارتباط الإيجابي بين شمولية المعايير العلائقية وتقييم مؤشرات الأداء، كما ارتكزت على المعايير العلائقية التالية: المرونة، التواصل، التضامن، سلامة الدور (4,p29) وفي 1998 نشر " Paulin, et al." بحثاً تناول فيه أثر المعايير العلائقية على أداء العلاقة لدى المؤسسات الخدمية الكندية والمكسيكية. كما ناقش "Graf" أطروحة دكتوراه حول الدور المحوري للثقة في العلاقات التجارية البنكية (4,p29).

5. الانتقادات الموجهة للنظرية في ظل التسويق بالعلاقات:

بعد عرض أهم الدراسات التي اعتمدت معايير ماكنيل في تحليل وتفسير علاقات التبادل بين المؤسساتية؛ ونظراً لحدثة اهتمام المسوقين بهذه المعايير يمكن تقديم بعض الملاحظات على الدراسات آنفة الذكر، نلخصها في النقاط التالية (4,pp 7.8):

- تطرقت جميع هذه الدراسات إلى المعايير العلائقية ولم تولي اهتماماً بالمعايير الصفقاتية (باستثناء معيار المعاملة بالمثل الذي يعتبره بعض الكتاب معيار علائقي)؛
- رغم أن معيار "التواصل" لم يتطرق إليه ماكنيل بهذه الصورة واعتبره من مكونات معيار "سلامة الدور"، إلا أنه يلاحظ ظهورها في أغلب الدراسات التسويقية سألقة الذكر؛
- لا توجد أية دراسة اهتمت بأثر المعايير "فوق تعاقدية" رغم كونها علائقية؛
- اهتمت جميع الدراسات المذكورة بأثر المعايير على الأداء، ولا توجد ولا دراسة اهتمت بالتفاعل بين المعايير والآثار النفسية والسلوكية الناتجة عن تفعيل هذه العوامل؛
- بشكل عام، تتمثل المعايير المذكورة في أغلب الدراسات في: المرونة، التواصل (تبادل المعلومات)، التضامن، سلامة الدور.

رغم أهمية نظرية العقد الاجتماعي لماكنيل، وغزارة المعلومات التي قدمتها في تعريف وتحليل علاقات التبادل، فهي كغيرها من النظريات يكتنفها بعض النقائص التي يمكن تلخيصها في النقاط التالية (6-5, p6):

- صفة الاستقرار؛ حيث تتميز معايير ماكنيل بالتطور والتغير المستمرين، هذا ما يطرح تساؤلات حول مدى استقرار الإطار التحليلي للدراسات التي اعتمدت النظرية؛ كما أن هذا التغير يفسر الاختلافات في نتائج هذه الدراسات؛
- صفة التجريد التي تكتنف المعايير، فماكنيل لم يقدم أية توجيهات فيما يتعلق بتفعيل هذه المعايير، حيث أن "Whitford, 1985" يرى بأن هذا ما يفسر بطء نقل النظرية إلى ميادين البحث الأخرى؛
- صفة الاحتمالية في تفسير المعايير؛ يمكن ملاحظة اختلافات التعريفات التي اعتمدها الباحثون في تحديد مفهوم المعايير بسبب الغموض الذي يكتنف بعض المعايير، ما يجعلها تتميز بازدواجية المفهوم.

خاتمة:

قدمنا خلال هذا البحث قراءة وصفية تحليلية لنظرية العقد الاجتماعي المقترحة من قبل المحامي "ماكنيل"، الذي يرى بأن المبادلات بين الأفراد والمنظمات، مهما كان موضوع العقد (بيع، هبة... الخ) تخضع لقواعد عامة تم الاصطلاح عليها بالمعايير التعاقدية الصفقاتية أو العلائقية. ومع تزامن ظهور المقاربة الاجتماعية في تفسير العلاقات التجارية، لاقت النظرية اهتماما خاصا من قبل المسوقين في مختلف القطاعات، هذا ما يفسره تعدد الدراسات التسويقية التي اهتمت بالنظرية. رغم أهمية النظرية في تفسير العلاقات التبادلية وتطوراتها وتجاوزها لمفهوم التبادل القائم على النظريات الكلاسيكية والنيوكلاسيكية، لا تزال عملية تفعيل المعايير من وجهة نظر تسويقية في بداياتها، فضلا على ذلك الدراسات التسويقية العربية.

قائمة المراجع:

1. عيسى بن شوري، تفعيل برامج تكوين الولاء من خلال التسويق بالعلاقات، دكتوراه في علوم التسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، نوقشت وأجيزت بتاريخ 13 مارس 2016.

2. كساب علي؛ النظرية الاقتصادية - التحليل الجزئي -، (ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006).

3. Fabien Durlf, Quatre essais sur l'importance de la théorie du contrat social de Macneil dans le champ du marketing relationnel, doctorat en administration, Université du Québec à Montréal, Soutenue le 24 Décembre 2008.
4. Isabelle Prim-Allaz et autres, les apports de la theorie du contrat social a l'explication des ruptures de relations de long terme entre organisations: une application aux relations banques/pme, Actes du 17ème congrès international de l'AFM, sur site.
5. Keith J. Blois, Bjoern S. Ivens, (2006), "Measuring relational norms: some methodological issues", European Journal of Marketing, Vol. 40 Iss: 3.
6. Laure Ambroise et autres, Ian Macneil et la théorie du contrat social: Proposition d'un outil d'analyse des relations pour l'ensemble des domaines de gestion, Congrès de l'AIMS, Jun 2009, Grenoble, France.
7. Lotfi Gammoudi, Proposition d'un modèle d'évaluation du client, de la défaillance et de la réparation: Une application dans le domaine des services aux PME, doctorat en sciences de gestion, Ecole Doctorale Economie, Organisations, Societe, Universite De Paris X- Nanterre, Soutenue le 24 Septembre 2009.
8. Macneil I. R., The new social contract: an inquiry into modern contractual relations, Yale University Press, New Haven, United States, 1980.
9. Maud Damperat, Les approches de la relation client: évolution et nature, 1ères Journées de Recherche en Marketing IRIS, IAE de Lyon, 4 et 5 avril 2005.
10. Najoua Elommal & Jean Perrien, Proposition d'un modèle de l'influence des normes de la relation de Macneil (1980) sur la satisfaction d'un client vis-à-vis de son institution financière principale, 1ères Journées de Recherche en Marketing IRIS, IAE de Lyon, 4 et 5 avril 2005.