

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير



مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي
الشعبة: علوم اقتصادية التخصص: إدارة واقتصاد المؤسسة

عنوان المذكرة: دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية
الاجتماعية للمؤسسة
دراسة حالة بمؤسسة ملبنة الساحل بصلامندر - مستغانم-

☐
☐
☐
☐

تحت إشراف الأستاذ:
بن شني يوسف

مقدمة من طرف الطالبة :
كسار عائشة

أعضاء لجنة المناقشة

الصفة	الإسم والقب	الرتبة	عن الجامعة
رئيسا	بن شني عبد القادر	أستاذ محاضر - أ -	جامعة مستغانم
مقررا	بن شني يوسف	أستاذ محاضر - أ -	جامعة مستغانم
مناقشا	بسدات كريمة	أستاذة محاضرة	جامعة مستغانم

السنة الجامعية 2017/2016

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى:

من قال فيهما الخالق: "واعبدوا الله ولا تشركوا به شيئاً وبالوالدين إحساناً"

إلى التي كانت ولا تزال دائماً شلالاً من الحنان أكرم امرأة وأدق حزن وأحق الناس بصحبي، إلى عيني
ونبراس حياتي من رافقتني دعواتها في مشواري، إلى من حملتني وهنا على وهن، إلى من سهرت الليالي حفظها
الله وأطال عمرها أُمي الغالية "حليمة".

إلى من كرس حياته من أجلي وأهدى شقاء عمره ونور لي مستقبلي الدراسي إلى من لم يبخل علي بشيء
طلبته، إلى رمز التضحية ومثال الصمود، إلى من تعب وعمل من أجلي إلى من طعم عقلي بالعلم والإيمان إلى
من كان سندي للوصول إلى هذا المستوى أبي حفظه الله وأطال عمره "الحبيب".

إلى من شاركوني آلام الحياة وكانوا سندي وقت الضيق إخوتي: بغداد، الحاج، قديرو، وأختي العزيزة خيرة.

إلى أبناء وبنات أخي عبد الله، محمد أمين، الناصر، نور الهدى، أسماء، فاطمة الزهراء، سميرة

إلى من نورودربي إلى الأصدقاء اللذين وقفوا بجاني في السراء والضراء بداية من خيرة، حنان، حورية،

صليحة، حياة، أمينة، إيمان، هجيرة.

عائشة

التشكر

نشكر الله عز وجل الذي رزقنا من العلم ما لم نكن نعلم وأعطانا من القوة ما نحتاج للوصول إلى هذا المستوى وإتمام هذا العمل المتواضع.

نتقدم بجزيل الشكر إلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد على إنجاز هذا العمل ونخص الذكر الأستاذ المؤطر بن شني يوسف الذي كانت تعليماته و آراؤه سنداً لي طوال فترة إنجاز هذه المذكرة.

كما نتقدم بالشكر والتقدير إلى الأستاذة المشرفة على التريص السيدة بن صالح رزيقة على كل المعلومات القيمة التي كانت عوناً لإنجاز هذا العمل.

كما أشكر عمال مؤسسة ملبنة الساحل بصلامندرو مدير مكتبة جامعة خروبة وعمالها.

الفهرس

العنوان.....	الصفحة.....
الإهداء	
الشكر	
الفهرس.....	أ
قائمة الجداول والأشكال.....	ث
المقدمة العامة.....	1
الفصل الأول: الإطار النظري للإبداع التكنولوجي	
تمهيد.....	5
المبحث الأول: الإطار العام للإبداع التكنولوجي.....	6
المطلب الأول: مفهوم الإبداع التكنولوجي.....	6
المطلب الثاني: أنواع و خصائص الإبداع التكنولوجي.....	7
المطلب الثالث: مراحل عملية الإبداع التكنولوجي.....	10
المبحث الثاني: مصادر الإبداع التكنولوجي و عوائقه.....	12
المطلب الأول: مصادر الإبداع التكنولوجي.....	12
المطلب الثاني: دوافع تبني الإبداع التكنولوجي.....	17
المطلب الثالث: عوائق الإبداع التكنولوجي.....	19
المبحث الثالث: قياس و أهمية الإبداع التكنولوجي.....	20
المطلب الأول: قياس الإبداع التكنولوجي.....	20
المطلب الثاني: تأثير وظيفة البحث و التطوير على الإبداع التكنولوجي.....	21
المطلب الثالث: أهمية الإبداع التكنولوجي.....	23
خلاصة.....	24

الفصل الثاني: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

26	تمهيد.....
27	المبحث الأول: أساسيات حول المسؤولية الاجتماعية.....
27	المطلب الأول: تعريف المسؤولية الاجتماعية.....
30	المطلب الثاني: أسباب بروز وتنامي المسؤولية الاجتماعية وأنماطها.....
32	المطلب الثالث: أبعاد المسؤولية الاجتماعية.....
34	المبحث الثاني: أطراف ومبادئ المسؤولية الاجتماعية.....
34	المطلب الأول: الأطراف ذات العلاقة بالمسؤولية الاجتماعية.....
36	المطلب الثاني: مبادئ المسؤولية الاجتماعية ومداخلها.....
37	المطلب الثالث: استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية.....
41	المبحث الثالث: العلاقة بين الإبداع التكنولوجي والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.....
41	المطلب الأول: فوائد وأهمية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.....
42	المطلب الثاني: طبيعة الإبداع التكنولوجي المتلائم مع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.....
45	المطلب الثالث: دوافع الإبداع التكنولوجي المتلائم مع المسؤولية الاجتماعية.....
47	خلاصة.....

الفصل الثالث: دراسة حالة مؤسسة ملينة الساحل بصلامندر

49	تمهيد.....
50	المبحث الأول: ماهية المؤسسة.....
50	المطلب الأول: لمحة عن مؤسسة ملينة الساحل.....
52	المطلب الثاني: منتوجات ونشاط المؤسسة.....
54	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للمؤسسة.....

56	المبحث الثاني: واقع الإبداع التكنولوجي في مؤسسة ملينة الساحل.....
56	المطلب الأول: التكنولوجيا المستوردة و دورها في الإبداع التكنولوجي.....
57	المطلب الثاني: تحليل واقع الإبداع التكنولوجي في المؤسسة.....
58	المطلب الثالث: إصلاحات المؤسسة في مجال الإبداع التكنولوجي.....
59	المبحث الثالث: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.....
59	المطلب الأول: واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة.....
60	المطلب الثاني: مواصفات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة.....
65	خلاصة.....
67	الخاتمة العامة.....
71	قائمة المراجع.....
	الملاحق

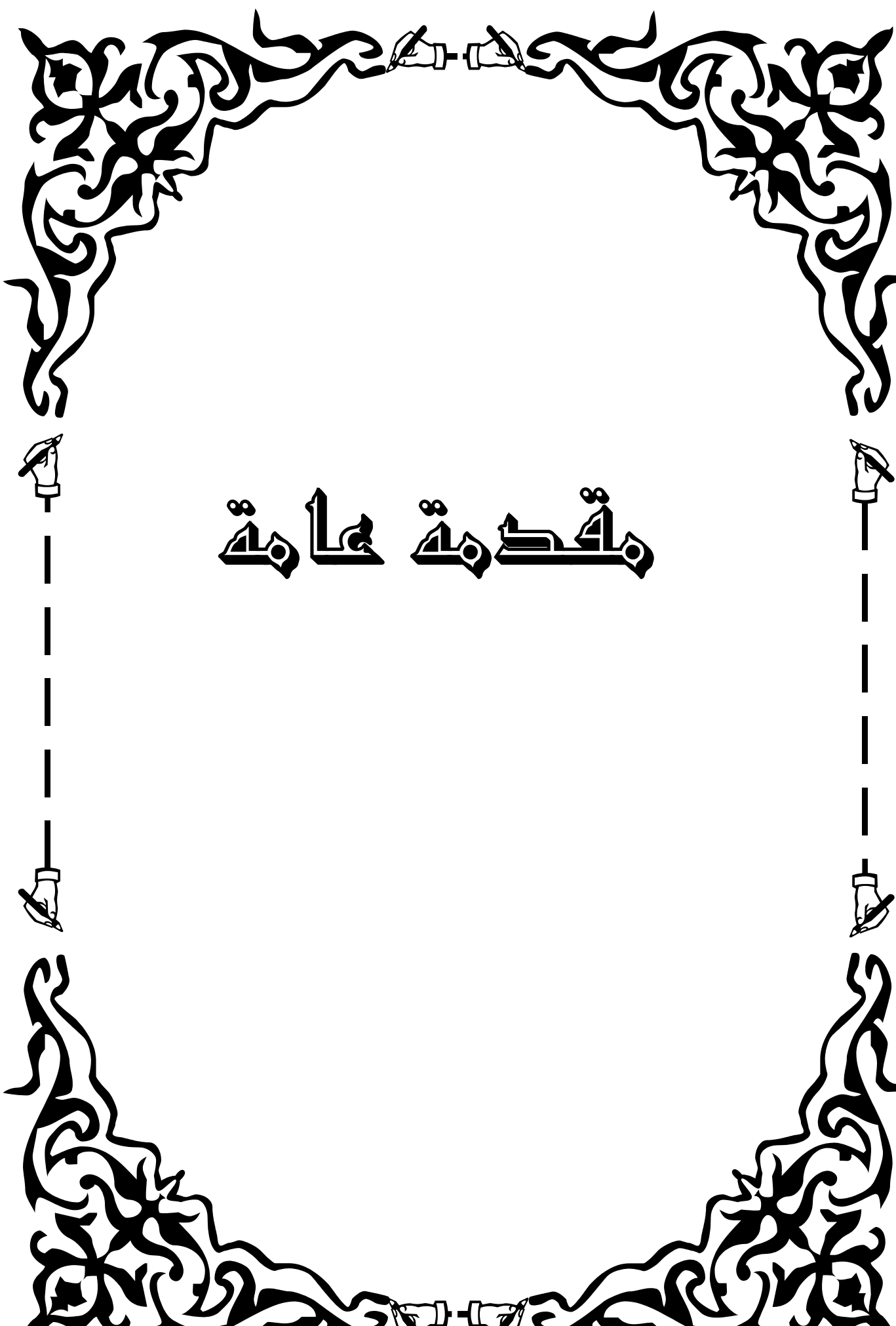
قائمة الجداول والأشكال

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	مصادر الإبداع التكنولوجي	13
02	ايجابيات و سلبيات طرق اعتماد الإبداع	17
03	مجالات المسؤولية الاجتماعية	30
04	مقارنة بين تكنولوجيا المراقبة و الوقاية	44
05	منتجات ملبنة الساحل	52

قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	الفرق بين درجات الإبداع التكنولوجي	10
02	مراحل سيرورة عملية الإبداع التكنولوجي	10
03	هرم المسؤولية الاجتماعية ل carrol	33
04	المسؤولية الاجتماعية الشاملة	34
05	استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية	39
06	نشاط المؤسسة	53



مقدمة عامة

مقدمة عامة:

يشهد العالم اليوم تغيرات وتطورات مستمرة أدت إلى تغيير في بيئة عمل المنظمات والاستراتيجيات التنظيمية لها، حيث تتمثل أهم هذه العوامل في تزايد وتيرة العولمة والمنافسة بين المنظمات العملاقة في الأسواق المحلية والعالمية وثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والتطورات التكنولوجية الهائلة في جميع المجالات الاقتصادية والصناعية، كل هذه العوامل شكلت الدافع الرئيسي لنشوء اقتصاد جديد قائم على المعرفة.

ففي خضم هذه الظروف ركزت المنظمات جهودها لاقتناص فرص البيئة المحيطة بها وتطويرها، بهدف خلق وعرض منتجات جديدة ذات جودة عالية بفضل معارفها وخبراتها الإنتاجية، وأدركت بذلك أن تحقيق الميزة التنافسية يكون بامتلاكها قواعد علمية وتكنولوجية تمكنها من وضع الحلول للمشكلات التي تواجهها دون الحاجة المستمرة للجهات الخارجية، وتقليل الاعتماد على التكنولوجيا المستوردة.

في ظل هذه التحولات التي يشهدها العالم الاقتصادي وتداعيات اقتصاد المعرفة، أصبحت المعارف والعلوم هي المصدر الأهم للميزة التنافسية، مما اوجب الاهتمام البالغ بعامل الإبداع التكنولوجي باعتباره الرابط بين مستوى الموارد البشرية والمستوى المعرفي والعلمي، وهو بذلك يعكس مدى تقدم نشاطات البحث والتطور ومسايرة التكنولوجيات والتقنيات الحديثة للتأقلم مع تغيرات المحيط، دون إهمال الاستعداد للتكنولوجيات الحديثة المقبلة والمتوقعة.

إن الأهمية المتعلقة بالمشاكل الاجتماعية التي تتسبب فيها المؤسسات، وما ينتج عنها من آثار سلبية على الإنسانية، تدفعها إلى إجراء تغيير في تصورها تجاه المجتمع، بحيث تنتقل من الموقف الهادم إلى الموقف الوقائي، فالحفاظ على البيئة أصبح بالنسبة لبعض أصحاب المصالح كالسلطات العمومية والجمعيات البيئية أولوية الأولويات وهو ما يفرض على المؤسسة أن تباشر في حماية البيئة الاجتماعية للحفاظ على بقائها وشرعيتها، وهذا يؤدي إلى التغيير في أنماط تسييرها الذي يقودها إلى إدخال تكنولوجيات جديدة للحصول على منتجات أو عمليات جديدة أو التحسين فيها. الأمر يتطلب من المؤسسة اكتساب المعارف والمهارات اللازمة للقيام بعملية الإبداع التكنولوجي، وهو الذي يؤثر أصلا على مجموعة من المؤشرات الاقتصادية كالإنتاجية، المردودية، الاستثمار، التنافسية الخ ولكن في هذه الحالة يجب أن يكون إبداعا تكنولوجيا يشمل المؤشرات السابقة، وفي نفس الوقت يكون متلائم مع الأبعاد الاجتماعية والبيئية، وهذا ما يمثل تحدي كبير بالنسبة لمسيرى المؤسسات.

إلى جانب هذه التطورات، ظهرت تحديات جديدة بالنسبة لهذه المؤسسات تتمثل في الدور الاجتماعي التي يمكن أن تمارسه ما حتم عليها وضع فلسفة وآليات عمل ضمن إطار أخلاقي واجتماعي يمثل علاقة هذه المؤسسة بالمجتمع وهو ما اصطلح عليه بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة للمؤسسة إذ تعتبر من المواضيع الهامة التي أثارت ولا تزال تثير جدلا كبيرا في الأوساط العلمية والأكاديمية وكذلك بالنسبة لمديري المؤسسات الاجتماعية وطرحت وجهات نظر متعددة، تمثلت في مختلف الاتجاهات الفكرية لتعامل

المؤسسات مع مجتمعتها من جهة، ومن جهة أخرى عكست هذه العلاقة الطبيعية التطور الاقتصادي و الاجتماعي الذي شاهده مختلف الدول على الصعيد الدولي، مما حتم على هذه المؤسسات تبني هذا النوع من المسؤوليات باعتباره بعدا جديدا من أبعاد التنافسية بين المؤسسات في العالم.

وفي الجزائر نجد بان المؤسسات الوطنية خاصة الخاصة منها تسعى جاهدة من اجل القيام بالإبداع التكنولوجي وذلك من خلال لجوءها إلى العديد من المصادر سواء الداخلية أو الخارجية، إذ تمكنت هذه المؤسسات من إنشاء العديد من القواعد التكنولوجية و العلمية، الا انها تبقى قليلة أمام الثورة التكنولوجية المتسارعة.

وعليه فان إشكالية البحث تتمحور حول السؤال الرئيسي التالي:

- إلى أي مدى يساهم الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة؟

ويندرج ضمن هذه الإشكالية عدة تساؤلات فرعية التالية:

- ما المقصود بالإبداع التكنولوجي؟ وما هي أنواعه وخصائصه؟
- ماذا نقصد بالمسؤولية الاجتماعية؟ وما هي فوائدها وأهميتها بالنسبة للمؤسسة؟
- هل يساهم الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة؟

فرضيات البحث:

اعتمادا على مشكلة الدراسة تم وضع فرضيات سيتم اختبارها من خلال البحث، وتتمثل في:

- الإبداع التكنولوجي هو تلك العملية التي تتعلق بالمستجدات الإيجابية التي تخص المنتجات بمختلف أنواعها وكذلك أساليب الإنتاج.
- المسؤولية الاجتماعية هي عقد بين المنظمة والمجتمع.
- يمكن أن يساهم الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

أهمية الدراسة:

يمكن إجمال أهمية الدراسة في الآتي:

- تستمد هذه الدراسة أهميتها في كونها تؤسس نظريا وتطبيقا للربط المنطقي للعلاقة بين الإبداع التكنولوجي والمسؤولية الاجتماعية.
- فتح مجال البحث للمهتمين بمثل هذه المواضيع لمناقشة جوانبه المتعددة والمتداخلة.

أهداف الدراسة:

نسعى من خلال قيامنا بهذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف منها التأكد من صحة الفرضيات وإبراز مايلي:

- تحديد المفاهيم المتعلقة بالإبداع التكنولوجي والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.
- التعرف على مستوى الإبداع التكنولوجي في مؤسسة ملبنة الساحل.
- توضيح أهمية وفوائد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة
- بيان العلاقة بين الإبداع التكنولوجي والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

مبررات اختيار الموضوع:

هناك عدة مبررات دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع والتي يمكن إيجازها كالآتي:

- بحكم تخصصنا في الاقتصاد ومن خلال دراستنا الجامعية، و ميلنا لدراسة مثل هذه المواضيع.
- شعورنا بأهمية الموضوع في ظل التحولات الاقتصادية وتأثيراتها الجلية على المؤسسة الجزائرية.
- قلة البحوث والدراسات في مثل هذه المواضيع ذات الصلة مباشرة بالإبداع التكنولوجي.

منهج الدراسة:

من اجل تحقيق أهداف هذه الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي من حيث أن الوصف يقوم على جمع معلومات وبيانات من مختلف المراجع والمصادر من اجل تكوين صورة متكاملة حول الظاهرة المدروسة، ثم التوجه إلى ميدان الدراسة للوحدة الصناعية لإنتاج الحليب ومشتقاته لولاية مستغانم وجمع البيانات الخاصة بالمجمع وتنظيمها وتبويبها وتفسيرها بهدف توصل إلى نتائج.

تقسيم البحث:

طبقا للإشكالية العامة والتساؤلات المختلفة المترتبة على الإشكالية العامة، ومع الأخذ بالفرضيات التي ينطلق منها البحث وتطبيقا للمنهج الذي حددناه، فإننا نرى أن نتناول هذا البحث من خلال خطة محددة تستلزم تناوله في ثلاث فصول كل فصل يتضمن ثلاث مباحث وفقا لما يلي:

تناولنا في الفصل الأول الإطار النظري للإبداع التكنولوجي بتوضيح في المبحث الأول مفهوم الإبداع التكنولوجي وأنواعه وخصائصه، و المبحث الثاني مصادر الإبداع التكنولوجي وعوائقه، أما المبحث الثالث قياس وأهمية الإبداع التكنولوجي.

أما الفصل الثاني المعنون بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة فقد ذكرنا في المبحث الأول مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأسبابها وأبعادها، والمبحث الثاني تضمن أطراف المسؤولية الاجتماعية ومبادئها واستراتيجياتها، أما المبحث الثالث فقد حولنا من خلاله ربط الإبداع التكنولوجي بالمسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال العلاقة والدوافع بينهما، والفصل الثالث فقد قمنا بدراسة ميدانية كمحاولة لإسقاط الدراسة النظرية على واقع الوحدة الصناعية لإنتاج الحليب ومشتقاته ملبنة الساحل بصلامندر فقد ذكرنا في المبحث الأول ماهية المؤسسة، والمبحث الثاني واقع الإبداع التكنولوجي في مؤسسة ملبنة الساحل ، أما المبحث الثالث المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة.



الفصل الأول

الإطار النظري

للإبداع التكنولوجي

مقدمة

لقد لاحظنا أن كلمة الإبداع كثيرا ما تستعمل بصفة غير علمية، فمثلا تسمع الكثير من الطلبة و المثقفين بصفة عامة يستعملون تلك الكلمة للدلالة على كل شيء جديد و بارع، سواء كان ذلك متعلقا بالمنتجات و الخدمات، بأساليب التسيير و الإدارة، بأفكار و أعمال فنية و مجهودات خاصة و غير ذلك، إلا أن الإبداع قواعد و شروط، إلا أن لم تتوفر أصبح الموضوع مجرد إنتاج، أداء أو فكرة، قد يكون ذات فائدة، بمستوى من الجمال و البراعة، لكن ليس إلا، و باعتبار هذا الالتباس العام المرتبط بالإبداع، نود في البداية شرح و توضيح مختلف العبارات المرتبطة بالإبداع التكنولوجي.

لهذا سنتناول في هذا الفصل المباحث التالية:

- المبحث الأول: الإطار العام للإبداع التكنولوجي
- المبحث الثاني: مصادر الإبداع التكنولوجي و عوائقه
- المبحث الثالث: قياس و أهمية الإبداع التكنولوجي

المبحث الأول: الإطار العام للإبداع التكنولوجي

لقد أخذ الإبداع التكنولوجي في سياسات مختلف المنظمات الحالية مكانة معتبرة و بات بمثابة مورد تسعى إلى حسن تنظيمه وإدارته لما ينتج عنه من أفكار بارعة ونيرة، وفنون رائعة وما بجدر الإشارة إليه هو أن الإبداع ليس هبة منحت لمجموعة قليلة مختارة من الأفراد، فكل فرد يولد وبداخله طاقة إبداعية هائل، ما عليه إلا حسن استغلاله وتنميتها.

المطلب الأول: مفهوم الإبداع التكنولوجي

- ظهر مصطلح الإبداع التكنولوجي في حدود سنوات الثلاثينات من القرن الماضي على يد الاقتصادي النمساوي الذي استعمله لتفسير الدورات الاقتصادية و دراسة الأزمات الكبرى، كما أصبح محلا للاهتمام و Joseph schumpeter الدراسة في سنوات الثمانينات كونه شكل أسلوبا للنمو و نموذجا للتطور التكنولوجي.

- تعريف محمد السعيد أوكيل "هو تلك العلمية التي تتعلق بالمستجدات الإيجابية التي تخص المنتجات بمختلف أنواعها و كذلك أساليب الإنتاج"¹.

- يعرف Day 2002 الإبداع التكنولوجي يشير إلى سلسلة من الخطوات الفنية و الصناعية التي تسهم في تقديم منتجات جديدة إلى السوق "².

- يعرف محمد قريشي الإبداع التكنولوجي "أنه كل جديد أو كل تحسن صغيرا أو كبيرا في المنتجات و أساليب الإنتاج الذي يحصل بمجهود فردي أو جماعي و الذي يثبت نجاحه من الناحية الفنية أو التكنولوجية و كذلك فعاليتها من الناحية الاقتصادية (تحسين الإنتاجية و تخفيض التكاليف)".³

تعريف آخر يتركز على عنصر التكنولوجيا حيث يُنص على أن الإبداع التكنولوجي هو "تطبيق تبادلات في التكنولوجيا أو توليفة التكنولوجيا التي تؤدي إلى تغيرات في المنتج، في أساليب الإنتاج أو التنظيم."

- تأسيسا على ما تقدم نرى أن الإبداع التكنولوجي هو العلمية التي يمكن من خلالها للشركة أن تحقق التنسيق و التعاون بين أنشطة الشركة كالإنتاج، التسويق و البحث و التطوير، بهدف تبني الأفكار و الأساليب الجديدة و ترجمتها في ميدان العمل إلى منتج جديد (سلعة جديدة أو خدمة جديدة) أو تطوير منتج قائم (منتج موجود) أو استخدام عملية إنتاجية جديدة أو تطوير عملية إنتاج قائمة لتلبية متطلبات الزبائن من المنتجات، فضلا عن جعل الشركة هي الأفضل في سوق المنافسة.

¹ - محمد السعيد أوكيل، "اقتصاد و تسيير الإبداع التكنولوجي"، ديان المطبوعات الجامعية، د.ط، الجزائر، 1994، ص33.

² - أكرم أحمد طويل، "العلاقة بين أنواع الإبداع التقني و إبعاد الميزة التنافسية"، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن، 2009، ص7.

³ - محمد قريشي، "الإبداع التكنولوجي كمدخل لغربير تنافسية المؤسسات الوطنية، مجلة البحوث و الدراسات، بسكرة، الجزائر، 2008، ص136.

المطلب الثاني: أنواع وخصائص الإبداع التكنولوجي ومستلزماته

1/ أنواع الإبداع التكنولوجي:

باعتبار الجانبين الفني والاقتصادي المرتبطين بالإبداع التكنولوجي كما شرحنا، يميز بين نوعين أساسيين من الإبداع التكنولوجي هما

➤ الإبداع التكنولوجي الجزئي:¹ يتمثل هذا النوع من الإبداع التكنولوجي في التحسين الذي يحدث بالنسبة للمنتجات وأساليب الإنتاج، مهما كان حجمه أو درجة تعقده والاعتبار هنا قائم هي الفائدة أو الآثار التي يتركها الجهد المبذول في تحسين المنتجات وطرق الإنتاج والنقطة التي يجب إبرازها هنا في أن المؤسسة الصناعية تُجابه صعوبات فنية كل يوم وكلما استطاعت حلها كلما ضمنت نسبة نجاح أكبر وأبعد من كل ذلك هو أن حل المشاكل الصغيرة هي بداية حل المشاكل الكبيرة، ومنه فتح مجالات النجاح للمؤسسة.

إن الخصبة الأساسية للإبداع التكنولوجي الجزئي هي اعتماده على مجهودات ومتطلبات غير مكلفة كثيرا، يمكن للقيام به أن يكون عاملا أو مهندسا أو مجموعة منهما ويمكن أن تكون الوسائل متوفرة أو يمكن الحصول عليها دون عناء كبير.

وبالإضافة إلى كل ذلك يمكن أن يبدأ الإبداع التكنولوجي الجزئي من مجرد فكرة صغيرة لتتحول بعد الدراسة أو التجربة إلى منبع للريعية والأرباح.

➤ الإبداع التكنولوجي النافذ: يختلف الإبداع التكنولوجي النافذ عن الإبداع التكنولوجي الجزئي في أن الأول يمس جوهر المنتجات والتجهيزات وصميم الأساليب الصناعية. فهو بذلك تصور مختلف وجديد جذريا عن الأشياء الموجودة في الأسواق أو التي يعرفها الناس. ومن الخصائص الكبرى أنه يحدث على فترات متباعدة نسبيا، خلافا للإبداع التكنولوجي الجزئي الذي يتصف بالاستمرارية من متطلباته خاصة في وقتنا الحاضر هي الوسائل والمجهودات الكبرى والمركزة، ومن ناحية أخرى فهو يتطلب معلومات معمقة وكثيرة وأحيانا جد حديثة.

2/- خصائص الإبداع التكنولوجي:

لتمييز الإبداعات التكنولوجية هناك أكثر من طريقة نظرا لوجود عدة إمكانيات للنشاط لإنتاجي و التكنولوجي، ورغم ذلك توجد تعاريف لا يمكن إغفالها تعرف طبيعة ودرجة المستوى التكنولوجي للإبداع التكنولوجي، وسوف نستعرض فيما يتعلق بخصائص الإبداع التكنولوجي إلى عنصرين مهمين ألا وهما درجة الإبداع التكنولوجي وطبيعته.²

¹ - محمد سعييل أوكيل، "وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية"، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية، رقم النشر 1-4-3772، الجزائر، ص113-114.

² - حمساس جميلة، الإبداع التكنولوجي داخل المؤسسات المصرفية، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستير أكاديمي، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم-2013، 2012، ص15.

(1) طبيعة الإبداع التكنولوجي:

يمكن تصنيف الإبداع التكنولوجي حسب طبيعته إلى خمس أنواع أو فئات، وهو تصنيف الاقتصادي shumpeter:

- المنتجات الجديدة
- الأساليب الفنية الجديدة للإنتاج
- الأسواق الجديدة
- المصادر الجديدة للمواد الأولية
- الأشكال الجديدة للتنظيم

وبصفة عامة الإبداع التكنولوجي يمكن أن يكون منتج، أسلوب فني، التنظيم أو السوق لمؤسسة ما، وسوف نهتم بأهم صنفين ألا وهما إبداع المنتج وإبداع وإبداع الأسلوب.

أ - إبداع المنتج: يخص تصميم منفعة (موارد، تجهيزات، أداة، منتج....) وتعني وضع حيز أو تسويق جديد، أو تحسينه على المستوى التكنولوجي (أو أقل خاصية من خصائصه).
و بذلك فهو يخص كل ما يتعلق بالمنتج وتحسينه سواء تعلق بمفهوم المنتج وخصائصه التقنية أو طريقة تقديمه، ونستطيع أن نلخص في التعريف الذي ينص على أن "الإبداعات التكنولوجية للمنتج تهتم بكل خصائص المنتج، وتهدف بصفة عامة إلى تحسين الخدمات الموفرة للزبون".
ويشمل على الجوانب التالية:

- ✓ إبداع المفهوم: تتمثل في إبداع مفهوم جديد أو التغيير العميق للمفهوم الوظيفي للمنتج.
- ✓ الإبداع التكنولوجي: ويخص الخصائص التقنية للمنتج وتحسينها.
- ✓ إبداع التقديم: هذه الإبداعات تخص خصائص تقديم منتج.

ب/ إبداع الأسلوب الفني للتصنيع: وهو معالجة أساليب التوزيع للخدمة أو المنفعة، ويخص كل ما يتعلق بتحسين أساليب التصنيع سواء تعلق بالعمليات المختلفة المرتبطة بالإنتاج أو بطبيعة الأسلوب التكنولوجي للتصنيع، وبصفة أوسع إبداع الأسلوب يمكن أن يمتد كإبداع يمس تحسين العمل في النشاطات الغير الصناعية، ويعرف أيضا على أنه "الإبداعات الأسلوب والإنتاج تخص تحسين خطوات الإنتاج، ويهدف بصفة عامة إلى تبسيط وتخفيض التكاليف". وهو يشمل على الجوانب التالية:

- ✓ إبداعات الإنتاج، وتمس عمليات الإنتاج وتسلسلها كالاتي: الجزئية أو الكلية لنظام التصنيع معين.
- ✓ إبداعات الأسلوب: ويخص بطبيعة الأسلوب التكنولوجي للإنتاج بالضبط.

2/ درجة الإبداع التكنولوجي:

بجانب طبيعة الإبداع التكنولوجي هناك خاصية أخرى له ، و تتمثل في درجة الإبداع التكنولوجي المختلفة و نستطيع تجزئته إلى فئتين (2).

أ/ الإبداع التكنولوجي الجذري: الإبداع التكنولوجي الجذري هو الذي يغير حرفيا المراجع المعتادة المرتبط بالمنتج، و يحتاج إلى مهارات جديدة، و هو أيضا يمثل قطيعة في تقويم الأساليب الفنية للإنتاج أو في المنتجات و تقتضي تحويل لطرائق الإنتاج أو التسويق، و كذا تقويم للتأهيل المهني و يبقى بصفة مستمرة عبر الزمن. و يتطلب إدخال مهارات جديدة خاصة في حالة تطبيق التكنولوجي جديد، أو من أثاره يمكن ذكر:

- ظهور إنقطاعات تكنولوجية يمكن أن يكون لها أثار منهله على السوق.
- الحصاص النسبية من السوق يمكن أن تضطرب.
- دخول منتجين جدد يمكن أن يحتلوا مكانا في السوق.
- وضعية الرائد في السوق يمكن أن تتزعزع.
- يمكن أن تخفي مؤسسات

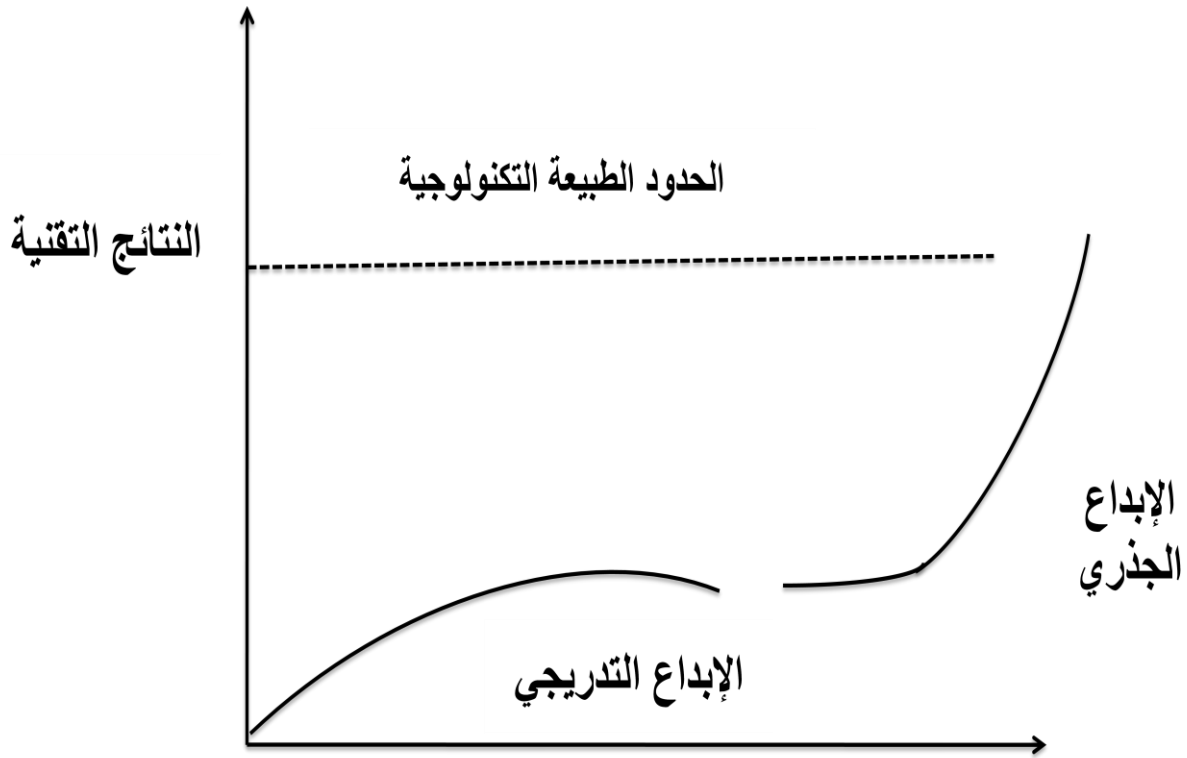
ب/ الإبداع التكنولوجي التدريجي: و هو يحدث تحسين تدريجي للمراجع (خدمات، تكلفة) و لا يشترط أفكار جديدة، إن الإبداع التكنولوجي التدريجي هو إبداع بالتحسين و لا يحتاج إلى مهارات جديدة، و هو عملية إتقان للمنتجات أو الأساليب الفنية للإنتاج، بطريقة تحسن النوعية الإنتاجية و التوزيع، و يكون بقاءه مستمر طوال تاريخ التقنية. و هذا النوع يتمثل عادة في تحسين جانب محدد للمنتج أو لنقطة من الأسلوب الفني للإنتاج، و يمكن أن يكون له أثار التالية:

- الإبداع الجذري ليس الوحيد له أثار على التنافسية.
- الإبداعات التدريجية منفردة لها تأثير ضعيف لكن تراكمها له تأثير مهم.

هذه أسس التسيير بالنوعية (طريقة kia)

و يمكن التمييز بين درجات الإبداع التكنولوجي من جانبين أولهما هو النتائج التقنية المحققة و ثانيهما هو حجم الاستثمارات المتراكمة في مجال البحث و التطوير و الشكل رقم (1-4) بين الفرق الواضح بين الإبداع الجذري و الإبداع التدريجي، فالأول يحتاج استثمارات في البحث و التطوير أكبر بكثير من الثاني، و في نفس الوقت يحقق نتائج تقنية عالية.

الشكل رقم (1-1) الفرق بين درجات الإبداع التكنولوجي



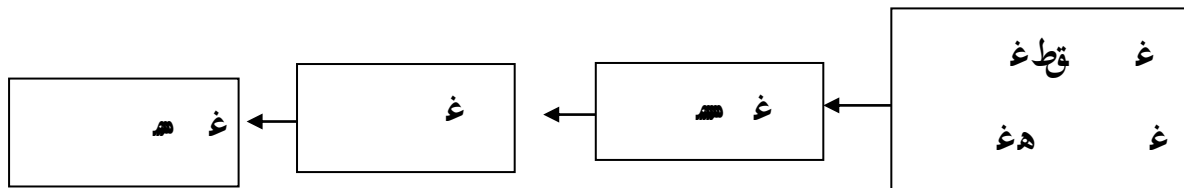
الاستثمارات المتركمة في البحث و التطوير

المصدر: حماساس جميلة، الإبداع التكنولوجي داخل المؤسسات المصرفية، مرجع سبق ذكره، ص18 .

المطلب الثالث: مراحل عملية الإبداع التكنولوجي

تناول العديد من الباحثين المراحل الأساسية للإبداع التكنولوجي، أهمها ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (1-2): مراحل سيرورة عملية الإبداع التكنولوجي-



1/ مرحلة الابتكار: يرتكز الابتكار أساساً على مجموعة من المعارف والأفكار الأساسية تأتي من البحث الأساسي، حيث تظهر الأفكار الأولية للوجود مما يستوجب على المؤسسة استقبالها وتبويبها واختيار المناسب

منها¹ حيث أن هناك أفكار تظهر تلقائياً، وأفكار تنتج من مواجهة بين الأفراد يعملون في نفس القطاع أو في قطاعات مختلفة في بلدان مختلفة، لهذا تتبنى العديد من المؤسسات.

المفهوم الذي ينطوي على أن الطريقة الوحيدة المتاحة لبناء مؤسسة إبداعية هي الحصول على موارد بشرية ذات جودة عالية، لذا تقوم بالعمل على تنميتها وتدريبها حتى تبلغ ذروتها. وتحقق أعلى معدلات الإبداع،²

كما أن مدير مشروع الإبداع يجب أن تتوفر فيه بعض الخصائص والمهارات حيث يجب أن يسيطر على منهجية تسيير المشروع، بالإضافة إلى القدرة على تنظيم التقارب بين مختلف الخبرات المهنية بتكوين العلاقات فيما بينهم، كما أنه في هذه المرحلة تتزايد اجتماعات عاصفة الأفكار وغيرها من الطرق الإبداعية و جمع المعلومات من مصادر مختلفة للوصول إلى أفكار مبدئية تكون بداية لسيرورة الإبداع.

كل العوامل الإبداعية يجب أن تجتمع للوصول إلى الهدف، لهذا انفتاح المؤسسة على بيئتها وقدرتها على تقييم مواردها البشرية، سيولة تنظيمها و قدرة مسيرتها على إحداث لقاءات جديدة تشكل الأقطاب الأساسية على هذا المستوى.

2/ مرحلة التطوير:

تخرج فكرة من طابعها، الأولي خاص إذا كانت فردية لكي يتقاسمها الفريق في أول الأمر بكامل كفاءات من أجل تطويرها وتشكيلها وإعطائها طابع رسمي في المؤسسة قبل إرساء نموذج تمهيدي (مثال مبدئي)، وتهدف المشاركة الجماعية إلى تفادي الأخطار المترتبة عن الإبداع (أخطار عدم القدرة على تسويقه، التكاليف الضخمة) من أجل إثراء النقاش حوله تقوم المؤسسة بدراسات عديدة ضرورية لتطوير الإبداع تتمثل في الدراسات الاقتصادية والدراسات الاقتصادية والتقنية.

3/ مرحلة التجسيد أو التصنيع:

تدخل فكرة مرحلة إعطائها بأول نموذج للإبداع الجديد، والذي يتطلب موارد مالية وتكنولوجيا و موارد بشرية تتبع التطبيق في هذه المرحلة مستقبل المشروع يبدأ يترسم لذلك. يجب الإحاطة المؤسسة بين اقتناء تكنولوجيا جديدة بشرائها أو التعاون مع مؤسسة بالنظر إلى الإمكانيات المادية المتاحة.

بداية من هذه المرحلة يبدأ التفكير في القوة التجارية للمؤسسة، و المشروع الجيد هو الذي يتماشى مع قدرات المؤسسة البشرية، التقنية والتجارية ولا يتناقض وأهدافها. فمرحلة التجسيد تتميز بصعوبتها و تعقدها وتزايد الأخطار التي تعرقل تقدمها إذ لم تحسن المؤسسة التجاوب معها، كما تتساءل المؤسسة مرة أخرى عن إمكانية مواصلة المشروع أو التخلي عنه وفقاً للمعلومات المتوفرة لديها، فإن أقررت المواصلة تدخل في المرحلة النهائية للإبداع لا يمكنها التراجع بعدها.

¹ - Thomas Durand , Technologies Organisationnelles Pour L'entreprise, Rapport Prépare Par CN International, Juillet, 2002,P67.

² - يتركوك، ترجمة خالد العامري، إدارة الإبداع، دار الفاروق للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر 2008، ص23.

4/ مرحلة نشر الإبداع التكنولوجي:

مواصلة المشروع بداية من المرحلة يعني إدخاله في التجربة النهائية لطرحة في السوق أو تطبيقه في المؤسسة على أساس نوع الإبداع، فيعطي للإبداع الشكل النهائي لتبدأ المؤسسة في تجريبه مع عينة من الزبائن.

المبحث الثاني: مصادر الإبداع التكنولوجي وعوائقه

تعتمد إمكانيات المؤسسة في إبقاء مستوى تنافسيها على عدة عوامل محددة لهذه التنافسية منها اليقظة التكنولوجية التي تتمثل في مراقبة المؤسسة لمحيطها والبحث واستخدام بعض المعلومات ذات الطابع الإستراتيجي مما يمكنها من اتخاذ قرارات جيدة، هذه المعلومات تمثل أحد المصادر لخطوات الإبداع التكنولوجي، حيث انتباه المؤسسة لمحيطها ضروري إذا كانت تريد زيادة فعاليتها مقارنة بالمنافسين ويمكن حصر مصادر الإبداع التكنولوجي في أربع نقاط.

المطلب الأول: مصادر الإبداع التكنولوجي

1/ مصادر الإبداع التكنولوجي الذي يتضمن جميع أعمال الإنشاء الهيكلية بهدف توسع المعارف واستعمالاته وبقية تطوير تطبيقات جديدة.

2/ اقتناء تكنولوجيا متطورة من الخارج والتي تشمل:

- اقتناء تجهيزات تكنولوجية متقدمة.
- اقتناء براءات الاختراع، تراخيص علامات وخدمات تكنولوجية.
- اقتناء برامج متقدمة أو البرامج المعدة خصيصا.

3/ التعاون مع المؤسسات الأخرى ومنظمات.

4/ نشاطات أخرى مرتبطة بزيادة المعارف.

حسب تقرير لمصلحة الدراسات والإحصائيات الصناعية التابعة لوزارة المالية والصناعية الفرنسية sessi عام 1994، اعتبر أن البحث والتطوير ليس هو مصدر الأساسي المستعمل للإبداع التكنولوجي، حيث ميز بين المصادر الداخلية المتمثلة في (البحث والتطوير داخل المؤسسة، الدراسات والأبحاث، براءات الاختراع)، و المصادر الخارجية المتمثلة في (البحث والتطوير الجماعي، البحث والتطوير خارج المؤسسة، براءات الاختراع من خارج المؤسسة) واقتناء التكنولوجيا المتمثلة في (الاستعمال المبتكر لمنتجات الاستثمار، وضع موارد و مكونات جديدة) والنتائج ملخصة في الجدول التالي:¹

¹ - بوسلامي عمر، " دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستير، جامعة سطيف، الجزائر، 2012-2013، ص 10-11.

الجدول رقم (1-1): مصادر الإبداع التكنولوجي

المصادر	نسبة المؤسسات لهذه المصادر
- مصادر داخل المؤسسة	48.8%
- بحث وتطوير	50%
- الدراسات التقنية	76.5%
- امتلاك براءات الاختراع	27.9%
- مصادر خارج المؤسسة	62.7%
بحث وتطوير جماعي	28%
البحث والتطوير خارج المؤسسة	45.7%
- براءات الاختراع من خارج المؤسسة	10.7%
اقتناء التكنولوجيا	84.5%
الاستعمال المبتكر لمنتجات الاستثمار	74.1%
وضع موارد و مكونات جديدة.	60.6%

Source :Anne lebares, innovation sans recherche les compétences pour innover dans les P M E de l'agro aliment

من أبرز النتائج التي بينها الجدول حول هذا التقرير، أن المؤسسات التي شملتها هذه الدراسة تعتمد على الدراسات التقنية بنسبة 76.5% كأهم المصادر داخل المؤسسة، بحث وتطوير خارج المؤسسة بنسبة 45.7% كأهم المصادر خارج المؤسسة والاستعمال اقتناء التكنولوجيا.¹

- هذا التقرير بين أنواعا مختلفة من مصادر الإبداع التكنولوجي، لكن لم يبين ويحلل كيفية القيام بربط مختلف هذه المصادر، ولهذا يجب أن تنشأ في هذه المصادر شبكات مختلفة وكذلك تبادلات، حيث هذه الشبكات هي مجموعة معقدة من العلاقات بين المؤسسات والأطراف التي تستطيع ترجمة الأفكار إلى منتجات والخدمات وبرامج عمل بسرعة، حيث مثلا يجب ربط الجامعات ومراكز البحث والمؤسسات المبدعة مع الأطراف التي تستطيع القيام بالإبداع مع توفر ثقافة الإبداع والتجربة الخشبة.

2/ طرق اللجوء إلى الإبداع التكنولوجي:

إن الممارسة الداخلية لنشاطات البحث والتطوير في المؤسسة ليس الطرق الوحيد لإحداث الإبداع التكنولوجي حيث هناك طرق وأساليب أخرى يمكن للمؤسسة اللجوء إليها وهي قابلة للاستغلال

¹ - بوسلامي عمر، مرجع سبق ذكره، ص 11.

بتكاليف و مخاطر متفاوتة و عملا بمبدأ ترشيد المواد، الوقت و المجازفة يجب على المؤسسة المفاصلة في اختبار أحسن البدائل و يمكن حصر مختلف طرق اللجوء لإنتاج الإبداعات التكنولوجية فيها ما يلي ¹ :
أولا: إدماج نشاطات البحث و التطوير بالمؤسسة (التطوير من الداخل):

يقصد بالبحث و التطوير كل المجهودات المتضمنة تحويل المعارف المصادق عليها إلى حلول فنية، في صور أساليب أو طرق إنتاج و منتجات مادية استهلاكية أو استثمارية، تباشر مثل هذه النشاطات إما في مخابر الجامعات أو في مراكز البحث التطبيقي و في المؤسسات الصناعية دون اعتبار حجمها. ²

- أما البحوث التربوية التطويرية فلها هدف أساس و هو المحافظة على المنتج و مركزه القيادي في السوق عن طريق تحسين المنتج الراهن و تخفيض تكاليف إنتاجه و تنشيط مبيعاته، و يمكن القيام بهذه الأبحاث في إدارة البحوث بالشركات ³

- و يقصد بإدماج نشاطات البحث من الداخل أي تطوير الإبداع من داخل المؤسسة، خاصة عن طريق وظيفة البحث و التطوير هي طريقة كلاسيكية للاعتماد على الإبداع. الطريقة التي توفر للمؤسسة أكثر استقلالية في حالة نجاح الإبداع، لكنها كذلك الأكثر خطورة فهي طويلة في المدى و تكلفتها عالية و كذلك أخطار التقليد الذي يتعرض لها المنتج الإبداعي من طرف مؤسسات منافسة. من جهة أخرى، ميلاد الإبداعات في داخل المؤسسة، بل أكثر من ذلك الاعتراف بها من المشاكل الرئيسية التي تواجه المؤسسات في هذه الطريقة بالنظر إلى النتائج التي تترتب عنها من تغيير، و الذي يقابل غالبا بمقاومة من النقابات أو من المسيرين و الهدف الحفاظ على الوضع الحالي. و في دراسة قامت بها وزارة الصناعة الفرنسية أظهرت أن الموارد الرئيسية للإبداع هو البحث الداخلي في المؤسسة لإلى درجة كبيرة، خاصة في بعض الصناعات مثل الصيدلية.

و لنجاح نشاطات البحث و التطوير يجب توافر الشروط الأساسية التالية⁴:

- آراء صادرة من مبدع يستطيع استغلال الأفكار الجديدة و المعارف العلمية و جعلها متلائمة مع المؤسسة.

- توفير محيط و جو يحفز و يشجع الابتكار و الإبداع.

- التنسيق و التعاون بين الوظائف الداخلية خاصة أقسام البحث و التطوير و التسويق و الإنتاج.

و يجب على المؤسسة وضع الاعتبار لما يلي عند قيامها بنشاط البحث و التطوير. ⁵

* وضع جميع الطاقات و الإمكانيات في سبيل نجاح النشاط البحث و التطوير مع الأخذ بعين الاعتبار لأهداف الإستراتيجية لمؤسسة.

* الإلمام بجميع المعلومات و الأفكار العلمية المتاحة داخليا و خارجيا.

¹ بوزناق عبد الغني، مساهمة الإبداع التكنولوجي في تعزيز تنافسية المؤسسة الصناعية، مذكرة نيل شهادة الماجستير، جامعة خيضر، 2012-

2013، ص12

² - أوكيل محمد السعيد، وظائف و نشاطات المؤسسات الصناعية ، مرجع سابق، ص 113.

³ - فريد النجار، الإنتاج التجريبي في الصناعات و الخدمات، الدار الجامعية، القاهرة ، 2007، ص 124.

⁴ - joel brounstail , frederic Frery, le Management Strategique de l'innovation, edition dalloz, paris, 1993, p147.

⁵ - jecn cloude tarondeau, Recherche et développement, édition vuibert, paris, 1994, p70

* التقيد بالخطط والسياسات والموازنات المحددة مع نوع من الاستقلالية لمستخدميها لاكتشاف الأفكار الجديدة وتطويرها وتكييفها مع متطلبات السوق.

ثانياً: المقاول الباطنية:

إن الحصول على الإبداع التكنولوجي باستخدام المقاول الباطنية يعني قيام المؤسسة باللجوء إلى مؤسسات أخرى طالبة منها تنفيذ جزئي أو كلي لنشاطات البحث والتطوير، أي إبرام اتفاقيات مع منظمات خارجية، و نجد ضمن هذه المنظمات مكاتب الدراسات، مراكز البحث العامة والخاصة، الجامعات، المؤسسات الصناعية المتخصصة، الجمعيات والنوادي العلمية وغيرها، ويتم اللجوء لهذا الشكل قصد الحصول على الإبداعات التكنولوجية بسبب نقص الإمكانيات المالية والقدرات البشرية المؤهلة،¹ وفي هذه الطريقة تلجأ المؤسسة إلى الإبداع خارجياً بواسطة هيئات متخصصة، ونتائجها جد متغيرة فيمكن الاستفادة من خبرات ذات مستوى عالي، لكن مدة تكاليف الإبداعات إضافية إلى التحكم فيها تبقى غير مؤكدة، وهي طريقة متطورة في أمريكا والدول الصناعية الكبرى وذلك للتواصل والترابط الموجود بين المؤسسات ومراكز البحوث على اختلافها.

فالمقاول الباطنية في مجال البحث والتطوير وسيلة مهمة للمؤسسة لإنشاء علاقات مع خبراء ومختصين ذوي مستوى عالي (طاقات وموارد بشرية مؤهلة في مجال الإبداع، فنشاطات الجامعة تتمثل في التدريس والبحث العلمي، بنوعه البحث العلمي الأساسي ويتناول التوسيع في مجال المعرفة العلمية إلى حلول فنية، أما مراكز البحث العامة والخاصة تقوم بتحويل المعلومات العلمية إلى تكنولوجيا وإلى حلول تقنية للمشاكل والصعوبات الفنية التي تواجه المؤسسة الاقتصادية وإنتاج الإبداعات بصفة عامة.

ثالثاً: عقود واتفاقيات التعاون:

يدفع النقص في القدرات والإمكانيات المتاحة لدى المؤسسة، والاحتياج للمعارف العلمية والتكنولوجية وارتفاع في تكاليف نشاطات التطوير المؤسسة للقيام بعقود مصادقة عليها أو إبرام اتفاقيات بينها وبين مؤسسات أخرى أو مثلها في نفس القطاع، أو في قطاعات اقتصادية أخرى. تهدف إلى إنشاء جملة من العلاقات والارتباطات في مجال البحث التطبيقي وفعاليتها محددة بجدية الأطراف المعنية وديناميكية المسيرين.²

تعتبر التحالفات والشراكة من أهم أشكال عقود التعاون والوصول إلى الإبداعات في المؤسسات، هذه الأهمية نابعة من التكلفة المرتفعة للبحث والتطوير خاصة، ومن الأخطار الناجمة عن الإبداعات والتي أصبحت كعائق في الكثير من الميادين خاصة الصناعية منها (الإعلام الآلي، صناعة الطائرات)، زيادة إلى البحث عن التجاوب مع عوامة الأسواق وتتلخص الإيجابيات الناتجة من اتفاقيات التعاون في:

¹ - بوزناق عبد الغني، مرجع سبق ذكره، ص 21.

² - نفس المرجع، ص 24.

- تخفيض التكاليف المرتبطة بالبحث الإبداعي.
 - تخفيض مدة دوران الإبداعات.
 - بعث نشاطات إبداعية جديدة لم تتمكن المؤسسة لوحدها من تحقيقها.
- هذه الإيجابيات زادت من الاهتمام و تفعيل عقود التعاون، والتي وصلت إلى 30 في أوروبا فيما بين المؤسسات المبدعة حيث قاموا بعقد تعاون مع شركاء خارجيين، إما الأسباب التي ساهمت في ذلك إضافة إلى الإيجابيات وكانت كتحفيز تتمثل في التعقيد المتزايد للتكنولوجيا الملاحظ في جميع القطاعات خاصة ذات التكنولوجيا العالية، إضافة إلى سرعة تطورها و اشتداد المنافسة المرتبطة بالعملة و التعديلات القانونية الدولية.
- وبذلك تمثل عقود التعاون من طرق الدخول إلى تكريس إبداعات أقل خطورة بتقاسمها مع شريك آخر و تخفيض لعبء التمويل خاصة إذا كانت المؤسسة صغيرة أو متوسطة.
- رابعاً: اقتناء الرخصة: إن اقتناء رخصة الإبداع تعتبر الوسيلة المباشرة للحصول على الإبداع، وهي عبارة عن شراء إبداع معين من طرف خارجي مقابل عائد مادي، كما تعتبر الأكثر، فعالية لكون المؤسسة على علم بما تشتري، والأسرع من ناحية الاستغلال و النقل المباشر للمعارف و المعلومات عن موضوع الإبداع في حالة التعاقد، و الأقل تكلفة بناء على العدد الكبير من الاقتناء.
- فباننتشار الخبر حول إبداع معين، تتقدم المؤسسات الصناعية المعنية لمصدر الإبداع الأصلي بطلب للشراء أو الحصول على حق الاستعمال و الاستغلال بواسطة رخصة يصادق عليها الطرفان، ومباشرة يتم الكشف و نقل المعلومات و المعارف على المنتج أو الطريقة الفنية للإنتاج و عادة يضم العقد بنوداً و شروطاً منها:¹
- موضوع العقد.
 - مدة العقد.
 - مجال الاستغلال.
 - المكافأة المالية (مبلغ جزافي أو نسبة مالية).
 - شرط الإشعار بالتحسينات التي قد يقوم بها الحاصل على الرخصة و كذا كيفية حل النزاعات في حالة وقوعها.
 - شروط تجارية تخص مثلاً العلامات التجارية لكلا الطرفين.
- خامساً: التطوير من الخارج: يعني اعتماد الإبداع عن طريق النمو الخارجي يمثل تملك مؤسسة لمؤسسة أخرى مبدعة بطريقة جزئية و ذلك بحياسة حصة من رأسمالها المخصص للإبداع و الاستفادة من النتائج المحصل

¹ - أوكيل محمد سعيد، اقتصاد و تسيير الإبداع، مرجع سبق ذكره، ص 108.

عليها، أو تملك كلي بشراء المؤسسة بكاملها النمو الخارجي بواسطة التملك أو المشاركة في رأس مال الإبداع هو التقارب الأكثر سرعة، لكنها مكلفة خاصة إذا كانت المؤسسة المبدعة تقوم بالبحث الإبداعي برأس مال كبير مع العلم أن نتائجها غير مؤكدة، ومجموعة أخطار أخرى منها هروب الطاقات البشرية المبدعة عند الشراء أو المشاركة في رأس مال الشركة على أساس الإيجابيات و السلبيات لكل طريقة تختار المؤسسة ما بين الخمسة طرق وفقا لما يلخصه الجدول التالي:

الجدول رقم (1-2): إيجابيات و سلبيات طرق اعتماد الإبداع

الطريقة/ الخصائص	الوقت الضروري	التكلفة الكلية	الخطر المحتمل	التحكم المتوصل
التطوير من الداخل	طويلة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة
عقود التعاون	غير مؤكدة	غير مؤكدة	ضعيفة	غير مؤكدة
النمو الداخلي	قصيرة	مرتفعة	مرتفعة	غير مؤكدة
المقاوله الباطنية	غير مؤكدة	غير مؤكدة	ضعيفة	غير مؤكدة
إقتناء الرخص	قصيرة	ضعيفة	ضعيفة	ضعيفة

المصدر: بوسلامي عمر، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية، ص25.

يظهر من الجدول أن التطوير من الداخل ، طريق تبقى مخصصة للمؤسسات ذات سيولة مالية كبيرة، و التي تبحث عن الاحتفاظ بالميزة التنافسية الممكنة عن طريق إبداعاتها.

عقود التعاون و اللجوء إلى المقاولات الباطنية يعتبران أصعب الطرق اعتمادا للإبداع في المؤسسة نظرا لعدم التأكد الكبير في التكلفة في المدة و التحكم فيها رغم أنها الأقل خطورة.

بالنسبة للنمو الخارجي غالبا ما يعتمد في حالات إستعجالية و للمؤسسات التي تملك موارد مالية هائلة و تتحمل بذلك أخطار و تكلفة، و لا تتمكن من التحكم فيها مع الرغم من أنها الأسرع.

أما فيما يخص اقتناء الرخص فهي الأكثر أهمية مقارنة بالطرق الأخرى فهي أقل تكلفة و أقل خطورة و واحدة من الأسرع (مباشرة التطبيق) و مشكلتها أنها تقيد المؤسسة بالمؤسسة الأصلية (تؤثر على استقلالية المؤسسة).

المطلب الثاني: دوافع تبني الإبداع التكنولوجي

لماذا تلجأ المؤسسات إلى تحقيق الإبداع التكنولوجي:

إن هذا التساؤل يدفعنا للبحث عن الدوافع و الأسباب الكامنة وراء عملية الإبداع التكنولوجي في مؤسسة ما، حيث أن هذه الدوافع تكاد تكون مشتركة في جميع المؤسسات و هي:¹

1 - صالح مهدي محسن العامري، العوامل التكنولوجية و التنظيمية المؤثرة في الإبداع التكنولوجي، مجلة العلوم الإقتصادية و القانونية سوريا، 2005 ، ص119.

1 – المنافسة الحادة في الأسواق:

- ظهور منافسين جدد باستمرار.
 - عدم اقتصر المنافسة على جودة المنتج والسعر فقط بل تعددت لتشمل كل أنشطة المؤسسات.
 - ضرورة إتباع إستراتيجيات المنافسين ورغبات الزبائن عن طريق:
 - صياغة وتطوير خطط إستراتيجية كفؤ وبعيدة المدى.
 - اللجوء الى الإبداع التكنولوجي في المنتجات من أجل الحفاظ على الحصة السوقية و تعظيم ربحيتها.
- 2 – الاستجابة لحجات العميل: إن استثمار المؤسسة في الإبداعات التكنولوجية المتعلقة بأساليب الإنتاج و المنتج يمكنها من:

إن استثمار المؤسسة في الإبداعات التكنولوجية المتعلقة بأساليب الإنتاج و المنتج يمكنها من:

إدخال منتجات جديدة إلى السوق تتصف بخصائص أكثر جاذبية مثل السعر الأقل أو الجودة الأعلى، أو خدمات أكثر بعد البيع ، ضمان أطول، أو ملائمة أحسن، وذلك لتلبية احتياجات ورغبات العملاء الحاليين و المحتملين.

3 – مواكبة التقدم التكنولوجي: عدم استطاعة المؤسسة في الأجل الطويل أن تعزها لنفسها بنجاح عن الضغوط التي تفرض عليها من خلال:

التقدم التكنولوجي الذي قد يسبب للمؤسسة كارثة تنافسية.

وبالمقابل إذا استطاعت المؤسسة تطوير تكنولوجياتها من خلال تطوير الأبحاث و الإكتثار من التعاقدات مع مراكز البحث و الجامعات، فإنها تستطيع أن تحقق المزايا التنافسية القائمة إما على أساس التكلفة الأقل أو تقديم سلع مميزة، مما يسمح للمؤسسة بأن تبني مركزا تنافسيا يمكن الدفاع عنه.

4 – أزمة الطاقة و ضرورة إيجاد بدائل طاغوية: أزمة الطاقة كان لها فضل كبير على تطوير الكثير من منتجات و تقديم عدد هائل من المنتجات الكهربائية و الميكانيكية التي تساعد على الاقتصاد في استهلاك الطاقة.

وقد أثبت الحال أن الأزمات في كثير من الدول كانت سببا في الإبداع التكنولوجي حيث تزداد الحاجة للبحث عن حلول للمشاكل المترتبة على تلك الأزمات.

5 – التسهيلات و المساعدات الحكومية: التسهيلات و المساعدات الحكومية التي تقدم لدعم عمليات الإبداع التكنولوجي سواء كانت في شكل مساعدات فنية أو مالية، حيث لا يكاد يخو بلد من بعض المؤسسات التي ترعى المؤسسات المبدعة خصوصا الصغيرة منها تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تعبر تكنولوجيا

المعلومات والاتصالات عن مجموعة من المكونات المادية، البرمجيات، الاتصالات، البيانات والأفراد التي تستخدمها المؤسسة في استقبال البيانات والمعلومات و تخزينها ومعالجتها واسترجاعها باستخدام برمجيات متعددة الوسائط (السمعية، البصرية، النصية).

المطلب الثالث: عوائق الإبداع التكنولوجي

يمكن تقسيم العوائق التي تواجه عملية الإبداع التكنولوجي إلى ثلاثة أقسام: اقتصادية، اجتماعية، وفنية.

على المستوى الاقتصادي: من أهم العوائق الاقتصادية التي تواجه عملية الإبداع التكنولوجي سواء على مستوى المؤسسات أو الهيئات العلمية أو مراكز البحث، هو عدم وجود الدعم المؤسسي للإبداع التكنولوجي و المتمثل في ضعف و محدودية الموارد المالية خاصة بالنسبة للأنشطة التي تتطلب مستويات عالية من المخاطر وعدم اليقين، حيث ضعف المخصصات المالية لا يسمح بالقيام ببحوث متقدمة بغية تحقيق إبداعات تكنولوجية، إضافة إلى ذلك عادة ما تكون هذه الإبداعات ذات مردودية غير كافية، خاصة إذا تمت الإبداعات على مستوى الهيئات اللطية (الجامعات) حيث لا يجد من يجسدها في الواقع الاقتصادي كما يعتبر نقص المعلومات عن مستوى المخاطر الاقتصادية و المالية التي يمثلها إدخال إبداع تكنولوجي جديد إلى السوق من العوائق التي تقف في وجه الإبداع التكنولوجي، بالإضافة إلى التكاليف الخاصة باستعمال التجهيزات في الإنتاج أو البحث ، كما أن هناك عوائق في هيكل السوق و حواجز الدخول.

على المستوى الاجتماعي: تتمثل أهم العوائق التي تحد أو تقف وجه الإبداع التكنولوجي على المستوى الاجتماعي هو الاتصال السيئ بين أقطاب المؤسسة (الإدارة، المساهمين، العمال، النقابات)، بحيث لا تتضافر جهودهم في اتجاه واحد مساعد على الإبداع التكنولوجي بالإضافة إلى مدى تقبل المستخدمين لفكرة جديدة في الإنتاج، لأنهم يرون فيها تهديد لمناصبهم أو تخفيض في الأجور، لذلك يجب توعيتهم بضرورة الإبداع التكنولوجي لضمان مستقبل المؤسسة ولهم أيضا.

ويمثل مستوى الاستعداد لدى إدارات المؤسسة للقيام بهذه المهمة و احتضانها عامل حاسم لنجاح الإبداع التكنولوجي في المؤسسة، وترجم مخاوف المستخدمين بصفة عامة في نوعية عقود العمل التي تطلقها المؤسسات الاقتصادية و التي لا تضمن مستقبلهم في حالة وقوع أزمات للمؤسسة أو في حالة تحقيقها الأرباح الكثيرة، ويمثل إصلاح هذه العقود أحد أهم الحوافز التي تشجع المستخدمين والإدارات خاصة على القيام بالابتكار و القيام بعملية البحث من أجل الإبداع التكنولوجي.

على المستوى الفني: يمثل القيام بالإبداع التكنولوجي كبيرة تنطوي على عدة مخاطر خاصة على المستوى التقني و هذا باقتناء تكنولوجيات و تجهيزات متطورة بتكاليف عالية وعدم وجود يد عاملة تقنية نظرا لعدم وجود بنية تحتية للبحث العلمي و التكنولوجي مختصة في تكوين الموظفين والإدارات، كذلك نقص التكوين على مستوى الشركات، عدم وجود الخبرة الكافية و عدم وجود فرص تكنولوجية على مستوى الشركات نظرا لضعف في البيئة الخارجية.

المبحث الثالث: قياس وأهمية الإبداع التكنولوجي

يعد الإبداع التكنولوجي من العوامل المهمة والرئيسية لضمان المؤسسات النجاح الطويل، لذا سنتطرق في هذا المبحث إلى قياس وتأثير وظيفة البحث والتطوير على الإبداع التكنولوجي وأهميته.

المطلب الأول: قياس الإبداع التكنولوجي

عادة ما تستعمل ثلاثة أنواع من القياسات الكمية للإبداع التكنولوجي:

- 1 - نفقات البحث والتطوير: تستعمل بشكل واسع قيمة البحث والتطوير كمقياس للاستثمارات في الإبداع، ففي الولايات المتحدة الأمريكية تجبر المؤسسات التي لها ميزانياتها معتبرة في البحث والتطوير على إظهار هذه القيمة في الميزانيات السنوية، بحيث تتوفر على فترات طويلة وألف المؤسسات على معطيات مهمة تبين مدى اهتمام المؤسسات بالإبداع والإنفاق عليه وهل هو من الأولويات الإستراتيجية أم لا، وعند إنفاق المؤسسات مبالغ كبيرة في البحث والتطوير بصورة غير منتظرة فسوف يؤدي ذلك إلى زيادة أسعار أسهمها في البورصة.¹ أما في دول أخرى، فإن إظهار هذه القيم في الميزانية السنوية ليس إجباري، وهذا ما يسمح لبعض المؤسسات بإخفاء نفقات مهمة للبحث والتطوير على منافسيها ونفس الشيء بالنسبة لبعض المؤسسات التي لا تنفق في مجال البحث والتطوير فتخفي ذلك عن نظر المستثمرين.

ويشير 1990Guett W hell إلى أن القطاع الصناعي بكندا لم يخصص سوى 0.99% من الناتج القومي الصافي للبحث والتطوير بينما تخصص الولايات المتحدة الأمريكية 1.96% واليابان 2.01% والانتقاد الوحيد لمنهجية هذا المقياس كونه قياس خارجي للإبداع، وليس تعداد أو قيمة للإبداعات الحقيقية الناتجة ويلاحظ أن معظم البحوث والتطوير تقوم بها المؤسسات خاصة المؤسسات الكبيرة (تعداد مستخدميها أكثر من 1000 عاملاً) والتي تستحوذ على 80% من البحوث، وعند مقارنة إنفاق المؤسسات على البحث والتطوير نجد مفاجآت كبيرة، فشركة جنرال موتورز وفورد تنفقا معا أكثر مما تنفق فرنسا، ومن بين المؤسسات العشر الأولى في العالم التي تنفق على البحث والتطوير نجد أربع شركات أمريكية وثلاث يابانية واثنان ألمانيتين، أما القطاعات الأكثر استثماراً في البحث والتطوير فهي قطاع الطيران، الفضاء، الكمبيوتر، الصيدلة، الاتصالات والسيارات.

- 2 - عدد براءات الاختراع: تعتبر قاعدة المعلومات المتعلقة بعدد طلبات براءات الاختراع وعددها الممنوح مصدر مهم جداً للمعلومات عن الإبداع التكنولوجي، ويمكن أن يمثل عدد براءات الاختراع مؤشر جيد له باعتباره منتج البحث والتطوير.

يمكن لمعلومات براءات الاختراع أن تعطي معلومات مضملة في الجانب الاقتصادي، فأولا الإبداع التكنولوجي يخص تطبيق الأفكار والتكنولوجيات الجديدة بهدف تحسين الحياة البشرية وليس فقط إنتاج الأفكار،

¹ - محمد الطيب دويس، براءة الاختراع مؤشر لقياس تنافسية المؤسسات والدول، مذكرة ماجستير غير منشورة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، ورقلة، 2005، ص46.

فعدد كبير من براءات الاختراع لا تعني بالضرورة مستوى عال من الإبداع التكنولوجي، وثانيا المؤسسات التي تمتلك تكنولوجيا جديدة، وتخشى من منافسيها تقوم بتطبيق ما يسمى بتشيوش براءات الاختراع.

3 - تعدد الإبداعات التكنولوجية : تعدد الإبداعات التكنولوجية عبارة عن قائمة الإبداعات المتأتية من مختلف المؤسسات التي تكون مستخلصة من تحقيق شامل، حيث يجب أن تمثل أحسن مصادر المعلومات لأنها تقيس بوضوح الإنتاج، ويستطيع القائمون على التحقيق وضع قواعد إعداد مجمل المعطيات و يستهدفون المؤسسات، الصناعات و الدول.

لقد كانت عملية التعداد ذات طابع رسمي و موحد عام 1992 في الطبعة الأولى ل Manuel D' oslo حيث أن عملية التعداد خصت الحصول على البيانات التالية:

عملية القيام بالتعداد هي مباشرة من الشركات في أكثر من بلد حيث تغطي أكثر من 3 سنوات.
خصت استحداث منتجات أو عمليات جديدة النسبة المئوية من المبيعات من المنتجات الجديدة في السوق.
الإنفاق عل شراء براءات الاختراع أو تراخيص الاستغلال أو تصميم المنتجات.
مصادر المعارف، دوافع الإبداع التكنولوجي، العوائق، و الشراكة في البحث.

المطلب الثاني: تأثير وظيفة البحث و التطوير على الإبداع التكنولوجي

1 - حماية الإبداع التكنولوجي: يمكن استخدام أربع وسائل أساسية لحماية الإبداع هي:¹

- المنظمة العالمية للملكية الفكرية

- براءة الاختراع

- العلامات التجارية

- الرسوم و النماذج الصناعية

2 - نشاط البحث و التطوير: هو نشاط مقترن بالإبداع و الإضافة للمعرفة و تحويل النتائج التي يتم التوصل لها من خلال إتباع أساليب البحث العلمي إلى سلع و خدمات نافعة للمستهلكين و تطوير المنتجات و العمليات بالشكل الذي يحقق الميزة التنافسية لهذه المنظمات و امتلاكها للتقنيات المتقدمة و الإبداع فيها و يتضمن متغيرات فرعية كالآتي:

نشاط البحث و التطوير	الإبداع التكنولوجي
- تخصيصات البحث و التطوير	- تقديم منتج جديد

¹ - حافظ شيماء، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق التميز التنافسي للمؤسسة الاقتصادية، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، جامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم-، 2012، ص 22- 23

- تحسين منتج حالي أو قديم - تصميم عملية جديدة - تحسين عملية قائمة	علاقة ارتباط و تأثير	- عدد العاملين و مؤهلاتهم - أهداف البحث و التطوير - دعم الإدارة العليا - البحوث الأساسية و التطبيقية - توفر المعلومات و قنوات الاتصال - العلاقة مع الجهات الأكاديمية
---	-----------------------------	---

3 - سياسات المؤسسة في مجال البحث و التطوير:

1 - الحوافز: عادة ما تقوم المؤسسات بتشجيع الأفراد على بذل مجهودات أكبر في مجال البحث و التطوير و الإبداع التكنولوجي، من خلال تحفيزهم و تقديم علاوات مختلفة بهدف تحسين الأداء.

ويمكن حصر الحوافز في مختلف الهدايا و الجوائز التي تمنح للمخترعين و المبدعين بعد إثبات فعالية أعمالهم، و ذلك بمراعاة الاحتياجات الشخصية و العائلية للأفراد مثل السكن، السيارات، التجهيزات، الترقية في الوظيفة، هذا من جهة، و من جهة أخرى ربط الحوافز بالقيمة التقديرية لأعمالهم و مدى إنتفاع المؤسسة من الاختراعات و الإبداعات المحققة.

2 - الارتباطات: و نقصد بها جملة العلاقات التي تنشئها المؤسسة مع المؤسسات الاقتصادية الأخرى، وكذا المؤسسات العلمية، و مراكز البحث التطبيقي، و من الأسباب التي تجعل المؤسسة تلجأ إلى القيام بمثل هذه الارتباطات نذكر مايلي:

- سد الاحتياجات و الفراغات الناتجة عن نقص قدرات و إمكانيات المؤسسة و جعلها أكثر فعالية.
- الحاجة إلى التعاون مع الأطراف الأخرى، مؤسسات علمية، مراكز البحث، قطاعات للتغلب على الصعاب و إزالة العقبات من خلال التعرف على الناس و الخبراء في الملتقيات مثلا، و تقوية علاقات العمل، وتبادل الخبرات...الخ.
- الاستفادة من المعلومات في كل ما يتعلق بالنصح و الرشد، المعلومات التقنية، المعارف الجديدة و الدقيقة، الاقتراحات، التوجيهات حول كيفية تحسين التسيير و الأداء.
- ضمان نوع من الأفكار، المعارف و الحلول.
- إبرام اتفاقيات تعاقدية لفترات زمنية محددة.

المطلب الثالث: أهمية الإبداع التكنولوجي

- يعد الإبداع التكنولوجي من العوامل المهمة و الرئيسية لضمان المؤسسات النجاح الطويل، لذا سنبرز أهمية الإبداع التكنولوجي:
- تحسين الخدمات الموجهة للمستهلكين من خلال تقديم منتجات جديدة ذات جودة عالية وبأسعار تنافسية.¹
- الإبداع التكنولوجي يرمي إلى دعم القدرة الفنية للمؤسسة بصورة مستمرة وبالتالي ضمان وضعها الحالي.²
- تنمية رأس المال البشري من خلال تأهيله وتدريبه على المعارف التكنولوجية و القيام بعملية البحث و التطوير.
- تبرز أهمية الإبداع التكنولوجي من خلال خفض التكاليف وزيادة أرباح المؤسسة عن طريق تصريف منتجاتها الجديدة.
- يسمح الإبداع التكنولوجي للمؤسسات استهداف أسواق جديدة من خلال إطلاق منتجات جديدة.
- تحسين صورة المؤسسات من خلال تنوع و جودة منتجاتها والأساليب المستعملة في ذلك.³

¹ - سلوى مهدي عبد الجبار، تأثير البحث و التطوير في الإبداع التقني، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الدولي الأولي حول أهمية الشفافية و نجاعة الأداء للإندماج الفعلي في الإقتصاد العالمي، الجزائر، 31 ماي، 2 جوان، 2003، ص8.

² - رحيم حسين، المؤسسة الإقتصادية و تحديات المحيط التكنولوجي، الملتقى الدولي الوطني الأول حول المؤسسة الإقتصادية الجزائرية و تحديات المناخ الإقتصادي الجديد، الأغواط، 22-23 أفريل 2003، ص8.

خلاصة:

مما سبق تأكد لنا أن الإبداع التكنولوجي يعد شرط أساسي لمواكبة التغيرات العلمية التكنولوجية التي يشهدها العالم اليوم، وعامل حاسم في قدرة منشآت الأعمال على البقاء إذ أن تحسين المنتجات التي تقدمها للسوق أو إطلاق منتجات جديدة كذلك تطوير عمليات جديدة أصبح إستراتيجية تتبناها هذه المنشآت و تسعى في استثمارها والاستفادة من مردداتها.

لذا أصبح لزاما على المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ممارسة الإبداع التكنولوجي بشكل علمي و منظم يتوافق مع أهدافها و إستراتيجيتها عن طريق زيادة الاهتمام بأنشطة البحث و التطوير التي تعتبر المصدر الرئيسي للإبداع التكنولوجي.



الفصل الثاني

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

تمهيد :

تعد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من المفاهيم للإدارية الحديثة، والتي ظهرت نتيجة تزايد الضغوط على المؤسسات، حيث أن دورها لا يقتصر فقط على خدمة مصالحها الذاتية وتحقيق الأرباح، بل يتعدى ذلك ويجب عليها إضافة إلى تحقيق مصالحها الذاتية أن تعمل على تحقيق مصالح المجتمع الذي تعمل به، فالمؤسسات اليوم أصبحت مطالبة بالتوفيق بين أهدافها الاقتصادية والمتطلبات الاجتماعية كشرط لتحقيق نموها وضمان بقاءها.

وسنحاول من خلال هذا الفصل التطرق إلى مختلف مفاهيم وأسباب بروزها، وفي الأخير نتطرق إلى فوائد وأهمية المسؤولية الاجتماعية.

وسيتم التعرض إلى ما سبق من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: أساسيات حول المسؤولية الاجتماعية

المبحث الثاني: أطراف ومبادئ المسؤولية الاجتماعية

المبحث الثالث: العلاقة بين الإبداع التكنولوجي والمسؤولية الاجتماعية

المبحث الأول: أساسيات حول المسؤولية الاجتماعية

يكون من الصعب في كثير من الأحيان الاتفاق على تحديد مفهوم معين يفي بإعطاء مضمون شامل وجامع ومتعمق لظاهرة ما، وخاصة ما تعلق الأمر بالمسؤولية الاجتماعية، وقد تعددت المصطلحات المتعلقة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية وقد اقترح العديد من الكتاب وعلماء الاقتصاد بعض التعارف كالتالي:

المطلب الأول: تعريف المسؤولية الاجتماعية

1 - تعريف المسؤولية الاجتماعية

المسؤولية الاجتماعية عقد بين المنظمة والمجتمع تلزم بموجبه المنظمة بإرضاء المجتمع وتحقيق ما يتفق مع الصالح العام.¹

يعرف Drucker المسؤولية الاجتماعية بأنها التزام المنشأة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه أي أنها ما يجب على المؤسسة القيام به من أجل حل ومعالجة المشاكل الاجتماعية.²

عرفها البنك الدولي على أنها التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المدني والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة والتنمية في أن واحد.³

كما عرفت الغرفة التجارية العالمية المسؤولية الاجتماعية على أنها جميع المحاولات التي تساهم في تطوع الشركات لتحقيق تنمية بسبب اعتبارات أخلاقية واجتماعية. وبالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تعتمد على المبادرات الحسنة من الشركات دون وجود إجراءات ملزمة قانونيا. ولذلك فإن المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال الإقناع والتعليم.⁴

¹ - طاهر محسن منصور الغالي، صالح مهدي، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر، عمان، الطبعة الثانية، 2008، ص48.

² - نثمرياسر البكري، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر، عمان، الطبعة الأولى، 2001، ص23.

³ - حسين الأسرج، المسؤولية الاجتماعية للشركات، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، العدد 90 فبراير، 2010، ص3.

⁴ - أعمار عزوي وسايح بوزيد، دور المسؤولية الاجتماعية والبيئية للمؤسسة الاقتصادية في إرساء الثقافة البيئية، الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، 22-23 نوفمبر 2011، ص406.

كما عرفها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة بأنها الالتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل.¹

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 الأوروبي على فكرة أن المسؤولية الاجتماعية مفهوم تطوعي لا يستلزم سن القوانين أو وضع قواعد محددة تلتزم بها الشركات للقيام بمسؤوليتها تجاه المجتمع.²

من التعاريف السابقة يمكننا القول بأن المسؤولية الاجتماعية هي التزام الشركة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية والسلوك الأخلاقي، الذي يرتبط بقضايا التلوث البيئي والبطالة والتضخم ومحاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية، وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها، وتنشأ المسؤولية الاجتماعية في هذا الجانب من قيام منظمات الأعمال بتنفيذ واجباتها تجاه المجتمع.

2-مجالات المسؤولية الاجتماعية

تغطي المسؤولية الاجتماعية أطرافاً مختلفة في المنظمة، يمكن توضيحها في الجدول الموالي:

¹ صالح السحبياني، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية: حالة تطبيقية على العربية السعودية، المؤتمر الدولي حول القطاع الخاص في التنمية: تقييم واستشراف، بيروت، 23-25 مارس 2009، ص 4.

² عبد الرزاق مولاي لخضر وحسين شنيبي، أثر تبني المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للشركات، الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، 22-23 نوفمبر 2011، ص 453.

الجدول رقم (II - 3): مجالات المسؤولية الاجتماعية

العنصر	بعض ما يجب أن تدركه الإدارة من دور اجتماعي تجاهه
المالكون	حماية أصول المنظمة، تحقيق أكبر ربح ممكن، رسم صورة جيدة للمنظمة، تعظيم قيمة السهم والمنظمة ككل، زيادة حجم المبيعات.
العاملون	عدالة وظيفية، رعاية صحية، رواتب وأجور مدفوعة، إجازات مدفوعة، فرص تقدم وترقية، تدريب مستمر، إسكان للعاملين ونقلهم، ظروف عمل مناسبة.
الزبائن	أسعار مناسبة، الإعلان الصادق، منتجات آمنة وبנוعية جيدة، إرشادات بشأن استخدام المنتج ثم التخلص منه أو من بقياه.
المنافسون	معلومات صادقة، عدم سحب العاملين من الآخرين بوسائل غير نزيهة، منافسة نزيهة.
المجهزون	أسعار عادلة، الاستمرارية في التجهيز، تسديد الالتزامات المالية والصدق في التعامل.
المجتمع	خلق فرص عمل، احترام العادات والتقاليد، توظيف المعوقين، دعم الأنشطة الاجتماعية، دعم البنية التحتية، الصدق في التعامل، المساهمة في حالة الكوارث.
البيئة	التشجير وقيادة الساحات الخضراء، المنتجات غير الضارة، الحد من تلوث الماء والهواء و التربة، الاستخدام الأمثل للموارد وخصوصا غير المتجددة منها.
الحكومة	الالتزام بالقوانين، إعادة التأهيل والتدريب، تكافؤ الفرص بالتوظيف، حل المشكلات الاجتماعية، تسديد الالتزامات الضريبية.
العنصر	بعض ما يجب أن تدركه الإدارة من دور اجتماعي تجاهه
جماعات الضغط	التعامل الصادق مع الصحافة، احترام أنشطة جماعات حماية البيئة، التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك، احترام دور النقابات العمالية والتعامل الجيد معها.

المصدر: محمد الصيرفي، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، مصر، 2007 ص: 70 – 71.

المطلب الثاني: أسباب بروز وتنامي مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة وأنماطها

أولاً: أسباب بروز وتنامي مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

قد أشارت العديد من الدراسات إلى بروز وتنامي مفهوم المسؤولية الاجتماعية جاء نتيجة العديد من التحديات كان من أهمها:¹

- ✓ **العولمة:** تعد من أهم القوى الدافعة لتبني المنظمات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث أضحت العديد من الشركات متعددة الجنسية MULTINATIONAL COMPANIES ترفع شعار المسؤولية الاجتماعية، وأصبحت تركز في حملاتها الترويجية على أنها تهتم بحقوق الإنسان، وأنها تلتزم بتوفير ظروف عمل

¹ - أحمد الكردي، المسؤولية الاجتماعية للشركات، التحديات والأفاق من أجل التنمية، مجلة العلوم الاقتصادية، ص 15.

- أمنة للعاملين، وبأنها لا تسمح بتشغيل الأطفال كما أنها تهتم بقضايا البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية.
- ✓ تزايد الضغوط الحكومية و الشعبية: من خلال التشريعات التي تنادي بضرورة حماية المستهلك و العاملين والبيئة، الأمر الذي قد يكلف المنظمة أموالا طائلة إذا ما رغبت في الالتزام بتلك التشريعات، و بخلاف ذلك قد تتعرض للمقاطعة والخروج من السوق بشكل عام.
- ✓ الكوارث و الفضائح الأخلاقي: حيث تعرضت الكثير من المنظمات العالمية لقضايا أخلاقية، مما جعلها تتكبد أموالا طائلة كتعويضات للضحايا أو خسائر نتيجة المنتجات المعيبة، كما حدث في كارثة التلوث النفطي للمياه في ساحل ألأسكا والتي تسببت فيها شركة ESCON VALDEZ النفطية، أو كما حدث في فضيحة الرشوة في شركتي IBM et banco nacion في الأرجنتين.
- ✓ التطورات التكنولوجية المتسارعة: والتي صاحبها تحديات عديدة أمام منظمات الأعمال فرضت عليها ضرورة الالتزام بتطوير المنتجات، وتطوير مهارات العاملين، وضرورة الاهتمام بالتغيرات في أذواق المستهلكين وتنمية مهارات متخذي القرار خاصة في ظل التحول من الاقتصاد الصناعي إلى اقتصاد قائم على المعلومات والمعرفة وزيادة الاهتمام برأس المال البشري بدرجة أكبر من ارس المال المادي.¹

ثانيا: أنماط المسؤولية الاجتماعية:

تستند المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على المناهج متعددة، يمكن أن نجملها في المناهج التالية:

أ - المنهج الأول: يقوم هذا المنهج على أساس بلورة توجهات الأساسية للمسؤولية الاجتماعية، في شكل ثلاثة أنماط والمتمثلة في النمط التقليدي للمسؤولية الاجتماعية؛ والتي تقوم على مبادئ الاقتصاد الحر والقوى المتحركة فيه، وبالتالي فإن التزامات الأخرى الإضافية ترجع إلى تقدير المنظمة، بما لا يؤثر على أهدافها الاقتصادية والمتمثلة في تحقيق الأرباح، أما النمط الثاني والمتمثل في النمط الاجتماعي للمسؤولية الاجتماعية؛ والذي ظهر على أساس الاستناد إلى النقد الموجه إلى النمط الاقتصادي، من خلال أن عمل المنظمة يفترض أن يتسع ليشمل مجمل الأهداف الاجتماعية بالإضافة إلى الأهداف الاقتصادية، وأن تنتقل مسؤولية الرقابة على أعمال المجتمع من مسؤولية الخاصة إلى المسؤولية العامة، أما النمط الثالث وهو نمط الكلفة الاجتماعية؛ ويعتبر نمط أكثر تطورا لطبيعة العقد الاجتماعي والذي أضاف أعباء ومسؤوليات جديدة مفروضة على المنظمات، وبالتالي ما تتحمله هذه الأخيرة من مسؤولية اجتماعية تحسب كغيرها من التكاليف في ظل بدائل متعددة للقرار .

ب- المنهج الثاني: يركز هذا النموذج على أن المسؤولية الاجتماعية تتلخص في بعدين أو نمطين أساسيين هما: نمط الكلاسيكي التقليدي هذا النمط لا يبتعد كثيرا عن النمط الاقتصادي المشار إليه سابقا، والذي يهدف إلى تعظيم الربح، ويعتبر أن العمل سلعة تباع وتشتري في ضوء العرض والطلب، أما النمط الثاني والمعروف بالنمط الإداري فحاول تقليص الفجوة بين المنفعة الذاتية للمنظمة والمنفعة العامة للمجتمع من خلال العلاقة مع المستهلكين والتي تقوم على أساس الموازنة في المصالح بنفس العلاقة مع مجهزي المواد

¹ - <http://www.sumsa.net/articles.php?action:show1957> . 12.2011، 17.

الأولى للمنظمة، أما النمط الثالث والذي يعرف بالنمط البيئي الذي جاء كرد فعل للتطور الذي عرفته المنظمات وتغير بيئة عملها ما فرض على هذه الأخيرة توسيع مسؤوليتها الاجتماعية لتشمل فئات وأطراف متعددة، خاصة المحافظة على البيئة وتحقيق نوعية حياة أفضل للعاملين و المجتمع ككل.

ج- المنهج الثالث: يعود الفضل في اكتشاف هذا المنهج إلى الباحث

رئيسية ممثلة في: المسؤولية الاقتصادية، المسؤولية القانونية، المسؤولية الأخلاقية ، المسؤولية الخيرة.

المسؤولية الاقتصادية: تستند هذه المسؤولية إلى مبادئ المنافسة والتطور التكنولوجي، والتي تشمل على مجموعة كبيرة من عناصر المسؤولية الاجتماعية، حيث يجب على المنظمات أن تقوم بإنتاج السلع والخدمات بغرض تحقيق العوائد والأرباح لكن دون إلحاق الضرر بالمجتمع والبيئة.

المسؤولية القانونية: والتي تقوم على ضرورة حماية المؤسسات للتشريعات والقوانين المتعلقة بحماية البيئة، السلامة المهنية، العدالة الاجتماعية وقوانين حماية المستهلك، وكذا منع الإضرار بالبيئة من خلال الاستخدام التعسفي لها...الخ.

المسؤولية الأخلاقية: أن تلتزم المؤسسة بالمبادئ والمعايير الأخلاقية، الجوانب السلوكية والمعتقدات والأعراف التي تسود المجتمع الذي تعمل فيه، حتى وإن لم يتم تقنين هذه السلوكيات في قوانين خاصة يجب احترامها. المسؤولية الخيرة: تركز هذه المسؤولية على خيار أن المؤسسة لها حق الخيار في تبني بعض أنشطة الاجتماعية والبيئية بشكل إنساني وغير ملزم في شكل برامج تكون لصالح المجتمع ككل، أو لبعض الفئات الخاصة فيه، وعادة لا تنتظر من ورائها أي عائد.

المطلب الثالث: أبعاد المسؤولية الاجتماعية

إن شمولية محتوى المسؤولية الاجتماعية جعلت الباحث كارول يشير إليها بأربعة أبعاد كما هي موضحة في الشكل.¹

فالبعد الاقتصادي Economique يستند إلى مبادئ المنافسة والتطور التكنولوجي حيث يشتمل على مجموعة كبيرة من عناصر المسؤولية الاجتماعية يجب أن تأخذ في إطار احترام قواعد المنافسة العادلة والحرية والاستفادة التامة من التطور التكنولوجي وبما لا يلحق ضررا في المجتمع والبيئة.

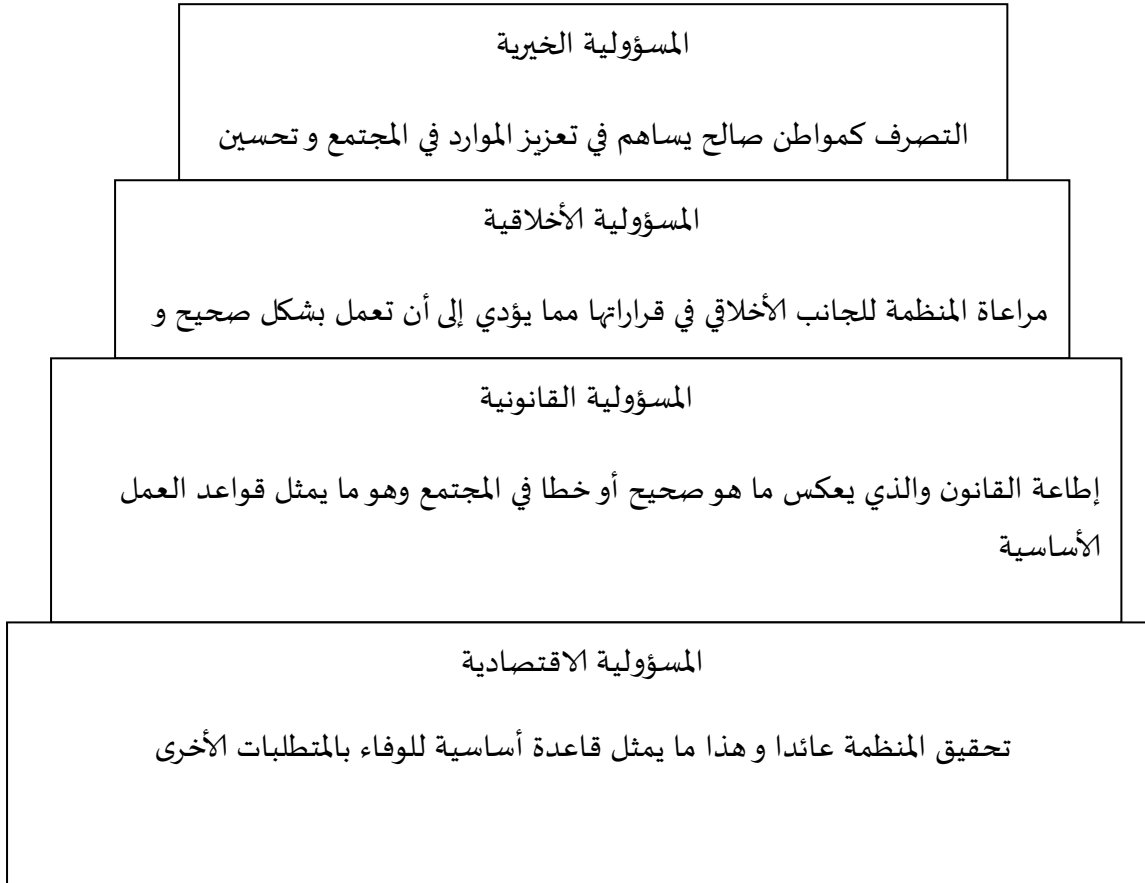
أما البعد القانوني Juridique يمثل التزام بقوانين وأنظمة وتعليمات يجب أن لا تخرقها منظمات الأعمال وان تحترمها عادة ما تحدها الدولة، وفي حالة عكس ذلك فأنها تقع في إشكالية قانونية.

في حين البعد الأخلاقي Ethique يفترض في إدارة منظمات الأعمال أن تستوعب الجوانب القيمة والأخلاقية والسلوكية والمعتقدات في المجتمعات التي تعمل فيها، وفي حقيقة الأمر فإن هذه الجوانب لم تؤثر بعد بقوانين ملزمة لكن احترامها يعتبر أمرا ضروريا لزيادة سمعة المنظمة في المجتمع وقبولها فعلى المنظمة أن تكون ملتزمة بعمل ما هو صحيح وعادل ونزيه.

¹ - طاهر محسن منصور الغالي، الإدارة الإستراتيجية، دار وائل للنشر، عمان، الطبعة الثانية، 2009، ص 524.

وعلى قمة الهرم يوجد البعد الخيري Philanthropique ويرتبط بمبدأ تطوير نوعية الحياة بشكل عام وما يتفرع عن ذلك من عناصر ترتبط بالذوق العام ونوعية ما يتمتع به الفرد من غذاء وملابس ونقل وغيرها من جوانب أخرى.

الشكل رقم (II-3): هرم المسؤولية الاجتماعية ل carrol



المصدر: طاهر محسن الغالي، مرجع سابق، ص:83.

لقد وظفت هذه الأبعاد بشكل هرمي متسلسل لتوضيح طبيعة الترابط بين هذه العناصر من جانب ومن جانب آخر فإن استناد أي بعد على بعد آخر يمثل حالة واقعية، واستناد إلى ذلك تكون مسؤولية الشركة الاجتماعية الشاملة هي حاصل مجموع العناصر الأربعة، والتي أوردتها CARROLL بشكل معادلة كما يوضحها الشكل الموالي:

الشكل رقم (II-4): المسؤولية الاجتماعية الشاملة



المصدر: فؤاد محمد حسين الحمدي، مدى إدراك المديرين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والأنشطة المترتبة عليها، المؤتمر الأول للمسؤولية الاجتماعية للشركات، مركز دراسات وبحوث السوق والمستهلك، صنعاء، 30/29 أكتوبر، 2008، ص7

المبحث الثاني : أطراف ومبادئ المسؤولية الاجتماعية

رأينا فيما سبق مفهوم المسؤولية الاجتماعية ، في هذا المبحث سنتطرق أولاً إلى الأطراف ذات العلاقة بالمسؤولية الاجتماعية، ثم إلى مبادئها، وفي الأخير إلى استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية.

المطلب الأول: الأطراف ذات العلاقة بالمسؤولية الاجتماعية

تضم المسؤولية الاجتماعية أطرافاً عديدة جميعها ذات علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالمفهوم وتطبيقاته، غير أن لكل من هذه الأطراف دوره وخصائصه وتأثيراته كما يراها هو وكما يراها الآخرون من الأطراف وفيما استعراض لهؤلاء الأطراف:¹

الشركات: تعد الشركات جزءاً مهماً من عالم اليوم وهي بثقافتها وبنيتها وإحجامها لا شك أنها ذات أثر على منهج المسؤولية الاجتماعية المناط بها.

وخاصة مع تزايد الاهتمام بهذه المسؤولية عالمياً واعتبارها ميزة تنافسية، وكما استعرض هذا المبحث سابقاً أن هناك إطاراً نظرياً كأساس للمسؤولية الاجتماعية إلا أن حدود هذه المسؤولية لم تكن واضحة، وظل التباين حول مدى مبادرات وممارسة الشركات لمسؤوليتها الاجتماعية غير أن ذلك لم يمنع هذه الشركات من القيام بمسؤوليتها الاجتماعية، انطلاقاً من إدراكها أو بعضها أن ذلك يحقق لها بعض المميزات التي أوردتها كما يلي:

تحسين السمعة لدى أصحاب المصالح (

استقطاب العاملين المتميزين

تحسين الموقع في الأسواق

تعزيز كفاءة العمليات

تخفيض التكلفة

¹ - عايد عبد الله العصيمي، المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة العربية، 2015 ص22.

ومهما كانت الدوافع لدى الشركات فأنها انخرطت في المسؤولية الاجتماعية وسعت إلى وضع الإرشادات و السياسات لها، كما تعمل على التأثير في توجهات الحكومة و المنظمات الدولية نحو المفهوم utting.2005 ويبقى التحدي الأكبر أمام الشركات هو إيجاد مدراء قادرين على تغيير ما يملكونه من مفاهيم تعلموها في كليات الأعمال إلى اهتمامات أخرى ذات طابع اجتماعي، وهذا التحدي يبدو من وجهة نظر الشركات كبيرا من منطلق أن المشاكل الاجتماعية صعبة التحديد والتوقعات بان المجتمع في تطوير مستمر.

وفي المقابل هناك النظرة غير تفاؤلية تجاه الشركات ومدى التزامها بمسؤوليتها الاجتماعية، هذه النظرة وكما يصفه Bakan.2005 ترى أن الشركات تنحوا إلى عدم المسؤولية، وبأنها احتكارية، وليس لديها النزعة للتفاعل اجتماعيا، وتعتمد على المال للسيطرة على الحريات والديمقراطية، كما أنها تعتمد على مقاييس كمية لقياس النتائج بغض النظر عن الأبعاد الأخرى التي قد تشملها هذه النتائج وتؤثر فيها سلبيا كالبعد الإنساني والبيئي وبين هذه النظرة وسابقتها تبقى الشركات لاعب إلى رئيسيا في منظومة علاقات المسؤولية الاجتماعية والتي تربطها بالأطراف الآخرين اللذين سنستكمل التطرق إليهم.

لمنظمات غير الحكومية: نهجت المنظمات غير الحكومية دور المراقب والمتابع لممارسة الشركات لمسؤوليتها الاجتماعية، بينما حاولت الشركات الاستجابة للأطراف اللذين يرغبون التعاون معها وتجاهلت الآخرين، في المقابل سعت المنظمات غير الحكومية إلى التأكيد أنها تمثل عناصر من المجتمع متفاوض نيابة عنهم garvey et newell 2005 ومن هنا يمكن اعتبار هذه المنظمات بمنزلة الصانع للأرضية المناسبة للمسؤولية الاجتماعية للشركات، بينما يعول على السلوك التنافسي لوضع السقف لها.

المجتمعات: إن عملية التأثير بين الشركات والمجتمعات التي تعمل في حدودها هي عملية تبادلية، فالشركات تؤثر على المجتمعات بحجمها الاقتصادي وسياساتها في التوظيف وثقافتها المتنوعة وقيمها كما أن المجتمعات تؤثر على الشركات في قراراتها العملية وثقافتها الداخلية والمجتمعات أيضا تؤثر وتتأثر بالحكومات وكذلك بالمنظمات غير الحكومية وحجم واتجاه هذه التأثير تحكمه عوامل مثل المعرفة، والخبرة، وفيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية فان الصراع بين الحكومات والشركات والمنظمات غير الحكومية هو مناجل قضايا المجتمعات وعلى ارض هذه المجتمعات frynas 2005 ، لذلك يكون التحدي أمام المجتمع أي مجتمع كان عند الرغبة في اتخاذ قرار حيال خطة للتنمية من قبل شركة ما، هو من يقود التفاوض وكيف يمكن تمثيل جميع فئات المجتمع ووجهات نظره وكيف يمكن تعزيز وحدة الكلمة وفي هذا الصدد يمكن أن تقدم المنظمات غير الحكومية المساعدة لتزويد المجتمع بالمهارات اللازمة للتفاوض وإدارة الأزمات لإيصال الصوت وتوجيه أجندة الشركات لمسؤوليتها الاجتماعية نحو القضايا ذات الأولوية للمجتمع.

الحكومات: إن علاقة الحكومات بالمسؤولية الاجتماعية تختلف من دولة إلى أخرى، ففي الدول النامية مثلا ذات التوجه نحو تحرير الاقتصاد عملت بعض حكومات هذه الدول على إعداد أنظمة ذات تأثير على تطبيقات المسؤولية الاجتماعية بينما اكتفى بعضها الآخر بالتلويح بفرض أنظمة في هذا الاتجاه، كما

استعانت هذه الدول بما قدمته المنظمات الدولية نحو تفعيل هذه المسؤولية، إلا أن هذه الدول أي النامية ظلت محدودة التأثير في تحركها هذا، وذلك بسبب¹:

أولاً: حاجة هذه الدول لجذب الاستثمار الأجنبي لتوفير فرص عمل وتحسين دخلها، في موقع ضعيف مع الشركات صاحبة هذا الاستثمار، ويضاف إلى ذلك اعتماد هذه الدول على الدين من المنظمات الدولية مثل البنك الدولي، يجعلها ذلك تستجيب لشروط هذه المنظمات للقبول بفتح وتسهيل الاستثمارات الأجنبية.

ثانياً: محدودية الموارد في هذه الدول وضعف الإمكانيات يؤثر سلباً في تعاون حكوماتها مع الشركات في برامج التنمية.

ثالثاً: الافتقار للخبرة والمعرفة.

رابعاً: انتشار الفساد الإداري بشتى أشكاله garvey et newell 2005 أما في الدول المتقدمة فإنها تدرك أن النقص في الأنظمة هو أمر جاذب للاستثمار الأجنبي المباشر، لكن هذا في المقابل سيدفع الدول الأخرى التي تتنافس على جذب هذا الاستثمار، لكن هذا في المقابل سيدفع الدول الأخرى التي تتنافس على جذب هذا الاستثمار إلى خفض معاييرها، ليبدأ مع ذلك السباق إلى القاع، لكن ما يكبح جامع هذا السباق ويعزز موقف الدول المتقدمة هو قوة تأثير المنظمات غير الحكومية والمجتمع المدني التي تنشط لتشكيل ضغوط على الشركات للالتزام بالأنظمة والمعايير التي وضعتها المنظمات الدولية.

المطلب الثاني: مبادئ المسؤولية الاجتماعية ومداخلها

هذه المبادئ أو المداخل لا تنظم أو تفرض أو تقيس سلوكيات أو أعمال الشركات بل أنها تستند إلى المسألة العامة و الشفافية والمصلحة الذاتية للشركات:

أولاً: مبادئ المسؤولية الاجتماعية:

تستند المسؤولية الاجتماعية إلى مجموعة من المبادئ تنبثق من الميثاق العالمي للمسؤولية الاجتماعية وهو مبادرة دولية صدر سنة 1999، دعت بمقتضاها الأمم المتحدة الشركات للتحلي بروح المواطنة المؤسسية وزيادة مساهمتها في التصدي لتحديات العولمة والمشاركة الطوعية في التنمية المستدامة ويعتبر الميثاق المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنها هي كل ما تقوم به الشركات أياً كان حجمها أو مجال عملها طوعية من أجل تعظيم قيمتها المضافة للمجتمع ككل والمبادئ العشرة التي تقوم عليها الاتفاق العالمي هي:²

دعم حماية حقوق الإنسان المعلنة دولياً واحترامها

ضمان دعم ضلوع الشركات في أي انتهاكات لحقوق الإنسان

1- عايد عبد الله العصبي، المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة، مرجع سابق، ص 24.

2- مولاي لخضر عبد الرزاق وبوزيد سايج، دور الاقتصاد الإسلامي في تعزيز مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات، الملتقى الدولي حول الاقتصاد الإسلامي: الواقع ورهانات المستقبل معهد العلوم الاقتصادية، التجارية، علوم التسيير، المركز الجامعي، غرداية، 2011 ص 23 .

احترام حرية تكوين الجمعيات والاعتراف الفعلي بالحق في المساومة الجماعية
القضاء على كافة أشكال العمل القسري والجبري القضاء على عمالة الأطفال

ثانيا: مداخل المسؤولية الاجتماعية:

تتكون المسؤولية الاجتماعية من عناصر المترابطة ينمي كل منها الآخر ويدعمه ويتكامل معه وتمثل هذه العناصر في:¹

المشاركة: تعد المشاركة مفهوما ديمقراطيا يقوم على ضرورة مشاركة أفراد المجتمع المحلي في تحقيق التنمية الاجتماعية وتكون المشاركة مشاركة بالرأي والمقترحات والجهد والعمل أو مشاركة مادية عن طريق المشروعات والتبرعات أو المشاركة في عملية التخطيط والتنفيذ والتنسيق أو التقييم بهدف الوصول إلى مستوى معين من تنمية أفضل.

التعاون: هو أحد المظاهر الاجتماعية التي تهدف إلى التعاون في عمل أو مسؤولية مع جهة أخرى ما لتحقيق هدف مشترك قد يكون مباشرا أو غير مباشرا، والتعاون أما يكون اختياري كتعاون الأفراد في مساعدة المحتاجين أو أثناء الزلازل والكوارث الطبيعية أو إجباري حيث تكون صفة الإيجاب نتيجة العمل والظروف المحيطة به.

الاهتمام: الاهتمام هو أساس العلاقة الاجتماعية و الدوافع للغير للأفضل والعمل ايجابيا وهو أساس المسؤولية الاجتماعية الأخرى كالمشاركة والتعاون .

المطلب الثالث: استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية والغاية من تبنيها

أولا: إستراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية

يتمحور الأداء الاجتماعي للمؤسسة حول أربعة مواقف أو استراتيجيات تتمثل فيما يلي:²

أولا : إستراتيجية عدم تبني المسؤولية الاجتماعية أو إستراتيجية الممانعة: تمثل هذه الإستراتيجية نظرة تقليدية للدور الاجتماعي للمؤسسة الاقتصادية، حيث ترى إدارة المؤسسة أنها غير ملزمة وبالتالي غير مسؤولة عن ممارسة دور اجتماعي اتجاه أي طرف من أصحاب المصالح، كما ترى أن الغاية الوحيدة من وجودها هو تحقيق العوائد والأرباح من خلال ممارسات اقتصادية فاعلة وكفؤة وان القيام بهذا الدور الاقتصادي من ممارسات مفيدة اجتماعيا يمثل ناتج عرضي محتمل، لذلك فان الإدارة لا تنفق على الأنشطة الاجتماعية لكونها تمثل تكاليف لا يفترض أن تتحملها.

¹ -مولاي لخضر عبد الرزاق وبوزيد سايج، مرجق سبق ذكره، ص 24.

² -طاهر محسن منصور الغالي، إدارة وإستراتيجية، منظمات الأعمال المتوسطة و الصغيرة، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، ص 96 - 97

إن مجمل القرارات المتخذة يجب أن تكون اقتصادية فقط، لهذا ترفض القرارات التي لا تلي معطيات الأرباح والعوائد المالية حتى لو كانت جيدة من الناحية الاجتماعية.

ثانيا: الإستراتيجية الدفاعية: في إطار هذا النمط من التبنى للمسؤولية الاجتماعية فإن المؤسسة تحاول القيام بدور اجتماعي محدود جدا بما يتطابق مع المتطلبات القانونية المفروضة وبالقدر الذي يجعلها تحمي نفسها من الانتقادات الموجهة لها، لذا تركز على المرتبطة بمتطلبات المنافسة وحالات تغيير سلوك الزبائن لتحقيق أداء مالي عالي، كما يمكن أن تستجيب بالحد الأدنى للضغوط الناشئة من قبل جماعات الضغط وحماية البيئة وفق معايير قانونية معتمدة.

ثالثا: إستراتيجية التكيف: يكون نمط تبني المسؤولية الاجتماعية أفضل من الأنماط السابقة، فهنا تساهم المؤسسة بالأنشطة الاجتماعية من خلال الإنفاق على الجوانب المختلفة والمرتبطة بحس أخلاقي يتجاوز شروط الناحية القانونية، كما أن الملاحظ على إدارات المؤسسات التي تتبنى هذا النمط من الاستراتيجيات تكون في العادة تفي بالمتطلبات والمسؤوليات الاقتصادية والقانونية وبالتالي تراعي المسؤوليات الأخلاقية من خلال الاهتمام بالقيم والأعراف والسلوكيات المقبولة اجتماعيا ويركز عليها المجتمع الذي تعمل فيه.

رابعا: إستراتيجية المبادرة الطوعية: تشير هذه الإستراتيجية إلى أن المؤسسة التي تتبنى هذا النوع من الاستراتيجيات تأخذ زمام المبادرة في توفير المتطلبات الاجتماعية وتكون مصممة لتلبية كل من المسؤوليات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية، ويكون لديها الاستعداد للتعامل مع الاتهامات التي توجه إليها، وكذا إمكانية الاستجابة للضغوط الخارجية والتهديدات وكذا التشريعات الحكومية، انطلاقا من أن المؤسسات التي تستخدم هذا النوع من الاستراتيجيات تفترض مسؤولياتها تجاه الأعمال التي تقوم بها، كما أن الإدارات التي تتبع مثل هذا النوع من الاستراتيجيات ينبغي أن تتمتع بدرجة حرية كافية في مساندة الأعمال والمبادرات التي من شأنها أن تعزز سمعتها في السوق.

ويعرض الشكل الموالي استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية:

الشكل رقم (II-5): استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية:

إستراتيجية المبادرة

تتولى القيادة في المبادرات الاجتماعية

تبني المسؤوليات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والعقلانية

الالتزام بالحد الأدنى من المتطلبات الأخلاقية

تبني المسؤوليات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية

الإستراتيجية الدفاعية

الالتزام بالحد الأدنى من المتطلبات القانونية

تبني المسؤوليات الاقتصادية والقانونية

الإستراتيجية المعرّقة

محاربة المتطلبات الاجتماعية

تبني المسؤوليات الاقتصادية

المصدر: طاهر محسن منصور الغالي، مرجع سابق، ص 98.

ثانيا: الغاية من تبني المسؤولية الاجتماعية.

يعتمد تنفيذ المسؤولية الاجتماعية بشكل كبير على حجم المؤسسة، قطاع نشاطها، ثقافة و التزام إدارتها وقد تلجأ المؤسسات إلى تبني اتجاه واحد من المسؤولية وتركز على محور من المحاور الثلاث الرئيسية اجتماعية، اقتصادية، أو بيئية، بينما تقوم مؤسسات أخرى بدمج الممارسات الاجتماعية في جميع جوانب عملياتها وتسعى إلى بلوغ هدف أبعد من مجرد تحقيق الربح وان تصبح هي الأفضل فنلجأ إلى إتباع الممارسات التجارية الأخلاقية والمسؤولة وتتخذ القرارات التي من شأنها الموازنة بين متطلبات مختلف أصحاب المصلحة من مساهمين، موظفين، زبائن، لذلك على المؤسسة أن تؤمن بضرورة المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع وان تكون على قناعة ويقين من قبل كل مسؤول فيها بدءاً بأصحاب المؤسسات،

مرورا بمديرها التنفيذي، وصولاً إلى الموظفين حول أهمية هذا الدور، وأنه أمر واجب على كل مؤسسة اتجاه المجتمع الذي تعيش فيه وهو أمر لا تتفضل به المؤسسة على مجتمعها بل تفتخر به.¹

وعلى الرغم من أن المؤسسة لديها كل الحق في وضع أهداف وتطلعات طموحه، ولها الحرية للتمتع بروح الابتكار واستقلالية التفكير، حيث يقوم مجلس إدارتها بتكوين لجان معنية بالأخلاقيات والمسؤولية بغية استعراض الخطط الإستراتيجية وتقييم التطور وتوفير التوجيه بشأن المسائل التي تنشأ في مجال الممارسات الاجتماعية، إلا أنه يوجد التزام من طرف المؤسسة بين ما تمثله وما تصرح القيام به من سياسات وممارسات وبين أدائها الفعلي والطريقة الأمثل لتحقيق ذلك هي بوضع هيكل إداري ينسق بين الالتزامات في مجال المسؤولية الاجتماعية وبين مهمتها، حجمها، نشاطها، ثقافتها وكذا التحديات التي تواجهها عند القيام بعملية التخطيط على الأمد الطويل، وتصبح المسؤولية الاجتماعية جزءاً رئيسياً من أنشطة المؤسسات يتم متابعته من قبل رئيس المؤسسة.

كما إن إدارة المؤسسة تحترم مبدأ المساءلة العامة والتي تضمن تيسر تعميم أساليب المسؤولية لتشمل جميع مستويات التنظيم وليس الإدارة فقط، وذلك بتناول القضايا المتصلة بتوصيف الوظائف وأهداف الأداء لأكثر عدد ممكن من الموظفين، إذ يمكن للموارد البشرية المشاركة في الجهود العامة التي تبذلها المؤسسة حتى تصبح مسؤولية اجتماعية.

كما يمكن تعزيز المسؤولية الاجتماعية من خلال دمج قضاياها بالنظام المتبع من طرف المؤسسة في مجال التوظيف، الترقية، والكفاءات وكذا لأهميتها داخلياً من خلال وضع برامج التكوين، المحاضرات، تقديم المعلومات للمسيرين والموظفين فيما يتعلق بعمليات صنع القرار التي تمكنهم من تحقيق نتائج تتسم بالمسؤولية.

لعل من أكبر المعوقات التي تواجه المؤسسات الراغبة في الانطلاق في برامج المسؤولية الاجتماعية، رغبتها في الانطلاق من خلال مشاريع كبيرة وضخمة الأرقام، ولكن حتى يتم البدء في هذه البرامج يجب أن تكون الانطلاقة من خلال أهداف صغيرة ومحدودة تكبر بمرور الأيام لتحقيق المشاريع والبرامج الكبيرة.

وبالإضافة إلى كل ما سبق لابد من الإشارة إلى أنه يجب على المؤسسات تقييم أدائها الاجتماعي والبيئي بصورة منتظمة من خلال إعداد تقارير سنوية من شأنها بناء الثقة مع مختلف أصحاب المصالح وكذا تشجيع الجهود الداخلية الرامية إلى مراعاة أهداف المؤسسة في مجال المسؤولية الاجتماعية وأن تكون المعيار لوضع أهداف التحسين، وقد ظهر مصطلح التدقيق لجوانب المسؤولية الاجتماعية وأصبح شائعاً، إذ بموجبه يتم وتدقيق المساهمات الاجتماعية للمؤسسات في مختلف المجالات، كما ظهر حقل محاسبي جديد هو محاسبة المسؤولية الاجتماعية الذي يهتم بالقياس المحاسبي والمعالجات المحاسبية للإنفاق الاجتماعي الذي تقوم به المؤسسات.

¹ -ربيعي سهيلة، دور المسؤولية الاجتماعية في ترقية المسار المهني، جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم -، 2014، 2015 ص25.

المبحث الثالث: العلاقة بين الإبداع التكنولوجي والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

بعد استعراضنا للمفاهيم الأساسية المتعلقة بالإبداع التكنولوجي والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، هذا الجزء من المداخلة خصصناه إلى فوائد وأهمية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والعلاقة بين الإبداع التكنولوجي والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

المطلب الأول: فوائد وأهمية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

أولاً: فوائد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة¹

- تحسين الأداء المالي وتخفيض تكاليف التشغيل.
- تحسين الأداء البيئي وتقليل انبعاثات الغازات التي تسبب تغير المناخ أو تقليل استخدام المواد الكيميائية الزراعية.
- تقليل تكاليف التخلص من النفايات من خلال مبادرات إعادة تدويرها.
- خفض نسبة غياب العاملين، وزيادة الاحتفاظ بعدد كبير من الموظفين، وخفض تكاليف التوظيف والتدريب.
- تعزيز صورة وسمعة العلامة التجارية و المبيعات وولاء العملاء.
- زيادة الإنتاجية والجودة والفعالية والكفاءة الإنتاجية
- تخفيض الرقابة التنظيمية

ثانياً: أهمية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

تتجلى أهمية المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للمؤسسة والمجتمع والدولة فيما يلي:

بالنسبة للمؤسسة:

- صورة المؤسسة في المجتمع وترسيخ المظهر الإيجابي لدى العملاء والعاملين وأفراد المجتمع بصورة عامة، خاصة إذا اعتبرنا أن المسؤولية الاجتماعية تمثل مبادرات طوعية للمؤسسة اتجاه أطراف متعددة ذات مصلحة مباشرة أو غير مباشرة من حدودها.
- تحسين مناخ العمل السائد في منظمة الأعمال، وتؤدي إلى نشر التعاون والترابط بين مختلف الأطراف.
- تمثل تجاوباً فعالاً مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع وانتقالها إلى الحاجات الاجتماعية وتحقيق جانب من ذاتية الفرد والمجموعة.

¹-عمر عزوي، سايح بوزيد، دور المسؤولية الاجتماعية والبيئية للمؤسسة الاقتصادية في إرساء الثقافة البيئية، مرجع سابق، ص 404.

- إضافة إلى المردود المالي والأداء المتطور والقبول الاجتماعي والعلاقة الإيجابية مع المجتمع وغيرها.

بالنسبة للمجتمع:

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

- تحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع.

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

- الارتقاء بالتنمية انطلاقاً من زيادة تثقيف والوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد وهذا يساهم بالاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية.

بالنسبة للدولة:

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

- يؤدي الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية إلى تعظيم عائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيح في تحمل التكاليف الاجتماعية.

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

المطلب الثاني: طبيعة الإبداع التكنولوجي المتلائم مع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

إن الإبداع التكنولوجي يحمل ميزة مزدوجة فالتكنولوجيا في بعض الأحيان يمكن اعتبارها سبب لعدم تحمل المؤسسات لمسؤولياتها الاجتماعية والبيئية، لكنها في نفس الوقت يمكنها أن تلعب دوراً معتبراً لإيجاد حلول هامة للمسؤولية الاجتماعية، وسنركز في مداخلتنا على الجانب الثاني حيث يمكن أن نميز بين نوعين من التكنولوجيا: التكنولوجيا المراقبة والتكنولوجيا الوقائية.¹

1 - التكنولوجيا المراقبة: هذا النوع من التكنولوجيا يتمثل الهدف منه في إزالة التلوث، وهذا بمعالجة التلوث الذي يحدث فعلاً، فالملوثات الناتجة عن نشاط المؤسسة يتم معالجتها بعد عملية الإنتاج، وبالرغم من الاستعمال الكبير لهذه التكنولوجيا وهذا تبعاً للتعليمات الحكومية التي تريد تخفيض أكبر للمخلفات الملوثة، إلا أنها لا تخلو من العيوب، فهي تشكل حلولاً على المدى القصير والتي لا تغير من سلوك الملوثين، فالحقيقة أن المؤسسة تبقى دائماً تلوث، وتبقى متشبثة بأمل أن هذه التكنولوجيات ستعالج مخلفات نشاطها الاقتصادي.

¹ - بومدين بروال، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق متطلبات المسؤولية الاجتماعية والبيئية للمؤسسات، الملتقى الدولي حول الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، جامعة سعد دحلب، سعيدة، 2011 ص11.

2 - التكنولوجيا الوقائية: نظرا للعيوب الموجودة في تكنولوجيا المراقبة وازدياد الضغوطات البيئية، ظهر هناك نوع آخر من التكنولوجيا، وهي التكنولوجيا الوقائية، وتتمثل في التكنولوجيا التي تعمل على التخفيض أو القضاء على التلوث قبل حدوثه من المصدر، وهذا ما يدفع المؤسسة إلى التغيير في العملية الإنتاجية، إن تطور معايير ISO14001 من شأنه أن يمكن هذا النوع من التكنولوجيات من التطور أكثر لأنه يركز على مبدأ الوقاية الذي يفترض الاستخدام الكفء للموارد، وهذا لأن التلوث يعد أحد مصادر الالافاء في استخدام الموارد.

إذا كانت التكنولوجيا المراقبة تتم بعد انتهاء العملية الإنتاجية ولهذا تسمى كذلك بالتكنولوجيا المضافة (Additive)، فإن التكنولوجيا الوقائية تكون مدمجة في العملية الإنتاجية ولهذا تسمى كذلك التكنولوجيا المدمجة (Intégrées)، وهذه التكنولوجيا ينتج عنها تغير كلي في العملية الإنتاجية، وهذا ما لا يقبله المسرون بسهولة، خاصة إذا كانت العمليات أو المنتجات الموجودة جديدة تقنيا واقتصاديا.

وقبل أن نسهب أكثر في المقارنة بين هذين النوعين من التكنولوجيا البيئية نستعرض في الجدول التالي مقارنة بين الخصائص الرئيسية للتكنولوجيا المراقبة والتكنولوجيا الوقائية:

جدول رقم (II-4): مقارنة بين تكنولوجيا المراقبة والوقاية

التكنولوجيا الوقائية	التكنولوجيا المراقبة	
إمكانية الرفع في الإنتاجية	التخفيض في الإنتاجية	الإنتاجية الكلية
إمكانية تخفيض التكلفة	جد مرتفعة	تكلفة الإنتاج
مرتفعة	ضعيفة	تكلفة الاستثمار
ممكنة	بصفة عامة لا	الارتفاع في التكاليف الثابتة
مرتفعة	ضعيفة	تكلفة الحصول على المعارف
مرتفعة	منخفضة	تكلفة التعديل وإعادة التركيب
جيدة جدا	مقبولة	الموقع في سوق التكنولوجيا البيئية
ميزة تنافسية ممكنة في المستقبل	التوجه نحو إضعافها	تنافسية المؤسسة

Source : Cécile Patris et al, Op.cit, P 11

يبدو من خلال التعاريف السابقة و من خلال الجدول المقارن لخصائص هذين الصنفين من التكنولوجيا بأن التكنولوجيا المراقبة عديمة الأهمية مقارنة مع التكنولوجيا الوقائية، هذا الأمر قد يكون حقيقي باعتبار أن التكنولوجيا المراقبة في المؤسسات تؤدي إلى ارتفاع تكلفة الإنتاج دون الزيادة في المخرجات بشكل معتبر، و من الممكن أن تضر حتى بالتنوع، كما أن تنافسية المؤسسات تصبح مهددة، فهناك دراسات أعدت في ألمانيا بينت بأن الاستثمار في التكنولوجيات المراقبة لا تغير في الموقع التنافسي للمؤسسات في الأسواق العالمية، لأن وزنها ضعيف بين مجموع العوامل التي من شأنها أن ترفع في تنافسية المؤسسات، وفي المقابل نجد أن التكنولوجيات الوقائية بإمكانها أن تساهم في التخفيض في تكلفة الإنتاج و الرفع في الإنتاجية، وهي أكثر اقتصادية للموارد و أكثر ثقة و أكثر حداثة، و تضمن في نفس الوقت أحسن إنتاجية لرأس المال و العمل، كما أن الميزة التنافسية التي تكسبها المؤسسات تكون عوائدها أكبر من تكلفة الالتزام بالقوانين البيئية.

لكن الاختلاف الأساسي بين التكنولوجيا المراقبة و التكنولوجيا الوقائية لا يكمن في مستوى الإنتاجية و التنافسية، فالتكنولوجيا الوقائية تحمل المؤسسة تكاليف استثمار كبيرة مصحوبة بمخاطر اقتصادية مرتفعة، كما أن تكلفة المعارف التي تمكن من الحصول على هذه التكنولوجيا أيضا مرتفعة خاصة بالنسبة للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، أضف إلى ذلك تكلفة التعديل و التركيب هي أيضا مهمة جدا.

و كخلاصة نقول بأن اختيار مسيري المؤسسات للتكنولوجيا الوقائية صعب جدا مقارنة مع التكنولوجيا المراقبة، لكن في المقابل التكنولوجيا الوقائية تكون مربحة للمؤسسات عندما تكون ناتجة عن برامج مدروسة للتطوير التكنولوجي والصناعي، أي أن التكنولوجيا المراقبة تكون صالحة أكثر في الأجل القصير والتكنولوجيا الوقائية تصلح أكثر للأجل الطويل.

المطلب الثالث: دوافع الإبداع التكنولوجي المتلائم مع المسؤولية الاجتماعية

هناك مجموعة من العناصر التي تدفع بالمؤسسة بالقيام بعملية الإبداع التكنولوجي المتلائم مع الالتزام البيئي الذي يجسد مسؤوليتها الاجتماعية، وتتمثل في أبعاد التغيرات التكنولوجية وتحديات المسؤولية الاجتماعية بالنسبة لسياسات الإبداع والأدوات المحفزة على الإبداع التكنولوجي.

أولاً: أبعاد التغيرات التكنولوجية: التغيرات التكنولوجية تتضمن من جهة الاستثمارات الموجهة لتطور العمليات أو منتجات جديدة، ومن جهة ثانية توزيع هذه المنتجات أو العمليات على مستخدميها وقد اقترح الباحثان SOETE و ARUNDEL خصائص التغير التكنولوجي من خلال مجموعة من العناصر:¹

- ❖ بنية هياكل الاتصال وقنوات صيرورة المعلومات والمعارف مهمة جدا لتشجيع الروابط داخل المؤسسة.
 - ❖ التكوين واكتساب المعارف تلعب دور كبير في التغير التكنولوجي، وهي المعارف الكامنة المكتسبة من الخبرة المباشرة تعلم بالعمل وليس الخبرة المكتسبة من الآخرين تعلم بالتفاعل
 - ❖ كل عملية إبداع لها ميزة خاصة بها، بالتالي القليل من أدوات ترقية الإبداع ستكون ملائمة لكل الظروف، ومن المنطقي والضروري وضع سياسات عامة تكون ملائمة لنطاق واسع من التكنولوجيات وسياسات أخرى لبعض مجالات التكنولوجيا، والتي يكون مضمونها التكيف السريع في مختلف الظروف.
 - ❖ التغيرات التكنولوجية النظامية تنتج عادة من التفاعل بين المعارف الواضحة والتكنولوجيا الخاصة، وكذلك من خلال توزيع المعارف
- ثانياً: تحديات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات بالنسبة لسياسات الإبداع التكنولوجي:
- التحديات التي تطرحها المسؤولية الاجتماعية لتأطير ودفع الإبداع متعددة وتتمثل في:
 - التخفيف من تقليص الأسواق المتعلقة بالتكنولوجيا الملائمة للمسؤولية الاجتماعية وهذا بالجوء إلى مختلف الآليات التي تمكن من سد الفجوة بين المردود الاقتصادي والمردود الاجتماعي للأجيال الحالية والمستقبلية.
 - تدعيم نشر التكنولوجيا الخاصة بتشجيع انتشار المعلومات والمعارف.
 - تشجيع الحصول على تكنولوجيات مختلفة لتفادي التوقف عند تطبيق التكنولوجيا التي تحمل أخطار على المدى البعيد.

¹ - CECILE PATRIS, GERARD VALENDAN, FRANCAISE WARVANT, OP. CIT. P : 48.

- تدعيم قدرات الإبداع داخل المؤسسات، وهذا بتشجيع تطوير المهارات والتجارب ذات الأفق المستقبلية.
- تصور طرق التنسيق مع المتعاملين، للتأكيد على اعتماد التكنولوجيات من طرف المستخدمين والمؤسسات
- الاستعانة بمشاركة أفراد المجتمع لتشكيل تصورات مستقبلية للتقييم الاقتصادي والاجتماعي للخيارات التكنولوجية للمؤسسات، وهذا من أجل الاكتشاف المسبق للمخاطر المحتملة.

ثالثاً: أدوات التشجيع على الإبداع التكنولوجي

قسمت اللجنة الربوية أدوات التشجيع على الإبداع التكنولوجي إلى ثلاثة أصناف رئيسية، وتتمثل في:

- ✓ ترقية ثقافة الإبداع: تتضمن معايير محفزة على الابتكار، الاحتياط من المخاطر، القبول لبعض التغيرات الاجتماعية، الجغرافية والمهنية، كما تتعلق أيضاً بتطوير المهارات وتهدف إلى امتلاك القدرة على المعرفة المسبقة لاحتياجات وأراء المجتمع.
- ✓ إطار للمبادرة: تتمثل في وضع إطار مناسب للإبداع، وفي نفس الوقت التشجيع على المنافسة والتعاون وحماية أفضل لحقوق الملكية الفكرية والصناعية.
- ✓ تشجيع الروابط بين البحث، الإبداع، التسويق: من أجل التحسين في عملية تحويل ثمار البحث إلى منتجات أو خدمات، وهناك معايير مختلفة يمكن تبني التخطيط الاستراتيجي بالنظر إلى المردودية طويلة الأجل، إنشاء مؤسسات مبد التشجيع على التعاون بين المؤسسات التي تعمل في نفس القطاع

خلاصة:

لقد أصبحت المسؤولية الاجتماعية تتبوأ حيزاً ومساحة كبيرة من الأهمية على جميع الأصعدة والمجالات المحلية، وتحظى باهتمام رفيع المستوى من قبل منظمات الأعمال لكونها تعمل لتحسين مستوى المعيشة والارتقاء برفاهية المجتمع، فليكن لأي مؤسسة أن تحاول تعزيز فرص نجاحها في مجتمعها من خلال زيادة الاهتمام بعرض الدور الاجتماعي.

وبع دراستنا لهذا الفصل والمتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة نستنتج أن:

تعرف المسؤولية الاجتماعية على أنها التزام المؤسسة تجاه المجتمع.

تتمثل أبعاد المسؤولية الاجتماعية في البعد الاقتصادي، القانوني، الأخلاقي، الخيري.

للمسؤولية الاجتماعية أهمية بالنسبة للدولة، المؤسسة، المجتمع.



الفصل الثالث

دراسة حالة مؤسسة

مليحة الساحل

بسلامندر

تمهيد:

يتميز قطاع إنتاج الحليب ومشتقاته بالمنافسة الشديدة من عدة مؤسسات وطنية عمومية وخاصة، وبالتالي يكون الإبداع التكنولوجي دور في تحقيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة وكذا كسب أكبر عدد من الزبائن لذلك فقد وقع اختيارنا على احد هذه المؤسسات وهي مؤسسة ملبنة الساحل بصلامندر التي تعتبر احد المؤسسات العمومية في إنتاج الحليب ومشتقاته وهذا لما لها من أهمية خاصة وأنها تنشط في إطار الصناعات الصغيرة والمتوسطة وكما نعلم فان هذه الأخيرة لها دور كبير في الاقتصاد الوطني.

كما يعتبر الحليب المادة الأساسية والضرورية في غذاء الفرد، وباعتباره واسع الاستهلاك فانه يجعل المؤسسات القائمة به ذات بعد استراتيجي.

وسنحاول من خلال هذا الفصل التطرق إلى المباحث التالية:

المبحث الأول: ماهية المؤسسة

المبحث الثاني: واقع الإبداع التكنولوجي في مؤسسة ملبنة الساحل

المبحث الثالث: المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة

المبحث الأول: ماهية المؤسسة

نحاول في هذا المبحث الوقوف عند خصائص المؤسسة محل الدراسة، بدءا بتعريفها، تحديد خصائصها من حيث الموقع، النشاط و الهيكل التنظيمي.

المطلب الأول: لمحة عن مؤسسة ملينة الساحل

مع مرور السنوات بعد الاستقلال شرعت الجزائر في تكوين قاعدة اقتصادية و من بين ذلك ما جاء به القانون رقم 96/93 الصادر بتاريخ 1969/11/20 حين تم تأسيس الديوان الوطني للحليب و مشتقاته و هذا طبعاً من أجل تحقيق الاكتفاء الذاتي، و في سنة 1981 و بموجب المرسوم رقم 81/354 و في إطار إعادة تركيب المؤسسات قسمت إلى ثلاث فروع:

الديوان الجهوي الشرقي ويضم:

- وحدة إنتاج عنابة.

- وحدة إنتاج قسنطينة.

- وحدة إنتاج سوق أهراس.

الديوان الجهوي الوسط ومقره الجزائر العاصمة و من بين وحداته: orlac

- وحدة إنتاج بود واد.

- وحدة إنتاج ذراع بخدة.

الديوان الجهوي الغربي ويضم:

- وحدة إنتاج وهران.

- وحدة إنتاج سيدي بلعباس.

- وحدة إنتاج مستغانم.

- وحدة إنتاج سعيدة.

- وحدة إنتاج معسكر.

- وحدة إنتاج تيارت.

- وحدة إنتاج بشار.

الذي تأسس في 12 ديسمبر 1981 من بين وحداته وحدة إنتاج الحليب و مشتقاته تدعى ملبنة الساحل بصلامندر لولاية مستغانم:

تعتبر وحدة إنتاج الحليب و مشتقاته بمستغانم من وحدات الأشغال بها سنة 1986 من قبل الشركة الوطنية التي تأسست لبناء الديوان الوطني الجهوي للغربي للحليب و مشتقاته، حيث انطلقت والشركة الفرنسية قامت بتوفير تجهيزات المشروع والإشراف عليه، ودخل المشروع في مرحلة الإنتاج الفعلي عام 1987 وفي هذه الفترة كانت عبارة عن مؤسسة عمومية تدعى:

Orolait office régional du lait

كانت انطلاقة المشروع بتكلفة بدائية قدرت بـ 30 مليون دينار وفي نهاية جوان 1987 كانت 85 مليون دينار لتبلغ في سبتمبر 120 مليون دينار جزائري

وفي سنة 1997 اندمجت جميع الدواوين في ادارة واحدة تدعى المركب الصناعي لإنتاج الحليب ومشتقاته.

الواقع مقره بحسين داي بالجزائر العاصمة. GIPLAIT

groupement industriel de production litère

والواقعة على مستوى المنطقة SPA ومن بين فروعه ملبنة الساحل بمستغانم مؤسسة عمومية ذات أسهم من الجنوب الطريق الولائي ومن الشرق ORAVIO الصناعية بصلامندر يحدها من الشمال المديرية العامة التعاونية الفلاحية.

تمارس هذه المؤسسة نشاطها في إطار قانوني متمثل في سجل تجاري يقدر رأسمالها بـ 29048000 دج يبلغ العدد الفعلي للعمال 105 عامل منهم 65 عامل دائمون 40 عامل مؤقتين في إطار عقود ما قبل التشغيل ويتوزع العمال كالآتي:

5 إطارات عليا.

17 إطارات.

34 مؤطر.

49 منفذ.

تنشط الوحدة تحت شعار الحليب "مهنة وهواية" وهو ما يشير إلى أن إنتاج الحليب والعمل في الوحدة لا يعتبر فقط مهنة بل يتعدى ذلك فهو يمثل هواية بالنسبة لعمال المجمع.

المطلب الثاني: منتوجات ونشاط المؤسسة

أولاً: منتوجات المؤسسة

يتمثل إنتاج الوحدة في إنتاج حالي يضم الحليب المبستر، حليب البقرة، اللبن، الرايب، زبدة مزرعية، والقشدة الطرية التي تستعمل كمنتوج داخلي بين وحدة مستغانم تيارت وهناك إنتاجات مقترحة في طور الدراسة.

منتوج الحليب: وهو عبارة عن منتوج سهل الاستعمال يتكون كل لتر منه من:

94 غ من غبرة الحليب

20 غ من المادة الدسمة

912 غ من الماء

ويتم إنتاجه في ورشة إنتاج الحليب وبعد ذلك يتم وضعه في أكياس من البلاستيك موافقة للمواصفات

العالمية باستخدام آلة تسمى:

La conditionneuse

تتمثل منتوجات المؤسسة لسنة 2016 في الشكل التالي:

الجدول رقم (III - 5) منتوجات ملبنة الساحل

المنتجات	الانتاج
حليب مبستر معقم	32994357
حليب بقر كامل	206488
حليب كامل الدسم	2498358
حليب منزوع الدسم	26461
اللبن	990780
الرايب	1451437
قشدة الحليب	29502
الزبدة 10 كلغ	21813
الزبدة 1 كلغ	21656
الروبة	5270

المصدر: القسم التجاري في المؤسسة

يتضح من خلال الجدول أن منتجات المؤسسة تختلف في معدل إنتاجها اليومي حيث تنتج الحليب بمعدل يفوق كل من الرايب واللبن حيث يزيد استهلاكهما في بعض المواسم خاصة موسم إنتاج الفول وفي شهر رمضان الكريم.

ثانيا: نشاط المؤسسة

حيث تساهم بشكل كبير مثلها مثل المؤسسات الأخرى ، AGRO ALIMENTAIREتنشط المؤسسة في قطاع الصناعة في التنمية الاقتصادية، وتلبية رغبات المستهلكين إلى حد معين، وبصفة عامة يمكن تلخيص نشاط المؤسسة ملينة الساحل في العناصر الثلاثة الأساسية التالية:

- 1- الشراء: تقوم الملينة بعقد صفقات مع الموردين لتزويدها بالمواد الأولية من أجل مباشرة عمليتها الإنتاجية، ويتم اختيار المورد المناسب على أساس عنصرين أساسيين هما: الجودة والسعر.
- 2- الإنتاج: بعد أن تقوم المؤسسة بعملية المواد الأولية اللازمة تدخل في المرحلة الثانية وهي الإنتاج، وتعتبر أهم حلقة في نشاط المؤسسة، حيث تقوم بتحويل المواد الأولية من حالاتها الطبيعية الأولى، إلى منتجات نهائية متمثلة في الحليب ومشتقاته.
- 3- البيع: وهذا النشاط تشرف عليه المصلحة التجارية، حيث هناك حالتين:
 - في حالة المنتج الطلي فان البيع مضمون، ويبقى عنصر النقل الذي يتم الاتفاق عليه، إما أن يتم بالوسائل الخاصة للمؤسسة أو بوسائل العميل.
 - في حالة المنتج غير الطلي فان البيع يكون غير ذلك، حيث تقوم به المؤسسة باستخدام إمكانياتها الخاصة وقدرتها البيعية .

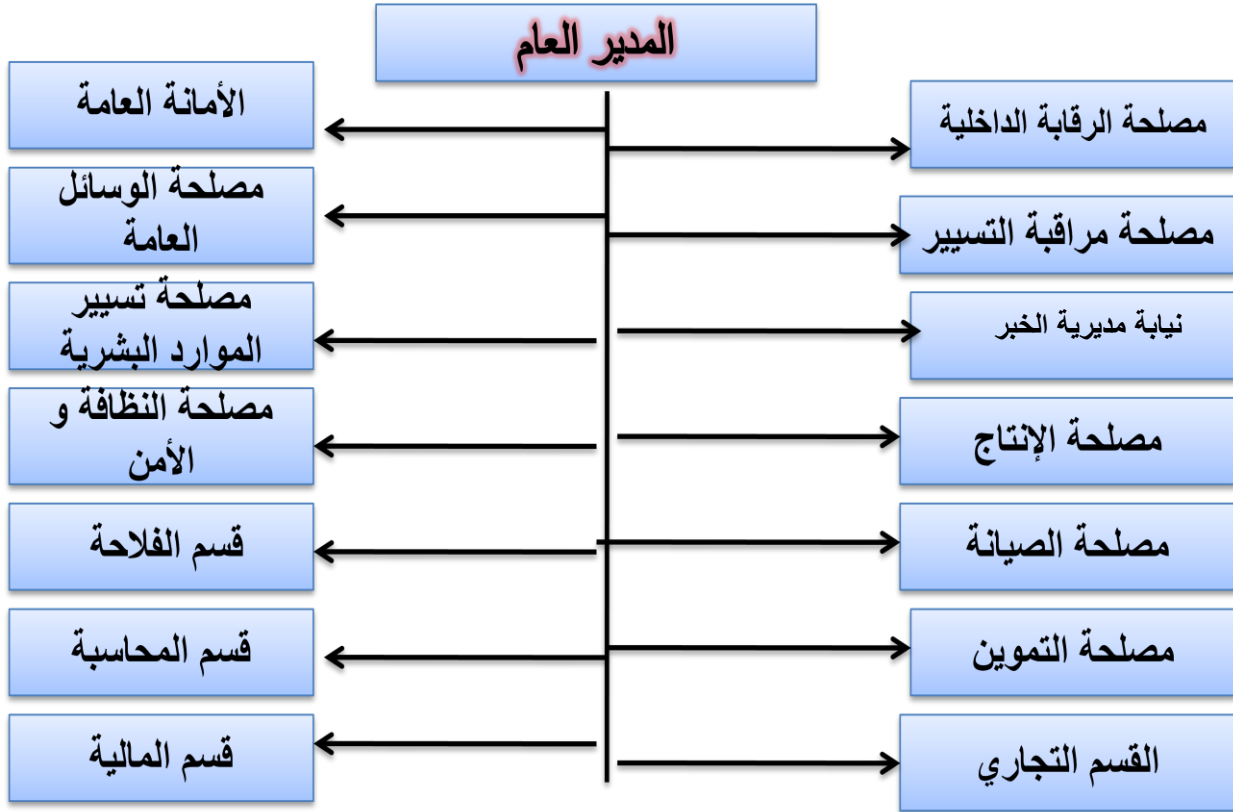
ومن خلال تعرفنا على نشاط المؤسسة نجده ينقسم إلى مرحلتين، الأولى مرحلة الإنتاج، والثانية مرحلة تسويق المنتجات، وهذه الأخيرة تشمل جميع الأنشطة التي بها يتم إيصال السلعة إلى المستهلك أو العميل.

الشكل رقم(III - 6): نشاط المؤسسة

نشاط المؤسسة		
البيع	الإنتاج	الشراء

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للمؤسسة

من خلال دراستنا للهيكل التنظيمي يمكننا تحليل الأقسام و المصالح المكونة لمبنى الساحل بسلامندر والتي تتضح في الشكل التالي:



• المدير العام:

يمثل أعلى سلطة بالمؤسسة، مهمته إدارة المؤسسة حيث يقوم بإصدار الأوامر واتخاذ القرارات ورسم استراتيجيات المؤسسة بتنسيق مع مختلف المصالح والإدارات، وتوجيه رؤساء الأقسام و المصالح لمساعدتهم على تنفيذ مهامهم.

• مصلحة الرقابة الداخلية:

التدقيق في العمليات المالية ومدى سلامة الإجراءات المعمول بها و تماشيا مع القوانين المعمولة بها.

• مصلحة مراقبة التسيير:

تقوم بإعداد تقارير شهرية بما هو محقق ومقارنتها مع التقديرات المسطرة وحساب الانحرافات لأخذ القرارات التصحيحية في وقتها.

مراقبة التكاليف، الحصص الاقتصادية والمالية.

استعمال الوسائل في ميادين نشاطات الوحدة.

• نيابة مديرية المخبر:

تحليل تركيبة المنتجات النهائية ومدى صلاحيتها للاستهلاك لتفادي أي خطر ممكن، وجودة المنتج من الناحية المادة الدسمة، الحموضة، البكتيريا.....

تحليل الحليب (حليب البقرة) المستلم من طرف مربّي الأبقار جانب الحموضة ونسبة المادة الدسمة

• مصلحة الإنتاج:

تحويل المادة الأولية إلى منتج نهائي (حليب، لبن، رايب، زبدة).

• مصلحة الصيانة :

تتكفل هذه المصلحة بإصلاح معدات الإنتاج وكذا أجهزة التكييف والتبريد الخاصة بالمخازن وتشغيل الأجهزة تتكون من 35 عاملا يرأسهم رئيس المصلحة.

• مصلحة النظافة والأمن:

الأمن على الوحدة وعلى وسائل العمل.

مراقبة دخول وخروج العمال والبضائع المحملة

• مصلحة تسيير موارد البشرية:

بملينة الساحل مصلحة الموارد البشرية ممثلة في ثلاث وظائف وهي مصلحة المستخدمين، مصلحة الرواتب (الأجور)، ومصلحة المنازعات.

• مصلحة المستخدمين:

تقوم هذه المصلحة بمتابعة شؤون العاملين خاصة الإدارية والاجتماعية منها، حيث تقوم بالسهر والإشراف على مختلف عمليات التوظيف التكوين والتأهيل والتحفيز، الترقية وتوزيع بطاقة الأجور، المكافآت والعطل والوضعية الاجتماعية اتجاه الضمان الاجتماعي، كما تقوم بإعداد التقارير التي تتعلق بتطوير العمل.

• مصلحة الرواتب:

مهمتها إعداد الشهري لرواتب المستخدمين.

• مصلحة المنازعات:

تقوم بالإشراف على مختلف القضايا و التعاملات القانونية للمؤسسة.

• قسم الفلاحة:

تزويد المؤسسة بحليب البقر عن طريق المراكز الثلاثة للمؤسسة لجمع الحليب وهي المركز الموجود بالملينة والثاني موجود بالدبدابة، والمركز الثالث يوجد بسيق ولاية معسكر.

• قسم المحاسبة:

يساعد المؤسسة على معرفة وضعيتها المالية.

• مصلحة التموين:

تموين الوحدة بالمواد التي تستعمل في إنتاج الحليب ومشتقاته، والأخرى التي تتمثل في التجهيزات.

• القسم التجاري:

يعتبر الوسيط والصلة بين المؤسسة والزبون، حيث يقوم بالتفاوض مع هذا الأخير على حجم الطلبية، الوقت وإطلاع الزبون على السعر الذي يحدد من طرف المدير العام.

• قسم المالية:

دورها يتمثل في استلام الفواتير والوثائق التي تثبت وتبين العمليات التي قامت بها الوحدة وتقوم بتسجيلها في اليومية المحاسبية، وكذلك تسديد وتحصيل مبالغ هذه الفواتير ومراقبة تحركات الخاصة برصيد البنك و الصندوق.

المبحث الثاني: واقع الإبداع التكنولوجي في مؤسسة ملينة الساحل

سنتطرق في هذا المبحث إلى الإبداع التكنولوجي من خلال التكنولوجيا المستوردة وتحليل واقع الإبداع التكنولوجي في المؤسسة وإصلاحات المؤسسة في مجاله.

المطلب الأول: التكنولوجيا المستوردة ودورها في الإبداع التكنولوجي

أولاً: البرنامج التكنولوجي للمؤسسة وأهدافه

قامت مؤسسة ملينة الساحل منذ نشأتها بالحصول على التكنولوجيا بشتى أنواعها من اجل إنتاج منتجات متنوعة ذات جودة وأسعار تنافسية، حيث تمثل البرنامج التكنولوجي للمؤسسة في:

تجهيز المؤسسة بكافة التقنيات والالات الحديثة ذات التكنولوجيا المتطورة.

الحصول على المعرفة الفنية المتعلقة بتكنولوجيا المنتج وأساليب الانتاج، من خلال تبني المؤسسة لسياسة تكوين اليد العاملة.

وكان هدف المؤسسة من وراء استيراد التكنولوجيا هو تطوير سياسة الإبداع التكنولوجي للمؤسسة الذي من شأنه أن يعزز تنافسها وذلك من خلال:

- رفع كمية الإنتاج وتحسينها.

- رفع المستوى الفني لليد العاملة المستعملة.

- تنمية قدرة المؤسسة على الاستجابة لحاجات العملاء في الأوقات المحددة.

ثانيا: تقييم التكنولوجيا الموجودة بالمؤسسة

- التقنيات: يوجد لدى المؤسسة عدد كبير من التجهيزات والمعدات والآلات الحديثة ، وهذا ما يدل على أن المؤسسة تسعى دوما إلى التجديد واستخدام تقنيات جديدة متطورة من اجل إنتاج منتجات جديدة أو محسنة وذلك لتغطية طلبات السوق ومن أمثلة ذلك فبعدما كانت هناك آلة واحدة، قامت المؤسسة بإدخال آلات أخرى.

2- المعارف والخبرات: نجد أن عمال المؤسسة لهم علم ومعرفة في كيفية إنتاج الحليب وخبرة في طريقة تحضيره، وما يجب الإشارة إليه هو أن المؤسسة تقوم دائما بتحسين وتطوير معارف وخبرات عمالها.

المطلب الثاني: تحليل واقع الإبداع التكنولوجي في المؤسسة

أولا: تطوير ثقافة التطوير في المؤسسة

إن التطور الذي شاهده المؤسسة منذ نشأتها حيث بدأت المؤسسة بإنتاج منتج والآن أصبحت تنتج العديد من المنتجات بمختلف الأنواع مما سمح بكون حجم المؤسسة، وهذا يدل على تطور ثقافة التطوير لديها، وما صاحب ذلك من زيادة في الخبرة المهنية للعمال نتيجة الانتقال من عمل لآخر والتعامل مع الأنواع العديدة من الآلات الحديثة والمعدات المتطورة.

فمن خلال العمل الذي تقوم به المؤسسة نجد بانها قد حققت نتائج جيدة في مجال الإبداع التكنولوجي، الذي مس خاصة المنتجات والعمليات الإنتاجية حيث أن اغلب الإبداعات في المنتجات التي قامت بها المؤسسة تميزت بأنها:

- إبداعات موفرة للمواد.

- إبداعات موفرة للعمل.

ثانيا: طرق اللجوء للإبداع التكنولوجي في المؤسسة

تتمثل أهم مصادر الإبداع التكنولوجي في المؤسسة في:

التطوير الداخلي: أي أن المؤسسة تقوم بإدخال التحسينات على مختلف منتجاتها الوظائف التشغيلية، وذلك من خلال إنشاء المؤسسة لدائرة الجودة على مستوى كل وحدة من وحدات إنتاجها وذلك لمتابعة سير العملية الإنتاجية، ومتابعة المنتج في مختلف مراحل إنتاجه أو تطويره وفق متطلبات السوق.

وهذه الدوائر تقوم بمراقبة المواد المشتراة من داخل وخارج الوطن وذلك وفقا لمعايير تستدعيها مواصفات الشراء، وهذا من اجل التأكد من انها صالحة للاستعمال، كما تقوم بمراقبة المنتج التام الصنع ومدى مطابقته للمواصفات والمقاييس المعمول بها.

ثالثا: العوائق التي تواجه نشاط الإبداع التكنولوجي بالمؤسسة

رغم النشاطات المعتبرة للإبداع التكنولوجي التي تقوم بها المؤسسة، إلا أن هناك جملة من العوائق تحد من عملية الإبداع التكنولوجي بها وهي:

- عدم كفاية الإطارات المؤهلة للقيام بنشاطات الإبداع التكنولوجي.

- نقص الميزانية المخصصة لهذا النشاط.

- صعوبة الحصول على براءات الاختراع، وكذلك تكلفتها الباهظة.

المطلب الثالث: إصلاحات المؤسسة في مجال الإبداع التكنولوجي

رغم السياسة المتبعة من طرف المؤسسة، والنتائج الجيدة التي وصلت إليها في هذا المجال من الإنتاج، إلا أنها لا تزال تعمل جاهدة من اجل الحفاظ على مكانتها في السوق واحتلال مراتب ريادية في مختلف المنتجات.

من هذا المنطلق قامت المؤسسة بوضع برنامج من خلال مجموعة من الدراسات قام بها إطارات المؤسسة والمستشارين وهذا للقيام بمجموعة من الإصلاحات لإعطاء دفعة قوية للمؤسسة للقيام بنشاطات البحث والتطوير على المستوى الداخلي ومن أهم إصلاحات المؤسسة نذكر:

أولا: الموارد البشرية: إن وعي القائمين على المؤسسة بان تحسين وتعزيز تنافسية المؤسسة وتحسين مركزها التنافسي من خلال تقديم منتجات جديدة ومتطورة تكنولوجيا، تحقق مطالب واحتياجات عملائها الحاليين والمرتقبين، كله متوقف على المورد البشري العامل بالمؤسسة، ولتحقيق كل هذه النتائج وضعت المؤسسة عدة إصلاحات تتعلق بالجوانب التالية:

- الاهتمام المستمر بجانب التكوين، لأنه ضروري لليد العاملة وخاصة أمام التطورات التكنولوجية المذهلة والتغيرات التي تشهدها الآلات التقنية التي تقتنها المؤسسة، وبالتالي يجب الاعتماد عليه كعنصر و بعد فعال لتقريب اليد العاملة من الواقع التطبيقي وذلك من خلال تكوين الإطارات أو العمال من جميع النواحي وخاصة من الناحية التقنية.
- تعزيز وتقوية الاتصال والتواصل بين الإدارة والعمال، الأمر الذي بدوره يساعد على خلق روح العمل الجماعي وتشجيع أية مبادرة إبداعية يقوم بها العمال.
- إعادة الاهتمام أكثر بظروف العامل باعتبار ذلك جزء لا يتجزأ من اهتمامات المؤسسة وبالتالي ضرورة إعطائه كل حقوقه التي منحها القانون.
- إتاحة الفرص لإبراز المجهودات الفردية للباحثين ونتائج أبحاثهم في الميدان، ويجب إعطاء الاعتبار اللائق للباحث ومنحه كافة التحفيزات من أجل العمل.
- ثانيا: الموارد المالية: قامت المؤسسة في المرحلة الأخيرة باستثمار حوالي 29 مليار دولار لتطوير نسبة الاندماج بالنسبة لكافة المنتجات.

المبحث الثالث: المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة

بعد تناولنا للخلفية النظرية في الفصل الثاني الذي يتمحور حول المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، نحاول في هذا المبحث دراسة تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة

المطلب الأول: واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة

من خلال الدراسة الميدانية للمؤسسة و اطلاعنا على بعض الوثائق ذات الصلة ونقاشها مع بعض الإطارات في المؤسسة، استنتجنا أن المؤسسة تسعى إلى تحقيق الأداء الاجتماعي والبيئي من خلال التعامل الجيد والحوار مع مختلف أطراف المصالح، وفيما يلي سنحاول التطرق إلى واقع المسؤولية الاجتماعية من خلال أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

البعد الاقتصادي: قصد تحقيق بعد المسؤولية الاجتماعية الاقتصادية والمتمثل أساسا في التركيز على هدف تعظيم الربح، وجب على الإدارة إشباع رغبات أصحاب المصالح.

- 1 - المساهمون: يمثل المساهمون فئة مهمة جدا من أصحاب المصالح والمستفيدين المباشرين من نشاط المؤسسة، بوضع برامج إستراتيجية واستثمارية على المديين المتوسط والطويل، كان آخر مخطط استثماري قيمته 38 دولار وهذا من أجل رفع الطاقة الإنتاجية.

- 2 - العملاء: نظرا للمكانة الهامة التي يحتلها الزبون عند المؤسسة باعتباره عنصر ضمان استمرارية أية مؤسسة، حرصت إدارة المؤسسة بإتباع إستراتيجية تسويقية وتجارية من خلالها تضمن توزيع الحليب ومشتقاته.
 - 3 - الموردون: غالبية الموردون الذين تتعامل معهم المؤسسة هم الذين يقومون بتزويدها بالمواد الأولية من اجل مباشرة عملياتها الإنتاجية ويتم اختيار المورد المناسب على أساس عنصرين أساسيين هما الجودة والسعر.
 - البعد البيئي: باعتبار البيئة الطبيعية طرف منهم من الأطراف ذات المصلحة ونظر لان إنتاج الحليب ذات اثر كبير على البيئة الطبيعية، تسعى الإدارة إلى الحفاظ عليها من خلال القيام ببعض الإجراءات والتدابير أهمها:
 - محاولة الحد من كل أشكال التلوث وخاصة التلوث الهوائي والمائي، بالنسبة للتلوث الهوائي تستخدم الوحدة تقنية وهذا لتخليص الهواء من الغرات، كما تستخدم طريقة الترشيح والتي هي أفضل طريقة للحصول على الهواء النقي. أما بالنسبة للتلوث المائي فتقوم الوحدة بتوجيه مجاري المياه الملوثة إلى شبكة المعالجة لمياه صرف العمليات الصناعية.
 - كما تسعى إدارة المؤسسة للحد من النفايات الناتجة اثناء عمليات الإنتاج أو اثناء عملية التغليف باعتبارها مرحلة من مراحل الإنتاج.
 - البعد الاجتماعي: تولي المؤسسة أهمية كبيرة للموارد البشرية إضافة إلى اهتمامها بالمجتمع الذي تنشط فيه.
 - 1 - العمال: من اجل السير الحسن لنشاطها وقصد القيام بكل وظائفها ، توجد إدارة خاصة تقوم على شؤون الموارد البشرية، هذه الأخيرة تنتهج سياسة إدارية واضحة بمراقبة الموارد البشرية عن طريق لوحة قيادة خاصة بها بصفة شهرية، كما انه يوجد قانون داخلي يحدد الترتيبات العامة والنظام والانضباط وتحديد أوقات العمل، كما يحتوي القانون الداخلي على الترتيبات العامة ولضمان صحة وسلامة عمالها نظرا للمخاطر الكثيرة التي قد يتعرض لها العامل في المؤسسة، إضافة إلى محددات الانضباط في العمل والعقوبات الإجراءات التأديبية.
 - 2 - المجتمع المدني: إقامة العديد من الأنشطة والمشاركة الفاعلة والدعم المتواصل من اجل تنميته.
- المطلب الثاني: مواصفات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة**
- اتخذت مؤسسة ملينة الساحل بسلامندر مواصفتل المسؤولية الاجتماعية 8000 Social Accountability والمواصفتل القياسية إيزو 26000 نموذجاً لما يجب أن تكون عليه ثقافة أو ما يطلق عليه في بعض الأحيان ميثاق العمل Code of Conduct أو الميثاق الأخلاقي Code of Ethics.
- وترتكز هذه المواصفتل على تطبيق أفضل ممارسات الشركات العالمية في مجال العمل، وتتناول المواصفتل ثمانية معايير من معايير حقوق العاملين طبقاً لما تنص عليه منظمة العمل الدولية، والإعلان العالمي لحقوق الإنسان وغيرها من المواثيق الدولية.

1- عمالة الأطفال التي تقل عن ثمانية عشر عاماً:

- لن تقوم المنظمة بدعم استخدام عمالة الأطفال.

- تقوم المنظمة بوضع السياسات والإجراءات المكتوبة التي تكفل ذلك وتوثيقها، ونقلها بشكل فعال إلى الزملاء.

- يجوز للمنظمة تعيين زملاء أقل من ثمانية عشر عاماً، ولكن إذا كان هؤلاء الزملاء يخضعون لقوانين التعليم الإلزامي، يجوز لهم العمل خارج ساعات الدراسة فقط.

وفي الحالة أعلاه، يجب ألا تتجاوز ساعات الدراسة، والعمل والانتقالات مجتمعة تحت أي ظرف من الظروف عدد 10 ساعات إجمالاً في اليوم، كما أنه لن يقوم العمال الصغار في أي حالة من الحالات بالعمل لأكثر من 8 ساعات يومياً. ولا يجوز للعمال الصغار العمل خلال ساعات العمل الليلية.

- لن تعرض المنظمة العمال الصغار ولا الأطفال لأية مواقف - داخل العمل أو خارجه - توصف بأنها خطيرة أو غير آمنة علي صحتهم الجسدية والذهنية وتطورها.

2- العمالة الجبرية:

- لن تتورط المنظمة أو تدعم استخدام العمالة القهرية أو الجبرية كما أنه لا يجب ان تطلب المنظمة من أي فرد إيداع "ودائع" أو أمانات أو توقيع تعهدات أو إيصالات أمانة أو شيكات عند بدء تنفيذ عقد العمل بحيث تجبره على الاستمرار في العمل دون إرادته.

- لن تحجز المنظمة أو أي من موردي الخدمات الخارجية أي جزء من رواتب الأفراد، أو المزايا، أو الممتلكات أو المستندات لإجبارهم على الاستمرار في العمل لدى المنظمة.

- يحق للأفراد مغادرة مكان العمل عقب انتهاء يوم العمل الطبيعي، كما أن لهم الحرية في فسخ عقود عملهم بشرط تقديم إخطار مقبول لصاحب العمل.

- لن تتورط المنظمة أو تدعم هي أو أي من الجهات الموردة للخدمات الخارجية تجارة البشر.

3- السلامة والصحة المهنية:

- توفر المنظمة بيئة عمل آمنة وصحية كما تتخذ خطوات فعالة لتضمن ذلك.

- تعين المنظمة ممثلاً عن الإدارة يكون مسؤولاً عن تنفيذ تعليمات السلامة والصحة المهنية.

- تتأكد المنظمة من تلقي جميع الأفراد للتدريب على إجراءات السلامة والصحة بشكل دوري وموثق.

- تضع المنظمة نظم اكتشاف التهديدات المحتملة علي صحة وسلامة الأفراد وكيفية تجنبها والتعامل معها.

- توفر المنظمة لجميع الأفراد استخدام دورات المياه النظيفة، والحصول علي مياه شرب نقية، كما توفر مكان صحي لتخزين الغذاء إذا اقتضت الحاجة.
- توفر المنظمة علي نفقتها الخاصة المعدات الوقائية الشخصية للأفراد.
- تحتفظ المنظمة بسجلات مكتوبة مسجل بها كافة الحوادث التي تحدث في موقع العمل، وما يقع في نطاق سيطرة المنظمة من أماكن سكنية أو ممتلكات.
- تتعهد المنظمة بتقييم جميع المخاطر للأمهات الجديديات أو المستقبليات التي قد تنشأ عن طبيعة أعمالهن، كما تضمن أنه يتم اتخاذ الخطوات اللازمة المناسبة لإزالة أو تقليص أية مخاطر تهدد صحتهم وسلامتهم.
- توفر المنظمة الإسعافات الأولية وتساعد الزملاء العاملين في الحصول علي المتابعة الطبية اللازمة.
- 4- حرية التعبير والتفاوض الجماعي:
- يحق لجميع الأفراد تكوين الاتحادات العمالية والانضمام إليها وتنظيمها باختيارهم للتفاوض بشكل جماعي نيابة عنهم مع المنظمة.
- تحترم المنظمة هذا الحق، وتخطر الأفراد بأن لهم الحرية في الانضمام إلي أي منظمة من اختيارهم وأن ذلك لن يؤدي بهم إلي عواقب سلبية، أو إلي انتقام المنظمة منهم نتيجة لذلك.
- في حالة تقييد حق حرية التعبير والتفاوض الجماعي بموجب القانون، تسمح المنظمة للزملاء بانتخاب من يمثلهم بحرية تامة.
- تكفل المنظمة عدم تعرض ممثل الزملاء أو أي فرد يشارك في تنظيم العمال للتمييز، أو التحرش، أو التهريب أو الانتقام بسبب عضويتهم في اتحاد ما أو المشاركة في أنشطة اتحادات نقابية، كما تكفل المنظمة أن ممثلي هذه الاتحادات يمكنهم التواصل مع أعضائها في موقع العمل.
- 5- التمييز:
- لن تتورط المنظمة أو تدعم أي نوع من أنواع التمييز خلال عمليات التوظيف، أو وضع الرواتب، أو الفرص التدريبية، أو الترقية، أو إنهاء العقود، أو التقاعد علي أساس الجنس، أو الأصل القومي أو الاجتماعي، أو الطبقية، أو الميلاد، أو الدين، أو حالات العجز، أو النوع، أو التوجه الجنسي، أو المسؤوليات العائلية، أو الحالة الاجتماعية، أو عضوية الاتحادات، أو الآراء السياسية، أو السن، أو غيرها من الظروف التي قد ينشأ عنها التمييز.
- لن تتدخل المنظمة في حق ممارسة الأفراد لحقوقهم في أداء معتقداتهم أو ممارساتهم، أو حقهم في تلبية الاحتياجات المتصلة بما سبق.
- لن تسمح المنظمة بأي سلوك تهديدي أو مؤذي أو استغلالي داخل العمل.

- لن تعرض المنظمة العاملات لاختبارات الحمل تحت أي ظرف من الظروف.

6 - الممارسات الانضباطية:

- تتعامل المنظمة مع جميع الأفراد بأسلوب يحفظ لهم كرامتهم واحترامهم.

- لن تتورط المنظمة في أي مما يلي:

- استخدام للعقاب الجسدي.

- الإكراه العقلي أو الجسماني.

- الإساءة اللفظية للأفراد.

- أي معاملات قاسية أو غير آدمية.

7 - ساعات العمل:

- تلتزم المنظمة بقوانين العمل السارية ومعايير الصناعة المتعلقة بساعات العمل والعطلات الرسمية .

- يعطي القانون المحلي تعريفا محددًا لأسبوع العمل العادي بدون وقت العمل الإضافي، ولا يتجاوز أسبوع العمل 48 ساعة في جميع الأحوال.

- يحصل الأفراد علي عطلة لمدة يوم واحد علي الأقل بعد كل 6 أيام عمل متتابة. استثناءات هذه القاعدة تسري فقط في حالة الطرفين التاليين:

- أن يسمح القانون المحلي بزيادة ساعات العمل عن هذا الحد

- وفي حالة سريان أي اتفاق بشأن التفاوض الجماعي يسمح بتحديد متوسط لساعات العمل بما فيها فترات الراحة الكافية.

- أداء ساعات العمل الإضافي يكون طوعي باستثناء الحالات التي تنص عليها المواصفة علي ألا تتجاوز ساعات العمل الإضافي 12 ساعة في الأسبوع، وألا يتم ذلك بشكل دوري .

- يجوز للمنظمة طلب ساعات العمل الإضافي فقط من أجل الوفاء بالطلبات قصيرة الأجل، وفي حالة أن تكون المنظمة طرف في اتفاق جماعي مع أي من المنظمات العمالية التي تضم نسبة تمثيل كبيرة من العمال.

8 - الرواتب والأجور:

- تحترم المنظمة حق الأفراد في الحصول علي أجر معيشي مناسب، كما تكفل المنظمة أن الأجور المدفوعة تفي دائما علي الأقل بالحد الأدنى القانوني أو الصناعي، وأن هذه الأجور تفي بالاحتياجات الأساسية للأفراد، وأنها توفر دخل تقديري مناسب.

- تكفل المنظمة أن الخصومات التي تتم من الأجور لن تكون من أجل أغراض انضباطية. الاستثناء من هذه القاعدة يسري فقط عند توافر الطرفين التاليين:
- أن يسمح القانون المحلي بإجراء الخصومات لأغراض انضباطية،
- أن يكون هناك اتفاق تفاوض جماعي ساري في هذا الشأن.
- تكفل المنظمة أن أجور الأفراد والمزايا المالية المذكورة تفصيلاً وكتابة عن كل فترة عمل.
- يُصرف بدل عمل الوقت الإضافي طبقاً لما يحدده القانون المحلي. وفي حالة البلدان التي لا ينظم القانون فيها أو أي اتفاق جماعي قيمة بدل العمل الإضافي، يحصل الأفراد على بدل العمل الإضافي بأفضل قيمة، أو ما يساوي المعايير الصناعية السارية.

خلاصة:

تمكنت مؤسسة ملينة الساحل بصلامندر من احتلال موقعا هاما داخل السوق الجزائرية للحليب ومشتقاته والذي يأتي من تامين مجموع إمكانياتها، قدراتها وكفاءتها الداخلية بإتباع أساليب تسويقية تتماشى والمرحلة التي تعيشها البلاد من انفتاح للسوق وما صاحبه من تحولات وهي تسعى جاهدة لتعزيز هذا الموقع باكتساب ميزات تنافسية، تمكنها من البقاء في هذا الزخم التنافسي حيث يوجد ما يقارب 30 مؤسسة ما بين محلية، وطنية و أجنبية تنشط في هذا القطاع، هذه المنافسة الشديدة فرضت على الملينة القيام بإبداع تكنولوجيا بشكل مستمر من اجل تحقيق أهدافها عن طريق إرضاء عملائها.

خاتمة عامة

خاتمة عامة :

لقد هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، باعتبار أن المفهومين لهما أهمية إستراتيجية من أجل بقاء و نمو المؤسسة في ظل التطورات التي يشهدها الاقتصاد العالمي، كما تم القيام بدراسة المفهومين في مؤسسة اقتصادية إنتاجية لها مكانة هامة في السوق وهي مؤسسة ملبنة الساحل بصلامندر.

فما توصل إليه من خلال هذه الدراسة هو أن الإبداع التكنولوجي يعتبر ركيزة أساسية في تحقيق الميزة التنافسية في أي مؤسسة هادفة للربح ، كما يعتبر الهدف الأساسي منه تحسين الأداء يجب أن يتناسب وتحقيق متطلبات الالتزام الاجتماعي للمؤسسة، ولهذا الغرض يجب أن تختار المؤسسة التكنولوجيات المناسبة لتحقيق أهداف اجتماعية هو أمر ممكن لكنه جد معقد، لانا لكلا المفهومين خصائص متعددة الأبعاد، كما أن هذا المسعى يتضمن تغيير تنظيمي كبير يلقي مقاومة كبيرة من الأفراد العاملين، وهنا نتوقف عند الدور الأساسي للمدراء في إطار أساسي لتوجيه هذا التغيير، ويقتضي هنا تبني نمط إداري متكامل ينصب نحو البعد الاجتماعي للمؤسسة وكذلك بعدها الاقتصادي وهذا يركز على تطوير ثقافة الإبداع التي تمكن من قبول بعض التغيرات التنظيمية والاجتماعية، بالإضافة إلى وضع إطار مناسب للمبادرة لتشجيع الروابط بين البحث، الإبداع، والسوق لجني ثمار هذه الأبحاث، ومن ثم إقامة مسعى خاص للمسؤولية الاجتماعية بفضل الإبداع التكنولوجي.

كما تبين أن الإبداع التكنولوجي هو عملية تحدث نتيجة تفاعل مجموعة من العوامل والمؤثرات في بيئة المؤسسة الداخلية مع العوامل والمؤثرات في بيئة المؤسسة الخارجية، إضافة إلى قواعد المعرفة والخبرة المتراكمة التي اكتسبتها مع الزمن، ما يمكنها من إدارة الإبداع وتحقيق نجاحات مميزة في السوق. كما أن نجاح المؤسسة في عملية الإبداع التكنولوجي يعتمد على أمرين أساسيين، أولهما نشاط البحث والتطوير الذي يعتبر المصدر الرئيسي للإبداع التكنولوجي، لذا وجب على المؤسسات الاهتمام بهذا النشاط من خلال تخصيص ميزانيات معتبرة، واثمها حماية إبداعاتها التكنولوجية من التقليد من خلال وسائل الحماية القانونية، وأهمها براءات الاختراع.

كما توصلت الدراسة إلى أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة أصبح اليوم يتبوأ حيزا ومساحة كبيرة من الأهمية على جميع الأصعدة والمجالات المحلية، ويحظى باهتمام رفيع المستوى من قبل المؤسسات الاقتصادية لكونه يعمل على تحسين من مستوى المعيشة والارتقاء برفاهية المجتمع.

كما يرى عدد من الباحثين أن المسؤولية الاجتماعية هي الوسيلة التي تستخدمها المؤسسات لإدارة وتنظيم علاقاتها بكامل الأطراف ذات المصلحة معها، لهذا مفهوم المسؤولية الاجتماعية بنظرية أصحاب المصلحة، حيث توضح لنا هذه النظرية الأطراف الذين يجب التوجه إليهم ببرامج المسؤولية الاجتماعية وهم أصحاب المصلحة نذكر منهم: المساهمون، العمال، الزبائن، المجتمع، البيئة، الموردون، المنافسون، الحكومة، منظمات المجتمع المدني وغيرهم.

من خلال هذه الدراسة توصلنا إلى أن استخدام الإبداع التكنولوجي من أجل تحقيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة هو أمر ممكن لكنه جد معقد، لأنه لكلا المفهومين خصائص متعددة الأبعاد، لهذا توجد مجموعة من المعايير والعناصر التي تدفع المؤسسة بالقيام بعملية الإبداع التكنولوجي المتلائم مع مسؤوليتها الاجتماعية، ما سمح بظهور ما اصطلح عليه في أدبيات الأعمال بالإبداع التكنولوجي المسؤول الذي هو عبارة عن الإبداع الذي يعمل إلى إدماج عناصر المسؤولية الاجتماعية، هذا بالاهتمام بمجموعة من الجوانب البيئية، الاجتماعية، المجتمعية، الأخلاقية، والاقتصادية. كما تستخدم المؤسسات بعض الأدوات من أجل الوصول إلى إبداع تكنولوجي يتلاءم مع المسؤولية الاجتماعية أهمها: البحث و التطوير البيئي، براءات الاختراع البيئية، التصميم البيئي، التصميم الاجتماعي، والتكنولوجيا البيئية بشقيها التكنولوجيا المراقبة، و التكنولوجيا البيئية.

ولقد سلطت الدراسة التطبيقية الضوء على دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية في مؤسسة ملبنة الساحل بصلامندر.

كما قدمت الدراسة مجموعة من النتائج تتمثل فيما يلي:

النتائج:

- الاهتمام بمفهوم الإبداع التكنولوجي والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة باعتبارهما من المواضيع الحديثة والهامة سواء على المستوى الكلي أو الجزئي التي ينبغي التعمق فيها والقيام بالعديد من الدراسات حولها، كما يجب إعطاؤها مزيد من الأهمية بالنسبة للأبحاث العربية والجزائرية على وجه الخصوص.
- تتحقق المسؤولية الاجتماعية عندما تلتزم المؤسسة بدمج البعد الاجتماعي ضمن أهدافها وبالتالي تحقيق الكفاءة على المستوى الاقتصادي والاجتماعي وحتى البيئي.
- دراسة براءة الاختراع ودورها في تحقيق التنمية المستدامة.
- هناك إبداع تكنولوجي في المؤسسة يتمثل في تجديد الآلات.
- المؤسسة تحتوي على مصالح جد هامة مثل مصلحة تسيير الموارد البشرية التي تهتم بكل كبير وصغير تخص العامل من بداية التوظيف إلى التعاقد، مصلحة النظافة والأمن التي تقوم بتحسين العمال من الخطر والتدخل حالة وقوع الحادث والوقاية منه كلها تسعى لتبني وتطوير المسؤولية الاجتماعية.
- جعل المسؤولية الاجتماعية اتجاها سائدا في المؤسسة من خلال تعريفها للعمال والعمل على تحقيقها.

اختبار الفرضيات:

انطلاقاً من النتائج السابقة تمكنا من التوصل إلى اختبار الفرضيات التالية:

- الفرضية الأولى: الإبداع التكنولوجي هو تلك العملية التي تتعلق بالمستجدات الإيجابية التي تخص المنتجات بمختلف أنواعها وكذلك أساليب الإنتاج.
- الإبداع التكنولوجي هو العلمية التي يمكن من خلالها للشركة أن تحقق التنسيق والتعاون بين أنشطة الشركة كالإنتاج، التسويق والبحث والتطوير، بهدف تبني الأفكار والأساليب الجديدة وترجمتها في ميدان العمل إلى منتج جديد (سلعة جديدة أو خدمة جديدة) أو تطوير منتج قائم (منتج موجود) أو استخدام عملية إنتاجية جديدة أو تطوير عملية إنتاج قائمة لتلبية متطلبات الزبائن من المنتجات، فضلاً عن جعل الشركة هي الأفضل في سوق المنافسة.
- الفرضية الثانية: المسؤولية الاجتماعية هي عقد بين المنظمة والمجتمع.

المسؤولية الاجتماعية هي التزام المنظمة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية والسلوك الأخلاقي، الذي يرتبط بقضايا التلوث البيئي والبطالة والتضخم ومحاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية، وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها، وتنشأ المسؤولية الاجتماعية في هذا الجانب من قيام منظمات الأعمال بتنفيذ واجباتها تجاه المجتمع.

- الفرضية الثالثة: يمكن أن يساهم الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

من خلال تحليلنا لوضعية المؤسسة وجدنا أن الإبداع التكنولوجي يساهم في تحقيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة وهذا من خلال المعدات الحديثة التي تم إدخالها للمؤسسة والتي ساهمت بشكل كبير في تخفيض تكاليفها إضافة على التحسينات التي تقوم بها المؤسسة على مستوياتها، الأمر الذي سمح لها بكسب مكانة في السوق الوطنية.

التوصيات:

- بما أن الإبداع التكنولوجي يقود إلى اكتساب المؤسسة لميزة تنافسية، فعلى مؤسسة ملبنة الساحل الاهتمام به أكثر.
- العمل أكثر على اكتساب تقنيات الإنتاج المتطورة المبنية على التكنولوجيات المتطورة.
- نشر ثقافة الإبداع بين العاملين في المؤسسة، لأن المورد البشري يعتبر جوهر عملية الإبداع التكنولوجي وعليه نقترح على المؤسسة أن تولي اهتماماً أكبر بهم.
- إقناع المؤسسة بأن المسؤولية الاجتماعية هي خيار لا بد منه، وهو في صالحها، وليست تكاليف مفروضة عليها.
- بناء ثقافة تنظيمية تقوم على أسس ومبادئ المسؤولية الاجتماعية لترسيخ هذا المفهوم.



قائمة المراجع

قائمة المراجع:

الكتب باللغة العربية:

- 1 - بيتروك، ترجمة خالد العامري، إدارة الإبداع،، مصر، دار الفاروق للنشر والتوزيع، 2008.
- 2- ثامر ياسر البكري، التسويق و المسؤولية الاجتماعية، الطبعة الأولى، عمان، دار وائل للنشر، 2011.
- 3 - سعيد بن عامر، الإدارة وتحديات التغيير، الطبعة الأولى، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2001.
- 4 - طاهر محسن منصور الغالي، الإدارة الإستراتيجية، الطبعة الثانية، عمان، دار وائل للنشر، 2009.
- 5 - طاهر محسن منصور الغالي، إدارة وإستراتيجية منظمات الأعمال المتوسطة والصغيرة، الطبعة الأولى، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع.
- 6 - طاهر محسن منصور الغالي، صالح مهدي، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، الطبعة الثانية، عمان، دار وائل للنشر، 2008.
- 7 - عايد عبد الله العصيمي، المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة، الطبعة العربية، عمان، دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2015.
- فريد النجار، الإنتاج التجريبي في الصناعات والخدمات، القاهرة، الدار الجامعية، 2007.
- 9 - محمد السعيد أوكيل، اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1994.
- 10 - محمد سعيد أوكيل، وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية.

المراجع باللغة الفرنسية:

- 1- Thomas Durand , Technologies Organisationnelles Pour L'entreprise, Rapport Préparé Par CN International, Juillet, 2002.
- 2- Jean Claude Tarondeau, Recherche et développement, édition vuibert, paris, 1994.
- 3- Joel Brounstail , Frederic Frery, le Management Strategique de l'innovation, edition dalloz, paris, 1993, p147.

3 - المذكرات:

- 1 - بوزناق عبد الغني، مساهمة الإبداع التكنولوجي في تعزيز تنافسية المؤسسة الصناعية، مذكرة نيل شهادة الماجستير، بسكرة، جامعة محمد خيضر، 2012/2013.

- 2 - حماساس جميلة، الإبداع التكنولوجي داخل المؤسسات المصرفية، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، مستغانم، جامعة عبد الحميد بن باديس، 2012 / 2013.
- 3 - حافظ شيماء، دور الإبداع في تحقيق التميز التنافسي للمؤسسة الاقتصادية، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، مستغانم، جامعة عبد الحميد بن باديس، 2012 / 2013.
- 4 - ربيعي سهيلة، دور المسؤولية الاجتماعية في ترقية المسار المهني، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، مستغانم، جامعة عبد الحميد بن باديس، 2014 / 2015.
- 5 - محمد الطيب دويس، براءة الاختراع مؤشر لقياس تنافسية المؤسسات والدول، مذكرة ماجستير، ورقلة، 2005.

4 - المجلات و الملتقيات:

- 1 - أكرم احمد طويل، العلاقة بين أنواع الإبداع التقني وأبعاد الميزة التنافسية، المؤتمر العلمي الثالث لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية تحت عنوان إدارة منظمات الأعمال، الأردن ، 2009.
- 2 - احمد الكردي، المسؤولية الاجتماعية للشركات، مجلة العلوم الاقتصادية، التحديات والأفاق من اجل التنمية.
- 3 - اممر عزايوي و سايج بوزيد، دور المسؤولية الاجتماعية و البيئية للمؤسسة الاقتصادية في إرساء الثقافة البيئية، الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، ورقلة، 22 23 نوفمبر، 2011
- 4 - بومدين بروال، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق متطلبات المسؤولية الاجتماعية و البيئية للمؤسسات، الملتقى الدولي حول الإبداع و التغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، البلدة، جامعة سعد دحلب، 2011.
- 5 - رحيم حسين، المؤسسة الاقتصادية وتحديات المحيط التكنولوجي، تشخيص و استراتيجيات، الملتقى الدولي الأول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد، الاغواط، ابريل، 2003.
- 6 - سلوى مهدي عبد الجبار، تأثير البحث و التطوير في الإبداع التقني، الملتقى الدولي الأول حول أهمية الشفافية و نجاعة الأداء للاندماج الفعلي في الاقتصاد العالمي، الجزائر، فندق الاوراسي، جوان، 2003.
- 7 - صالح مهدي محسن العامري، العوامل التكنولوجية و التنظيمية المؤثرة في الإبداع التكنولوجي، مجلة العلوم الاقتصادية و القانونية، سوريا، 2005.
- 8 - صالح السحيباني، المسؤولية الاجتماعية و دورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية، المؤتمر الدولي حول القطاع الخاص في التنمية، بيروت، 23-25 مارس، 2009.

9 - عبد الرزاق مولاي لخضر و حسين شنيخي، أثر تبني المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للشركات، الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات و الحكومات، ورقة، 22-23 نوفمبر، 2011.

10 - محمد قريشي، الإبداع التكنولوجي كمدخل لتعزيز تنافسية المؤسسات الوطنية، مجلة البحوث و الدراسات، بسكرة، 2008.

11 - مولاي لخضر عبد الرزاق و بوزيد سايج، دور الاقتصاد الإسلامي في تعزيز مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات، الملتقى الدولي حول الاقتصاد الإسلامي، غرداية، 2011.

مواقع الأنترنت:

1- <http://www.sumsa.net/articles.php?action:show1957>، . 2011

2- CECILE PATRIS، GERARD VALENDAN، FRANCAISE WARVANT، OP، CIT

ملخص:

تعيش المؤسسات اليوم في محيط اقتصادي يمتاز بتداخل العديد من العوامل التي تقود المؤسسات إلى تبني طرق عمل تمكنها من تحقيق الأفضلية التنافسية، وهي في نفس الوقت تواجه ضغوطات اجتماعية وبيئية من طرف المجتمع المدني، و الناتجة عن المخلفات السلبية التي تفرزها أنشطتها، وهذا ما يجعل المؤسسة مطالبة بأن تلعب دور اجتماعي حتى تحافظ على مكانتها في السوق، تهدف هذه المداخلة إلى إبراز الروابط التصورية بين مفهومين يبدوان متناقضين، الإبداع التكنولوجي كأحد الطرق التي تكسب المؤسسة الأفضلية التنافسية، والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة التي تعبر عن مساهمة المؤسسة في تحقيق التنمية المستدامة، ومن خلال هذه الروابط سنعمل على إبراز الدور المزدوج للإبداع التكنولوجي الذي يتم تحليله أحيانا كسبب للهدم الاجتماعي، وأحيانا أخرى كنمط جديد للإنتاج الذي يتوافق مع الالتزام الاجتماعي للمؤسسات.

الكلمات المفتاحية: الإبداع، تكنولوجيا، مسؤولية اجتماعية و بيئية، تنمية مستدامة، تغير تنظيمي

Résumé : L'Entreprises aujourd'hui Vivre dans un environnement économique caractérisé par l'interaction de nombreux facteurs qui conduisent les firmes à adopter des méthodes de travail pour l'obtention l'avantage compétitif, et en même temps, sont confrontés à des pressions sociales et environnementales de la société civile, résultant de la production des émissions par ces activités, et ce qui rend l'entreprise est appelée à jouer un social et environnemental afin de maintenir sa position sur le marché, cette communication vise a mettre en évidence le scénario des liens entre les deux concepts semblent contradictoires, l'innovation technologique comme l'un des moyens d'obtenir l'entreprise d'un avantage compétitif, et la responsabilité sociale et environnemental qui reflètent la contribution de l'entreprise parvenir à un développement durable, et à travers ces liens nous mettrons en évidence le double rôle de l'innovation technologique qui est parfois analysé comme une raison de la démolition social et environnemental, et d'autres fois un nouveau modèle de production qui est compatible avec un engagement envers les responsabilités sociales et environnementales de l'entreprise.

Mots clés : innovation, technologie, RSEE, développement durable, changement organisationnel