



قراءة في أهمية الإبداع التكنولوجي في إرساء دعائم المسؤولية للمؤسسات الاجتماعية

A reading on the importance of technological innovation in laying the foundations for corporate social responsibility

لطرش صبرينة

جامعة أم البواقي (الجزائر)

sabrina_latreche21@yahoo.fr

مهدي مراد*

جامعة تبسة (الجزائر)

mourad.mahdi04@yahoo.com

المعلومات المقال	الملخص:
<p>تاريخ الارسال: 23 سبتمبر 2020</p> <p>تاريخ القبول: 21 اكتوبر 2020</p> <p>الكلمات المفتاحية:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ الإبداع التكنولوجي، ✓ البحث والتطوير، ✓ المسؤولية الاجتماعية. 	<p>يعد الإبداع التكنولوجي من السمات الرئيسية لمنظمات الأعمال الحديثة، يأتي كنتيجة حتمية لتطبيق قواعد العلم والمعرفة والخبرة المتراكمة عبر السنوات وحصيلة أنشطة إبداعية خلاقية، بالإضافة إلى الدور الاجتماعي الذي تلعبه هذه المنظمات، من خلال تقديم منتجات أو تحسين عملياتها الإنتاجية وفق ما يلبي رغبات الزبائن من جهة، وأن تكون ملائمة للأبعاد الاجتماعية والبيئية من جهة أخرى، ما يمثل تحدي كبير لإدارة المؤسسة</p>
Article info	Abstract :
<p>Received 23 September 2020</p> <p>Accepted 21 octobre 2020</p> <p>Keywords:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ technological innovation, ✓ research and development, ✓ social responsibility 	<p><i>Technological innovation is one of the main characteristics of modern business organizations. It is the inevitable result of the application of the rules of science, knowledge and experience accumulated over the years and the result of creative creative activities, in addition to the social role that these organizations play by offering products or by improving their production processes according to what meets the wishes of customers on the one hand. And being in line with the social and environmental dimensions, on the other hand, which represents a great challenge for the management of the institution.</i></p>

مقدمة:

يشهد العالم الاقتصادي اليوم تداعيات اقتصاد المعرفة حيث أصبحت المعارف والعلوم هي المصدر الأهم للميزة التنافسية، مما أوجب الاهتمام البالغ بعامل الإبداع التكنولوجي باعتباره الرابط بين مستوى الموارد البشرية والمستوى المعرفي والعلمي، وهو بذلك يعكس مدى تقدم نشاطات البحث والتطوير ومسايرة التكنولوجيات والتقنيات الحديثة للتأقلم مع تغيرات المحيط، دون الإهمال الاستعداد للتكنولوجيات الحديثة المقبلة والمتوقعة.

إلى جانب هذه التطورات ظهرت تحديات جديدة بالنسبة لهذه المؤسسات تتمثل في الدور الاجتماعي الذي يمكن أن تمارسه، ما يحتم عليها وضع فلسفة وآليات عمل ضمن إطار أخلاقي واجتماعي، يمثل علاقة هذه المؤسسات بالمجتمع وهو ما يصطلح عليه باسم "المسؤولية الاجتماعية للشركات".

إشكالية الدراسة:

أمام التحديات والضغوطات التي تفرضها التنمية المستدامة والمسؤولية الاجتماعية متمثلة في إشباع رغبات ومتطلبات الزبائن وأصحاب المصالح وبالأخص البيئة الطبيعية، أصبح لزاما على إدارة المؤسسات القيام بالتنسيق بين إستراتيجياتها في الإبداع التكنولوجي وإرضاء العملاء، وعليه تمت صياغة التساؤل الرئيسي التالي:

كيف يساهم الإبداع التكنولوجي في تجسيد أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات؟

فرضيات الدراسة:

- ✓ الفرضية الأولى: الإبداع التكنولوجي هو عملية تتعلق بإستحداث وتجديد المنتجات بمختلف أنواعها وكذلك أساليب الإنتاج؛
- ✓ الفرضية الثانية: تتحقق المسؤولية الاجتماعية عندما تلتزم المؤسسة بدمج البعد الاجتماعي ضمن أهدافها؛
- ✓ الفرضية الثالثة: يمكن أن يساهم الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.

أهمية الدراسة:

- اكتساب الدراسات المتعلقة بالإبداع التكنولوجي أهمية خاصة في البيئة الأوروبية إلى درجة أن منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية أصدرت دليلا خاصا يسمى «Manuel d'Oslo» لغرض قياس نتائج عملية الإبداع التكنولوجي وتكاليفه في المؤسسات التي تقع في الدول التي بها هذه المنظمة، لأن بقاؤها في دنيا الأعمال مرتبط بما تحققه من إبداع تكنولوجي في ميدانها؛
- الاهتمام العالمي بالمسؤولية الاجتماعية الذي يلزم المؤسسات الاقتصادية الجزائرية إلى إدراك المفاهيم النظرية والممارسات العملية للمسؤولية، إضافة إلى المنافع المترتبة عليها للدولة والمجتمع؛
- من المهم غرس ثقافة المسؤولية الاجتماعية وممارستها خاصة في ظل تسبب الكثير من المؤسسات خاصة الصناعية منها في التلوث البيئي.
- تستمد هذه الدراسة أهميتها في كونها تؤسس نظريا وتطبيقيا للربط المنطقي بين الإبداع التكنولوجي والمسؤولية الاجتماعية.

أهداف الدراسة:

- تحديد المفاهيم المتعلقة بالإبداع التكنولوجي والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة؛
- التعرف على الميزات التي يمكن أن تحصل عليها المؤسسة من خلال تبنيها للإبداع التكنولوجي؛
- تعريف رجال الأعمال بالإبداع التكنولوجي وثقافة المسؤولية الاجتماعية مع إبراز أثارها الإيجابية على المؤسسة والمجتمع ومختلف أصحاب المصالح؛
- الخروج بنتائج وتوصيات تفيد قطاع الأعمال في الجزائر وتدعوه إلى تبني مثل هذه الممارسات في العمل الإداري؛

منهج الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا لهذا الموضوع على المنهج الوصفي التحليلي كطريقة للإلمام بجوانب البحث، وهذا بسرد وتحليل المعطيات المتاحة حول الموضوع وتحليلها تحليلًا علميًا، ومن ثم استخلاص جملة من النتائج وتقديم التوصيات.

خطة الدراسة:

✓ المحور الأول: التأصيل الأدبي والفكري للإبداع التكنولوجي؛

✓ المحور الثاني: المقاربات التعريفية للمسؤولية الاجتماعية.

✓ المحور الثالث: الإبداع التكنولوجي آلية لتدعيم المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة.

2. التأصيل الأدبي والفكري للإبداع التكنولوجي:

1.1. تعريف الإبداع التكنولوجي: إن الملاحظ لمصطلح الإبداع التكنولوجي يجد أنه يتكون من جزئين: الإبداع والتكنولوجيا، حيث يستعمل مصطلح الإبداع للدلالة على كل شيء جديد أو فريد من نوعه ويدور موضوعه حول المنفعة. وقد تعددت التعاريف التي أوردها الباحثون لتحديد معنى الإبداع من أهمها أنه: "كل الأعمال التي يقوم بها الأفراد والمؤسسات للحصول على نتائج إيجابية في مختلف الميادين، ويجب أن يخضع إلى قواعد وأسس منها: (أوكيل محمد السعيد، 1992، ص:110)

➤ القواعد العلمية كالدقة والضبط؛

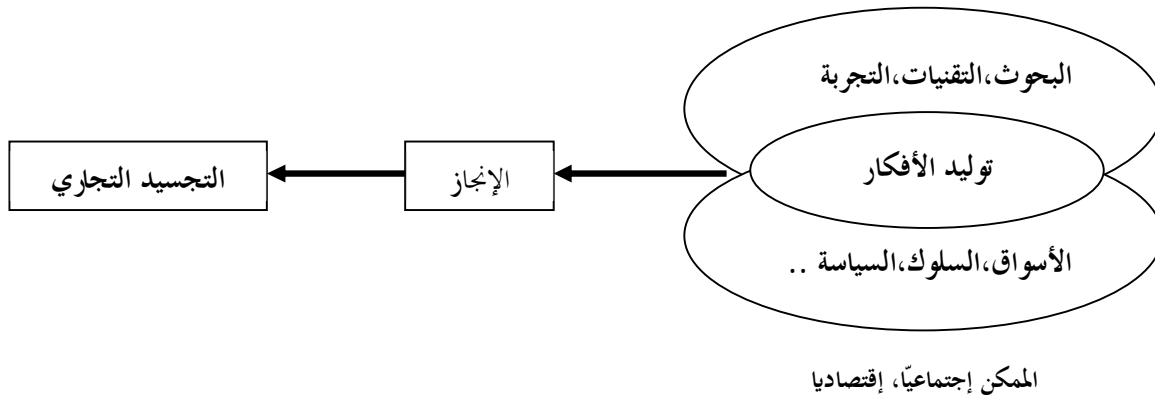
➤ أسس عامة كالأولوية في الوصول إلى النتائج تخدم المصلحة الخاصة أو العامة أو معا.

أما مصطلح **تكنولوجيا** فهي كلمة مترجمة من **Technology** وهي كلمة يونانية تتكون من مقطعين **Techno** وتعني فن و **Logos** وتعني علما، وعليه فالتكنولوجيا تربط ذهن الإنسان وإبداعه الفكري أو خياله العلمي بالتطبيق المادي، وكل ذلك يكون من خلال معالجة هادفة لإحداث تحولات في كل من الأسلوب والوسيلة معا. (هوشيار معروف، 2006، ص: 24). وعليه تعرف التكنولوجيا على أنها: "الأدوات والأساليب والإجراءات والمعرفة المستخدمة لخلق منتج أو خدمة". (Daft Richard, 1992, P: 50)، في حين أن تعريف الإبداع التكنولوجي فيقصد به: "إكتشاف وتطوير المنتجات سواء سلع أو خدمات أو عمليات، وترجمتها إلى تطبيقات تجارية"، (Stevenson William, 2007, P: 228)، في حين تعرفه مؤسسة العلوم الوطنية الأمريكية N.S.F على أنه: "إدخال تحسينات على منتجات، أو تطوير الموجود منها قصد تغيير جوهرها أو شكلها أو طريقة إستخدامها" (أوكيل محمد السعيد، 1994، ص: 33)، بينما ذهب البعض الآخر إلى تعريفه على أنه: "كل جديد على الإطلاق أو كل تحسين صغير أو كبير في المنتجات وأساليب الإنتاج الذي يحصل بمجهود فردي أو جماعي، والذي يثبت نجاحه من الناحية الفنية أو التكنولوجية وكذا فعاليته من الناحية الاقتصادية" (العامري صالح، مهدي محسن، 2005، ص: 149).

بناء على ما تقدم من تعاريف للإبداع التكنولوجي يمكن أن نعرفه على أنه: "تلك العملية التي تقوم بها المؤسسة لتحقيق التنسيق والتعاون والتفاعل بين أنشطتها بهدف تبني الأفكار الجديدة، وترجمتها في شكل منتج جديد أو تطوير منتج موجود أو استخدام عملية إنتاجية جديدة أو تطوير عملية إنتاجية موجودة، وذلك لتحقيق نتائج إيجابية في كافة الميادين. والشكل الموالي يوضح ذلك:

شكل 1: المسار الواقعي للإبداع التكنولوجي

الممكن تقنيا



المصدر: (بن قطاف أحمد، 2007/2006، ص:29)

2.2. خصائص الإبداع التكنولوجي: (أوكليل محمد السعيد، 1992، ص: 111)

- ✓ أن يكون مرتبطًا بالإنتاج والإنتاجية، بحيث أن كل إبداع لا يؤدي إلى تحسين في عملية الصنع أو استخدام عناصر الإنتاج، ولا في توفر منتجات جديدة أو تحسين الموجود لا يعتبر إبداعًا تكنولوجيًا بالمعنى الصحيح؛
- ✓ أنه نتيجة تطبيق معارف فنية أو تكنولوجية معترف بها، ومعنى ذلك أن كل جديد يستند إلى معلومات غير دقيقة ويؤدي إلى نتائج غير فعالة رغم جاذبيتها لا يمكن اعتبارها إبداعًا تكنولوجيًا؛
- ✓ إن الجهود الإبداعية المبذولة دون الوصول إلى التحكم أو تقليل التكاليف ليست إبداعات تكنولوجية، والنقطة الأساسية هنا هي أن الإبداع التكنولوجي يحمل في طياته المنافسة في التكلفة النهائية، سعر البيع...، فالأسلوب الفني الذي لا يخفض من تكلفة الإنتاج الوحيدة لا يستطيع أن يضمن ازدهار المؤسسة؛
- ✓ إن الإبداع التكنولوجي بدون انتشار في الأسواق يكون محدود الكفاءة والفعالية، حسب النظرة الشمولية فإن الإبداع التكنولوجي عامل أساسي في المنافسة، وبالتالي في ديناميكية السوق الحرة، وحتى تتحقق التنمية الاقتصادية لابد أن يكون له آثار أوسع ما يكون.

3.2. أهداف الإبداع التكنولوجي: (سعيد بن عامر، 2001، ص: 694)

- تسفر التأثيرات المادية لجميع الإبداعات التكنولوجية إما عن منتجات جديدة (الأمر الذي يعني مزيدًا من الأرباح، كفاءات أعلى في الإنتاج)، أو عمليات إنتاجية جديدة (الأمر الذي يؤدي إلى ارتفاع الإنتاجية)؛
- إن الارتفاع في الإنتاجية يعني الانخفاض في تكلفة الوحدة من الناتج؛
- إن الانخفاض في تكلفة الوحدة من الناتج يسفر عن ارتفاع الأرباح ونمو المؤسسات، الأمر الذي يشكل الدوافع الرئيسية من أجل جهود أخرى لإنتاج المزيد من الإبداعات التكنولوجية؛
- إن الارتفاع في الإنتاجية يعني زيادة الناتج الكلي بنفس القدر من الموارد، الأمر الذي يعني الحفاظ على الموارد المتاحة في المجتمع؛
- إن المزيد من الإبداعات التكنولوجية والانتشار السريع لها يعتبر أهدافًا اجتماعية مرغوب فيها، وهذا يعني أن هناك تطابق بين أهداف المؤسسة وبين أهداف المجتمع ككل؛

▪ بما أن نتائج الإبداعات التكنولوجية قد تحققت بالكامل يصبح هناك تطابق بين الأهداف المرجوة والنتائج الفعلية. وتتفق معظم المؤسسات على هذه الأهداف النهائية التي تسعى لتحقيقها من أجل تحسين الأداء الاقتصادي لها في شكل زيادة في الإيرادات أو تخفيض التكاليف.

4.2. أنواع الإبداع التكنولوجي: يميز عادة بين نوعين أساسيين من الإبداع التكنولوجي هما: (نجم عبود نجم، 2003، ص: 167)

أ. الإبداع التكنولوجي الجزئي (التدريجي): يتمثل هذا النوع من الإبداع في التحسين الذي يحدث للمنتجات الموجودة سابقاً، أو يتعلق بتحسين أسلوب إنتاجي موجود، حيث يمكن من إضافات صغيرة وتعديلات جزئية عليها دون المساس بجوهر المنتج أو العملية الإنتاجية، ومن أبرز خصائص هذا النوع ما يلي:

- لا يتطلب وقتاً طويلاً؛
- لا يحتاج إلى موارد مالية كبيرة؛
- لا يحتاج إلى موارد بشرية ومادية كبيرة؛

بالرغم من المزايا المذكورة سابقاً لهذا النوع إلا أن له بعض العيوب تتعلق به هي:

- في أغلب الحالات هو إتباع للمؤسسة القائمة في السوق فهو لا يحقق قيادة حاسمة في الحصة السوقية، إلا في بعض الحالات خاصة عندما تتراكم التحسينات لتصبح تحسينات جوهرية؛
- أنه في الغالب يعمل في ظل الحالة القائمة والفن التكنولوجي السابق؛
- عندما يكون عبارة عن تحسينات صغيرة يمكن أن تكون له مخاطر في السوق التي تتميز بسرعة التغير كما هو الحال في سوق الإلكترونيات أمام المنافسين الذين يأتون بالجديد؛

➤ إن المبالغة في التحسينات يمكن أن يؤدي إلى التنوع الأقصى مما يربك الزبون ومثال ذلك أن مؤسسة Matsushita قدمت ما يقارب 220 نوعاً من التليفزيونات ما جعل الزبون في حيرة من أمره عندما تعلق الأمر باختيار أحد الأنواع، وخاصة أن ما نسبته 10% منها فقط كان يباع بشكل جيد، مما اضطرت المؤسسة في النهاية إلى تخفيض عدد الأنواع إلى 62 نوع فقط؛

➤ التحسين المستمر يعتمد بشكل أوسع على مشاركة العاملين، ولكن رغبة المؤسسات في إدخال التكنولوجيا الحديثة سيؤدي إلى إحلال الآلة محلهم، وبالتالي سيثبت هذا الأمر من عزيمة وإرادة العاملين خاصة وأهم أمام مرحلة حاسمة للاستغناء عنهم؛

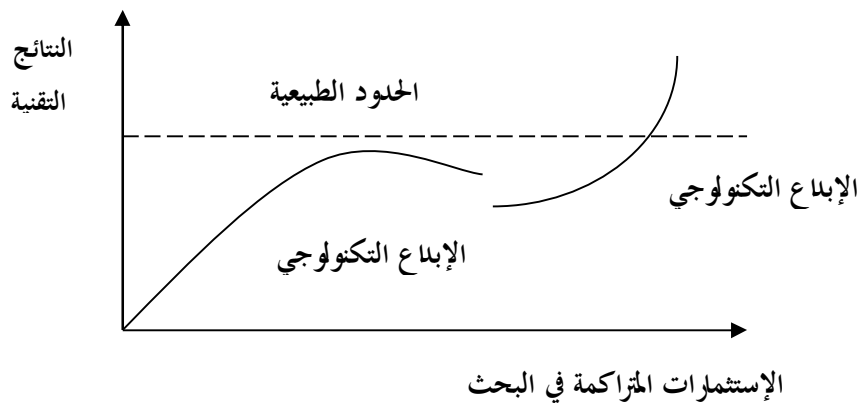
ب. الإبداع التكنولوجي الجذري: يهتم هذا النوع من الإبداع التكنولوجي في خلق منتجات وعمليات جديدة (تقديم منتجات جديدة وإدخال أو تصميم عمليات إنتاجية جديدة)، وإجراء تغييرات أساسية في طريقة إنجاز العمل بهدف الاستجابة السريعة لاحتياجات الزبائن. (اللامي غسان قاسم، 2007، ص: 129)

للإبداع التكنولوجي الجذري خصائص عديدة تسعى المؤسسة لاستغلالها من أجل تحقيق أهدافها تتمثل في:

- يؤدي إلى إدخال تكنولوجيا أو منتجات جديدة تماماً تحرك النمو الاقتصادي وتعطي الشكل الكلي للصناعة، وهو كما يقول Chandy and Tellis هو الذي يحقق الفرق بين بقاء المؤسسات وزوالها؛
 - يؤدي إلى إنشاء أسواق جديدة للتكنولوجيا والمنتجات الجديدة؛
 - في أغلب الحالات الطويلة يمكن المؤسسة من تحقيق أرباح كبيرة، وخاصة في ظل إدارة فعالة لحقوق الملكية الفكرية، حيث يمكن أن يستمر لفترة طويلة قد تصل إلى عشرين سنة وذلك حسب فترة الحماية المحددة قانوناً؛
- بالرغم من المزايا المذكورة لهذا النوع فإن له مخاطر تتمثل في:

- التكلفة العالية حيث أن هذا النوع من الإبداع يتطلب استثمارات كبيرة في مختلف مراحله، مما يعني أن المؤسسات يمكن تتعرض للمخاطرة العالية في ظروف عدم التأكد العالية أو احتمالات الفشل العالية؛
- الفترة الزمنية الطويلة حيث قد تصل مدة الإبداع التكنولوجي الجذري من الفكرة إلى وصوله في شكله النهائي عدة سنوات وأحيانا تصل إلى عقدين من الزمن، والواقع أن المنافسة القائمة على الزمن ترى فيه العامل الوحيد الذي لا يمكن تعويضه، لذا فإن الإبداع التكنولوجي الجذري الذي يتطلب وقتا طويلا يصبح ذا مخاطرة عالية؛
- التأخيرات غير المتوقعة، ففي حالات كثيرة تتطلب توظيف موارد أكثر بكثير من الميزانية المخصصة، فعلى سبيل المثال نفق سكك الحديد سويكان الذي يربط بين جزيرة هوكايدو باليابان أكمل في 14 عاما متأخرا لأكثر من سنة، ومكلفا عشرة ملايين باوند وهذا يمثل ضعف المبلغ المتوقع؛
- مشكلة التقليد، حيث أن التقليد الذي يأتي بالتحسينات على المنتج المقلد الأصلي قد يستولي على الحصة السوقية مما يعرض المنتج الأصلي إلى الخطر القادم من بعض المقلدين الذين لديهم قدرات عالية، حيث يصبح التابع تهديد حقيقي لأن يحتل مركز القائد؛
- إن الكثير من المؤسسات تميل إلى الاعتماد على الإبداع التكنولوجي الناجح الوحيد الذي تحقق فيه الأسبقية التنافسية، وتكسب أرباحا كثيرة، فإن هذه المؤسسات تنتقل إلى الاهتمام بالتسويق لإبداعها السابق وسرعان ما يظهر المنافسون بإبداعهم المتفوقة ليحققوا النجاح التجاري المعقول، وميزة مستدامة في مقابل المؤسسة التي تعتمد على الإبداع الوحيد. والشكل الموالي يوضح ذلك.

شكل 2: الإبداع التكنولوجي الجذري والجزئي



المصدر: (دويس محمد الطيب، 2005، ص:43)

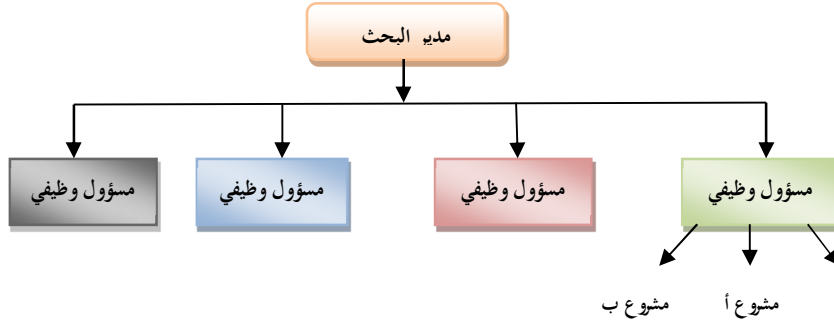
5.2. البحث والتطوير كمصدر للإبداع التكنولوجي:

أ. تعريف البحث والتطوير: يعد نشاط البحث والتطوير في المؤسسات المغذي الأساسي للإبداعات التكنولوجية وخاصة تلك التي تتضمن مخاطر وإمكانيات بشرية معتبرة، وتعرفه منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية على أنه: "مجموع الأعمال المنهجية والإبداعية الهادفة إلى زيادة المعارف سواء معرفة الفرد أو ثقافة المؤسسة، والتي تستخدم في التطبيقات الجديدة" (OCDE, 2002, P: 34)، وعليه فالاهتمام بالتنظيم والتسيير الفعال لنشاط البحث والتطوير ينطلق من الأهمية الإستراتيجية التكنولوجية للمؤسسة، ومدى المكانة التي يحتلها الإبداع التكنولوجي في اهتماماتها.

ب. أشكال البحث والتطوير: (Jean Claude Tarondeau,P :120)

ب.1. التنظيم الوظيفي: يتم خلال هذا التنظيم تقسيم كل مشروع بحث وتطوير إلى أجزاء يتم إسنادها إلى وحدات تنفيذية خاصة، وتتولى كل وحدة خاصة جزءا من المشروع، ويتم التنسيق بين الوحدات بواسطة مسؤوليها المباشرين، ويمكن توضيح هذا التنظيم في الشكل التالي:

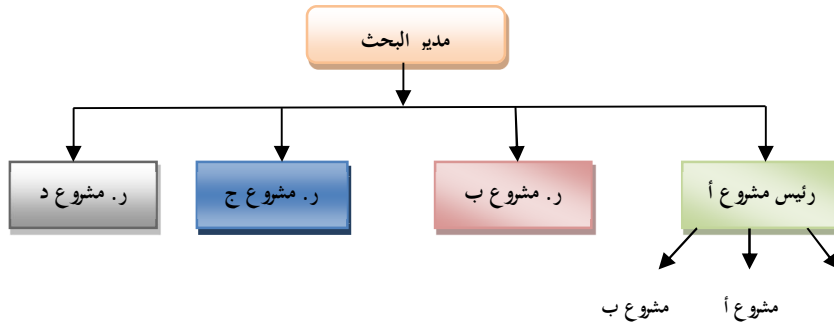
شكل 3: التنظيم الوظيفي لنشاط البحث والتطوير



Source : (Jean Claude Tarondeau,P :120)

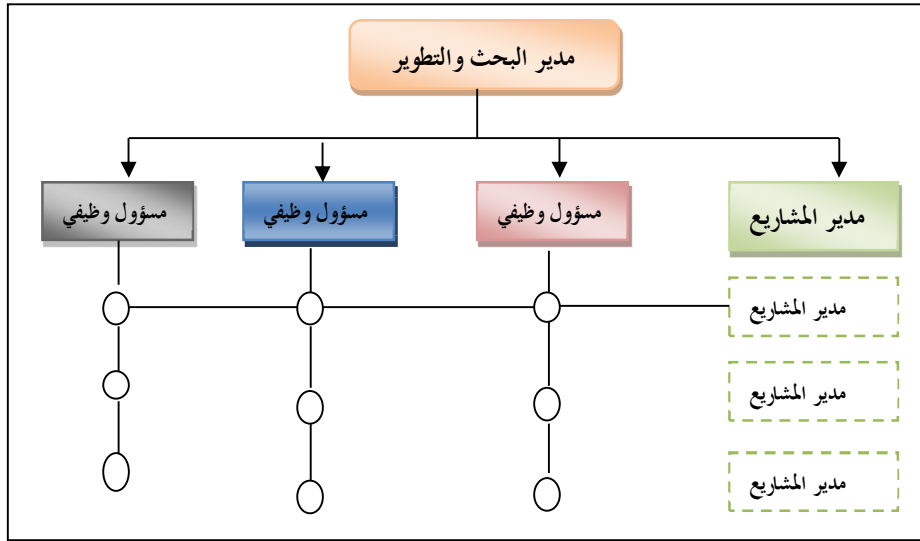
ب.2. التنظيم حسب المشاريع: يتم من خلال هذا الشكل تخصيص كل مشروع بحث وتطوير بتكليف كل مجموعة من المهندسين والفنيين بمشروع معين، ويتخذ هذا التنظيم الشكل التالي:

شكل 4: التنظيم حسب المشاريع لنشاط البحث والتطوير



Source : (Jean Claude Tarondeau,P :121)

ب.3. التنظيم الشبكي أو المصفوفي: يتم خلال هذا التنظيم المزج بين السابقين وفق الشكل الموالي:
شكل 5: التنظيم الشبكي أو المصفوفي لنشاط البحث والتطوير



Source : (Jean Claude Tarondeau,P :121)

5.2. البحث والتطوير وعلاقته بالإبداع التكنولوجي:

هو نشاط مقترن بالإبداع ويمثل إضافة للمعرفة وتحويل النتائج التي يتم التوصل لها من خلال إتباع أساليب البحث العلمي إلى سلع وخدمات نافعة للمستهلكين، وتطوير المنتجات والعمليات بالشكل الذي يحقق الميزة التنافسية لهذه المؤسسات، وامتلاكها للتقنيات المتقدمة والإبداع فيها ويتضمن متغيرات فرعية كالآتي:

الإبداع التكنولوجي	علاقة إرتباط وتأثير	نشاط البحث والتطوير
<ul style="list-style-type: none"> - تقديم منتج جديد؛ - تحسين منتج حالي أو قديم؛ - تصميم عملية جديدة؛ - تحسين عملية قائمة. 		<ul style="list-style-type: none"> - تخصيصات البحث والتطوير؛ - عدد العاملين ومؤهلاتهم؛ - أهداف البحث والتطوير؛ - دعم الإدارة العليا؛ - البحوث الأساسية والتطبيقية؛ - توفر المعلومات وقنوات الاتصال؛ - العلاقة مع الجهات الأكاديمية.

6.2. سياسات المؤسسة في مجال البحث والتطوير:

أ. الحوافز: عادة ما تقوم المؤسسات بتشجيع الأفراد على بذل مجهودات أكبر في مجال البحث والتطوير والإبداع التكنولوجي، من خلال تحفيزهم وتقديم علاوات مختلفة بهدف تحسين الأداء، ويمكن حصر الحوافز في مختلف الهدايا والجوائز التي تمنح للمخترعين والمبدعين بعد إثبات فعالية أعمالهم، وذلك بمراعاة الاحتياجات الشخصية والعائلية للأفراد مثل: السكن، السيارات، التجهيزات والترقية في الوظائف وغيرها، ومن جهة أخرى ربط الحوافز بالقيمة التقديرية لأعمالهم ومدى انتفاع المؤسسة من الاختراعات والإبداعات المحققة.

ب. الإرتباطات: ونقصد بها جملة العلاقات التي تنشئها المؤسسة مع المؤسسات الاقتصادية الأخرى، وكذا المؤسسات العلمية، ومراكز البحث التطبيقي، ومن الأسباب التي تجعل المؤسسة تلجأ إلى القيام بمثل هذه الإرتباطات نذكر ما يلي:

- سد الاحتياجات والفراغات الناتجة عن نقص قدرات وإمكانيات المؤسسة وجعلها أكثر فعالية؛
- الحاجة إلى التعاون مع الأطراف الأخرى من مؤسسات علمية ومراكز البحث، قطاعات للتغلب على الصعاب وإزالة العقبات من خلال التعرف على الناس والخبراء في الملتقيات مثلا، وتقوية علاقات العمل وتبادل الخبرات... إلخ؛
- الاستفادة من المعلومات في كل ما يتعلق بالنصح والرشد، المعلومات التقنية، المعارف الجديدة والدقيقة، الإقتراحات والتوجيهات حول كيفية تحسين التسيير والأداء؛
- ضمان نوع من الأفكار، المعارف والحلول؛
- إبرام إتفاقيات لفترات زمنية محددة.

3. الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

1.3. التحديات التي أدت إلى بروز مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

إن بروز وتنامي مفهوم المسؤولية الاجتماعية جاء نتيجة العديد من التحديات أبرزها:

(فؤاد حسين محمد الحمدي، 2003، ص: 35-36)

أ. العولمة: تعد من أهم القوى الدافعة لتبني المؤسسة مفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث أضحت العديد من المؤسسات متعددة الجنسيات ترفع شعار المسؤولية الاجتماعية، وأصبحت تركز في حملاتها الترويجية على أنها تهتم بحقوق الإنسان وأنها تلتزم بتوفير ظروف عمل آمنة للعاملين، وبأنها لا تسمح بتشغيل الأطفال كما أنها تهتم بقضايا البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية.

ب. تزايد الضغوط الحكومية والشعبية: من خلال التشريعات التي تنادي بضرورة حماية المستهلك والعاملين والبيئة، الأمر الذي قد يكلف المؤسسة أموالا طائلة إذا ما رغبت في الالتزام بتلك التشريعات وبخلاف ذلك قد تتعرض للمقاطعة والخروج من السوق بشكل عام.

ج. الكوارث والفصائح الأخلاقية: حيث تعرضت الكثير من المؤسسات العالمية لقضايا أخلاقية، مما جعلها تتكبد أموالا طائلة لتعويضات للضحايا أو خسائر نتيجة المنتجات المعيبة.

د. التطورات التكنولوجية المتسارعة: والتي صاحبها تحديات عديدة أمام مؤسسات الأعمال فرضت عليها ضرورة الالتزام بتطوير المنتجات وتطوير مهارات العاملين، وضرورة الاهتمام بالتغيرات في أذواق المستهلكين وتنمية مهارات متخذي القرارات، خاصة في ظل التحول من الاقتصاد الصناعي إلى اقتصاد قائم على المعلومات والمعرفة، وزيادة الاهتمام برأس المال البشري أكبر من رأس المادي، وبالتالي نجد أنه مع تغير بيئة العمل العالمية، فإن متطلبات النجاح والمنافسة تغيرت أيضا.

2.3. مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

المسؤولية الاجتماعية ليست عملا خيريا من جانب المؤسسة ولا امتثالا مطلق للقانون والقاسم المشترك بين أكثرية التعاريف هي أن المسؤولية الاجتماعية مفهوم تدرج بموجبه المؤسسات الشاغل الاجتماعي والبيئة في السياسات والأنشطة الخاصة بأعمالها قصد تحسين أثرها في المجتمع.

يعرف Kurtz المسؤولية الاجتماعية على أنها: "الفلسفة التسويقية المعبر عنها بسياسات الإجراءات والأفعال التي تحقق بمجملها رفاهية المجتمع كهدف أساسي" (علاء فرحي وآخرون، 2010، ص: 37)، ويعرفها البكري على أنها: "مجملة الالتزامات التي تتعهد بها المؤسسة في تقديم ما يرغبه الزبون وانسجاما مع القيم المشتركة ما بينهما، والتي تنصب في النهاية بتحقيق رفاهية المجتمع واستمرار عمل المؤسسة، وبما تحققه من عوائد مربحة" (ضيايي نوال، 2010، ص: 21)، كما عرفها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة بأنها: "الالتزام

المستمر من قبل منظمات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعلاقتهم إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل". (عناي بن عيسى، 2012، ص: 03)

من خلال التعريف السابقة يمكننا القول بأن المسؤولية الاجتماعية هي التزام المؤسسة اتجاه المجتمع الذي تتوطن فيه وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية والسلوك الأخلاقي، الذي يرتبط بقضايا التلوث والبيئة والبطالة والتضخم ومحاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية، وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان وغيرها، وتنشأ المسؤولية الاجتماعية في هذا الجانب من قيام مؤسسات الأعمال بتنفيذ واجباتها تجاه المجتمع.

3.3. أهمية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

تحقق المسؤولية الاجتماعية عدة مزايا للمجتمع والدولة والمؤسسة من أهمها: (ميسون محمد عبد القادر، 2009، ص: 117)

- تحقق الأرباح يجب أن ينظر إليها بمنظور الأجل الطويل وليس بمنظور الأجل كما كان في الماضي، حيث أن إنفاق المؤسسة لحل المشاكل الاجتماعية والذي يؤدي إلى خفض الأرباح في الأجل القصير من شأنه خلق ظروف بيئية ملائمة لبقائها ونموها واستمرار تدفق أرباحها في الأجل الطويل؛
- كسب صورة جيدة عن المؤسسة التي تتبنى مفهوم المسؤولية الاجتماعية وتطبقه على أرض الواقع؛
- المؤسسة التي تتحمل مسؤوليتها الاجتماعية عادة ما تتجنب وطأة التشريعات والقوانين الحكومية؛
- تحويل المشاكل الاجتماعية إلى فرص مربحة للمؤسسة لزيادة توظيفها في المجتمع وتحسين صورتها في محيلة الزبون؛
- المؤسسة مصدر المشاكل الاجتماعية لأنها تساهم في تلوث البيئة من خلال غازاتها السامة ونفاياتها الكيماوية وأماكن عملها غير صحيحة.

4.3. أبعاد ومبادئ المسؤولية الاجتماعية

أ. أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة: أشار كلا من Pride و Farrell إلى وجود أربعة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية تمثلت في: (عبد السلام مخلوني، 2012، ص: 07)

- ب. المسؤولية الإنسانية: أي أن تكون المؤسسة صالحة وتعمل على الإسهام في تنمية وتطوير المجتمع وتحسين نوعية الحياة.
 - ج. المسؤولية الأخلاقية: أي أن تكون المؤسسة صالحة مبنية على أسس أخلاقية، وأن تلتزم بالأعمال الصحيحة وتمنع عن إيذاء الآخرين.
 - د. المسؤولية القانونية: أي التزام المؤسسة باحترام القوانين واكتساب ثقة الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية، وعدم القيام بالأعمال المخلة بالقانون.
 - هـ. المسؤولية الاقتصادية: بأن تكون المؤسسة نافعة ومجدية اقتصادياً وأن تحاول جاهدة توفير الأمان للآخرين.
- واستناداً إلى ذلك تكون مسؤولية المؤسسة الاجتماعية الشاملة هي حاصل مجموعة العناصر الأربعة والتي أوردتها Carroll في شكل معادلة:

$$\text{المسؤولية الاجتماعية الشاملة} = \text{المسؤولية الاجتماعية} + \text{الأخلاقية} + \text{القانونية} + \text{الاقتصادية}$$

5.3. مبادئ المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات: تركز المسؤولية الاجتماعية على تسع مبادئ رئيسية نلخصها في ما يلي: (عريوة معاذ، 2011، ص: 55)

أ. المبدأ الأول الحماية وإعادة الإصحاح البيئي: يدعو إلى أن تقوم المؤسسة على حماية وإعادة حماية البيئة والترويج للتنمية المستدامة فيما يتعلق بالمنتجات والعمليات والخدمات والأنشطة الأخرى وإدماج ذلك في العمليات اليومية.

ب. المبدأ الثاني القيم والأخلاقيات: تعمل بموجبه المؤسسة على تطوير وتنفيذ المواصفات والممارسات الأخلاقية المتعلقة بالتعامل مع أصحاب الحق والمصلحة.

ت. المبدأ الثالث المساءلة والمحاسبة: يستوجب إبداء الرغبة الحقيقية في الكشف عن المعلومات والأنشطة بطرق وفترات زمنية لأصحاب الشأن لاتخاذ القرارات.

ث. المبدأ الرابع تقوية وتعزيز السلطات: العمل على الموازنة في الأهداف الإستراتيجية للإدارة اليومية بين مصالح المستخدمين والعملاء والمستثمرين والمنافسين والمجتمعات المتأثرة وغيرهم من أصحاب الشأن.

ج. المبدأ الخامس الأداء المالي والناتج: تعمل المؤسسة على تعويض المساهمين برأس المال بمعدل عائد تنافسي بينما تحافظ في نفس الوقت على الممتلكات والأصول واستدامة هذه العائدات، وأن تكون سياسات المؤسسة هادفة إلى تعزيز النمو على المدى الطويل.

ح. المبدأ السادس مواصفات موقع العمل: أن ترتبط أنشطة المؤسسة بإدارة الموارد البشرية لترقية وتطوير القوى العاملة على المستويات الشخصية والمهنية بالحسبان، أي أن العاملين يمثلون شركاء بارزين في العمل بما يستوجب احترام حقوقهم في ممارسات عادلة في العمل والأجور التنافسية والمنافع وبيئة العمل آمنة وصديقة وخالية من المضايقات.

خ. المبدأ السابع العلاقات التعاونية: أي أن تتسم المؤسسة بالعدالة والأمانة مع شركاء العمل وتعمل على ترقية ومتابعة المسؤولية الاجتماعية لهؤلاء الشركاء.

س. المبدأ الثامن المنتجات والخدمات ذات الجودة: تحدد المؤسسة وتستجيب لاحتياجات وحقوق الزبائن والمستهلكين الآخرين، وتعمل على تقديم أعلى مستوى وقيمة للخدمات بما في ذلك الالتزام الشديد برضاء وسلامة الزبائن.

ش. المبدأ التاسع الارتباط المجتمعي: تعمل المؤسسة على تعميق علاقات مفتوحة مع المجتمع الذي تتعامل معه، وتتميز بالحساسية تجاه ثقافة واحتياجات هذا المجتمع، تلعب المؤسسة في هذا الخصوص دورا يتسم بالإيجابية والتعاون والمشاركة حيثما يكون ممكنا في جعل المجتمع المكان الأفضل للحياة وممارسة الأعمال.

5.3. عناصر ومعايير قياس المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

أ. عناصر المسؤولية الاجتماعية: حدد السيد أحمد عثمان عناصر المسؤولية الاجتماعية فيما يلي: (ميسون محمد عبد القادر، 2009، ص:114)

- **الاهتمام:** يقصد به الارتباط العاطفي بالجماعة التي ينتمي إليها الفرد صغيرة كانت أم كبيرة، ذلك الارتباط الذي يخالطه الحرص على استمرار تقدمها وتماسكها وبلوغها أهدافها والخوف من أن تصاب بأي ظرف يؤدي إلى إضعافها أو تفككها؛
- **الفهم:** ينقسم إلى قسمين؛ القسم الأول فهم الفرد للجماعة والقسم الثاني فهم الفرد للمغزى الاجتماعي بأفعاله، ويقصد بالشق الأول فهم الفرد للمجتمع الذي ينتمي إليه في حالته الحاضرة من ناحية فهم مؤسساته ومنظماته وعاداته وقيمه ووضعه الثقافي والتاريخي، أما الشق الثاني من الفهم أن يدرك الفرد أثار أفعاله وتصرفاته وقراراته على المجتمع، أي فهم القيمة الاجتماعية لأي فعل أو تصرف اجتماعي يصدر عنه؛
- **المشاركة:** يقصد بها مشاركة الفرد مع الآخرين في عمل ما يملية الفهم من أعمال تساعد المجتمع في إشباع حاجاته وحل مشاكله والوصول إلى أهدافه، وتحقيق رفاهيته والمحافظة على استمراره.

ويؤكد السيد عثمان على الترابط والتكامل بين عناصر المسؤولية الاجتماعية الثلاثة: الاهتمام والفهم والمشاركة لأن كلا منها ينمي الآخر ويدعمه؛ فالاهتمام يحرك الفرد لفهم الجماعة (المجتمع) وكلما زاد فهمه زاد اهتمامه، كما أن الفهم والاهتمام ضروريان للمشاركة، وهذه الأخيرة نفسها تساهم في الاهتمام وتعمق من الفهم، ولا يمكن أن تتحقق المسؤولية الاجتماعية عند الفرد إلا بتوفر عناصرها الثلاثة.

ب- معايير قياس المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات: هناك أربعة معايير أساسية يتم من خلالها تقييم المسؤولية الاجتماعية:

ب-1- معيار الأداء الاجتماعي للعاملين بالمؤسسة: يشمل جميع تكاليف الأداء بخلاف الأجر الأساسي الذي تقدمه المؤسسة للعاملين فيها بغض النظر عن مواقعهم التنظيمية أو نوع وطبيعة أعمالهم، حيث تقوم المؤسسة بالالتزام بتوفير كافة العوامل اللازمة لخلق وتدعيم حالة الولاء والانتماء للعاملين كاهتمام بحالتهم الصحية وتكوينهم وتدريبهم وتحسين وضعهم الثقافي والاهتمام بمستقبلهم عند انتهاء فترة خدمتهم وما إلى ذلك.

ب-2- معيار الأداء الاجتماعي لحماية البيئة: يشمل كافة تكاليف الأداء الاجتماعي لحماية البيئة التي تتوطن وتنتمي إليها المؤسسة وأفراد سكانها داخل نطاق الجغرافي، حيث تحاول جاهدة رد الأضرار عن البيئة المحيطة والمتولدة من أنشطتها الصناعية، وتشمل هذه التكاليف على تكاليف حماية البيئة من التلوث الجوي أو البري أو البحري والمزروعات وما إلى ذلك من أشكال التلوث المختلفة.

ب-3- معيار الأداء الاجتماعي للمجتمع: يتضمن كافة تكاليف الأداء التي تهدف إلى إسهامات المؤسسة في خدمة المجتمع مشتملة بذلك على التبرعات ومساهمات المؤسسات التعليمية والثقافية والرياضية والخيرية والجمعوية وكل مشاريع التوعية الاجتماعية.

ب-4- معيار الأداء الاجتماعي لتطوير الإنتاج: تشمل كافة تكاليف الأداء التي تنصب حول خدمة المستهلكين من حيث ضمان الرقابة والجودة والإنتاج وتكاليف البحث والتطوير، بالإضافة إلى الضمانات ما بعد البيع والتشغيل وتكوين العاملين وتدريبهم وغيرها من الخدمات التي تحقق حالة الرضا عن المنافع المتأتية من المنتجات والخدمات المقدمة للمستهلكين.

4. الإبداع التكنولوجي آلية لتدعيم المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة:

1.4. الإبداع المتناسب مع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة: (بومدين بوروال، 2011، ص: 11)

أ. التكنولوجيا المراقبة: هذا النوع من التكنولوجيا الهدف منه إزالة التلوث الناتج عن نشاط المؤسسة، وهذا تبعا للتعليمات الحكومية التي تريد تخفيض أكبر للمخلفات الملوثة، إلا أنها لا تخلو من العيوب فبالرغم أنها تشكل حلول في المدى القصير إلا أنها لا تغير من سلوك المتعاملين الاقتصاديين الملوثن، لأن الحقيقة أن المؤسسة تبقى تلوث وتأمل من التكنولوجيات المستحدثة أن تعالج مخلفات نشاطها الاقتصادي، لأن هذا النوع من التكنولوجيات تتم بعد انتهاء العمليات الإنتاجية لذلك يطلق عليها باسم "التكنولوجيا المضافة".

ب. التكنولوجيا الوقائية: نظرا للعيوب الموجودة في التكنولوجيا المراقبة وازدياد الضغوطات البيئية، ظهر هناك نوع آخر من التكنولوجيات وهي الوقائية، وتتمثل في التكنولوجيا التي تعمل على تخفيض أو القضاء على التلوث قبل حدوثه من المصدر، وهذا ما يدفع المؤسسة إلى التغيير أو التطوير في عملياتها الإنتاجية، لأن التكنولوجيا الوقائية تكون مدججة في العملية الإنتاجية لذلك يطلق عليها اسم "التكنولوجيا المدججة"، وهذه التكنولوجيا ينتج عنها تغير كلي في العملية الإنتاجية وهذا ما لا يتقبله المسيرين بسهولة. والجدول التالي يبين مقارنة بين الخصائص الرئيسية للتكنولوجيا الوقائية والتكنولوجيا المراقبة:

جدول 01: مقارنة بين تكنولوجيا المراقبة والوقائية

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

Source : (Cécile Patris et all,2002,P :11)

من خلال الجدول السابق يمكن القول بأن اختيار مسيري المؤسسات للتكنولوجيا الوقائية أمر صعب مقارنة بالتكنولوجيا المراقبة لأنها تدخل ضمن العملية الإنتاجية قبل انطلاقتها وأثناءها وبعد الانتهاء منها، لكن في المقابل قد تكون مريحة للمؤسسات عندما تكون ناتجة عن برامج مدروسة للتطوير التكنولوجي والصناعي، بمعنى أن التكنولوجيا المراقبة تكون صالحة في الآجال القصيرة في حين أن التكنولوجيا الوقائية تكون صالحة في المدى المتوسط والطويل.

2.4. دوافع الإبداع التكنولوجي المناسب للمسؤولية الاجتماعية:

أ. أبعاد التغيرات التكنولوجية: تتمثل من جهة في الاستثمارات الموجهة لتطوير 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 هي: (Cécile Patris et all,2002,P :48)

- بنية هياكل الاتصال وقنوات سيورة المعلومات والمعارف مهمة جدا لتشجيع الروابط داخل المؤسسة؛
- التكوين واكتساب المعارف يلعب دور مهم في التغير التكنولوجي؛ وتتمثل في المعارف الكامنة المكتسبة من الخبرات المباشرة في العمل وليست الخبرات المكتسبة بالتفاعل مع الآخرين؛
- وضع سياسات عامة تكون ملائمة لنطاق واسع من التكنولوجيات يكون مضمونها التكيف السريع مع البيئة في ظروف مختلفة؛

ب. تحديات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات بالنسبة لسياسات الإبداع التكنولوجي:

- ✓ التخفيف من التقليص من الأسواق المتعلقة بالتكنولوجيا الملائمة للمسؤولية الاجتماعية وهذا باللجوء إلى مختلف الآليات التي تكمن 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؛
- ✓ تدعيم قدرات الإبداع داخل المؤسسات وهذا بتشجيع تطوير المهارات والتجارب ذات الأفاق 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.

ج. أدوات التشجيع على الإبداع التكنولوجي: قسمت اللجنة الأوروبية للإبداع التكنولوجي أدوات التشجيع إلى ثلاث أصناف رئيسية:

- ترقية ثقافة الإبداع: تتضمن معايير محفزة على الابتكار، الاحتياط من المخاطر، القبول لبعض التغيرات الاجتماعية، الجغرافية والمهنية، كما تتعلق أيضا 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 والإبداع والتسويق: من أجل التحسين في عملية تحويل ثمار البحث إلى منتجات أو خدمات، وهناك معايير مختلفة يمكن من تبني التخطيط الإستراتيجي بالنظر للمردودية طويلة الأجل، إنشاء مؤسسات مشجعة على التعاون فيما بينها والتي تعمل في نفس القطاع.

3.4. أهمية البحث والتطوير بالنسبة للمسؤولية الاجتماعية: (نادية العارف، 2000، ص: 386)

إن القضايا المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والتنمية الاستدامة أصبحت تشكل تحدي بالنسبة للباحثين ومصدر للمعارف الجديدة، كما أن البحث المستمر عن تقنيات جديدة أصبح يشكل المصدر الرئيسي للحلول للمشاكل الناتجة عن نشاط المؤسسات والآثار السلبية التي تخلفها على البيئة والمجتمع. فمثلا للحد من انبعاث الغازات المسببة للاحتباس الحراري إلى مستوى يتفق مع استقرار تركيزه في الغلاف الجوي (الحد من الانبعاثات الحالية بنسبة 50% في المدى المتوسط، و90% في المدى الطويل) يحتم القيام بالبحث عن إبداع تكنولوجي جذري، كما أن عملية البحث هي وحدها التي تستطيع الحد أو استبدال استعمال أنواع الوقود في إنتاج الطاقة. ومن أجل تعزيز البحث والتطوير لفائدة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات يجب الاهتمام بـ:

- ✓ القيام بتعزيز ميزانيات معتبرة من أجل تمويل أنشطة البحث والتطوير سواء على مستوى الدولة أو على مستوى المؤسسة، حيث أن نفقات البحث والتطوير تشمل الأجور وعلاوات الأفراد بالإضافة إلى التجهيزات اللازمة للقيام بالبحث؛
- ✓ إنشاء مراكز ومخابر علمية وتجهيزها بمختلف الوسائل المتطورة وخاصة في المجال التكنولوجي والعلمي؛
- ✓ اليقظة التكنولوجية والعلمية المستمرة لمواكبة التطور التكنولوجي الحاصل في البيئة الخارجية وتعزيز وجودها في السوق الداخلية والخارجية؛
- ✓ تدريب وتكوين جيد لليد العاملة الخاصة بالبحث والتطوير والقيام بتنظيم دورات تكوينية لاستيعاب مفهوم مصطلحي التنمية المستدامة والمسؤولية الاجتماعية؛
- ✓ ربط شركات من أجل تطوير عملية البحث سواء بالنسبة للمؤسسات مع مخابر البحث أو الجامعات أو الشركات فيما بين الدول.

ومن أجل قياس الفعالية البيئية تستخدم معادلة بسيطة ما بين النسبتين قيمة المنتج التي تظهر في الجودة والأداء الوظيفي، والتأثير البيئي للمنتج أثناء دورة حياته وتتمثل في: (René Kemp et Tim Foxon, 2007, P: 26)

$$\frac{\text{قيمة المنتج أو الخدمة}}{\text{مجموع الآثار البيئية}} = \text{الفعالية البيئية}$$

هذه المعادلة تبرز ثلاث أهداف من أجل تحسين الفعالية البيئية:

- تحقيق استخدام الموارد الطبيعية: يجب أن يشمل تقليل استهلاك الطاقة، المواد الأولية، الماء، زيادة إعادة التدوير ونقاء المنتجات؛

- الحد من الآثار البيئية: يجب أن تشمل تقليل النفايات والمواد السامة؛
- زيادة قيمة السلع والخدمات: وهذا يعني إعطاء المزيد من القيمة للمستخدمين بواسطة نمطية المنتج، وظيفته، الخدمات الإضافية، القيمة التي تقوم بتحسينه مع تأثير بيئي أقل.

5. خاتمة:

تلجأ المؤسسات للإبداع التكنولوجي للتكيف والاستمرار في ظل الظروف البيئية المتغيرة التي تتميز بالمنافسة الشديدة، وتغير ظروف السوق وحاجات ورغبات العملاء، كما أن الإبداع التكنولوجي يعطي للمؤسسة ميزة تنافسية من خلال تقديم منتجات جديدة أو عمليات إنتاج جديدة تستطيع بها مواجهة المنافسين المحتملين وكسب حصص سوقية إضافية، كما أن نجاح المؤسسة في عملية الإبداع التكنولوجي يعتمد على أمرين أساسيين، أولهما نشاط البحث والتطوير الذي يعتبر المصدر الرئيسي للإبداع التكنولوجي، وثانيا حماية إبداعاتها التكنولوجية من التقليد من خلال وسائل الحماية القانونية، كما أن استخدام الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هو أمر ممكن لكن معقد نوعا ما، لأنه لكلا المفهومين خصائص متعددة الأبعاد، لهذا توجد مجموعة من المعايير والعناصر التي تدفع المؤسسة للقيام بعملية الإبداع التكنولوجي المتلائم مع مسؤوليتها الاجتماعية.

مقترحات الدراسة:

- يقود الإبداع التكنولوجي المؤسسات لاكتساب ميزة تنافسية؛
- 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؛
- إقناع المؤسسات 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.

6. قائمة المراجع:

1.6. المؤلفات:

- أوكيل محمد السعيد، (1992)، "وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية"، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
- أوكيل محمد السعيد (1994)، "اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي"، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
- سعيد بن عامر، (2001)، "الإدارة وتحديات التغيير"، مصر، مركز وايد سيرفيس للاستشارات والتطوير الإداري.
- علاء فرحان وآخرون، (2010)، "فلسفة التسويق الأخضر"، عمان، الأردن، دار صفاء للنشر والتوزيع.
- اللامي غسان قاسم، (2007)، "إدارة التكنولوجيا: مفاهيم ومدخل، تقنيات وتطبيقات علمية"، عمان، الأردن، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى.
- نادية العارف، (2000)، "الإدارة الإستراتيجية"، الإسكندرية، مصر، الدار الجامعية.
- نجم عبود نجم، (2003)، "إدارة الابتكار والمفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة"، عمان، الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى.
- هوشيار معروف، (2006)، "تحليل الاقتصاد التكنولوجي"، عمان، الأردن، دار جرير للنشر والتوزيع. الطبعة الثانية.

2.6. الأطروحات:

- بن قطاف أحمد، (2007/2006)، "أهمية حاضنات الأعمال التقنية في دعم وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المبدعة في الجزائر"، مذكرة ماجستير في العلوم الإقتصادية، جامعة المسيلة، الجزائر.
- دويس محمد الطيب، (2005)، "براءة الاختراع مؤشر لقياس تنافسية المؤسسات والدول"، مذكرة ماجستير في العلوم الإقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر .
- ضيايي نوال (2010)، "المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية"، مذكرة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان.
- عريوة معاذ، (2011)، "دور الأداء المتوازن في قياس وتقييم الأداء المستدام بالمؤسسات المتوسطة للصناعة الغذائية"، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف.
- فؤاد حسين محمد الحمدي، (2003)، "الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك"، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، الجامعة المنتصرية، بغداد، العراق.
- ميسون محمد عبد القادر، (2009)، "التفكير الأخلاقي وعلاقته بالمؤسسة الاجتماعية وبعض التغيرات"، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية، تخصص التربية والنفس، الجامعة الإسلامية غزة.

3.6. المدخلات:

- الاسم الأخير، ثم الاسم الأول للمؤلف(ة)، (تاريخ انعقاد المؤتمر)، عنوان المداخلة، عنوان المؤتمر، الجامعة، البلد؛
10. بومدين بوروال، (2011)، "دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق متطلبات المسؤولية الاجتماعية والبيئية للمؤسسات"، الملتقى الدولي حول الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، جامعة البليدة، الجزائر.
12. عبد السلام مخلوفي، (فيفري 2012)، "تأثير معايير المسؤولية الاجتماعية على نشاط الشركات متعددة الجنسيات"، الملتقى الدولي الثالث منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة بشار.
15. عنابي بن عيسى، (فيفري 2012)، "إدارة السلوك الأخلاقي والمسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال"، الملتقى الدولي الثالث منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار.
17. محمد فلاق، (2012)، "المسؤولية الاجتماعية للشركات الاتصالية الجزائرية: جيزي، موبليس، نجمة"، الملتقى الدولي حول التحول من العمل الخيري إلى العطاء الذكي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الشلف.

4.6. المقالات:

- العامري صالح، مهدي محسن (2005): "العوامل التكنولوجية والتنظيمية المؤثرة في الإبداع التكنولوجي"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية، والإدارية، المجلد 21، العدد 2.

20. Cécile Patris, Gérard Valenduc, Françoise Warrant (2001), « L'innovation technologique au service du développement durable », Rapport de la recherche, Centre de recherche Travail & Technologies, Fondation Travail-Université asbl, Namur, Belgique.

22. Jean Claude Tarondeau (2000), « Recherche et Développement », Viubert, Paris, France.

21. Daft Richard (1992), « Organization theory and design », West Publishing company, USA.

23. OCDE (2002), « Méthodes type proposes pour les Enquêtes sur la recherche et le Développement Expérimentales », les Editions de l'OCDE, Paris, France.

24. René Kemp, Tim Foxon (2007), « Eco innovation from an innovation dynamics Perspective », deliverable 1 of MEI Project UNU, MERIT.

25. Stevenson William (2007), « Production/Opération Management », 8thed, Von Hoffmann .