

المسؤولية الاجتماعية والبيئية للشركات المتعددة الجنسيات Social and Environmental Responsibility of Multinational Companies

* د. سايح فطيمة

fatima.sayah

المركز الجامعي لغليزان - الجزائر

fatima.sayah@cu-relizane.dz

تاريخ النشر: 2020/06/30

تاريخ القبول: 2020/05/15

تاريخ الاستلام: 2020/04/08

ملخص:

إنَّ التطور الذي يشهده العالم ومختلف المؤسسات الاقتصادية في ظل تغيرات الاقتصاد العالمي يفرض على الشركات تبني المسؤولية الاجتماعية والمسؤولية البيئية. حيث تسعى كبرى الشركات العالمية إلى وضع خطط إستراتيجية للمحافظة على البيئة. فالمشاريع المسؤولة اجتماعياً للشركات تعمل على الحفاظ على البيئة والحد من استخدام الموارد الملوثة للمحيط واستنزاف المواد الأولية المستخرجة، وقد تبنت شركات العالمية خططها الإنتاجية على حل القضايا البيئية وانتهاجها للمسؤولية الاجتماعية، حيث تتميز بتحسين كفاءة الوقود من أجل التقليل من انبعاث غاز ثاني أكسيد الكربون، وجعلها أنظف للمساعدة في الحد من تلوث الغلاف الجوي و تنوع مصادر الطاقة.

الكلمات المفتاحية : المسؤولية الاجتماعية، المسؤولية البيئية، الشركات المتعددة الجنسيات.

تصنيف JEL: M14, F23 .

Abstract:

The evolution of the world and the development witnessed by the world and various economic institutions in light of the changes in the global economy forces companies to adopt social responsibility and environmental responsibility. Major international companies are seeking to develop strategic plans to preserve the environment. Socially responsible enterprises are working to preserve the environment and reduce the use of polluting resources of the ocean and depletion of extracted raw materials. Cleaner to help reduce atmospheric pollution and diversify energy sources.

Keywords: social responsibility, environmental responsibility, MNF.

JEL classification codes: M14, F23.

1. مقدمة:

لم يكن مفهوم المسؤولية الاجتماعية في النصف الأول من القرن العشرين معروفاً بشكل واضح، حيث حاولت منظمات الأعمال تعظيم أرباحها وبشتى الوسائل. ولكن ملامح هذا المفهوم لم تتحدد أو تتبلور بصورة جلية في أذهان البعض من مردييه أو مستمعيه، ولذا ينبغي علينا توضيح ماهية المسؤولية الاجتماعية. إنَّ مفهوم المسؤولية الاجتماعية والبيئية أصبح يتردد على مسامعنا كثيراً في السنوات الأخيرة وكذا على ألسنة العديد من المثقفين والسياسيين والمفكرين وناشطوا المجتمع المدني علماً أنَّ للمؤسسات والشركات عاشت منذ الثورة الصناعية في رواج الكبير، حيث كان التطور الصناعي في تصاعد مستمر على حساب المواطن، وكان الاتجاه نحو تعظيم الأرباح يبرر كل شيء لصالح الأعمال على حساب مصالح الأطراف الأخرى، فكان في البدء أسبوع العمل ذي المائة ساعة عمل، ظروف العمل المأساوية، الأمراض المهنية وإصابات العمل الفردية والجماعية، الاستغلال الإستنزافي للموارد، كانت كلها مقبولة كتمن إجتماعي في سبيل تحقيق ودفع عجلة التطور الاقتصادي، لهذا شهدت فترة الثورة الصناعية الكثير من المآسي الإنسانية، من سوء الاستغلال والإهمال وتشغيل الأطفال والأحداث والنساء في ظروف كارثية. واستمرت هذه الحالة حتى بداية القرن العشرين.

وأضحت شركات العالمية رائدة في هذا المجال نظراً للخبرة وإدراك أهمية المنتجات الصديقة للبيئة ومكانتها لدى العملاء. لذلك حرصت الشركات على أن تكون منتجاتها نموذجاً مثالياً في الصداقة للبيئة، يساهم في تأكيد مكانتها الرائدة في المنتجاتها الصديقة للبيئة.

حيث تم طرح الإشكالية العامة التالية :

ما مدى تبني المسؤولية الاجتماعية والمسؤولية البيئية من طرف للشركات المتعددة

الجنسيات ؟

وتتفرع إشكالية الدراسة إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

- ✓ ما هي المسؤولية الاجتماعية و المسؤولية البيئية للشركات، وما أهميتها؟
- ✓ ما هي دوافع تبني الشركات المتعددة الجنسيات للمسؤولية الاجتماعية والبيئية ؟
- ✓ ما مدى مساهمة الشركات المتعددة الجنسيات ببرامج المسؤولية البيئية والاجتماعية؟
- ✓ ما هي أهم المبادرات والبرامج المحسدة على أرض الواقع؟

فرضيات الدراسة:

يرتبط نجاح ونمو المؤسسات الاقتصادية بمدى إدراك المسؤولية الاجتماعية والبيئية المتعلقة بعدد من القيم ومعايير الإنسانية السامية، كالتكافل والإحساس بالوطنية اتجاه كل ما له علاقة

بالمؤسسة سواءً كان زبوناً، مستهلكاً، موظفاً أو عاملاً مساهماً، ملك، فرد من المجتمع ... ولهذا فإنه متى ما زادت المؤسسة الاقتصادية في فهم وإعطاء أهمية وقيمة لتلك العملية الضميرية زادت عملية تطور وازدهار ورفي المؤسسة في الوطن مما يزيد من ربحيتها وسمعتها. وعليه للإجابة على الإشكالية المطروحة نعرض الفرضية التالية:

الفرضية: تُطبق الشركات المتعددة الجنسيات المسؤولية الاجتماعية والبيئية بكافة أبعادها. **أهمية الدراسة:**

تكمن أهمية هذه الدراسة في العناصر التالية:

- ✓ تقديم معلومات نظرية حول المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية؛
- ✓ التشديد والتأكيد على أهمية وضرة وعي المؤسسة بواجباتها تجاه المسؤولية الاجتماعية قصد تحقيق الفوز في معركة المنافسة؛
- ✓ توضيح العلاقة التي تربط بين المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية.

أهداف الدراسة:

تتلخص أهداف الدراسة في النقاط الأساسية التالية:

- ✓ معرفة أساسيات المسؤولية الاجتماعية والبيئية وتأثيرها على المجتمع؛
- ✓ إبراز مكانة المسؤولية الاجتماعية والبيئية في الشركات المتعددة الجنسيات؛
- ✓ التعرف على واقع تبني المسؤولية الاجتماعية والبيئية في الشركات المتعددة الجنسيات العالمية محل الدراسة؛
- ✓ مدى مساهمة الشركات المتعددة الجنسيات العالمية ببرامج المسؤولية البيئية والاجتماعية وتأثير ذلك على المجتمع والدولة بصفة عامة.

الدراسات السابقة:

1. دراسة للباحثة وهيبة مقدم (2019) بعنوان "أهمية المسؤولية الاجتماعية في تهديب الممارسات الإدارية للشركات متعددة الجنسيات في ظل تحديات العولمة"، حيث توصلت هذه الدراسة إلى ضرورة دمج برامج المسؤولية الاجتماعية في إطار استراتيجيات الشركات متعددة الجنسيات. حيث تعود عليها هذه الاستراتيجيات وعلى المجتمع بالنفع سواء في المجال الربحي أو الاجتماعي أو بيئي.
2. دراسة للباحث (طارق راشي، 2013)، بعنوان "دور تبني مقارنة المسؤولية الاجتماعية في خلق وتدعيم ريادة وتنافسية منظمات الأعمال". وتوصل الباحث إلى أن المسؤولية الاجتماعية للشركات مهمة وهي تتعاظم وتمتد إلى مجالات كثيرة كما تسهم في توعية المؤسسات بأهمية تبنيها نظراً لمساهمتها في تطوير المجتمع ومعالجة

مشاكله، وكذا عرض عدد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية اتجاه العمال وأهمية الالتزام بها نظراً لمساهمتها في خلق مجتمع داخلي متماسك.

منهجية البحث:

تفرض طبيعة الدراسة الاستعانة بالمنهج الوصفي التحليلي خاصة فيما يخص الإطار النظري من التعريفات وتطور بعض المصطلحات بالإضافة إلى الاستناد ببعض التجارب العالمية. حيث أنّ المنهج الوصفي يقوم على جمع معلومات وبيانات من مختلف المراجع والمصادر من أجل تكوين صورة متكاملة حول ظاهرة مدروسة.

وسوف نحاول من خلال هذه الورقة البحثية التعرف على المفهوم السائد للمسؤولية الاجتماعية والبيئية مع اقتصار ذلك على المؤسسة الاقتصادية باعتبارها العامل الأساسي في ربط أفراد المجتمع مع الحكومة والبيئة، ثم يلي ذلك عرض بعض النماذج الرائدة للمسؤولية الاجتماعية والبيئية المتبنية من طرف كبرى الشركات العالمية من خلال دراسة حالة الشركات المتعددة الجنسيات داخلياً وخارجياً، ثم الخروج في الأخير بجملة من التوصيات. وبناءً على هذا سنحاول من خلال هذه الورقة تحديد إطار عام لفهم وتوضيح أهمية وقيمة المسؤولية الاجتماعية والمسؤولية البيئية في المؤسسات الاقتصادية مع رؤية استطلاعية لبعض الشركات المتعددة الجنسيات العالمية.

2. السياق النظري لمفهوم المسؤولية الاجتماعية:

1.2 مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

تزايد دور العولمة الاقتصادية خلال سنوات التسعينيات، مما أدى إلى ظهور شركات لعبت دوراً في الحدّ من الفقر وعملت على تحقيق مبدأ الحق في الملكية وتفعيل أنظمة الحوكمة، إضافة إلى ضمان سلامة البيئة. كما اعتبر عالم المال جزءاً من المجتمع من خلال بحثه عن إيجاد طرق ترفع المكاسب الإيجابية.

المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR)، والمعروفة أيضاً بمسؤولية الشركات تجاه المجتمع، مواطنة الشركات، المسؤولية الاجتماعية للشركات، المسؤولية المجتمعية، مساءلة الشركات، وتعد ممارسة المسؤولية الاجتماعية للشركات هي موضع نقاش وانتقادات واسعة.

2.2 تعاريف المسؤولية الاجتماعية:

للمسؤولية المجتمعية مفهوم متعدد المجالات فعند تناول مفهوم المسؤولية يجب علينا تعريفها لغةً واصطلاحاً.

✓ لغةً: هي الأعمال التي يكون الإنسان مطالباً بها.

✓ اصطلاحاً: هي المقدرة على أن يلزم الإنسان نفسه أولاً، والقدرة على أن يفني ذلك بالتزامه بواسطة جهوده.

ونورد هنا أهم التعاريف المقدمة للمسؤولية الاجتماعية أهمها:

حسب معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية فإنَّ المسؤولية الاجتماعية تعرف بأنها: "ترتكز على ارتباط الحقوق بالواجبات، وإشباع الحاجات، وحل المشكلات، كما أنَّها لا بد أن ترتبط بمدى مساهمة أفراد المجتمع، واشتراكهم لإشباع احتياجاتهم، وحل مشكلاتهم معتمدين على أنفسهم، والمسؤولية الاجتماعية تكون متبادلة بين الأفراد والجماعات، وبين المجتمعات المحلية والمجتمع العام." (زكي بدوي، 1982، صفحة 395)

وحسب المجلس الدولي للتنمية المستدامة (2007) فإنَّ المسؤولية الاجتماعية هي: "الالتزام منظمات الأعمال للمساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة، بما يتضمن التعامل مع العاملين، والمجتمع المحلي، من أجل تحسين جودة الحياة لهم." (العصيمي، 2015، صفحة 10).

كما تعرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية "المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة على أنها التزام هذه الأخيرة بالمساهمة في التنمية الاقتصادية، مع الحفاظ على البيئة والعمل مع العمال وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع بشكل عام هادف إلى تحسين جودة الحياة لجميع هذه الأطراف (فلاق، 2013، صفحة 31).

-وتعرف أيضاً بأنها هي تلك المسؤولية التي تهتم بها منظمات الأعمال والتي تؤثر برامجها على مجموعات اقتصادية واجتماعية من أصحاب المصالح (العمال، الزبائن، الدائنون، مستهلكون، البيئة والمجتمع المحلي...)، وقدرتها على تلبية توقعاتهم. (LEPISIER, 2001, p. 79).

ويعرفها البنك الدولي على أنها: "التزام أصحاب النشاطات التجارية، بالإسهام في التنمية المستدامة من خلال العمل مع المجتمع المحلي بهدف تحسين مستوى معيشة الناس، بأسلوب يخدم الاقتصاد ويخدم التنمية في آنٍ واحد" بمعنى أنَّ المسؤولية الاجتماعية تكمن في التعاون مع المجتمع المحلي لتحقيق الأهداف الاجتماعية، إضافة للأهداف الاقتصادية، وصولاً لتحقيق التنمية المستدامة، من خلال هذا التعريف نلاحظ أنه ركز على الجانب الخارجي للمسؤولية الاجتماعية (مانع، 2011، صفحة 10).

كما عبّر كارول (Carroll 1999) عن المسؤولية الاجتماعية بالالتزام رجال الأعمال بإتباع سياسات تؤدي إلى اتخاذ قرارات أو انتهاج سلوكيات وأفعال مرغوبة من حيث

مواهبها لأهداف وقيم المجتمع. وتعرف المفوضية الأوروبية المسؤولية الاجتماعية للمنظمات بأنها "التطوع الذاتي للمنظمات في المساهمة في خلق مجتمع وبيئة أفضل" (Lemerrier, 2006, صفحة 2).

3.2 مبادئ المسؤولية الاجتماعية:

ترتكز المسؤولية الاجتماعية على جملة من المبادئ حسب منظمة الأمم المتحدة وهي (Pesqueux & Biefot, 2002, p. 19):

- الالتزام بتنفيذ إصدارات شهادات الجودة المختلفة مثل الإيزو 14000؛
- الالتزام بتنفيذ مدونات قواعد السلوك؛
- الالتزام باتخاذ قرارات تأخذ بعين الاعتبار المسؤولية الاجتماعية والبيئية؛
- تصميم أنشطة المنظمات بما يتماشى مع الوضع الاقتصادي والثقافي للمجتمع؛
- القيام بالمبادرات الخيرية التطوعية؛
- تنفيذ الإستراتيجيات الساعية لتحقيق الربح للمجتمع والشركة معاً.

4.2 أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

عرض بعض الباحثين عناصر المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في إطار عام يغطي مجموعة من الأبعاد، حيث أن هذه العناصر يمكن أن تكيف بقياسات مختلفة وفق اعتبار طبيعة عمل المنظمة ونشاطها وتأثير فئات أصحاب المصالح المختلفين، وحسب كروول Carroll فإن المسؤولية الاجتماعية تضم أربعة عناصر جوهرية رئيسية وهي: الاقتصادي Economic، والأخلاقي Ethical، القانوني Legal، الخيرية Philanthropy، وفي هذا الإطار قدم كروول Carroll مصفوفة يبين فيها هذه العناصر الأربعة وكيف يمكن أن تؤثر على كل واحد من المستفيدين في البيئة، حيث أن فهم هذه العناصر الأربعة للمسؤولية الاجتماعية التي قدمها كروول Carroll يتطلب إيجاد علاقة وثيقة بين متطلبات النجاح في العمل ومتطلبات تلبية حاجات المجتمع وخاصة في إطار العناصر الاقتصادية والقانونية حيث تمثل هذه العناصر مطالب أساسية للمجتمع من المفترض تلبيتها من قبل منظمات الأعمال. في حين يتوقع المجتمع من منظمات الأعمال أن تلعب دوراً أكبر فيما يخص العنصر الأخلاقي والخيري، علماً بأن هذا الأخير يمثل في حقيقته رغبات مشروعة للمجتمع من المفترض أن تتبناه منظمات الأعمال، وقد وضع كروول Carroll هذه العناصر بشكل هرمي متسلسل لتوضيح طبيعة الترابط بين هذه العناصر من جانب ومن جانب آخر فإن إستناد أي بعد على بعد آخر يمثل حالة واقعية، وكما هو موضح في الشكل التالي (ياسين، 2008، صفحة 33):

الشكل 1: هرم كروول Carroll للمسؤولية الاجتماعية

المسؤولية الخيرية

التصرف كمواطن صالح يسهم في تعزيز الموارد في المجتمع وتحسين نوعية الحياة

المسؤولية الأخلاقية

مراعات المنظمة للجانب الأخلاقي في قراراتها مما يؤدي إلى أن تعمل بشكل صحيح وحق عادل

المسؤولية القانونية

إطاعة القانون والذي يعكس ما هو صحيح أو خطأ في المجتمع وهو ما يمثل قواعد العمل الأساسية

المسؤولية الاقتصادية

تحقيق المنظمة عائداً وهذا يمثل قاعدة أساسية للوفاء بالمتطلبات الأخرى

المصدر : (ياسين، 2008) و(محسن، الغالي، و محسن العامري، 2005، صفحة 83)

3. السياق النظري لمفهوم المسؤولية البيئية

1.3 مفهوم المسؤولية البيئية: أصبح مفهوم المسؤولية البيئية في السنوات الأخيرة يتردد على مسامعنا باستمرار على أسنة العديد من النخبة المثقفين والسياسيين والمفكرين وجمعيات وناشطوا المجتمع المدني. أصبحت الكثير من المؤسسات في الوقت الحاضر تولي اهتمام كبير بالاعتبارات البيئية في استراتيجيات أعمالها وخططها طويلة المدى. الأمر الذي يسمح ببقائها في السوق وتنمية تنافسها مع نظرائها من المهتمين بالبيئة. وكذلك هي نقطة بدء لضمان تطبيق المواصفات البيئية في النشاطات الممارسة من قبل المؤسسات الصناعية، لذلك يجب أن يتوفر موظفيها ومسيريها على مسؤولية بيئية ذات مستوى متميز وفعال حيث يساعد ذلك في التخطيط وتطوير الأداء البيئي بما يتلاءم مع السياسة البيئية في المؤسسة.

2.3 تعاريف المسؤولية البيئية: تعرفها المنظمة العالمية للمعايير: " بأنها نشاطات للمؤسسة لتتحمل المسؤولية الناتجة عن أثر النشاطات التي تقوم بها على المجتمع البيئة المحيطة بها، لتصبح بذلك نشاطاتها منسجمة مع منافع المجتمع ومع مبادئ التنمية المستدامة، وترتكز المسؤولية

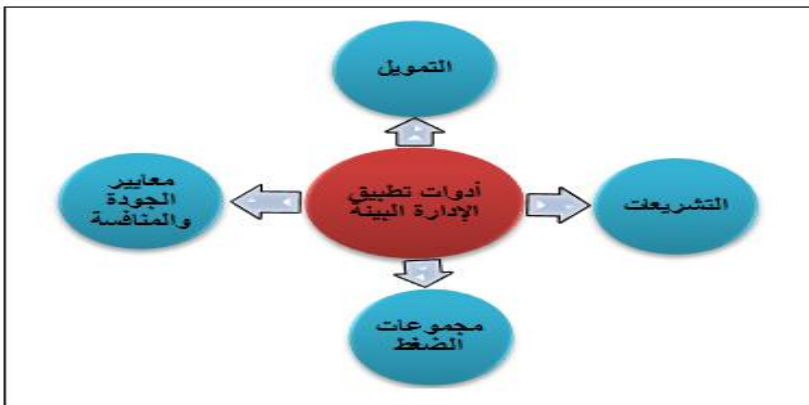
الاجتماعية على السلوك الأخلاقي، احترام القوانين والأدوات الحكومية حيث تدمج هذه المرتكزات في النشاطات اليومية للمؤسسة. (Capron & Quairel-Lanoizelée, 2007, p. 23) وهي تشمل جل التنظيمات البيئية التي تصدر بشكل قوانين أو مراسيم بمختلف أنواعها، ويعتبر الالتزام بالتنظيم البيئي المحرك الأساسي للتقدم في مجال البيئة. (Raspiller & Riedinger, 2005, p. 197)

ويعرفها (Huckle (1995 أيضاً "إلزامية صنع القرار على وضع قرارات تسمح بحماية وتحسين سلامة البيئة، واتخاذها ضمن اهتماماتهم الأولية". (زيدان و يعقوبي، 2012، صفحة 4). ويمكن تعريف المسؤولية البيئية لمنظمات الأعمال على أنها مهمة لتغطية الآثار البيئية للعمليات الإنتاجية للشركات، تخفيض التلف والانبعاثات، تعظيم كفاءة إنتاجية مواردها، وتقليل الممارسات التي يمكن أن تكون لها آثار بيئية مستقبلاً على البيئة كما تتمثل المسؤولية البيئية في تطبيق العمليات الخاصة بحماية البيئة. (MAZURKIEWICZ, 2004, p. 7)

3.3 مجالات المسؤولية البيئية: وتقسّم مجالات المسؤولية البيئية للمؤسسة إلى ما يلي (Holtbrugge & Dogl, 2012, p. 183):

- ✓ مجال المساهمات العامة.
 - ✓ مجال الموارد الطبيعية والمساهمات البيئية
 - ✓ مجال الموارد البشرية.
 - ✓ مجال مساهمات المنتج أو الخدمة.
- وتعتمد الشركات في تطبيق الإدارة البيئية على التشريعات والقوانين، مجموعات الضغط، معايير الجودة والمنافسة والتمويل مثلما يوضح الشكل التالي:

الشكل 2: أدوات تطبيق الإدارة البيئية



المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على (عبدان & مطانيوس، 2009، pp. 36-37)

حيث تزود منظمة ISO الشركات بهيكل لإدارة التأثير البيئي والسيطرة عليه من خلال سلسلة من المواصفات الدولية ISO 14000 التي طورتها اللجنة (TC 207) ، بالإضافة إلى مجموعة من الأدوات والتوجهات الشاملة بهدف تطوير وتنفيذ وصيانة وتقوم السياسات والاستراتيجيات والأهداف البيئية، وتسعى باستمرار لمعالجة المشاكل البيئية من مصادرها وتوجه اهتمامها للمواقع الحرجة بشكل خاص (مشان، 2019، صفحة 54).

وهناك من عرفها على أنها مجموعة من المتطلبات تهم بتكوين نظام إدارة بيئية يمكن تطبيقه في جميع أنواع وأحجام المؤسسات ويتكيف مع مختلف الظروف، تهدف إلى حماية البيئة ومنع التلوث. (بوكتير و مناخ، 2018، الصفحات 225-226).

تتكون السلسلة من مجموعة من المواصفات الطوعية المكتملة للمتطلبات الإلزامية التي تفرضها السلطات المعنية من خلال التعليمات والضوابط البيئية، وبفضل مرونتها ومشاركة جهات مختلفة بإعدادها اكتسبت قبولاً عالمياً ساعد على توفير فهم دولي مشترك للقضايا البيئية وكيفية التعامل معها، كما ساعد على تحسين الأداء البيئي وخفض كلفته على المستوى العالمي (مشان، 2019، صفحة 54)، ونوضح هذه المجموعة من المواصفات من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم 1: مواصفات نظام الإدارة البيئية

المواصفات	الرمز	التعريف
الإدارة البيئية	ISO14001	تشمل المتطلبات التي تسمح للمؤسسة الحصول على شهادة المطابقة.
	ISO 14004	تساعد على تنفيذ نظام الإدارة البيئية بشكل أفضل وذلك من خلال توفير اطر عملية لعدة مواضيع، المراجعة البيئية الدولية، تقييم الآثار البيئية.....
التدقيق البيئي	ISO14010	تقدم المبادئ العامة للتدقيق البيئي، وتطبق على جميع أشكاله وليس على نظام الإدارة البيئية فقط.
	ISO 14011	تستعمل في تدقيق الإدارة البيئية وقابلة للتطبيق على جميع أنواع وأحجام المؤسسات وتعتبر كوثيقة توجيهية.
	ISO 14012	تختص بالمعايير المؤهلة للمدققين البيئيين من داخل المؤسسة وخارجها.
	ISO 14013	تحدد الإطار العام لكيفية إدارة برنامج التدقيق البيئي وفقا لمواصفات ISO 14011
	ISO 14014	تحدد العمليات الأساسية للتدقيق البيئي.
	ISO 14015	تعمل على التقييم البيئي للمؤسسات والمواقع.
تقويم الأداء البيئي	ISO 14031	توفر الأدوات المساعدة على تقويم الأداء البيئي، كالتقويم التحليلي الذي يمكن تطبيقه على البيانات الخام أو تقويم الأداء البيئي الذي يعتبر نظام فرعي من نظم الإدارة البيئية.

المسؤولية الاجتماعية والبيئية للشركات المتعددة الجنسيات

توضيح تقييم الأداء وكيفية القيام بذلك.	ISO 14032	
توضح ممارسات وتطبيقات وحدود تقييم دورة حياة المنتج.	ISO 14040	تقييم دورة حياة المنتج
توضح المتطلبات الخاصة والتوجيهات اللازمة لإعداد أدوات وإدارة ومراجعة تحليل دورة حياة المنتج.	ISO 14041	
تقييم التأثيرات البيئية المحتملة باستخدام نتائج تحليل دورة حياة المنتج.	ISO 14042	
تفسير نتائج تقييم دورة حياة المنتج من خلال المعايير المختلفة وتستعرض طبيعة ونوعية البيانات اللازمة لهذه العملية.	ISO 14043	
تتضمن الأهداف والمبادئ التي يجب اعتمادها في جميع نماذج الملصقات.	ISO 14020	الملصقات البيئية
تطبق على المنتجين الذين يصرحون بأن منتجاتهم تحمل ميزة بيئية معينة.	ISO 14021	
تحدد شروط استخدام الرموز البيئية للدلالة على التمييز البيئي لمنتج ما وتثبت عادة في الملصقات البيئية.	ISO 14022	
تقدم إطاراً ومنهجية للقيام باختبار المصطلحات والرموز والتحقق منها.	ISO 14023	
هدفها تحديد المبادئ والبروتوكولات التي تستطيع بموجبها برامج الملصقات تطوير المعايير البيئية لمنتج معين.	ISO 14024	
تتضمن إجراءات و مبادئ إرشادية.	ISO 14025	
تساعد في وضع مواصفات تأخذ بعين الاعتبار الجوانب البيئية وتأثيراتها منذ البداية مما يعمل على تحسين الملف البيئي للمنتج.	ISO 14060	الجوانب البيئية في مقاييس المنتج

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على (خامرة، 2007، الصفحات 101-103) و (خجابه و عريوة، 2016، الصفحات 192-193) و (بوكثير و مناخ، 2018، الصفحات 225-227)

4.3 المسؤولية البيئية والمؤسسة الصناعية:

- يمكن إجمال ضرورة توفر مسؤولية بيئية في المؤسسة الصناعية، في ما يلي:
- ✓ زيادة الوعي البيئي لدى العمال ومنح الحوافز لتشجيع المبادرات الطوعية للحد من التلوث.
- ✓ تنمية المشاركة الشخصية والجماعية.
- ✓ البحث عن فرص سوقية من خلال عرض سلع وخدمات مصممة لتحسين البيئة المحيطة.
- ✓ وضع قواعد تنظيمية جديدة تجعل من الأرض مالكا تنظيميا شرعيا لكل المؤسسات.

4. المسؤولية الاجتماعية والبيئية للشركات المتعددة الجنسيات العالمية

1.4 المبادرات المسؤولية الاجتماعية والبيئية للشركات المتعددة الجنسيات:

تنفق أكبر 500 شركة في العالم 20 مليار دولار أمريكي سنويًا على أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات، وفقًا لليونسكو. وتعمل المؤسسات في جميع أنحاء العالم، سواء الكبيرة منها أو الصغيرة، على زيادة جهودها في مجال المسؤولية الاجتماعية والبيئية للشركات، حيث يكتشف المستهلكون من تديقيهم لأخلاقيات العمل (Jacksonstone, 2019). ونعرض بعض المبادرات المسؤولية الاجتماعية والبيئية لبعض الشركات المتعددة الجنسيات كالأتي (Payseno, 2018).

▪ شركة Bosch:

قامت شركة Bosch بالتبرع بأكثر من 100 مليون دولار في عام 2017 وحده، وتعد مؤسسة Robert Bosch Stiftung Foundation واحدة من أكبر المؤسسات الخيرية وأكثرها نشاطاً في الاتحاد الأوروبي. حيث ركزت Bosch في العام 2019 على السلام والاندماج والشمول والحوار من خلال مجموعة متنوعة من المبادرات بما في ذلك دعم المدارس وتمويل المشاريع المجتمعية وتدريب المهنيين وعمال الصحة في المجالات متعددة مثل التمريض والعلاج. وتستثمر الشركة حوالي 50 في المائة من ميزانيتها في مجال البحث والتطوير وفي التقنيات التي تدعم حماية البيئة من خلال برنامج Bosch eXchange، كما تهتم بإنتاج مكونات السيارات صديقة للبيئة، مما ينتج 23000 طن متري من CO₂ سنويًا (Payseno, 2018).

▪ شركة Starbucks:

بدأت الشركة ستارباكس في عام 1997، حملتها الأولى نحو الأمية في كندا والولايات المتحدة، وأصبحت شركة عالمية حاليًا. فعلى سبيل المثال قامت بمبادرة على مستوى العرض لتوفير مليون شجرة قهوة للمزارعين كشريك في تحدي القهوة المستدام التابع لمنظمة Conservation International. أثناء وجودها في المتاجر، تخطط الشركة لتوظيف 10000 لاجئ في 75 دولة في السنوات الخمس المقبلة، بالإضافة إلى 25000 من قدامى المحاربين بحلول عام 2025 (Payseno, 2018).

▪ شركة Coca-Cola:

تأسست مؤسسة كوكاكولا في عام 1984، ومنذ ذلك الحين تبرعت بأكثر من 820 مليون دولار لإعطاء الأولوية لتمكين المرأة وترقيتها وإدماجها في سوق العمل، والحصول على مياه الشرب النظيفة، وتنمية الشباب المحرومين وعاطلين عن العمل. تهدف الشركة كل عام إلى

تخصيص واحد بالمائة من أرباحها وتوزعها على المجتمعات في جميع أنحاء العالم، كما تعمل على تشجيع تبرعات الموظفين من خلال برنامج هدايا متطابق. في عام 2017، قدمت مبلغاً قدره 250000 دولار أمريكي لصندوق الكلية الأمريكية الهندية للمنح الدراسية وبناء المجتمع للشباب الأمريكيين الأصليين (Payseno, 2018).

▪ شركة Adidas :

تعتبر شركة Adidas واحدة من أكبر الأسماء في الملابس الرياضية و تهدف للحفاظ على الحياة البحرية من خلال برنامج Run for the Oceans. وتساهم Adidas بمبلغ مليون دولار في برنامج Parley Ocean لحماية المحيطات من بقايا بلاستيك، علاوة على ذلك، فإن المتسابقين يجمعون الأموال من خلال مشاركتهم وتبرعاتهم. (Payseno, 2018).

▪ شركة Levi's:

الشركة التي صنعت الجينز أصبحت شركة عالمية وقد تأكدت من أن "المسؤولية الاجتماعية" يتم "تخميمها في النسيج" من خلال تبذير في كمية المياه أثناء عملية الإنتاج فقامت بعدة مبادرات لتقليل من استخدام الماء مثل Water <Less ، والتي تقلل بشكل كبير من استخدام المياه في مراحل التصنيع - بنسبة تصل إلى 96 في المائة لبعض الأساليب. منذ أن أطلقت الشركة هذه الحملة من خلال هذا البرنامج في عام 2011، وفرت ليفي أكثر من مليار لتر من المياه. وبحلول عام 2020، تتوقع الشركة تصنيع 80 في المائة من منتجاتها باعتماد هذه العملية، وذلك بزيادة تقدر بنسبة 25 في المائة في اليوم الواحد. (Payseno, 2018).

▪ شركة GE:

جنرال إلكتريك بالإنجليزية General Electric واختصارها GE هي شركة صناعية وتكنولوجية أمريكية ضخمة متعددة الجنسيات. يقع مقر الشركة الرئيسي في مدينة الرئيسي في مدينة فيرفيلد بولاية كنتاكت الأمريكية. وفي تقييم فوربز فهي ثاني أكبر شركات العالم، ولها ما يفوق 300 ألف عامل. (جنرال إلكتريك، 2020).

إنَّ شركة جنرال إلكتريك (GE)، هو تكتل شركات متعدد الجنسيات مُدرج في مدينة نيويورك ومقره الرئيسي في بوسطن. اعتباراً من 2018، كانت الشركة تمارس أنشطتها في القطاعات التالية: الطيران، الرعاية الصحية، الطاقة، الطاقة المتجددة، الصناعة الرقمية، الصناعات المضافة، رأس مال المحاصة والمالية، الإضاءة، والنفط والغاز. (جنرال إلكتريك، 2019).

وفي عام 2016 وحده، ساهمت مؤسسة GE بمبلغ 88 مليون دولار في البرامج المجتمعية والتعليمية، في الوقت الذي قدمت فيه أيضاً مساهمات الموظفين والمتقاعدين من خلال هدايا المقدمة من GE Foundation. وتركز برامج تطوير الصحة التابعة للمؤسسة على توفير الرعاية الصحية للمجتمعات المحتاجة حول العالم. (Payseno, 2018)

▪ شركة BMW:

تم تصنيف مجموعة BMW كأحد أكثر شركات السيارات استدامة في العالم من قبل مؤشر داو جونز منذ عام 1999، وتشتهر مجموعة BMW بمبادرات في مجالات عديدة كالتعليم والصحة والتفاهم بين الثقافات. من بين أهم البرامج التي تسلط الضوء على هذه المجالات نذكر حملة سبل العيش للشباب، التي تدعم حالياً 400 شاب في الهند لتعلم مهارات الكمبيوتر واللغة الإنجليزية الأساسية (Payseno, 2018).

▪ شركة Dell:

نفذت Dell خطة "تراث الخير" لعام 2020 كالتزام "بتحقيق تقدم بشري" من خلال الاستدامة البيئية، ومعالجة تحديات المجتمع، والمسؤولية العالمية لسلسلة التوريد والتنوع في التوظيف. وتعمل Dell حالياً بالشراكة مع Education Camera لتوفير 16 مليون ساعة من التدريب على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لثلاثة آلاف 3000 معلم في إثيوبيا، والذين يمكنهم بدورهم أن ينقلوا معارف الكمبيوتر هذه إلى فصولهم الدراسية وشباب بلدهم. (Payseno, 2018).

▪ شركة Walt Disney Company:

صنفت شركة ديزني، الشركة الأولى في صناعة الترفيه، على أنها واحدة من "أكثر الشركات إثارة للإعجاب في العالم" من قبل Fortune لمدة عامين على التوالي. تتمثل المهمة الاجتماعية للشركة في تعزيز المجتمعات "من خلال توفير الأمل والسعادة والراحة للأطفال والعائلات الذين هم في أمس الحاجة إليها" وقامت بمنح أكثر من 400 مليون دولار للمنظمات غير الربحية في عام 2016. (Payseno, 2018).

▪ شركة VoluntEARS :

يشجع برنامج الشركة "VoluntEARS" الموظفين على التبرع بالوقت، والذي بلغ 2.9 مليون ساعة من الخدمة منذ عام 2012 بهدف الوصول إلى خمسة ملايين ساعة من خدمة مجتمع الموظفين بحلول عام 2020. (Payseno, 2018)

2.4 ترتيب الشركات المتعددة الجنسيات حسب مسؤوليتها الاجتماعية

1.2.4 ترتيب الشركات المتعددة الجنسيات حسب مسؤوليتها الاجتماعية لسنة 2018

الجدول 2: أفضل 10 شركات لسمعة المسؤولية الاجتماعية لسنة 2018

Rank	Home	2018	Score
1	United States		71.9 ↑
2	United States		69.5 ↑
3	Denmark		69.4 ↓
4	Brazil		69.4
5	Denmark		68.7
6	United States		68.1 ↓
7	Germany		68.1
8	Japan		67.6 ↑
9	France		67.6 ↑
10	Sweden		67.2 ↑

Source: (Gonçalves, 2018)

يكشف الشكل أعلاه عن أفضل 10 شركات تتمتع بأفضل سمعة في مجال المسؤولية الاجتماعية والبيئية للشركات، حيث تحتل Google المرتبة الأولى كشركة ذات أفضل سمعة في مجال المسؤولية الاجتماعية والبيئية للشركات، على الرغم من التأثير البيئي الهائل لقطاع الإنترنت. وهي الشركة الوحيدة التي حصلت على درجة قوية في البعد "مكان العمل"، كما أنها رائدة في الأبعاد الفرعية "تكافؤ الفرص" و"المكافآت" و"رفاهية الموظف". قد يكون هناك سبب آخر يتعلق بالاعتراف بالشركة باعتبارها واحدة من أكثر الشركات الصديقة للبيئة في صناعة الإنترنت، حيث كانت تستثمر في برامج الطاقة الخضراء لتشغيل مراكز البيانات الخاصة

بها بكهرباء متجددة 100٪. في الوقت نفسه، تساعد Google.org ، مؤسسة Google الخيرية ، في محاربة الفقر وتحقيق التنمية المستدامة.

أما المركز الثاني في الترتيب، فيذهب إلى شركة والت ديزني، وهي شركة متميزة ومهتمة بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية تتواصل بشكل جيد للغاية. لقد طورت تقريرًا عن الاستدامة عبر الإنترنت جذابًا ومفيدًا ومتاحًا بست لغات ويتصل بمبادرة الإبلاغ العالمية - (GRI) مما يدل على أن الشركة ملتزمة حقًا بالمسؤولية الاجتماعية للشركات ولديها إستراتيجية متكاملة لإدارتها. تمتلك ديزني أيضًا مؤسسة خيرية منظمة تنظيمًا جيدًا منحت 348 مليون دولار لمنظمات غير ربحية في جميع أنحاء العالم في عام 2017 لوحده، وقد تمكنت الشركة من بناء سمعة كبيرة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات.

يحتل المركز الثالث في الترتيب أفضل سمعة في المسؤولية الاجتماعية للشركات، الشركة الدنماركية Lego في الدراسة التي أجراها معهد السمعة كرائدة في "الشفافية" و "المساهمة الاجتماعية" وحصلت على أعلى الدرجات في بعد "الحكومة". أصبح إعلان الشركة في العام الماضي عن استبدال مصادرها البلاستيكية بمصادر قصب السكر هو الاتجاه السائد وثبت أنها خطوة جريئة من قبل الشركة - مما يدل على أن منتجات Lego تتماشى مع قيم المسؤولية الاجتماعية للشركات بشأن المساهمة الاجتماعية وشفافية الأعمال.

2.2.4 ترتيب الشركات المتعددة الجنسيات حسب مسؤوليتها الاجتماعية لسنة 2019 :

من خلال الجدول نلاحظ أفضل 10 شركات مهتمة بالعديد من القضايا الأخرى بصرف النظر عن الربح والمال - مثل الأخلاق أو الابتكار أو الأسباب البيئية أو الرفاهية في مكان العمل (Gonçalves, 2019)

الجدول رقم 3: أفضل 10 شركات يتمتعن بأفضل سمعة في المسؤولية الاجتماعية للشركات لسنة

2019

Rank	2019
1	ROLEX
2	LEGO
3	+2 Disney
4	+3 adidas
5	+5 Microsoft
6	SONY
7	-3 Canon
8	+3 MICHELIN
9	+15 NETFLIX
10	-2 BOSCH

Source: (Gonçalves, 2019)

نلاحظ من الشكل أعلاه تصدر شركة Rolex أفضل 10 شركات تتمتع بأفضل سمعة في المسؤولية الاجتماعية للشركات تتبعها شركة Lego ثم شركة Disney التي كسبت نقطتين (+2)، في حين استفادت شركة Adidas وشركة Michelin بثلاث نقاط (+3).

• شركة Rolex :

تعتبر رولكس واحدة من أفضل 10 شركات ذات سمعة طيبة في العالم منذ أربع سنوات متتالية. تتمتع العلامة التجارية بقدرة فريدة على توصيل منتجاتها بالشركة وإثارة المشاعر أصحاب المصلحة من خلال ترسيخ قيمها في الشخصيات البارزة. على سبيل المثال، يعتبر Roger Federer رمزًا للتميز لا يرقى إليه الشك (تتمتع رولكس بدرجة عالية فيما يتعلق بجودة المنتج) والمرونة. في الوقت نفسه، تقوم عالمة الأحياء البحرية سيلفيا إيرل باستكشاف المحيط وحماية النظم الإيكولوجية (تتمتع رولكس أيضًا بدرجة كبيرة في مجال حماية البيئة).

• شركة Lego (العاب تركيب):

تعتبر مجموعة Lego ضمن أفضل 10 شركات ذات سمعة حسنة من ناحية المسؤولية الاجتماعية والبيئية للشركات ومن أكثر الشركات شهرة في العالم للعام الثالث على التوالي. تتمتع العلامة التجارية الدنماركية بالفعل بحضور ثابت وقوي لأنها تبني سلسلة قصص متماسكة مع قيم الاستدامة والتعليم والمساهمات المجتمعية. في الآونة الأخيرة، استبدلوا المواد البلاستيكية

بالمواد النباتية من قصب السكر في عملية الإنتاج. طريقة أخرى عززت بها الشركة قيم لمسؤولية الاجتماعية والبيئية لها.

• شركة Disney:

احتلت شركة والت ديزني مكانتها مع مجموعة Lego منذ عام 2018. وفقاً ل RepTrak حققت ديزني نقاطاً أعلى في مجالات القيادة والأداء المالي. علاوة على ذلك، تعتبر هذه الشركة شركة مبدعة تتمتع برعاية عاطفية للجمهور لعدة أجيال. من خلال إلقاء نظرة فاحصة على تقرير المسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة بشركة ديزني، يمكننا أن نرى أنه متسق، منظم جيداً، ويتصل بإطار مبادرة الإبلاغ العالمية (GRI) أيضاً.

• شركة Microsoft:

جعلت الفضائح الأخيرة على خصوصية البيانات والشفافية العديد من اللاعبين في صناعة التكنولوجيا مثل جوجل أو فيسبوك من بين معايير في تصنيف السمعة. ومع ذلك، قاومت مايكروسوفت واحتلت المرتبة 5 في التصنيف العالمي. من خلال الشفافية فيما يتعلق بتحديات المنتجات والأخطاء والهفوات، حسنت الشركة الأمريكية سمعتها المتمثلة في تمكين كل شخص وكل مؤسسة على هذا الكوكب من القيام بالمزيد من المهام باستعمال خدمات الشركة. زيادة ربط منتجاتها وخدماتها مع غرض الشركة وأخلاقياتها، وكذلك بيع المنتجات بأسعار أكثر تنافسية، كل هذه المبادرات ساعدت الشركة في الحصول على هذه النتيجة.

• شركة Netflix نيتفليكس:

حافظت Netflix على مؤشرات إيجابية تركز على توسيع نطاق الأعمال وزيادة عدد المشتركين. بهذه الطريقة حافظت شركة Netflix على قدرتها للابتكار. حيث تبنت قيادة شركة فكرة إيجابية في مجال صناعات الإعلام والسينما الرئيسية. حيث اطلقت رسالة واضحة حول أولويات الشركة حول مكافحة التحرش الجنسي من خلال إزالة الممثل Kevin Spacey و منعه من التمثيل في سلسلة House of Cards بعد الفضائح الأخلاقية والتي تعتبر من بين أحد أفضل برامج Netflix تحت شعار "لا لاحتفال التحرش الجنسي"، بغض النظر عن التكاليف. في النهاية، على الرغم من الخسائر المالية (المحتملة)، يبدو أن الشركة أصبحت أكثر قوة فيما يتعلق بالأخلاقيات. (Gallois, 2018).

النتائج:

وتم التوصل في هذا البحث إلى النتائج التالية:
- تعتبر "الشركات المتعددة الجنسيات" نموذج ناجح في إطار تبني المسؤولية الاجتماعية والبيئية، ويتجلى ذلك من خلال سياساتها ومخرجاتها إلى السوق، وتحرص على تكريس هذه الإستراتيجية للحفاظ على البيئة وصحة وأمان وسلامة المستهلك؛
- إنَّ المسؤولية البيئية هي وعي من أجل تبييض صورة المؤسسة وتعزيز القدرات التنافسية للمؤسسة.

- اعتناق مبادئ الاقتصاد الدائري في المشتريات، وإدارة النفايات؛
- تساهم المسؤولية الاجتماعية والبيئية في تنمية الحصة السوقية للمؤسسة وربحيتها، بالإضافة إلى تحسين صورة المؤسسة في إطار الأهداف التجارية للمؤسسة؛
- يساهم تبني المسؤولية الاجتماعية والبيئية في تقليص النفقات الإنتاجية للمؤسسة وتعزيز جودة منتجاتها عبر تقديم ميزة مضافة والمتمثلة في ميزة السلامة البيئية.

5. الخاتمة:

أصبح التوجه الاستراتيجي للعديد من الشركات المتعددة الجنسيات نحو الرهانات البيئية، كخيار ونمو المؤسسة واستقرارها وتحسين توقعها وتحقيق الأداء الفعال والمردودية العالية. حيث أنَّ كبرى الشركات العالمية اليوم تسعى إلى وضع خطط إستراتيجية عاجلة من أجل التوجه نحو تبني المسؤولية الاجتماعية والبيئية والعمل على الحفاظ على البيئة والمحيط بالإضافة إلى صحة وأمان وسلامة المستهلك كما أنَّها تساهم إيجابيا في تكريس مبادئ المسؤولية الاجتماعية والبيئية وكسب الرأي العام والذي يعزز قدرة التنافسية وتحقيق الهدف التجاري للمؤسسة.

حيث خلصت الدراسة إلى مايلي:

- نال مفهوم المسؤولية الاجتماعية والمسؤولية البيئية للشركات اهتمام معظم الشركات المتعددة الجنسيات حيث قامت العديد منها بتبنيها والعمل بها.
- أصبحت منظمات الأعمال تولي اهتماما كبيرا للمسؤولية الاجتماعية و المسؤولية البيئية بغية تنمية الحصة السوقية للمؤسسة وربحيتها، بالإضافة إلى تحسين صورة المؤسسة في إطار الأهداف التجارية للمؤسسة.

- المسؤولية الاجتماعية و المسؤولية البيئية هما نَحج أساسي لمساهمة منظمات الأعمال في تحقيق التنمية المستدامة في المجتمعات التي تنشط فيها لكونهما يشتركان في المبادئ والأبعاد.

التوصيات:

- ✓ باعتبار أنّ المسؤولية الاجتماعية و المسؤولية البيئية للشركات محفز لاعتماد القيم الأخلاقية و التنمية المستدامة، فإنه لا بد من الالتزام لكل الشركات مهما كان نشاطها، وان تكون لها مسؤولية اتجاه الارتقاء بمستوى المجتمعات و تنميتها.
- ✓ و باعتبار أنّ المسؤولية الاجتماعية و المسؤولية البيئية هي وليدة متطلبات التنمية المستدامة من خلال دعم برامج اجتماعية، اقتصادية و بيئية، فإنه لا بد على الدول الاهتمام أكثر بسن قوانين تحفيزية لرفع التنافس بين الشركات من اجل تبني أسمى أبعاد المسؤولية الاجتماعية وهو البعد الخيري، فضلاً على الاهتمام بالبعد الاقتصادي والأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات.
- ✓ ضرورة إدماج الشركات المتعددة الجنسيات لأبعاد المسؤولية الاجتماعية و المسؤولية البيئية ضمن رسالتها ورؤيتها الإستراتيجية نظراً لدورها في تحسين سمعتها ومركزها المالي، وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية لها.
- ✓ ضرورة تشجيع الدولة للشركات المتعددة الجنسيات المسؤولية اجتماعياً و بيئياً من خلال سن قوانين و تشريعات تسمح بإعفاؤها من الضرائب أو منحها امتيازات مقابل مساهمتها اجتماعياً.
- ✓ إقتناع الشركات المتعددة الجنسيات بأن المسؤولية الاجتماعية و المسؤولية البيئية هي خيار لا بد منه، وهو في صالحها، وليست مجرد تكاليف مفروضة عليها لكي تستطيع المضي بهذا النهج.

المراجع:

المراجع باللغة العربية:

الكتب:

1. العصيمي، ع. ع. (2015). المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة: دار البازوري العلمية، عمان، الاردن.

2. الغالي، ط. م. & محسن العامري، ص. م. (2010). المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال الأعمال والمجتمع: دار وائل للنشر، الطبعة الثالثة، الأردن.
3. كي بدوي، أ. (1982). معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية: انجليزي - فرنسي - عربي". بيروت: مكتبة، لبنان.
4. محسن، ط.، الغالي & محسن العامري، ص. م. (2005). المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال (الأعمال والمجتمع). دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
5. الطاهر خامرة. (2007)، المسؤولية البيئية والاجتماعية مدخل لمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة " حالة سوناطراك ". ورقة: مذكرة الماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص: اقتصاد وتسيير البيئة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر.
6. مانع، ش. (2011)، دور المسؤولية المجتمعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة حالة مجموعة من المؤسسات في ولاية باتنة، كلية العلوم الاقتصادية، مدرسة الدكتوراه، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر.
7. مشان، ع. ا. (2019). دور نظام الإدارة البيئية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية SCAEK دراسة حالة مصنع الإسمنت عين الكبير. مذكرة دكتوراه، جامعة سطيف، الجزائر.
8. ياسين، م. ع. (2008). واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية: دراسة تطبيقية لآراء عينة من مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية. أطروحة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، جامعة الشرق الأوسط.

المقالات المنشورة في المجلة:

9. بوكثير، ج. &، مناخ، ب. (2018). أثر تطبيق نظام الإدارة البيئية وفق المواصفة الدولية ISO 14000 على الأداء البشري في المؤسسات الاقتصادية. مجلة إقتصاد المال والأعمال، المجلد 3، العدد 1، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، الجزائر.
10. خبايه، ع. &، عريوة، ن. (2016). مساهمة المسؤولية البيئية والأخلاقية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية في تحقيق التنمية المستدامة. دراسة ميدانية لبعض مؤسسات المناطق الصناعية، المسيلة، برج بوغريج، سطيف. مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، مجلد 10، العدد 16، مسيلة، الجزائر.
11. فلاق، م. (2013). المسؤولية الاجتماعية للشركات النفطية العربية - شركتي سوناطراك الجزائرية، أرامكو السعودية - نودجا. مجلة الباحث، العدد 31، 02، ورقلة، الجزائر.
12. مطانيوس، م. &، عدنان، غ. (2009). نظام الإدارة البيئية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة. مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، مجلد 25، العدد 2، سوريا.

المقالات المنشورة في الملتقيات:

13. السحيباني، ص. (2009). المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاريع القطاع الخاص في التنمية: حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية. المؤتمر الدولي حول القطاع الخاص في التنمية: تقييم واستشراف. بيروت، 25-23 مارس، لبنان.

14. زيدان، م. & يعقوبي، م. (2012). الآثار البيئية لنشاط شركات البترول ومدى تحملها لمسؤولياتها تجاه البيئة. الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية. جامعة بشار، الجزائر.

15. مقدم، و. (2011). سياسات و برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الموارد البشرية في منظمات الأعمال دراسة حالة ثلاثة شركات عربية. الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة. شلف: كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، يومي 13 و 14 ديسمبر 2011، جامعة شلف، الجزائر.

مواقع الانترنت:

16. جنرال إلكتروك (2020، مارس) Consulté le 4 8, 2020, sur [wikipedia.org: https://bit.ly/2x9WuxH](https://bit.ly/2x9WuxH)

17. جنرال إلكتروك (2019). Consulté le 4 8, 2020, sur <https://www.marefa.org/>: <https://bit.ly/2XjgZTc>

المراجع باللغة الأجنبية:

18. Capron, M., & Quairel-Lanoizelée, F. (2007). *la responsabilité d'entreprise*. Paris: éditions la découverte.

19. LEPISSIER, J.-C. (2001). *MANAGER, une responsabilité social*. Paris: Edition Liaisons.

20. Pesqueux, Y., & Biefot, Y. (2002). *L'éthique des affaires ; Management par les valeur et responsabilité sociale*. Paris, France: Edition d'organisation.

21. Holtbrugge, D., & Dogl, C. (2012). Dirk Holtbrugge & Corinna Dogl, "How international is corporate environmental responsibility ? A literature review. *journal of international management*, 18 .

22. Raspiller, S., & Riedinger, N. (2005). Les différences de sévérité environnementale entre pays influencent-elles les comportements de

- localisation des groupes français ? *Economie et prévision*, N°169, Paris, France .
23. Lemerrier. (2006). *la Responsabilité sociale des entreprises*. Association membre de l'union sociale pour l'habitat.
24. MAZURKIEWICZ, P. (2004). *Corporate environmental responsibility : Is a Common CSR Framework possible ?* The World Bank Group: 12/31 Working Paper; V. 1 42183.
25. Gallois, L. (2018, Novembre 11). *La saison 6 de House of Cards (Netflix) vaut-elle le coup sans Kevin Spacey ?* Consulté le AVRIL 8, 2020, sur <https://www.programme-tv.net/news/evenement/netflix-series-films-et-documentaires-sur-netflix/218012-la-saison-6-de-house-of-cards-netflix-vaut-elle-le-coup-sans-kevin-spacey/>
26. Gonçalves, A. (2019, March 11th). Consulté le APRIL 8, 2020, sur <https://youmatter.world/en/top-100-companies-best-csr-reputation2019-28108/>
27. Gonçalves, A. (2018, NOVEMBER 9). *The Top 100 Companies With The Best CSR (Corporate Social Responsibility) Reputation*. Consulté le 8 30, 2019, sur corporate social responsibility reputation: en ligne: <https://youmatter.world/en/the-top-100-companies-with-the-best-csr-corporate-social-responsibility-reputation/>
28. jacksonstone. (2019, February 26). *Who are the leaders in corporate social responsibility in NZ?*, 2019, en ligne: <https://www.jacksonstone.co.nz/professional/who-are-the-leaders-in-corporate-social-responsibility-in-nz>. Consulté le AVRIL 8, 2020, sur <https://www.jacksonstone.co.nz/professional/who-are-the-leaders-in-corporate-social-responsibility-in-nz/>
29. Payseno, K. (2018, June 28). *Top 20 Corporate Social Responsibility Initiatives of 2018*. Consulté le APRIL 8, 2020, sur SmartRecruiters Blog: <https://www.smartrecruiters.com/blog/top-20-corporate-social-responsibility-initiatives-of-2018/>