

تطبيق المسؤولية الاجتماعية إتجاه الموارد البشرية في المؤسسة الإقتصادية. -دراسة حالة شركة
Condor إلكترونيكس بيج بوغريج

أ.بن علي آمال
جامعة عبد الحميد بن
باديس- مستغانم.
ب.اديس -مستغانم-
جامعة عبد الحميد بن
باديس -مستغانم-
أ.مسعودي زكرياء
جامعة الشهيد حمه لخضر -
الوادي-
pr.messaoudizakaria@gmail.com
fzerouat@yahoo.fr
b.amel33@yahoo.fr

Abstract: This study aims to identify the social responsibility and the importance of the engagement of economic enterprises towards the parties, in particular towards its human resources. She also discussed the most important social programs that companies can provide to their human resources as a social responsibility to preserve, develop and retain them. Which is considered the cornerstone on which the business was built . The results of the study showed that the interest of companies and the intensification of social responsibility programs towards human resources are the key to their success. This is confirmed by Condor's field study, where the human resource is the basis for achieving its goals, the main reason why the company reaches what it is currently, so

ملخص: تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على المسؤولية الاجتماعية وأهمية إلزام المؤسسات الإقتصادية بها إتجاه أصحاب المصالح وبالأخص إتجاه مواردها البشرية ، كما أنها تطرقت إلى أهم البرامج الاجتماعية التي يمكن أن تقدمها المؤسسات إتجاه مواردها البشرية كمسؤولية إجتماعية في سبيل المحافظة عليها وتطويرها وتحقيق ولائهم لها والتي تعتبر الحجر الأساس الذي تبنى عليه المؤسسة. حيث توصلت نتائج الدراسة إلى أن إهتمام المؤسسات وتكثيف برامج المسؤولية الاجتماعية إتجاه المورد البشرية هو مفتاح نجاحها وهذا ما أكدته الدراسة الميدانية لشركة Condor والتي تعتبر أن المورد البشري هو الأساس الذي من خلاله تحقق أهدافها المسطرة، وهو السبب الرئيسي لوصول الشركة إلى ما هي عليه حاليا وبالتالي لا بد من تكثيف برامج المسؤولية الاجتماعية إتجاهها في سبيل بلوغ الأهداف. الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية،

social responsibility programs need to be intensified in order to 'achieve goals. Keywords: Social Responsibility, Human Resources, Economic Enterprise, Condor. (JEL) Classification: M14- M11- L- L23.	الموارد البشرية، المؤسسة الإقتصادية، شركة Condor. رموز M14- M11 - L- L23 .jel
--	--

مقدمة:

أدركت العديد من المؤسسات الاقتصادية في مختلف أنحاء العالم وبالخصوص تلك الناشطة في الدول المتقدمة بأهمية إلتزام المؤسسات بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه أصحاب المصالح خاصة في ظل التطورات العلمية والتكنولوجية الحاصلة أين أصبحت هذه المؤسسات مطالبة بممارسة دورها الاجتماعي الى جانب دورها الاقتصادي خاصة على المستوى الداخلي والمتعلق بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه موردها البشري وذلك بعد إدراكها أنه الركيزة الأساسية في العمل وأنه العامل المحدد لنجاحها فأصبح اهتمامها بالمسؤولية الاجتماعية الشغل الشاغل إتجاه مواردها البشرية فبدأت تعمل على استقطاب المهارات والكفاءات البشرية وكونها وتحفيزها على العمل وذلك من أجل المحافظة عليها محاولة بذلك كسب ولائها والذي سينصب في النهاية إلى مصلحتها الذاتية.

وعلى ضوء ما سبق جاءت إشكالية البحث كالتالي:

كيف يتم تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية إتجاه مواردها

البشرية؟

فرضيات البحث :

1. ستمكن المؤسسات الاقتصادية من اكتساب العديد من المزايا إذا ما التزمت بالمسؤولية الاجتماعية.
2. هناك إلتزام بالمسؤولية الاجتماعية إتجاه الموارد البشرية في شركة Condor.

أهداف البحث :

يهدف البحث إلى محاولة إبراز أهمية التزام المؤسسات الإقتصادية بالمسؤولية الإقتصادية، إضافة الى تقديم أهم يمكن أن تقدمه هذه المؤسسات لمواردها البشرية كمسؤولية إجتماعية، بتطبيق ذلك على شركة Condor إلكترونيكس بروج بوعريريج، محاولين استخلاص النتائج وتقديم توصيات.

منهج البحث :

اعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي من أجل تكوين الجانب النظري للدراسة من خلال وصف المفاهيم المتعلقة بموضوع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية، كما تم الإعتداد على المنهج الاستقرائي من خلال تحليل البيانات والجدوال استنادا على مجموعة من المقابلات الشخصية والوثائق الداخلية لشركة Condor والمتعلقة بتطبيق المسؤولية الإقتصادية إتجاه مواردها البشرية.

هيكل البحث:

ولمعالجة إشكالية الدراسة تم تقسيمها إلى المحاور التالية:

- أولا: الإطار المفاهيمي للمسؤولية الإقتصادية للمؤسسات.
- ثانيا: أهم برامج المسؤولية الإقتصادية إتجاه الموارد البشرية في المؤسسات الإقتصادية وأهميتها.
- ثالثا: برامج المسؤولية الإقتصادية لشركة Condor إتجاه مواردها البشرية.

أولا: الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.

1-التعريف بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

لقد تعددت تعاريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، حيث لا يوجد تعريف ثابت واحد ورسعي متفق عليه وتميزت كلها بالواقعية والدينامكية عبر الزمن، وفيما يلي عرض لبعض من التعاريف:

1.1-تعريف البنك الدولي:

يخالف البنك الدولي وجهة النظر التطوعية للمسؤولية الاجتماعية ويرى بأنها: التزام أصحاب الأعمال التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة، وذلك من خلال العمل مع العاملين وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى المعيشة بطريقة تخدم التجارة والتنمية في آن واحد⁽¹⁾.

2.1-تعريف الغرفة التجارية العالمية:

عرفت الغرفة التجارية العالمية المسؤولية الاجتماعية على أنها "جميع المحاولات التي تساهم في تطوع المؤسسات لتحقيق تنمية ذات إعتبارات أخلاقية واجتماعية، وبالتالي فالمسؤولية الاجتماعية تعتمد على المبادرات الحسنة من المؤسسات دون وجود إجراءات ملزمة قانونيا، ولذلك فإن المسؤولية الاجتماعية تتحقق ومن خلال الإقناع والتعليم"⁽²⁾.

3.1-تعريف منظمة المقاييس العالمية ISO للمسؤولية الاجتماعية:

عرفتها على أنها "مسؤولية المنظمة عن الآثار المترتبة لقراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة عبر الشفافية والسلوك الأخلاقي المتناسق مع التنمية المستدامة ورفاه المجتمع فضلا عن الأخذ بعين الإعتبار توقعات المساهمين (ISO26000)"⁽³⁾.

-وتعرف أيضا بأنها هي تلك المسؤولية التي تهتم بها منظمات الأعمال والتي تؤثر برامجها على مجموعات اقتصادية واجتماعية من أصحاب المصالح (العمال، الزبائن، الدائون، مستهلكون والمجتمع المحلي...)، وقدرتها على تلبية توقعاتهم"⁽⁴⁾.

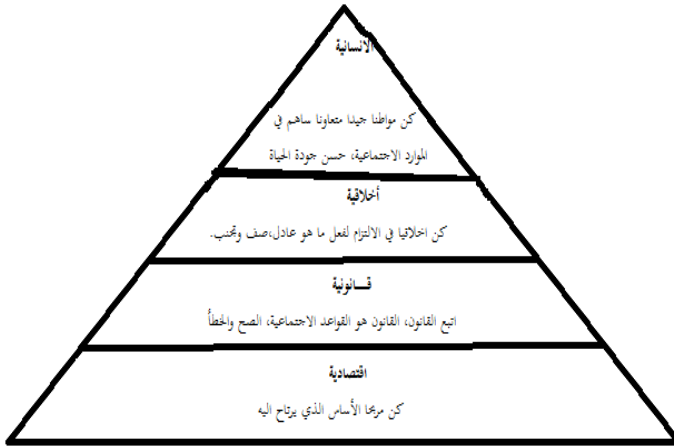
بناء على ما تقدم يمكن تعريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على أنها: استجابة المؤسسات لمطالب أصحاب المصالح (العمال، الزبائن، حملة الأسهم، مستهلكون، البيئة والمجتمع ككل) وتوقعاتهم الإقتصادية والقانونية والأخلاقية، والذي سينعكس عليها بالإيجاب مستقبلا.

2-أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

إن شمولية محتوى المسؤولية الاجتماعية جعلت الباحثين يشيرون إلى جوهرها بأربعة أبعاد رئيسية وهي⁽⁵⁾:

- 1.المسؤولية الإنسانية: أي أن تكون المنظمة صالحة وتعمل على الإسهام في تنمية وتطوير المجتمع وتحسين نوعية الحياة؛
- 2.المسؤولية الأخلاقية: بمعنى أن تكون المنظمة مبنية على أسس أخلاقية، وأن تلتزم بالأعمال الصحيحة، وأن تمتنع عن إيذاء الآخرين؛
- 3.المسؤولية القانونية: أي التزام المنظمة بإطاعة القوانين، واكتساب ثقة الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية وعدم القيام بالأعمال المخلة بالقانون؛
- 4.المسؤولية الاقتصادية: بأن تكون المنظمة نافعة ومجدية اقتصاديا، وأن تحاول جاهدة توفير الأمان للآخرين. وتجسيدا لما سبق نستعرض ههنا لأبعاد المسؤولية الإجتماعية :

الشكل رقم (1): أبعاد المسؤولية الإجتماعية.



المصدر: نظام موسى سويدان، التسويق المعاصر، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2010، ص.404

3- أشكال المسؤولية الاجتماعية للمنظمات:

بشكل عام فإن المسؤولية الاجتماعية تمتد من داخل المنظمة حتى خارجها، بوصفها تمثل القرارات التي تتخذها المنظمة لتحقيق منافعها الاقتصادية والفنية المباشرة. وبنفس الوقت

المنافع الأخرى والمرتبطة بالمجتمع لتتمكن من انجاز هدف واحد أو أكثر من أهدافها والمرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية. وهذا يمكن القول بأنها تمتد إلى اتجاهين وهما⁽⁶⁾:

1.3-مسؤولية إجتماعية داخلية:

ترتبط بالأفراد والموارد التي يتم استخدامها والمرتبطة بالأداء المتحقق للعمل داخل المنظمة، وأي نشاط من شأنه أن يسهم في تطوير العاملين وتحسين نوعية حياة العامل.

2.3-مسؤولية إجتماعية خارجية:

تتمثل بالحالات المرتبطة بالمشكلات التي يعاني منها المجتمع والتي تعد جميعها بمثابة مؤثرات سلبية على مدخلات منظمات الأعمال نحو تحقيق أهدافها الإجتماعية والمتمثلة بتدليل المشكلات ومعالجتها والمساهمة في خلق قيم وأنماط إجتماعية إيجابية في المجتمع. ولكن العقبة أمام إدارة المنظمة لا تنحصر في كيفية معالجة المشكلات التي يعاني منها المجتمع أو في تجاوز البعض منها لإستحالة تحقيقها وفق إمكانياتها ومواردها المتاحة بل تكمن في الأدوات المستخدمة لغرض الحكم على مدى سلامة ودقة المعالجات المتخذة تجاه حل تلك المشكلات والتعامل معها.

ثانيا: أهم برامج المسؤولية الاجتماعية إتجاه الموارد البشرية في المؤسسات الإقتصادية وأهميتها.

1-أهم برامج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات إتجاه مواردها البشرية:

تقوم المؤسسات بمجموعة من المبادرات الإجتماعية لصالح مواردها البشرية كمسؤولية إجتماعية إتجاههم أهمها مايلي:⁽⁷⁾

-إعلانات التوظيف والنزاهة والشفافية في عملية اقتناء الموظفين.

-توفير التدريبات الضرورية للموظفين بالداخل والخارج.

-القيام بترقية الموظفين إعترافا بقدرات الموظفين وتثميننا لمجهوداتهم كما تحقق لهم الفرص المتساوية.

-العمل بنظام الحوافز والمكافآت اللازمة للعاملين.

-توفير التأمينات الإجتماعية عن العاملين.

- تحسن المستوى المعيشي للعمال من خلال منحهم أجور محترمة تليق بمناصبهم.
- توزيع جزء من الأرباح السنوية الموزعة على الموظفين.
- توفير السكنات الوظيفية أو على الأقل مساعدتهم ماديا في الحصول على سكن مناسب.
- توفير الرعاية الصحية والعلاج بالمستشفيات.
- توفير النقل للعمال من مناطق السكن إلى أماكن العمل والعكس.
- تفادي الحوادث بالمنظمة بتوفير الأمن الصناعي والعمل على توفير بيئة نظيفة خالية من التلوث.
- 2-المزايا المكتسبة من تبني المؤسسات الإقتصادية للمسؤولية الاجتماعية:
 - ستتمكن المؤسسات الإقتصادية من تحقيق العديد من الفوائد إذا ما إلتزمت بالمسؤولية الاجتماعية ، أبرزها ماييلي⁽⁸⁾ :
 - تشجيع عملية اتخاذ القرارات على أساس فهم مطور لتطلعات المجتمع، والفرص المرتبطة بالمسؤولية المجتمعية ومخاطر عدم تحمل المسؤولية المجتمعية.
 - تحسين ممارسات إدارة المخاطر.
 - تعزيز سمعة المنظمة، وتشجيع ثقة أكبر للجمهور.
 - تحسين وتنظيم العلاقة مع أصحاب المصلحة.
 - تعزيز ولاء الموظفين وروحهم المعنوية، وتحسين سلامة وصحة العاملين من الجنسين والتأثير الإيجابي على قدرة المنظمة على توظيف وتحفيز الموظفين والاحتفاظ بهم.
 - تحقيق زيادة الإنتاجية وكفاءة الموارد، وخفض استهلاك الطاقة والمياه، وخفض النفقات واسترداد قيمة المنتجات المشتقة من جانب زيادة وفرة المواد الخام.
 - تحسين اعتمادية ونزاهة المعاملات من خلال المشاركة السياسية المسؤولة والمنافسة العادلة، وانعدام الفساد.
 - المنع أو الحد من الصراعات المحتملة مع المستهلكين بشأن المنتجات أو الخدمات.
 - المساهمة في حيوية المنظمة على المدى الطويل عن طريق تعزيز استدامة الموارد الطبيعية والخدمات البيئية.

- المساهمة في الصالح العام، وتعزيز المجتمع المدني والمؤسسات.
- 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 والمبيعات وولاء العملاء.

ثالثا: برامج المسؤولية الاجتماعية لشركة Condor إتجاه مواردها البشرية:

تعد شركة Condor إحدى الشركات الجزائرية الرائدة في مجال الصناعات الإلكترونية والكهرومنزلية بحصة سوقية معتبرة تقدر بـ حوالي 40% أمام منافسيها بمنتجات عالية الجودة بمقاييس عالمية، ما مكّنها من الحصول على العديد من الشهادات ومن بينها شهادة ISO 26000 للمسؤولية الاجتماعية في إطار المبادرة الإقليمية التي أطلق عليها إسم المسؤولية الاجتماعية لمنطقة الشرق الأوسط la RS dans la région MENA وذلك سنة 2012.

1-التعريف بالشركة:

شركة كوندور Condor أو باسمها التجاري عنتر للتجارة "Anter Trade"، شركة إقتصادية خاصة كبيرة الحجم تختص بإنتاج وتسويق الأجهزة الإلكترونية و الكهرومنزلية، تنتمي إلى مجموعة بن حمادي Groupe Ben Hamadi شكلها القانوني أصبح في جوان 2002 هو "SPA" مؤسسة خاصة ذات أسهم حيث تنشط وفقا لأحكام القانون التجاري، حيث تحصلت على السجل التجاري في أفريل 2002، وبدأ نشاطها الفعلي في فيفري 2003، يتواجد مقرها الرئيسي بالمنطقة الصناعية بروج بوعريريج، تربع على مساحة إجمالية تقدر بـ 80104م² وهي بملكية كاملة للمؤسسة، يبلغ عدد عمالها أكثر من 3473 عامل موزعين على الوحدات والمصالح حسب التخصص.

شركة Condor هي إحدى المؤسسات المكونة لمجموعة بن حمادي التي تحتوي على عدة وحدات هي: مؤسسة Argilor وهي وحدة لإنتاج الأجر-مؤسسة Gerbior وهي وحدة لإنتاج القمح الصلب ومشتقاته- مؤسسة Polyben وهي وحدة لإنتاج الأكياس البلاستيكية- مؤسسة Gemac وهي وحدة لإنتاج البلاط ومواد البناء.

حيث مرت شركة Condor بمراحل حتى وصلت إلى ما هي عليه الآن، حيث شهدت المرحلة الأولى الشراء للبيع، أما المرحلة الثانية شراء المنتج مفككا جزئيا حيث تقوم الشركة بشراء المنتجات مفككة جزئيا، لتقوم بعد ذلك بتركيبها، أما المرحلة الرابعة الإنتاج حيث أنه في هذه المرحلة وبعد الاستفادة من المراحل السابقة، أصبحت شركة Condor تتحكم في تقنيات تركيب الأجهزة، وبعد تحديد المكونات التي يمكن شراؤها محليا، أو إنتاجها ذاتيا، لم يبق لها سوى أن تسجله بعلامة تجارية خاصة بها، وذلك عن طريق شراء التراخيص⁽⁹⁾.

2- أهم برامج المسؤولية الاجتماعية المعتمدة من قبل شركة Condor إتجاه مواردها البشرية:

تعتمد شركة Condor على مجموعة من البرامج كمسؤولية إجتماعية إتجاه مواردها البشرية بفعالية بهدف تقوية إدارتها للموارد البشرية وذلك قبل وبعد التوظيف تتمثل أهمها فيما يلي:

- النزاهة في عملية التوظيف: تعمل شركة Condor على أن تقوم المؤسسة بعملية توظيف صريحة وعادلة على أساس إعلانات داخلية (داخل المؤسسة) وإعلانات خارجية (مواقع الأنترنت أو وكالات التشغيل أو غيرها ويكون التوظيف على أساس الخبرة أو الشهادة وذلك من أجل استقطاب أكثر عدد ممكن من الكفاءات والمهارات من ذكور وإناث من سوق العمل. والجدولين الموالين يوضحان كل من تطور التوظيف بالشركة وتوزيعهم حسب وحدات الإنتاج كما يلي:

الجدول (1): تطور عدد الموظفين بشركة Condor.

السنة	2012	2013	2014	2015
إطارات	261	281	312	584
أعوان تحكم	486	513	527	1351
أعوان تنفيذ	2753	3031	2981	3545

المصدر: مصلحة الموارد البشرية بشركة Condor.

أما الجدول الموالي يوضح توزيع الموظفين بالشركة حسب وحدات الإنتاج من ذكور وإناث كالآتي:

الجدول رقم (2): هيكل الموظفين حسب وحدات الإنتاج لسنة 2015.

وحدة الإنتاج	إطارات	أعوان تحكم	أعوان تنفيذ	ذكور	إناث
وحدة أجهزة التلفازو المستقبلات الرقمية	25	45	386	334	122
وحدة الهواتف والإعلام الآلي	23	23	66	62	50
مركب المكيفات الهوائية	28	90	612	727	3
مركب الثلاثجات	29	135	680	838	6
وحدة المنتجات البيضاء	7	20	270	293	4
وحدة أعمدة الطاقة الشمسية	11	24	66	35	66
وحدة البولستيران	7	29	162	196	2
وحدة البلاستيك	14	24	114	150	2

72	190	47	67	148	الإدارة العامة
4	268	252	18	2	مديرية الإمداد
29	78	52	39	16	مديرية خدمات ما بعد البيع
6	283	274	13	2	مصلحة الأمن الداخلي

المصدر: مصلحة الموارد البشرية بشركة Condor.

• تكوين وتدريب العاملين:

في مختلف المجالات حسب وحدات الانتاج: تقوم الشركة سنويا بدورات تدريبية وتكوينية لفائدة العمال بغية تطوير مهاراتهم ومواكبة التطورات وذلك لمختلف العاملين كل حسب تخصصه والوحدة التي ينتمي إليها سواء داخل الوطن أو خارجه، أو المشاركة في الملتقيات أو المؤتمرات وفيمايلي جدول يوضح عدد التكوينات المقدمة للعاملين سنوات 2012-2013-2014:

الجدول رقم (3): عدد العاملين المستفيدين من التكوين سنوات 2012-2013-2014.

السنة	2012	2013	2014
تكوين خارج المؤسسة	19	12	06
تكوين داخل المؤسسة	585	474	901
المؤتمرات والملتقيات	09	22	11
المتريصين	186	204	288

المصدر: مصلحة الموارد البشرية بشركة Condor.

- ترقية العاملين في المناصب، إضافة إلى الزيادات في أجور، إضافة إلى تقديم المنح في المناسبات وغيرها.
- تقديم مكافآت وحوافز للأفراد العاملين مادية أو عبارة عن رحلات وفاق لمبدأ كفاءة وجدارة العاملين.

- توفير بيئة ملائمة للعاملين من خلال توفير الأمن ووسائل الصحة والسلامة المهنية وتأمين بيئة عمل في أماكن العمل للوقاية من المخاطر.
- على تكريم وتحفيز الأفراد العاملين المتفوقين والمبدعين في العمل.
- مراعاة الجوانب النفسية للعاملين وحث روح التعاون والدافع والحافز بينهم ومحاولة إدماجهم بالمشاركة في عمليات صنع القرار.
- توفير التأمينات الاجتماعية والقيام بتعويضات العاملين في حالة إصابات للعمل أو الأمراض المهنية.
- تعمل الشركة على رفع الروح المعنوية للعاملين من خلال إتاحة الفرص المتساوية لهم بشأن التكوين والتطوير والعطل، أي تحقيق العدالة والمساواة.
- تسعى شركة جاهدة من أجل تطبيق القوانين والتعليمات الخاصة بالعمل وتنفيذها بعدالة على الأفراد العاملين.
- الإهتمام بأبناء العاملين بتنظيم لهم المخيمات الصيفية سنويا .
- الحصول على منتجات الشركة بأسعار منخفضة والدفع يكون بالتقسيط.
- توفير عملية اقرض الموظفين مبالغ من المال وذلك عند تبرير حاجته إليها ويتم ارجاعها عن الخصم من راتبه الشهري.
- تقديم المنح المتعلقة بالزواج والختان والولادات القيصيرية لنساء العاملين والعاملات.
- المحافظة على حقوق الأفراد العاملين في الشركة باعتبارهم جزء منها وذلك من أجل كسب ولائهم بالتالي ستمكن من الحد تسريبهم للمعلومات المهمة أو السرية الخاصة بأعمال الشركة خاصة أولئك العاملين في مجال الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات والإتصالات.
- توفر الخدمات الصحية وخدمات النقل ووجبات الغذاء لجميع العاملين عالية الجودة.

في الأخير يمكننا القول بأن شركة *Condor* تعتبر العنصر البشري هو السبب الرئيسي في تفوقها وريادتها على المستوى المحلي وأن الاستثمار فيه هو من أهدافها السامية التي تسعى إلى تحقيقها والتي من خلاله ستمكن من تحقيق الأهداف الأخرى.

الخلاصة:

يمكننا القول في الأخير أنه بإمكان المؤسسات الإقتصادية إكتساب العديد من المزايا والفوائد إذا ما إلتزمت بالمسؤولية الاجتماعية على المدى الطويل وعلى وجه الخصوص اتجاه الموارد البشرية. (وهو ما يثبت صحة الفرضية الأولى).

حيث توصلت نتائج الدراسة الميدانية التي قمنا بها بشركة *Condor* هي من الشركات التي تقدا برامجا مكثفة ومتنوعة لمواردها البشرية كمسؤولية إجتماعية والتي تعتبرها الركيزة الأساسية للتفوق والتميز وسط المنافسين وتعتبر أن استثمارها في المورد البشري هو الأساس الذي لابد من تركيز الإهتمام به بإعتباره السبب الرئيسي في وصولها إلى ماهي عليه حاليا بإنتاجها تشكيلة متنوعة من المنتجات عالية الجودة بمعايير دولية ما مكها من إختراق السوق الدولية عن طريق التصدير إلى العديد من الدول. (وهو ما يثبت صحة الفرضية الثانية).

وعلى ضوء النتائج المتوصل إليها إرتأينا تقديم مجموعة من التوصيات:

- ضرورة الإهتمام بالتطبيق الفعلي لبرامج المسؤولية الاجتماعية لإنجاح الإستثمار المحلي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في المدى البعيد، ورفع عدد المؤسسات الحاصلة على مواصفة *ISO 26000*.
- ضرورة توعية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتعزيز دورها الإجتماعي وتطبيقه بأحسن الممارسات مما يحسن من سمعتها بالتالي الإقبال على منتجاتها بالتالي زيادة دخلها وأرباحها ومن ثم نمو هذه المؤسسات وإستمرار نشاطها وإشباع السوق المحلية وذلك في المدى الطويل.
- ضرورة تكثيف برامج المسؤولية الاجتماعية إتجاه الموارد البشرية في المؤسسات بإعتباره الأساس الذي من خلاله تحقق أهدافها وتفوقها أمام المنافسين.

- العمل على تحصيل المواصفة العالمية للمسؤولية الإجتماعية *ISO 26000* ، من خلال تحسين أدائها الإجتماعي إتجاه أصحاب المصلحة.
- تعزيز دور كل من الحكومة، الإعلام، المعاهد والجامعات وغيرها بتنظيم الملتقيات وغيرها من الحملات التحسيسية بالأهمية الإستراتيجية للمسؤولية الإجتماعية في المؤسسات خاصة الجزائرية منها وتأثيرها الإيجابي على الأداء في المدى الطويل بالرغم من أنها ستؤثر على تنافسيتها في المدى القصير بسبب تكاليف برامجها.

الهوامش:

- (1) عايد عبد الله العصبي، المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن، 2015، ص 10، 11.
- (2) عبد الرزاق مولاي لخضر، حسين شنيبي، أثر تبني المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للشركات، مجمع مداخلات الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، الطبعة الثانية: نمو المؤسسات والاقتصاديات بين تحقيق الأداء المالي وتحديات الأداء البيئي، جامعة ورقلة، 22 و 23 نوفمبر 2011، ص 229.
- (3) محمد زرقون، جميلة العمري، دور المسؤولية الاجتماعية في تفعيل حوكمة الشركات، بحث مقدم في المؤتمر الثالث للعلوم المالية والمصرفية حول: حاكمية الشركات والمسؤولية الاجتماعية: تجربة الأسواق الناشئة، جامعة اليرموك، الأردن، أيام 17-18 أبريل 2013، ص 88.
- (4) Jean-Christophe LEPISSIER, *MANAGER*, une responsabilité social, Edition Liaisons, Paris, 2001, P:79.
- (5) مخلوفي عبد السلام، بن عبد العزيز سفيان، تأثير معايير المسؤولية الاجتماعية على نشاط الشركات متعددة الجنسيات، الملتقى الدولي الثالث: منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، يومي 14، 15 فيفري 2012، ص 6، 7.
- (6) ثامر ياسر البكري، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2001، ص 33، 34.
- (7) بن خديجة منصف، راشي طارق، دور المسؤولية الاجتماعية في تدعيم تنافسية المؤسسة الاقتصادية، المؤتمر الثالث للعلوم المالية والمصرفية حول: حاكمية الشركات والمسؤولية الاجتماعية: تجربة الأسواق الناشئة، جامعة اليرموك، الأردن، أيام 17-18 أبريل 2013، ص 139.
- (8) مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع والقضايا الراهنة، منشورات الأمم المتحدة 2004، ص، ص 10، 15.
- (9) الوثائق الداخلية لشركة *Condor*.
- نظام موسى سويدان، التسويق المعاصر، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2010، ص 404.