

الابتكار كوسيلة لتحسين أبعاد المسؤولية المجتمعية-دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.-

Innovation as a means to improve the dimensions of social responsibility -an applied study on some Algerian economic institutions.-

حامدي أحلام

جامعة سطيف1 (الجزائر)

Hamdi.ahlem@univ-setif.dz

قرواني مريم

جامعة سطيف1(الجزائر)

مخبر الشراكة والاستثمار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

في الفضاء الأورو-المغاربي

meriem.kerouani@univ-setif.dz

تاريخ النشر: 2023/12/31

تاريخ القبول: 2023/12/29

تاريخ الاستلام: 2022/12/13

ملخص:

تهدف الدراسة إلى إبراز دور وتأثير الابتكار على أبعاد المسؤولية المجتمعية في بعض المؤسسات الاقتصادية الجزائرية التي تنشط في بيئات تنافسية، وتتبنى الابتكار من خلال التحسين المستمر لتشكيلة منتجاتها، وتحترم أهم مبادئ المسؤولية المجتمعية. تمت الدراسة على 110 مستجوب من فئة الإشراف في هذه المؤسسات وإجراء مقابلات مع البعض منهم. أظهرت النتائج وجود تأثير إيجابي للابتكار على أبعاد المسؤولية المجتمعية. قدمت الدراسة في الأخير عددًا من التوصيات تمحورت حول زيادة الاهتمام بمختلف أبعاد المسؤولية المجتمعية خاصة البعد الاجتماعي، وكذلك الإفصاح عن الأداء البيئي والاجتماعي الذي يزيد من ولاء العملاء ويحسن من سمعة المؤسسة. الكلمات المفتاحية: ابتكار، مسؤولية المجتمعية، أبعاد المسؤولية المجتمعية، مؤسسات اقتصادية. تصنيف JEL: A14؛ O3.

Abstract:

The study aims to highlight the role and impact of innovation on the dimensions of social responsibility in some Algerian economic institutions that are active in competitive environments, adopt innovation through continuous improvement of the assortment of their products, and respect the most important principles of social responsibility. 110 respondents were selected as a purposive sample from the category of supervision in these institutions and interviews were conducted with some of them. The results showed that there is a positive impact of innovation on the dimensions of social responsibility.

Finally, the study presented a number of recommendations centered on increasing attention to the various dimensions of social responsibility, especially the social dimension, as well as disclosure of environmental and social performance that increases customer loyalty and improves the reputation of the institution.

Keywords: Innovation; Social responsibility ; dimensions of social responsibility; Economic institutions;

Jel Classification Codes : O3; A14

في ظل الانفتاح على الأسواق العالمية تعرف المؤسسات الاقتصادية الجزائرية نفس التحديات الاجتماعية والبيئية التي تعرفها باقي المؤسسات على مستوى العالم. ذلك نتيجة ضغط العديد من مجموعات أصحاب المصلحة مثل العملاء والموردين والحكومة والمنظمات غير الحكومية... الخ. ونتيجة انفتاحها على العالم ووعيمها المتزايد بمكاسب تحمل المسؤولية تجاه المجتمع والبيئة. فلا يمكن لهذه المؤسسات أن تنمو وتتطور إلا إذا راعت ضرورة تحقيق التناسق والانسجام بين إستراتيجيتها وبين احتياجات ومتطلبات أصحاب المصلحة.

وقد ازداد مفهوم المسؤولية المجتمعية في سوق الأعمال، كونه يمثل التزام الشركات والمؤسسات وحتى الأفراد بتحقيق التنمية المستدامة وتحقيق الرخاء للمجتمعات التي تعمل فيها. ويعكس تحولاً في نهج الأعمال، حيث لا يقاس النجاح فقط بالأرباح المالية، ولكن أيضاً بالتأثير الإيجابي الذي تتركه الشركات والأفراد على المجتمع.

لذا فإن تفاعل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية مع أصحاب المصلحة يقودها لإدارة الابتكارات بطريقة مستدامة، لا سيما التعاون مع العملاء والموردين وكذلك الجامعات والحكومة والمنظمات غير الحكومية... الخ. الذي يتطلب إضفاء الطابع المهني على عملية الابتكار، والاستثمار فيه من أجل تحسين وتحقيق مزايا تنافسية، فدمج المسؤولية المجتمعية في الابتكار العمليات والمنتجات والخدمات ضروري بالنسبة للمؤسسات التي تسعى إلى تطوير أسواق جديدة وخلق فرص للنمو.

واختصاراً لما سبق، يمكن القول إن الابتكار والمسؤولية المجتمعية هما جزءان أساسيان من التفكير الحديث في سوق الأعمال وتطوير المجتمع، فدمج الابتكار مع المسؤولية المجتمعية يعكس التزام الشركات والأفراد بخلق قيمة للمجتمع.

1.1. إشكالية الدراسة: بناء على ما سبق يمكن صياغة الإشكالية من خلال السؤال الرئيسي الموالي:

ما هي مساهمة الابتكار في تحسين مبادئ المسؤولية المجتمعية في بعض المؤسسات الاقتصادية الجزائرية؟

2.1. فرضيات الدراسة:

- يعتبر الابتكار عنصر أساسي في المؤسسات محل الدراسة لتحقيق النمو والتميز.

- تعمل المؤسسات محل الدراسة على تعزيز قيم المسؤولية المجتمعية لتحسين أثرها على المجتمع.

- يساهم الابتكار في تعزيز مبادئ المسؤولية المجتمعية في المؤسسات المدروسة.

3.1. أهداف الدراسة: تتجسد الأهداف المرجوة من هذه الدراسة في الآتي:

- مساعدة واضعي السياسات في جهودهم الرامية إلى تعزيز البحث والتطوير ونشر الابتكارات التي تنسجم مع متطلبات الاستدامة:

- وضع مقترحات وتوصيات بخصوص توجيه أنشطة البحث والتطوير في المؤسسات الجزائرية نحو الإيفاء بمتطلبات المسؤولية

المجتمعية من أجل تحقيق الأهداف الاجتماعية والبيئية.

4.1. منهج الدراسة: تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لمسح آراء العينة، كما تم استخدام الاستبيان لجمع المعلومات عن

عينة الدراسة.

5.1. دراسات السابقة:

1.5.1. دراسة (Ying Zhang, Yi Tang, Rui Shen (2016)، بعنوان "هل يؤثر الابتكار على المسؤولية الاجتماعية للشركات؟".

"Corporate Social Responsibility? Does Firm Innovation Affect" (أوراق عمل جامعة Harvard Business School). ركزت الدراسة على العلاقة بين الابتكار والمسؤولية المجتمعية باستخدام عينة من 3131 شركة أمريكية مدرجة في البورصة من 2001 إلى 2011، تمت الدراسة بالاعتماد على أسلوب المتغير الآلي (IV) لاختبار الفرضيات. وصلت الدراسة إلى أنه لتأمين دعم أكبر لأصحاب المصلحة فإن الكثير من الشركات المبتكرة تشارك بشكل أكبر في أنشطة المسؤولية المجتمعية بهدف تحقيق مصلحتها الخاصة فقط، رغم الإشارة المسبقة منها للاستدامة وحسن النية. كان التأثير أقوى كذلك في الشركات ذات المخاطر العالية و / أو التي تعمل في بيئة أقل صعوبة. نتج عن الدراسة كذلك، أن الشركات ذات الابتكار العالي تجني فوائد مالية أكبر من أنشطة المسؤولية المجتمعية.

2.5.1. دراسة (Mariana Cristina GANESCU (2012) بعنوان: "المسؤولية الاجتماعية للشركات، إستراتيجية لإنشاء وتعزيز

الأعمال المستدامة" "Corporate social responsibility, a strategy to create and consolidate sustainable businesses" (مقال علمي نشر في مجلة (Theoretical and Applied Economics, Romania)، ركزت الدراسة على تأثير استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية على الأعمال المستدامة في (13) شركة عاملة في قطاع لصناعة السيارات في أوروبا، أظهرت نتائج الدراسة أن استراتيجيات

الاستدامة المؤسسية يمكن أن تتأثر بشكل كبير باستراتيجيات المسؤولية الاجتماعية. ويشير تحليل البيانات التي تم التوصل إليها إلى أن الشركات العاملة في صناعة السيارات الأوروبية تدرك الأهمية الإستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية التي يمكن أن تخلق الأعمال المستدامة وتعززها. تم اختيار عدد من استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية للمشاركة في بناء الأعمال المستدامة، هي: الاستراتيجيات الاجتماعية الاستراتيجية البيئية، الاستراتيجيات المسؤولة عن سلسلة التوزيع والإمداد، استراتيجيات بناء صورة المؤسسة، استراتيجيات لخلق ميزة تنافسية واستراتيجيات الحصول على قيمة مضافة. اعتماداً على موقف المؤسسة من قيم الاستدامة ودرجة تنفيذها، فإن الاستراتيجيات هي: دفاعية، تفاعلية وهجومية. ويعتبر اختيار وتنفيذ استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية المناسبة أمراً مهماً في تحقيق القيمة المضافة، من خلال إنشاء وتعزيز الأعمال المستدامة على عدة مستويات؛ على مستوى أصحاب المصلحة (المستثمرين والعملاء والموردين والمجتمعات والمنظمات غير الحكومية والشركاء والموزعين)، على المستوى التنظيمي (حصة السوق) والمبيعات ورأس المال الفكري والسمعة والعلامة)، وعلى المستوى البيئي.

3.51. دراسة Isabel-Mari ´a Garc´ıa-Sa´nchez و Jose´ Manuel Prado-Lorenzo و Isabel Gallego-A´lvarez بعنوان " المسؤولية الاجتماعية للشركات والابتكار: نظرية قائمة على الموارد". (Management Decision journal - Spain) هدفنا الدراسة إلى تحليل العلاقة ثنائية الاتجاه بين ممارسات المسؤولية الاجتماعية والابتكار وفقاً للنظرية القائمة على الموارد بالاعتماد على عينة من المؤسسات التي لديها استثمارات في البحث والتطوير للفترة 2003-2007 في جميع أنحاء العالم. حددت الدراسة نموذج ثنائي الاتجاه، النموذج الأول يكون فيه الابتكار وظيفة ضمن ممارسات المسؤولية الاجتماعية وقطاع النشاط وحجم المؤسسة والمخاطر. ونموذج الثاني تكون فيه ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات دالة في الابتكار وقطاع النشاط وحجم المؤسسة والمخاطر. أظهرت نتائج كلا النموذجين أن العلاقة ثنائية الاتجاه بين القرارين الاستراتيجيين سلبية. ومع ذلك، فإن تأثير ممارسات الاستدامة التي تمارسها تلك المؤسسات المدرجة في مؤشر داو جونز للاستدامة على الجهود المبتكرة قليلة. وقد وجد أيضاً أن هذا النوع من الاستثمار يستغرق ثلاث سنوات لإظهار قيمته المضافة من ممارسات المسؤولية الاجتماعية وأن العلاقة بين الابتكار وممارسات المسؤولية الاجتماعية تختلف من قطاع لآخر. وتشير نتائج هذه الدراسة إلى أن المؤسسات بصفة عامة لا تنفذ الابتكارات المرتبطة بمواضيع الاستدامة. كما يوجد عدم توافق بين الاستثمار في البحث والتطوير وتشجيع السلوك المستدام للمؤسسات.

موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

تمت الدراسات السابقة في بيئات خارجية مختلفة مثل أمريكا، أوروبا، بينما دراستنا ستم في البيئة الجزائرية، أما من حيث أهداف الدراسة فهذه الدراسة تشترك مع بعض الدراسات السابقة التي ربطت بين الابتكار، والمسؤولية المجتمعية، إلا أنها تختلف معهم من حيث المتغيرات الجزئية، تناولت الدراسة الأولى إمكانية تحقيق فوائد مالية من الابتكار في أنشطة المسؤولية المجتمعية بالنسبة للشركات عالية المخاطرة. وركزت الدراسة الثانية على تأثير استراتيجيات المسؤولية المجتمعية على الأعمال المستدامة؛ تمثلت استراتيجيات المسؤولية المجتمعية التي تؤثر على الميزة التنافسية في إستراتيجية بناء صورة الشركة، واستراتيجيات لخلق ميزة تنافسية واستراتيجيات الحصول على قيمة مضافة. في حين ربطت الدراسة الثالثة المسؤولية المجتمعية والابتكار بالنظرية القائمة على الموارد التي تعتبر من أبرز مصادر الميزة التنافسية.

بالنسبة لدراسنا ركزت على الابتكار وفيما يتعلق بالمسؤولية المجتمعية فتم حصر مبادئها في نموذج القاعدة الثلاثية (البعد الاقتصادي، الالتزام اجتماعي، الحفاظ على البيئة)، الذي يعتبر أحدث النماذج في دراسة المسؤولية المجتمعية والذي يعتمد في تكوينه أساساً على مبادئ الاستدامة.

II. الدراسة النظرية :

1.1.1. مفاهيم أساسية حول الابتكار

1.1.1. مفهوم الابتكار: يمكن تناول مفهوم الابتكار من خلال التطرق إلى بعض التعاريف المتعلقة به، أهدافه، أهميته ومختلف أنواعه.

1.1.1.1. تعريف الابتكار: ليس من السهل إعطاء تعريف واضح للابتكار، لأنه لا يوجد تعريف واحد له. كما أن لتعريف الابتكار أهمية من الناحية النظرية (العلوم) ومن ناحية الممارسة (الصناعة والمنظمات). وغالباً ما تستخدم النظرية والممارسة أساليب متعدد لتحديد الابتكار. لذلك توجد تعريفات مختلفة للابتكار من ناحية الممارسة سوف نتطرق إليها في هذا العنصر. في البداية يجب التمييز بين "الابتكار" و"الاختراع": يمكن وصف الاختراع بأنه اكتشاف "تقني" جديد لحل مشكلة معينة. لذلك تعد الاختراعات خطوة أولية نحو ابتكار قابل للتسويق.

على هذه الخلفية، يمكن تعريف الابتكار بأنه "حل جديدة لمشكلة من نوع تقني أو اقتصادي أو تنظيمي أو اجتماعي، يتم تحقيقه في المؤسسات أو في السوق" (Davim, 2013, p. 71). لذا يمكن اعتبار تحويل الاختراع إلى منتج (قابل للتسويق) أنه ابتكار.

يصف Schumpeter (1934، 1942) الابتكار على أنه " تنفيذ وتحقيق منتجات جديدة، وصفات جديدة للمنتجات الناجحة الموجودة بالفعل، وأساليب إنتاج جديدة، وتطوير أسواق جديدة، وهياكل تنظيمية جديدة أو طرق جديدة للبيع والشراء ". ووفقاً لـ Schumpeter، فإن الابتكار هو "التدمير الخلاق لما هو موجود من قبل"، يمكن تعريف عملية التدمير الخلاق بأنها "فتح أسواق جديدة، أجنبية أو محلية، وإحداث التطوير التنظيمي الذي يحدث ثورة في البنية الاقتصادية باستمرار (يُدَمِّرُ القديم ويُخْلِقُ واحد جديد باستمرار) (Salaman, 2005, p. 19). ووفقاً لدليل أوسلو لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية، فإن "الابتكار هو تنفيذ منتج جديد أو محسن بشكل كبير (سلعة أو خدمة) أو عملية أو طريقة تسويق جديدة أو طريقة تنظيمية جديدة في ممارسات الأعمال، أو تنظيم مكان العمل أو العلاقات الخارجية" (Manuel, 2005, p. 46). ويغطي هذا التعريف الواسع الجوانب الرئيسية التي قدمها Schumpeter. كذلك من المهم ملاحظة أنه ليس فقط الابتكارات الخارجية (المتعلقة بالسوق) التي لها أهمية ولكن أيضاً الابتكارات الداخلية. يمكن أن يشتمل مصطلح "الابتكار" أيضاً على ابتكارات المنتجات، ابتكارات العمليات، ابتكارات السوق والابتكارات التنظيمية بالإضافة إلى الابتكارات الاجتماعية والثقافية (Stern, T, 2007, p. 6). ويرى Arreger أن المؤسسات تبتكر في نماذج وقنوات الأعمال، ويُعرّف الابتكار فيما يتعلق ببيئة ظهوره (أصله) على أنه "تغيير كبير في الوضع الراهن لنظام اجتماعي (مثل المؤسسة)، يقوم على نتائج جديدة أو سلوك اجتماعي أو مواد أو آلات، ويهدف إلى إحداث تحسين مباشر و/ أو غير مباشر داخل النظام أو خارجه" (Davim, 2013, p. 72). حسب هذين التعريفين، يجب أن نأخذ في الاعتبار السياق الاجتماعي من حيث مستخدمي الابتكار. فعلى المستوى المؤسسي، يجب النظر إلى الابتكار على أنه عملية اجتماعية وليس اكتشافاً علمياً. وهذا يسمح بتقدير تأثيره على هيكل وإجراءات المؤسسات وعلى استخدامه. لأن الهدف منه هو خلق القيمة المضافة والتأثير الإيجابي على تشغيل وتطوير المؤسسات والمجتمع ككل. بشكل عام، يمكن ملاحظة الابتكار على مستويات مختلفة، ومهما اختلفت مستوياته فإنه يركز على عناصر التغيير أو التحسين أو الجودة، وأن الابتكارات هي منتجات أو عمليات أو تنظيمات أو ثقافات جديدة، تهدف إلى خلق قيمة مضافة وإحداث تأثير إيجابي على المؤسسات والمجتمع ككل.

1.1.2.ii. أهمية الابتكار: اعترف العديد من المؤلفين بأهمية الابتكار في تحقيق الأداء العالي للمؤسسة. حيث نجد (Davim, 2013, p. 72):

- الميزة الرئيسية للسوق الحديثة ليست السعر، ولكن الابتكار- Zaltman et al (1973) -.
- يعد الابتكار في مختلف المؤسسات أحد الأسباب الرئيسية للقدررة التنافسية الصناعية والتنمية الوطنية - Freeman و Soete (1982) ، Porter (1985) -.
- الابتكار هو القدرة الخاصة الوحيدة في التسعينيات - Peters (1996) -.
- الابتكار هو العامل الأقوى في عالم الأعمال الحديث الذي يساعد المؤسسات على تحقيق عائد أفضل ومنتجات وخدمات جديدة بتكلفة أقل - Pospiril (1996) -.

بناء على هذه الاعترافات نجد أن تحول الابتكار إلى أكبر قوة دافعة تمهد الطريق أمام المجتمع منذ السبعينيات، ويرجع الفضل إليه في التدفق المستمر للمنتجات والعمليات في محركات الطاقة في السيارات والطائرات والاتصالات والمستحضرات الصيدلانية. ويقرُّ المسؤولون التنفيذيون في الوقت الحالي بالدور الأساسي للابتكار في نجاح الأعمال، ويرون بأن المؤسسات التي فشلت في الحفاظ على طبيعتها المبتكرة قد تفوقت عليها المؤسسات الأصغر والأكثر نشاطاً. ويُعزى هذا الفشل إلى ضعفهم في معرفة تأثير الابتكار، في الوقت الذي يفتنم فيه المنافسون فرصة التطوير التي يوفرها الابتكار.

من وجهة نظر المؤسسة، يُعتبر الابتكار نهاية محظوظة لرحلة تسويق الاختراع، عندما تكون هذه الرحلة ناجحة بالفعل وتؤدي إلى حصة سوقية مزدهرة باستمرار أو سوق جديدة. بمعنى آخر، لا يعد الاكتشاف أو الاختراع الفني (أو إنشاء شيء جديد) أمراً مهماً للمؤسسة ما لم يكن من الممكن لاستخدامه أن يعطي قيمة إضافية للمؤسسة؛ من خلال زيادة الدخل وخفض التكاليف وتحسين النتائج الاقتصادية.

2.ii. مفهوم المسؤولية المجتمعية: شهد مفهوم المسؤولية المجتمعية تغيرات جوهرية على مر الزمن، ولا يزال يتطور مع تطور المجتمع وتوقعاته. لذا لا يوجد لها تعريف يحظى بقبول عالمي، كما لا يوجد توافق في الآراء بشأن قائمة نهائية للقضايا التي تشملها. ويُسَلَّم عادة بأن المسؤولية المجتمعية ليست عملاً خيراً وليست امتثالاً مطلقاً للقانون. والقاسم المشترك بين أكثر التعاريف هو أن المسؤولية المجتمعية مفهوم تدرج بموجبه المؤسسات الشواغل الاجتماعية والبيئية في السياسات والأنشطة الخاصة بأعمالها، قصد تحسين أثرها على المجتمع. ونرد في ما يلي أمثلة عن بعض التعاريف للمسؤولية المجتمعية:

- عرفها مجلس الأعمال العالمي في 2005 على أنها "التزام المؤسسات بالمساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة من خلال العمل مع الموظفين وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين نوعية حياتهم" (Zerk, 2006, p. 29).
- عرفها اتحاد الصناعات البريطانية (CBI) بأنها "عنوان شامل يشير إلى أنشطة المؤسسات في المجالات التي تؤثر فيها على المجتمع والبيئة، وكذلك على مساهمين والعملاء والموردين والموظفين والجهات الفاعلة الأخرى" (Zerk, 2006, p. 30).
- تنظر المفوضية الأوروبية إلى المسؤولية المجتمعية كنشاط طوعي، لكنه يعامل الامتثال للقانون كجزء لا يتجزأ من "المسؤولية المجتمعية".
- "أن تكون المؤسسة مسؤولة مجتمعيًا لا يكفي لها الوفاء بالتوقعات القانونية فقط، ولكن أيضًا تجاوز الامتثال إلى "الاستثمار" أكثر" في رأس المال البشري والبيئة والعلاقات مع أصحاب المصلحة". وتلعب السلطات العامة دورًا مساندًا من خلال تدابير السياسة الطوعية والتنظيم المكمل عند الضرورة (Commission, 2019).
- عرف المعيار ISO 26000 المسؤولية المجتمعية على أنها مسؤولية المؤسسة عن آثار قراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة، من خلال السلوك الشفاف والأخلاقي الذي يسهم في:
- التنمية المستدامة، بما في ذلك الصحة ورفاهية المجتمع؛
 - يأخذ في الاعتبار توقعات أصحاب المصلحة؛
 - يتوافق مع القانون المعمول به ويتفق مع قواعد السلوك الدولية؛
 - متكامل في جميع أنحاء المؤسسة ويمارس في علاقاتها (ISO, 2010).
- حدد المجلس الاقتصادي والاجتماعي الهولندي - وهو هيئة استشارية للحكومة الهولندية - المسؤولية المجتمعية على أنها تتضمن عنصرين (Ven van de B., 2010):
- ما يكفي من التركيز من قبل المؤسسة على مساهمتها في رفاه المجتمع في المدى الطويل؛
 - وجود علاقة مع أصحاب المصالح والمجتمع بشكل عام.
- وقد شدد المجلس على أن مساهمة المؤسسة في رفاهية المجتمع لا تكون فقط من خلال تحقيق القيمة الاقتصادية، ولكن يشمل تحقيق القيمة في ثلاثة مجالات هي:
- البعد الاقتصادي: يشير هذا البعد إلى خلق القيمة من خلال إنتاج السلع والخدمات، ومن خلال خلق فرص العمل ومصادر الدخل؛
 - البعد الاجتماعي: يشمل مجموعة متنوعة من الجوانب المتعلقة بتأثير عمليات المؤسسة على الأفراد داخل وخارج المؤسسة، مثل علاقات العمل، الصحة والسلامة؛
 - البعد البيئي: يتعلق هذا البعد بآثار أعمال وأنشطة المؤسسة على البيئة الطبيعية.
- 1.2.11. خصائص المسؤولية المجتمعية: انطلاقًا من التعاريف السابقة يمكن تمييز بعض السمات الرئيسية للمسؤولية المجتمعية، هي (Banerjee, 2007, p. 17):
- تتضمن المسؤولية المجتمعية نوعًا من "الالتزام" في سياسات المؤسسة وإجراءاتها. ينعكس هذا الالتزام على الرؤية التشغيلية للمؤسسة، التي يمكن تقييمها عن طريق كيفية إدارة المؤسسة لعلاقاتها المجتمعية وتأثيرها الاجتماعي. وتعد التقارير الاجتماعية والتدقيق الاجتماعي أمثلة على كيفية قيام المؤسسات بتقييم نتائج سياساتها وإجراءاتها المتعلقة بالمسؤولية المجتمعية.
 - يجب أن تتجاوز أنشطة المسؤولية المجتمعية القانون وتجاوز "الحد الأدنى من الالتزامات". وبالتالي، فإن المؤسسة التي تفي بالمتطلبات القانونية البيئية من حيث انبعاثاتها ليست بالضرورة مؤسسة مسؤولة اجتماعيًا لأنها تلتزم فقط بالقانون. ومع ذلك، إذا أسهمت بموارد المؤسسة في تعزيز رفاهية المجتمع، مثل توفير رعاية يومية مجانية للموظفين أو خفض انبعاثاتها إلى ما يتجاوز الحد القانوني، يمكن اعتبار هذه الإجراءات مسؤولة مجتمعيًا.
 - أنشطة المسؤولية المجتمعية "تقديرية" لا يمكن تقديمها أمام أي المحكمة القانونية. لأن المؤسسات التي تتبنى المسؤولية المجتمعية تقوم بذلك عن طريق مدونات السلوك الطوعية على المستويات المحلية والإقليمية والوطنية والدولية، لذلك فهي ليست ملزمة قانونيًا بأي شكل من الأشكال.
 - إن تصورات "المجتمع" التي كانت أساسية عن المسؤولية المجتمعية في سبعينيات القرن الماضي، قد ضاقت في السنوات اللاحقة بـ "أصحاب المصلحة" على افتراض أن أصحاب المصلحة سيمثلون مصالح المجتمع وبطالون المؤسسات بالاستجابة لهذه المصالح.

2.2.11. فوائد المسؤولية المجتمعية: تتحمل المؤسسات مسؤوليات المجتمعية بقدر ما تقوم بتعزيز مصالحها الذاتية. فهي تستفيد منها في تحقيق المزايا التالية (المتحدة، 2003، صفحة 82):

-تحسين الأداء المالي: البحوث التي أُجريت في هذا المجال من مجالات المسؤولية المجتمعية، قد بيّنت وجود صلة حقيقية بين الممارسات المسؤولة اجتماعياً والأداء المالي الإيجابي للمؤسسات.

-خفض التكاليف التشغيلية: الكثير من المبادرات التي تستهدف تحسين الأداء البيئي تؤدي إلى خفض التكاليف. -مثل تقليل الانبعاثات التي تسبب تغير المناخ العالمي أو تقليل استخدام المواد الكيميائية الزراعية-. كما يمكن تقليل تكاليف التخلص من النفايات من خلال مبادرات إعادة تدويرها. والجهود المبذولة في إطار المسؤولية المجتمعية في مجال الموارد البشرية مثل جداول العمل المرنة، والتناوب على الوظائف وغير ذلك من البرامج المتصلة بمكان العمل. تؤدي إلى خفض نسبة غياب العاملين، وزيادة الاحتفاظ بعدد كبير من الموظفين شديدي الحماس للعمل، مما يساهم في تحقيق الفعالية والكفاءة الإنتاجية، وخفض تكاليف التوظيف والتدريب.

-تعزيز المبيعات وولاء العميل: إن العودة بصورة ملحوظة إلى تمييز البيئة النظيفة والمنتجات الطبيعية يدفع المستهلكين إلى الاهتمام الخاص بعمليات الإنتاج وتأثير هذه العمليات والمنتجات على البيئة. وعلى الرغم من أن مؤسسات الأعمال التجارية يجب عليها أن تفي في المقام الأول بالمعايير الشرائية للمستهلكين مثل الأسعار، وجودة السلع، وتوفرها، وسلامتها وملاءمتها، فإن الدراسات تظهر تزايد الرغبة في الشراء بسبب بعض المعايير الأخرى المستندة إلى قيم تأخذ في الاعتبار قلة التأثير السلبي على البيئة، وعدم استخدام مواد أو مكونات معدلة وراثياً.

-زيادة الإنتاجية والجودة: إن الجهود التي تبذلها المؤسسات في سبيل الاضطلاع بالمسؤولية المجتمعية من خلال القوة العاملة والعمليات التي تقوم بها، تؤدي في الغالب إلى زيادة الإنتاجية وتخفيض معدل وقوع الأخطاء، وتعزز الفعالية والكفاءة عن طريق تحسين ظروف العمل وزيادة مشاركة الموظفين في صنع القرار.

-زيادة القدرة على جذب الموظفين والاحتفاظ بهم: يسهل على المؤسسات المسؤولية اجتماعياً تعيين موظفين ذوي كفاءة عالية والمحافظة عليهم، ويؤدي ذلك إلى خفض تكاليف التوظيف والتدريب. ويتم في الغالب تعيين الموظفين من المجتمع الذي تعمل فيه المؤسسة. ولهذا السبب، ستصبح القيم المتعلقة بالمسؤولية المجتمعية متسقة مع قيم الموظفين، الشيء الذي يستبعد أي تعارض مع القيم ويعزز بيئة العمل.

-تخفيض الرقابة التنظيمية: إن المؤسسات التي تفي بمتطلبات الامتثال للأنظمة بوضوح أو تذهب إلى أبعد من ذلك، تستفيد بقدر أكبر من حرية التصرف من جانب كيانات الحكومة الوطنية أو المحلية. ومثل هذه المؤسسات قد تخضع لقدر أقل من عمليات التفتيش والمراسلات الخطية، وقد تُمنح الأفضلية أو معاملة "سريعة" عندما تقدم طلبات للحصول على تراخيص عمل، أو تغيير مناطق العمل أو غير ذلك من المطالب التي تستلزم موافقة الجهات الحكومية.

- توفير مجتمع مستقر لممارسة الأعمال: يمكن اعتبار المساهمة الإيجابية في المجتمع كاستثمار طويل الأجل في مجتمع أكثر أمناً وتعليماً وأكثر إنصافاً، عنصرًا أساسياً في إنشاء مجتمع محسن ومستقر يمكن من خلاله ممارسة الأعمال المرغوبة (9, 2006, ICC).

وحدد كل من Herrmann و Kristina ((2004 مزايا أخرى للمسؤولية المجتمعية تتمثل في (Herrmann, 2004, p. 206):

-إدارة المخاطر؛

- حماية وتعزيز السمعة وتعزيز الثقة في أسهم العلامة التجارية و"ترخيص العمل"؛

- تحسين كفاءة الموارد والوصول إلى رأس المال؛

- الاستجابة للوائح أو استباقها؛

- إقامة علاقات جيدة مع أصحاب المصلحة الحاليين والمستقبليين، والعملاء، والشركاء التجاريين، والمستثمرين المسؤولين اجتماعياً، والجهات التنظيمية، والمجتمعات المضيفة؛

- تشجيع الابتكار وطرق التفكير الجديدة؛

- بناء فرص السوق المستقبلية.

3.11. المسؤولية المجتمعية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

اقتصرت دور المؤسسة الجزائرية تجاه المسؤولية المجتمعية قبل التسعينيات على توفير فرص العمل للسكان الذين كانوا محرومين سابقاً، وتقديم الخدمات الأخرى تتعلق بالصحة والتعليم والسكن. ولكن مع بداية التسعينيات ودخول الاقتصاد إلى مرحلة الخصخصة، ظهرت تحديات اقتصادية واجتماعية وبيئية أكبر أمام المؤسسة الاقتصادية الجزائرية. التي ولدت قيوداً مجتمعية

وبنيئة، حيث ارتفع معدل البطالة خاصة بين الشباب، وساد الفساد أمام ضعف سلطة الحكومة، وانخفض مستوى أداء المؤسسات، وكان من الصعب إقناع المؤسسات الجزائرية بالمسؤولية المجتمعية خاصة الصغيرة والمتوسطة. ومع ذلك، وضعت الدولة مجموعة من التدابير لتعزيز سياق المسؤولية المجتمعية والتنمية المستدامة من خلال التركيز على أبعاد النتيجة الثلاثية التي تطرقنا إليها سابقا، والتي يمكن الاستشهاد بها فيما يلي:

1.3.11. على الصعيد الاقتصادي:

حاولت الجزائر في نهاية التسعينيات بناء اقتصاد يواكب التطورات الحاصلة في السوق العالمية، خاصة في ظل تحرير التجارة والأخذ بمبدأ حرية النفاذ إلى الأسواق العالمية وتوسيع شراكاتها الأجنبية، ورغبتها القوية في الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة. تمحورت جهودها حول إنشاء نظام تشريعي وتشغيلي قوي. تم تعزيزه في العقد الأول من القرن الحادي والعشرين لإعطاء المؤسسة مزيداً من التحرر الاقتصادي والقوة والصرامة والوضوح. كل ذلك بهدف زيادة جاذبية الاستثمار الأجنبي للبلاد، ورفع تنافسية المنتج الوطني. في هذا السياق، تم اتخاذ العديد من الإجراءات بما في ذلك خطة الانتعاش الاقتصادي (2001-2004) البالغة 7 مليارات دولار وبرنامج دعم النمو الإضافي لفترة 2005-2009، والبرامج الإقليمية التي تهدف إلى تحقيق النمو الاقتصادي وإعادة التوازن الإقليمي من خلال تطوير شبكة الطرق والسكك الحديدية وتحسين الظروف المعيشية للسكان (Boudjema.R, 2009, p. 141). لكن في ظل الانفتاح الاقتصادي وزيادة الحاجة إلى الاستثمار اتسم النسيج الاقتصادي الجزائري بتجزئة شديدة للغاية وعدم التكامل بين قطاعاته. وبالنظر إلى أهمية المسؤولية المجتمعية في دفع عجلة المنافسة المحلية والدولية، باعتبارها مطلب عالمي فرضته الأسواق الدولية. وأهميتها في تحسين سمعة المؤسسة في ظل الوعي المتنامي للمستهلك الجزائري الذي أصبح يهتم بمساهمة المؤسسات الاقتصادية في تحقيق التنمية المحلية، والظهور القوي لجمعيات حماية البيئة والمستهلك التي أصبحت تشارك وتتفاعل بقوة في كل القضايا التي تمس البيئة والمجتمع، أدركت المؤسسات الجزائرية (العمومية والخاصة) حتمية دمج المسؤولية المجتمعية في استراتيجياتها وأنشطتها لحماية منتجاتها في مواجهة المنافسة المحلية التي طغت عليها المنتجات المستوردة، واللوج بدورها إلى الأسواق الأجنبية. وبعد إدراكها للمزايا التي يوفرها السلوك المسؤول. أخذت العديد منها على عاتقها مجموعة من الإجراءات أهمها (Naceur, 2013, p. 76)

-تحسين نوعية المنتجات وتكليفها مع متطلبات الأسواق المحلية والأجنبية من خلال اعتماد نظم الجودة ISO 9001.
-اقتناء تكنولوجيا نظيفة.

-الدخول في شراكات إستراتيجية مع العديد من الشركات الأجنبية للاستفادة من خبراتها وتجاربها في تطوير الصناعة المحلية من جهة، والاستفادة من شبكات التوزيع من جهة أخرى.
ترافق هذه الإجراءات أهداف عملية وكمية، تم تعزيزها بأنظمة المراقبة والإبلاغ.

1.3.12. على المستوى البيئي:

أصبحت حماية البيئة من أهم متطلبات الأعمال الناجحة في ظل ثقافة التنمية المستدامة التي تجتاح العالم، وأمام حدة الوضع البيئي في الجزائر، وتزايد رغبة السلطات بوضع حد لهذا الوضع، ارتأت الدولة اتخاذ العديد من المبادرات بما صياغة التقرير الوطني عن حالة ومستقبل البيئة (2001)، الذي يشكل أساساً لتطوير خطة العمل الوطنية للبيئة والتنمية المستدامة. كما تبني فيه المشرع الجزائري الخطوط العريضة لمبادئ التنمية المستدامة لقمة Rio De Junior 1994، والتي أنت بالعديد من القوانين من أهمها توفير العديد من المحفزات مالية ومعرفية للمؤسسات التي تستورد معدات وتكنولوجيات صديقة للبيئة. كما تم إنشاء مرصد البيئة والتنمية المستدامة من قبل وزارة البيئة والتخطيط الإقليمي، بهدف مراقبة وإدارة القضايا البيئية. وبذلك، فإن مقاربة الجزائر لإستراتيجية حماية البيئة والتنمية المستدامة تمت صياغتها على المستويين، الوطني والدولي.

فعلى المستوى الوطني، يوفر نظام التقييم الجزائري نوعين من المواصفات (المواصفات القياسية المعتمدة والمعايير المسجلة).

كما صدرت عدة قوانين في سياق التنمية المستدامة على المستوى التشريعي والتنظيمي نذكر من بينها (Si Tahar Amira, 2018, p. 5):

- القانون 19-01 المؤرخ في ديسمبر 2001 المتعلق بإدارة النفايات والرقابة عليها والتخلص منها؛

- القانون 10-03 المؤرخ في جويلية 2003 لحماية البيئة.

- القانون 09-04 المؤرخ في أوت 2004 لتعزيز الطاقات المتجددة؛

- القانون 20-04 المؤرخ في ديسمبر 2004 بشأن الوقاية من المخاطر الكبرى وإدارة الكوارث في سياق التنمية المستدامة؛

فيما يتعلق بالسياق الدولي، استثمرت الجزائر أكثر في التعاون الدولي من أجل تحقيق الأهداف والكفاءة المرجوة للحفاظ البيئة وتحقيق التنمية المستدامة، فهي عضو في المنظمة العالمية للتقييس.

كما أنها صادقت على اتفاقية فيينا وبروتوكول Montréal في سبتمبر 1992، وبروتوكول Kyoto، واتفاقية تغير المناخ، وصادقت على تعديل Copenhagen لبروتوكول Montréal كذلك قامت بإنشاء أدوات التحكم في عملية الإنتاج التدريجي وجودة المنتج التي تأخذ في الاعتبار الجوانب المتعلقة بالبيئة والتنمية المستدامة (ضرائب مكافحة التلوث، وإصدار الشهادات وتوحيد المنتجات والعمليات، والتحكم ومراقبة تدفق البضائع والمواد المصنفة على أنها ضارة أو خطيرة، إلخ.) (Boualem.F). وإبرام عقود الأداء البيئي من بداية 2005 و2006 بالنسبة لقطاعات الإلكترونيات والكيمائيات والأدوية ومجموعات الأسمت والصلب والأغذية الزراعية. نتج عن هذه الالتزامات ارتفاع عدد المؤسسات الحاصلة على شهادة ISO14001 (Naceur, 2013, p. 76).

3.3.3. على المستوى الاجتماعي:

منذ نهاية الثمانيات تأثر الوضع الاجتماعي والاقتصادي الجزائري بشكل كبير بتنفيذ برنامج التكيف الهيكلي الذي فرضه صندوق النقد الدولي. أدى ذلك إلى إضعاف الحياة الاجتماعية للجزائريين بفقدان الوظائف في القطاع العام بنسبة تجاوزت 25٪، وهبوط بأكثر من 20٪ في دخل الموظفين، ما أدى إلى تدهور قدرتهم الشرائية. نتيجة لذلك، قامت السلطات العمومية في إطار تشجيع وتنمية الحياة الاجتماعية والاقتصادية في الجزائر بإطلاق وتسريع عمليات الإصلاح لمكافحة البطالة من خلال توظيف العمالة المكثفة وطويلة الأجل، نتيجة لذلك، بدأ معدل البطالة في الانخفاض بشكل مستمر من 29.3٪ عام 1999 إلى 11.8٪ عام 2007 و9.8٪ عام 2011. وقد تم اتخاذ بدائل أخرى، وهي زيادة دخل الأسرة وتخصيص موارد من الميزانية للقطاعات الاجتماعية ضعيفة الدخل. بالإضافة إلى وضع آليات لإنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتشغيل الشباب. ومن أجل الحصول على وضع اجتماعي موات ومقبول فيما يتعلق بمتطلبات المنظمات الدولية، اعتمدت الجزائر أنظمة تحظر تشغيل العمال دون سن معينة (15 سنة على الأقل)، ورفع الحد الأدنى للأجور (Si Tahar Amira, 2018, p. 6).

أثر هذا الوضع الجديد على المسؤولية الاجتماعية في الجزائر بشكل خاص على المؤسسات العمومية التي يُطلب منها إجراء تغييرات في حوكمتها أدت إلى إعادة تحديد التزاماتها فيما يتعلق بالاستثمار المسؤول اجتماعياً. كما أخذت العديد من المؤسسات الجزائرية على عاتقها مجموعة من الإجراءات لدعم الجانب الاجتماعي للمسؤولية المجتمعية، لعل أهمها الاعتماد على نظم السلامة والصحة المهنية المطابقة للمواصفة OHSAS 18001 لغرض توفير الجو الآمن للعمال مما يسمح لهم بإعطاء مردود أكبر، والمساهمة بشكل فعال في القضاء على ظاهرة البطالة في المجتمع. بالإضافة إلى مساهمتها الفعالة في دعم مختلف الفئات الهشة في المجتمع عن طريق دعم مختلف الجمعيات التي تمثلها.

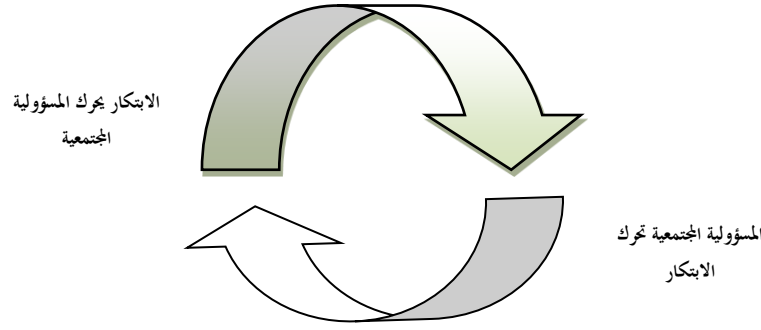
4.11. علاقة الابتكار بالمسؤولية المجتمعية:

يمكن أن تؤدي المسؤولية المجتمعية إلى الابتكار (الابتكار القائم على المسؤولية المجتمعية)، ومن الأمثلة على ذلك أن تسعى المؤسسة إلى ابتكار منتج صديق للبيئة. يمكن أيضاً أن تكون المسؤولية المجتمعية مدفوعة بالابتكار، حيث يكون الابتكار عملية اجتماعية، لكن المنتج نفسه ليس له أي هدف اجتماعي

وتنظر المؤسسات إلى المراحل الثلاث لعملية الابتكار والمتمثلة في المرحلة الأولية لتوليد الفكرة، ويتم خلال المرحلة الوسطى تطوير المنتج، ويتم تسويق الابتكار في المرحلة النهائية. وقد وجد أن أصحاب المصلحة مثل المنظمات غير الحكومية يشاركون في عملية الابتكار على مستوى استراتيجي وليس على مستوى المنتج. من ناحية أخرى، يمكن إشراك أصحاب المصلحة مثل معاهد البحث والجامعات في المرحلة الوسطى في ظل اتخاذ تدابير صارمة. وتحدث مشاركة أصحاب المصلحة في الخطوات الأولية لعملية الابتكار وفي المرحلة النهائية من خلال إعداد إستراتيجية التسويق (Konstantina, 2018, p. 19).

يؤكد Fontrodona & MacGregor (2008) على أنه يتعين على المؤسسات مراعاة التأثير الاجتماعي والبيئي لعملياتها التشغيلية من أجل أن تكون ناجحة، والعمل مع عملائها ومورديها وشركاء الأعمال الآخرين لتصميم وتطوير منتجات وخدمات جديدة (MacGregor P S, 2008, p. 13). حيث قاما أيضاً على دراسة العلاقة بين الابتكار والمسؤولية المجتمعية وقاما باقتراح نموذج دائرة فاضلة الموضحة في الشكل الموالي:

شكل رقم (1): الدائرة الفاضلة للمسؤولية المجتمعية والابتكار



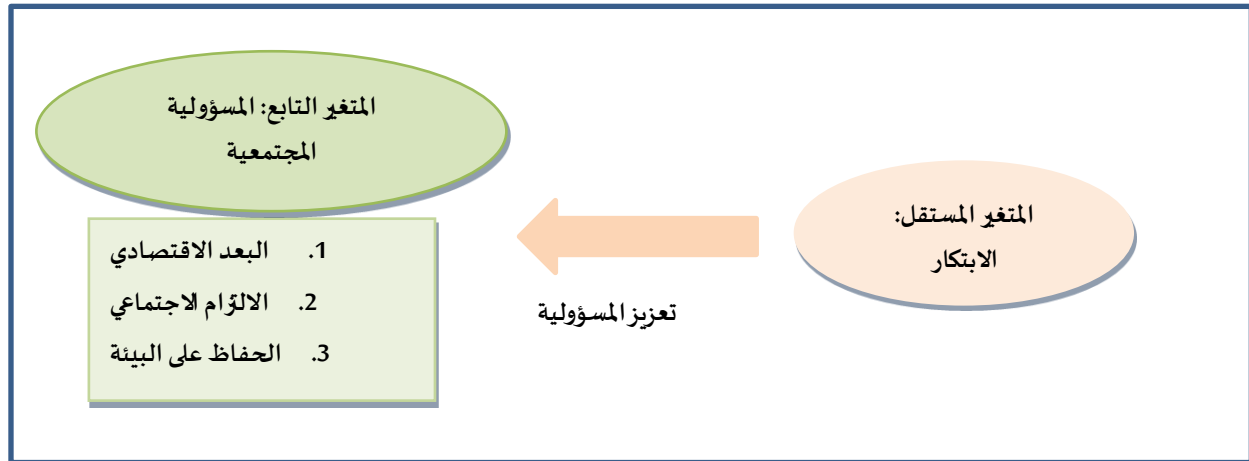
Source : (MacGregor P S, 2008, p. 14)

يدور الابتكار الذي تحركه المسؤولية المجتمعية حول "القيام بالأشياء الصحيحة"، ويركز على المنتجات والخدمات التي لها غرض اجتماعي. تدرس المؤسسات هنا بدقة تأثير أنشطتها على البيئة وعلى المجتمع دون تعريض أهمية الريح للخطر. ويكمن التحدي بالنسبة لعملية الابتكار المبنية على المسؤولية المجتمعية في ضرورة دمج المسؤولية المجتمعية ليس فقط في المراحل الأولى (كتوليد الأفكار) ولكن في جميع مراحل عملية الابتكار.

III. الطريقة والأدوات :

1.III. منهجية الدراسة التطبيقية: بناء على إشكالية الدراسة وفرضياتها سيتم إعداد نموذج الدراسة على النحو الموالي:

شكل رقم (2): نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثين

1.III. 2. مجتمع وعينة الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية العمومية والخاصة التي تعمل على تطوير منتجاتها وخدماتها وعملياتها والإنتاجية وتحترم مبادئ المسؤولية المجتمعية، ومتحصلة على شهادات محلية أو دولية في مجالات الجودة، حماية البيئة والمسؤولية الاجتماعية. ويتمثل المستجوبون في إطارات في المستويات الإدارية العليا ورؤساء الوظائف الذين يمكنهم الإجابة على أسئلة الاستبيان. وبعد التعرف على وضعية الابتكار والمسؤولية المجتمعية في بيئة الأعمال الجزائرية. تمثلت هذه العينة في توزيع 140 استمارة موزعة على 09 مؤسسات صناعية جزائرية (كوندور إلكترونيكس CONDOR electronics، شي علي CHIALI، باتيسيم BATICIM، أس بي سي Setifis Bottlihg Compan (SBC)، سفيتال للصناعات الغذائية Cevital Agro Industrie، فارمال Pharmal وحدة الدار البيضاء فرع Saidal، أن. سي. أ. روية الجزائر NCA. Rouiba algerie، ساتاراكس (IRIS) Saterex، لظفي الكترونيكس (Géant Electronics) Lotfi Electronix).

1.III. 3. أداة الدراسة: تم الاعتماد على الاستبيان الذي يعتبر الأداة الفعالة في مثل هذه الدراسات، وقد أعد وفق نموذج الأسئلة المغلقة، والذي يتطلب من عينة الدراسة تحديد إجاباتهم للعبارات المتضمنة لمحاوَر أداة الدراسة وفق مقياس ليكيرت الخماسي (غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة).

1.1.1.4. صدق أداة الدراسة (اختبار ثبات الاستبيان): يعد اختبار الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ من الاختبارات الضرورية

التي تعطي نتائج متقاربة أو نفس النتائج إذا طبق أكثر من مرة في ظروف مماثلة، ويسمح للباحث بتعميم نتائج بحثه.

الجدول رقم (1): معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات والصدق لمحاو وأبعاد أداة الدراسة

| الأبعاد والمحاو | عدد الأسئلة | معامل الثبات | معامل الصدق |
|--------------------------|-------------|--------------|-------------|
| محور الابتكار | 22 | 0,95 | 0,97 |
| محور المسؤولية المجتمعية | 21 | 0,88 | 0,93 |
| البعد الاقتصادي | 07 | 0,80 | 0,89 |
| الالتزام الاجتماعي | 07 | 0,78 | 0,88 |
| الحفاظ على البيئة | 07 | 0,85 | 0,92 |

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS V25

الجدول رقم (2): معامل ألفا كرونباخ لقياس الثبات والصدق الإجمالي لأداة الدراسة

| معامل الثبات الإجمالي | معامل الصدق الإجمالي |
|-----------------------|----------------------|
| 0,964 | 0,981 |

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS V25

نلاحظ من الجدولين أعلاه أن معامل الثبات لكل من محاور وأبعاد الدراسة أكبر من الحد المتفق عليه، أي أكبر من (0,6): في حين

أن معامل الثبات الإجمالي لأداة الدراسة هو (0,964) وهو ما يدل بأن الاستبيان يتمتع بثبات ممتاز كونه تجاوز (0,6)، كما أن معامل

الصدق الإجمالي مرتفع حيث بلغ (0,981)، ما يعكس صدق وقدرة الأداة في قياس المتغيرات محددة للدراسة.

2.1.1.2. تحليل فقرات الاستبيان:

1.2.1.1. عرض وتحليل إجابات المستجوبين على محور الابتكار

الجدول رقم (3): مستوى تطبيق " الابتكار " في مؤسسات محل الدراسة

| رقم | العبرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | مستوى الموافقة |
|-----|---|-----------------|-------------------|----------------|
| 01 | توفر المؤسسة مختلف الإمكانيات المادية اللازمة للقيام بأنشطة البحث والتطوير. | 3.98 | 0.70 | مرتفعة |
| 02 | قامت المؤسسة بتغييرات جذرية في عملياتها الإدارية. | 3.97 | 0.67 | مرتفعة |
| 03 | توفر المؤسسة عملية الاتصال مفتوحة على محيطها لدعم أنشطة الابتكار. | 3.83 | 0.87 | مرتفعة |
| 04 | تحرص المؤسسة على توظيف العمال اللذين يتمتعون بقدرات ابتكارية عالية. | 3.86 | 0.65 | مرتفعة |
| 05 | تحرص إدارة المؤسسة على اكتساب التكنولوجيا المتطورة باستمرار. | 3.71 | 0.79 | مرتفعة |
| 06 | تهتم إدارة المؤسسة بقضية الابتكار وتولمها أهمية كبيرة. | 3.82 | 0.66 | مرتفعة |
| 07 | يسود في المؤسسة جو عمل يشجع على التحسين والإبداع. | 3.88 | 0.67 | مرتفعة |
| 08 | يتم تمكين العمال من التعبير عن أفكارهم واقتراحاتهم باستمرار. | 3.90 | 0.71 | مرتفعة |

| | | | | |
|--|---|------|------|------------|
| 09 | ترحرص إدارة المؤسسة على الاستفادة من اقتراحات الزبائن باستمرار. | 3.63 | 0.71 | مرتفعة |
| 10 | ترحرص إدارة المؤسسة على تقديم التحفيز المادي والمعنوي للأشخاص الذين يقترحون عليها تحسينات في منتجاتها وخدماتها. | 3.84 | 0.64 | مرتفعة |
| 11 | ترحرص الإدارة على الاستفادة القصوى من المعارف الجديدة | 3.96 | 0.63 | مرتفعة |
| 12 | يتم تبادل الأفكار والمعارف في المؤسسة بسهولة. | 4.08 | 0.60 | مرتفعة |
| 13 | ترحرص المؤسسة على توليد المعرفة الجديدة باستمرار. | 3.93 | 0.72 | مرتفعة |
| 14 | ترحرص الإدارة على تعميم التعلم الجماعي داخل المؤسسة. | 3.70 | 0.68 | مرتفعة |
| 15 | يتم الاستفادة القصوى من مهارات العمال وقدراتهم الإبداعية. | 3.95 | 0.58 | مرتفعة |
| 16 | ترحرص الإدارة على تنمية معارف العمال وخبراتهم باستمرار. | 4.10 | 0.50 | مرتفعة |
| 17 | تعمل المؤسسة على مفاجأة الزبائن بمنتجات وخدمات جديدة باستمرار. | 3.92 | 0.67 | مرتفعة |
| 18 | ترحرص المؤسسة على تنسيق وتكامل جهود الابتكار | 3.91 | 0.79 | مرتفعة |
| 19 | يتم تحديد نقاط قوة وضعف المؤسسة بدقة | 4.03 | 0.65 | مرتفعة |
| 20 | تمارس المؤسسة اليقظة المستمرة على محيطها لمعرفة الفرص والتهديدات. | 4.20 | 0.60 | مرتفعة |
| 21 | يعتبر الابتكار عنصر أساسي في النمو طويل الأجل للمؤسسة | 4.36 | 0.64 | مرتفعة جدا |
| 22 | يتم معرفة وتحليل خطط المنافسين المتعلقة بالابتكار والاستفادة منها. | 3.97 | 0.65 | مرتفعة |
| المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام | | 3.93 | 0.49 | مرتفعة |

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS V25

يلاحظ من الجدول أعلاه أن اتجاهات إجابات عينة الدراسة حول تبني "الابتكار" في مؤسسات الدراسة جاءت باتجاه موافق أي بمستوى مرتفع، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.93 وانحراف معياري قدر بـ 0.49، وهذا ما يدل على أن المؤسسات محل الدراسة تتبنى مفهوم "الابتكار". يمكن تفسير النتائج التي تم التوصل إليها فيما يلي:

تسعى مختلف المؤسسات التي تم اختيارها للدراسة إلى اكتساب أحدث التكنولوجيات، فبالنسبة لـ Condor يتم تصنيع لوحات الطاقة الشمسية بواسطة الروبوت، كما تستخدم Cevital أحدث التكنولوجيات في العالم في عمليات الإنتاج. كما ركزت Saterex على نقل التكنولوجيا المتميزة المليئة بالمعرفة والمهارات وأساليب الإنتاج مع تأسيس وتشكيل يد عاملة مؤهلة جزائرية بنسبة 100٪. وذلك بمرافقة مكتب تصميم إطارات فنلندي Black Donuts، المتخصص في البحث والتطوير في مجال الإطارات واختبارات الجودة المختلفة. أطلق مجمع Cevital جامعة "Cevital Corporate" في جانفي 2013، على مستوى المديرية العامة للمجمع بالجزائر العاصمة وقامت مؤسسة Chi-Ali بإنشاء أكاديمية Chiali في 2017 لتوفر تكوينات تقنية دقيقة لمواردها البشرية، تسمح بتطوير منتجات ذات جودة عالية.

2.2.iii. عرض وتحليل إجابات المستجوبين على محور المسؤولية المجتمعية: للتعرف على مستوى الموافقة للمسؤولية المجتمعية في المؤسسات محل الدراسة، تم تقسيم محور المسؤولية المجتمعية إلى ثلاثة أبعاد أساسية، هي: البعد الاقتصادي- الالتزام الاجتماعي - الحفاظ على البيئة، ولتقدير مستواها يجب علينا حساب والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والترتيب والاتجاه العام لاستجابات أفراد عينة الدراسة على العبارات الموجودة ضمن كل بعد من أبعاد هذا المحور، وجاءت النتائج الموضحة في الجداول الموالية.

جدول رقم(4): مستوى تطبيق أبعاد محور المسؤولية المجتمعية في مؤسسات الدراسة

| الترتيب | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | مستوى الموافقة |
|--------------------------|-----------------|-------------------|----------------|
| البعد الاقتصادي | 4.37 | 0.38 | مرتفعة جدا |
| الحفاظ على البيئة | 4.09 | 0.62 | مرتفعة |
| الالتزام الاجتماعي | 3.96 | 0.41 | مرتفعة |
| محور المسؤولية المجتمعية | 4.14 | 0.38 | مرتفعة |

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS V25

تكشف النتائج المبينة في الجدول أعلاه أن أغلب المؤسسات تمارس مبادئ المسؤولية المجتمعية بدرجة مرتفعة؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي لمحور المسؤولية المجتمعية (4.14) بانحراف معياري مقداره (0.38). كما أن أكثر أبعاد هذا المحور ممارسة هو البعد الاقتصادي بمتوسط حسابي قدر بـ (4.37) وانحراف معياري قيمته (0.38)، يليه البعد الحفاظ على البيئة في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدر بـ (4.09) وانحراف معياري قيمته (0.62)، واحتل البعد الالتزام الاجتماعي المرتبة الثالثة والأخيرة بمتوسط قدر بـ (3.96) وانحراف معياري قيمته (0.41).

تعكس هذه النتائج اهتمام المؤسسات محل الدراسة بتحسين ظروف العمل، ووعيمها بأهمية الانفتاح والحوار مع الأطراف ذات المصلحة. أما ما يتعلق بالجانب الخيري، فهو متأصل لدى مسيري المؤسسات الذين هم في الغالب مالكوها (المؤسسات الخاصة)، وهو نابع من تعاليم الدين الإسلامي الذي يحث على الإنفاق، فمن خلال مقابلة مسؤولين في Saterex و Condor تبين لنا قيام المؤسسات بدعم كل الجمعيات الخيرية التي تطرق أبوابها (دون استثناء)، شريطة التأكد من مصداقية هذه الجمعيات. كما أن أغلب المؤسسات محل الدراسة تطبق نظاما للإدارة البيئية (تحصلت كل من Condor Electronics ، Baticim ، Sbc ، Nci Rouiba ، Saterex ، على مواصفات ISO14001 للإدارة البيئية)، في حين تسعى Cevital إلى الحصول على هذه المواصفة في إطار نظام الإدارة المدمج.

3.iii. اختبار نموذج وفرضيات الدراسة:

3.iii.1. اختبار نموذج الدراسة:

3.iii.1.1. طبيعنة توزيع متغيرات الدراسة: من أجل التأكد أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي قمنا بحساب معامل الالتواء (Skewness) ، ومعامل التفلطح (Kurtosis)، حسب القاعدة العامة يكون التوزيع طبيعيا عندما يكون معامل الالتواء محصور بين (-1) و(1)، ومعامل التفلطح محصور بين (-3) و(3) وقد تحصلنا على النتائج التالية:

الجدول رقم (6): اختبار التوزيع الطبيعي لمحاور الدراسة باستخدام معامل الالتواء ومعامل التفلطح

| // | معامل الالتواء (Skewness) | معامل التفلطح (Kurtosis) |
|--------------------------|---------------------------|--------------------------|
| محور الابتكار | 0.439 | -0,239 |
| محور المسؤولية المجتمعية | - 0.390 | 0.088 |
| الاستبيان ككل | -0.117 | -0.089 |

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS V25

تؤكد نتائج الجدول أعلاه أن جميع متغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي؛ حيث كانت قيم معامل الالتواء للاستبيان ككل (-0.117) وهي قيمة محصورة بين (-1) و(1) وتراوح قيم محاور الدراسة لمعامل الالتواء ما بين (-0.390) و(0.452)، كما كانت قيم معامل التفلطح للاستبيان ككل (-0.089) وهي قيمة محصورة بين (-3) و(3). كذلك تراوح معامل التفلطح لمحاور الدراسة ما بين (-0.202) و(0.088) مما يؤكد أن بيانات الاستبيان تتبع التوزيع الطبيعي وهذا ما يسمح لنا بمتابعة تحليل نموذج الدراسة باستخدام أدوات التحليل المناسبة لاختبارات المعلمية للإجابة على أسئلة وفرضيات الدراسة.

4.iii. عرض نتائج اختبار الفرضيات

1.4.111. اختبار الفرضيات

1.1.4.111. نص الفرضية: "يعتبر الابتكار عنصر أساسي في المؤسسات محل الدراسة لتحقيق النمو والتميز".

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار (T) (One-Sample-T-test) للعينة الواحدة لمقارنة المتوسط العام للإجابات (المتوسط الإجمالي لفقرات محور الابتكار) مع المتوسط الفرضي 3 عند مستوى دلالة 5% وفقاً لبرنامج SPSS. والجدول التالي يبين نتائج هذا الاختبار:

الجدول (7): اختبار (T) للعينة الواحدة لمقارنة متوسط الإجابات مع المتوسط الفرضي (الفرضية الأولى)

| قيمة (t) المحسوبة | درجات الحرية | مستوى الدلالة sig | الفرق بين المتوسطين | مستوى الثقة: 95% | |
|-------------------|--------------|-------------------|---------------------|------------------|---------------|
| | | | | القيمة الدنيا | القيمة القصوى |
| 19.932 | 109 | 0.000 | 0.93306 | 0.8403 | 1.0258 |

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS V25

يتضح من الجدول أن قيمة مستوى الدلالة Sig (0.000) أقل من مستوى الدلالة (0.05) لقاعدة القرار المعتمدة في اختبار هذه الفرضية، وعليه يمكن القول أن المؤسسات محل الدراسة لها مستوى كبير في تبني الابتكار. حيث أن الفرق بين المتوسطين الحسابيين العام والفرضي يقدر بـ (0.93306)، يقع هذا الفرق في حدود المجال [1.0258-0.8403] بمستوى ثقة (95%)، ويدل على أن المتوسط العام لإجابات موظفي مؤسسات محل الدراسة يفوق المتوسط الفرضي (3)، وتقع قيمة المتوسط الحسابي العام لمحور الابتكار المقدر بـ (3.93) في حدود المجال [4.20-3.41]، ويدل على أن مستوى الموافقة مرتفع حول فقرات محور الابتكار. بناءً على النتائج المتحصل عليها أعلاه يمكن تأكيد أن الابتكار يمثل عنصر أساسي في المؤسسات محل الدراسة لتحقيق النمو على المدى الطويل. وبالتالي الفرضية الفرعية الأولى محققة.

1.2.4.111. الفرضية الثانية

نص الفرضية: "تعمل المؤسسات محل الدراسة على تعزيز قيم المسؤولية المجتمعية لتحسين أثرها على المجتمع".

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار (T) (One-Sample-T-test) للعينة الواحدة لمقارنة المتوسط العام للإجابات (المتوسط الإجمالي لفقرات محور المسؤولية المجتمعية) مع المتوسط الفرضي 3 عند مستوى دلالة 5% وفقاً لبرنامج SPSS. والجدول التالي يبين نتائج هذا الاختبار:

الجدول (8): اختبار (T) للعينة الواحدة لمقارنة متوسط الإجابات مع المتوسط الفرضي

| قيمة T المحسوبة | درجات الحرية | مستوى الدلالة sig | الفرق بين المتوسطين | مستوى الثقة 95% | |
|-----------------|--------------|-------------------|---------------------|-----------------|---------------|
| | | | | القيمة الدنيا | القيمة القصوى |
| 31.203 | 109 | 0.000 | 1.14545 | 1.0727 | 1.2182 |

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS V25

يتضح من خلال الجدول أن مستوى الدلالة Sig (0.000) أقل من مستوى الدلالة (0.05)، ووفقاً لقاعدة القرار المعتمدة في اختبار هذه الفرضية فإنه يمكن القول أن المؤسسات محل الدراسة لها مستوى كبير في تطبيق المسؤولية المجتمعية. كما بين الجدول الفرق بين المتوسطين الحسابيين العام والفرضي قدر بـ (1.14545)، وهذا الفرق في حدود المجال [1.2182-1.0727] بمستوى ثقة (95%)، ويدل على أن المتوسط العام للإجابات يفوق المتوسط الفرضي (3)، وتعتبر قيمة المتوسط الحسابي العام لمحور المسؤولية المجتمعية والمقدر بـ (4.14) في حدود المجال [4.20-3.41]، ويمثل مستوى الموافقة مرتفعة حول فقرات محور المسؤولية المجتمعية. بناءً على النتائج المتحصل عليها أعلاه يمكن تأكيد أن المؤسسات محل الدراسة تعمل على تعزيز قيم المسؤولية المجتمعية لتحسين أثرها على المجتمع. وبالتالي الفرضية الفرعية الثانية محققة.

نص الفرضية: "يساهم الابتكار في تعزيز مبادئ المسؤولية المجتمعية في المؤسسات المدروسة".

سنعتمد على تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج، بالإضافة إلى تحليل الانحدار البسيط لاختبار مساهمة الابتكار في تعزيز المسؤولية المجتمعية في المؤسسات محل الدراسة.

الجدول رقم (9): تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية

| الاختبار | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | مستوى الدلالة (F) | مستوى المعنوية |
|----------|----------------|--------------|----------------|----------------------|----------------|
| الانحدار | 5.907 | 1 | 5.907 | 62.228 | 0.000* |
| الخطأ | 10.251 | 108 | 0.095 | *: ذات دلالة إحصائية | |
| المجموع | 16.158 | 109 | // | (α=0.05) | |

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS V25

يتضح من خلال معطيات الجدول أعلاه ثبات صلاحية النموذج لاختبار هذه الفرضية، حيث كانت قيمة (F) المحسوبة (62.228)

عند مستوى المعنوية قدرت بـ (0.000)، وهي قيمة أقل من مستوى المعنوية المفروض الذي يبلغ (0.05).

الجدول رقم (10): اختبار معنوية ارتباط الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الفرعية

| الاختبار | معاملات | الخطأ المعياري (S.E) | معامل الانحدار (Beta) | قيمة (T) المحسوبة | مستوى المعنوية (Sig) |
|---------------------------------|---------|--------------------------------|-----------------------|-------------------|----------------------|
| الثابت | 2.297 | 0.236 | // | 9.726 | 0.000* |
| الابتكار | 0.470 | 0.060 | 0.605 | 7.888 | 0.000* |
| معامل التحديد (R ²) | 0.366 | معادلة نموذج الانحدار البسيط : | | | |
| معامل الارتباط (R) | 0.605 | X0.470 + 2.297Y= | | | |

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS V25

يتبين من النتائج الواردة في الجدول أعلاه أن الابتكار يساهم في تعزيز المسؤولية المجتمعية في المؤسسات محل الدراسة، وذلك استنادا إلى قيمة (T) المحسوبة بلغت (7.888) عند مستوى المعنوية بلغت (0.000)، وهي قيمة أقل من المستوى المعنوي المفروض (0.05). كما بلغت قيمة معامل الانحدار (0.605)، هذا يعني أن هناك علاقة تأثير طردية للابتكار على المسؤولية المجتمعية في حين معامل التحديد قدره $R^2=0.366$ ، هذا يعني أن أي تغير في الابتكار يفسر التغير في المسؤولية المجتمعية بنسبة (36.6%). بناءً على النتائج المتحصل عليها أعلاه يمكن تأكيد أن الابتكار يساهم في تعزيز مبادئ المسؤولية المجتمعية في المؤسسات المدروسة. وبالتالي الفرضية الثالثة محققة.

IV. النتائج ومناقشتها :

1.IV. النتائج:

تم خلال هذه الدراسة البحث في العلاقة التي تربط بين متغيرين أساسية هي: الابتكار والمسؤولية المجتمعية. وتم التطرق كذلك إلى العديد من المفاهيم ذات الصلة، وإلى المبادئ والأبعاد التي تشكل كل متغير، نتطرق إليها فيما يلي:

تطبيق المؤسسات محل الدراسة الابتكار من خلال:

- استثمارها في مجال البحث والتطوير من أجل زيادة كفاءة العمليات الإنتاجية، وتحسين جودة المنتجات بشكل مستمر، وإطلاق منتجات جديدة حسب ظروف السوق ومتطلبات المنافسة. وإجراء البعض منها لتغييرات كبيرة في نظام التسيير؛ خاصة بتطبيق نظام إدارة سلاسل التوريد (مثل ما قامت به كل من Chiali و Cevital).

- تطبيقها لإدارة المعرفة التي تعتبر من أهم مصادر الابتكار؛ قيام البعض منها بأنشطة اليقظة.

- توفير وتمكين الموارد البشرية القادرة على الابتكار من خلال التدريب والتكوين المستمرين، واستثمار بعض هذه المؤسسات في إنشاء مراكز خاصة للتكوين على غرار " جامعة cevital " وأكاديمية شي علي".

◀ فيما يتعلق بالمسؤولية المجتمعية توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- تطبق المؤسسات محل الدراسة مختلف أبعاد المسؤولية المجتمعية بدرجات متفاوتة، ويتم التركيز في الغالب على البعد الاقتصادي الذي يتحقق منه خلاله الأبعاد الأخرى، يليه البعد البيئي الذي يتحقق من خلال تطبيق أغلب المؤسسات لنظام الإدارة البيئية، بالإضافة إلى تقديم بعضها للعديد من المبادرات في مجال الحفاظ على البيئة والاستثمار في مجال الطاقات المتجددة على غرار Condor و Baticim، اللتان استثمرتا في إنتاج لوحات الطاقة الشمسية. ويتفاوت تطبيق البعد الاجتماعي من مؤسسة إلى أخرى، ففي بعضها يتم التركيز على الجانب الاجتماعي لعمال المؤسسة فقط خاصة بالنسبة للمؤسسات التابعة للقطاع الحكومي، ويشمل تطبيقه لدى مؤسسات أخرى المساهمة في تحسين ظروف العاملين، ودعم مختلف الجمعيات الخيرية والمساهمة في تحقيق التنمية المحلية في المناطق التي تنشط فيها، وتقديم إعانات للحكومة عند الضرورة.

ومن أهم النتائج التي تم الوصول إليها من خلال اجراء الدراسة الإحصائية هي أن الابتكار يساهم في تعزيز المسؤولية المجتمعية في المؤسسات محل الدراسة، التي أكدت على وجود علاقة تأثير طردية للابتكار على أبعاد المسؤولية المجتمعية، حيث أن أي تغير في الابتكار يفسر التغير في المسؤولية المجتمعية بنسبة (36.6%).

2.IV. مناقشة النتائج:

تطرقنا في المقدمة إلى بعض الدراسات السابقة التي اتفقت مع دراستنا من حيث تناولها لنفس المتغيرات. وسنناقش فيما يلي مدى توافق نتائج الدراسة الحالية مع النتائج تلك الدراسات:

اتفقت نتائج دراستنا مع الدراسة التي قام بها Ying Zhang ،Yi Tang ،Rui Shen (2016) بعنوان "هل يؤثر الابتكار على المسؤولية الاجتماعية للشركات؟ التي كان من أهم نتائجها أن الكثير من المؤسسات المبتكرة تشارك بشكل أكبر في أنشطة المسؤولية الاجتماعية بغرض تحقيق مصلحتها الخاصة، رغم إشارتها المسبقة لهدف تحقيق الاستدامة. وإلى التأثير القوي للابتكار على المسؤولية المجتمعية في المؤسسات ذات المخاطر العالية والتي تعمل في بيئة متغيرة. وأن المؤسسات ذات الابتكار العالي تجني فوائد مالية أكبر من أنشطة المسؤولية المجتمعية.. اتفقت نتائج دراستنا كذلك مع نتائج دراسة Mariana Cristina GANESCU (2012) بعنوان " المسؤولية الاجتماعية المناسبة أمراً مهماً في تحقيق القيمة المضافة من خلال إنشاء وتعزيز الأعمال التجارية المستدامة" التي توصلت إلى أن تنفيذ استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية المناسبة أمراً مهماً في تحقيق القيمة المضافة من خلال إنشاء وتعزيز الأعمال التجارية المستدامة على عدة مستويات: على مستوى أصحاب المصلحة، على المستوى التنظيمي، وعلى المستوى البيئي.

7. الاقتراحات والتوصيات : على ضوء ما تم التوصل إليه من نتائج يمكن إدراج جملة من التوصيات، نلخصها فيما يلي :

- وضع جهة مختصة بإدارة مستقلة في الهيكل التنظيمي خاصة بالمسؤولية الاجتماعية تهتم بتسيير الأنشطة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية من خلال تخطيط وتنفيذ البرامج والتنسيق مع الأطراف ذات المصلحة.

- إقامة شراكة مع الجهات الفاعلة في المجتمع مثل جمعيات حماية البيئة والمستهلك، مما يسمح بتنوع أوسع للنشاطات والممارسات الاجتماعية والتي تحقق رضا وولاء أصحاب المصالح سواء داخل أو خارج المؤسسة، والعمل على تحقيق نوع من التوازن بين أنشطة المسؤولية الاجتماعية الموجهة إليهم.

- التركيز على دمج برامج المسؤولية المجتمعية ضمن الأنشطة التسويقية للمؤسسة. كتخصيص مبلغ معين من ثمن البيع لفائدة فئات هشة في المجتمع، مثل ما فعلته Cevital مع جمعيات مرضى التوحد. تعطي هذه البرامج صورة ايجابية للمؤسسة ومنتجاتها وتزيد في نفس الوقت من مبيعاتها وتحقق الأهداف الاجتماعية.

- إعداد برامج للتضامن مع المجتمع في حالة الكوارث والأزمات وتخصيص الاحتياطات اللازمة لمواجهتها. على سبيل المثال، في ظل انتشار فيروس كورونا، انتظرت كل من الحكومة والمجتمع تدخل المؤسسات الاقتصادية للمساعدة في محاصرة الوباء. وفي المقابل استفادت المؤسسات التي مدت يد العون من ميزة تحقيق سمعة ايجابية والقبول لدى المجتمع والحكومة ومختلف أطراف المصلحة.

VI. أفاق الدراسة :

- آليات دمج أصحاب المصلحة في شبكة قيمة الابتكار.

- الابتكار في ظل المسؤولية المجتمعية كإستراتيجية لإدارة المخاطر.

- تأثيرات شبكة القيمة على ممارسات الإدارة المبتكرة

VIII. ملاحق :

جامعة سطيف1

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

إستمارة البحث

تحية طيبة وبعد؛

تقوم الباحثين بإعداد بحث علمي بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير لجامعة فرحات عباس - سطيف1- تحت عنوان : دور الابتكار في تحسين الميزة التنافسية في ظل مبادئ المسؤولية المجتمعية ، ويتطلب تحقيق أهداف البحث جمع بيانات عن المعلومات العامة عن المؤسسة ، وقدرات الابتكار وتبني المسؤولية الاجتماعية فيها. علما أن المعلومات ستكون موضع سرية ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي فقط. لمن يوجه هذا الاستبيان؟

يوجه الاستبيان للمسريين في المؤسسة، وهذا يعني الرئيس المدير العام أو المسؤول الأول للمؤسسة، نواب الرئيس المدير العام، نواب المسؤول الأول والمندراء المسؤولون عن الإدارات الوظيفية التي تشارك بشكل مباشر في إدارة نظام الابتكار في المؤسسة، على الأخص أقسام البحث والتطوير والإنتاج والمبيعات والتسويق، والموارد البشرية، والاتصالات وخدمة العملاء والجودة.

الهدف من الاستبيان

يهدف الاستبيان إلى معرفة دور الابتكار في تحسين مبادئ المسؤولية المجتمعية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية. وبالتالي، فهو يسمح بتنفيذ الإجراءات وتحديد الوسائل اللازمة لضمان تطور طويل الأجل لنظام الابتكار في المؤسسة بطريقة تضمن تحسين صورتها وسمعتها وتزيد من ثقة أصحاب المصلحة. يؤدي هذا الاستبيان إلى تفسيرات واضحة وتوصيات تضمن للمؤسسة قدرة أكبر على الابتكار المستدام من خلال توفير الموارد والقدرات ووضع الاستراتيجيات التي يجب على المؤسسة تصميمها، تطويرها، وتنفيذها من أجل ضمان إدارة أفضل لجهودها في تطوير منتجات، عمليات ومفاهيم تجارية جديدة.

مع خالص الشكر والتقدير والاحترام

المحور الأول: المعلومات الشخصية

1. المستوى الإداري:

مدير عام ، نائب مدير عام ، مساعد مدير عام

أخرى يرجى ذكرها:

2. المؤهل العلمي:

3. عدد سنوات الخبرة:

المحور الثاني: معلومات عامة عن المؤسسة

4. إسم المؤسسة :

مركز فرع تاريخ التأسيس...1998

5. ملكية المؤسسة:

مؤسسة خاصة مؤسسة عمومية مؤسسة مختلطة.

6. الهيكل القانوني للمؤسسة:

شركة ذات مساهمة شركة ذات مسؤولية محدودة مؤسسة فردية ذات مسؤولية محدودة.

7. قطاع الأعمال الذي تنشط فيه المؤسسة:

| | |
|----------|--------------------------|
| الزراعة. | <input type="checkbox"/> |
| الصناعة. | <input type="checkbox"/> |
| الخدمات. | <input type="checkbox"/> |
| التجارة. | <input type="checkbox"/> |

8. حجم المؤسسة من حيث عدد العمال:

| | |
|--------|--------------------------|
| صغيرة | <input type="checkbox"/> |
| متوسطة | <input type="checkbox"/> |
| كبيرة | <input type="checkbox"/> |

9. العدد الإجمالي لعمال المؤسسة... .. عدد الإطارات في المؤسسة:.....

10. الشهادات المحلية والدولية التي حصلت عليها المؤسسة في مجالات الجودة، حماية البيئة والخدمات المجتمعية:.

المحور الثالث: الابتكار

| الرقم | العبارة | ضعيفة جدا | ضعيفة | متوسطة | كبيرة | كبيرة جدا |
|-------|---|-----------|-------|--------|-------|-----------|
| 1 | توفر الإدارة مختلف الإمكانيات المادية اللازمة للقيام بأنشطة البحث والتطوير. | | | | | |
| 2 | قامت المؤسسة بتغييرات جذرية في عملياتها الإدارية. | | | | | |
| 3 | توفر المؤسسة عملية الاتصال مفتوحة على محيطها لدعم أنشطة الابتكار. | | | | | |
| 4 | تحرص المؤسسة على توظيف العمال اللذين يتمتعون بقدرات ابتكارية عالية. | | | | | |
| 5 | تحرص إدارة المؤسسة على اكتساب التكنولوجيا المتطورة باستمرار. | | | | | |
| 6 | تهتم إدارة المؤسسة بقضية الابتكار وتوليها أهمية كبيرة. | | | | | |
| 7 | يسود في المؤسسة جو عمل يشجع على التحسين والإبداع. | | | | | |
| 8 | يتم تمكين العمال من التعبير عن أفكارهم واقتراحاتهم باستمرار. | | | | | |
| 9 | تحرص إدارة المؤسسة على الاستفادة من اقتراحات الزبائن باستمرار. | | | | | |
| 10 | تحرص إدارة المؤسسة على تقديم التحفيز المادي والمعنوي للأشخاص اللذين يقترحون عليها تحسينات في منتجاتها وخدماتها. | | | | | |
| 11 | تحرص الإدارة على الاستفادة القصوى من المعارف الجديدة | | | | | |
| 12 | يتم تبادل الأفكار والمعارف في المؤسسة بسهولة. | | | | | |
| 13 | تحرص المؤسسة على توليد المعرفة الجديدة باستمرار. | | | | | |
| 14 | تحرص الإدارة على تعميم التعلم الجماعي داخل المؤسسة. | | | | | |
| 15 | يتم الاستفادة القصوى من مهارات العمال وقدراتهم الإبداعية. | | | | | |
| 16 | تحرص الإدارة على تنمية معارف العمال وخبراتهم باستمرار. | | | | | |
| 17 | تعمل المؤسسة على مفاجأة الزبائن بمنتجات وخدمات جديدة باستمرار. | | | | | |

| | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|
| 18 | تحرص المؤسسة على تنسيق وتكامل جهود الابتكار | | | | |
| 19 | يتم تحديد نقاط قوة وضعف المؤسسة بدقة | | | | |
| 20 | تمارس المؤسسة اليقظة المستمرة على محيطها لمعرفة الفرص والتحديات | | | | |
| 21 | يعتبر الابتكار عنصرا أساسيا في النمو طويل الأجل للمؤسسة | | | | |
| 22 | يتم معرفة وتحليل خطط المنافسين المتعلقة بالابتكار والاستفادة منها. | | | | |

المحور الرابع: المسؤولية المجتمعية

البعد الاقتصادي

| الرقم | العبارة | ضعيفة جدا | ضعيفة | متوسطة | كبيرة | كبيرة جدا |
|-------|--|-----------|-------|--------|-------|-----------|
| 23 | تركز المؤسسة على زيادة كفاءة وفعالية الأنشطة التسويقية بشكل مستمر. | | | | | |
| 24 | تعمل المؤسسة على اكتشاف الفرص الكامنة في السوق واستغلالها. | | | | | |
| 25 | تقدم المؤسسة منتجات وخدمات وفق حاجات ورغبات الزبائن. | | | | | |
| 26 | تحرص المؤسسة على تحسين جودة منتجاتها وخدماتها باستمرار. | | | | | |
| 27 | يتم التركيز على مبدأ التحسين المستمر في كل الأنشطة والعمليات داخل المؤسسة. | | | | | |
| 28 | تسعى المؤسسة إلى تخفيض التكاليف بشكل مستمر. | | | | | |
| 29 | يتم اكتشاف الأخطاء بشكل مبكر داخل المؤسسة. | | | | | |

البعد الاجتماعي

| الرقم | العبارة | ضعيفة جدا | ضعيفة | متوسطة | كبيرة | كبيرة جدا |
|-------|---|-----------|-------|--------|-------|-----------|
| 30 | تعمل المؤسسة على معرفة حاجات ورغبات كل الأطراف ذات المصلحة وتعمل على إشباعها. | | | | | |
| 31 | تعمل الإدارة على تنظيم العلاقة بين مختلف الأطراف ذات المصلحة. | | | | | |
| 32 | ظروف العمل في المؤسسة جيدة. | | | | | |
| 33 | تعمل الإدارة على اتخاذ كل الإجراءات التي من شأنها الحفاظ على صحة العمال. | | | | | |
| 34 | تعمل الإدارة على الحوار مع مختلف الأطراف ذات المصلحة بشكل مستمر. | | | | | |
| 35 | تقوم المؤسسة بمبادرات خيرية يتم من خلالها مساعدة الفئات المحرومة من المجتمع. | | | | | |
| 36 | تساهم المؤسسة في تحقيق التنمية المحلية في المنطقة التي تنشط فيها. | | | | | |
| 37 | تعمل المؤسسة على توفير منتجات وخدمات ليس لها تأثيرات سلبية على صحة الأفراد. | | | | | |

البعد البيئي

| الرقم | العبارة | ضعيفة جدا | ضعيفة | متوسطة | كبيرة | كبيرة جدا |
|-------|---------|-----------|-------|--------|-------|-----------|
|-------|---------|-----------|-------|--------|-------|-----------|

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|----|
| | | | | | تعمل الإدارة على احترام القوانين واللوائح البيئية. | 38 |
| | | | | | تعمل المؤسسة على إنتاج منتجات خضراء صديق للبيئة. | 39 |
| | | | | | تعمل المؤسسة على التقليل من الآثار السلبية لأنشطتها الإنتاجية على البيئة. | 40 |
| | | | | | تتم مؤسستكم باقتناء أحدث التقنيات والتكنولوجيات النظيفة | 41 |
| | | | | | تحرص المؤسسة على جعل التوجه البيئي أمرا مريحا. | 42 |
| | | | | | تعمل المؤسسة على القيام بمبادرات بيئية باستمرار. | 43 |
| | | | | | تعتبر قضية البيئة والحفاظ عليها محور اهتمام كل الأطراف داخل المؤسسة. | 44 |

XI. المراجع والإحالات :

1. B. and Graaand, J.J Ven van de. (بلا تاريخ). *Strategic and moral motivation for corporate social responsibility* .
2. B. and Graafland, J.J. Ven van de. (2010, 1 27). *Strategic and moral motivation for* من الاسترداد من Munich Personal RePEc Archive: https://mprapub.uni-muenchen.de/20278/1/MPRA_paper_20278.pdf
3. Banerjee, S. B. (2007). *Corporate Social Responsibility The Good, the Bad and the Ugly*. USA: Edward Elgar Cheltenham.
4. Boualem.F. (بلا تاريخ). *Un Etat De La Responsabilité Sociale Des Entreprises Mondialisées Et Politiques Publiques En Algérie* . PARIS: , Université De Montpellier.
5. Boudjema.R. (بلا تاريخ). *Violence Du Capitalisme : Développement Durable Et Responsabilité Sociétale Des* .
6. Boudjema.R. (2009). *Violence Du Capitalisme : Développement Durable Et Responsabilité Sociétale Des entreprises*. algerie: Aclcom Editions.
7. Commission, E. (2019, 4 16). *Corporate Social Responsibility & Responsible Business Conduct*. Récupéré sur European Commission: https://ec.europa.eu/growth/industry/sustainability/corporate-social-responsibility_en
8. Davim, C. M. (2013). *Management And Engineering Innovation*.. UK and USA: Iste Ltd And John Wiley & Sons.
9. Fred R. David, F. R. (2015). *Strategic Management: Concepts And Cases*. New Jersey: 5th ed.; Prentice Hall.Inc1.
10. Herrmann, K. K. (2004). Corporate Social Responsibility and Sustainable Development: the European Union Initiative as a Case Study". *Indiana Journal of Global Legal Studies*.
11. ICC, J. W. (2006). *A Handbook on Corporate Social Responsibility* Judith Hennigfeld Manfred Pohl Nick Tolhurst. England: The Atrium , Southern Gate, Chichester, West Sussex PO19 8SQ.
12. ISO. (2010, 11). *ISO 26000:2010 Guidance on social responsibility*. Récupéré sur ISO : <https://www.iso.org/standard/42546.html>
13. James Zurn, P. M. (2014). *Learning With Lean Unleashing The Potential For Sustainable Competitive Advantage*. USA: Crc Press.
14. Jay B. Barney, W. S. (2015). *Strategic Management And Competitive Advantage Concepts And Cases* . USA: Pearson Education Limited.
15. Konstantina, M. P. (2018). *The role of open innovation processes in responsible innovation integration for the development of healthier food products , an exploratory recherche in the European food industry*. europe: wagening university & research.
16. MacGregor P S, F. J. (2008). *the fit between CSR and Innovation*. Spain: Center for Business in Society.
17. Manuel, O. (2005). *Guidelines For Collecting And Intrepreting Innovation Data*. Paris: OCDE.

18. Meziaini Yacine Si Tahar Amira .(2018) .La Gouvernance De L'entreprise Socialement Responsable : Cas De La Société Nationale D'électricité Et Du Gaz (Sonelgaz) . *Revue Des Economies Nord Africaines*.
19. Naceur, M. (2013). Le Developpement Durable En Algerie : Un Etat Des Lieux . *Revue Des Sciences Economiques Et De Gestion*.
20. Salaman, J. S. (2005). *Managers Of Innovation Insights Into Making Innovation Happen*. USA: Blackwell Publishing.
21. Stern .T, J. H. (2007). *Erfolgreiches Innovationsmanagement: Erfolgsfaktoren – Grundmuster – Fallbeispiele*. Germany: Gabler.
22. Zerk, J. A. (2006). *Multinationals and Corporate Social Responsibility Limitations and Opportunities in International Law* . USA: Cambridge University Press .
23. دنيا سامر سختيان، . أحمد صالح السكر. (2019). أثر استخدام أنظمة الموافقات الطبية الإلكترونية على تحقيق الميزة التنافسية لشركات إدارة التأمين الأردنية. عمان، كلية الأعمال ، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال الالكترونية، الأردن: جامعة الشرق الأوسط.
24. منشورات الامم المتحدة. (2003). كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع(الاتجاهات والقضايا الراهنة). الامم المتحدة.
25. وائل محمد صبحي ادريس، طاهر محسن منصور الغالي. (2019). *الإدارة الإستراتيجية المفاهيم العملية*. الأردن: دار وائل للنشر.