الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

جامعة محمد خيضر- بسكرة
كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الإقتصادية

Université Mohamed KHIDHER-Biskra
Faculté des Sciences Economiques,
Commerciales et des Sciences de Gestion
Département des Sciences Economiques

الموضـــوع

دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق أبعاد المسؤولية الإجتماعية

دراسة حالة: مؤسسة سونطراك مديرية الصيانة-بسكرة-

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الإقتصادية

تخصص: إقتصـــاد وتسييـــر المؤسســة

- **إعداد الطالبة:**
- حنان بعداش

الأستاذ المشرف:
*محبوب مراد

السنة الجامعية: 2018-2019

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وعرفان

الحمد لله رب العالمين

والصلاة والسلام على سيد الأولين والآخرين وأشرف الخلق أجمعين سيدنا محمد صلى الله عليه وعلى آله أجمعين،

أما بعد ...

أتقدم بالشكر الجزيل إلى الدكتور "**محبوب مراد**" لما أبداه من رعاية وجهود، حيث كان مشرفا مخلصا

وأمينا

في إبداء الملاحظات والتوجيهات لإخراج هذه الرسالة على هذا النحو، فجزاه الله عني خير الجزاء.

كما يسعدني أن أوجه شكري وتقديري إلى كافة الأساتذة في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

التسيير لجامعة بسكرة وقسم علوم الإقتصاد بالخصوص.

و يسعدني و يشرفني أن أتقدم بجزيل الشكر والامتنان للأستاذة: "**خان أحلام**"

لمد يد العون لي أثناء إعداد الرسالة.

وفي الأخير أوجه شكري وتقديري لعمال مؤسسة سونطراك مديرية الصيانة –بسكرة– لتقديمهم كل التسهيلات لي وإلى كل من

ساندنا من قريب أو من بعيد لإتمام هذا العمل.

بسم الله الرحمان الرحيم

نشكر لله العلي القدير الذي وفقنا في إنجاز هذا العمل المتواضع الذي كان نجاحنا بيديه وأهدي ثمرة جهدي هذا إلى:

من خلد لله ذكرها في القرآن يتلى إلى يوم الدين، وجعل الجنة تحت قدميها، حملتني وهنا على وهن إلى والدتي أطال الله في عمرها.

طيب القلب الذي علمني بمثاليته وتواضع صفاته إلى والدي العزيز أطال الله في عمره.

التي من كادت وجدت من أجل نجاحي وإسعادي، إلى من علمتني كيف أعيش لأحيا وأحيا لأعيش إلى جدتي أطال الله في عمرها.

إلى الذين ما فارقت صورهم نفسي ووجداني... إخوتي وأخواتي

إلى براعم الطفولة... أبناء أختي وأبناء خالي بالأخص فيروز وعلاء وعمار.

إلى رفقاء الدرب... فايزة، بدرة، سمية، زهرة، راضية.

إلى كل شخص ساهم في مساعدتي بإعداد هذا البحث... أخي بوجمعة، الزميل أحمد بن طيب، الزميلة بديعة بوشارب.

و كل طلبة علوم الإقتصاد خاصة تسيير وإقتصاد المؤسسة دفعة 2019.

إلى كل من نسيهم القلم ولم ينساهم القلب.

إلى هؤلاء جميعا أهدي ثمرة هذا العمل.

الملخص:

هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق أبعاد المسؤولية الاجتماعية من خلال دراسة عينة من الإداريين العاملين في مديرية الصيانة سونطراك –بسكرة–، وقد تم توزيع 101 إستبيان وإسترجاع 99 استبيان، بحيث تم تحليل البيانات الواردة في الإستبيان عن طريق إستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية (SPSS) بالإعتماد على المتوسطات الحسابية، الإنحرافات المعيارية، معامل الإرتباط بيرسون.

ولقد تم تحديد متغيرين للدراسة المتغير المستقل وهو الإبداع التكنولوجي، والمتغير التابع وهي المسؤولية الإجتماعية وتتكون من 3 متغيرات فرعية وهي: البعد الإقتصادي، البعد البيئي، البعد الإجتماعي.

وفي ختام الدراسة توصلنا أن المؤسسة محل الدراسة تهتم بالإبداع التكنولوجي، كما أنها تتوفرعلى الأبعاد الثلاث للمسؤولية الإجتماعية، وأثبتت الدراسة أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي والمسؤولية الإجتماعية بأبعادها الثلاثة.

الكلمات المفتاحية:

الإبداع التكنولوجي، البحث والتطوير، براءة الاختراع، المسؤولية الإجتماعية، أصحاب المصالح، مديرية الصيانة سونطراك –بسكرة–.

Abstract:

This study aimes to discover the role of technological innovation to achieve the dimensions of social responsibility through studying a sample of the managers working in the maintenance department Sonatrach –Biskra– Where 101 questionnaires had been distributed and 99 were retrieved in order to analyze the data in the questionnaire by using the statistical package for science (SPSS) based on arithmetical averages, standard deviations, Pearson correlation coefficient.

The study is based primarily on two variables, the independent variable which is the technological innovation, and the dependent variable which represenets the social responsibility and It consists of three sub-variables: economic dimension, environmental dimension, social dimension.

In the conclusion of the study, we found that the institution is a case study that is interested in technological innovation and it has three dimensions of the social responsibility, the study proved that there is a statistically significant relationship between technological innovation and social responsibility in its three dimensions.

key words:

Technological Innovation, research and developmeent, Patent, Social Responsibility, Stakeholders, Maintenance Department Sonatrach–Biskra–.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

المحتوى	الصفحة
شكر وعرفان إهداء الملخص فهرس المحتويات قائمة الجداول قائمة الأشكال مقدمة	أ–و
الفصل الأول: الإطار النظري للإبداع التكنولوجي	
تمهيد	02
المبحث الأول: ماهية الإبداع التكنولوجي	03
المطلب الأول: مفهوم الإبداع التكنولوجي	03
المطلب الثاني: مصادر الإبداع التكنولوجي وعوائقه	05
المطلب الثالث: أهمية الإبداع التكنولوجي وأهم أهدافه وخصائصه	08
المبحث الثاني: أنواع الإبداع التكنولوجي	10
المطلب الأول: حسب طبيعة الإبداع التكنولوجي	11
المطلب الثاني: حسب درجة الإبداع التكنولوجي	14
المبحث الثالث: متطلبات الإبداع التكنولوجي	17
المطلب الأول: مراحل عملية الإبداع التكنولوجي	17
المطلب الثاني: حماية الإبداع التكنولوجي	19
المطلب الثالث: قياس الإبداع التكنولوجي	23
المطلب الرابع: إستراتيجيات الإبداع التكنولوجي	24
خلاصة	28

فهرس المحتويات

الفصل الثاني: علاقة الإبداع التكنولوجي بتحقيق أبعاد المسؤولية الإجتماعية	
تمهيد	30
المبحث الأول: ماهية المسؤولية الإجتماعية	31
المطلب الأول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية وتطورها	31
المطلب الثاني: مبادئ المسؤولية الإجتماعية ومعوقاتها	41
المطلب الثالث: أهمية المسؤولية الإجتماعية ومعايير قياسها	45
المبحث الثاني: مجالات المسؤولية الإجتماعية وأبعادها	49
المطلب الأول: مجالات المسؤولية الإجتماعية	49
المطلب الثاني: أبعاد المسؤولية الإجتماعية	55
المبحث الثالث: تأثير الإبداع التكنولوجي في تحقيق أبعاد المسؤولية الإجتماعية	62
المطلب الأول: ماهية الإبداع التكنولوجي المسؤول	62
المطلب الثاني: الإبداع التكنولوجي ضمن أبعاد المسؤولية الإجتماعية	65
خلاصة	70
الفصل الثالث: دراسة تطبيقية بمديرية الصيانة سونطراك –بسكرة–	
تمهيد	72
المبحث الأول: تقديم لمديرية الصيانة سونطراك –بسكرة–	73
المطلب الأول: تعريف مديرية الصيانة سونطراك–بسكرة–	73
المطلب الثاني: نشاط مديرية الصيانة سونطراك–بسكرة–	76
المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للمديرية	77
المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية	81
المطلب الأول: منهجية الدراسة	81
المطلب الثاني: تحليل أداة الدراسة (الإستبيان)	83
المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة	86

فهرس المحتويات

المطلب الأول: دراسة الخصائص الديموغرافية وتحليلها	86
المطلب الثاني: تحليلات اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو محاور الإستبيان	91
المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة	99
خلاصة	103
خاتمة	105
قائمة المراجع قائمة الملاحق	

قائمة الجداول والأشكال

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
(1)	الفروقات بين المسؤولية الإقتصادية والقانونية	58
(2)	الفروقات بين المسؤولية الأخلاقية والمسؤولية الخيرية	61
(3)	توزيع عدد العمال حسب التخصصات في مديرية الصيانة – بسكرة	75
(4)	عدد الإستبيانات	82
(5)	مقياس ليكارت الخماسي	84
(6)	مجال المتوسط الحسابي المرجح الموافق لمقياس ليكارت الخماسي	84
(7)	الإبداع التكنولوجي وعدد فقراته	85
(8)	المسؤولية الإجتماعية وعدد فقراتها	85
(9)	اختبار صدق وثبات أداة الدراسة (الإستبيان)	85
(10)	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	86
(11)	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر	87
(12)	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	88
(13)	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مجال الوظيفة الحالية	89
(14)	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة	90
(15)	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة لمديرية الصيانة سونطراك– بسكرة - حول الإبداع التكنولوجي	92
(16)	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة لمديرية الصيانة سونطراك– بسكرة– حول البعد الإقتصادي للمسؤولية الإجتماعية	95

قائمة الجداول

(17)	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة لمديرية الصيانة سونطراك – بسكرة– حول البعد البيئي للمسؤولية الإجتماعية	96
(18)	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة لمديرية الصيانة سونطراك– بسكرة–حول البعد الإجتماعي للمسؤولية الإجتماعية	98
(19)	معامل الارتباط بين المتغير المستقل الإبداع التكنولوجي والمتغير التابع المسؤولية الإجتماعية	100
(20)	معامل الارتباط بين المتغير المستقل الإبداع التكنولوجي والبعد الإقتصادي للمسؤولية الإجتماعية	101
(21)	معامل الارتباط بين المتغير المستقل الإبداع التكنولوجي والبعد البيئي للمسؤولية الإجتماعية	102
(22)	معامل الارتباط بين المتغير المستقل الإبداع التكنولوجي والبعد الإجتماعي للمسؤولية الإجتماعية	102

قائمة الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
(1)	نموذج الدراسة المقترح	ج
(2)	تطور مفهوم المسؤولية الإجتماعية	39
(3)	مجالات المسؤولية الاجتماعية	55
(4)	هرم كارول لأبعاد المسؤولية الاجتماعية	62
(5)	الهيكل التنظيمي لقسم الصيانة سوناطراك فرع النقل بالأنابيب	74
(6)	الهيكل التنظيمي لمؤسسة سونطراك وحدة الصيانة –بسكرة–	80
(7)	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	86
(8)	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر	88
(9)	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	89
(10)	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مجال الوظيفة الحالية	90
(11)	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة	91

مقدمة

مقدمة:

يعتبر الإبداع محور الأمان لإستمرار المؤسسة الإقتصادية التي تحرص على تحقيق قفزات نوعية وكمية على مستوى محيطها، مما أوجبها الإهتمام البالغ بالإبداع التكنولوجي الذي هو الرابط بين مستوى الموارد البشرية والمستوى المعرفي والعلمي، وهو يعكس مدى تقدم نشاطات البحث والتطوير ومسايرة التكنولوجيات الحديثة لمواجهة تغيرات المحيط الحديثة والمقبلة والمتوقعة.

إلى جانب ذلك ظهرت تحديات جديدة بالنسبة للمؤسسة تتمثل في دورها الإجتماعي الذي يمكن أن تمارسه ما حتم عليها أن تضع إستراتيجيات للقيام بمسؤوليتها الإجتماعية التي يقصد بها أن المؤسسة لا يجب أن يقتصر إهتمامها على إستغلال الموارد المتاحة لها إقتصاديا فقط ولكن مسؤوليتها تمتد أيضا على توفير المتطلبات والمسؤوليات الإجتماعية وعلى هذا الأساس فلا بد للمؤسسة أن تساهم في تحقيق رفاهية المجتمع عن طريق الإبداع التكنولوجي الذي يعمل على إستغلال التطورات التكنولوجية الحديثة من أجل تقديم منتجات جديدة أو عمليات حديثة تكون قادرة على إشباع حاجات ورغبات الزبائن وتحقيق أهداف المؤسسة الإستراتيجية من جهة وتكون متلائمة مع الأبعاد الإجتماعية وهذا ما يمثل تحديا كبيرا بالنسبة لإدارة المؤسسة.

ويعتبر مفهوم المسؤولية الإجتماعية من المفاهيم التي كثر تداولها في المجال الإقتصادي الدولي في الوقت الحاضر، إذ اتسع دور المنظمات من تركيزها على الجانب الإقتصادي ليشمل جوانب التنمية الإجتماعية، ففي الدول الصناعية الكبرى ظهر تعاون وتناسق وتكامل في مهام ثلاثة أطراف أساسية هي الدولة، رجال الأعمال والمجتمع، فأصبحت كل من الحكومة والمنظمات الإقتصادية تسخر جهودها لجعل القطاع الثالث وهو المجتمع يستفيد من هذا التعاون.

أ-طرح الإشكالية:

تتمثل إشكالية البحث في تحديد دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق أبعاد المسؤولية الإجتماعية بالمؤسسة الإقتصادية وسوف نعالجها من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ماهو دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق أبعاد المسؤولية الإجتماعية في المؤسسة الإقتصادية؟

ويندرج ضمن هذه الإشكالية أسئلة فرعية أهمها:

- ✓ ما المقصود بالإبداع التكنولوجي؟.
- ✓ ماهي انواع الإبداع التكنولوجي؟
- ✓ ماهي متطلبات الإبداع التكنولوجي؟
- ✓ ماهو تعريف المسؤولية الإجتماعية وكيف تطورت؟

- ✓ ماهي مجلات وابعاد المسؤولية الإجتماعية؟
- ✓ هل يؤثر الإبداع التكنولوجي في أبعاد المسؤولية الإجتماعية؟

ب- **فرضيات الدراسة:**

من أجل معالجة مشكلة الدراسة، تم صياغة الفرضيات التالية:

- ✓ **الفرضية الرئيسية:**

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي وأبعاد المسؤولية الإجتماعية عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ في مديرية الصيانة سونطراك–بسكرة–.

- ✓ **الفرضيات الفرعية:**

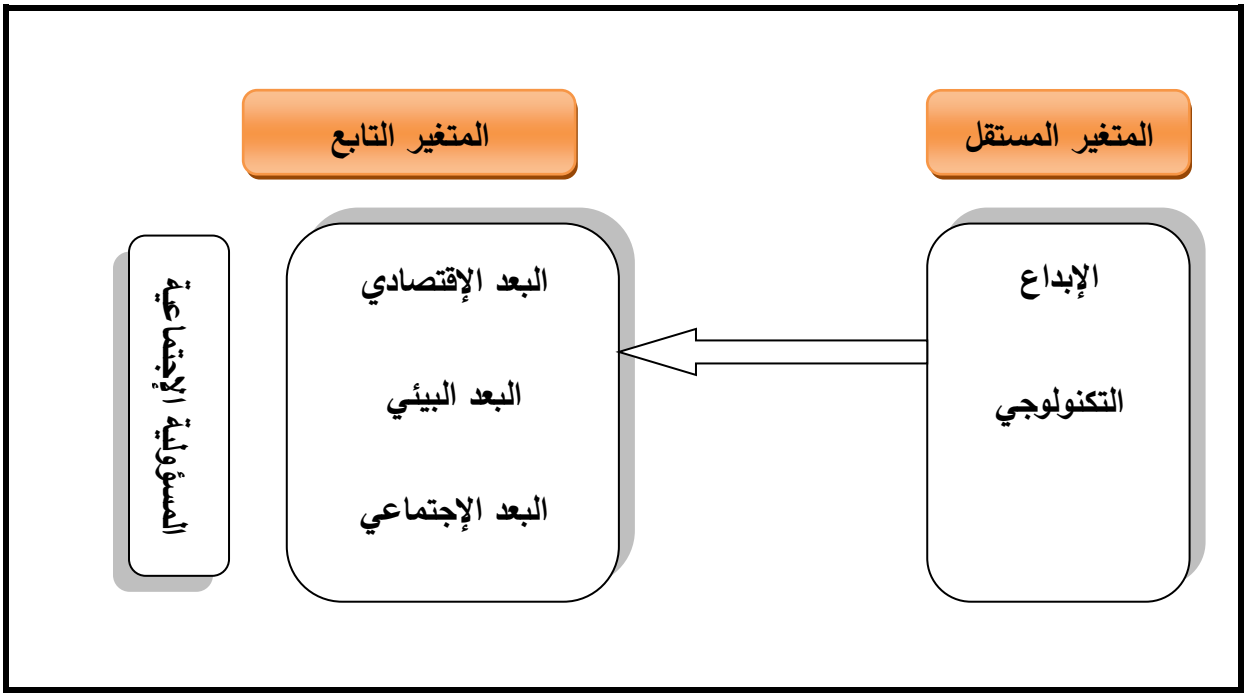
1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي والبعد الإقتصادي للمسؤولية الإجتماعية عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ في مديرية الصيانة سونطراك–بسكرة–.
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي والبعد البيئي للمسؤولية الإجتماعية عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ في مديرية الصيانة سونطراك–بسكرة–.
3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي والبعد الإجتماعي للمسؤولية الإجتماعية عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ في مديرية الصيانة سونطراك–بسكرة–.

ج- **متغيرات الدراسة:**

تضمنت الدراسة متغيرين هما الإبداع التكنولوجي ويمثل المتغير المستقل، والمسؤولية الإجتماعية وتمثل المتغير التابع.

ويمكن توضيح متغيرات الدراسة في الشكل التالي:

الشكل رقم (1): نموذج الدراسة المقترح



المصدر: من إعداد الطالب

د- **أسباب اختيار الموضوع:**

من بين الأسباب التي جعلتنا نختار هذا الموضوع مايلي:

- ✓ إرتباط موضوع البحث بتخصص الباحث.
- ✓ محاولة ربط الجانب النظري بالجانب العملي.
- ✓ محاولة إكتشاف العلاقة بين الإبداع التنكولوجي وأبعاد المسؤولية الإجتماعية.
- ✓ قيمة وأهمية هذا الموضوع في ظل هذه التحولات المتسارعة.
- ✓ أهمية الإبداع التكنولوجي بالنسبة للمؤسسة وعلى دوره في تبني المؤسسات لمفهوم المسؤولية الإجتماعية.
- ✓ المساهمة في توفير المعلومات التي تساهم في مساعدة المؤسسة في مواجهة التحديات والمتطلبات التي يفرضها أصحاب المصالح المختلفة (البيئة والمجتمع وغيرهم).
- ✓ قلة البحوث والدراسات التي تربط الإبداع التكنولوجي بالمسؤولية الإجتماعية.

ه-**أهمية الدراسة:**

تكمن أهمية الدراسة في النقاط التالية:

- ✓ تستمد هذه الدراسة أهميتها في كونها تؤسس نظريا وتطبيقيا للربط المنطقي للعلاقة بين الابداع التكنولوجي وأبعاد المسؤولية الاجتماعية.
- ✓ أهمية وضرورة استعمال مختلف أبعاد المسؤولية الإجتماعية من أجل تحقيق أهداف المؤسسة.
- ✓ معرفة أهم الأساليب المتبعة في عملية دعم وتطوير الإبداع التكنولوجي بالمؤسسة.
- ✓ الاهتمام العالمي الواسع بالمسؤولية الاجتماعية الذي يلزم المؤسسات الجزائرية الى ادراك المفاهيم النظرية والممارسات العملية للمسؤولية الاجتماعية اضافة الى المنافع المترتبة عليها للدولة، المجتمع والمؤسسة.

و –أهداف الدراسة:

إن الهدف الأساسي لهذه الدراسة هو محاولة الكشف عن دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق أبعاد المسؤولية الإجتماعية في مديرية الصيانة سونطراك–بسكرة– وذلك من خلال تحقيق الأهداف التالية:

- ✓ محاولة الوصول إلى الإجابة على الإشكالية المطروحة وإزالة الغموض.
- ✓ التعرف على مفهوم الإبداع التكنولوجي وأهميته.
- ✓ محاولة التعرف على متطلبات الإبداع التكنولوجي.
- ✓ التعرف على مدى تبني مديرية الصيانة سونطراك –بسكرة– للمسؤولية الاجتماعية وأبعادها.
- ✓ تقديم بعض التوصيات والإقتراحات التي يمكن أن تساعد على تحسين أداء مديرية الصيانة سونطراك –بسكرة– وإكتسابها المسؤولية الإجتماعية.

ز –منهج الدراسة:

نظرا لطبيعة الدراسة وتماشيا مع الموضوع ولتحقيق أهدافه والوصول إلى النتائج المرجوة منه، من الضروري السير وفق منهج واضح ومحدد، وبما أن الدراسة تتكون من جزئيين جزء نظري وجزء تطبيقي فإن ذلك يستوجب الإعتماد على المنهج الوصفي في الجزء النظري نظرا لوصف الخلفية النظرية للبحث وحتى نتمكن من الإجابة عليه والإلمام به وإختبار الفرضيات المعتمدة والتطرق إلى المفاهيم المتعلقة بالإبداع التكنولوجي والمسؤولية الإجتماعية والعلاقة بينهما.

أما الدراسة التطبيقية فسنعتمد على منهج دراسة الحالة، من خلال الإعتماد على الإستبيان كأداة لجمع البيانات.

ح-الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات التي مست موضوع بحثنا، وسوف نحاول تسليط الضوء على بعضها من الأقدم إلى الأحدث كما يلي:

1. **دراسة صالح مهدي محسن العامري (2005)** بعنوان: "**العوامل التكنولوجية والتنظيمية المؤثرة في الإبداع التكنولوجي**"، وقد أجريت هذه الدراسة على عينة من الشركات الصناعية الأردنية، كما هدفت إلى توضيح مفهوم الإبداع التكنولوجي وما يتعلق به من مفاهيم نظرية وتحديد أثر بعض العوامل التنظيمية في الإبداع التكنولوجي مثل دعم الإدارة العليا والتحفيز وغيرها، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:
   - ✓ إن نشاط الإبداع التكنولوجي هو عنصر من عناصر المنافسة الأساسية في عالم اليوم، لأن الإقتصاد العالمي هو إقتصاد معرفة، حيث لم تعد عناصر المنافسة التقليدية مثل الجودة والإنتاجية العالية كافية لإختراق الأسواق أو الإحتفاظ بالحصة السوقي، على هذا الأساس لا بد من الإهتمام بالإبداع التكنولوجي ورصد أموال كافية مع دعم لأقسام البحث والتطوير.
   - ✓ هناك علاقة قوية بين وجود قسم للبحث والتطوير وبين الإبداع التكنولوجي، وهذا شيء مهم يثبت أن الإستثمار في عمليات البحث والتطوير يمكن أن يحقق ميزات مهمة للشركات الصناعية الأردنية.
2. **دراسة أكرم أحمد الطويل ورغيد إسماعيل بعنوان "العلاقة بين أنواع الإبداع التقني وأبعاد الميزة التنافسية"(2007)** ، وقد أجريت على عينة من الشركات العراقية الصناعية كما هدفت هذه الدراسة إلى زيادة المعرفة لدى المدراء والعاملين في الشركات قيد البحث عن مفهوم وأنواع الإبداع التقني فضلا عن مفهوم وأبعاد الميزة التنافسية وقد توصلت هذه الدراسة إلى وجود علاقة إرتباط ذات دلالة معنوية بين انواع الإبداع التقني مجتمعة وأبعاد الميزة التنافسية مجتمعة في الشركات قيد البحث.
3. **دراسة زيود بعنوان المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة بالاردن (2013)، وهدفت** هذه الدراسة إلى تبيين مدى إلتزام البنوك العاملة في الأردن بمسؤوليتها الإجتماعية تجاه المجتمع الخارجي والداخلي للعاملين فيها حيث تم تحليل قيمة المساهمات النقدية للمجالات الإجتماعية كقيمة مطلقة وكذلك نسبة صافي الارباح ومدى إنتشار فروع البنوك خارج العاصمة للمساهمة في التنمية وخدمة العملاء، وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن البنوك تتحمل مسؤوليتها فيما يتعلق بالمجتمع المحلي وهو ضمن سياستها وخططها وذلك من أجل التنمية المستدامة أما فيما يتعلق بالبعد الداخلي فتبين أن هناك تقصيرا فيما يتعلق بالمبالغ المنفقة على العاملين بالإضافة إلى عدم الإهتمام بتدريب وتطوير العاملين.
4. **دراسة كوثر فضل يوسف موسى (2016)** بعنوان: "**دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الإجتماعية دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات الفلسطينية**"، سعت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى قوة إستخدام المؤسسة لوسائل تكنولوجية حديثة بغية تحقيق المسؤولية الإجتماعية، وقد توصلت هذه الدراسة

إلى انه توجد علاقة إرتباط طردية بين ممارسة المؤسسة للإبداع التكنولوجي وبين المسؤولية الإجتماعية بمختلف انشطتها.

ط- الفرق بين هذه الدراسة والدراسات السابقة:

تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في كونها تتعرض لدراسة حالة بمديرية الصيانة سونطراك – بسكرة- بالإضافة إلى أنها سوف تتم في ظل ظروف مجتمعية وبيئية تكنولوجية تختلف عن بيئة الدراسات السابقة.

ي-هيكل الدراسة:

طبقا للإشكالية العامة للبحث والتساؤلات المختلفة المترتبة على الإشكالية العامة ومع الأخذ بالفرضيات التي ينطلق منها البحث فإننا نرى أن نتناول هذا البحث من خلال خطة محددة حيث تنقسم دراستنا إلى مقدمة وخاتمة وثلاثة فصول، تطرق الفصل الأول إلى الإطار النظري للإبداع التكنولوجي من خلال ثلاثة مباحث جاء الأول بعنوان ماهية الإبداع التكنولوجي والثاني بعنوان أنواع الإبداع التكنولوجي والثالث بعنوان متطلبات الإبداع التكنولوجي، أما الفصل الثاني فتطرق إلى علاقة الإبداع التكنولوجي في تحقيق أبعاد المسؤولية الإجتماعية من خلال ثلاث مباحث جاء الأول بعنوان مفهوم المسؤولية الإجتماعية وتطورها والثاني بعنوان مجالات وأبعاد المسؤولية الإجتماعية والثالث بعنوان تأثير الإبداع التكنولوجي في تحقيق أبعاد المسؤولية الإجتماعية، أما الفصل الثالث تطرق إلى دراسة حالة لمؤسسة سونطراك مديرية الصيانة-بسكرة-من خلال ثلاث مباحث جاء الأول بعنوان تقديم لمديرية الصيانة سونطراك -بسكرة-، والثاني بعنوان الإطار المنهجي للدراسة الميدانية والثالث بعنوان عرض وتحليل نتائج الدراسة.

الفصل الأول:

الإطار النظري للإبداع التكنولوجي

الفصل الأول: الإطار النظري للإبداع التكنولوجي

تمهيد:

تعيش المؤسسات وسط متغيرات وتحديات تكنولوجية عديدة ومتلاحقة، مما يجعلها بحاجة إلى تطوير عملياتها الإدارية وإستراتيجياتها التنافسية كي تضمن بقاءها وإستمرارها في تحقيق أهدافها الربحية والمجتمعية، ويعتبر الإبداع في المجال التكنولوجي من بين الرهانات التي تعول عليها المؤسسات في المرحلة الحالية من أجل التكيف مع متطلبات السوق، وفي مقدمتها الجودة الشاملة، والأداء المتميز، والإستجابة السريعة في التعامل مع مشاكل المنتوج وشكاوي العملاء، لذلك أصبح من الضروري أن تأخذ المؤسسات بمفهوم الإبداع التكنولوجي والحث عليه في مقدمة الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها واستغلاله بشكل يتيح لها الصمود في ظل التغيرات الحالية.

وفي هذا السياق ومن أجل إعطاء فكرة عن الإبداع التكنولوجي سوف نتطرق في هذا الفصل إلى المباحث التالية:

-المبحث الأول: ماهية الإبداع التكنولوجي

-المبحث الثاني: أنواع الإبداع التكنولوجي

-المبحث الثالث: متطلبات الإبداع التكنولوجي

المبحث الأول: ماهية الإبداع التكنولوجي

إن التقدم التكنولوجي ووقعه المتسارع والمستمر، وما نتج عنه من تغير في إهتمامات الزبائن وأذواقهم، وفي أساليب العمل داخل المؤسسات، يجعلنا نتسائل عن مفهوم الإبداع التكنولوجي ومصادره وماهي أهم العوائق التي تواجهه.

المطلب الأول: مفهوم الإبداع التكنولوجي

إن تطرقنا إلى مفهوم الإبداع التكنولوجي يضعنا أمام معرفة مصطلحين اثنين هما الإبداع والتكنولوجيا، حيث أنه حتى القرن الماضي كان ينظر إلى الإبداع على أنه هبة وقدرة فطرية وليس شيء يمكن لنا جميعا تعلمه والإلتزام به ويرجع الفضل إلى آليكس أوزبورن (Alex Osborn) في جعل الإبداع علما تطبيقيا وبالتالي أكثر نفعا للمؤسسات الإقتصادية[1].

الفرع الأول: مفهوم الإبداع

وقد تعددت التعاريف التي أوردها الباحثون لتحديد معنى الإبداع ويمكن عرض أهمها فيما يلي:

- ✓ عرف الإبداع في دليل أوسلو الذي نشر في عام 1997 من قبل OECD على أنه: "العملية التي تؤدي إلى فكرة منتج أو عملية جديدة"[2].
- ✓ عرف إدوارد دي بونو (Edward de Bono) الإبداع بأنه: "أسلوب عقلاني ومنطقي نحو فكر جديد له أدواته وتقنياته في ابتكار وظهور أفكار جديدة"[3].
- ✓ يعرفه الكاتب هارمون (Harmon) 1955 أنه: "العملية التي ينتج عنها شيء جديد سواء كان هذا الشيء فكرة أو موضوعا او شكلا جديدا او انتقالا من عناصر قديمة الى أخرى جديدة"[4].
- ✓ ويعرف بأنه: "انعكاس لذكائنا الإبداعي"[5].
- ✓ وكذلك أنه: "البراعة والتخيل لخلق منهج جديد للأشياء وإيجاد الحلول الفريدة للمشكلات"[6].

---

[1] بيتر فيسك، ترجمة أحمد الطاهر، محمد حسن قناوي، **عبقرية الإبداع لقادة الأعمال يعبرون الحدود ويغيرون قواعد اللعبة**، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2014، ص108.

[2] Boukhalfa Ben amar, **Innovation Et Economie De Marché En Algérie: Cas Des IAA**, Cahiers Du Cahiers Du Cread N°72, 2005, P33.

[3] رمضان حسين رمضان الشيخ، **الإستراتيجيات العملية لتعلم الإبداع والإبتكار**، ط1، بوتيك سيتي للنشر والتوزيع، مصر، 2009، ص86.

[4] محمد زويد العتيبي، **الطريق الى الابداع والتميز الاداري**، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2007، ص28.

[5] آلان جي روو، ترجمة: عادل محمود الرشيد، **الذكاء الإبداعي: الإمكانات والقدرات**، ط2، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2008، ص4.

[6] سيد محمد جاد الرب، **إدارة الإبداع والتميز التنافسي**، دار الكتب المصرية، مصر، 2013، ص209.

- ✓ ويعرف أيضا أنه: "ذلك النشاط الذي يستند إلى التفكير الإبداعي الذي يتسم بالجدة ويتضمن توليد أو خلق أفكار جديدة أو إيجاد علاقات لم تكن معروفة أي إيجاد شيء لم يكن موجودا من قبل أو تقديم أفكار لم يتطرق اليها أحد من قبل وتساهم في تطوير الحياة وتحسينها"[1].
- ✓ والإبداع بمفهومه العام يعرف أنه: "عملية تنظيمية جماعية تهدف إلى ضمان تبني تغييرات جديدة على المنظمة أو المنظمات ذات الأهداف المتشابهة تتمثل في مدخلات جديدة للمنظمة (إختراعات وأفكار) أو تحفيز أعضاء المنظمة على تقديم مقترحات للتغيير (التكنولوجي والإداري) من خلال توفير المناخ المناسب لضمان النجاح في تقديم مخرجات جديدة لتحقيق إشباع حاجة ما"[2].

الفرع الثاني: علاقة الإبداع بالتكنولوجيا

إن تعرضنا لمفهوم الإبداع التكنولوجي يستوجب تقديم بعض التعاريف الخاصة بالتكنولوجيا وهو ما سنتطرق إليه في هذا الفرع كما يلي:

أولا: تعريف التكنولوجيا

إن مصطلح التكنولوجيا هو تعريب لكلمة (Technology) وهي كلمة يونانية تتكون من مقطعين (Techno) والتي تعني الفن، و(Logos) التي تعني علم وعليه فإن التكنولوجيا تربط ذهن الإنسان وإبداعه الفكري أو خياله العلمي بالتطبيق المادي وكل ذلك يكون من خلال معالجة هادفة لإحداث تحولات في كل من الأسلوب والوسيلة معا[3].

تعرف التكنولوجيا انها: "مجموعة من العمليات المادية أو الملموسة يتم من خلالها تحويل المدخلات إلى مخرجات، ومعارف والمهارات"[4].

وتعرف كذلك بأنها: "ذلك الجهد الإنساني وطريقة للتفكير في استخدام المعلومات والمهارات والخبرات والعناصر البشرية وغير البشرية المتاحة فى مجال معين وتطبيقها في اكتشاف وسائل تكنولوجية لحل مشكلات الإنسان وإشباع حاجاته وزيادة قدراته"[5].

---

[1] سليم إبراهيم الحسنية، **الإدارة بالإبداع نحو بناء منهج نظمي**، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2009، ص11.

[2] طارق عبد الحميد السامرائي، **إتجاهات جديدة للإدارات والقيادات التعليمية في رعاية الإبداع التربوي**، ط1، دار الإبتكار للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2013، ص41-42.

[3] معروف هوشيار، **تحليل الإقتصاد التكنولوجي**، ط1، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص24.

[4] Shahid Yusuf, M. Anjum Altaf, Kaoru Nabeshima, **Global Production Networking And Technological Change In East Asia**, World Bank Publications, First Printing, Washington, USA: The International Bank For Reconstruction And Developmen, 2004, P354.

[5] نور الدين جليد، محمد الصالح زويتة، **الإبداع التكنولوجي كدعامة لرفع كفاءة أداء المؤسسات البنكية**، الملتقى الدولي: الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة- دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولية-، جامعة سعد دحلب، البليدة، الجزائر، 18-19 ماي 2011، ص5.

وتعرف كذلك أنها: "تطبيق الحقائق والقوانين المفسرة للظواهر وعلاقاتها التي اكتشفها العلم"[1].

ثانيا: تعريف الإبداع التكنولوجي

إن مصطلح الإبداع التكنولوجي أستعمل بالمعنى الحديث لأول مرة من قبل الإقتصادي Josef Schumpeter سنة 1939 بقوله أن الإبداع التكنولوجي هو: "التغيير المنشأ أو الضروري"[2].

ويعرف الإبداع التكنولوجي كذلك بأنه: "تلك العملية التي تتعلق بالمستجدات الإيجابية والتي تخص المنتجات بمختلف أنواعها وكذلك أساليب الإنتاج"[3].

كما يعرف بأنه: "عملية تحويل الفكرة الى سلعة أو خدمة لتحقيق رضا الزبون، وأنه نتيجة تكوين منتج جديد والناتج من عملية التعلم وتعزيز المعرفة والخبرة وتطوير المقدرات البشرية بشكل مختلف عن ما هو موجود حاليا"[4].

والإبداع التكنولوجي هو: "عملية تتطلب التعاون والتنسيق بين عدد من الأنشطة المتداخلة في المؤسسة من أجل استخدام وتبني الأفكار الجديدة والتطورات التكنولوجية بإعتماد أساليب علمية نظامية لغرض تقديم خدمة أو سلعة جديدة بالنسبة للمؤسسة أو تحسينها لغرض تحقيق أهداف المؤسسة في البقاء والنمو وجعلها أكثر قدرة على المنافسة"[5].

المطلب الثاني: مصادر الإبداع التكنولوجي وعوائقه

تعتمد إمكانيات المؤسسة في إبقاء مستوى تنافسيتها على عدة عوامل محددة لهذه التنافسية ومجموعة من المصادر، وعلى الرغم من أن الإبداع يعد مهما للمؤسسات سواء لبقائها أو نموها أو زيادة الفرص التنافسية لها، إلا أن هناك معوقات سنتعرف عليها من خلال هذا المطلب كالتالي:

الفرع الأول: مصادر الإبداع التكنولوجي

من العوامل المحددة لتنافسية المؤسسة نذكر اليقظة التكنولوجية وتتمثل في مراقبة المؤسسة لمحيطها والبحث واستخدام بعض المعلومات ذات الطابع الإستراتيجي، ويمكن لها اتخاذ قرارات جيدة، هذه المعلومات

---

[1] نجم عبود نجم، **القيادة وإدارة الإبتكار**، ط2، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص438.

[2] Randall Morck Et Yeung Bernard, **Les Déterminants Economiques De l'innovation**, Ottawa :Industrie Canada, Document Hors Série N°25, Janvier 2001, P1.

[3] Said Oukil, **Economie Et Gestion De l'innovation Technologique**, Office Des Publications Universitaires, Alger, 1994, P17.

[4] نادية لطفي عبد الوهاب، **ممارسات إدارة الجودة الشاملة وانعاكسها على الابداع بحث تطبيقي في مصرف الشرق الأوسط العراقي للإستثمار**، مجلة العلوم الإقتصادية والإدارية، المجلد 23، العدد 100، جامعة بغداد الباحث، العراق، 2017، ص181.

[5] خالد بن يامين، **الإبداع التكنولوجي كأداة لرفع تنافسية المؤسسات الجزائرية**، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في إدارة الاعمال، المدرسة الدكتورالية للإقتصاد وإدارة الأعمال، تخصص: إستراتيجية المؤسسة، جامعة وهران، 2013، ص50.

تمثل أحد المصادر لخطوات الإبداع التكنولوجي، فانتباه المؤسسة لمحيطها ضروري إذا كانت تريد زيادة فاعليتها مقارنة بالمنافسين[1].

ويمكن حصر مصادر المعارف المرتبطة بالإبداع التكنولوجي تقليديا في مصدرين وهما كالتالي:

أولا: البحث والتطوير

عرف البحث بأنه: "النشاط الذي يسعى لتطوير المعرفة"، أما التطوير فهو: "العملية التي تحول الأفكار الجديدة إلى نجاحات تجارية"، بينما البحث والتطوير فيعرف بأنه: "اكتشاف وتعزيز المعرفة وتوليد الأفكار والمفاهيم الجديدة وتطويرها"[2].

فالبحث والتطوير يتضمن جميع أعمال الإنشاء المهيكلة بهدف توسيع المعارف واستعمالاتها وبغية تطوير تطبيقات جديدة، فحسب الجرد الدائم للإمكانيات العلمية البلجيكية والمعد بتاريخ 1994/06/14 يتبين أن: "البحث يتضمن نشاطات الإنشاء المعدة بهدف تعظيم المعارف العلمية والفهم العلمي، التطوير يتضمن أيضا أعمال الخلق المعدة دوريا (مهيكلة) بهدف استغلال نتائج البحث لإنتاج مواد أو/و منتجات جديدة أو محسنة بقوة، نفس الشيء لتطوير تطبيقات، أساليب أو أنظمة جديدة أو محسنة بقوة، المعايير الأساسية تسمح بتمييز البحث والتطوير عن النشاطات الأخرى المرتبطة بزيادة مخزون المعارف وحضور عنصر الجدة، وإرادة إيجاد حل لعدم التأكد العلمي والتكنولوجي، ويعتبر جديد للمؤسسة باستثناء المعارف التي يصل إليها العامة (The state of the art) النشاطات التي لا تنتمي إلى هذه الفئة وهي الرسومات الصناعية، الأدوات، الهندسة الصناعية، قبل الإنتاج، اختبار التوحيد".

ثانيا: إقتناء تكنولوجيات متطورة من الخارج

يمكن دعم الإبداع التكنولوجي باقتناء تكنولوجيات متطورة من الخارج تشمل[3]:

- ✓ إقتناء تجهيزات تكنولوجية متقدمة.
- ✓ إقتناء براءات الاختراع، تراخيص، علامات وخدمات تكنولوجية.
- ✓ إقتناء برامج متقدمة أو البرامج المعدة خصيصا.
- ✓ وهناك مصادر أخرى مثل: التعاون مع مؤسسات أخرى ومنظمات بحث، نشاطات أخرى مرتبطة بزيادة المعارف.

---

[1] محمد الطيب دويس، **براءة الإختراع مؤشر لقياس تنافسية المؤسسات والدول "حالة الجزائر"**، رسالة ماجستير، فرع دراسات إقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2005، ص43.

[2] يسرى محمد حسين، **علاقة الإبداع التقني برضا الزبون (الضيف)**، مجلة الإدارة والإقتصاد، العدد 81، قسم السياحة وإدارة الفنادق، الجامعة المستنصرية، العراق، 15 فيفري 2010، ص132-133.

[3] محمد الطيب دويس، مرجع سابق، ص44.

الفرع الثاني: عوائق الابداع التكنولوجي

هناك معوقات تواجه عملية الإبداع التكنولوجي يمكن تقسيمها إلى ثلاث فئات: عوائق إقتصادية، عوائق إجتماعية، وعوائق تقنية، وهي كالتالي[1]:

أولا: على المستوى الإقتصادي

يمثل عائق قلة الموارد المالية أهم العوائق الإقتصادية التي تواجه عملية الإبداع التكنولوجي سواء على مستوى المؤسسات أو الهيئات العلمية، فضعف المخصصات المالية لا يسمح بالقيام ببحوث متقدمة بغية تحقيق إبداعات تكنولوجية، إضافة إلى ذلك عادة ما تكون هذه الإبداعات ذات مردودية غير كافية، خاصة إذا تمت الإبداعات على مستوى الهيئات العلمية (جامعات، مراكز البحث) بحيث لا تجد من يجسدها في الواقع الإقتصادي، ويعبر نقص المعلومات عن مستوى المخاطر الاقتصادية والمالية التي يمثلها إدخال إبداع تكنولوجي جديد إلى السوق، إضافة إلى عامل التكاليف العالية للتجهيزات المستعملة في الإنتاج أو التطوير والتي تحد من عملية الإبداع التكنولوجي.

ثانيا: على المستوى الإجتماعي

تتمثل أهم العوائق التي تحد من الإبداع التكنولوجي على المستوى الاجتماعي، الاتصال السيئ بين أقطاب المؤسسة (الإدارة، مساهمين، عمال، نقابة)، بحيث لا تتضافر جهودهم في اتجاه واحد مساعد على الإبداع التكنولوجي، بالإضافة إلى مدى تقبل المستخدمين لفكرة جديدة في الإنتاج لأنهم يرون فيها تهديداً لمناصبهم أو تخفيض في الأجور، لذلك يجب توعيتهم بضرورة الإبداع التكنولوجي لضمان مستقبلهم ومستقبل المؤسسة.

ويمثل مستوى الإستعداد لدى إطارات المؤسسة للقيام بهذه المهمة واحتضانها، عاملا حاسما لنجاح الإبداع التكنولوجي في المؤسسة، وتترجم مخاوف المستخدمين بصفة عامة في نوعية عقود العمل التي تطبقها المؤسسات الإقتصادية والتي لا تضمن مستقبلهم في حالة وقوع أزمات للمؤسسة أو في حالة تحقيقها الأرباح كبيرة، ويمثل إصلاح هذه العقود أحد أهم الحوافز التي تشجع المستخدمين والإطارات خاصة على القيام بالإختراعات والإبداع التكنولوجي.

ثالثا: على المستوى التقني

يمثل القيام بإبداع تكنولوجي مجازفة كبيرة تنطوي على عدة مخاطر سواء على المستوى التجاري، المالي أو التقني، لذلك فهذه المخاطر خاصة التقنية تعتبر أحد العوائق التي تقف في وجه الإبداع التكنولوجي، إضافة إلى أن القيام بها يحتاج يد عاملة تقنية مؤهلة بحيث تعتبر أحد العوامل التي يتوقف نجاح الإبداع التكنولوجي

[1] عبد الله حسن مسلم، **الإبداع والإبتكار في التنظيم والتنسيق**، ط1، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2015، ص69-71.

عليها إضافة لتوفر تكوين ملائم، وتعتبر تركيبة التجهيزات الجديدة عائق يحد من عملية الإبداع التكنولوجي نظرا لنقص الخبرة.

المطلب الثالث: أهمية الإبداع التكنولوجي وأهم أهدافه وخصائصه

سنتطرق خلال هذا المطلب إلى أهمية الإبداع التكنولوجي وأهدافه وكذلك إلى خصائصه التي يتميز بها وهذا كالتالي:

الفرع الأول: أهمية الإبداع التكنولوجي

لم ينتبه مسيري منظمات الأعمال لأهمية الإبداع التكنولوجي إلا خلال العشرية الأخيرة، بعدها تقبلوا ضرورة الإبداع لأهميته، هذا التغيير راجع لسببين[1]:

السبب الأول هو ازدهار اقتصاديات الدول التي دعمت الإبداع التكنولوجي مقارنة بالدول التي وقفت عائق في وجه الإبداع، والسبب الثاني هو المؤسسات التي تنفق كثيرا على البحث والتطوير تتحصل على نتائج مالية جيدة.

وتبرز أهمية الإبداع التكنولوجي من خلال:

- ✓ الإبداع التكنولوجي يعتبر أن التنافس على امتلاك التكنولوجيا أكثر تطورا أسبق من التنافس على إنتاج منتجات ذات جودة عالية وتسليمها في آجال قياسية، ذلك أن التنافس الأول هو السبيل لتحقيق التنافس الثاني بل إنه لم يعد هناك مجال للحديث عن قدرة تنافسية بتكنولوجيا بالية.
- ✓ الإبداع التكنولوجي يرمي إلى دعم القدرة الفنية للمنظمة بصورة مستمرة وبالتالي ضمان وضعها الحالي.
- ✓ تبرز أهمية الإبداع التكنولوجي من خلال خفض التكاليف وزيادة أرباح المنظمة عن طريق تصريف منتجاتها الجديدة.
- ✓ يلعب الإبداع التكنولوجي أهمية في تنمية الرأسمال البشري من خلال تأهيله وتدريبه على المعارف التكنولوجية وعمليات البحث والتطوير.

[1] محمد عبد الله شاهين محمد، **الإقتصاد المعرفي وأثره على التنمية الإقتصادية للدول العربية**، ط1، دار حميثرا للنشر والترجمة، القاهرة، مصر، 2018، ص235-236.

الفرع الثاني: أهداف الإبداع التكنولوجي

من المفترض دائما أن كل إبداع تكنولوجي لابد أن يسفر بطريقة تلقائية عن تأثير مرغوب فيه (عائد إقتصادي) سواء من وجهة نظر المبدع أو من تبنى الإبداع أو المجتمع ككل، وهذا الخط الفكري يقوم على الروابط التالية[1]:

- ✓ تسفر التأثيرات المادية لجميع الإبداعات التكنولوجية إما عن منتجات جديدة (الأمر الذي يعني مزيدا من الأرباح، وكفاءات أعلى في الإنتاج)، أو عمليات إنتاجية جديدة (الأمر الذي يؤدي إلى ارتفاع الإنتاجية).
- ✓ أن الإرتفاع في الإنتاجية يعني الإنخفاض في تكلفة الوحدة من الناتج.
- ✓ أن الإنخفاض في تكلفة الوحدة من الناتج يسفر عن ارتفاع الأرباح ونمو المؤسسات، الأمر الذي يشكل الدوافع الرئيسية من أجل جهود أخرى لإنتاج المزيد من الإبداعات التكنولوجية.
- ✓ أن الإرتفاع في الإنتاجية يعني زيادة الناتج الكلي بنفس القدر من الموارد، الأمر الذي يعني الحفاظ على الموارد في المجتمع.
- ✓ إن المزيد من الإبداعات التكنولوجية والانتشار السريع لها تعتبر أهدافا إجتماعية مرغوب فيها، وهذا يعني أن هناك تطابق بين أهداف المؤسسة وبين أهداف المجتمع ككل.
- ✓ بما أن نتائج الإبداعات التكنولوجية قد تحققت بالكامل يصبح هناك تطابق بين الأهداف المرجوة والنتائج الفعلية.

وتتفق معظم المؤسسات على هذه الأهداف النهائية التي تسعى لتحقيقها من أجل تحسين الأداء الإقتصادي لها في شكل زيادة في الإيرادات أو تخفيض في التكاليف.

الفرع الثالث: خصائص الإبداع التكنولوجي

يمكن إبراز مجموعة من الخصائص التي يتميز بها الإبداع التكنولوجي، أهمها[2]:

- ✓ هو محصلة عملية البحث والتطوير أي أن المعارف الجديدة المتحصل عليها هي نتيجة هذه العملية.
- ✓ هو التكامل الوظيفي بين الهندسة الإنتاجية الجديدة، السوق، المنتج، المورد، والتسويق.
- ✓ هوعملية تتسم بالإستمرارية في جوانب كثيرة: الإنتاج، التنظيم، المنتجات، المعلومات، التقنيات.
- ✓ هو تجسيد الأفكار المتوصل إليها من عملية البحث والتطوير ميدانيا على أرض الواقع.

[1] سعيد يس عامر، **الإدارة وتحديات التغيير**، مركز وايد سيرفيس للإستشارات والتطوير الإداري، مصر، 2001، ص694-695.

[2] محمد عبد الله شاهين محمد، مرجع سابق، ص235.

- ✓ هو تطبيق معارف تكنولوجية فنية جديدة معترف بها، معنى هذا أن كل جديد يقوم على معلومات غير دقيقة يؤدي إلى نتائج غير فعالة رغم جاذبيتها من حيث الجمال أو غير ذلك، لا يعتبر تجديدا تكنولوجيا.
- ✓ أن يكون مرتبطا بالإنتاج والإنتاجية، بحيث أن كل إبداع لا يؤدي إلى تحسين في عملية الصنع أو استخدام عناصر الإنتاج ولا في توفر منتجات جديدة أو تحسين المتواجدة لا يعتبر إبداعا تكنولوجيا بالمعنى الصحيح[1].
- ✓ أن المجهودات الإبداعية المبذولة دون الوصول إلى التحكم أو تقليل التكاليف ليست إبداعات تكنولوجية، والنقطة الأساسية هنا هي أن الإبداع التكنولوجي يحمل في طياته المنافسة في التكلفة النهائية وسعر البيع، فالأسلوب الفني الذي لا يخفض من تكلفة الإنتاج الوحدوية لا يستطيع أن يضمن ازدهار المؤسسة.
- ✓ أن الإبداع التكنولوجي بدون إنتشار في الأسواق يكون محدود الكفاءة والفعالية فحسب النظرة الشومبيترية فإن الإبداع التكنولوجي عامل أساسي في المنافسة وبالتالي في ديناميكية السوق الحرة وحتى تتحقق التنمية الإقتصادية لابد أن يكون له آثارا أوسع ما يكون[2].

المبحث الثاني: أنواع الإبداع التكنولوجي

يتضمن الإبداع تشكيلة من التغييرات التنظيمية في مجالات متعددة بالمؤسسة وأن أي إبداع تكنولوجي تصاحبه تغييرات إدارية وتنظيمية عديدة إذ لا يقتصر الإبداع في إضافة الجديد للمنتج النهائي فحسب، فقد تكون الجدة في الأساليب والإجراءات وغيرها.

لقد قدمت تصنيفات عديدة للإبداع حسب خصائص أو طبيعة أو مجال الإبداع أو دلالاته المختلفة بوصفها ظاهرة معقدة المضامين وواسعة الأبعاد.

وللتعمق في فهم الإبداع التكنولوجي وجب تحديد أنواعه، وبالنظر إلى أراء الباحثين والكتّاب بالأخص الاقتصادي (Joseph Schumpeter) يتضح وجود عاملين أساسي يتم الاعتماد عليهما في تحديد أنواعه على النحو الآتي:

العامل الأول: يتمثل في طبيعة الإبداع التكنولوجي في حد ذاته.

العامل الثاني: فهو درجة الإبداع التكنولوجي.

---

[1] السعيد أوكيل، **وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص111.

[2] محمد قريشي، **الإبداع التكنولوجي كمدخل لتعزيز تنافسية المؤسسات الوطنية**، مجلة البحوث والدراسات، عدد6، جامعة محمد خيضر، بسكرة، جوان 2008، ص136.

المطلب الأول: حسب طبيعة الابداع التكنولوجي

ويقسم إلى نوعين هما: الإبداع التكنولوجي للمنتج أي تطوير المنتج وتحسينه، والإبداع التكنولوجي للطريقة الفنية للإنتاج أي أن الإبداع يكون على مستوى العملية الإنتاجية ووسائل الانتاج.

وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المطلب كما يلي:

الفرع الأول: الإبداع التكنولوجي للمنتج

سنتطرق خلال هذا الفرع إلى مفهوم الإبداع التكنولوجي للمنتج وتصنيفاته كالتالي:

أولا: مفهوم الإبداع التكنولوجي للمنتج

- ✓ "إبداع المنتج هو ذلك الإبداع الذي يظهر في صورة منتجات (سلع أو خدمات) جديدة أو محسنة على مستوى الخصائص الأساسية، التقنية، الإستعمالات المحتملة، تسهيل الإستخدام ومكونات أخرى غير مادية، ولا يأخذ بعين الاعتبار التحسينات الجمالية للمنتج"[1].
- ✓ "إبداع المنتج هو ذلك الإبداع الذي يخص تصميم المنتج (مواد، تجهيزات، أدوات...) وتعنى وضعه حيز التنفيذ أو تسويق جديد، أو تحسينه على المستوى التكنولوجي أو أقل خاصية من خصائصه، أي إحداث التغيير في مواصفات المنتج أو خصائصه لكي تلبي بعض الرغبات أو تشبع بعض الحاجات بكيفية أحسن"[2].
- ✓ "إبداع المنتج هو الإبداع الذي يتجه نحو إدخال منتجات جديدة الى السوق أو تحسين منتجات قائمة"[3].

أي أن إبداع المنتج يأخذ شكلين منتج جديد تماما أو مطور ويرتكز بالأساس على المحتوى التكنولوجي.

من خلال ما سبق يمكن القول بأن: "إبداع المنتج هو ذلك المنتج الجديد أو المطور في المنتجات والذي يكون ظاهرا للزبائن".

ثانيا: تصنيفات الإبداع التكنولوجي للمنتج

يصنف إبداع المنتج الى نوعين:

أ-تقديم منتج جديد: حسب (Dartmple & Parsons) هو: "عملية إيجاد فكار عن سلع وخدمات جديدة وتحويلها إلى إضافات في خطوط الإنتاج المقدمة بحيث تكون ناجحة من الناحية التجارية أو التسويقية".

---

[1] بن بريكة عبد الوهاب، بن التركي زينب، **مساهمة الإبداع التكنولوجي في تدعيم المركز التنافسي للمنظمة**، الملتقى الدولي حول: الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، جامعة البليدة، الجزائر، 12-13 ماي 2010، ص7.

[2] محمد عجيلة، مصطفى بن نوي، **دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق الميزة التنافسية أفكار ومناهج**، الملتقى الدولي: الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، مخبر البحوث في الإبداع والتغيير التنظيمي والمؤسساتي، جامعة البليدة، الجزائر، 12-13 ماي 2010، ص4.

[3] حسين وليد حسين، **علاقة وأثر القيم الشخصية بتعزيز العمليات الإبداعية للمورد البشري: دراسة إستطلاعية**، المؤتمر الدولي الاول: للعلوم التطبيقية ICAS 2013، الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية، غزة، فلسطين، 24-25 سبتمبر 2013، ص163.

من خلال هذا التعريف يتبين لنا بأن أساس تقديم المنتج الجديد هو نتيجة تحويل الأفكار في شكل مخرجات، تقدم إضافات إلى خطوط الإنتاج تختلف كليا عن المنتجات الحالية (القديمة)، وعليه فإن مصادر الحصول على أفكار جديدة نلخصها في النقاط التالية[1]:

- ✓ **بحوث التسويق:** أصبحت هذه البحوث مصدرا أساسيا لأي مؤسسة للحصول على أفكار المنتجات الجديدة والتي تعكس رغبات وأذواق المستهلكين.
- ✓ **البحث والتطوير:** أنشطة البحث والتطوير تعتبر أساسية في أي عملية إبداعية، وذلك حتى تمكن المؤسسة من تقديم منتجات جديدة لتلبية حاجات ورغبات الزبائن.

ب-تحسين المنتج الحالي (القديم): حسب (Kotler & Armostrong) فهذا الإبداع هو تطوير منتجات أصيلة، وتحسينات المنتج، وتعديلات المنتج، وعلامات تجارية تطورها المؤسسة من خلال جهودها في الأبحاث والتطوير.

من خلال ما سبق يمكن القول: إن تحسين المنتج الحالي (القديم) يتم من خلال إدخال تغيرات جزئية إلى أحد العناصر المكونة له، بالتالي ليس هناك منتج يمكن أن يستمر في السوق لمدة طويلة دون إجراء تغييرات عليه، وبالتالي فإن كل مؤسسة لا تعمل على تطوير أو تحسين منتجاتها فإنها ستواجه خطر التقادم والإنهيار مقارنة بالمؤسسات الأخرى المنافسة.

الفرع الثاني: الإبداع التكنولوجي لطريقة الإنتاج

هناك عدة تسميات لهذا النوع من الإبداع فهو إبداع الأساليب الإنتاجية أو إبداع العملية الإنتاجية، ولكنها كلها تتعلق بالطريقة الإنتاجية، وسنتطرق خلال هذا الفرع إلى تعريفه ومكوناته وأهدافه كالتالي:

أولا: تعريف الإبداع التكنولوجي لطريقة الإنتاج

هناك العديد من الباحثين الذين تطرقوا لتعريف الإبداع التكنولوجي لطريقة الإنتاج نذكر من هذه التعاريف ما يلي:

- ✓ "إبداع طريقة الإنتاج هو الإبداع الذي يقصد به تطوير عمليات جديدة لتصنيع منتجات جديدة"[2].
- ✓ "إبداع طريقة الإنتاج يقصد به الإبداع الذي يظهر في صورة عمليات مطورة داخل المؤسسة"[3].

---

[1] عبد الرؤوف حجاج، **دور الإبداع التكنولوجي في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الإقتصادية دراسة مقارنة بين وحدات مؤسسة كوندور ببرج بوعريريج بإستخدام أسلوب تحليل مغلف البيانات خلال الفترة 2004-2013**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2015، ص26.

[2] جميلة الجوزي، **دور الإبداع التكنولوجي في تعزيز القدرة التنافسية للدول العربية**، مجلة العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، العدد 11، جامعة الجزائر 3، 2011، ص277.

[3] جيمس هيجنز، ترجمة إصدارات بميك، **100 طريقة إبداعية لحل المشكلات الإدارية**، مركز الخبرات المهنية للإدارة- بميك، مصر، 2001، ص29.

- ✓ "إبداع طريقة الإنتاج هو الإبداع الذي يركز على استحداث عمليات جديدة وبطريقة تؤثر في كمية الإنتاج وجودته أو في صورته تحسين للعملية الإنتاجية القائمة"[1].
- ✓ "إبداع طريقة الإنتاج هي الأنشطة التي تعمل على تحسين أو تحويل العمليات المستخدمة في إنتاج السلع والخدمات، مما يؤدي إلى تحقيق وفورات في التكاليف، وتقليل الوقت، وتحسين الجودة، والمرونة"[2].

ثانيا: مكونات الإبداع التكنولوجي لطريقة الإنتاج

ويتكون إبداع طريقة الإنتاج من[3]:

- ✓ مراحل العملية الإنتاجية.
- ✓ الكلفة وجودة العملية الإنتاجية.
- ✓ العمليات الجديدة والمطورة ودعم المنتوج.

ثالثا: أهداف الإبداع التكنولوجي لطريقة الإنتاج

الإبداع التكنولوجي في الطريقة الإنتاجية يعني حدوث تغييرات في عمليات الإنتاج، وتغييرات في المواد الأولية وفي المعدات الإنتاجية عليه يهدف إبداع طريقة الإنتاج إلى[4]:

- ✓ إن إحداث التغيرات في أساليب الإنتاج لتحسين أدائها وتبسيطها ينجر عنها نتائج إيجابية، تتمثل في سرعة معالجة المدخلات وتدفق المخرجات وتخفيض من تكاليف الإنتاج وترشيد للعملية الإنتاجية، أي الرفع من فعالية جهاز الإنتاج.
- ✓ تحسين أداء الأسلوب الفني للانتاج من الناحيتين الفنية والاقتصادية في آن واحد، حيث يكمن الجانب الفني في تحسين جودة المنتجات والسرعة في معالجة المدخلات، وأما الجانب الاقتصادي فيكمن في تخفيض تكاليف الإنتاج.
- ✓ يسمح للمؤسسة من تحقيق هوامش أكبر وضمان لاستمراريتها التنافسية.

---

[1] محمد زعلاني، **التطوير التكنولوجي كأداة لتحقيق النمو الإقتصادي-حالة الجزائر-**، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه في العلوم الإقتصادية، شعبة: إقتصاد التنمية، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011، ص19.

[2] قاسم إبراهيم الشعار، فايز جمعة النجار، **تطبيقات إدارة الجودة الشاملة وأثرها في الإبداع التكنولوجي دراسة تطبيقية على المصارف العاملة في الاردن**، دراسات العلوم الإدارية، جامعة العلوم الاسلامية العالمية، المجلد 42، العدد 2، كلية المال والأعمال، الأردن، 2015، ص418.

[3] عطية خلف الموسوي، م.م بتول، **تأثير الإبداع التكنولوجي في تطوير منتجات الشركة دراسة حالة في الشركة العامة للصناعات الكهربائية**، مجلة الإدارة والإقتصاد، العدد 78، جامعة بغداد، 29 سبتمبر 2009، العراق، ص64.

[4] نصر الدين بن نذير، **دراسة إستراتيجية للإبداع التكنولوجي في تكوين القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة -حالة الجزائر-**، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2012، ص149-150.

الفرع الثالث: العلاقة بين الإبداع التكنولوجي في المنتج والإبداع التكنولوجي لطريقة الإنتاج

غالبا ما يكون الحد الفاصل بين إبداع المنتج وإبداع طرائق الانتاج غير واضح لتداخل العلاقة بين النوعين واحتمالية عمل النوعين معا كعلاج الطبيب للمرضى فإنه يستخدم التشخيص (كإبداع طريقة الانتاج) وكفاءة الدواء (كإبداع المنتج)[1].

وفي بعض الحالات فإن إحداث تغيير في المنتج يؤدي إلى تغيير في طريقة إنتاجه، وفي حالات أخرى التغيير في الطريقة ليس ضروريا، وتتوقف العلاقة بينهما على أساس عاملين أساسيين هما[2]:

- ✓ طبيعة المنتج من حيث كونه إستهلاكي أو إستثماري.
- ✓ درجة الإبداع التكنولوجي في كونه جذري أو طفيف وتدريجي.

ففي حالة المنتوجات الصناعية أو الإستثمارية، فإنه كلما جرى تغيير في تلك المنتجات كلما استلزم ذلك تغييرا في الطريقة التي تنتجها، أما في حالة المنتوجات الاستهلاكية فليس ذلك بالضرورة، ما عدا في حالة المنتوج الذي أبدع فيه جوهريا، فاستبدال مادة أو عنصر من عناصر المنتوج لا يستدعي حتما تغيير التجهيزات والأساليب الفنية[3].

المطلب الثاني: حسب درجة الابداع التكنولوجي

عندما نتكلم عن نوع الإبداع التكنولوجي حسب درجته فإننا نعني نوعين من الإبداع التكنولوجي وهما:

النوع الأول هو الإبداع الجزئي والنوع الثاني هو الإبداع النافذ، وسنتعرف عليهما خلال هذا المطلب كالتالي:

الفرع الأول: الإبداع التكنولوجي الجزئي

ويسمى الإبداع التكنولوجي الطفيف أو الإبداع التكنولوجي التدريجي أو الإبداع التكنولوجي التحسيني، وسنتطرق خلال هذا الفرع إلى تعريفه ومزاياه ومخاطره كالآتي:

أولا: مفهوم الإبداع التكنولوجي الجزئي

هناك العديد من الباحثين الذين تطرقوا لتعريف الإبداع التكنولوجي الجزئي نذكر من هذه التعاريف ما يلي:

---

[1] بشار محمد خليل العبيدي، سحر أحمد، كرجي العزاوي، **الإبداع المنظمي وأثره في تحسين جودة المنتج دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في الشركة العامة للصناعات الكهربائية الوزيرية**، مجلة الإدارة والإقتصاد، العدد 84، الجامعة المستنصرية، العراق، 2010، ص218.

[2] نصر الدين بن نذير، مرجع سابق، ص150.

[3] السعيد أوكيل، **إقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994، ص34.

- ✓ "هو الإبداع الذي يتمثل في التوصل إلى المنتج الجديد بشكل جزئي وتدريجي عن طريق التحسينات والإضافات الكثيرة والصغيرة المتتالية التي يتم إدخالها على المنتجات المتداولة والتي بالتالي تؤدي إلى تحقيق إبداع جذري "[1].
- ✓ "يعرف أنه الإبداع الذي يعبرعن التحسينات على المنتج الحالى أو منتج جديد بأبعاد جديدة مماثلة لأبعاد المنتج السابق "[2].
- ✓ "يعرف أيضا أنه يتمثل في التحسين الذي يحدث بالنسبة للمنتجات وأساليب الإنتاج مهما كان حجمه أو درجة تعقده، والإعتبار هنا قائم على الفائدة أو الآثار التي يتركها الجهد المبذول في تحسين المنتجات وطرق الانتاج "[3].

ثانيا: مزايا الإبداع التكنولوجي الجزئي

هناك عدة مزايا لهذا النوع من الإبداع التكنولوجي الذي تستفيد منه المؤسسة الإقتصادية نوجزها فيما يلي[4]:

- ✓ لا يستغرق وقتا طويلا، وذلك كونه يتطلب معرفة الفن التكنولوجي المسبق المتجسد في المنتج الجديد.
- ✓ لا يحتاج إلى موارد (مادية، بشرية، مالية) كبيرة.

ثالثا: مخاطر الإبداع التكنولوجي الجزئي

بالرغم من المزايا المذكورة لهذا الإبداع إلا أن له مخاطر متعلقة بالقيام به، نوجز أهمها فيما يلي[5]:

- ✓ إن المبالغة في التحسينات يمكن أن تؤدى إلى التنوع الأقصى، مما قد يؤدى إلى إرباك الزبون.
- ✓ إن التحسين هو في أغلب الحالات يمثل إتباع القائد أو القادة في السوق، فهو لا يحقق قيادة حاسمة في الحصة السوقية إلا في بعض الحالات خاصة عند تراكم التحسينات لتمثل تحسينات جوهرية أو حتى في بعض الحالات التي يكون فيها الإبداع جذريا.

---

[1] أسماء رشاد نايف الصالح، **تنمية المورد البشري ودوره في تحقيق الإبداع المؤسسي في المنظمات غير الربحية دراسة ميدانية على المنظمات غير الربحية الأردنية من وجهة نظر العاملين فيها**، المجلة العربية للإدارة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية جامعة الدول العربية، مصر، 2013، ص17.

[2] رزيقة يحياوي، **الإبداع كمدخل لاكتساب ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال دراسة حالة مؤسسة ملبنة الحضنة بالمسيلة**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، فرع: إدارة المنظمات، جامعة المسيلة، 2013، ص12.

[3] السعيد أوكيل، **وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية**، مرجع سابق، ص113.

[4] مصطفى دحماني، أحمد بوسهمين، **تفعيل إستراتيجية الإبداع التكنولوجي لرفع تنافسية المؤسسات الإقتصادية الجزائرية**، مجلة البشائر الإقتصادية، المجلد 3، العدد1، جامعة طاهري محمد، بشار، الجزائر، 1 مارس 2017، ص192.

[5] محمد عجيلة، مصطفى بن نوي، مرجع سابق، ص5.

الفرع الثاني: الإبداع التكنولوجي النافذ

ويسمى الإبداع التكنولوجي الجذري أو إبداع القطيعة، وسنتطرق خلال هذا الفرع إلى مفهومه ومزاياه ومخاطره كما يلي:

أولا: مفهوم الإبداع التكنولوجي النافذ

لهذا النوع من الإبداع عدة تعاريف نذكر منها ما يلي:

- ✓ "هو الإبداع الذي يهتم بخلق منتجات وعمليات جديدة وإجراء تغيرات أساسية في طريقة العمل بهدف الاستجابة السريعة لاحتياجات الزبائن"[1].
- ✓ "هو الإبداع الذي يتمثل في التوصل الى العملية أو المنتج الجديد الذي يختلف بشكل كلي وكامل عما سبقها من إبداعات"[2].
- ✓ "هو ذلك الإبداع الذي يحدث على فترات متباعدة ويتسبب في تغيير نمط الحياة بشكل جذري ويرتبط بالبحث في مجالات وآفاق جديدة وغير معروفة"[3].

ثانيا: مزايا الإبداع التكنولوجي النافذ

إن الإبداع التكنولوجي النافذ مثله مثل الإبداع التكنولوجي الجزئي له مزايا تبحث المؤسسة من أجل إستغلالها، كما له عيوب تحاول المؤسسة أن تقلل منها أو تتجنبها من أجل تحقيق أهدافها نوجز بعضها فيما يلي:

- ✓ يؤدي إلى إنشاء أسواق جديدة لتكنولوجيا ومنتجات جديدة، وبالتالي إمكانية تعريف المنتجات بالنسبة للمؤسسة.
- ✓ بقدر ما يتطلب إستثمارات كبيرة في حالات كثيرة، بالتالي مخاطره كبيرة في أغلب الحالات طويلة الأمد، فإنه يمكن أن يحقق أرباحا كبيرة.

ثالثا: مخاطر الإبداع التكنولوجي النافذ

بالرغم من المزايا المذكورة لهذا النوع من الإبداع فانه يمكن إدراج بعض من مخاطره نوجزها فيما يلي[4]:

- ✓ التكلفة العالية، حيث أن هذا النوع من الإبداع يتطلب استثمارات كبيرة في مختلف مراحله، مما يحتم على المؤسسة البحث عن مصادر مختلفة من أجل تمويل هذه المشاريع.

---

[1] غسان قاسم اللامي، **إدارة التكنولوجيا: مفاهيم ومداخيل، تقنيات، تطبيقات علمية**، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص 129.

[2] عاكف لطفي خصاونة، **إدارة الإبداع والإبتكار في منظمات الأعمال**، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2011، ص37.

[3] صليحة بو صوردي، **الإبداع كمدخل لتسيير التغيير في المؤسسات الإقتصادية دراسة حالة مجمع صيدال**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراة العلوم في علوم التسيير، شعبة: تسيير مؤسسات، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2015، ص115.

[4] محمد عجيلة، مصطفى بن نوي، مرجع سابق، ص5-6.

- ✓ الفترة الزمنية الطويلة، حيث قد تصل مدة الإبداع التكنولوجي من الفكرة إلى وصوله في شكله النهائي عدة شهور وأحيانا تصل إلى عقدين من الزمن.
- ✓ الإحتمال العالي للفشل حيث أشارت دراسة إلى أن الإقتصاد الأمريكي ينتج ما يقارب 10000 منتجا جديدا كل سنة وأن (80%) منها تموت في مهدها أو مرحلتها الأولى، وأن المتبقي (20%) من المنتجات الجديدة لم يشتمل إلا على (5%) منها منتجا جديدا، مثلت تقدما تكنولوجيا ذا دلالة وتلبي طلبا في السوق.

المبحث الثالث: متطلبات الإبداع التكنولوجي

يتطلب الإبداع التكنولوجي إستثمارا من قبل المؤسسة مع التوقع بأنه سيؤدي إلى تحقيق الأرباح ويزيد من حصتها السوقية، وفي هذا المبحث سنتطرق الى مراحل عملية الإبداع وكيفية حمايته وطريقة قياسه وإستراتيجياته المتبعة.

المطلب الأول: مراحل عملية الإبداع التكنولوجي

تمر عملية الإبداع التكنولوجي بمجموعة من المراحل سنتعرف عليها خلال هذا المطلب كما يلي[1]:

الفرع الاول: توليد الافكار وتصفيتها

تبدأ عملية الإبداع التكنولوجي بتوليد الأفكار من خلال الاهتمام بتطوير ثقافة المؤسسة وتشجيع انتقال المعلومات الجديدة بين الأفراد، وقد تكون هذه الأفكار نتيجة للقدرات الذاتية أو نتيجة لدراسة البيئة وإدراك المشاكل والفرص فيها، والحصول على هذه الأفكار يكون من المصادر الداخلية (العاملين بالمؤسسة) و/أو الخارجية (الندوات العلمية، المؤتمرات، الموزعين، مقترحات وشكاوى الزبائن، المنافسين، المعارض التجارية، الوكلاء ...الخ).

بعد توليد الأفكار مباشرة تتم تصفيتها وغربلتها، والمشكلة التي تواجه المؤسسة هي كيفية فرز عدد الأفكار المطروحة، فقد تقوم بقبول أفكار سيئة في حين يجب رفضها أو على العكس من ذلك رفض أفكار جيدة كان من الممكن تطويرها إلى منتجات ناجحة.

وتتم تصفية الأفكار حسب معايير مختلفة ومتنوعة، من مؤسسة إلى أخرى ومن صناعة إلى أخرى، وفي ضوء هذا الإختلاف قد يكون من الصعب إعداد قائمة شاملة بمعايير غربلة الأفكار.

---

[1] عبد الغني بوزناق، **مساهمة الإبداع التكنولوجي في تعزيز تنافسية المؤسسة الصناعية–دراسة حالة مؤسسة كوندور ببرج بوعريريج–**، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير والتجارة، تخصص: إقتصاد صناعي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013، ص16.

وعلى الرغم من ذلك فهناك عدد من المعايير المستخدمة في تصفية الأفكار بواسطة غالبية المؤسسات وتتمثل هذه المعايير أساسا في:

- ✓ القدرة الإنتاجية.
- ✓ إستراتيجية المؤسسة.
- ✓ الخبرة الفنية ومستوى المهارة.
- ✓ تحليل الحاجات.
- ✓ البيئة، المنافسة، قنوات التوزيع الحالية، قدرة المؤسسة المالية.

والأهم من ذلك كله أن الإدارة العليا هي التي تحدد الأفكار وتختار منها الأفضل، إذ أنها المسؤولة على إستراتيجية المؤسسة في مجال التطوير.

الفرع الثاني: من الفكرة إلى المشروع

يتم تحويل الأفكار الجديدة إلى مشروع وذلك من خلال وضع مخطط تطبيقي، يتضمن نوع الإبداع المستخدم وحدود تطبيقه، ونوع وسائل العمل أي نوع الآلات والمعدات، والتكنولوجيا الحديثة المستخدمة، مع دراسة مناسبة لكل هذه الظروف مع إحتياجات الزبائن المستهدفين.

إضافة إلى ذلك تقوم المنظمة بتحديد تكاليف مشروع الإبداع التكنولوجي من تكاليف البحث والتطوير، وكذا التكاليف المتعلقة بانطلاق المشروع سواء من الناحية الصناعية أو التجارية، ووضع دراسة تتعلق بتوقع المبيعات والتطورات المتعلقة بالسوق ورد فعل المنافسين لنتائج مشروع الإبداع التكنولوجي، أي مواكبة التغيرات الجديدة الحاصلة في محيط المنظمة والتي يمكن إدخالها في أي لحظة.

الفرع الثالث: تنفيذ المشروع

تتألف هذه المرحلة من مجموعة خطوات تقوم بها المؤسسة، حيث تبدأ هذه الأخيرة، بإنتاج منتوج تجريبي يسمح لها من التأكد من جاهزية وسائل الإنتاج الجديدة (آلات ومعدات) والمواد الأولية ومدى كفاءة اليد العاملة المتخصصة في تطبيق التكنولوجيا الجديدة، هذا المنتوج التجريبي يسمح للمنظمة بتحليل آراء وردة فعل الزبائن والموردين والموزعين.

بعدها تنتقل المنظمة إلى الإنتاج الفعلي، حيث لابد أن تتصف عملية التصنيع بالمرونة والقابلية، أي أنه يمكن إضافة أي تعديلات جديدة في أي لحظة أثناء الإنتاج، بعد اكتمال عملية التصنيع يصبح المنتوج جاهز للدخول إلى السوق[1].

[1] أحمد طرطار، سارة حليمي، **الإقتصاد المعرفي كآلية لتفعيل الإبداع التكنولوجي في منظمات الأعمال**، الملتقى الدولي: الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة –دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولية–، جامعة سعد دحلب، البليدة، الجزائر، 18–19 ماي 2011، ص13.

الفرع الرابع: تقييم النتائج والتغذية العكسية

إن كل مرحلة من المراحل السابقة تحتاج إلى تدفق معلومات للتأكد من أن العملية تسير بالشكل المخطط لها، للتأكد من عدم وجود الصعوبات والمشاكل التي تعترض سير الأنشطة بالشكل المطلوب، وفي حالة وجودها يجب إيجاد الحلول المناسبة بالوقت المناسب وتجاوز العقبات وحل المشاكل.

ولذلك لابد أن يكون هناك تقييم للنتائج وتكون هناك تغذية عكسية مستمرة للتأكد من نجاح الإبداع التكنولوجي وتحقيقه للنتائج المرجوة ويكون هناك تقييم مستمر للإبداع التكنولوجي للتأكد من مقابلته للحاجات المحددة (حاجات الزبائن)، وتحقيقه لأهداف المؤسسة.

وتكتسب عملية تحديد مراحل عملية الإبداع التكنولوجي أهمية خاصة لكونها تعطي الإطار العام لكيفية إدارة كل مرحلة من هذه المراحل، وكيفية تجاوز الفشل وتعزيز النجاح.

إن مشاركة الإدارة في كل مرحلة من هذه المراحل يساهم في نجاح الإبداع التكنولوجي وبشكل كبير[1].

المطلب الثاني: حماية الإبداع التكنولوجي

في ظل إقتصاد المعرفة حيث المشاركة في المعلومات على نطاق واسع، فإن حماية هذه الفوائد تعتبر من الأهمية البالغة لتحقيق الأسبقيات والامتيازات التنافسية، كما أن هناك مفهومين في غاية الأهمية يجب الأخذ بهما و هما[2]:

أول مفهوم وهو أنه: ليست هناك حدود لما يمكن حمايته.

ثان مفهوم وهو أنه: يعتبر الإنشغال بالإبداع التكنولوجي غير ذي جهد أو جهدا مهدرا إذا لم يتم اتخاذ الخطوات اللازمة والكافية لحمايته.

ويمكن تحقيق تلك الحماية من خلال: الملكية الفكرية، براءة الاختراع، العلامة التجارية، النموذج وسنتطرق إلى كل وسيلة من الوسائل السابقة خلال هذا المطلب بشيء من التفصيل كالتالي[3]:

الفرع الأول: الملكية الفكرية

تشكل الملكية الفكرية عنصرا مهما من رأس المال الفكري، وهي تتعلق بأسمى صور الملكية لما يتصل بالإنسان ونتاج إبداعه وفكره، وتكمن حماية حقوق الملكية الفكرية في الحفاظ على الحق المعنوي لصاحب الإبداع والحق الإقتصادي في المكافأة على جهده، باعتبار أن وجود مردود مادي يؤدي الى تحفيز بيئة خلاقة

[1] عبد الغني بوزناق، مرجع سابق، ص17.

[2] نفس المرجع السابق، ص33.

[3] نصر الدين بن نذير، مرجع سابق، ص228.

على الإبداع والبحث تضمن لصاحب العمل الإبداعي الحق في ثمرة هذا الفكر والحق بتحويل أو ترخيص استخدام هذا الحق الى آخرين.

ويشير مصطلح الملكية الفكرية الى أي أصل يعود وجوده او ظهوره إلى إكتشاف معلومات جديدة ذات فائدة تجارية أو فنية، أما حقوق الملكية الفكرية فهي عبارة عن الحقوق التي تكفلها الدولة وتساندها لعدد محدود من السنوات لمنع غير المرخص لهم من الإستخدام التجاري لفكرة جديدة يمتلكها شخص آخر أو جهة أخرى، وكذلك فهي كافة الحقوق القانونية الناشئة عن أي نشاط أو جهد فكري يؤدي الى إبتكار في المجالات الصناعية والعلمية والأدبية والفنية[1].

وتكمن أهمية الملكية الفكرية في أنها تسمح للمبدع أو مالك البراءة والعلامة التجارية بالإستفادة من عمله وإستثماره، كما تمكن المؤسسات من الانتفاع بملكيتها الفكرية لتحسين قدرتها التنافسية وتفوقها الإستراتيجي، كما تمكن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من الإستفادة من ثروة المعلومات التكنولوجية والتجارية المتاحة في قواعد البيانات المتعلقة بالبراءات والعلامات التجارية للإحاطة بالمستجدات التكنولوجية الحديثة وتحديد الشركاء المقبلين وإكتشاف أنشطة المنافسين الإبداعية[2].

الفرع الثاني: براءة الإختراع

تعرف براءة الإختراع على أنها الشهادة التي تمنحها الدولة بواسطة هيئة عمومية مختصة، للمخترع كي يثبت له حق إحتكار إستغلال إختراعه ماليا ولمدة زمنية محدودة (20 سنة) وفي ظروف معينة، وبذلك فهي تمثل المقابل الذي تقدمه الدولة والمجتمع ككل للمخترع تقديرا لجهوده ويصبح له حق خاص ومطلق قانونا على الإختراع، وتتم حماية الإختراع من طرف الدولة عن طريق فرض عقوبات رادعة على من يقوم بنقل الإختراع، أو استخدامه بدون موافقة صاحبه، لكن هذا لا يمنع الدولة إذا ما اقتضت المصلحة الوطنية أن تستولي على الاختراع بغية استغلاله، وتستطيع أيضا أن لا تمنح له أصلا براءة الاختراع، خاصة إذا كان الاختراع يدخل ضمن قطاع حساس وإستراتيجي (الدفاع)، بشرط أن تحافظ للمخترع على حقه المالي نظير جهود البحث والتطوير التي قام بها.

وقد حددت المنظمة العالمية للملكية الفكرية –OMPI– الشروط الواجب توفرها في الإختراع كي يستفيد من الحماية، فلابد أن تكون له فائدة عملية وأن يبين عنصر الجدة فيه، أي بعض الخصائص الجديدة غير المعروفة في مجموعة المعارف المتوافرة في مجاله التقني، ويطلق عليها إسم "حالة التقنية الصناعية السابقة"،

[1] عبد السلام مخلوفي، **إتفاقية حقوق الملكية الفكرية المرتبطة بالتجارة TRIPS: أداة لحماية التكنولوجيا ام لاحتكارها؟**، مجلة إقتصاديات شمال أفريقيا، عدد 3، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، ديسمبر 2005، ص116.

[2] نصر الدين بن نذير، مرجع سابق، ص229–230.

ويجب أن يبين الإختراع نشاطا إبتكاريا لا يمكن لأي شخص له معرفة متوسطة في المجال التقني استنتاجه، كما يجب أن يكون "أهلا للبراءة" بموجب القانون.

وتكمن أهمية براءة الإختراع في أنه يسمح بتحفيز الروح الإبداعية وتجسيد الاختراعات مع منح حاملها الحق في إستئثار إستغلال مخترعاته وبالتالي تقوية تنافسيته ليصعب بذلك على المنافسين المحتملين القيام بتقليد الإختراع، فبراءة الإختراع تمثل حصيلة لعملية الإستثمار في البحث والتطوير بإعتبارها مؤشرا للإبداع التكنولوجي والبحث والتطوير العلميين[1].

وتعد براءات الإختراع وسيلة للتخفيف من عجز المستثمرين عن تحقيق أرباح كافية من استثماراتهم في التكنولوجيا الحديثة[2].

الفرع الثالث: العلامة التجارية

يمكن للمؤسسة حماية إبداعاتها عن طريق علامات كالأسماء أو الرموز التي تميز منتجاتها عن المنتوجات الأخرى الموجودة في الأسواق ويترتب عن هذا النوع من الحماية حماية شهرة المؤسسة والفوائد الناتجة عنها[3].

وهي عبارة عن إسم أو رمز يمنح ويتم استخدامه لتمييز منتجات مؤسسة ما عن منتجات مؤسسات أخرى، وذلك لتوضيح مصدر تلك المنتجات ويتمتع مالك العلامة التجارية بحق استبعاد أي فرد أو مؤسسة عن استخدام تلك العلامة التجارية في المجال الذي تستخدم أو تسجل فيه[4].

وهي إشارة مميزة توضع على بعض السلع او الخدمات لبيان أن شخصا محددا أو شركة محددة تنتجها أو تقدمها ومن هنا يمكن القول أن العلامة التجارية تفيد في تمييز منتجات مؤسسة ما عن المؤسسات الأخرى[5].

ويعني وضع العلامة على السلع أنها قد لا تظهر على السلع فحسب، بل كذلك على الصناديق أو أوراق التغليف التي تكون السلع فيها عند بيعه.

---

[1] السعيد بومنجل، فاطمة الزهراء رقايقية، **مساهمة براءة الإختراع في دعم و حماية الإبداع التكنولوجي وتحقيق التميز التنافسي المستديم في منظمات الأعمال واقع الجزائر**، ملتقى دولي حول: الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، جامعة سعد دحلب البليدة، 12-13 ماي 2010، ص13-14.

[2] فريدريك م.شرر، ترجمة علي أبو عمشة، **نظرة جديدة إلى النمو الإقتصادي وتأثره بالإبتكار التكنولوجي**، ط1، مكتبة العبيكان، السعودية، 2002، ص88.

[3] أحمد بن قطاف، **أهمية حاضنات الأعمال التقنية في دعم وترقية المؤسسات الصغيرة المبدعة في الجزائر**، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، قسم علوم التسيير، فرع: إستراتيجية السوق في ظل إقتصاد تنافسي، 2007، ص35.

[4] برافين جوبتا، ترجمة أحمد المغربي، **الإبداع الإداري في القرن الحادي والعشرين**، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2008، ص273.

[5] محمد قريشي، **التغيير التكنولوجي وأثره على أداء المؤسسات الإقتصادية من منظور بطاقة الأداء المتوازن دراسة حالة مؤسسة صناعة الكوابل-فرع جينيرال كابل-بسكرة**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم: علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014، ص112.

ويعني القول بأن الإشارة تستعمل بالإرتباط بتسويق السلع كظهور الإشارة في الإعلانات (في الجرائد والتلفزيون...إلخ) أو في واجهات المحلات التي تباع فيها السلع، وإذا استعملت العلامة التجارية بالإرتباط بالخدمات فإنها تسمى "علامة الخدمة" وتستعمل علامات الخدمة مثلا في الفنادق والمطاعم والخطوط الجوية والوكالات السياحية ووكالات تأجير السيارات ومحلات الغسل والكي والتنظيف.

وكل ما سبق قوله عن العلامة التجارية ينطبق أيضا على علامات الخدمة مع ما يلزم من تبديل.

ويمكن القول عموما أن العلامة التجارية تؤدي أربع وظائف أساسية وهذه الوظائف تتعلق بتمييز السلع أو الخدمات التي تشير إليها العلامات التجارية ومنشئها ونوعيتها وترويجها في السوق.

وتتمثل إحدى وظائف العلامة التجارية في تمييز منتجات مشروع ما أو خدماته عن منتجات مشروعات أخرى أو خدماتها و تيسر العلامات التجارية للمستهلك اختيار ما يرغب في شراءه من المنتجات أو الانتفاع به من الخدمات.

ونظرا إلى أن العلامة التجارية تؤدي وظيفة التمييز، فإن الشارات المميزة هي الشارات الوحيدة التي يمكن إستعمالها كعلامات تجارية. والغرض الأساسي المنشود من حماية العلامات التجارية هو ضمان إستخدام الشارات المميزة فقط وتفادي أي لبس بين العلامات التجارية.

وهناك وظيفة أخرى للعلامة التجارية هي الإشارة إلى مشروع معين يعرض منتجات أو خدمات معينة في السوق أي أنها تبين منشأ السلع أو الخدمات التي تشير إليها العلامة.

ولا يقتصر دور العلامات التجارية دوماً على تمييز المنتجات أو الخدمات بصفتها منتجات أو خدمات معينة، وإنما تمييز بينها من ناحية علاقتها بمشروع معين، أي المشروع الذي تصدر عنه هذه المنتجات أو الخدمات وعليه فإن العلامات التجارية تميز منتجات مصدر ما أو خدماته عن منتجات أو خدمات مطابقة أو مماثلة تعود إلى مصادر أخرى، أي مختلف المشروعات الأخرى التي تعرض مثل هذه المنتجات أو الخدمات.

وهذه الوظيفة مهمة في تحديد نطاق حماية العلامات التجارية والاختبار الحاسم لتلك الحماية هو ما إذا كان بمقدور المستهلك العادي أن يستخلص أن منشأ المنتجات أو الخدمات هو المشروع ذاته عندما يكون أمام علامات تجارية متطابقة أو متشابهة تتعلق بمنتجات أو خدمات من النوع ذاته أو من نوع مشابه[1].

لقد اصبحت العلامة التجارية العامل الاساسي في معظم المنافسة في السوق، ويمكن استخدامها ضد أي إيذاء أو سرقة أو تعامل غير نزيه آخر[2].

---

[1] الأخضر خراز، **دور الإبداع في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية دراسة حالة مؤسسة EGTT مركب حمام ربي (سعيدة) نموذجا**، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير (مدرسة الدكتوراه)، التسيير الدولي للمؤسسات، تخصص: مالية دولية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2011، ص89-90.

[2] جون هوكنز، ترجمة أحمد حيدر، **إقتصاد الإبداع**، ط1، الدار العربية للعلوم والناشرون، لبنان، 2010، ص122.

الفرع الرابع: النموذج

ترتبط حماية النموذج بالخصائص الشكلية والمميزة للمنتجات الجديدة، والأهمية لمثل هذه الحماية تتمثل في إبراز إسم الشخص أو المؤسسة مما يسمح له أو لها من تحقيق غايات معينة ليست مادية شرطا، مثل هذه الفوائد قد تنتج عندما يحتاج مستعملون معينون مساعدة لتطوير ذلك النموذج، فيتقدمون من المنتج الأصلي لإبرام العقود التي تتضمن دفعا ماليا أو غير ذلك[1].

المطلب الثالث: قياس الإبداع التكنولوجي

في الأعمال التجريبية حول الإبداع يستعمل دائما ثلاث أنواع من القياسات الكمية للنشاط الإبداعي، تؤدي في مجموعها إلى نفس النتائج تقريبا، وتتمثل هذه القياسات في:

الفرع الأول: نفقات البحث والتطوير

يعتبر الإنفاق على البحث والتطوير إستثمارا يحتاج إلى التخطيط وفق أساليب علمية، حيث أن القسم الأول من الوظيفة (البحث) أقل تكلفة من (التطوير) ومعرفة التكاليف أمر هام للمؤسسة من أجل تقييم أدائه[2].

تستعمل بشكل واسع قيمة البحث والتطوير كمقياس للاستثمارات في الإبداع، ففي الولايات المتحدة الأمريكية تجبر المؤسسات التي لها ميزانيات معتبرة في البحث والتطوير على إظهار هذه القيمة في الميزانيات السنوية، بحيث تتوفر على فترات طويلة ولآلاف المؤسسات على معطيات مهمة تبين مدى إهتمام المؤسسات بالإبداع والإنفاق عليه وهل هو من الأولويات الإستراتيجية أم لا، وعند إنفاق المؤسسات مبالغ كبيرة في البحث والتطوير بصورة غير منتظرة فسوف يؤدي ذلك إلى زيادة أسعار أسهمها بالبورصة. أما في دول أخرى، فإن إظهار هذه القيم في الميزانية السنوية ليس إجباري، وهذا ما يسمح لبعض المؤسسات بإخفاء نفقات مهمة للبحث والتطوير على منافسيها، ونفس الشيء بالنسبة لبعض المؤسسات التي لا تنفق في مجال البحث والتطوير فتخفي ذلك عن نظر المستثمرين[3].

وبما أن تكاليف تقديم المنتجات الجديدة تكون عالية، فإن المؤسسة قد لا تجد أن الفترة القصيرة التي أتيحت لها في السوق كافية لإستعادة تكاليف إنتاج وتطوير منتجات جديدة[4].

---

[1] السعيد أوكيل، **إقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي**، مرجع سابق، ص167–168.

[2] عبد الغني بوزناق، مرجع سابق، ص35.

[3] الهواري بن لحسن، **الإبداع التكنولوجي كأداة لتحسين التنافسية وتحقيق التنمية المستدامة**، الملتقى الدولي: الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة – دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولية–، جامعة سعد دحلب، البليدة، الجزائر، يومي 18–19 ماي 2011، ص6–7.

[4] عبد الغني بوزناق، مرجع سابق، ص35.

الفرع الثاني: عدد براءات الإختراع

تعتبر قاعدة المعلومات المتعلقة بعدد طلبات براءات الإختراع وعددها الممنوح مصدرا مهم جدا للمعلومات عن الإبداع التكنولوجي، ويمكن أن يمثل عدد براءات الاختراع مؤشر جيد له بإعتباره منتج البحث والتطوير.

ويمكن لمعلومات براءات الإختراع أن تعطي معلومات مضللة في الجانب الإقتصادي، فأولا الإبداع التكنولوجي يخص تطبيق الأفكار والتكنولوجيات الجديدة بهدف تحسين الحياة البشرية وليس فقط إنتاج الأفكار، فعدد كبير من براءات الإختراع لا تعني بالضرورة مستوى عال من الإبداع التكنولوجي، وثانيا المؤسسات التي تمتلك تكنولوجية جديدة، وتخشى من منافسيها تقوم بتطبيق ما يسمى بتشويش براءات الإختراع[1].

ولكن ليست كل براءات الاختراعات التي تمنح لأصحابها تنفذ وتحول إلى إبداعات تكنولوجية، فقد يبقى الإختراع دون تنفيذ لسنوات طويلة. ومن ثم فإن عدد براءات الاختراع لا يوضح فاعلية الاستفادة منها في مجال الإنتاج، حيث يؤكد جوزيف شومبيتر أنه طالما لم توضع الإختراعات موضع التطبيق فلا معنى لها إقتصاديا، وقد يكون من المضلل تماما التركيز على جانب الإختراع، ولذا يتعين مقارنة النسبة المنفذة من الإختراعات خلال فترة زمنية معينة لقياس الإبداع التكنولوجي[2].

الفرع الثالث: تعداد الإبداعات التكنولوجية

تعداد الإبداعات التكنولوجية عبارة عن قائمة الإبداعات المتأتية من مختلف المؤسسات وتكون مستخلصة من تحقيق شامل، ويجب أن يمثل أحسن مصادر المعلومات لأنها تقيس بوضوح الإنتاج ويستطيع القائمون على التحقيق وضع قواعد إعداد مجمل المعطيات ويستهدفون المؤسسات، الصناعات أو الدول.

وفي الواقع يوجه انتقاد لهذا التعداد لعشوائية الطابع الذي يتميز به، فيجب على القائمون بالتحقيق أن يحددوا ماذا يمثل إبداع تكنولوجي وما لا يمثل، وعادة ما يفصلون بين الإبداعات التكنولوجية المهمة وغير المهمة، ونشير في الأخير أن تعداد الإبداعات التكنولوجية معلومة غير متوفرة في معظم الدول[3].

المطلب الرابع: إستراتيجيات الإبداع التكنولوجي

سنتطرق خلال هذا المطلب إلى ماهية إستراتيجيات الإبداع التكنولوجي والهدف من كل واحدة من هذه الإستراتيجيات وهي كالتالي:

---

[1] الهواري بن لحسن، مرجع سابق، ص8.

[2] فريديريك م.شرر، مرجع سابق، ص46.

[3] حنان بن عاتق، توفيق حجماوي، **واقع الإبداع التكنولوجي وتأثيره على أداء المنظمة في الجزائر**، ملتقى دولي حول: الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولي، جامعة سعد دحلب، البليدة، 12-13 ماي 2010، ص9.

ينبغي على المؤسسات إختيار إستراتيجية واضحة المعالم في مجال الإبداع بغية ربط تقنيات الإنتاج أو الخدمة مع طبيعة التطور الحاصل في التقنية من جهة ومتطلبات السوق من جهة أخرى، وقد أدركت بأن الحكمة الخاصة بإستراتيجية الإبداع في المؤسسات هي التطلع لكل ما هو جديد ومختلف[1].

وتعرف إستراتيجية الإبداع التكنولوجي بأنها: "الإتجاه العام المستقبلي للمؤسسة في إبداع المنتوج وإبداع العملية الإنتاجية والذي يتم تحديده في ضوء الفرص والتهديدات في البيئة الخارجية وبما يتلائم مع ما تتمتع به المؤسسة من إمكانيات وموارد بالشكل الذي يحقق أهدافها في البقاء والنمو"[2].

ويشار الى 6 أنواع من استراتيجيات الإبداع التكنولوجي وهي:

الفرع الأول: إسترتيجية الإبداع التكنولوجي الهجومية

تهدف هذه الإستراتيجية الى قيادة السوق والتكنولوجيا من خلال التوسع الداخلي في مجال نشر إستخدامها في أقسام المؤسسة كافة[3].

وتستعمل المؤسسة هذه الإستراتيجية بهدف تحقيق الريادة في السوق عن طريق تكثيف البحث والتطوير، واستعمال مختلف التقنيات الممكنة لأجل تطوير المنتجات والعمليات الإنتاجية، وهذا بالاعتماد على الابداعات الجذرية خصوصا، هذه الإستراتيجية التي تتبعها المنظمة تتطلب إمكانيات وقدرات هامة وكذلك متطلبات التكنولوجيا الحديثة[4].

الفرع الثاني: إستراتيجية الإبداع التكنولوجي الدفاعية

وهي الإستراتيجية التي لا تفترض التجاهل التام للأنشطة الإبداعية وأنما تحاول تجنب المخاطرة وعدم التأكد[5].

ولا تهدف المؤسسة من وراء هذه الإستراتيجية إلى تحقيق مركز الريادة، وذلك بتتبع ودراسة خطوات المنافسين في السوق لتجنب الأخطاء التي ارتكبوها، تتطلب هذه الإستراتيجية قدرة ضئيلة في مجال البحث

---

[1] علياء محمد خليل، **أثر الإبداع التقني في تصميم المنتوج دراسة إستطلاعية لآراء عينة من العاملين في الشركة العامة للصناعات الجلدية معمل بغداد**، مجلة كلية بغداد للعلوم الإقتصادية الجامعة، العدد 48، جامعة بغداد، العراق، 2016 ، ص416.

[2] عبد الغني بوزناق، مرجع سابق، ص30.

[3] فردوس محمود عباس، **دور الإبداع التقني في تحسين جودة المنتوج بحث ميداني في الشركة العامة لصناعة الزيوت النباتية**، مجلة كلية بغداد للعلوم الإقتصادية الجامعة، العدد 37، معهد الإدارة، الرصافة، العراق، 2003، ص120.

[4] أحمد طرطار، سارة حليمي، مرجع سابق، ص11.

[5] فردوس محمود عباس، مرجع سابق، ص120.

الأساسي، إلا أنها تستلزم قدرة تطويرية وهندسية كبيرة لوسائل الإنتاج وهذا للمحافظة على موقعها في السوق والصمود أمام المنافسة القوية[1].

الفرع الثالث: إستراتيجية الإبداع التكنولوجي التقليدية

وهي الإستراتيجية التي تتبع من قبل المؤسسات التي تعتقد بأن الابداع غير ملزم بسبب ظروف السوق وطبيعة الطلب[2].

وتستهدف المؤسسة هنا إستدراك التأخر التكنولوجي الكبير عن طريق المتابعة الدائمة والنشطة للسوق، ويبرز هذا الإختيار عن طريق محاولة خلق أو تطوير منتج جديد إنطلاقا من منتج قديم، حيث يتم إدخال تعديلات وإضافات جديدة على هذا الأخير، هذه الإستراتيجية لا تستلزم جهود كبيرة في البحث والتطوير إلا أنها تحتاج إلى مستوى عالي من هندسة الإنتاج[3].

الفرع الرابع: إستراتيجية الإبداع التكنولوجي الفرصية (الموجهة للتطبيقات)

حيث يتم إبداع المؤسسة تقنيا في مجال محدد وموجه إلى فئة محددة من الزبائن[4].

هذه الإستراتيجية تعكس البحث عن فئة معينة في السوق، وتتطلب تخصص المؤسسة بإنتاج منتوج معين، وأن تقوم بالبحث عن الفرص السوقية من خلال مراقبة حاجات زبائنها في ذلك السوق الذي تستهدفه. والمؤسسات التي تتبع هذه الإستراتيجية عادة هي المؤسسات الصغيرة والتي تدخل السوق في مرحلة نضوج المنتج وتقوم بإدخال تعديلات عليه وتكيفه على وفق حاجات زبائنها في ذلك السوق، وهذه الإستراتيجية تستلزم جهدا كبيرا في هندسة الإنتاج[5].

الفرع الخامس: إستراتيجية الإبداع التكنولوجي التابعة

تقع ضمن هذه الإستراتيجية التعاقدات الفرعية، حيث لا توجد ريادة نحو الإبداع إلا إذا تم ذلك بواسطة الزبائن، حيث لا تمتلك هذه المؤسسات الموارد، أو نشاط البحث والتطوير الذي يمكنها من القيام بالأنشطة الإبداعية للمنتجات أو أجزاء معينة.

[1] أحمد طرطار، سارة حليمي، مرجع سابق، ص11.

[2] فردوس محمود عباس، مرجع سابق، ص120.

[3] أحمد طرطار، سارة حليمي، مرجع سابق، ص11.

[4] فردوس محمود عباس، مرجع سابق، ص120.

[5] عبد الغني بوزناق، مرجع سابق، ص32.

الفرع السادس: إستراتيجية المزيج الاستراتيجي

إن الإستراتيجية المثلى للإبداع التكنولوجي لا يمكن تحديدها بشكل مطلق، وإنما يمكن لكل مؤسسة أن تحدد الإستراتيجية الملائمة حسب الظروف الداخلية والخارجية وإمكاناتها وحجمها وطبيعة المجال الذي تعمل فيه، مما يتطلب التحليل العميق للبيئة الداخلية والخارجية من أجل تحديد الإستراتيجية التي تضمن لها البقاء والنمو.

من خلال تحديد الإستراتيجية التي تتبعها المؤسسة يمكن تحليل سلوك المؤسسة في قطاع صناعي معين والتنبؤ بإتجاهاتها المستقبلية، وبهذا يعد الإبداع التكنولوجي كبعد إستراتيجي مهم بالمستقبل[1].

[1] نفس المرجع السابق، ص33.

خلاصة:

من خلال هذا الفصل تم التعرف على مختلف حيثيات الإبداع التكنولوجي بشكل عام، حيث سمح لنا هذا الفصل بالتطرق إلى الجوانب التالية:

تم التطرق إلى المفاهيم الأساسية للإبداع التكنولوجي والتعرف على مصطلحي الإبداع والتكنولوجيا كل على حدى، ومختلف مصادره من بحث وتطوير وإقتناء تكنولوجيا متطورة والتعاون مع مؤسسات أخرى ومنظمات بحث ونشاطات أخرى مرتبطة بزيادة المعارف بالإضافة إلى المعوقات التي تحد من عملية الإبداع التكنولوجي على المستوى الإقتصادي والإجتماعي والتقني، كذلك التطرق الى أهميته وأهدافه والخصائص المميزة له.

ثم تطرقنا إلى مختلف أنواعه من ناحية طبيعة الإبداع التكنولوجي من خلال نوع المنتج وطريقة الإنتاج وحسب درجته الجزئية أو الجذرية.

ثم تعرفنا على متطلبات الإبداع التكنولوجي من خلال مراحل عملية الإبداع التكنولوجي التي تبدأ بتوليد الأفكار وتصفيتها ثم من الفكرة إلى المشروع ثم تنفيذ هذا المشروع وأخيرا تقييم النتائج والتغذية العكسية، كما أشرنا أيضا إلى طريقة حمايته من خلال الملكية الفكرية وبراءة الاختراع والعلامة التجارية والنموذج، وأيضا قياسه عن طريق نفقات البحث والتطوير وعدد براءات الاختراع وتعداد الإبداعات التكنولوجية، ومختلف إستراتيجياته الهجومية والدفاعية والتقليدية وكذلك الفرصية والتابعة والمزيج الإستراتيجي.

الفصل الثاني:

علاقة الإبداع التكنولوجي بتحقيق أبعاد المسؤولية الإجتماعية

تمهيد:

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

وتسعى أي المؤسسة الاقتصادية بطبيعتها لتحسين مردوديتها والتقليل من المخاطر المالية التي قد تواجهها وكذلك الرفع من أدائها المالي، وخاصة في ظل المنافسة التي يشهدها العالم في الوقت الحالي من تطور تكنولوجي وغيره من العوامل المعيقة لذلك.

وسنحاول من خلال هذا الفصل التطرق إلى مختلف مفاهيم وأسباب ظهور مفهوم المسؤولية الإجتماعية ومراحل تطور هذا المفهوم وتناول أساسيات المسؤولية الإجتماعية من معوقات، مبادىء، الأهمية وطرق قياسها، والتعرض إلى مجالاتها وأبعادها، وفي الأخير نتطرق إلى تأثير الإبداع التكنولوجي في تحقيق أبعاد المسؤولية الإجتماعية، وسيتم التعرض إلى ما سبق ذكره من خلال المباحث التالية:

-المبحث الأول: ماهية المسؤولية الإجتماعية

-المبحث الثاني: مجالات المسؤولية الاجتماعية وأبعادها

-المبحث الثالث: تأثير الإبداع التكنولوجي في تحقيق أبعاد المسؤولية الإجتماعية

المبحث الأول: ماهية المسؤولية الإجتماعية

تعد المسؤولية الإجتماعية في المؤسسة الإقتصادية من أهم التوجهات الإدارية الحديثة، والتي ظهرت نتيجة تزايد الضغوط على المنظمات بصفة عامة، وخلال هذا المبحث سنتطرق إلى مفهوم المسؤولية وتطورها، والمعوقات التي تواجه تحقيقها ومبادئها التي تستند إليها وأهميتها ومعايير قياسها كالتالي:

المطلب الأول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية وتطورها

يرى مؤرخوا الإقتصاد أن مفهوم المسؤولية الإجتماعية لم يكن معروف بوضوح، حيث حصرها الفكر الكلاسيكي في تعظيم الأرباح، ولكن مع النقد المستمر لمقوماتها للنظرية الإقتصادية الكلاسيكية ظهرت بوادر تبنيها من طرف المؤسسات دورا أكثر شمولية إتجاه جميع أطراف المجتمع، إذا لنتعرف على مفهومها ومراحل تطور مفهومها كالتالي:

الفرع الأول: مفهوم المسؤولية الإجتماعية

إن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات –رغم أهميته– لازال يثير العديد من التساؤلات المتعلقة بطبيعتها، وكذا حدود الإلتزام بها من طرف المؤسسات، فقد صرح أحد الباحثين في هذا المجال بعد زيارة قادته إلى 30 شركة متعددة الجنسيات في اليابان وكوريا الجنوبية والولايات المتحدة وأوروبا أن: "أهم التحديات التي تواجه المؤسسات الإقتصادية الحديثة هي كيفية فهم مسؤولية المؤسسة" لكن رغم ذلك، يبقى هذا المبدأ من الحتميات والرهانات التي تواجه المؤسسة[1].

لذا توالت الأبحاث والاجتهادات لتقديم تعريف لها، أهمها:

أولا: تعاريف بعض المنظمات

- ✓ تعريف البنك الدولي: "المسؤولية الإجتماعية هي إلتزام 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"[2].

---

[1] فوزي منصوري، **مساهمة التكنولوجيات الحديثة للإعلام والإتصال في دعم المشاركة التنظيمية: دراسة ميدانية بمؤسسة أرسيلور ميتال تبسة– (Arcelor Mittal)**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، شعبة: الإتصال والتنمية المستدامة للمؤسسات، قسم علوم الإعلام والإتصال، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، 2011، ص117.

[2] عابد عبد الله العصيمي، **المسؤولية الإجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة**، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص10.

- ✓ تعريف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة (2004): "المسؤولية الإجتماعية هي الإلتزام المستمر من جانب الشركات بالتصرف بشكل أخلاقي والمساهمة في التنمية الإقتصادية مع تحسين نوعية الحياة للقوى العاملة والمجتمع ككل"[1].

حيث أضاف هذا التعريف عنصر "الإستمرارية" كشرط لتفسير السلوك الإجتماعي المسؤول للمؤسسة والذي يشمل العمال وعائلاتهم والمجتمع بشكل عام[2].

- ✓ تعريف الإتحاد الأوروبي: "المسؤولية الإجتماعية هو مفهوم تقوم الشركات بمقتضاه بتضمين إعتبارات إجتماعية وبيئية في أعمالها وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح على نحو تطوعي" ويركز الإتحاد الأوروبي على فكرة أن المسؤولية الإجتماعية مفهوم تطوعي لا يستلزم سن القوانين أو وضع قواعد محددة تلتزم بها الشركات للقيام بمسؤوليتها تجاه المجتمع[3].
- ✓ تعريف منتدى أمير ويلز الدولي لقادة الأعمال: "المسؤولية الإجتماعية تعني ممارسة الأعمال المفتوحة والشفافة التي تستند إلى القيم الأخلاقية واحترام الموظفين والمجتمعات والبيئة لتوفير قيمة مستدامة للمجتمع ككل وكذلك للمساهمين"[4].

ثانيا: تعاريف بعض الإقتصاديين

- ✓ تعريف أسامة المليجي: "المسؤولية الإجتماعية هي تحمل الإدارة في أي مؤسسة مسؤوليتها عن تأثيرات قراراتها وأنشطتها في المجتمع والبيئة، وذلك من خلال سلوك أخلاقي يتسم بالشفافية والذي من شأنه: أن يشارك في التنمية المستدامة وصحة ووفاء المجتمع، وأن يلتزم بالقوانين والتشريعات المطبقة ويتماشى مع معايير السلوك الدولية"[5].
- ✓ تعريف ديفيز وبلومستروم: "المسؤولية الإجتماعية هي إلتزام المؤسسة بأن تضع نصب عينيها خلال عملية صنع القرارات الآثار والنتائج المترتبة عن هذه القرارات على النظام الإجتماعي الخارجي بطريقة

---

[1] Jingying Ju, **The Dilmma Of Corporate Sociale Responsibility In China**, Management And Organization, Department Of Management, University Of Tampere, July 2009, P6.

[2] روضة جديدي، سميحة جديدي، **الإلتزام بالمسؤولية الإجتماعية كتوجه إستراتيجي لإستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، الملتقى الوطني حول: إشكالية إستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 6-7 ديسمبر 2017، ص1.

[3] نهال المغربل، ياسمين فؤاد، **المسؤولية الإجتماعية لرأس المال في مصر: بعض التجارب الدولية**، ورقة عمل رقم 138، المركز المصري للدراسات الإقتصادية، سبتمبر 2008، ص3.

[4] Ramon Mullerat, **International Corporate Sociale Responsibility: The Role Of Corporations In The Economic Order Of The 21 st Century**, Kluwer Law International B.V, The Natherland ,2010, P18.

[5] أحمد محيي خلف صقر، **المسؤولية المجتمعية فى العالم العربي والعالمي دراسة تحليلية: مقارنة بين الفكرين الإسلامى والوضعي مع عرض تجارب عالمية لبعض الدول والشركات**، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2019، ص34.

تضمن إيجاد توازن بين تحقيق الأرباح الإقتصادية المطلوبة والفوائد الإجتماعية المترتبة عن هذه القرارات"[1].

- ✓ تعريف هولمز Sundra Holmes (1985): "المسؤولية الإجتماعية ما هي إلا إلتزام المؤسسة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من النشاطات الإجتماعية مثل: محاربة الفقر، تحسين الخدمة، مكافحة التلوث، وإيجاد فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها"[2].
- ✓ تعريف Robbins: "المسؤولية الإجتماعية للمؤسسة تستند إلى إعتبارات أخلاقية مركزة على الأهداف بشكل التزامات بعيدة الأمد تفي بها المؤسسة بما يعزز صورتها في المجتمع"[3].

ثالثا: تعاريف أخرى

- ✓ "المسؤولية الإجتماعية تعني الإلتزام نحو الجمهور العام والمجموعات ذات الإهتمامات المميزة بعمل المؤسسة كالعاملين، والمساهمين، والموردين، والموزعين وغيرهم بما يحقق توقعاتهم من وجود المؤسسة، ولهذا فانها تنبع من نشاطات المؤسسة التي تؤثر في المجتمع من الناحية الإجتماعية بدرجة أكبر من النشاطات العادية للمؤسسة ولا يعني ذلك بالضرورة إهمال الربحية وهي الهدف الأساسي لقيام المؤسسة ولكن يجب تحقيق الأرباح بطريقة مقبولة إجتماعيا أي بما يحقق بعض توقعات المجتمع ولا يضر بمصالحه"[4].
- ✓ "المسؤولية الإجتماعية هي التضحية بالأرباح من أجل المصلحة الإجتماعية، ومن أجل أن تكون هناك تضحية على الشركة أن تتجاوز إلتزاماتها القانونية والتعاقدية على أساس طوعي، كأن تحتضن مجموعة واسعة من السلوكيات، مثل كونها صديقة للموظفين، صديقة للبيئة، وإذ تضع في إعتبارها الأخلاق، تحترم المجتمعات التي تقع فيها مصانع الشركة وحتى المستثمرين، وفي بعض الأحيان نداء الواجب يمتد إلى أبعد من نطاق الشركة الفوري ويشمل دعم الفنون والجامعات وغيرها"[5].

---

[1] إبراهيم جابر السيد، **محاسبة التلوث البيئي**، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص161.

[2] هشام بن حميدة، **تقييم واقع المسؤولية الإجتماعية للمصارف: دراسة حالة عينية من المصارف الاسلامية**، مجلة الإقتصاد الإسلامي العالمية، العدد 46، جامعة كاي، مارس 2016، ص117.

[3] منيرة سلامي، رفيقة سنيقرة، **أثر تطبيق المسؤولية الإجتماعية على أداء الموارد البشرية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: دراسة مقارنة بين مؤسسة إيلاف ترين، الضياء وليند غاز بولاية ورقلة**، الملتقى العلمي الدولي الأول حول: آليات حوكمة المؤسسات ومتطلبات تحقيق التنمية المستدامة، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 25-26 نوفمبر 2013، ص594.

[4] إبراهيم بدر الصبيحات، **أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية**، ط1، دار الجنان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2017، ص82.

[5] Muhammad Tariq Khan, Naseer Ahmed Khan, Sheraz Ahmed, Mehfooz Ali, **Corporate Social Responsibility (CSR) – Definition, Concepts and Scope (A Review)**, Universal Journal Of Management And Social Sciences, Vol. 2, No.7, University Of Haripur, Pakistan , July 2012, P43.

- ✓ "المسؤولية الإجتماعية هي الأفعال أو الأنشطة الإجتماعية التي تؤديها المؤسسة والتي تستهدف من خلالها إشباع الحاجات الإجتماعية"[1].
- ✓ "المسؤولية الإجتماعية هي العمل على تحقيق المصالح بين الفرد والمؤسسة داخل البيئة التي تجمع بينهما سواء كانت بيئة عمل أو بيئة إجتماعية فان إصطلاح المصالح المشتركة ذاته يعني تحقيق أكبر قدر من المصالح لكلا الطرفين"[2].
- ✓ "المسؤولية الإجتماعية هي عبارة عن مجموعة من القرارات والأفعال التي تتخذها المؤسسة للوصول إلى تحقيق الأهداف المرغوب فيها والقيم السائدة في المجتمع والتي تمثل في نهاية الأمر جزء من المنافع الإقتصادية المباشرة التي عليها تحقيقها"[3].

من خلال التعاريف السابقة نستطيع القول أن المسؤولية الإجتماعية تتضمن عدة عناصر من بين هذه العناصر نذكر ما يلي:

- ✓ مفهوم المسؤولية الإجتماعية للشركات يغطي القضايا الإجتماعية والبيئية، وهي مفهوم طوعي.
- ✓ المسؤولية الإجتماعية للشركات ليست ولا يجب أن تكون منفصلة عن إستراتيجيات الشركات بل يجب أن تكون متكاملة معها[4].
- ✓ التركيز بشكل كاف من قبل المؤسسة على مساهمتها في رفاهية المجتمع على المدى الطويل.
- ✓ العلاقة مع أصحاب المصلحة والمجتمع ككل[5].
- ✓ الإجماع على الدور المهم الذي يمكن أن تلعبه المؤسسة في المجتمع بصفتها عضوا فيه.
- ✓ إلتزام المؤسسة بمسؤوليتها الإجتماعية هي الآلية التي من خلالها تساهم في تحقيق التنمية المستدامة للمجتمع.
- ✓ عنصر "الشفافية" والذي يرتكز على جمع ونشر المعلومات داخل وخارج المؤسسة، مما يسمح بتوثيق وترسيم الممارسات الإيجابية للمؤسسة وتتبع التطورات الحاصلة بها.

---

[1] أنيس أحمد عبد الله، **إدارة التسويق وفق منظور قيمة الزبون**، ط1، دار الجنان للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2016، ص412.

[2] ميرال صبري أبو فريخة، **المسؤولية الإجتماعية في الممارسات الإعلامية**، دار الكتاب الحديث، ط1، 2013، القاهرة، مصر، ص17.

[3] طرشي محمد، يخلف إيمان، **الإفصاح عن المسؤولية الإجتماعية من منظور محاسبي**، مجلة الريادة لإقتصاديات الأعمال، المجلد 3، العدد 5، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2017، ص101.

[4] حامد أحمد صالح أبو سمرة، **معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية (من وجهة نظر مدققي الحسابات وإدارات الشركات)**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في المحاسبة والتمويل، قسم المحاسبة والتمويل، كلية التجارة، عمادة الدراسات العليا، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2009، ص20.

[5] Bert Van De Ven and Johan Graafland, **Strategic And Moral Motivation For Corporate Social Responsibility**, Journal Of Corporate Citizenship, MPRA Paper No. 20278, Tilburg University, The Netherlands, Summer, 2006, P3.

- ✓ القدرة على إشراك أطراف أخرى تهتم بالمؤسسة وتتعامل معها، لأن المؤسسة ستصبح مواطنة وبالتالي سترتبط بعلاقات عديدة مع أفراد المجتمع الذي تعمل به[1].

الفرع الثاني: تطور المسؤولية الاجتماعية

إن تطور المسؤولية الإجتماعية مر بعدة مراحل وتحديات أدت إلى بروز مفهومها، وهذا ما سنتطرق إليه خلال هذا الفرع كما يلي:

أولا: مراحل تطور المسؤولية الإجتماعية

مع الإنفصال المتزايد بين الملكية والإدارة في الشركات الحديثة منذ مطلع القرن العشرين تطورت منذ ذلك القرن فلسفات إقتصادية متزامنة مع ذلك الانفصال.

وسنوجز فيما يلي المراحل التي تشكل إطارا فكريا لتطوير مفهوم المسؤولية الإجتماعية[2]:

أ-مرحلة الثورة الصناعية والإدارة العلمية:

إرتبطت فكرة نشوء المسؤولية الإجتماعية بمرحلتها الأولى مع قيام المشاريع الصناعية أثناء الثورة الصناعية فالثورة الصناعية كانت تمثل الحدث البارز في الحياة الإنسانية، حيث كانت بداية إستخدام المخترعات العلمية في المؤسسات التي كانت تركز جهودها علي تحسين أدائها الإقتصادي ومحاولة لكسب أكبر كمية ممكنة من الأرباح ليشغل جزء منها في التوسع أو إنشاء مصانع جديدة، وفي هذه المرحلة كان هناك إستغلال غير إعتيادي لجهود العاملين والموارد البشرية، فكان في البدء أسبوع العمل ذي المائة ساعة عمل، ظروف العمل المأساوية، الأمراض المهنية وإصابات العمل الفردية والجماعية، هدر الموارد، تشغيل الأطفال والنساء وجميع العاملين لساعات طويلة في ظروف عمل قاسية وأجور متدنية وغيرها كثير كثمن إجتماعي لابد منه من أجل التطور الإقتصادي.

وقد كان الإهتمام في هذه الفترة بمعايير العوائد والأرباح على حساب جميع المعايير الأخرى، كما لم يكن هناك أي وعي لأن الثورة الصناعية كانت في بداياتها، لهذا شهدت الثورة الصناعية ولفترة طويلة من تطورها الكثير من المآسي الإنسانية من الإهمال وسوء الإستغلال.

وقد ظلت هذه الحالة قائمة في القرن التاسع عشر والربع الأول من القرن العشرين ليس على مستوى الفكر الإقتصادي فحسب بل على القيم والأهداف السائدة في المجتمع حيث مصلحة الأعمال هي المصلحة العليا وأقصى الربح هو القيمة الإقتصادية العليا.

---

[1] نوال ضيافي، **المسؤولية الإجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية**، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير تخصص تسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2010، ص14.

[2] عبد الناصر طلب الزيود، **المسؤولية الإجتماعية للبنوك العاملة في الأردن**، دراسات العلوم الإدارية، المجلد 40، العدد 1، قسم الإقتصاد والعلوم المالية والمصرفية، كلية التخطيط والإدارة، جامعة البلقاء التطبيقية، الأردن، 2013، ص77.

إلا أن هذه الأفكار لم تصمد كثيرا أمام الأزمات الإقتصادية التي شهدها العالم في مواجهة ندرة المواد وإنخفاض الأجر وسوء أجواء العمل...الخ.

وقد إنعكس ذلك على بروز إتجاه آخر للمسؤولية الإجتماعية لا يرتبط بتعظيم الأرباح، خاصة بعد بروز بعض الأفكار داخل المؤسسة أو خارجها في كونها على إستعداد لخلق أجواء تعارض إدارة المؤسسة إذا أهملت مسؤوليتها الإجتماعية إتجاههم.

وبدافع زيادة كفاءة إستغلال الموارد خصوصا القوى العاملة اندفع البعض من رجال الأعمال والمالكين للمصانع لدراسة كيفية تحسين إنتاجية العاملين عن طريق دراسة الوقت والحركة وطريقة إنجاز العمل الأفضل، مع التركيز على تحفيز العاملين بالوسائل المادية وذلك من خلال تحسين الأجور المدفوعة للعاملين ولكن مقابل جهد كبير يبذلونه لإعطاء إنتاج أكبر[1].

ب-مرحلة العلاقات الإنسانية:

بدأ في هذه المرحلة الإهتمام بالمستفيد الأول والقرب للمالكين وهم العاملون، نظرا لتزايد إستغلال العاملين وإصابات العمل الكثيرة.

أدى هذا إلى بروز تيارات تطالب بتأمين السلامة والأمان في العمل وتقليص ساعات العمل، أي ضرورة الإهتمام وإعادة النظر في ظروف العمل، وقد كان ثمرة هذا الشعور هو تجارب هاوثورن وهي دراسات حاولوا من خلالها معرفة تأثير الإهتمام بالعاملين وبظروف العمل على الإنتاج والإنتاجية، وقد أبدت المؤسسات إهتماما للعاملين لغرض زيادة الإنتاج وبذلك زيادة أرباح المالكين، ومن هنا نجد أن المسؤولية الأساسية للمؤسسة هي تحقيق الربح الملائم الذي يحقق المصلحة الذاتية ومصالح الأطراف الأخرى.

ج-مرحلة ظهور خطوط الإنتاج وتضخم المؤسسات:

إن التطورات التي أدخلها (Henerg ford) بإبتكاره لخط الإنتاج والذي أفرز إنتاج كميات كبيرة وضخمة من السيارات أدى إلى تضخم وكبر حجم المؤسسات الصناعية وزيادة عدد العاملين فيها، لأن العامل يتخصص بجزء بسيط جدا من العمل ولا يحتاج إلى تدريب طويل ليتقنه، فضلا عن التلوث البيئي الذي تزايد جراء العمليات الصناعية وما تبقى من فضلات الإنتاج والغازات التي إنعكست بمجملها على صحة وسلامة أفراد المجتمع، كذلك لا ننسى بداية الإستنزاف الموسع للمواد الطبيعية كالغابات وغيرها، وبالتالي هذا يعني عدم مراعاة المسؤولية الإجتماعية من قبل المؤسسات[2].

---

[1] عبلة بن عرامة، **أثر تطبيق المسؤولية الإجتماعية على أداء الموارد البشرية في القطاع الصحي -دراسة حالة المركز الإستشفائي الجامعي (CHU)-باتنة-**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه (ل م د) في علوم التسيير شعبة: تسيير المنظمات، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، 2018، ص12-13.

[2] خضرة صديقي، **المسؤولية الإجتماعية في ظل حوكمة الشركات**، الملتقى الدولي الثالث: مؤسسات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، جامعة بشار، الجزائر، 14-15 فيفري 2012، ص7.

د-مرحلة تأثير الأفكار الإشتراكية:

التطور المهم في هذه المرحلة يتمثل في كون أفكار الإشتراكية ما هي إلا تحدي للمؤسسات الخاصة بضرورة تحمل مسؤولية أطراف أخرى بالإضافة إلى المالكين، حيث هذه الأفكار من العلامات البارزة التي دفعت المؤسسات في الغرب إلى تبني الكثير من عناصر المسؤولية، حيث كان من أبرز مطالب العاملين ما يتعلق بظروف العمل والتقاعد والضمان الاجتماعي وإصابات العمل والإستقرار الوظيفي[1].

هـ-مرحلة الكساد الاقتصادي والنظرية الكينزية:

إن الأزمات الإقتصادية التي كانت تعزى إلى طبيعة الإقتصاد الرأسمالي الحر ووحداته الأساسية (المؤسسات) التي كانت تعمل وفق مصالحها الخاصة، دون مراعاة لمصالح النظام الإقتصادي ككل، وفي مقدمة هذه الأزمات أزمة 1929، التي أدت إلي ظهور النظرية العامة لكينز الداعية لتدخل الدولة أثناء الأزمات الإقتصادية[2].

فحصول الكساد العالمي الكبير وإنهيار المؤسسات الصناعية التي ينظر لها بمثابة الركيزة والقاعدة الأساسية للإقتصاد قد يلجأ إلى تسريح آلاف العاملين ما أدى إلي اضطرابات كثيرة، حيث فقد الأفراد ثقتهم بها، كما برزت أصوات تدعو إلى تدخل الدولة لحماية مصالح العاملين، وإيجاد فرص عمل بديلة لهم.

وفي هذه المرحلة تدعو نظرية كينز إلي وجوب تدخل الدولة بحد معقول لإعادة التوازن الإقتصادي، وقد أدت هذه الدعوات فضلا عن تأثير الأفكار الإشتراكية التي تنتشر بشكل واسع إلى تهيئة أو بناء أرضية متينة وصلبة تكون بمثابة توجه لتأصيل أفكار وضبط وتحديد عناصر المسؤولية الإجتماعية للمؤسسة[3].

و-مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية والتوسع الصناعي:

تعد هذه المرحلة من المراحل الحاسمة في انتشار مفهوم المسؤولية الإجتماعية بصورته الحديثة، فقد شكلت الحربان العالميتان الأولى والثانية تجربة مهمة في تدخل الدولة في مجالات عديدة وتوجيه الإقتصاد القومي في الدول المتحاربة، مما جعل تدخل الدولة مسألة واردة في كل مجال لا يتم الأداء فيه وفق معايير مقبولة إقتصادية وغير إقتصادية حتى في دول إقتصاد السوق في فترة ما بعد الحرب[4].

كما تعزز دور النقابات وتعالت أصواتها بالمطالبة بتحسين ظروف العمل وسن القوانين التي تحمي العاملين وتعزز مشاركتهم في مجالس الإدارة فالمشاركة بالقرار وتحديد حد أدنى للأجور واشتراك العاملين بالإدارة ونظم التأمين الإجتماعي والصحي وقوانين معالجة حوادث العمل وظهور جمعيات حماية المستهلك كله

---

[1] عبد الله خبابة، صهيب خبابه، **المسؤولية المجتمعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، الملتقى الدولي الثالث: منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، جامعة بشار، الجزائر، 14-15 فيفري 2012، ص3.

[2] نجم عبود نجم، **أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال**، ط1، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص200.

[3] عبلة بن عرامة، مرجع سابق، ص14.

[4] نجم عبود نجم، **أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال**، مرجع سابق، ص200.

كان ناتج التطورات المشار إليها سابقا، وهو ما أدى إلى قفزة حقيقية في ظروف تبني المسؤولية الإجتماعية من قبل المؤسسات وليس نظريا فقط.

ز-مرحلة المواجهات بين الإدارة والنقابات:

تميزت هذه المرحلة بتعاظم قوة النقابات وزيادة تأثيرها في قرارات المؤسسة بشكل عام، وزيادة توعية الناس بالمخاطر البيئية، وتعالت الأصوات تطالب بتحسين نوعية الوقود، كما تميزت هذه الفترة كذلك بزيادة القضايا المرفوعة أمام المحاكم لأسباب تتعلق بجوانب مهمة من الإنتهاكات البيئية المختلفة، ما أدى بذه المنظمات إلى زيادة الإهتمام بالجوانب الإجتماعية، البيئية، وكذا الأخلاقية للعاملين من خلال تبنيها لمفهوم محاسبة المسؤولية الإجتماعية وعملت على تطوير مقاييس الأداء الإجتماعي خاصة بعد أحداث الحادي عشر سبتمبر 2001، وما تلاها من فضائح مالية لعدد من الشركات العالمية مثل شركة أنرون وغيرها من الشركات العالمية التي لفتت الإنتباه إلى الممارسات الخاطئة لهذه الشركات وتفشي الفساد بها، ما أدى ببعض المؤسسات إلى إدراج الشفافية في إطار المسؤولية الإجتماعية لمحاربة هذه الظاهرة[1].

ح-مرحلة القوانين والمدونات الأخلاقية:

تجسدت هذه القوانين ذات الأهداف الإجتماعية والأخلاقية نتيجة النداءات والإحتجاجات السابقة، حيث بدأت المؤسسات الإقتصادية وخاصة الصناعية منها بتطبيق الإلتزامات الأخلاقية في شعاراتها ورسائلها الهادفة إلى توعية العمال بالقواعد والضوابط السارية بالمؤسسة والمتعلقة بالإهتمام بالجوانب الإجتماعية والأخلاقية، إضافة إلى بروز جماعات الضغط منها جمعيات حماية المستهلك وجماعات حماية البيئة والدفاع عن حقوق المرأة والطفل وغيرها، والتي أثرت على مختلف شرائح المجتمع من خلال الضغط على المؤسسات بشكل غير مباشر لتبني هذه الإلتزامات ذات البعد الإجتماعي والبيئي في المحيط الذي تتعامل معه، وبهذا أصبحت المسؤولية الإجتماعية في هذه المرحلة أكثر نضجا في القوانين وأقوى حضورا على أرض الواقع[2].

ط-مرحلة اقتصاد المعرفة وعصر المعلوماتية:

إتسمت هذه المرحلة بتغير طبيعة الإقتصاد وبروز ظواهر مثل العولمة والخصخصة وإتساع نمو قطاع الخدمات وإزدهار تكنولوجيا المعلومات وإنتشار شبكات المعلومات، حيث ولدت صناعة المعلوماتية وشبكة الأنترنت قيما وجرائم جديدة وأنواعا من الإنتهاكات والتجاوزات التي ترتبط بالطبيعة الرقمية للإقتصاد الجديد.

---

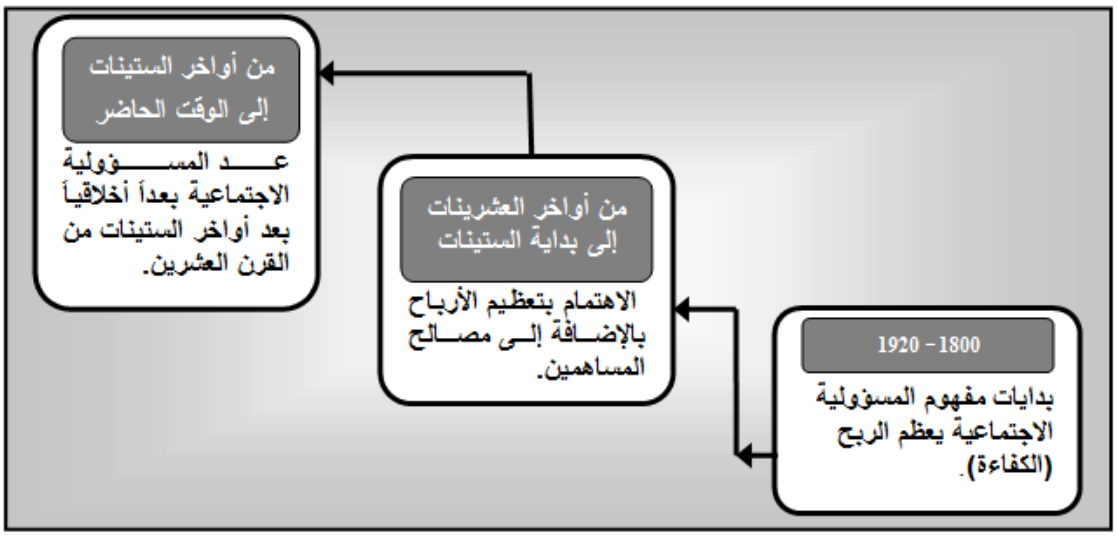
[1] عبد الغفور دادن، رشيد حفصي، **المؤسسة بين تحقيق التنافسية ومحددات المسؤولية الإجتماعية والبيئية**، المؤتمر العلمي الدولي حول: سلوك المؤسسة الإقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة والعدالة الإجتماعية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 20-21 نوفمبر 2012، ص408.

[2] حسين بومنجل، داود معمر، **دور المسؤولية الإجتماعية في تحسين ظروف العمل بالمؤسسة الإقتصادية الجزائرية**، مجلة التواصل في العلوم الإنسانية والإجتماعية، قسم علم الإجتماع، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، عدد 50، جوان 2017، ص137.

كل هذا أدى بالمؤسسات الإقتصادية باتجاه تطوير مبادراتها الإجتماعية خصوصا وأن إنهيار بعض المؤسسات العملاقة في الإقتصاد الأمريكي مثل (انرون) نتيجة عدم إلتزامها بالمسؤولية الإجتماعية من حيث الإفصاح المحاسبي عن موقفها المالي وأصول حقيقية وتضخيمها بهدف تعظيم قيمة السهم بشكل غير صحيح الأمر الذي ألحق أضرارا بالمالكين والمستهلكين والمجتمع على حد سواء[1].

ويمكن تلخيص ما سبق في الشكل التالي:

الشكل رقم (2): تطور مفهوم المسؤولية الإجتماعية



المصدر: جنان شهاب أحمد، **أخلاقيات العمل: منظور إداري معاصر في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للمنظمات (دراسة تحليلية لآراء العاملين في مؤسسة الشاكري)**، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والإقتصادية، المجلد 15، العدد 4، العراق، 2013، ص101.

ثانيا: التحديات التي أدت إلى بروز مفهوم المسؤولية الإجتماعية

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

أ-العولمة:

وتعد من أهم القوى الدافعة لتبني المؤسسات لمفهوم المسؤولية الإجتماعية، حيث أضحت العديد من الشركات متعددة الجنسية Multinational Companies (MNCs) ترفع شعار المسؤولية الإجتماعية،

[1] الطاهر خامرة، **المسؤولية البيئية والإجتماعية مدخل لمساهمة المؤسسة الإقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة "حالة سوناطراك"**، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، تخصص: إقتصاد وتسيير البيئة، قسم العلوم الإقتصادية، كلية الحقوق والعلوم الإقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2007، ص80.

وأصبحت تركز في حملاتها الترويجية على أنها تهتم بحقوق الإنسان، وأنها تلتزم بتوفير ظروف عمل آمنة للعاملين، وبأنها لا تسمح بتشغيل الأطفال، كما أنها تهتم بقضايا البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية[1].

ب-تزايد الضغوط الحكومية والشعبية:

من خلال التشريعات التي تنادي بضرورة حماية المستهلك والعاملين والبيئة، الأمر الذي قد يكلف المؤسسة أموالا طائلة إذا ما رغبت في الإلتزام بتلك التشريعات، وبخلاف ذلك قد تتعرض للمقاطعة والخروج من السوق بشكل عام[2].

ج-الكوارث والفضائح الأخلاقية:

أو ما يسميه البعض ثمن تجاهل التبعات والتي نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر، ظاهرة الإحتباس الحراري، كارثة معمل كارياید في بوبال بالهند الذي أودى بحياة أكثر من 6000 شخص، إضافة إلى فضائح الرشوة للشركات العالمية والمخالفات في حق الإنسانية[3].

د-التطورات التكنولوجية المتسارعة:

التي صاحبتها تحديات عديدة أمام المؤسسات فرضت عليها ضرورة الإلتزام بتطوير المنتجات، وتطوير مهارات العاملين، وضرورة الإهتمام بالتغيرات في أذواق المستهلكين وتنمية مهارات متخذي القرار خاصة في ظل التحول من الإقتصاد الصناعي إلى إقتصاد قائم على المعلومات والمعرفة، وزيادة الإهتمام برأس المال البشري بدرجة اكبر من رأس المال المادي.

وبالتالي نجد انه مع تغير بيئة العمل العالمية، فإن متطلبات النجاح والمنافسة تغيرت أيضا إذ أصبح لزاما على المؤسسات أن تضاعف جهودها، وأن تسعى نحو بناء علاقات إستراتيجية اكثرعمقًا مع المستهلكين والعاملين وشركاء العمل ودعاة حماية البيئة والمجتمعات المحلية والمستثمرين، حتى تتمكن من المنافسة والبقاء في السوق حيث أن بناء هذه العلاقات من شأنه أن يعمل على تكوين أساس لإستراتيجية جديدة تركز على أفراد المجتمع، وبالتالي تتمكن المؤسسات من مواجهة التحديات التي تتعرض لها في عصرنا الراهن[4].

---

[1] فاتن باشا، صباح بنوناس، **آليات تعزيز المسؤولية الإجتماعية لأخلاقيات الأعمال في التسويق-أنموذج كوتلر وأرمسترونغ للتسويق الاجتماعي-**، الملتقى الوطني الثالث حول: تسيير الموارد البشرية: التنوع، الأخلاقيات والإنصاف، نظرة حول ممارسات تسيير الموارد البشرية في المؤسسات الجزائرية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 25-26 فيفري 2014، ص5.

[2] فؤاد محمد حسين الحمدي، **الأبعاد التسويقية للمسؤولية الإجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك: دراسة تحليلية لآراء عينة من المديرين والمستهلكين في عينة من المنظمات المصنعة للمنتجات الغذائية في الجمهورية اليمنية**، جزء من متطلبات نيل درجة دكتوراه فلسفة في إدارة الأعمال، كلية الإدارة والإقتصاد، الجامعة المستنصرية، العراق، 2003، ص35.

[3] مريم بن جيمة، نصيرة بن جيمة، **المسؤولية الإجتماعية وأخلاقيات الإدارة**، الملتقى الدولي الثالث: منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، 14-15 فيفري 2012، ص3.

[4] حسين عبد المطلب الأسرج، **تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية للشركات فى التنمية الإقتصادية والإجتماعية فى الدول العربية**، لملتقى الدولي الثالث حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، جامعة بشار، الجزائر، 14-15 فيفري 2012، ص5-6.

المطلب الثاني: مبادئ المسؤولية الإجتماعية ومعوقاتها

رأينا فيما سبق مفهوم وتطور المسؤولية الإجتماعية، وخلال هذا المطلب نتطرق إلى مبادئها وكذلك معوقاتها الإدارية والقانونية والمالية كالتالي:

الفرع الأول: مبادئ المسؤولية الإجتماعية

ومن الواضح بأن مبادئ المسؤولية الإجتماعية تأخذ بعدا عالميا ما يجعلها تأخذ طابعا إنسانيا يتوجب الإلتزام بتطبيقها حتى لو لم تأخذ شكلا قانونيا إجباريا، وفي بعض الأحيان حتى الإلتزام القانوني بتطبيقها لا يعفي المؤسسة من ضرورة الحذر من بعض القرارات وأحيانا بعض التصريحات التي يمكن أن يدلي بها المسؤولون في المؤسسة التي قد تسيء لأحد أطراف المجموعات الضاغطة[1].

وهناك مجموعة مبادئ أساسية تشكل مع بعضها البعض كل نشاط المسؤولية الإجتماعية وهي:

أولا: مبدأ الإستدامة

تعنى الإستدامة بالأثار التي تتركها التصرفات التي تحصل بالوقت الحاضرعلى الخيارات المتاحة في المستقبل، حيث أن الموارد التي تستغل في الوقت الحاضر لن تكون متاحة للإستخدام مستقبلا، وذلك بسبب الكمية المحدودة من هذه الموارد، فمثلا المواد الأولية كالفحم والمعادن والنفط موجودة بكميات محدودة والذي يستخدم منها لن يكون متاحا للإستخدام في المستقبل لهذا السبب وفي نقطة مستقبلية معينة ينبغي توفر بدائل لإنجاز الوظائف المنجزة حاليا بواسطة هذه الموارد، وفقا لذلك تتطلب الإستدامة قيام المجتمع بإعادة إنتاج الموارد المستخدمة من جديد.

وهذا يمكن أن يعرف بقدرة تحمل النظام البيئي والمعبر عنها بنموذج المدخلات–المخرجات لإستهلاك الموارد، فصناعة الورق مثلا تتبع سياسة إعادة زرع الأشجار المحصودة.

وعلى إعتبار أن المؤسسمة جزء من النظام الإقتصادي والإجتماعي الموسع يجب أن تأخذ هذه الآثار بالحسبان، ليس فقط من أجل مقاييس التكلفة والقيمة في الحاضر ولكن من أجل مستقبل المنظمة نفسها، ويمكن أن تقاس الإستدامة بالمعدل الذي تستهلك به الموارد من قبل المؤسسمة بالنسبة للمعدل الذي يمكن أن يعاد به إنتاج هذه الموارد[2].

---

[1] لزهر العابد، **التعلم من أزمة المسؤولية الإجتماعية حالة شركة Nike**، مجلة الدراسات الإقتصادية، العدد 1، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2، الجزائر، ديسمبر 2014، ص94–95.

[2] إبراهيم قدري، **أثر المسؤولية الإجتماعية في الأداء: دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة السورية**، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في إدارة الأعمال، كلية الإقتصاد، قسم إدارة أعمال، جامعة دمشق، سوريا، 2015، ص44.

ثانيا: مبدأ المساءلة

تعني المساءلة إعتراف المؤسسة بآثار أعمالها على البيئة الخارجية بالإضافة إلى البيئة الداخلية للمؤسسة، وبالتالي من المفترض أن تتحمل مسؤولية هذه الآثار.

يتضمن هذا المفهوم أيضا قياس هذه الآثار داخل وخارج المؤسسة، ومن ثم كتابة التقارير التي توضحها وتوفيرها لكافة الأطراف المتأثرة بما فيهم أصحاب المصالح الخارجيين.

هذا يتضمن الإعتراف بأن المؤسسة جزء من شبكة إجتماعية أوسع ولديها مسؤوليات تجاه كل هذه الشبكة وليس فقط تجاه ملاك المؤسسة.

بجانب قبول هذه المسؤولية يجب أن تعترف المؤسسة أن أصحاب المصالح الخارجيين يملكون القدرة اللازمة للتأثير على الطريقة التي تعمل بها، وفي تبرير أو عدم تبرير هذه الطريقة، وبهذا تستوجب المساءلة تطوير مقاييس كمية مناسبة للأداء البيئي والإجتماعي للمنظمة وتوثيق النتائج التي تبين هذا الأداء وتوضح أعمال المؤسسة بالكامل.

وبالطبع سينتج عن تطوير سجلات وتقارير هذا الأداء تكاليف تقع على عاتق المؤسسة ولكن أيضا ينتج عنها بعض المنافع كقابلية إستعمالها في عملية صنع القرار وفي تسهيل عملية تخصيص الموارد ضمن المؤسسة وبينها وبين أصحاب المصلحة الآخرين وهذه التقارير يجب أن تبنى على الخصائص التالية:

- ✓ مفهوميتها أو القدرة على فهمها من قبل كل الأطراف المهتمة بهذا المجال.
- ✓ صلتها بمستخدمي المعلومات المتوفرة فيها.
- ✓ المصداقية بمعنى دقة المقياس، وتمثيل الأثر والخلو من التحيز.
- ✓ قابلية المقارنة من الناحية الزمنية وبين المؤسسات المختلفة.

وبشكل حتمي هذه التقارير سوف تتضمن حقائق وأحكام نوعية بالإضافة للمقاييس الكمية، لأن المقاييس النوعية تتيح إمكانية التقييم بشكل مختلف من قبل الأطراف المختلفة المستخدمة للمعلومات، عاكسة أولوياتهم وقيمهم الفردية[1].

ثالثا: مبدأ الشفافية

وهذا المبدأ يعني أن تفصح المؤسسة على نحو واضح ودقيق وتام عن سياساتها وقراراتها وأنشطتها بما في ذلك التأثيرات المعروفة والمحتملة على البيئة والمجتمع وأن تكون هذه المعلومات متاحة للأشخاص المتأثرين، والمحتمل تأثرهم وبشكل جوهري من قبل المؤسسة[2].

---

[1] إبراهيم قدري، المرجع السابق، ص45.

[2] حسين شنيني، عبد الرزاق مولاي لخضر، **أثر تبني المسؤولية الإجتماعية على الأداء المالي للشركات**، الملتقى الدولي الثاني حول: الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، الطبعة الثانية: نمو المؤسسات والإقتصاديات بين تحقيق الأداء المالي وتحديات الأداء البيئي، جامعة ورقلة، الجزائر، 22-23 نوفمبر 2011، ص232.

رابعا: مبدأ السلوك الأخلاقي

يقصد من هذا المبدأ أن تتصرف المؤسسة بشكل أخلاقي في جميع الأوقات، ويبنى سلوكها على أخلاقيات الأمانة والعدل والتكامل وذلك فيما يتعلق بالأشخاص والحيوانات والبيئة والإلتزام بتناول مصالح الأطراف المعنية، وينبغي على المؤسسة أن تعمل بشكل فعال على تعزيز السلوك الأخلاقي بواسطة وضع وتحديد قيمها ومبادئها الجوهرية، ووضع هياكل حوكمية تساعد على تعزيز السلوك الأخلاقي داخل المؤسسة وفي تفاعلاتها مع الآخرين، وتحديد وتطبيق معايير السلوك الأخلاقية التي تتلاءم مع غرضها وأنشطتها[1].

خامسا: مبدأ إحترام مصالح الأطراف المعنية

بمعنى أن تقر المؤسسة وتتقبل أن هناك تنوعا بالمصالح للأطراف المعنية وتنوعا في أنشطة ومنتجات المؤسسة الرئيسية والثانوية وغيرها من العناصر التي قد تؤثر على تلك الأطراف المعنية.

سادسا: مبدأ إحترام سلطة القانون

معناه أن تلتزم المؤسسة بجميع القوانين واللوائح السارية المحلية والدولية المكتوبة والمعلنة والمنفذة طبقا لإجراءات راسخة ومحددة والإلمام بها[2].

سابعا: مبدأ إحترام الأعراف الدولية للسلوك

بمعناه أن تحترم المؤسسة الإتفاقيات الدولية والحكومية واللوائح التنفيذية والإعلانات والمواثيق والقرارات والخطوط الإرشادية عند قيامها بتطوير سياساتها وممارساتها للمسؤولية الإجتماعية[3].

ثامنا: مبدأ إحترام حقوق الإنسان

وهو يعني أن على المؤسسة أن تدعم وتحترم حقوق الإنسان المعلنة عالميا، والتأكد من أنها ليست متواطئة في أي إنتهاك لحقوق الإنسان[4].

الفرع الثاني: معوقات المسؤولية الإجتماعية

هناك بعض المعوقات التي تحول دون ممارسة المؤسسات لأداء دورها الاجتماعي وهي:

---

[1] قدري ابراهيم، مرجع سابق، ص46.

[2] رابح حميدة، **إستراتيجيات وتجارب وترقية دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في دعم النمو وتحقيق التنمية المستدامة: دراسة مقارنة بين التجربة الجزائرية والتجربة الصينية**، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، 2011، ص75.

[3] عبد الحكيم محمود أبو الشعر، **دور توظيف المسؤولية الإجتماعية للشركات المساهمة في تمويل تطبيق البحث الموجه في الجامعات: دراسة حالة الشركات المدرجة في بورصة فلسطين**، قدم هذا البحث إستكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال بكلية التجارة في الجامعة الإسلامية غزة، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2016، ص17.

[4] عبد القادر بريش، زهير غراية، **دور القطاع الخاص في الجزائر في تعميق مبادئ وممارسات المسؤولية الإجتماعية للشركات**، الملتقى الدولي الثالث: منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، جامعة بشار، 14-15 فيفري 2012، ص4.

أولا: المعوقات الإدارية

- ✓ عدم إحتواء بعض الشركات على إدارة العلاقات العامة.
- ✓ نقص الخبرة لدى الذين يشغلون إدارات وأقسام الشركات فيما يتعلق بالأمور الإجتماعية والأخلاقية.
- ✓ ضعف الاحساس بالمسؤولية الإجتماعية والأخلاقية، الذي هو في الواقع مرتبط بفلسفة الادارة العليا تجاه المجتمع والبيئة المحيطة، وضعف الاهتمام ببرامج المسؤولية الإجتماعية.
- ✓ إهمال الإدارات العليا في عملية إشتراك المستويات الإدارية الأخرى في عملية اتخاذ القرارات الإستراتيجية المتعلقة بموضوع المسؤولية الإجتماعية.
- ✓ عدم وجود إتصال فعال من قبل الإدارات مع الجمهور.

ثانيا: المعوقات القانونية

- ✓ الإلتزام بنشاطات محددة تنص عليها القوانين والأنظمة.
- ✓ عدم وجود صيانة سياسية إجتماعية أخلاقية، التي هي وظيفة من وظائف التخطيط الإستراتيجي.
- ✓ عدم وضع دستور إجتماعي أخلاقي في المؤسسات، كالذي يتم تطبيقه في كبرى الشركات في العالم.
- ✓ عدم إحترام التشريعات والقوانين والأنظمة في سبيل تحقيق المكاسب المادية وعندما يقدمون على مخالفة يضعون في حسابهم إحدى الإحتمالات التالية: قد لا يكتشف أمر المخالف وقد لا يتم إدانته، أما إذا اكتشف أمره أو أدين فقد تغطي المكاسب المالية التي يحصل عليها ما يتحمله من خسائر.

لأن المسؤولية الإجتماعية هي إلتزام أخلاقي من قبل المديرين على الأغلب لم تفرضه القوانين والأنظمة بل تحتمه ضرورات المنفعة المجتمعية العامة أدت إلى ضعف الإهتمام بالمسؤولية الإجتماعية عند المدراء.

ثالثا: المعوقات المالية

- ✓ هدف بعض الشركات هو تعظيم الأرباح فقط.
- ✓ الاعتقاد بأن إيلاء الاهتمام بالمسؤولية الإجتماعية يؤدي إلى خفض أرباح الشركة وإضعافها في المنافسة الدولية.
- ✓ نقص الموارد المالية التي تحول دون الإسهام في نشاطات المسؤولية الإجتماعية.
- ✓ صعوبة الجمع بين العمل المربح وعمل الشركة المتجاوبة إجتماعيا[1].

[1] أم كلثوم جماعي، سمير بن عبد العزيز، **الركائز الأساسية لنجاح المسؤولية الإجتماعية في منظمات الأعمال**، الملتقى الدولي الثالث بجامعة بشار حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، 14-15 فيفري 2012، ص7-8.

المطلب الثالث: أهمية المسؤولية الإجتماعية ومعايير قياسها

إن قيام المؤسسات بدورها إتجاه المسؤولية الإجتماعية يضمن إلى حد ما دعم جميع أفراد المجتمع وفي سد إحتياجات المجتمع ومتطلباته الضرورية، وسنتطرق إلى أهميتها ومعايير قياسها خلال هذا المطلب.

الفرع الاول: أهمية المسؤولية الاجتماعية

من شأن الوفاء بالمسؤولية الإجتماعية تحقيق عدة مزايا بالنسبة للمجتمع والدولة والمؤسسة وأهمها:

أولا: بالنسبة للمؤسسة

يرتبط نجاح المؤسسات في تبني مفهوم المسؤولية الإجتماعية بالعديد من العوامل المرتبطة بالرؤية والتنظيم وهي كالتالي:

ضرورة الإيمان بقضية المسؤولية الإجتماعية نحو المجتمع، وبتحديد رؤية واضحة نحو الدور الإجتماعي الذي تريد أن تتبناه، والقضية الرئيسية التي ستهتم بالعمل على المساهمة في معالجته، مع قيامها بتخصيص مسؤول متفرغ لهذا النشاط وتحدد له الأهداف والمخططات المطلوبة، والإهتمام بجعل هذه البرامج الإجتماعية قائمة بذاتها مستقبلا وتعمل على تغطية مصروفاتها ذاتيا مع الحرص على تقديم هذه البرامج بأداء قوي ومتميز وجودة عالية[1].

وكل هذا يعود عليها بالمزايا التالية:

- ✓ تحسين صورة المؤسسة في المجتمع وخاصة لدى العملاء والعمال إذا إعتبرنا أن المسؤولية الإجتماعية تمثل مبادرات طوعية للمؤسسة إتجاه أطراف متعددة ذات مصلحة مباشرة أو غير مباشرة من حدودها.
- ✓ من شأن الإلتزام بالمسؤولية الإجتماعية للمؤسسة تحسين مناخ العمل، كما تؤدي إلى بعث روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف[2].
- ✓ تمثل المسؤولية الإجتماعية تجاوبا فعالا مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع وإنتقالها إلى الحاجات الإجتماعية وتحقيق جانب من ذاتية الفرد والمجتمع.
- ✓ المردود المادي والأداء المتطور والقبول الإجتماعي والعلاقة الإيجابية مع المجتمع[3].
- ✓ تحسين سمعة المؤسسة بالتالي زيادة مبيعاتها وإرتفاع قيمة أسهم المؤسسة.

---

[1] نبيل بن عامر، حسام لعمش، **تفعيل دور المسؤولية الإجتماعية للتسويق في ترقية الخدمة الصحية: دراسة تحليلية مع عرض تجارب**، مجلة البحوث الإقتصادية والمالية، العدد 3، جامعة أم البواقي، الجزائر، 17 جوان 2015، ص183.

[2] محمد زرقون، جميلة العمري، أم السعد جوهرة بليلة، **أهمية الحوكمة في تحقيق المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات**، الملتقى العلمي الدولي حول: آليات حوكمة المؤسسات ومتطلبات تحقيق التنمية المستدامة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 25–26 نوفمبر 2013، ص652.

[3] عمر عزاوي، عبد الرزاق مولاي لخضر، بوزيد سايح، **دوافع تبني منظمات الأعمال أبعاد المسؤولية الإجتماعية والأخلاقية كمعيار لقياس الأداء الإجتماعي**، الملتقى الدولي الثالث حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، جامعة بشار، الجزائر، 14–15 فيفري 2012، ص12–13.

- ✓ إدماج التنمية المستدامة في إستراتيجية المؤسسة، فتحقيقها مرتبط بفكرة المسؤولية الإجتماعية[1].

ثانيا: بالنسبة للمجتمع

- ✓ الإستقرار الإجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص وهو جوهر المسؤولية الإجتماعية للمؤسسة وتحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع.
- ✓ إزدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين المؤسسات ومختلف الفئات ذات المصالح.
- ✓ الإرتقاء بالتنمية إنطلاقا من زيادة تثقيف والوعي الإجتماعي على مستوى الأفراد وهذا يساهم بالإستقرار السياسي والشعور بالعدالة الإجتماعية[2].
- ✓ زيادة التكافل الإجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع مع توليد شعور عالي بالإنتماء من قبل الأفراد ذوي الاحتياجات الخاصة كالمعوقين وقليلي التأهيل والأقليات والمرأة والشباب.
- ✓ إزدهار المجتمع على مختلف المستويات كون المسؤولية الإجتماعية مرتبطة بمفاهيم أساسية كتقليل السرية بالعمل والشفافية والصدق في التعامل وهذه تزيد من الترابط الإجتماعي[3].
- ✓ وفي إطار قياس أثر فوائد المسؤولية الإجتماعية على المجتمع والبيئة المحيطة، نجد أنه يتم خفض إستهلاك الطاقة والمياه والنفايات، زيادة وفرة المواد الخام، المساهمة في حيوية المؤسسة على المدى البعيد عن طريق تعزيز إستدامة الموارد الطبيعية والخدمات البيئية.
- ✓ كما يمكن لمس فوائد المسؤولية الإجتماعية أخلاقيا من خلال تحسين إعتمادية ونزاهة المعاملات بالمشاركة السياسية المسؤولة، والمنافسة العادلة، وإنعدام الفساد، وكذلك المساهمة في المصلحة العامة، وتعزيز المجتمع المدني والمؤسسات[4].

---

[1] صليحة فلاق، **متطلبات إرساء دعائم المسؤولية الإجتماعية في المنظمة: دراسة حالة المملكة العربية السعودية**، تجربة بنك الجزيرة، مجلة الإقتصاد والتنمية البشرية، جامعة البليدة، الجزائر، جانفي 2015، ص217.

[2] محمد فلاق، قدور بونافلة، **المسؤولية الإجتماعية لشركات الإتصالات الجزائرية (جيزي، موبيليس، نجمة): التحول من العمل الخيري إلى العطاء الذكي**، الملتقى الدولي الثالث حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، جامعة بشار، الجزائر، 14-15 فيفري 2012، ص6.

[3] نصرالدين بن مسعود، محمد كنوش، **واقع أهمية وقيمة المسؤولية الإجتماعية في المؤسسة الإقتصادية مع دراسة إستطلاعية على إحدى المؤسسات الوطنية**، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، الملتقى الدولي الثالث حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، 14-15 فيفري 2012، ص4.

[4] خالد خلف سالم الزريقات، **أثر التوجه الإستراتيجي في تحقيق المسؤولية الإجتماعية: دراسة تطبيقية في المصارف التجارية الأردنية**، مجلة كلية بغداد للعلوم الإقتصادية الجامعة، العدد 31، جامعة الإسراء الخاصة، بغداد، العراق، 2012، ص296.

ثالثا: بالنسبة للدولة

أكبر استفادة للدولة هي إدراك المؤسسات لدورها الإجتماعي من شأنه أن يقلل من الأعباء الإجتماعية لهذه الدول من صحة، وبطالة...ألخ، بالتالي تجنب التدخل الحكومي في قرارات المؤسسة وهذا ما من شأنه تحسين التنمية السياسية في الدول[1].

وتتمثل هذه الفوائد في[2]:

- ✓ تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهامها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والإجتماعية الأخرى.
- ✓ يؤدي الإلتزام بالمسؤولية البيئية إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الإجتماعية.
- ✓ المساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها من الآلات التي تجد الدولة الحديثة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها جميعا بعيدا عن تحمل المؤسسات الإقتصادية الخاصة دورها في هذا الإطار.

وتتضح أهمية تبني المسؤولية الإجتماعية من قبل الشركات على المجتمع بشكل عام، إلا أن من المهم للشركات أن تعي أن تبنيها للمسؤولية الإجتماعية ليست تكلفة ضائعة، بل هي تكلفة تعود عليها بكثير من المنافع، كما أن إكساب الشركة صورة ذهنية لدى المجتمع ونظرة إيجابية من شأنها تحسين صورتها في أذهان جميع المتعاملين معها، مما يساعدها على المحافظة من خلالها على مستوى المنافسة الذي تعيش فيه تلك الشركات[3].

الفرع الثاني: معايير قياس المسؤولية الإجتماعية

لا يوجد إتفاق موحد بين الباحثين حولها ولكن الغالبية من هؤلاء يؤكدون على ضرورة إعتماد المعايير والمؤشرات التالية والتي تمثلت في 4 مؤشرات أساسية وهي:

---

[1] عبد الغفور دادن، رشيد حفصي، محمد العيد تيجاني، **الإستدامة الإجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية**، الملتقى الوطني حول: إشكالية إستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 6-7 ديسمبر 2017، ص7.

[2] محمد براق، ياقوت موساوي، **المسؤولية الإجتماعية في إطار حوكمة الشركات**، الملتقى العلمي الدولي حول: آليات حوكمة المؤسسات ومتطلبات تحقيق التنمية المستدامة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 25-26 نوفمبر 2013، ص259.

[3] جبر إبراهيم الداعور، إياد سليم زملط، هيثم محمد غبن، **دور المسؤولية الإجتماعية في إدارة الصورة الذهنية للبنوك العاملة في فلسطين وأثرها على الميزة التنافسية**، المؤتمر العلمي الأول للتنمية المجتمعية، كلية الإقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، فلسطين، 5-6 نوفمبر 2016، ص5.

أولا: مؤشر الأداء الإجتماعي للعاملين بالمؤسسة

وفقا للتقارير المالية للشركة، فإنه يتم قسمة مجموع نفقات الخدمات الإجتماعية للعاملين على عدد العاملين، بحيث نتحصل على متوسط نصيب كل موظف أو عامل من الخدمات الإجتماعية التي قدمتها الشركة، ويندرج تحت هذا المقياس مجموعة من المؤشرات منها مؤشر قياس مساهمة الشركة في رفع مستوى مهارة وكفاءة العاملين: مؤشر قياس مساهمة الشركة في توفير الأمن الصناعي، قياس إستقرار حالة العمل بالشركة، حصة العاملين من الأرباح السنوية وغيرها[1].

ثانيا: مؤشر الأداء الإجتماعي لحماية البيئة

و هنا تقوم المؤسسة بمعايير البيئة وحمايتها من خلال معالجة النفايات بكافة أشكالها وإستخدام أعمال التنقية بالنسبة للمؤسسات الصناعية التي تنبعث منها الأدخنة والغازات الضارة بالصحة العامة والبيئة، وهي نقطة أساسية ومهمة حتى تحافظ المؤسسة على البيئة المحيطة بها والتي تعمل فيها حيث تحاول جاهدة رد الأضرار عن البيئة المحيطة والتي جاءت من نشاطها الصناعي وقد تشمل أبعد من ذلك كتلوث الهواء والمياه والمزروعات وغيرها[2].

ثالثا: مؤشر الأداء الإجتماعي للمجتمع

ويتضمن كافة تكاليف الآداء التي تهدف إلى إسهامات المؤسسات في خدمة المجتمع مشتملة بذلك التبرعات والمساهمات للمؤسسات التعليمية والثقافية والرياضية والخيرية ثم تكاليف الإسهامات في برامج التعليم والتدريب الإجتماعي ومشاريع التوعية الإجتماعية وما إلى ذلك[3].

رابعا: مؤشر الأداء الإجتماعي لتطوير الإنتاج

تفاعل المؤسسات بطريقة إيجابية مع قضايا البحوث العلمية بمختلف أشكالها بما يخدم ضمان التقدم والإزدهار، وتشمل جميع تكاليف الأداء التي تنصب في خدمة المستهلكين، حيث تتضمن الرقابة على جودة الإنتاج وتكاليف البحث والتطوير، وكذلك تكاليف ضمانات المتابعة ما بعد البيع، وتدريب العاملين، وغير ذلك من الخدمات التي تحقق حالة الرضا عن المنافع المتأتية من المنتجات والخدمات المقدمة الى المستهلكين[4].

---

[1] فتحي الطاهر التريكي، إمحمد مصطفى بازينة، **تقييم وتحليل ممارسة منظمات الأعمال للمسؤولية الإجتماعية: دراسة تطبيقية عن شركات القطاع الخاص في مدينة مصراتة**، مجلة دراسات الإقتصاد والأعمال، المجلد 4، العدد 2، قسم إدارة الأعمال، كلية الإقتصاد والعلوم السياسية، جامعة مصراتة، ليبيا، ديسمبر 2016، ص48.

[2] سميرة لغويل، نوال زمالي، **المسؤولية الإجتماعية: المفهوم، الأبعاد، المعايير**، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، العدد 27، جامعة تبسة، الجزائر، ديسمبر 2016، ص307.

[3] عبد الوهاب شنيخر، بوعلام عمار شبيرة، **محاسبة المسؤولية الإجتماعية لتقييم الأداء الإجتماعي للمؤسسة: دراسة حالة آرسيلور ميتال عنابة**، مجلة جيل العلوم الإنسانية والإجتماعية، العدد 16، فيفري 2016، ص137.

[4] صالح بن سعد القحطاني، **أثر برامج المسؤولية الإجتماعية على عملاء القطاع المصرفي بالمملكة العربية السعودية**، المجلة العربية للإدارة، المجلد 35، العدد 2، كلية إدارة الأعمال، جامعة الملك سعود، السعودية، ديسمبر 2015، ص8.

المبحث الثاني: مجالات المسؤولية الإجتماعية وأبعادها

في ظل الوعي المتنامي لما تلعبه المؤسسة في الحياة الإقتصادية والإجتماعية، فذلك يترتب عليه مسؤولية إجتماعية إتجاه المجتمعات من خلال فئات رئيسية تتمثل في أصحاب المصالح والبيئة والمجتمع، وما يقابله من رضا لدى الرأي العام والأثر الايجابي لذلك، من خلال مجالات المسؤولية الإجتماعية، وأبعادها الإقتصادية والقانونية والأخلاقية والخيرة، وهو ما سنتطرق له خلال هذا المبحث كما يلي:

المطلب الأول: مجالات المسؤولية الإجتماعية

إن تبني المؤسسة للمسؤولية الإجتماعية يجعل المؤسسة تحت مراقبة ديمقراطية لجميع قراراتها الإقتصادية من خلال إشراك جميع الأطراف التي لها مصلحة مع المؤسسة، وهو ما يعود عليها بالنفع من جراء الرضا التي تحرزه المؤسسة من جميع الأطراف وبالتالي تحقيق نموها وضمان بقائها وإستمراريتها[1].

وهذه الأطراف كالتالي:

الفرع الأول: المسؤولية تجاه العاملين

يعتبر الإنفاق على العاملين في المؤسسة إستثمارا حقيقيا، تجني المؤسسة ثماره في الأجلين القصير والبعيد، فالعمالة من أهم مجالات المسؤولية الإجتماعية حيث على المؤسسة أن تحسن الخدمات تجاهها وذلك من خلال:

- ✓ تقديم برامج رعاية إجتماعية وثقافية وصحية للعاملين وأسرهم.
- ✓ توفير فرص التدريب والعمل لأبناء العاملين.
- ✓ دفع أجور العاملين في وقتها.
- ✓ العمل على كفالة سلامة العاملين وعدم تعرضهم للمخاطر بكافة أنواعها.
- ✓ تنمية حالة من الولاء والإنتماء من طرف العاملين تجاه المؤسسة[2].
- ✓ توفير البرامج التدريبية اللازمة بالداخل والخارج، والإنفاق على بعض العاملين الراغبين في إكمال دراستهم العليا وذلك لتنمية مهاراتهم الفنية والإدارية.

---

[1] رفيقة حروش، **نحو إستراتيجية جديدة لمكافحة الفقر في الجزائر وفق المواصفة الدولية للمسؤولية المجتمعية ISO SR 26000**، الملتقى الدولي حول: تقييم سياسات الإقلال من الفقر في الدول العربية في ظل العولمة، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 8-9 ديسمبر 2014، ص500.

[2] مدحت محمد أبو النصر، **المسؤولية الإجتماعية للشركات والمنظمات: المواصفة القياسية ISO 26000**، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، مصر، 2015، ص72.

- ✓ المساهمة في التأمينات الإجتماعية على العاملين بنسبة معينة من رواتبهم وأجورهم للحصول على مرتب تقاعد مناسب بعد الخروج على المعاش.
- ✓ وضع نظام تأميني خاص بالمشاركة مع العاملين.
- ✓ وضع نظم للحوافز والمكافآت سواء في المناسبات الدينية أو غيرها.
- ✓ إقامة سكن للعاملين أو على الأقل مساعدتهم ماديا في الحصول على سكن مناسب.
- ✓ توفير وسائل الإنتقال من مناطق السكن إلى العمل والعكس.
- ✓ المساعدة ماديا في تأدية المناسك الدينية مثل الحج والعمرة.
- ✓ إقامة مصايف للعاملين أو مساعدتهم ماديا في القيام برحلات ترفيهية ورياضية.
- ✓ توزيع حصة على العاملين من الأرباح السنوية الموزعة[1].

الفرع الثاني: المسؤولية تجاه الزبائن (العملاء والمستهلكين)

نتيجة للثورة التسويقية أصبح المستهلك في قمة إهتمامات أي مؤسسة والجميع يتنافس على تحقيق تلبية مطالبه ومن أهم الأنشطة التي تقدمها المؤسسة لزبائنها:

- ✓ تقديم المنتجات بأسعار و نوعيات مناسبة.
- ✓ الإعلان صادق وأمين.
- ✓ تقديم منتجات صديقة وآمنة.
- ✓ تقديم إرشادات واضحة بشان المنتج وإستخداماته.
- ✓ الإلتزام بالتطوير المستمر للمنتجات[2].
- ✓ اليسر في الحصول على المنتج والخدمة.
- ✓ الإلتزام بمعالجة الأضرار إذا ما حدثت بعد البيع.
- ✓ إعادة تدوير بعض الأرباح لصالح فئات من الزبائن.
- ✓ إلتزام أخلاقي بعدم خرق قواعد العمل أو السوق[3].

---

[1] وهيبة مقدم، **تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الإجتماعية: دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، في كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة وهران، الجزائر، 2014، ص84.

[2] وهيبة مقدم، بشير بكار، **المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات الإقتصادية من خلال تطبيق المواصفة الدولية إيزو 26000 للمسؤولية الإجتماعية**، مجلة إقتصاد وتسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران، الجزائر، 2014، ص12.

[3] بلقاسم زايري، وهيبة مقدم، **الحاجة إلى تصميم لوحة قيادة من أجل دمج المسؤولية الإجتماعية في منظمات الأعمال و قياس الأداء تجاهها**، المؤتمر العلمي الدولي حول: سلوك المؤسسة الإقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة والعدالة الإجتماعية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 20–21 نوفمبر 2012، ص229.

الفرع الثالث: المسؤولية تجاه الموردين

ينظر إلى العلاقة ما بين الموردين ومنظمات الأعمال على أنها علاقة مصالح متبادلة، لذلك يتوقع الموردون أن تحترم منظمات الأعمال تطلعاتهم ومطالبهم المشروعة التي يمكن تلخيصها في[1]:

- ✓ الإستمرار في التوريد وخاصة لبعض أنواع المواد الأولية اللازمة للعمليات الإنتاجية.
- ✓ أسعار عادلة ومقبولة للمواد المجهزة للمؤسسات بالإضافة إلى تسديد الإلتزامات.
- ✓ الصدق في التعامل.
- ✓ تدريب الموردين على مختلف طرق تطوير العمل.

وكل هذا يعود بأثر مهم على أداء المؤسسة، أما عندما تتعامل المؤسسة بأسلوب غير أخلاقي مع الموردين كأن تؤخر سداد مستحقاتهم بغير حق أو تعطيهم وعود كاذبة فإن العلاقة بين الطرفين تكون مبنية على المكسب السريع.

فالمورد لا يضمن تعامله مع المؤسسة مرة أخرى فيحاول الحصول على أعلى مقابل للمعاملة الحالية ويقدم الخدمة بأقل تكلفة وهو ما قد ينتج عنه إنخفاض الجودة لأن المورد لا يكترث برضا تلك المؤسسة عنه في المدى البعيد لأن علاقته بها قد لا تمتد كثيرا، ولا تستطيع تلك المؤسسة أن تطلب من الموردين ما تطلبه المؤسسات الأخرى التي لديها علاقة تعاون طويلة الأجل معهم وبالتالي فلن تجد العون من الموردين لتطوير المنتج أو تقليل وقت التوريد أو تطوير طريقة العمل[2].

الفرع الرابع: المسؤولية تجاه المنافسين

وهي تعني أن المؤسسة ملزمة تجاه المنافسين بتطبيق المسؤولية الإجتماعية من خلال[3]:

- ✓ معلومات صادقة.
- ✓ عدم سحب العاملين من الآخرين بوسائل غير نزيهة.
- ✓ منافسة عادلة ونزيهة.

---

[1] فالح عبد القادر الحوري، ممدوح الزيادات، هايل عبابنه، **إدارة الصورة الذهنية للمنظمات الأردنية في إطار واقع المسؤولية الإجتماعية، دراسة ميدانية في شركات الإتصالات الخلوية الأردنية**، ورقة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الثالث لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة العلوم التطبيقية، الأردن، 27–29 أفريل 2009، ص5.

[2] منى مسغوني، لاميا عماني، فاطمة الزهراء كيحلى، **المسؤولية الإجتماعية مصدر للقيمة المشتركة وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، الملتقى الوطني حول: إشكالية إستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 6–7 ديسمبر 2017، ص19.

[3] مسعودة شريفي، كريمة حاجي، **المسؤولية الإجتماعية والثقافة التنظيمية في منظمات الأعمال المعاصرة: رحلة ألف ميل تبدأ بخطوة**، الملتقى الدولي الثالث: منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، جامعة بشار، الجزائر، من 14–15 فيفري 2012، ص3.

الفرع الخامس: المسؤولية الاجتماعية تجاه المساهمين (المالكون)

تعد فئة المساهمون فئة مهمة جدا من أصحاب المصالح المستفيدين من نشاط المؤسسة الإقتصادية وتكمن مسؤولية المؤسسة تجاه المساهمين من خلال:

- ✓ زيادة حجم المبيعات.
- ✓ حماية أصول المؤسسة وموجوداتها[1].
- ✓ تعظيم قيمة السهم.
- ✓ تحقيق أقصى ربح ممكن.
- ✓ الحق في الحصول على المعلومات الكافية عن أداء المؤسسة[2].
- ✓ التعامل العادل مع المساهمين من دون أي تمييزوإشراكهم في القرارات الهامة للمؤسسة[3].

الفرع السادس: المسؤولية تجاه المجتمع المحلي

على المؤسسة أن تكون على معرفة ووعي تامين بالمجتمع المحلي وبإحتياجاته وأن تصمم برامجها من خلال التشاور مع المجتمعات المحلية للحصول على نتائج أفضل، وهذا من شأنه أن يخلق بيئة إجتماعية أفضل تعود بالنفع المباشر على المنظمة في الأجل الطويل[4].

ويعتبر المجتمع المحلي بالنسبة للمؤسسات شريحة مهمة إذ تتطلع إلى تجسيد متانة العلاقات معه وتعزيزها، الأمر الذي يتطلب منها مضاعفة نشاطاتها تجاهه من خلال بذل المزيد من الرفاهية العامة، والتي تشمل[5]:

---

[1] محاد عريوة، **دور بطاقة الأداء المتوازن في قياس وتقييم الأداء المستدام بالمؤسسات المتوسطة للصناعات الغذائية دراسة مقارنة: ملبنة الحضنة بالمسيلة وملبنة التل بسطيف**، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، تخصص: إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية المستدامة، كلية الحقوق والعلوم الإقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2011، ص58.

[2] خيرة عيشوش، عبد اللطيف كرزابي، **المسؤولية الإجتماعية تجاه العاملين في إطار أخلاقيات الأعمال**، الملتقى الدولي الثالث حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة بشار، الجزائر، 14–15 فيفري 2012، ص7.

[3] وهيبة مقدم، **سياسات وبرامج المسؤولية الإجتماعية تجاه الموارد البشرية في منظمات الأعمال (دراسة حالة ثلاثة شركات عربية)**، الملتقى الدولي الخامس حول: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الإقتصاديات الحديثة، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة شلف، 13–14 ديسمبر 2011، ص6.

[4] روضة جديدي، رحيمة بوصبيع صالح، **المسؤولية الإجتماعية للشركات بين العمل التطوعي وتحقيق هدف الإستدامة**، المؤتمر العلمي الدولي الثاني للعلوم الإجتماعية والتربوية (ريس)، مركز بايير التركي للدراسات والأبحاث، جامعة باندرما 17 أيلول الحكومية باندرما بالك أسير –تركيا، محافظة أنطاليا، تركيا، 26–27–28 أكتوبر 2018، ص3.

[5] محمد فلاق، **المسؤولية الإجتماعية للشركات النفطية العربية: شركتي "سونطراك الجزائرية، أرامكو السعودية" أنموذجا**، مجلة الباحث، عدد 12، جامعة حسيبة بن بو علي، الشلف، الجزائر، 2013، ص31–32.

- ✓ المساهمة في دعم البنية التحتية، وإنشاء الجسور والحدائق، وإقامة المشاريع المحلية ذات الطابع التنموي.
- ✓ المساهمة في الحد من مشكلة البطالة، ودعم بعض الأنشطة الرياضية والترفيهية، والفن والرياضة.
- ✓ إحترام العادات والتقاليد، ودعم مؤسسات المجتمع المدني.
- ✓ تقديم العون لذوي الإحتياجات الخاصة من خلال تقديم الدعم المادي لهم، ورعاية الأعمال الخيرية.
- ✓ الدعم المتواصل للمراكز العلمية كمراكز البحوث والمستشفيات.

الفرع السابع: المسؤولية تجاه البيئة

تتمثل أساسا في تشجيع تبني نهج إحترازي إزاء جميع التحديات البيئية، والإطلاع بمبادارت لتوسيع نطاق المسؤولية عن البيئة، وتشجيع تطوير التكنولوجيا غير الضارة بالبيئة ونشرها[1].

وتشمل الأنشطة التي تؤدي إلى تخفيف أو منع التدهور البيئي و التي تهدف لحماية الموارد الطبيعية والبيئة المحيطة والمحافظة عليها ويعتبر الاهتمام بهذا المجال أمرا حيويا ليس فقط لأثره على نوعية الحياة، بل لأثره على ما تتحمله الدول من نفقات للمحافظة على البيئة الطبيعية[2].

ولقد أعيد التركيز في أدبيات المسؤولية الإجتماعية فيما يخص الجوانب البيئية لانه تبين المسؤولية الإجتماعية تضم أنظمة البيئة المفروضة ذاتيا أي ضمن فلسفة المؤسسة والتقارير البيئية لها والمؤسسة مطالبة بالقيام بما يلي تجاه البيئة[3]:

- ✓ الإقتصاد في إستخدام المواد الخام ومنع الإستخدام التعسفي لها، والإستخدام العقلاني لمصادر الطاقة.
- ✓ المساهمة في إكتشاف والبحث عن الطاقات البديلة النظيفة.
- ✓ المساهمة في تمويل المشاريع البيئية مثل إنشاء الحدائق والمحميات الطبيعية وحماية التنوع البيولوجي والغابات، مع تجنب والتخفيف من مسببات تلوث الأرض والهواء والمياه وإحداث الضوضاء.
- ✓ التصميم الأخضر للمنتجات وعمليات تشغيلها بطريقة تؤدي إلى تقليل المخلفات.

---

[1] أحمد بوشنافة، فاطيمة لعلمي، **دور الجماعات المحلية في تعزيز المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات الإقتصادية عامل أساسي لتحقيق التنمية المستدامة**، المؤتمر الدولي الثالث: المسؤولية الإجتماعية و منظمات الأعمال، معهد العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، كلية الإقتصاد، جامعة بشار، 14-15 فيفري 2012، ص7.

[2] هناء محمد هلال الحنيطي، إنعام محسن حسن، **مدى تطبيق محاسبة المسؤولية الإجتماعية في البنوك الإسلامية العاملة في الأردن**، مجلة الفكر المحاسبي، المجلد 16، كلية التجارة، جامعة عين شمس، مصر، 2012، ص5.

[3] طارق راشي، **الإستخدام المتكامل للمواصفات العالمية (الإيزو) في المؤسسة الإقتصادية لتحقيق التنمية المستدامة: دراسة حالة شركة مناجم الفوسفاط بتبسة –SOMIPHOS–**، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم، تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية المستدامة، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، مدرسة الدكتوراه: إدارة الأعمال والتنمية المستدامة الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2011، ص86.

- ✓ تسيير النفايات وإعادة إستعمالها لتقليل من أثارها السلبية على البيئة.

الفرع الثامن: المسؤولية تجاه الحكومة

تمثل الحكومة فئة من المستفيدين، وتعير لها المؤسسات الإقتصادية أهمية كبيرة بإعتبارها الممثل القانوني للدولة وهي ملزمة تجاهها بالقيام بما يلي:

- ✓ الإلتزام بالتشريعات والقوانين والتوجهات الصادرة من الحكومة.
- ✓ إحترام تكافؤ الفرص بالتوظيف.
- ✓ المساعدة في إعادة التأهيل والتدريب[1].
- ✓ المساهمة في حل المشكلات الإجتماعية مثل القضاء على البطالة.
- ✓ تسديد الإلتزامات الضريبية والرسوم الأخرى وعدم التهرب منها.
- ✓ المساهمة في الصرف على البحث والتطوير[2].

الفرع التاسع: جماعات الضغط الاجتماعي

تمثل جماعات الضغط فئات كثيرة وعديدة إزدادت بسبب التقدم التكنولوجي والسياسي والثقافي والإجتماعي في أي بلد من البلدان وتطالب هذه الجماعات من المؤسسات الإقتصادية بالعديد من المطالب من بينها[3]:

- ✓ التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك، وإحترام أنشطة جماعات حماية البيئة.
- ✓ إحترام دور النقابات العالية والتعامل الجيد معها.
- ✓ التعامل الصادق مع الصحافة.

والشكل التالي يمثل مجالات المسؤولية الاجتماعية:

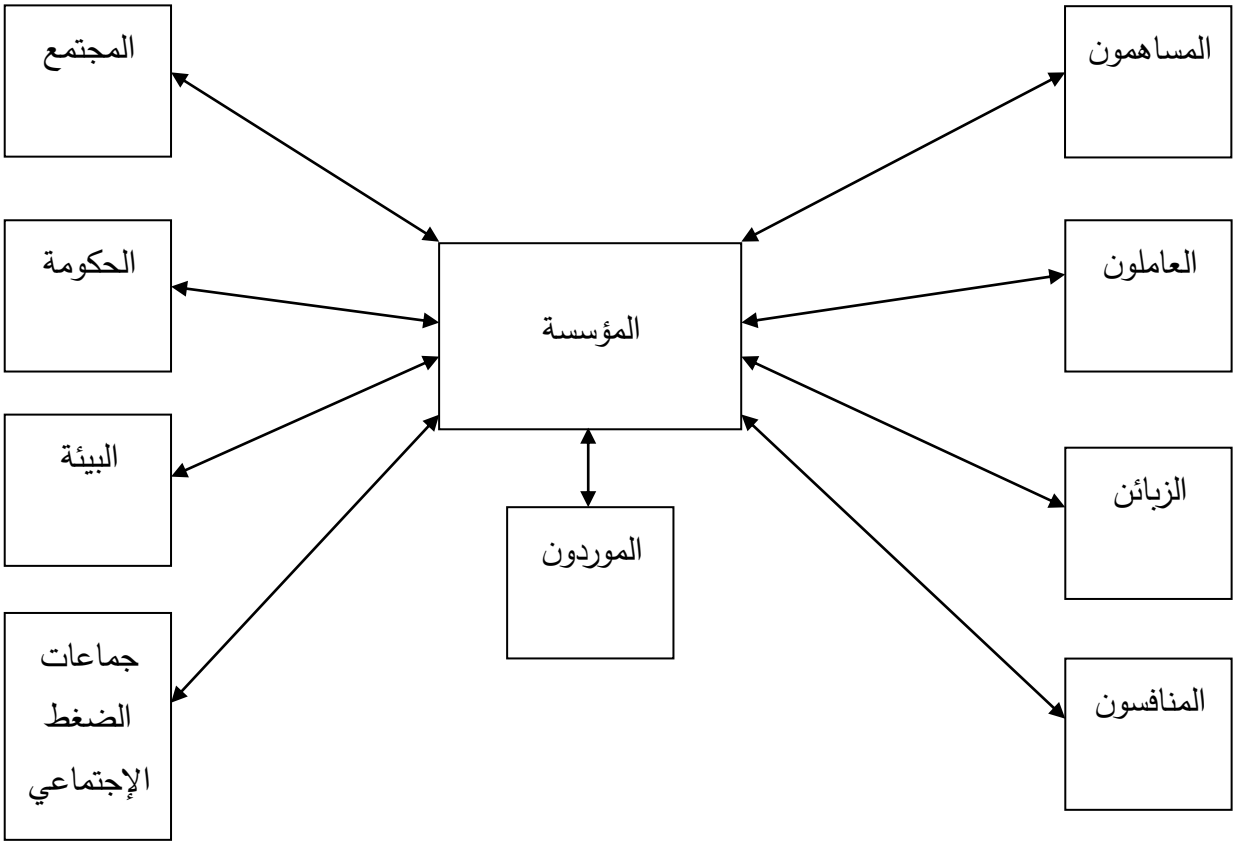
---

[1] إيثار عبد الهادي الفيحان، كلثوم ألبز، **دور المنظمات الريادية في تحقيق المسؤولية الإجتماعية**، الملتقى الدولي الثالث: منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، جامعة طاهري محمد، بشار، الجزائر، فيفري 2012، ص9.

[2] عبد القادر دبون، عبد الله مرزق، **المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات الإقتصادية تجاه الموارد البشرية**، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الإقتصادية، العدد 6، جامعة ورقلة، الجزائر، 2015، ص176.

[3] فريدة ويلية، **دور الميزانية الإجتماعية في تسيير الموارد البشرية: دراسة حالة مؤسسة نفطال الوكالة التجارية – الخروب –**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، تخصص: تسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، مدرسة الدكتوراه: إقتصاد ومناجمنت، جامعة منتوري، قسنطينة، 2012، ص14.

الشكل رقم (3): مجالات المسؤولية الاجتماعية



المصدر: موسى قاسم القريوتي، رياض عبد الله الخوالدة، مازن كمال قطيشات، محمد فالح الحنيطي، محمد عطوة المعايطة، **دور المسؤولية الإجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة حالة في شركة زين للإتصالات الخلوية**، مجلة دراسات: العلوم الإدارية، المجلد 41، العدد 1، الجامعة الأردنية، الأردن، 2014، ص43.

المطلب الثاني: أبعاد المسؤولية الإجتماعية

هناك عدة محاولات لتحديدها، وقد سعى العديد من الباحثين إلى صياغتها من وجهات نظر متباينة، وجاءت النقلة النوعية في إطار البحوث لتوسيع المفاهيم من طرف الباحث Carroll في سنة 1991، التى وضع فيها أربعة أبعاد للمسؤولية الإجتماعية، ووظفها في شكل هرمي تسلسلي، وسنتطرق لها كالتالي:

الفرع الأول: المسؤولية الإقتصادية

تتعلق هذه المسؤولية بالجانب الإقتصادي و هنا فإن المؤسسة تمارس أنشطة إقتصادية في إطار الكفاءة والفاعلية وبذلك فان المؤسسة التي تستخدم الموارد بشكل رشيد لتنتج سلعا وخدمات بنوعية راقية وتوزع العوائد بشكل عادل على عوامل الإنتاج المختلفة قد تحملت مسؤولية إقتصادية أفضل من غيرها التي لا تراعي هذا الجانب[1].

حيث تلتزم الشركة بإنتاج السلع والخدمات لفائدة المجتمع ولكي تبقى الشركة وتحقق هذه المسؤولية لابد لها من تحقيق الربح لمالكيها أو دائنيها لكن الربح هنا وسيلة لا غاية يجب أن لا توصلها إلى التخمة من خلال تعظيم الربحية[2].

ويندرج ضمن هذا البعد كذلك:

- ✓ توفير البيئة الملائمة للعمل، والعدالة الوظيفية وإتاحة فرص التقدم للعمال والحفاظ على أمنهم وسلامتهم.
- ✓ العمل على المحافظة على البيئة من خلال إستخدام تكنولوجيات حديثة غير ملوثة[3].
- ✓ إستخدام الموارد بشكل رشيد لتنتج المؤسسات سلعا وخدمات بجودة عالية.
- ✓ المنافسة العادلة عن طريق إحترام قواعد المنافسة وعدم إلحاق الأذى بالمنافسين.
- ✓ منع الإحتكار والأضرار بالمستهلكين.
- ✓ الإستفادة من التقدم التكنولوجي وإستخدامه في معالجة الأضرار التي تلحق بالبيئة[4].

---

[1] نورا محمد عماد الدين أنور، **المسؤولية الإجتماعية للشركات في ظل الأزمة الإقتصادية العالمية**، دراسة تطبيقية، مركز المديرين المصري، مسابقة الأبحاث السنوية، مصر، 2010، ص13.

[2] لطفي قواسمي، **دور المنظمات الدولية غير الحكومية في ترقية المسؤولية الإجتماعية للقطاع الخاص (منظمة أصدقاء الأرض العالمية أنموذجا)**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية، تخصص: إدارة دولية، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2013، ص26.

[3] آمال عبد المجيد عبد القادر الحيلة، عبد القادر أحمد مسلم، **مدى مساهمة القيادة الريادية في تعزيز المسؤولية الإجتماعية لدى العاملين في مجموعة الإتصالات الفلسطينية**، مؤتمر المسؤولية الإجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص وانعكاساتها على المجتمع الفلسطيني، كلية إدارة المال والأعمال، جامعة فلسطين، 12 مارس 2016، ص9.

[4] محمد فلاق، سميرة أحلام حدو، **المسؤولية الإجتماعية لمنظمات الأعمال بين الممارسة التسويقية والضرورة الإستراتيجية: دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الإقتصادية الجزائرية**، مجلة أبحاث إقتصادية وإدارية، العدد 20، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ديسمبر 2016، ص270.

الفرع الثاني: المسؤولية القانونية

تتمثل المسؤولية القانونية في القوانين التي تلتزم بها الإدارة وتمتثل لها، وهذا الإلتزام هو شرط يريد المجتمع من الشركات الإلتزام به وذلك لأن القوانين التي يتم الإلتزام بها في المجتمع تكون موضوعة على أساس مبادئ أخلاقية عامة، وهكذا فإن الإلتزام بالقوانين يعد جزءا أساسيا من المسؤولية الإجتماعية[1].

يعرف الباحث carroll المسؤولية القانونية على أنها: " المسؤولية القانونية هي الطاعة أو الإمتثال للقانون، بمعنى أن القانون يجسد المفاهيم الأساسية للعدالة كما حددها المشرعون"، وأكد carroll أن المسؤولية القانونية للمؤسسة تتمثل في الإمتثال لهذه القوانين"[2].

إن المسؤولية القانونية هي مصدر من مصادر القوة للمؤسسات والتي تلزم الجميع بالتخلي عن الأمور غير القانونية أو غير المشروعة والتي غالبا تكون ذات تكلفة عالية.

كما يمكن تقييم المسؤولية القانونية طبقا إلى ثلاث محاور هي:

المحور الأول: هو محور أصحاب المصالح إذ تركز العمليات التجارية على رأس مال القيمة المضافة ومعدل نمو المبيعات ومعدل العائد على حقوق المساهمين والعائد على السهم وقيمة الموجودات والمطلوبات وفاعلية نظام الرقابة الداخلية ضد الفساد المالي والإداري.

المحور الثاني: هو العاملين ويتضمن دفع الأجور في الوقت المحدد ودفع تكاليف الضمان الإجتماعي ومهارات العمل والتطوير الوظيفي وتمويل نقابات العمال وحماية الملكية الفكرية للعاملين والسلامة والصحة المهنية والمرافق وتمويل التعليم ومكافآت الموظفين الذين بذلوا جهودا.

المحور الثالث: هو الموثوقية بالمنتجات وسلامة المؤسسة.

كما تعني المسؤولية القانونية أن المؤسسة سوف تعمل على القيام بالواجبات العائدة على عاتقها وهي كالتالي:

- ✓ المشاركة في حل مشكلات المجتمع، وحماية البيئة من التلوث.
- ✓ إحترام حقوق الإنسان وعدم التمييز بين الأفراد على أساس الجنس والعرق والدين واللغة، وعادة ما تحددها الحكومات بقوانين وأنظمة وتعليمات يجب أن لا تخرقها المؤسسات وأن تحترمها، وفي حال عكس ذلك فانها تقع في إشكالية قانونية[3].

---

[1] وليد حميد رشيد الأميري، **المسؤولية الإجتماعية للمصارف الخاصة: في إطار العلاقة بين رأس المال الفكري ورأس المال التمويلي**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص181.

[2] Mark S.Schwartz, Archie B.Carroll, **Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach**, Journal Of Business Ethics Quarterly, Philosophy Documentation Center, Charlottesville, Virginia, United States Of America, 2003, P507.

[3] رافد حميد الحدراوي، مهند حميد العطوي، **دور المسؤولية الإجتماعية في تعزيز ولاء الزبون: دراسة تحليلية لآراء عينة من زبائن مصرف الرافدين فرع الغري– النجف الأشرف**، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والإقتصادية، المجلد 17، العدد 4، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الكوفة، العراق، 2015، ص36–37.

- ✓ الإلتزام بالأنظمة والقوانين، وإمتثال الشركة للقانون وجملة التشريعات التي من شأنها حماية المجتمع.
- ✓ تقديم السلع والخدمات بشكل يتوافق مع مصلحة المجتمع ومع اللوائح والأنظمة المعمولة[1].

ثم إن وضع قانون خاص بالمسؤولية الإجتماعية للمؤسسات يساهم بصورة فعالة في توجيه سلوكات المؤسسات نحو سلوكات ذات أكثر مسؤولية، حيث أنه يعتبر شرطا ضروريا لتطوير منتجات خضراء جديدة، ويسمى القانون في هذا السياق ب: (Poussée régulatoire) "الدفعة القانونية" ، التي تميل المؤسسات من خلالها إلى توسيع مبادراتها وإلى تعزيز إلتزاماتها في هذا المجال، وأثبتت العديد من الدراسات أن المبادرات الطوعية غالبا ما كانت محفزة من قبل القانون[2].

والجدول التالي يوضح بعض الفروقات بين المسؤولية الإقتصادية والمسؤولية القانونية:

الجدول رقم (1): بعض الفروقات بين المسؤولية الإقتصادية والقانونية

مجموعة الفروقات بين المسؤولية الاقتصادية والقانونية:	
المسؤولية الإقتصادية:	**المسؤولية القانونية:**
1. من المهم أن تؤدي بطريقة بما يتفق مع تعظيم الأرباح.	1. من المهم أن تؤدي بما يتفق مع توقعات الحكومة والقانون.
2. من المهم أن نكون ملتزمة بالربح قدر الإمكان.	2. من المهم أن تمتثل لمختلف اللوائح الولائية والمحلية.
3. من المهم الحفاظ على مكانة تنافسية قوية.	3. من المهم أن تكون ملتزمة بقانون الشركات.

Source: Archie B. Carroll, **The Pyramid Of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management Of Organizational Stakeholders**, Journal Of Business Horizons, Indiana University, Usa, July–August 1991, P40.

[1] سليمان بن عبدالله بن محمد الزامل، **مستوى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الإجتماعية للشركات الصناعية المساهمة السعودية: دراسة تحليلية للتقارير المالية السنوية لشركات الأسمنت والبتروكيماويات**، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في المحاسبة، قسم المحاسبة، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة أم القرى، السعودية، 2015، ص32.

[2] عبد الحق بن جديد، **المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات**، المجلة العربية للأبحاث في العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، سبتمبر 2012، ص84.

الفرع الثالث: المسؤولية الأخلاقية

ويقصد بها أن تكون المؤسسة مبنية على أسس أخلاقية وأن تلتزم بالأعمال الصحيحة وأن تمتنع عن إيذاء الآخرين[1].

وهي تمثل السلوك المقبول الذي يتم إقراره من قبل المساهمون، المستثمرون، عامة المجتمع، والمؤسسات الصناعية ذاتها العاملة في ذات المجال، ومعظم القواعد التي تحكم هذا السلوك هي بمثابة أعراف وتقاليد وقيم متوارثة ومتجددة بذات الوقت، وتعمل جنبا إلى جنب مع الأبعاد القانونية في ترسيخ المسؤولية الإجتماعية[2].

وعلى الرغم من أن المسؤوليات الإقتصادية والقانونية تجسد المعايير الأخلاقية عن الإنصاف والعدالة، إلا أن المسؤولية الأخلاقية تحتضن تلك الأنشطة والممارسات المتوقعة أو المحظورة من قبل أفراد المجتمع بالرغم من أنها ليست مقننة في القانون فالمسؤولية الأخلاقية تجسد تلك المعايير والقواعد أو التوقعات التي تعكس الحرص على المستهلكين والموظفين والمساهمين وما يتعلق بالمجتمع بما هو منصف وعادل أو تماشيا مع إحترام أو حماية الحقوق المعنوية لأصحاب المصلحة[3].

ويندرج ضمن هذا البعد[4]:

- ✓ تناسق أهداف المؤسسة مع أهداف المجتمع.
- ✓ عدم إحتكار المنتجات، وعدم التحايل بالاسعار.
- ✓ وجود دليل عمل أخلاقي للمؤسسة.
- ✓ تشجيع العاملين على الإبلاغ عن الممارسات السلبية.

---

[1] ريم حامد الحدراوي، أفنان عبد علي الاسدي، علي عبد الامير الفتلاوي، **توظيف أبعاد المسؤولية الإجتماعية لتعزيز القدرات الإبداعية: دراسة تطبيقية في بعض كليات جامعة الكوفة**، مجلة الغري للعلوم الإقتصادية والإدارية، المجلد 7، العدد 30، كلية الإدارة والإقتصاد، جامعة الكوفة، العراق، 2014، ص7.

[2] ثامر البكري، **المسؤولية الإجتماعية وإستدامة رأس المال الفكري: بالإشارة إلى هجرة العقول العربية**، الملتقى الدولي الخامس: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الإقتصاديات الحديثة، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 13-14 ديسمبر 2011، ص10.

[3] ياسر سعيد أبو هربيد، **دور المسؤولية الإجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية**، دراسة مقدمة لإستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير، تخصص إدارة الدولة والحكم الرشيد، البرنامج المشترك بين أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا وجامعة الأقصى، جامعة الأقصى، فلسطين، 2017، ص33-34.

[4] محمد زرقون، جميلة العمري، **دور المسؤولية الإجتماعية في تفعيل حوكمة المؤسسات**، المؤتمر الثالث للعلوم المالية والمصرفية حول حاكمية الشركات والمسؤولية الإجتماعية: تجربة الأسواق الناشئة، قسم العلوم المالية والمصرفية، كلية الإقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة اليرموك، أربد، الأردن، 17-18 أفريل 2013، ص90.

الفرع الرابع: المسؤولية الخيرية

العمل الخيري للشركات يشمل جميع أشكال الأعمال التطوعية أو الأنشطة التقديرية والأعمال التجارية، قد لا يكون هذا العطاء مسؤولية بالمعنى الحرفي، ولكن من المتوقع عادة من قبل الشركات اليوم وهو جزء من التوقعات اليومية للجمهور، فالمشاركة في الأنشطة الإجتماعية غير المفوض بها ليس مطلوبا بموجب القانون، وليس من المتوقع عموما العمل بالمعنى الأخلاقي، فبعض الشركات تقوم بهذه المسؤولية بدافع العمل الأخلاقي، أي أنهم يريدون أن يفعلوا ما هو صائب للمجتمع[1].

وذلك بمعنى أن تكون المؤسسة صالحة وتعمل على الإسهام في تنمية وتطوير المجتمع و تحسين نوعية الحياة[2].

وهي مبادرات طوعية غير ملزمة للمؤسسة تبادر فيها بشكل إنساني وتطوعي من قبيل برامج تدريب لا ترتبط بالعمل بشكل مباشر، ولا تتوخى إدارة المؤسسات من هذه البرامج إرتباطها المباشر بزيادة الأرباح والحصة السوقية[3].

تتضمن[4]:

- ✓ المساعدة في حل المشكلات الإجتماعية، ودعم المؤسسات الخيرية ومشاريع المجتمع.
- ✓ المشاركة في إدارة الشؤون العامة، والتأثير في المجتمع بما يتجاوز تعظيم الأرباح.

والجدول التالي يوضح بعض الفروقات بين المسؤولية الأخلاقية والمسؤولية الخيرية:

---

[1] Archie B. Carroll, **Carroll's Pyramid Of CSR: Taking Another look**, International Journal Of Corporate Social Responsibility, University Of Georgia, USA, 5 July 2016, P4.

[2] مجذوب بحوصي، مديحة بخوش، **دور مواصفة الإيزو 26000 في التعريف بمعايير المسؤولية الإجتماعية**، الملتقى الدولي الثالث: منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، جامعة بشار، 14–15 فيفري 2012، ص4.

[3] مصعب محمد حسين موسى، **دور المسؤولية الإجتماعية في أداء شركات الإتصالات بإستخدام أبعاد بطاقة الأداء المتوازن: دراسة حالة مجموعة سوداتل للاتصالات**، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في إدارة الجودة والإمتياز، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، 2016، ص14.

[4] أسامة عبد المجيد العاني، **طبيعة المسؤولية الإجتماعية في المصرف الإسلامي: دراسة حالة البنك الإسلامي الأردني**، المجلة الاردنية في الدراسات الإسلامية، مجلد 13، العدد 3، الأردن، 16 أفريل 2017، ص281.

الجدول رقم (2): الفروقات بين المسؤولية الأخلاقية والمسؤولية الخيرية

مجموعة الفروقات بين المسؤولية الأخلاقية والخيرية:	
المسؤولية الأخلاقية:	**المسؤولية الخيرية:**
1. من المهم أن تؤدى بما يتفق مع توقعات المجتمع، الأعراف والقواعد الأخلاقية.	1. من المهم أن تؤدى بما يتفق مع التوقعات الخيرية للمجتمع.
2. من المهم الإعتراف وإحترام القواعد الأخلاقية الجديدة أو الناشئة التي إعتمدها المجتمع.	2. من المهم مساعدة الفنون المسرحية.
3. من المهم منع المعايير الأخلاقية من التعرض للخطر من أجل تحقيق أهداف الشركات.	3. من المهم أن المديرين والموظفين يشاركون في التطوع والأنشطة الخيرية داخل المجتمعات المحلية.

Source: Archie B. Carroll, **The Pyramid Of Corporate Social Responsibility**: **Toward The Moral Management Of Organizational Stakeholders**, Op.Cit, P41.

ووفقا لكارول Carroll فإن المسؤولية الإجتماعية تشتمل على أربعة أبعاد جوهرية رئيسية وهي:

البعد الإقتصادي والبعد الأخلاقي بجانب البعد القانوني والبعد الخيري، وفي هذا الإطار قدم مصفوفة بين فيها عناصر هذه الأبعاد الأربعة وكيف يمكن أن تؤثر على كل واحد من المستفيدين في البيئة، حيث أن فهمها يتطلب إيجاد علاقة وثيقة بين متطلبات النجاح في العمل ومتطلبات المساهمة فى تلبية حاجات المجتمع وخاصة في النواحي الإقتصادية والقانونية حيث يتوقع المجتمع من المؤسسات أن تلعب دورا أكبر فيما يخص العنصر الأخلاقي والخيري، وبما أن هذه الأبعاد متداخلة العناصر فقد وضع كرول هذه العناصر بشكل هرمي متسلسل لتوضيح طبيعة الترابط فيما بينها[1].

والشكل التالي يوضح ذلك:

[1] الطيب الفكي أحمد أزهري، **الشراكة والمسؤولية المجتمعية للمؤسسات المالية: الماهية والمجالات والتطور التاريخي**، المؤتمر العالمي للشراكة والمسؤولية المجتمعية للمؤسسات والمصارف الإسلامية، قطر، 1 أكتوبر 2018، ص6-7.

الشكل رقم (4): هرم كارول لأبعاد المسؤولية الاجتماعية

المصدر: سفيان بن عبد العز يز، سعاد يوسفاوي، **نماذج دولية ناجحة في الإستثمار المسؤول إجتماعيا (عرض تجارب شركات دولية)**، مجلة الدراسات الإقتصادية المعاصرة، العدد 1، جامعة بشار، الجزائر، 2016، ص65.

المبحث الثالث : تأثير الإبداع التكنولوجي في تحقيق أبعاد المسؤولية الإجتماعية

بعد إستعراضنا للمفاهيم الأساسية المتعلقة بالإبداع التكنولوجي والمسؤولية الإجتماعية، سنتناول الروابط التصورية للعلاقة الممكنة بينهما، والتي تؤكد إيجاد طرق لتقييم الإبداع التكنولوجي الذي يأخذ في الحسبان الخصائص المعقدة والمتطورة لمفهوم المسؤولية الإجتماعية.

المطلب الأول: ماهية الإبداع التكنولوجي المسؤول

تحتاج الشركات إلى أن تقوم بعملية الإبداع التكنولوجي من جهة لزيادة كفاءة إستخدام الطاقة وتقليل إستهلاك المواد ومن جهة أخرى يجب أن تأخذ بعين الإعتبار الآثار المترتبة عن إستخدام هذا الإبداع على البيئة وإنبعاث ثاني أكسيد الكربون الذي يسبب التلوث وبالتالي فإن المسؤولية الإجتماعية للشركات سوف تكون من ضمن محددات الإبداع لكي تستطيع الشركة أن توازن بين مسؤوليتها الإجتماعية وإبداعها وذلك من خلال إستخدام الإبداع الذكي.

الفرع الأول: مفهوم الإبداع التكنولوجي المسؤول

إن إدماج أبعاد المسؤولية الإجتماعية في المؤسسات الإقتصادية يحتم عليها ضرورة القيام بالإبداعات التكنولوجية التي تتلاءم معها، وهو ما أصطلح عليه في أدبيات الأعمال بالإبداع التكنولوجي المسؤول.

وردت بعض التعاريف للإبداع التكنولوجي المسؤول أهمها:

تعريف von Schomberg (2011): "الإبداع المسؤول عملية شفافة وتفاعلية تصبح من خلالها الجهات الفاعلة المجتمعية والمبتكرة متجاوبة مع بعضهم البعض بهدف رؤية أخلاقية مقبولة والاستدامة والرغبة المجتمعية في عملية إبداع للمنتجات القابلة للتسويق (من أجل السماح للعلم والتكنولوجيا بالتقدم في مجتمعنا)"[1].

تعريف آخر: "الإبداع المسؤول يعني رعاية الإدارة الجماعية المستقبلية للعلم والإبتكار في الوقت الحاضر"[2].

الإبداع المسؤول هو: "الإبداع الذي يفكر إبتداء من (إكتشاف الفكرة، تحليل المفاهيم، الجدوى، التصميم، التنفيذ، الإختبار والتسويق) إلى إدماج مبادئ المسؤولية الاجتماعية".

هذا بالإهتمام بمجموعة من الجوانب[3]:

- ✓ الجوانب البيئية (إستخدام مواد أولية صديقة للبيئة، عمليات تركيب غير ملوثة، التحكم في التخلص من النفايات).
- ✓ الجوانب الإجتماعية (حماية العمال، ظروف العمل جيدة، إحترام أفكار العمال).
- ✓ الجوانب المجتمعية (الإختيار الجيد للموردين، الأخذ بعين الاعتبار توقعات الزبائن، الآثار الصحية).
- ✓ الجوانب الأخلاقية في العلاقات (إعادة التوجيه والتكيف في المشروع).
- ✓ الجوانب الإقتصادية من خلال الحفاظ على أهمية تحقيق الأرباح.

---

[1] Rene, Von Schomberg, **A Vision Of Responsible Research And Innovation**, Managing the Responsible Emergence Of Science And Innovation In Society, Chapter 3, European Commission-DG Research And Innovation, London, 20 May 2013, P19.

[2] Jack Stilgoe, Richard Owen, Phil Macnaghten, **Developing A Framework For Responsible Innovation,** Journal Research Policy, University Of Bristol, Britain, 13 June 2013, P1570.

[3] عمر بوسلامي، **دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الإجتماعية في المؤسسة الإقتصادية: دراسة حالة مجمع صيدال –وحدة الدار البيضاء الجزائر العاصمة–**، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في علوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية المستدامة، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 1، سطيف، الجزائر، 2013، ص90.

الفرع الثاني: أنواع الإبداع التكنولوجي المسؤول

يمكن أن نميز عدة أنواع للإبداع التكنولوجي المسؤول حسب عدة معايير منها حسب طبيعة الإبداع التكنولوجي المسؤول ومنها حسب درجة الإبداع التكنولوجي المسؤول وسنتطرق لكليهما خلال هذا الفرع كالتالي[1]:

أولا: حسب طبيعة الإبداع التكنولوجي المسؤول

حسب هذا المعيار هناك نوعان من الإبداع التكنولوجي المسؤول وهما: الإبداع التكنولوجي المسؤول في عملية الإنتاج والإبداع التكنولوجي المسؤول في المنتج.

أ-الإبداع المسؤول في عملية الإنتاج:

ويتعلق بطريقة إنتاج جديدة أو تحسين طريقة قديمة مع مراعاة الأمور البيئية والإجتماعية مثل الإبداعات التي تتبنى عمليات الإنتاج الخضراء ويتم فيها مراعاة البيئة وتقليل التلوث وتقليص إستخدام مصادر الطاقة وخصوصا المصادر الغير متجددة وذلك بإستخدام تكنولوجيا نظيفة.

ب-الإبداع المسؤول في المنتج (الخدمة):

وهو تقديم سلعة (منتج أو خدمة) جديدة أو تحسين في خصائص وصفات منتج قديم مع الأخذ بعين الإعتبار الإعتبارات الإجتماعية والبيئية مثل تقديم منتجات جديدة صديقة للبيئة أوتقديم منتجات خصوصا لأجل فئات خاصة بالمجتمع مثل أصحاب الإعاقة ويتوجب على الشركات أن تراعي الخصائص الأصلية للمنتجات الخضراء لأن الزبائن يميلون لشراء المنتجات الخضراء عندما تمتلك نفس الخصائص للمنتج الأصلي مع تميزها بميزة المحافظة على البيئة.

ثانيا: حسب درجة الإبداع التكنولوجي المسؤول

وحسب هذا المعيار هناك نوعان من الإبداع التكنولوجي المسؤول وهما: الإبداع التكنولوجي المسؤول الجذري والإبداع التكنولوجي المسؤول التدريجي كما يلي[2]:

أ-الإبداع المسؤول الجذري:

وهو القيام بتعديلات عميقة وجذرية في خصائص الحلول (منتجات أو عمليات الإنتاج) وهي ترتكز على نشاط الإستكشاف الذي يعطي قيمة كبيرة إلى التعلم الذي يهدف إلى خلق معارف جديدة بيئية أو إجتماعية.

---

[1] كوثر فضل يوسف موسى، **دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الإجتماعية دراسة تطبيقية على شركة الإتصالات الفلسطينية**، بحث تكميلي لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، بغزة، فلسطين، 2016، ص39.

[2] عمر بوسلامي، مرجع سابق 2013، ص92.

إن تعديل المنتج يمكن أن يكون بأكثر من طريقة مثل التعديل الجذري في أسلوب التعبئة أو تغيير في المكونات وإستعمال بعض المواد عبر إعادة التدوير أو إستبدال مكونات أصلية بمكونات أخرى أقل تأثيرا من الناحية البيئية.

ب-الإبداع المسؤول التدريجي:

وهو قيام المؤسسات بتحسين أو تغيير دائم أو إعادة تركيب لمنتجات أو عمليات الإنتاج الموجودة، هذه المنتجات تأثيرها على الأسواق وعلى سلوكات المستهلكين يكون بشكل عام محدود، كما أن هذا التحسين المستمر يكون من أجل تلبية توقعات الزبائن.

تتركز هذه الإبداعات على الإستغلال الأمثل للموارد والمعارف والقدرات الموجودة على مستوى المؤسسة، لهذا لا يمكن أن تكون هذه الإبداعات جزءا من التطور الطبيعي لمسار المنتجات أو عمليات الإنتاج، وربما يمكن أن تمثل إستمرارية لإبداع تكنولوجي جذري مقدم في الماضي.

ثالثا: حسب علاقة الإبداع التكنولوجي المسؤول مع السوق

حسب هذا المعيار هناك نوعان من الإبداع التكنولوجي المسؤول وهما: الإبداع التكنولوجي المسؤول الهيكلي والإبداع التكنولوجي المسؤول الوحدوي كما هو آتي:

أ-الإبداع المسؤول الهيكلي:

ويتعلق بتغيير هيكلي للمنتج، كطريقة إدماج مكوناته دون تغييرها، نجده مثلا في الإبداعات المسؤولة التي تستهدف إقتراح وظائف وفقا لإحتياجات وتوقعات فئات خاصة للزبائن دون تعديل أساسي للمكونات الأساسية.

ب-الإبداع المسؤول الوحدوي:

وهي الإبداعات التي تقوم بتغيير في مجال التصميم دون تغيير هيكل المنتوج، وهو مثلا في حالة الإبداعات المسؤولة التي تهدف إلى مكونات أكثر إحتراما للبيئة.

المطلب الثاني: الإبداع التكنولوجي ضمن أبعاد المسؤولية الاجتماعية

سنتطرق خلال هذا المطلب إلى طبيعة العلاقة بين التكنولوجيا والإبداع التكنولوجي وإلى نوع الإبداع التكنولوجي الملائم لكل مجال من مجالات المسؤولية الإجتماعية وذلك كالتالي:

الفرع الأول: علاقة التكنولوجيا بالإبداع التكنولوجي

سنتطرق إلى طبيعة هذه العلاقة كالتالي[1]:

[1] كوثر فضل يوسف موسى، مرجع سابق، ص38.

- ✓ يعتبر الإبداع أساسي لتلبية إحتياجات المجتمع المحلي ويعتبر فرصة لتطبيق المسؤولية الإجتماعية من خلاله ومن جهة ثانية يجب أن لا يكون ذلك على حساب ربحية المؤسسة وكسب الزبائن.
- ✓ إن مفتاح النجاح لأي إبداع في الشركة من وجهة نظر المسؤولية الإجتماعية هو التواصل مع السلطات البلدية والمحلية والصحافة والجمهور الذي يستفيد من منتجات وخدمات الشركة، فالشركات التي لديها سياسات التنمية المستدامة تميل إلى أن تكون مبدعة تكنولوجيا كما أنها تسعي إلى إستخدام أساليب إنتاج جديدة ومبتكرة للحد من التلوث وزيادة الكفاءة الإنتاجية.
- ✓ دعت الأبحاث أن تكون مشاريع وإبداعات الأعمال مرنة لكي تواجه بفعالية المتطلبات المتغيرة ببيئة الأعمال وقد وجد الباحثان (Borger & Kruglian Skas 2006) أن هناك علاقة قوية بين تبني المؤسسة لإستراتيجية المسؤولية الإجتماعية ضمن إستراتيجيتها العامة وبين قيام الشركة بالإبداع الفعال بيئيا.
- ✓ العديد من الإبداعات التكنولوجية البيئية تقوم بخلق نماذج تجارية جديدة تقوم بتلبية إحتياجات السكان بطريقة أكثر فعالية وكفاءة بشكل مستدام ، وعلى الشركات أن تستخدم الإبداع الذكي والمسئول لتحقيق الربحية وبقاء الشركة على قيد الحياة من جهة وتحقيق الإحتياجات البيئية والمجتمعية من جهة أخرى.

الفرع الثاني: الإبداع التكنولوجي الملائم لمجالات المسؤولية الإجتماعية

لكل مجال من مجالات المسؤولية الإجتماعية إبداع تكنولوجي ملائم وهذا ما سنتعرف عليه كالتالي:

أولا: الإبداع التكنولوجي في المجال الإجتماعي

على المؤسسات مراعاة رغبات وتوقعات بعض الأطراف ذات المصلحة عند تقديم إبداعات تكنولوجية جديدة أو التحسين فيها مثل العمال والمجتمع المحلي، حيث أن هذه الرغبات والتوقعات تعبر عن نفسها في مختلف مراحل عملية الإبداع التكنولوجي، كما أنها تحمل إشارات ومعلومات قد تكشف إحتمالات وفرص غير متوقعة من أجل تطوير هذه الإبداعات التكنولوجية ونشرها، وهو ما أصطلح عليه بالإبداع الإجتماعي، وفي التالي مجموعة من التعاريف:

تعريف تشوي وماجومدار (Choi & Majumdar (2014: "هو ذلك الإبداع الذي يسعى إلى تلبية الإحتياجات الإجتماعية الملحة وتحسين الرفاهية البشرية والبيئية"[1].

"هو كل نهج جديد أو ممارسة أو أيضا كل منتج جديد يقوم بتحسين الوضع أو حل مشكلة اجتماعية أو إجتماعية–إقتصادية يتم طرحها في السوق أو في المؤسسات أو المجتمعات المحلية".

[1] Rob Lubberink, Vincent Blok, Johan Van Ophem, Onno Omta, **A Frame work for Responsible Innovation in the Business Context: Lessons from Responsible -Social- And Sustainable Innovation**, Chapter 11, Springer International Publishing AG 2017, Wageningen University, The Netherlands, October 2017, P187.

"هو الإبداع التكنولوجي الذي يحقق ويعزز رفاهية الأفراد والمجتمعات وهو عملية يقوم بتنفيذها مجموعة متنوعة من الجهات الفاعلة، تكون نتائجها ملموسة أو غير ملموسة على المدى الطويل، هذه الإبداعات يمكن أن تكون لها كفاءة إجتماعية تتجاوز إطار المشروع الأولي (الشركات، الجمعيات) وتمثل تحديا بالنسبة للتوازنات الإجتماعية الكبرى عندها تصبح مصدرا للتحولات الإجتماعية، ويمكن أن تسهم في ظهور نموذج جديد للتنمية".

ثانيا: الإبداع التكنولوجي في المجال البيئي:

أ- تعريف الإبداع البيئي:

"الإبداع البيئي يتمثل بمجموعة من الممارسات والأنشطة التي تهدف إلى إنتاج سلع وخدمات صديقة للبيئة التي تعد جزءا من إستراتيجية الأعمال في المؤسسة، ولها دور كبير في النجاح التنظيمي أو فشله".

"الإبداع البيئي هو عنصر المؤسسة الحاسم الذي يرتبط بشكل مباشر مع إستراتيجية المؤسسة الحالية والمستقبلية كونه يعمل على خلق شيء جديد ذو قيمة عالية وله تأثيرإ على البيئة المحيطة".

"يمثل الإبداع البيئي عملية الحد من كثافة الموارد وتقليل التأثير السلبي على الانتاج، وخلق قيمة مضافة عن طريق التحسين المستمر".

"الإبداع البيئي يتمثل في العميات الجديدة أو المعدلة والتقنيات والأنظمة والمنتجات التي تحل محل القديمة غير الكفوءة وتقليل الأضرار السلبية".

"الإبداع البيئي هو الإبداع الذي يضيف وصف بيئي لتلك المنتجات والخدمات التي تسعى إلى حماية البيئة الطبيعية أو تحسينها من خلال الحفاظ على الطاقة والموارد والحد من / أو القضاء على المخلفات والسموم والنفايات والإنبعاثات".

ب-دور التكنولوجيا في إدارة العملية البيئية:

إن التدهور البيئي الذي تعيشه أغلب المؤسسات أدى إلى تحفيزها للإعتماد على الممارسات الصديقة للبيئة، الذي يعد إبداع المنتج البيئي اساسا لتحقيق الإستدامة البيئية لإعتماده على مواد صديقة للبيئة لها القابلية على التدوير في جميع مراحل دورة حياة المنتج، ويعرف المنتج البيئي بأنه المنتج الصديق للبيئة بجميع مكوناته، ويهدف إلى التقليل من المخاطر على البيئة الطبيعية من خلال إستخدام إستراتيجيات إعادة التدوير أو إعادة معالجة المحتوى.

إن المنتج البيئي هو تحسين للمنتجات التقليدية إلى منتجات آمنة تؤدي إلى تحسين الأداء البيئي.

إن المؤسسات يجب أن تقوم بإجراء التغيير في إنتاجها وطريقة تقديمها للسلع والخدمات لتتجاوز مخاطر النمو أو البقاء في السوق، ويشمل إبداع المنتج مجموعة واسعة من العمليات التكنولوجية والتنظيمية والأنشطة المالية والتسويقية لتحقيق قدرات المؤسسة.

يرتبط إبداع العملية البيئية بالتطور التكنولوجي كونه العامل المؤثر في تطوير المنتج، ويمكن دراسة إبداع العملية وتحليلها من خلال أربعة مداخل تتمثل في مدخل التصميم الذي يهدف إلى تصميم منتج وعملية جديدة

لتلبية رغبات الزبائن، والمدخل الإستراتيجي الذي يجري تحديده في ظل قدرات المؤسسة والفرص والتهديدات في البيئة الخارجية، والمدخل التكنولوجي الذي يعد الحجر الأساس لإبداع العملية في إبداع منتج بيئي، والمدخل المعلوماتي الذي يشير إلى أن إبداع العملية هي نتاج تكنولوجيا المعلومات.

إن الشرط الأساسي لإستدامة الإبداع والمحافظة عليه في المؤسسة هو وجود عملية بيئية واضحة تغطي جميع الأنشطة الصديقة للبيئة، التي تشتمل على جميع الإجراءات والخطوات التي تعزز إعتماد منتج جديد ذو قيمة في السوق[1].

ويمكن أن نميز بين نوعين من التكنولوجيا في مجال المحافظة على البيئة: التكنولوجيا المراقبة والتكنولوجيا الوقائية.

- ✓ **التكنولوجيا المراقبة:** هذا النوع من التكنولوجيا يتمثل الهدف منه في إزالة التلوث، وهذا بمعالجة التلوث الذي يحدث فعلا، فالملوثات الناتجة عن نشاط المؤسسة يتم معالجتها بعد عملية الإنتاج، وبالرغم من الإستعمال المكثف لهذه التكنولوجيا وهذا تبعا للتعليمات الحكومية التي تريد تخفيض أكبر للمخلفات الملوثة، إلا أنها لا تخلو من العيوب، فهي تشكل حلول على المدى القصير والتي لا تغير من سلوك الملوثين، فالحقيقة أن المؤسسة تبقى دائما تلوث، وتبقى متشبثة بأمل أن هذه التكنولوجيات ستعالج مخلفات نشاطها الإقتصادي.
- ✓ **التكنولوجيا الوقائية:** نظرا للعيوب الموجودة في تكنولوجيا المراقبة وإزدياد الضغوطات البيئية، ظهر هناك نوع أخر من التكنولوجيا الناشئة، وهي التكنولوجيا الوقائية، وتتمثل في التكنولوجيا التي تعمل على التخفيض أو القضاء على التلوث قبل حدوثه من المصدر، وهذا ما يدفع المؤسسة إلى التغيير في العملية الإنتاجية، إن تطور معايير ISO 14001 من شأنه أن يمكن هذا النوع من التكنولوجيات من التطور أكثر لأنه يرتكز على مبدأ الوقاية الذي يفترض الإستخدام الكفء للموارد، وهذا لأن التلوث يعد أحد مصادر اللاكفاءة في إستخدام الموارد.

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

---

[1] عبود عمير عراك، أحمد ضياء الدين صلاح الدين، **الإبداع الأخضر إستراتيجية فاعلة لمواجهة تحديات تحقيق الإستدامة البيئية لمنظمات الاعمال: بحث ميداني حول التحديات التي تواجه المنظمات الخدمية ومنظمة UNDP في محافظة الأنبار**، عمادة البحث العلمي، مجلة العلوم الإقتصادية والإدارية، كلية الإدارة والإقتصاد، جامعة الأنبار، 18 جانفي 2018، ص92.

ثالثا: الإبداع التكنولوجي في مجال تلبية إحتياجات العملاء

إن المؤسسة تسعى دائما للتحسين من نوعية منتجاتها بغية إرضاء رغبات المستهلكين بشكل مستمر، والجودة بالمفهوم التجاري ترتبط بمجموعة من المعايير التي لها علاقة بالحاجات، حيث تختلف أهميتها حسب طبيعة المنتج كالضمان، فترة الحياة، قابلية الصيانة، الأداء وسهولة الإستعمال وغير ذلك من المعايير، ويبرز دور الإبداع في محاولة تحقيق تلك المعايير بإستخدام المعارف العلمية والتقنية في الإنتاج، إذ أن الإبداع الذي يحقق جودة أعلى من المنتوج السابق مع الإحتفاظ بنفس التكاليف يؤدي مباشرة إلى النمو الإقتصادي، وبذلك يتعين أن التجديد والتحسين في السلع يضمن سلامة الإستهلاك.

كما يساعد الإبداع التكنولوجي على تنشيط الإستهلاك، ومن أمثلة ذلك التوحيد في المقاييس الذي يساهم إيجابيا في حل المشكلات الناتجة عن تعدد مصادر ومواصفات المنتج وذلك بالإعتماد على نظم متكاملة لمواصفات قياسية عالمية تعمل على تحديد الخصائص والأبعاد ومعايير الجودة وطرق التشغيل والأداء ومن ثم توسيع نطاق الخدمات التي يقدمها المنتجون للمستهلكين[1].

رابعا: الإبداع التكنولوجي في مجال التنمية المستدامة

مصطلح التكنولوجيا المستدامة (المسؤولية الإجتماعية) لا يشير فقط إلى الهدف البيئي ولكن أيضا لتحقيق الأهداف الأخرى للتنمية المستدامة: كالمساواة والتضامن.

ونلاحظ بأن تعبير التكنولوجيا المستدامة مبهم نوعا، لكن هذا التعبير هو تعبير مجازي فقط، فليست التكنولوجيا التي يمكن أن تكون مسؤولة إجتماعيا، لكن مجموع عمليات الإبداع وإنتشارها في المؤسسة، غير أن هذا المصطلح قد يكون مختصر مفيد للتعبير عن التكنولوجيا عندما تكون في خدمة المسؤولية الإجتماعية والبيئية للمؤسسات[2].

---

[1] عمار عماري، سعيدة بوسعدة، **الإبداع التكنولوجي في الجزائر: واقع وأفاق**، مجلة العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، العدد 3، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، 2004، ص51.

[2] Cécile Patris, Françoise Warrant, Gérard Valenduc, **L'innovation Technologique Au Service Du Développement Durable**, Rapport De Synthèse, Services Fédéraux Des Affaires Scientifiques, Techniques Et Culturelles Programme, Leviers Du Développement Durable, Février 2001, P19.

خلاصة:

لقد أصبحت المسؤولية الإجتماعية تتبوأ حيزا ومساحة كبيرة من الأهمية على جميع الأصعدة والمجالات المحلية، وتحظى بإهتمام رفيع المستوى من قبل المؤسسات لكونها تعمل على تحسين مستوى المعيشة والإرتقاء برفاهية المجتمع، فيمكن لأي مؤسسة أن تحاول تعزيز فرص نجاحها في مجتمعها من خلال زيادة الإهتمام بعرض الدور الإجتماعي.

ومن أجل تحقيق وتفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الإقتصادية تهتم إداراتها بالعديد من الأنشطة ومن بينها الإبداع التكنولوجي.

الفصل الثالث:

دراسة تطبيقية بمديرية الصيانة

سونطراك –بسكرة–

تمهيد:

بعد تطرقنا في الفصلين السابقين إلى الإبداع التكنولوجي وأهميته، كذلك مفهوم المسؤولية الإجتماعية ومجالاتها وأبعادها، إضافة إلى دراسة نظرية لدور الإبداع التكنولوجي في تحقيق أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

سنحاول من خلال هذا الفصل تطبيق الجوانب النظرية للدراسة على الواقع العملي لمؤسسة إقتصادية جزائرية، إذ تم اختيار مديرية الصيانة سونطراك –بسكرة– كمثال لدراسة دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق أبعاد المسؤولية الإجتماعية بالمؤسسة، حيث خصصنا لهذه الدراسة الميدانية المباحث التالية:

المبحث الأول: تقديم لمديرية الصيانة سونطراك –بسكرة–

المبحث الثاني: منهجية الدراسة الميدانية

المبحث الثالث: إختبار الفرضيات وعرض المقترحات

المبحث الأول: تقديم لمديرية الصيانة سونطراك –بسكرة–

في هذا المبحث سنتناول المعلومات العامة عن ميدان الدراسة بإعطاء لمحة مختصرة عنها، وذلك بتعريف المؤسسة محل الدراسة عليها والمتمثلة في مؤسسة سونطاراك مديرية الصيانة –بسكرة –، وكذلك التعرض إلى نشاطها، كما سنتطرق إلى مختلف الأقسام والمصالح المكونة لها بعرض هيكلها التنظيمي.

المطلب الأول: تعريف مديرية الصيانة سونطراك–بسكرة–

من خلال هذا المطلب سنقدم بعض النقاط الأساسية لمؤسسة سونطراك مديرية الصيانة بسكرة حيث سنعرض تعريف بسيط لها نوضح فيه تعداد أفرادها بمختلف مستوياتهم وتخصصاتهم.

الفرع الأول: لمحة مختصرة عن المديرية الأم

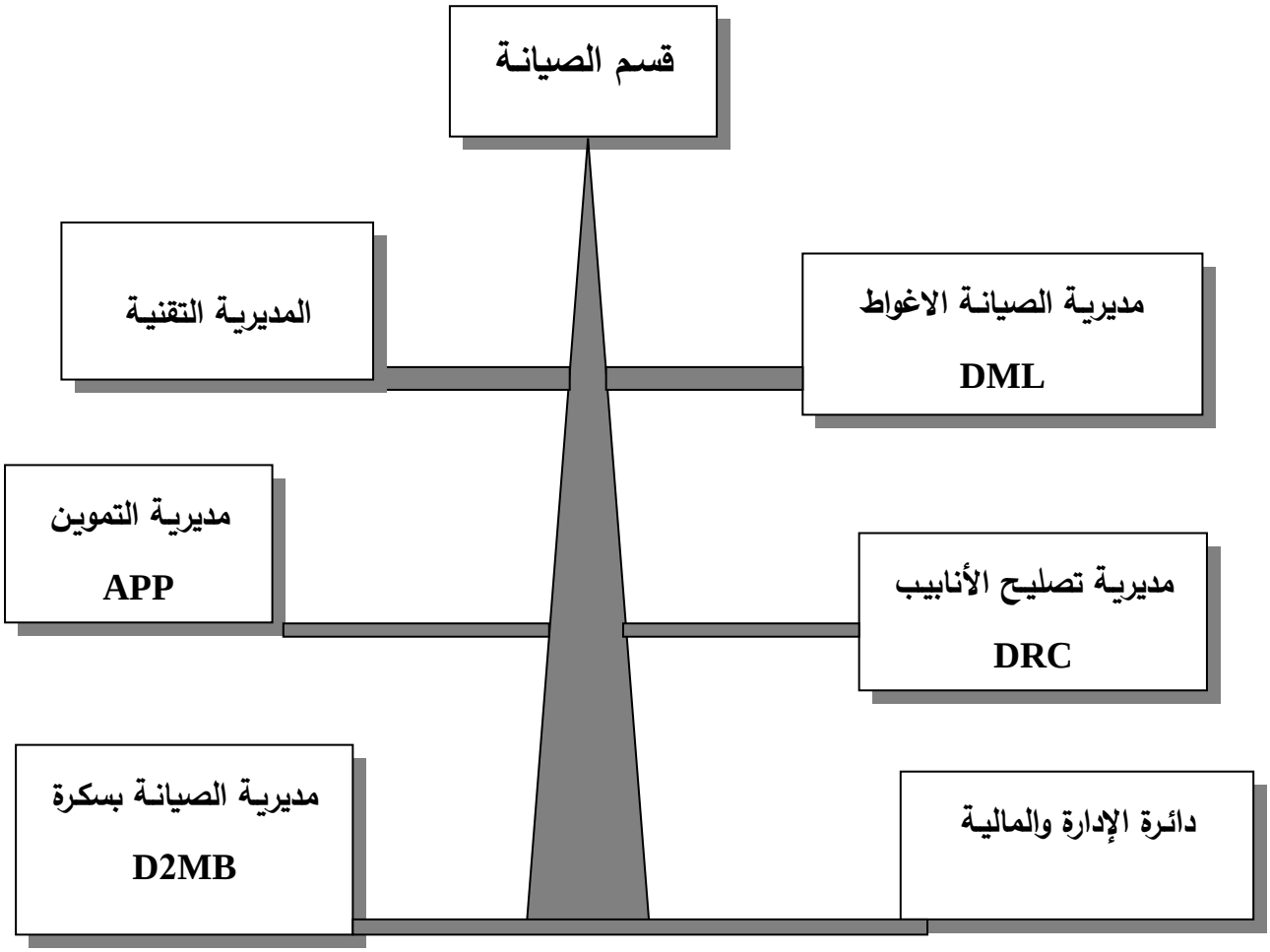
تعد المؤسسة الوطنية سونطراك إحدى أهم المؤسسات العمومية الإقتصادية في الجزائر، ومن أنجح المؤسسات الوطنية، فلها تاريخها ومكانتها على المستوى الوطني، لذلك سنحاول التعرف على مؤسسة سونطراك وعلى الخصوص وحدة الصيانة بسكرة وعلى نشاطها الاقتصادي وتعمل مؤسسة سوناطراك في مجال المحروقات، وتنقسم إلى عدة أنشطة:

- ✓ نشاط الإنتاج.
- ✓ نشاط التوزيع.
- ✓ نشاط النقل بالأنابيب.

ويضمن نشاط النقل عبر الأنابيب نقل المحروقات بواسطة شبكة للبترول والغاز على امتداد 16000كم وهذه الشبكة تستخدم تجهيزات مهمة ومتطورة، وتعتبر الصيانة إحدى أهم الوظائف التي تضمن إستغلال هذه الشبكة بدون أخطار، ومكلف بها حاليا قسم خاص هو قسم الصيانة بالنسبة للعمليات المهمة وقسم الإستغلال للعمليات العادية والبسيطة.

وينقسم قسم الصيانة إلى عدة مديريات، كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (5): الهيكل التنظيمي لقسم الصيانة سوناطراك فرع النقل بالأنابيب



المصدر: وثائق الوحدة: Présentation : les activités de la Direction Maintenance Biskra

الفرع الثاني: نشأة وتطور مديرية الصيانة –بسكرة–

يلاحظ من الشكل السابق أن إحدى المديريات التابعة لقسم الصيانة هي مديرية الصيانة بسكرة، وتقع هذه المديرية في المنطقة الصناعية بسكرة، وقد مرت في تطورها بالمراحل التالية:

- ✓ أنشئت سنة 1977: حيث بدأ بنائها في أكتوبر 1977، وكان الإستلام النهائي لها في مارس 1980، وكانت آنذاك المديرية الجهوية بسكيكدة مكلفة ببنائها ضمن مشروع يهدف إلى صيانة الآلات الموجهة للصناعة البترولية.
- ✓ من1979– 1989: تم إنشاء قسم ببسكرة سنة 1982 بهدف صيانة تجهيزات المنشآت التابعة للمديرية الجهوية سكيكدة، وكذا التمويل بقطع الغيار.
- ✓ سنة 1989: تم إنشاء مديرية الصيانة الأغواط (DMN) التي تقوم بتسيير 3 قواعد هي: قاعدة الأغواط و قاعدة حوض الحمراء و قاعدة بسكرة.

- ✓ من 1990– 2002: قاعدة الصيانة بسكرة كان هدفها مركزا على تنفيذ عمليات الصيانة.
- ✓ جوان 2002: تم إنشاء مديرية الصيانة بسكرة (DMB) Direction Maintenance Biskra، حيث أصبحت مؤسسة مستقلة بإنفصالها عن مديرية الصيانة الأغواط، وذلك بالقرار رقم 206/DG، مرجع 589 –A المؤرخ في: 2002/06/12.

وتقع مديرية الصيانة بسكرة على مساحة إجمالية قدرها 8793 م^2، في شكل مباني موزعة كمائلي:

- ✓ ورشات تقنية.
- ✓ مخزن.
- ✓ مبنى إداري.
- ✓ مبنى إداري تقني.
- ✓ مبنى للحماية.
- ✓ مستودع.

وقد تحصلت مديرية الصيانة بسكرة على شهادة الجودة العالمية (ISO 9001)، وهذا لمواكبة التطورات التي تحدث في الإقتصاد الجزائري، حيث بدأت في مشروع الحصول على شهادة الجودة في: 15 ماي 2004، وتحصلت عليها في جويلية 2005، وأصبحت تتحصل عليها كل سنة.

الفرع الثالث: تعداد أفراد مديرية الصيانة –بسكرة–

تعتمد الوحدة في تسييرها على شبكة داخلية وعلى الإعلام الآلي وعلى برنامج متخصص في التسيير من أجل تسيير أكثر عقلانية.

ويقدر عمال مديرية الصيانة بسكرة بـ205 عامل دائم، منهم تقنيين وإداريين، بالإضافة إلى عامل مؤقت، وهم موزعين على النحو التالي:

الجدول رقم (3): توزيع عدد العمال حسب التخصصات في مديرية الصيانة – بسكرة –2019/04/23

البيان	العـدد	النسبـة
الإطارات العليا	12	%05.36
الإطارات	93	%41.51
أعوان التحكم	74	%33.03
أعوان التنفيذ	15	%06.70
المتعاقدين	30	%13.40
المجموع	224	%100

المصدر: وثائق الوحدة Rapport D'effectif Globale De L'entreprise Arrête Au 23/04/2018

نلاحظ من الجدول أن الإطارات وأعوان التحكم هم الأغلبية، وهذا لكون المهندسين والتقنيين هم أساس نشاط الوحدة، ما يفسر كون الوحدة وحدة صيانة قاعدتها الأساسية هي اليد العاملة.

المطلب الثاني: نشاط مديرية الصيانة –بسكرة–

إن النشاط الأساسي لمديرية الصيانة بسكرة هي صيانة الهياكل التالية:

- ✓ GK1 /GK2/40: حاسي الرمل/سكيكدة.
- ✓ OK1/34: حوض الحمراء/سكيكدة.
- ✓ GO1/GO2/48: حاسي الرمل/واد الصفصاف/تبسة نحو ايطاليا.

وهذا ما يعطيها وضعية إستراتيجية للقيام بالعمليات المختلفة للصيانة (مراجعات دورية، تدخلات ميدانية، تصليح الأجهزة والآلات التقنية) في مختلف المنشآت وعلى الخطوط التالي:

- ✓ نشاط النقل بالأنابيب.
- ✓ أنشطة المحروقات (إنتاج، توزيع).

ويمكن تلخيص الأهداف الحالية المسطرة من طرف المديرية وفق الخطة الاستراتيجية المتبعة كما يلي:

- ✓ إنجاز مخطط الصيانة.
- ✓ إحترام الآجال المتفق عليها في الإنجاز.
- ✓ تقليص تكاليف الصيانة.
- ✓ إستلام قطع الغيار في أجالها المحددة.
- ✓ تحسين نوعية خدمات الصيانة لأجهزة النشاط "TRC".
- ✓ التكوين المستمر لمستخدمي الصيانة.
- ✓ أما بالنسبة للمهمات اللازمة لمديرية الصيانة فسنتطرق إليها كالتالي:
- ✓ صيانة المستويات 3، 4، 5 للأجهزة الخاصة بالصيانة.
- ✓ التدابير الإجرائية للمراقبة والصيانة للمستويات 1، 2 للأجهزة النشاط بالتنسيق مع المديرية الجهوية.
- ✓ فحص وترميم القطع وتجديد الأعضاء الأساسية للآلات والمحركات القوية.
- ✓ تصنيع قطع الغيار للاحتياجات النشاطية.
- ✓ إعادة تأهيل وتطوير المحركات الكهربائية ومحولات الضغط المنخفض والمتوسط وتجهيزات الصناعية للنشاط والمشاركة لإعادة تأهيل وتجديد المحتمل لمختلف تجهيزات النشاط وطرق استعمال خاضعة للمقاييس الدولية.
- ✓ وضع نظام وآليات لتدابير الصيانة مع مقاييس العتاد والأجهزة المرتبطة بالنشاط.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للمديرية

إن الهيكل التنظيمي ما هو إلا عبارة عن البناء الذي يبين مختلف المستويات الإدارية والوحدات التنظيمية الرئيسية والفرعية والوظائف، ويبين أشكال الإتصالات وشبكات العلاقات القائمة داخل الوحدة، وتتبع مديرية الصيانة بسكرة في تنظيمها أسلوب المديريات، حيث يتدرج الهيكل التنظيمي للمؤسسة كالتالي:

الفرع الأول: مدير الصيانة

هو المشرف على مديرية الصيانة بسكرة والمسؤول على:

- ✓ التخطيط الاستراتيجي ورقابة أهداف المؤسسة.
- ✓ إعداد وتحديث سياسة وأهداف المؤسسة.
- ✓ وضع حيز التنفيذ نظام اتصال داخل المؤسسة.
- ✓ توزيع الموارد والوسائل بالمؤسسة.
- ✓ تحسين نظام إدارة الجودة بالمؤسسة.

الفرع الثاني: الأمانة

تهتم بتسجيل الرسائل الصادرة والواردة من وإلى المؤسسة، والتي لها علاقة مباشرة بمدير الصيانة، كما تهتم بالصادر والوارد من مدير المؤسسة إلى مختلف الدوائر التابعة للمؤسسة.

الفرع الثالث: نيابة المديرية التقنية

والتي تشرف على الدوائر التالية:

أولا: دائرة التموين والنقل

ومن مسؤولياتها تموين المؤسسة بالمواد الأولية وقطع الغيار والآلات والتجهيزات الضرورية للنشاط مع احترام الجودة والوقت وكذلك تسيير المخزون والجرد المادي في المؤسسة مع احترام الإجراءات والقوانين المطبقة وتسيير وصيانة مستودع النقل من سيارات، آلات، شاحنات... وبالإضافة إلى خدمات النقل الضرورية لمختلف هياكل المؤسسة وضمان تحسين عمليات التموين.

ثانيا: دائرة الادارة والاتصال

هي المسؤولة عن: تقييم احتياجات المؤسسة للعمال واعداد خطط التعيين والتكوين في إطار الموازنات المعتمدة وتسيير ملفات العمال في المؤسسة وكذلك ضمان الخدمات الاجتماعية وطب العمل والتنشيط الاجتماعي والرياضي وتسيير ومتابعة النشاطات المرتبطة ب: الفندقة، الإطعام، صيانة التجهيزات وكذلك تسيير وسائل الاتصالات بالمؤسسة والاهتمام بشؤون النقل والإطعام والمبيت للعمال في إطار المهام التي يقومون بها خارج المؤسسة، وكذلك إجراءات الحصول على تأشيرات السفر للعمال الذين يقومون بمهام أو تكوين خارج

الوطن، وتحسين إجراءات الإتصال بالمؤسسة وتحسين العمليات المتعلقة بالموارد البشرية، وتطبيق سياسة المؤسسة فيما يتعلق بمعالجة المشاكل.

ثالثا: دائرة المالية والشؤون القانونية

وهي المسؤولة عن: التسيير المالي والمحاسبي للمؤسسة في إطار الموازنات المعتمدة واحترام الإجراءات والنصوص القانونية حيز التنفيذ واعداد المخطط السنوي وعلى المدى المتوسط للمؤسسة مع احترام مختلف هياكل المؤسسة ومتابعة تنفيذها مع تسجيل جميع العمليات اليومية مع الغير كالزبائن والموردين واعداد الميزانيات المالية والمحاسبية للمؤسسة وكذلك إعداد تأمينات المؤسسة مع الاتصال مع الإدارة القانونية المركزية بالإضافة إلى إعداد ومتابعة الملفات القانونية للمؤسسة مع الاتصال مع الإدارة القانونية المركزية وتسيير ومتابعة ممتلكات المؤسسة ومتابعة الاحت ا رم القانوني لكل العقود المنفذة على مستوى المؤسسة.

رابعا: دائرة الكهرباء والآلية

وهي المسؤولة عن: القيام بالصيانة فيما يخص فرعي الكهرباء والآلية، والإشراف على عمليات الصيانة للآلات الدوارة، والمساعدة في عمليات تحديث التجهيزات، والقيام بأعمال حول نظام الحماية، والقيام بأعمال الكهرباء الصناعية والإلكترو تقنية، والمشاركة في إعداد دفاتر الشروط المرتبطة بالتجهيزات، وتحسين عمليات الصيانة في الورشات والخدمات المقدمة للزبائن.

خامسا: دائرة المنهجية والاعتماد

وهي المسؤولة عن: إعداد المخطط السنوي والأكثر من سنوي بمساعدة المديريات الجهوية لسوناطراك لضمان صيانة الآلات الدوارة، واستقبال طلبات العمل وبرمجتها وتقسيمها على هياكل المؤسسة المسئولة عن التنفيذ، وتسيير وتحديث برنامج وإجراءات الصيانة، وتنظيم مجموعات من العمال لإعداد فرق عملية للصيانة، وإعداد وتحليل نسب الصيانة، وتحليل وتحديد تكاليف الصيانة، وإجراء دراسات خاصة على الصيانة، مع تسيير الوثائق التقنية لتجهيزات الصناعية، وتحسين العمليات التجارية والخدمات المقدمة للزبائن، وكذلك قياس ومتابعة رضا الزبائن، والمعالجة الفعالة لاحتياجاتهم.

سادسا: دائرة الميكانيك الصناعية

وهي المسؤولة عن القيام والاشراف على عمليات الآلات الدوارة والصيانة في الورشات لآلات الضغط (المضخات، المحركات، الآلات الضاغطة) وتساهم في عمليات تحديث التجهيزات وصنع قطع الغيار المرتبطة باحتياجات نشاط النقل بالأنابيب وكذلك تصليح القطع الخاصة بالآلات الدوارة ومراقبة مطابقة القطع تحسين التدخلات الميدانية والخدمات المقدمة للزبائن.

سابعا: مركز الاعلام الآلي

هو المسؤول عن تسيير وادارة وصيانة أنظمة الإعلام الآلي في المؤسسة والصيانة القبلية او البعدية لأنظمة الإعلام الآلي وتسيير وادارة واستغلال قواعد معطيات البرامج وتسيير وادارة واستغلال المراسلات الآلية

في المؤسسة وتسيير واستغلال شبكة الإعلام الآلي وكذلك مساعدة وتكوين مستعملي أدوات الإعلام الآلي بالإضافة إلى الاستغلال الأمثل لوسائل الإعلام الآلي على مستوى المؤسسة وتحسين عمليات تسيير أنظمة الإعلام الآلي.

ثامنا: مصلحة الحماية والمحيط

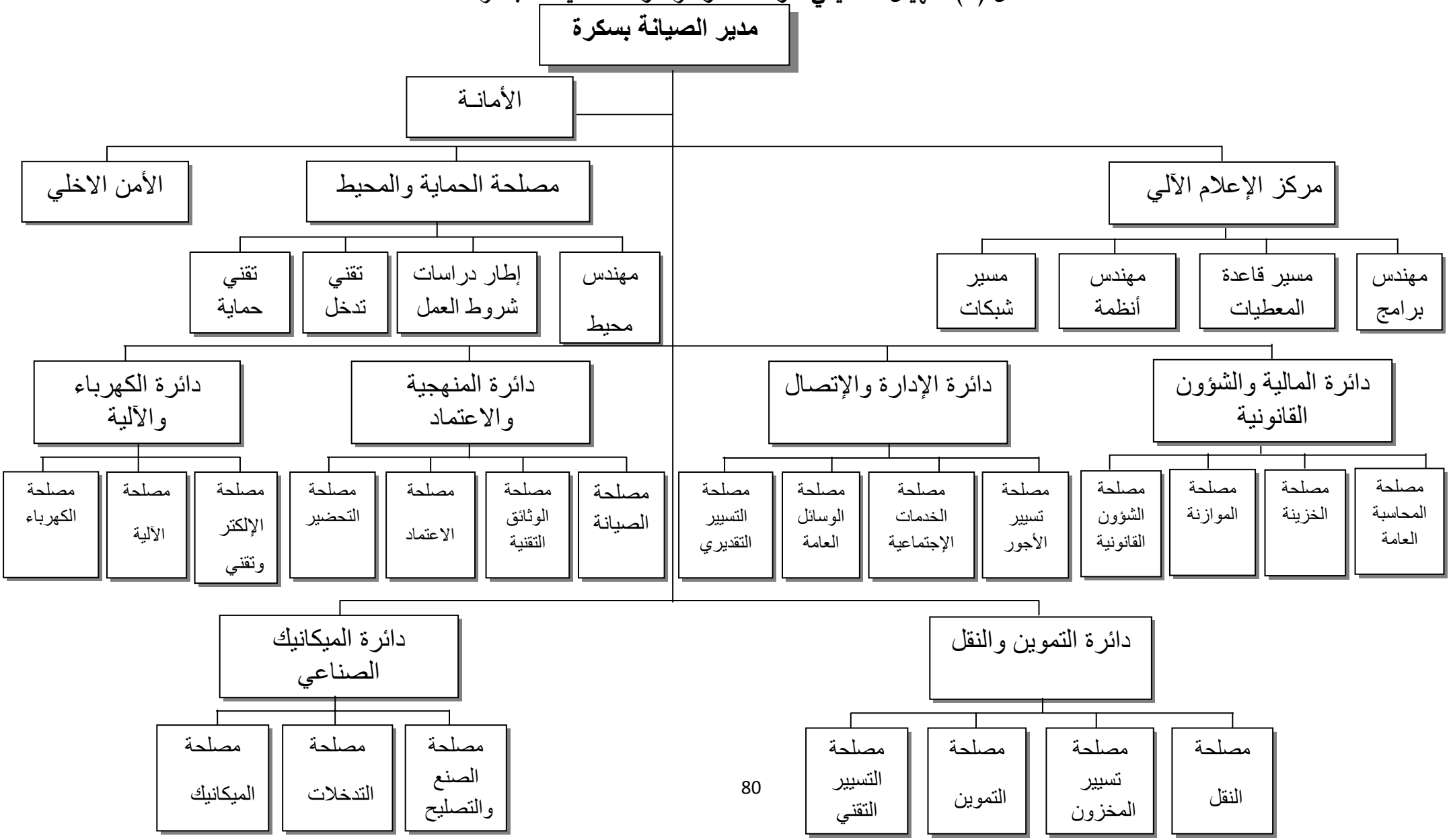
ومن مسؤولياتها تطبيق سياسة الحماية والمحيط والأمن لمجموعة سونطراك وتوضيح وظيفة الحماية والمحيط والأمن في المؤسسة من خلال التوعية والتكوين والعمل على حماية الممتلكات البشرية اولمادية من خلال برامج وقائية والسعي إلى الوقاية من الحوادث والحرائق من خلال مراقبة الشروط التقنية وتصرفات العمال وطرق العمل الخطيرة والتوصيات الضرورية ومراقبة ومتابعة برامج نشاط النقل بالأنابيب لحماية المحيط.

إن ما نلاحظه من الهيكل التنظيمي لمديرة الصيانة بسكرة هو تعدد المستويات التنظيمية، حيث يضم 3 مستويات، وبالتالي هناك درجة عالية من التعقيد، وهذا ما يوضحه الشكل (6) في الصفحة الموالية.

ورغم إن مديرية الصيانة بسكرة مؤسسة تتمتع بدرجة من الإستقلالية حيث يعود إتخاذ القرار فيها إلى مسيريها ومديرها على الخصوص، إلا أنها تبقى خاضعة للمستويات الأعلى منها فيما يتعلق بالقرارات الهامة والمتعلقة بالإستثمار وإعتماد الميزانيات المالية والموازنات السنوية والتعيينات...الخ.

ويمثل الشكل التالي الهيكل التنظيمي لمديرية الصيانة سونطراك –بسكرة–:

الشكل (6): الهيكل التنظيمي لمؤسسة سونطراك وحدة الصيانة –بسكرة–



المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية

يقدم هذا المبحث عرضا مفصلا للمنهجية والإجراءات التي تم الإعتماد عليها في تنفيذ الدراسة الميدانية وتشتمل وصف المجتمع وعينة الدراسة إضافة إلى بيان أدوات جمع البيانات والأساليب الإحصائية المستخدمة في معالجة نتائج الدراسة.

المطلب الأول: منهجية الدراسة

من أجل الوصول إلى نتائج علمية وموضوعية تقربنا على الأقل من تأكيد الفرضيات إتبعنا منهجا علميا ويعرف المنهج بأنه: "عبارة عن مجموعة من العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه" لذلك إتبعنا المنهج التحليلي والذي يهدف أولا إلى جمع بيانات ومعلومات كافية ودقيقة عن الظاهرة ومن ثم دراسة وتحليل ما تم جمعه بطريقة موضوعية وصولا إلى العوامل المؤثرة على تلك الظاهرة.

الفرع الأول: مجتمع الدراسة

قبل التطرق إلى تحديد العينة المختارة يتوجب تحديد وتعريف مجتمع الدراسة بحيث يعرف هذا الأخير على أنه مجموع الوحدات الإحصائية المراد دراستها، والتي تشترك فيما بينها في الصفة الأساسية محل اهتمام الباحث، ويعتبر تحديد المجتمع ضروري لمعرفة مدى قابلية نتائج البحث للتعميم وللتأكد أيضا من تمثيل العينة للمجتمع بصدق، حيث تتمثل مجتمع هذه الدراسة هنا في موظفي مديرية الصيانة سونطراك –بسكرة–.

الفرع الثاني: عينة الدراسة

عينة الدراسة هي جزء من مجتمع الدراسة حيث تم اللجوء إلى اختيار عينة من المجتمع نظرا لصعوبة إجراء الدراسة فقد حصرنا دراستنا على مديرية الصيانة سونطراك –بسكرة– وأخذنا بعين الإعتبار ما تحتويه إستمارة الإستبيان من أسئلة كثيرة التي تتطلب الوقت الطويل للإجابة عليها، وكذا الإمكانيات المادية المتاحة للدراسة، حيث تم إختيار العينة بطريقة عشوائية وذلك بتوزيع 101 إستبيان على الموظفين بمديرية الصيانة سونطراك – بسكرة– وتم إسترجاع 99 إستبيان وعند فرز الإستمارات قمنا بإستبعاد 29 إستمارة وفي الأخير تم الإعتماد على 70 لغرض التحليل الإحصائي أي ما نسبته 69,30% من إجمالي الإستبيانات الموزعة.

والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (4): عدد الإستبيانات

البيان	الإستبيان	
	العدد	النسبة
عدد الإستمارات الموزعة	101	%100
عدد الإستمارات المسترجعة	99	%98,01
عدد الإستمارات غير المسترجعة	2	%1,99
عدد الإستمارات الملغاة	29	%28,71
عدد الإستمارات الصالحة	70	%69,30

المصدر: من إعداد الطالب

الفرع الثالث: طريقة سحب العينة

بما أنه تم الإعتماد على أسلوب العينات وجب علينا تحديد الطريقة التي يمكن من خلالها سحب العينة، حيث إعتمدنا على الطريقة العشوائية وهذا لكونها أكثر ملائمة لتمثيل مجتمع الدراسة.

الفرع الرابع: أساليب وطرق المعالجة الإحصائية

يستخدم الباحثون في دراساتهم العديد من الأساليب والطرق الإحصائية، ولقد استخدمنا بعضا من هذه الأساليب في دراستنا والتي سوف نتطرق لها.

للإجابة عن أسئلة الدراسة وإختبار الفرضيات، تم إستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية (package for social sciences statistical) الإصدار (20) في معالجة البيانات إحصائيا، قصد الإجابة على تساؤلات الدراسة وإختبار صحة فرضياتها، وقد تم إستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة والتي تتألف من:

أولا: معامل الثبات Cronbagh Alpha

لقياس قوة العلاقة بين الفقرات واتساقها، حيث أن معامل الثبات يأخذ قيمة محصورة بين (0) و(01)، فإذا كانت قيمة معامل الثبات مرتفعة فإن هذا يعتبر مؤشرا جيدا على ثبات الاستبيان، وبالتالي صلاحية وملائمة هذا الاستبيان لأغراض الدراسة وكما هو معروف في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية فإن معامل الثبات يكون مقبولا ابتداء من (0.6).

ثانيا: معامل الصدق

الذي هو الجذر التربيعي لمعامل الثبات Cronbagh Alpha ويشير إلى الإتساق الداخلي لبنود الإستبانة.

ثالثا: التكرارات والنسب المئوية

للتعرف على الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة والتي كانت في الدراسة (الجنس والفئات العمرية والمؤهل العلمي ومجال الوظيفة الحالية وسنوات الخبرة).

رابعا: المتوسطات الحسابية

لمعرفة مدى إرتفاع أو إنخفاض إستجابات أفراد العينة على كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة مع العلم أنه يفيد في ترتيب العبارات وإتجاهات الآراء لكل من محور الإبداع التكنولوجي والمسؤولية الإجتماعية حسب أعلى متوسط حسابي.

خامسا: الانحراف المعياري

للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الد راسة ولكل محور من محاور الدراسة، فكلما اقتربت قيمته من الصفر تركزت الاستجابات وانخفض تشتتها، كما أنه يفيد في ترتيب العبارات في حال تساوي متوسطاتها ابتداء من قيمة الانحراف الأقل.

سادسا: معامل الإرتباط بيرسون

لقياس نوع ودرجة العلاقة بين متغيرات الدراسة، فكلما كانت قيمته موجبة وأقرب إلى الواحد (1) دل ذلك على وجود ارتباط طردي قوي بين متغيري الدراسة بينما عندما تكون اقرب إلى الصفر فإن ذلك يدل على ارتباط طردي ضعيف، أما إذا كانت قيمته سلبية وتقترب من (–1) دل ذلك على وجود ارتباط عكسي قوي عندما تكون اقرب إلى الصفر فإن ذلك يدل على ارتباط عكسي ضعيف، أما إذا كانت قيمته تساوي صفر فإن هذا يدل على عدم وجود أي ارتباط بين متغيري الدراسة.

المطلب الثاني: تحليل أداة الدراسة (الإستبيان)

كما ذكرنا سابقا تم إستخدام الإستبيان كأداة لجمع البيانات والذي صممت أسئلته اعتمادا على دراستين سابقتين وهما:

- ✓ عمر بوسلامي، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الإجتماعية في المؤسسة الإقتصادية: دراسة حالة مجمع صيدال –وحدة الدار البيضاء الجزائر العاصمة–، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في علوم التسيير، 2013.
- ✓ كوثر فضل يوسف موسى، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الإجتماعية دراسة تطبيقية على شركة الإتصالات الفلسطينية، بحث تكميلي لمتطلبات الحصول على درجة الْماجستير في إدارة الأعمال، 2016.

ومنه سنصل إلى أهداف الدراسة، وفيما يلي شرح مدى صلاحيته وثباته وقد تم استخدام ألفا كرونباخ لهذا الغرض.

الفرع الأول: أدوات البحث (الاستبيان)

حيث صمم الاستبيان وفقا لمقياس ليكارت الخماسي (لا أتفق تماما، لا أتفق، محايد، أتفق، أتفق تماما) على النحو التالي:

جدول رقم (5): مقياس ليكارت الخماسي

لا أتفق تماما	لا أتفق	محايد	أتفق	أتفق تماما
1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالب

ولتحديد قيم المتوسط الحسابي المرجح كما يلي:

جدول رقم (6): المجال المتوسط الحسابي المرجح الموافق لمقياس ليكارت الخماسي

مجال المتوسط الحسابي المرجح	المستوى الموافق له
من 1 إلى 1،79	**ضعيف جدا**
من 1،80 إلى 2،59	**ضعيف**
من 2،60 إلى 3،39	**متوسط**
من 3،40 إلى 4،19	**مرتفع**
من 4،20 إلى 5	**مرتفع جدا**

المصدر: من إعداد الطالب

وقد قسم الإستبيان إلى قسمين وهما كالتالي:

–**القسم الأول**: يتضمن هذا القسم البيانات الشخصية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، مجال الوظيفة الحالية، سنوات الخبرة).

–**القسم الثاني**: يحتوي على البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة ويتكون من محورين رئيسين هما:

المحور الأول: يتضمن المتغير المستقل الإبداع التكنولوجي ويحتوي على 19 عبارة.

الجدول رقم (7): الإبداع التكنولوجي وعدد فقراته

البعد	رقم العبارة
الإبداع التكنولوجي	من 1 إلى 19

المصدر: من إعداد الطالب

المحور الثاني: يتضمن المتغير التابع المسؤولية الإجتماعية ويحتوي على 25 عبارة.

الجدول رقم (8): المسؤولية الإجتماعية وعدد فقراتها

البعد	رقم العبارة
البعد الإقتصادي	من 1 إلى 8
البعد البيئي	من 9 إلى 16
البعد الإجتماعي	من 17 إلى 25

المصدر: من إعداد الطالب

الفرع الثاني: صدق وثبات الاستبيان

وذلك للتأكد من الإتساق الداخلي للعبارات المكونة لمقاييس الدراسة، وقد تم حساب معامل الصدق عن طريق حساب الجذر التربيعي لمعامل الثبات ألفا كرونباخ، كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول رقم (9): يوضح اختبار صدق وثبات أداة الدراسة (الاستبيان)

الرقم	عدد المحور	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ	معامل الصدق
1	**الإبداع التكنولوجي**	19	0,857	0,925
2	**البعد الإقتصادي**	8	0,752	0,867
3	**البعد البيئي**	8	0,783	0,884
4	**البعد الإجتماعي**	9	0,736	0,857
5	**جميع الفقرات**	44	0,928	0,963

المصدر: من إعداد الطالب وفقا لمخرجات برنامج spss

نلاحظ من خلال الجدول أن كل النسب أكبر من 0.6 وعموما هذه النسب تدل على صدق أداة الدراسة كما يدل على أن فقرات الاستبيان لها معدلات ثبات عالية نوعا ما، أي أن درجة الثبات تبرر استخدامها لأغراض الدراسة حيث بلغ معامل ألفا كرونباخ بالنسبة للمقياس ككل 0,928 ومنه يمكن القول بأن هذا المقياس ثابت.

المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة

من خلال هذا المبحث سوف نقوم بعرض بيانات الدراسة وأهم النتائج المتوصل إليها وذلك بتحليل وتفسير إستجابات أفراد العينة.

المطلب الأول: دراسة الخصائص الديموغرافية وتحليلها

قصد التعرف على الخصائص الديموغرافية للأفراد في الدراسة الميدانية، تناول القسم الأول من الاستبيان بعض البيانات الخاصة بعينة الدراسة وهي الجنس، العمر، مجال الوظيفة الحالية، سنوات الخبرة، المؤهل العلمي كما يلي:

الفرع الأول: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

بالاستعانة ببرنامج SPSS الخاص تم استخراج الجدول رقم (10) الخاص بمتغير الجنس

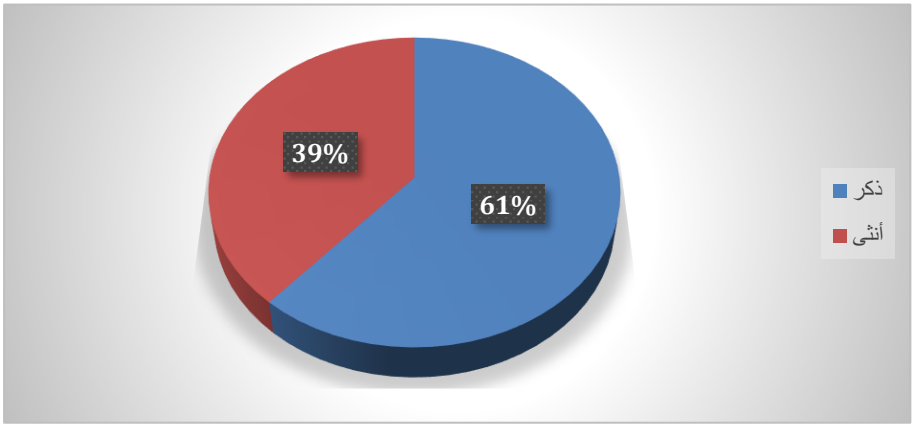
الجدول رقم (10): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	التكرارات	النسب المئوية
ذكر	43	61,4%
أنثى	27	38,6%
المجموع	70	%100

المصدر: من إعداد الطالب وفقا لمخرجات برنامج spss

من خلال الجدول أعلاه رقم (10) نلاحظ أن نسبة كبيرة من أفراد العينة هم من الذكور حيث بلغ عددهم 43 وبنسبة 61,4% في حين بلغ عدد الإناث 27 وبنسبة 38,6% ويرجع سبب ارتفاع نسبة الذكور عن الإناث إلى طبيعة النشاط في المؤسسة.

الشكل رقم (7): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج EXCEL

الفرع الثاني: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر

بالاستعانة ببرنامج SPSS الخاص تم استخراج الجدول رقم (11) الخاص بمتغير العمر.

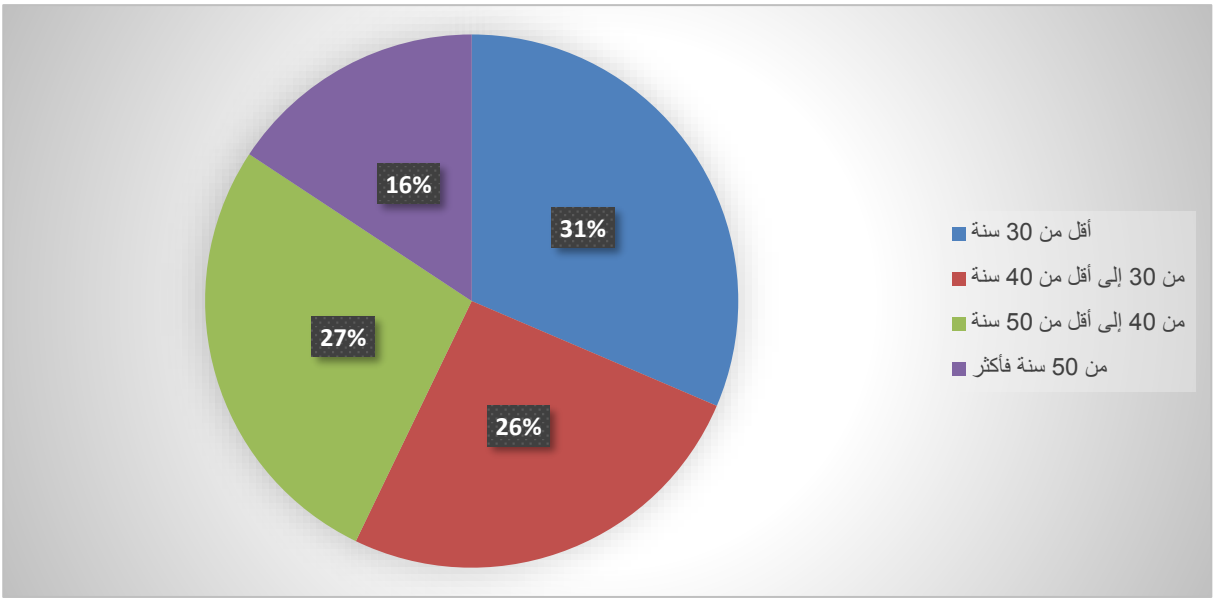
الجدول رقم (11): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر

العمر	التكرارات	النسب المئوية
أقل من 30 سنة	22	%31,4
من 30 إلى أقل من 40 سنة	18	%25,7
من 40 إلى أقل من 50 سنة	19	%27,1
من 50 سنة فأكثر	11	%15,7
المجموع	70	%100

المصدر: من إعداد الطالب وفقا لمخرجات برنامج spss

من خلال الجدول أعلاه رقم (11) نلاحظ أن نسبة 31,4 % من أفراد العينة تقل أعمارهم عن 30 سنة، وهي الفئة الكبيرة وهذا مؤشر إيجابي لأن فئة الشباب هم أكثر العاملين الذين تم استجوابهم تقل أعمارهم عن 30 سنة أما الأفراد الذين تتراوح أعمارهم ما بين 30 سنة وأقل من 40 سنة فنسبتهم 25,7%، في حيم بلغت عدد الأفراد والذين تتراوح أعمارهم من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة بنسبة 27,1%، بينما بلغت نسبة الأفراد الذين تتراوح أعمارهم الأكثر من 50 سنة نسبة 15,7% أي ما يعادل 11 فردا من إجمالي العينة ككل وهي نسبة منخفضة نوعا ما وهذا ما يدل على الصعوبات والمخاطر المترتبة عن طبيعة نشاط المؤسسة الذي يتطلب معدل اعمار منخفض.

الشكل رقم (8): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج EXCEL

الفرع الثالث: المؤهل العلمي

بالاستعانة ببرنامج SPSS الخاص تم استخراج الجدول رقم (12) الخاص بمتغير المؤهل العلمي.

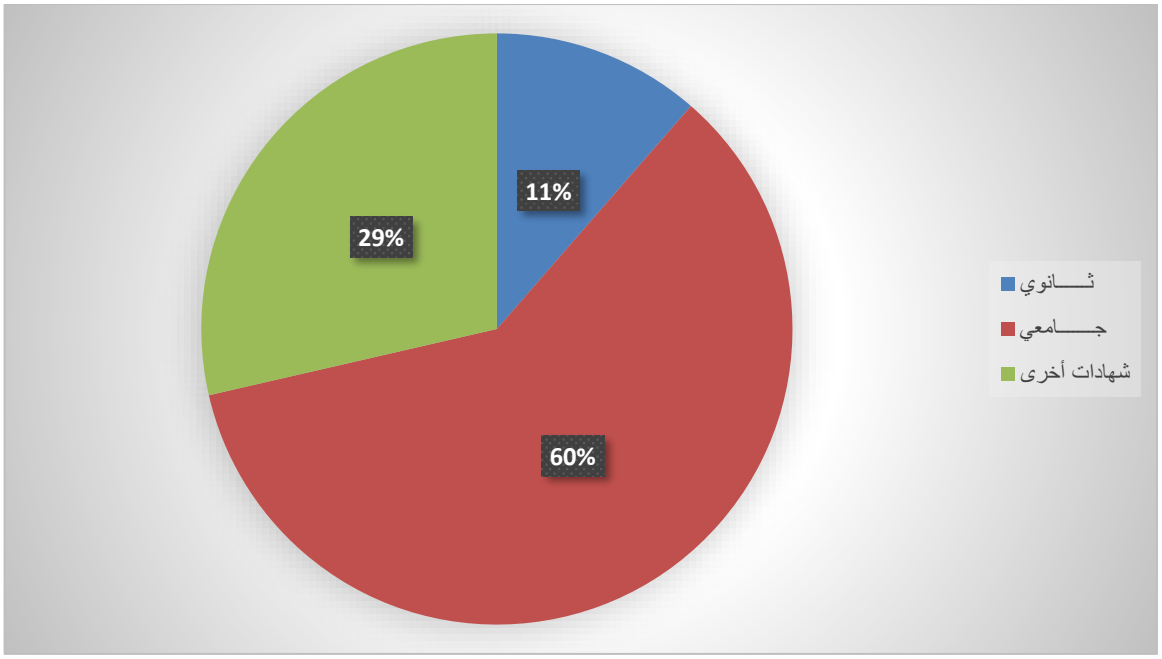
الجدول رقم (12): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	التكرارات	النسب المئوية
ثانوي	8	%11,4
جامعي	42	%60
شهادات أخرى	20	%28,6
المجموع	70	%100

المصدر: من إعداد الطالب وفقا لمخرجات برنامج spss

من خلال الجدول رقم (12) نلاحظ أن نسبة 11,4% لهم مستوى ثانوي وأن ما نسبته 60% لهم مستوى جامعي، أما نسبة 28,6% فتمثلت في الذين لهم شهادات أخرى ويمكن تفسير ذلك بالقول بأن معظم الوظائف في المؤسسة تتطلب مستوى تعليمي متقدم بالإضافة إلى الشهادات التقنية التي يستلزمها العمل في مثل هذا النوع من المؤسسات.

الشكل رقم (9): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج EXCEL

الفرع الرابع: مجال الوظيفة الحالية

بالاستعانة ببرنامج SPSS الخاص تم استخراج الجدول رقم (13) الخاص بمتغير مجال الوظيفة الحالية.

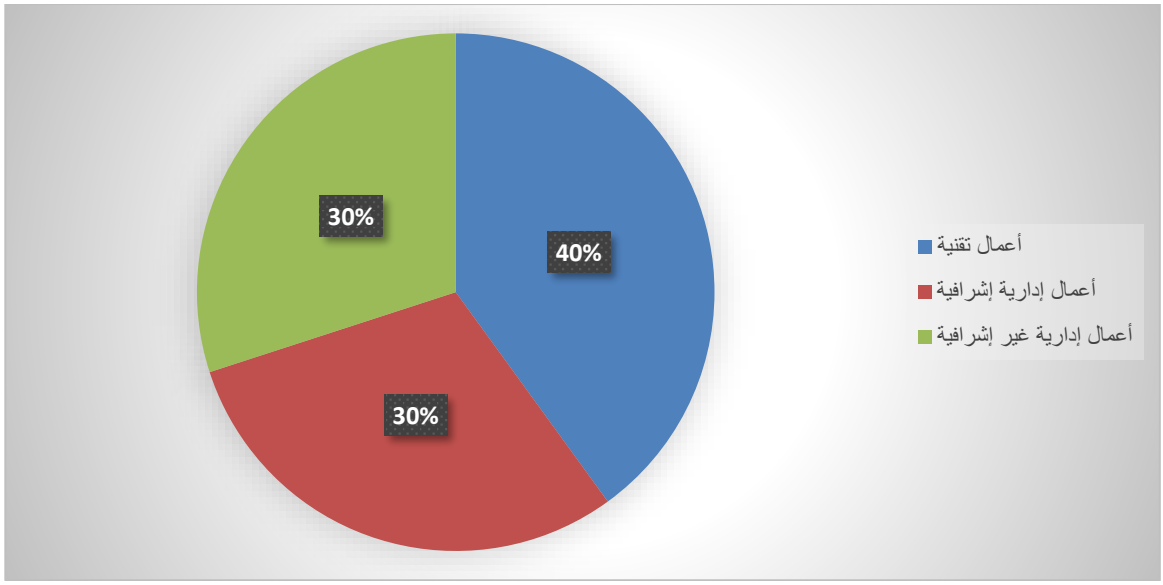
الجدول رقم (13): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مجال الوظيفة الحالية

مجال الوظيفة الحالية	التكرارات	النسب المئوية
أعمال تقنية	28	%40
أعمال إدارية إشرافية	21	%30
أعمال إدارية غير إشرافية	21	%30
المجموع	70	%100

المصدر: من إعداد الطالب وفقا لمخرجات برنامج spss

من خلال الجدول رقم (13) نلاحظ أن نسبة 40% يشتغلون أعمال تقنية، وأن ما نسبته 30% يشتغلون أعمال إدارية إشرافية، وكذلك نسبة 30% تمثلت في الذين يشتغلون أعمال إدارية غير إشرافية، وسبب ذلك أن هذه المؤسسة مختصة بأعمال الصيانة.

الشكل رقم (10): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مجال الوظيفة الحالية



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج EXCEL

الفرع الخامس: سنوات الخبرة

بالاستعانة ببرنامج SPSS الخاص تم استخراج الجدول رقم (14) الخاص بمتغير سنوات الخبرة.

الجدول رقم (14): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

العمر	التكرارات	النسب المئوية
أقل من 5 سنوات	17	%24,3
من 5 إلى أقل من 10 سنوات	28	%40
من 10 إلى أقل من 15 سنة	13	%18,6
من 15 سنة فأكثر	12	%17,1
المجموع	70	%100

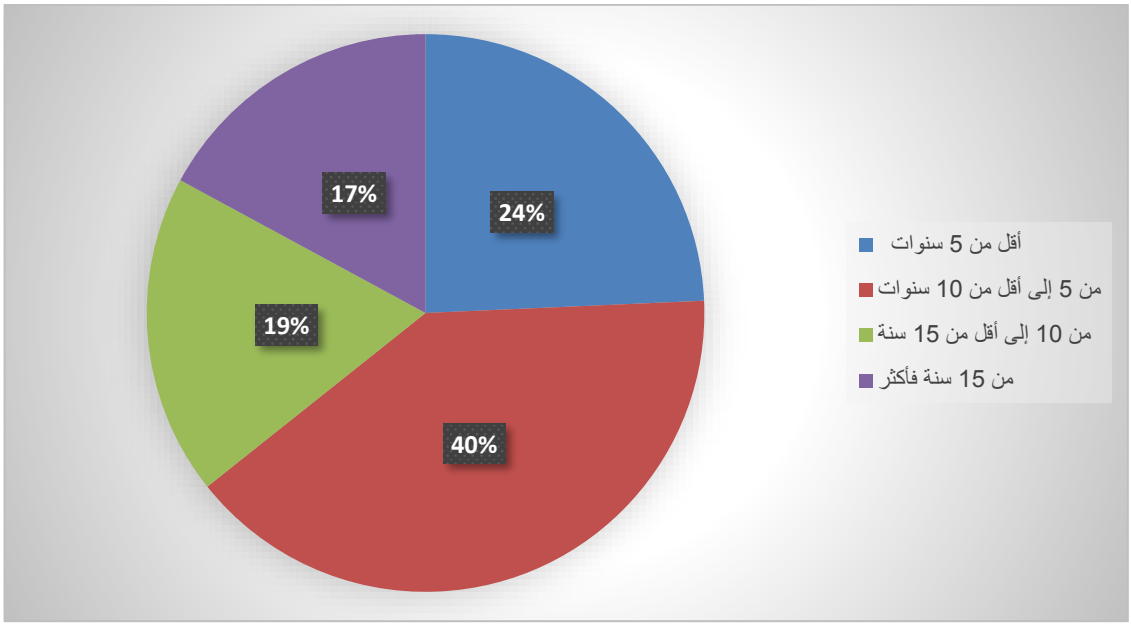
المصدر: من إعداد الطالب وفقا لمخرجات برنامج spss

من خلال الجدول رقم (14) أعلاه يتضح أن ما نسبة 24,3% من أفراد العينة لديهم أقل من 5 سنوات خبرة مهنية، وما نسبته 40% من أفراد العينة ما بين 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات، وكذلك نجد نسبة

18,6% من أفراد العينة هم ما بين 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة، ونسبة 17,1% من افراد العينة لديهم أكثر من 15 سنة خبرة مهنية.

والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (11): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج EXCEL

المطلب الثاني: تحليل اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو محاور الإستبيان

ويتم ذلك عن طريق تحليل إتجاهات الأفراد نحو محور الإبداع التكنولوجي، ونحو محور المسؤولية الإجتماعية وذلك كالتالي:

الفرع الأول: تحليل اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو محور الإبداع التكنولوجي

سنحاول من خلال الجدول الموالي معرفة اتجاهات أفراد العينة حول الإبداع التكنولوجي وذلك من خلال المتوسطات المعيارية، والإنحرافات المعيارية، لغرض معرفة مستوى اللإبداع التكنولوجي في مديرية الصيانة سونطراك –بسكرة–.

الجدول رقم (15): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة لمديرية الصيانة سونطراك –بسكرة– حول الإبداع التكنولوجي

رقم الفقرة	التكرارات والنسبة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه
	لا أتفق تماما	لا أتفق	محايد	أتفق	أتفق تماما				
1	15	6	14	27	8	3,10	1,342	15	متوسط
	%21,4	%8,6	%20	%38,6	%11,4				
2	4	15	27	19	5	3,09	1,004	17	متوسط
	%5,7	%21,4	%38,6	%27,1	%7,1				
3	4	9	22	28	7	3,36	1,022	8	متوسط
	5,7%	%12,9	%31,4	%40,0	%10,0				
4	4	8	21	27	10	3,44	1,058	4	مرتفع
	5,7%	%11,4	%30,0	%38,6	%14,3				
5	6	7	18	30	9	3,41	1,110	6	مرتفع
	8,6%	%10,0	%25,7	%42,9	%12,9				
6	4	6	22	30	8	3,46	1,003	3	مرتفع
	5,7%	%8,6	%31,4	%42,9	%11,4				
7	8	8	26	26	2	3,09	1,032	18	متوسط
	%11,4	%11,4	%37,1	%37,1	%2,9				
8	7	7	20	25	11	3,37	1,169	7	متوسط
	%10,0	%10,0	%28,6	%35,7	%15,7				

متوسط	14	1,016	3,16	5	21	30	8	6	**9**
				%7,1	%30,0	%42,9	%11,4	%8,6	
متوسط	11	1,108	3,30	7	28	21	7	7	**10**
				%10,0	%40,0	%30,0	%10,0	%10,0	
متوسط	13	1,115	3,21	5	30	17	11	7	**11**
				%7,1	%42,9	%24,3	%15,7	%10,0	
متوسط	9	1,0617	3,34	9	23	26	7	5	**12**
				%12,9	%32,9	%37,1	%10,0	%7,1	
متوسط	12	1,144	3,23	8	24	21	10	7	**13**
				%11,4	%34,3	%30,0	%14,3	%10,0	
مرتفع	5	1,211	3,43	13	27	13	11	6	**14**
				18,6%	%38,6	%18,6	%15,7	%8,6	
مرتفع	1	1,151	3,67	13	38	10	1	8	**15**
				%18,6	%54,3	%14,3	%1,4	%11,4	
متوسط	19	0,985	2,99	2	24	18	23	3	**16**
				%2,9	%34,3	%25,7	%32,9	%4,3	
متوسط	16	0,812	3,09	00	23	33	11	3	**17**
				%00	%32,9	%47,1	%15,7	%4,3	
متوسط	10	1,012	3,30	4	32	20	9	5	**18**
				%5,7	%45,7	%28,6	%12,9	%7,1	
مرتفع	2	1,120	3,61	16	25	20	4	5	**19**

				%22,9	35,7%	%28,6	%5,7	%7,1	
متوسط	//	0,57348	3,2970	142	507	399	168	114	**المجموع**

المصدر: من إعداد الطالب وفقا لمخرجات برنامج spss

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن العبارات 15، 19، 6، 4، 14، 5 حصلت على متوسطات حسابية مرجحة على الترتيب 3,67، 3,61، 3,46، 3,44، 3,43، 3,41 مما يعكس اتجاه مرتفع وذلك بانحرافات معيارية على الترتيب 1,151، 1,120، 1,003، 1,058، 1,211، 1,110، بينما حصلت العبارات المتبقية على متوسطات حسابية مرجحة بين (3,37–2,99) مما يعكس اتجاه متوسط بانحرافات معيارية مرجحة بين (1,342–0,812)، إذ جاءت الفقرة رقم 15 والتي تنص على: "**تنتهج المؤسسة الأساليب العلمية مثل استعمال الكمبيوتر من اجل تحسين عمليات إنتاجها**" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 3,67، بينما حصلت الفقرة رقم 16 والتي تنص على: "**تعمل المؤسسة على تحسين عمليات إنتاجها من اجل تحسين جودة منتجاتها**" على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 2,99.

أما فيما يتعلق بالمعدل العام للمتوسطات الحسابية قدر ب 3,2970 مما يعكس اتجاه متوسط بانحراف معياري قدر ب 0,57348 وهذا يدل على أن مديرية الصيانة سونطراك–بسكرة– لها إهتمام متوسط بالإبداع التكنولوجي.

الفرع الثاني: تحليل اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو محور المسؤولية الإجتماعية

سنحاول من خلال هذا الفرع معرفة اتجاهات أفراد العينة حول المسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال المتوسطات المعيارية، والإنحرافات المعيارية، لغرض معرفة مستوى المسؤولية الاجتماعية في مديرية الصيانة سونطراك –بسكرة–.

أولا: تحليل اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو البعد الإقتصادي

سنحاول من خلال الجدول الموالي معرفة اتجاهات أفراد العينة حول المسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال المتوسطات المعيارية، والإنحرافات المعيارية، لغرض معرفة مستوى البعد الإقتصادي في مديرية الصيانة سونطراك –بسكرة–.

الجدول رقم (16): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة لمديرية الصيانة سونطراك –بسكرة– حول البعد الإقتصادي للمسؤولية الإجتماعية

رقم الفقرة	التكرارات والنسبة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه
	لا أتفق تماما	لا أتفق	محايد	أتفق	أتفق تماما				
1	25	6	5	21	13	2,87	1,605	8	متوسط
	%35,7	%8,6	%7,1	%30,0	18,6%				
2	2	23	10	24	11	3,27	1,166	7	متوسط
	%2,9	%32,9	%14,3	%34,3	%15,7				
3	4	5	30	23	8	3,37	0,981	5	متوسط
	%5,7	%7,1	%42,9	32,9%	%11,4				
4	4	7	15	32	12	3,59	1,070	3	مرتفع
	%5,7	%10,0	%21,4	%45,7	%17,1				
5	4	4	17	33	12	3,64	1,022	1	مرتفع
	%5,7	%5,7	%24,3	%47,1	%17,1				
6	4	11	22	23	10	3,34	1,089	6	متوسط
	%5,7	%15,7	%31,4	%32,9	%14,3				
7	8	5	19	25	13	3,43	1,211	4	مرتفع
	%11,4	%7,1	%27,1	%35,7	%18,6				
8	6	7	10	30	17	3,64	1,20	2	مرتفع
	%8,6	%10,0	%14,3	%42,9	%24,3				

المجموع	57	68	128	211	96	3,3946	0,71527	//	متوسط

المصدر: من إعداد الطالب وفقا لمخرجات برنامج spss

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن العبارات 5، 8، 4، 7 حصلت على متوسطات حسابية مرجحة على الترتيب 3,64، 3,64، 3,59، 3,43 مما يعكس اتجاه مرتفع وذلك بانحرافات معيارية على الترتيب، 1,022، 1,20، 1,070، 1,211، بينما حصلت العبارات 3، 6، 2، 1 على متوسطات حسابية مرجحة على الترتيب 3,37، 3,34، 3,27، 2,87 مما يعكس اتجاه متوسط بانحرافات معيارية مرجحة على الترتيب 0,981، 1,089، 1,166، 1,605، إذ جاءت الفقرة رقم 5 والتي تنص على: "**تعمل المؤسسة على تقديم أسعار في متناول الزبائن**" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 3,64، بينما حصلت الفقرة رقم 1 والتي تنص على: "**تحرص المؤسسة على إبراز الصورة المتميزة في مجال عملها**" على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 2,87.

أما فيما يتعلق بالمعدل العام للمتوسطات الحسابية قدر ب 3,3946 مما يعكس اتجاه متوسط بانحراف معياري قدر ب 0,71527 وهذا يدل على أن مديرية الصيانة سونطراك–بسكرة– لها إهتمام متوسط بالبعد الإقتصادي للمسؤولية الإجتماعية.

ثانيا: تحليل اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو بعد البيئي

سنحاول من خلال الجدول الموالي معرفة اتجاهات أفراد العينة حول المسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال المتوسطات المعيارية، والإنحرافات المعيارية، لغرض معرفة مستوى البعد البيئي في مديرية الصيانة سونطراك –بسكرة–.

الجدول رقم (17): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة لمديرية الصيانة سونطراك –بسكرة– حول البعد البيئي للمسؤولية الإجتماعية

رقم الفقرة	التكرارات والنسبة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه
	لا أتفق تماما	لا أتفق	محايد	أتفق	أتفق تماما				
9	11	8	12	30	9	3,26	1,282	4	متوسط
	%15,7	%11,4	%17,1	%42,9	%12,9				
10	12	24	10	22	2	2,69	1,174	8	متوسط

				%2,9	%31,4	%14,3	%34,3	%17,1	
متوسط	7	1,097	2,99	4	23	17	20	6	**11**
				%5,7	32,9%	24,3%	%28,6	%8,6	
متوسط	6	1,049	3,17	5	26	19	16	4	**12**
				%7,1	%37,1	%27,1	%22,9	%5,7	
متوسط	3	0,973	3,26	6	24	24	14	2	**13**
				%8,6	34,3%	%34,3	%20,0	%2,9	
مرتفع	2	0,912	3,47	9	25	27	8	1	**14**
				12,9%	35,7%	%38,6	%11,4	%1,4	
مرتفع	1	0,810	3,56	8	29	27	6	00	**15**
				11,4	41,4	38,6	8,6	%00	
متوسط	5	1,194	3,23	9	23	22	7	9	**16**
				%12,9	%32,9	%31,4	%10,0	%12,9	
متوسط	//	0,67509	3,2018	52	202	158	103	45	**المجموع**

المصدر: من إعداد الطالب وفقا لمخرجات برنامج spss

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن العبارات 15، 14 حصلت على متوسطات حسابية مرجحة على الترتيب 3,56، 3,47 مما يعكس اتجاه مرتفع وذلك بانحرافات معيارية على الترتيب 0,810، 1,912 بينما حصلت العبارات 13، 9، 16، 12، 11، 10 على متوسطات حسابية مرجحة على الترتيب 3,26، 3,26، 3,23، 3,17، 2,99، 2,69 مما يعكس اتجاه متوسط بانحرافات معيارية مرجحة على الترتيب 0,973، 1,282، 1,194، 1,049، 1,097، 1,174 إذ جاءت الفقرة رقم 15 والتي تنص على: "**تعمل المؤسسة على تقليص إنتاج النفايات**" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 3,56، بينما حصلت الفقرة رقم 10 والتي تنص

على: " **تعمل المؤسسة على الحد من استهلاك الطاقة (الكهرباء، المواد البترولية)**" على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 2,69.

أما فيما يتعلق بالمعدل العام للمتوسطات الحسابية قدر ب 3,2018 مما يعكس اتجاه متوسط بانحراف معياري قدر ب 0,67509 وهذا يدل على أن مديرية الصيانة سونطراك–بسكرة– لها إهتمام متوسط بالبعد البيئي للمسؤولية الإجتماعية.

ثالثا: تحليل اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو البعد الإجتماعي

سنحاول من خلال الجدول الموالي معرفة اتجاهات أفراد العينة حول المسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال المتوسطات المعيارية، والإنحرافات المعيارية، لغرض معرفة مستوى المبعد الإجتماعي في مديرية الصيانة سونطراك –بسكرة–.

الجدول رقم (18): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة لمديرية الصيانة سونطراك –بسكرة– حول البعد الإجتماعي للمسؤولية الإجتماعية

رقم الفقرة	التكرارات والنسبة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه
	لا أتفق تماما	لا أتفق	محايد	أتفق	أتفق تماما				
17	13	7	17	24	9	3,13	1,307	9	**متوسط**
	%18,6	%10,0	%24,3	%34,3	12,9%				
18	6	14	16	21	13	3,30	1,232	6	**متوسط**
	%8,6	%20,0	%22,9	%30,0	%18,6				
19	6	12	23	17	12	3,24	1,185	7	**متوسط**
	%8,6	17,1%	%32,9	24,3%	%17,1				
20	9	10	22	18	11	3,17	1,239	8	**متوسط**
	%12,9	%14,3	%31,4	%25,7	%15,7				
21	5	10	18	23	14	3,44	1,175	4	**مرتفع**

				%20,0	%32,9	%25,7	%14,3	%7,1	
متوسط	5	1,234	3,31	12	23	18	9	8	**22**
				%17,1	%32,9	%25,7	%12,9	%11,4	
مرتفع	2	1,259	3,54	17	25	15	5	8	**23**
				%24,3	%35,7	%21,4	%7,1	%11,4	
مرتفع	3	1,058	3,44	12	21	27	6	4	**24**
				%17,1	%30,0	%38,6	%8,6	%5,7	
مرتفع	1	1,097	3,69	17	27	17	5	4	**25**
				%24,3	%38,6	%24,3	%7,1	%5,7	
متوسط	//	0,68072	3,3635	117	199	173	78	63	**المجموع**

المصدر: من إعداد الطالب وفقا لمخرجات برنامج spss

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن العبارات 25، 23، 24، 21 حصلت على متوسطات حسابية مرجحة على الترتيب 3,69، 3,54، 3,44، 3,44 مما يعكس اتجاه مرتفع وذلك بانحرافات معيارية على الترتيب 1,097، 1,259، 1,058، 1,175 بينما حصلت العبارات 22، 18، 19، 20، 17 على متوسطات حسابية مرجحة على الترتيب 3,31، 3,30، 3,24، 3,17، 3,13 مما يعكس اتجاه متوسط بانحرافات معيارية مرجحة على الترتيب 1,234، 1,232، 1,185، 1,049، 1,239، 1,307 إذ جاءت الفقرة رقم 25 والتي تنص على: "**تعمل المنظمة على بناء علاقات إيجابية مع مؤسسات المجتمع المختلفة**" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 3,69، بينما حصلت الفقرة رقم 17 والتي تنص على: "**توفر المؤسسة مناخ جيد للعمل يضمن صحة وسلامة موظفيها** " على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 3,13.

أما فيما يتعلق بالمعدل العام للمتوسطات الحسابية قدر ب 3,3635 مما يعكس اتجاه متوسط بانحراف معياري قدر ب 0,68072 وهذا يدل على أن مديرية الصيانة سونطراك–بسكرة– لها إهتمام متوسط بالبعد الإجتماعي للمسؤولية الإجتماعية.

المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة

في هذا الجانب يتم اختبار الفرضيات، حيث تركزت مهمة هذه الفقرة على اختبار مدى قبول أو رفض فرضيات الدراسة، وللتحقق من أن للإبداع التكنولوجي دور في تحقيق أبعاد المسؤولية الإجتماعية تم وضع

ثلاث فرضيات وتم استخدام نموذج بيرسون لإختبار كل فرضية إضافة إلى عرض النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة.

هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي والمسؤولية الإجتماعية، لاختبار هذه الفرضيات لا بد من التعرف ما إذا كانت هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التتكنولوجي وكل من أبعاد المسؤولية الإجتماعية وذلك باعتبار الإبداع التكنولوجي متغير مستقل والمسؤولية الإجتماعية متغير تابع، حيث تم قبول أو رفض الفرضية بالاعتماد على مستوى العينة، إذ نرفض الفرضية إذا كان مستوى العينة أكبر من 0,05ونقبل الفرضية إذا كان مستوى العينة أقل من 0,05، كما قمنا بحساب معامل الارتباط بين كل بعد من أبعاد المسؤولية الإجتماعية السابقة الذكر والإبداع التتكنولوجي، فكلما كانت قيمته موجبة وأقرب إلى الواحد (1) دل ذلك على وجود ارتباط طردي قوي بين متغيري الدراسة بينما عندما تكون اقرب إلى الصفر فإن ذلك يدل على ارتباط طردي ضعيف، أما إذا كانت قيمته سلبية وتقترب من (–1) دل ذلك على وجود ارتباط عكسي قوي عندما تكون اقرب إلى الصفر فإن ذلك يدل على ارتباط عكسي ضعيف، أما إذا كانت قيمته تساوي صفر فإن هذا يدل على عدم وجود أي ارتباط بين متغيري الدراسة.

الفرع الأول: اختبار الفرضية الرئيسية

اختبار الفرضية الرئيسية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ بين الإبداع التكنولوجي والمسؤولية الإجتماعية في مديرية الصيانة سونطراك –بسكرة–.

وقد اعتمدت قاعدة القرار التالية:

H_0: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي والمسؤولية الإجتماعية.

H_1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي والمسؤولية الإجتماعية.

والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (19): معامل الارتباط بين المتغير المستقل الإبداع التكنولوجي والمتغير التابع المسؤولية الإجتماعية

	العينة	معامل الإرتباط	مستوى الدلالة	القرار
الإبداع التكنولوجي والمسؤولية الإجتماعية	70	0,814	0,000	**دالة إحصائية**

المصدر: من إعداد الطالب وفقا لمخرجات برنامج spss

من خلال الجدول رقم (19) نلاحظ أن مستوى الدلالة يساوي 0.000 وهو اقل من 0.05 وبالتالي يمكن القول أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي والمسؤولية الإجتماعية، ويؤكد ذلك معامل الارتباط المقدر ب 0,814 الذي يدل على انه توجد علاقة طردية قوية بينهما.

وبالتالي نقبل الفرضية البديلة H_1 ونرفض الفرضية الصفرية H_0.

الفرع الثاني: اختبار الفرضية الفرعية الأولى

اختبار الفرضية الفرعية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ بين الإبداع التكنولوجي والبعد الإقتصادي في مديرية الصيانة سونطراك –بسكرة–.

وقد اعتمدت قاعدة القرار التالية:

H_0: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي والبعد الإقتصادي.

H_1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي والبعد الإقتصادي.

الجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (20): معامل الارتباط بين المتغير المستقل الإبداع التكنولوجي والبعد الإقتصادي للمسؤولية الإجتماعية

	العينة	معامل الإرتباط	مستوى الدلالة	القرار
الإبداع التكنولوجي والبعد الإقتصادي	70	0,764	0,000	**دالة إحصائية**

المصدر: من إعداد الطالب وفقا لمخرجات برنامج spss

من خلال الجدول رقم (20) نلاحظ أن مستوى الدلالة يساوي 0,000 وهو اقل من 0.05 وبالتالي يمكن القول أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي والبعد الإقتصادي، ويؤكد ذلك معامل الارتباط المقدر ب 0,764 الذي يدل على انه توجد علاقة طردية قوية بينهما.

وبالتالي نقبل الفرضية البديلة H_1 ونرفض الفرضية الصفرية H_0.

الفرع الثالث: اختبار الفرضية الفرعية الثانية

اختبار الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ بين الإبداع التكنولوجي والبعد البيئي في مديرية الصيانة سونطراك –بسكرة–.

وقد اعتمدت قاعدة القرار التالية:

H_0: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي والبعد البيئي.

H_1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي والبعد البيئي.

الجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (21): معامل الارتباط بين المتغير المستقل الإبداع التكنولوجي والبعد البيئي للمسؤولية الإجتماعية

	العينة	معامل الإرتباط	مستوى الدلالة	القرار
الإبداع التكنولوجي والبعد البيئي	70	0,730	0,000	**دالة إحصائية**

المصدر: من إعداد الطالب وفقا لمخرجات برنامج spss

من خلال الجدول رقم (21) نلاحظ أن مستوى الدلالة يساوي 0,000 وهو اقل من 0.05 وبالتالي يمكن القول أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي والبعد البيئي، ويؤكد ذلك معامل الارتباط المقدر ب 0,730 الذي يدل على انه توجد علاقة طردية قوية بينهما.

وبالتالي نقبل الفرضية البديلة H_1 ونرفض الفرضية الصفرية H_0.

الفرع الرابع: اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ بين الإبداع التكنولوجي والبعد الإجتماعي في مديرية الصيانة سونطراك –بسكرة–.

وقد اعتمدت قاعدة القرار التالية:

H_0: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي والبعد الإجتماعي.

H_1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي والبعد الإجتماعي.

والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (22): معامل الارتباط بين المتغير المستقل الإبداع التكنولوجي والبعد الإجتماعي للمسؤولية الإجتماعية

	العينة	معامل الإرتباط	مستوى الدلالة	القرار
الإبداع التكنولوجي والبعد الإجتماعي	70	0,610	0,000	**دالة إحصائية**

المصدر: من إعداد الطالب وفقا لمخرجات برنامج spss

من خلال الجدول رقم (22) نلاحظ أن مستوى الدلالة يساوي 0,000 وهو اقل من 0.05 وبالتالي يمكن القول أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي والبعد الإجتماعي، ويؤكد ذلك معامل الارتباط المقدر ب 0,610 الذي يدل على انه توجد علاقة طردية قوية بينهما.

وبالتالي نقبل الفرضية البديلة H_1 ونرفض الفرضية الصفرية H_0.

خلاصة:

حاولنا من خلال هذا الفصل تقديم تعريف شامل لمديرية الصيانة سونطراك –بسكرة– ثم تعرضنا إلى طبيعة الابداع التكنولوجي والمسؤولية الاجتماعية فيها بواسطة استبيان تم توزيعه على أفراد مجتمع الدراسة في المؤسسة ولمعرفة النتائج المتحصل عليها قمنا باستخدام البرنامج الإحصائي" الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS"، وبعد ذلك تم تفسير النتائج في المتحصل عليها حيث يمكن القول بناءا على الاتجاه العام لإجابات المستجوبين بأن الموافقة على وجود الإبداع التكنولوجي كانت متوسطة وكذلك بالنسبة للمسؤولية الاجتماعية أيضا متوسطة، ونفس الأمر بالنسبة للأبعاد الثلاث الإقتصادي والبيئي والاجتماعي.

خاتمة

خاتمة:

لقد هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق أبعاد المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، بإعتبار أن المفهومين لهما أهمية إستراتيجية من أجل بقاء ونمو المؤسسة في ظل التطورات التي يشهدها الإقتصاد العالمي، كما تم القيام بدراسة المفهومين في مؤسسة اقتصادية جزائرية لها مكانة هامة في سوق النفط الجزائري و الدولي وهي مؤسسة سونطراك مديرية الصيانة –بسكرة–.

فمن خلال هذه الدراسة توصلنا إلى أن الإبداع التكنولوجي المستمر من شأنه أن يجدد المزايا التنافسية، ويبقي للمؤسسة كل حظوظها للبقاء في القطاع، لذلك فقد كان لزاما على المؤسسات المتطلعة إلى التميز والنمو لمواجهة تحديات المحيط التنافسي، الإدراك أن الإبداع التكنولوجي يعد مصدرا أساسيا تسعى من خلاله المؤسسات إلى تدعيم مركزها التنافسي في السوق، والاستجابة لرغبات وحاجات الزبائن المتطورة والمستمرة والسريعة. لذلك فإن الإبداع التكنولوجي لم يعد خيارا للمؤسسات بل أصبح ضرورة حتمية وركيزة أساسية لتحسين تنافسيتها لضمان بقاءها واستمرارها وذلك من خلال تحقيق التميز في منتجاتها للوصول إلى إرضاء عملائها والمحافظة عليهم.

على ضوء ما تم التوصل إليه من معلومات نظرية وعمل تطبيقي، اتضح أن قضية المسؤولية الإجتماعية قضية مهمة على كل المستويات، فموضوع المسؤولية الإجتماعية يعتبر من المواضيع التي حضيت بإهتمام كبير وواسع من قبل منظمات الأعمال، باعتبارها أحد الركائز الأساسية في إستراتيجية أعمال المؤسسة، وحلا للعديد من المشاكل التي تواجه المؤسسة كإنخفاض مستوى أدائها، باعتبارها طاقة مبدعة وخلاقة تعطي ميزة تنافسية إذ تعتبر مورد إستراتيجي يؤدي عند إستثماره إلى خلق قيمة للمؤسسة، والإرتقاء بأدائها وبموقعها في السوق وذلك في ظل بيئة سريعة التغير وحادة المنافسة، لذا ما جعل معظم هذه المؤسسات تهتم بمسؤوليتها الإجتماعية تجاه أصحاب المصالح (المجتمع المحلي والموظفين والزبائن والبيئة والموردين) بإعتبارهم هم المؤثرون المباشرون على نشاطها وجعلها ضمن ثقافتها وأحد الأهداف الإستراتيجية لما تلعبه من دور في الإسهام الفعال والدؤثر في دعم وخدمة المجتمع.

أولا: نتائج الدراسة

من خلال ما تم التطرق إليه تم التوصل إلى النتائج التالية:

أ- نتائج الدراسة النظرية:

- ✓ إن إقتصاديات الدول التي دعمت وآمنت بالإبداع التكنولوجي تطورت وتقدمت نذلك نتيجة لإنفاقها على البحث والتطوير مقارنة بالدول التي وقفت عائق في وجه الإبداع التكنولوجي.
- ✓ التنافس على امتلاك التكنولوجيا الأكثر تطورا هو السبيل لتحقيق التنافس على إنتاج منتجات ذات جودة عالية وتسليمها في آجال قياسية.

- ✓ دعم القدرة الفنية للمؤسسة بصورة مستمرة وبالتالي ضمان وضعها الحالي.
- ✓ خفض التكاليف وزيادة أرباح المؤسسة عن طريق تصريف منتجاتها الجديدة وذلك من أهم ما يرمي إليه الإبداع التكنولوجي.
- ✓ يقوم الإبداع التكنولوجي على تنمية الرأسمال البشري من خلال تأهيله وتدريبه على المعارف التكنولوجية وعمليات البحث والتطوير.
- ✓ تعرف المسؤولية الإجتماعية على أنها إلتزام المؤسسة تجاه المجتمع الذى تعمل فيه.
- ✓ للمسؤولية الإجتماعية أهمية بالنسبة للدولة، المؤسسة والمجتمع.
- ✓ مجالات المسؤولية الإجتماعية تكون لأصحاب المصالح والمجتمع والبيئة.
- ✓ تتمثل أبعاد المسؤولية الاجتماعية فى: البعد الإقتصادي، القانوني، الأخلاقي، الخيري.
- ✓ للمسؤولية الإجتماعية علاقة بالإبداع التكنولوجي.

ب-نتائج الدراسة الميدانية:

خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- ✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0,05$ بين الإبداع التكنولوجي المسؤولية الإجتماعية في مديرية الصيانة سونطراك –بسكرة–.
- ✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0,05$ بين الإبداع التكنولوجي والبعد الإقتصادي للمسؤولية الإجتماعية في مديرية الصيانة سونطراك –بسكرة–.
- ✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0,05$ بين الإبداع التكنولوجي والبعد البيئي للمسؤولية الإجتماعية في مديرية الصيانة سونطراك –بسكرة–.
- ✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0,05$ بين الإبداع التكنولوجي والبعد الإجتماعي للمسؤولية الإجتماعية في مديرية الصيانة سونطراك –بسكرة–.

ثانيا: الاقتراحات والتوصيات

بناءا على النتائج السابقة التي توصلت إليها الدراسة يمكن تقديم بعض من التوصيات تتمثل في:

- ✓ **ترقية ثقافة الإبداع:** ترقية ثقافة للإبداع تتضمن معايير محفزة على الابتكار، المبادرة، الاحتياط من المخاطر، القبول لبعض التغيرات الاجتماعية، الجغرافية و المهنية، ترقية ثقافة الإبداع تتعلق كذلك بتطوير المهارات، وتهدف أيضا إلى امتلاك القدرة على المعرفة المسبقة لاحتياجات وأراء المجتمع.
- ✓ **إطار للمبادرة:** و يتمثل في وضع إطار مناسب للإبداع، و في نفس الوقت التشجيع على المنافسة والتعاون و حماية أفضل لحقوق الملكية الفكرية والصناعية.
- ✓ **تشجيع الروابط بين البحث، الإبداع والسوق:** وهذا من أجل التحسين في عملية تحويل ثمار البحث إلى منتجات أو خدمات، وهناك معايير مختلفة يمكن تبنيها مثل: تجارب التخطيط الإستراتيجي بالنظر

إلى الرؤية طويلة الأجل، إنشاء مؤسسات مبدعة والتشجيع على التعاون بين المؤسسات التي تعمل في نفس القطاع.

- ✓ كما قدمت الدراسة مجموعة من الحلول والاقتراحات التي تساعد المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ومن بينها مديرية الصيانة من أجل النهوض بالإبداع التكنولوجي وترسيخ مبادئ وأبعاد المسؤولية الاجتماعية، وقد تضمنت إقامة تغير تنظيمي بتبني نمط إداري متكامل (نظام الإدارة البيئية) ينصب نحو البعد الاجتماعي و البيئي للمؤسسة، وكذلك بعدها الاقتصادي، وهذا يرتكز على تطوير ثقافة الإبداع التي تمكن من قبول بعض التغيرات التنظيمية و الاجتماعية، بالإضافة إلى وضع إطار مناسب للمبادرة لتشجيع الروابط بين البحث، الإبداع والسوق ومن ثم إقامة مسعى خاص للمسؤولية الاجتماعية بفضل الإبداع التكنولوجي.

ثالثا :آفاق الدراسة

- ✓ مساهمة المسؤولية الإجتماعية في زيادة فاعلية الحوافز في المؤسسات الاقتصادية .
- ✓ دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الاقتصادية .
- ✓ أثر تدريب وتأهيل الرأسمال البشري على الإبداع التكنولوجي في المؤسسات الاقتصادية.

من خلال ما تقدم يتضح لنا أنه في ظل الظروف الإقتصادية العالمية الحالية، وفي ظل التغيرات الحديثة والصعوبات المتنامية للمحيط الإقتصادي الدولي، يستوجب على المؤسسات على إختلاف حجمها وطبيعة نشاطها الإعتماد أكثر على إستراتيجيات واضحة تكون من بينها الإهتمام أكثر بالإبداع التكنولوجي و جعل المسؤولية الإجتماعية من ضمن هذه الإستراتيجيات التي كلها تصب في صالح تطور وإزدهار المؤسسة الإقتصادية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولا: المراجع باللغة العربية

أ-قائمة الكتب:

1- إبراهيم بدر الصبيحات، **أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية**، ط1، دار الجنان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2017.

2- إبراهيم جابر السيد، **محاسبة التلوث البيئي**، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.

3- أحمد محيي خلف صقر، المسؤولية المجتمعية فى العالم العربي والعالمي دراسة تحليلية: مقارنة بين الفكرين الإسلامى والوضعي مع عرض تجارب عالمية لبعض الدول والشركات، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2019.

4- آلان جي روو، ترجمة: عادل محمود الرشيد، **الذكاء الإبداعي: الإمكانات والقدرات**، ط2، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2008.

5- برافين جوبتا، ترجمة أحمد المغربي، **الإبداع الإداري في القرن الحادي والعشرين**، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2008.

6- بيتر فيسك، ترجمة أحمد الطاهر، محمد حسن قناوي، **عبقرية الإبداع لقادة الأعمال يعبرون الحدود ويغيرون قواعد اللعبة**، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2014.

7- جون هوكنز، ترجمة أحمد حيدر، **إقتصاد الإبداع**، ط1، الدار العربية للعلوم والناشرون، لبنان، 2010.

8- جيمس هيجنز، ترجمة إصدارات بميك، **100 طريقة إبداعية لحل المشكلات الإدارية**، مركز الخبرات المهنية للإدارة- بميك، مصر، 2001.

9- رمضان حسين رمضان الشيخ، **الإستراتيجيات العملية لتعلم الإبداع والإبتكار**، ط1، بوتيك سيتي للنشر والتوزيع، مصر، 2009.

10-السعيد أوكيل، **إقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994.

11-السعيد أوكيل، **وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.

12-سعيد يس عامر، **الإدارة وتحديات التغيير**، مركز وايد سيرفيس للإستشارات والتطوير الإداري، مصر، 2001.

13-سليم إبراهيم الحسنية، **الإدارة بالإبداع نحو بناء منهج نظمي**، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2009.

14-سيد محمد جاد الرب، **إدارة الإبداع والتميز التنافسي**، دار الكتب المصرية، مصر، 2013.

15-طارق عبد الحميد السامرائي، **إتجاهات جديدة للإدارات والقيادات التعليمية في رعاية الابداع التربوي**، ط1، دار الإبتكار للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2013.

16-عابد عبد الله العصيمي، **المسؤولية الإجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة**، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.

قائمة المراجع

17-عاكف لطفي خصاونة، **إدارة الإبداع والإبتكار في منظمات الأعمال**، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2011.

18-عبد الله حسن مسلم، **الإبداع والإبتكار في التنظيم والتنسيق**، ط1، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2015.

19-غسان قاسم اللامي، **إدارة التكنولوجيا: مفاهيم ومداخيل، تقنيات، تطبيقات علمية**، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.

20-فريدريك م.شرر، ترجمة علي أبو عمشة، **نظرة جديدة إلى النمو الإقتصادي وتأثره بالإبتكار التكنولوجي**، ط1، مكتبة العبيكان، السعودية، 2002.

21-محمد زويد العتيبي، **الطريق الى الابداع والتميز الاداري**، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2007.

22-محمد عبد الله شاهين محمد، **الإقتصاد المعرفي وأثره على التنمية الإقتصادية للدول العربية**، ط1، دار حميثرا للنشر والترجمة، القاهرة، مصر، 2018.

23-مدحت محمد أبو النصر، المسؤولية الإجتماعية للشركات والمنظمات: المواصفة القياسية ISO 26000، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، مصر، 2015.

24-معروف هوشيار، **تحليل الإقتصاد التكنولوجي**، ط1، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.

25-نجم عبود نجم، أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال، ط1، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006.

26-نجم عبود نجم، **القيادة وإدارة الابتكار**، ط2، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الاردن، 2015.

27-وليد حميد رشيد الأميري، **المسؤولية الإجتماعية للمصارف الخاصة: في إطار العلاقة بين رأس المال الفكري ورأس المال التمويلي**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.

ب–قائمة المجلات والدوريات:

1- أسامة عبد المجيد العاني، **طبيعة المسؤولية الإجتماعية في المصرف الإسلامي: دراسة حالة البنك الإسلامي الأردني**، المجلة الاردنية في الدراسات الإسلامية، مجلد 13، العدد 3، الأردن، 2017.

2- أسماء رشاد نايف الصالح، **تنمية المورد البشري ودوره في تحقيق الإبداع المؤسسي في المنظمات غير الربحية دراسة ميدانية على المنظمات غير الربحية الأردنية من وجهة نظر العاملين فيها**، المجلة العربية للإدارة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية جامعة الدول العربية، مصر، 2013.

3- جميلة الجوزي، **دور الإبداع التكنولوجي في تعزيز القدرة التنافسية للدول العربية**، مجلة العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، العدد 11، جامعة الجزائر 3، 2011.

4- جنان شهاب أحمد، **أخلاقيات العمل: منظور إداري معاصر في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للمنظمات (دراسة تحليلية لآراء العاملين في مؤسسة الشاكري)**، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والإقتصادية، المجلد 15، العدد 4، العراق، 2013.

5- حامد ريم الحدراوي، أفنان عبد علي الاسدي، علي عبد الامير الفتلاوي، **توظيف أبعاد المسؤولية الإجتماعية لتعزيز القدرات الإبداعية: دراسة تطبيقية في بعض كليات جامعة الكوفة**، مجلة الغري للعلوم الإقتصادية والإدارية، المجلد 7، العدد 30، كلية الإدارة والإقتصاد، جامعة الكوفة، العراق، 2014.

6- خالد خلف سالم الزريقات، **أثر التوجه الإستراتيجي في تحقيق المسؤولية الإجتماعية: دراسة تطبيقية في المصارف التجارية الأردنية**، مجلة كلية بغداد للعلوم الإقتصادية الجامعة، العدد 31، جامعة الإسراء الخاصة، بغداد، العراق، 2012.

7- رافد حميد الحدراوي، مهند حميد العطوي، **دور المسؤولية الإجتماعية في تعزيز ولاء الزبون: دراسة تحليلية لآراء عينة من زبائن مصرف الرافدين فرع الغري–النجف الأشرف**، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والإقتصادية، المجلد 17، العدد 4، كلية الإدارة والإقتصاد، جامعة الكوفة، العراق، 2015.

8- سفيان بن عبد العزيز، سعاد يوسفاوي، **نماذج دولية ناجحة في الإستثمار المسؤول إجتماعيا (عرض تجارب شركات دولية)**، مجلة الدراسات الإقتصادية المعاصرة، العدد 1، جامعة بشار، الجزائر، 2016.

9- سميرة لغويل، نوال زمالي، **المسؤولية الإجتماعية: المفهوم، الأبعاد، المعايير**، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، العدد 27، جامعة تبسة، الجزائر، ديسمبر 2016.

10-صالح بن سعد القحطاني، **أثر برامج المسؤولية الإجتماعية على عملاء القطاع المصرفي بالمملكة العربية السعودية**، المجلة العربية للإدارة، المجلد 35، العدد 2، كلية إدارة الأعمال، جامعة الملك سعود، السعودية، ديسمبر 2015.

11-صليحة فلاق، **متطلبات إرساء دعائم المسؤولية الإجتماعية في المنظمة: دراسة حالة المملكة العربية السعودية، تجربة بنك الجزيرة**، مجلة الإقتصاد والتنمية البشرية، جامعة البليدة، الجزائر، جانفي 2015.

12-عبد الحق بن جديد، **المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات**، المجلة العربية للأبحاث في العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، سبتمبر 2012.

13-عبد السلام مخلوفي، **إتفاقية حقوق الملكية الفكرية المرتبطة بالتجارة TRIPS: أداة لحماية التكنولوجيا ام لاحتكارها؟**، مجلة إقتصاديات شمال أفريقيا، عدد 3، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، ديسمبر 2005.

14-عبد القادر دبون، عبد الله مرزق، **المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات الإقتصادية تجاه الموارد البشرية**، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، العدد 6، جامعة ورقلة، الجزائر، 2015.

15-عبد الناصر طلب الزيود، **المسؤولية الإجتماعية للبنوك العاملة في الأردن (2010-2008)**، دراسات العلوم الإدارية، المجلد 40، العدد 1، قسم الإقتصاد والعلوم المالية والمصرفية، كلية التخطيط والإدارة، جامعة البلقاء التطبيقية، الأردن، 2013.

16-عبد الوهاب شنيخر، بوعلام عمار شبيرة، **محاسبة المسؤولية الإجتماعية لتقييم الأداء الإجتماعي للمؤسسة: دراسة حالة آرسيلور ميتال عنابة**، مجلة جيل العلوم الإنسانية والإجتماعية، العدد 16، فيفري 2016.

17-عبود عمير عراك، أحمد ضياء الدين صلاح الدين، **الإبداع الأخضر إستراتيجية فاعلة لمواجهة تحديات تحقيق الإستدامة البيئية لمنظمات الاعمال: بحث ميداني حول التحديات التي تواجه المنظمات الخدمية ومنظمة UNDP في محافظة الأنبار**، عمادة البحث العلمي، مجلة العلوم الإقتصادية والإدارية، كلية الإدارة والإقتصاد، جامعة الأنبار، 18 جانفي 2018.

18-عطية خلف الموسوي، م.م بتول، **تأثير الإبداع التكنولوجي في تطوير منتجات الشركة دراسة حالة في الشركة العامة للصناعات الكهربائية**، مجلة الإدارة والإقتصاد، العدد 78، جامعة بغداد، العراق ، 29 سبتمبر 2009.

19-علياء محمد خليل، **أثر الإبداع التقني في تصميم المنتوج دراسة إستطلاعية لآراء عينة من العاملين في الشركة العامة للصناعات الجلدية معمل بغداد**، مجلة كلية بغداد للعلوم الإقتصادية الجامعة، العدد 48، جامعة بغداد، العراق، 2016.

20-عمار عماري، سعيدة بوسعدة، **الإبداع التكنولوجي في الجزائر: واقع وأفاق**، مجلة العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، العدد 3، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، 2004.

21-فتحي الطاهر التريكي، إمحمد مصطفى بازينة، **تقييم وتحليل ممارسة منظمات الأعمال للمسؤولية الإجتماعية: دراسة تطبيقية عن شركات القطاع الخاص في مدينة مصراتة**، مجلة دراسات الإقتصاد والأعمال، المجلد 4، العدد 2، قسم إدارة الأعمال، كلية الإقتصاد والعلوم السياسية، جامعة مصراتة، ليبيا، ديسمبر 2016.

22-فردوس محمود عباس، **دور الإبداع التقني في تحسين جودة المنتوج بحث ميداني في الشركة العامة لصناعة الزيوت النباتية**، مجلة كلية بغداد للعلوم الإقتصادية الجامعة، العدد 37، معهد الإدارة- الرصافة، العراق، 2003.

23-قاسم إبراهيم الشعار، فايز جمعة النجار، **تطبيقات إدارة الجودة الشاملة وأثرها في الإبداع التكنولوجي دراسة تطبيقية على المصارف العاملة في الاردن**، دراسات العلوم الإدارية، جامعة العلوم الاسلامية العالمية، المجلد 42، العدد 2، كلية المال والأعمال، الأردن، 2015.

24-محمد فلاق، **المسؤولية الإجتماعية للشركات النفطية العربية: شركتي "سونطراك الجزائرية، أرامكو السعودية" أنموذجا**، مجلة الباحث، عدد 12، جامعة حسيبة بن بو علي، الشلف، الجزائر، 2013.

25-محمد فلاق، سميرة أحلام حدو، **المسؤولية الإجتماعية لمنظمات الأعمال بين الممارسة التسويقية والضرورة الإستراتيجية: دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الإقتصادية الجزائرية**، مجلة أبحاث إقتصادية وإدارية، العدد 20، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ديسمبر 2016.

26-محمد قريشي، **الإبداع التكنولوجي كمدخل لتعزيز تنافسية المؤسسات الوطنية**، مجلة البحوث والدراسات، عدد6، جامعة محمد خيضر، بسكرة، جوان 2008.

27-مصطفى دحماني، أحمد بوسهمين، **تفعيل إستراتيجية الإبداع التكنولوجي لرفع تنافسية المؤسسات الإقتصادية الجزائرية**، مجلة البشائر الإقتصادية، المجلد 3، العدد1، جامعة طاهري محمد، بشار، الجزائر، 1 مارس 2017.

28-موسى قاسم القريوتي، رياض عبد الله الخوالدة، مازن كمال قطيشات، محمد فالح الحنيطي، محمد عطوة المعايطة، **دور المسؤولية الإجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة حالة في شركة زين للإتصالات الخلوية**، مجلة دراسات: العلوم الإدارية، المجلد 41، العدد 1، الجامعة الأردنية، الأردن، 2014.

29-نادية لطفي عبد الوهاب، **ممارسات إدارة الجودة الشاملة وانعاكسها على الابداع بحث تطبيقي في مصرف الشرق الأوسط العراقي للإستثمار**، مجلة العلوم الإقتصادية والإدارية، المجلد 23، العدد 100، جامعة بغداد الباحث، العراق، 2017.

30-نبيل بن عامر، حسام لعمش، **تفعيل دور المسؤولية الإجتماعية للتسويق في ترقية الخدمة الصحية: دراسة تحليلية مع عرض تجارب**، مجلة البحوث الإقتصادية والمالية، العدد 3، جامعة أم البواقي، الجزائر، 17 جوان 2015.

31-نورا محمد عماد الدين أنور، **المسؤولية الإجتماعية للشركات في ظل الأزمة الإقتصادية العالمية، دراسة تطبيقية**، مركز المديرين المصري، مسابقة الأبحاث السنوية، مصر، 2010.

32-هشام بن حميدة، تقييم واقع المسؤولية الإجتماعية للمصارف: دراسة حالة عينية من المصارف الاسلامية، مجلة الإقتصاد الإسلامي العالمية، العدد 46، جامعة كاي، مارس 2016.

33-هناء محمد هلال الحنيطي، إنعام محسن حسن، **مدى تطبيق محاسبة المسؤولية الإجتماعية في البنوك الإسلامية العاملة في الأردن**، مجلة الفكر المحاسبي، المجلد 16، كلية التجارة، جامعة عين شمس، مصر، 2012.

34-وهيبة مقدم، بشير بكار، **المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات الإقتصادية من خلال تطبيق المواصفة الدولية إيزو 26000 للمسؤولية الإجتماعية**، مجلة إقتصاد وتسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران، الجزائر، 2014.

35-يسرى محمد حسين، **علاقة الإبداع التقني برضا الزبون (الضيف)**، مجلة الإدارة والإقتصاد، العدد 81، قسم السياحة وإدارة الفنادق، الجامعة المستنصرية، العراق، 15 فيفري 2010.

ج-الرسائل والأطروحات:

1. إبراهيم قدري، **أثر المسؤولية الإجتماعية في الأداء: دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة السورية**، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في إدارة الأعمال، كلية الإقتصاد، قسم إدارة أعمال، جامعة دمشق، سوريا، 2015.
2. أحمد بن قطاف، **أهمية حاضنات الأعمال التقنية في دعم وترقية المؤسسات الصغيرة المبدعة في الجزائر**، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، قسم علوم التسيير، فرع: إستراتيجية السوق في ظل إقتصاد تنافسي، 2007.
3. الأخضر خراز، **دور الإبداع في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية دراسة حالة مؤسسة EGTT مركب حمام ربي (سعيدة) نموذجا**، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير (مدرسة الدكتوراه)، التسيير الدولي للمؤسسات، تخصص: مالية دولية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2011.
4. خالد بن يامين، **الإبداع التكنولوجي كأداة لرفع تنافسية المؤسسات الجزائرية**، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في إدارة الاعمال، المدرسة الدكتورالية للاقتصاد وإدارة الأعمال، تخصص: إستراتيجية المؤسسة، جامعة وهران، 2013.
5. رابح حميدة، **إستراتيجيات وتجارب وترقية دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في دعم النمو وتحقيق التنمية المستدامة: دراسة مقارنة بين التجربة الجزائرية والتجربة الصينية**، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، 2011.
6. رزيقة يحياوي، **الإبداع كمدخل لاكتساب ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال دراسة حالة مؤسسة ملبنة الحضنة بالمسيلة**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، فرع: إدارة المنظمات، جامعة المسيلة، 2013.
7. سليمان بن عبدالله بن محمد الزامل، **مستوى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الإجتماعية للشركات الصناعية المساهمة السعودية: دراسة تحليلية للتقارير المالية السنوية لشركات الأسمنت والبتروكيماويات**، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في المحاسبة، قسم المحاسبة، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة أم القرى، السعودية، 2015.
8. صليحة بو صوردي، **الإبداع كمدخل لتسيير التغيير في المؤسسات الإقتصادية دراسة حالة مجمع صيدال**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراة العلوم في علوم التسيير، شعبة: تسيير مؤسسات، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2015.

9. طارق راشي، **الإستخدام المتكامل للمواصفات العالمية (الإيزو) في المؤسسة الإقتصادية لتحقيق التنمية المستدامة: دراسة حالة شركة مناجم الفوسفاط بتبسة –SOMIPHOS–**، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم، تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية المستدامة، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، مدرسة الدكتوراه: إدارة الأعمال والتنمية المستدامة الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2011.

10. الطاهر خامرة، المسؤولية البيئية والإجتماعية مدخل لمساهمة المؤسسة الإقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة "حالة سوناطراك"، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، تخصص: إقتصاد وتسيير البيئة، قسم العلوم الإقتصادية، كلية الحقوق والعلوم الإقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2007.

11. عبد الحكيم محمود أبو الشعر، **دور توظيف المسؤولية الإجتماعية للشركات المساهمة في تمويل تطبيق البحث الموجه في الجامعات: دراسة حالة الشركات المدرجة في بورصة فلسطين**، قدم هذا البحث إستكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الْماجستير في إدارة الأعمال بكلية التجارة في الجامعة الإسلامية غزة، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2016.

12. عبد الرؤوف حجاج، **دور الإبداع التكنولوجي في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الإقتصادية دراسة مقارنة بين وحدات مؤسسة كوندور ببرج بوعريريج باستخدام أسلوب تحليل مغلف البيانات خلال الفترة 2004–2013**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2015.

13. عبد الغني بوزناق، **مساهمة الإبداع التكنولوجي في تعزيز تنافسية المؤسسة الصناعية–دراسة حالة مؤسسة كوندور ببرج بوعريريج–**، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير والتجارة، تخصص: إقتصاد صناعي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013.

14. عبلة بن عرامة، **أثر تطبيق المسؤولية الإجتماعية على أداء الموارد البشرية في القطاع الصحي – دراسة حالة المركز الإستشفائي الجامعي (CHU)–باتنة–**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه (ل م د) في علوم التسيير شعبة: تسيير المنظمات، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، 2018، ص12، 13.

15. عمر بوسلامي، **دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الإجتماعية في المؤسسة الإقتصادية: دراسة حالة مجمع صيدال –وحدة الدار البيضاء الجزائر العاصمة–**، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في علوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية المستدامة، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 1، سطيف، الجزائر، 2013.

16. فريدة ويلية، **دور الميزانية الإجتماعية في تسيير الموارد البشرية: دراسة حالة مؤسسة نفطال الوكالة التجارية– الخروب–**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، تخصص: تسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، مدرسة الدكتوراه: إقتصاد ومناجمنت، جامعة منتوري، قسنطينة، 2012.

17. فؤاد محمد حسين الحمدي، **الأبعاد التسويقية للمسؤولية الإجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك: دراسة تحليلية لآراء عينة من المديرين والمستهلكين في عينة من المنظمات المصنعة للمنتجات الغذائية في الجمهورية اليمنية**، جزء من متطلبات نيل درجة دكتوراه فلسفة في إدارة الأعمال، كلية الإدارة والإقتصاد، الجامعة المستنصرية، العراق، 2003.

18. فوزي منصوري، **مساهمة التكنولوجيات الحديثة للإعلام والإتصال في دعم المشاركة التنظيمية: دراسة ميدانية بمؤسسة أرسيلور ميتال تبسة– (Arcelor Mittal)**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، شعبة: الإتصال والتنمية المستدامة للمؤسسات، قسم علوم الإعلام والإتصال، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، 2011.

19. كوثر فضل يوسف موسى، **دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الإجتماعية دراسة تطبيقية على شركة الإتصالات الفلسطينية**، بحث تكميلي لمتطلبات الحصول على درجة الْماجستير في إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، بغزة، فلسطين، 2016.

20. لزهر العابد، **التعلم من أزمة المسؤولية الإجتماعية حالة شركة Nike**، مجلة الدراسات الإقتصادية، العدد 1، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2، الجزائر، ديسمبر 2014.

21. لطفي قواسمي، **دور المنظمات الدولية غير الحكومية في ترقية المسؤولية الإجتماعية للقطاع الخاص (منظمة أصدقاء الأرض العالمية أنموذجا)**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية، تخصص: إدارة دولية، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2013.

22. محاد عريوة، **دور بطاقة الأداء المتوازن في قياس وتقييم الأداء المستدام بالمؤسسات المتوسطة للصناعات الغذائية دراسة مقارنة: ملبنة الحضنة بالمسيلة وملبنة التل بسطيف**، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، تخصص: إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية المستدامة، كلية الحقوق والعلوم الإقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2011.

23. محمد الطيب دويس، **براءة الإختراع مؤشر لقياس تنافسية المؤسسات والدول "حالة الجزائر"**، رسالة ماجستير، فرع دراسات إقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2005.

24. محمد زعلاني، **التطوير التكنولوجي كأداة لتحقيق النمو الإقتصادي-حالة الجزائر-**، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، شعبة: إقتصاد التنمية، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011.

25. محمد قريشي، **التغيير التكنولوجي وأثره على أداء المؤسسات الاقتصادية من منظور بطاقة الأداء المتوازن دراسة حالة مؤسسة صناعة الكوابل-فرع جينيرال كابل-بسكرة**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم: علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014.

26. مصعب محمد حسين موسى، **دور المسؤولية الإجتماعية في أداء شركات الإتصالات بإستخدام أبعاد بطاقة الأداء المتوازن: دراسة حالة مجموعة سوداتل للاتصالات**، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في إدارة الجودة والإمتياز، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، 2016.

27. نصر الدين بن نذير، **دراسة إستراتيجية للإبداع التكنولوجي في تكوين القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة -حالة الجزائر-**، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2012.

28. نوال ضيافي، **المسؤولية الإجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية**، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير تخصص تسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2010.

29. وهيبة مقدم، **تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الإجتماعية: دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، في كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة وهران، الجزائر، 2014.

30. ياسر سعيد أبو هربيد، **دور المسؤولية الإجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية**، دراسة مقدمة لإستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير، تخصص إدارة الدولة والحكم الرشيد، البرنامج المشترك بين أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا وجامعة الأقصى، جامعة الأقصى، فلسطين، 2017.

د-المؤتمرات والملتقيات والندوات العلمية:

1. السعيد بومنجل، فاطمة الزهراء رقايقية، **مساهمة براءة الإختراع في دعم و حماية الإبداع التكنولوجي وتحقيق التميز التنافسي المستديم في منظمات الأعمال واقع الجزائر**، ملتقى دولي حول الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، جامعة سعد دحلب البليدة، 12-13 ماي 2010.
2. أحمد بوشنافة، فاطيمة لعلمي، **دور الجماعات المحلية في تعزيز المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات الإقتصادية عامل أساسي لتحقيق التنمية المستدامة**، المؤتمر الدولي الثالث: المسؤولية الإجتماعية ومنظمات الأعمال، معهد العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، كلية الإقتصاد، جامعة بشار، 14-15 فيفري 2012.

قائمة المراجع

3. أحمد طرطار، سارة حليمي، **الإقتصاد المعرفي كآلية لتفعيل الإبداع التكنولوجي في منظمات الأعمال،** الملتقى الدولي: الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة –دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولية– ، جامعة سعد دحلب، البليدة، الجزائر، 18–19 ماي 2011.
4. أم كلثوم جماعي، سمير بن عبد العزيز، **الركائز الأساسية لنجاح المسؤولية الإجتماعية في منظمات الأعمال،** الملتقى الدولي الثالث بجامعة بشار حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، 14–15 فيفري 2012.
5. آمال عبد المجيد عبد القادر الحيلة، عبد القادر أحمد مسلم، **مدى مساهمة القيادة الريادية في تعزيز المسؤولية الإجتماعية لدى العاملين في مجموعة الإتصالات الفلسطينية،** مؤتمر المسؤولية الإجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص وانعكاساتها على المجتمع الفلسطيني، كلية إدارة المال والأعمال، جامعة فلسطين، 12 مارس 2016.
6. إيثار عبد الهادي الفيحان، كلثوم ألبز، **دور المنظمات الريادية في تحقيق المسؤولية الإجتماعية،** الملتقى الدولي الثالث: منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، جامعة طاهري محمد، بشار، الجزائر، فيفري 2012.
7. بشار محمد خليل العبيدي، سحر أحمد، العزاوي كرجي، **الإبداع المنظمي وأثره في تحسين جودة المنتج دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في الشركة العامة للصناعات الكهربائية الوزيرية،** مجلة الإدارة والإقتصاد، العدد 84، الجامعة المستنصرية، العراق، 2010.
8. بلقاسم زايري، وهيبة مقدم، **الحاجة إلى تصميم لوحة قيادة من أجل دمج المسؤولية الإجتماعية في منظمات الأعمال و قياس الأداء تجاهها،** المؤتمر العلمي الدولي حول: سلوك المؤسسة الإقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة والعدالة الإجتماعية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 20–21 نوفمبر 2012.
9. بن عاتق حنان، حجماوي توفيق، **واقع الإبداع التكنولوجي وتأثيره على أداء المنظمة في الجزائر،** ملتقى دولي حول: الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولي، جامعة سعد دحلب، البليدة، 12–13 ماي 2010.
10. ثامر البكري، **المسؤولية الإجتماعية وإستدامة رأس المال الفكري: بالإشارة إلى هجرة العقول العربية،** الملتقى الدولي الخامس: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الإقتصاديات الحديثة، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 13–14 ديسمبر 2011.
11. جبر إبراهيم الداعور، إياد سليم زملط، هيثم محمد غبن، **دور المسؤولية الإجتماعية في إدارة الصورة الذهنية للبنوك العاملة في فلسطين وأثرها على الميزة التنافسية،** المؤتمر العلمي الأول للتنمية المجتمعية، كلية الإقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، فلسطين، 5–6 نوفمبر 2016.

12.حسين شنيني، عبد الرزاق مولاي لخضر، **أثر تبني المسؤولية الإجتماعية على الأداء المالي للشركات**، الملتقى الدولي الثاني حول: الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، الطبعة الثانية: نمو المؤسسات والإقتصاديات بين تحقيق الأداء المالي وتحديات الأداء البيئي، جامعة ورقلة، الجزائر، 22-23 نوفمبر 2011.

13.حسين عبد المطلب الأسرج، **تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية للشركات فى التنمية الإقتصادية والإجتماعية فى الدول العربية**، لملتقى الدولي الثالث حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، جامعة بشار، الجزائر، 14-15 فيفري 2012.

14.حسين وليد حسين، **علاقة وأثر القيم الشخصية بتعزيز العمليات الإبداعية للمورد البشري: دراسة إستطلاعية**، المؤتمر الدولي الاول: للعلوم التطبيقية ICAS 2013، الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية، غزة، فلسطين، 24-25 سبتمبر، 2013.

15.خضرة صديقي، **المسؤولية الإجتماعية في ظل حوكمة الشركات، الملتقى الدولي الثالث: مؤسسات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية**، جامعة بشار، الجزائر، 14-15 فيفري 2012.

16.خيرة عيشوش، عبد اللطيف كرزابي، **المسؤولية الإجتماعية تجاه العاملين في إطار أخلاقيات الأعمال**، الملتقى الدولي الثالث حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة بشار، الجزائر، 14-15 فيفري 2012.

17.رفيقة حروش، **نحو إستراتيجية جديدة لمكافحة الفقر في الجزائر وفق المواصفة الدولية للمسؤولية المجتمعية ISO SR 26000**، الملتقى الدولي حول: تقييم سياسات الإقلال من الفقر في الدول العربية في ظل العولمة، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 8-9 ديسمبر 2014.

18.روضة جديدي، رحيمة بوصبيع صالح، **المسؤولية الإجتماعية للشركات بين العمل التطوعي وتحقيق هدف الإستدامة**، المؤتمر العلمي الدولي الثاني للعلوم الإجتماعية والتربوية (ريس)، مركز بايير التركي للدراسات والأبحاث، جامعة باندرما 17 أيلول الحكومية باندرما بالك أسير-تركيا، محافظة أنطاليا، تركيا، 26-27-28 أكتوبر 2018.

19.روضة جديدي، سميحة جديدي، **الإلتزام بالمسؤولية الإجتماعية كتوجه إستراتيجي لإستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، الملتقى الوطني حول: إشكالية إستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 6، 7 ديسمبر 2017.

20.الطيب الفكي أحمد أزهري، **الشراكة والمسؤولية المجتمعية للمؤسسات المالية: الماهية والمجالات والتطور التاريخي**، المؤتمر العالمي للشراكة والمسؤولية المجتمعية للمؤسسات والمصارف الإسلامية، قطر، 1 أكتوبر 2018.

21. عبد الغفور دادن، رشيد حفصي، محمد العيد تيجاني، **الإستدامة الإجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية**، الملتقى الوطني حول: إشكالية إستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 6-7 ديسمبر 2017.

22. عبد القادر بريش، زهير غراية، **دور القطاع الخاص في الجزائر في تعميق مبادئ وممارسات المسؤولية الإجتماعية للشركات**، الملتقى الدولي الثالث: منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، جامعة بشار، 14-15 فيفري 2012.

23. عبد الله خبابة، صهيب خبابه، **المسؤولية المجتمعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، الملتقى الدولي الثالث: منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، جامعة بشار، الجزائر، 14-15 فيفري 2012.

24. عبد الوهاب بن بريكة، زينب بن التركي، **مساهمة الإبداع التكنولوجي في تدعيم المركز التنافسي للمنظمة**، الملتقى الدولي حول: الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، جامعة البليدة، الجزائر، 12-13 ماي 2010.

25. عمر عزاوي، عبد الرزاق مولاي لخضر، بوزيد سايح، **دوافع تبني منظمات الأعمال أبعاد المسؤولية الإجتماعية والأخلاقية كمعيار لقياس الأداء الإجتماعي**، الملتقى الدولي الثالث حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، جامعة بشار، الجزائر، 14-15 فيفري 2012.

26. فاتن باشا، صباح بنوناس، **آليات تعزيز المسؤولية الإجتماعية لأخلاقيات الأعمال في التسويق- أنموذج كوتلر وأرمسترونغ للتسويق الاجتماعي-**، الملتقى الوطني الثالث حول: تسيير الموارد البشرية: التنوع، الأخلاقيات والإنصاف، نظرة حول ممارسات تسيير الموارد البشرية في المؤسسات الجزائرية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 25-26 فيفري 2014.

27. فالح عبد القادر الحوري، ممدوح الزيادات، هايل عبابنه، **إدارة الصورة الذهنية للمنظمات الأردنية في إطار واقع المسؤولية الإجتماعية، دراسة ميدانية في شركات الإتصالات الخلوية الأردنية**، ورقة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الثالث لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة العلوم التطبيقية، الأردن، 27-29 أفريل 2009.

28. مجذوب بحوصي، مديحة بخوش، دور مواصفة الإيزو 26000 في التعريف بمعايير المسؤولية الإجتماعية، الملتقى الدولي الثالث: منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، جامعة بشار، 14-15 فيفري 2012.

29. محمد براق، ياقوت موساوي، المسؤولية الإجتماعية في إطار حوكمة الشركات، الملتقى العلمي الدولي حول: آليات حوكمة المؤسسات ومتطلبات تحقيق التنمية المستدامة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 25-26 نوفمبر 2013.

30. محمد زرقون، جميلة العمري، أم السعد جوهرة بليلة، **أهمية الحوكمة في تحقيق المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات**، الملتقى العلمي الدولي حول: آليات حوكمة المؤسسات ومتطلبات تحقيق التنمية المستدامة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 25-26 نوفمبر 2013.

31. محمد زرقون، جميلة العمري، **دور المسؤولية الإجتماعية في تفعيل حوكمة المؤسسات**، المؤتمر الثالث للعلوم المالية والمصرفية حول حاكمية الشركات والمسؤولية الإجتماعية: تجربة الأسواق الناشئة، قسم العلوم المالية والمصرفية، كلية الإقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة اليرموك، أربد، الأردن، 17-18 أفريل 2013.

32. محمد عجيلة، مصطفى بن نوي، **دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق الميزة التنافسية أفكار ومناهج**، الملتقى الدولي: الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، مخبر البحوث في الإبداع والتغيير التنظيمي والمؤسساتي، جامعة البليدة، الجزائر، 12-13 ماي 2010.

33. محمد فلاق، قدور بونافلة، **المسؤولية الإجتماعية لشركات الإتصالات الجزائرية (جيزي، موبيليس، نجمة): التحول من العمل الخيري إلى العطاء الذكي**، الملتقى الدولي الثالث حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، جامعة بشار، الجزائر، 14-15 فيفري 2012.

34. مريم بن جيمة، نصيرة بن جيمة، **المسؤولية الإجتماعية وأخلاقيات الإدارة**، الملتقى الدولي الثالث: منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، 14-15 فيفري 2012.

35. مسعودة شريفي، كريمة حاجي، **المسؤولية الإجتماعية والثقافة التنظيمية في منظمات الأعمال المعاصرة: رحلة ألف ميل تبدأ بخطوة**، الملتقى الدولي الثالث: منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، جامعة بشار، الجزائر، من 14-15 فيفري 2012.

36. منى مسغوني، لاميا عماني، فاطمة الزهراء كيحلى، **المسؤولية الإجتماعية مصدر للقيمة المشتركة وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، الملتقى الوطني حول: إشكالية إستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 6-7 ديسمبر 2017.

37. منيرة سلامي، سنيقرة رفيقة، **أثر تطبيق المسؤولية الإجتماعية على أداء الموارد البشرية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: دراسة مقارنة بين مؤسسة إيلاف ترين، الضياء وليند غاز بولاية ورقلة**، الملتقى العلمي الدولي الأول حول: آليات حوكمة المؤسسات ومتطلبات تحقيق التنمية المستدامة، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 25، 26 نوفمبر 2013.

38. نصرالدين بن مسعود، محمد كنوش، **واقع أهمية وقيمة المسؤولية الإجتماعية في المؤسسة الإقتصادية مع دراسة إستطلاعية على إحدى المؤسسات الوطنية**، الملتقى الدولي الثالث حول:

منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، ، 14-15 فيفري 2012.

39.نهال المغربل، ياسمين فؤاد، **المسؤولية الإجتماعية لرأس المال في مصر: بعض التجارب الدولية،** ورقة عمل رقم 138، المركز المصري للدراسات الإقتصادية، سبتمبر 2008.

40.نور الدين جليد، محمد الصالح زويتة، **الإبداع التكنولوجي كدعامة لرفع كفاءة أداء المؤسسات البنكية،** الملتقى الدولي: الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات لحديثة- دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولية-، جامعة سعد دحلب، البليدة، الجزائر، 18-19 ماي 2011.

41.الهواري بن لحسن، **الإبداع التكنولوجي كأداة لتحسين التنافسية وتحقيق التنمية المستدامة،** الملتقى الدولي: الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة – دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولية-، جامعة سعد دحلب، البليدة، الجزائر، يومي 18-19 ماي 2011.

42.وهيبة مقدم، **سياسات وبرامج المسؤولية الإجتماعية تجاه الموارد البشرية في منظمات الأعمال (دراسة حالة ثلاثة شركات عربية)،** الملتقى الدولي الخامس حول: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الإقتصاديات الحديثة، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة شلف، 13-14 ديسمبر 2011.

43.كمطمك

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

أ- اللغة الفرنسية:

1- Boukhalfa Ben amar, **Innovation Et Economie De Marché En Algérie: Cas Des IAA**, Cahiers Du Cahiers Du Cread N°72, 2005.

2- Cécile Patris, Françoise Warrant, Gérard Valenduc, **L'innovation Technologique Au Service Du Développement Durable**, Rapport De Synthèse, Services Fédéraux Des Affaires Scientifiques, Techniques Et Culturelles Programme, Leviers Du Développement Durable, Février 2001.

3- Oukil M.-Said, **Economie Et Gestion De l'innovation Technologique**, Office Des Publications Universitaires, Alger, 1994.

4- Randall Morck Et Yeung Bernard, **Les Déterminants Economiques De l'innovation**, Ottawa :Industrie Canada, Document Hors Série N°25, Janvier 2001.

ب-اللغة الإنجليزية:

قائمة المراجع

1- Archie B. Carroll, **Carroll's Pyramid Of CSR: Taking Another look**, International Journal Of Corporate Social Responsibility, University Of Georgia, USA, 5 July 2016.

2- Archie B. Carroll, **The Pyramid Of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management Of Organizational Stakeholders**, Journal Of Business Horizons, Indiana University, Usa, July-August 1991.

3- Archie B.Carroll, Mark S.Schwartz, **Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach**, Journal Of Business Ethics Quarterly, Philosophy Documentation Center, Charlottesville, Virginia, United States Of America, 2003.

4- Jack Stilgoe, Richard Owen, Phil Macnaghten, **Developing A Framework For Responsible Innovation**, Journal Research Policy, University Of Bristol, Britain, 13 June 2013.

5- Jingying Ju, **The Dilmma Of Corporate Sociale Responsibility In China**, Management And Organization, Department Of Management, University Of Tampere, July 2009.

6- Muhammad Tariq Khan, Naseer Ahmed Khan, Sheraz Ahmed, Mehfooz Ali, **Corporate Social Responsibility (CSR) – Definition, Concepts and Scope (A Review)**, Universal Journal Of Management And Social Sciences, Vol. 2, No.7, University Of Haripur, Pakistan , July 2012.

7- Ramon Mullerat, International **Corporate Sociale Responsibility: The Role Of Corporations In The Economic Order Of The 21 st Century**, Kluwer Law International B.V, The Natherland ,2010.

8- Rene, Von Schomberg, A Vision Of Responsible Research And Innovation, Managing the Responsible Emergence Of Science And Innovation In Society, Chapter 3, European Commission-DG Research And Innovation, London, 20 May 2013.

9- Rob Lubberink, Vincent Blok, Johan Van Ophem, Onno Omta, **A Frame work for Responsible Innovation in the Business Context: Lessons from Responsible -Social- And Sustainable Innovation**, Chapter 11,

Springer International Publishing AG 2017, Wageningen University, The Netherlands, October 2017.

10- Shahid Yusuf, M. Anjum Altaf, Kaoru Nabeshima, **Global Production Networking And Technological Change In East Asia**, World Bank Publications, First Printing, Washington, USA: The International Bank For Reconstruction And Developmen, 2004.

قائمة الملاحق

الملـحق رقم 01

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

جـامعـة محمـد خيضـر – بسـكـرة
كليـة العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم والتسيير

Université Mohamed Khider –Biskra
Faculté des Sciences Economiques
Commerciales et des Sciences de gestion

عمـادة الكليـة

LE DECANAT

الرقم : 115 /ك.ق.ت.ت/2019

إلى السيد: مدير مؤسسة سونطراك

– فرع الصيانة - ولاية بسكرة -

طلب المساعدة على استكمال البحث

دعما منكم للبحث العلمي،نرجو من سيادتكم تقديم التسهيلات اللازمة للطالب (ة): حنان بعداش

المسجل (ة) : بالسنة: الثانية ماستر تخصص: اقتصاد وتسيير المؤسسات

و ذلك لاستكمال الجانب الميداني للمذكرة المعنونة بـ : "دور الابداع التكنولوجي في تحقيق أبعاد المسؤولية الاجتماعية "

تحت إشراف: د/ مراد محبوب

وفي الأخير تقبلوا منا فائق الاحترام و التقدير

بسكرة في : 2019/05/21

ع/ عميـد الكليـــــة

جامعة محمد خيضر بسكرة
رئيس قسم العلوم الاقتصادية
الأستاذ: فريد عبة

تأشيرة المؤسسة المستقبلة

SONATRACH
BENSASSI Abderrazak
Chef Service Administration Et Social

الملحق رقم 02

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الإقتصادية

تخصص: إقتصاد وتسيير المؤسسة

إستبانة البحث

الأخ الفاضل، الأخت الفاضلة، السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

يسرنا أن نضع بين أيديكم هذه الإستبانة التي صممت لجمع المعلومات اللازمة للدراسة التي نقوم بإعدادها استكمالاً للحصول على شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية "تخصص اقتصاد و تسيير المؤسسة"، بعنوان "**دور الابداع التكنولوجي في تحقيق أبعاد المسؤولية الاجتماعية**" دراسة حالة: **مديرية الصيانة لمؤسسة سونطراك-بسكرة-**.

لهذا نضع بين أيديكم الكريمة، هذه الاستبانة راجين أن تمنحونا جزءا من وقتكم الثمين، والتكرم بالإجابة على الأسئلة بكل موضوعية وذلك بوضع اشارة (x) في المكان المناسب لكل فقرة توضح درجة الموافقة على كل منه، علما أن المعلومات التي سيتم جمعها سوف تعامل بكل سرية، ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.

ولكم جزيل الشكر والتقدير على تعاونكم لخدمة أغراض البحث العلمي.

القسم الأول: البيانات الشخصية والوظيفية.

يهدف هذا القسم إلى التعرف على بعض الخصائص الاجتماعية والوظيفية لموظفي **مديرية الصيانة لمؤسسة سونطراك–بسكرة–**، بغرض تحليل النتائج فيما بعد، لذا نرجو منكم التكرم بالإجابة المناسبة على التساؤلات التالية وذلك بوضع إشارة (×) في المربع المناسب لاختيارك.

1–الجنس: ذكر ☐ ☐

2–العمر:

أقل من 30 سنة ☐ من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة ☐

من 40 إلى أقل من 50 ☐ من 50 سنة فأكثر ☐

3– المؤهل العلمي:

ثانوي ☐ جامعي ☐

شهادات أخرى ☐

4– مجال الوظيفة الحالية:

أعمال تقنية ☐ أعمال إدارية غير إشرافية ☐

أعمال إدارية إشرافية ☐

5– سنوات الخبرة:

أقل من 5 سنوات ☐ من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات ☐

من 10 إلى أقل من 15 سنة ☐ 15 سنة فأكثر ☐

القسم الثاني: محاور الإستبانة

المحور الأول: الابداع التكنولوجي

فيما يلي مجموعة من العبارات التي تقيس مستوى الابداع التكنولوجي، والمرجو تحديد درجة موافقتك أو عدم موافقتك عنها، وذلك بوضع علامة (×) في المربع المناسب لاختيارك.

الرقم	الابداع التكنولوجي	لا أتفق تماما	لا أتفق	محايد	أتفق	أتفق تماما
1	تستخدم المؤسسة تكنولوجيا جديدة في تطوير منتجاتها					
2	تقوم المؤسسة بإستعمال براءات الاختراع من اجل حماية إبداعاتها التكنولوجية في المنتج					
3	تقوم المؤسسة بالتعاون مع خبراء خارجيين من اجل تقديم منتجات وخدمات جديدة					
4	تعمل المؤسسةعلى تخصيص مبالغ كافية لجهود البحث والتطوير من اجل تقديم منتجات جديدة					
5	تحسن المؤسسة منتجاتها بالاعتماد على المهارات المتوفرة لديها					
6	تستخدم المؤسسة مكونات جديدة من اجل تحسين منتجاتها					
7	يتم التنسيق بين أقسام الإنتاج، البحث والتطوير في المؤسسة من اجل تحسين منتجاتها					
8	تعمل المؤسسة على تحسين عمليات الإنتاج الخاصة بالأنشطة الداعمة كأنظمة الصيانة					
9	تقدم المؤسسة منتجات لا تتوفر في الأسواق					
10	تعمل المؤسسة على تقديم عمليات إنتاج جديدة من اجل الحصول على منتجات جديدة					
11	تسعى المؤسسة إلى تقديم عمليات إنتاج جديدة الخاصة بعمليات التصنيع					
12	تلجأ المؤسسة إلى استعمال برامج جديدة من اجل تقديم عمليات إنتاج جديدة					
13	تعمل المؤسسة على تقديم عمليات إنتاج جديدة الخاصة بتوزيع المواد الأولية					
14	تقوم المؤسسة بالاعتماد على التكنولوجيا المتاحة لديها من اجل تحسين عمليات إنتاجها					
15	تنتهج المؤسسة الأساليب العلمية مثل استعمال الكمبيوتر من اجل تحسين عمليات إنتاجها					
16	تعمل المؤسسة على تحسين عمليات إنتاجها من اجل تحسين جودة منتجاتها					

17	إن الأزمات الواقعة في المؤسسة لها دور كبير في حث العاملين على الابداع التكنولوجي					
18	إهتمام الشركة بالجوانب البيئية أثناء قيامها بنشاط البحث والتطوير					
19	إن وجود المنافسين له دور كبير في حث المؤسسة على الابداع التكنولوجي					

المحور الثاني: ابعاد المسؤولية الاجتماعية

فيما يلي مجموعة من العبارات التي تمثل أبعاد المسؤولية الاجتماعية، والمرجو تحديد درجة موافقتك أو عدم موافقتك عنها، وذلك بوضع علامة (×) في المربع المناسب لاختيارك.

الرقم	أبعاد المسؤولية الاجتماعية	لا أتفق تماما	لا أتفق	محايد	أتفق	أتفق تماما
أ–البعد الاقتصادي						
1	تحرص المؤسسة على إبراز الصورة المتميزة في مجال عملها					
2	المؤسسة تسعى إلى زيادة حجم مبيعاتها بهدف تعظيم أرباحها					
3	تعمل المؤسسة الحصول على ميزة تنافسية للزيادة في حصتها السوقية					
4	تتوافق منتجات المؤسسة مع حاجات الزبون					
5	تعمل المؤسسة على تقديم أسعار في متناول الزبائن					
6	تعمل المؤسسة بتلبية رغبات فئات خاصة من الزبائن					
7	تعمل المؤسسة على اقتناء تجهيزات متطورة باستمرار					
8	حرص المؤسسة على توفير المواد الأولية اللازمة لعملية الإنتاج					
ب–البعد البيئي						
9	سعى المؤسسة إلى الحد من كل أشكال التلوث البيئي كتلوث الماء والتربة والهواء.					
10	تعمل المؤسسة على الحد من استهلاك الطاقة (الكهرباء، المواد البترولية)...					
11	تقوم المؤسسة بإدخال عنصر البيئة عند قيامها بنشاط البحث والتطوير					
12	تعمل المؤسسة على الاهتمام بالجوانب البيئية أثناء تصميم منتجاتها					

13	تحاول المؤسسة استبدال مواد تستعمل في عملية الإنتاج بمواد اقل تلويثا للبيئة					
14	تعمل المؤسسة على الحد من استهلاك المواد الأولية					
15	تعمل المؤسسة على تقليص إنتاج النفايات					
16	تعمل المؤسسة على الحد من انبعاثات الغازات					
	ج–البعد الاجتماعي					
17	توفر المؤسسة مناخ جيد للعمل يضمن صحة وسلامة موظفيها					
18	تتوفر المؤسسة على نظام تحفيز ممتاز					
19	تعمل المؤسسة على إشراك موظفيها عند تحديد استراتيجياتها					
20	يتصف أداء العاملين في المؤسسة بالكفاءة العالية					
21	تلاقي المؤسسة تقديرا من قبل المجتمع					
22	تهتم المؤسسة اهتماما كبيرا بتدريب إطاراراتها					
23	توفر المؤسسة سلم أجور جيد ويضمن التحفيز					
24	تراعي المؤسسة مصالح المجتمع المحلي عند القيام بنشاطها					
25	تعمل المنظمة على بناء علاقات إيجابية مع مؤسسات المجتتمع المختلفة					

شاكرين لكم حسن تعاونكم

الملحق رقم 03

اتجاهات العينة جول البيانات لشخصية

الجنس

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,0	43	61,4	61,4	61,4
	2,0	27	38,6	38,6	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

العمر

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	22	31,4	31,4	31,4
	2	18	25,7	25,7	57,1
	3	19	27,1	27,1	84,3
	4	11	15,7	15,7	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

المؤهل العلمي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	11,4	11,4	11,4
	2	42	60,0	60,0	71,4
	3	20	6,82	6,82	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

مجال الوظيفة الحالية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	28	40,0	40,0	40,0
	2	21	30,0	30,0	70,0
	3	21	30,0	30,0	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

سنوات الخبرة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	17	24,3	24,3	24,3
	2	28	40,0	40,0	64,3
	3	13	18,6	18,6	82,9
	4	12	17,1	17,1	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

الملحق رقم 04

اتجاهات العينة جول الإبداع التكنولوجي:

X1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	15	21,4	21,4	21,4
	2	6	8,6	8,6	30,0
	3	14	20,0	20,0	50,0
	4	27	38,6	38,6	88,6
	5	8	11,4	11,4	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

X2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	5,7	5,7	5,7
	2	15	21,4	21,4	27,1
	3	27	38,6	38,6	65,7
	4	19	27,1	27,1	92,9
	5	5	7,1	7,1	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

X3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	5,7	5,7	5,7
	2	9	12,9	12,9	18,6
	3	22	31,4	31,4	50,0
	4	28	40,0	40,0	90,0
	5	7	10,0	10,0	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

X4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	5,7	5,7	5,7
	2	8	11,4	11,4	17,1
	3	21	30,0	30,0	47,1
	4	27	38,6	38,6	85,7
	5	10	14,3	14,3	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

X5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	8,6	8,6	8,6
	2	7	10,0	10,0	18,6
	3	18	25,7	25,7	44,3
	4	30	42,9	42,9	87,1
	5	9	12,9	12,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

X6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	5,7	5,7	5,7
	2	6	8,6	8,6	14,3
	3	22	31,4	31,4	45,7
	4	30	42,9	42,9	88,6
	5	8	11,4	11,4	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

X7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	11,4	11,4	11,4
	2	8	11,4	11,4	22,9
	3	26	37,1	37,1	60,0
	4	26	37,1	37,1	97,1
	5	2	2,9	2,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

X8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	10,0	10,0	10,0
	2	7	10,0	10,0	20,0
	3	20	28,6	28,6	48,6
	4	25	35,7	35,7	84,3
	5	11	15,7	15,7	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

X9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	8,6	8,6	8,6
	2	8	11,4	11,4	20,0
	3	30	42,9	42,9	62,9
	4	21	30,0	30,0	92,9
	5	5	7,1	7,1	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

X10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	10,0	10,0	10,0
	2	7	10,0	10,0	20,0
	3	21	30,0	30,0	50,0
	4	28	40,0	40,0	90,0
	5	7	10,0	10,0	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

X11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	10,0	10,0	10,0
	2	11	15,7	15,7	25,7
	3	17	24,3	24,3	50,0
	4	30	42,9	42,9	92,9
	5	5	7,1	7,1	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

X12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,0	5	7,1	7,1	7,1
	2,0	7	10,0	10,0	17,1
	3,0	26	37,1	37,1	54,3
	4,0	23	32,9	32,9	87,1
	5,0	9	12,9	12,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

X13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	10,0	10,0	10,0
	2	10	14,3	14,3	24,3
	3	21	30,0	30,0	54,3
	4	24	34,3	34,3	88,6
	5	8	11,4	11,4	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

X14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	8,6	8,6	8,6
	2	11	15,7	15,7	24,3
	3	13	18,6	18,6	42,9
	4	27	38,6	38,6	81,4
	5	13	18,6	18,6	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

X15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	11,4	11,4	11,4
	2	1	1,4	1,4	12,9
	3	10	14,3	14,3	27,1
	4	38	54,3	54,3	81,4
	5	13	18,6	18,6	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

X16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	4,3	4,3	4,3
	2	23	32,9	32,9	37,1
	3	18	25,7	25,7	62,9
	4	24	34,3	34,3	97,1
	5	2	2,9	2,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

X17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	4,3	4,3	4,3
	2	11	15,7	15,7	20,0
	3	33	47,1	47,1	67,1
	4	23	32,9	32,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

X18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	7,1	7,1	7,1
	2	9	12,9	12,9	20,0
	3	20	28,6	28,6	48,6
	4	32	45,7	45,7	94,3
	5	4	5,7	5,7	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

X19

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	7,1	7,1	7,1
	2	4	5,7	5,7	12,9
	3	20	28,6	28,6	41,4
	4	25	35,7	35,7	77,1
	5	16	22,9	22,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

اتجاهات العينة جول أبعاد المسؤولية الإجتماعية:

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	25	35,7	35,7	35,7
	2	6	8,6	8,6	44,3
	3	5	7,1	7,1	51,4
	4	21	30,0	30,0	81,4
	5	13	18,6	18,6	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2,9	2,9	2,9
	2	23	32,9	32,9	35,7
	3	10	14,3	14,3	50,0
	4	24	34,3	34,3	84,3
	5	11	15,7	15,7	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	5,7	5,7	5,7
	2	5	7,1	7,1	12,9
	3	30	42,9	42,9	55,7
	4	23	32,9	32,9	88,6
	5	8	11,4	11,4	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	5,7	5,7	5,7
	2	7	10,0	10,0	15,7
	3	15	21,4	21,4	37,1
	4	32	45,7	45,7	82,9
	5	12	17,1	17,1	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	5,7	5,7	5,7
	2	4	5,7	5,7	11,4
	3	17	24,3	24,3	35,7
	4	33	47,1	47,1	82,9
	5	12	17,1	17,1	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	5,7	5,7	5,7
	2	11	15,7	15,7	21,4
	3	22	31,4	31,4	52,9
	4	23	32,9	32,9	85,7
	5	10	14,3	14,3	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Y7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	11,4	11,4	11,4
	2	5	7,1	7,1	18,6
	3	19	27,1	27,1	45,7
	4	25	35,7	35,7	81,4
	5	13	18,6	18,6	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Y8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	8,6	8,6	8,6
	2	7	10,0	10,0	18,6
	3	10	14,3	14,3	32,9
	4	30	42,9	42,9	75,7
	5	17	24,3	24,3	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Y9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	15,7	15,7	15,7
	2	8	11,4	11,4	27,1
	3	12	17,1	17,1	44,3
	4	30	42,9	42,9	87,1
	5	9	12,9	12,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Y10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	12	17,1	17,1	17,1
	2	24	34,3	34,3	51,4
	3	10	14,3	14,3	65,7
	4	22	31,4	31,4	97,1
	5	2	2,9	2,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Y11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	8,6	8,6	8,6
	2	20	28,6	28,6	37,1
	3	17	24,3	24,3	61,4
	4	23	32,9	32,9	94,3
	5	4	5,7	5,7	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Y12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	5,7	5,7	5,7
	2	16	22,9	22,9	28,6
	3	19	27,1	27,1	55,7
	4	26	37,1	37,1	92,9
	5	5	7,1	7,1	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Y13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2,9	2,9	2,9
	2	14	20,0	20,0	22,9
	3	24	34,3	34,3	57,1
	4	24	34,3	34,3	91,4
	5	6	8,6	8,6	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Y14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1,4	1,4	1,4
	2	8	11,4	11,4	12,9
	3	27	38,6	38,6	51,4
	4	25	35,7	35,7	87,1
	5	9	12,9	12,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Y15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	8,6	8,6	8,6
	3	27	38,6	38,6	47,1
	4	29	41,4	41,4	88,6
	5	8	11,4	11,4	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Y16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	9	12,9	12,9	12,9
	2	7	10,0	10,0	22,9
	3	22	31,4	31,4	54,3
	4	23	32,9	32,9	87,1
	5	9	12,9	12,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Y17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	13	18,6	18,6	18,6
	2	7	10,0	10,0	28,6
	3	17	24,3	24,3	52,9
	4	24	34,3	34,3	87,1
	5	9	12,9	12,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Y18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	8,6	8,6	8,6
	2	14	20,0	20,0	28,6
	3	16	22,9	22,9	51,4
	4	21	30,0	30,0	81,4
	5	13	18,6	18,6	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Y19

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	8,6	8,6	8,6
	2	12	17,1	17,1	25,7
	3	23	32,9	32,9	58,6
	4	17	24,3	24,3	82,9
	5	12	17,1	17,1	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Y20

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	9	12,9	12,9	12,9
	2	10	14,3	14,3	27,1
	3	22	31,4	31,4	58,6
	4	18	25,7	25,7	84,3
	5	11	15,7	15,7	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Y21

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	7,1	7,1	7,1
	2	10	14,3	14,3	21,4
	3	18	25,7	25,7	47,1
	4	23	32,9	32,9	80,0
	5	14	20,0	20,0	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Y22

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	11,4	11,4	11,4
	2	9	12,9	12,9	24,3
	3	18	25,7	25,7	50,0
	4	23	32,9	32,9	82,9
	5	12	17,1	17,1	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Y23

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	11,4	11,4	11,4
	2	5	7,1	7,1	18,6
	3	15	21,4	21,4	40,0
	4	25	35,7	35,7	75,7
	5	17	24,3	24,3	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Y24

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	5,7	5,7	5,7
	2	6	8,6	8,6	14,3
	3	27	38,6	38,6	52,9
	4	21	30,0	30,0	82,9
	5	12	17,1	17,1	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Y25

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	5,7	5,7	5,7
	2	5	7,1	7,1	12,9
	3	17	24,3	24,3	37,1
	4	27	38,6	38,6	75,7
	5	17	24,3	24,3	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

الملحق رقم 05

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

Statistics

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
N	Valid	70	70	70	70	70	70	70
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3,10	3,09	3,36	3,44	3,41	3,46	3,09
Std. Deviation		1,342	1,004	1,022	1,058	1,110	1,003	1,032

Statistics

	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14
	70	70	70	70	70	70	70
	0	0	0	0	0	0	0
	3,37	3,16	3,30	3,21	3,343	3,23	3,43
	1,169	1,016	1,108	1,115	1,0617	1,144	1,211

Statistics

		X15	X16	X17	X18	X19
N	Valid	70	70	70	70	70
	Missing	0	0	0	0	0
	Mean	3,67	2,99	3,09	3,30	3,61
	Std. Deviation	1,151	,985	,812	1,012	1,120

Statistics

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
N Valid	70	70	70	70	70	70	70
Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean	2,87	3,27	3,37	3,59	3,64	3,34	3,43
Std. Deviation	1,605	1,166	,981	1,070	1,022	1,089	1,211

Statistics

	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14
N Valid	70	70	70	70	70	70	70
Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3,64	3,26	2,69	2,99	3,17	3,26	3,47
Std. Deviation	1,204	1,282	1,174	1,097	1,049	,973	,912

Statistics

	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21
N Valid	70	70	70	70	70	70	70
Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3,56	3,23	3,13	3,30	3,24	3,17	3,44
Std. Deviation	,810	1,194	1,307	1,232	1,185	1,239	1,175

Statistics

	Y22	Y23	Y24	Y25
N Valid	70	70	70	70
Missing	0	0	0	0
Mean	3,31	3,54	3,44	3,69
Std. Deviation	1,234	1,259	1,058	1,097

Statistics

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
N Valid	70	70	70	70	70	70	70
Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean	2,87	3,27	3,37	3,59	3,64	3,34	3,43
Std. Deviation	1,605	1,166	,981	1,070	1,022	1,089	1,211

Statistics

	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14
N Valid	70	70	70	70	70	70	70
Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3,64	3,26	2,69	2,99	3,17	3,26	3,47
Std. Deviation	1,204	1,282	1,174	1,097	1,049	,973	,912

Statistics

	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21
N Valid	70	70	70	70	70	70	70
Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3,56	3,23	3,13	3,30	3,24	3,17	3,44
Std. Deviation	,810	1,194	1,307	1,232	1,185	1,239	1,175

Statistics

	Y22	Y23	Y24	Y25
N Valid	70	70	70	70
Missing	0	0	0	0
Mean	3,31	3,54	3,44	3,69
Std. Deviation	1,234	1,259	1,058	1,097

الملحق رقم 06

معامل الارتباط بيرسون

معامل الارتباط بيرسون بين الابداع والمسؤولية الاجتماعية

		الابداع	ب اقتصادي	ب بيئي	ب اجتماعي	المسؤولية
الابداع	Pearson Correlation	1	,764**	,730**	,610**	,814**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	70	70	70	70	70
ب اقتصادي	Pearson Correlation	,764**	1	,740**	,616**	,912**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	70	70	70	70	70
ب بيئي	Pearson Correlation	,730**	,740**	1	,461**	,842**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	70	70	70	70	70
ب اجتماعي	Pearson Correlation	,610**	,616**	,461**	1	,821**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	70	70	70	70	70
المسؤولية	Pearson Correlation	,814**	,912**	,842**	,821**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	70	70	70	70	70

تم بحمد الله