



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر
شعبة: علوم الاعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

الموضوع:

الرعاية وممارستها الاجتماعية والبيئية في المؤسسات
الاقتصادية العمومية الجزائرية
—دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز قالمة—

تحت اشراف
د.خالد نايلي

اعداد الطلبة:

- بهلولي نهاد
- بلحسان شيماء
- ظافري سميرة

لجنة المناقشة:

عضوا رئيسا	د، حمدي بثينة
مشرفا ومقررا	د، نايلي خالد
ممتحنا	د، عباينية امال

السنة الجامعية: 2025/2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



نشكر الله المعين القدير على فضله علينا وتوفيقه لإتمام هذا العمل
بفضل الله وعونه وبعد جهد ومثابرة تم انجاز هذا العمل وعملا بقول
الرسول صلى الله عليه وسلم: (من لم يشكر الناس لم يشكر الله)
صدق رسول الله

ولهذا نتقدم بخالص الشكر والعرفان الجميل للأستاذ المشرف
الدكتور نايلي خالد على مساعدته لنا بآرائه السديدة وملاحظاته
القيمة وعلى اعانته لنا فكان خير مرشد ونشكره على صبره الجميل
معنا لإتمام هذا العمل راجين من الله عز وجل أن يسدد خطاه ويحقق
مناه جزاه الله كل خير،

كما نتقدم بالشكر إلى مؤطرين في مؤسسة سونلغاز الذين
أشرفوا على مساعدتنا في انجاز هذا العمل وحسن معاملتهم
واستقبالهم لنا بكل احترام ومحبة وبكل رحابة صدر، كما نتقدم
بالشكر إلى كل من ساعدنا في إتمام هذا العمل سواء من قريب أو
بعيد، كما نشكر لجنة المناقشة على قبول مناقشة هذا العمل
المتواضع



الى امام الأول والقدوة العظمى سيد الخلق وحبيب الحق محمد صلى الله عليه وسلم.

الى كل اتباعه والسائرين على دربه...

الى ملاكي في الحياة... الى معنى الحب والى معنى الحنان والتفاني ... الى بسمه الحياة وسر الوجود.

الى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي.

“أمي الحبيبة”

الى من علمني النجاح والصعاب، إلى من علمني العطاء بدون انتظار....

إلى من احمل اسمه بكل افتخار ... وكلماته نجوم أهتدي بها اليوم والغد والى الأبد

“والدي العزيز”

الى رفقاء دربي في هذه الحياة، معهم أكون أنا وبدنهم أكون مثل أي

شيء... الى من أرى فيهم التفاؤل بعينه والسعادة في ضحكتهم الى بسمه الحياة

وسر الوجود اخوتي وأخواتي، الى كل عائلتي وأهلي.

إلى من تحلو بالإخاء وتميزوا بالوفاء والعطاء، وبرفتهم في دروب الحياة

الحلوة والحزينة، الى من عرفت كيف أجدهم وعلموني ألا أضيعهم.

أصدقائي وزملائي.

أهدي لكم جميعا بثمرة هذا العمل المتواضع.

نهاد بهلولي



وآخر دعواهم أن الحمد لله رب العالمين

وما توفيقى إلا بالله

نحمد الله حمدا يليق بجمال وجهه وعظيم سلطانه اليوم وبفضل الله تعالى وبعد

سنوات من التعب والمثابرة والعمل إلى هنا انتهت رحلتي الدراسية

أهدي ثمرة جهدي

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار ... إلى من علمني بدون انتظار ... إلى من

أحمل اسمه بكل افتخار أبي الغالي رعاه الله وأطال عمره

إلى من علمتني العطاء دون انتظار ... إلى ملاكي في الحياة أُمي الغالية حفظها

الله

شكر خالص لأستاذي الفاضل صاحب القلب الطيب رعاه الله وحفظه

شكرا لأخواتي الذين وقفوا جنبا طيلة السنوات، شكرا لأصدقائي دمتهم لي وشكر لزميلاتي في إنجاز هذه

المذكرة

أخيرا إهداء إلى التي لم ولن تقبل يوما إلا أن تكون روحها طموحة إلى نفسي ثم

نفسي " فنحن لها وإن ابت رغما عنها أتينا بها"

شيماء بلحسان



بسم الله الرحمن الرحيم

(وَقُلْ اِعْمَلُوا فَسَيَرُ اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ)

صدق الله العظيم

الحمد لله عز وجل على عونه لإتمام هذا البحث إلى الذي وهبني كل ما يملك حتى أحقق له أمله، إلى من كان يدفعني قدمًا نحو الأمام لنيل المبتغى إلى الذي سهر على تعليمي بتضحيات، أبي الغالي على قلبي أطل الله في عمره ليرى ثمارا قد حان قطافها وستبقى كلماتك نجوم أهدي بها اليوم وفي الغد وإلى الأبد.

أهدي هذا العمل المتواضع إلى التي صبرت على كل شيء التي رعتني حق الرعاية وكانت سندي في الشدائد وكانت دعواتها لي بالتوفيق في كل خطوة في عملي إلى من ارتاح لابتسامتها في وجهي نبع الحنان، أمي أطل الله في عمرك وجزاك الله عني خير الجزاء في الدارين

إلى رياحين حياتي اخوتي أشكركم على مواقفكم النبيلة في التطلع لنجاحي بنظرات الأمل.

إلى من جعلهم الله إخواني بالله صديقاتي الذين تميزوا بالوفاء والعطاء إليكم من تحليتهم بالإخاء أهديكم ثمرة جهدي هذا.

سميرة ظافري



فهرس المحتويات



فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر وعر فان
	الاهداء
	فهرس المحتويات
	قائمة الاشكال
	قائمة الجداول
	ملخص الدراسة
أ- ب	مقدمة

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

4	أولاً: الاشكالية
6	ثانياً: اهمية وأسباب اختيار الموضوع
6	ثالثاً: اهداف الدراسة
7	رابعاً: الدراسات السابقة
11	خامساً: براديعم الدراسة
14	سادساً: تحديد مفاهيم الدراسة
16	سابعاً: مجالات الدراسة
17	ثامناً: نوع الدراسة ومنهجها
18	تاسعاً: مجتمع البحث والعينة
18	عاشراً: أدوات جمع البيانات

الفصل الثاني: الرعاية والمسؤولية الاجتماعية

	تمهيد
	أولاً: الرعاية
22	1-تعريف الرعاية
22	2-لمحة تاريخية عن ظهور الرعاية
23	3-أنواع واشكال الرعاية
24	4-خصائص الرعاية
25	5-مجالات وميادين الرعاية
29	6-الخطوات المتبعة لعملية الرعاية
31	7-أهمية واهداف الرعاية
33	8-إيجابيات وسلبيات الرعاية
	ثانياً: المسؤولية الاجتماعية
34	1-نشأة وتطور المسؤولية الاجتماعية

35	2- مفهوم المسؤولية الاجتماعية
39	3- مبادئ وابعاد المسؤولية الاجتماعية
37	4- مجالات ومبادئ المسؤولية الاجتماعية
41	5- الركائز الأساسية لنجاح المسؤولية الاجتماعية
42	6- أهمية واهداف المسؤولية الاجتماعية
44	7- معوقات تطبيق المسؤولية الاجتماعية

الفصل الثالث: التحليل الكمي لبيانات الدراسة

	تمهيد
48	أولاً: بطاقة فنية عن مؤسسة الدراسة
48	ثانياً: المعالجة الكمية للبيانات الميدانية المحصل عليها
65	ثالثاً: النتائج الدراسة وفق التساؤلات الفرعية
68	نتائج الدراسة وفق الأهداف
69	النتائج العامة
69	النتيجة العامة للدراسة
71	خاتمة
73	قائمة المصادر والمراجع
79	قائمة الملاحق



قائمة الأشكال



قائمة الاشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
1	دائرة نسبية تمثل توزيع مفردات البحث حسب متغير الجنس	49
2	دائرة نسبية تمثل توزيع مفردات البحث حسب العمر	50
7	دائرة نسبية تمثل تقييم درجة التفاعل بين المؤسسة والمجتمع المحلي في مجال الرعاية الاجتماعية	54
9	دائرة نسبية تمثل مدى تأثير المسؤولية الاجتماعية على سمعة مؤسسة سونلغاز	55
12	دائرة نسبية تمثل تأثير الرعاية من خلال ممارستها الاجتماعية لمؤسسة سونلغاز على تحفيز الموظفين وولائهم	57
16	دائرة نسبية توضح برامج الرعاية البيئية التي تساهم في تحسين صورة مؤسسة سونلغاز	60
22	دائرة نسبية تمثل الالتزام بالممارسات رعاية البيئة يمكن أن يؤدي إلى تحسين كفاءة مؤسسة سونلغاز	64



قائمة الجداول



قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
3	جدول يوضح توزيع افراد البحث على حسب المستوى التعليمي	51
4	جدول يوضح عدد سنوات العمل في مؤسسة سونلغاز	52
5	جدول يوضح أنشطة الرعاية الاجتماعية التي تنفذها مؤسسة سونلغاز	52
6	جدول يوضح هل هناك وجود القوانين أو تشريعات تفرض على مؤسسة سونلغاز بتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية	53
8	جدول يوضح أهم التحديات التي تواجه مؤسسة سونلغاز في تنفيذ المسؤولية الاجتماعية	55
10	جدول يوضح مدى الرضى عن مبادرات مؤسسة سونلغاز في مجال المسؤولية الاجتماعية	56
11	جدول يوضح قيام مؤسسة سونلغاز بالتعاون مع منظمات غير حكومية في تنفيذ برامج الرعاية الاجتماعية كالجمعيات وغيرها	57
13	جدول يوضح تحسين الرعاية الاجتماعية المقدمة من قبل مؤسسة سونلغاز	58
14	جدول يوضح طبيعة نشاط مؤسسة سونلغاز وتأثيرها البيئي على المدى الطويل	58
15	جدول يوضح أبرز المبادرات البيئية التي تقوم بها المؤسسة سونلغاز في إطار ممارستها للرعاية البيئية	59
17	جدول يوضح مدى التزام مؤسسة سونلغاز بالتشريعات البيئية الوطنية والدولية	61
18	جدول يوضح التحديات التي تؤثر على قدرة مؤسسة سونلغاز في تطبيق الرعاية من خلال الممارسة البيئية	61
19	جدول يوضح قيام مؤسسة سونلغاز بتقويم تأثيراتها على الرعاية البيئية بشكل دوري	62

20	جدول يوضح قيام مؤسسة سونلغاز بتقويم تأثيراتها على الرعاية البيئية بشكل مناسباتي	62
----	---	----

21	جدول يوضح مشاركة مؤسسة سونلغاز في المبادرات البيئية أو البرامج الدولية الخاصة بالحفاظ على البيئة	63
23	جدول يوضح المجالات التي يجب ان تطور فيها مؤسسة سونلغاز جهودها البيئية	64



ملخص الدراسة



ملخص الدراسة:

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى محاولة معرفة واقع ممارسة الرعاية في إطار المسؤولية الاجتماعية والبيئية في المؤسسة الاقتصادية العمومية الجزائرية دراسة ميدانية في مؤسسة سونلغاز لولاية قالمة، حيث حاولنا التركيز على أهم ممارسات الرعاية الاجتماعية وكذا البيئية التي تقوم بها المؤسسة، وكذلك تحديد مدى أهمية هذه الممارسات ودورها الفعال الذي يهدف لتعزيز صورة المؤسسة، وبناء عالقة إيجابية مع محيطها الداخلي. اعتمدنا على المنهج الوصفي في دراستنا كونه انسب منهج لها، وقمنا بمسح شامل لمجتمع بحثنا المتمثل في رؤساء أقسام مؤسسة سونلغاز المقدر عددهم ب 30 فرد، حيث قمنا عبر توزيع استمارات ورقية لجمع المعلومات المراد الحصول عليها حول الموضوع، ودعمنا استثمارتنا بأداة مساعدة وهي المقابلة مع المكلفة بالاتصال في المؤسسة، وكذلك اعتمدنا على نظرية اصحاب المصالح وحاولنا اسقاطها على المؤسسة وقد توصلنا للنتائج الآتية: ان مؤسسة سونلغاز تمارس الرعاية الاجتماعية بشكل واضح من خلال مبادرات مثل تقديم المساعدات وغيرها مما يعكس وجود وعي بالرعاية وممارستها الاجتماعية داخل المؤسسة، اما بالنسبة للممارسة البيئية فبالرغم من وجود بعض المبادرات الا انها تفتقر الى رؤية بيئية واضحة واستراتيجية مستدامة.

الكلمات المفتاحية: الرعاية، الممارسة الاجتماعية، الممارسة البيئية، المؤسسة الاقتصادية، اتصال المسؤولية الاجتماعية.

ABSTRACT:

Through this study, we aim to try to know the reality of Exercise within the framework of social and environmental Responsibility in the Algerian public economic institution, a field Study at the Sonelgaz Foundation for the state of Guelma, Where we tried to focus on the most important social care Practices as well as the environmental practiced by the Institution, as well as determining the importance of these practices and its effective role that aims to enhance the image Of the institution, and build a positive relationship with its internal surroundings. We relied on the descriptive approach in our study as it is the most appropriate approach to it, and we made a comprehensive survey of our research community represented in the heads of the Sonelgaz Foundation's estimated sections of 30 individuals, where we distributed paper forms to collect the information to be obtained on the subject, and supported our form with an auxiliary tool and it is the also relied on the theory of interest owners and tried to drop it. on the foundation has reached the following results ; sonelgaz clearly practices social care through initiatives such as providing aid and other initiatives, which reflects the awareness of care and its social practice within the organization. As for environmental practices, despite the presence of some initiatives, they lack a clear environmental vision and sustainable strategy.

Keywords: care, social practice, environmental practice, Economic institution, social responsibility Communication. Interview with the cost of communication in the instition, and we.



مقدمة



مقدمة:

في ظل التغييرات الكبيرة التي يشهدها العالم اليوم سواء من الناحية الاقتصادية او اجتماعية ومع تزايد التحديات التي تواجه المجتمعات والمؤسسات، خاصة فيما يخص القضايا البيئية والاجتماعية، حيث أصبحت المؤسسات تلعب دورا استراتيجيا مهما، فلم يعد دور هذه المؤسسات يقتصر على تحقيق الأرباح وتقديم الخدمات الأساسية فقط، بل أصبح يشمل أيضا تبني ممارسات تنموية مستدامة تظهر التزامها الحقيقي تجاه المجتمع والبيئة معا.

ونتيجة لهذا التحول ظهرت مفاهيم جديدة مثل: الرعاية الاجتماعية، المسؤولية الاجتماعية، وحماية البيئة، والتي أصبحت معايير أساسية لقياس أداء المؤسسات سواء كانت عامة او خاصة. وفي هذا الإطار ازدادت أهمية تبني المؤسسات الاقتصادية سياسات واستراتيجيات تعبر عن التزامها الكامل تجاه المجتمع والبيئة، وذلك لتحقيق التوازن بين الأهداف الاقتصادية ومتطلبات المسؤولية ومبادئها، وتعتبر المؤسسات العمومية كونها تنتمي الى القطاع العام الأكثر التزاما بتحقيق هذه المبادئ على ارض الواقع.

وتعد الرعاية بمختلف اشكالها مفهوما أساسيا ينبع من روح التضامن والمسؤولية الاجتماعية، وقد تطور هذا المفهوم بشكل كبير فلم يعد مجرد عمل خيري محدود بل أصبح جزءا مهما من السياسات العامة واستراتيجيات المؤسسات خاصة في المجال الاقتصادي ضمن إطار تبني المسؤولية الاجتماعية والبيئية. ولم تعد الرعاية تصنف كمبادرة ثانوية بل أصبحت جزءا من ثقافة المؤسسة، تهدف الى تحقيق التوازن بين الربح والمساهمة الإيجابية في تحسين الأوضاع الاجتماعية والبيئية، وتشمل هذه الرعاية مجالات متعددة تظهر وعي المؤسسة بدورها الفعال تجاه المجتمع كما انها تساهم في بناء صورة جيدة لها امام الراي العام، كما تعزز الاستقرار الاجتماعي على المدى البعيد، ومن اجل محاولة معرفة واقع ممارسة الرعاية في إطار المسؤولية الاجتماعية والبيئية في المؤسسة الاقتصادية العمومية الجزائرية قمنا بتقسيم دراستنا الى ثلاثة فصول أساسية وهي كما يلي:

الفصل الاول: حيث سنتطرق في هذا الفصل الى الإشكالية، اسباب واهمية اختيار الموضوع، اهداف الدراسة، مفاهيم الدراسة، دراسات السابقة، المقاربة النظرية المعتمدة في هذا البحث، بالإضافة الى الإجراءات المنهجية للدراسة بما فيها مجالات الدراسة، منهج الدراسة، ادوات جمع البيانات، مجتمع البحث والعينة.

الفصل الثاني: حيث سنتناول في هذا الفصل محورين محور الرعاية، الذي يتضمن تعريف الرعاية، لمحة الرعاية، الخطوات المتبعة تاريخية عنها، انواع واشكال الرعاية، خصائص الرعاية، مجالات وميادين

لعملية الرعاية، اهمية اهداف الرعاية، واخيرا ايجابيات وسلبيات الرعاية، وفي المحور الثاني تناولنا المسؤولية الاجتماعية، نشأتها وتطورها، مفهومها مبادئها واتجاهاتها، مجالاتها وابعادها، الركائز الأساسية لنجاحها، اهميتها وأهدافها معوقات تطبيقها.

الفصل الثالث: سنعرض في هذا الفصل الاجراءات الدراسة الميدانية، تعتبر عملية تحليل لبيانات وتفسير النتائج من المراحل الأساسية في البحث العلمي، ومن خلال هذا الفصل سنتطرق الى تفريغ وتحليل البيانات، عرض نتائج الدراسة في ضوء تساؤلات، والاهداف، النتائج العامة.



الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة



أولاً: الإشكالية:

تكن عظمة التواصل في شقه الإنساني في دوره الرئيسي في تسيير الحياة نحو الأفضل، ولقد اصبح الاستغناء عنه مستحيلا باعتباره ركنا أساسيا في الحياة اليومية وذلك في ظل التطورات والتغيرات الحاصلة في العالم ، بما فيها التحديات الكبيرة التي تعيشها بيئة الاعمال المعاصرة بمختلف أنواعها واشكالها، فالاتصال كان ولا يزال من بين العوامل الرئيسية التي تساعد المؤسسات على بلوغ وتحقيق اهدافها والتي أهمها الربح والاستمرارية من اجل البقاء وخلق صورة إيجابية امام جماهيرها ،وهذا على اختلاف نوع ومجال نشاطها سواء كانت المؤسسة اقتصادية او خدماتية او عمومية او خاصة، ولقد تطور الاتصال في المؤسسات بتطور المجتمع وحاجات الفرد اذ هي حلقات من السعي الحديث والبحث المتواصل للوقوف الى احسن السبل الاتصالية المناسبة والأكثر قبولا عند الفرد، فمن الاتصال الاشهاري الى الاتصال الحديث ولهذا الأخير دور هام واساسي في وقتنا الحالي اذ يحدث قطيعة زمنية من الرتبة والاعتiad ويخلق رابطا عاطفيا بين المؤسسة وجماهيرها .⁽¹⁾

ان الاتصال الحديث هو مصطلح واسع ومعروف منذ الأزل كانت الحاجة اليه في كسر الروتين اليومي والاحتفال والعيش بحيوية داخل المجتمع ،ولا تزال كذلك على نحو متزايد ولكن مؤخرا بدا الوعي بأهمية هذه الاحداث وفائدتها واستخدامها بشكل عقلاني وهادف ومدرس من قبل جميع المؤسسات بمختلف أنواعها وخاصة المؤسسات الاقتصادية التي تسعى في تحقيق الأداء الاقتصادي الذي يهدف الى تحقيق غايتها وتعظيم أرباحها ،فمعادلة النجاح لأي مؤسسة اليوم لم تعد تستند الى الخدمة المميزة لكنها تركز في المقام الأول على مدى وجود استراتيجية اتصالية فعالة سواء تعلق الامر بالاتصال الداخلي او الخارجي.

وتتجلى مظاهر استخدامات الاتصال عبر الحدث في شكل عمليات اتصالية عادية للعلاقات العامة او في شكل تقنيات مثل الرعاية، هذه الأخيرة التي تحمل ابعادا ربحية لأنها تعتمد على تقديم اعانات مادية او مالية الى الشخص او المؤسسة من اجل الاستفادة المباشرة في شكل اشهار لها ، كما يمكن ان تقوم بتوليد ارتباطات عقلية بين النشاط المدعوم والمؤسسة وانشاء وتعزيز القيم والسمات المنقولة من الحدث الى المؤسسة وعلاماتها التجارية، اذ تعتبر نوع من الاتصال لديه أهمية بالغة فهو يسوقنا نحو المساهمة في تشكيل صورة إيجابية وزيادة هيبة المؤسسة وزيادة راس مالها العلانقي مع الجمهور وتكثيف روح التماسك داخل المؤسسة والذي نجده في فخر العاملين واعتزازهم.⁽²⁾

1-صهيب بوزرورة وبالعلمي بدر الدين، " اثر رعاية الاحداث الرياضية على الصورة الذهنية للمؤسسة"، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص تسويق صناعي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد البشير الابراهيمي، برج بوعريريج، 2019-2020.

2-أيوب رقاني، " الاتصال الحديث في المؤسسات المتحفية الجزائرية"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام والاتصال تخصص اعلام واتصال، كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري ، جامعة صالح بونيدر قسنطينة 3، 2016-2017.

ويمكن استخدام الرعاية لأغراض داخلية تمس العمال داخل المؤسسة أو استخدامها لأغراض خارجية تمس الصورة والعلامة التجارية , من خلال مساهمتها في رعاية الاحداث او النشاطات ذات الطابع الاجتماعي عن طريق ممارستها الاجتماعية التي تسعى المؤسسة من خلالها الى الاعتراف بها من الناحية الاجتماعية بواسطة أنشطة محددة تعكس اهتمامات وتطلعات الجمهور والتي تساهم بشكل كبير في بناء صورة إيجابية واكل عدوانية, من خلال ابراز الجوانب الأخلاقية والاسهامات الاجتماعية او رعايتها للأحداث ذات الطابع البيئي والتي تسعى من خلالها المؤسسة على حماية البيئة والاستدامة من خلال الاستخدام الفعال للموارد وحماية البيئة المحلية, كالرعاية الخضراء التي تعتبر احد اشكال الرعاية البيئية حيث تقوم المؤسسة فيها بالاتصالات في مجال غير تجاري عن طريق العلاقات العامة كتمويل الأنشطة الداعمة للبيئة مما يقلل ارتياب الجمهور في منتجاتها ويعطيها ميزة تنافسية.

ولقد غيرت المؤسسات الجزائرية سياسة مؤسساتها من الناحية البشرية ,من خلال انفتاحها على العالم والأسواق والذي جعلها تستخدم العديد من الوسائل الاتصالية التي تستعمل الحدث أهمها الرعاية في جميع المجالات خاصة الاجتماعية والبيئية وهذا من اجل التواصل مع جمهورها الداخلي والخارجي بهدف تحسين صورة وسمعة المؤسسة فمنها على سبيل المثال المؤسسة الاقتصادية سونلغاز التي تقوم على استخدام الرعاية واعتمائها على الشراكة الاجتماعية لتحسين صورتها او الحفاظ عليها.⁽¹⁾

وانطلاقا من كل هذا اعتمدنا على المسح الشامل لكل إطارات المؤسسة وسنحاول عبر هذه الدراسة ابراز أهمية الرعاية كركيزة أساسية في العمل الترويجي ,حتى يتسنى للمؤسسة الاقتراب اكثر من فئاتها المستهدفة والتأقلم مع حاجيتها من جهة اخرى التعرف على مساهمة مؤسسة سونلغاز في رعاية الاحداث ذات الطابع الاجتماعي والبيئي ودورهما في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لما لها أهمية بالغة في إرضاء الجمهور الذي يتعامل مع المؤسسة وكسب جمهور جديد من جهة أخرى, وعليه نطرح التساؤل الرئيسي الاتي:

ما هو واقع ممارسة استخدام الرعاية في إطار المسؤولية الاجتماعية بمؤسسة سونلغاز قالمة ؟

وضمن هذا التساؤل الرئيسي تندرج جملة من التساؤلات الفرعية التالية وهي:

1-فيما تتمثل ممارسة استخدام الرعاية في المسؤولية الاجتماعية بمؤسسة سونلغاز ؟

2-فيما تتمثل ممارسة استخدام الرعاية البيئية بمؤسسة سونلغاز ؟

1- صليحة فرج الله واخرون:" واقع الاتصال الحدثي في المؤسسات الاقتصادية الخاصة," مذكرة لنيل شهادة الماستر في الاتصال وعلاقات عامة, كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية, جامعة 8ماي 1945, قالمة, 2018-2019.

ثانيا: أهمية وأسباب اختيار الموضوع:

تبرز أهمية هذا الموضوع في حاجة المؤسسة اليوم الى الممارسات الاجتماعية والبيئية للرعاية، حيث تعتبر من اهم الأساليب الحديثة في مجال الاتصال، وكذلك تساعد على الاشتراك في المسؤولية الاجتماعية كونها تعتمد على أساليب جديدة الاتصال داخل المؤسسة، وتقديم خدمات إيجابية تخدم المؤسسة، وإعطاء فكرة عن مدى أهمية استخدام الرعاية في المؤسسات الاقتصادية العمومية الجزائرية لهذه الممارسات.

كان اختيارنا لموضوع الرعاية وممارستها الاجتماعية والبيئية في المؤسسات الاقتصادية العمومية الجزائرية نتيجة لجملة من الأسباب ومن بينها:

-تماشي الموضوع مع مجال تخصصنا فرض علينا التعمق أكثر في مثل هذه المواضيع نظرا لقلّة الدراسات المتعلقة بها.

- الحاجة الى مثل هذه البحوث المتعلقة بشكل خاص بالرعاية الاجتماعية والبيئية في حد ذاتها.

- اليقين الشخصي بأهمية الموضوع وتأثيره على استدامة المؤسسات.

ثالثا: أهداف الدراسة:

ومن بين الأهداف التي جعلتنا نقوم بهذه الدراسة:

-تسليط الضوء والتعرف على موضوع اتصال المسؤولية الاجتماعية والرعاية كونه تخصص جديد في المؤسسة.

-إبراز واقع الرعاية وممارستها الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية.

-إبراز واقع الرعاية وممارستها البيئية في المؤسسة الاقتصادية.

-الكشف على مدى تجسيد الرعاية وكل من ممارساتها الاجتماعية والبيئية في المؤسسة الاقتصادية سونلغاز .

-الكشف على مدى اهتمام مؤسسة سونلغاز بالممارسات الاجتماعية والبيئية للرعاية داخل المؤسسة

رابعاً: الدراسات السابقة:

1-الدراسة الأولى: بعنوان "الاتصال وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية في المؤسسة الاقتصادية" دراسة حالة شركة اسمنت عين لكبيرة "سطيف" مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال للطالبة مهري شفيقة، تحت اشراف الدكتور بلقاسم بن روان-جامعة ال جزائر 3-سنة 2011-2012.

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على مدى التزام المؤسسة الاقتصادية بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية , ومدى مساهمتها في تحقيق التنمية المستدامة وكذلك ابراز أهمية الاتصال وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية.

التساؤل الرئيسي الذي قاموا بطرحه في هذه الدراسة:

- ماهي الإجراءات الاتصالية التي تتبناها المؤسسة الاقتصادية الصناعية لتوضيح التزامها بمسؤوليتها الاجتماعية والبيئية عند ممارسة نشاطها تجاه الأطراف ذوي العلاقة به ؟

فرضيات الدراسة:

- لا تلتزم المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية الا في حالة وجود ضغوطات من الأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة.

- تتوجه المؤسسة حاليا بالالتزام بمسؤوليتها الاجتماعية والبيئية اثناء ممارسة أنشطتها الاقتصادية.

- تساهم الإجراءات الاتصالية التي تتعلق بالمسؤولية الاجتماعية في تقريب وجهات النظر بين المؤسسة والأطراف ذوي العلاقة بها.

نوع الدراسة والمنهج:

دراسة وصفية , منهج وصفي ومنهج دراسة حالة ومنهج المقارن

أدوات جمع البيانات:

الملاحظة كأداة أساسية والمقابلة كمساعدة لها.

عينة الدراسة:

العينة القصدية

اهم نتائج الدراسة:

* تم اثبات الفرضيات الثلاث السابقة حيث:

- ان التزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية والبيئية لم يكن طوعا انما نتيجة الضغط

- ساهمت الإجراءات الاتصالية التي قامت بها المؤسسة حول التزامها بمسؤوليتها الاجتماعية والبيئية في تقريب وجهات نظر بين الأطراف , بالإضافة الى نتائج أخرى تتعلق بالمؤسسة.

علاقتها بدراستنا:

أوجه التشابه:

تتشابه مع دراستنا ان كلاهما يدرسان موضوع المسؤولية الاجتماعية والبيئية , كلاهما في مجال واحد الا وهو المجال الاقتصادي وكذلك في المفاهيم الأساسية والمنهج والأدوات المستخدمة

أوجه الاختلاف:

هذه الدراسة تدرس المسؤولية الاجتماعية والبيئية خارجيا اما دراستنا فنتناولها داخليا , يختلفان في اهداف الدراسة وفي المجال المكاني والزمني .

أوجه الاستفادة من الدراسة:

- ساعدتنا في التعرف على أهمية المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية كونها دراسة استطلاعية.

- الاستفادة من المفاهيم الأساسية في هذه الدراسة

- بينت لنا هذه الدراسة علاقة الاتصال بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية

2- الدراسة الثانية : بعنوان "دور الرعاية الرياضية في رفع من درجة رضا مستهلكين منتجات المؤسسة الخدمائية" - دراسة حالة المؤسسة الوطنية للاتصالات الجزائرية-

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص تسويق خدمات, للطاب علاء عماد, تحت اشراف الأستاذ محمد منير بن عبد الهادي - جامعة قاصدي مرباح-ورقلة - سنة 2011-2012

تهدف هذه الدراسة الى إعطاء فكرة حول أرباح المحتملة التي يمكن ان تحققها المؤسسة الخدمائية من استخدام هذه التقنية الجديدة للاتصال وفائدتها بالنسبة للمؤسسات الجزائرية ودورها في رفع رضا الزبون.

التساؤل الرئيسي:

- هل يمكن للرعاية الرياضية ان ترفع من درجة رضا مستهلكين منتجات المؤسسات الخدمية ؟

التساؤلات الفرعية:

- هل يمكن اعتبار الرعاية أداة من أدوات الترويج التي تستعملها المؤسسات الخدمية ؟

- هل استغلال الرعاية من طرف المؤسسات الخدمية في تزايد ؟

نوع الدراسة والمنهج والأدوات المستخدمة:

المنهج الوصفي وإداة الدراسة استمارة الاستبيان

العينة: استخدم العينة العشوائية

اهم نتائج الدراسة:

- دور الرعاية في رفع درجة رضا المستهلكين للمؤسسات الخدمية له تأثير إيجابي على سمعة المؤسسة.

- له القدرة على كسب زبائن جدد بالإضافة الى كسب رضاهم وهو ما تجلى خلال الدراسة الميدانية.

- تخصيص مبالغ مالية ضخمة للحملات الاعلانية والترويجية بصفة عامة وخاصة الرعاية

علاقتها بدراستنا:

أوجه التشابه:

لها علاقة مع موضوع دراستنا من ناحية المفاهيم كما ساعدتنا أيضا على اختيار المنهج المناسب، وأدواته وكيفية استخدامه واسقاطه على موضوع الدراسة.

أوجه الاختلاف:

تختلف هذه الدراسة مع دراستنا من حيث الحيز المكاني والزمني في دراستنا اعتمدنا على بعدين الرعاية والمسؤولية الاجتماعية في هذه الدراسة اعتمدت فقط على الرعاية كما انهم يختلفون في قطاع النشاط المراد دراسته.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

استفدنا منها من خلال الاستراتيجيات المتبعة في تحقيق حياة أفضل للمستهلك وما تقدمه المؤسسة لجمهورها وكيفية تحسين صورتها.

وكذلك زودتنا بالمعلومات الحديثة عن الرعاية وكيفية تنظيمها ووفرت لنا خلفية علمية في موضوع بحثنا.

3- الدراسة الثالثة: بعنوان " اثر رعاية الاحداث الرياضية على الصورة الذهنية للمؤسسة- دراسة حالة

عينة من المستهلكين - مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص تسويق صناعي

للطلبة بوززورة صهيب وبالعلمي بدر الدين, تحت اشراف الأستاذة هادف ليلي, جامعة محمد البشير
الابراهيمى - برج بوعرييج - سنة 2019-2020.

التساؤل الرئيسي:

- هل تؤثر ابعاد رعاية الاحداث الرياضية على الصورة الذهنية لمؤسسة كوندور ؟
التساؤلات الفرعية:

- هل تطبق مؤسسة كوندور ابعاد رعاية الاحداث الرياضية ؟
- هل كل الرعاية الرياضية علاقة مع الصورة الذهنية للمؤسسة ؟
- هل يؤثر تبني رعاية الاحداث الرياضية من قبل مؤسسة كوندور على صورتها الذهنية ؟

نوع الدراسة والمنهج:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي في الجانب النظري اما في الجانب التطبيقي اعتمد على المنهج التحليلي.

أدوات جمع البيانات والعينة:

اعتمدوا على الاستبيان والتحليل الاحصائي , اما العينة كانت العينة العشوائية

اهم نتائج الدراسة:

- يمكن قياس رعاية الاحداث الرياضية من وجهة نظر المستهلك بأربع ابعاد تتمثل في درجة مشاركة المشجعين في الرياضة، الانفعالات اتجاه الحدث، الاتجاه نحو الهدف، تكرار زيارتهم الى شبكات التواصل الاجتماعي.
- تؤثر ابعاد رعاية الاحداث الرياضية تأثير إيجابي لكنه ضعيف على الصورة الذهنية للمؤسسة وهذا راجع الى قلة الاحداث الرياضية التي ترعاها المؤسسة.
- مؤسسة كوندور تتبع استراتيجية الرعاية الرياضية كأداة اتصالية بغية تحقيق مجموعة من الأهداف الاتصالية التي تتفاوت أهميتها وأهمية تحسين صورتها.

علاقتها بدراستنا:

أوجه التشابه:

تتفق هذه الدراسة مع دراستنا كونها أجريت في مؤسسة اقتصادية كما ركزت على البعد الاجتماعي الذي تسعى اليه دراستنا، كذلك اعتمدنا على نفس المنهج المستخدم.

أوجه الاختلاف:

تختلف مع دراستنا في استخدام ابعاد الصورة الذهنية للمؤسسة، والحيز الزماني والمكاني لها، وكذلك لم يعتمدوا في دراستهم على المسؤولية الاجتماعية مثل دراستنا، اختلاف في العينة وقطاع النشاط المراد دراسته.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

ساعدتنا في التعرف على بعض المفاهيم كذلك معرفة أهمية رعاية المجتمع والاستفادة من كل ما تقدمه الشركات الاقتصادية من التزامات نحو زبائننا، والمنهج وادواته.

خامسا: براديغم الدراسة

يعرف براديغم الدراسة بأنه مجموعة القوانين والتقنيات، والأدوات المرتبطة بنظرية علمية والمسترشدة بها والتي بواسطتها يمارس الباحثون عملهم ويديرون نشاطهم.⁽¹⁾

ويعرف أيضا بأنه: النموذج العلمي الموجه، وتلك الإنجازات العلمية والتي تشكل أساسا قويا لطرح المشكلات العلمية وطرق حلها.⁽²⁾

وفي دراستنا هذه ستبنى على نظرية أصحاب المصالح لكونها النظرية المناسبة للموضوع.

1/ التعريف بنظرية أصحاب المصالح:

تقترح النظرية ان الغرض من العمل هو خلق اكبر قدر ممكن من القيمة لأصحاب المصلحة ومن اجل النجاح والاستدامة مع مرور الوقت، يجب على المدراء التنفيذيين الحفاظ على المصالح أصحاب المصلحة بشكل مستمر ومتوازن⁽³⁾

حيث تجلت فكرة أصحاب المصلحة من قبل "اقور انسوف" نموذج لأصحاب المصلحة: المساهمين- العاملين- العملاء-الموردين-لمقرضين والمجتمع.⁽⁴⁾

الفكرة الأساسية لنظرية أصحاب المصلحة هي ان المؤسسات التي علاقاتها فعالة مع أصحاب المصلحة، ستظل قائمة لفترة أطول وبأداء افضل من المؤسسات التي لا تفعل ذلك.⁽⁵⁾

1-حسين سعد (البراديغمات المسيطرة في علوم الاعلام والاتصال واشكاليتها المعرفية)، مساهمة في حلقة بحثية بعنوان "البراديغمات العلمية" لطلاب الدكتوراه اللبنانية، 2011، ص15-16.

2-سعاد سراي: "البراديغم في علوم الاعلام والاتصال بين الضرورة المنهجية والصعوبات البحثية الإجرائية"، مجلة علوم الانسان والمجتمع، المجلد 07، العدد 28، 2018، ص 03.

3-رانيا قدمان وآخرون: "تأثير أصحاب المصالح الداخليين على أداء العلاقات العامة" مذكرة لنيل شهادة الماستر في شعبة الاعلام والاتصال، تخصص علاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8ماي 1945، قالمة، 2019-2020، ص 33.

4- Annika caylir: Analyse de rôle desparties prenans dans la stratégie de developement durable d'une banque ,étude de cas= la banque trio dos .

5- Andrew I freedman and Samantha miles",stakeholders theory and practice",oxford university press, 2006,p53.

2/ اهم الركائز الأساسية لهذه النظرية

بالاعتماد على نماذج العلاقات العامة المقدمة من طرف "غرانيغ" 1984 قام "ميت ميرسون" و"ماجينيكتولتز" باقتراح ثلاثة أنواع من الاستراتيجيات مرتبطة بالكيفية والتي تشترك بها مؤسسات أصحاب المصالح فيما يخص الاتصال حول المسؤولية الاجتماعية:

- استراتيجية الاعلام لأصحاب المصالح⁽¹⁾

- استراتيجية الاشتراك لأصحاب المصالح

- استراتيجية الاستجابة لأصحاب المصالح.

إيجابيات وفوائد النظرية:

- تؤثر نظرية أصحاب المصلحة بشكل إيجابي على الموظفين والعملاء , فعندما يشعر الموظفون بأهميتهم في الشركة ويشعرون بالتقدير فانهم سيعملون بجد واجتهاد حتى يتمكنوا من زيادة إنتاجية الشركة ورفع مستويات جودة الخدمة او المنتج الخاص بالشركة, هذا من ناحية الموظفين اما من ناحية الشركة فإنها ستحتفظ بموظفيها المتميزين وتخفف من دوران الموظفين , وهذا بدوره سيؤدي الى زيادة ولاء العملاء وسيدفعهم للتعامل مع منتجات وخدمات الشركة باستمرار .

- تعمل نظرية أصحاب المصالح على زيادة المستثمرين في الشركة والذين يعدون بمثابة احد اهم أصحاب المصلحة فيها , وذلك لاهم قادرون على السيطرة على مستوى راس المال , واذا تم تقديرهم وعطائهم الأهمية الكافية فان ذلك سيعمل على زيادة قيمة الشركة وسيقوم هؤلاء المستثمرين بزيادة استثمارهم فيها.

- عندما تطبق الشركات نظرية أصحاب المصالح فإنها ستخلق منافسة أخلاقية وشريفة بين الشركات الأخرى.⁽²⁾

اسقاط نظرية أصحاب المصالح: تهدف دراستنا الى معرفه واقع الرعاية وممارستها الاجتماعية

والبيئية في المؤسسة الاقتصادية العمومية الجزائرية دراسة ميدانية بمؤسسه سونلغاز قالمه سنحاول هنا اسقاط النظرية على هذه المؤسسة:

البرامج الاجتماعية:

1--شرين زراوية وآخرون:" واقع اتصال المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية" مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في شعبة علوم الاعلام والاتصال , تخصص اتصال وعلاقات عامة , كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية , جامعة 8ماي 1945 قالمة, 2023-2024. ص14.

2- رانيا قيمان وآخرون:" تأثير أصحاب المصالح الداخليين على أداء العلاقات العامة", مرجع سابق ذكره, ص12.

كقيام مؤسسه سونلغاز بتقديم الدعم لفلسطين , كذلك اعانات لموظفين المؤسسة في الأعياد كعيد الأضحى, كذلك كل عام تقوم المؤسسة بالترقيات للعمال, بالإضافة الى تقديم دورات تكوينيه بإنفاق مبالغ كبيره من ميزانيه المؤسسة ,ايضا مؤسسه سونلغاز تولي اهتمام كبير لعيد المرآه بتقديم ازهار للعاملات مع مبلغ مالي مخصص لهم, كما تقوم المؤسسة بالمشاركة في مختلف الأنشطة الثقافية وقيامها بمختلف الحملات, كالיום العربي لحمايه المستهلك اليوم العالمي للسلامة والصحة المهنية, حملات توعويه بترشيد استهلاك الطاقة, كذلك مشاركتها في حملات التبرع بالدم والأنشطة الخيرية ,حملات التوعية بمخاطر الشبكات الغير القانونية وغيرها كما تقوم المؤسسة بتنظيم فعاليات اجتماعيه مثل حفلات نهاية العام رحله ترفيهيه وفرق رياضييه للموظفين لتعزيز التواصل وبناء العلاقات كما تقدم المؤسسة مكافئات للموظفين المتميزين على جهودهم ومساهماتهم.

البرامج الاقتصادية:

تسعى مؤسسه سونلغاز على تطوير وسائل الإنتاج, كاستبدال المعدات والآلات القديمة بأخرى اكثر تطورا تتضمن معايير امان عالية وميزات تقلل من مخاطر الحوادث للموظفين والمواطنين على حد سواء, كذلك تطبيق احدث المعايير الهندسية عند توسيع شبكات النقل وتوزيع الكهرباء والغاز لضمان سلامه هذه الشبكات وتقليل مخاطر التسربات والأعطال قد تؤثر على الموظفين او السكان المجاورين, كذلك تحديد وتقييم المخاطر المحتملة في جميع مواقع العمل واتخاذ الاجراءات الوقائية اللازمة للحد منها كما تزود المؤسسة الموظفين بمعدات الوقاية الشخصية بي بي او تكون ومريحه وعالية الجودة وتدريبهم على كيفية استخدامها وصيانتها بشكل صحيح.

البرامج البيئية:

تشجع مؤسسه سونلغاز الممارسات الرقمية وتقليل الاعتماد على الورق ,من خلال استخدام الأنظمة الإلكترونية, اطلاق حملات لتوعيه الموظفين بأهمية ترشيد استهلاك الكهرباء في مكاتبهم ومواقع العمل مثل اطفاء الانوار والأجهزة عند المغادرة, استبدال المعدات والأجهزة القديمة بأخرى اكثر كفاءه في استهلاك الطاقة مثل مصابيح اللاد, اجهزه تكييف موفر للطاقة, كذلك تنظم المؤسسة ايام او فعاليات مخصصه للتشجير يشارك فيها الموظفون بزراعه الاشجار في مناطق محدده بالتعاون مع السلطات المحلية او جمعيات البيئة, كما ذكرت لنا ايضا المكلفة بالاتصال في مؤسسه سونلغاز ريماء مداوي, انهم قبل ايام قاموا بالمشاركة في اليوم العالمي للحد من الكوارث الطبيعية الزلازل الفيضانات الحرائق المنظمة من طرف الحماية المدنية لأنه الشيء الذي يهم هنا هما الطاقتين الكهرباء والغاز.

سادسا: تحديد مفاهيم الدراسة:

تتطلب أي دراسة من تحديد المفاهيم العامة للموضوع الذي سيجرى عليه البحث, فهي تمكن الباحث من وضع الدراسة في مسارها الصحيح انطلاقا من الإشكالية وصولا الى النتائج العامة فلا بد من تحديد هذه

المفاهيم وضبطها بشكل دقيق من الناحية اللغوية، الاصطلاحية والاجرائية، لتقدم في الأخير إضافات علمية في مجال البحث العلمي، وأيضا لفك اللبس لتتشابه وتقارب وتداخل بعض المفاهيم مع بعضها. وفي دراستنا سنقوم بتحديد وشرح وتقديم تعريف المصطلحات الاتية :

1/ مفهوم الرعاية:

لغة: يعرف قاموس "لسان العرب" لابن منظور الرائي على انه: عين القوم علة العدو , من الرعاية والحفظ, وفي الحديث: كلكم راع وكلكم مسؤول عن رعيته , أي حافض مؤتمن والرعاية هي كل من شمله حفظ الراعي ونظره .

اما القاموس الفرنسي "hachette" عرف الرعاية بانها: عبارة عن نظام يستطيع من خلاله الراعي تقديم المساعدة المالية , اما الرعاية "sponsor" او راعي البرنامج " فهي مؤسسة تجارية ترعى برنامجا اذاعيا او تلفزيونيا وذلك بان تدفع مبلغا من المال لقاء تخصيص فترات منه للإعلان عن منتجاتها.⁽¹⁾

اصطلاحا:

هي تقديم المساعدة مالية ومشابهها الى احدى الأنشطة بواسطة مؤسسة تجارية بغرض الحصول على الأهداف التجارية.⁽²⁾

الدعاية هي عبارة عن دعم مالي تقدمه الشركة لمنظمي الحدث مقابل ذكر اسمها كراعي لها او مقابل وجود بعض اللوحات الاعلانية لها في الحدث , او إضافة اسمها على بطاقات الدخول او توزيع بعض العينات من منتجاتها خلال احياء الحدث, او عرض لمحة عنها خلال الافتتاح, ويمكن ان تكون الرعاية للأحداث الرياضية مثل مباريات كرة القدم والسلة والتنس وغيرها والاحداث الفنية مثل المسرحيات والحفلات او الاحداث الخيرية والاجتماعية مثل حفل الأطفال المصابين بالسرطان.⁽³⁾

اجرائيا:

هي عبارة عن قيام شركة سونلغاز يتبنى سياسة الرعاية في اطار مسؤوليتها الاجتماعية حيث تدعم الفعاليات الرياضية , الثقافية, والاقتصادية , بالإضافة الى المبادرات البيئية , وتهدف سونلغاز من خلال هذه الرعاية الى تعزيز صورتها كمؤسسة مواطنة وتحسين علاقاتها مع الجماهير الداخلية والخارجية, وإبراز دورها في التنمية المستدامة.

1- علي بن هادية وآخرون: القاموس الجديد للطلاب , معجم عربي مدرسي الفبائي, المؤسسة الوطنية للكتاب, ط1, الجزائر, 1991, ص392.

2- فاتح مزاري ونعمان عبد الغني: "الرعاية الرياضية نحو مرحلة تؤسس لمبدأ الكفاية وعدم الاعتماد على العوائد الحكومية", مجلة معارف, العدد18, بتاريخ جوان 2015, ص01.

3- www. Soudi pharmascopo.com, consulte le =02/02/2025.18:00.

2/ الممارسة الاجتماعية:

اصطلاحاً: تشير الممارسة الاجتماعية الى الأنشطة والتفاعلات التي يقوم بها الافراد والجماعات داخل المجتمع، والتي تهدف الى تحقيق اهداف مشتركة او تلبية احتياجات معينة، تتضمن هذه الممارسات مجموعة متنوعة من الأنشطة مثل: التعاون ، التواصل، المشاركة في الفعاليات المجتمعية والعمل التطوعي، تسعى الممارسة الاجتماعية الى تعزيز الروابط بين افراد المجتمع وتحقيق التكامل الاجتماعي⁽¹⁾.

اجرائياً: تشمل الأنشطة المتنوعة والجهود التي تنفذها مؤسسة سونلغاز لدعم رفاهية المجتمع وتحسين الظروف الاجتماعية له ، يتم من خلال توفير الكهرباء والغاز بأسعار مدعومة، والمشاركة في حملات توعوية ، ودعم الأنشطة الثقافية والتربوية.

هذا التعريف شامل من حيث انه يحدد طبيعة الممارسة الاجتماعية واهافها الرئيسية، مع التأكيد على دورها في تحقيق الاندماج الاجتماعي وتعزيز العلاقات الفردية والجماعية، كما انه يقدم امثلة واضحة لأشكال الممارسة الاجتماعية ويساعد على فهم نطاقها الواسع.

3/ الممارسة البيئية:

اصطلاحاً: تشير الممارسة البيئية الى الأنشطة والإجراءات التي يقوم بها الافراد او المؤسسات بهدف حماية البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية، تشمل هذه الممارسات تبني أساليب انتاج واستهلاك مستدامة، وتقليل التأثيرات السلبية على البيئة وضمان استدامة الموارد للأجيال القادمة⁽²⁾.

اجرائياً: تشمل جهود مؤسسة سونلغاز مجموعة من الأفعال والقرارات التي تهدف الى تقليل الأثر السلبي لنشاطها الطاقوي على البيئة، من خلال تبني سياسات صديقة للبيئة لتحسين كفاءة استهلاك الطاقة، إدارة النفايات التقنية بشكل مسؤول بالإضافة الى استخدام مصادر طاقوية نظيفة ومستدامة.

هذا التعريف يؤكد على دور الافراد والمنظمات في حماية البيئة، والحد منة الاثار السلبية كما يمكن توسيعه

1-جميلة وادة، المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات العولمة، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ليسانس في العلوم الاقتصادية، تخصص تسير واقتصاد المؤسسة ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013، ص08.

2-احمد دناقة: " الممارسة الاجتماعية وكيفية تشكل الفعل والبناء مقارنة بين جوردو وغيدنز، قراءة تحليلية نقدية"، في الساور للدراسات الإنسانية والاجتماعية، العدد السادس، 2017، ص03.

ليشمل الابعاد الاقتصادية والاجتماعية التي تلعب دور هام في استدامة هذه الممارسات وتعزيز الجهود بشكل أكبر.

4/ المؤسسة الاقتصادية:

وهي وحدة اقتصادية تستخدم موارد مالية ومادية وبشرية وتحولها الى مخرجات سلع وخدمات في مقابل الحصول على أرباح تضمن استمرارها في السوق⁽¹⁾
هذا التعريف يحدد العناصر الأساسية للمؤسسة الاقتصادية، ولكنه يركز في المقام الأول على الجانب الربحي فقط دون الإشارة الى الأهداف الاستراتيجية الأخرى التي قد تتبناها المؤسسة مثل الابتكار والمسؤولية الاجتماعية وما الى ذلك، حيث تلعب العوامل الخارجية دورا مهما في نجاحها وبقائها في السوق.

5/ اتصال المسؤولية الاجتماعية:

اصطلاحا: يتمثل اتصال المسؤولية الاجتماعية في نشر كل معلومة ذات صلة بالأداء التنظيمي المنسجم مع مقاربة المسؤولية الاجتماعية المتبناة من قبل المؤسسة، يمكن ان يعتبر هذا النوع من المعلومات استجابة للطلب المتزايد للجماهير التي تريد ان تحيط علما بكيفية التزام المؤسسة ما بمسؤوليتها اتجاه المجتمع والبيئة محل النشاط.⁽²⁾

اجرائيا: هي العملية التي تعتمدها الشركة لنقل معلومات حول سياستها وممارساتها المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية الى جمهورها الداخلي والخارجي، بطريقة منظمة واستراتيجية ويشمل عرض مختلف الأنشطة والمبادرات التي تقوم بها الشركة باستعمال قنوات اتصال داخلية وخارجية متنوعة.
يعكس التعريف بشكل دقيق الدور الاستراتيجي لاتصال المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات، حيث يعتبر أساسا للشفافية وبناء الثقة مع أصحاب المصلحة وتثبيت التزام المؤسسة تجاه المجتمع ، وان المسؤولية الاجتماعية ليست مجرد مبادرات بل هي جزء من الهوية المؤسسية التي تتم عبر وسائل اتصالية مختلفة.

سابعا: مجالات الدراسة: المجال الجغرافي (المكاني): تم اجراء دراستنا الميدانية على مستوى مؤسسة سونلغاز بولاية قالمة. انشأت مديرية قالمة سنة 1979م، وهي تابعة لشركة توزيع الكهرباء والغاز للشرق، وهي مؤسسة تقوم بتوزيع الكهرباء والغاز ويرمز لها ب:"SDE" تم اکتتابها في 01/01/2006م، يوجد

1- www. Economistes arab.com consulté le 02/02/2025,19:10.

2- يونس زياينة، اتصال المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الجزائرية: بين العمل الطوعي وتأثير أصحاب المصالح الخارجيين، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم ، تخصص اتصال التنظيمات ، قسم علوم الاعلام والاتصال ، كلية الآداب والعلوم الانسانية والاجتماعية ، جامعة باجي مختار، غنابة، 2020، ص134.

3-مجاورة زهور وعرار لمياء:" دور الإدارة المالية في تحفيز المورد البشري ، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر في علوم التسيير ، تخصص إدارة مالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة، 8ماي 1945 قالمة، 2014-2015، ص60.

مقرها في شارع اومرزوق حسين-قالمه- وهي ذات طابع تجاري تهدف الى تحقيق الربح, وهي شركة ذات اسهم تعود ملكيتها للدولة حيث يتراوح عدد عمالها حوالي 350 عامل.⁽³⁾

المجال الزمني:

لقد بدأت زيارتنا الميدانية لمؤسسة "سونلغاز" لأول مرة يوم 02 فيفري 2025, وكان هذا من اجل التعرف على المؤسسة وفي 01 مارس من نفس السنة كانت زيارتنا الثانية للمؤسسة حيث اخذنا فيها تأشيرة القبول من اجل القيام بدراستنا. وفي تاريخ 20 مارس 2025 قمنا بتحضير أسئلة المقابلة واستمارة الاستبيان من اجل الحصول على المعلومات التي تخص موضوع دراستنا والتي دامت حوالي ثلاث اسابيع وذلك من اجل تحديد الأهداف المراد الوصول اليها من هذه الدراسة الميدانية. وفي شهر أفريل قمنا بإجراء مقابلة مع المكلفة بالاتصال في المؤسسة. وبعد قيامنا بتحديد عينة الدراسة قمنا بتوزيع الاستمارات على المبحوثين يوم 24 أفريل 2025 بعدها استرجعنا الاستمارات يوم 27 أفريل بعد ذلك شرعنا مباشرة في تفرغ البيانات وتحليلها من اجل إتمام مذكرة التخرج.

ثامنا: نوع الدراسة ومنهجها:

تتدرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية, من خلال وصف الظاهرة المراد دراستها ومحاولة فهمها وتحليلها والوصول الى نتائج شبه دقيقة.

تعريف المنهج: يعرف منهج البحث *methodologie* بأنه الوسيلة التي يعتمد عليها الباحث لإنجاز بحثه وتحقيق هدفه ⁽¹⁾ فالمنهج هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة لاكتشاف الحقيقة ⁽²⁾, بواسطة طائفة من القواعد العامة ⁽³⁾, والمنهج نتبعه للوصول الى الحقائق او الى الحق ⁽⁴⁾, وكذلك هو عبارة عن أسلوب من أساليب التنظيم الفعالة لمجموعة من الأفكار المتنوعة والهادفة للكشف عن حقيقة تشكل هذه الظاهرة ⁽⁵⁾. اذا فالمنهج هو الطريق او الطريقة المحددة التي توصل الانسان من نقطة الى نقطة أخرى ⁽⁶⁾.

تعريف المنهج الوصفي: يعرفه "حسن عبد العال" بأنه استقصاء ينصب عن ظاهرة من الظواهر كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها, وتحديد العلاقات بين عناصرها وبين ظواهر أخرى ⁽⁷⁾, من حيث الظروف والممارسات والاتجاهات السائدة حاليا ⁽⁸⁾.

المنهج الوصفي يعتمد على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلًا كافيًا ودقيقًا ⁽⁹⁾,

1- عامر إبراهيم قنديلجي: "منهجية البحث العلمي", البازوري, 2020, ص 06.

2- احمد بدر: "أصول البحث العلمي ومنهجه", الدوحة, 1994, ص 29.

3- عبد الرحمن بدوي: "مناهج البحث العلمي", وكالة المطبوعات, الكويت, ط3, 1977, ص 03.

4- عبد الرحمن محمد العيسوي: "مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي والفكر الحديث" دار الراتب الجامعية, 1996-1997, ص 81.

5- محمد عبيدات وآخرون: "منهجية البحث العلمي", دار وائل, عمان, ط2, 1999, ص 35.

6- سعيد إسماعيل صيني: "قواعد أساسية في البحث العلمي", مؤسسة الرسالة, بيروت, ط1, 1994, ص 62.

7- عبد الرحمن سيد سليمان: "مناهج البحث", عالم الكتب, 2014, ص 131.

8- حاتم أبو زائدة: "مناهج البحث العلمي", شباط, ط2, 2012, ص 101.

9- سعيد سلمان المشهداني: "منهجية البحث العلمي", دار أسامة, الأردن, ط1, 2019, ص 126.

والوصول الى المعرفة التفصيلية لعناصر المشكلة وفهم افضل وادق السياسات والإجراءات المستقبلية الخاصة بها (1).

اذ يعد المنهج الوصفي من اكثر المناهج المناسبة لفهم المجتمع والتعرف على سماته وتشخيصها ووصفها وتحليل البيانات التي تم جمعها, وبالتالي وجدنا ان المنهج المناسب لدراستنا هو المنهج الوصفي الذي يقوم بوصف ما هو موجود وجمع اكبر قدر من المعلومات بغرض تفسيرها وتحليلها, كما يعد من اكثر المناهج استخداما في بحوث الاعلام والاتصال, اذ انه يتناسب مع موضوع دراستنا والمتمثل في " الرعاية وممارستها الاجتماعية والبيئية في المؤسسات الاقتصادية العمومية الجزائرية", والذي يستلزم تقديم وصف عن الرعاية وممارستها في مؤسسة سونلغاز ومختلف الاحداث التي شاركت فيها.

تاسعا: مجتمع وعينة الدراسة:

يمثل مجتمع البحث الإطار الكلي الذي تستمد منه الدراسة افرادها وبياناتها، فتحديد مجتمع البحث بدقة يعتبر خطوة أساسية ومهمة في اي دراسة حيث يعتبر هذا الاخير هو الموجه الاول لعملية اختيار العينة ويؤثر بشكل مباشر على امكانية تعميم النتائج.

ان فهم طبيعة وخصائص هذا المجتمع يساعد الباحث على صياغة اسئلة البحث بشكل واضح وتحديد الادوات المناسبة وبالتالي الوصول الى نتائج قابلة للتعميم. يتمثل مجتمع بحثنا في هذه الدراسة مؤسسة سونلغاز قالمة واعتمدنا على المسح الشامل لكل إدارات المؤسسة منها 30 مسؤول.

عاشرا: أدوات جمع البيانات

وهي مجموعة من التقنيات والوسائل التي يتم استخدامها من اجل الحصول على المعلومات والبيانات التي تتعلق وترتبط بموضوع الدراسة.

ونظرا لطبيعة موضوعنا وأهدافه قمنا بتحديد أدوات جمع البيانات كالاتي:

1- استمارة الاستبيان: وهو وسيلة او أداة يستخدمها القائمون بالبحث بهدف التوصل الى معلومات واءاء تفيد في اثبات صحة التساؤلات المطروحة حول مشكلة من المشاكل، او هو مجموعة من الأسئلة المطلوب الإجابة عليها، تعد اعداد محددا وترسل بواسطة البريد او تسلم الى اليد لأشخاص المختارين لتسجيل او تدوين اجاباتهم -العينة. (2)

1- محمد سرحان علي المحمودي: "مناهج البحث العلمي", دار الكتب, صنعاء, ط3, 2019, ص35.
2 - محمد عبيدات وآخرون: "منهجية البحث العلمي", مرجع سابق ذكره ص 69.

اعتمدنا على هذه الأداة في دراستنا والمتمثلة في معرفة واقع الرعاية وممارستها الاجتماعية والبيئية في المؤسسات الاقتصادية العمومية الجزائرية دراسة ميدانية في مؤسسة سونلغاز ولاية قالمه، من اجل جمع المعلومات اللازمة والكافية للإجابة على مشكلة الدراسة وتساؤلاتها والوصول الى نتائج ليتم تعميمها، وتضمنت استمارة الاستبيان الخاصة بنا على المحاور التالية:

- المحور الأول: محور متعلق بالبيانات الشخصية لمفردات البحث

- المحور الثاني: الرعاية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية (سونلغاز)

- المحور الثالث: الرعاية البيئية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية (سونلغاز)

قمنا بإعداد أسئلة الاستبيان ووضعها في محاور، كل محور يخص جانب ما في الاستمارة، اعتمدنا هنا على الاستمارة التقليدية كونها رأيناها تتناسب مع موضوعنا ومجتمع بحثنا المتمثل في مسؤولين مؤسسة سونلغاز. قمنا بتحكيم هذه الاستمارة من قبل 2 أساتذة في قسم الاعلام والاتصال الخاص بنا: وهم على التوالي: الأستاذة علوي اميرة، الأستاذة زودة مبارك.

ب/المقابلة:

هي أداة من أدوات البحث العلمي، تعرف المقابلة بأنها عبارة عن محادثة موجهة بين الباحث وشخص او اشخاص اخرين بهدف الوصول الى حقيقة موقف معين يسعى الباحث لمعرفته من اجل تحقيق اهداف الدراسة، وتتم عن طريق مقابلة الباحث للمبحوث وجها لوجه بغرض طرح عدد من الأسئلة من الباحث والاجابة عليها من طرف المبحوث. (1)

في حين استخدمنا هنا المقابلة المفتوحة، كدعيمة لاستمارة الاستبيان بغرض التقرب أكثر من مشكلة البحث قمنا بإجراء مقابلة مع المكلفة بالاتصال في مؤسسة سونلغاز السيدة " مداوي ريمة ". التي زودتنا بمجموعة من المعلومات المتعلقة حول موضوع بحثنا. وكانت المحاور كالتالي:

المحور الأول بعنوان: الرعاية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية العمومية " سونلغاز".

المحور الثاني بعنوان: الرعاية البيئية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية العمومية " سونلغاز".

1-محمد عبد السلام، مناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، مكتبة النور- بدون طبعة، 2020 ص59.



الفصل الثاني:

الرعاية والمسؤولية الاجتماعية



تمهيد:

لقد أدى التغيير الاقتصادي والاجتماعي السريع الى ان المنظمات لم تعد تقتصر على تحقيق الربح فحسب، بل أصبحت ملزمة بلعب دور اكثر شمولاً في المساهمة في المجتمع وتعزيز التنمية المستدامة، وعلى هذا النحو برز مفهوم الرعاية والمسؤولية الاجتماعية كركائز أساسية في استراتيجيات المنظمات الحديثة، ولم يعد مجرد أنشطة خيرية او حملات دعائية , بل اصبح جزء من هوية المنظمة وسياستها العامة.

وتسعى المؤسسات اليوم الى تحقيق بين أهدافها الربحية والتزاماتها الاجتماعية والبيئية من خلال تبني ممارسات مسؤولة , مثل دعم المشاريع الاجتماعية وتحسين ظروف العمل والحفاظ على البيئة والحرص على مراقبة مخلفات اثارها على محيطها , ففي هذا الفصل سنتناول في البداية الرعاية نتطرق الى لمحة تاريخية عنها أنواعها اشكالها خصائصها مجالاتها وبعدها نتطرق الى المسؤولية الاجتماعية ونذكر اهم المعلومات عنها.

المبحث الأول: الرعاية

1- تعريف الرعاية

يرى جون ماري كاستكس Jean Castex Marie أن الرعاية هي كفالة أو تكفل (مالي أو مادي) تقوم به مؤسسة ما بمناسبة حدث أو غيره بهدف توجيه صورة علاماتها التجارية من جهة، ومن جهة أخرى لتعديل الانعكاسات العشوائية لهذا الحدث لصالحها، أما ميشال اتفانون (Michel etvenon) فقد لخصها في 3 نقاط: فرد- حدث- معلومة

و بناءا على هذا فالرعاية أداة تلجأ إليها المؤسسات والمنظمات المختلفة على المستوى العمومي او الخاص لتحقيق اهداف اتصالية خاصة بتحسين الصورة لاسم المؤسسة ورفع درجة الوعي بها لدى الجمهور المستهدف.⁽¹⁾

إن كلمة السبونسور ينغ هي من أصل سبونسور « Sponsor » ، تقوم المؤسسة بالدعاية والاعلان لمبيعاتها والإشهار لمؤسستها مقابل دعم مالي يقدمه الموصي المالي،⁽²⁾

تندرج ضمن إما الاستراتيجية التجارية أو الاستراتيجية المؤسسة، يمكن اعتبار أن الرعاية تقنية تظهر في كل المنظمات من أجل خلق الدعم المباشر لحدث اجتماعي ثقافي⁽³⁾ أو رياضي وهناك عدة أشكال للمساهمة فقد تكون مالية، مادية أو تقنية، وفي المقابل يتعين على المؤسسة التنظيم مع شريك المؤسسة (الراعي) حتى توفر الرؤية للمؤسسة مما يمكنها من تحسين قيمتها وقيمتها، وزيادة الوعي بالعلامة التجارية.⁽⁴⁾

2- لمحة تاريخية عن ظهور الرعاية

يعتقد بعضا من الباحثين أن الرعاية يعود إلى "Macenas Clinius Gaius"، وكان مستشارا للإمبراطور "August"، كما يشير آخرون إلى الدعم المادي والمالي الذي قدمته "Castille de Isabelle" للبحار "Colomb Christophe" خلال كشوفاته الجغرافية للعالم الجديد في القرن الخامس عشر، على أنه البداية الاولى لظاهرة الرعاية في شكلها الحديث. في حين يعتبر الكثير من الباحثين والمختصين أن الظهور

1-لبنى تالي، "الاتصال المناسباتي في المؤسسة الجزائرية"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الكلي محند اولحاج بالبويرة 2021-2022، ص45.

2-صهيب بوزرورة وبالعلمي بدر الدين، "اثر رعاية الاحداث الرياضية على الصورة الذهنية للمؤسسة"، مرجع سابق ذكره، ص 04.

3- article sous-titre ; sponsoring ; définition et ressources, disponible sur le lien ; www, marketing ; étudiant, Fr/ définition / sponsoring consulté le ; 04-04-2025.

4- Castex j-m le sponsoring, la semaine juridique / le cahier du droit de l'entreprise, n ; 06, 6 décembre .1979.

الفعلي للرعاية ك ممارسة، جاءت مع رعاية الشركة الأمريكية "Cola Coca" للألعاب الأولمبية سنة 1928، والتي مازالت ترعاها إلى يومنا هذا. و رغم اختلاف الأدبيات العلمية حول التحديد الدقيق لميلاد الرعاية، إلا انه يبدو من الواضح التطور الذي لحق بها من ظاهرة هامشية إلى أداة اتصالية ذات بعد شامل. اما بالنسبة للاهتمام العلمي والأكاديمي بالرعاية كظاهرة وكأداة اتصالية، تستخدمها المؤسسات لتحقيق أغراض اتصالية، تسويقية وتجارية وأخرى مؤسساتية، فيعود إلى منتصف ثمانينات القرن الماضي، حيث اقتصت الأبحاث المكرسة في تحديد ماهية الرعاية، إدارة أنشطة الرعاية، الكشف عن تأثير وفعالية الرعاية، تحديد استراتيجيات الرعاية، وكذلك دراسة الجوانب المالية، القانونية والأخلاقية للرعاية، لتسفر تلك الدراسات عن عدة محاولات لتحديد هذا المفهوم التي أشارت أغلبها إلى مدى الغموض الذي يكتنفه.⁽¹⁾

3- أنواع وأشكال الرعاية

تتخذ الرعاية أنواع عديدة نذكر منها:

الرعاية المالية: هي الشكل الأكثر استعمال وهي المساهمات النقدية حيث المبلغ المدفوع من قبل المؤسسة للمستفيد يمكن أن يتم مباشرة أو عن طريق وسيط في جمعية أو في مؤسسة.

الرعاية العينية: تكون على شكل منح منقولة، أثاث، عقارات.

رعاية المهارات: هذا الشكل من الرعاية يسمح بحدوث تدفقات نقدية خارجية وإتاحة قيم مضافة وخبرات، وبطريقة غري مباشرة وبإشراك المساهمين، هذا يسمح بتقوية الروابط الداخلية وهذا بغرس الشعور بالانتماء الذي يتشاركه الموظفون ويفتخرون بقدرتهم على إعطاء كفاءاتهم لهذه النشاطات القيمة.⁽²⁾

ويمكن أن تتخذ أشكالا عديدة من بينها:

- **الرعاية المالية:** وهي تكمن في المساهمة المالية، أي تقديم دعم مالي لحدث أو لمؤسسة.
- **الرعاية التقنية:** وهي المساهمة التقنية وهنا تقوم المؤسسة بتقديم دعم مادي أو مواد معينة.⁽³⁾

[1-نادية بوالكره، "الاتصال الحديث وصناعة صورة المؤسسة الاقتصادية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه تخصص علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 20 اوت 1955، سكيكدة، 2023، ص98.

2-ميسون بلخير: " دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية الخدمية،" أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2018-2019 ص94.

3-أيوب رقاني، "الاتصال الحديث في المؤسسات المتحفية الجزائرية:" مرجع سابق ذكره ص 65.

كذلك من بين الاشكال:

1- الراعي أو المتبني:

تعتبر الرعاية تقنية مرنة ألن المؤسسة لها حرية اختيار مجال الاستثمار سواء، الرياضي، الثقافي أو الإنساني، وأن عملية الدعم يمكن أن تكون في شكل لوجستيكي كتوفير التجهيزات اللازمة لتنظيم حدث معين، كما يمكن أن يكون في شكل مهني على سبيل المثال إمداد المؤسسة بأشخاص يمتلكون مهارات يساعدون في أمور خاصة بتفاصيل التظاهرة المنظمة، إضافة إلى المساعدة التي تكون في شكل دعم تكنولوجي أو مالي.

2- رعاية الابداع و النشر :

يمكن للمؤسسات أن تلجأ إلى حدث جديد يميزه الإبداع أحسن من رعايتها نشاطات مألوفة، ك رعاية و دعم حدث مرتبط بالابتكار في المجالين الثقافي و العلمي ألنها من الدعامات المساعدة في تمرير و نشر القيم، كما تسعى مؤسسات أخرى إلى الاستثمار في الأحداث الكبرى الشهيرة.

3- الرعاية بالمشاركة:

يتمثل هذا النوع في المشاركة في أحداث مألوفة وموجودة مسبقا، ألن المؤسسة تسعى في هذه الحالة إلى الاستفادة من السمعة والمصداقية المرتبطة بالحدث، كما أن المشاركة في هذا النوع من الأحداث من حيث التكاليف تكون منخفضة ألن المنظمين هم من يتحملون أعباء المشاركين، أما السلبيات التي يمكن أن تنتج عن المشاركة في الأحداث فتتمثل في محدودية التصرف في فضاءات تكون محددة مسبقا ومخطط لها من طرف المنظمين.

4- الرعاية بالإبداعية:

يتمثل هذا النوع في تنظيم حدث أصلي ومميز مما يألها أكثر للتحكم في التنظيم واستغلال العمليات الحديثة، على الرغم من أن عملية التنظيم تتطلب جهدا كبيرا على مستوى العلاقات العامة، وخاصة مع وسائل الإعلام، كما أن المخاطر غير مضمونة ألن العملية تتطلب الاهتمام بالجماهير من حيث الاستقبال وتوفير المعلومة.

5- الرعاية بالشراكة:

في هذا النوع تقوم المؤسسة بالمساهمة مع مؤسسات أخرى في تنظيم حدث معين CO-Sponsoring ففي هذا النوع من الشركة يقوم الراعون بالاستثمار في سياق و مناسبات معين من أجل خدمة الصورة المؤسسية.⁽¹⁾

1-حجاج حسان، "الاتصال الحدثي في المؤسسة التجارية والخدمية في الجزائر"، رسالة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية علوم الاعلام والاتصال وعلاقات عامة، كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 03، 2015-2016. ص86.

4-خصائص الرعاية

4-1 الخصائص المميزة للرعاية بشكل مطلق (الخصائص التمييزية المطلقة): تختلف الرعاية عن باقي الأشكال الاتصالية والإعلانية التي تستعملها المؤسسة بشكل مطلق من خلال أربع عناصر تمييزية أساسية:

- الارتباط بحدث ذو طابع ثقافي اجتماعي مستقل عنها.
- الاستثمار أو الدعم المباشر المالي، أو المادي أو البشري لأحداث أو غيرها.
- نشاط أو الحدث الذي ترعاه المؤسسة
- التغطية الإعلامية المتعمدة نشاط أو الحدث الذي ترعاه المؤسسة.
- يعتبر الاتصال التسويقي الهدف الأساسي للرعاية.

4-2 الخصائص ذات التمييز المرتفع:

- المفاجأة والخروج عن المألوف من خلال الأحداث والنشاطات غير المعتادة بالنسبة للمؤسسة.
- عدم إمكانية التحكم في الحدث، ومنه صعوبة التحكم في الرسالة.
- الطبيعة المركبة للرسالة الموجهة من طرف المؤسسة.

4-3 الخصائص المتشابهة مع الوسائل الأخرى:

- صعوبة التحكم في المدلول الضمني للرسالة، والتي قد يتحكم في تأويلها عوامل أخرى خارجية مرتبطة بالجمهور والسياق
- التغطية الإعلامية عبر الوسائط المتعددة.
- تعدد الجماهير المستهدفة.
- تعدد الأهداف المرجوة والتي تتقاطع مع بعض التقنيات الأخرى كالإعلان وغيرها.⁽¹⁾

5-مجالات وميادين الرعاية:

5-1 هناك مجالات متعددة للرعاية أهمها:

-رعاية الأنشطة الرياضية:

يعتبر مجال رعاية الأنشطة الرياضية من اكبر مجالات الرعاية وذلك لقدرتها الفائقة نحو الوصول الى

1-نادية بوالكره، "الاتصال الحدثي وصناعة صورة المؤسسة الاقتصادية في الجزائر"، مرجع سابق ذكره , ص 100.

جماهير واسعة كما، نوعا، ميولا وثقافتا، ويرى في هذا الصدد بيار سحنون " sahnoun pierre " ان الرعاية الرياضية هي عبارة عن الية اتصالية تسمح بربط علامة او مؤسسة مباشرة مع حدث جذاب لجمهور معين.

ومن الأمثلة لهذه الأنشطة قيام شركة "فوجي" برعاية كاس العالم لكرة القدم أعوام 1982 بإسبانيا، 1986 بالمكسيك، 1990 بإيطاليا ، اما شركة "شل" العالمية فقد وجدت ان اكثر الأنشطة ملائمة لها هي رعاية سباقات السيارات حتى تستطيع من خلالها عرض جودة منتجاتها البترولية.

وفي الجزائر نجد ان هناك اهتماما كبيرا برعاية الأنشطة الرياضية سواء رعاية الاحداث العالمية المتوسطة او العربية او رعاية الفرق والمنتجات، فعلى سبيل المثال تهتم مؤسسه الاتصالات الكبرى كموبيليس برعاية احداث الرياضية الكبرى مثل كاس الجزائر لكره القدم لعدة سنوات اخرها 5/7/2017، وهي ايضا الراعي الرسمي للجنة الأولمبية الجزائرية algerian olympic and sports awards جوائز خاصة كمكافاة لأفضل المؤسسات والمتعاملين الذين ساهموا في ترويج الرياضة في الجزائر، اذ تهدف الى تشجيع نخبه الرياضيين لتحقيق نتائج اكثر، ورفع عاليا الوان الجزائر، من خلال مرافقه هذه التظاهرة الرياضية، موبيليس مؤسسه وطنيه والراعي الرسمي ل COA، تظهر مرة اخرى التزامها في دعم ومرافقه الرياضة الوطنية مع جميع تخصصات لا رجعه فيه، فهي اذا الراعي الاول للرياضة في الجزائر. (مؤتمر صحفي والموقع الرسمي لموبيليس)

رعاية الأنشطة الفنية والثقافية:

تتمثل في رعاية مؤسسه تجاريه لبرنامج فني او موسيقي وتحملها نفقات هذا البرنامج، وقد لاقت رعاية الأنشطة الفنية والثقافية ازدهارا ونموا شديدا في فتره الثمانينات والتسعينات وتحول تمويل هذه الأنشطة من القطاع العام الى القطاع الخاص. فرعاية الأنشطة الفنية بدت نشاطا انسانيا يهدف الى خدمه المجتمع لتنمية الصورة الذهنية للشركات الراعية، ثم اصبحت تلقى استحسان الرعاية حيث انها اقل تكلفه من رعاية الأنشطة الرياضية، كما انها تلقى اهتماما كبيره من الجمهور خاصة النساء، وبذلك تحولت رعاية الأنشطة الفنية من وسيله لتدعيم وخدمه المجتمع الى وسيله لنتيبت اسماء الرعاية واسماء منتوجاتهم وخلق الوعي بها، كما اصبحت من اهم انشطه العلاقات العامة في المؤسسات . (1)

ففي تونس مثلا وفي اطار صدور قانون الرعاية في مجال الثقافة الذي وقع اقراره في اطار قانون المالية التكميلي لسنة 2014 يمكن الفاعلين في القطاع، من مؤسسات عموميه وخاصه وجمعيات ومبدعين مستقلين ومنظمي التظاهرات والمهرجانات من موارد ماديه اضافيه من المؤمل ان تساهم في وقع اكبر للفعل الثقافي عموما، سواء تعلق الامر بطبيعة الحدث الثقافي او بحجمه او بديمومته وتشجيع الخواص على الاستثمار في مجال الثقافة لا سيما في ظل توفير الحوافز الجبائية المشجعة واللازمة في هذا الشأن. (وزاره الثقافة والمحافظة على التراث. الموقع الرسمي) لكن يبقى في الجزائر المستثمر والراعي لأحداث و الاعمال الفنية والثقافية شحيح مقابل سيطرة

I-محمد كريم عرابية، امال نواري، "لمحات حول الاتصال الحديث"، دراسة في الاشكال والتقنيات" مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 11، العدد 01، 2021، ص 69.

الدولة على رعاية معظم التظاهرات الفنية.

رعاية المعارض والمهرجانات والمؤتمرات:

تحتاج المنظمات دائماً الى انشطه وفعاليات حتى تصل الى الانقطاع العريض من جمهورها المستهدف بخدماتها, هذه الأنشطة تأخذ شكل فعاليات مؤتمرات وندوات او ورش عمل دورات مسابقات وخلافه . لهذا اصبحت الاحداث الخاصة كالمؤتمرات والمعارض والمهرجانات والاحتفالات سواء الوطنية او المؤسسية او الشخصية تمثل واحده من اهم الاعمال التي تشغل انشطه جهات عده ما بين وزارات ومؤسسات وكيانات مستقلة.

فمن ناحيه نجد ان العديد من الدول ومن بينها الدول العربية اصبحت دول اهتمام متزايد لاستضافه وتنظيم الاحداث الخاصة سواء التراثية او الرياضية او الخيرية او الاقتصادية او التربوية والأمنية او السياحية او غيرها وذلك سعياً وراء تحقيق عده اهداف منها الاقتصادي والحضاري والاجتماعي والخير والتربوي والاعلامي والامني . كذلك الحال على مستوى المنظمات الحاجة الى فهم أعمق واحترافيه في تخطيط واداره الفعاليات والمؤتمرات حاجه ملحة، لدى القيادات العليا في اداره المنظمات المختلفة قنوات تفترض بانه حتى تجني المنظمة في ثمار هذه الفعاليات ومؤتمرات يجب ان تخطط لهذه الفعاليات بصورة مميزة وفاعله، حيث تحتاج الى رعاية هذه الأنشطة الفعاليات من طرف المستثمرين والممولين للحدث قصد انجاحه من جهة وتبيان صورته الشريك الراعي من جهة أخرى.⁽¹⁾

رعاية الكتب والمطبوعات:

تتمثل رعاية الكتب والمطبوعات بشعبيه واسعه, وقد بدا استخدامها منذ البدايات الاولى لاستخدام اسلوب الرعاية عندما كانت الشركات تقدم الكتب للمدارس مجاناً وتقدم المساعدات الاخرى مثل خرائط التعليمية وغيرها في محاوله في محاوله لتثبيت اسم الشركة لدى الجيل القادم من المستهلكين, وترعى بعض الشركات في بعض الدول عدداً من الدوريات مثل الجرائد و مجلات التي توزع بطريقه منتظمة على الجمهور الداخلي للشركة والجمهور الخارجي أيضاً, هذه دوريات قناه فعالة للحصول على معلومات مستمرة عن المنشآت, مما يساعد على تقويه وتوطيد العلاقة بين المنشآت والجماعات التي ترتبط بها وترغب في التأثير عليهم سواء كانوا مستهلكين او موزعين او حاملي اسهم او قادة راي او موظفين بالشركة او غيرهم من الفئات المراد امدادهم بالمعلومات.

رعاية التعليم:

ويمكن استخدام هذا الاسلوب غالباً على نطاق محلي ويهدف الى تحسين الصورة الذهنية للشركات التي تستخدمه, حيث تقوم بعض الشركات وخاصة في المجال التكنولوجي او المجالات العلمية المتخصصة

1-محمد كريم عرابيية, امال نواري, "لمحات حول الاتصال الحديث", مرجع سابق ذكره . ص 70.

برعاية المنح والباحثات الدراسية لتشجيع البحث العلمي في المجالات المختلفة او رعاية المتفوقين والنوابغ في مراحل التعليم المختلفة وتوفير الامكانيات اللازمة لهم, وهذا النوع من الرعاية يؤثر ايجابيا على صورة الشركة على المدى الطويل. يتم رعاية التعليم من قبل الحكومة الجزائرية من خلال وزارة التربية والتعليم من مرحلة ابتدائي الى ثانوي والتعليم الاساسي الى الجامعي مجانا لمدة 15 عاما بموجب الدستور الجزائري, التعليم النظامي في الجزائر يتألف من خمس سنوات من التعليم الابتدائي واربع سنوات من التعليم الاساسي و المتوسط وثلاث سنوات لمرحلة الثانوية او ثلاث سنوات لدراسات العليا ليسانس على الاقل في النظام الجديد اربع سنوات من النظام القديم.

رعاية القضايا والمشروعات الهامة:

ويستخدم هذا النوع ايضا على النطاق محلي، حيث تقوم شركات والمؤسسات بتقديم المساعدة المالية والعينية لرعاية بعض القضايا او المشروعات القومية مثل لرعاية المؤسسات العلاجية وامتدادها بالأجهزة والاموال او رعاية المكتبات وامتدادها بالكتب او رعاية المشروعات القومية وتمويلها، ومن امثله هذا النوع رعاية شركة مكدونالدز لمعهد الاورام السرطانية في أمستردام، ومساهمة شركه ريبوك في رعاية الجولات الدولية لحقوق الانسان.

رعاية الرحلات والمغامرات حول العالم:

وهذا النوع من الرعاية تقوم فيه بعض الشركات برعاية الرحلات والمغامرات التي يقوم بها بعض الاشخاص وغالبا ما تكون موجهه للأنشطة التي تتناسب مع منتجات وخدمات هذه الشركة الراعية.⁽¹⁾

1- محمد كريم عرايبيبة, امال نواري, "لمحات حول الاتصال الحداثي , دراسة في الاشكال والتقنيات", مرجع سابق ذكره ص71.

5-2 ميادين الرعاية:

- رعاية مسابقة رياضية، مثل ذلك سباق السيارات أو القوارب أو سباق الخيول أو كرة القدم أو السياحة أو غير ذلك من أشكال الرياضة البيت ترعاها المؤسسة.
- تقديم دعم مالي للمنظمات التعليمية كالجامعات والمعاهد العليا والمدارس لشراء ما تحتاجه من أجهزة ومعدات فنية.
- تقديم دعم مالي للمنظمات الثقافية كالمكتبات العامة والمتاحف والهيئات المشتغلة بالتنوع الدينية للمواطنين والمؤسسات التي تقوم بمختلف الفنون الهادفة والآداب المحلية والعالمية وغيرها.
- رعاية بحوث طبية أو اجتماعية.
- تخصيص منح مالية للطلبة غري القادرين ماليا.
- تخصيص جوائز ومكافئات للطلبة المتفوقين.
- رعاية إقامة المعارض (Exhibition) سواء معارض عامة او تجارية.
- تخصيص دعم مالي لأغراض خيرية عامة.
- رعاية إصدار المطبوعات الإرشادية مثل خرائط الطرق (maps Rod) ولوحات إرشادية لمستخدمي الطرق السريعة والنشرات الرياضية.
- رعاية أحداث محلية مثل المهرجانات التلفازية ومعارض الزهور والاحتفالات الرياضية وغيرها.
- رعاية مسابقات مهنية للمشتغلين بتخصصات مهنية كالأطباء والمهندسين وغيرهم وتخصيص منح ومكافئات مالية لهذا الغرض.
- رعاية دراسة وبحث حول قضايا تهم الرأي العام سواء كانت قضايا اجتماعية او اقتصادية.
- رعاية مسابقات لتطوير الذوق والحس الفني والجمالي مثال ذلك: تنسيق الحدائق الخاصة وتصميم المباني وغيرها.
- رعاية برنامج لتشجير وتخضير الأراضي في وسط وحول المدينة.⁽¹⁾

1- صليحة فرج الله واخرون: "واقع الاتصال الحديث في المؤسسات الاقتصادية الخاصة"، مرجع سابق ذكره، ص 75.

6- الخطوات المتبعة لعملية الرعاية

بعد الوصول إلى مرحلة القرار أين أصبح الراعي قد حدد الأهداف بوضوح والخاصة بالاستراتيجية الراعية ، بناء على نشاطه و طابعه ، يبقى تجاوز مرحلة جديدة هي مرحلة إعداد خطة عمل عملية الرعاية وعليه فإن سير هذه الأخيرة يتم وفق ثلاثة مراحل :

1 - اختبار الحدث.

2 - تثمين العملية.

3 - مراقبة العملية

1- اختيار الحدث:

في الوقت الحالي، تكتسي الأفكار والمناهج أهمية أكثر من الرسائل المالية لأننا نراهن صواب الشراكة أكثر من تضخم الميزانية. فضلا عن ذلك، يخضع اختيار الحدث إلى القواعد التالية:

- يجب أن تكون الرعاية صائبة لتكون عملا تعاونيا ذو منفعة، وفيما يخص المؤسسة، يجب أن يكون التزامها ذا مصداقية وفعالا وحاسما.

- يجب أن يكون الحدث ذا نوعية رفيعة.

- يجب أن تكون الشراكة ذات مصداقية مع مراعاة العلامة بين المؤسسة والمجال المختار، حيث يجب أن يقع اختيارها على عملية تتصادف مع مهنتها (حرفتها) وقيمتها و رمزيتها أو مع جماهيرها.

في الافتراض الأول يتعلق الأمر برعاية للدليل (إثبات) أين تثبت الشراكة مهارتها. وفي الحالتين الأخيرتين و فيتعلق الأمر برعاية للصور، حيث تؤكد المؤسسة على شخصيتها. أما الفرضية الثالثة، فتتطرق إلى فعالية الاستثمار، لأن رعاية ما يجب أن تمكن من الوصول إلى الجماهير الهدف. وفي هذا السياق ، نلاحظ أن استراتيجية الرعاية تختار مجالا ذو صلة مع المنتج الذي تريد تسويقه.

2- تثمين العملية:

إن تثمين عملية الرعاية يقتضي تسيير الوسائل والتحكم في التقنيات التي من شأنها ضمان تحقيق الأهداف. إن هذا يعني أن وسائل التثمين متعددة وغير متجانسة على غرار حضور المتفرجين في مكان الحدث وتغطية وسائل الإعلام، التنشيط ودعوة الشركاء التجاريين للسباق، إذا. يتعين على الراعي القيام بسلسلة من الاختيارات العملية التي تقود إلى اللجوء إلى تقنية مفضلة على تقنية أخرى، ودمج هذه التقنيات على أساس المعلومات التي سيتم إرسالها والجماهير المعنية، والوقت المتوفر ووسائل الإعلام المتبعة والنتائج الملاحظة. بناءا على ذلك، إذا كان هدف "العمل" هو إتقان العمل فان هدف التثمين هو التعريف بالعمل.

(1)

1-عماد علاء : دور الرعاية الرياضية في الرفع من درجة رضا مستهلكي منتجات المؤسسات الخدمية , : مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص تسويق وخدمات, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة قاصدي مرباح, ورقلة, 2011-2012,ص43.

ومن أجل الوصول الى ذلك هناك ثلاث تقنيات متاحة أمام المؤسسات:

- أ العلاقات مع الصحافة.

- ب العلاقات العامة.

- ج الإشهار والترقية

3- مراقبة العملية:

من المنطقي التساؤل حول مراقبة مختلف الأعمال وفيما إذا كانت الأهداف مسطرة سلفا قد تم تحقيقها أم لا. في الواقع عندما تبحث المؤسسة على تعديل شروط سوقها أو بيئتها من خلال عمل ذو طبيعة تجارية أو استراتيجية ، فإن النتائج المنتظرة تحمل بالضرورة هامشا للشك. وقد يأتي ذلك من التطورات المفاجئة للسوق وظهور منافسين جدد عوائق تنظيمية جديدة وضعتها السلطات العمومية من أجل تدعيم حماية المستهلك وأحيانا بسبب أخطاء تقديرية للشركة في تحليلها للسوق أو لبيئتها بما أن نتائج العمل الغير مؤكدة هي اكبر في نشاطات الرعاية بسبب الطابع الإنساني المعيشي وهو يعني أنه غير متوقع لاتصال الحدث. وعليه فان وظيفة مراقبة نتائج العمل تبدو جد مفيدة هنا ، بل أكثر ضرورة لأن المراقبة تهدف إلى التقليل من الشك قدر الإمكان. وفضلا عن ذلك، يكتسي تقييم تأثير الأعمال التي شرع فيها نفس الأهمية التي يكتسي توظيفها.

وكذلك من المهم توضيح أن الرقابة تتم على المستويين:

- تمثل المستوى الأول في تقييم فعالية العملية انطلاقا من الوسائل التقنية الموجهة للإجابة على 3 أسئلة جوهرية مرتبطة بإعداد الأهداف الرئيسية:

" - عند انطلاق الأعمال ": أين نحن الآن في مجال الشهرة، الموقف، في صورة العلامة التجارية أو الشركة؟

" -بعد الانطلاق": هل نحن في الاتجاه الصحيح؟ - . هل ثمة نقاط ايجابية أو سلبية أثناء العمل تستدعي القيام بتعديلات أو تغييرات ؟

" - بعد نهاية الأعمال": إلى أي مدى نجحنا في تحقيق الأهداف الرئيسية؟

اما المستوى الثاني للرقابة ، فيشمل ليس فقط نتائج عمل دقيق ولكن الحصيلة العامة لجملة العمليات.(1)

1- علاء عماد: دور الرعاية الرياضية في الرفع من درجة رضا مستهلكي منتجات المؤسسات الخدمية،" مرجع سابق , ص 45.

7- أهمية واهداف الرعاية

يمكن تقسيم أهمية السبونسور ينغ إلى الأهمية التي يوليها بالنسبة للمؤسسة الممولة سواء كانت جمعية أو نادي رياضي، وعليه يمكن تسميتها بالأهمية الاقتصادية، والأهمية الاجتماعية:

الأهمية الاقتصادية:

إن الإشهار بصفة عامة يلعب دور مهم في نتائج، وأرباح المؤسسة، حيث إذا تمت العملية الإشهارية لمنتج بشكل جيد حققت المؤسسة أكبر مبيعات ممكنة وبالتالي أكبر نتيجة مرضية ومنه زيادة الدخل القومي، رغم انه لهذه العملية تكاليف وتخصص لها ميزانية كاملة تسمى ميزانية الإشهار، ومما اجمع عليه الاقتصاديون أن الإشهار يؤدي إلى زيادة الاستهلاك مما يؤدي إلى زيادة الإنتاج والمبيعات وبالتالي يخلق نمو اقتصادي وحركية على مستوى الاقتصاد الوطني، والسبونسور ينغ بصفة عامة عندما يركز على الانتباه، ويجذب المستهلك يؤدي إلى النتيجة السابقة الذكر.

الأهمية الاجتماعية:

السبونسور ينغ ذو ثلاثة أبعاد: المنتج، المستهلك والحدث إذ نجد انه يربط بين نوعين من المجتمع، مجتمع المنتجين المتمثل في المؤسسات، ومجتمع المستهلكين، فهو يناسب ظروف وعادات المجتمع، فعلى سبيل المثال نريد الإشهار بواسطة السبونسور ينغ لأشياء خارج ثقافة مجتمعنا، فهنا المجتمع لا يقبل مثل هذه الاشهارات اذ هو يخدم ثقافة وتقاليد الإنسان والمجتمع، ومن أهم الخدمات التي يقدمها للمجتمع نجد:

* وسيلة تثقيفية

* ينمي عند الأفراد عادات جديدة مفيدة.

* كما انه يساهم بطريقة غير مباشرة في القضاء على الآفات غير المرغوب فيها مثل: التدخين، المخدرات.

(1)

اهداف الرعاية:

تسعى الرعاية إلى تحقيق الأهداف التالية:

1- صليحة فرج الله وآخرون: واقع الاتصال الحديث في المؤسسات الاقتصادية الخاصة،" مرجع سابق ذكره، ص 71.

(1) إقامة علاقات عامة: تستغل المؤسسة مختلف النشاطات الحديثة التي تقوم بها من أجل إقامة علاقات جديدة والمحافظة على العلاقات الطيبة مع مختلف جماهيرها إذ تسعى المؤسسات الراعية الى خلق علاقات جديدة او تثمين القديمة مع المؤسسات والجماهير المستهدفة في محيطها.

(2) الفوائد الصورية: تستعمل المؤسسة الرعاية من أجل اظهار علامتها ورمزها في شتى الدعائم التي تستعمل او تكون في مكان الحدث بمختلف انواعها سواء عن طريق الدعائم الاشهارية او وسائل الاعلام فالغاية من اظهار الرمز والعلامة في الاحداث واماكن تنظيمها هو خدمة مختلف انواع الصورة.

(3) تقوية سمعة المؤسسة: من خلال العمل على تذكير وترسيخ اسم وعلامات المؤسسة، واستغلال بعض الأحداث للقيام بعمليات تعريفية مؤسساتية، لإرسال رسائل معينة، ومسؤولة في الدعائم والمحتويات الخاصة بالحدث .

هل يتذكر الفرد عندما يشاهد الرمز والعلامة المؤسسة، وهناك عدة طرق لقياس السمعة كسبر الآراء والتحقيقات الميدانية.

(4) التقرب إلى الجماهير: وذلك من خلال استغلال السمعة والصورة الحسنة في التقرب، والاحتكاك والتواصل مع مختلف الفاعلين في محيطها فالهدف الأساسي لمختلف العمليات الحديثة هو بعض الجماهير خاصة أو عامة.

(5) تحسين صورة المؤسسة: تعمل المؤسسات على تحسين صورتها من خلال القيم التي تسعى لحملها في رسائلها إضافة إلى أن بعض عمليات الرعاية الخيرية تعمل على تحقيق هذه الغاية.

(6) خلق الوعي بالعلامة التجارية: إن رعاية الشركة لحدث كبير سيجعل جماهيره يعرفون علامتها التجارية، وما يميز الرعاية هو زيادة الوعي لدى الجمهور بالعلامة التجارية بشكل كبير بسبب ارتباطها في ذهن المشاهد مع الحدث.

(7) زيادة المبيعات: نتيجة تحسن الصورة الذهنية للمؤسسة او الشركة وتحسن سمعتها وزيادة الوعي بالعلامة التجارية الخاصة بها سيقبل زبائن جدد على شراء منتجات الشركة وسيزيد الزبائن الحاليون من مشترياتهم.

(1)

1-حجاج حسان، "الاتصال الحديث في المؤسسة التجارية والخدمية في الجزائر"، مرجع سابق ذكره، ص 102.

8) الاستهداف الجيد لفئة محددة من السوق: تستطيع الشركة من خلال رعاية حدث ما ان تستهدف فئة سوقية محددة قد لا تستطيع استهدافها من خلال وسائل الاعلان، مثلا: يمكن الوصول الى معجبي فنان مشهور وهم من فئة الشباب نتيجة رعاية حفل غنائي، وهذا ما يصعب تحقيقه من خلال الاعلان لان الشباب يحاولون تخطي الاعلانات التجارية بنسبة كبيرة.

9) طرح منتج جديد او تقديم عينات مجانية للزبائن: يمكن للشركة ان تطرح منتجا جديدا اثناء الحدث وتقيس ردة فعل الجمهور عليه قبل طرحه في السوق، وكذلك يمكن أن توزع عينات مجانية لاحد منتجاتها الجديدة اثناء الحدث الذي ترعاه.

8- إيجابيات وسلبيات الرعاية

8-1 إيجابيات الرعاية: ولقد تمثلت في:

- القدرة على لفت انتباه الزبون مما يؤدي الى توسيع قاعدة العملاء للاسم التجاري .
- تطوير ولاء العملاء .
- اقل تكلفة من الاعلانات الصريحة وأكثر قبولا لدى الزبائن .
- زيادة الوعي بالعلامة التجارية .
- ترويج الاسم التجاري (الماركة التجارية) للراعي .
- زيادة بيع المبيعات .
- تطوير العلاقات التجارية لرجال الأعمال .

8-2 سلبيات الرعاية:

- إذا قامت شركات الرعاية بدعم نشاطات غير معروفة أو فرق غير مشهورة فإنها قد لا تحصل على الدعاية الكافية مقابل ما قدمته من دعم مادي .
- تتضرر العلامة التجارية للشركات الراعية والداعمة في حالة حدوث أي فشل للفريق أو الحدث الذي تدعمه .⁽¹⁾

1-صليحة فرج الله وآخرون: واقع الاتصال الحدثي في المؤسسات الاقتصادية الخاصة،" مرجع سابق ذكره، ص 77.

المبحث الثاني: المسؤولية الاجتماعية

1- نشأة وتطور المسؤولية الاجتماعية

ظهر مفهوم المسؤولية الاجتماعية منذ أكثر من ثلاثة عقود ماضية في التطور، وقد بدأت بوادر المفهوم بدفع من المنظمات الغير حكومية برود فعل حيث استطاعت ومع مرور الوقت أن تصل إلى الشركات والمنظمات الدولية والنقابات الصناعية والحكومات، وان تشكل ضغطا مستمرا وتحشد الرأي العام العالمي لدعوة الشركات لأداء مسؤولياتها الاجتماعية، إلا أنه في مقابل ذلك لم يحدد مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى جميع الأطراف المعنية به.

ومع بداية الأربعينات من القرن الماضي 1940 بدأ ظهور الخطاب الاقتصادي القانوني حول مشروعية وضرورة العمل الخيري لمنظمات الأعمال، حيث كان القانون قبل ذلك يلزم المدراء والمسؤولين على تحقيق المصالح الشخصية لمنظمات الأعمال وتعظيم الفوائد للمساهمين والظالمين فقط، أما في الخمسينات قام أحد علماء الاقتصاد الأمريكيين وهو ميلتون فريدمان بتعريف العالقة بين منظمات الأعمال والمجتمع حين قال، إن المسؤولية الأساسية لمنظمات الأعمال في النظام الاقتصادي الحر تتلخص في تحقيق الأرباح بشرط ألا يتعارض ذلك مع القاعدة الأساسية للمجتمع، سواء ما هو موجود منها في القوانين أو الأعراف والقيم الاجتماعية.⁽¹⁾

ثم توالى أبحاث أخرى فقد أوصى المؤتمر المنعقد في جامعة كاليفورنيا 1972 تحت شعار المسؤولية الاجتماعية لمنظمة الاعمال بضرورة إلزام كافة المنظمات الاقتصادية والخدماتية برعاية كافة الجوانب الاجتماعية والبيئية والمساهمة في التنمية الاجتماعية والتخلي عن فلسفة تعظيم الربح كهدف وحيد. ومع استجابة المنظمات لهذا الطرح الجديد وضع المشروع القانوني قواعد تضيف على هذه الأفكار سمة إلزام للتأكيد على ان الالتزام بالأداء الاجتماعي لم يعد اختيارا امام المؤسسات انما هو امر ضروري، إذا رغبت هذه المؤسسة في الاستمرار وهذا مال انطوى عليه ظهور دراسات الجمعية القومية للمحاسبين وجمعية المحاسبين الأمريكية، ودراسات المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين للتأكيد على أهمية الإفصاح عن الأداء الاجتماعي، حيث اتجهت إرساء الأسس اللازمة لقياس فاعلية البرامج الاجتماعية لمنظمات الاعمال.⁽²⁾

كانت هذه الاتجاهات هي المنطلق الأساسي لنشر الوعي الاجتماعي، وبشكل عام فقد حفزت هذه الدراسات

[1] اسالم بوحفة، عمر موساوي، أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي، دراسة حالة الشركة الوطنية للتأمين-ورقلة، -مذكرة مقدمة لنيل شهادة ليسانس مهني فرع علوم التسيير تخصص محاسبة ومالية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، سنة، 2023/2022 ص6 و5.
2-ايمن منصف نشناش، وائل مداني، الهام معزي، دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق صورة المؤسسة المواطنة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الإنسانية تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة بونيدر-قسنطينة، 3- سنة، 2022/2021 ص23.

المفكرين في الوطن العربي، مما أدى الى ظهور عديد من الدراسات والكتب التي تشير الى أهمية الأداء الاجتماعي والمسؤولية الاجتماعية من منظور متعدد.

2- مفهوم المسؤولية الاجتماعية

يعتبر مفهوم المسؤولية الاجتماعية من أكثر المفاهيم المستخدمة في الآونة الأخيرة في عالم الاقتصاد والاعمال، حيث يشير مفهوم المسؤولية الاجتماعية الى اعتبارات مختلفة، لأشخاص عديدين سواء من رجال الأعمال والإدارة والمال او تنظيمات المجتمع المدني، او الجامعات او الجمهور.⁽¹⁾ لقد ظهرت العديد من التعريفات التي حاولت التحديد الدقيق لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وفيما يلي أهمها: حيث تعرفها الغرفة التجارية العالمية على أنها جميع الاعمال التي تساهم في تطوع الشركات لتحقيق تنمية بسبب اعتبارات أخلاقية واجتماعية. وبالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تعتمد على المبادرات الحسنة من الشركات دون وجود إجراءات ملزمة قانونيا. فالمسؤولية الاجتماعية تعني تصرف الشركات بشكل يتسم بالمساءلة أمام كل من الموظفين، العملاء، الحكومة، الشركاء، المجتمعات، البيئة، والأجيال القادمة.

وتعرف الأيزو 26000 المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات بالأفعال التي تقوم بها المؤسسة، لتحمل مسؤولية آثار أنشطتها، على المجتمع والبيئة، حيث تكون هذه الأفعال متماشية مع مصالح المجتمع والتنمية المستدامة، وتكون قائمة على السلوك الأخلاقي، فيما بين الحكومات والامتثال للقانون المطبق والجهات العاملة فيما بين الحكومات.⁽²⁾

وقد عرفتْها Holmes على انها: "التزام على منشأة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل حل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها".⁽³⁾

ويرى كارول Carroll ان المسؤولية الاجتماعية تتضمن جميع التوقعات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والخيرية التي يمكن ان يكونها المجتمع حول مؤسسة ما في فترة زمنية معينة. ويعد كارول من أشهر

1- محمد فائق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2016ص.41.

2- ابتسام لوثن، دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير تخصص التسيير الاستراتيجي للمنظمات، جامعة محمد خيضر-بسكرة-سنة 2015/2016ص.20.

3-صالح السحيباني، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية، المؤتمر الدولي حول القطاع الخاص في التنمية: تقييم واستشراف، بيروت، لبنان، 2009ص.9.

الباحثين في مجال المسؤولية الاجتماعية ويتوافق هذا التعريف الذي قدمه للمسؤولية الاجتماعية مع التقسيم الذي وضعه لأبعادها والذي ينقسم الى: البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الأخلاقي، والبعد الخيري.

ويرى كل من طاهر الغالبي وصالح العامري ان المسؤولية الاجتماعية هي التزام واجب من جانب منظمات الاعمال تجاه المجتمع بشرائحه المختلفة، اخذة بعين الاعتبار التوقعات بعيدة المدى لهذه الشرائح ومجسدة إياها بصورة يغلب عليها طابع الاهتمام بالعاملين والبيئة شرط ان يكون هذا التوجه طوعا ومتجاوزا للالتزامات المنصوص عليها قانونا (1).

وتعرف المسؤولية الاجتماعية وفقا للساقي عبد الناصر بانها: القرارات والتشريعات التي تحدد مصالح ومتطلبات المنظمات بمختلف أنواعها ضمن المجتمع الواحد من خلال مدى تفاعلها وقيامها بمسؤولياتها الاجتماعية الى جانب مسؤولياتها الاقتصادية. (2)

وعرف دوركر Durker المسؤولية الاجتماعية على انها التزام الناشئة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، اما مازن مصباح وزميله يشيران ان المسؤولية الاجتماعية تشمل جميع النظم والتقاليد التي يلتزم بها الانسان تجاه المجتمع الذي يعيش فيه. (3)

اما المنتدى الدولي لقادة الاعمال فقد ذكر بان المسؤولية المجتمعية للمؤسسات هي ممارسات الاعمال المتسمة بالانفتاح والشفافية والقائمة على مبادئ أخلاقية واحترام الموظفين والمجتمع والبيئة. وصممت تلك المسؤولية إتاحة قيمة مستدامة للمجتمع عامة، اضافة الى المساهمين.

ولقد سعى معهد الأمم المتحدة لبحوث التنمية الاجتماعية لتوضيح معنى المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات بالاستشهاد بعدد من المختصين، حيث عرفها بانها السلوك الأخلاقي لشركة ما تجاه المجتمع، وتشمل سلوك الإدارة المسؤول في تعاملها مع الأطراف المعنية التي لها مصلحة شرعية في مؤسسة الاعمال-وليس مجرد حاملي الأسهم - وقد يعطي المفهوم أيضا القيم المرتبطة بحماية البيئة. (4)

1-ياسمين بوقافة، العلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الخدمائية، دراسة مسحية من افراد الجمهور الخارجي للشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية من جانفي 2021 الى ديسمبر 2021، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص: اتصال وعلاقات عامة، جامعة الجزائر، 3 سنة، 2023/2024 ص90.

2-ناصر جردان، غرام أبو الحمام، المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية للمنظمات، دار الثراء للنشر والتوزيع، الشارقة-الاردن، 2012، ص.28.

3-حليمة قادري، اتجاهات الشباب نحو المسؤولية الاجتماعية -دراسة مقارنة على عينة من شباب مدينة وهران، دراسات نفسية وتربوية، مخبر تطوير الممارسات النفسية والتربوية، عدد، 16 جوان، 2016 ص.132.

4 -صالح الحموري، روال المعايطة، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات (من الالف الى الياء)، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015 ص.18.

3- مبادئ وابعاد المسؤولية الاجتماعية

3-1 مبادئ المسؤولية الاجتماعية:

ترتكز المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة على مجموعة مبادئ يمكن إيجازها فيما يلي:

- **الاستدامة:** تتمثل في الإجراءات المتخذة في الوقت الراهن من أجل بناء الخيارات المتاحة في المستقبل، فعند الإفراط في استخدام الموارد المتاحة لن تصبح متوفرة للاستخدام في المستقبل. فالاستدامة تعتبر مبدأً أساسياً من مبادئ المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة يعنى بضرورة الاستخدام الأمثل للموارد التي يمكن أن تتجدد وذلك من أجل الحفاظ على مستقبل الموارد المتاحة، وال يتم ذلك إلا عن طريق الرفع من كفاءة الإنتاج.

- **المساءلة:** تتمثل في اعتراف المؤسسة بكل تأثيراتها الخارجية والداخلية، مما يحتم عليها تقدير حجم هذه الآثار والإبلاغ عنها لأطراف المتضررة من حكومة وعمال وعملاء ومجتمع. هذا المبدأ يوجب وضع التدابير المناسبة المتعلقة بأداء المؤسسة وبيئتها الخارجية والإجراءات المتخذة من طرفها، وهذا ما يتطلب تخصيص تكاليف تعنى بهذا الجانب، عند الاعتراف بهذا المبدأ نكون قد اعترفنا بأن المؤسسة جزء من المجتمع ولها مسؤولية متبادلة مع جميع أطرافه، وعلى هذا الأساس يمكن لهؤلاء الأطراف اتخاذ تدابير ضد المؤسسة وعليها بالمقابل تبرير جميع الاعمال التي تقوم بها.

- **الشفافية:** تتمثل في إعلان المؤسسة بشكل واضح ودقيق وعادل عن سياساتها وقراراتها وأنشطتها خاصة فيما يتعلق بالتأثيرات على البيئة الداخلية والخارجية والآثار المحتملة على البيئة والمجتمع والعمال والعملاء، مع ضرورة أن تكون هذه المعلومات متاحة لكل الأطراف ذوي العلاقة المتأثرين أو المحتمل تأثرهم بنشاطات المؤسسة. (1)

3-2 ابعاد المسؤولية الاجتماعية:

من بين الرواد الباحثين والإداريين الاجتماعيين الذين ركزوا على البعد الاجتماعي للمؤسسات نجد Carroll الذي قدم نموذجاً من أكثر النماذج شهرة، حيث يعتمد هذا النموذج في مجال المسؤولية الاجتماعية على

1- هاجر عزي، مريم بطاش، دور المسؤولية الاجتماعية في تعظيم الميزة التنافسية للمؤسسة-دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي وكالة المدينة،- مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير تخصص: إدارة وتسيير المؤسسة، جامعة يحي فارس-المدينة،- سنة 2015/2016، ص30.

أربعة أبعاد أساسية هي:

1-المسؤولية الاقتصادية:

تتضمن فكرة المسؤولية الاقتصادية بالدرجة الأولى هي التركيز على تحقيق الأرباح للمالكين والإدارة والعاملين والمساهمين فيها، "كما أن Drucker عبر عن ذلك بقوله إن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تتمثل أوال بتحقيق الأرباح الاقتصادية التي تمكنها من تغطية التكاليف المستقبلية لأنها إذا لم تستطع المؤسسة تحقيق هذه الأرباح فإنها لم تتمكن من تلبية أية مسؤوليات اجتماعية أخرى، لهذا فإن المسؤولية الاجتماعية تركز على بعدين اقتصادي واجتماعي ويرى الباحثون أن كمال من البعدين مهم ولا نستطيع أن نركز على واحد ونهمل الآخر بل يجب أن يكونان في توازي مع بعض حتى تتحقق المسؤولية الاجتماعية إضافة إلى تحقيق الربح لباقي الأطراف التي تتأثر بقرارات المؤسسة كتقديم منتجات للمستهلكين بأسعار مناسبة ووظائف بأجور عادلة للعاملين، كل ذلك يجب أن يتم في إطار الأنظمة واللوائح النافذة.

2-المسؤولية القانونية: هناك من يرى أن المسؤولية الاجتماعية على أنها التزام وواجب قانوني أي أن المؤسسات عند ممارستها لأنشطتها ووظائفها المختلفة يجب أن تكون متفقة ومتطابقة مع منظومة القوانين والتشريعات النافذة إلى جانب سعي هذه المؤسسات إلى تحقيق أهدافها الربحية.

3-المسؤولية الأخلاقية: تتمثل المسؤولية الأخلاقية في ضرورة التزام المؤسسات عند قيامها بوظائفها ومهامها باتباع الأسس والقواعد التي تتفق مع منظومة القيم والضوابط، العادات والتقاليد واحترام الثقافات الأساسية والفرعية دون إلحاق أي ضرر بالمجتمع ومكوناته.

4-المسؤولية الاجتماعية: والمبدأ الأساسي في هذا البعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية هو البحث بشكل دائم عن الأساليب والطرق التي تساعد في تحسين نوعية الحياة للعاملين وأفراد المجتمع، وذلك من خلال إسهاماتها الطوعية بأموالها وبرامجها لصالح المجتمع وذلك عبر دعم برامج التنمية المحلية، وهذا ما يساهم في ضمان بقاء المؤسسة وازدهارها وتطورها. (1)

ومن خلال هذه الأبعاد حسب Carroll نجد أنها أبعاد مترابطة ومتكاملة بحيث لا يجب على المؤسسة أن تركز على بعد وتهمل البعد الآخر مثال أن لا تركز على مسؤولياتها الاجتماعية دون أن تكون قد لبت

1-سميرة لغويل، نوال زمالي، المسؤولية الاجتماعية: المفهوم، الأبعاد، المعايير، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد، 27 ديسمبر، 2016 ص304/305.

مسؤولياتها الاقتصادية والقانونية والأخلاقية.

4- مجالات واتجاهات المسؤولية الاجتماعية

4-1 مجالات المسؤولية الاجتماعية:

هنا عدة مجالات مختلفة للمسؤولية الاجتماعية ومن بين هذه المجالات:

أولاً: في مجال المساهمات العامة:

ترتبط أنشطة هذا المجال بمساهمة المؤسسة في تدعيم المؤسسات العلمية والثقافية والخيرية والمساعدة في التسهيلات الخاصة بالعناية الصحية والعمل على حل مشاكل الإنسانية فيما يتعلق بتوظيف الأقليات والمعوقين وتوفير وسائل النقل العاملين بما يؤدي إلى تخفيف الضغط على وسائل النقل العامة والاشتراك في برامج التخطيط الحضاري التي تهدف إلى تخفيف معدل الجرائم والمساعدة في برامج السكان الذي تختص بإنشاء المساكن وتجديدها.

ثانياً: مجال الموارد البشرية:

يتضمن هذا المجال أنشطة مساهمة المؤسسة في توفير فرص عمل متكافئة لجميع الافراد دون تفرقة بينهم، واعداد برامج التدريب لكل العاملين لزيادة مهاراتهم وإتباع سياسة للترقية وتحقيق رضاهم الوظيفي وإتباع نظام أجور وحوافز يحقق لهدم مستوى معيشي مناسب يتفق مع المستويات الموجودة في المؤسسات الأخرى في القطاع أو المجتمع.

ثالثاً: مجال الموارد الطبيعية والمساهمات البيئية:

يعتبر هذا المجال من أهم مجالات المسؤولية البيئية والاجتماعية للمؤسسة بسبب توسع استغلال الموارد الطبيعية والتقدم التقني وما نتج عنها من زيادة المخلّفات الصناعية وتوسع استخدام الأسمدة الكيماوية والمبيدات الزراعية مما أدى إلى مشاكل بيئية كبيرة على جميع المستويات.

رابعاً: مجال المساهمة المنتج أو الخدمة:

تتضمن هذه الأنشطة القيام بالبحوث التسويقية لتحديد الاحتياجات التي تتلاءم مع المقدرة الاستهلاكية للعملاء وإعلامهم بخصائص السلعة أو الخدمة وبطريقة استخدامها وبحدود المخاطرة ومدة صلاحية الاستخدام.⁽¹⁾

1- زينب حفار الساس، مريم عزوزي، أثر المسؤولية الاجتماعية في تحسين صورة المؤسسة-دراسة حالة لمؤسسة اتصالات الجزائر-قائمة، مذكرة تخرج مقدمة الاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير تخصص: إدارة اعمال ، جامعة 8ماي-1945قائمة،- سنة 2020/2019 ، ص23.

في حين نجد من يصنفها على النحو التالي:

أولاً: مجالات تتعلق بالمجتمع والبيئة المحيطة، نذكر منها:

تنمية المجتمعات المحلية بما فيها: البيئة، الصحة، التعليم، المساعدات العاجلة لمحاربة الفقر، إضافة الى تقديم ودعم وعالج صحي للقرى النائية والفقيرة، تمويل مشاريع لها صلة مباشرة للمحافظة على البيئة. أيضا القيام ببعض الاعمال الخيرية والتبرع لبعض المشروعات ذات النفع العام، تقديم بعض المشروعات والخدمات الاجتماعية لمساعدة المجتمع، المساهمة في وقاية المجتمع من المشكلات الاجتماعية.

ثانياً: مجالات تتعلق بالعملاء

تضمنت هذه الأنشطة القيام ببحوث تسويقية لتحديد الاحتياجات التي تتلاءم مع القدرة الاستهلاكية للعملاء، وعالمهم بخصائص السلعة او الخدمة وبطريقة استخدامها، وبحدود المخاطر ومدة صالحة الاستخدام. ومن بينها نذكر:

1- انتاج سلع او خدمات يحتاج اليها العملاء بالفعل.

2- تقديم سلع او خدمات امنة وذات جودة عالية.

3- الحرص على كسب رضاء العملاء بل والعمل على اسعادهم.

ثالثاً: مجالات تتعلق بالعاملين واسرهم

نذكر منها تقديم رعاية اجتماعية وثقافية وصحية للعاملين واسرهم، توفير فرص للتدريب أبناء العاملين، دفع أجور عادية للعاملين، العمل على كفالة وسالمة العاملين وعدم تعويضهم للمخاطر بكافة أنواعها، تنمية حالة الولاء والانتماء من قبل العاملين الى المنشأة.⁽¹⁾

4-2 اتجاهات المسؤولية الاجتماعية

يمكن نشر المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال ثلاثة اتجاهات كما يلي:

1-المساهمة الاجتماعية التطوعية: ويلقى هذا المجال معظم الاهتمام في الدول التي يكون فيها الحوار حول المسؤولية الاجتماعية للشركات حديثا نسباً، ومن الممكن أن يتضمن ذلك الهبات الخيرية وبرامج التطوع والاستثمارات المجتمعية طويلة الأمد في الصحة أو التعليم أو المبادرات الأخرى ذات المردود المجتمعي. ويلتزم عدد من الشركات المتعددة الجنسيات بالتبرع بنسبة 1% من أرباحها قبل خصم الضرائب

1- شرين زراوية وآخرون: "واقع اتصال المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية" مرجع سابق ذكره، ص29.

2-العمليات الجوهرية للأعمال وسلسلة القيمة: غالبا ما تكون رؤية وقيادة الأفراد والمنظمات الوسيطة ضرورية لإدخال المسؤولية الاجتماعية للشركات. وتستطيع أي شركة من خلال التفاعل النشط مع موظفيها تحسين الظروف والأوضاع وتعظيم فرص التنمية المهنية، ومن ذلك تطبيق إجراءات لتقليل استهلاك الطاقة والمخلفات، وتستطيع الشركات أن تكفل صدق وسهولة الاتصالات مع عملائها، ومن ناحية تأثيراتها غير المباشرة عبر سلسلة القيمة وموائيق الشرف في تدبير الاحتياجات وبرامج بناء القدرات، وتستطيع الشركات مساعدة مورديها وموزعيها على تحسين أداء قوة العمل والحد من الضرر البيئي.

3-حشد التأييد المؤسسي وحوار السياسات والبناء المؤسسي: على الصعيد الداخلي تضع قيادات المسؤولية الاجتماعية للشركات الرؤية وتهيئ المناخ العام الذي يمكن العاملين من تحقيق التوازن المسؤول بين المتطلبات المتعارضة لزيادة الأرباح والمبادئ، أما على الصعيد الخارجي فإن كثيرا من رؤساء مجالس الإدارات وكبار المديرين يقودون مشاركة الأعمال في قضايا التنمية بمفهومها الأوسع ويؤيدون المبادرات الخاصة بالصناعة وغيرها من المبادرات.⁽¹⁾

5-الركائز الأساسية لنجاح المسؤولية الاجتماعية

- ضرورة إيمان المؤسسة بقضية المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع، وأن تكون هناك قناعة و يقين من قبل كل مسؤول فيها ابتداء من أصحاب المؤسسات، مروراً بمديريها التنفيذيين، وانتهاء بالموظفين حول أهمية هذا الدور، وأنه أمر واجب على كل مؤسسة تجاه المجتمع الذي تعيش فيه، وهو أمر ال تتفضل به المؤسسة على مجتمعها بل تقتخر به وتعتبره واجبا عليها.
- أن تقوم المؤسسة بتحديد رؤية واضحة نحو الدور الاجتماعي الذي تريد أن تتبناه والقضية الرئيسية التي ستهتم بالعمل على المساهمة في معالجتها والمبادرة التي ستقدمها للمجتمع بدال من الانتقاد والشكوى للسلبيات الموجودة.
- ان يصبح هذا النشاط جزءا رئيسيا من أنشطة المؤسسات يتم متابعته من قبل رئيس المؤسسة، كما يتم متابعة النشاط التجاري، وتوضع له المخططات المطلوب تحقيقها تماما كما توضع مخططات المبيعات وغيرها من الأنشطة التجارية.
- يجب على المؤسسة أن تخصص مسؤول متفرغا تفرغا كاملا لهذا النشاط، وتحدد له الأهداف والمخططات المطلوبة، ويرتبط مباشرة بالإدارة العليا ويمنح الصلاحيات المطلوبة، ويرتبط مباشرة بالإدارة العليا ويمنح الصلاحيات المطلوبة، وأن يكون له دور رئيسي وفاعل على مستوى المؤسسة.

1-صالح السحيباني، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية، مرجع سابق، ص.8/9

- الحرص على عدم الإعلان عن البرامج الاجتماعية إلا بعد انطلاقتها، فكثير من البرامج الاجتماعية التي يعلن عنها ال يكتب لها الاستمرار لعدم قدرة المسؤولين عنها على تنفيذها طبقا لما تم الإعلان عنه وهذا قد يساهم في المستقبل في توقف البرنامج.
- إجراء مراجعة بيئية آثار مخرجات المؤسسة مع تبني السياسات اللازمة للتعامل مع الهدر والنواتج العرضية وترشيد الاستهلاك لمصادر الطاقة وكل ما يتعلق بالاستخدام الآمن، لمنتجات المؤسسة المعنية.⁽¹⁾

6- أهمية واهداف المسؤولية الاجتماعية

6-1 أهمية المسؤولية الاجتماعية:

- تشير الكتابات القليلة المتاحة في هذا الشأن الى ان المسؤولية الاجتماعية التي تقع على عاتق المنظمات تجاه المجتمع لها أهمية كبيرة في المساهمة في تحقيق الاتي:
- 1-زيادة التكافل الاجتماعي والانتماء الى المجتمع.
 - 2-تحقيق الاستقرار الاجتماعي للمجتمع.
 - 3-تحسين نوعية الحياة بالمجتمع.
 - 4-زيادة الوعي بأهمية الاندماج بين منظمات المجتمع.
 - 5-زيادة ترابط المجتمع وازدهاره.
 - 6-بناء سمعة طيبة للمنظمة التي تقوم بدورها الاجتماعي تجاه المجتمع.
 - 7-إيجاد بيئة اجتماعية أفضل تعود بالنفع المباشر على المنظمة في الاجل الطويل.
 - 8-تجنب المزيد من التشريعات الحكومية المقيدة لشركات القطاع الخاص.⁽²⁾
- ويمكن أيضا ابراز أهمية المسؤولية الاجتماعية بالنسبة لثالث مستويات وهي:
- أولاً: بالنسبة للمؤسسة:**

- المردود المادي والأداء المتطور والقبول الاجتماعي مع المجتمع وغيرها. زيادة الفوائد الاستثمارية والأرباح.
- استقطاب العمالة المميزة والاحتفاظ بها، زيادة إنتاجية العاملين وكسب رضاهم وتحقيق ولائهم. وتشكيل صورة ذهنية إيجابية عامة لدى أكبر عدد ممكن من العملاء وضمان ولائهم للمؤسسة وتحسين علاقات المؤسسة مع عناصر البيئة الخارجية.⁽³⁾

ثانياً: بالنسبة للمجتمع: الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع

1-هاجر عزوزي، مريم بطاش، دور المسؤولية الاجتماعية في تعظيم الميزة التنافسية، مرجع سابق، ص.32/33.
 2-مدحت محمد أبو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات المواصفات ال قياسية iso26000، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، 2015، ص.42.
 3-سميرة لغويل، نوال زمالي، المسؤولية الاجتماعية: المفهوم، البعاد، المعايير، مرجع سابق، ص.304.

من العدالة وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص وهو جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة؛ وزيادة الوعي بأهمية الاندماج التام بين المؤسسات ومختلف الفئات ذات المصالح؛ مع الارتقاء بالتنمية انطلاقاً من زيادة تثقيف والوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد وهذا يساهم بالاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية. كما أنها تساهم في توفير المواد من سلع وخدمات مما يؤدي إلى إشباع حاجات ورغبات الأفراد من جهة وتحفيز التنمية الاقتصادية من جهة أخرى.

ثالثاً: بالنسبة للدولة: الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في أداء مهامها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية؛ كما يؤدي الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيح فدي تحمل التكاليف الاجتماعية؛ إضافة إلى المساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها التي تجدد الدولة الحديثة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها جميعها.

مما سبق تتضح أهمية تبني المسؤولية الاجتماعية من قبل المؤسسات على المجتمع بشكل عام، إلا أن من المهم للمؤسسات أن تعلم أن تبنيها للمسؤولية الاجتماعية ليست تكلفة ضائعة، بل هي تكلفة تعود عليها بكثير من المنافع، لعل أهمها هي اكساب المؤسسة 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 المؤسسات.⁽¹⁾

6-2 أهداف المسؤولية الاجتماعية

تباينت أهداف الشركات سواء كانت خاصة أو عامة نحو تبنيها للمسؤولية الاجتماعية حيث ينظر لها البعض على أنها استثمار يعود على الشركة بتعزيز قدرتها التنافسية وفي حين ينظر لها البعض على أنها تكلفة اجتماعية واجب تمليه الدوافع الإنسانية والاجتماعية والدينية. وتختلف أهداف برامج المسؤولية الاجتماعية سواء من وجهة نظر الشركات، أو من وجهة نظر المجتمع الذي تعمل به هذه الشركات، ويمكن تحديد هذه الأهداف كما يلي:

1- من وجهة نظر الشركات:

- اكتساب ثقة الجمهور ورضا المستهلكين بما يساعد في خدمة الأهداف الاقتصادية للشركات.
- رعاية شؤون العاملين وتحقيق الرفاهية الاجتماعية والاستقرار النفسي لهم.

1- زينب حفار الساس، مريم عزوزي، أثر المسؤولية الاجتماعية في تحسين صورة المؤسسة، مرجع سابق، ص15.

- السمعة الحسنة للشركات.

2- من وجهة نظر المجتمع:

- تحقيق التماسك: والذي يعني زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع بما فيه المؤسسات.

- تحقيق الرفاه: من خلال تحسين مستوى الحياة المعيشية للأفراد.

- مبدأ التشاركية: بمساندة الدولة في تحقيق الأهداف التنموية.

- التمكين: من خلال تنمية المهارات لدى افراد المجتمع. (1)

7- معوقات تطبيق المسؤولية الاجتماعية

وتنقسم الى:

7-1 المعوقات الإدارية:

1- عدم وجود اتصال فعال من قبل الإدارات مع الجمهور.

2- عدم احتواء بعض من الشركات على إدارة العلاقات العامة.

3- نقص الخبرة لدى الذين يشغلون إدارات واقسام الشركات فيما يتعلق بالأمور

الاجتماعية والأخلاقية.

4- ضعف الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية الذي هو في الواقع مرتبط

بفلسفة الإدارة العليا تجاه المجتمع والبيئة المحيطة وضعف الاهتمام ببرامج

المسؤولية الاجتماعية والعقلانية.

5- اهمال الإدارات العليا في عملية اشتراك المستويات الإدارية الأخرى في عملية

اتخاذ القرارات الاستراتيجية المتعلقة بموضوع المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية.

7-2 معوقات القانونية:

1- عدم وجود صياغة سياسية اجتماعية أخلاقية التي هي وظيفة من وظائف التخطيط الاستراتيجي.

2- الالتزام بنشاطات محددة تنص عليها القوانين والأنظمة.

3- عدم وضع دستور اجتماعي أخلاقي في الشركات التي يتم تطبيقه في كبرى الشركات في العالم.

4- عدم احترام التشريعات والقوانين عند بعض من الشركات فيما يخص حماية البيئة والعمل والضرائب

والجمارك. (2)

7-3 معوقات مالية

1-سمية عبد اللوي، نور الهدى بوشالغيم، المسؤولية الاجتماعية والبيئية للمؤسسة الاقتصادية-دراسة حالة مؤسسة الاجر الاحمر-برج صباط- قالمة، -مذكرة تخرج مقدمة الاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية تخصص: اقتصاد وتسيير المؤسسات، جامعة8ماي1945 قالمة، سنة 2017/2018 ص 10.

2-حياة حاج قويدر، خديجة بن قومار، أهمية العلاقات العامة في إرساء مفهوم المسؤولية الاجتماعية-دراسة حالة مديرية النشاط الاجتماعي والتضامن لولاية غرداية، -مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: اتصال وعلاقات عامة، جامعة غرداية، سنة،2019/2020 ص47.

- 1- صعوبة الجمع بين العمل المربح وعمل الشركة المتجاوبة اجتماعيا وأخلاقيا.
- 2- نقص الموارد المالية التي تحول دون الاسهام في نشاطات المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية.
- 3- هدف بعض من الشركات هو تعظيم الأرباح فقط.
- 4- الاعتقاد بأن الاهتمام بموضوع المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية يؤدي الى خفض أرباح الشركة واضعافا في المنافسة الدولية.
- 5- عدم وجود موظفين مؤهلين بقدر كاف للقيام بمساهمة تنزيل برامج المسؤولية الاجتماعية على ارض الواقع نظرا لنقص المعلومات لديهم بهذا الخصوص.
- 6- الهشاشة المالية الهيكلية والبشرية للشركات⁽¹⁾

1- حياة حاج قويدر، خديجة بن قומר، أهمية العلاقات العامة في إرساء مفهوم المسؤولية الاجتماعية، مرجع سابق، ص.48



الفصل الثالث:

التحليل الكمي لبيانات الدراسة



تمهيد:

يتناول هذا الفصل الإجراءات الميدانية للدراسة حيث تعد مرحلة تحليل البيانات وتفسير النتائج من أهم المراحل في منهجية البحث العلمي، وخلال هذا الفصل سيتم التطرق إلى عملية تفريغ البيانات وتحليلها بالإضافة إلى عرض نتائج الدراسة في ضوء تساؤلات الفرعية والنتائج العامة.

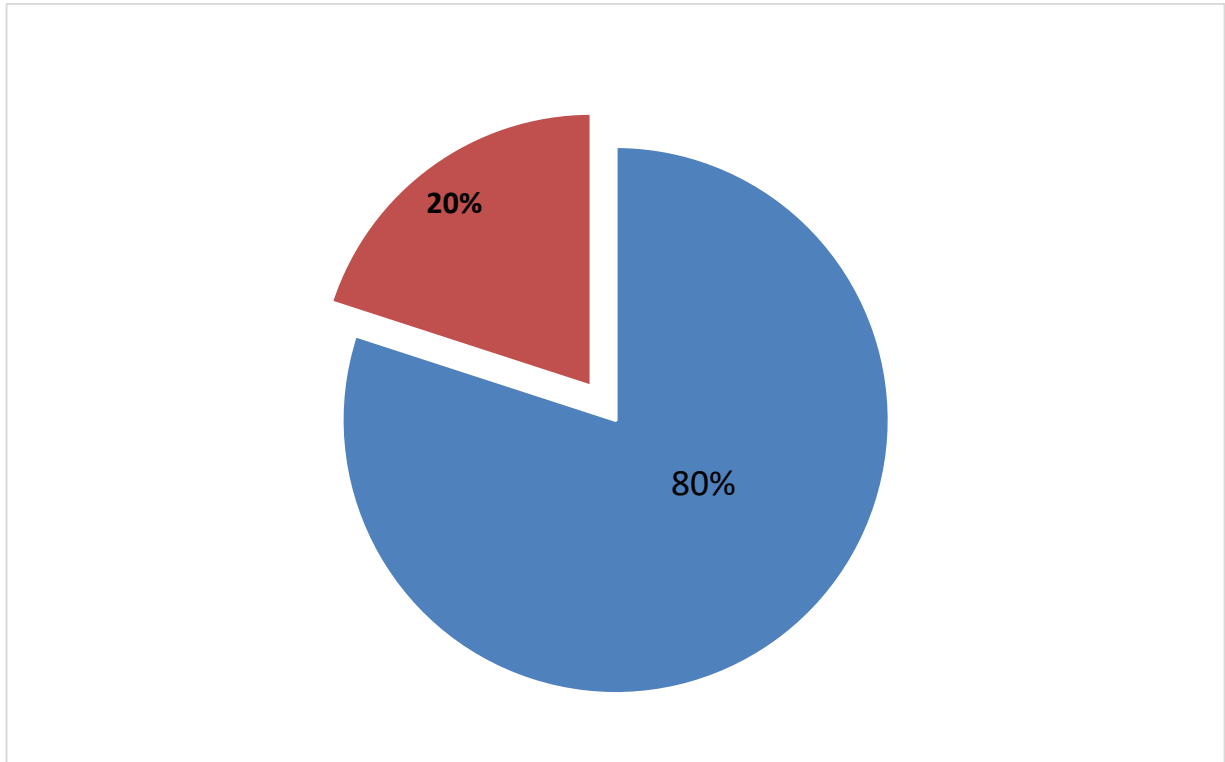
1) بطاقة فنية عن مؤسسة سونلغاز بقالة محل الدراسة:

هي مؤسسة مساهمة تابعة للشركة تسيير وتوزيع الكهرباء والغاز للشرق، ومديريتها العامة متواجدة بولاية قسنطينة. أنشأت سنة 1979 مقرها شارع مرزوق حسين تأسست برأسمال قدره مليار دينار جزائري، وتعمل على تغطية كل قطاع الولاية عن طريق توزيع الكهرباء والغاز، وهي ذات طابع تجاري تهدف إلى تحقيق الربح وذات أسهم تعود ملكيتها للدولة. وتحتوي المديرية على 6 وكالات تجارية موزعة حسب الكثافة السكانية لكل من دوائر وبلديات ولاية قالمة، وتعمل هذه الوكالات على تسهيل للمواطنين بتسديد فواتير الكهرباء والغاز واستلام طلبات الاستفادة من خدماتها.

2) التحليل الكمي لبيانات الدراسة

* محور البيانات الشخصية:

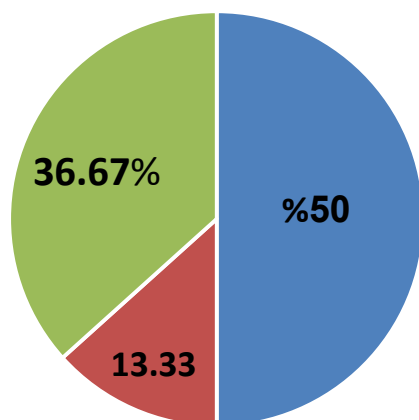
الشكل 1: جدول يبين توزيع افراد العينة حسب الجنس



من خلال قراءة بيانات الدائرة الخاصة بفئة جنس للمبحوثين نلاحظ بأن الذكور هي الأعلى والتي قدرت نسبتها 80% تليها فئة الاناث بنسبة 20% وهو ما يعكس طبيعة الأنشطة التي تتطلب غالبا مجهودا ميدانيا وتقنيا ما يبرز تواجد أكبر للذكور، ومن خلال الزيارات المتكررة للمؤسسة تبين أن الذكور يشغلون في الغالب مناصب مرتبطة بالأعمال التقنية كالصيانة والمراتب وخدمات التدخل الميداني. في المقابل تواجد الإناث بشكل أوضح في الإدارات والمصالح المكتبية، ومن هنا يمكن الاستنتاج أن ارتفاع نسبة الذكور في مؤسسة سونلغاز مرتبط بدرجة كبيرة بطبيعة النشاط الطاقوي الخدماتي الذي تتولاه المؤسسة.

الشكل 2: دائرة تبين توزيع المفردات حسب العمر

- أقل من 30 سنة
- بين من 30 و 40 سنة
- فوق 40 سنة



من خلال الدائرة النسبية الموجودة في الأعلى يتبين لنا أن أكثر العمال الذين تتراوح أعمارهم فوق 40 سنة بنسبة 50% يليها العمال الذين تتراوح أعمارهم ما بين 30 و 40 سنة بنسبة 36,67%، ثم تليها الفئة الأخيرة التي تشمل أقل من 30 سنة والتي تكون نسبتها 13,33% وتفسر هذه النتائج بأن النسبة الأعلى للعمال الذين تتراوح أعمارهم فوق 40 سنة هو ما يبين مدى خبرتهم الطويلة في القطاع واعتماد المؤسسة على هذه الكفاءات المهنية من أجل سير العمل باحترافية وهذا ما يعزز على ثقة المؤسسة في قدراتهم بالإضافة إلى هذه الكفاءات تعمل المؤسسة على تشجيع مختلف فئات الشباب في الاندماج في هذا القطاع

وتكوينهم على فترات معينة لاكتساب الخبرة من زملائهم من أجل التحلي بروح الانتماء و الالتزام في مهمتهم.

الجدول 3: جدول توزيع حسب المستوى التعليمي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
ابتدائي	/	0%
متوسط	/	0%
ثانوي	5	16,67%
جامعي	22	73,33%
دراسات عليا	3	10 %
المجموع	30	100%

تشير المعطيات الموجودة في الجدول أعلاه إلى وجود تباين واضح في مستويات التحصيل العلمي لدى موظفي مؤسسة سونلغاز إذ نلاحظ الغالبية العظمى من أفراد العينة المدروسة هم من فئة التعليم الجامعي التي تقدر بأعلى نسبة 73,33% تليها نسبة الثانوي التي تقدر بـ 16,67% وأخيرا الدراسات العليا بنسبة 10%.

وعليه نستنتج بأن المؤسسة تعتمد أكثر على الكفاءات ذات المؤهلات الجامعية الأكاديمية التي تتماشى مع متطلبات العمل التقنية والهندسية بشكل كبير أما الحاصلين على شهادة التعليم الثانوي هي نسبة مرتبطة ببعض الوظائف ذات الطابع الإداري وشبه تقني، أما فيما يخص فئة الدراسات العليا هي شبه قليلة قد تشير إلى محدودية المناصب الإدارية العليا أو ربما تفضل هذه المؤسسة الخبرة الميدانية على التكوين الأكاديمي في بعض الأقسام، أما المستوى التعليمي الابتدائي والمتوسط فنجد غياب تام في هذه الدراسة لأن تسيير في إدارة المؤسسة يتطلب بعض الشروط للتوظيف فيها.

الجدول 4: سنوات العمل في مؤسسة سونلغاز

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
من 1 إلى 6 سنوات	02	6,67 %
من 6 إلى 12	06	20 %
أكثر من 12 سنة	22	77,33 %
المجموع	30	100 %

من خلال الجدول رقم (4) يبين أن أعلى نسبة في مجال العمل تتراوح حوالي 77,33 % وهي راجعة لذوي الخبرة المهنية التي تفوق أكثر من 12 سنة عمل في الميدان، تليها فئة ما بين 6 إلى 12 سنة والتي تقدر بنسبة 20 % وأخيرا أصغر نسبة وجهت لفئة التي تتراوح ما بين 1 إلى 6 سنوات ونسبتها 6,67 %.

وعليه نستنتج بأن المؤسسة تهتم أكثر بعمالها خاصة ذوات الخبرة والذين معظمهم يشغلون مناصب متعددة فيها وذلك من خلال تحفيزهم وتشجيعهم بإعطاء المكافآت وغيرها لأن الغرض من هذه المؤسسة بأنها اقتصادية تسعى إلى الربح لهذا اهتمامها بالخبرة أكثر شيء يهمها.

المحور 1: الرعاية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية سونلغاز

الجدول 5: أهم أنشطة الرعاية الاجتماعية التي تنفذها مؤسسة سونلغاز

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
موائد الإفطار في رمضان	30	53,57 %
دعم المشاريع الثقافية	7	12,5 %
توفير خدمات صحية للمجتمع	3	5,36 %
دعم المشاريع الرياضية	16	28,57 %
المجموع	56	100 %

من خلال الجدول الخاص بأهم أنشطة الرعاية التي تتولاها المؤسسة في خدمة مجتمعها المحلي يتبين لنا أن أكبر نسبة تقوم بها المؤسسة هي المساعدة في دعم موائد الإفطار في رمضان والتي تجاوزت أعلى نسبة والتي قدرت بـ 53,57 % في حين نجد دعم المشاريع الرياضية يحتل المرتبة الثانية المقدرة نسبته 28,57 % كما نجد دعمها للمشاريع الثقافية يحتل المرتبة الثالثة بنسبة 12,5 % وفي الأخير نجد توفير

الخدمات الصحية للمجتمع بنسبة 5,36%.

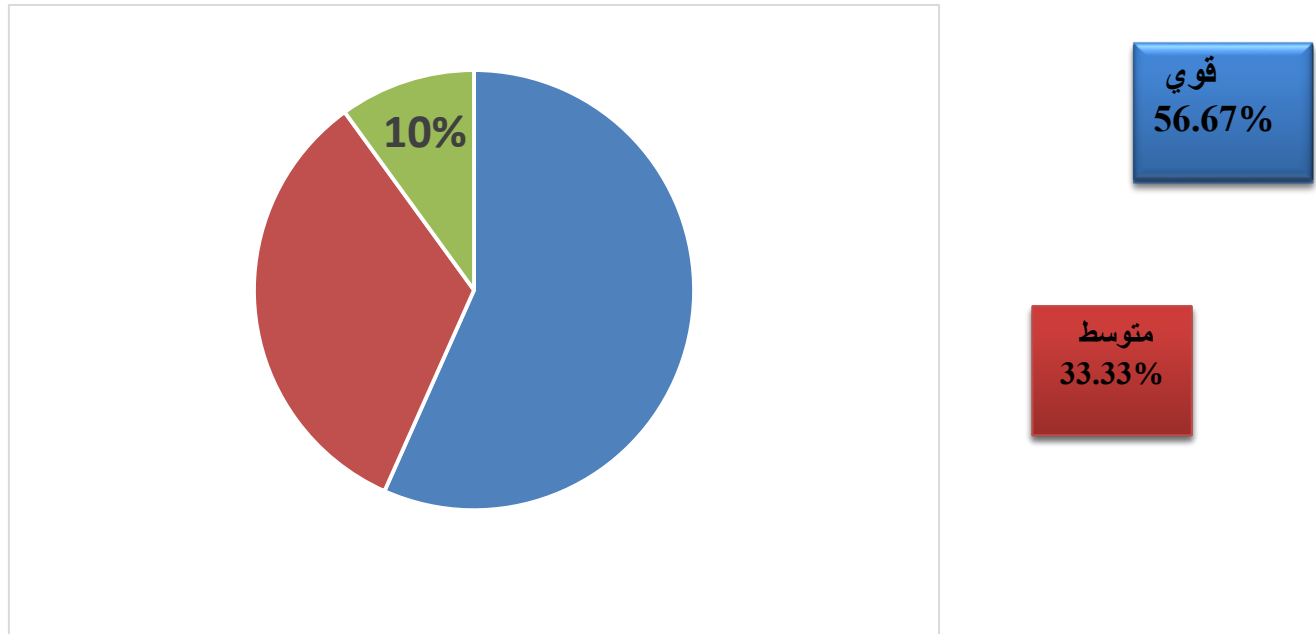
ونستنتج من خلال النسب السابقة بأن المؤسسة تهتم بالمجتمع المحيط بها من أجل خلق صورة إيجابية عنها وذلك بالمساهمة في المناسبات الدينية من خلال موائد الإفطار في الأماكن العامة وذلك من أجل تقوية وغرس قيم التضامن والتآزر بين أفراد مجتمعها. انظر (الملحق رقم 02) بالإضافة إلى حضورها لبعض النشاطات الرياضية والثقافية كضيف شرف إنما يدل على اهتمامها ودعمها لهذه التظاهرات سعياً منها الاندماج في محيطها. ومن بين الخدمات أيضاً التي تقوم بها المؤسسة هو التقديم المحتشم لرعاية بعض الخدمات الصحية لزملائها، وعليه تحرص المؤسسة دائماً أن يكون اسمها حاضر في بعض المناسبات.

الجدول 6: وجود القوانين أو تشريعات تفرض على مؤسسة سونلغاز بتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	30	100%
لا	/	0%
المجموع	30	100%

تكشف الأرقام الواردة في الجدول بأن أكبر نسبة قدرت بـ 100% وذلك بإجماع المبحوثين على الموافقة بنعم بوجود إطار قانوني وتشريعي يلزم المؤسسة بتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية وهذه النتيجة تعمل دلالة هامة على وعي المؤسسة وإدارتها بوجود هذه الالتزامات ليس منها الربحي فقط بل تشمل البعد الاجتماعي الذي يساهم في تعزيز العلاقة بين موظفيها من خلال تحسين بيئة العمل وزيادة الشعور بالانتماء كما تساهم في دعم المجتمع المحلي غير المساهمة في التنمية من أجل تقليص الفوارق الاجتماعية وتعزيز الاستقرار ومن ثم فإن البعد الاجتماعي في المسؤولية الاجتماعية يعد وسيلة لتعزيز التكامل الاقتصادي والاجتماعي في نشاط المؤسسة.

الشكل 7: تقييم درجة التفاعل بين المؤسسة والمجتمع المحلي في مجال الرعاية الاجتماعية



نلاحظ من خلال الدائرة النسبية بأن درجة تقييم تفاعل بين المؤسسة ومجتمعها المحلي في مجال الرعاية قد قدرت بأعلى نسبة من ناحية التفاعل القوي والمتمثلة بـ 56,67%، تليها النسبة الثانية تعود للتفاعل المتوسط الذي قدر بـ 33,33% أم بالنسبة للتفاعل الضعيف فهو آخر نسبة والتي قدرت بـ 10%.

وعليه نستنتج بأن النتائج المتحصل عليها من ناحية التفاعل القوي يدل على مدى رضا المواطن على خدمات هذه المؤسسة كذلك راجع الى الأهمية والأولوية التي تسعى إليها من أجل تقديم أفضل المساعدات لزملائها وكافة المجتمع المحيط بها من دوائر وبلديات وقرى وغيرها من خلال الخدمات التي تقدمها، فإتباع المواطن على تفاعل مع المبادرات الاجتماعية التي تقدمها المؤسسة يدل على الوعي المتزايد بأهمية الدور الاجتماعي سعيًا منها إلى تعزيز الروابط وهذا التفاعل القوي يدل على نجاح المؤسسة في بناء صورة إيجابية لدى المواطنين من خلال مساهمتها الفعلية في تحسين واقعهم المعيشي عبر برامج التنمية.

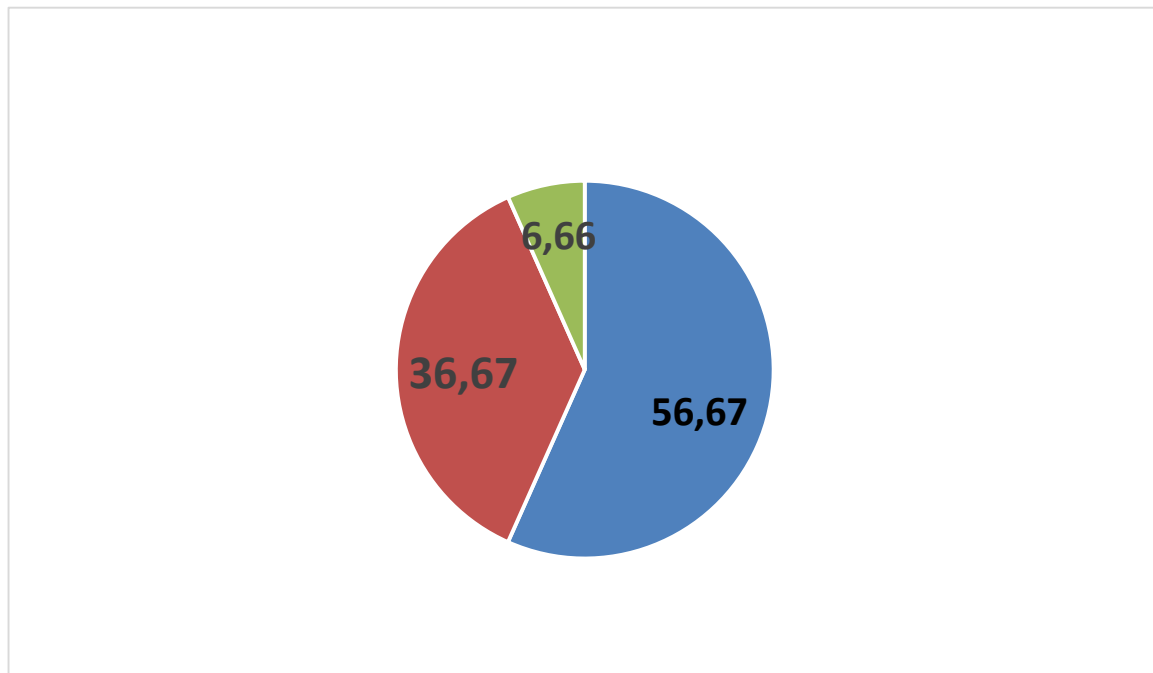
الجدول 8: أهم التحديات التي تواجه مؤسسة سونلغاز في تنفيذ المسؤولية الاجتماعية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
ضعف التمويل	25	50 %
غياب الوعي الكافي	14	28%
ضعف ثقافة الاتصال	11	22%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول الذي يمثل أهم التحديات التي تواجه المؤسسة أن أكبر نسبة وجهت لضعف التمويل والتي قدرت بـ 50% تليها غياب الوعي الكافي المقدر نسبته بـ 28% أما النسبة الأخيرة المقدرة بـ 22% تعود إلى ضعف ثقافة الاتصال.

وعليه نستنتج بأن أكبر تحدي يعترض المؤسسة هو ضعف التمويل في تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية إذ أن هناك برامج تتطلب ميزانية مخصصة ومستدامة لضمان الفعالية والاستمرارية، لأن من مهام الأولوية للمؤسسة هو البنية التحتية والخدمات أكثر من الأنشطة الاجتماعية. كما يعد غياب الوعي الكافي داخل المؤسسة بشأن أهمية المسؤولية الاجتماعية عاملاً مؤثراً في ضعف تبني هذه المبادئ إلى جانب ذلك يساهم ضعف الثقافة الاتصالية في تقليل التفاعل مما يضعف المؤسسة في تفعيل دورها الاجتماعي بشكل فعال.

الشكل 9: مدى تأثير المسؤولية الاجتماعية على سمعة مؤسسة سونلغاز



نلاحظ من خلال الدائرة النسبية المتمثلة في مدى تأثير المسؤولية الاجتماعية على سمعة المؤسسة أن أكبر نسبة وجهت للمبحوثين الذين أجابوا بتأثير قوي إذ قدرت بـ 56,67% وتليها تأثير متوسط و قدرت نسبتها بـ 36,67 % أما النسبة المتبقية كانت للذين يرونها بأن لها تأثير ضعيف والتي قدرت بـ 6,66%.

وعليه نستنتج بأنه وجود تفاوت بين المبحوثين حول تأثير المسؤولية الاجتماعية على سمعة المؤسسة حيث نلاحظ بأنه كلما كان اهتمام المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية ودمجها ضمن استراتيجياتها كلما حظيت بسمعة أقوى وثقة أكبر من الجمهور في المقابل يرى مبحوثين ذات تأثير المتوسط بأن هناك عوامل أخرى تؤدي إلى تحسين السمعة لا يقتصر على المسؤولية الاجتماعية فقط. من جهة أخرى نرى بأن صنف تأثير الضعيف قد يرجع إلى نقص الوعي لدى الجمهور بمبادرات المسؤولية الاجتماعية.

الجدول 10: مدى الرضى عن مبادرات المؤسسة سونلغاز في مجال المسؤولية الاجتماعية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
راضي جدا	9	30 %
راضي الى حد ما	16	53,33 %
غير راضي	5	16,67 %
المجموع	30	100 %

نلاحظ من خلال الجدول بأن أعلى نسبة في مدى الرضى عن مبادرات مؤسسة في مجال مسؤولية الاجتماعية ترجع إلى احتمال راضي إلى حد ما والتي قدرت بـ 53,33% أما النسبة الثانية رجعت إلى راضي جدا والمقدرة بـ 30% وفي الأخير نجد غير راضي والمقدرة نسبتها حوالي 16.67%.

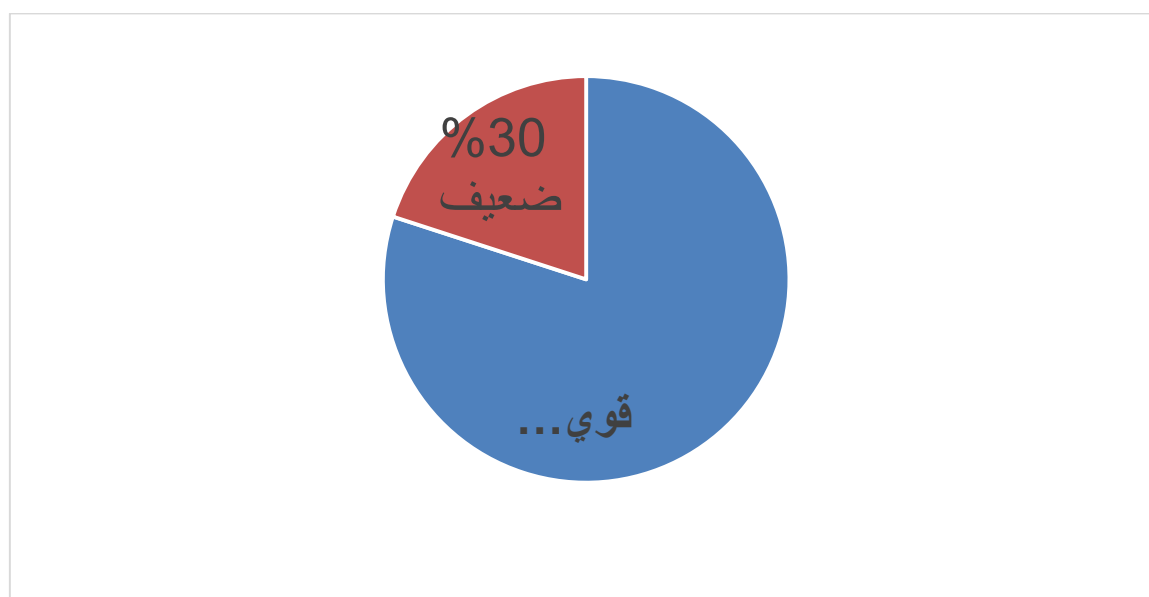
يتبين من خلال هذه النتائج بأن هناك تفاوت في النسب وهذا يدل على وجود جهود ملموسة في مجال تطبيق المسؤولية الاجتماعية. وإن ارتفاع نسبة رضا إلى حد ما قد يفسر إلى بعض التحديات في تنفيذ هذه البرامج كما نجد بأن فئة راضي جدا يدل على وجود بعض النماذج الناجحة، خاصة على مستوى الداخلي مثل دورات التكوينية للعمال من أجل الترقية كذلك تشجيع المرأة على مجهوداتها من خلال دعمها في عيدها العالمي مثل تقديم الهدايا المالية او رمزيه ،أما انخفاض نسبة غير راضي فتعد مؤشر نسبي لكنه لا ينفي الحاجة الماسة إلى مراجعة حول أسباب التي جعلت المبحوثين غير راضي عن هذه المبادرات التي تقوم بها المؤسسة.

الجدول 11: قيام مؤسسة سونلغاز بالتعاون مع منظمات غير حكومية في تنفيذ برامج رعاية الاجتماعية كالجمعيات وغيرها.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	30	100%
لا	/	0%
المجموع	30	100%

يتضح لنا من خلال الجدول الذي يمثل تعاون مؤسسة سونلغاز في تنفيذ برامج رعاية مع جهات غير حكومية حيث نجد إجابة المبحوثين بنعم والتي قدرت نسبتها 100% وهذا يدل على اجماع كامل حول وجود تعاون بين المؤسسة وجهات أخرى وهذه النتيجة تحمل دلالة على المستجيبين بدور المؤسسة في الانخراط مع المجتمع المدني وهذا التعاون لا يقتصر على الدعم المادي بل يمتد إلى تعزيز قيم المشاركة في المجتمع وتساهم بذلك في تحسين صورتها وخلق جسور الثقة وهو ما يعد عاملا مهما في نجاح أعمالها على المدى الطويل.

الشكل 12: تأثير الرعاية من خلال ممارستها الاجتماعية لمؤسسة سونلغاز على تحفيز الموظفين وولائهم.



توضح هذه الدائرة النسبية تأثير الرعاية من خلال ممارستها الاجتماعية لمؤسسة سونلغاز على تحفيز الموظفين وولائهم ولهذا نجد أن أغلب المبحوثين أجابوا بنعم والتي قدرت نسبتها بـ 70% وهذا ما يشير إلى وجود علاقة إيجابية بين الممارسة الاجتماعية التي تتبناها المؤسسة ومستوى تحفيز والولاء الوظيفي لدى الموظفين من جهة أخرى. كما أن نسبة الذين أجابوا بـ لا تقدر بـ 30 % وهي شريحة أقل وهذا راجع ربما إلى تفاوت في درجة استفادة الموظفين من تلك المبادرات والأمر الذي يتطلب ضرورة تقييم مدى شمولية وفعالية برامج الرعاية الاجتماعية وضمان وصولها لكافة الفئات داخل المؤسسة.

الجدول 13: تحسين الرعاية الاجتماعية المقدمة من قبل مؤسسة سونلغاز.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
توفير بيئة ومناخ مناسب	3	27,28 %
توسيع الدعم الاجتماعي	4	36,36 %
تقريب المؤسسة من المواطن	4	36,36 %
المجموع	11	100 %

في تحليل البيانات، اعتمدنا على تحليل العبارات المتكررة والمشاركة في إجابات العينة (30 مفردة)، حيث بلغ عدد الذين أجابوا فعليا 11 مفردة فقط، وتم تصنيف العبارات وفقا لتشابهها ودلالاتها، دون الاعتماد على الاحتمالات او المعالجة الإحصائية، بل على مضمون العبارات وتحليل محتواها.

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه بأن تحسين الرعاية الاجتماعية من المقدمة من قبل المؤسسة يوضح أن المشاركين الذين أجابوا على السؤال المفتوح 11 من أصل 30 قد أظهرت أن أعلى نسبة تمحورت حول توسيع الدعم الاجتماعي وتقريب المؤسسة من المواطن بنسبة قدرت بـ 36.36% لكل منهما. وفي الأخير نجد نسبة 27,28% من المجيبين الذين عبروا عن أهمية توفير بيئة مناسبة.

وعليه نستنتج بأن تحسين الرعاية الاجتماعية في نظر المجيبين هو تركيز على الجوانب الخارجية بحيث تكون المؤسسة أكثر قربا وارتباطا باحتياجات المواطن سواء عبر دعم الاجتماعي أو التواصل المباشر.

المحور 02: الرعاية البيئية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية سونلغاز.

الجدول 14: طبيعة نشاط مؤسسة سونلغاز وتأثيرها البيئي على المدى الطويل.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	30	100%
لا	/	0%
المجموع	30	100%

من خلال الجدول الذي يوضح طبيعة نشاط مؤسسة سونلغاز وتأثيرها البيئي على المدى الطويل فقد اتفق جميع المبحوثين على الإجابة بنعم وقدرت نسبتها بـ 30% وهذا راجع في اعتقادهم بأنه حتى ولم تكن هناك محطات توليد الكهرباء و الغاز مباشرة داخل الولاية إلا أنه قد يؤدي إلى ظهور انبعاثات ثانوية ناتجة عن تسربا لغاز نتيجة الأنابيب القديمة .كذلك عمليات الحفر و الربط بالشبكة قد يضر بالغطاء النباتي و التربة كذلك نشاط الصيانة والتشغيل الذي تنتج عنه مخلفات صناعية مثل زيوت العازلة وبقايا مواد كيميائية وقطع الغيار التالفة ولهذا فإن نشاط المؤسسة رغم أهميته في توفير الطاقة إلا أنه يحمل تأثيرات على البيئة مستقبلا.

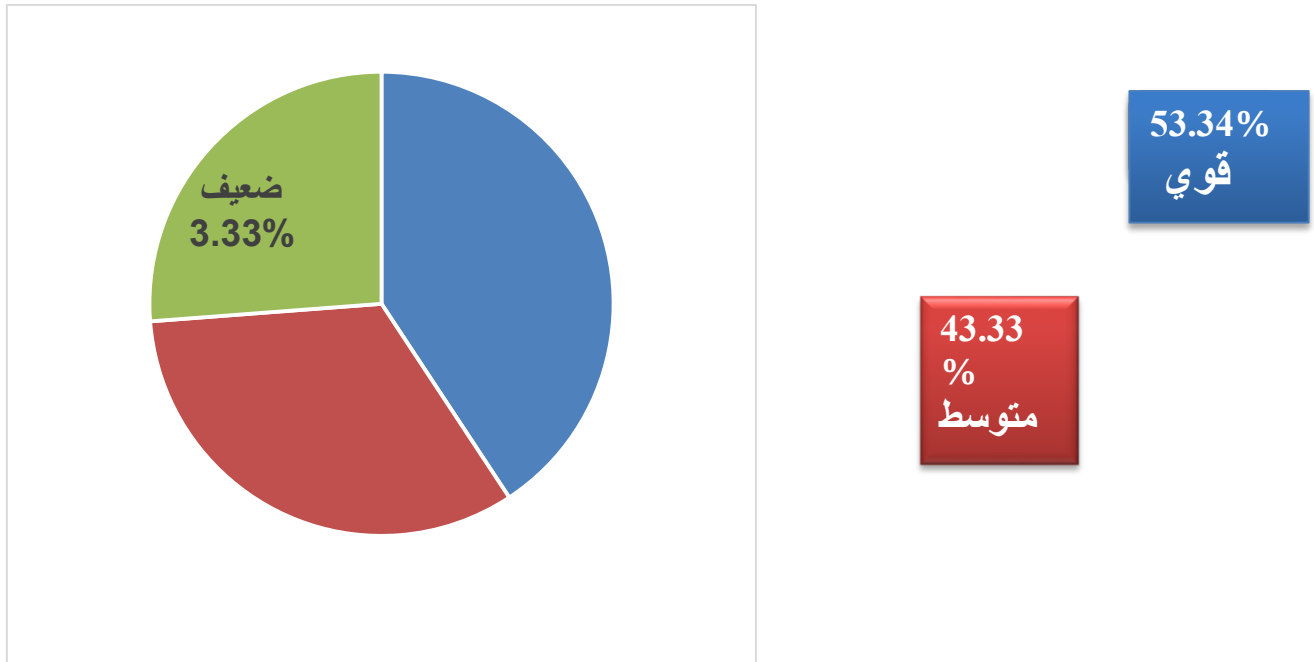
الجدول 15: أبرز المبادرات البيئية التي تقوم بها المؤسسة سونلغاز في إطار ممارستها لرعاية البيئة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
تحليل اشاعات الكربونية	/	00%
استخدام الطاقة المتجددة	30	37,5 %
برامج إعادة التقدير	30	37,5 %
حملات توعية بيئية	20	25%
المجموع	80	100 %

تبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن أبرز المبادرات البيئية التي تقوم بها المؤسسة في إطار ممارستها لرعاية البيئة ترجع إلى أعلى نسبة لكل من استخدام الطاقة المتجددة وبرامج إعادة التقدير والتي قدرت كل منها بـ 37,5 % تليها حملات توعية البيئية ونسبة تقدر بـ 25% وفي الأخير كانت نسبة تحليل اشاعات الكربونية.

ونستنتج من خلال نتائج المتحصل عليها أن المؤسسة تعتمد على مجموعة من الممارسات الرعاية البيئية فلها جهود مستمرة تقوم بها كصيانة الشبكات وتحسين كفاءة توزيع الكهرباء مثل تجديد الكوابل والمحولات الذي يقلل من ضياع أثناء التنقل. كما نجد مؤسسة تهتم بالطاقة المتجددة مثل الطاقة الشمسية كإضاءة الطرقات وغيرها بالإضافة إلى ذلك تسمى مؤسسة بتنوير المجتمع المحلي من خلال حملات تحسيسية وتوعوية في مختلف الوسائل المحلية كالإذاعة وفي النشاطات الجماهيرية حول المحافظة على استهلاك الغاز والكهرباء وخطورته على البيئة كما تظهر المؤسسة التزامها بالخدمات البيئية من خلال حملات تشجير المساحات الغابية التي تعرضت للحرائق حيث تساهم في تحفيز المجتمع المحلي على المشاركة الفعالة في هذه المبادرات مما يعزز الوعي البيئي.

الشكل 16: برامج الرعاية البيئية التي تساهم في تحسين صورة مؤسسة سونلغاز



من خلال تحليل معطيات الدائرة النسبية يظهر بأن برامج الرعاية البيئية لها تأثير على صورة المؤسسة حيث نجد أن أعلى نسبة في ايجابية المبحوثين ترجع إلى نسبة القوى والتي قدرت بـ 53.34% تليها فئة متوسطة بـ 43.33% وفي الأخير ضعيف التي قدرت بـ 3.33%.

وعليه نستنتج بأن معظم المبحوثين يرون أن درجة مساهمة الرعاية البيئية في تحسين صورة المؤسسة بأنها قوية وهذا يشير إلى وجود أفراد يتفاعلون بشكل كبير من خلال اطلاعهم على البرامج المقدمة من طرف المؤسسة و المتعلقة بالبيئة مما ساهم في بناء تصور إيجابي لديهم في مقابل وجود تحسين متوسط لأنها في نظرهم تلعب دورا جزئيا في تحسين الصورة لكنها ليست كافية لأنها لا تتميز بالاستمرارية مثل حملات التوعية قد تكون في فترات معينة فقط وليست دائمة وعليه تسعى المؤسسة من خلال برامجها المختلفة بأن تكون عضو فاعلا في مجال البيئي كخطوة تهدف إلى تحسين صورتها وتعزيز حضورها الايجابي في الرأي المحلي و العام.

الجدول 17: تلتزم مؤسسة سونلغاز بالتشريعات البيئية الوطنية والدولية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	30	100%
لا	/	0%
المجموع	30	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه التزام مؤسسة سونلغاز بالتشريعات البيئية الوطنية والدولية حيث اتفق جميع المبحوثين بأن المؤسسة تلتزم بهذه التشريعات إذا كانت الموافقة بنعم والتي قدرت نسبتها 100%. وعليه نستنتج بأن المؤسسة مثلها مثل باقي فروع الشركة في الجزائر تتمثل إلى القوانين المنصوصة عليها حول أهمية الحفاظ على البيئة و الحد من التلوث الناتج عن أنشطتها مثل قوانين الوطنية المتعلقة بالحماية في إطار التنمية المستدامة و القوانين الخاصة بتسيير النفايات و الانبعاثات الهوائية ومراقبة التلوث الصناعي كذلك تلتزم عند قيامها ببعض المشاريع بأن تقوم بإعداد دراسات التأثير على البيئة قبل التنفيذ أما التزامها بالقوانين الدولية فهي تحترم كل البنود التي وضعتها مختلف الوكالات و البرامج مثل الوكالة الوطنية للطاقة (IEA) وبرنامج الأمم المتحدة للبيئة (UNEP) وغيرها وبالتالي هذا النوع من الالتزام البيئي يحقق أهداف المؤسسة ويعمل على تحسين صورتها البيئية للجماهير الداخلية و الخارجية في مجتمعها.

الجدول 18: التحديات التي تؤثر على قدرة مؤسسة سونلغاز في تطبيق الرعاية من خلال الممارسة البيئية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
التكلفة العالية	30	60 %
نقص التقنيات الحديثة	18	36 %
نقص الوعي البيئي بين الموظفين	80	40 %
المجموع	50	100 %

يوضح لنا الجدول أعلاه الذي يمثل التحديات التي تؤثر على قدرة مؤسسة سونلغاز في تطبيق الرعاية من خلال الممارسة البيئية أن أكبر نسبة كانت بسبب التكلفة العالية إذ قدرت بـ 60% تليها نقص التقنيات الحديثة بنسبة 36% وأخيرا نقص الوعي البيئي بين الموظفين بنسبة 40%. يتبين من خلال النتائج المتحصل عليها أن المؤسسة تواجه تحديات كبيرة تعيق تطبيق ممارسة الرعاية

البيئية منها المالية التقنية والبشرية فمن الناحية الاقتصادية تمثل ارتفاع تكاليف المالية عقبة بالدرجة الأولى حيث تتطلب المشاريع البيئية ميزانية كبرى وهذا ما يشكل عبئاً على المؤسسة باعتبارها فرع من فروع المجمع. أما من ناحية التقنية فإن نقص المعدات الحديثة يضعف من قدرة المؤسسة على مراقبته الانبعاثات والتقليل من التلوث. أما بالنسبة لنقص الوعي البيئي بين الموظفين لم يكن تحدياً بارزاً مما يدل على أن معظم الموظفين يدركون بأهمية الممارسات البيئية وبالتالي لا يمثل عائق يواجه المؤسسة.

الجدول 19: قيام مؤسسة سونلغاز بتقويم تأثيراتها على الرعاية البيئية بشكل دوري.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	30	% 100
لا	/	% 00
المجموع	30	% 100

يوضح لنا الجدول على قيام مؤسسة بتقويم تأثيراتها على الرعاية البيئية بشكل دوري فقد أجمع كل المبحوثين على إجابة واحدة بنعم والتي قدرت نسبتها 100%.

وعليه نستنتج بأن المؤسسة تتبنى سياسة المراقبة الدورية لأثرها البيئي وتعمل بشكل مستمر كل عام على تصريح بهذه السياسة المتبعة التي تقوم بها في تقارير دورية تبرز مدى وعيها البيئي وهذا التوجه يعكس سعي المؤسسة إلى الحد من تأثيراتها السلبية على البيئة إذ تعتمد على تقارير دورية تعدها لجان مختصة تبرز من خلالها نوعية الأنشطة كما تقوم بتحليل الأثر البيئي الناتج من أعمالها. كما تستند هذه المؤسسة باعتبارها فرع تابع لمجمع الوطني إلى قوانين تجعلها ملزمة بإجراء تقييمات دورية وذلك من خلال تقييم بيئي قبل تنفيذ أي مشروع مثل شبكات توزيع الغاز وإنشاء محطات تحويل وهذه الدراسات تسمح بتحديد الأضرار واقتراح تدابير لتخفيف أو التعويض بالإضافة إلى ذلك تعمل المؤسسة بتنسيق دائم مع كل من مديرية البيئة ومديرية الطاقة لولاية قالمة من خلال عقد اختصاصات تقييمية انطلاقاً من هذه الممارسات يمكن التفسير بأن المؤسسة تهتم بشكل كبير بالبيئة.

الجدول 20: قيام المؤسسة سونلغاز بتقويم تأثيراتها على الرعاية البيئية بشكل مناسباتي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
تقويم في فصل الصيف عند ارتفاع استهلاك الكهرباء	30	100%
عند حدوث مشكلات بيئية مثل اختناق قطع الكهرباء	30	100%
تقويم في فصل الشتاء عند ارتفاع استهلاك الكهرباء	30	100%
المجموع	90	100%

نرى من خلال الجدول أعلاه أن مؤسسة سونلغاز تقوم بتقويم تأثيراتها على الرعاية البيئية بشكل مناسباتي وذلك من خلال اجابة المبحوثين هي كل الاحتمالات التي شملت نفس النتيجة والتي قدرت نسبتها ب 100%.

وعليه نستنتج بأن مؤسسة تقوم على التقييم بشكل تزامني لاثارها البيئية على المجتمع المحلي حيث تقوم برصد موسمي منتظم خاصة في فصل الصيف والشتاء بهدف متابعة تغيرات استهلاك الطاقة الكهرباء صيفا والغاز شتاء من خلال العدادات الذكية أو تقليدية مع تركيز على فترات التي تسجل فيها ذروة الاستهلاك وهنا مؤسسة تتدخل بإعادة توزيع أو قطع مبرمج لبعض مناطق لتقادي الانهيار، كذلك تعمل على تحديد النقاط التي تعرف ضغط كبير كالأعطاب تقنية والاختناق حيث يتم ارسال فرق تقنية إلى مناطق الحساسة لإجراء تقييم ميداني بهدف اجراء الصيانة. وفي الأخير بعد كل هذه الإجراءات تقوم بتقييم أدائها الميداني وذلك من أجل تعديل خططها المستقبلية.

الجدول 21: مشاركة مؤسسة سونلغاز في المبادرات البيئية أو البرامج الدولية الخاصة بالحفاظ على البيئة.

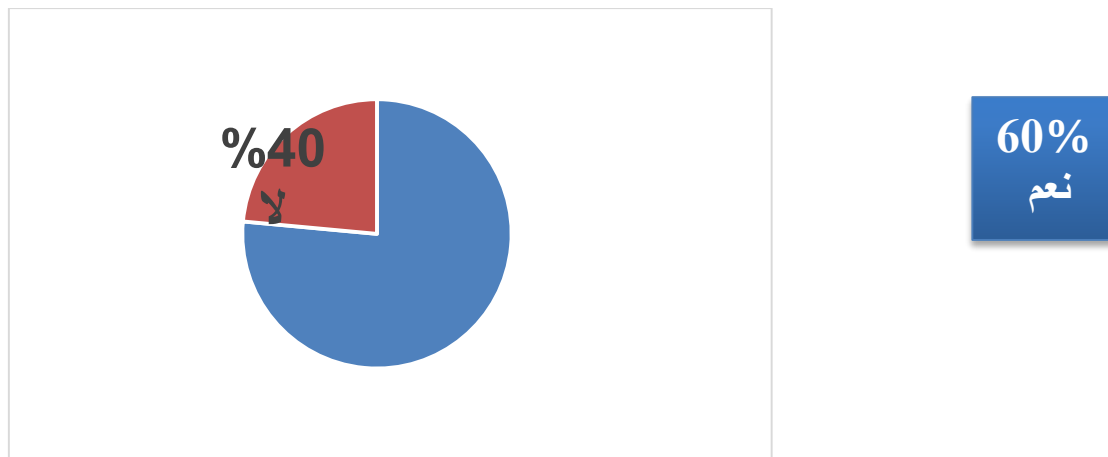
الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	30	100 %
لا	/	00 %
المجموع	30	100 %

تبين لنا من خلال الجدول مشاركة سونلغاز في المبادرات البيئية أو البرامج الدولية الخاصة بالحفاظ على البيئة بحيث نجد بأن جميع المبحوثين وافقوا بنعم بنسبة قدرت ب 100 %.

وعليه نستنتج بأن سونلغاز تواكب النشاطات التي تهدف إلى حماية البيئة والحفاظ على أمنها وسلامتها من خلال مساندة المشاريع مع مؤسسات الدولة والمنظمات المهتمة بقضايا النظام البيئي والمحيط وذلك من خلال استفسارنا في مقابلة أجريناها في المؤسسة حيث اتضح لنا بأن مؤسسة تهتم بقضايا البيئة من خلال حضورها في كثير من المعارض والمؤتمرات الوطنية ومن بين هذه المشاركات أولا المحلية فقد قامت بمبادرة تحسيسية وطنية ضد مخاطر سوء استعمال الغاز الطبيعي من بلدية بوعاتي محمود بولاية قالمة في 2024 بحضور المدير العام للمجمع السيد مراد عجال. انظر (الملحق رقم 03)، كذلك تم استدعاؤها لحضور فعاليات الصالون الدولي للطاقات المتجددة بوهراان وهي فرصة للتعرف على تقنيات الجديدة في مجال الطاقة النظيفة كذلك معرض الإنتاج الجزائري حيث يتيح المشاهد معرفة أهم المنتجات والخدمات سونلغاز المتعلقة بالسلامة المنزلية والطاقة المتجددة وغيرها من اللقاءات الوطنية أما الدولية فكانت المشاركة على

مستوى الإدارة العامة للمجتمع مثل منتدى الافريقي للطاقة ببرشلونة ومعرض ومؤتمر الطاقة بالعراق الدولي وغيرها. كما تجدر الإشارة الى مشاركته المؤسسة في فعاليات اليوم العالمي للحد من الكوارث الطبيعية كزلازل الفيضانات والمنظمة من طرف الحماية المدنية مما يعكس التزامها بدورها الاجتماعي والبيئي.

الشكل 22: الالتزام بالممارسات رعاية البيئة يمكن أن يؤدي إلى تحسين كفاءة مؤسسة سونلغاز.



توضح لنا الدائرة النسبية الالتزام بالممارسات الرعاية البيئية يمكن أن يؤدي إلى تحسين كفاءة مؤسسة سونلغاز بحيث نجد أن أكبر نسبة أجابوا بها المبحوثين بنعم والتي قدرت بـ 60% في مقابل الذين أجابوا بـ لا بـ 40%.

وعليه تدل هذه النسب على أن المؤسسة اليوم أصبحت تهتم بالمجال البيئي الذي يعود عليها بالفائدة خاصة عندما تعتمد على هذه الممارسة مثل تقنية الكفاءة في الاستهلاك الطاقة واستخدام تكنولوجيا نظيفة أو حديثة تقلل من الأعطاب وبالتالي يؤدي إلى انخفاض تكاليف تشغيل وتحسين الخدمة وزيادة عمر المعدات. أما الذين أجابوا بـ لا قد يرون بأن بعض الممارسات البيئية تتطلب استثمارات كبيرة وبالتالي ارتفاع التكاليف لا يعود بنتائج مباشرة أو سريعة خاصة في ظل الميزانية المحدودة للمؤسسة.

الجدول 23: المجالات التي يجب ان تطور فيها مؤسسة سونلغاز جهودها البيئية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
تقليل التلوث الصناعي	12	20 %
استخدام تكنولوجيا صديقة للبيئة	30	50%
زيادة الوعي البيئي لدى الموظفين والمواطنين	18	30 %
المجموع	60	100 %

من خلال الجدول يتضح لنا المجالات التي يجب أن تطور فيها مؤسسة سونلغاز جهودها البيئية بحيث نرى بأن أعلى نسبة أرجعت إلى استخدام تكنولوجيا صديقة للبيئة والتي قدرت نسبتها 50% تليها زيادة الوعي البيئي لدى الموظفين والمواطنين بنسبة 30% ثم تقليل من التلوث الصناعي الذي قدرت نسبته بـ 20%. تبين نتائج بأن أهم شيء يجب أن تطور فيها المؤسسة نفسها في المجال البيئي يرجع إلى ضرورة الاعتماد على الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تكون منخفضة التأثير على البيئة مما تساهم في تقليل من الانبعاثات الضارة إذ يبدأ هذا التطوير من خلال الوعي من داخل المؤسسة كجزء من ثقافة العمل وبالتالي ينعكس على أدائهم ومن ثم يمتد التأثير إلى المواطن الخارجي الذي يساهم بدوره في تعزيز سلوك البيئي على نطاق واسع. كما يجب أن تسعى المؤسسة في تقليل من التلوث الصناعي من خلال استخدام مصادر الطاقة النظيفة مما يعزز من كفاءة الإنتاج والحفاظ على البيئة وبالتالي يعكس مدى التزام مؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية والمعايير بيئية العالمية.

عرض نتائج الدراسة:

بعد إجراء الدراسة الميدانية التي اعتمدت على الاستمارة والمقابلة، وعرض البيانات التي تم جمعها وتحليل نتائجها، أصبح من الضروري مناقشة هذه النتائج في ضوء الأسئلة الفرعية وأهداف الدراسة.

(1) مناقشة نتائج الدراسة وفق التساؤلات الفرعية

✓ مناقشة نتائج الدراسة وفق التساؤل الفرعي الأول ومفاده: فيما تتمثل ممارسة استخدام الرعاية الاجتماعية بمؤسسة سونلغاز؟

_ أظهرت نتائج الدراسة أن المؤسسة تولي اهتماماً ملحوظاً بالرعاية الاجتماعية من خلال انخراطها في الأنشطة المتنوعة التي تخدم محيطها من خلال تركيزها على البعد الاجتماعي والثقافي، وهو ما يعكس سعيها إلى تعزيز صورتها الإيجابية وترسيخ مكانتها كفاعل اجتماعي يساهم في تحقيق التكامل، وهذا ما يوضحه جدول رقم (5).

_ يتضح لنا من خلال نتائج الدراسة تأكيد المطلق بنسبة 100% على وجود إطار قانوني وتشريعي يُلزم المؤسسة بتطبيق برنامج المسؤولية الاجتماعية، مما يدل على إدراك المؤسسة لدورها الاجتماعي في تحسين بيئة العمل الداخلية والخارجية، وهذا ما يوضحه جدول رقم (6).

_ أثبتت الدراسة أن هناك تفاعلاً قوياً بين المؤسسة والمجتمع المحلي، وذلك راجع إلى جهود المؤسسة المستمرة في تقديم خدمات اجتماعية فعالة ومبادرات ملموسة تلبي احتياجات المواطن، وهذا ما توضحه الدائرة النسبية رقم (7).

_ يتضح لنا من خلال الدراسة الميدانية أن المؤسسة تواجه تحديات عديدة في تنفيذ مسؤوليتها الاجتماعية، وأبرزها ضعف التمويل الذي يحد من قدرتها على إطلاق المشاريع الفعالة، إلى جانب وجود عوائق أخرى تحد من نجاح هذه المبادرات وتقلل من أثرها الإيجابي، وهذا ما يوضحه جدول رقم (8).

_ يتبين لنا من خلال نتائج الدراسة الميدانية أن المسؤولية الاجتماعية لها تأثير على سمعة المؤسسة، حيث تباينت التقديرات بنسبة 56.67%، وهذا التباين يشير إلى درجة التأثير الذي يرتبط بشكل وثيق بمدى فعالية التواصل المؤسسي ونوع الأنشطة التي يستفيد منها المجتمع المحلي، وهذا ما توضحه الدائرة النسبية رقم (9).

_ تظهر نتائج الدراسة الميدانية بأن هناك تبايناً في مستويات الرضا تجاه مبادرات المؤسسة في مجال المسؤولية الاجتماعية، حيث أبدى البعض رضاء محدوداً والبعض الآخر رضا تاماً، وهذا التفاوت يدل على وجود تقدير للجهود المبذولة التي تسعى إليها المؤسسة في خدمة مجتمعها، وهذا ما يوضحه جدول رقم (10).

_ يتبين لنا من خلال نتائج الدراسة بأن المؤسسة تعمل بالتعاون مع مختلف الهيئات المحلية والجمعيات، ويظهر هذا التعاون نموذجاً فعالاً لشراكة بين القطاع العام والمجتمع المدني في تحقيق الأهداف الاجتماعية والتنمية، وهذا ما يوضحه جدول رقم (11).

_ بينت الدراسة الميدانية أن ممارسة الرعاية الاجتماعية المعتمدة من طرف المؤسسة لها الأثر الواضح في تحفيز الموظفين وزيادة ولائهم، وهو ما تؤكدته النسبة المرتفعة التي قدرت بـ 73.33%، ويعود ذلك إلى أن هذه الممارسات تشعر الموظف بالتقدير والاهتمام مما يرفع من معنوياته، وبالتالي يخلق بيئة عمل مستقرة تشجعه على الالتزام المهني، وهذا ما توضحه الدائرة النسبية رقم (12).

_ تظهر نتائج الدراسة الميدانية بوجود إدراك واضح لأهمية تعزيز العلاقة بين المؤسسة والمجتمع مع ضرورة تحسين بيئة داخلية، مما يعزز ثقة المواطنين تجاه المؤسسة، وهذا ما يوضحه الجدول رقم (13).

✓ مناقشة نتائج الدراسة وفق التساؤل الفرعي الثاني ومفاده: فيما تتمثل ممارسة استخدام الرعاية في المسؤولية البيئية بمؤسسة سونلغاز؟

_ بينت الدراسة الميدانية أن نشاط المؤسسة له تأثير بيئي على المدى الطويل بنسبة قدرت بـ 100%، حيث يسهم هذا النشاط في التلوث بمختلف أنواعه، مما يستدعي اتخاذ إجراءات للحد من آثاره، وهذا ما يوضحه الجدول رقم (14).

_ بينت نتائج الدراسة الميدانية بأن المؤسسة تبذل جهوداً في مجال الرعاية البيئية، حيث تبنت مجموعة من المبادرات مثل الطاقة الشمسية في بعض منشأتها وغيرها، وهذا ما يظهر مدى اهتمام المؤسسة بدمج البعد البيئي ضمن استراتيجياتها التشغيلية، مما يتماشى مع متطلبات التنمية المستدامة، وهذا ما يوضحه الجدول رقم (15).

_ بينت نتائج الدراسة الميدانية بأن برامج الرعاية البيئية تساهم بفعالية في تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة بنسبة 53.34%، ويشير هذا التوجه إلى وعي داخلي متنامٍ بأهمية الممارسات البيئية كأداة استراتيجية لتحسين الصورة وتعزيز الثقة مع أصحاب المصلحة، وهذا ما توضحه الدائرة النسبية رقم (16).

_ كشفت نتائج الدراسة الميدانية أن مؤسسة سونلغاز تلتزم بشكل كامل بنسبة 100% بالتشريعات البيئية الوطنية والدولية، ويُعد هذا الالتزام ضرورة حتمية بالنسبة للمؤسسة من أجل تحقيق أهدافها الاستراتيجية في مجال حماية البيئة، وهذا ما يوضحه جدول رقم (17).

_ كشفت نتائج الدراسة الميدانية بأن مؤسسة سونلغاز تواجه تحديات عديدة في تطبيق ممارسة الرعاية البيئية، ومن أهمها التكلفة العالية التي تمثل نسبة 60%، لأن الأنشطة البيئية تحتاج إلى ميزانية عالية، وهذا ما شكل عبئاً على المؤسسة باعتبارها فرعاً من فروع المجمع، وهذا ما يوضحه جدول رقم (18).

_ يتبين لنا من خلال الدراسة الميدانية أن مؤسسة سونلغاز تحرص دائماً على المراقبة الدورية لآثارها البيئية والإفصاح عنها في تقرير، وذلك بنسبة 100% بهدف ترسيخ مبادئ الثقة والشفافية بين كافة الجهات المعنية، وهذا ما يوضحه جدول رقم (19).

_ كشفت الدراسة الميدانية بأن مؤسسة سونلغاز تقوم بالتقويم بشكل مناسباتي بنسبة 100%، وهذا ما يجعل هذه المراجعة الموسمية ضرورية لضمان التوازن بين تلبية حاجيات المواطنين واحترام معايير البيئة، وهذا ما يوضحه جدول رقم (20).

_ توضح نتائج الدراسة الميدانية بأن مؤسسة سونلغاز تشارك في المبادرات البيئية والدولية بنسبة 100%، ما يدل على امتثالها لمعايير البيئة والمشاركة الفعالة في الجهود الدولية للحد من التدهور البيئي، وهذا ما يوضحه الجدول رقم (21).

_ كشفت لنا الدراسة الميدانية بأن التزام المؤسسة بالرعاية البيئية يؤدي إلى تحسين كفاءة المؤسسة بنسبة 60%، لأن هذا الالتزام يقلل من الهدر ويخفض التكاليف ويعزز صورة المؤسسة، مما يساهم في رفع الكفاءة، وهذا ما توضحه الدائرة النسبية رقم (22).

_ بينت الدراسة الميدانية بأن مؤسسة سونلغاز يجب أن تتبنى أساليب جديدة ومتطورة لحماية البيئة، كإنتاج لتكنولوجيا صديقة لها، وذلك بنسبة 50%، ومجالات أخرى تسهم في دفع المؤسسة إلى وضع استراتيجية للاستدامة البيئية، وهذا ما يوضحه جدول رقم (23).

2) النتائج وفق أهداف الدراسة:

_ تبين لنا من خلال الدراسة الميدانية أن المؤسسة سونلغاز تسعى إلى تجسيد مسؤولياتها الاجتماعية من خلال ممارسات الاتصال الموجهة نحو المجتمع الذي تنشط فيه، غير أن هذا التجسيد لا يزال جزئياً ويقتصر على مستوى مقبول في تفاعلها مع جمهورها الداخلي والخارجي.

_ بينت النتائج بأن مؤسسة سونلغاز تولي أهمية كبيرة للرعاية الاجتماعية من خلال تنفيذ برامج ومبادرات ثقافية واجتماعية والتفاعل مع جمهورها المحلي، كما تبرز مؤشرات قوية على إدراك المؤسسة لدورها الاجتماعي والتنموي، رغم وجود بعض التحديات المتعلقة بالتمويل، مما يحد من التوسع في عملها الاجتماعي.

_ كشفت الدراسة بأن المؤسسة واعية بالتأثير البيئي لأنشطتها، إذ تحاول جاهدة التقليل من هذا الأثر من خلال مبادرات بيئية كاستعمال الطاقة الشمسية وغيرها، والالتزام بقوانين البيئة بنسبة 100%، كما تعمل على المراقبة البيئية والإفصاح في تقارير دورية رغم الصعوبات المتعلقة بالتكاليف.

_ كشفت نتائج الدراسة بأن الرعاية الاجتماعية والبيئية تمثل جزءاً من استراتيجية المؤسسة، إذ تبرز المؤشرات من خلال الجداول والدوائر النسبية من 5 إلى 23 مدى تجسيد هذه الممارسات على مستوى الموظفين والمجتمع والبيئة.

أثبتت الدراسة بأن المؤسسة تبذل جهوداً فعلية لترسيخ الرعاية داخل بيئة العمل، حيث تؤثر الممارسات على رضا الموظفين وولائهم، كما يتضح تعاونها مع المجتمع المدني والهيئات المحلية لتعزيز سمعة المؤسسة الداخلية والخارجية.

(3) النتائج العامة :

يتبين من خلال المعالجة الكمية للبيانات المستخلصة من الاستمارة أن غالبية العاملين بمؤسسة سونلغاز من الذكور، وتتراوح أعمارهم فوق 40 سنة، في حين أن مستواهم التعليمي معظمهم جامعي، أما خبرتهم المهنية فتتفوق 12 سنة، ما يمنحهم كفاءة عالية في تسيير المهام وتوليهم مناصب عليا في تسيير المؤسسة، وقد تم توضيح ذلك من خلال الأشكال التالية 1، 2، 3، 4.

تظهر الدراسة أن مؤسسة سونلغاز تمارس الرعاية الاجتماعية والبيئية، لكنها لا تزال تفتقر إلى مقارنة استراتيجية شاملة ومتكاملة تجعل من هذه الممارسات جزءاً أساسياً من سياستها الإدارية العامة.

رغم وجود بعض المبادرات الاجتماعية والبيئية، إلا أن المؤسسة تميل إلى الفصل بين الرعاية الاجتماعية والبيئية دون دمج واضح بين البعدين في إطار موحد للمسؤولية الاجتماعية المؤسسية.

تفتقر المؤسسة إلى برامج متخصصة وفعالة لحماية البيئة أو التقليل من الآثار البيئية لنشاطها، مما يدل على أن هذا الجانب لا يحظى بالأولوية الكافية أو الاهتمام التنظيمي اللازم.

النتيجة العامة للدراسة:

انطلاقاً من التساؤل الرئيسي الذي تمحور حول واقع ممارسة الرعاية في إطار المسؤولية الاجتماعية بمؤسسة سونلغاز قادمة، وكذا من خلال معالجة التساؤلات الفرعية المتعلقة بكل من ممارسات الرعاية الاجتماعية، الرعاية البيئية، مدى التكامل بينهما، وآليات الاتصال ذات الصلة، نستنتج أن: مؤسسة سونلغاز بقلامة تمارس الرعاية بصورة محدودة، يغلب عليها الطابع العفوي والجزئي، حيث تفتقر إلى رؤية استراتيجية واضحة تدمج الأبعاد الاجتماعية والبيئية ضمن إطار شامل للمسؤولية الاجتماعية. وقد بينت النتائج الميدانية وجود قصور في ممارسات الرعاية البيئية مقارنة بنظيراتها الاجتماعية، فضلاً عن ضعف آليات الاتصال والتنسيق الداخلي والخارجي، وهو ما يعزز غياب التكامل بين مكونات الرعاية داخل المؤسسة. وعليه، فإن الرعاية لا تزال تمارس كمبادرات معزولة وغير مستدامة، بعيدة عن المعايير الحديثة للمسؤولية الاجتماعية المؤسسية.



خاتمة



خاتمة:

تعد الاعتبارات الاجتماعية والبيئية اليوم من المحاور الأساسية التي تفرض على المؤسسات الاقتصادية إعادة النظر في أدوارها التقليدية، إذ لم يعد مقبولاً أن تقتصر مهامها على تحقيق الربح فقط، بل بات من الضروري أن تتحلى بحس أكبر بمسؤولية محيطها الاجتماعي والبيئي. ومن خلال هذه الدراسة التي تناولت موضوع الرعاية وممارستها الاجتماعية والبيئية في المؤسسة الاقتصادية، ومن خلال الدراسة الميدانية في مؤسسة سونلغاز بقالة، تمكنا من الوقوف على جملة من الجهود المبذولة في هذا السياق، حيث تحاول الانخراط الفعلي في الممارسات ذات الطابع الاجتماعي من خلال مختلف المبادرات والنشاطات التي تقوم بها والتي تغطي معظم الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والبيئية، ولكن عيبها الوحيد بأن هذه الجهود لا تزال بحاجة إلى المزيد من التنظيم والتخطيط الاستراتيجي حتى تؤدي ثمارها المرجوة. وبالتالي فإن الاتصال الفعال الذي تقوم به المؤسسة يساهم في بناء علاقات قوية مع مختلف جماهيرها.

وعليه يمكننا وضع جملة من الاقتراحات التي تمكن المؤسسة كفرع في ولاية قالمة من الأخذ بها من أجل زيادة الوعي أكثر بهذا المفهوم وتبنيه بشكل صحيح، ومن بينها:

_ ضرورة تعزيز الدعم الاجتماعي وتقوية العلاقة بين المؤسسة والمواطن عبر برامج تواصل فعالة، مع مراعاة تطوير بيئة داخلية للمؤسسة لضمان الأداء المتكامل والشامل.

_ إدراج مؤشرات قياس لأثر هذه الممارسات على صورة المؤسسة ورضا الزبائن والمجتمع، مما يساهم في تحسين الأداء العام للمؤسسة.

_ تعزيز ثقافة المسؤولية داخل المؤسسة من خلال التكوين المستمر والتحسيس بأهمية الانخراط المجتمعي والبيئي.

_ ضرورة تعريف المؤسسة لجمهورها بممارسة الرعاية الاجتماعية والبيئية، وذلك لإزالة الغموض مما يزيد من وعيهم بالمجهودات المبذولة التي تقوم بها المؤسسة.



قائمة المصادر والمراجع



قائمة المصادر والمراجع:

الكتب:

- 1- احمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، الدوحة، 1994.
- 2-حاتم أبو زائدة، مناهج البحث العلمي، شباط، الطبعة، 2، 2012.
- 3-حسين سعد، البراديغمات المسيطرة في علوم الاعلام والاتصال واشكالياتها المعرفية، مساهمة في حلقة بحثية بعنوان –البراديغمات العلمية لطالب الدكتوراه اللبنانية-. 2011.
- 4-سعيد إسماعيل صيني، قواعد أساسية في البحث العلمي، مؤسسة الرسالة ببيروت، الطبعة، 1، 1994.
- 5-سعيد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، دار أسامة للنشر، الأردن، الطبعة 1، 2019.
- 6-صالح الحموري، روال المعاينة، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات-من الالف الى الياء- دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة 1، 2015.
- 7-عامر إبراهيم قنديلجي، منهجية البحث العلمي، الباروزي، 2020.
- 8-عبد الرحمان سيد سليمان، مناهج البحث، عالم الكتب، 2024.
- 9-عبد الرحمان محمد العيسوي، مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي والفكر الحديث، دار راتب الجامعية، 1996/1997.
- 10-محمد سرحان، علي المحمودي، مناهج لبحث العلمي، دار الكتب صنعاء، الطبعة، 3، 2019.
- 11-محمد عبد السالم، مناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، مكتبة النور، بدون طبعة، 2020.
- 12-محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، دار وائل للنشر- عمان، الطبعة، 2، 1999.
- 13-محمد فالح، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات العمال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2016.

14-مدحت محمد أبو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات الموصفات القياسية iso26000، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، 2015.

15-ناصر جردان، عزام أبو الحمام، المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية للمنظمات، دار الثراء للنشر والتوزيع، الشارقة الأردن، 2012.

المذكرات:

16-ابتسام لوشن، دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص التسيير الاستراتيجي للمنظمات، جامعة محمد خيضر بسكرة، سنة 2015/ 2016.

17-ايمن منصف نشناش، وائل مداني، والهام معزي، دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق صورة المؤسسة المواطنة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة بوبنيدر، قسنطينة3، سنة 2021/ 2022.

18-أيوب رقاني، الاتصال الحثي في المؤسسات المتحفية الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اعلام واتصال، كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة3، سنة 2016/2017.

19-جميلة وادة، المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات العولمة، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ليسانس في العلوم الاقتصادية، تخصص تسيير واقتصاد المؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، سنة 2012/2013.

20-حسان حجاج، الاتصال الحثي في المؤسسة التجارية والخدمية في الجزائر، رسالة مكمل لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية الاعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة3 سنة 2015/2016.

21-حياة حاج قويدر، خديجة بن قומר، أهمية العلاقات العامة في إرساء مفهوم المسؤولية الاجتماعية-دراسة حالة مديرية النشاط الاجتماعي والتضامن لولاية غرداية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة غرداية، سنة 2019/2020.

22-رانيا قيمان واخرون، تأثير أصحاب المصالح الداخليين على أداء العلاقات العامة،

مذكرة لنيل شهادة الماستر في شعبة الاعلام والاتصال، تخصص علاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، سنة 2020/2019.

23- زهور مجابرة، لمياء عرعار، دور الادارة المالية في تحفيز المورد البشري، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة مالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، سنة 2016/2015.

24- زينب حفار الساس، مريم عزوزي، أثر المسؤولية الاجتماعية في تحسين صورة المؤسسة-دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بقالمة، مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة اعمال، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، سنة 2019/ 2020.

25- سالم بوحفة، عمر موساوي، أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي-دراسة حالة الشركة الوطنية للنامين ورقلة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ليسانس مهني فرع علوم التسيير، تخصص محاسبة مالية- جامعة قاصدي مرباح ورقلة، سنة 2022/2023.

26- سمية عبد اللوي، نور الهدى بوشلاغم، المسؤولية الاجتماعية والبيئية للمؤسسة الاقتصادية-دراسة مؤسسة الاجر الأحمر-برج صباط قالمة-مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، سنة 2017/2018.

27-شيرين زراولية واخرون، واقع اتصال المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في شعبة الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، سنة 2023/2024.

28-صليحة فرج الله واخرون، واقع الاتصال الحديث في المؤسسات الاقتصادية الخاصة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الاتصال والعلاقات العامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، سنة 2018/2019.

29-صهيب بوزرورة، بدر الدين بالعلمي، أثر رعاية الاحداث الرياضية على الصورة الذهنية للمؤسسة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص تسويق صناعي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد البشير الابراهيمي، برج بو عريريج، سنة 2019/2020.

30-عماد علاذ، دور الرعاية الرياضية في الرفع من درجة رضا مستهلكي منتجات المؤسسات الخدمية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تسويق وخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، سنة 2011/2012.

31-لبنى تالي، الاتصال المناسباتي في المؤسسة الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة اكلي محند اولحاج البويرة، سنة 2022/2021.

32-ميسون بلخير، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية الخدمية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، سنة 2019/2018.

33-نادية بولكراه، الاتصال الحدثي وصناعة صورة المؤسسة الاقتصادية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 20 اوت 1955 سكيكدة، سنة 2024/ 2023 .

34-هاجر عزي، مريم بطاش، دور المسؤولية الاجتماعية في تعظيم الميزة التنافسية- دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي وكالة المدية-مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير تخصص ادارة وتسيير المؤسسة، جامعة يحي فارس المدية، سنة 2016/2015.

35-ياسمين بوقاقة، العالقات العامة والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الخدماتية، دراسة مسحية من افراد الجمهور الخارجي للشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية من جانفي 2021 الى ديسمبر 2021، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة الجزائر، 3 سنة 2024/2023.

36-يونس زيايطة، اتصال المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الجزائرية بين العمل التطوعي وتأثير أصحاب المصالح الخارجيين، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم، تخصص اتصال التنظيمات، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار عنابة، سنة 2020.

المجلات:

37-احمد دناقة، الممارسة الاجتماعية وكيفية تشكل الفعل والبناء مقارنة بين جوردو وغينيز، قراءة تحليلية نقدية في الساوره للدراسات الإنسانية والاجتماعية، العدد السادس، سنة 2017.

38-حليمة قادري، اتجاهات الشباب نحو المسؤولية الاجتماعية للمنظمات، دار الثراء للنشر والتوزيع، الشارقة الأردن، سنة 2012.

39-سعاد سراي، البراديغم في علوم الاعلام والاتصال بين الضرورة المنهجية والصعوبات البحثية الإجرائية، مجلة علوم الانسان والمجتمع، المجلد، 07 العدد، 28 سنة 2018.

40-سميرة لغويل، نوال زمالي، المسؤولية الاجتماعية: المفهوم، الابعاد، المعايير، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد، 27 ديسمبر 2016.

41-عبد الرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي، وكالة المطبوعات، الكويت، الطبعة 3 سنة 1977.

42-علي بن هادية واخرون، القاموس الجديد للطالب، معجم عربي مدرسي الفبائي، المؤسسة الوطنية للكتاب، الطبعة، 1 الجزائر- سنة 1991.

43-فاتح مزارى، عبد الغني نعمان، الرعاية الرياضية نحو مرحلة تؤسس لمبدأ الكفاية وعدم الاعتماد على العوائد الحكومية، مجلة معارف، العدد، 18 جوان 2015.

44-محمد كريم عرايبية، امال نواري، لمحات حول الاتصال الحداثي، دراسة في الاشكال والتقنيات، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، مجلد، 11 عدد، 1 سنة 2021.

المؤتمرات:

45-صالح السحبياني، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية-حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية، المؤتمر الدولي حول القطاع الخاص في التنمية، تقييم واستشراف، بيروت، الجمهورية اللبنانية، 25-23 مارس 2009.

المقابلات:

46-المقابلة مع المكلفة بالاتصال في مؤسسة سونلغاز "مداوي ريمة"
المقابلة الأولى: "يوم 10 أبريل 2025 على الساعة 10:30"
المقابلة الثانية: "يوم 13 أبريل 2025 على الساعة 14:00"

المراجع الأجنبية:

-47 Andrew I freedman and Samantha miles-“stakeholders theory and Practice” oxford university press, 2006, P53.

-48 Annika caylir : Analyse de rôle des parties prenantes dans la Stratégie de développement durable d’une banque, étude de cas- la Banque trio dos.

-49 Castex j-m le sponsoring, la semaine juridique/ le cahier du droit de l'entreprise, N ; 06, 6 décembre 1979.

المقالات:

-50 Article sous-titre ; sponsoring ; définition et ressources
,Disponible sur le lien ; www.marketinge-etudiant.fr/definition/sponsoring consulté le ; 04/04/2025.

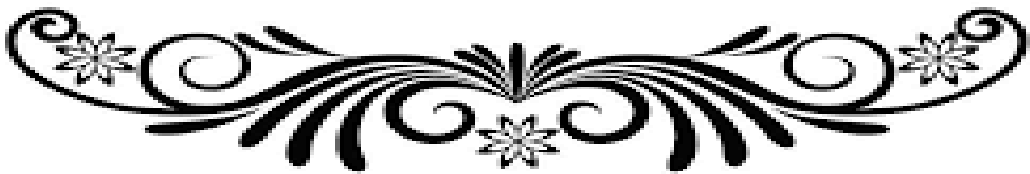
المواقع الإلكترونية:

-51 . Www. Economistes arabe. Com consulté le 02/02/2025, 19 :10.

-52 Www. Soudi pharmaescpo.com, consulte le ; 02/02/2025,18:00.



قائمة الملاحق





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
جامعة 8 ماي 1954. قالمة-



قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

الرعاية وممارستها الاجتماعية والبيئية في المؤسسات
الاقتصادية العمومية الجزائرية
—دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز قالمة—

استمارة استبيان معدة في إطار نيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات
عامة

تحت اشراف:
د/ خالد نايلي

اعداد الطلبة:
- بهلولي نهاد
- بلحسان شيماء
- ظافري سميرة

ملاحظة:

- تستخدم بيانات الاستمارة لغرض البحث العلمي.
- يرجى الإجابة على الأسئلة جميعها مع الرجاء عم ترك أي سؤال لأن ذلك معناه عدم صلاحية الاستمارة للتحليل والقياس، ويرجى وضع علامة (×) في الحقل الذي تراه مناسباً لك.

السنة الجامعية 2024-2025

محور البيانات الشخصية:

1-الجنس: ☐ - ذكر ☐ - انثى

2-الفئة العمرية: - أقل من 30 سنة ☐

- بين 30 و 40 سنة ☐

- فوق 40 سنة ☐

3-المستوى التعليمي: ☐ ابتدائي ☐ متوسط ☐

ثانوي ☐ جامعي ☐ دراسات عليا ☐

4-عدد سنوات العمل في سونلغاز:

- من 1 إلى 6 سنوات ☐

- من 6 إلى 12 سنوات ☐

- أكثر من 12 سنوات ☐

المحور الأول: الرعاية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية (سونلغاز)

1- ما هي أنشطة الرعاية الاجتماعية التي تنفذها المؤسسة سونلغاز؟

☐	توفير خدمات صحية	☐	موائد الإفطار للمجتمع
☐	دعم المشاريع الثقافية	☐	دعم المشاريع الرياضية

2- هل توجد قوانين أو تشريعات تفرض على المؤسسة سونلغاز تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية؟

☐	نعم -	☐	لا -
--------------------------	-------	--------------------------	------

3- كيف تقيم درجة التفاعل بين المؤسسة سونلغاز والمجتمع المحلي في مجال الرعاية الاجتماعية؟

☐	قوي	☐	متوسط	☐	ضعيف
--------------------------	-----	--------------------------	-------	--------------------------	------

4- ما هي التحديات التي تواجه المؤسسة سونلغاز في تنفيذ المسؤولية الاجتماعية؟

☐	ضعف التمويل	☐	- غياب الوعي الكافي	☐	- ضعف ثقافة الاتصالات
--------------------------	-------------	--------------------------	---------------------	--------------------------	-----------------------

5- ما هو تأثير المسؤولية الاجتماعية على سمعة المؤسسة الاقتصادية الجزائرية؟

☐	قوي _	☐	متوسط _	☐	ضعيف _
--------------------------	-------	--------------------------	---------	--------------------------	--------

6- ما هو رضاك عن مبادرات مؤسسة سونلغاز في مجال المسؤولية الاجتماعية؟

☐	- راض جدا	☐	_ راض إلى حد ما	☐	_ غير راض
--------------------------	-----------	--------------------------	-----------------	--------------------------	-----------

7- هل تقوم المؤسسة سونلغاز بالتعاون مع منظمات غير حكومية في تنفيذ برامج الرعاية الاجتماعية كالجمعيات وغيرها؟

- نعم ☐ - لا ☐

8- هل تؤثر رعاية من خلال ممارستها الاجتماعية لمؤسسة سونلغاز على تحفيز الموظفين وولائهم؟

- نعم ☐ - لا ☐

9- كيف يمكن تحسين الرعاية الاجتماعية المقدمة من قبل المؤسسة سونلغاز؟

المحور الثاني: الرعاية البيئية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية (سونلغاز)

1- هل تعتقد ان طبيعة نشاط المؤسسة سونلغاز يؤثر على البيئة على المدى الطويل؟

- نعم ☐ - لا ☐

2- ما هي أبرز المبادرات البيئية التي تقوم بها المؤسسة سونلغاز في إطار ممارستها للرعاية البيئية؟

☐ - برامج إعادة التدوير	☐ - تحليل إشعاعات الكربونية
☐ - حملات توعية بيئية	☐ - استخدام الطاقة المتجددة

3- هل ترى ان برامج الرعاية البيئية تساهم في تحسين صورة مؤسسة سونلغاز؟

قوي ☐ - متوسط ☐ - ضعيف ☐

4- هل ترى ان مؤسسة سونلغاز تلتزم بالتشريعات البيئية الوطنية والدولية ؟

☐ لا

☐ نعم

5- ماهي التحديات التي تؤثر على قدرة المؤسسة سونلغاز في تطبيق الرعاية من خلال الممارسة البيئية ؟

☐ نقص التقنيات الحديثة

☐ - التكلفة العالية

☐ - نقص الوعي البيئي بين الموظفين

6- هل تقوم مؤسسة سونلغاز بتقويم تأثيراتها على الرعاية البيئية بشكل دوري ؟

☐ لا

☐ نعم

7- هل تقوم مؤسسة سونلغاز بتقويم تأثيراتها على الرعاية البيئية بشكل مناسباتي ؟

☐ - تقويم في فصل الصيف عن ارتفاع الكهرباء

☐ - عند حدوث مشكلات بيئية مثل (انبعاثات، اختناق، قطع الكهرباء)

☐ - تقويم في الشتاء عن زيادة استهلاك الغاز

8- هل تشارك المؤسسة سونلغاز في المبادرات البيئية أو البرامج الدولية الخاصة بالحفاظ على البيئة ؟

☐ لا

☐ نعم

9- هل تعتقد بأن الالتزام بالممارسات رعاية البيئة يمكن أن يؤدي إلى تحسين كفاءة المؤسسة سونلغاز ؟

☐ لا

☐ نعم

10-برأيك ماهي المجالات التي يجب ان تطور فيها مؤسسة سونلغاز جهودها البيئية ؟

☐

_ استخدام تكنولوجيا صديقة بالبيئة

☐

- تقليل التلوث الصناعي

☐

_ زيادة الوعي البيئي لدى الموظفين والمواطنين

☐

زيادة الوعي



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
جامعة 8 ماي 1954. قالمة



قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

الرعاية وممارستها الاجتماعية والبيئية في المؤسسات
الاقتصادية العمومية الجزائرية
—دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز قالمة—

مقابلة مع السيدة المكلفة بالاتصال في مؤسسة سونلغاز " مداوي ريمة"

تحت اشراف:
د/ خالد نايلي

اعداد الطلبة:
- بهلولي نهاد
- بلحسان شيماء
- ظافري سميرة

السنة الجامعية 2024-2025

محاوّر المقابلة:

المحور الأول: الرعاية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية

- ما هي أنشطة الرعاية الاجتماعية التي تنفذها المؤسسة؟
- هل تقوم المؤسسة بالتعاون مع منظمات غير حكومية كالجمعيات وغيرها في تنفيذ برنامج الرعاية الاجتماعية؟

المحور الثاني: الرعاية البيئية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية

- ما هي أبرز المبادرات البيئية التي تقوم بها المؤسسة سونلغاز في إطار ممارستها للرعاية البيئية؟
- هل تقوم المؤسسة بتقويم تأثيراتها على الرعاية البيئية بشكل دوري أو تزامني؟

تحليل المقابلة مع المكلفة بالاتصال

(1) الرعاية الاجتماعية في مؤسسة سونلغاز قالمة:

لقد بدأت المؤسسة سونلغاز تظهر عليها بوادر الاهتمام بالرعاية الاجتماعية من خلال المبادرات التي تقوم بها من أجل تحسين صورتها الداخلية والخارجية، وذلك من خلال العديد من المساهمات ومن أهمها دعم الكشافة الإسلامية عبر تقديم تبرعات مالية، وذلك من أجل تشجيع تربية الشباب على القيم الوطنية والعمل الجماعي وهي قيم تدعمها الدولة والمؤسسات. إلى جانب تنظيم موائد الإفطار الجماعي في رمضان لخلق جو من الأخوة والتآزر بين الناس. كما تسهر المؤسسة على مكافأة عمالها وتقدير جهودهم المبذولة من خلال منح مبالغ مالية في المناسبات والأعياد وغيرها، وكذلك ترقية عمالها المتميزين من أجل غرس وتحفيز روح الانتماء للمؤسسة. ومن جهة أخرى نلاحظ بأن تدخلات المؤسسة من ناحية الرعاية تبقى محدودة، فغالبًا ما يتم استدعاؤها كضيف شرف في العديد من الفعاليات التي تنظمها جهات معينة خارج المؤسسة.

(2) الرعاية البيئية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية سونلغاز:

تعد المؤسسة سونلغاز من أبرز المؤسسات التي تولي اهتمامًا كبيرًا بالبيئة، نتيجة للعديد من المبادرات التي تسعى إلى تنفيذها في قالمة وضواحيها. ومن أهمها الحملات التحسيسية ضد مخاطر استعمال الغاز الطبيعي، حيث أطلقت من إحدى بلدياتها حملة توعوية للاستخدام الآمن للغاز مع التركيز على مخاطر أول أكسيد الكربون، وضرورة تركيب أجهزة الكشف عنه، وذلك بالتعاون مع مصالح الحماية المدنية والمحلية والأمنية.

كذلك هناك حملات للتقليل من الاستهلاك المفرط للكهرباء والغاز بهدف المحافظة على هذا المورد الطاقوي. وفي إطار جهودها لتوفير الطاقة وتحسين حياة المواطن، قامت بربط شبكة الغاز في العديد من المناطق النائية. كما تلتزم المؤسسة بتقييم تأثيراتها البيئية كل سنة، وذلك من خلال اتباع نظام يساعدها في معرفة حجم استهلاك كل من الغاز والكهرباء. وهذا النظام يتيح لها المتابعة والتحليل بدقة لمعرفة ما هي الإجراءات اللازمة التي تتخذها المؤسسة لتحسين خدماتها، وتكثيف جهودها، وتقربها أكثر من زبائنها والمجتمع المحلي.

(1)

الملحق رقم 02: الإفطار المنظم من قبل مؤسسة "سونلغاز" بالتعاون مع جمعية متميزون قالمة بحضور والية ولاية قالمة.



الملحق رقم 03: يوضح مشاركة سونلغاز بالقضايا التي تهم البيئة وقيامها بمبادرة
تحسيسية وطنية ضد مخاطر سوء استعمال الغاز الطبيعي ببلدية بوعاتي محمود
قالمة بحضور المدير العام للمجمع السيد مراد عجال.

