

العنوان:	دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية
المصدر:	مجلة المؤشر للدراسات الاقتصادية
الناشر:	جامعة طاهري محمد، بشار - كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير - مخبر الدراسات الاقتصادية والتنمية المحلية بالجنوب الغربي
المؤلف الرئيسي:	مهداوي، زينب
مؤلفين آخرين:	بن سفيان، الزهرة (م. مشارك)
المجلد/العدد:	مج1, ع1
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2017
الشهر:	فيفري
الصفحات:	132 - 148
رقم MD:	983333
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
اللغة:	Arabic
قواعد المعلومات:	EcoLink
مواضيع:	المنظمات، الإبداع التكنولوجي، المسؤولية الاجتماعية، الميزة التنافسية، شركة XCMG
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/983333

abstract:

led the rapid changes and fierce competition in the domestic and international market to the need to adapt to organizations with internal and external environment through its response to the latter, and unsustainable social responsibility through the adoption of technological innovation strategies and provide the requirements of the natural and social environment. Where is the technological innovation form of creativity, which is the most fundamental pillars in building competitive advantages institutions, if these circumstances latter wanted to not lag behind the race competitive for the production of goods or new services it must take action to provide products or to develop new technologies for the production of these products with confidence In return for low cost and comply with social and environmental commitment of the institutions. In this regard, our study focused in this work, where we targeted by this article valuing the role of technological innovation in the achievement of social responsibility.

Keywords: technological innovation, social responsibility, XCMG company.

الملخص:

أفضت التغيرات السريعة والمنافسة الشديدة في السوق المحلية والدولية إلى ضرورة تكيف المنظمات مع بيئتها الداخلية والخارجية من خلال استجابتها لهذه الأخيرة، وتحملها لمسئوليتها الاجتماعية من خلال تبني الإبداع التكنولوجي وإستراتيجيات توفر متطلبات حماية البيئة الطبيعية والاجتماعية. حيث يعتبر الإبداع التكنولوجي شكل من أشكال الإبداع والذي يعتبر أهم الركائز الأساسية في بناء المزايا التنافسية المؤسسات، فإذا أرادت هذه الأخيرة أن لا تتخلف عن السباق التنافسي لإنتاج سلع أو خدمات جديدة فإنه يتعين عليها اتخاذ إجراءات لتقدم منتجات أو لتطوير تقنيات جديدة لإنتاج هذه المنتجات بكل ثقة ومقابل تكلفة منخفضة وتتوافق مع الالتزام الاجتماعي والبيئي للمؤسسات. و في هذا الصدد تمحورت دراستنا في هذا العمل، حيث استهدفنا من خلال هذا المقال تبيين دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: الإبداع التكنولوجي، المسؤولية الاجتماعية، شركة XCMG.

المقدمة:

يتسم محيط الأعمال منذ نهاية القرن الماضي بعدم الثبات، والتغير السريع سواء بدخول منافسين جدد أو خروج منافسين حاليين، تغير أذواق المستهلكين، قصر دورة حياة المنتجات، مما يساهم في تقادم المنتجات وتغيير احتياجات ورغبات العملاء في وقت قصيرة.

هذا الأمر يتطلب من المؤسسة اكتساب المعارف والمهارات اللازمة للقيام بعملية الإبداع التكنولوجي، والذي يعد من السمات الرئيسية لمنظمات الأعمال الحديثة ويعتبر إستراتيجية ضرورية وهو الذي يؤثر أصلاً على مجموعة من المؤشرات الاقتصادية كالإنتاجية، المردودية، الاستثمار، التنافسية... الخ، و لكن في هذه الحالة يجب أن يكون إبداعاً تكنولوجياً يشمل المؤشرات السابقة، و في نفس الوقت يكون متلائماً مع الأبعاد الاجتماعية و البيئية، وهذا ما يمثل تحدي كبير بالنسبة لمسيرى المؤسسات.

ومن خلال ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

إلى أي مدى يساهم الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية؟

ولمعالجة إشكالية البحث قمنا بالتطرق إلى العناصر التالية:

1. مدخل للإبداع التكنولوجي.
2. الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية.
3. دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية.
4. الإشارة إلى شركة XCMG المتخصصة في آلات البناء

أولاً: مدخل للإبداع التكنولوجي

1. مفهوم الإبداع التكنولوجي :

هناك عدة تعاريف حاولت توضيح معنى الإبداع التكنولوجي نذكر منها ما يلي:

يعرف william الإبداع التكنولوجي بأنه " اكتشاف وتطوير المنتجات (السلع أو الخدمات) أو العمليات، فاكتشاف وتطوير المنتجات الجديدة تعتبر المدخل لتطوير المعرفة الجديدة وترجمتها إلى تطبيقات تجارية"¹. كما يعرف على أنه " تلك العملية التي تتعلق بالمستحقات الإيجابية والتي تخص المنتجات بمختلف أنواعها وكذلك أساليب الإنتاج"².

أما AkerBlom يعرفه " مجموعة من الخطوات العلمية والتقنية و المنظمة والمالية والتجارية بما فيها الاستثمارات في المعرفة الجديدة والتي تكون معدة لتقود إلى تنفيذ العمليات والمنتجات الجديدة والمحسنة من الناحية التقنية"³. نلاحظ من خلال التعريف الأخير أنه يركز على الاستثمار في المعرفة، والتي من شأنها أن تكون العنصر الفعال في تنفيذ مختلف العمليات والمنتجات.

من خلال التعريف السابقة يمكن تعريف الإبداع التكنولوجي بأنه " الخطوات العلمية والتقنية والتي تهدف إلى إدخال أو تحسين لمنتجات أو عمليات للسوق بما يضمن لها خبرة السبق في طرح المنتج الجديد في الصناعة".

2. أهمية الإبداع التكنولوجي:

يمكن إبراز أهمية الإبداع التكنولوجي فيما يلي⁴:

- تحسين خدمة المستهلكين وذلك من خلال المرونة والتكيف لحاجات المستهلكين
- زيادة قدرة المنظمة على المنافسة عن طريق سرعة تقديمها للمنتجات الجديدة وتغير العملية الإنتاجية
- تحسين إنتاجية المؤسسة وذلك بتحقيق الكفاءة والفاعلية في الأداء وإنجاز الأهداف من خلال الاقتصاد في الموارد والطاقة، مما يساهم في زيادة المبيعات والأرباح.
- وهناك من يضيف عناصر أخرى نوجزها فيما يلي⁵:
- خلق المناخ الملائم الذي يمكن المؤسسة من القدرة على تقديم وتطوير منتجات وعمليات جديدة لإشباع حاجات ورغبات الزبائن في السوق
- تحقيق أهداف إستراتيجية المؤسسة في التميز والبقاء والنمو
- تعزيز وتنشيط أداء المؤسسة بشكل عام.

3. خصائص الإبداع التكنولوجي:

حتى نميز الإبداع تقنيا تكنولوجيا يجب أن يتصف بجمل من الخصائص نوجزها فيما يلي⁶:

1. أن يكون مرتبطا بالإنتاج والإنتاجية، بحيث أن كل إبداع لا يؤدي إلى تحسين في عملية الصنع أو استخدام عناصر الإنتاج ولا في توفر منتجات جديدة أو تحسين المتواجدة لا يعتبر إبداعا تكنولوجيا بالمعنى الصحيح.
2. أنه نتيجة تطبيق معارف فنية أو تكنولوجية معترف بها، ومعنى هذا أن كل جديد يستند إلى معلومات غير دقيقة ويؤدي إلى نتائج غير فعالة رغم جاذبيتها لا يمكن اعتبارها إبداعا تكنولوجيا
3. أن الجهود الإبداعية المبذولة دون الوصول إلى التحكم أو تقليل التكاليف ليست إبداعات تكنولوجية، والنقطة الأساسية هنا هي أن الإبداع التكنولوجي يحمل في طياته المنافسة في التكلفة النهائية وسعر البيع، فالأسلوب الفني الذي لا يخفض من تكلفة الإنتاج الوحودية لا يستطيع أن يضمن ازدهار المؤسسة
4. أن الإبداع التكنولوجي بدون انتشار في الأسواق يكون محدود الكفاءة والفعالية. حسب النظرة الشمولية لإبداع التكنولوجي عامل أساسي في المنافسة وبالتالي في ديناميكية السوق الحرة وحتى تتحقق التنمية الاقتصادية لا بد أن يكون له أثارا أوسع ما يكون.

4. محددات الإبداع التكنولوجي:

تتمثل عوامل أو محددات الإبداع التكنولوجي على مستوى المؤسسة في ما يلي:

- 1.4. المحددات الخارجية: تشمل ثلاثة عوامل أساسية على هذا المستوى:

أ. المحيط الاقتصادي والمؤسسي: ويرى Griffith بأن الدولة يمكن أن تكون محدد للإبداع من خلال التدخلات المختلفة للدولة التي تشكل قوة تأثير على الدوافع الخاصة بالإبداع خاصة من خلال القرارات المتعلقة بأنشطة البحث التطوير في المؤسسة لكن الهدف الأول يكون مرتبطا باستقرار الاقتصاد الكلي والتدخل من خلال معدلات الفائدة المرتبطة بشروط تمويل أنشطة الإبداع، السياسية المرتبطة بتعديل المنافسة بين مختلف القطاعات الاقتصادية.⁷

ب. الانفتاح على الخارج: من شأن انفتاح السوق المحلية على المنافسة الخارجية أن يولد ضغطا على المؤسسات المحلية الناشطة من أجل ضرورة الإبداع.

كما أن توجيه المؤسسات نحو الالتزام بالمعايير الدولية (نظام الإدارة البيئية الأمن والسلامة المهنية... الخ) كلها ضغطا آخر نحو توجه المؤسسات المحلية للإبداع.

ج. الطلب: بصورة عامة فإن الإبداع التكنولوجي يرتبط بالسوق الذي تكون فيه المؤسسة قادرة فنيا على التأقلم والمستهلك يعتبر من خلال طلبه مصدرا للإبداع. وبالتالي فإن المنتج مع الطلب مهم في تحفيز المؤسسة على الإبداع ويمكن ذكر العلاقة بين الطلب والإبداع في التكنولوجيا فيما يلي:

- توجد علاقة بين توجيه الأرباح الحالية للأنشطة الإبداعية للمؤسسات وبين تطور الطلب في السوق.
- المؤسسات التي تكون في استماع (تواصل) مع زبائنها قادرة بشكل أحسن على توفير المنتجات المطلوبة، وهكذا تكون قناة مهمة في توجيه الإبداع حسب الطلب.

2.4. محددات داخلية: تعددت العوامل الداخلية التي يمكن أن تكون محددًا يمكن ذكر أهمها فيما يلي⁸:

أ. إستراتيجية المؤسسة: يمكن اعتبار الإبداع أحد أبعاد الأداء الإستراتيجية للمؤسسة. وبالتالي تجعله مصدرا للميزة في السوق، كما يمكن أن تكون إستراتيجية المؤسسة موجهة نحو التركيز على الحالة الفاعلة، أي التكنولوجيا و المنتجات (السلع أو خدمات) الحالية.

ب. القيادة: يمكن أن تكون محددًا هامًا للإبداع التكنولوجي من خلال مدى فعالية تحفيزه أو إعاقته، فالقيادات في المؤسسة قد توفر أجواء الابتكار والحوافز المناسبة من أجل التغيير في مجال الهياكل والمنتجات.

ج. ثقافة المؤسسة: بشكل عام فإن المؤسسات التي تقدم إبداعات تكنولوجية فإنها تتميز بثقافة إبداعية تدخل تغييرات مهمة على الهيكل والمفاهيم، في حين أن المؤسسات التي تتميز بثقافة تميل إلى المحافظة على الخصائص الحالية، مما يجعلها لا توافق مع الإبداع وما ينجر عنه من مفاهيم ومعتقدات جديدة.

د. إدارة المعرفة: حسب Ropertol فإنه من خصائص الزاوية المركزة على المعرفة فإن هناك ثلاثة أنشطة هي:

- مرحلة الحصول على المعرفة.

- مرحلة تحويل المعرفة إلى إبداعات (منتج جديد أو علمية جديدة).

- استغلال الإبداع من أجل توليد قيمة عالية.

أي أنه ينبغي على المؤسسة إيجاد الآليات المناسبة للحصول على المعرفة التي تحتاجها من أجل تحويلها إلى إبداعات ملموسة سواء كان ذلك في المنتج أو العملية ثم استغلال هذه الإبداعات من أجل توليد قيمة عالية

هـ. أنشطة البحث والتطوير: يلعب هذا النوع من الأنشطة دورين هما:⁹ إنشاء وتوليد الإبداعات من جهة، وتطوير قدرة المؤسسة على الاستفادة من المعرفة التي أنشأتها أو التي قامت بتوليد من جهة أخرى. ولا شك بأن أنشطة البحث والتطوير تغير من أهم محددات الإبداع التكنولوجي في المؤسسة، وذلك كونها المدخل الأساسي في العملية الإبداعية، ولكنها ليست الوظيفية المحددة الوحيدة للإبداع لأن هناك متغيرات في المؤسسة كمحددات للعملية الإبداعية مثل (وظيفية تسيير الموارد البشرية، نظام المعلومات، الوظيفية التسويقية... الخ).

5. قياس الإبداع التكنولوجي:

عملية الإبداع التكنولوجي متعددة الأبعاد وتتطلب إذن مجموعة من المؤشرات من أجل إعطاء صورة واضحة وشاملة عن الوضعية، هذه المؤشرات بإمكانها أن تخصص للمدخلات كاستثمار في البحث والتطوير أو للمخرجات كبراءات الاختراع أو عدد مبيعات المنتجات الجديدة، كما يمكننا تصنيف الإبداعات التكنولوجية حسب الجوانب المتعلقة بها: الإجراءات، المنتجات أو التقنيات، فكل مؤشر من هذه المؤشرات يعطينا تصور عن أحد أوجه الإبداع. وفيما يلي أهم المؤشرات التي تستخدم في قياس الإبداع¹⁰:

1.5. مؤشرات مدخلات الإبداع التكنولوجي: مؤشرات المدخلات تصنف مجموع المؤشرات المتعلقة بالموارد المالية المستثمرة في عملية البحث والتطوير، الموارد البشرية إضافة إلى التجهيزات التي تستخدم لإنشاء منتجات أو عمليات جديدة أو محسنة ويمكن أن نستعرضها في العناصر التالية:

أ. الاستثمارات المالية في البحث والتطوير: يتعلق الأمر بحجم الإنفاق على عملية البحث و التطوير التي تقاس بالمبلغ المستثمر لهذه العملية في مؤسسة ما، هذا المؤشر يمكن أن يستخدم بالقيمة المطلقة أو بالنسبة المئوية من رأس مال المؤسسة مثلا.

ب. الموارد البشرية المخصصة للبحث والتطوير: ويتعلق الأمر بكل الباحثين و الإداريين والمهنيين الموجهين للبحث و التطوير، ويتم قياسه بعدد الأفراد أو بعدد ساعات العمل المستغرقة.

ج. التجهيزات المخصصة للبحث و التطوير: جرد النفقات المخصصة من ميزانية البحث والتطوير للتجهيزات.

2.5. مؤشرات مخرجات الإبداع التكنولوجي: المؤشرات المتعلقة بالمخرجات تمثل أحد أبعاد عملية الإبداع التكنولوجي، والتي تترجم عن طريق فكرة، منتج أو عملية قابلة للتسويق، وتمثل المؤشرات التي تقيس هذا البعد في:

- براءات الاختراع: هو مؤشر لقياس حجم المخرجات المنتجة من طرف المؤسسة.
- مبيعات المنتجات المبدعة: يجب أن نفرق بين مبيعات المنتجات الجديدة للمؤسسة ومبيعات المنتجات الجديدة للقطاع الصناعي، فعندما يكون الناتج الجديد متعلق بالمؤسسة فقط يعتبر تقليد، لكن عندما يكون المنتج جديد في القطاع الصناعي ككل فهذا يعتبر إبداع حقيقي.
- الإعلان عن المنتجات الجديدة: تتعلق بدليل الإعلانات عن المنتجات الجديدة في المجالات التجارية و التقنية.
- الإبداع الهام: دليل الإبداعات التي يكون لها أثر هام، مقارنة مع تلك التي يكون لها تأثير أقل، وهذا لن يكون إلا بوجود معطيات مسبقة تركز على حكم الخبراء.

3.5. مؤشرات الاقتصاد الكلي للإبداع التكنولوجي: بعض المتغيرات المتعلقة بالاقتصاد الكلي بإمكانها أن تكشف عن بعد أو أبعاد أخرى للإبداع، و فيما يلي المؤشرات الأكثر استخداما:

- الإنتاجية: النظرية الاقتصادية حددت بأن الإنتاجية تحتل مجال واسع في قياس الإبداع، فالمعطيات عن معدلات نمو إنتاجية اليد العاملة عبر كل قطاع تستخدم لقياس الإبداع، لكن تبقى الإنتاجية الكلية هي المفضلة باعتبارها ناتج إنتاجية كل العوامل و ليس اليد العاملة فقط.
- التكلفة: القطاعات الصناعية المبدعة تورد السلع و الخدمات بجودة عالية و بتكاليف منخفضة نسبيا.
- حصص السوق العالمية: الأفضلية التنافسية و الحلول الإبداعية الحقيقية تظهر على المستوى الدولي عن طريق الزيادة في حصص السوق.
- قوة البحث والتطوير: حجم الإنفاق على البحث والتطوير، ومصادر تمويله.

6. عوائق الإبداع التكنولوجي:

يمكن تقسيم العوائق التي تواجه عملية الإبداع التكنولوجي إلى ثلاث فئات اقتصادية، اجتماعية وتقنية¹¹:

1.6. على المستوى الاقتصادي : يمثل عائق قلة الموارد المالية أهم العوائق الاقتصادية التي تواجه عملية الإبداع التكنولوجي سواء على مستوى المؤسسات، الهيئات الحكومية أو الهيئات العلمية، فضعف المخصصات المالية لا يسمح بالقيام ببحوث متقدمة بغية تحقيق إبداعات تكنولوجية، إضافة إلى ذلك عادة ما تكون هذه الإبداعات ذات مردودية غير كافية، خاصة إذا تمت الإبداعات على مستوى الهيئات العلمية (جامعات، مراكز البحث) بحيث لا تجد من يجسدها في الواقع الاقتصادي، ويعتبر نقص المعلومات عن مستوى المخاطر الاقتصادية والمالية التي تمثلها إدخال

إبداع تكنولوجي جديد إلى السوق، أو المخاطرة في الفرع الاقتصادي من أهم العوائق التي تقف في وجه الإبداع التكنولوجي.

يمكن إضافة عامل التكاليف العالية للتجهيزات المستعملة في الإنتاج أو البحث، والتي تحول أو تحد من الإبداع التكنولوجي.

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

ويعمل مستوى الاستعداد لدى إدارات المؤسسة للقيام بهذه المهمة واحتضانها، عامل حاسم لنجاح الإبداع التكنولوجي في المؤسسة، وترجم مخاوف المستخدمين بصفة عامة في نوعية عقود العمل التي تطبقها المؤسسات الاقتصادية والتي لا تضمن مستقبلهم في حالة وقوع أزمات للمؤسسة أو في حالة تحقيقها الأرباح كبيرة، ويمثل إصلاح هذه العقود أحد أهم الحوافز التي تشجع المستخدمين والإدارات خاصة على القيام بالاختراعات والإبداع التكنولوجي.

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

وتعتبر تركيبة التجهيزات الجديدة عائق يحد من عملية الإبداع التكنولوجي نظراً لنقص الخبرة.

ثانياً: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية

1. تعريف المسؤولية الاجتماعية:

أوردت الأدبيات عدة تعريفات للمسؤولية الاجتماعية نذكر منها:¹²

- ◆ تعريف المفوضية الأوروبية European Commission: هو عملية توحيد الاعتبارات والاهتمامات البيئية والاجتماعية لمنظمات الأعمال مع أنشطتها وعملياتها وفعاليتها وتفاعلها مع ذوي المصلحة على أساس طوعي.
- ◆ تعريف البنك الدولي World Bank: هو تعهدات منظمات الأعمال للمساهمة في التنمية الاقتصادية مستدامة لتحسين مستوى المعيشة بما يجعلها جيدة للتنمية وذلك من خلال العمل مع العاملين في تلك المنظمات وعائلاتهم، والمجتمع المحلي والمجتمع الوطني ككل.

◆ أما BERKOWITZ 1997 فقد حددها في ثلاثة مفاهيم أساسية تمثلت في:¹³

- المسؤولية اتجاه تحقيق الأرباح: وتشير إلى أن مسؤولية المنظمة كانت تتمثل في تحقيق الأرباح للمالكين وحملة الأسهم، وهما المسؤولية القاصرة مؤيدة للأفكار Friedman.
- المسؤولية اتجاه أصحاب المصالح: تركز على ضرورة الاهتمام بتلبية أهداف أصحاب المصالح من مستهلكين، عاملين، مجهزين، موزعين.
- المسؤولية اتجاه المجتمع: ويشير إلى ضرورة الاهتمام بالبيئة والمجتمع ككل، وذلك من خلال الاهتمام بما تطرحه الجماعات ذات العلاقة مثل جماعة السلام الأخضر، والتي تنادي بتعزيز السلوكيات الإيجابية اتجاه البيئة مثل التسويق الأخضر "Green Marketing".

ومنه، لا تزال تحتاج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات إلى تعريف موحد المعالم معترف به لدى كل الأطراف، فالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات إجمالاً هي مفهوم بحيث تأخذ المؤسسات بعين الاعتبار المخاوف الاجتماعية والبيئية في عملياتها الإدارية وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح. وتعتبر "المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات طريقة لحل النزاع المحتمل بين إدارة المؤسسة والجمهور العريض لأصحاب الحقوق بمن فيهم المستخدمين والزبائن والمجتمع المحلي".¹⁴ وبصيغة أخرى، "المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هي استراتيجيات تتبعها مؤسسات لها التزامات اجتماعية حضارية التي تتجاوز الدوال الاقتصادية من إنتاج وتوزيع السلع والخدمات النادرة، بالإضافة إلى توليد مستوى مقنع من الأرباح لحملة أسهمها".¹⁵

2. أهمية المسؤولية الاجتماعية:

يرى العديد من الباحثين أن تبني المؤسسة لمزيد من الدور الاجتماعي في استراتيجياتها، يحقق لها العديد من الفوائد في مقدمتها تحسين صورة المنظمة في المجتمع، وترسيخ المظهر الإيجابي لدى العملاء والعاملين مما يؤدي إلى زيادة القدرة التنافسية أمام المؤسسات المماثلة، بالإضافة إلى أن تبني هذه المؤسسة للتوجه الاجتماعي بصفة عامة بما فيها البيئي يؤدي إلى تحسين مناخ العمل السائد في المؤسسة، واتساع التعاون والترابط بين مختلف الأطراف مما يزيد من إنتاجية المؤسسة وتجعل منتجاتها مقبولة ومطلوبة من قبل المجتمع.

يضاف إلى هذا، الأثر الإيجابي الذي تتركه المسؤولية الاجتماعية على المؤسسة لا يقتصر فقط على هذه الأخيرة، وإنما يتعداه إلى المجتمع، فبالنسبة للمؤسسة إضافة إلى ما ذكر أعلاه من فوائد، فإن هناك فوائد أخرى تتمثل في المردود المادي والأداء المتطور والقبول الاجتماعي، أما بالنسبة للمجتمع فإن العائد سيتحقق له جراء اهتمام منظمات به إلى زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع منهم (المعوقين، قليلي التأهيل... الخ)، والاستقرار الاجتماعي والثقافي، وازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين المنظمات والمجتمع، زيادة ثقافة الوعي الاجتماعي والبيئي لدى الأفراد

والجماعات، أما بالنسبة للدولة سيؤدي التزام المنظمات بالدور الاجتماعي والبيئي إلى تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهماتها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية¹⁶. كما أن هذه الأخيرة ستتوقع عوائد أكثر بسبب وعي المنظمات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية، والبيئية زيادة حصيلتها مستحققاتها من الضرائب والرسوم، والتي تساهم بدورها في القضاء على البطالة وزيادة التطور التكنولوجي، ومن ثم ينعكس كل ذلك إيجاباً على المؤسسة.

3. أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

لقد اجمع العديد من الباحثين على أن منظمات الأعمال تمارس عدداً من المسؤوليات الاجتماعية والتي تنحصر ضمن تصنيفين هما: الأخلاقية، والإنسانية تجاه المجتمع المحلي، والموظفين، والعملاء، والموردين، والبيئة، والمساهمين... الخ، وتعتبر المسؤولية الأخلاقية مسؤولية إلزامية وتتعدى في كونها الإيفاء بالالتزامات القانونية والاقتصادية. ومن هذا المنطلق بين (Pride and Ferrell) أبعاد المسؤولية الاجتماعية والمتمثلة فيما يلي:¹⁷

أ- المسؤولية الإنسانية: أي أن تكون المنظمة صالحة، وأن تعمل على الإسهام في تنمية وتطوير المجتمع، وأن تعمل على تحسين نوعية الحياة.

ب- المسؤولية الأخلاقية: بمعنى أن تكون المنظمة مبنية على أسس أخلاقية، وأن تلتزم بالأعمال الصحيحة، وأن تتمتع عن إبداء الآخرين.

ج- المسؤولية القانونية: أي أن المنظمة يجب أن تلتزم بإطاعة القوانين، وأن تكسب ثقة الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية وعدم القيام بالأعمال المخلة بالقانون.

د- المسؤولية الاقتصادية: ويقصد بها أن تكون المنظمة ناعمة ومجدية اقتصادياً، وأن تحاول جاهدة توفير الأمان للآخرين.

4. عناصر المسؤولية الاجتماعية:

حاول بعض الباحثين تحديد عناصر المسؤولية الاجتماعية في إطار عام يمكن أن يغطي مجموعة من الأبعاد ويرون أن هذه العناصر يمكن أن تكيف بقياسات مختلفة وفق اعتبار طبيعة عمل المنظمة ونشاطها وحسب تأثير فئات أصحاب المصالح، ويمكن اختصار هذه العناصر في الجدول أدناه¹⁸:

الجدول رقم (1): عناصر المسؤولية الاجتماعية

العنصر	بعض ما يجب أن تدركه المؤسسة من دور اجتماعي تجاهه
--------	--

<p>- تحقيق أكبر الأرباح، تعظيم قيمة السهم، زيادة قيمة المؤسسة، رسم صورة محترمة للمؤسسة في المجتمع، سلامة الموقف القانوني والأخلاقي.</p>	<p>المالكون</p>
<p>- أجور ومرتبات مجزية، فرص ترقية متاحة وجيدة، تدريب وتطوير مستمر، ظروف عمل صحية مناسبة، عدالة وظيفية، مشاركة بالقرارات، خدمات وامتييزات أخرى.</p>	<p>العاملون</p>
<p>- منتجات بأسعار مناسبة ونوعية جيدة، إعلان صادق وأمين، منتجات آمنة عند الاستعمال، متاحة وميسورية للحصول على المنتج أو الخدمة، التزام بمعالجة الأضرار إذا ما حدثت، إعادة تدوير بعض الأرباح لصالح فئات من الزبائن، التزام أخلاقي بعدم خرق قواعد العمل أو السوق.</p>	<p>الزبائن</p>
<p>- ربط الأداء البيئي برسالة المنظمة، تقليل المخاطر البيئية؛ - وجد مدونات أخلاقية خاصة بالبيئة؛ اشتراك ممثلي البيئة في مجلس الإدارة؛ مكافآت وحوافز للعاملين المتميزين بالأنشطة البيئية؛ - اشتراك ممثلي البيئة في مجلس الإدارة؛ مكافآت وحوافز للعاملين المتميزين بالأنشطة البيئية؛ جهود تقليل استهلاك الطاقة وسياسات واضحة بشأن استخدام المواد؛ ترشيد استخدام المياه؛ معالجة المخلفات؛ حماية التنوع البيئي.</p>	<p>البيئة</p>
<p>- دعم البنى التحتية؛ احترام العادات والتقاليد وعدم خرق القواعد العامة أو السلوك؛ - محاربة الفساد الإداري و الرشوة؛ دعم مؤسسات المجتمع المدني؛ دعم المراكز العلمية ومؤسسات التعليم</p>	<p>المجتمع المحلي</p>
<p>- الالتزام بالتشريعات والقوانين الصادرة من الحكومة؛ تسديد الالتزامات الضريبية و الرسوم بصدق؛ تعزيز سمعة الدولة والحكومة في التعامل الخارجي؛ احترام مبدأ تكافؤ الرص بالتوظيف؛ احترام الحقوق المدنية للجميع دون تمييز؛ تعزيز جهود الدولة الصحية وخصوصاً ما يتعلق بالأمراض المتوطنة.</p>	<p>الحكومة</p>
<p>- استمرار التعامل العادل، أسعار عادلة ومقبولة للمواد المجهزة، تطوير المواد المجهزة، تسديد الالتزامات والصدق بالتعامل، تدريب المجهزين على مختلف أساليب تطوير العمل.</p>	<p>الموردون</p>

المنافسون	- منافسة عادلة ونزيهة وعدم الإضرار بمصالح الآخرين، عدم سحب العاملين من الآخرين طرق غير نزيهة.
الأقليات وذوي الحاجات الخاصة	- عدم التعصب ونشر روح التسامح نحو الأقليات، المساواة في الوظيف والعدالة في الوصول للمناصب العليا، تجهيزات للمعوقين، دعم الجمعيات التي تساعد المعوقين على الاندماج في المجتمع، احترام حقوق وخصوصية المرأة، فرص الترقية العادلة، تشجيع التفكير العلمي عند الشباب ونشر ثقافة التسامح، الاهتمام كبار السن والمتقاعدين، الحفاظ على الطفولة واحترام حقوق الطفل.
جماعات الأخرى الضغوط	- التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك والنقابات، التعامل الصادق مع الصحافة ووسائل الإعلام، الصدق والشفافية بنشر المعلومات المتعلقة بالمنظمة.

المصدر: طاهر محسن منصور الغالي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات، مرجع سبق ذكره، ص 217/218/219.

ثالثاً: دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية

1. المفاهيم المتعلقة بالتكنولوجيا والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

هناك بعض المفاهيم المتشابهة، لكنها تشير إلى معاني مختلفة: لتكنولوجيا البيئية، التكنولوجيا المنظفة والتكنولوجيا المستدامة، ولذلك يمكن اقتراح مجموعة من التعاريف العملية¹⁹:

مصطلح التكنولوجيا البيئية يحدد التكنولوجيات التي يكون الهدف منها إيجاد حلول لمشاكل متعلقة بالبيئة، فالتكنولوجيات البيئية يمكن أن تتضمن تقنيات ليست مختصة بالبيئة، فتكنولوجيا تطهير المياه مثلاً هي تكنولوجيا بيئية لكنها تركز على مجموعة من التقنيات الالكتروميكانيكية أو الكيمائية غير المتخصصة، ولذلك التكنولوجيا البيئية لا يتم تعريفها انطلاقاً من محتواها أو إجراءاتها التقنية، بل انطلاقاً من الهدف الذي تريد الوصول إليه.

مصطلح التكنولوجيا المنظفة يحدد صنف خاص من التكنولوجيات البيئية التي تتضمن حلول من المصدر وليس عند نهاية العملية، وتتعلق باستباق التلوث والتبذير في الموارد الطبيعية أحسن من معالجة الأضرار التي تخلفها ممارسة الأنشطة، مفهوم الاستباق جد مهم في مفهوم التكنولوجيا المنظفة وينطبق مع مفهوم التكنولوجيا المدججة، والمفهوم العكسي لها هو تكنولوجيا نهاية العملية الذي ينطبق مع مفهوم تكنولوجيا المراقبة.

مصطلح التكنولوجيا المستدامة (أو المسؤولية اجتماعياً) و تكون مرجع ليس فقط للأهداف البيئية، لكن لكل أهداف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات (مساواة، تضامن... الخ)، و نلاحظ بأن تعبير التكنولوجيا المستدامة مبهم نوعاً، لكن هذا التعبير هو تعبير مجازي فقط، فليست التكنولوجيا التي يمكن أن تكون مسؤولة اجتماعياً، لكن مجموع

عمليات الإبداع وانتشارها في المؤسسة، غير أن هذا المصطلح قد يكون مختصر مفيد للتعبير عن التكنولوجيا عندما تكون في خدمة المسؤولية الاجتماعية والبيئية للمؤسسات.

2. معايير أوصاف الإبداع التكنولوجي الملائمة للمسؤولية الاجتماعية:

ثلاثة أنواع من المعايير يمكن استعمالها لوصف الإبداعات التكنولوجية الملائمة للمسؤولية الاجتماعية:

أ. النوع الأول خاص بأهداف الإبداعات التكنولوجية، حيث تتمثل الأهداف التي يمكن أخذها بعين الاعتبار فيما يلي:

- الحد من مخاطر الحوادث وكذلك الحد من التلوث، وهو ما يتعلق بالتكنولوجيا الوقائية.
- معالجة أو الحد من مصادر الإزعاج، وهذا يعني التكنولوجيا التي تعالج أو تحد من الانبعاثات على مستوى الماء، الهواء، النفايات، التربة والضوضاء، وهو ما يتعلق بالتكنولوجيا المعالجة.
- رصد جودة البيئة، هذا يعني المراقبة والسيطرة على كمية ونوعية الاستهلاكات والنفايات، وهو ما يتعلق بالتكنولوجيا المراقبة،

- استبدال المواد بأخرى أقل ضرراً للبيئة أو تكون سهلة المعالجة، وهو ما يتعلق بالتكنولوجيا البديلة،

- تقليص استخدام الموارد الطبيعية (ماء، طاقة ومواد أولية)، وهو ما يتعلق بالتكنولوجيا الفعالة (المقتصدة).

ب. النوع الثاني من المعايير خاص بتنفيذ الإبداعات التكنولوجية على مستوى المؤسسة:

- الإبداعات التكنولوجية العلاجية، مكافحة التلوث ومراقبة عملية الإنتاج، وهو ما يتعلق بالتكنولوجيا المضافة،
- الإبداعات التكنولوجية البديلة، التحسينية، أو غيرها من الإبداعات التي تستبدل أو تعدل بطريقة واسعة عملية الإنتاج أو المواد المستخدمة، وهو ما يتعلق بالتكنولوجيا المدججة.

ج. النوع الثالث من المعايير خاص بالإبداعات التكنولوجية وتغيير موقعها بشكل جذري أو تدريجي:

- إذا كانت هذه الإبداعات على أساس تسلسل منطقي من التحسينات المتعاقبة للعمليات والمنتجات الموجودة التي تهدف إلى زيادة الإنتاجية أو تحسين الجودة، وهو ما يتعلق بالإبداعات التدريجية،
- إذا كانت هذه الإبداعات تشكل تغيير جذري في العمليات و المنتجات، وهو ما يتعلق بالإبداع الجذري.

3. دوافع الإبداع التكنولوجي المتلائم مع المسؤولية الاجتماعية:

هناك مجموعة من العناصر التي تدفع المؤسسة بالقيام بعملية الإبداع التكنولوجي المتلائم مع الالتزام البيئي الذي يجسد مسؤوليتها الاجتماعية، وتتمثل في أبعاد التغييرات التكنولوجية وتحديات المسؤولية الاجتماعية بالنسبة لسياسات الإبداع والأدوات المحفزة على الإبداع التكنولوجي.

1.3. أبعاد التغيرات التكنولوجية: التغيرات التكنولوجية تتضمن من جهة الاستثمارات الموجهة لتطور العمليات أو

منتجات جديدة، ومن جهة ثانية توزيع هذه المنتجات أو العمليات على مستخدميها وقد اقترح الباحثان Soete و Arundel خصائص التغيرات التكنولوجية من خلال مجموعة العناصر²⁰:

- بنية هيكل الاتصال وقنوات سيرورة المعلومات والمعارف، مهمة جدا لتشجيع الروابط داخل المؤسسة.
- التكوين واكتساب المعرفة تلعب دور كبير في التغيير التكنولوجي، وهي المعارف الكامنة المكتسبة من الخبرة المباشرة (تعلم بالعمل) وليس الخبرة المكتسبة من الآخرين (تعلم بالتفاعل).
- كل عملية إبداع لها ميزة خاصة بما، بالتالي القليل من الأدوات ترقية الإبداع ستكون ملائمة لكل الظروف، ومن المنطقي وضع سياسات عامة تكون ملائمة لنطاق واسع من التكنولوجيات وسياسات أخرى لبعض مجالات التكنولوجيا، والتي يكون مضمونها التكيف السريع في مختلف الظروف.
- التغيرات التكنولوجية النظامية تنتج عادة من التفاعل بين المعارف الواضحة والتكنولوجيا الخاصة، وكذلك من خلال توزيع المعارف.

2.3. تحديات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات بالنسبة لسياسات الإبداع التكنولوجي: التحديات التي

- تطرحها المسؤولية الاجتماعية لتأطير ودفع الإبداع متعددة وتمثل في²¹:
- التخفيف من تقلص الأسواق المتعلقة بالتكنولوجيا الملائمة للمسؤولية الاجتماعية وهذا باللجوء إلى مختلف الآليات التي تمكن من سد الفجوة بين المردود الاقتصادي والمردود الاجتماعي للأجيال الحالية والمستقبلية.
 - تدعيم نشر التكنولوجيا الخاصة بتشجيع انتشار المعلومات والمعارف.
 - تشجيع الحصول على تكنولوجيات مختلفة لتفادي التوقف عند تطبيق التكنولوجيا التي تحمل أخطار على المدى البعيد،

- تدعيم قدرات الإبداع داخل المؤسسات، وهذا بتشجيع تطوير المهارات والتجارب ذات الأفق المستقبلية،
- تصور طرق التنسيق مع المتعاملين، للتأكد على اعتماد التكنولوجيات من طرف المستخدمين والمؤسسات،
- الاستعانة بمشاركة أفراد المجتمع لتشكيل تصورات مستقبلية للتقييم الاقتصادي والاجتماعي للخيارات التكنولوجية للمؤسسات، وهذا من أجل الاكتشاف المسبق للمخاطر المحتملة.

4. أدوات التشجيع على الإبداع التكنولوجي:

قسمت اللجنة الأوروبية أدوات التشجيع على الإبداع التكنولوجي إلى ثلاثة أصناف رئيسية تتمثل في²²:

- **ترقية ثقافة الإبداع:** ترقية ثقافة للإبداع تتضمن معايير محفزة على الابتكار، المبادرة، الاحتياط من المخاطر، القبول لبعض التغيرات الاجتماعية، الجغرافية و المهنية، ترقية ثقافة الإبداع تتعلق كذلك بتطوير المهارات، و تهدف أيضا إلى امتلاك القدرة على المعرفة المسبقة لاحتياجات و آراء المجتمع.
- **إطار للمبادرة:** و يتمثل في وضع إطار مناسب للإبداع، و في نفس الوقت التشجيع على المنافسة والتعاون و حماية أفضل لحقوق الملكية الفكرية والصناعية.
- **تشجيع الروابط بين البحث، الإبداع و السوق:** و هذا من أجل التحسين في عملية تحويل ثمار البحث إلى منتجات أو خدمات، و هناك معايير مختلفة يمكن تبنيها: تجارب التخطيط الإستراتيجي بالنظر إلى الرؤية طويلة الأجل، إنشاء مؤسسات مبدعة و التشجيع على التعاون بين المؤسسات التي تعمل في نفس القطاع... الخ.

رابعا : دراسة حالة شركة XCMG:

تعد شركة XCMG من المؤسسات الرائدة في صناعة الرائدة في آلات البناء، ونظرا للنتائج الهامة المحققة تمكنت من احتلال نسبة هامة من أسواق العالم.²³

1. نبذة عن شركة XCMG:

حفظت شركة (XCMG) Xuzhou Construction Machinery Group موقفيها الرائدة في صناعة آلات البناء الصينية منذ تأسيسها في عام 1989، وهي مجموعة الشركات الأكبر حجما والأكثر تأثيرا والأكثر تنافسية وتأثيرا في صناعة آلات البناء الصينية من خلال السلاسل والأنواع الكاملة من المنتجات. تحتل شركة XCMG المركز الخامس في صناعة آلات البناء في العالم، والمركز المائة والتاسع عشر ضمن أكبر خمس مائة صينية، والمركز الرابع والأربعين في قائمة أكبر 100 شركة تصنيع صينية، والمركز الثاني ضمن قائمة أكبر 100 شركة تصنيع ماكينات في الصين.

تلتزم شركة XCMG بالقيمة الأساسية الخاصة بها وهي " تحمل المسؤولية، والتصرف بقيم أخلاقية، وتحقيق إنجازات هائلة" وروح الشركة المتمثلة في " الصرامة، والعملية، والتقدم والإبداع"، وذلك بهدف التقدم المستمر نحو تحقيق هدفها النهائي وهو أن تصبح شركة عالمية رائدة قادرة على تحقيق قيمة حقيقية.

2. شبكة التسويق:

تتخذ شركة XCMG بنشاط إستراتيجية " الذهاب إلى العالم"، تغطي شبكة التسويق ل XCMG على مائة وسبعين دولة ومنطقة، وأنشأت مائتين وثمانين وكيليا خارجيا في العالم لتقدم خدمة التسويق الكامل للمستخدمين. تصدرت شركة XCMG أكثر من مليار وستمائة مليون سنوية، وحفظت المركز الأول في مجال الصادرات لسته وعشرين عام. في الوقت الراهن، احتل الجهاز الرئيسي التسع والأجزاء الأساسي الثلاث لشركة XCMG المركز

الأول في الصين واحتل حجم الصادرات وإجمالي الصادرات للجهاز الرئيسي الخمس المركز الأول في الصناعة الصينية

3. القوة التكنولوجية:

تعتبر شركة XCMG الإبداع التكنولوجي عاملا هاما لتنمية، وأبدعت المنتجات العديدة على مستوى الصين والعالم رافعة لجميع التضاريس على مستوى ألفي طن، رافعة منجزة على مستوى أربعة آلاف طن، ماكينة التحميل على مستوى اثني عشر طن، سيارة الإطفاء على مستوى مائة متر، معدات بناء الطرق الذكي للجيل الرابع و الخ. أحدثت شركة XCMG تأثيرا هاما لصناعة آلات البناء العالمي. تملك شركة XCMG 2156 براءة قانونية ومنها 164 براءة الاختراع، وأكثر من 100 براءة لمجموعات من المنتجات في الصين.

4. المسؤولية الاجتماعية:

حملت شركة XCMG المسؤولية الاجتماعية واهتمت بالخيرية وتمسكت فكرة لحماية البيئة، ومارست دائما على "سد الحاجة وخدمة التقدم الاجتماعي". تبرعت شركة XCMG حتى الآن سبعة ملايين يوان ومائة وستين ألف ملبس لعمليات الإغاثة من الزلزال وبناء المدرسة الابتدائية وغيرها من الجمعيات الخيرية المختلفة. منحت شركة XCMG "جائزة للجمعيات الخيرية الصينية" و"مجموعة البطل الوطني لعمليات إغاثة الزلزال" و الخ. قد أصبحت شركة XCMG معيارا لصناعة آلات البناء في الطاقة الخضراء والتصنيع الخضراء والتسويق الخضراء وتقنية الإنشاءات الخضراء ومعدات الإنشاءات الكاملة الخضراء و الخ. مما تدلل شركة XCMG تقدم صناعة آلات البناء الي أمام عن طريق التنمية المستدامة. تعرف شركة XCMG مسؤوليتها وتعمل صالحات وتجعل العالم أجمل.

4.5. لوحة الشركة الخاصة بالشركة:

تجتهد شركة XCMG في العمل بنشاط وتنافس في التقدم تحت الأهداف الإستراتيجية "مائة مليار يوان، شركة التدويل وعلى مستوى العالم". حصلت شركة XCMG على الجوائز الكثيرة، منها "جائزة الصناعة الصينية الكبرى" التي هي أعلى جائزة في مجال الصناعة الصينية ولا توجد الشركة التي حصلت عليها من قبل، و"ميدالية العمل الوطني لعيد العمال"، و"جائزة الإنجاز لمركز التقنية الوطنية"، و"جائزة التقدم للعلوم والتكنولوجيا الوطنية"، و"جائزة الجودة الوطنية للدورة الرابعة عشرة"، و"نموذج الشركة في الإبداع التكنولوجي الوطني" الذي هو أول نموذج الشركة في مقاطعة جيانغسو و أول دفعة الشركة التي حصلت عليه في الصين، و"منظمة الحزب القاعدية المتقدمة للوطن"، و"الشركة الشريفة لتجهيز الصين" و الخ. نال وانغ مين رئيس مجلس الإدارة وسكرتير لجنة الحزب ل " XCMG رجل الأعمال الشريف لتجهيز الصين".

تعتقد شركة XCMG أن شرف هو أعلى من أي شيء، وستجتهد في العمل وتقدم إلى أمام بدون كلل.

الخاتمة:

يلعب الإبداع التكنولوجي دوراً في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، باعتبار أن المفهومين لهما أهمية إستراتيجية من أجل بقاء ونمو المؤسسة في ظل التطورات التي يشهدها الاقتصاد العالمي، حيث أن الإبداع التكنولوجي الذي يكون الهدف الأساسي منه تحسين الأداء يجب أن يتناسب وتحقيق متطلبات الالتزام الاجتماعي والبيئي للمؤسسة، ولهذا الغرض يجب أن تختار المؤسسة التكنولوجيات المناسبة لتحقيق هذا الهدف، لكن استخدام الإبداع التكنولوجي لتحقيق أهداف اجتماعية وبيئية هو أمر ممكن لكنه جد معقد، لأنه لكلا المفهومين خصائص متعددة الأبعاد، كما أن هذا المسعى يتضمن تغيير تنظيمي كبير يلقي مقاومة كبيرة من الأفراد العاملين وتركيز على تطوير ثقافة الإبداع التي تمكن من قبول بعض التغيرات التنظيمية والاجتماعية، بالإضافة إلى وضع إطار مناسب للمبادرة لتشجيع الروابط بين البحث، الإبداع و السوق لجني ثمار هذه الأبحاث، ومن ثم إقامة مسعى خاص للمسؤولية الاجتماعية و البيئية بفضل الإبداع التكنولوجي.

المراجع و التهميش :

- ¹.Stevenson William J, "Production / Operations Management", 8th ed, Von Hoffmann Press, 2007, p 228.
- ². أوكيل محمد سعيد، اقتصاد و تسيير الإبداع التكنولوجي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994، ص 33 .
- ³. عمر و صفيق قلي و محمد ناصر الدين ناصر، " دور الخصائص التنظيمية في دعم الابتكار الإنتاجي للمشروعات الاستثمارية، دراسة ميدانية في الجمهورية العربية السورية، مجلة تنمية الرافدين، العدد 106، المجلد 34، 2012، جامعة الموصل، العراق، ص 161 .
- ⁴. فردوس محمود عباس، أثر اعتماد الإبداع التقني في تحسين جودة المنتج لتحقيق الميزة التنافسية (دراسة حالة تطبيقية في الشركة العامة لصناعة الزيوت النباتية)، مجلة كلية التربية، الجامعة المستنصرية -العراق، المجلد 01، العدد 04، 2010، ص 255.
- ⁵. صفوان ياسين الراوي، أثر مراحل إعادة الهندسة في الإبداع التقني، دراسة استطلاعية في الشركة العامة لصناعة الأدوية و المستلزمات الطبية، نينوي، مجلة جامعة تكريت للعلوم الإدارية و الاقتصادية، المجلد 03، العدد 07 ، جامعة تكريت-العراق، 2007، ص 7.
- ⁶. أوكيل محمد سعيد، وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص 111، 112.
- ⁷.Claire Lelarge,"Les déterminants du comportement d'innovation des entreprises", Facteurs internes et externes, thèse doctorat en sciences économiques (non publiée), Université de Paris x-Nanterre , France, 2009,p13.
- ⁸. نجم عبود نجم، إدارة الابتكار المفاهيم و الخصائص و التجارب الحديثة، الطبعة الثانية، دار الوراق للنشر و التوزيع، عمان - الأردن، 2007، ص 135-138
- ⁹. MohieddineRahmouni, "Motivation et déterminants de l'innovation technologique: un survol des théories modernes", cahiers de GRETHA ,n"10-2011, université Montesquieu Bordeaux iv-France,P20.

- ¹⁰. **Direction de la recherche sur les politiques**, Une perspective sur la performance en innovation dans le secteur des transports, Canada, 2004 (Document internet), PP 3-5
- ¹¹. Bertrant Bellon, **L'innovation Créatrice**, Economica, Paris, 2002. PP 16-17
- ¹². ياسر شاهين، "البعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص الفلسطيني"، فلسطين، بدون سنة نشر، ص: 05-06
- ¹³. فؤاد محمد حسين الحمدي، "الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاسها على رضا المستهلك" ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه فلسفة في إدارة الأعمال، جامعة المستنصرية، 2003، ص: 38-39
- ¹⁴. **Bird, R., Hall, A.D., Momentè F. and Reggiani F.**, "What Corporate Social Responsibility Activities are Valued by the Market?", *Journal of Business Ethics*, .. (2007) 76, p:187.
- ¹⁵. **Ronald Paul Hill & al**, "Corporate Social Responsibility and Socially Responsible Investing: A Global Perspective", *Journal of Business Ethics*, 2007, 70:165-174, p: 166.
- ¹⁶. **طاهر محسن الغالي وصالح مهدي محسن العامري**، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر، الأردن، 2008، ص 51
- ¹⁷. **فؤاد محمد حسين الحمدي**، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك، (أطروحة الدكتوراه، الجامعة المستنصرية، 2003)، ص 48.
- ¹⁸. **طاهر محسن منصور الغالي وصالح مهدي محسن العامري**، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات، دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية الأردنية، مجلة العلوم الإنسانية، عمان، العدد 13، 2002، ص ص 217-219.
- ¹⁹. **Cécile Patris et al.**, L'innovation technologique au service du développement durable, Rapport de synthèse, Services fédéraux des affaires scientifiques, techniques et culturelles Programme « Leviers du développement durable », Février 2001, P 19
- ²⁰ Cécile Patris, Gérard Valenduc, Françoise Warrant, L'innovation technologique au service du développement durable, Rapport de la recherche, Centre de recherche Travail & Technologies, Fondation Travail -Université asbl, Namur, Belgique, 2001, P48.
- ²¹. Ibid, P49.
- ²². Ibid, P51
- ²³. <http://www.xcmg.com/ar-mena/about/about-us.htm> (تم التصفح بتاريخ 2016/11/01)