



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم علوم التسيير

مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

ميدان: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

التخصص: إدارة أعمال

تقييم مدى استجابة المؤسسات الاقتصادية في الجزائر

للمسؤولية الاجتماعية

– دراسة العينة من المؤسسات القطاع الخاص –

إشراف الأستاذ:

د. ريم بن عيسى

إعداد الطالبات:

هاجر براهيم

تهاني العمامرة

غفران بكاري

مريم بالهادف

أمام لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	المؤسسة الأصلية	الصفة
زكريا بله باسي	أستاذ محاضر - أ -	جامعة الشهيد حمه لخضر / الوادي	رئيساً
ريم بن عيسى	أستاذ محاضر - أ -	جامعة الشهيد حمه لخضر / الوادي	مشرفاً ومقرراً
سمية دربال	أستاذ محاضر - أ -	جامعة الشهيد حمه لخضر / الوادي	مناقشا

السنة الجامعية: 2022/2021



# الإهداء

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك، ولا يطيب النهار إلا بطاعتك، ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك، ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك، ولا تطيب الجنة إلا برويتك.

إلى الوالدين الغاليين حفظهما الله ورعاهما وأطال في عمرهما.

وإلى كل أفراد عائلتنا.

وإلى زوجي ورفيق دربي طالما وفر لي كل ما يساعدني على إكمال دراستي.

وإلى الصديقات اللتي تقاسمتا مع بعضنا أجمل الأوقات.

نُهدي إليكم رسالة الماستر داعين المولى سبحانه وتعالى أن تكلل بالنجاح والقبول من جانب أعضاء لجنة المناقشة المبجلين.

# شُكْرٌ وَنَفَاتٌ

يقول المصطفى عليه الصلاة والسلام: " من لا يشكر الله لا يشكر الناس " رواه الامام احمد والبخاري بسند صحيح ورواه أبو داوود وابن حبان والطيالسي عن ابي هريرة.

أتوجه بالشكر الخالص والخاص الى الوالدين الكريمين والأحبة، لا يفوتني كذلك ان أتوجه بالشكر الى كل اساتذتي في الطور الجامعي، وبصورة خاصة الى الأستاذ المشرف الدكتورة: بن عيسى ريم التي لم تذخر جهدا ولم تتوانى في مساعدتنا خلال كل مراحل تحرير المذكرة، كما نشكر المشرف المساعد " مسعودي زكريا " الذي لم يبخل علينا بجهوده.

أخص كذلك بالشكر الى كل الأساتذة الذين شرفوني بقراءة هذه المذكرة مبدئين كل الملاحظات والتصويبات لا عطاءها أكثر الصبغة العلمية.

ولا يفوتني في الأخير ان أتوجه بالشكر إلى كل من ساعدني سواء من قريب أو من بعيد في إنجاح هذا العمل العلمي.

إلى كل هؤلاء وأولئك...شكرا.

# ملخص الدراسة

## ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم مدى استجابة المؤسسات الاقتصادية للمسؤولية الاجتماعية بأبعادها (المسؤولية الخيرية، المسؤولية الأخلاقية، المسؤولية القانونية، المسؤولية الاقتصادية) دراسة عينة من المؤسسات الاقتصادية بولاية الوادي.

ولتحقيق أهداف هذه الدراسة تم توزيع 140 استبياناً على العاملين لدى مجموعة من المؤسسات الصناعية والخدمية، المتواجدة في مناطق مختلفة بولاية الوادي، وقد بلغ عدد المؤسسات التي تمكنا من زيارتها 8 مؤسسات، إلا أنه قد تتم استرجاع 123 استمارة، نظراً لعدم استجابة وتعاون بعض المسيرين؛ وتم معالجة البيانات من خلال برنامج التحليل الإحصائي (SPSS V25)

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أنه مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للمسؤولية الاجتماعية من خلال أبعادها الأربعة: البعد الخيري؛ البعد الأخلاقي؛ البعد القانوني؛ البعد الاقتصادي هو مرتفع حسب إجابات عينة الدراسة، كما تبين من خلال نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية أنه يوجد اختلاف في مستوى استجابة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات محل الدراسة تبعاً لاختلاف قطاع النشاط.

**الكلمات المفتاحية:** المؤسسة الاقتصادية، المسؤولية الاجتماعية

## Abstract :

This study aims to assess the extent to which economic institutions respond to social responsibility in its dimensions (charitable responsibility, moral responsibility, legal responsibility, economic responsibility) to study a sample of economic institutions in El Oued state.

To achieve the objectives of this study, 140 questionnaires were distributed to workers in a group of industrial and service establishments located in different regions in the state of El Oued. The data was processed through the statistical analysis program SPSS V25.

The study reached a set of results, the most important of which is the level of response of the economic institutions under study to social responsibility through its four dimensions: the charitable dimension; the ethical dimension; legal dimension; The economic dimension is high according to the answers of the study sample, as it was found through the results of the second main hypothesis test that there is a difference in the level of social responsibility response in the institutions under study according to the different sector of activity.

**Keywords:** economic institution, social responsibility

# الفهارس

# فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	الإهداء
	شكر وعرهان
	الملخص
I	فهرس المحتويات
III	فهرس الجداول
IV	فهرس الأشكال
أ	المقدمة
<b>الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية</b>	
7	تمهيد
8	المبحث الأول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية
8	المطلب الأول: تعريف واهمية المسؤولية الاجتماعية
10	المطلب الثاني: ابعاد ومبادئ المسؤولية الاجتماعية
16	المطلب الثالث: استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية
19	المبحث الثاني: برامج المسؤولية الاجتماعية ومؤشرات قياسها
19	المطلب الأول: برامج المسؤولية الاجتماعية
22	المطلب الثاني: مؤشرات قياس الاداء الاجتماعي واستجابة المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية
24	المطلب الثالث: مواصفات الدولية (iso26000)
24	المطلب الرابع: عوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية
25	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثاني: ماهية المؤسسة الاقتصادية</b>	

27	تمهيد
28	المبحث الأول: نشأة ومفهوم المؤسسة الاقتصادية
28	المطلب الأول: نشأة والتطور التاريخي للمؤسسة الاقتصادية
29	المطلب الثاني: تعريف المؤسسة الاقتصادية
30	المطلب الثالث: خصائص واهداف المؤسسة الاقتصادية
33	المبحث الثاني: وظائف وانواع المؤسسة الاقتصادية
33	المطلب الأول: وظائف المؤسسة الاقتصادية
35	المطلب الثاني: تصنيفات المؤسسة الاقتصادية
40	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية</b>	
42	تمهيد
43	المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية
43	المطلب الأول: إجراءات اختيار المؤسسات عرض موجز لها
48	المطلب الثاني: أدوات جمع البيانات
52	المطلب الثالث: ثبات وصدق استبيان الدراسة
55	المبحث الثاني: عرض النتائج واختبار الفرضيات
55	المطلب الأول: نتائج توزيع خصائص عينة الدراسة
59	المطلب الثاني: عرض وتحليل لإجابات أفراد العينة لمحور الدراسة
64	المطلب الثالث: نتائج اختبار فرضيات الدراسة
71	خلاصة الفصل
73	الخاتمة
76	قائمة المراجع
82	الملاحق

## قائمة الجداول

الرقم	الجدول	الصفحة
01	ابعاد المسؤولية الاجتماعية	14
02	توزيع الاستمارة على مؤسسات محل الدراسة	22
03	درجات الموافقة حسب مقياس ليكرت الخماسي	38
04	معامل ألفا كرونباخ لأداة الدراسة	41
05	الصدق الداخلي لعبارات المحور أبعاد المسؤولية الاجتماعية	42
06	معامل بيرسون بين أبعاد الدراسة ومعدل عبارات الاستبيان الكلي	43
07	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	44
08	يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	45
09	توزيع عينة الدراسة حسب الأقدمية	46
10	توزيع عينة الدراسة حسب قطاع النشاط	47
11	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الأول	48
12	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الثاني للمحور الأول	49
13	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الثالث للمحور الأول	50
14	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الرابع للمحور الأول	51
15	ترتيب الأهمية النسبة لأبعاد المحور الأول	52
16	اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات	53
17	اختبار (T) للعينة الواحدة لمقارنة متوسط الإجابات مع المتوسط الفرضي (الفرضية الأولى)	54
18	اختبار (T) للعينة الواحدة لمقارنة متوسط الإجابات مع المتوسط الفرضي (الفرضية الفرعية الثاني)	55
19	اختبار (T) للعينة الواحدة لمقارنة متوسط الإجابات مع المتوسط الفرضي (الفرضية الفرعية الثالث)	56

57	اختبار (T) للعينة الواحدة لمقارنة متوسط الإجابات مع المتوسط الفرضي (الفرضية الفرعية الرابع)	20
59	نتائج تحليل التباين الأحادي لاختبار الفروقات في إجابات أفراد الدراسة طبقا لاختلاف لقطاع النشاط	21

## قائمة الأشكال

الرقم	الشكل	الصفحة
01	هرم المسؤولية الاجتماعية	14
02	استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية	18
03	التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	44
04	يبين تمثيل بياني لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	45
05	يبين تمثيل بياني لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الأقدمية	46
06	يبين تمثيل بياني لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير قطاع النشاط	47
07	ترتيب الأهمية النسبة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية	52
08	ملخص اختبار فرضيات الدراسة	58

# مقدمة

## مقدمة:

إن مناقشة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة وطبيعة البيئة التي تنشط فيها، من المواضيع التي تثير جدلا واسعا في الأوساط العلمية والأكاديمية وفي إدارة هاته المؤسسات، إذ تشبعت البحوث في إطار المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة وطرحت وجهات نظر متعددة مثلت تيارات فكرية لتعامل المؤسسات مع مجتمعا من جهة ومن جهة أخرى عكست هذه العلاقة طبيعة التطور الاقتصادي والاجتماعي الذي شهدته مختلف الدول على الصعيد العالمي حيث كان يرى أصحاب المنهج التقليدي أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تكمن في ضرورة تحقيق أقصى أرباح ممكنة في حدود الإطار القانوني القائم، وقد استمد هذا المنهج من النظرية الاقتصادية الكلاسيكية التي ترى أن الكفاءة الاقتصادية للمؤسسة تتمثل في تحقيق المصلحة الذاتية للمساهمين.

وفي أوائل الخمسينات من القرن الماضي ظهر اتجاه فكري فرض نفسه بقوى خاصة في المجتمعات الرأسمالية حيث يدعو هذا الاتجاه إلى ضرورة التزام المؤسسة باتجاه المجتمع الذي تعمل فيه، فأصبحت الإدارة مسؤولة ليس فقط عن تحقيق الكفاءة الاقتصادية لأنشطة المؤسسة فقط من خلال تعظيم مؤشر الربحية، ولكن أيضا بما يجب أن تؤديه المؤسسة اتجاه المشاكل الاجتماعية المترتبة على أداء تلك الأنشطة، بمعنى أن الإدارة أصبحت مضطرة إلى التسليم بالمسؤولية الاجتماعية (الأداء الاجتماعي) إلى جانب مسؤوليتها الاقتصادية (الأداء الاقتصادي)، الشيء الذي حتم على هاته المؤسسات تبني هذا النوع من المسؤوليات باعتباره بعدا جديدا من أبعاد التنافسية بين المؤسسات، من شأنه دعم و تقوية صورة المؤسسة

## إشكالية البحث:

إن الاهتمام المتزايد بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، أصبح يحتم على المؤسسة تغيير سياساتها واستراتيجياتها بما يتوافق مع تطبيق هذا المفهوم بما أنه يعتبر عامل من عوامل بقاء المؤسسة وزيادة استمرارها وبقائها. بناء على مما سبق يمكن طرح الاشكالية التالية:

- ما هو مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية بالقطاع الخاص لأبعاد المسؤولية الاجتماعية؟

ويمكن تدعيم الاشكالية الرئيسية بمجموعة من الاسئلة الفرعية التالية:

- ماذا نعني بالمسؤولية الاجتماعية؟

- فيما تتمثل استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية؟ وماهي اهم برامجها؟

- ماهي طبيعة ابعاد المسؤولية الاجتماعية التي تمارسها المؤسسات المختارة في الدراسة؟

## فرضيات البحث:

لمعالجة الاشكالية المطروحة نورد مجموعة من الفرضيات كإجابات مؤقتة، لنقوم باختبارها لاحقا.



- الفرضية الاولى:** مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الخيري مرتفع.
- الفرضية الثانية:** مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الاخلاقي مرتفع.
- الفرضية الثالثة:** مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد القانوني مرتفع.
- الفرضية الرابعة:** مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الاقتصادي مرتفع.
- أهمية البحث:**

تتجلى اهمية الدراسة في كونها جاءت كمسح او نظرة شاملة عن المسؤولية الاجتماعية التي اصبحت بمثابة ثقافة جديدة في مجتمعنا، حيث ان هناك انتقادات في الوقت الحاضر توجه للمؤسسات بسبب فشلها في الاهتمام بمسؤوليتها الاجتماعية، وهناك من يؤكد ان نجاح المؤسسات سوف يعتمد على ما تستطيع ان تقدمه في حل مشكلات التلوث (الماء،الهواء) ووسائل السلامة في المنتج للخدمات المقدمة للمجتمع ومستوى ظروف العمل للعاملين ومستوى المعيشة...، ولكن كثيرا من المسيرين أصبحوا يدركون حقيقة ان نجاح مؤسساتهم يعتمد على الطريقة التي يتعاملون بها مع مجتمعهم، اي قدرتهم على التكيف مع مجتمعهم. ومما يزيد من اهمية البحث ان النتائج التي يمكن الوصول اليها قد تفتح افقا جديدة لمزيد من الدراسات المستقبلية ومما يزيد من اهمية الدراسة كونها من المواضيع الجديدة

#### اهداف البحث:

من خلال هذا البحث نحاول الوصول الى الاهداف التالية:

- التعريف بمفهوم المسؤولية الاجتماعية من الجانب النظري والتطبيقي. خصوصا وإنما من المفاهيم الادارية التي مازال بحاجة الى البحث والدراسة.
- معرفة موقع المؤسسات الجزائرية من مفهوم المسؤولية الاجتماعية، ومدى استجابتها للبرامج المرتبطة بهذا المفهوم.
- محاولة لمعرفة مدى إدراك المسيرين في المؤسسات لمجالات المسؤولية الاجتماعية.
- محاولة طرح افكار جديدة من اجل تحسين علاقة المؤسسة بالمجتمع الذي تعمل فيه من خلال التزامها بمسؤوليتها الاجتماعية.

#### المنهج والادوات المستخدمة في البحث:

بالنظر الى طبيعة الموضوع محل الدراسة وحتى تتمكن من اختبار الفرضيات والاجابة على الاشكالية المطروحة. اعتمدنا في دراستنا هذه على المزج بين المنهجين الوصفي والتحليلي. وذلك بالاعتماد على الادوات والمصادر التالية:



في الجانب النظري: تم استعمال المسح المكتبي، من اجل الوقوف على ما تناولته المراجع والمصادر العربية والاجنبية بخصوص موضوع الدراسة وكذا المقالات والمجلات العلمية ومذكرات التخرج. واستعملنا ايضا المسح الالكتروني (المعلوماتي) عن طريق شبكة الانترنت.

في الجانب التطبيقي: تم اتباع منهج التحليل، تم استعمال اسلوب الاستبيان. شمل عددا من المؤسسات الاقتصادية القطاع الخاص. واعتمدنا في تحليل النتائج على برنامج التحليل الاحصائي (spss25).

**صعوبات البحث:** واجتئنا العديد من الصعوبات لإنجاز هذا البحث أبرزها ما يلي:

● قلة المراجع التي تتناول موضوع المسؤولية الاجتماعية، سواء تعلق الامر بالكتب او المقالات وحتى المواقع الالكترونية

● صعوبة ترجمة المراجع الاجنبية التي تناوله الموضوع بكفاية.

**هيكلية وخطة البحث:**

ومن أجل الإجابة عن الاشكالية واختبار الفرضيات قسمنا البحث الى ثلاثة فصول بحيث:

● يتناول الفصل الاول ماهية المؤسسة الاقتصادية، وذلك من خلال مبحثين: حيث نتعرض في المبحث الاول لمفهوم المؤسسة الاقتصادية: نشأة وتطور المؤسسة الاقتصادية وكذا تعريفها، اهميتها، اهدافها، خصائصها. ومنتقل من خلال المبحث الثاني الى التطرق الى وظائف وتصنيفات المؤسسة الاقتصادية.

● ونتطرق من خلال الفصل الثاني الى الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية وذلك على امتداد مبحثين: حيث نتعرف من خلال مبحث الاول على مفهوم المسؤولية الاجتماعية ومبادئها كما نتعرض إلي أهم استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية.

وفي المبحث الثاني نتعرف على برامج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية واهم مؤشرات قياس الاداء بالإضافة الى المعوقات والعوامل التي تترتب على نجاح المسؤولية الاجتماعية الدراسات السابقة:

بحث علمي بعنوان: "دور القطاع الخاص في الجزائر في تعميق مبادئ وممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركات" مقدم الى مؤتمر الدولي الثالث حول "منظمات الاعمال والمسؤولية الاجتماعية" يومي 14-15 فيفري 2012، جامعة بشار، الجزائر، من اعداد الباحثين (عبد القادر بربش) و(زهير غرايه).

وقد لخص البحث إلى أن منظمات الأعمال في الجزائر لم ترق إلى مستوى المسؤولية المرجوة منها. ولم تساهم حسب الدراسة في الرفع من مستوى معدل النمو الاقتصادي والحد من ظاهرة الفقر وعدم تبنيتها لمشاريع إنمائية تساعد على تنمية المجتمع.

وارجع البحث ذلك الى العديد من الاسباب منها: حادثة ظهور وتطور دور القطاع الخاص. وطبيعة خصائصه الهيكلية حيث انه قطاع نما وتطور على ضعف القطاع العمومي. كما ان همه الوحيد تعظيم الربح، حيث يتركز اساسا على النشاط في القطاعات التجارية المرحة.

بحث علمي بعنوان: "دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في تحقيق الادارة المستدامة للنفايات المنزلية" حول دراسة "تحليلية لواقع ادارة النفايات المنزلية" في جوان 2019، جامعة ورقلة، الجزائر، من اعداد الباحثين "بلقاسم قريشي) و(لزهازي زواويد) و(محمد زرقون).

تهدف الدراسة الى ابراز دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في تحقيق الإدارة المستدامة لنفايات عن طريق دمج الابعاد الاربعة للمسؤولية الاجتماعية الاقتصادية، القانوني، الاخلاقي، والبيئي، والتزام المؤسسات بالمبادئ والاهداف التي تعود على المجتمع والمؤسسات بالإيجابية، ثم اعتماد المنهج التحليلي في دراسة سبل تفعيل المسؤولية الاجتماعية بما يضمن الادارة المستدامة للنفايات المنزلية على المدى الطويل من خلال البعد البيئي والاقتصادي وكذا البعد الاخلاقي بما يحقق الرفاهية للجميع.

خلصت الدراسة في تحقيق الإدارة المستدامة للنفايات المنزلية بتفعيل ابعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، وهو ما توصلنا اليه في ادارة النفايات المنزلية في ورقلة واعتمادها على الطرق التقليدية للنفايات وهي عوامل تؤدي الى زيادة الاثار السلبية على البيئة والمجتمع ككل بسبب الادارة السيئة للنفايات المنزلية، ونوصي بالعمل على تظافر وتكامل الجهود للمصالح البلدية والقطاع الخاص والمجتمع باعتبارها الطريقة الافضل في نجاح الادارة المستدامة للنفايات المنزلية على المدى الطويل ويعود على المصالح البلدية بتقديم افضل الخدمات للصحة العمومية مما يحقق البعد البيئي وعلى القطاع الخاص بالأرباح بسلوكها الاجتماعي مما يحقق البعد الاقتصادي وعلى المجتمع بالرفاهية بالسلوك الواعي في التعامل مع النفايات المنزلية وفرزها مما يحقق البعد الاخلاقي للمسؤولية الاجتماعية.

رسالة دكتوراه، للطالبة (حمادة يمينة) تحمل عنوان: آليات قياس الاداء الاجتماعي للمؤسسات وطرق الافصاح عنه، في جامعة البويرة، الجزائر، في ديسمبر 2018.

محاسبة المسؤولية الاجتماعية هي فرع من فروع المحاسبة، تختص بتحليل وقياس الانشطة التي تنتج عن طبيعة عمل المؤسسات والتي لها تأثير على العاملين والمجتمع والبيئة ومن ثم الافصاح عن هذا القياس وإظهار نتيجته في تقارير مالية تسمح بتقييم الاداء الاجتماعي للمؤسسات، ومعرفة مدى المساهمة في تحقيق الرفاهية العامة للمجتمع. فعملية القياس والافصاح المحاسبي للأداء الاجتماعي تتم وفق معايير ومؤشرات وبالاتباع مجموعة من الطرق والاليات فيتم قياس الاداء الاجتماعي استنادا إلى المعايير الموضوعية من قبل جمعية المحاسبين الامريكيين، ليطم

الافصاح عنه في القوائم المالية أما اختياريًا من قبل المؤسسة أو إلزاميًا، أو من طرف مصادر خارجية مثل: الصحافة المقروءة أو المسموعة أو المرئية.

## الفصل الأول

# الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية

## تمهيد:

إن مناقشة موضوع المسؤولية الاجتماعية للمنظمات الاعمال وطبيعة البيئة التي تعمل فيها هذه المنظمات من المواضيع الحديثة التي أثارت ولا تزال تتغير جدلا كبيرا في الاوساط العلمية والأكاديمية وكذلك بالنسبة للمدراء في منظمات الاعمال، والتي ظهرت نتيجة تزايد الضغوط على المنظمات للأخذ هذا المبدأ، حيث ان دورها أصبح لا يقتصر على خدمة مصالحها الذاتية الصرفة وتحقيق الارباح بل أصبح من ضمن أهداف المنظمات اهداف ذات بعد اجتماعي ترمي لان تكون المنظمة عضوا فاعلا في المجتمع الذي تعمل فيه، حيث ان المنظمات اليوم اصبحت مطالبة بالتوفيق بين أهدافها الاقتصادية والمتطلبات الاجتماعية كشرط لتحقيق نموها وضمان بقائها.

وللتعمق أكثر في هذا الموضوع تطرقنا في هذا الفصل للتأصيل النظري للمسؤولية الاجتماعية حيث سيتم التطرق الى المفاهيم النظرية للمسؤولية الاجتماعية من مختلف التعاريف وجذورها التاريخية، أبعادها، مجالاتها، وبرامجها وكذا اهمية الالتزام بها ومواصفات الدولية (ISO26000).

المبحث الأول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

المبحث الثاني: برامج ومؤشرات قياس الأداء الاجتماعي.

## المبحث الاول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

لقد تناولت الكتابات الحديثة مفهوم المسؤولية الاجتماعية من مختلف الابعاد، من مفاهيم ومبادئ وكذا التطبيق حيث تتواجد هذه الأخيرة في عدة مجالات، فقد تم تناوله ضمن المنظمات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية، كما ظهر فبعض الأمثلة عن تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة وبين كل هذا كان من الضروري ان يظهر الإطار العام لتطبيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة وهذا ما سوف نتناوله في هذا المبحث بتعرف على نطاق تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة.

## المطلب الاول: تعريف واهمية المسؤولية الاجتماعية.

## أولاً: نشأة المسؤولية الاجتماعية.

في بدايات القرن العشرين ظهر الكثير من الجدل بشأن العلاقة بين منظمات الأعمال والمجتمع، وهذا ما أدى إلى بواد ظهور مفهوم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وفيما يلي أهم مراحل نشأة وتطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

في بداية الأربعينيات 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 والمالكين فقط).

وفي سنة 1953 قدم (Howard bane) كتابة المشهور Social responsibilities of the businessman (المسؤوليات الاجتماعية لرجل الأعمال)، حيث أسس أول تعريف للمسؤولية الاجتماعية بأنها: "التزام منظمات الأعمال بأداء أنشطتها بحيث تتوافق مع أهداف وقيم المجتمع" وبذلك سمي أب المسؤولية الاجتماعية.

أما في الستينيات فقد طور "Keith David" القانون الحديدي للمسؤولية الاجتماعية، وفي السبعينات برزت نظرية أصحاب المصلحة، وخلال الثمانينات ازداد عدد الدراسات التي تهدف إلى ضبط مفهوم المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال وكيفية قياس عوائدها على المؤسسات والمؤسسات الاقتصادية والمجتمع.

بعد مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة والتنمية الذي عقد عام 1992 تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية بشكل كبير، وفي عام 1998 أطلق المجلس العالمي للأعمال من أجل التنمية المستدامة برنامجاً يهدف إلى التحديد الدقيق للمسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال وكيفية تحويله من مجرد مفهوم نظري إلى ممارسات عملية في منظمات الأعمال، و في عام 2000 أطلق السكرتير العام للأمم المتحدة مبادرة تعرف بالاتفاق العالمي، وهي مبادرة تدعو

منظمات الأعمال إلى الالتزام الطوعي بعشرة مبادئ متفق عليها تشمل: حقوق الإنسان و حماية البيئة و مكافحة الفساد و غيرها<sup>1</sup>.

ثانيا: تعريف المسؤولية الاجتماعية.

من الصعب في كثير الاحيان تحديد تعريف شامل لمفهوم معين وخاصة فيما يتعلق بالعلوم الاجتماعية والانسانية، وبالنسبة لتعريف المسؤولية الاجتماعية هناك العديد من التعاريف نذكر منها:  
عرفت المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هي طريقة عمل المؤسسة وهي التي من خلالها تدمج الاهتمامات والقضايا الاجتماعية والبيئية والاقتصادية في صنع القرار واستراتيجيات وسياسات وقيم وثقافة الشركة والعمليات والانشطة داخل الشركة بشفافية ومحاسبة ليتم تطبيق أحسن الممارسات وتستخدم هذه المشاريع تسويقيا لتحسين صورة الشركة من خلال اضافة الصبغة الاخلاقية عليها وزيادة مصداقيتها مما يؤدي الى زيادة الاقبال عليها وعلى منتجاتها وبالتالي زيادة الدخل والارباح.

وكخطوة هامة ومنظمة اصبحت بعض المؤسسات الملتزمة اخلاقيا واجتماعيا تتقيد بأعداد التقارير حسب المواصفات التي تتعلق بالإدارة البيئية" ايزو14000" والمعايير العالمية للمسائلة الاجتماعية SA0008 ومواصفات المحاسبة والمسائلة AA00013 والدليل الإسترشادي لكتابة التقارير المستدامة<sup>2</sup>.  
كما عرف " Henderson " لها بأنها سمة من سمات الشخصية، وحقيقة من حقائق الحياة، تظهر من خلال انسجام الفرد واصالته وواجباته، وقراراته وفرديته. وبالتالي فالشخص المسؤول اجتماعيا من وجهة نظره هو الشخص المستجيب لنفسه ولأفعاله اتجاه الآخرين كما يستجيب لمهامه وواجباته المختلفة<sup>3</sup>.  
ويرى "Robbins" ان المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تستند الى اعتبارات اخلاقية مركزة على الاهداف بشكل التزامات بعيدة الامد تفي بها المؤسسة بما يعزز صورتها في المجتمع<sup>4</sup>.

هنالك أيضا مواصفة تتعلق بالشهادة جودة الشاملة (الايزو 26000) هي مواصفة دولية جديدة أطلقتها المنظمة الدولية للمعايير هدفها إعطاء إرشادات حول المسؤولية الاجتماعية ويتم استخدامها من قبل جميع

<sup>1</sup> هزشي طارق وآخرون، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ملتقى دولي: المسؤولية المجتمعية واخلاقيات الاعمال كدعامة لتعزيز الأداء الاجتماعي لمنظمات الاعمال والتنمية المستدامة، يوم 27/26 سبتمبر، سنة 2021، ص3  
<sup>2</sup> سنيقرة رفيقة، أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية على أداء الموارد البشرية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، دراسة حالة ايلاف ترين، الضياء، ليند غاز. ورقة، شهادة Master أكاديمي، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، سنة 2013، ص2  
<sup>3</sup> جدي حنان، حملاوي إيمان، المسؤولية الاجتماعية كأداة لتعزيز الميزة التنافسية — دراسة حالة مؤسسة الجزائرية للمياه، فرع عين بسام، تخصص إدارة اعمال، شهادة Master، جامعة اكلي محمد اولحاج البويرة، سنة 2019، ص5,6  
<sup>4</sup> خولة طلحي، المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في الجزائر، شهادة Master، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، سنة 2015، ص10

المنظمات على اختلاف أنواعها في كلا القطاعين العام والخاص، وتعمل على مساعدة المنظمات على دعم جهودهم الزامية للتعاون بأسلوب مستول اجتماعيا والذي يطلبه المجتمع بطريقة متزايدة.

### ثالثا: اهمية المسؤولية الاجتماعية

تعد المسؤولية الاجتماعية احدى الاليات التي تستخدم في المجتمع المعاصر لتقديم كافة السبل لضمان الحياة بشكل أفضل لكافة فئات المجتمع وتحقق المسؤولية اهمية بالغة بالنسبة للمؤسسة وللمجتمع والدولة يمكن الاشارة اليها في النقاط التالية:

#### 1. بالنسبة للمؤسسة:

- تحسين صورة المؤسسة في المجتمع وخاصة لدى العملاء والعمال، وبصفة خاصة إذا اعتبرنا ان المسؤولية تمثل مبادرات طوعية للمؤسسة اتجاه أطراف مباشرة او غير مباشرة من وجود المؤسسة.
- من شأن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تحسين مناخ العمل، كما تؤدي الى بعث روح التعاون والترابط بين مختلف الطراف.
- تمثل المسؤولية الاجتماعية تحاوبا فعالا مع التغييرات الحاصلة في حاجات المجتمع.<sup>1</sup>

#### 2. بالنسبة للمجتمع:

- ويتمثل ذلك من خلال تحقيق التأثيرات الايجابية نحو مصلحة المجتمع، وان يتم تحقيق الأرباح على الامد الطويل بنفس الوقت، ودون ان يكون هناك تعارف ما بين الهدفين او تفضيل هدف الربح على انجاز الانشطة التي تساءل عليها المؤسسة من قبل المجتمع.
- زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع، مع توليد شعور عال بالانتماء من قبل الفرد ذوي الاحتياجات الخاصة، كالمعوقين وقليلي التأهيل والاقليات، والمرأة والشباب. كذلك تعمل على تحقيق الاستقرار الاجتماعي نتيجة توفير نوع من العدالة الاجتماعية وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص الذي هو جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، كما تؤدي الى تحسين نوعية الحياة في المجتمع سواء من ناحية البنية التحتية ام من الناحية الثقافية، وازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين مؤسسات المجتمع المختلفة ومختلف الفئات ذات المصلحة.
- تحسين التنمية السياسية انطلاقا من زيادة التثقيف بالوعي الاجتماعي على مستوى الافراد والمجتمعات والمؤسسات، بما يحقق الاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية؛

<sup>1</sup> احمد عبد الحفيظي، مجلة العلمية مستقبل الاقتصادي، البات تفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، العدد السابع، سنة 2019، ص5

- زيادة الترابط الاجتماعي، وازدهار المجتمع في مختلف المستويات، كون المسؤولية الاجتماعية مرتبطة بمفاهيم اساسية كالتقليل السرية في العمل وزيادة الشفافية والصدق في التعامل؛<sup>1</sup>

### 3. بالنسبة للدولة:

- تخفيف الاعباء التي تتحملها الدولة في سبيل اداء مهامها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية الاخرى؛
- يؤدي الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية الى تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسة بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية؛

- المساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها من المجالات، والتي تجتذ الدولة الحديثة نفيها غير قادرة على القيام بأعبائها جميعا بعيدا عن تحمل المؤسسات الاقتصادية الخاصة دورها في هذا الإطار؛

### 4. اهداف المسؤولية الاجتماعية.

من خلال تبني المؤسسة للمسؤولية الاجتماعية تسعى الى تحقيق مجموعة من الاهداف والغايات تمكنها من تحسين صورتها، وتدعيم مكانتها في السوق، ومن أبرز الاهداف نذكر منها<sup>2</sup>:

- التحسين المستمر لنظام التسيير المعمول به؛
- زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع؛
- تنمية المهارات لدى افراد المجتمع؛
- الحد والتقليل من المخاطر التي يمكن ان يتعرض لها الفرد فيما يخص السلامة والصحة في العمل؛
- التزام كل افراد المجتمع بتحقيق التنمية المستدامة؛
- مساندة الدولة في تحقيق الأهداف التنموية؛
- المساعدة في تطوير حوار أكثر فعالية مع الاطراف المستفيدة، لتحسين الادارة وتحقيق التوازن بين الاداء والاقتصاد البيئي؛
- تشجيع القطاع الخاص في البحث عن حلول شاملة وصديقة للبيئة؛

<sup>1</sup> جميلة العمري، اسهامات تبني المسؤولية تبني المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة ميدانية لبعض شركات التأمين في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة قاصدي مرباح. ورقلة، سنة 2016، ص13.

<sup>2</sup> امينة العقون، أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء البيئي، دراسة حالة مؤسسة العسكرية للإسمنت، شهادة ماستر، تخصص موارد بشرية، جامعة محمد خيضر. بسكرة، سنة 2019، ص17

كما ان هناك اهداف أخرى نذكر منها<sup>1</sup>:

- تحسيت الصورة العامة لأصناف المنتجات والخدمات وزيادة حجم المبيعات؛
- الاستفادة من السمعة الحسنة للمؤسسة كميزة تنافسية؛
- حصول المؤسسات على العائد مستمر لفترات طويلة المدى؛
- اكتساب ثقة الجمهور ورضا المستهلكين مما يساعد في خدمة الاهداف الاقتصادية للمؤسسة؛
- اثبات القدرة على تقديم المنتج او الخدمة على الدوام بما يتفق ومتطلبات العملاء؛

**المطلب الثاني: ابعاد ومبادئ المسؤولية الاجتماعية.**

**أولاً: ابعاد المسؤولية الاجتماعية.**

**1. البعد الاقتصادي:**

وتعني أن المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال التزام تحقيق المنافسة العادلة ومنع الاحتكارات التي تضر بالمستهلك والمنافسين، وكذلك الالتزام بتحقيق الاستفادة للمجتمع من التقدم التكنولوجي واستخدام ذلك في تقديم الخدمات وكل ما فيه صالح لذلك المجتمع وكون المنظمة تحقق ربحاً فان هذا يمثل قاعدة أساسية للوفاء بالمتطلبات الأخرى.

وهذه المسؤوليات الاقتصادية تمثل المسؤوليات الأساسية يجب ان تطلع بها منظمات الاعمال، حيث انتاج السلع والخدمات ذات القيمة للمجتمع بكلف معقولة ونوعيات جيدة، وفي إطار هذه المسؤوليات تحقق المنظمة العوائد والارباح الكافية بتعويض مختلفة مساهمات اصحاب راس المال والعاملين وغيرهم.

ان البعد الاقتصادي لا يشير إلى الربح كجانب من الجوانب الاعمال التجارية، انما يشير الى الالتزامات بممارسات اخلاقية داخل المنظمات مثل الحكومة المؤسسية، ومنع الرشوة والفساد، وحماية حقوق العملاء، والاستثمار الأخلاقي، وضمن هذا السياق فعلى المؤسسات ان تقوم بتبني وتطبيق مبادئ المساءلة والشفافية والسلوك الاخلاقي، واحترام مصالح الاطراف المعنية، واحترام سيادة القانون في اتخاذ القرارات وتنفيذها وتطوير دليل الحكم المؤسسية الخاص بها<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> عبد الرزاق بوزياد، وآخرون، دور الاقتصاد الإسلامي في تعزيز مبادئ المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، الملتقى الدولي: الاقتصاد الإسلامي: الواقع والرهانات، جامعة غرداية جزائر فيفري، ص8

<sup>2</sup> اسمهان علي عواسا، أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء التنظيمي للمصارف التجارية الأردنية، شهادة الماجستير، تخصص إدارة اعمال، جامعة مؤتة، 2011، ص16 19.

## 2. البعد القانوني:

هذه المسؤوليات عادة ما تحددها الحكومات بقوانين وانظمة وتعليمات يجب الا تخرقها منظمات الاعمال وان تحترمها وفي حالة عكس ذلك، فأثما تقع في اشكالية قانونية وفي إطار هذه المسؤوليات يمكن الاشارة الى اتاحة فرص العمل بصورة متكافئة للجميع دون تمييز بسبب الجنس او القومية او غيرها، وتشير ايضا الى ضرورة التزام بسيادة القانون في جميع المواضيع والقضايا المتعلقة بحماية البيئة، وحماية العملاء، والمشاركة في حل مشكلات المجتمع. وتشمل ايضا منع استخدام التعسفي للموارد والتخلص من الموارد بعد استهلاكها، بإضافة الى تأمين السلامة والعدالة للأفراد والمساعدة للأفراد في حالات الاصابات والتقاعد وتوفير العمل للمرأة وذوي الاحتياجات الخاصة.

لذلك يندرج البعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية ليصبح جزء لا يتجزأ من البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية.

وتتضمن المسؤولية القانونية عدة عناصر مثل: قوانين حماية العملاء والتي تتضمن عدم الاتجار بالمواد الضارة والمزيفة داخل المنظمات وتقديم الحماية الصحية والثقافية، والحماية من الغش والتزيف والمحسوبية في جميع التعاملات باختلاف اشكالها.<sup>1</sup>

## 3. البعد الأخلاقي:

يستند الي مبادئ ومعايير الأخلاقية، وفي اطارها توجد مؤشرات عديدة تندرج في حيز تكافؤ الفرص والتوظيف والجوانب الأخلاقية في الاستهلاك ومراعاة مبداء حقوق الانسان وغيرها.<sup>2</sup>

## 4. البعد الانساني:

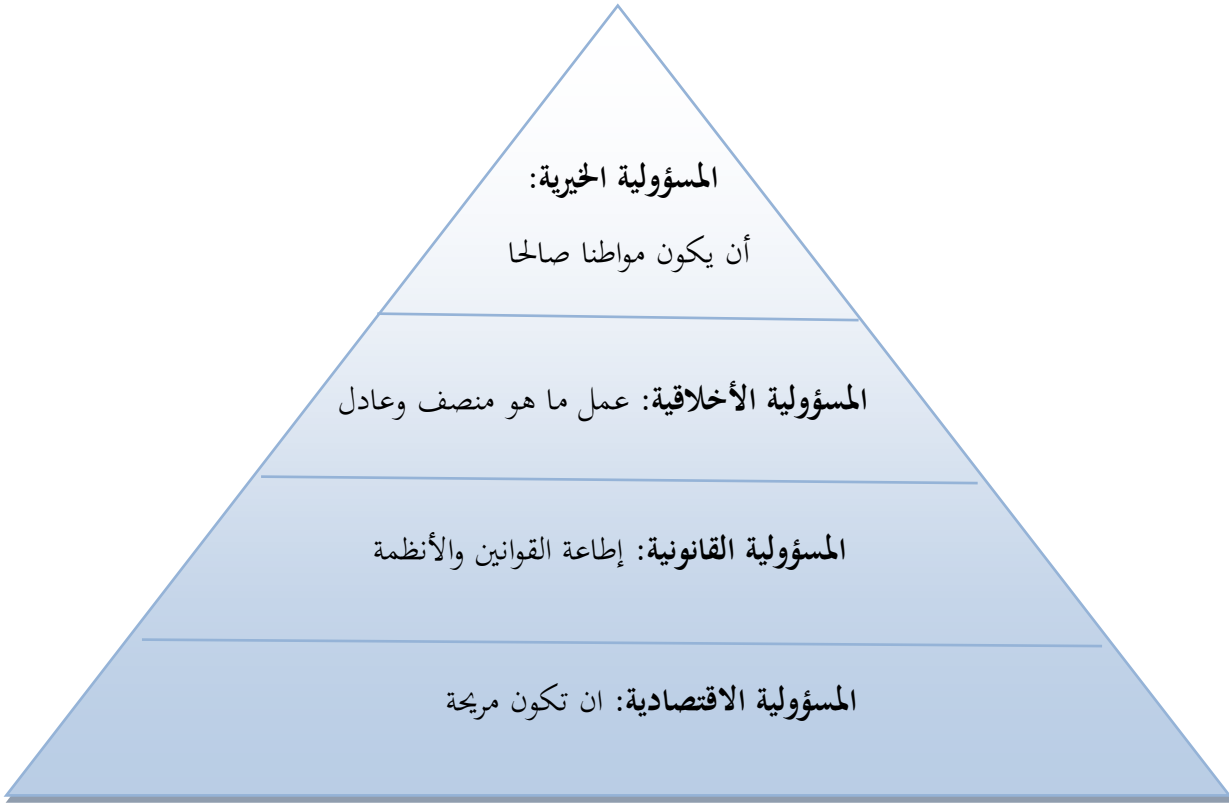
يشير الي مبادرات طوعية غير ملزمة لمنظمة، تبادر فيها بشكل من قبيل برامج تدريب لا ترتبط بالعمل بشكل مباشر لفئات خاصة بالمجتمع كالشباب وغيرها ولا تتوخى إدارة الشركات من هذه الأنشطة ارتباطها المباشر بزيادة الأرباح او الحصة السوقية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محجوبي هناء وآخرون، المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل الازمات، ملتقى الدولي: المسؤولية الاجتماعية لأخلاقيات الاعمال كدعماء لتعزيز الأداء الاجتماعي لمنظمات الاعمال والتنمية والمستدامة، يوم 27/26 سبتمبر، سنة 2021، ص 4

<sup>2</sup> طاهر محسن منصور الغالي، ووائل محمد صبحي ادريس، الإدارة الاستراتيجية: منظور متكامل، ط 1، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2007، ص 524.

<sup>3</sup> طاهر محسن منصور الغالي مرجع سابق، ص 524.

الشكل رقم (01): هرم المسؤولية الاجتماعية.



**Source:** Archie B. Carroll. Carroll's pyramid of CSR: taking another look. 1  
International Journal of Corporate Social Responsibility, 2016, p05.

وفي الجدول التالي حوصلة لأكثر الممارسات شيوعا والتي يمكن اعتبارها أساسية للمسؤولية الاجتماعية اتجاه

أطراف المستفيدين:

الجدول رقم (01): ابعاد المسؤولية الاجتماعية

العناصر الفرعية	العناصر الرئيسية	البعد
<ul style="list-style-type: none"> <li>- منع الاحتكار وعدم الاضرار بالمستهلكين.</li> <li>- احترام قواعد المنافسة وعدم الحاق الأذى بالمنافسين.</li> </ul>	المنافسة العادلة	الاقتصادي
<ul style="list-style-type: none"> <li>- استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي.</li> <li>- استخدام التكنولوجيا في معالجة اضرار المجتمع.</li> </ul>	التكنولوجيا	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم التاجرة بالمواد المضرة.</li> <li>- حماية الأطفال صحيا وثقافيا.</li> <li>- حماية المستهلك من المواد المضرة.</li> </ul>	قوانين حماية المستهلك	القانوني

<ul style="list-style-type: none"> <li>-منع التلوث.</li> <li>-منع الاستخدام التعسفي للموارد.</li> <li>-صيانة الموارد وصيانتها.</li> </ul>	<p>حماية البيئة</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>-منع التمييز على أساس العرق او جنس او الدين.</li> <li>-ظروف العمل.</li> <li>-إصابات العمل.</li> <li>-التقاعد وخطط الضمان الاجتماعي.</li> <li>-عمل المرأة.</li> <li>-عمل المعوقين.</li> </ul>	<p>السلامة والعدالة</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>-مراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك.</li> <li>-مراعاة حقوق الانسان.</li> </ul>	<p>المعايير الأخلاقية</p>	الأخلاقي
<ul style="list-style-type: none"> <li>-احترام العادات والتقاليد.</li> <li>-مكافحة المخدرات والممارسات اللاأخلاقية.</li> </ul>	<p>الأعراف والقيم الاجتماعية</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>نوع التغذية.</li> <li>-الملابس.</li> <li>-الخدمات.</li> <li>-النقل العام.</li> </ul>	<p>نوعية الحياة</p>	الخيرى

المصدر: طاهر محسن منصور الغالبي وصالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية واخلاقيات

الاعمال، دار وائل للنشر الأردن، 2008، ص28.

ثانيا: مبادئ المسؤولية الاجتماعية.

تقوم المسؤولية الاجتماعية على عدد كبير من المبادئ وترتكز على تسعة مبادئ رئيسية منها<sup>1</sup> :

المبدأ الأول: حماية البيئة من الأخطار المحدقة بها، وبخاصة ما يتعلق منها بالتلوث.

المبدأ الثاني: القيم والأخلاقيات باعتبارها صمام أمان للاستثمار بنوعيه المادي والبشري وما بينهما من علاقة

مباشرة من حيث طبيعة الأنشطة التي ينبغي أن تأخذ البعد القيمي بعين الاعتبار.

<sup>1</sup> Carroll, Ariche B., (1991), The Pyramid of Corporate Social Responsibility Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business Horizons, Indiana University

**المبدأ الثالث:** المساءلة والمحاسبة ويتم ذلك من خلال إظهار المعلومات الصادقة والبيانات الدقيقة وفق ما يعرف بالشفافية حول الأنشطة التي نفذت وتلك التي لم تنفذ.

**المبدأ الرابع:** تقوية وتعزيز السلطات ويتحقق ذلك من خلال الشراكة المتوازنة ما بان القطاع العام والخاص وجمهور المستفيدين لتحقيق المصالح المتبادلة، بما بضمن أمن المجتمع واستقراره.

**المبدأ الخامس:** الأداء المالي والنتائج من خلال إيجاد أفضل مستويات الرفاهية الممكنة الناتجة عن رواتب وتقاعد وبوفيرات وامتيازات وترقيات وفرص مبنية على التنافس الشريف القائم على حسن الأداء، ويحفظ بالوقت نفسه أوجه التقدم والتطور اللازمة للمؤسسة، والسعي نحو التقدم والنمو الذاتي.

**المبدأ السادس:** مواصفات موقع العمل وربطها بإدارة الموارد البشرية وتطوير الكادر المدرب بحسب الاحتياجات المهنية العصرية الحديثة، وكذلك توفير البيئة المهنية السليمة التي يؤدي بها الموظفون أعمالهم على أكمل وجه، متضمنا ذلك عناصر الهدوء، والإضاءة، والتهوية، والسيكولوجي المفتوح.

**المبدأ السابع:** العلاقات التعاونية المبنية على العدالة والأمانة مع شركاء العمل والمهمات والأنشطة والفئة المستهدفة من ثمره الجهود المبذولة أيضا.

**المبدأ الثامن:** المنتجات ذات الجودة والخدمات عالية المستوى بحث تستجب لاحتياجات المجتمع المختلفة، مستثمرة بذلك كل عناصر الكفاءة التي تمكن توظيفها، بما يخلق لديها خصائص قادرة على التنافس بإيجابية مع مختلف الجهات المنتجة والموردة، سواء للجانب المعنوي أم المادي.

**المبدأ التاسع:** الارتباط المجتمعي من خلال تجسير التواصل الوثيق بين المجتمع ومؤسساته المختلفة، بحث تتميز عملتنا التواصل والاتصال بالحساسة المسؤولة مجتمعا تجاه ثقافة واحتياجات هذا المجتمع، الذي سعى إلى توفير الحد الأقصى من الامتيازات لمواطنه.

### المطلب الثالث: استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية

إن الاختيار الحقيقي لمدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية يتمثل بالنظر في قضايا المصلحة العامة , ومدى اخذها بعين الاعتبار عند اتخاذ القرار (Davis and blamestorm) فالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات لا تعني تقديم المساعدات والاعانات للجمعيات الخيرية في الاعياد والمناسبات فحسب , بل يتجاوز معناها الحقيقي ذلك بأشواط كبيرة لتصبح سلوكا حميدا يجب على المؤسسات ان تتحلى به باستمرار باعتبارها مواطنا صالحا في المجتمع . وقد حددت استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية من طرف العديد من الباحثين في أربع استراتيجيات اساسية هي كالتالي:

## أولاً: استراتيجية الممانعة او عدم التبني:

تهتم هذه الاستراتيجية بالأولويات الاقتصادية للمؤسسات دون تبني أي دور اجتماعي لان هذه المؤسسات تركز على تعظيم الربح والعوائد الأخرى. حيث تتحاشى المؤسسات الانفاق على الأنشطة الاجتماعية وبالعودة الى هرم المسؤولية الاجتماعية فإن المؤسسات التي تبني هذا النوع من الاستراتيجيات تصنف في المستوى الأول وهي المسؤولية الاقتصادية وتحاول ان تتجنب حتى المسؤولية القانونية بمختلف الاساليب والطرق الممكنة حيث تعرضها لمشكلات قانونية

## ثانياً: استراتيجية الدفاع:

تهتم المؤسسات وفقاً لهذه الاستراتيجية بالقيام بأقل من المطلوب منها قانونياً أي الحد الأدنى قانونياً المفروض كدور اجتماعي وبيئي، من خلال مواجهة المسؤوليات الاقتصادية والقانونية ومع زيادة الضغوط التنافسية والسوقية وزيادة الأصوات التي تنادي بحماية المستهلك والبيئة تلجأ ادارة المؤسسة الى المناورات القانونية كتكتيك للمحاولة من تقليل او تجنب الالتزامات المرتبطة بالمشاكل التي تحدثها المنظمات وبالتالي حمايتها من الوقوع في مساءلة قانونية

## ثالثاً: استراتيجية التكيف:

تنطلق هذه الاستراتيجية من التزام المؤسسات بالمسؤوليات الاقتصادية والقانونية، ثم تراعي بعد ذلك المتطلبات الاخلاقية من خلال الاهتمام بالقيم والاعراف السائدة والسلوكيات المقبولة اجتماعياً في بيئتها الداخلية، والتي تمثل ثقافة المؤسسة وكذلك بالنسبة للمجتمع الذي تعمل فيه.

## رابعاً: استراتيجية المبادرة التطوعية:

تتبني المؤسسة دوراً اجتماعياً واسعاً، وتأخذ مصلحة المجتمع في كل قرارات المؤسسة وهذا النوع من الاستراتيجيات يحمل في طياته المسؤولية الخيرية، حيث يأخذ زمام المبادرة في توفير المتطلبات الاجتماعية والبيئية علاوة على بناء قاعدته بكل المسؤوليات الاقتصادية والقانونية والاخلاقية.

والشكل التالي يوضح كيفية تعامل المؤسسة مع المسؤولية

الاجتماعية واختيار الاستراتيجية الملائمة لها، وذلك قياساً بالأداء الاقتصادي الاخلاقي والاجتماعي، ومن جهة أخرى بين مدى التزام المؤسسة في تطبيق المسؤولية الاجتماعية.

## الشكل رقم (02): استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية

استراتيجية المبادرة	<ul style="list-style-type: none"> <li>• تتولى القيادة في المبادرات الاجتماعية</li> <li>• تبني المسؤوليات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والعقلانية أو الحسنة</li> </ul>
استراتيجية التكيف	<ul style="list-style-type: none"> <li>• الإلتزام بالحد الأدنى من المتطلبات الأخلاقية</li> <li>• تبني المسؤوليات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية</li> </ul>
استراتيجية الدفاع	<ul style="list-style-type: none"> <li>• الإلتزام بالحد الأدنى من المتطلبات القانونية</li> <li>• تبني المسؤوليات الاقتصادية والقانونية</li> </ul>
استراتيجية الممانعة	<ul style="list-style-type: none"> <li>• محاربة المتطلبات الاجتماعية</li> <li>• تبني المسؤولية الاقتصادية فقط</li> </ul>

**Source:** Schermerhorn ،R. John ،Management ،6th Edition ،John wily & Sons ،Inc. ،2001 ، PP: 128-129<sup>1</sup>

إن اتباع المؤسسة لأي استراتيجية من هذه الاستراتيجيات سيكون انطلاقا من وجهة نظرها حول القضايا المختلفة في المجتمع وطريقة تبنيها لها , وكذلك رؤيتها للدور الملقى على عاتقها في المجتمع الذي تنشط فيه . حيث ان المؤسسة قبل بداية تطبيقها أو تبنيها تهتم فقط بالمجال القانوني والاقتصادي، ثم تأتي مرحلة تحاول ان تبين مدى اهمية المسؤولية الاجتماعية لها وفي مرحلة متقدمة تصبح المؤسسة ملزمة بتطبيق المسؤولية الاخلاقية في انجاز اعمالها من اجل الحفاظ على سمعتها والبقاء في السوق, وفي الاخير تتبنى المؤسسة المسؤولية الاجتماعية بكل ابعادها لأجل كسب ولاء الزبائن من خلال انتهاج استراتيجية المبادرة التطوعية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> العقون آمنة، أثر المسؤولية الاجتماعية على الاداء البيئي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، إدارة الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2018/2019 ص (24،25).

## المبحث الثاني: برامج المسؤولية الاجتماعية ومؤشرات قياسها

تتركز برامج المسؤولية على تشجيع موظفي وعملاء الشركات الإقتصادية ليصبحوا أعضاء فاعلين في المجتمع من خلال تنفيذ مجموعة من الأنشطة والمبادرات التي تمثل فرصة للتطوع بوقتهم ومشاركة معرفتهم لدعم المجتمع. وتشمل برامج المسؤولية الاجتماعية عدت مجالات يتمّ تحديدها بناء على احتياجات وأولويات المجتمع وفي هذا الإطار سنتطرق على سبيل الذكر لا الحصر إلى بعض البرامج الأساسية والفرعية التي تمثل أبرز مجالات المسؤولية الاجتماعية ومؤشرات قياسها.

## المطلب الأول: برامج المسؤولية الاجتماعية

برامج المسؤولية الاجتماعية تهدف الى دعم إنتاجية المجتمع وتحويل الطاقات البشرية المعطلة الى طاقات انتاجية ولها عدة اتجاهات:

- برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين.
- برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الزبائن.
- برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع.
- برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة.
- برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه حملة الاسهم.

## اولا: أهم برامج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تجاه العاملين:

يمثل الاهتمام والإنفاق على الموارد البشرية في المؤسسة استثماره استراتيجية، تجني ثماره في الأجلين القصير والبعيد، حيث تمثل العمالة مجاط داخلية من مجالات المسؤولية الاجتماعية، تلتزم المؤسسة فيه بتوفير الخدمات اللازمة لتحسين جودة حياة العاملين ورضاهم الوظيفي، من أجل توفير مناخ مناسب يشجع على بذل المزيد من الجهد والعطاء، وكذلك الانتماء والولاء لصالح المؤسسة وإدارتها، مما سيترتب عليه تحقيق منافع وعوائد اقتصادية مباشرة وغير مباشرة حاضرا ومستقبلا.

ومن أهم البرامج التي توفرها المسؤولية الاجتماعية للعاملين نجد ما يلي<sup>1</sup>:

- توفير البرامج التدريبية اللازمة بالداخل والخارج؛
- توفير سياسة ترقية تعترف بقدرات العاملين وتتمن مجهوداتهم وتحقق لهم الفرص المتساوية؛
- وضع نظام تأميني خاص بالمشاركة مع العاملين والمساهمة في التأمينات الاجتماعية عن العاملين؛

<sup>1</sup> بن خديجة منصف، راشي طارق، دور المسؤولية الاجتماعية في تدعيم تنافسية المؤسسة الاقتصادية، المؤتمر الثالث للعلوم المالية والمصرفية حول حاكمية الشركات والمسؤولية الاجتماعية: تجربة الأسواق الناشئة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة اليرموك اربد-الأردن، 2013 ص 139

- وضع نظم للرعاية الصحية والعلاج بالمستشفيات؛
  - منح للعاملين أجور ومراتب تحقق لهم مستوى معيشي مناسب؛
  - وضع نظم للحوافز والمكافآت اللازمة؛
  - إقامة سكن للعاملين أو على الأقل مساعدتهم مادية في الحصول على سكن مناسب؛
  - توفير وسائل النقل من مناطق السكن إلى أماكن العمل والعكس؛
  - توفير الأمن الصناعي والعمل على تفادي الحوادث بالمؤسسة وتوفير بيئة نظيفة خالية من التلوث؛
  - توزيع حصة على العاملين من الأرباح السنوية الموزعة؛
- ثانياً: أهم برامج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تجاه الزبائن:

تتلخص أهم المساهمات في هذا المجال فيما يلي<sup>1</sup>:

- القيام بالبحوث التسويقية لتحديد احتياجات المستهلكين وتطلعاتهم؛
- تبني مفهوم التسويق الأخضر وما يحمله من مزيج تسويقي أخضر؛
- توفير البيانات اللازمة عن خصائص المنتجات وطريقة استخدامها؛
- الالتزام بالسعر الذي ينسجم والقدرة الشرائية للمستهلكين؛
- عدم استخدام مواد غير صحية في عمليتي التعبئة والتغليف؛
- توفير خدمة ما بعد البيع؛
- الالتزام بتاريخ الضمان والرد على شكاوى العملاء؛
- أهم برامج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تجاه الموردين:

لما كان الموردون مصدر مهم من مصادر المعلومات التي تحصل عليها المؤسسة من جهة، والممون الأساسي لها بمختلف حاجياتها من المواد الأولية والتجهيزات والأموال؛ وتربطهم علاقات مصالح متبادلة، فإنه وجب على المؤسسات احترام مطالبهم المشروعة، والتي يمكن تلخيصها بالاستمرار في التوريد وخاصة البعض أنواع المواد الأولية اللازمة للعمليات الإنتاجية، وأسعار عادلة ومقبولة للمواد المجهزة لمنظمات الأعمال، بالإضافة إلى تسديد الالتزامات والصدق في التعامل، وتدريب الموردين على مختلف طرق تطوير العمل، وحتى إمكانية إشراكهم في تطوير المنتجات والعمليات<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> رسلان خضور، المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال، ندوة الثلاثاء الاقتصادية الرابعة والعشرون حول التنمية الاقتصادية والاجتماعية في سوريا، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، 2011، ص 8.

<sup>2</sup> بن علي آمال، مساهمة المسؤولية الاجتماعية في بلوغ متطلبات التصدير في منظمات الأعمال (خارج المحروقات) مذكرة دكتوراه في علوم التسويق، ما نجت استراتيجي دولي، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2017/2016 ص32.

ثالثاً: أهم برامج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تجاه المجتمع:

- هناك العديد من الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها المنظمات كمسؤولية اجتماعية اتجاه المجتمع الذي تعيش فيه تتعلق أساساً بالصحة والسكن وكذا النقل والفئات الخاصة وغيرها، من أهمها ما يلي<sup>1</sup>:
- تقديم التبرعات للجمعيات الخيرية وللمؤسسات والمنظمات غير الحكومي؛
  - رعاية الفئات الخاصة في المجتمع مثل الطفولة المسعفة والمسنين وذوي الاحتياجات الخاصة؛
  - المساهمة في تدعيم الهيئات الصحي؛
  - القيام بمبادرات في مجال التعليم كإقامة معاهد تعليمية وفنية والتبرعات للطلبة المحتاجين؛
  - المساهمة في توفير فرص عمل متكافئة لأفراد المجتمع؛
  - تدعيم الأنشطة الرياضية والثقافية؛
  - تقديم المساعدات لأفراد المجتمع في حالة الكوارث الطبيعية والاجتماعية؛<sup>2</sup>
  - تحقيق الاستقرار الاجتماعي نتيجة لسيطرة مفاهيم العدالة والمساواة وتكافؤ الفرص وانتشار ثقافة تنظيمية رائدة على قاعدة المسؤولية الاجتماعية؛
  - تحسين نوعية الحياة في المجتمع، كالمساعدة في حل مشاكل البطالة والفقر، وتحسين الخدمات الصحية والتعليمية، وزيادة المداخل والتعويضات للعاملين وعليه تحسين مستوى المعيشة؛
- رابعاً: أهم برامج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تجاه البيئة:

- إن المسؤولية الاجتماعية للمنظمات اتجاه البيئة، والتي يطلق عليها عادة "المسؤولية البيئية للمنظمات" يقصد بها تلك المساهمات الطوعية والإجبارية الملقاة عاتقها اتجاه البيئة وتحقيق استدامتها، فمن أهم المساهمات التي تقوم بها منظمات الأعمال تجاه البيئة نجد:<sup>3</sup>
- العمل على تفادي والتقليل من مسببات تلوث الهواء والأرض والمياه وإحداث الضوضاء.
  - تقديم منتجات ذات تصميم أخضر بطريقة تؤدي إلى تقليل المخلفات عند تشغيلها؛
  - تسيير النفايات والعمل بنظام الرسكلة للتقليل من أثارها السلبية على البيئة؛

<sup>1</sup> بن علي آمال، مسعودي زكريا، مزايا التزام المنظمات بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع: دراسة حالة شركة كوندور الكترونيكس بروج بوغريج، مجلة السراج في تربية وقضايا المجتمع، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد الثامن 2018 ص 132.

<sup>2</sup> سميرة لغويل، نوال زمالي، المسؤولية الاجتماعية المفهوم، الأبعاد والمعايير، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة تبسة، عدد 27 سنة 2016 ص 304

<sup>3</sup> بن علي آمال، مسعودي زكريا، الاهتمامات البيئية في إطار المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية، مجلة العلوم الإدارية والمالية، جامعة الوادي، مجلد 1 عدد 1 سنة 2017، ص 416.

- الاستخدام العقلاني للمواد الخام ومنع الاستخدام التعسفي لها؛

- الاستغلال الرشيد لمصادر الطاقة؛

- المساهمة في البحث عن الطاقات البديلة النظيفة واكتشافها؛

- المبادرة في تمويل المشاريع المتعلقة بالبيئة كإنشاء الحدائق والمحميات الطبيعية وحماية التنوع البيولوجي والغابات؛

خامسا: أهم برامج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تجاه حملة الأسهم:

حملة الأسهم هم الملاك أو أصحاب رؤوس الأموال اللذين يعملون على تزويد المؤسسة برأس المال الضروري لنشاطها، حيث تعتبر فئة المساهمين فئة مهمة من أصحاب المصالح المستفيدين من نشاط المؤسسة، وتكمن مسؤولية المؤسسة تجاه هذه الفئة بضمان تحقيق أقصى ربح ممكن، تعظيم قيمة الأسهم التي يمتلكونها، زيادة حجم المبيعات، بالإضافة إلى حماية أصول وممتلكات المؤسسة وموجوداتها.<sup>1</sup>

المطلب الثاني: مؤشرات قياس الاداء الاجتماعي واستجابة المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية.

أولا: مؤشرات قياس الأداء الاجتماعي.

ان تقييم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات يتم عبر مجموعة مؤشرات وهي:

● مؤشر الاداء الاجتماعي بالنسبة للمؤسسة:

ويشمل جميع التكاليف بخلاف الاجر الاساسي الذي تقدمه المؤسسة للعاملين لديها بغض النظر عن موقعهم التنظيمية او نوع او طبيعة اعمالهم، وتقوم المؤسسة بالالتزام بتوفير كافة العوامل اللازمة لخلق وتعميق حالة الولاء والانتماء للعاملين، كاهتمام بحالاتهم الصحية وتدريبهم وتحسين وضعهم الثقافي والاهتمام بمستقبلهم عند انتهاء فترة خدمتهم، تحسين ظروف العمل، تقديم وسائل الامن الصناعي، ويمثل هذا المجال مجالا داخليا من مجالات المحاسبة الاجتماعية.<sup>2</sup>

● مؤشر الاداء الاجتماعي لحماية البيئة

يشمل كافة تكاليف الاداء الاجتماعي الموضح بها لحماية افراد المجتمع المحيط الذي تعمل المؤسسة داخل نطاق، حيث تحاول جاهدة رد الاضرار عن البيئة المحيطة وتوليده من انشطتها الصناعية وهذه الاخيرة تشمل التكاليف حماية تلوث الهواء والبيئة البحرية، والمزروعات والاعشاب الطبيعية وتلوث المياه.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> بن خديجة منصف، راشي طارق، مرجع سابق، ص 141.

<sup>2</sup> عقون شرف وآخرون، مجلة الاقتصاد الصناعي، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية، ال عدد(12)03، جوان 2017، ص 7-8.

<sup>3</sup> عقون شرف وآخرون، مرجع سابق، ص 7-8.

### • مؤشر الاداء الاجتماعي للمجتمع:

يتضمن كافة تكاليف الاداء التي تهدف الى اسهامات المؤسسة في خدمة المجتمع، مشتملة بذلك على تبرعات ومساهمات للمؤسسات التعليمية، الثقافية، الرياضية، الخيرية، تم تكاليف الاسهامات في برنامج التعليم والتدريب الاجتماعي، ومشاريع النوعية والاجتماعية<sup>1</sup>.

• **مؤشر الاداء الاجتماعي لتطوير الإنتاج:** وتشمل كافة تكاليف الاداء التي تنصب في خدمة المستهلكين حيث تتضمن تكاليف الرقابة على جودة الإنتاج وتكاليف البحث والتطوير ثم تكاليف ضمانات المتابعة ما بعد البيع وتدريب وتطوير العاملين وغيرها من الخدمات التي تحقق حالة الرضا عن المنافع المتأتية من المنتجات والخدمات المقدمة إلى المستهلكين<sup>2</sup>.

### ثانيا: استجابة المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية:

تتفاوت استجابة المؤسسة الاقتصادية حول المسؤولية الاجتماعية من مؤسسة الى أخرى تبعا لعدد من العوامل، حيث يمكننا رصد تلك الاستجابة ما بين المنخفضة والعالية من خلال المداخل الاربعة الاساسية التالية:<sup>3</sup>

**الادارة الخانقة:** إن مثل هذه الادارة ترفض التزام منظمها بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه مجتمع، فهي لا ترفض وحسب، وانما تقوم بأعمال غير أخلاقية ويرفضها المجتمع، حيث ان همها الوحيد هو جمع وتحصيل العوائد مهما كان الثمن، وما التداول والترويج لسلع ممنوعة الا مثال سافر عن ذلك المنهج.

**الادارة المكتفية:** إن مثل هذه الادارة تجعل منظمها تلتزم بالحد الأدنى من المسؤولية والذي تفرضه عليها القوانين ولا أكثر، حيث تنظر لمنظمة الاعمال بأن عليها تحقيق العوائد والارباح وليس لها شأن بما سوى ذلك.

**الإدارة المعاونة:** تقوم إدارة هذه المنظمات بالالتزام بما تطلبه قوانين تزيد على ذلك عند ما يطلب منها بعض تلك مساهمات كالإدارة معوانه

**الإدارة الفعالة:** تقوم إدارة هذه المعلومات استجابة الاجتماعية الإيجابية العالية لكل متطلبات مسؤولية الاجتماعية، وتحمل كل الأطراف ذات العلاقة بالمؤسسة على مساهمة من خلال مؤسساتها في خدمة وتنمية المجتمع، انما تنظر الي مؤسسة بانها مواطن صالح في مجتمع.

<sup>1</sup> حامد كريم العاني، دورة المعلومات الحاسوبية في قياس وتقييم الأداء الاجتماعي للمؤسسات الصناعية، (الدراسة التطبيقية في مملكة البحرين)، المؤتمر العلمي الرابع حول الريادة والابداع: استراتيجيات الاعمال في مواجهة تحديات العولمة، فيلاديلفيا، الأردن، 15-16 مارس 2003

<sup>2</sup> حامد كريم العاني، مرجع سابق، ص15-16.

<sup>3</sup> بن جيمة مريم وبن جيمة نصيرة، مسؤولية الاجتماعية اخلاقيات الإدارة، البحث مقدم في ملتقى الدولي الثلاثة حول: منظمات الاعمال بالمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار يومي 14-15 فيفري 2012، ص7.

## المطلب الثالث: مواصفات الدولية (ISO 26000)

يمكننا التطرق إلى مواصفات المسؤولية الاجتماعية ISO 26000 كما يلي:

جاءت مواصفة ISO 26000 لتصبح أداة تنظيمية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات حيث تقدم الخطوط التوجيهية المساعدة للمنظمات للمساهمة في التنمية المستدامة وصحة ورفاهية المجتمع، كما تهدف هذه المواصفة لتعزيز المفهوم المشترك حول نطاق المسؤولية الاجتماعية .

أما الهدف الاساسي من ISO 26000 هو تشكيل الطابع الرسمي لمسألة المسؤولية الاجتماعية وذلك بطريقة تتكيف مع جميع أنواع المنظمات والشركات دون تحديد الحجم والنشاط، كما أنها تركز على مجموعة من المبادئ الاساسية وهي كالتالي<sup>1</sup>:

- مسؤولية الافصاح على التقارير.
- الشفافية.
- السلوك الأخلاقي.
- تلبية مصالح أصحاب المصلحة.
- مبدأ المساواة.
- المعايير الدولية.
- حقوق الانسان.

## المطلب الرابع: عوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية

تقوم المؤسسة بأعداد وتنظيم مجموعة من العوامل الرئيسية من اجل تطبيق المسؤولية الاجتماعية، حيث يرتبط نجاح المؤسسة بتبني هذه الأخيرة، وفي مقدمة هذه العوامل نذكر<sup>2</sup>:

- ضرورة الايمان بقضية المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع؛
- تحديد رؤية واضحة نحو الدور الاجتماعي الذي تتبناه المؤسسة؛
- قيام المؤسسة بتحديد مسؤول عن هذا النشاط وتحديد أهدافه وكل المخططات المطلوبة له؛
- حسن ادارة الجوانب الاجتماعية التي تبرز اثناء قيام المؤسسة بنشاطها الاقتصادي، وتتمثل هذه الجوانب

في الالتزام البيئي واحترام قوانين العمل

<sup>1</sup> بن علي امال، مساهمة المسؤولية الاجتماعية في بلوغ متطلبات التصدير في منظمات الاعمال (خارج المحروقات)، دراسة حالة شركة condor بروج بوعريج، شهادة الدكتوراه، تخصص مناخات استراتيجي دولي، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، سنة 2017، ص23.

<sup>2</sup> -مقدم وهيبة، تقييم مدى استجابة منظمات الاعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم التسيير كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران، 2014، ص22.

## خلاصة الفصل:

إن المسؤولية الاجتماعية حقيقة وجدت تطبيقها في المجال الاقتصادي إلا أنها تمثل أساساً قوياً للتطور نحو مفاهيم اجتماعية جديدة؛ حتى وقتنا الراهن، لأنه لم يتم تعريف المسؤولية الاجتماعية بشكل محدد وقاطع. ولقد أصبحت المسؤولية الاجتماعية تتبوأ حيزاً ومساحة كبيرة من الأهمية على جميع الأصعدة والمجالات المحلية، وتحظى باهتمام رفيع المستوى من قبل منظمات الأعمال لكونها تعمل على تحسين مستوى المعيشة والارتقاء برفاهية المجتمع، فليكن لأي منظمة أن تحاول تعزيز فرص نجاحها في مجتمعها من خلال زيادة الاهتمام بعرض الدور الاجتماعي.

وبعد دراستنا لهذا الفصل والمتعلق بالإطار المفاهيمي نستنتج أن:

- تعرف المسؤولية الاجتماعية على أنها التزام المؤسسة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه.
- تتمثل أبعاد المسؤولية الاجتماعية في: البعد الاقتصادي، القانوني، الأخلاقي، الإنساني.
- للمسؤولية الاجتماعية أهمية بالنسبة للدولة، المؤسسة، المجتمع.

## الفصل الثاني

### ماهية المؤسسة الاقتصادية

## تمهيد:

لقد شغلت المؤسسة الاقتصادية حيزا معتبرا في كتابات وأعمال الاقتصاديين بمختلف اتجاهاتهم، باعتبارها النواة الأساسية في النشاط الاقتصادي للمجتمع، كما أنها تعبر عن علاقات اجتماعية، لأن العملية الإنتاجية داخلها أو نشاطها بشكل عام، يتم ضمن مجموعة من العناصر البشرية متعاملة فيما بينها من جهة والعناصر المادية وعناصر أخرى معنوية من جهة ثانية. نظرا للتدخلات والتعقيدات الموجودة في المؤسسة الاقتصادية فإن التطرق إلى إدارتها يتطلب الدقة وتجنب المعالجة العامة لهذا الموضوع، خاصة بعد التطورات التي شهدتها الساحة الاقتصادية والاجتماعية عبر العصور مما أدى إلى إعادة النظر في طرق وكيفيات التنظيم الاقتصادي سواء على المستوى الكلي أو الجزئي (المؤسسة). (تبعاً لذلك فالمؤسسة اتخذت أشكالاً وأنماطاً أخرى، كما أن دورها يشمل مجالا واسعا نذكر منه تطور دورها إلى الناحية السياسية شركات (متعددة الجنسيات) ثم إلى الناحية العسكرية والعلمية (أبحاث داخل مخابر المؤسسة)، وعليه سنتعرض إلى عدد من النقاط المتعلقة بتعريف المؤسسة الاقتصادية، أهدافها أنواعها وخصائصها وظائفها..... حيث تم تقسيم هذا الفصل الى المباحث التالي:

**المبحث الأول:** مفهوم ونشأة المؤسسة الاقتصادية.

**المبحث الثاني:** وظائف وأنواع المؤسسة الاقتصادية.

## المبحث الأول: نشأة ومفهوم المؤسسة الاقتصادية.

تعد المؤسسة الاقتصادية النواة الأساسية لبناء الصرح الاقتصادي لأي بلد، مما جعلها تحتل مكانة هامة لدى صانعي القرارات والسياسات التنموية للبلد، ولقد تطور مفهوم ومدلول المؤسسة الاقتصادية عبر الزمن واختلف باختلاف البيئة الاقتصادية الاجتماعية، وسيتم في هذا المبحث تناول مجموعة من النقاط التي نبرز فيها نشأة وتطور التاريخي للمؤسسة الاقتصادية وتعريفها وإبراز خصائصها وأهدافها.

## المطلب الأول: نشأة والتطور التاريخي للمؤسسة الاقتصادية

عرفت المؤسسة تطورات وتغيرات مرتبطة بالتطورات شهدتها الساحة الاقتصادية والاجتماعية عبر العصور، قد غيرت الكثير من المفاهيم العلمية والاقتصادية، ووقعت كذلك خلطا في بعض المبادئ العامة، وهذا نتيجة للتطورات العلمية والتكنولوجية السريعة في القرن العشرين خاصة، مما أدى الى إعادة النظر في طرق وكيفيات التنظيم الاقتصادي سواء على المستوى الكلي الوطني او على المستوى الجزئي المتمثل في المؤسسة، والمؤسسة تبعا لذلك اتخذت اشكالا وانماطا لم يكن يتصورها البعض قبل واثناء قيام الثورة الصناعية في اوروبا.

يعتبر حصول المؤسسة الاقتصادية على اختلاف انواعها الى ماهي عليه الان من الاشكال نتيجة تطور تاريخي طويل عرفته المؤسسات من قبل وقد عرّف الانسان في نمط حياته الاقتصادية والاجتماعية منذ ان استقر على وجه الارض وأحد في استخدام مواردها المختلفة لإشباع رغباته، ويمكن تتبع مراحل تطور المؤسسة الاقتصادية كما يلي<sup>1</sup>:

✓ ظهور الوحدات الفلاحية: انتشار الحرف المشابهة للإنتاج نتيجة اتساع المدن والحواسر، مما تطلب تعيين من يتولى مسؤولية الاشراف على هذه الورشات وتصنيف العمال.

✓ ظهور المؤسسات الصناعية اليدوية: وقد ارتبط وجودها بظهور الادوات الصناعية في شكلها الاولي مع بداية الثورة الصناعية، حيث يتولى مالكيها التحكم في ظروف الانتاج والاشراف على العمال.

✓ المؤسسات الصناعية الالية: ظهرت بسبب اتساع الاسواق أكثر وازدياد التطور العلمي الموجه لخدمة الانتاج الصناعي، وذلك منذ بداية القرن 18 حيث أصبح الانتاج يعتمد بصفة اساسية على الوسائل الصناعية الآلات التي تستخدم الطاقة على اختلاف انواعها.

✓ ظهور التكتلات والشركات متعددة الجنسيات: ويعود ظهورها لكبر حجم المؤسسات وزيادة الانتاج واتساع دائرة المنافسة على الاسواق حتى تكون للمؤسسة القدرة على البقاء والحفاظ على مستوى نشاطها وتحقيق النمو التطور المنشود.

<sup>1</sup> ناصر داداي عدون، اقتصاد مؤسسة، ط2، دار الحمديّة العامة، الجزائر 1998، ص11،

المطلب الثاني: تعريف المؤسسة الاقتصادية:

لقد شغلت المؤسسة الاقتصادية ولا تزال حيزاً كبيراً من اهتمامات الاقتصاديين بمختلف اتجاهاتهم الإيديولوجية، سواء من الشرق أو من الغرب، نظراً لكونها نواة النشاط الاقتصادي مهما كان حجمها كبيراً أم صغيراً كما تعد أداة لتنمية المجتمع لأن نشاط العملية الإنتاجية يتم ضمن مجموعة من العناصر البشرية والمادية وعناصر أخرى معنوية. قبل التطرق إلى تعريف المؤسسة الاقتصادية، تجدر الإشارة إلى أنه عادة ما تستعمل مصطلحات أخرى للدلالة على نفس المعنى مثل: المنظمة، الشركة، المقاول، المنشأة، لكن التمعن في محتوى كل منها على حده يعطي نظرة أخرى لمعانيها.

• المنظمة: عبارة تطلق على كل تجمع يتم تنظيمه وفق أسس وقواعد معينة، اجتماعية كانت أم اقتصادية أو سياسية أو ثقافية أو غير ذلك.

• الشركة: فتعني وتهم خاصة بالهيكل الاقتصادي مهما كان حجمه أو طبيعته القانونية.

• المقاول: وهي مشتقة من كلمة مقاول، وتشير خاصة إلى الخطر أو المغامرة التي تميز توظيف الأموال في النشاط الاقتصادي.

• المؤسسة: كلمة تطلق على كل تجمع اقتصادي أو اجتماعي مؤسس بصفة رسمية، حيث نجد هناك مؤسسات سياسية، اجتماعية، تربوية، اقتصادية...<sup>1</sup>

• المنشأة: تعرف على أنها مجموعة من الأشخاص الدائمين العاملين في نفس المكان (مصنع مكتب، واجهة...) تابعون لنفس السلطة المديرة (شركة، رب عمل)، بحيث لا تتمتع بشخصية قانونية، وتكون استقلاليتها نسبية.

أما فيما يخص تعريف المؤسسة الاقتصادية، ف من الصعب إعطاء مفهوم شامل لها نظراً للتطور السريع للمفاهيم الاقتصادية، الاجتماعية، العلمية، والتطور المستمر الذي شهدته المؤسسة الاقتصادية، ومن أهم التعاريف التي أعطيت للمؤسسة الاقتصادية ما يلي:

• المؤسسة هي كل وحدة قانونية، سواء كانت شخص مادي أو شخص معنوي، والتي تتمتع باستقلال مالي في صنع القرار، وتنتج سلع وخدمات تجارية؛

• هي كل تنظيم اقتصادي مستقل مالياً في إطار قانوني واجتماعي معين، هدف دمج عوامل الإنتاج من أجل إنتاج تبادل سلع أو الخدمات مع الأعوان اقتصاديين آخرين، لغرض تحقيق نتيجة ملائمة؛

• المؤسسة هي عبارة عن مفهوم وطبيعة جد معقدة، حيث تعبر عن واقع اقتصادي، وبشري واجتماعي؛

<sup>1</sup> العربي دخمش، محاضرات في اقتصاد مؤسسة، مطابع جامعة منتوري، قسنطينة، سبتمبر 2001، ص 2.

- المؤسسة هي القوالب التي ينظم الناس فيها شؤونهم في علاقاتهم، بعضهم مع بعض والمؤسسة جهاز عمل وأجهزة العمل تشمل تركيبات ونظم أدوات وتجهيزات وتوزيع؛
- المؤسسة هي منظمة اقتصادية مكونة من وسائل مادية، بشرية ومالية المستعملة من أجل إنتاج يسوق للسوق سواء كانت أو سلع خدمات؛<sup>1</sup>
- المؤسسة هي وحدة إنتاجية ومركز توجيه عوائد الإنتاج، ولكن تعتبر كوحدة اجتماعية تتخذ مجموعة من القرارات من أجل اقتحام أكبر عدد من الأسواق وكذلك لتحقيق مجمل أهدافها؛
- انطلاقاً مما سبق يمكن تعريف المؤسسة الاقتصادية على أنها تنظيم اقتصادي مستقل مالياً في إطار قانوني واجتماعي معين هدفه دمج عوامل الإنتاج من أجل الإنتاج أو تبادل سلع أو خدمات مع أعوان اقتصاديين آخرين بغرض تحقيق نتيجة ملائمة وهذا ضمن شروط اقتصادية لمختلف باختلاف الحيز المكاني والزمني الذي يوجد فيه هذا التنظيم وتبعاً لحجم ونوع النشاط.

### المطلب الثالث: خصائص واهداف المؤسسة الاقتصادية

#### اولاً: خصائص المؤسسة الاقتصادية

ان خصائص والمقومات التي نتكلم عنها في هذا المقام ماهي إلا الأسس المعتمد عليها بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية كميزتها، ومما هو ثابت فان للمؤسسة صفات ذاتية تميزها عن الوحدات الاقتصادية الاخرى نظراً لخصوصيتها من أهمها ما يلي<sup>2</sup>:

#### 1. خاصية الهيكل الملائم للمؤسسة:

يعتبر الهيكل اساساً و اساسي في نفس الوقت، في تكوين وتحديد وضعية المؤسسة. فهو الذي يسهل لنا مسألة التنظيم وتقسيم المسؤوليات على اختلاف المستويات ضمن المؤسسة وبالنتيجة تسهيل عملية اتخاذ مختلف القرارات فيها، فكلما كانت الهيكل واضحة معبرة جداً عن العلاقات والتبادلات بين مختلف الاقسام والوظائف من جهة مرنة في تسهيل عملية احداث التغيرات المرتبطة بالمحيط والاستراتيجية من جهة اخرى، كلما كانت أكثر ملائمة ومساعدة على تحقيق وبالتالي تتخذ صورة الاداة الجيدة والاحسن في تسيير نشاط المؤسسة.

<sup>1</sup> Lasary, économie de l'entreprise, o.p.u, Alger, 2001, p7.

<sup>2</sup> بن سعد وسليمة، تقييم المؤسسة ودوره في تحقيق الميزة التنافسية، شهادة ماجستير، فرع مالية ومراقبة جامعة جيلاني ليايس بسيدي بلعباس، 2015.2016. ص.19.

## 2. خاصية التقرب من المستهلك:

بما لا شك فيه فان وجود فكة المؤسسات الاقتصادية على اختلاف انواعها واشكالها وحتى على اختلاف القنوات التي تنشط فيه فان وجودها من عدمها مرتبط ارتباطا وثيقا بوجود المستهلك الفعلي أو حتى المتوقع. وباعتبار ان المستقبل او بعبارة اخرى الدراسات الاستشرافية المستقبلية تنصح بان يتم ادراج ضمن هيكل المؤسسة الاقتصادية فرع يتولى دراسة مختلف سلوكيات المستهلك من اجل التوجه نحو السوق ومعرفة مختلف حاجات السوق التنافسي، فيأثر الانتاج من جهة وكذلك الاختلاف بين المستهلكين جهة اخرى يفرض على المؤسسة الحديثة الاقتراب اكثر من المستهلك، بمعنى هذا انه على المؤسسة المساهمة في الحياة الاقتصادية بتقديم الدراسات قصد التعارف على احتياجات والرغبات الاستهلاكية سواء من الناحية الكمية أو حتى النوعية وتقديم الجودة المطلوبة لمختلف المستهلكين.

## 3. خاصية اللجوء الى تكنولوجيا المعلومات:

ان مميزات المؤسسة في الدول المتقدمة والتي تعتمد على تكنولوجيا عالية، تنطوي مثل هذه التكنولوجيات على مختلف الوسائل التقنية والالية الحديثة، والتي ترتبط بكيفية او اخرى بالمعلومات اذ ان خاصيتها تمكنها من الحصول على جمع البيانات ومعالجتها وتحويلها معلومات موثقة بصورة الية ويمكن الاعتماد عليها أي ان المعلومة تتحول الى مصدر موثوق فيها فيتم تخزينها او استخراجها متى حصل الطلب عليها، معتمدين في ذلك دائما على التكنولوجيا الحديثة للإعلام او الاتصال، أي تكريس مبادئ البحث العلمي في خدمة المؤسسة الاقتصادية.

كذلك هناك خصائص اخرى نذكر منها:

- المؤسسة مركز للتحويل (**Centre de transformation**): تحويل الموارد (المواد الاولية، رؤوس الاموال، المعلومات) عن طريق الافراد الى سلع وخدمات.
- المؤسسة مركز للتوزيع (**Centre de repartition**): المؤسسة مكان يتم فيه توزيع الارباح المتأتبة من بيع السلع (الرواتب والاجور، تسديد الطراب، دفع مستحقات الموردين، اقساط الضمان الاجتماعي).
- المؤسسة مركز لاتخاذ للقرارات الاقتصادية (**Centre de decision**): في المؤسسة تتخذ العديد من القرارات، نوع المنتج، كمية الانتاج، الاسعار، التسويق، شراء مواد الاولية...
- المؤسسة شبكة للمعلومات (**Reseau information**): ان اتخاذ القرارات رشيدة يتطلب نظام المعلومات من مصادر مختلفة داخل المؤسسة وخارجها.

ثانياً: اهداف المؤسسة الاقتصادية

تعدد اهداف المؤسسة الاقتصادية الى:

1. الاهداف الاقتصادية: تتمثل اهم الاهداف الاقتصادية فيما يلي<sup>1</sup>:

- تحقيق الربح للمؤسسة والاشباع لأطراف ذات المصالح؛
- تحقيق متطلبات المجتمع من خلال تلبية حاجاتهم (السعر /الجودة...الخ)؛
- عقلنة الانتاج باستعمال الرشيد لعوامل الانتاج (ندرة الموارد) وذلك بالتخطيط الجيد؛

2. الاهداف الاجتماعية: تتمثل الاهداف الاجتماعية للمؤسسة فيما يلي<sup>2</sup>:

- تحسين مستوى معيشة العمال؛
- اقامة انماط استهلاكية معينة، حيث تقوم المؤسسات عادة بالتصرف في العادات الاستهلاكية لمختلف طبقت المجتمع بتقديم منتجات جديدة او بواسطة التأثير في اذواقهم بمنتجات قديمة او جديدة (ظاهرة الاكل السريع)؛
- الدعوة الى تنظيم وتماسك العمال، باعتبارها خلية اجتماعية تجمع العديد من العمال تختلف مستوياتهم العلمية وانتماءاتهم، تعمل المؤسسة بخلق فضاءات تدعو الى تماسك وتفاهم العمال (مجلس العمال، مقهى .... الخ)؛

3. الاهداف الثقافية والرياضية: تتمثل في هذه الاهداف فيما يلي<sup>3</sup>:

- كتوفير وسائل ترفيهية وثقافية؛
- تدريب العمال المبتدئين؛
- رسكلة القدامى وتخصيص اوقات للرياضة؛

4. الاهداف التكنولوجية: كأنشاء هيئة للبحث والتطوير، استعمال وسائل إعلامية حديثة لربح الوقت وتقليص

التكلفة، والحصول على معلومات دقيقة وموثوقة<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> فيصل فقاير، مقياس اقتصاد المؤسسة، قسم العلوم المالية والمحاسبية، جامعة البليدة 2، لونيبي علي، 2019-2020، 03

<sup>2</sup> فيصل فقاير، مرجع سابق، ص 03

<sup>3</sup> Lasary Comptqbilite qnqlytiqueK, Imprimerie ES-salem, alger, 2001, p14, 15

<sup>4</sup> ES-salem مرجع سابق، ص 15.

المبحث الثاني: وظائف وانواع المؤسسة الاقتصادية.

للمؤسسة الاقتصادية عدة وظائف وتصنيفات نذكر اهمها في هذا المبحث

المطلب الأول: وظائف المؤسسة الاقتصادية.

من خلال الهيكل التنظيمي لأي مؤسسة يمكن تحديد الوظائف التي تتكون منها، وقد تختلف هذه الوظائف من حيث العدد من مؤسسة إلى أخرى لأسباب ترجع إما لحجم المؤسسة أو طبيعة نشاطها، ولكن المتفق عليه هو أن جل المؤسسات تتشابه في الوظائف الأساسية التي تعتمد عليها لبلوغ أهدافها والتي تتمثل فيما يلي<sup>1</sup>:

### 1. وظيفة الإنتاج

هي الوظيفة المكلفة بتصنيع المنتجات المطلوبة في السوق كما يتطابق مع المواصفات والشروط التي حددتها إدارة هندسة الإنتاج، ويتمثل هذا النشاط في كمتين أساسيتين هما<sup>2</sup> :

**الصنع:** هو تحويل المواد الأولية بغرض الحصول على منتجات جاهزة للاستهلاك أو الاستعمال.

**التركيب:** هو ضم القطع النصف المصنعة والتأليف بينهما للحصول على منتجات أخرى للاستهلاك أو الاستعمال.

ومن الجهة الاقتصادية يمكن اعتبار الإنتاج على أنه عملية تحويل المدخلات المادية إلى مخرجات صناعية بهدف الاستهلاك المباشر أو الغير المباشر.

### 2. وظيفة التمويل

تعتبر هذه الوظيفة من الوظائف الأساسية في المؤسسة وتشمل وظيفة الشراء ووظيفة التخزين. وتظهر الأهمية التموينية من خلال تزويد المؤسسة باحتياجاتها الضرورية اللازمة للإنتاج، وفيما يلي بعض التعاريف:

● التمويل يهدف إلى تقديم المنتج ليستطيع القيام بخدمة معينة في المؤسسة بالكمية المحددة، وفي الأجل المحدد وبأدنى تكلفة، وبجودة عالية

التمويل في المؤسسة الصناعية هو عملية تهدف إلى الحصول على منتجات سواء كانت سلع أو خدمات ضرورية لضمان السير العادي لعملية الإنتاج.

الوظائف الأساسية لإدارة التمويل: تتمثل فيما يلي<sup>3</sup>:

● تزويد المؤسسة بالكميات الضرورية والكافية في الوقت المناسب وبالجودة المرغوب فيها وبأدنى تكلفة لاحتياجات العملية الإنتاجية في المؤسسة؛

<sup>1</sup> C.busse ntqultet.prete, economie et gestion de l'entreprise, vuibert, 1955, p57

<sup>2</sup> ركبي فوزية، الوظيفة المالية ووسائل التمويل في مؤسسة اقتصادية، مذكرة لنيل شهادة ليسانس في العلوم الاقتصادية، مالية نقود وبنوك، المركز الجامعي العقيد أكلي محمد أولحاج البويرة، 2010/2011، ص 22.

<sup>3</sup> موقع مكتبة جامعة الجزائر 3 دالي براهيم <http://dely-brahim.blogspot.com> 2022/01/22

- تزويد المصالح والوظائف المختلفة الأخرى في المؤسسة بالمعلومات المتعلقة بالمنتجات المتواجدة في السوق؛
- دراسة ومعرفة السوق، بغرض إيجاد طريقة مثلى للتمويل بالسلع والخدمات العلى جودة، والأقل تكلفة؛
- التنسيق مع الإدارات الأخرى في المؤسسة مثل إدارة الإنتاج أو إدارة التسويق؛
- إدارة المخزون؛
- تحديد الحاجات اللازمة؛
- المراقبة اللوجستية؛

### 3. وظيفة المالية:

تعتبر واحدة من أهم الوظائف في المؤسسة فلا يمكن لأي مؤسسة أن تقوم بمختلف نشاطاتها دون توافر الأموال الأزمة لتمويل هذه النشاطات، وتتم هذه الوظيفة بعمليات الحصول على الأموال واستخدامها بشيك سليم ومعرفة التكلفة للحصول على هذه الأموال ومراقبتها بوضع التخطيط المالي<sup>1</sup>.

### 4. وظيفة الموارد البشرية

لقد تطورت هذه الوظيفة منذ القرن العشرين، حيث أصبح مجالها يشمل: التشغيل، التأجير، التكوين، الإعلام، الأمن والعلاقات الاجتماعية. ويكمن الدور الأساسي لوظيفة الموارد البشرية في تكييف العمال والوظائف كميًا ووعياً في المؤسسة، ولا يتم إلا على أساس معرفة :

- الرجال والنساء الذين يشكلون المؤسسة: من ناحية هرم الأعمال، الأقدمية، هيكل التأهيلات، التوزيع حسب الجنس والجنسية ؛

• تطور عدد العمال (التشغيل والتسريح) ؛

• التعريف الدقيق للمناصب؛

ولتفادي الدخول في الصراعات بين العمال والإدارة، تعمل وظيفة الموارد البشرية في البحث على الأجر العادل، الذي يأخذ بعين الاعتبار التأهيل للمنصب والنتائج المرجوة من الأجير، وتعتمد المؤسسات في التوصل إلى هذا المطلب على طرق حديثة تمكن من تقييم المناصب وإعداد سلم للأجور مناسب لذلك. أما فيما يتعلق بالتطور البشري والاجتماعي، فقد رأينا أن كل النظريات حول التنظيمات تدعو إلى احترام العامل لا كأداة إنتاج فقط وإنما كجزء لا يتجزأ من المؤسسة وهذا بإعطائه كامل الحقوق المنصوص عليها في التشريعات، بالإضافة إلى الأجر العادل، التكوين

<sup>1</sup> مريم قرياجي، ياسمين زموري، إشكالية التمويل في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، مالية المؤسسة، جامعة أكلي محمد أولحاج البويرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2016/2015، ص 24.

الذي يتماشى مع التطورات التكنولوجية وسياسة اتصال تسمح بإشراك العمال والسماح لهم بالتوصل إلى المعلومات الخاصة بالمؤسسة وبإبداء آرائهم حولها.

ولا يكفي الأجر والتكوين إذا لم يرفقا بضمان العمل وتهيئة الظروف اللازمة لذلك وقد يتوقف نجاح أي مؤسسة على توفر هاذين الشرطين الآخرين<sup>1</sup>.

### 5. وظيفة التسويق:

يعد التسويق من المفاهيم التي استقطبت انتباه واهتمام العديد من الاقتصاديين والباحثين خلال العقود الأربعة الأخيرة وتركز هذا الاهتمام حول كيفية تعريف مفهوم التسويق. ويعرف التسويق على انه مجموع العمليات والمجهودات التي تبذلها المؤسسة

من أجل معرفة أكثر لمتطلبات السوق، وما يجب انجازه في مجال مواصفات المنتج الشكلية والتقنية حتى تستجيب أكثر لهذه المتطلبات من جهة، وكل ما يبذل من جهود في عملية ترويج وتوفير المنتج للمستهلك في الوقت المناسب وبالطريقة الملائمة حتى تبيع أكبر كمية ممكنة منه وبأسعار ملائمة تحقق أكثر ارباحا لها.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: تصنيفات المؤسسة الاقتصادية

تظهر المؤسسة الاقتصادية تبعا لمقاييس محددة ومتنوعة.

### 1-معايير تصنيف المؤسسات

لقد تم وضع العديد من أنظمة التصنيف للتمييز بين الصناعات الصغيرة جدا والصغيرة والمتوسطة والكبيرة التي لم تصل إلى تحديد تعريف شامل متفق عليه من طرف الأسرة الباحثة فالمشكل الذي يطرح يكمن أساسا فيوضع الحدود الفاصلة بين هذه المؤسسات: إذ أن الصغر والكبر والوسط مفاهيم نسبية لها علاقة مباشرة بمجموعة من المؤشرات نذكر منها ما يلي<sup>3</sup>:

### المعيار الأول: اختلاف درجة النمو والتطور التكنولوجي:

إن التفاوت في درجة النمو يقسم العالم إلى مجموعات متباينة أهمها البلدان المتقدمة الصناعية والنامية وبعكس هذا التفاوت على مستوى تطور التكنولوجيا المستعملة في كل دولة وأيضا على مستوى وزن الهياكل الاقتصادية من مؤسسات ووحدات اقتصادية يترجم ذلك في اختلاف النظرة إلى هذه المؤسسات والهياكل من بلد إلى آخر فالمؤسسة الصغيرة في اليابان أو في الولايات المتحدة الأمريكية أو في بلد مصنع آخر يمكن اعتبارها متوسطة أو كبيرة في الجزائر أو

<sup>1</sup> C.busse ntqultet.prete, économe et gestion de l'entreprise, Vuibert, 1955, p57

<sup>2</sup> رحيم لطيفة، واقع تطبيق الحوكمة في المؤسسات الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، اقتصاد وتسيير مؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2019/2018، ص41

<sup>3</sup> حبيبة عامر، دور المؤسسات الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة في ظل التكتلات الاقتصادية العالمية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2017/2016، صص(13،12).

في تونس بسبب اختلاف درجة النمو و التطور التكنولوجي بين الولايات المتحدة الأمريكية أو اليابان من جهة و الجزائر أو ليبيا من جهة أخرى.

### المعيار الثاني: اختلاف النشاط الاقتصادي:

تصنف المؤسسات حسب النشاط الذي تمارسه إلى ثلاث قطاعات رئيسية : قطاع أولي و الذي يضم مجموع المؤسسات التي تستخدم كعنصر أساسي عوامل طبيعية كالزراعة و الصيد... أما القطاع الثاني فيشمل المؤسسات التي تعمل في ميدان تحويل و إنتاج السلع، في حين يمثل القطاع الثالث قطاع الخدمات كالنقل و التوزيع، فباختلاف النشاط الاقتصادي يختلف التنظيم الداخلي و الهياكل المالية للمؤسسات، فعند المقارنة بين المؤسسات التي تنتمي إلى القطاع الصناعي وأخرى تنتمي إلى القطاع التجاري تتضح الاختلافات، فبينما تحتاج المؤسسات الصناعية إلى استثمارات كبيرة في شكل مباني و هياكل و معدات... فإن المؤسسات التجارية تحتاج عكس ذلك، فهي تحتاج إلى العناصر المتداولة من المخزونات والبضائع و الحقوق ، لأن نشاطها يركز أساسا على دورة الاستغلال، أما على مستوى التنظيم الداخلي فإن طبيعة نشاط المؤسسات الصناعية يفرض توزيع المهام مع تعدد الوظائف ومستويات اتخاذ القرارات على عكس المؤسسات التجارية التي تتمتع بهيكل تنظيمي بسيط، لهذا يمكن اعتبار المؤسسة الصناعية الصغيرة و المتوسطة على أساس حجم الاستثمارات وعدد العمال وطريقة تنظيمها مؤسسة كبيرة في قطاع التجارة وعليه فمن الصعب الوصول إلى مفهوم واحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أمام تنوع النشاط الاقتصادي.

### المعيار الثالث: اختلاف فروع النشاط:

يتفرع كل نشاط اقتصادي حسب طبيعته إلى عدد كبير من الفروع الاقتصادية، فمثلا ينقسم النشاط الصناعي إلى مؤسسات الصناعة الاستخراجية و الصناعة التحويلية، و كل منهما يضم عدد كبير من الفروع الصناعية منها الصناعات الغذائية، صناعة النسيج، الصناعة الكيماوية و صناعة الورق... و تختلف كل مؤسسة حسب الفرع الذي تنتمي إليه من حيث كثافة اليد العاملة و حجم الاستثمارات الذي يتطلبه نشاطها، فمؤسسة صغيرة أو متوسطة تنشط في صناعة الحديد و الصلب، تختلف عن مؤسسة أخرى تنشط في الصناعة الغذائية أو النسيجية من حيث الحجم، فهذه الأخيرة قد تعتبر متوسطة.

### 2- تصنيفات المؤسسة حسب كل معيار:

#### التصنيف الأول: حسب معيار الحجم:

يعتمد هذا النوع من التصنيفات على مجموعة من المقاييس مثل حجم الأرض أو المحل المادي ورأس المال وحجم العمالة.

- حجم المساحة التي تشغلها: يستخدم هذا النوع من المقاييس عادة في القطاع الفلاحي؛

● رأس المال: قوة رأس المال أو ضعفه يعبر عن ضخامة أو صغر المؤسسات، وهو المقياس الموضوعي والواقعي في تصنيف المؤسسات؛

● حجم العمالة: يعتبر عدد عمال المؤسسات أداة للتمييز بين المؤسسات، فالمؤسسات الصغيرة لا يتجاوز حجم العمالة 50 عاملا، اما المتوسطة فتتجاوز 50 عاملا ولا تتعدى 500 عاملا، وأما المؤسسات التي يتجاوز عدد مستخدميها 10 آلاف عامل فتعد من المؤسسات الضخمة؛

● معايير مرتبطة بالنشاط: مثل رقم الأعمال وحجم الإنتاج؛

● معايير ترتبط بالمردودية والربحية: كالقيمة المضافة والأرباح والحصيلة السنوية؛<sup>1</sup>

### التصنيف الثاني: حسب المعيار القانوني:

ومن خلال هذا المعيار يتجلى لنا أن المؤسسات تنقسم إلى نوعين حسب الطبيعة القانونية سواء تكون عبارة عن مؤسسات فردية أو جماعية وقد تكون على أساس الاعتبار الشخصي.

فالمؤسسات الفردية هي تلك المؤسسات التي تعود ملكيتها إلى شخص واحد وتشترك في ملكيتها عائلة واحدة وقد تؤول هذه المؤسسة بطبيعة الحال إلى الورثة بعد هلاك المالك أو تنتقل إلى الغير عن طريق وسائل نقل الملكية القانونية أو تخضع ملكية هذه الأخيرة عن طريق الاندماج، وقد تشكل هذه المؤسسة جزء من رأس مال في انشاء مؤسسة أخرى وبالتالي صاحب المشروع أو النشاط يعتبر هو المسؤول عن نتائج أعمال هذه المؤسسة.

وقد تكون مؤسسات جماعية في شكل شركات والتي تمتاز بالإرادة والمساهمة عن طريق الجانب البشري والمالي وقد تأخذ شكل التعاون ما بين شخصين أو أكثر في احداث شخص معنوي جديد وملكية هذا الشخص المعنوي مستقلة كل الإستقلال عن أعضاء الشركة أو الشركاء انطلاقا من مبدأ استقلالية الذمة المالية ما بين الشخص المعنوي والشركاء ومن هذا المنظور فإنها تنقسم إلى نوعين من الشركات: شركات أشخاص وشركات أموال

### 1- شركات الأشخاص

من بين أمثلة شركة الأشخاص شركة التضامن وشركة التوصية البسيطة وشركة ذات المسؤولية المحدودة، وهي شركات سهلة التكوين وقد نص عليها القانون التجاري<sup>2</sup> الجزائري نظرا لخصوصيتها، فهي تحتاج لعقد شركاء يتضمن مجموعة من الشروط القانونية (الشروط الموضوعية العامة والشروط الموضوعية الخاصة والشروط الشكلية)، وهدف المؤسسة هو تحقيق الأرباح وتوزيعها على الشركاء، على أن المسؤولية فيها هي مسؤولية تضامنية وغير محدودة إذا تعلق الأمر

<sup>1</sup> شابونية عمر، أنظمة الرصد المعلوماتي في المؤسسات الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم المكتبات، نظم المعلومات وإدارة المعرفة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008/2007، ص ص(49,50).

بالنسبة لشركة التضامن مثلاً. وقد تكون محدودة إذا تعلق الأمر بشركة ذات المسؤولية المحدودة كمثال آخر، أي حدود المسؤولية التضامنية تكون في حدود الحصة كما هو الحال بالنسبة لشركة التوصية البسيطة بالأسهم. إن شركة الأشخاص معرضة دائماً للخطر نتيجة انسحاب أحد الشركاء منها، أو في حالة وفاة أحد الشركاء، كما أن وجود عدة شركاء قد يؤدي إلى سوء التفاهم وتعارض بعض القرارات في مجلس الإدارة وبالتالي تنشأ خلافات قد تحول سيرورة نشاطها، وقد تؤدي في آخر المطاف إلى انتقال الحصص فيها أو حالة التنازل، والذي يؤثر بالسلب على المؤسسة، بسبب الطبيعة القانونية لهذا النوع من المؤسسات.

## 2- شركات الأموال.

على عكس شركة الأشخاص فإن شركة الأموال الاعتبار القانوني القائم ما بين الشركاء فيها مرده الحصة المقدمة فقط، أي أن الاعتبار الشخصي مستبعد بصورة نهائية وبالنتيجة فإن الشريك مسؤول بحسب الحصة المقدمة ومثال ذلك شركة الاسهم وهي المثل الامثل لشركات الأموال والميزة الخاصة المقدمة من طرف هذا النوع من الشركات هو سهولة تداول الحصة بسبب العدد غير المتناهي للشركاء فيها.

### التصنيف الثالث: حسب معيار طبيعة الملكية.

اعتماداً على هذا المعيار يتجلى لنا عدة أنواع للمؤسسات حسب طبيعة الملكية فقد تكون مؤسسات خاصة وقد تكون مؤسسات عمومية وقد تكون مؤسسات مختلطة

فالمؤسسات الخاصة هي تلك المؤسسات التي تعود ملكيتها للأفراد وتخضع في نظامها القانوني إلى أحكام القانون الخاص (القانون التجاري)، وهي مجموعة من الأفراد سواء طبيعية أو معنوية وتنشط في السوق وفقاً لقانون العرض والطلب بغية تحقيق هدف اقتصادي، فرأس مالها هو الخاص ونجد بالموازاة مؤسسات عمومية، فهي مجموعة المؤسسات التي تعود ملكيتها للدولة أو بالأحرر رأس مالها تعود ملكيتها للدولة وبالنتيجة فإنه لا يحقق للقائمين على هذا النوع من المؤسسات التصرف في أموالها إلا بناء على النصوص القانونية المنظمة لها. فلا يحق لهم بيعها أو التنازل عليها أو حتى إغلاقها إلا إذا ارتأت الدولة أي المالك الأصلي لضرورة التصرف فيها

فطريقة التسيير والادارة للمؤسسات العمومية كما سبق ذكره تكون حسب القوانين العامة للدولة لأن الهدف المباشر من خلال المؤسسات العمومية (سواء كانت مؤسسات عمومية ذات طابع إداري أو ذات طابع صناعي وتجاري)، هدفها هو تحقيق المصلحة العامة في المجتمع حتى ولو كانت تجني من وراء نشاطها أرباح كما هو الحال بالنسبة للمؤسسات العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري فغن لا تحيد عن الهدف الاساسي والغاية العامة بناء على السياسة العامة للدولة.

## التصنيف الرابع: حسب المعيار الاقتصادي.

يمكن تصنيف المؤسسات تبعا لمعيار اقتصادي معين أي تبعا للنشاط الاقتصادي الذي تمارسه وعليه نميز هذه الأنواع التالية:

## 1- المؤسسات الصناعية.

وتنقسم هذه المؤسسات بدورها تبعا للتقسيم السائد في القطاع الصناعي إلى:

- مؤسسات صناعية تشغيلية أو استخراجية؛
- مؤسسات صناعية تحويلية؛

وهي المؤسسات المتخصصة في انتاج المنتوجات الصناعية ووسائل الانتاج وتتميز بالضخامة والتفرع وتعرف بالمؤسسات الاستراتيجية مثل مؤسسات الحديد والصلب ومؤسسات صناعة الأجهزة الثقيلة والتي تحتاج غالبا إلى أموال ضخمة بالإضافة إلى توفير مهارات وكفاءات عالية.

## 2- المؤسسات الفلاحية.

هي مؤسسات تهتم بالقطاع الزراعي وذلك بزيادة الانتاجية للأرض واصلاحها وهي بهذا المنظور تتوفر على ثلاث أنواع من الانتاج:

- الانتاج النباتي؛
- الانتاج الحيواني؛
- الإنتاج السمكي؛

## 3- المؤسسات التجارية.

هي مجموعة المؤسسات التي تتم بالنشاط التجاري على اختلاف أنواعها وأشكالها، أي تحقيق قاعدة الشراء من أجل البيع وتحقيق المضاربة والوساطة التجارية ومثال ذلك المؤسسات التجارية التي تنشط في المجال الغذائي أو حتى المؤسسات الخدمائية التي تنشط في المجال السياحي.

## 4- المؤسسات المالية.

وهي المؤسسات التي تقوم بالنشاطات المالية كالبنوك ومؤسسات التأمين ومؤسسات الضمان الاجتماعي.

## 5- المؤسسات الخدمائية.

وهي المؤسسات التي تقوم بتقديم خدمات معينة كمؤسسة النقل ومؤسسات البريد والمواصلات والمؤسسات التي تنشط في مجال البحث العلمي.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> بن سعد وسيلة، تقييم المؤسسة ودوره في تحقيق ميزة تنافسية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير لعلوم التسيير، مالية ومراقبة، جامعة جيلالي لباس، سيدي بلعباس، 2016/2015، ص، ص (36-40)

## خلاصة الفصل:

تطرقنا هذا الدراسة الى اطار النظري للمؤسسة الاقتصادية التي ابرز من خلالها الدراسة التطرق الى تطور ظهور المؤسسة الاقتصادية وخصائصها التي تمثلت في خاصية الهيكل الملائم للمؤسسة وخاصة التقرب من المستهلك وكذا خاصية اللجوء إلى تكنولوجيا المعلومات كما تنقسم أهدافها إلى أهداف اقتصادية واجتماعية وثقافية وكذا تكنولوجيا رياضية، او تعتمد المؤسسة الاقتصادية على عدة وظائف لبلوغ أهدافها أهمها وظيفة الانتاج والتمويل والمالية والموارد البشرية ووظيفة التسويق كما تطرقنا إلى أهم تصنيفاتها، وتبقى المؤسسة الاقتصادية خاضعة للتغيرات التي تحدث في البيئة الخارجية وهي مجبرة على مواكبة التطورات الحاصلة في فترة نشاطها، وتعتبر المؤسسة الاقتصادية عنصر مؤثر للمسؤولية الاجتماعية، وماهي الأطراف المؤثرة فيها؟ وهو ما سوف نتطرق إليه في الفصل الموالي.

# الفصل الثالث

## الدراسة التطبيقية

## تمهيد

بعدها تطرقنا في الفصول السابقة إلى أهم مفاهيم وأبعاد المسؤولية الاجتماعية وكذا طبيعة العلاقة التي تربطهم، واستكمالاً للإجابة على الإشكالية المطروحة " ما مدى استجابة المؤسسات الاقتصادية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية"، سنحاول من خلال هذا الفصل إسقاط ما تم تناوله في الجانب النظري ميدانياً، وذلك على مجموعة من المؤسسات الاقتصادية بولاية الوادي كونها مؤسسات جزائرية تنشط في مناخ الأعمال الجزائري، حيث تعكس هذه المؤسسات واقع المؤسسات الجزائرية عموماً.

وبغية تحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضياتها تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات وتحليلها، حيث وجه لأفراد مجتمع الدراسة المختار للإدلاء بأرائهم التي تتباين ضمن سلم ليكرت الخماسي، وعلى هذا الأساس قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى مبحثين رئيسية، والمتمثلة في:

- المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية؛
- المبحث الثاني: عرض النتائج واختبار الفرضيات.

المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

سيتم التطرق في هذا المبحث إلى الإجراءات المنهجية المعتمدة في هذه الدراسة الميدانية من خلال تحديد إجراءات اختيار المؤسسات مع عرض أدوات جمع البيانات كما سيتم التطرق إلى الاستمارة على مدى صدقها وثباتها كما سيتم التطرق إلى الأدوات الإحصائية المستخدمة في عملية التحليل.

المطلب الأول: إجراءات اختيار المؤسسات عرض موجز لها

تمت الدراسة الميدانية وفقا لمجموعة من الإجراءات والتي سيتم توضيحها في هذا المطلب.

أولا: إجراءات اختيار المؤسسات

شملت الدراسة مجموعة من المؤسسات الصناعية والخدمية، المتواجدة في مناطق مختلفة بولاية الوادي، وقد بلغ عدد المؤسسات التي تمكنا من زيارتها 8 مؤسسات، حيث تم توزيع 140 استمارة وتم استرجاع 123 استمارة نظرا لعدم استجابة وتعاون بعض المسيرين؛ والجدول الموالي يوضح المؤسسات محل الدراسة كالتالي:

الجدول رقم (02): توزيع الاستمارة على مؤسسات محل الدراسة

المؤسسات محل الدراسة	القطاع	الاستمارات الموزعة	الاستمارات المسترجعة
شركة برودياك لإنتاج السميد والدقيق	صناعي	20	15
الشركة الوطنية الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز	صناعي	20	19
الشركة الوطنية لتوزيع الغاز والكهرباء "سونلغاز"	صناعي/ خدمي	30	30
مطاحن الجزائر الخضراء	صناعي	10	9
مؤسسة رواد	صناعي	15	10
شركة الورود للعطور	صناعي	20	20
شركة الغزال الذهبي	خدمي	5	05
شركة بكار	خدمي	20	15
المجموع		140	123

المصدر: من إعداد الطالبات

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أنه هناك سبعة مؤسسات الاقتصادية محل الدراسة تتوزع على كل من القطاع الصناعي والقطاع الخدمي حيث تم توزيع 140 استمارة ليتم استرجاع 123 استمارة وبعد الفرز تبين أنه هناك 120 استمارة قابلا للمعالجة الإحصائية ببرنامج ال SPSS في حين 3 تم استبعادها والغائها لكونها غير قابلة للمعالجة الإحصائية.

ثانيا: تقديم عام للمؤسسات محل الدراسة

سنحاول من خلال هذا المطلب أن نقدم عرض موجز عن أهم المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة من خلال بطاقة تقنية لكل مؤسسة التي نوضحها كما يلي:

1. **شركة العطور بالوادي:** مؤسس المجموعة الحاج سالم جديدي بدأ التجارة منذ سنة 1938 معتمدا في ذلك على روح المبادرة. وبعد نجاحه من الإعدام في سجون الاستعمار الفرنسي، استأنف نشاطه بعد الاستقلال بتأسيس شركة عطور ورود سنة 1963 والتي تعتبر أول مؤسسة لتصنيع العطور بالجزائر.

وقد خلفه على رأس الشركة ابنه السيد محمد بشير جديدي، الرئيس المدير العام الحالي، والذي أظهر عطور ورود على الساحة الدولية. وبهذا النجاح، قرر السيد جديدي اقتحام ميادين اقتصادية جديدة بإنشاء مجموعة صناعية قوية تعرف بـ مجموعة ورود. تشمل المجموعة حاليا 3 شركات كبرى تشغل أكثر من 300 شخص وتهتم بميادين شتى كالعطارة ومواد التجميل والتعبئة والطباعة.

أن مجموعة ورود تولي عناية خاصة لاستعمال التقنيات الحديثة وتعول عليها في سياستها التنموية. فعلى سبيل المثال، بدأ الاعتماد على المعلوماتية في المجموعة واستعمال النسخ الهاتفية (الفاكس) منذ سنة 1987، أما إدخال رموز السطور فقد تم في سنة 1993 وهي أول شركة قامت بذلك في الجزائر، وأخيرا استعمال التقنيات الجديدة للإعلام والاتصال الذي تم في 1994.

● بطاقة تقنية للشركة:

ورود	
روائع الورود	
معلومات عامة	
التأسيس	15 جويلية 1983
التوع	شركة عطور
المقر الرئيسي	ولاية الوادي
موقع الويب	<a href="http://wouroud.com">wouroud.com</a>
المنظومة الاقتصادية	
الصناعة	العطور
مناطق الخدمة	الجزائر
أهم الشخصيات	
المالك	محمد بشير جديدي
المؤسس	الحاج سالم جديدي
الموظفون	300

2. مركب الغزالة الذهبية: (La Gazelle d'Or) هو منتج يقع بمدخل مدينة وادي سوف الجزائرية، صاحب ومؤسس هو الملياردير الجزائري جيلالي مهري، استغرق إنجازه 40 سنة، وحُصص له غلاف مالي قارب 100 مليار سنتيم.

يتربع على مساحة 280 هكتارا مزينة بأكثر من 30 ألف نخلة يتضمن 12 فيلا، 100 غرفة على شكل "بنغالو"، 52 خيمة كغرف نوم، فيلتان من ثلاث غرف، كلها بطابع عربي مغاربي وسوفي بالدرجة الأولى، كما يوجد بداخله 5 مطاعم فاخرة ومسبحان كبيران، إضافة إلى حمام كبير به قاعة رياضة ومركز للاسترجاع، قاعتان للاستقبال، وقاعة متعددة الخدمات لإقامة المؤتمرات بسعة 500 مقعد، إضافة إلى خيمة كبيرة لتنظيم المؤتمرات تتسع لـ 150 مقعد.

المنتج السياحي يضم أيضا فندقا بـ 120 غرفة لفائدة الزبائن الاقتصاديين وكذا عابري السبيل، ويعتبر "الغزالة الذهبية" الوحيد من نوعه في الجزائر القادر على استقبال جميع الزبائن ليصبح بذلك أكبر منتج سياحي في أفريقيا

يضم 87 غرفة و72 "بنغالو"، إضافة إلى 51 خيمة مهيأة و14 مسكنا مجهزة، وفضاء سكنيا للمستخدمين والعمال. بالمقابل، جهز المركب بملعب للغولف وفق المقاييس الدولية على امتداد 100 هكتار، زيادة على حمام عصري ومتحف وأحواض للسباحة وعدة مطاعم، فهو بالتالي مصنف ضمن أهم المشاريع السياحية والفندقية بالمنطقة، الذي يوفر إجمالا قدرة استيعابية بـ 494 سرير، ويوفر 393 منصب عمل مباشر، زيادة على دورات التكوين والتأهيل التي يستفيد منها العمال والموظفون. ومن بين ميزات المركب؛ توفره على واحة على مساحة 150 هكتار وغرف وملاحق و5 مطاعم متخصصة، كما تم تهيئة قاعة للمحاضرات.

بطاقة تقنية للمركب:

مركب الغزالة الذهبية	
معلومات عامة	
الموقع	وادي سوف الجزائر
التكلفة	100 مليار سنتيم
معلومات أخرى	
عدد الغرف	100
عدد المطاعم	5 مطاعم فاخرة
الكراج	يوجد
الموقع الإلكتروني	مركب الغزالة الذهبية

3. شركة توزيع الغاز والكهرباء " سونلغاز " : الشركة الوطنية للكهرباء والغاز أو سونلغاز (Sonelgaz) هي شركة عمومية جزائرية مجال نشاطها إنتاج ونقل الطاقة وتوزيعها، وقانونها الأساسي الجديد يسمح لها بإمكانية التدخل في قطاعات أخرى من قطاعات الأنشطة ذات الأهمية بالنسبة إلى المؤسسة ولاسيما في ميدان تسويق الكهرباء والغاز نحو الخارج.

تم في سنة 1947 إنشاء المؤسسة العمومية "كهرباء وغاز الجزائر" المعروفة اختصارا بالحروف الرامزة (EGA)، التي أسند إليها احتكار إنتاج الكهرباء ونقله وتوزيعها وكذلك توزيع الغاز، وتضم E.G.A المؤسسات السابقة للإنتاج والتوزيع، وهي تنتمي إلى قانون أساسي خاص منها لوبون (LEBON) وشركائه (SAE) (الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز) ثم وقعت تحت مفعول قانون التأميم الذي أصدرته الدولة الفرنسية سنة 1946. بموجب المرسوم الرئاسي رقم (02-195) المؤرخ في أول يونيو سنة 2002، المتضمن القانون الأساسي للشركة الجزائرية للكهرباء والغاز المسماة "سونلغاز" شركة مساهمة-تحولت سونلغاز من مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري إلى شركة مساهمة تحوز الدولة رأسمالها.

وهذا الانتقال تمليه ضرورة قيام سونلغاز بتكييف نفسها للتلائم مع القواعد الجديدة لتسيير القطاع التي أوجبه القانون ولاسيما انفتاح الأعمال والأنشطة وولوج باب المنافسة، وإمكانية اللجوء إلى التساهمة الخاصة، ومن ناحية أخرى فإن هذا القانون الأساسي الجديد يحول المؤسسة استقلالية أكبر ويسمح لها بأن تمارس مسؤولياتها كاملة.

إن تحديد هدفها الاجتماعي ليفتح لها أفقا جديدة، فزيادة على أنشطتها المعتادة من إنتاج الكهرباء ونقل وتوزيع الكهرباء والغاز، توفرت لسونلغاز إمكانية العمل والتدخل في العالاية تجاه قطاع المحروقات والقيام على العموم بممارسة أعمال خارج الجزائر. وعلى صعيد تسييره، يشرف على تسيير سونلغاز شركة مساهمة جمعية عامة ومجلس إدارة ويديرها رئيس مدير عام.

● بطاقة تقنية لشركة سونلغاز

سونلغاز SONELGAZ	
معلومات عامة	
الجنسية	الجزائر [1]
التأسيس	1947
النوع	شركة عمومية
الشكل القانوني	شركة مساهمة
المقر الرئيسي	الجزائر
موقع الويب	www.sonelgaz.dz
المنظومة الاقتصادية	
الشركات التابعة	39 شركة
الصناعة	الطاقة
المنتجات	الغاز الطبيعي الكهرباء
أهم الشخصيات	
المالك	الدولة الجزائرية
أهم الشخصيات	نور الدين نومرفة (رئيس مدير عام)
الموظفون	70.005 (2011)

4. شركة بكار للأعمدة الكهربائية بالوادي: شركة بكار للأعمدة الكهربائية هي شركة ذات مسؤولية محدودة يقع مقرها الاجتماعي بولاية الوادي، تنشط في مجال الأعمدة الكهربائية وقد تم إنشاءها في عام 2016، وافتتح رسميا من قبل وزير الداخلية والجمعات المحلية، في زيارة رسمية لولاية الوادي خلال شهر جانفي 2017.

حصلت الشركة على شهادة الإيزو ISO 9001:2015 لإدارة الجودة والحصول عللا هذه الشهادة جزء من خطة الوكالة لتطوير خدماتها ومراقبة معايير الجودة في أنشطتها.

وتجتهد الشركة لتوفير منتجات ذات جودة عالية وممتازة، وذلك للسعي منها لإثراء السوق الوطنية والوصول إلى مكانة مرموقة، وكجزء من توسع نشاط الشركة هناك عدة مشاريع قيد الإنشاء والدراسة على عدة مراحل قادمة منها:

- الغرف الخرسانية الكهربائية الجاهزة؛
  - إنجاز الغرف الخرسانية للاتصالات؛
  - الأعمدة الخرسانية للاتصالات (خطوط الهاتف)؛
  - غرف الاتصالات الأرضية المختلفة؛
  - مختلف المشاعب الجاهزة.
- \* شهادة الإيزو الممنوحة للشركة



### المطلب الثاني: أدوات جمع البيانات

يتطلب معالجة أي بحث علمي الاستعانة بمجموعة من الأدوات العلمية لجمع البيانات، ومعالجة موضوع الدراسة اعتمادنا على الاستبيان كأداة أساسية في جمع هذه البيانات، كما تم الاستعانة بالمقابلة كأداة ثانوية من أجل دعم وجمع معلومات أكثر حول الموضوع، وتبرير النتائج، وسنقوم بشرح كل أدوات جمع البيانات كما يلي:

#### أولاً: الاستبيان

قصد جمع المعلومات اللازمة لهذه الدراسة وتحقيق أهدافها، تم استخدام الاستبيان كأداة أساسية للدراسة، مدى استجابة المؤسسات محل الدراسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية ولقد تم تطوير الاستبيان بناء على ما جاء في الجانب النظري والدراسات السابقة ذات الصلة، حيث تم الاطلاع على عدد من الاستبيانات التي استخدمت حول موضوع الدراسة.

#### 1. تصميم الاستبيان

من أجل اختبار فرضيات الدراسة تم تصميم الاستبيان وصياغة عباراته بالاستعانة بالمعلومات الواردة في الجانب النظري، والاسترشاد ببعض الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث، وتضمن الاستبيان جزئين كالتالي:

● الجزء الأول: البيانات العامة لعينة الدراسة وضم البيانات: الجنس؛ المستوى التعليمي؛ الأقدمية في المؤسسة؛ قطاع النشاط.

#### ● الجزء الثاني: محور الدراسة

تم تقسيمه لأربع أبعاد

- البعد الأول: البعد الخيري احتوى على (05) عبارات؛
- البعد الثاني: البعد الأخلاقي احتوى على (05) عبارات؛
- البعد الثالث: البعد القانوني احتوى على (05) عبارات.
- البعد الرابع: البعد الاقتصادي احتوى على (05) عبارات؛

وقد تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي الذي يعبر عن العبارات (غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة) وهو مقياس ترتيبى والجدول التالي وضح درجات الموافقة حسب جدول ليكرت الخماسي.

الجدول رقم (03): درجات الموافقة حسب مقياس ليكرت الخماسي.

مجال المتوسط المرجح	البيانات	درجة الموافقة
[1.80-1.00]	1	غير موافق بشدة
[2.60-1.81]	2	غير موافق
[3.40-2.61]	3	محايد
[4.20-3.41]	4	موافق
[5.00-4.21]	5	موافق بشدة

المصدر: محفوظ جودة، التحليل الإحصائي الأساسي باستخدام SPSS، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص. 23.

بالنسبة لطول المدى بين درجة ودرجة فقد تم حساب الفرق بين الحد الأدنى والحد الأعلى للفئات كما يلي:

$$4=1-5$$

حيث أن عدد الفئات هو 5.

نحصل على المدى بقسمة الفرق بين الحد الأعلى والحد الأدنى على عدد الفئات؛ أي  $0.8 = 5/4$ ، وبإضافة

المدى بالتدرج إلى رموز الفئات ابتداءً من أصغر فئة نحصل على:

-  $1.80 = 0.8 + 1$ ؛ أي من 1 إلى 1.80 تمثل غير موافق بشدة، وهو ما يعكس درجة الموافقة المنخفضة جداً؛

-  $2.60 = 0.8 + 1.80$ ؛ أي من 1.81 إلى 2.60 تمثل غير موافق، وهو ما يعكس درجة الموافقة المنخفضة؛

-  $3.40 = 0.8 + 2.60$ ؛ أي من 2.61 إلى 3.40 تمثل محايد وهو ما يقابل درجة الموافقة المتوسطة؛

-  $4.20 = 0.8 + 3.40$ ؛ أي من 3.41 إلى 4.20 تمثل موافق وهو ما يقابل درجة الموافقة مرتفعة؛

-  $05 = 0.8 + 4.2$ ؛ أي من 4.21 إلى 05 تمثل موافق بشدة وهو ما يقابل درجة الموافقة مرتفعة جداً.

ثانياً: المقابلة

تعتبر المقابلة استبياناً شفويًا يقوم من خلاله الباحثات بجمع المعلومات<sup>1</sup>، وتعتبر المقابلة محادثة هادفة يتم

إعداد الأسئلة مسبقاً بقصد استخلاص الإجابات ذات صلة بتساؤلات الدراسة، حيث يقوم الباحث بطرح

مجموعة من الأسئلة على الباحثين وتسجيل الإجابات على الاستبيانات المخصصة لذلك. وقد تم الاعتماد على

مقابلة نصف موجهة حيث قمنا بإعداد مسبقاً للأسئلة بغرض طرحها على الباحثين مع ترك المجال مفتوحاً لطرح

أسئلة أخرى من حين لآخر.

<sup>1</sup> أسعد عطوان، يوسف مطر، مناهج البحث العلمي، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ص: 105.

## 1. خطوات إجراء مقابلة الدراسة الميدانية

ويتضمن هذا الإعداد للمقابلة ما يلي:<sup>1</sup>

يتطلب الإعداد الجيد للمقابلة تحديد الهدف منها والأفراد المستجوبين والمعلومات التي يحتاج الباحث إلى جمعها.

## أ. تحديد أهداف المقابلة:

لقد تم إعداد هذه المقابلة للحصول على المعلومات والبيانات اللازمة للإجابة عن أسئلة الدراسة،

- كيف تساهم المسؤولية الاجتماعية المطبقة بالمؤسسات محل الدراسة؛

- تحديد مستوى تبني كل مؤسسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية؛

- جمع البيانات المتعلقة بمؤشرات حل مشكلة الدراسة،

- تحديد أهم الأبعاد المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسات محل الدراسة.

## ب. المقابلة الأولى:

مع مدير مصلحة الموارد البشرية لشركة الورود للعطور السيد شيخ مكي حيث تمت مقابلة مع مدير مصلحة الموارد البشرية لشركة الورود للعطور السيد شيخ مكي بتاريخ 09-03-2022 وقد تمحورت أهم النقاط المقابلة حيث صرح السيد أن المؤسسة ساهمت في مبادرات خيرية وتربوية من خلال مساهمة في بناء جامعة الوادي، بالإضافة إلى تقديم مساعدات للعمل، كما عملت على مواكبة تغيرات التي يعيشها العالم ككل من جراء انتشار جائحة كورونا، وذلك بتقديم فحوصات مجانية للكشف عن الوباء وتخفيض في أسعار منتجاتها لتوافق القدرة الشرائية للمستهلك.

أهم الأهداف الاقتصادية التي تسعى المؤسسة لتحقيقها:

- تحقيق أقصى ربح بأدنى تكاليف ممكنه؛

- الاعتماد على الموارد البشرية باعتبارها عنصر مهم في المؤسسة؛

- السعي لتطوير جودة العمل؛

- جلب أكبر قدر ممكن من الزبائن الجدد والاحتفاظ بالزبائن الحاليين؛

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص 105.

ج. المقابلة الثانية:

مع مسؤول الجودة لشركة بكار السيد إسماعيل العازر قد تمت مقابلة مع مسؤول الجودة لشركة بكار السيد إسماعيل العازر بتاريخ 14-03-2022، أهم النقاط التي تم التطرق لها في المقابلة هي كيف تبنت المؤسسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية في ممارساتها، حيث صرح مسؤول الجودة أن تتم في شكل مساعدات وتبرعات من ناحية البعد الخيري والبعد الأخلاقي من خلال نطاقين الأول هو الاهتمام بالعمال الداخليين للمؤسسة كتسريح من العمل في مناسبات تقديم مساعدات مادية معنوية توفير النقل الإيواء الإطعام والخدمات الاجتماعية. في حين النطاق الثاني تمثل في المحيط الخارجي كتقديم تسهيلات مع البلدية تقليص من البطالة بتوفير مناصب شغل؛

كما ساهمت المؤسسة في احتواء الوضع الوبائي في ظل جائحة كورونا من خلال الرفع في أجور العمال والرفع من قدرتهم الشرائية والعمل على تقديم تسهيلات وامتيارات لزيائنها وتلبية حاجاتهم و رغباهم

ثالثا: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

لقد اعتمدنا في تفرغ الاستبيان وتحليل المعلومات المجمعة على برنامج الحزمة إحصائية SPSS أو ما يدعى بالبرنامج الإحصاء الوصفي باستعمال الأساليب الإحصائية والمتمثلة فيما يلي:

🔹 الأشكال البيانية التكرارية: بمساعدة برنامج EXCEL، بحساب قيم التكرار والنسب المئوية حسب توزيع من أجل الحصول على رسوم مختلفة الأشكال، وفقاً للعديد من الألوان.

🔹 مقاييس النزعة المركزية: ويشمل ذلك بعض الأدوات الإحصائية مثل المتوسط الحسابي وذلك لتحديد معدل إجابات عينة الدراسة ولمعرفة القيم الأكثر تكرارا.

🔹 مقياس الارتباط-معامل بيرسون: للتعرف على طبيعة العلاقة ودرجة الارتباط بين متغيرات الدراسة.

- معامل بيرسون: معامل ارتباط بيرسون هو إحصائيات الاختبار التي تقيس العلاقة الإحصائية أو الارتباط بين متغيرات الدراسة. يُعرف باسم أفضل طريقة لقياس الارتباط بين متغيرات الاهتمام لأنه يعتمد على طريقة التغير فهو يعطي معلومات حول حجم الارتباط واتجاه العلاقة.

🔹 مقاييس التشتت: استعمال الانحراف المعياري لمعرفة مدى تشتت وتباعد القيم عن وسطها الحسابي.

🔹 مقياس الثبات: استعمال معامل ألفا كرو نباخ وهو أداة لقياس ثبات للاستبيان و فقراته.

🔹 اختبار (T) (One-Sample-T-test) للعينة الواحدة لمقارنة المتوسط العام الإجابات (المتوسط الإجمالي لفقرات الأبعاد) مع المتوسط الفرضي 3 عند مستوى معنوية 0.05.

تحليل التباين الأحادي (One-way ANOVA): للتعرف على ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد الدراسة طبقاً لاختلاف قطاع نشاط المؤسسات تم استخدام لتوضيح دلالة الفروق في إجابات عينة أفراد عينة الدراسة.

#### المطلب الثالث: ثبات وصدق استبيان الدراسة

سنحاول من خلال هذا المطلب معرفة مدى مصداقية الاستبيان أداة الدراسة من خلال حساب معامل الثبات ومعامل الارتباط بيرسون لكل من أبعاد المسؤولية الاجتماعية كما هو مبين في الشرح الموالي.

#### أولاً: اختبار ثبات الاستبيان باستخدام معامل ألفا كرونباخ $\alpha$ Cranach

للتحقق من ثبات الاستمارة ومدى إمكانية الحصول على نفس النتائج أو نتائج متقاربة لو كرر البحث في ظروف متشابهة باستخدام نفس الاستمارة، تم حساب معامل الثبات ألفا كرونباخ والذي يحدد مستوى قبول أداة القياس ب مستوى 0.60 فأكثر، وكانت النتائج كما يلي:

#### الجدول رقم (04): معامل ألفا كرونباخ لأداة الدراسة

أبعاد ومحاور الدراسة	عدد العبارات	معامل الثبات
البعد الأول: البعد الخيري	05	0.804
البعد الثاني: البعد الأخلاقي	05	0.821
البعد الثالث: البعد القانوني	05	0.769
البعد الرابع: البعد الاقتصادي	05	0.867
محور الدراسة: أبعاد المسؤولية الاجتماعية	20	0.919

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيم معاملات ألفا كرونباخ لأبعاد الدراسة قد تراوحت ما بين (0.769)؛ (0.867)؛ لأبعاد الدراسة وهي أكبر من 0.6، حيث قدرت محور الدراسة: المسؤولية الاجتماعية ب (0.919)؛ وهي أكبر من 0.6 ما يدل على ثبات أداة الدراسة هذا يعني أن هناك صدق وثبات في محور الدراسة وبالتالي يمكن القول إن الاستبيان يتمتع بالثبات.

#### ثانياً: اختبار صدق الاستبيان باستخدام معامل ارتباط بيرسون (Corrélation Pearson):

تم قياس صدق الاستبيان في هذه الطريقة وفقاً لمعامل ارتباط بيرسون من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارة الأبعاد والدرجة الكلية للمحور التابعة له من جهة، ومعامل عبارات الاستبيان الكلي من جهة أخرى.

1. الصدق الداخلي ل فقرات أبعاد المسؤولية الاجتماعية

الجدول رقم (05): الصدق الداخلي لعبارات محور أبعاد المسؤولية الاجتماعية

الرقم	الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	تقدم المؤسسة مساعدات وتبرعات للمشاريع الخيرية.	0.335**	0.000
02	تساهم المؤسسة مساعدات مادية في حالة حدوث الكوارث الطبيعية كالزلازل والحرائق	0.663**	0.000
03	تساهم المؤسسة في توفير مناصب عمل لذوي الاحتياجات الخاصة.	0.697**	0.000
04	تقدم المؤسسة تسهيلات ومساعدات لأداء مناسك الحج والعمرة.	0.635**	0.000
05	تساهم المؤسسة في احياء الأعياد والمناسبات الدينية والوطنية وتقديم هدايا معتبرة.	0.568**	0.000
06	تؤكد المؤسسة على ضرورة والوضوح في المعاملات (بيع وشراء).	0.496**	0.000
07	تحتزم المؤسسة العادات والتقاليد والأعراف السائد في المجتمع الذي تنشط فيه.	0.648**	0.000
08	تتمتع المؤسسة بالشفافية في استقطاب العاملين من منافسيها.	0.678**	0.000
09	تتم مراعاة مبادئ حقوق الانسان من اجل تحقيق الأهداف مشاركة بين المؤسسة والمجتمع.	0.727**	0.000
10	تحارب المؤسسة بكل جدية وصرامة الفساد الإداري بأنواعه.	0.643**	0.000
11	تساهم المؤسسة في الحفاظ على البيئة وذلك من خلال القوانين والأنظمة التي تطبقها.	0.750**	0.000
12	توفر المؤسسة الوثائق الصحية للعاملين بالتصريح بهم لدى مصالح الضمان الاجتماعي.	0.383**	0.000
13	تعترف إدارة المؤسسة بحق الممارسة النقابية للعمال.	0.683**	0.000
14	تأخذ المؤسسة توجيهات منظمات حماية المستهلك بكل جدية وصرامة.	0.735**	0.000
15	الشفافية في مؤسستكم ذات مستوى عالي.	0.654**	0.000
16	تسعى المؤسسة لتعظيم ايراداتها بالتحكم في تكاليفها.	0.533**	0.000
17	تعمل المؤسسة على تحقيق اقصى الأرباح بالمراعاة القدرة الشرائية للزبائن.	0.654**	0.000
18	تقوم المؤسسة يخلق فرص عمل الافراد المجتمع.	0.714**	0.000
19	السياسة السعرية مدروسة وفق الدخل المتوسط للزبائن.	0.740**	0.000
20	تسعى المؤسسة لتحسين أجور العاملين بهدف الرفع من قدرتهم الشرائية.	0.694**	0.000

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS. V25

من خلال الجدول أعلاه الذي يبين معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور أبعاد المسؤولية الاجتماعية: البعد الأخلاقي؛ البعد الخيري؛ البعد القانوني؛ البعد الاقتصادي والمعدل الكلي لعبارته، يتضح لنا أن معاملات الارتباط Iالمبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05)، حيث أن مستوى الدلالة لكل عبارة أقل من (0.05) وبذلك تعتبر عبارات المحور المسؤولية الاجتماعية صادقة لما وضعت لقياسه.

2. قياس صدق الاستبيان وفقا لمعامل ارتباط بيرسون من خلال حساب معاملات الارتباط بين أبعاد

المسؤولية الاجتماعية الدراسة ومعدل عبارات الاستبيان الكلي

الجدول رقم (06): معامل بيرسون بين أبعاد الدراسة ومعدل عبارات الاستبيان الكلي

أبعاد المسؤولية الاجتماعية	معامل ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة
البعد الأول: البعد الخيري	0.768**	0.000
البعد الثاني: البعد الأخلاقي	0.832**	0.000
البعد الثالث: البعد القانوني	0.897**	0.000
البعد الرابع: البعد الاقتصادي	0.828**	0.000

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

من خلال الجدول يتبين لنا أن معاملات الارتباط بين أبعاد الدراسة والمعدل الكلي لفقرات الاستبيان دالة عند مستوى دلالة (0.000)، أي أن مستوى الدلالة لكل بعد أقل من (0.05)، وهذا يدل على أن فقرات الاستبيان صادقة لما وضعت لقياسه.

المبحث الثاني: عرض النتائج واختبار الفرضيات.

يتضمن هذا المبحث عرضا لنتائج الدراسة حول خصائص أفراد العينة من خلال البيانات العامة لعينة الدراسة الجنس؛ المستوى التعليمي؛ الأقدمية في المؤسسة؛ قطاع النشاط. وكذا اتجاهات آراء عينة الدراسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية.

المطلب الأول: نتائج توزيع خصائص عينة الدراسة

تم الاستعانة بالإحصاء الوصفي لوصف خصائص عينة الدراسة.

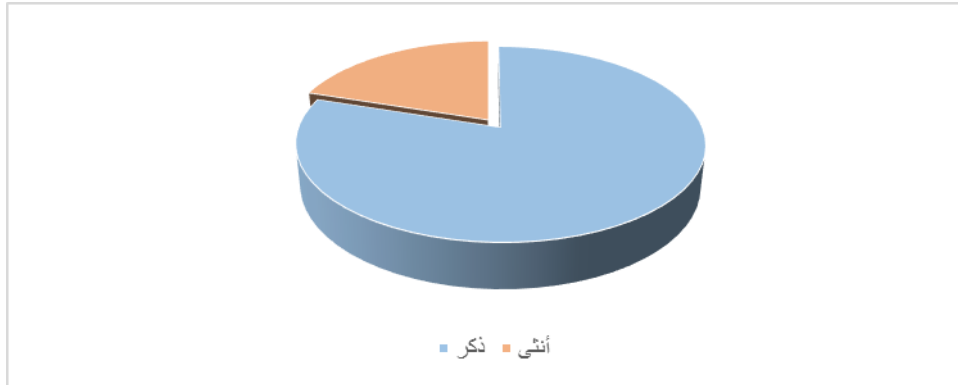
1. توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجدول رقم(07): توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	96	80%
أنثى	24	20%
المجموع	120	100%

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

الشكل رقم (03): التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس



المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أنها توزعت حسب متغير الجنس بنسبة 80% لصالح الذكور ونسبة 20% لصالح الإناث من المجموع الإجمالي للنسب. كما هو مبين في الشكل أعلاه.

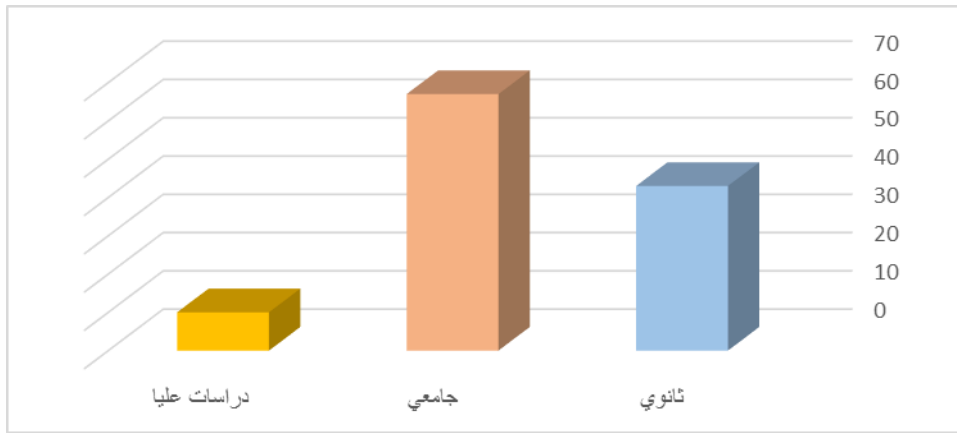
## 2. توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

الجدول رقم (08): يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
35.8%	43	ثانوي
55.8%	67	جامعي
8.3%	10	دراسات عليا
100%	120	المجموع

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

الشكل رقم (04) يبين تمثيل بياني لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات العينة البالغ عددها 120 فرداً، نلاحظ أن أفراد العينة يتوزعون حسب متغير المستوى الدراسي حيث تبين أن أغلبية عينة الدراسة ذات مستوى دراسي جامعي بعدد 67 ونسبة 55.8% تليها مستوى ثانوي بعدد 43 ونسبة 35.8%، في حين مستوى دراسات عليا بعدد 10 أفراد ونسبة 8.3% من المجموع الإجمالي للنسب، نفسر هذا التفاوت في النسب على أنه هناك استجابة ووعي اتجاه الموضوع، وكما هو موضح في الشكل أعلاه.

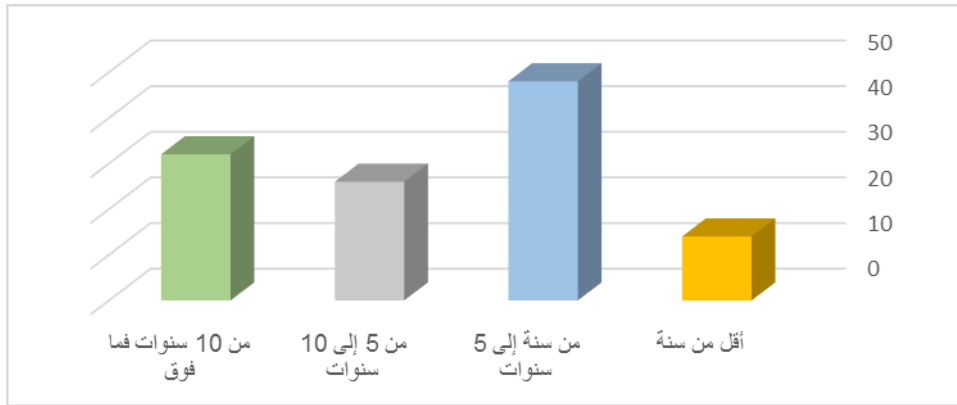
3. توزيع عينة الدراسة حسب متغير الأقدمية المهنية

الجدول رقم(09): توزيع عينة الدراسة حسب الأقدمية

النسبة %	التكرار	الأقدمية
11,7%	14	أقل من سنة
40%	48	من سنة إلى 5 سنوات
21,7%	26	من 5 إلى 10 سنوات
26,7%	32	من 10 سنوات فما فوق
100%	120	المجموع

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

الشكل رقم (05) يبين تمثيل بياني لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الأقدمية



المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

نلاحظ من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه أن أغلبية عينة الدراسة عدد سنوات الأقدمية بالمؤسسات محل الدراسة من سنة إلى 5 سنوات بعدد 48 ونسبة 40% أما من 10 سنوات فما فوق بعدد 32 ونسبة 26.7% في حين من 5 إلى 10 سنوات بعدد 26 ونسبة 21.7%، في حين أقل من سنة بعدد 14 ونسبة 11.7% من المجموع الإجمالي للنسب ما يعكس بالإيجاب على كفاءة المورد البشري بالمؤسسات، حيث كلما تقدم كلما زادت قيمته المعنوية وبالتالي تقديم أداء أفضل، كما هو موضح في الشكل أعلاه.

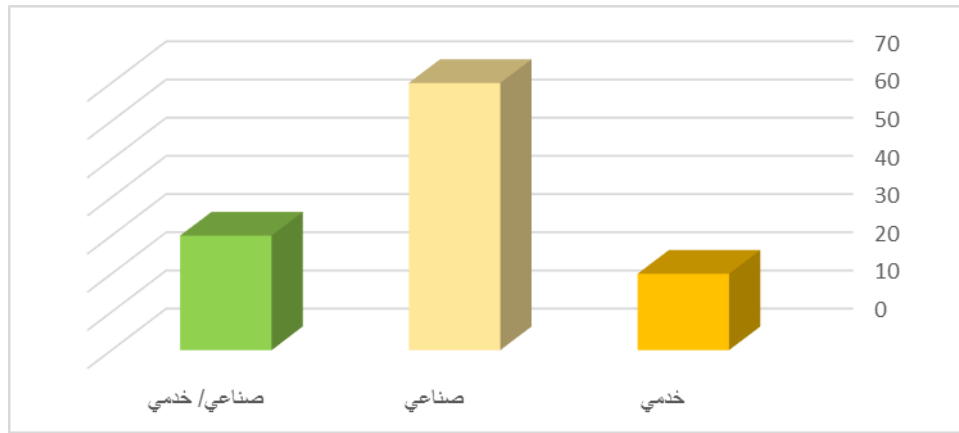
#### 4. توزيع عينة الدراسة حسب متغير قطاع النشاط

الجدول رقم (10): توزيع عينة الدراسة حسب قطاع النشاط

النسبة %	التكرار	قطاع النشاط
16.7%	20	خدمي
58.3%	70	صناعي
25%	30	صناعي / خدمي
<b>100%</b>	<b>120</b>	<b>المجموع</b>

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

الشكل رقم (06) يبين تمثيل بياني لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير قطاع النشاط



المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

نلاحظ من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه أن أغلبية المؤسسات محل الدراسة تتوزع بالقطاع الصناعي بعدد 70 ونسبة 58.3%، تليها القطاع الخدمي بعدد 20 ونسبة 16.7%، في حين القطاع الخدمي الصناعي بعدد 30 ونسبة 25% من المجموع الإجمالي للنسب.

المطلب الثاني: عرض وتحليل لإجابات أفراد العينة لمحور الدراسة

للتعرف على الاتجاه العام لإجابات حول مدي استجابة المؤسسات الاقتصادية في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية تم حساب المتوسطات الحسابية، والانحراف المعياري لكل لإجابات عينة الدراسة. والنتائج مبينة في الجداول الموالية.

أولاً: عرض وتحليل لإجابات أفراد العينة على عبارات محور أبعاد المسؤولية الاجتماعية

1. البعد الأول: البعد الخيري

الجدول رقم (11): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الأول

الاتجاه العام للعينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مرتفع	0,057	4,00	1. تقدم المؤسسة مساعدات وتبرعات للمشاريع الخيرية.
مرتفع	0,869	4,09	2. تساهم المؤسسة مساعدات مادية في حالة حدوث الكوارث الطبيعية كالزلازل والحرائق وغيرها.
مرتفع	0,073	3,87	3. تساهم المؤسسة في توفير مناصب عمل لذوي الاحتياجات الخاصة.

مرتفع	4	0,003	3,86	4. تقدم المؤسسة تسهيلات ومساعدات لأداء مناسك الحج والعمرة.
مرتفع	5	0,050	3,82	5. تساهم المؤسسة في احياء الأعياد والمناسبات الدينية والوطنية وتقديم هدايا معتبرة.
مرتفع		0,75874	3,9333	البعد الأول: البعد الخيري

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

نلاحظ من الجدول أعلاه الذي يتضمن عبارات البعد الأول البعد الخيري وحسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين نجد المتوسط الحسابي (3.93) و بدرجة تطبيق مرتفع حيث المتوسط الحسابي له ضمن مجال الموافقة (من 3.41 إلى 4.20 درجة)؛ إذ نجد أن إجابة المستجوبين على عبارات البعد الأول موافقون عليها بدرجة (مرتفعة) فالمتوسط الحسابي لعبارته محصور بين (3.82-4.09) حيث "العبارة رقم 02 احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.09) أي أنهم يؤكدون وبدرجة مرتفعة على أنه تساهم المؤسسة مساعدات مادية في حالة حدوث الكوارث الطبيعية كالزلازل والحرائق وغيرها ، أما "العبارة رقم 01" جاءت بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (4.00) وموافقون في إجابتهم عليها بدرجة مرتفعة، أي تقدم المؤسسة مساعدات وتبرعات للمشاريع الخيرية، في حين بالمرتبة الثالثة العبارة " تساهم المؤسسة في توفير مناصب عمل لذوي الاحتياجات الخاصة " بمتوسط حسابي (3.87) ، تليها العبارة رقم 04 بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (3.86) ما يدل على أنه تقدم المؤسسة تسهيلات ومساعدات لأداء مناسك الحج والعمرة ، وأخيراً نجد العبارة رقم 05 بالمرتبة الخامسة وبمتوسط حسابي (3.82) أي تساهم المؤسسة في احياء الأعياد والمناسبات الدينية والوطنية وتقديم هدايا معتبرة.

## 2. البعد الثاني: البعد الأخلاقي

الجدول رقم (12): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الثاني للمحور الأول

الاتجاه العام للعينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مرتفع جدا	0,848	4,35	5. تؤكد المؤسسة على ضرورة والوضوح في المعاملات (بيع وشراء).
مرتفع جدا	0,804	4,34	6. تحترم المؤسسة العادات والتقاليد والأعراف السائد في المجتمع الذي تنشط فيه.
مرتفع جدا	0,817	4,23	8. تتمتع المؤسسة بالشفافية في استقطاب العاملين من منافسيها.
مرتفع جدا	0,750	4,25	9. تتم مراعاة مبادئ حقوق الانسان من اجل تحقيق الأهداف مشاركة بين المؤسسة والمجتمع.

مرتفع جدا	3	0,886	4,30	10. تحارب المؤسسة بكل جدية وصرامة الفساد الإداري بأنواعه.
مرتفع جدا		0,62765	4,3000	البعد الثاني: البعد الأخلاقي

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

تشير معطيات الجدول أعلاه أن عبارات البعد الثاني البعد الأخلاقي وحسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين نجد المتوسط الحسابي (4.30) و بدرجة تطبيق مرتفع جدا حيث المتوسط الحسابي له ضمن مجال الموافقة (من 4.20 إلى 5 درجة)؛ إذ نجد أن إجابة المستجوبين على عبارات البعد الثاني موافقون عليها بدرجة (مرتفعة جدا) فالمتوسط الحسابي لعبارته محصور بين (4.23-4.35) حيث "العبارة رقم 06 احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.35) أي أنهم يؤكدون وبدرجة مرتفعة جدا على أنه المؤسسة على ضرورة والوضوح في المعاملات (بيع وشراء)، أما "العبارة رقم 07" جاءت بالمرتبة الثانية وبتوسط حسابي (4.34) وموافقون في إجابتهم عليها بدرجة مرتفعة جدا، أن المؤسسة تحترم لعادات والتقاليد والأعراف السائد في المجتمع الذي تنشط فيه، في حين بالمرتبة الثالثة العبارة " تحارب المؤسسة بكل جدية وصرامة الفساد الإداري بأنواعه " بمتوسط حسابي (4.30) ، تليها العبارة رقم 09 بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (4.25) ما يدل على أنه تتم مراعاة مبادئ حقوق الانسان من اجل تحقيق الأهداف مشاركة بين المؤسسة والمجتمع. ، وأخيراً نجد العبارة رقم 08 بالمرتبة الخامسة وبتوسط حسابي(4.23) أي تتمتع المؤسسة بالشفافية في استقطاب العاملين من منافسيها.

### 3. البعد الثالث: البعد القانوني

الجدول رقم (13): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الثالث للمحور الأول

الاتجاه العام للعينة	مرتفع	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مرتفع جدا	2	0,835	4,34	11. تساهم المؤسسة في الحفاظ على البيئة وذلك من خلال القوانين والأنظمة التي تطبقها.
مرتفع جدا	1	0,594	4,62	12. توفر المؤسسة الوثائق الصحية للعاملين بالتصريح بهم لدى مصالح الضمان الاجتماعي.
مرتفع	5	0,140	3,90	13. تعترف إدارة المؤسسة بحق الممارسة النقابية للعمال.
مرتفع جدا	3	0,978	4,24	14. تأخذ المؤسسة توجيهات منظمات حماية المستهلك بكل جدية وصرامة.
مرتفع	4	0,071	4,05	15. الشفافية في مؤسستكم ذات مستوى عالي.
مرتفع جدا		0,68075	4,2333	البعد الثالث: البعد القانوني

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن عبارات البعد الثالث البعد القانوني وحسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين نجد المتوسط الحسابي (4.23) وبدرجة تطبيق مرتفع جدا حيث المتوسط الحسابي له ضمن مجال الموافقة (من 4.20 إلى 5 درجة)؛ إذ نجد أن إجابة المستجوبين على عبارات البعد الثالث موافقون عليها بدرجة (مرتفعة جدا) فالمتوسط الحسابي لعباراته محصور بين (3.90-4.62) حيث "العبارة رقم 12 احتلت المرتبة الأولى "بمتوسط حسابي (4.62) أي أنهم يؤكدون وبدرجة مرتفعة جدا على أنه توفر المؤسسة الوثائق الصحية للعاملين بالتصريح بهم لدى مصالح الضمان الاجتماعي، أما "العبارة رقم 11" جاءت بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (4.34) وموافقون في إجابتهن عليها بدرجة مرتفعة جدا، على أن المؤسسة تساهم في الحفاظ على البيئة وذلك من خلال القوانين والأنظمة التي تطبقها، في حين بالمرتبة الثالثة العبارة " تأخذ المؤسسة توجيهات منظمات حماية المستهلك بكل جدية وصرامة " بمتوسط حسابي (4.24) ، أما العبارة رقم 15 جاءت بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (4.05) ما يدل على أ مبدأ الشفافية ذو مستوى عالي بالمؤسسة، وأخيراً نجد العبارة رقم 13 بالمرتبة الخامسة وبمتوسط حسابي(3.90) ما يثبت على أن إدارة المؤسسة تعترف بحق الممارسة النقابية للعمال.

#### 4. البعد الرابع: البعد الاقتصادي

الجدول رقم (14): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الرابع للمحور الأول

الاتجاه العام للعينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مرتفع جدا	0,713	4,39	16. تسعى المؤسسة لتعظيم إيراداتها بالتحكم في تكاليفها.
مرتفع جدا	0,821	4,28	17. تعمل المؤسسة على تحقيق أقصى الأرباح بالمراعاة القدرة الشرائية للزبائن.
مرتفع	0,853	4,19	18. تقوم المؤسسة بخلق فرص عمل الافراد المجتمع.
مرتفع	0,913	4,17	19. السياسة السعرية مدروسة وفق الدخل المتوسط للزبائن.
مرتفع	0,024	3,99	20. تسعى المؤسسة لتحسين أجور العاملين بهدف الرفع من قدرتهم الشرائية.
مرتفع	<b>0,70386</b>	<b>4,2067</b>	<b>البعد الرابع: البعد الاقتصادي</b>

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن عبارات البعد الرابع البعد الاقتصادي وحسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين نجد المتوسط الحسابي (4.20) و بدرجة تطبيق مرتفع حيث المتوسط الحسابي له ضمن مجال الموافقة (من 3.41 إلى 4.20 درجة)؛ إذ نجد أن إجابة المستجوبين على عبارات البعد الرابع موافقون عليها بدرجة

(مرتفعة) فالمتوسط الحسابي لعباراته محصور بين (3.99-4.39) حيث "العبارة رقم 16 احتلت المرتبة الأولى "بمتوسط حسابي (4.39) أي أنهم يؤكدون وبدرجة مرتفعة جدا على أنه تسعى المؤسسة لتعظيم إيراداتها بالتحكم في تكاليفها، أما "العبارة رقم 17" جاءت بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (4.28) وموافقون في إجاباتهم عليها بدرجة مرتفعة جدا، على أنه تعمل المؤسسة على تحقيق أقصى الأرباح بالمراعاة القدرة الشرائية للزبائن ، في حين بالمرتبة الثالثة العبارة " تقوم المؤسسة يخلق فرص عمل الافراد المجتمع " بمتوسط حسابي (4.19) ، أما العبارة رقم 19 جاءت بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (4.17) ما يدل على أن السياسة السعرية مدروسة وفق الدخل المتوسط للزبائن، وأخيراً نجد العبارة رقم 20 بالمرتبة الخامسة وبمتوسط حسابي(3.99) ما يثبت على أن المؤسسة تسعى لتحسين أجور العاملين بهدف الرفع من قدرتهم الشرائية.

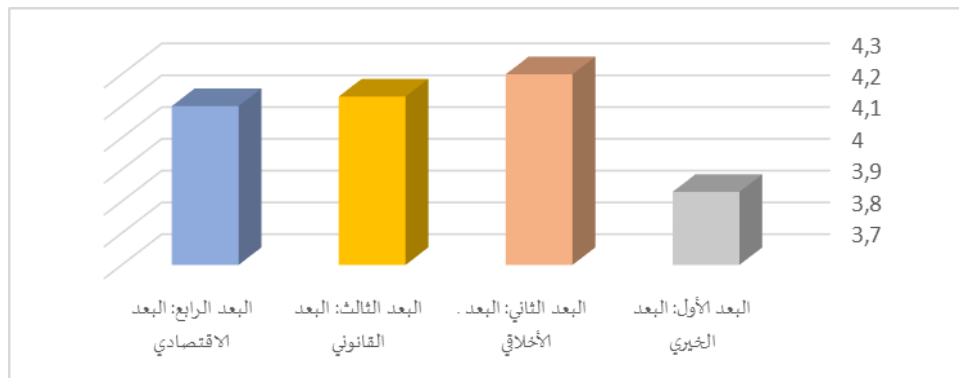
وفيما يلي جدول يلخص ترتيب أبعاد المحور الأول حسب أهميتها بالمؤسسة محل الدراسة.

الجدول رقم (15): ترتيب الأهمية النسبة لأبعاد المحور الأول

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبعاد المسؤولية الاجتماعية
<u>4</u>	0,758	3,93	البعد الأول: البعد الخيري
<u>1</u>	0,627	4,30	البعد الثاني: البعد الأخلاقي
<u>2</u>	0,680	4,23	البعد الثالث: البعد القانوني
<u>3</u>	0,703	4,20	البعد الرابع: البعد الاقتصادي
//	<b>0,57460</b>	<b>4,1683</b>	المسؤولية الاجتماعية

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

الشكل رقم (07): ترتيب الأهمية النسبة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية



المصدر: من مخرجات برنامج SPSS.V25

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن اتجاهات جميع أفراد العينة تقع المجال مرتفع لجل أبعاد المسؤولية الاجتماعية، حيث نجد البعد الثاني البعد الأخلاقي أكثر تطبيقاً بالمؤسسات محل الدراسة بمتوسط حسابي (4.30) وانحراف معياري قدر بـ (0.627)، يليه البعد الثالث البعد القانوني بمتوسط حسابي (4.23) وانحراف معياري (0.680)، ثم البعد الرابع البعد الاقتصادي بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (4.20) وانحراف معياري (0.703)، في حين البعد الخيري بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (3.93)؛ وانحراف معياري (0.785) حسب أهميتهم النسبية. أما المتوسط الحسابي العام لمحور الدراسة المسؤولية الاجتماعية قد بلغ (4.16) وانحراف معياري قدره (0.574)، ومنه نستنتج أن مستوى استجابة المؤسسات لأبعاد المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسات محل الدراسة مرتفع كما هو موضح في الشكل أعلاه.

#### المطلب الثالث: نتائج اختبار فرضيات الدراسة

عملنا في هذا الجانب على اختبار الفرضيات الرئيسية بالإضافة إلى الفرضيات الفرعية، حيث تركزت مهمة هذه الفقرة على اختبار مدى قبول أو رفض الفرضيات الدراسة من خلال الأساليب الإحصائية المناسبة

#### أولاً: اختبار التوزيع الطبيعي

بهدف التحقق من موضوعية نتائج الدراسة، تم الاعتماد على اختبار التوزيع أالاعتدالي للبيانات، هذا الأخير الذي يستخدم لمعرفة ما إذا كانت البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي أم لا، والذي يؤثر بدوره على اختيار الاختبارات المطلوبة لاختبار الفرضيات، والجدول الموالي يلخص أهم النتائج التي تم التوصل لها في اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات وبالتالي البيانات تتوزع توزيعاً طبيعياً ومنه يمكن إجراء الاختبارات المعلمية عليها.

#### الجدول رقم (16): اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات

Kolmogorov-Smirnov		المحور العام للدراسة
Sig	قيمة Z	
0.079	0.077	محور الدراسة: أبعاد المسؤولية الاجتماعية

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS V25

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة Z المحسوبة قدرت بـ 0.077 حيث نجد مستوى المعنوية للمحور الدراسة 0.079 أكبر من 0.05، وبالتالي فإن بيانات العينة المدروسة تتبع التوزيع الطبيعي. ومنه نستنتج أن

بيانات محور الدراسة تتوزع طبيعياً، وبالتالي يمكن إجراء الاختبارات المعلمية عليها، ما يستوجب الاعتماد على الاختبارات المعلمية للإجابة على الفرضيات الموضوعية.

ثانياً: نتائج اختبار الفرضيات الفرعية

### 1. نتائج اختبار الفرضية الأولى

نص الفرضية: مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الخيري مرتفع

■ فرضية الصفرية  $H_0$  : مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الخيري منخفض

■ فرضية البديلة:  $H_1$  مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الخيري مرتفع

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار (One-Semple-T-test) (T) للعينة الواحدة لمقارنة المتوسط العام للإجابات (المتوسط الإجمالي لفقرات البعد الخيري) مع المتوسط الفرضي 3 عند مستوى معنوية 0.05 وفقاً لبرنامج SPSS. والجدول التالي يبين نتائج هذا الاختبار:

الجدول (17): اختبار (T) للعينة الواحدة لمقارنة متوسط الإجابات مع المتوسط الفرضي (الفرضية الأولى)

قرار الاختبار	مستوى الثقة 95%		الفرق بين المتوسطين	مستوى المعنوية sig	درجات الحرية	قيمة T المحسوبة
	القيمة الدنيا	القيمة القصوى				
$H_1$	0.7962	1.0705	0.93333	0.000	119	13.475

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS V25

يتبين لنا من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه أن قيمة مستوى المعنوية قدرت بـ (Sig=0.000) وهي أقل من مستوى الخطأ المعياري المفروض ( $\alpha \leq 0.05$ ) ووفقاً لقاعدة القرار المعتمدة في اختبار هذه الفرضية فإنه يمكن القول أنه مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الخيري مرتفع، كما بين الجدول الفرق بين المتوسطين الحسابيين العام والفرضي والمقدر بـ (0.93333)، وهذا الفرق في حدود المجال [1.0705-0.7962] بمستوى ثقة (95%)، ويدل على أن المتوسط العام للإجابات يفوق المتوسط الفرضي (3)، وتعتبر قيمة المتوسط الحسابي العام للمحور والمقدر بـ (3.93) في حدود المجال [4.20-3.41]، ويمثل مستوى الموافقة مرتفعة حول فقرات البعد الأول البعد الخيري من خلال أن المؤسسات محل الدراسة تعمل على تقديم مساعدات وتبرعات للمشاريع الخيرية، بالإضافة أنها تقدم مساعدات مادية في حالة حدوث الكوارث الطبيعية كالزلازل والحرائق وغيرها من المبادرات الخيرية اتجاه المجتمع الذي تنشط فيه.

-بناءا عليه نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى: نرفض الفرضية الصفرية ( $H_0$ ) نقبل الفرضية البديلة ( $H_1$ ) مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الخيري مرتفع

## 2. نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية

نص الفرضية: مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الأخلاقي مرتفع

- فرضية الصفرية  $H_0$  : مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الأخلاقي منخفض
- فرضية البديلة:  $H_1$  مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الأخلاقي مرتفع

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار (One-Semple-T-test) (T) للعينة الواحدة لمقارنة المتوسط العام للإجابات (المتوسط الإجمالي لفقرات البعد الأخلاقي) مع المتوسط الفرضي 3 عند مستوى معنوية 0.05 وفقا لبرنامج SPSS. والجدول التالي بين نتائج هذا الاختبار:

الجدول(18): اختبار (T) للعينة الواحدة لمقارنة متوسط الإجابات مع المتوسط الفرضي (الفرضية الفرعية الثاني)

قرار الاختبار	مستوى الثقة 95%		الفرق بين المتوسطين	مستوى المعنوية sig	درجات الحرية	قيمة T المحسوبة
	القيمة القصوى	القيمة الدنيا				
$H_1$	1,4135	1,1865	1,30000	0,000	119	22,689

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS V25

تشير معطيات الجدول أعلاه أن قيمة مستوى المعنوية قدرت بـ ( $Sig=0.000$ ) وهي أقل من مستوى الخطأ المعياري المفروض ( $\alpha \leq 0.05$ ) ، وبالتالي مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الأخلاقي مرتفع جدا، كما بين الجدول الفرق بين المتوسطين الحسابيين العام والفرضي و المقدر بـ ( $1.30000$ )، وهذا الفرق في حدود المجال  $[1.4135-1.1865]$  بمستوى ثقة (95%)، ويدل على أن المتوسط العام للإجابات يفوق المتوسط الفرضي (3)، وتعتبر قيمة المتوسط الحسابي العام للمحور والمقدر بـ ( $4.30$ ) في حدود المجال  $[5-4.20]$ ، ويمثل مستوى الموافقة مرتفعة جدا حول فقرات البعد الثاني البعد الأخلاقي، وذلك من خلال احترام عادات وتقاليد والأعراف السائدة في المجتمع الذي تنشط فيه، بالإضافة لمراعاة حقوق ومبادئ الانسان من أجل تحقيق الأهداف المشتركة بين المؤسسة والمجتمع.

-بناءا عليه نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية: نرفض الفرضية الصفرية ( $H_0$ ) نقبل الفرضية البديلة ( $H_1$ ) مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الأخلاقي مرتفع

### 3. نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

نص الفرضية: مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد القانوني مرتفع

▪ فرضية الصفرية  $H_0$  : مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد القانوني منخفض

▪ فرضية البديلة:  $H_1$  مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد القانوني مرتفع

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار (T) (One-Semple-T-test) للعينة الواحدة لمقارنة المتوسط العام للإجابات (المتوسط الإجمالي لفقرات البعد القانوني) مع المتوسط الفرضي 3 عند مستوى معنوية 0.05 وفقاً

لبرنامج SPSS. والجدول التالي بين نتائج هذا الاختبار:

الجدول (19): اختبار (T) للعينة الواحدة لمقارنة متوسط الإجابات مع المتوسط الفرضي (الفرضية الفرعية الثالث)

قرار الاختبار	مستوى الثقة 95%		الفرق بين المتوسطين	مستوى المعنوية sig	درجات الحرية	قيمة T المحسوبة
	القيمة القصوى	القيمة الدنيا				
$H_1$	1,3564	1,1103	1,23333	0,000	119	19,847

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS V25

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة مستوى المعنوية قدرت بـ (Sig=0.000) وهي أقل من مستوى الخطأ المعياري المفروض ( $\alpha \leq 0.05$ ) ووفقاً لقاعدة القرار المعتمدة في اختبار هذه الفرضية فإنه يمكن القول بمستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد القانوني مرتفع، كما بين الجدول الفرق بين المتوسطين الحسابيين العام والفرضي و المقدر بـ (1.23333)، وهذا الفرق في حدود المجال [1.3564-1.1103] بمستوى ثقة (95%)، وبدل على أن المتوسط العام للإجابات يفوق المتوسط الفرضي (3)، وتعتبر قيمة المتوسط الحسابي العام للمحور والمقدر بـ (4.23) في حدود المجال [5-4.20]، ويمثل مستوى الموافقة مرتفعة جداً حول فقرات البعد الثالث البعد القانوني وذلك من خلال تطبيق قوانين الحفاظ على البيئة وتوفير حق ممارسات النقاوية للعمال بالإضافة الأخذ بتوجيهها منظمات حماية المستهلك بعين الاعتبار.

-بناءً عليه نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: نرفض الفرضية الصفرية ( $H_0$ ) نقبل الفرضية البديلة ( $H_1$ ) مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد القانوني مرتفع

4. نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

نص الفرضية: مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الاقتصادي مرتفع

▪ فرضية الصفرية  $H_0$  : مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الاقتصادي منخفض

▪ فرضية البديلة:  $H_1$  مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الاقتصادي مرتفع

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار (T) (One-Semple-T-test) للعينة الواحدة لمقارنة المتوسط العام للإجابات (المتوسط الإجمالي لفقرات البعد الاقتصادي) مع المتوسط الفرضي 3 عند مستوى معنوية 0.05 وفقاً لبرنامج SPSS. والجدول التالي بين نتائج هذا الاختبار:

الجدول (20): اختبار (T) للعينة الواحدة لمقارنة متوسط الإجابات مع المتوسط الفرضي (الفرضية الفرعية الرابع)

قرار الاختبار	مستوى الثقة 95%		الفرق بين المتوسطين	مستوى المعنوية sig	درجات الحرية	قيمة T المحسوبة
	القيمة القصوى	القيمة الدنيا				
$H_1$	1,3339	1,0794	1,20667	0,000	119	18,780

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS V25

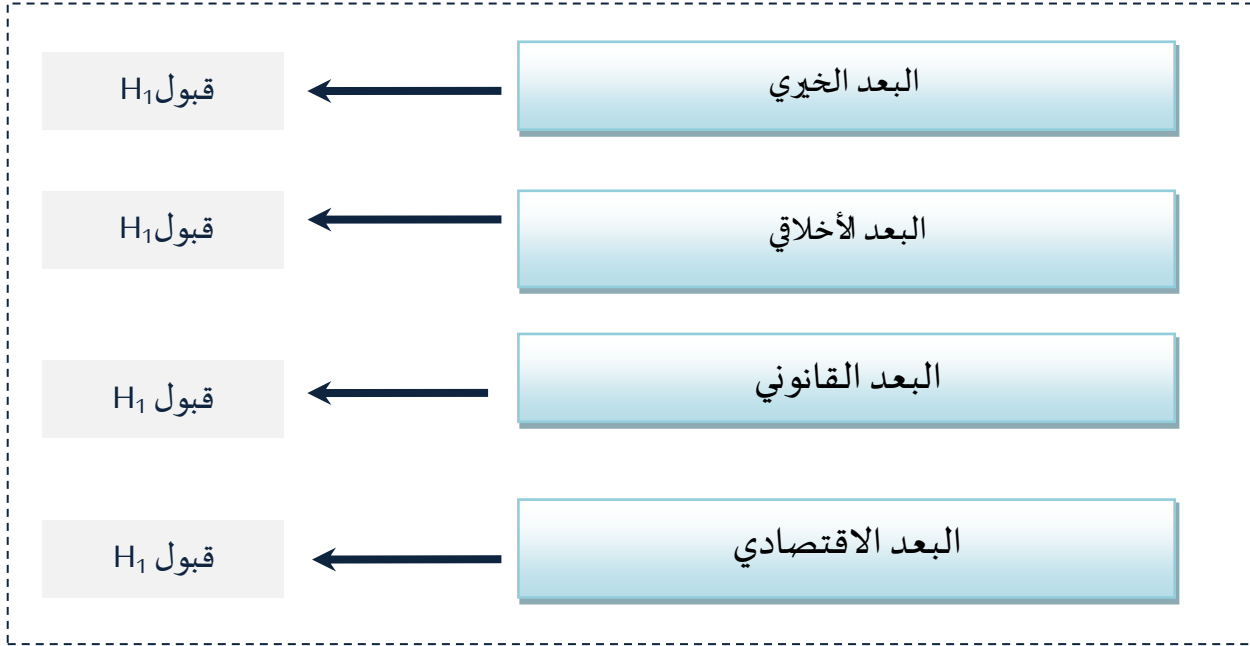
تشير نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة للدراسة أنه مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الاقتصادي مرتفع، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية قدرت بـ (Sig=0.000) وهي أقل من مستوى الخطأ المعياري المفروض ( $\alpha \leq 0.05$ ) فإنه يمكن القول أن مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الاقتصادي مرتفع كما بين الجدول الفرق بين المتوسطين الحسابيين العام والفرضي و المقدر بـ (1.20667)، وهذا الفرق في حدود المجال [1.0794 \_ 1.3339] بمستوى ثقة (95%)، ويدل على أن المتوسط العام للإجابات يفوق المتوسط الفرضي (3)، وتعتبر قيمة المتوسط الحسابي العام للمحور والمقدر بـ (4.20) في حدود المجال [4.20-3.41]، ويمثل مستوى الموافقة مرتفع حول فقرات البعد الرابع الاقتصادي، من خلال السعي لتعظيم إيراداتها بالتحكم في التكاليف والعمل على تحقيق أقصى أرباح مع مراعاة القدرة الشرائية للزبون من جهة ومن جهة أخرى تحسين أجور العاملين بهدف تحسين أداء ونتاجيتهم.

-بناءً عليه نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة: نقبل الفرضية الصفرية ( $H_0$ ) نرفض الفرضية البديلة ( $H_1$ ) مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الاقتصادي مرتفع.

ثالثا: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى

بعد اختبار الفرضيات الفرعية نستنتج قرار اختبار الفرضية الرئيسية أن مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للمسؤولية الاجتماعية من خلال أبعادها الأربعة: البعد الخيري؛ البعد الأخلاقي؛ البعد القانوني؛ البعد الاقتصادي هو مرتفع حسب إجابات عينة الدراسة. ويمكن إيجازها في الشكل التالي:

الشكل رقم (08): ملخص اختبار فرضيات الدراسة



المصدر: بالاعتماد على نتائج اختبار الفرضيات

رابعا: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية

نص الفرضية: يوجد اختلاف في مستوى استجابة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات محل الدراسة تبعا لاختلاف قطاع النشاط

لاختبار الفرضية نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

▪ الفرضية الصفرية ( $H_0$ ): لا يوجد اختلاف في مستوى استجابة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات محل الدراسة تبعا لاختلاف قطاع النشاط

▪ الفرضية البديلة ( $H_1$ ): يوجد اختلاف في مستوى استجابة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات محل الدراسة تبعا لاختلاف قطاع النشاط

للتعرف على ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد الدراسة طبقاً لاختلاف قطاع نشاط المؤسسات تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One-way ANOVA) لتوضيح دلالة الفروق في إجابات عينة أفراد عينة الدراسة والنتائج كما يوضحها الجدول التالي:

الجدول رقم (21): نتائج تحليل التباين الأحادي لاختبار الفروقات في إجابات أفراد الدراسة طبقاً لاختلاف لقطاع النشاط

مستوى دلالة (F)	قيمة (F) المحسوبة	درجات الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	قطاع النشاط	مجموع الدراسة
0.000	24.439	2	0.618	3.78	20	القطاع الخدمي	
			0.447	4.43	70	القطاع الصناعي	
		117	0.478	3.81	30	القطاع الخدمي/ الصناعي	
		119	0,50381	3,9593	69	المجموع	

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS V25

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن يوجد اختلاف في مستوى استجابة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات محل الدراسة تبعاً لاختلاف قطاع النشاط، وذلك استناداً إلى أن قيمة اختبار تحليل التباين هي (24.439) ومستوى المعنوية بلغ (0.000) وهو أقل من مستوى المعنوية المفروض (0.05).

- وبناءً عليه نقبل الفرضية الصفرية ( $H_1$ ) والتي تنص على أنه يوجد اختلاف في مستوى استجابة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات محل الدراسة تبعاً لاختلاف قطاع النشاط

## خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل حاولنا أن نسقط جزءاً من الجزء النظري على دراسة عينة من المؤسسات الاقتصادية بولاية الوادي، حيث تم إدراج في المبحث الأول الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية من خلال عرض موجز للمؤسسات محل الدراسة، حيث تم اختيار 7 مؤسسات اقتصادية بقطاع النشاط الخدمي والصناعي، تطرقنا إلى فيما بعد لأدوات جمع البيانات من الاستبيان والمقابلة وذلك من خلال تعريف الاستبيان وطريقة تصميم الاستبيان وصدقه وثباته، وأهم الأساليب المستخدمة للدراسة كما تم التطرق لعرض البيانات العامة لعينة الدراسة وأخيراً قمنا بعرض نتائج الدراسة الميدانية بعد اختبار فرضياتها، وهذا من خلال المعالجة الإحصائية وتحليل الاستبيان الموزع على عينة الدراسة. حيث توصلنا إلى أنه أن مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للمسؤولية الاجتماعية من خلال أبعادها الأربعة: البعد الخيري؛ البعد الأخلاقي؛ البعد القانوني؛ البعد الاقتصادي هو مرتفع حسب إجابات عينة الدراسة، كما تبين من خلال نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية أنه يوجد اختلاف في مستوى استجابة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات محل الدراسة تبعاً لاختلاف قطاع النشاط.

# الخاتمة

## الخاتمة:

ان موضوع المسؤولية الاجتماعية تبقي موضوع شائك نظرا لأنه ثقافة جديدة دخلت على مجتمعا و بالضبط على مؤسسات ، فالحقيقة وجدت تطبيقها في المجال الاقتصادي الا انها تتمثل أساسا قويا للتطور نحو المفاهيم الاجتماعية الجديدة، حتى وقت الراهن لأنه لم يتم تعريف مفهوم المسؤولية الاجتماعية بشكل محدد و قاطع يكتسب بموجبه قوة الزام قانونية وطنية او دولية، ولا تزال هذه المسؤولية في جوهرها أدبية و معنوية ومن هنا فقد تعددت صور المبادرات و الفعاليات بحسب طبيعة البيئة لمحيطة ، ونطاق نشاط المؤسسة و اشكالها ، وما تتمتع به كل مؤسسة من موارد مالية و بشرية و هذه المسؤولية بطبيعتها ليست جامده ، بل الصفة الديناميكية و الواقعية و تتصف بالتطور المستمر كي تتواءم بسرعة وفق مصالحها وبحسب المتغيرات الاقتصادية و الاجتماعية.

من خلال عرض وتحليل إجابات العينة حول: بدراسة مدي استجابة المؤسسات الاقتصادية في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية دراسة ميدانية لمجموعة من المؤسسات الاقتصادية على مستوى ولاية الوادي توصلنا إلى استخلاص النتائج التالية:

- إن مفهوم المسؤولية الاجتماعية عرف تطورا خاصة من متسع ابعاده الى وصولها للمواصفة الدولية .ISO26000

-نسبة دراسة استجابة المؤسسة محل الدراسة لأبعاد مسؤولية الاجتماعية كانت وفق الترتيب الآتي:

البعد الخيري.

البعد الأخلاقي.

البعد القانوني.

البعد الاقتصادي.

حيث أن معظم المؤسسات كانت مرتكزة عن البعد الخيري وهو مرتفع بنسبة (3.93)، ثم يليه البعد الأخلاقي مرتفع جدا بنسبة (4.30)، ثم البعد القانوني مرتفع جدا بنسبة (4.23)، وفي الأخير البعد الاقتصادي مرتفع بنسبة (4.20).

-أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الخيري مرتفع.

-أكدت نتائج الدراسة أن مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الأخلاقي مرتفع؛

- أثبتت نتائج الدراسة أن مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد القانوني مرتفع؛
- أكدت نتائج الدراسة أن مستوى استجابة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة للبعد الاقتصادي مرتفع.
- أظهرت نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية أنه يوجد اختلاف في مستوى استجابة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات محل الدراسة تبعاً لاختلاف قطاع النشاط.

### التوصيات

- تشجيع القطاع الخاص على طرح مبادرات للمسؤولية الاجتماعية في مختلف المجالات.
- نشر ثقافة الوعي للمسؤولية الاجتماعية للجامعات ومراكز البحث، والتكوين المهني...
- يجب أن تعين الإدارة مسؤول أو فريق مدرب مسؤول عن تغطية مبادرات المسؤولية الاجتماعية ويكون هدفها هو نشر الوعي وتشجيع الممارسات المسؤولة وليس الترويج.
- لا بد من مراجعة استراتيجية المؤسسة وإستغلال مبادئ المسؤولية الاجتماعية في التطوير المؤسسي.
- يجب على المؤسسات الاقتصادية التركيز أكثر على البعد الخيري مثله كباقي الأبعاد الأخرى.
- التوسع في تنفيذ برامج تدريبية للعاملين في أقسام وإدارات المسؤولية الاجتماعية لشركات، بهدف تطوير مهارات وتبادل خبرات وتجارب.

### آفاق المستقبلية للبحث:

- إن موضوع المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال من المواضيع المثارة بشكل كبير وملفت في السنوات الاخيرة. وعلى عكس الدول الغربية فهو لم ينل حظه من الدراسة والتأصيل العلمي والتطبيق العملي في الدول العربية والدول النامية عامة. وفي الجزائر تكاد تغيب ثقافة المسؤولية الاجتماعية بمفهومها العلمي الصحيح في مؤسساتنا الاقتصادية عامة. ان هذا التخلف على الركب لا تتحمله فقط الدولة او المنظمات بل وحتى الباحثين في هذا المجال، من هذا المنطلق فإن الباحثين مدعوون الى المزيد من البحث في الجوانب المختلفة المتعلقة بهذا الموضوع والتي لم تشملها إشكالية بحثنا. وهي متعددة وكثيرة، نخص منها:
- دراسة دور المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة في المؤسسة الاقتصادية.
  - دراسة التآزر بين المسؤولية الاجتماعية وحوكمة الشركات في تحقيق أداء اقتصادي للمؤسسات الاقتصادية.
  - دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية.

# قائمة المراجع

## قائمة المراجع

### أولاً-المراجع باللغة العربية

#### 1-الكتب:

1. أسعد عطوان، يوسف مطر، مناهج البحث العلمي، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ص: 105.
2. طاهر محسن منصور الغالي، ووائل محمد صبحي ادريس، الإدارة الاستراتيجية: منظور متكامل، ط1 دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2007.

3. العربي دخوش، محاضرات في اقتصاد مؤسسة، مطابع جامعة منتوري، قسنطينة، سبتمبر 2001.

4. ناصر دادي عدون، اقتصاد مؤسسة، ط2، دار الحمدي العامة، الجزائر 1998.

#### 2-الرسائل الجامعية:

1. اسمهان علي عواسا، أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء التنظيمي للمصارف التجارية الأردنية، شهادة الماجستير، تخصص إدارة اعمال، جامعة مؤتة، 2011.

2. امنة العقون، أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء البيئي، دراسة حالة مؤسسة العسكرية للإسمنت، شهادة ماستر، تخصص موارد بشرية، جامعة محمد خيضر. بسكرة، سنة 2019.

3. بن سعد وسيلة، تقييم المؤسسة ودوره في تحقيق ميزة تنافسية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير لعلوم التسيير، مالية ومراقبة، جامعة جيلالي ليابس، سيدي بلعباس، 2016/2015.

4. بن سعد وسيلة، تقييم المؤسسة ودوره في تحقيق الميزة التنافسية، شهادة ماجستير، فرع مالية ومراقبة جامعة جيلالي ليابس بسيدي بلعباس، 2016.2015.

5. بن علي آمال، مساهمة المسؤولية الاجتماعية في بلوغ متطلبات التصدير في منظمات الأعمال (خارج المحروقات) مذكرة دكتوراه في علوم التسيير، مانجمنت استراتيجي دولي، كلية العلوم الإقتصادية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2017/2016.

6. بن علي امال، مساهمة المسؤولية الاجتماعية في بلوغ متطلبات التصدير في منظمات الاعمال (خارج المحروقات)، دراسة حالة شركة condor ببرج بوغريج، شهادة الدكتوراه، تخصص مناخات استراتيجي دولي، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، سنة 2017.
7. جدي حنان، حملاوي ايمان، المسؤولية الاجتماعية كأداة لتعزيز الميزة التنافسية - دراسة حالة مؤسسة الجزائرية للمياه، فرع عين بسام، تخصص إدارة اعمال، شهادة ماستر، جامعة اكلي محند اولحاج البويرة، سنة 2019.
8. جميلة العمري، اسهامات تبني المسؤولية تبني المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة ميدانية لبعض شركات التأمين في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة قاصدي مرباح . ورقلة، سنة 2016.
9. حبيبة عامر، دور المؤسسات الإقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة في ظل التكتلات الاقتصادية العالمية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2016/2017.
10. خولة طلحي، المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في الجزائر، شهادة ماستر، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، سنة 2015.
11. رحيم لطيفة، واقع تطبيق الحوكمة في المؤسسات الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، اقتصاد وتسيير مؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2019/2018.
12. ركيبي فوزية، الوظيفة المالية ووسائل التمويل في مؤسسة إقتصادية، مذكرة لنيل شهادة ليسانس في العلوم الاقتصادية، مالية نقود وبنوك، المركز الجامعي العقيد أكلي محند أولحاج البويرة، 2010/2011.
13. سنيقرة رفيقة، أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية على أداء الموارد البشرية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، دراسة حالة ايلاف ترين، الضياء، ليند غاز- ورقلة، شهادة ماستر أكاديمي، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، سنة 2013.
14. شابونية عمر، أنظمة الرصد المعلوماتي في المؤسسات الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم المكتبات، نظم المعلومات وادارة المعرفة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008/2007.

15. العقون آمنة، أثر المسؤولية الاجتماعية على الاداء البيئي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير إدارة الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2019/2018.
16. مريم قراجي، ياسمين زموري، إشكالية التمويل في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، مالية المؤسسة، جامعة أكلي محند أولحاج البويرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2016/2015.
17. مقدم وهيبة، تقييم مدى استجابة منظمات الاعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم التسيير كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران، 2014.
- 3-المجلات والملتقيات:**
1. احمد عبد الحفيظي، مجلة العلمية مستقبل الاقتصادي، اليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، العدد السابع، سنة 2019.
2. بن جيمة مريم وبن جيمة نصيرة، مسؤولية الاجتماعية اخلاقيات الإدارة، البحث مقدم في ملتقى الدولي الثلاثة حول: منظمات الاعمال بالمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار يومي 14-15 فيفري 2012.
3. بن خديجة منصف، راشي طارق، دور المسؤولية الاجتماعية في تدعيم تنافسية المؤسسة الاقتصادية، المؤتمر الثالث للعلوم المالية والمصرفية حول حاكمية الشركات والمسؤولية الاجتماعية: تجربة الأسواق الناشئة، كلية الإقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة اليرموك اربد-الأردن، 2013.
4. بن علي آمال، مسعودي زكريا، مزايا التزام المنظمات بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع: دراسة حالة شركة كوندور الكترونيكس ببرج بوعرييج، مجلة السراج في تربية وقضايا المجتمع، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد الثامن 2018.
5. بن علي آمال، مسعودي زكريا، الاهتمامات البيئية في إطار المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية، مجلة العلوم الإدارية والمالية، جامعة الوادي، مجلد 1 عدد 1 سنة 2017.
6. حامد كريم العاني، دورة المعلومات المحاسبية في قياس وتقييم الأداء الاجتماعي للمؤسسات الصناعية، (الدراسة التطبيقية في مملكة البحرين)، المؤتمر العلمي الرابع حول الريادة والابداع: استراتيجيات الاعمال في مواجهة تحديات العولمة، فيلاديلفيا، الأردن، 15-16 مارس 2003

7. رسلان خضور، المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال، ندوة الثلاثاء الإقتصادية الرابعة والعشرون حول التنمية الإقتصادية والاجتماعية في سوريا، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، 2011.
8. سميرة لغويل، نوال زماي، المسؤولية الاجتماعية المفهوم، الأبعاد والمعايير، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة تبسة، عدد 27 سنة 2016.
9. عبد الرزاق بوزياد، وآخرون، دور الاقتصاد الإسلامي في تعزيز مبادئ المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، الملتقى الدولي: الاقتصاد الإسلامي: الواقع والرهانات، جامعة غرداية. جزائر فيفري.
10. عقون شرف وآخرون، مجلة الاقتصاد الصناعي، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية، العدد 12(03)، جوان 2017.
11. فيصل فقير، مقياس اقتصاد المؤسسة، قسم العلوم المالية والمحاسبية، جامعة البليدة 2، لونيبي علي، 2019-2020.
12. محجوبي هناء وآخرون، المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل الازمات، ملتقى الدولي: المسؤولية الاجتماعية لأخلاقيات الاعمال كدعامة لتعزيز الأداء الاجتماعي لمنظمات الاعمال والتنمية والمستدامة، يوم 27/26 سبتمبر، سنة 2021.
13. هزرشي طارق وآخرون، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ملتقى دولي: المسؤولية المجتمعية واخلاقيات الاعمال كدعامة لتعزيز الأداء الاجتماعي لمنظمات الاعمال والتنمية المستدامة، يوم 27/26 سبتمبر، سنة 2021.

ثانيا-المراجع باللغة الأجنبية

1. Jasary Comptqbilite qnqlytiqueK, Imprimerie ES-salem, alger, 2001.
2. C.busse ntqultet.prete, économe et gestion de l'entreprise, Vuibert, 1955.
3. C.busse ntqultet.prete, économe et gestion de l'entreprise, vuibert, 1955.

4. Carroll, Ariche B., (1991), The Pyramid of Corporate Social Responsibility Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business Horizons, Indiana University
5. Lasary, économie de l'entrepris,o.p.u, Alger, 2001.

ثالثا- المواقع الإلكترونية:

1. موقع مكتبة جامعة الجزائر 3 دالي براهيم <http://dely-brahim.blogspot.com>  
22/01/2022

الملاحق

جامعة الشهيد حمة لخضر  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم علوم التسيير

السنة الجامعية: 2021/2022

تخصص: إدارة اعمال

استمارة الاستبيان

أخي العامل اختي العاملة في جميع المراكز ومسؤوليات العمل بالمؤسسة:  
نضع بين ايديكم هذا الاستبيان لإنجاز بحث علمي بغرض الحصول على درجة الماستر في علوم التسيير تخصص إدارة الاعمال حول مدى  
استجابة المؤسسات الاقتصادية في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية  
وقد قمنا باختيار مؤسستكم كعينة لدراستنا الميدانية املين ان تفضلوا باستيفاء هذا الاستبيان للإجابة عن الأسئلة المطروحة بكل دقة وموضوعية  
والاهتمام بالشكل الذي يؤدي الى التوصل لنتائج تخدم الهدف الأساسي من هذه الدراسة  
نحيطكم علما بان كافة المعلومات التي ستقدمونها ستكون موضوع السرية التامة ولن تستخدم الا لأغراض الدراسة العلمية لا غير.

ملاحظة: يكفي للإجابة عن الأسئلة بالتأشير في الخانة المناسبة فقط.

-البيانات الشخصية:-

1-الجنس: ذكر  انثى

2-المستوى التعليمي: جامعي  ثانوي فأقل  دراسات عليا

3-الاقدمية في المؤسسة: أقل من سنة  من 1الى 5 سنوات  من 5الى 10 سنوات   
من 10 سنوات فما فوق

4-المنصب الذي تشغله:

5-قطاع النشاط: خدمي  صناعي  تجاري

قياس الاستجابة					الفقرات	الرقم
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	ابعاد المسؤولية الاجتماعية	
<b>1- البعد الخيري</b>						
					تقدم المؤسسة مساعدات وتبرعات للمشاريع الخيرية.	1
					تساهم المؤسسة مساعدات مادية في حالة حدوث الكوارث الطبيعية كالزلازل والحرائق وغيرها.	2
					تساهم المؤسسة في توفير مناصب عمل لذوي الاحتياجات الخاصة.	3
					تقدم المؤسسة تسهيلات ومساعدات لأداء مناسك الحج والعمرة.	4
					تساهم المؤسسة في احياء الأعياد والمناسبات الدينية والوطنية وتقديم هدايا معتبرة.	5
<b>2- البعد الأخلاقي</b>						
					تؤكد المؤسسة على ضرورة والوضوح في المعاملات (بيع وشراء).	6
					تحتزم المؤسسة العادات والتقاليد والأعراف السائد في المجتمع الذي تنشط فيه.	7
					تتمتع المؤسسة بالشفافية في استقطاب العاملين من منافسيها.	8
					تتم مراعاة مبادئ حقوق الانسان من اجل تحقيق الأهداف مشاركة بين المؤسسة والمجتمع.	9
					تحارب المؤسسة بكل جدية وصرامة الفساد الإداري بأنواعه.	10
<b>3- البعد القانوني</b>						

					11	تساهم المؤسسة في الحفاظ على البيئة وذلك من خلال القوانين والأنظمة التي تطبقها.
					12	توفر المؤسسة الوثائق الصحية للعاملين بالتصريح بهم لدى مصالح الضمان الاجتماعي.
					13	تعترف إدارة المؤسسة بحق الممارسة النقابية للعمال.
					14	تأخذ المؤسسة توجيهات منظمات حماية المستهلك بكل جدية وصرامة.
					15	الشفافية في مؤسستكم ذات مستوى عالي.
4- البعد الاقتصادي						
					16	تسعى المؤسسة لتعظيم إيراداتها بالتحكم في تكاليفها.
					17	تعمل المؤسسة على تحقيق أقصى الأرباح بالمراعاة القدرة الشرائية للزبائن.
					18	تقوم المؤسسة يخلق فرص عمل الافراد المجتمع.
					19	السياسة السعرية مدروسة وفق الدخل المتوسط للزبائن.
					20	تسعى المؤسسة لتحسين أجور العاملين بهدف الرفع من قدرتهم الشرائية.