



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



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة : العلوم الاقتصادية

التخصص : اقتصاد وتسيير مؤسسات

دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة
الاقتصادية (دراسة حالة شركة روائح الورود بالوادي)

تحت إشراف الدكتور

– مسعودي زكرياء

من إعداد الطلبة

- بن مبارك بن سالم
- زهري خولة

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
د. زغدي عادل	أستاذ مساعد . أ . جامعة الوادي	رئيسا
د. مسعودي زكرياء	أستاذ محاضر. أ . جامعة الوادي	مشرفا و مقررا
د. هويدي عبد الجليل	أستاذ محاضر. ب . جامعة الوادي	مناقشا

السنة الجامعية : 2023/2022



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



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة : العلوم الاقتصادية

التخصص : اقتصاد وتسيير مؤسسات

دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة
الاقتصادية (دراسة حالة شركة روائح الورود بالوادي)

تحت إشراف الدكتور

– مسعودي زكرياء

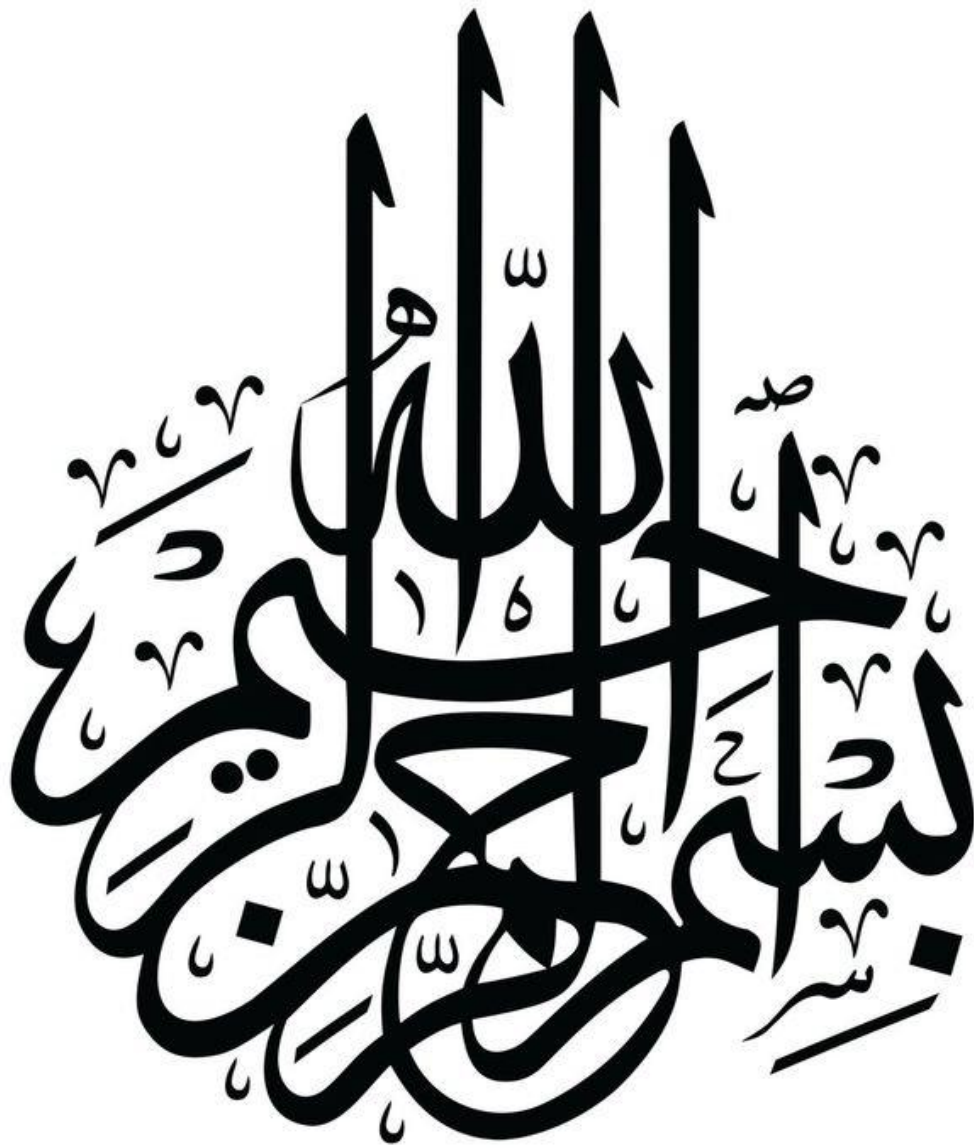
من إعداد الطلبة

- بن مبارك بن سالم
- زهري خولة

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
د. زغدي عادل	أستاذ مساعد . أ . جامعة الوادي	رئيسا
د. مسعودي زكرياء	أستاذ محاضر. أ . جامعة الوادي	مشرفا و مقررا
د. هويدي عبد الجليل	أستاذ محاضر. ب . جامعة الوادي	مناقشا

السنة الجامعية : 2023/2022



الإهداء

اللهم لك الحمد أنت نور السموات و الأرض ومن فيهن، اللهم لك أسلمت وعليك توكلت

بسم الله الذي لا تضيع ودائعه

إلى من نذرت عمرها في أداء رسالة صنعتها من أوراق الصبر و طرزتها في ظلام الدهر

على سراج الأمل

بلا فتور أو كلل رسالة تعلم العطاء كيف يكون العطاء و الصبر كيف يكون، إلى التي لن

تكفيني في وصفها

الكلمات و لو كانت مداد السماوات و الأرض

قبس نور حياتيأمي الغالية (برالله نورة)

إلى سند ظهري و حامل عبئي إلى من علمني الكفاح و المثابرة، إلى من كلله الله بالهيبة و

الوقار، إلى من علمني

العطاء بدون انتظار إليك والدي العزيز أطل الله في عمره (زهري مشري)

إلى رمز العز و الشموخ إلى من هم سندي في الحياة و منحوني العزيمة و القوة لأصل إلى ما وصلت

إليه اليوم

أخوتي و سندي أدامكم الله لي (اليسع ، عمر، عبد

المالك، منذر)

إلى الجوهرتين الصغيرتين التي ينحني قلبي لهما عظمة و خلودًا، إلى أختي البرعمة أميرة

جعلك الله من حافظة القرآن الكريم، إلى أختي جيهان دمت لي و لوالدينا فخرًا

خولة

الإهداء

إلى روح سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم

إلى أبي الحبيب (مبروك) وأمي الحنونة (الزهرة) أمدّهما الله بدوام الصحة والعافية

إلى زوجتي الغالية وشريكة حياتي ورفيقة دربي

إلى فلذات كبدي وزينة حياتي (أريج الجنة، فاطمة الزهراء، علال حيدر)

إلى إخوتي وأخواتي الأحباء سندي الدائم كل باسمه

إلى أصحابي وأصدقائي رفقاء دربي

إلى كل طالب وطالبة للعلم

إليكم جميعاً أهدي هذا العمل المتواضع.

بن سالم

شكر و تقدير

بسم الله الرحمن الرحيم الحمد لله منزل القرآن معلم البيان نستعين به و نستهديه لما يقربنا إليه و
نؤمن به و نتوكل عليه في جميع حالاتنا و الصلاة و السلام على أفضل مبعوث للعالمين سيدنا و نبينا
مُحَمَّد و على آله و صحبه و تابعيهم بإحسان إلى يوم الدين.

في البداية نتقدم بخالص شكرنا إلى الأستاذ المشرف " مسعودي زكريا " الذي لم يدخر جهدًا
لمساعدتنا في إنجاز هذا العمل و على المجهود الذي بذله معنا من خلال متابعتة للعمل بنصائحه
القيمة، و كل أساتذة كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير و كل أساتذة جامعة
الشهيد حمه لخضر . الوادي .

كما نشكر الأساتذة المحكمين الذين حكموا الاستبيان الخاص بدراستنا، بالأخص الأستاذة الفاضلة
: بن علي أمال كما لا ننسى تقديم كل الشكر إلى موظفي مؤسسة الورود للروائح الذين قدموا لنا
يد المساعدة و الإجابة على استمارات الاستبيان المقدمة لهم ، و نخص بالذكر السيد: ميلودي

سفيان

و في الأخير نشكر كل من قدم يد العون و المساعدة من قريب أو بعيد راجين من مولى عز وجل

أن يجازيهم خير جزاء إنه مجيب الدعاء.

الفهرس

المحتويات	رقم الصفحة
الإهداء	
الشكر و التقدير	
فهرس المحتويات	I ، II ، III
فهرس الجداول و الأشكال	IV ، V
فهرس السور القرآنية و الأحاديث الشريفة	VI
فهرس الملاحق	VII
المللخص	VIII
المقدمة	أ ، ب ، ج
الفصل الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية و علاقتها بأداء المؤسسة الاقتصادية	
تمهيد	4
المبحث الأول: تعريف و مبادئ المسؤولية الاجتماعية	5
المطلب الأول: تعريف المسؤولية الاجتماعية و عناصرها	5
أولاً: نشأة و تطور المسؤولية الاجتماعية	5
ثانياً: تعريف المسؤولية الاجتماعية	7
ثالثاً: أهمية المسؤولية الاجتماعية	10
رابعاً: عناصر المسؤولية الاجتماعية	11
المطلب الثاني: مبادئ و أبعاد المسؤولية الاجتماعية	13
أولاً: مبادئ المسؤولية الاجتماعية	13
ثانياً: أبعاد المسؤولية الاجتماعية	16
المبحث الثاني: المسؤولية الاجتماعية و برامجها في المؤسسة الاقتصادية	19
المطلب الأول: المسؤولية الاجتماعية في إطار وظائف المؤسسة	19
أولاً: المسؤولية الاجتماعية في إطار وظيفة الإنتاج و العمليات	19
ثانياً: المسؤولية الاجتماعية في إطار وظيفة التسويق	22
ثالثاً: المسؤولية الاجتماعية في إطار وظيفة إدارة المشتريات و التخزين و الموارد البشرية	23
المطلب الثاني: برامج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة	24
المطلب الثالث: مؤشرات قياس الأداء الاجتماعي و المواصفة العالمية ايزو (ISO26000)	29
أولاً: مؤشرات قياس الأداء الاجتماعي	29
ثانياً: المواصفة العالمية ايزو (ISO26000) للمسؤولية الاجتماعية	30
المبحث الثالث: تعريف أداء المؤسسة و مؤشرات قياسه	35
المطلب الأول: تعريف أداء المؤسسة و تصنيفاته	35

فهرس المحتويات

35	أولاً: تعريف أداء المؤسسة
36	ثانياً: تصنيفات أداء المؤسسة
39	المطلب الثاني: مؤشرات قياس أداء المؤسسة
39	أولاً: تعريف قياس أداء المؤسسة
40	ثانياً: مؤشرات قياس أداء المؤسسة
43	المطلب الثالث: بطاقة الأداء المتوازن كآلية لقياس أداء المؤسسة
43	أولاً: تعريف بطاقة الأداء المتوازن
43	ثانياً: محاور بطاقة الأداء المتوازن
46	المبحث الرابع: تقييم أداء المؤسسة و علاقته بأبعاد المسؤولية الاجتماعية
46	المطلب الأول: تعريف و مراحل تقييم أداء المؤسسة
46	أولاً: تعريف تقييم أداء المؤسسة
47	ثانياً: مراحل تقييم أداء المؤسسة وفوائده
48	المطلب الثاني: علاقة أبعاد المسؤولية الاجتماعية بأداء المؤسسة
48	أولاً: علاقة البعدين الاقتصادي والقانوني بأداء المؤسسة
51	ثانياً: علاقة البعدين الأخلاقي والخيري بأداء المؤسسة
54	خلاصة الفصل الأول
الفصل الثاني: قياس أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء شركة روائح الورود	
56	تمهيد
57	المبحث الأول: بطاقة تعريفية على شركة ورود
57	المطلب الأول: نشأة وتطور شركة الورود
57	أولاً: تقسيم مجموعة الورود
57	ثانياً: تقديم شركة روائح الورود
59	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي ومصالح شركة روائح الورود
59	أولاً: الهيكل التنظيمي لشركة روائح الورود
60	ثانياً: وظائف مصالح الشركة
62	المطلب الثالث: دور تبني نظام (ISO9001) في شركة روائح الورود
62	أولاً: وضعية الشركة خلال شهادة المواصفة ايزو (ISO9001/2008)
62	ثانياً: وضعية الشركة خلال شهادة مواصفات ايزو (ISO9001/2015)
63	ثالثاً: الاستراتيجية المتبعة من طرف الشركة
63	رابعاً: الجوائز التي حصلت عليها شركة روائح الورود
64	المبحث الثاني: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية
64	المطلب الأول: الطريقة المستخدمة في الدراسة الميدانية
64	أولاً: مجتمع وعينة الدراسة

فهرس المحتويات

64	ثانيا: الخصائص العامة للعينة
69	المطلب الثاني: الأدوات المستخدمة في الدراسة
69	أولا: الاستبيان
70	ثانيا: اختبار ثبات وصدق العينة و التحليل الاحصائي الوصفي للاستبيان
72	المبحث الثالث: تحليل نتائج الاستبيان واختبار فرضيات الدراسة الميدانية
72	المطلب الأول: تحليل و تفسير نتائج الاستمارة
72	أولا: عبارات متغير أبعاد المسؤولية الإجتماعية
75	ثانيا: عبارات متغير أبعاد أداء المؤسسة
79	المطلب الثاني: اختبار فرضيات الدراسة الميدانية
80	أولا: اختبار الفرضية الأولى
81	ثانيا: اختبار الفرضية الثانية
83	ثالثا: اختبار الفرضية الثالثة
84	رابعا: اختبار الفرضية الرابعة
86	خامسا: اختبار الفرضية الخامسة
88	خلاصة الفصل الثاني
91	الخاتمة
94	قائمة المراجع
	الملاحق

قائمة الجداول:

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
18	أبعاد المسؤولية الاجتماعية	(1 - 1)
42	المؤشرات الاستراتيجية لقياس الأداء	(2 - 1)
66	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	(1 - 2)
67	توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	(2 - 2)
68	توزيع عينة الدراسة حسب الفئة العمرية	(3 - 2)
69	توزيع عينة الدراسة حسب الأقدمية في العمل	(4 - 2)
70	توزيع عينة الدراسة حسب المنصب الحالي	(5 - 2)
72	وصف عبارات الاستبيان	(6 - 2)
72	مقياس ليكارت الخماسي	(7 - 2)
73	التوزيع الكلي لمعامل ألفا كرومباخ ومعامل الصدق	(8 - 2)
74	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعينة الدراسة للبعد الاقتصادي	(9 - 2)
75	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعينة الدراسة للبعد القانوني	(10 - 2)
76	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعينة الدراسة للبعد الأخلاقي	(11 - 2)
77	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعينة الدراسة للبعد الخيري	(12 - 2)
78	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعينة الدراسة للبعد المالي	(13 - 2)
78	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعينة الدراسة لبعد العملاء	(14 - 2)
79	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعينة الدراسة لبعد العمليات الداخلية	(15 - 2)
80	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعينة الدراسة لبعد النمو والتعلم	(16 - 2)
81	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعينة الدراسة لبعد البيئة والمجتمع	(17 - 2)
82	تحليل نتائج الانحدار المتدرج لأبعاد المسؤولية الاجتماعية والبعد المالي	(18 - 2)
84	تحليل نتائج الانحدار المتدرج لأبعاد المسؤولية الاجتماعية وبعد العملاء	(19 - 2)
85	تحليل نتائج الانحدار المتدرج لأبعاد المسؤولية الاجتماعية وبعد العمليات الداخلية	(20 - 2)
87	تحليل نتائج الانحدار المتدرج لأبعاد المسؤولية الاجتماعية وبعد النمو والتعلم	(21 - 2)
88	تحليل نتائج الانحدار المتدرج لأبعاد المسؤولية الاجتماعية وبعد البيئة والمجتمع	(22 - 2)

قائمة الأشكال:

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
15	مبادئ المسؤولية الاجتماعية	(1 - 1)
18	هرم كارول (Carroll) للمسؤولية الاجتماعية	(2 - 1)
20	المسؤولية الاجتماعية و وظيفة الإنتاج و العمليات	(3 - 1)
61	الهيكل التنظيمي لشركة روائح الورود	(1 - 2)
67	خصائص عينة الدراسة من حيث متغير الجنس	(2 - 2)
68	خصائص عينة الدراسة من حيث متغير المؤهل العلمي	(3 - 2)
69	خصائص عينة الدراسة من حيث متغير الفئة العمرية	(4 - 2)
70	خصائص عينة الدراسة من حيث متغير الأقدمية في العمل	(5 - 2)
71	خصائص عينة الدراسة من حيث متغير المنصب الحالي	(6 - 2)

قائمة السورة القرآنية أو الحديث الشريف:

رقم الآية أو الحديث الشريف	اسم السورة القرآنية أو الحديث الشريف	رقم الصفحة
(1 - 1)	سورة البقرة. الآية 110	08
(2 - 1)	سورة الأعلى. الآية 8-7	08
(3 - 1)	سورة الأعلى. الآية 14	09
(4 - 1)	حديث "كلكم راع...وهو مسؤول عن رعيته" رواه البخاري	09
(5 - 1)	حديث "من يستر على معسر يسر الله عليه في الدنيا والآخرة" رواه ابن ماجه	09
(6 - 1)	حديث "خير الناس أنفعهم للناس" رواه الطبراني	09

قائمة الملاحق:

رقم الملحق	عنوان الملحق
01	استمارة الاستبيان
02	قائمة المحكمين
03	مخرجات برنامج Spss
04	وثائق مختلفة من شركة روائح الورود

الملخص:

حاولنا في هذه الدراسة قياس دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء شركة روائح الورود، ومن أجل تحقيق ذلك تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وطريقة برنامج التحليل الاحصائي Spss اصدار 22 ، والمقابلات والزيارات الميدانية، كما تم اعداد وتوزيع استبيان، حيث تكونت عينة الدراسة من 50 عاملا من مختلف الرتب، بينما تم اعتماد 40 استبيان فقط. ومنه توصلت الدراسة للنتائج التالية:

هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين المسؤولية الاجتماعية وأداء شركة روائح الورود، حيث أثبتت الدراسة أنّ هذه العلاقة تتركز أساسا على البعد المالي، و هذا يدل على أن الشركة تقوم بدراسة مردوديتها المالية من أجل تقييم أنشطتها الأكثر ربحية، وهو الهدف الأسمى لكل مؤسسة. بينما كشفت الدراسة على ضعف العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية و بقية أبعاد الأداء (بعد العملاء، العمليات الداخلية، النمو والتعلم، وبعد البيئة والمجتمع).

الكلمات المفتاحية: مسؤولية اجتماعية، تقييم الأداء، قياس الأداء، ايزو (ISO26000).

Summary:

In this study, we tried to measure the role of social responsibility in improving the performance of Rawaih Elouroud aromas company. in order to achieve this, we relied on the descriptive analytical approach, the method of the Spss statistical analysis program issued 22, interviews and field visits. a questionnaire was also prepared and distributed. the study sample consisted of 50 workers of various ranks, while only 40 questionnaires were approved and. From it: We came to :

There is a direct statistically significant relationship between social responsibility and the performance of Rawaih Elouroud company, as the study proved that this relationship is mainly based on the financial dimension, and this indicates that the company is studying its financial profitability in order to evaluate its most profitable activities, which is the ultimate goal of each organization. The study revealed a weak relationship between social responsibility and the other dimensions of performance (after customers, internal processes, growth and learning, and after the environment and society).

Keywords: Social Responsibility-Performance Evaluation-performance measurement-ISO ISO26000

المقدمة

تزايدت في السنوات الأخيرة الأزمات الاقتصادية و المالية والأخلاقية والبيئية للشركات، مما يظهر أن الحرية المطلقة لاقتصاد السوق تؤدي إلى آثار سلبية في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، لذلك ظهرت المسؤولية الاجتماعية كمفهوم جديد أدخل في جانب تسيير هذه الشركات والمنظمات. والتي يقصد بها اهتمام المؤسسات والشركات بمصالح المجتمعات وتحمل مسؤولية الآثار الناجمة عن نشاطاتها الاقتصادية على الزبائن والعاملين والملاك والمجتمع والبيئة، وهذه المسؤولية لا تقتصر فقط على الالتزامات القانونية بل تتجاوزها إلى تحسين العلاقة مع أصحاب المصلحة ككل.

وفي ظل تنامي هذه الضرورة، فقد ظهرت مبادرة دولية لرعاية هذا المفهوم والتي تبنتها منظمة المقاييس الدولية للمعايرة وأطلق عليها (ISO26000). وهي مواصفة دولية تقدم إرشادات وتوضيحات حول المسؤولية الاجتماعية للشركات والمؤسسات. و تدعم الممارسات المسؤولة للشركات و تحسن أدائهم الاجتماعي. وقد تبنت العديد من المؤسسات والشركات هذه المواصفة، وأثبتت أنه للمسؤولية الاجتماعية مساهمة كبيرة جدا في تحسين أداء المؤسسة، ومنه تأتي هذه الدراسة لإبراز دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء شركة روائح الورد، وبالتالي تمحورت الإشكالية الرئيسية لهذه الدراسة حول:

كيف تساهم المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية ؟ دراسة حالة شركة روائح الورد.
ويمكن تقسيم الاشكالية الرئيسية إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية كالتالي:

- ✓ هل يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية والبعد المالي في المؤسسة؟
- ✓ هل يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وبعد العملاء في المؤسسة؟
- ✓ هل يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وبعد العمليات الداخلية في المؤسسة؟

- ✓ هل يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وبعد النمو والتعلم في المؤسسة؟
- ✓ هل يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وبعد البيئة والمجتمع في المؤسسة؟

فرضيات الدراسة:

انطلاقاً من الاشكالية السابقة يمكن اعتماد الفرضيات التالية:

- الفرضية الأولى:** يوجد دور ذو دلالة احصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في البعد المالي للمؤسسة.
- الفرضية الثانية:** يوجد دور ذو دلالة احصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في بعد العملاء للمؤسسة.

الفرضية الثالثة: لا يوجد دور ذو دلالة احصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في بعد العمليات الداخلية للمؤسسة.

الفرضية الرابعة: لا يوجد دور ذو دلالة احصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في بعد النمو والتعلم للمؤسسة.

الفرضية الخامسة: لا يوجد دور ذو دلالة احصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في بعد البيئة والمجتمع للمؤسسة.

منهج وأدوات الدراسة:

وللإجابة على الاشكالية المطروحة والوصول إلى الهدف المنشود، وإثبات صحة الفرضيات المتبناة من عدمها، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي ، وذلك من خلال تحليل دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء شركة روائح الورود. ولتحقيق منهجية هذه الدراسة تم استخدام الأدوات الآتية:

✓ برنامج التحليل الاحصائي Spss.

✓ الاستبيان.

✓ المقابلات والزيارات الميدانية.

أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة في كونها جاءت كمسح أو نظرة شاملة عن المسؤولية الاجتماعية التي أصبحت بمثابة ثقافة جديدة في المنظمات والشركات والمؤسسات، وصار من الضروري تبني هذه الثقافة في ظل المنافسة الكبيرة والشرسة، ومن أجل الانفتاح على العولمة. وبالتالي الشركات التي تريد أن تثبت حصتها في السوق، وتنمي أرباحها أصبح لزاما عليها تبني هذا الفكر الجديد. ودراستنا أرادت أن تبرز دور هذه المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء شركة روائح الورود بولاية الوادي.

أهداف الدراسة:

الهدف الرئيسي المراد الوصول إليها من خلال هذه الدراسة هو قياس دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء مؤسسة روائح الورود. بينما تتمثل الأهداف النظرية في:

✓ محاولة عرض مقاربات مفاهيمية حول المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بأداء المؤسسة.

✓ ابراز العلاقة بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وأبعاد أداء المؤسسة.

✓ تحليل كيفية قياس الأداء ببطاقة الأداء المتوازن.

حدود الدراسة:

تحدد هذه الدراسة من خلال الحدود المكانية و الحدود الزمنية.

✓ **الحدود المكانية:** و يتعلق الأمر بإجراء دراسة ميدانية على مستوى شركة روائح الورود بولاية الوادي ، حيث تم أخذ عينة من مجتمع الدراسة و المتمثل في موظفي و عمال المؤسسة و تطبيق محاور الدراسة عليهم.

✓ **الحدود الزمانية:** امتدت فترة إعداد الدراسة سنة 2015 إلى سنة 2023.

تقسيم الدراسة:

للإجابة عن السؤال الرئيسي و الأسئلة الفرعية و اختبار فرضيات البحث، و للوقوف على هذه الدراسة قسمنا البحث إلى فصلين نظري وتطبيقي، شمل الفصل الأول الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بأداء المؤسسة، حيث تم تقسيمه إلى أربع مباحث، المبحث الأول تطرقنا إلى تعريف ومبادئ المسؤولية الاجتماعية و المبحث الثاني إلى أهم برامج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، وشمل المبحث الثالث تعريف أداء المؤسسة و مؤشرات قياسه، أما المبحث الأخير فقد تضمن تقييم أداء المؤسسة وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية. بينما خصص الفصل التطبيقي لدراسة حالة شركة روائح الورود بالوادي . حيث تم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث، المبحث الأول تطرقنا فيه لبطاقة تعريفية على شركة روائح الورود، بينما تضمن المبحث الثاني الطريقة و الأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية، في حين تضمن المبحث الثالث تحليل نتائج الاستبيان واختبار فرضيات الدراسة الميدانية.

الفصل الأول:

الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية و علاقتها

بأداء المؤسسة الاقتصادية

تمهيد:

تعد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من المفاهيم الإدارية الحديثة، و التي ظهرت نتيجة تزايد الضغوط على المؤسسات، حيث أن دورها لا يقتصر فقط على خدمة مصالحها الذاتية و تحقيق الأرباح، بل تسعى إلى تحقيق مصالح أفراد المجتمع الذي تعمل فيه و تقديم مساعدات وخدمات و المساهمة في الحد من مشكلة البطالة و الفقر. كما أن الأداء من أهم المواضيع التي ذات أهمية كبيرة في المؤسسات الاقتصادية، لذلك تسعى معظم المؤسسات إلى تحقيق النجاح في عملياتها و أنشطتها باستمرار، لبناء مركز استراتيجي متميز هدفه البقاء و تحسين الأداء في ظل البيئة التي تعمل فيها.

و على ضوء مما سبق سوف نتطرق من خلال هذا الفصل إلى ما يلي:

المبحث الأول: تعريف و مبادئ المسؤولية الاجتماعية.

المبحث الثاني: المسؤولية الاجتماعية و برامجها في المؤسسة الاقتصادية.

المبحث الثالث: تعريف أداء المؤسسة و مؤشرات قياسها.

المبحث الرابع: تقييم أداء المؤسسة و علاقته بالمسؤولية الاجتماعية.

المبحث الأول: تعريف و مبادئ المسؤولية الاجتماعية

تعمل المؤسسات الاقتصادية في بيئة واسعة ذات علاقة بجميع عناصر المجتمع المختلفة، حيث أنها تتأثر وتتأثر بها فأصبحت المجتمعات تتطلع على هذه المؤسسات للحصول على المساهمات الاجتماعية التي تقدمها، ومن هنا أصبح موضوع المسؤولية الاجتماعية من المواضيع المهمة في المجتمع حيث أنها تلعب دوراً مهماً في استقرار الأفراد والمجتمعات وتحافظ على قوانينه و حدوده من الاعتداء، وسنحاول فيما يلي التطرق إليها من خلال المطالب الآتية.

المطلب الأول: نشأة المسؤولية الاجتماعية و عناصرها

لقد تناولت الكتابات الحديثة عدة تعريف للمسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال تطورات التي مرت بها، فالمسؤولية الاجتماعية عنصر ضروري في المؤسسة لإبراز أهميتها، من خلال هذا المطلب سوف نتطرق إلى أهم التعاريف وعناصر المسؤولية الاجتماعية وأهميتها بالنسبة للمؤسسة والمجتمع، الدولة.

أولاً: نشأة وتطور المسؤولية الاجتماعية

إن المسؤولية الاجتماعية هي ليست ناتجاً للقضايا المعاصرة والمعرفة لدينا بشكل دقيق، أو أنها ترتبط بالجوانب الذاتية للموضوع فقط، إذ أن علاقتها ترتبط بالمتغيرات الأساسية الحاصلة في المجتمع وبشكل موضوعي، وبالتالي فإنها ليست ظاهرة جديدة، أو حالة سطحية تمثل الاستجابة للضغوط الاجتماعية الطارئة، والتي يمكن تهدئتها أو معالجتها من خلال القيام بأنشطة العلاقات العامة.¹

فإن نشأة المسؤولية الاجتماعية راجعة إلى تغيرات مهمة وإضافات، فمرت فكرة المسؤولية الاجتماعية بعدة مراحل التي تشكل إطار لتطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية كالتالي:

1/مرحلة إدارة تعظيم الأرباح (1800-1920): هذه المرحلة امتدت من القرن 18 إلى نهاية العشرينات من القرن الماضي، حيث سادت وجهة نظر النيوكلاسيك التي ترى أن الهدف الوحيد لمنظمات الأعمال هو تعظيم

¹ فلاق محمد و بناقلا قدور، المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات الجزائرية " جيزي، موبيلس، نجمة"، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة الشلف، ص05.

الفصل الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بأداء المؤسسة الاقتصادية

الربح، وأن السعي وراء تحقيق المصلحة الخاصة يؤدي إلى تحقيق المنفعة العامة.¹ وفي هذه المرحلة كانت المسؤولية الأساسية للمؤسسات تتمثل في تعظيم الأرباح، والتوجه نحو المصلحة الذاتية وأن النقود والثروة هي أكثر أهمية.²

وحمل شعار "ما هو مهم لي مهم للمجتمع" و تطويره فيما بعد "ما هو جيد لي جيد للبلد".³

2/ مرحلة تعدد الأهداف (الوصاية): امتدت هذه المرحلة من أواخر العشرينات إلى بداية الستينات من القرن الماضي. حيث أن هذه المرحلة برزت كرد فعل لمواجهة الانتقادات الموجهة للمؤسسات باعتمادها على تحقيق الربح الملائم، الذي يحقق المصلحة الذاتية ومصالح الأطراف الأخرى مثل المساهمين و العاملين تنادي بتأمين السلامة والأمن في العمل وتقليص ساعات الشغل، أما الشعار خلال هذه الفترة فهو " ما هو جيد للشركات جيد للبلد".⁴

3/ مرحلة إدارة نوعية الحياة (1960-إلى يومنا هذا): في هذه المرحلة فإن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تقوم على تحقيق الربح الضروري ولكن الأفراد أهم من النقود، وهذا يحقق المصلحة الذاتية للشركات الأعمال ومصالح المساهمين والمجتمع ككل وأن " ما هو جيد للمجتمع جيد للبلد".

إن نشأة وتطور المسؤولية الاجتماعية جاء على ثلاث مراحل، حيث أن في المرحلة الأولى وهي مرحلة تعظيم الربح في هذه المرحلة تهدف المسؤولية الاجتماعية إلى تعظيم الربح وتحقيق الأهداف والمصلحة الذاتية ولكن هذه المرحلة لم تدم طويلاً أمام الأزمات الاقتصادية التي شهدتها العالم مثل: انخفاض الأجور، ظروف العمل غير ملائمة و غيرها من الأزمات ، فظهرت مرحلة الثانية وهي مرحلة الوصاية هذه المرحلة جاءت بعدد من النظريات الحديثة وبناءً على انتقادات الموجهة فهي تهدف إلى تعظيم الربح الملائم والذي يحقق المصلحة الذاتية ومصالح الأطراف الأخرى، أما في المرحلة الأخيرة فإن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات يجب أن تحقق ربح ضرورياً من أجل تحقيق المصلحة الذاتية للشركات.

¹ فلاق محمد، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال الجزائرية شركات الاتصالات الخلوية " جيزي، موبيلس، اريدو "أنمودجنا، مجلة الباحث الاقتصادي، العدد 02/2014، جامعة حسنية بن بوعلي، الشلف . الجزائر، ص 205.

² زكري صافية، دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية، مذكره ماستر، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة 2018/2019، ص 03.

³ سعيداني محمد وطالب بلقايد محمد جواد، أشكال المسؤولية الاجتماعية الممارسة على المورد البشري في الشركات، مجلة الاقتصاديات المال و الأعمال، العدد 06، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان . الجزائر، جوان 2018، ص 496 .

⁴ مخفي أمين و آخرون، تفعيل أخلاقيات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات العاملة في مجال البيئوكمياويات من أجل التميز الأخلاقي، مجلة المنتدى للدراسات و الأبحاث الاقتصادية، العدد 02، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم . الجزائر، ديسمبر 2017، ص 170.

ثانيًا: تعريف المسؤولية الاجتماعية

مع انتشار مفهوم المسؤولية الاجتماعية أصبح من الصعب على المؤسسات التغاضي عن دورها التنموي، وإحساسها بالمسؤولية الاجتماعية داخل المجتمع. وأهمية هذه المشاركة الاجتماعية لا تكمن فقط في الشعور بالمسؤولية وإنما أصبحت أمرًا ضروريًا لكسب تعاطف المجتمع واحترامه و بالتالي النجاح والإقبال من الجماهير.

لا يوجد تعريف متفق عليه حيث يختلف تعريفها من كاتب لآخر ومن هيئة دولية إلى أخرى ومن بين هذه التعاريف نذكر منها:

1- بالنسبة للباحثين:

✓ تعريف (Bowen-1953) المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال تشير إلى التزام رجال الأعمال بالقيام بسياسات واتخاذ قرارات ومتابعة مبادئ التوجيهية التي تستجيب للأهداف والقيم التي تعتبر مرغوبة اجتماعيًا.¹

✓ عرفها (Drker) بأنها: "الالتزام المنشأة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه " كما ورد لها تعريف من (Holmer) بأنها: "الالتزام على منشأة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمة ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل.²

✓ عرفها (Pride) بأنها "تعهد والالتزام المؤسسة بتعظيم تأثيراتها الإيجابية وتقليل تأثيراتها السلبية على المجتمع.³

✓ عرفها (Howard) بأنها "مسؤولية رجال الأعمال في متابعة السياسات واتخاذ القرارات، والقيام بالأنشطة التي تعتبر صالحة ومفيدة من حيث الأهداف والقيم في مجتمعنا.⁴

2- بالنسبة للمنظمات و الهيئات الدولية فقد جاء بعضها كما يلي:

✓ تعريف المجلس الدولي للتنمية المستدامة:

حيث عرفها بأنها "الالتزام لمنظمات للمساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة، بما يتضمن التعامل مع العاملين والمجتمع المحلي، من أجل تحسين جودة الحياة لهم.

¹ بو سلامي عمر، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 01، السنة 2012/2013، ص 58.

² فلاح بن فرح السبيعي، أثر تبني برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين على سياسات إدارة الموارد البشرية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 42، كلية اقتصاد و العلوم الإدارية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 1438هـ، ص 13.

³ عجيات فارس نبيل، المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة في شركات الاتصالات الأردنية، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، السنة 2011/2012، ص 10.

⁴ مقدم وهيب، أهمية المسؤولية الاجتماعية في تحديد الممارسات الإدارية للشركات متعددة الجنسيات في ظل تحديات العولمة، مجلة الاقتصاد والبيئة، جامعة عبد الحميد بن باديس . مستغاث، 2018، ص 08.

الفصل الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بأداء المؤسسة الاقتصادية

✓ يعرف الاتحاد الأوروبي:

حيث عرفها بأنها " الفكرة التي من خلالها تدمج الشركات الاعتبارات الاجتماعية والبيئية مع العمليات الاقتصادية والتفاعل مع أصحاب المصالح على أساس تطوعي.¹

✓ يعرفها البنك الدولي:

بأنها " التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد".

✓ عرفت منظمة العمل الدولية:

بأنها " المبادرات الطوعية، التي تقوم بها المؤسسات، علاوة على ما عليها من التزامات قانونية، وهي طريقة تستطيع أن تنظر بها أية مؤسسة في تأثيرها على جميع أصحاب المصلحة المعنيين، وتعد المسؤولية الاجتماعية تكملة للوائح الحكومية، أو السياسة المجتمعية، وليست بديلا عنهما.

✓ تعريف المنظمة العالمية للتقييس (ISO26000):

بأنها هي مسؤولية المؤسسة عن الآثار المترتبة لقراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة عبر الشفافية والسلوك الأخلاقي المتناسق مع التنمية المستدامة ورفاه المجتمع، فضلا عن الأخذ بعين الاعتبار توقعات أصحاب المصلحة. كما تعتبر أنها الأفعال التي تقوم بها المؤسسة لتحمل مسؤولية أثار أنشطتها، على المجتمع والبيئة، حيث تكون هذه الأفعال متماشية مع مصالح المجتمع والتنمية المستدامة، وتكون قائمة على السلوك الأخلاقي، والامتثال للقانون المطبق والجهات العاملة فيما بين الحكومات.²

3- المسؤولية الاجتماعية ركن إسلامي أصيل:

✓ قال تعالى " وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَمَا تَقَدَّمُوا لَأَنْفُسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ " سورة البقرة: الآية [110]

✓ قال تعالى " فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ " سورة الاعلى: الآية [7 و 8]

¹ عايد عبد الله العصيمي، المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة، الطبعة العربية . 2015، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان . الأردن، السنة 2015، ص 10 .

² غربي يسين سي لاختضر وقريني ربيعة، مدى التزام المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية بالمسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال ، مؤتمر دولي 13، حول دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة، يومي 14 و 15 نوفمبر 2016، ص 03.

✓ قال تعالى " قد أفلح من تزكى " سورة الأعلى: الآية [14]

✓ ومن السنة النبوية: قال النبي صلى الله عليه وسلم: ((كلكم راع وكلكم مسؤول عن رعيته، فالإمام راع و هو مسؤول عن رعيته، و الرجل راع في أهله و هو مسؤول عن رعيته، و المرأة في بيت زوجها راعية و مسؤولة عن رعيته، و الخادم في مال سيده راع و هو مسؤول عن رعيته)).¹ رواه البخاري

✓ قال النبي صلى الله عليه وسلم: ((من يستر على معسر يستر الله عليه في الدنيا و الآخرة)) رواه ابن ماجه

✓ قال النبي صلى الله عليه وسلم: ((خير الناس أنفعهم للناس)).² رواه الطبراني

وبهذا نصل إلى تعريفات إجرائية نوعاً ما واضحة وشاملة لكل الجوانب الأساسية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية على أنها التزام وواجب المؤسسة بهدف خدمة الاقتصاد والتنمية معاً عن طريق الاهتمام بالأطراف الداخلية للمؤسسة كالعاملين والأطراف الخارجية كأفراد المجتمع والبيئة معاً في تحقيق الأهداف.³

ومنه فإن المسؤولية الاجتماعية تتمثل بكونها مجموعة القرارات والأفعال التي تتخذها المؤسسة للوصول إلى تحقيق الأهداف المرغوبة والقيم السائدة في المجتمع والتي تتمثل في نهاية الأمر جزءاً من المنافع الاقتصادية المباشرة لإدارة المؤسسة والساعية إلى تحقيقها كجزء من استراتيجيتها.

ومنه نستطيع حصر تعريف شامل للمسؤولية الاجتماعية، وهي عبارة عن مجموع الالتزامات القانونية التي تحدد استراتيجية المؤسسة في بيئتها مع الأخذ بعين الاعتبار أطراف مصلحتها والتي تضمن استدامتها مع نموها الاقتصادي بما يضمن التوافق في أدائها المستقبل.

ومنه نستنتج من خلال التعريفات السابقة أن:

المسؤولية الاجتماعية هي التزام طوعي من قبل المؤسسات الاقتصادية اتجاه المحيط الاجتماعي الذي تتواجد فيه، وذلك من خلال تجنيد كافة طاقاتها المادية والبشرية، بهدف تحقيق التنمية المستدامة، الرفاهية للمجتمع، ومحاربة الظواهر الاجتماعية مثل: الفقر، البطالة، التلوث البيئي، المساهمة في خلق فرص عمل...الخ.

¹ عايد عبد الله العصيمي، مرجع سبق ذكره، ص 28.

² فلاق محمد، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، الطبعة العربية 2016، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان . الأردن، السنة 2016، ص 25.

³ لغويل سميرة وزمالي نوال، المسؤولية الاجتماعية: المفهوم، الأبعاد، المعايير، مجلة العلوم الانسانية و الاجتماعية، العدد 77، جامعة تيسة . الجزائر، ديسمبر 2016، ص 303.

ثالثاً: أهمية المسؤولية الاجتماعية

تحقق المسؤولية الاجتماعية عدة مزايا بالنسبة للمؤسسة والمجتمع والدولة ويمكن توضيحها في ما يلي:

1- بالنسبة للمؤسسة.

تكمل أهمية المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة وفق النقاط الآتية:¹

- ✓ تحسين صورة المؤسسة في المجتمع و خاصة لدى العملاء و العمال خاصة؛
- ✓ من شأن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تحسين مناخ العمل، كما تؤدي إلى بعث روح التعاون و الترابط بين مختلف الأطراف؛
- ✓ تمثل المسؤولية الاجتماعية تحاوباً فعالاً مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع، كما أن هناك فوائد أخرى تتمثل في المردود المادي والأداء المتطور من جراء تبني هذه المسؤولية.

2- بالنسبة للمجتمع:

تكمل أهمية المسؤولية الاجتماعية في المجتمع وفق النقاط التالية:²

- ✓ تحقيق التأثيرات الايجابية نحو مصلحة المجتمع؛
- ✓ زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع؛
- ✓ تحقيق الاستقرار الاجتماعي نتيجة توفير نوع من العدالة الاجتماعية وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص الذي هو جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة؛
- ✓ تحسين نوعية الحياة في المجتمع سواء من ناحية البنية التحتية ام من الناحية الفكرية والثقافية؛
- ✓ ازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين مؤسسات المجتمع المختلفة و مختلف الفئات ذات المصالح؛
- ✓ الارتقاء بالتنمية انطلاقاً من زيادة التثقيف بالوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد، مما يحقق الاستقرار السياسي و الشعور بالعدالة الاجتماعية؛
- ✓ زيادة الترابط الاجتماعي، وازدهار المجتمع في مختلف المستويات، كون المسؤولية الاجتماعية مرتبطة بمفاهيم أساسية كتحليل السرية في العمل وزيادة الشفافية والصدق في التعامل.

¹ سالم يعقوب وقواسمي العلمي، المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات العمل، مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية، المجلد 09، العدد 03، جامعة الوادي . الجزائر، 2021، ص

104.

² علي العواسا أمهمان، أثر المسؤولية الاجتماعية في الأداء التنظيمي للمصارف التجارية الأردنية ، رسالة ماجستير، جامعة مؤتة، السنة 2011، ص11.

3- بالنسبة للدولة:

تكمل أهمية المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للدولة في عدة نقاط و هي كالآتي:¹

✓ تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهامها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية الأخرى.

✓ تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية.

✓ المساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها من المجالات.

رابعاً: عناصر المسؤولية الاجتماعية

للمسؤولية الاجتماعية عناصر مرتبطة، يدعم كل منها الآخر ويتكامل معه وتتمثل في:

1- التعاون: هو أحد المظاهر الاجتماعية التي تهدف إلى التعاون في عمل أو المسؤولية مع جهة أخرى، لتحقيق هدف مشترك قد يكون مباشر أو غير مباشر، التعاون إما اختياري كتعاون الأفراد في مساعدة المحتاجين أو أثناء الزلازل والكوارث الطبيعية أو اجباري حيث تكون صفة الاجبار العمل والظروف المحيطة به.²

2- الاهتمام: ويعني الارتباط العاطفي بالجماعة التي ينتمي إليها الفرد، وهو ذلك الارتباط الذي يخالطه الحرص على استمرار تقديمها وتماسكها وبلوغ أهدافها والخوف من أن تصاب بأي عامل أو ظرف يؤدي لإضعافها أو تفككها.

3- الفهم: وهو ينقسم إلى شقين، الشق الأول فهم الفرد للجماعة، والشق الثاني فهم الفرد للمغزى الاجتماعي لأفعاله.

ويقصد بالشق الأول فهم الفرد للجماعة، أي فهمه للجماعة في حالتها الحاضرة من ناحية، وفهم لمؤسساتها ومنظماتها وعاداتها وقيمها و وضعها الثقافي وتاريخها.

أما الشق الثاني من الفهم، وهو فهم الفرد للمغزى الاجتماعي لأفعاله، فالمقصود به أن يدرك الفرد آثار أفعاله وتصرفاته وقراراته على الجماعة، أي يفهم القيمة الاجتماعية لأي فعل أو تصرف اجتماعي يصدر عنه.

¹ بكاري غفران و آخرون، تقييم مدى استجابة المؤسسات الاقتصادية في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، مذكرة الماستر، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر . الوادي، السنة 2022/2021، ص 10، 11.

² العقون أمينة، أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء البيئي، مذكرة ماستر، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، جامعة محمد خيضر. بسكرة، السنة 2018 / 2019، ص 14.

4- المشاركة: و يقصد بها اشتراك الفرد مع الآخرين في عمل ما يمليه الاهتمام وما يتطلبه الفهم من أعمال تساعد الجماعة في إشباع حاجاتها، وحل مشكلاتها، والوصول إلى أهدافها، وتحقيق رفاهيتها، والحفاظة على استمرارها.¹

والمشاركة تظهر قدر الفرد وقدرته وتبرز مكانه ومكانته وتتضمن ثلاث جوانب هي:

4-1- التقليل: بمعنى تقليل الفرد للدور أو الأدوار الاجتماعية التي يقوم بها، والملائمة له في إطار فهم كامل، بحيث يلعب هذه الأدوار في ضوء المعايير المحددة لها.

4-2- التنفيذ: أي المشاركة المنفذة الفعالة الإيجابية والعمل مع الجماعة مساهمةً ومنجزاً في اهتمام وحرص ما تجمع عليه من سلوك في حدود إمكانيات الفرد و قدراته.

4-3- التقييم: أي المشاركة التقييمية النافذة المصححة الموجهة.

ويتضح مما سبق أن هناك علاقة ترابط وتكامل بين عناصر المسؤولية الاجتماعية الأربعة:

التعاون، الاهتمام، المشاركة، الفهم، لأن كلا منها ينمي الآخر و يدعمه، فتعاون الأفراد يؤدي إلى الاهتمام، فالاهتمام يحرك الفرد إلى فهم الجماعة، و كلما زاد فهمه زاد اهتمامه، كما أن الاهتمام و الفهم ضروريان للمشاركة، و المشاركة نفسها تزيد من الاهتمام و تعمق من الفهم، ولا يمكن أن تتحقق المسؤولية الاجتماعية عند الفرد إلى بتوفر عناصرها.

¹ بويكر محمد الحسن، دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المنظمة، مذكرة الماستر، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة محمد خيضر. بسكرة، السنة 2013/2014، ص 16، 17.

المطلب الثاني: مبادئ و أبعاد المسؤولية الاجتماعية

لقد أجمع العديد من الباحثين على أن مؤسسات تمارس عددًا من المسؤوليات الاجتماعية والتي تنحصر ضمن مبادئ وأبعاد نذكرها كما يلي:

أولاً: مبادئ المسؤولية الاجتماعية

من أجل نجاح الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات لا بد من توفر مجموعة من المبادئ وهي كالتالي:¹

✓ المبدأ الأول: مبدأ الحماية وإعادة الإصحاح البيئي.

يطالب هذا المبدأ المؤسسات بحماية وإصحاح البيئة من الأخطار المحدقة بها، وخاصة ما يتعلق منها بالتلوث والترويج للتنمية المستدامة فيما يتعلق بالمنتجات والعمليات والخدمات والأنشطة الأخرى وإدماج ذلك في مهامها اليومية.

✓ المبدأ الثاني: مبدأ القيم والأخلاق.

يطالب هذا المبدأ المؤسسات بأن تعمل على تطوير وتطبيق المواصفات والممارسات الأخلاقية المتعلقة بأطراف المصلحة وأصحاب الحق.

كما تعتبر صمام أمان للاستثمار بنوعيه المادي والبشري وما بينهما من علاقة مباشرة من حيث طبيعة الأنشطة التي ينبغي أن تأخذ البعد القيمي بعين الاعتبار.

✓ المبدأ الثالث: مبدأ المساءلة والمحاسبة.

يلزم هذا المبدأ المؤسسات بالكشف عن المعلومات والأنشطة المتعلقة بأدائها إلى جميع الأطراف ذات علاقة، أو الكشف عن المعلومات الضرورية وعدم إخفاء الحقائق ومحاسبة من يقوم بعكس ذلك ومسائلته وذلك وفق ما يعرف بالشفافية حول الأنشطة التي تُنفذت و تلك التي لم تنفذ.

✓ المبدأ الرابع: مبدأ تقوية وتعزيز السلطات.

ويتحقق ذلك من خلال الشراكة المتوازنة ما بين القطاع العام والقطاع الخاص، وجمهور المستفيدين لتحقيق المصالح المتبادلة، بما بضمن أمن المجتمع واستقراره.

¹ زكرياء بله باسى، محاضرات في المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، مقياس المسؤولية الاجتماعية، قسم علوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر. الوادي، السنة

✓ المبدأ الخامس: مبدأ كفاءة الأداء المالي

من خلال إيجاد أفضل مستويات الرفاهية الممكنة الناتجة عن رواتب وتقاعد وبتوفيرات وامتيازات وترقيات وفرص مبنية على التنافس الشريف القائم على حسن الأداء، ويحفظ بالوقت نفسه أوجه التقدم والتطور اللازمة للمؤسسة، والسعي نحو التقدم ونمو الذات.

✓ المبدأ السادس: مبدأ الاهتمام بالمواصفات موقع العمل.

ترتبط بإدارة الموارد البشرية وتطوير الكادر المدرب بحسب الاحتياجات المهنية العصرية الحديثة، وكذلك توفير البيئة المهنية السليمة التي يؤدي بها الموظفون أعمالهم على أكمل وجه، متضمنًا ذلك عناصر الهدوء، والإضاءة، والتهوية، والسيكولوجي المفتوح. ومنه ترتبط أنشطة المؤسسة بإدارة الموارد البشرية لترقية وتطوير القوى العاملة على المستويات الشخصية والمهنية بحسبان أن العاملين يمثلون شركاء قيمين في العمل بما يستوجب احترام حقوقهم في ممارسات عادلة في العمل والأجور التنافسية والمنافع وبيئة عمل آمنة وصديقة وخالية من المضايقات.

✓ المبدأ السابع: مبدأ العلاقات التعاونية.

بحيث تسود العدالة والمساواة والأمانة مع شركاء العمل والمهام والأنشطة والفئة المستهدفة من ثمره الجهود المبذولة أيضاً، ونشر روح المسؤولية الاجتماعية لدى العاملين.¹

✓ المبدأ الثامن: مبدأ الجودة في المنتجات و الخدمات.

المنتجات ذات الجودة والخدمات عالية المستوى بحيث تستجيب لاحتياجات المجتمع المختلفة، مستثمرة بذلك كل عناصر الكفاءة التي يمكن توظيفها، بما يخلق لديها خصائص قادرة على التنافس بإيجابية مع مختلف الجهات المنتجة والموردة، سواء للجانب المعنوي أو المادي.²

✓ المبدأ التاسع: مبدأ الارتباط المجتمعي.

من خلال العمل على بناء علاقة وثيقة بين المجتمع ومؤسساته المختلفة التي تعمل فيها، بحيث تتميز هذه العلاقة بالحاسة المسؤولة تجاه مجتمعاتنا ومراعاة ثقافته ومعتقداته واحتياجاته، الذي سعى إلى توفير الحد الأقصى من الامتيازات لمواطنه .

¹ المرجع السابق، ص 23.

² غفران بكاري و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص 15، 16.

✓ المبدأ العاشر: مبدأ احترام حقوق الإنسان.

يقصد من هذا المبدأ أنه ينبغي على المؤسسة أن تحترم حقوق الإنسان وأن تعترف بأهمية هذه الحقوق و عموميتها، و القيام ب:¹

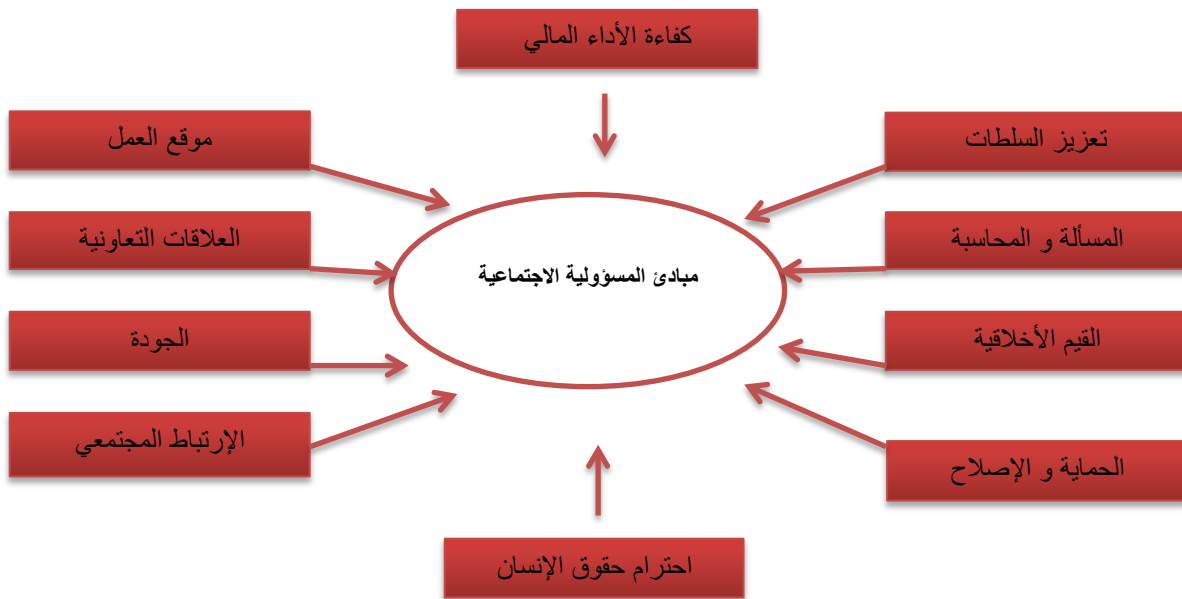
. احترام وتعزيز الحقوق الموضوعة في الميثاق العالمي لحقوق الإنسان.

. أن تنفذ المؤسسة السياسات والممارسات التي من شأنها احترام الحقوق الموجودة في الميثاق العالمي لحقوق الإنسان.

ومن خلال ما تطرقنا إليه من مجموعة المبادئ نستنتج أن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية عنصر ضروري في المؤسسات الاقتصادية و ذلك من أجل نجاحها واستقرارها في المجتمع.

و يمكن توضيح مبادئ المسؤولية الاجتماعية من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (1-1): يوضح مبادئ المسؤولية الاجتماعية



المصدر: بله باسى زكرياء، محاضرات في المسؤولية في المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، سنة الجامعية 2022/2021، ص24.

¹ عبد الحفيظي أحمد، آليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، المجلة العلمية المستقبل الاقتصادي، العدد 07، تاريخ الاصدار 29/11/2019، ص 184.

ثانيًا: أبعاد المسؤولية الاجتماعية

تتمثل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في مجموعة الأنشطة أو الالتزامات الطوعية أو غير الطوعية التي تضطلع بها المؤسسة وتفي ببعض الاحتياجات، والتي قد تعود على المؤسسة بفائدة اقتصادية مباشرة سواء أكان هذا الاضطلاع بهذه الأنشطة اختيارًا أو تنفيذًا للأحكام و القوانين والأنظمة، وقد حدد أربعة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وهي:

✓ البعد الاقتصادي:

إن المسؤولية الاقتصادية تعمل بكفاءة و فعالية لتحقيق الأرباح حيث أنها تعتبر الأولى للمؤسسات من خلال تقديم سلع و خدمات المطلوبة من طرف الزبائن وكل هذا يؤدي إلى اقتضاء واستخدام الموارد بشكل رشيد لتنتج مؤسسات سلعا وخدمات بجودة عالية.

كما يقتضي هذا البعد المنافسة العادلة عن طريق احترام قواعد المنافسة وعدم إلحاق الأذى بالمنافسين، إضافة إلى منع الاحتكار والأضرار بالمستهلكين، كما يعتمد هذا البعد على الاستفادة من التقدم التكنولوجي واستخدامه في معالجة الأضرار التي تلحق بالبيئة.

حيث أن هذه المؤسسات تمارس أنشطة اقتصادية لتحقيق الكفاءة و الفعالية، وتستخدم الموارد بشكل رشيد لتنتج سلع وخدمات بنوعية راقية. وتوزع العوائد بشكل عادل على عوامل الإنتاج المختلفة لتحقيق ذلك تكون قد تحملت مسؤولية اقتصادية.¹

✓ البعد القانوني:

إن المسؤولية القانونية تعتبر احترام لجميع القوانين وجعلها قاعدة عمل أساسية، ويقتضي هذا البعد الالتزام الواعي والطوعي بالقوانين والتشريعات للمؤسسة في مختلف المجالات في المجتمع، كاحترام قوانين حماية المستهلك من المواد الضارة، وحماية الأطفال صحيا و ثقافيا، وحماية البيئة عن طريق منع التلوث بشتى أنواعه، وصيانة المواد الطبيعية وتنميتها، والتخلص من مخلفات المنتجات بعد استهلاكها، كما يقتضي البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية تحقيق العدالة والسلامة، سواء عن طريق التقليل من إصابات العمل وتحسين ظروف العمل ومنع عمل

¹ عبد الحق سعدي، القياس و الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية ، مجلة الدراسات الاقتصادية المعمقة، المجلد 05، العدد 03، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2020، ص 30.

الفصل الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بأداء المؤسسة الاقتصادية

المسنين وصغار السن، وإعطاء فرص العمل لذوي الاحتياجات الخاصة، إضافة إلى احترام حقوق الإنسان و منع التمييز على أساس الجنس أو الدين.¹

أو هي التزام المنظمة بإطاعة القوانين واكتساب ثقة الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية وعدم القيام بالأعمال المخلة بالقانون.

✓ البعد الأخلاقي:

يستند على هذا البعد على استوعاب الجوانب القيمية والأخلاقية والسلوكية والمعتقدات في المجتمع الذي تعمل فيه، وفي حقيقة الأمر فإن هذه الجوانب لم تأطر بعد بقوانين ملزمة لكن احترامها يعتبر أمر ضروريًا لزيادة صمعة المؤسسة في المجتمع و قبولها، فعلى المؤسسة أن تلتزم بعمل ما هو صحيح وعادل ونزيه.²

ومنه فإن المسؤولية الأخلاقية تستند على مبادئ ومعايير أخلاقية وسلوكية وكذلك إلى الأعراف والقيم الاجتماعية وكل هذا يندرج في إطار تكافؤ الفرص والتوظيف، مراعاة حقوق الإنسان واحترام العادات والتقاليد داخل المجتمع.

✓ البعد الخيري:

أي قيام المؤسسة بعمل الخير وتقديم الإعانات والمساعدات للمجتمع بما يساهم في تحسين نوعية الحياة لسكان هذا المجتمع، وخاصة للفئات الفقيرة والمحتاجة في المجتمع ...، أيضا يدخل تحت المسؤولية الخيرية للمؤسسة قيامها بالتبرع للجمعيات التي تساعد المستشفيات التي تقدم الرعاية الصحية للفقراء وللأطفال، وتقديم المساعدات للمعاقين والأرامل على سبيل المثال... الخ.³

فالمسؤولية الخيرية تمثل مساهمة المؤسسة في برامج للارتقاء وتحسين نوعية الحياة، فهي تقدم مبادرات طوعية للجمعيات الخيرية والفئات المعوزة كل هذا من أجل رفاهية المجتمع وعدم الإحساس بالترقة بين أفراد المجتمع.

وشمولية محتوى المسؤولية الاجتماعية جعلت الباحث كارول (Archie Carroll) يشير إلى أربعة أبعاد والتي نوضحها في الشكل التالي:

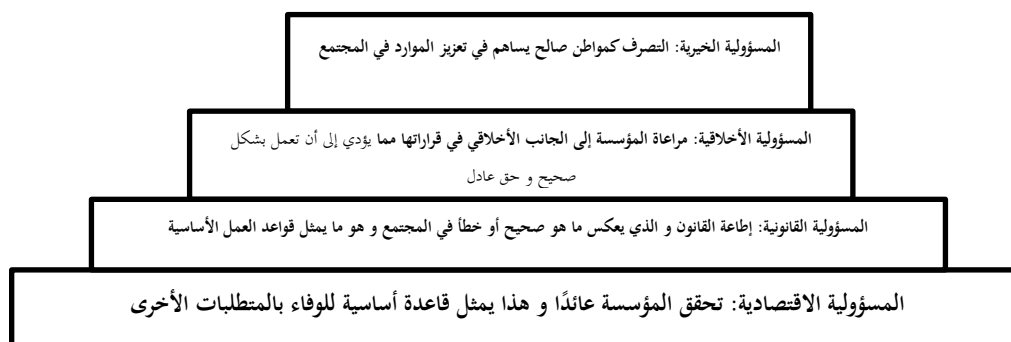
¹ طويطي مصطفى وبوداود بومدين، تفعيل أبعاد المسؤولية البيئية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية من أجل تحقيق تنمية مستدامة في ظل اتفاقية باريس الاطارية، جامعة غرداية . الجزائر، ص 76.

² هشام مكي وعبد الرحمان بوطيبة، القياس المتعدد الأبعاد لتطبيقات المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، المجلد 03، العدد 04، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف ، 2017 ، ص 107.

³ وليد حميد رشيد الأميري، المسؤولية الاجتماعية للمصارف الخاصة، الطبعة العربية 2015، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان . الأردن، سنة 2015، ص 183، 185.

الفصل الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بأداء المؤسسة الاقتصادية

الشكل رقم (1-2): هرم كارول (Carroll) للمسؤولية الاجتماعية



المصدر: بن مسعود نصر الدين وكنوش محمد، واقع أهمية و قيمة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية مع دراسة استطلاعية على إحدى المؤسسات الوطنية، مداخلة دولية حول منظمات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية يومي 14 . 15 فيفري 2012، جامعة بشار، ص 04.

و هناك أربعة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية كالتالي جاء بها الباحث كارول (Carroll) وهي مبنية في الجدول التالي بتفصيل أكثر:

الجدول رقم (1-1): أبعاد المسؤولية الاجتماعية

العناصر الفرعية	العناصر الرئيسية	البعد
- منع الاحتكار وعدم الاضرار بالمستهلكين. - احترام قواعد المنافسة وعدم الحاق الأذى بالمنافسين.	المنافسة العادلة	الاقتصادي
- استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي. - استخدام التكنولوجيا في معالجة أضرار المجتمع.	التكنولوجيا	
- عدم التجارة بالمواد المضرة. - حماية الأطفال صحياً وثقافياً. - حماية المستهلك من المواد المضرة.	قوانين حماية المستهلك	القانوني
- منع التلوث. - منع الاستخدام التعسفي للموارد. - صيانة الموارد وصيانتها.	حماية البيئة	
- منع التمييز على أساس العرق أو جنس أو الدين. - ظروف العمل. - إصابات العمل.	السلامة و العدالة	الأخلاقي
- مراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك. - مراعاة حقوق الانسان.	المعايير الأخلاقية	
- احترام العادات و التقاليد. - مكافحة المخدرات و الممارسات الأخلاقية.	الأعراف والقيم الاجتماعية	الخيري
- الخدمات. - النقل العام.	- نوع التغذية. - الملابس.	

المصدر: غفران بكاري وآخرون، تقييم مدى استجابة المؤسسات الاقتصادية في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية. دراسة عينة من المؤسسات القطاع الخاص، مذكرة ماستر أكاديمي، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي. الجزائر، سنة الجامعية 2021/2022، ص 15، 16.

المبحث الثاني: المسؤولية الاجتماعية و برامجها في المؤسسة الاقتصادية

إنّ الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية راجع إلى عدة إنجازات في إطار الوظائف المختلفة وأهم البرامج التي تتبعها تجاه أصحاب المصلحة ومن خلال هذا المبحث سوف نتطرق الى أهم وظائف المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة والمواصفة العالمية (ISO26000) للمسؤولية الاجتماعية.

المطلب الأول: المسؤولية الاجتماعية في إطار وظائف المؤسسة

إنّ المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تتجسد من خلال التفاعل الايجابي لمختلف الوظائف الرئيسية للمؤسسة والمتمثلة في: الإنتاج والعمليات، التسويق، إدارة المشتريات والتخزين والموارد البشرية، الإدارة المالية والمحاسبية، وكذلك إدارة العلاقات العامة...إلخ.

وفيما يلي سنتطرق إلى أهم وظائف المسؤولية الاجتماعية:

أولاً: المسؤولية الاجتماعية في إطار وظيفة الإنتاج و العمليات

تعدّ وظيفة الإنتاج من أهم الوظائف في المؤسسة، لأن سبب وجود أي مؤسسة هو خلق منتج أو خدمة للمستهلك. لذلك من المهم أن تركز إدارة الإنتاج على المراكز الأخلاقية والاجتماعية، والتي تشمل سلوكيات وقرارات تحاكي مختلف أوجه العمل في مهمة هذه الإدارة.¹

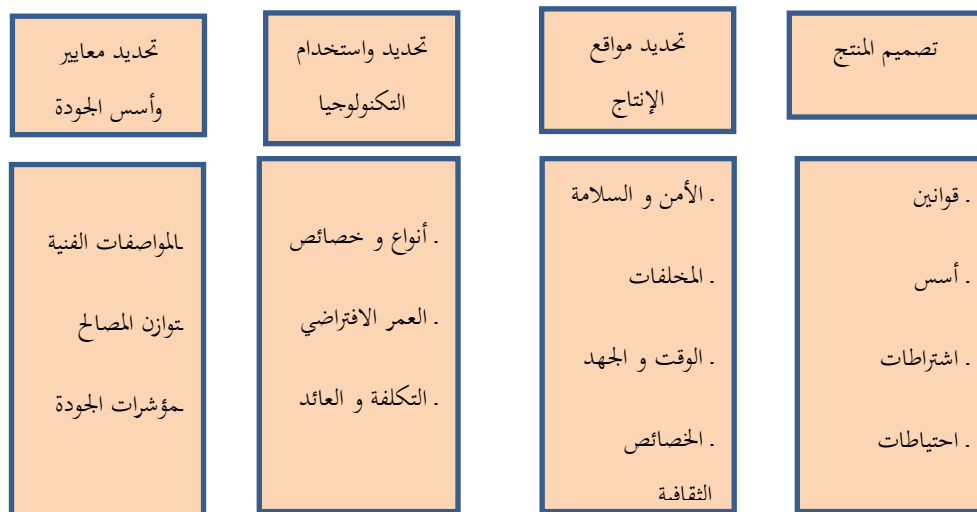
وتعتمد العمليات الإنتاجية في وقتنا الحالي على طرق حديثة في الإنتاج والتسيير في ظل تنامي الوعي لدى المجتمعات وظهور مفاهيم التنمية المستدامة والمسؤولية الاجتماعية التي أثرت على أدوات الممارسة ومبادئ التفكير وأساليب التعامل مع الموارد الطبيعية والبشرية، وجعلت المؤسسات تفكر بجدية في آثار العملية الإنتاجية على المجتمع وعلى مصير الأجيال القادمة قبل وأثناء و بعد الإنتاج.²

والشكل التوضيحي التالي يظهر نظرة متكاملة لمجالات المسؤولية الاجتماعية وقيم العمل في وظيفة الإنتاج والعمليات، والتي يفترض أن تلتزم بها المؤسسات في كافة أنشطة الإنتاج والعمليات.

¹ فلاق محمد، مرجع سبق ذكره، ص 70.

² مقدم وهيبة، تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، أطروحة الدكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة وهران، السنة 2013/2014، ص151.

الشكل رقم (1-3): المسؤولية الاجتماعية و وظيفة الإنتاج و العمليات



المصدر: محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، الطبعة العربية . 2016، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان . الأردن، سنة 2016، ص 69.

1/ تصميم المنتج:

ويقصد به عملية تحديد المواصفات الفنية والتقنية لمحتوى ومكونات السلعة أو الخدمة وخصائصها، وما يترتب عليها من تغليف و تعبئة ونقل وتخزين واستخدام وصيانة وغيرها بما يحقق منفعة فعلية أعلى من المتوقعة لدى العميل.

كما يفترض عند اتخاذ القرارات المرتبطة بجوانب تصميم المنتج أن تلتزم المنظمة بالمعايير و الضوابط الأخلاقية التالية:¹

- ✓ القوانين و التشريعات الصادرة بشأن المواصفات الفنية للمنتج.
- ✓ اشتراطات تحقيق الصلاحية والأمن والسلامة في تناول المنتج واستخدامه.
- ✓ التركيب الفني للمنتج والمحافظة على صحة المواطن وحمايتها ورعايتها.
- ✓ متطلبات الترشيد الاقتصادي لتكلفة تصميم وإنتاج المنتج.
- ✓ الاحتياطات الفنية اللازمة لتجنب احتمالات تعرض الأفراد و المجتمع و البيئة لمخاطر الاستخدام أو التلوث أو العدوى وغيرها.

¹ فلاق محمد، مرجع سبق ذكره، ص70.

2/ تحديد مواقع الإنتاج (اختيار الموقع):

تتجسد المسؤولية الاجتماعية من خلال اختيار الموقع المناسب الذي يأخذ فيه بعين الاعتبار عدة عوامل:¹

- ✓ سلامة العاملين و حركتهم و حركة معدات العمل في الموقع.
- ✓ أهمية توفير النظافة و الأمن في مكان العمل.
- ✓ توفير التهوية و التقليل من الضوضاء في المكاتب الإدارية.
- ✓ مراعاة أن الموقع لا يوجد بمكان مكتظ بالسكان لأنه سيؤثر سلبيًا على السكان و على البيئة معًا.

3/ تحديد واستخدام التكنولوجيا (تكنولوجيا العمليات المستخدمة):

يقصد بها كل الأساليب الفنية التي تستخدم في معالجة الخامات أو تشغيل المعدات أو تقديم الخدمة أو تخزين ونقل المنتجات وما يترتب عليها من تأثيرات إيجابية أو سلبية. ويفترض أن يتم تحديد هذه الأساليب الفنية واستخدامها و وضع الاحتياطات والضوابط التي تمنع حدوث النواتج السلبية والضارة لها ومن الضوابط والاحتياطات الأخلاقية ما يلي:²

- ✓ تجنب استخدام أساليب فنية من التقنية والتكنولوجيا ينتج عنها بواقى ومخلفات ضارة بالصحة.
- ✓ عدم استخدام أساليب تقنية وتكنولوجيا ينتج عنها ضوضاء أو تلوث أو مخاطر.
- ✓ عدم استخدام تقنيات وتكنولوجيا متقدمة انتهى عمرها الافتراضي أو ثبت عدم مطابقتها لمواصفات الجودة المعيارية حتى ولو بحجة أنها منخفضة التكاليف لأن هذا التصور خاطئ، لأن التكنولوجيا تعتبر مكلفة جدًا إذا ما أخذنا في الاعتبار تكلفة معالجة نواتجها السيئة.

4/ تحديد معايير و أسس الجودة (أخلاقيات الجودة):

تمثل جودة المنتجات إحدى مجالات الرئيسية للأسس الأخلاقية التي يجب التركيز عليها عند اتخاذ القرارات الإنتاجية، ويختلف مفهوم الجودة نظر الكل منتج أو مستهلك.

إذ تُعرف الجودة من وجهة نظر المنتج بأنها المطابقة بين المخرجات العلمية الإنتاجية والمواصفات المحددة مسبقًا، بينما يقصد بالجودة من وجهة نظر المستهلك بأنها مدى تحقيق المنتج للغرض المقصود منه و بالسعر الذي يرغب المستهلك دفعه.

¹ المرجع السابق، ص71، 72.

² المرجع السابق، ص72.

واختلفت الآراء حول خصائص الجودة ومعاييرها إلا أنها جميعاً تلتقي حول جوهر الأبعاد التالية:¹

الأداء: يمثل الأداء المتوقع من المنتج أحد مقاييس جودة المنتج.

الشكل أو المظهر: يعتبر مظهر المنتج أو شكله أحد معايير الجودة التي يفاضل على أساسها المستهلك من منتج و آخر.

الاعتمادية: وترتبط اعتمادية المنتج باحتمال فشل المنتج من خلال وقت محدد، وعادة ما تقاس بمعدل الوقت الذي يمر بين الأعطال، أو بمعدل العطل لكل وحدة زمن، وكلما قلت الأعطال كلما زادت اعتمادية المنتج.

المطابقة: تعكس درجة مطابقة المنتج للمواصفات التصميمية لمستوى جودة المنتج.

الخدمية: يتعلق هذا البعد بمدى استعداد المنتج لتقبل الصيانة ومدى سرعتها وكفاءتها.

ثانياً: المسؤولية الاجتماعية في إطار وظيفة التسويق:

بداية الاهتمام بالجانب الاجتماعي في المؤسسات ظهر في إطار وظيفة التسويق على الاعتبار أن التسويق هو حلقة الوصل بين المؤسسة وبين المستهلك أو العميل، ومع تطور المفاهيم التسويقية أصبح الفكر التسويقي متكامل بشكل ملحوظ، ويشمل على جوانب التسويق الاجتماعي والتسويق السياسي والتسويق غير الهادف للربح، ومن هنا أصبحت المسؤولية الاجتماعية من الأمور المحورية في مجال التسويق، فالتسويق يعبر عن العمليات المتجددة التي تقوم بها المؤسسة، والتي تحدث تكاملاً بين المنتجات و بين السلوكيات والقيم السائدة في المجتمع وتم التركيز على ضرورة أن تكون القرارات التسويقية متناسبة مع القيم الاستهلاكية ومتطلبات المجتمع بشكل عام، بحيث تقوم المؤسسات بتلبية حاجات المجتمع بالإضافة إلى تحقيق مصالحها.

وهكذا يعتبر أن التسويق المجال الحيوي الذي تمارس المؤسسة من خلاله الدور الاجتماعي و السلوك الأخلاقي تجاه المجتمع. وهناك مجموعة من القضايا التسويقية المهمة التي لا بد من أخذها بعين الاعتبار في المسؤولية الاجتماعية مثل ممارسات البيع، حقوق المساهمين و حماية البيئة، و أمان المنتجات، والكشف عن المعلومات الصحيحة.

ثالثاً: المسؤولية الاجتماعية في إطار وظيفة إدارة المشتريات والتخزين والموارد البشرية:

إن المسؤولية الاجتماعية تتجسد في كل من وظيفتي إدارة المشتريات والتخزين والموارد البشرية من خلال وضع آليات وأساليب عمل مسؤولة وأخلاقية على مستوى كل وظيفة كالتالي:¹

¹ المرجع السابق، ص75، 76.

1. في إطار وظيفة المشتريات و التخزين:

المسؤولية الاجتماعية في إطار وظيفة التخزين تكمن في عملية حفظ المواد والحفاظ عليها، يجب أن تكون أماكنها بالمخازن وفق شروط الحفظ، وترقيمها وحمايتها والرقابة عليها وجردها مع توفير ظروف التخزين المناسبة. إضافة إلى تقييم الأداء الاجتماعي للموردين والتعامل فقط مع الذين يراعون المسؤولية الاجتماعية ومبادئ التنمية المستدامة، هذا إضافة إلى نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى العاملين في قسم المشتريات والمخازن مع الحفاظ على حقوقهم ومراعاة معايير الصحة والسلامة عند الشراء حتى ولو كانت الاسعار مرتفعة. والمشاركة في تحقيق الأهداف الاجتماعية كحماية الزبون.

أما من ناحية المعايير الأخلاقية للبيئة: فلا بد من استعمال المواد التي لا تضر بالبيئة و تقلص من استعمال الموارد الطبيعية و تجنب إنتاج الفضلات و تلويث البيئة.

- محاولة الحصول على المواصفات العالمية للجودة "ISO".

- الحرص على اقتناء التكنولوجيا النظيفة التي لا تضر بالبيئة.

2. في إطار وظيفة الموارد البشرية:

يكون ذلك من خلال الاعتماد على الأسس التالية:

- ✓ تحقيق مبدأ تكافؤ الفرص للمتقدمين للوظائف والحفاظ على سرية المعلومات الخاصة بهم والرد عليهم.
- ✓ اعتماد أساليب التقييم الموضوعية والدقيقة والابتعاد على التحيز.
- ✓ متابعة وتوثيق أداء العاملين وتشخيص جوانب التميز والتدني في أدائهم وتقييم تطوره.
- ✓ تطوير أساليب وتقنيات العمل وتعميم استعمال النظم الإلكترونية والعمل على تطبيق معايير الجودة والتميز على مستوى إدارة الأفراد.
- ✓ تهيئة بيئة العمل و تشجيع الأفراد على التنمية و استغلال مهاراتهم و لابد من تنفيذ برامج الموارد البشرية بطريقة تراعي فيها تحقيق التوازن بين حاجات الأفراد و أهداف المؤسسة.
- ✓ إقامة دورات تدريبية و تكوينية لتحسين مستوى أدائهم.

¹ طاهر أمينة، أثر المسؤولية الاجتماعية في ولاء الزبون في الشركة تيلوز، مجلة المتكامل الاقتصادي، المجلد 08، شلف، جامعة حسيبة بن بو علي . شلف (الجزائر)، تاريخ

✓ تحقيق العدالة في الأجور و المكافآت.

المطلب الثاني: برامج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة

أصحاب المصلحة هم الذين تربطهم بالمؤسسات مصالح مباشرة ويؤثرون ويتأثرون بنشاطاتها، وتلتزم المؤسسات الاقتصادية بممارسة عدد من المسؤوليات الاجتماعية تجاه كل واحد منهم، حيث تعرف كذلك أصحاب المصلحة بأنهم أي مجموعة أو فرد يمكن أن تؤثر أو تتأثر بتحقيق أهداف المؤسسة و من بين البرامج التي يمكن التوجه بها نحو بعض أصحاب المصلحة وهم كآتي:¹

1- المسؤولية الاجتماعية تجاه الزبائن:

إن المسؤولية تجاه الزبائن ذات أهمية كبيرة لكل المؤسسات الاقتصادية ، فوجود هذا اتجاه مرتبط بإنتاج السلع و الخدمات التي يستهلكها الزبائن و كيفية التعامل معهم من أجل استهلاك هذه المنتجات وهي عمل مهم من أعمال إدارة التسويقية في مؤسسة من المؤسسات، والتي تتمثل في:

✓ القيام بالبحوث التسويقية لتحديد احتياجات المستهلكين و تطلعاتهم.

✓ توفير البيانات اللازمة عن خصائص المنتجات و طريقة استخدامها.

✓ عدم استخدام مواد غير صحية في عمليتي التعبئة و التغليف.

✓ تقديم المنتجات بأسعار مناسبة التي تنسجم بالقدرة الشرائية للمستهلكين.

✓ تقديم منتجات صديقة و آمنة.

✓ تقديم إرشادات واضحة بشأن المنتج واستخداماته.

✓ التزام المؤسسات بمعالجة الأضرار التي تحدث ما بعد البيع.

✓ الالتزام بالتطوير المستمر للمنتجات.

¹ بن علي أمال، مسعودي زكرياء، مزايا التزام المنظمات بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع، مجلة السراج في تربية و قضايا المجتمع، كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية، العدد 08، 2018، ص 132 .

2- المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي:

يعتبر المجتمع المحلي بالنسبة للمؤسسات شريحة مهمة إذ تتطلع إلى تجسيد متانة العلاقات معه وتعزيزها، الأمر الذي يتطلب منها مضاعفة نشاطاتها تجاهه، من خلال بذل المزيد من الرفاهية العامة والتي تتعلق أساسًا بالصحة والسكن وكذا النقل و الفئات الخاصة وغيرها، من أهمها ما يلي:¹

- ✓ 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.
 - ✓ 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.
- ومنه فإن المجتمع المحلي يمثل الشريحة الأساسية للمستفيدين أي الذين يعيشون أو يقطنون في محيط وحدات الإنتاج و يتأثرون بها سواء بصفة مباشرة أو غير مباشرة من هذا النشاط الذي تمارسه المؤسسة.

3- المسؤولية الاجتماعية تجاه حملة الأسهم:

- حملة الأسهم هم الملاك أو أصحاب رؤوس الأموال الذين 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 المساهمين كالتالي:²
- ✓ الحصول على جميع المعلومات الخاصة بالمؤسسة في الوقت المناسب.

¹ المرجع السابق، ص 132 .

² المرجع سابق، ص 22.

✓ السماح لهم بالمشاركة والتصويت في الاجتماعات العامة.

✓ زيادة حجم المبيعات.

✓ تعظيم قيمة السهم، وتحقيق أقصى ربح ممكن.

✓ حماية أصول وممتلكات المؤسسة وموجوداتها.

✓ التعامل العادل مع المساهمين من دون أي تمييز.

✓ اشتراك المساهمين في القرارات الهامة للمؤسسة.

4- المسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين:

لما كان الموردون مصدر مهم من مصادر المعلومات التي تحصل عليها المؤسسة من جهة، و الممّون الأساسي لها بمختلف حاجياتها من المواد الأولية والتجهيزات والأموال من جهة ثانية، وتربطهم علاقات مصالح متبادلة، فإنه وجب على المؤسسات احترام مطالبهم المشروعة، والتي يمكن تلخيصها بالاستمرار في التوريد وخاصة بعض 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 و العمليات.

ومنه فإن علاقة بين المؤسسة والموردون هي علاقة متبادلة والتي تؤدي إلى نجاحها فبعلاقتها الحسنة معهم تستفيد من الميزة التنافسية هامة وذلك من خلال منح تسهيلات متبادلة بين الطرفين لضمان استمرارية التعامل بينهما، وتحسين الشروط التفاوضية مع الموردين وسداد مستحقاتهم في الوقت المتفق عليه والصدق في التعامل.¹

5- المسؤولية الاجتماعية تجاه جماعات الضغط*:

تمثل جماعات الضغط فئات كثيرة وعديدة ازدادت بسبب تقدم التكنولوجيا والسياسي و الثقافي والاجتماعي في أي بلد من البلدان المتقدمة أو النامية، وتطالب هذه الجماعات من المؤسسات الاقتصادية بالعديد من المطالب بعضها خاص بجماعة معينة والآخر أكثر شمولية للجماعات الأخرى، ومن أهم هذه المطالب:

✓ التعامل الجيد مع الجمعيات.

¹ ابن علي أمال، مساهمة المسؤولية الاجتماعية في بلوغ متطلبات التصدير في منظمات الأعمال ، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، انجمت استراتيجي دولي ، كلية العلوم

الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس . مستغانم، سنة 2016 / 2017 ص 32.

* تعريف جماعات الضغط (إحالة): جماعات الضغط أو اللوبي هي جماعة اجتماعية تتكون من أفراد يسعون لتحقيق أهداف مشتركة من خلال العمل الجماعي المنظم الذي يعتمد على قوة المتابعة والتأثير في صنع القرار المناسب الذي ينتج عنه تحقيق المصلحة وتأمين المطالب والحاجات.

✓ حماية المستهلك.

✓ التعامل الصادق مع الصحافة و وسائل الإعلام الأخرى.

✓ الصدق و الشفافية في نشر المعلومات المتعلقة بالمؤسسة.

6- المسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة:

تمثل الحكومة فئة من المستفيدين تعبر لها المؤسسات الاقتصادية أهمية كبيرة باعتبارها الممثل القانوني للدولة. وذلك من خلال التزام بالقوانين والتشريعات الصادرة من الحكومة وتسديد الالتزامات الضريبية والرسوم وعدم التهرب الضريبي كما أن الحكومة تعمل جاهدة على احترام الحقوق المدنية للمجتمع دون تمييز والتفرقة بين المجتمعات والمساهمة في حل المشكلات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية وغيرها .

7- المسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسون:

تتنظر المؤسسات الاقتصادية المتنافسة من بعضها البعض عدالة المنافسة ووضوح آلياتها والاتفاق على إجراءاتها وأن لا تكون منافسة غير عادلة و شريفة.

أي أن تكون المسؤولية تجاه المنافسون عادلة ونزيهة وذات معلومات صادقة وعدم الحاق الضرر بالآخرين وكذلك عدم سحب العاملين الموظفين من الطرف الآخر بأسلوب غير نزيه ومشروع.

8- المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة:

إن المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تجاه البيئة، والتي يطلق عليها عادة " المسؤولية البيئية للمنظمات " يقصد بها تلك المساهمات الطوعية والإجبارية الملقاة عاتقها تجاه البيئة وتحقيق استدامتها، فمن أهم المساهمات التي تقوم بها منظمات الأعمال تجاه البيئة نجد:¹

✓ 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 و العمل بنظام الرّسكلة للتقليل من أثارها السلبية على البيئة.

✓ الاستخدام العقلاني للمواد الخام ومنع الاستخدام التعسفي لها.

✓ الاستغلال الرشيد لمصادر الطاقة.

✓ المساهمة في البحث عن الطاقات البديلة النظيفة واكتشافها.

¹ بن علي أمال، مسعودي زكرياء، الاهتمامات البيئية في إطار المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية، مجلة العلوم الإدارية و المالية، المجلد 01، العدد 01، 2017، ص

✓ المبادرة في تمويل المشاريع المتعلقة بالبيئة كإنشاء الحدائق والمحميات الطبيعية وحماية التنوع البيولوجي والغابات.

9- المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين:

يمثل الاهتمام والانفاق على الموارد البشرية في المؤسسة من الاستثمارات الاستراتيجية، تجني ثماره في الأجلين القصير والبعيد، حيث تمثل العمالة مجال داخلي 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 سيجلب عليه تحقيق منافع وعوائد اقتصادية مباشرة وغير مباشرة حاضرا و مستقبلاً.

ومن أهم البرامج التي توفرها المسؤولية الاجتماعية للعاملين نجد ما يلي:¹

- ✓ توفير البرامج التدريبية اللازمة بالداخل و الخارج.
- ✓ توفير سياسة ترقية تعترف بقدرات العاملين وتضمن مجهوداتهم وتحقق لهم الفرص المتساوية.
- ✓ وضع نظام تأميني خاص بالمشاركة مع العاملين والمساهمة في التأمينات الاجتماعية عن العاملين.
- ✓ وضع نظم للرعاية الصحية و العلاج بالمستشفيات.
- ✓ منح للعاملين أجور ومرتبات 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.

10- المسؤولية الاجتماعية تجاه الأقليات و ذوي الاحتياجات الخاصة:

لا يخلو مجتمع من المجتمعات من وجود أقليات عرقية أو دينية أو مذهبية أو أي نوع آخر من الأقليات كذلك توجد شرائح ذوي الاحتياجات الخاصة سواء كانت شريحة نساء أو شباب أو الأطفال أو كبار السن، وتنظر هذه الشرائح من المؤسسات أدوار مختلفة تجاهها تساهم في تلبية الاحتياجات الخاصة.

¹ غفران بكاري و آخرون ، مرجع سبق ذكره، ص 19، 20.

الفصل الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بأداء المؤسسة الاقتصادية

أي أن لهم الحق في التعليم و إقامة الشعائر والطقوس الدينية التابعة لعاداتهم وتقاليدهم ، والتوظيف والعدالة في الوصول إلى مناصب العليا كما تسمح لها بدمج الأقليات في المجتمع المحلي مع المحافظة على هويتهم الخاصة وتوفير مناصب عمل للمعاقين ودعم جمعيات التي تساعد في اندماج مع المجتمع.¹

المطلب الثالث: مؤشرات قياس الأداء الاجتماعي و مواصفة العالمية (ISO26000)

توجد العديد من المقاييس التي يمكن من خلالها تقييم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات و تختلف باختلاف طبيعة ونشاط تلك المؤسسات، كما أنه يمكن ابراز أهم المحاور الأساسية التي تشملها بنود المواصفة العالمية ISO26000 للمسؤولية الاجتماعية.

أولاً: مؤشرات قياس الأداء الاجتماعي:

تتكون مؤشرات قياس الأداء الاجتماعي من أربعة مؤشرات وهي كالآتي:²

1. مؤشر الأداء الاجتماعي للعاملين بالمؤسسة:

ويكون ذلك من خلال درجة التزام المؤسسات بتوفير الظروف والشروط الصحية للعاملين في بيئة العمل الداخلية، مع مراعاة لمسائل أخلاقيات العمل كالعدالة والمساواة وتكافؤ الفرص والاهتمام باحتياجات العاملين ومتطلباتهم، إضافة إلى قيام الإدارة بمساعدة العاملين على تخطيط مساهمهم الوظيفي وتطويره، وتوفير الشروط الملائمة.

حيث يركز هذا المؤشر أن المؤسسة لا تركز على جميع تكاليف الأداء بخلاف الأجر الأساسي الذي تقدمه المؤسسة للعاملين فيها بغض النظر عن مواقعهم التنظيمية أو نوع أو طبيعة أعمالهم وتقوم المؤسسة بالالتزام بتوفير كافة العوامل اللازمة التي تخلق وتعمق حالة الولاء وانتماء العاملين كالاهتمام بحالتهم الصحية وتدريبهم وتحسين وضعهم الثقافي والاهتمام بمستقبلهم عند انتهاء فترة خدماتهم و ما إلى ذلك.

2. مؤشر الأداء الاجتماعي لحماية البيئة:

وهنا تقوم المؤسسة بمعايير البيئة وحمايتها من خلال معالجة النفايات بكافة أشكالها واستخدام أعمال التنقية بالنسبة للمؤسسات الصناعية التي تنبعث منها الأدخنة والغازات الضارة بالصحة العامة والبيئة.

¹ بوسلامي عمر، مرجع سبق ذكره، ص77.

² بن عثمان جهاد وبن عيشة كريمة، المسؤولية الاجتماعية بين مفهوم والدافعية إلى تحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة، ملتقى وطني، حول المسؤولية الاجتماعية وفرص تحقيق التنمية المستدامة، جامعة بومرداس . الجزائر، يومي 10-09 / 2019/04، ص07.

الفصل الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بأداء المؤسسة الاقتصادية

ومنه فهي تشمل كافة التكاليف الأداء الاجتماعي المضحي بها لحماية أفراد المجتمع، فهي تعتبر النقطة الأساسية والمهمة حتى تحافظ المؤسسة على البيئة المحيطة بها والتي تعمل فيها داخل نطاقها الجغرافي حيث تحاول جاهدة رد الأضرار عن البيئة المحيطة والمتولدة من أنشطتها الصناعية وهذه تشمل على تكاليف حماية تلوث الهواء والبيئة البحرية والمزروعات والأعشاب الطبيعية وتلوث المياه وما إلى ذلك.

3. مؤشر الأداء الاجتماعي للمجتمع:

ويتضمن كافة تكاليف الأداء التي تهدف إلى اسهامات المؤسسة في التنمية الاجتماعية والمستدامة، من خلال الترشيح في المشاركة، والاسهام الفاعل في برامج الرعاية الصحية والتعليمية ومكافحة الفقر والبطالة، وذلك من خلال التبرعات والمساهمات للمؤسسات التعليمية والثقافية والرياضية والخيرية، وكذلك تكاليف الإسهامات في برامج التعليم و التدريب الاجتماعي و مشاريع التوعية الاجتماعية.

4. مؤشر الأداء الاجتماعي لتطوير الإنتاج:

يقوم هذا المؤشر على تفاعل المؤسسات بطريقة إيجابية مع قضايا البحوث العلمية بمختلف أشكالها بما يخدم ضمان التقدم والازدهار، وتحقيق التميز في عموم ميادين الحياة، وذلك من خلال رعاية المبدعين والمبتكرين، وتأمين البنية المناسبة والمستلزمات الضرورية التي تمكنهم من استثمار المعرفة بشكل فعال.

وهنا تراعي المؤسسة كافة تكاليف الأداء التي تنصب في خدمة مستهلكين حيث تتضمن تكاليف الرقابة على جودة الإنتاج و تكاليف البحث والتطوير ثم تكاليف ضمانات المتابعة ما بعد البيع وتدريب وتطوير العاملين وغيرها من الخدمات التي تحقق حالة الرضا الوظيفي، وعن المنافع المتأتية من المنتجات والخدمات المقدمة إلى المستهلكين.¹

ثانيًا: المواصفة العالمية القياسية (ISO 26000) للمسؤولية الاجتماعية.

إضافة على ما تم ذكره سابقًا، فقد وصفت منظمة المقاييس الدولية*، معايير عالمية لقياس المسؤولية الاجتماعية، وذلك من خلال إطلاق ما يسمى بالمواصفة العالمية القياسية للمسؤولية الاجتماعية تحت ما يسمى بـ

: ISO26000

¹ سميرة لغويل ونوال زماي، مرجع سبق ذكره، ص 307.

1- التعريف بالمواصفة القياسية ايزو 26000:

هي مواصفة عالمية دولية تطوعية صادرة عن المنظمة الدولية للتقييس (ISO) تقوم بتقديم التوجيه والإرشادات العامة بشأن المبادئ الأساسية للمسؤولية الاجتماعية، والمواضيع والقضايا المرتبطة بها، كما أنها تتطرق للوسائل التي تمكن الشركات من إدخال مفهوم المسؤولية الاجتماعية ضمن إطار الاستراتيجيات، والآليات، والممارسات، والعمليات الخاصة بها.

كم تعرف كذلك مواصفة القياسية ايزو 26000 هي مواصفة دولية جديدة أطلقتها المنظمة الدولية للمعايير هدفها إعطاء إرشادات حول المسؤولية الاجتماعية ويتم استخدامها من قبل جميع المؤسسات على اختلاف أنواعها في كلا القطاعين العام والخاص، وتعمل على مساعدة المؤسسات على دعم جهودهم الرامية للتعاون بأسلوب مسؤول اجتماعيا والذي يتطلبه المجتمع بطريقة متزايدة.¹

وتمثل هذه المواصفة منزلة وثيقة يحدد فيها الدليل المرشد لتطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية والموجه لكافة المؤسسات بهدف دمج ممارسات المسؤولية الاجتماعية ضمن خطط الاستراتيجية والأنظمة والعمليات للمؤسسات، التي يفترض مراعاتها بموجب هذه الوثيقة وقد مرت المواصفة بمرحلة إعداد طويلة انتهت بإطلاقها في عام 2010.

2- المحاور الأساسية التي تشملها بنود مواصفة المسؤولية الاجتماعية (ISO26000)

تناولت هذه المواصفة الدولية ايزو 26000 مجموعة من المواد الأساسية والتي تغطي الفكرة الرئيسية وراء المسؤوليات الاجتماعية وهي كالآتي:²

1.1. الحكومة المؤسسة:

وتتعلق بالنظام الذي تتخذه المؤسسات في اتخاذ قراراتهم و تنفيذ إجراءات لتحقيق أهدافها و يعتبر الأساس في كل مؤسسة لأنه هو الإطار لاتخاذ القرارات.

¹ مرواني عبد الله، تفعيل التسويق البنكي و متطلبات المسؤولية الاجتماعية ، مذكرة ماستر، قسم علوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي . أم البواقي، السنة 2013 / 2014، ص 39.

* منظمة المقياس الدولية (إحالة): هي اتحاد دولي أو منظمة دولية غير حكومية و ليست من منظمات الأمم المتحدة، تضم هيئات أو أجهزة المواصفات و المقياس في الدول المختلفة، ويشترك فيها عضو من كل دولة، و تختص بإصدار المواصفات الدولية، و قد تأسست في عام 1946 في جنيف لتسهيل التعاون و توحيد المواصفات الصناعية على مستوى الدولي بهدف تسهيل عمليات التبادل التجاري للسلع و الخدمات.

² بقاح سارة والقينعي عز الدين، مشروع RS.MENA لدعم مبادئ المسؤولية الاجتماعية وفق معيار ISO 26000، مجلة الإبداع، المجلد 12، العدد 02، جامعة لونيبي علي البليلة 02، تاريخ النشر 2022/12/25، ص 155.

2.2 حقوق الإنسان:

وهي تتعلق بالحقوق الأساسية التي يستحقها جميع البشر بما في ذلك الحقوق السياسية و المدنية مثل الحق في الحياة و الحرية و المساواة، و تلك إشارة إلى الحقوق الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية مثل الحق في العمل و الغذاء و الصحة و التعليم والضمان الاجتماعي.

3.2 الممارسات العمالية:

تهدف إلى تحقيق التوافق مع السياسات والإجراءات المتعلقة بالعمل الذي وجدت من أجله المؤسسة. الممارسات العمالية تتجاوز العلاقة بين المؤسسة و موظفيها. القضايا المتعلقة التي يتعين النظر فيها تشمل: التوظيف و العلاقات العمالية، ظروف العمل والحماية الاجتماعية، و الحوار الاجتماعي، الصحة والسلامة في العمل، و التنمية البشرية و التدريب في مكان العمل.

4.2 الحفاظ على البيئة:

تحتاج المؤسسات إلى أن تبذل جهداً للحد من تأثيرها على البيئة من خلال اعتماد نهج شامل لهذه المشكلة، والنظر في الآثار (مباشرة وغير مباشرة) وأثر قراراتها وأنشطتها على الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والصحية والبيئية.

5.2 ممارسات التشغيل العادلة:

فهي تعود إلى السلوك الأخلاقي للمؤسسات ومعاملاتهم مع المؤسسات الأخرى، وتشير في إطار مفهوم المسؤولية الاجتماعية إلى الطريقة التي تستخدمها المؤسسة بعلاقاتها مع المؤسسات الأخرى لتحقيق نتائج إيجابية، وتشمل القضايا المتعلقة بقضايا مكافحة الفساد، المشاركة السياسية المسؤولة، المنافسة العادلة، تعزيز المسؤولية الاجتماعية في سلسلة القيمة واحترام حقوق الملكية.

6.2 قضايا المستهلك:

المؤسسات التي تقدم المنتجات والخدمات للمستهلكين والعملاء لديهم مسؤوليات تجاههم. وتشمل مسؤوليات التثقيف حول المنتج، إعطاء معلومات دقيقة، إرشادات الاستخدام المناسب، شفافية المعلومات التسويقية والترويجية المفيدة، الاتفاقيات، وتعزيز التنمية المستدامة، والتصميم والخدمة التي تتيح إمكانية الوصول للجميع.

7.2 اشتراك و تنمية المجتمع:

المؤسسات لها علاقة تأثير على المجتمعات التي تعمل فيها. وينبغي أن تقوم هذه العلاقة على المشاركة المجتمعية للمساهمة في تنميتها، كلا المشاركة المجتمعية والتنمية تعتبر جزء من التنمية المستدامة.

3: أهداف المواصفة العالمية (ISO26000) للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية:

تتمثل أهداف المواصفة القياسية ISO26000 للمسؤولية الاجتماعية فيما يلي:

1-3- على مستوى أداء المؤسسات تجاه المجتمع:

و تتمثل في ¹:

- ✓ مساعدة المؤسسات في مخاطبة مسؤولياتها الاجتماعية، وفي نفس الوقت احترام الاختلافات الثقافية الاجتماعية و البيئية والقانونية وظروف التنمية الاقتصادية.
- ✓ توفير التوجيهات العملية التي تجعل من المسؤولية الاجتماعية قابلة للتطبيق والممارسة العملية، تعزيز مصداقية التقارير المعدة من أجل عرض تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية.
- ✓ التوافق مع الاتفاقيات والمبادرات الدولية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.
- ✓ نشر الوعي بأهمية المسؤولية الاجتماعية والتحسيس بأهميتها ومكاسبها للمؤسسات.
- ✓ العمل المشترك على المستوى الدولي في حقل المسؤولية الاجتماعية وتوحيد ممارساتها ليسهل تقييمها بشكل متماثل في الدول المختلفة.

2-3- على مستوى الأداء البيئي و الدور التنموي:

- جعل من الممارسات العملية للمسؤولية الاجتماعية أداة لتحقيق التنمية المستدامة، والحفاظ على الإنسان والبيئة، والاعتماد على قوانين المؤسسة لذلك مثل: حقوق الإنسان وقوانين حماية البيئة.
- اعتبار كل قضايا التنمية كمكون أصيل لمواصفة المسؤولية الاجتماعية.
- نشر مفاهيم وممارسات المسؤولية الاجتماعية من خلال دمجها في البرامج التنموية والتعليمية والتثقيفية وبرامج البحث العلمي في الجامعات.

3-3- على مستوى علاقة المؤسسات بأصحاب المصلحة:

وتهدف هذه المواصفة بالنسبة لأصحاب المصلحة إلى: ²

- ✓ تحسين العلاقة بين المؤسسة وباقي أصحاب المصلحة المتعاونين معها، وذلك من خلال خلق حوار بين المشترك بين الطرفين موضوعه عن أهمية تحقيق المنافع المتبادلة.

¹ مقدم وهيبة ، تحسين الأداء البيئي و الاجتماعي للمؤسسات الصناعية من خلال تبني المواصفة الدولية ايزو 26000 للمسؤولية الاجتماعية، مداخلة دولية، حول التساؤلات و الإمكانيات المتاحة لاختيار المسارات الصحيحة لصناعة مصادر النمو، ص 08.

² مقدم وهيبة وبكار بشير، مرجع سبق ذكره، ص 14، 17.

الفصل الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بأداء المؤسسة الاقتصادية

- ✓ الالتزام بحقوق كل من العاملين والمستهلكين والموردين، وتحسينها بشكل مستمر، في سبيل أن تتحسن الذهنية تجاه المؤسسة، وتتكاتف جهود كل الأطراف لتحقيق المصلحة العامة.
- ✓ عدم إهمال حق المجتمع في استفادته من مزايا تمنحها المؤسسة الاقتصادية الصناعية، مثل عدالة التوظيف، منح المساعدات والهبات لمؤسسات المجتمع المدني، والمساهمة في تحقيق التنمية بكافة أشكالها.
- ✓ تحمل تبعات النشاطات الصناعية على البيئة، فإن كانت نشاطات ملوثة يجب التخفيف من حدة التلوث، مع محاولة تجنب كل ما من شأنه أن يؤثر سلباً على البيئة و تفاديه.

4. أهمية تطبيق المواصفة القياسية (ISO26000)

- ✓ اتفق العديد من الباحثين على أن أهمية (ISO26000) تكمن في النقاط التالية:¹
- ✓ مساعدة المؤسسة على تحمل مسؤوليتها الاجتماعية.
- ✓ تقديم التوجيه العملي المتعلق بالآتي:
- ✓ تفعيل المسؤولية الاجتماعية.
- ✓ التعرف على الأطراف المعنية و الاشتراك معها.
- ✓ تعزيز مصداقية التقارير والأداءات بشأن المسؤولية الاجتماعية.
- ✓ التأكيد على نتائج الأداء و التطوير.
- ✓ زيادة رضا و ثقة العملاء.
- ✓ الترويج للمصطلحات المشتركة في مجال المسؤولية الاجتماعية.
- ✓ تماشي مع الوثائق والمعاهدات والاتفاقيات إلى جانب مواصفات الايزو الأخرى القائمة بالفعل و عدم التعارض معها.

¹ بقاح سارة والقيني عز الدين، مرجع سبق ذكره، ص 154-155.

المبحث الثالث: تعريف أداء المؤسسة ومؤشرات قياسه

سنتطرق في هذا المبحث لمجموعة من تعاريف الأداء لعدة باحثين، ومختلف تصنيفاته، والمؤشرات التي بها نقيس الأداء مع التطرق لبطاقة الأداء المتوازن كآلية لقياس أداء المؤسسة.

المطلب الأول: تعريف أداء المؤسسة وتصنيفاته

في هذا المطلب سنقوم بتعريف أداء المؤسسة، ونعرض أهم تصنيفات أداء المؤسسة.

أولاً. تعريف أداء المؤسسة:

لا يوجد اتفاق بين الباحثين بالنسبة لتعريف مصطلح الأداء، ويرجع هذا الاختلاف إلى تباين وجهات نظر المفكرين والكتاب في هذا المجال، واختلاف أهدافهم المتوخاة من صياغة تعريف محدد لهذا المصطلح، ففريق من الكتاب أعتمد على الجوانب الكمية (أي تفضيل الوسائل التقنية في التحليل) في صياغة تعريفه للأداء، بينما ذهب فريق آخر إلى اعتبار الأداء مصطلح يتضمن أبعاداً تنظيمية واجتماعية فضلاً عن الجوانب الاقتصادية، ومن ثم لا يجب الاقتصار على استخدام النسب والأرقام فقط في التعبير عن هذا المصطلح. وتجدد الإشارة بدايةً إلى أن الاشتقاق اللغوي لمصطلح الأداء مستمد من الكلمة الانجليزية (To Perform)، وقد اشتقت هذه الكلمة بدورها من اللغة اللاتينية (Performer)، والذي يعني تنفيذ مهمة أو تأدية عمل.¹

ولا يسعنا في هذا البحث عرض وتحليل إسهامات كل الكتاب والباحثين في حقل الاقتصاد والتسيير بالنسبة لتعريف مصطلح الأداء، الأمر الذي يُحتم علينا الاقتصار على تقديم مجموعة محددة من التعاريف بما يفي بالغرض من الدراسة.

- 1- الأداء هو العمليات التي تتضمن اتباع وسائل وأساليب يتم عن طريقها القيام بالنشاطات للوصول إلى أهداف هذه النشاطات، باستخدام موارد وإمكانيات معينة.²
- 2 - يحظى مفهوم الأداء بأهمية كبيرة في تسيير المؤسسات، لذا فقد لقي منذ ظهوره اهتماماً كبيراً من طرف الباحثين والمفكرين في مجال الإدارة والتسيير، غير أنه يعد انعكاساً لكيفية استخدام المؤسسة لمواردها المادية والبشرية واستغلالها بالصورة التي تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها.³

¹ الشيخ الداوي، تحليل الأسس النظرية لمفهوم الأداء، مجلة الباحث، العدد 07، جامعة الجزائر، 2010/2009، ص 218.

² حجاج إيمان ولبيض سارة، دور حوكمة الشركات في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية العمومية، مذكرة ماستر، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945 قلعة، 2016/2015، ص 41.

³ رحمة زغند وصبري مقيم، أثر نظم الإدارة المدججة على تحسين أداء المؤسسة المينائية، مجلة الأبحاث الاقتصادية، المجلد 17، العدد 01، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة،

الجزائر، 08 / 06 / 2022، ص 88

3 - تعريف الأداء حسب دراكر (DRUKER): ينظر دراكر إلى الأداء على أنه: "قدرة المؤسسة على الاستمرارية والبقاء محققة التوازن بين رضا المساهمين والعمال".¹

4 - ويعرفه الداوي على أنه "انعكاس لكيفية استخدام المؤسسة لمواردها المادية والبشرية، واستغلالها بكفاءة وفعالية بصورة تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها، وبهذا الشكل فإن الأداء هو حاصل تفاعل عنصرين أساسيين هما: الطريقة في استعمال موارد المؤسسة ويقصد بذلك الكفاءة والنتائج المحققة من ذلك الاستخدام وتعني بذلك عامل الفعالية".²

من خلال التعريفات السالفة الذكر يمكننا أن نستخلص بأن: الأداء هو حاصل تحصيل للطرق والكيفيات المثلى لاستخدام مختلف موارد المؤسسة لتحقيق أفضل النتائج.

ثانيا. تصنيفات الأداء:

توجد عدة تصنيفات للأداء ولعل هذا يعود كما أشرنا في البداية لاختلافات اتجاهات الباحثين، ويمكن تصنيف الأداء استنادا إلى عدة معايير، ومن أهم هذه المعايير، معيار مصدر الأداء، معيار الشمولية والمعيار الوظيفي، ومعيار الطبيعة.

1- حسب معيار المصدر:

وفقا لهذا المعيار يمكن تقسيم أداء المؤسسة إلى أداء داخلي وخارجي:³

1-1- الأداء الداخلي: وينتج من تفاعل مختلف أدوات الأنظمة الفرعية للمؤسسة أي مختلف الأداءات الجزئية متمثلة في الأداء البشري أي الموارد البشرية في المنظمة، والأداء التقني الذي يتعلق بجانب الاستثمارات، والأداء المالي الخاص بالإمكانات المالية المستعملة.

1-2- الأداء الخارجي: وهو الأداء الناتج عن تغيرات البيئة المحيطة بالمؤسسة فهو ينتج عن المحيط الخارجي للمؤسسة، وبالتالي فإن المؤسسة لا يمكنها التحكم في هذا الأداء، حيث قد يظهر هذا الأداء في نتائج جيدة تتحصل عليها المؤسسة، على سبيل المثال قد يزيد حجم مبيعات المؤسسة نتيجة تحسن في الأوضاع الاقتصادية أو نتيجة إعانات تحفيزية من طرف الدولة، حيث أن هذه التغيرات قد تنعكس على الأداء إيجابا أو سلبا، وبالتالي

¹ الشيخ الداوي، مرجع سبق ذكره، ص 219.

² محمد قرشي، أثر التخطيط الاستراتيجي في أداء مؤسسات التعليم العالي الجزائرية، مذكرة ماستر، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، السنة 2013/2014، ص 55.

³ بويكر محمد الحسن، دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المنظمة، مذكرة ماستر، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013/2014، ص 32.

يجب على المؤسسة قياس وتحليل هذا الأداء، لأنه يمكن أن يشكل تهديدا لها فهي لا تتحكم فيه كما هو الحال بالنسبة للأداء الداخلي.

2 - حسب معيار الشمولية:

ينقسم الأداء حسب هذا المعيار إلى نوعين هما:¹

1-2- الأداء الكلي: يتمثل الأداء الكلي للمؤسسة في النتائج التي ساهمت جميع عناصر المؤسسة أو الأنظمة التحتية في تكوينها دون انفراد جزء أو عنصر لوحده في تحقيقها. فالتعرض للأداء الكلي للمؤسسة يعني الحديث عن قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها الرئيسية بأدنى التكاليف الممكنة. ومثال الأهداف الرئيسية الربحية التي لا يمكن لقسم أو وظيفة لوحدها تحقيق ذلك بل تتطلب تضافر جميع المصالح أو الوظائف، فمصلحة المالية يجب أن توفر الأموال الضرورية بأقل التكاليف وأقل المخاطر، ومصلحة الانتاج يجب أن تقدم منتوجات بأقل التكاليف وأحسن جودة، ومصلحة الأفراد يجب أن تحقق أفضل مردود، والمصلحة التجارية يجب عليها تسويق أقصى ما يمكن تسويقه وتوفير المواد لعملية التصنيع بأقل تكلفة وأحسن جودة.

2-2- الأداء الجزئي: على خلاف الأداء الكلي، فإن الأداء الجزئي هو قدرة النظام التحتي على تحقيق أهدافه بأدنى التكاليف الممكنة. فالنظام التحتي يسعى إلى تحقيق أهدافه الخاصة به، لا أهداف الأنظمة الأخرى. وبتحقيق مجموع أداءات الأنظمة التحتية يتحقق الأداء الكلي للمنظمة، وكما سبق الإشارة إليه، أهداف المؤسسة يجب أن تكون متكاملة ومتسلسلة تشكل فيما بينها شبكة.

3- حسب المعيار الوظيفي:

حسب هذا المعيار يقسم الأداء إلى أداء الوظائف الأساسية وهي الانتاج، المالية، التسويق، والموارد البشرية ويتم تقسيم الأداء إلى:²

1-3- أداء الوظيفة المالية: ويتمثل في قدرة المؤسسة على تحقيق التوازن المالي، وبناء هيكل مالي فعال، بالإضافة إلى تحقيق المردودية وتعظيم العائد على الاستثمار باعتباره أحد أهم أهداف المؤسسة، لذا فإن البعد المالي للأداء الكلي للمؤسسة يتحقق من خلال تحقيق المردودية وتعظيمها، مما طرح فكرة ربط المكافآت الممنوحة لمسيرى المؤسسة بحجم المردودية التي ساهموا في تحقيقها، أي تكون متناسبة طرديا معها وهذا ما من شأنه أن يرسخ لدى

¹ عادل عشي، الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية " قياس، تقييم"، رسالة ماجستير في علوم التسيير، قسم علوم التسيير، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2002/2001، ص 18.

² بويكر محمد الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 33.

الفصل الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بأداء المؤسسة الاقتصادية

المسيرين فكرة أنهم مستثمرين في المؤسسة أي مساهمين فيها وليسوا مسيرين فقط، وبالتالي يعملون على تعظيم مردوديتها أكثر فأكثر.

2-3- أداء وظيفة التسويق: يتحدد هذا الأداء من خلال مجموعة من المؤشرات المتعلقة بوظيفة التسويق منها حجم المبيعات، الحصة السوقية، رضا العملاء، شهرة العلامة ومدى توقعها في ذهن المستهلكين... إلخ.

3-3- أداء وظيفة الإنتاج: يتحقق عندما تحقق المؤسسة إنتاجية مرتفعة مقارنة بالمؤسسات الأخرى من خلال إنتاج منتجات بجودة عالية وبتكاليف أقل تسمح لها بالمنافسة، بالإضافة إلى تخفيض التعطلات الناتجة عن توقف الآلات أو التأخر في تلبية الطلبات.

4-3- أداء وظيفة الأفراد: نجد أنه تزايد الاهتمام بأهميتها ومكانتها أكثر في المؤسسة، باعتبارها أهم الموارد والقادرة على تفعيل مختلف الموارد الأخرى، وكذا التركيز على الأصول غير الملموسة المشكلة لرأس مال الفكري للمؤسسة.¹

وهذا يعني أن بقاء واستمرار المؤسسة مرهون بأداء العامل البشري فيها وعلى الكفاءات واختيار ذوي المهارات العالية حيث أن فعالية المورد البشري لا تكون إلا إذا كان الشخص المناسب في المكان المناسب والوقت المناسب، وعلى اعتبار المورد البشري أساس خلق القيمة المضافة للمؤسسة.²

4. حسب معيار الطبيعة:³

تبعا لهذا المعيار الذي من خلاله تقسم المؤسسة أهدافها إلى أهداف اقتصادية، أهداف اجتماعية، أهداف تكنولوجية، أهداف سياسية... يمكن تصنيف الأداء إلى أداء اقتصادي، أداء اجتماعي، أداء تكنولوجي، أداء سياسي

1-4- الأداء الاقتصادي: يعتبر الأداء الاقتصادي المهمة الأساسية التي تسعى المؤسسة الاقتصادية إلى بلوغها ويتمثل في الفوائد الاقتصادية التي تجنيها المؤسسة من وراء تعظيم نواتجها (الإنتاج، الربح، القيمة المضافة، رقم الأعمال، حصة السوق، المردودية...) وتدنية استخدام مواردها (رأس المال، العمل، المواد الأولية، التكنولوجيا...)

¹ عادل بوجمان، تأهيل الموارد البشرية لتحسين المؤسسة الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر

بسكرة، 2015/2014، ص 53.

² بويكر محمد الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 33، 34.

³ عادل عشي، مرجع سبق ذكره، ص 22.

4-2- الأداء الاجتماعي: في حقيقة الأمر، الأهداف الاجتماعية التي ترسمها المؤسسة أثناء عملية التخطيط كانت قبل ذلك قيوداً أو شروطاً فرضها عليها أفراد المؤسسة أولاً، وأفراد المجتمع الخارجي ثانياً. وتحقيق هذه الأهداف يجب أن يتزامن مع تحقيق الأهداف الأخرى وخاصة منها الاقتصادية كما يقول أحد الباحثين "الاجتماع مشروط بالاقتصاد". وفي بعض الحالات لا يتحقق الأداء الاقتصادي إلا بتحقيق الأداء الاجتماعي.

4-3- الأداء التكنولوجي: يكون للمؤسسة أداء تكنولوجياً عندما تكون قد حددت أثناء عملية التخطيط أهدافاً تكنولوجية كالسيطرة على مجال تكنولوجي معين، وفي أغلب الأحيان تكون الأهداف التكنولوجية التي ترسمها المؤسسة أهدافاً استراتيجية نظراً لأهمية التكنولوجيا.

4-4- الأداء السياسي: يتعلق هذا الجانب بالخطط والسياسات والإجراءات التي تحددها المؤسسة، ويتم تحقيق ذلك من خلال حسن اختيار أفضل البدائل التي تحقق الأهداف المسطرة. ويمكن الاستعانة بالنماذج والأساليب العلمية لتطوير هذا الجانب، بالإضافة إلى الاستعانة بتشخيص الهوية والتشخيص الاستراتيجي لتحديد نقاط القوة والضعف في المؤسسة.¹

المطلب الثاني: مؤشرات قياس أداء المؤسسة

قبل التطرق لمؤشرات قياس أداء المؤسسة، سنتعرض أولاً لتعريف قياس الأداء.

أولاً: تعريف قياس أداء المؤسسة

يعرف قياس الأداء بأنه عملية اكتشاف وتحسين الأنشطة التي تؤثر على ربحية المؤسسة، وذلك من خلال مجموعة من المؤشرات ترتبط بأداء المؤسسة في الماضي والمستقبل بهدف تقييم مدى تحقيق المؤسسة لأهدافها المحددة في الوقت الحاضر، فمن الضروري أن تقيس المؤسسات نتائج أعمالها حتى ولو لم تحصل من خلال هذه النتائج على عائد أو مكافأة، لأن المعلومات التي يتم الحصول عليها تحول أداء المؤسسة إلى الأحسن.² كذلك يعرف قياس الأداء على أنه: "المراقبة المستمرة لإنجازات البرامج المؤسسة وتسجيلها، ولا سيما مراقبة وتسجيل جوانب سير التقدم نحو تحقيق غايات موضوعة مسبقاً".³

¹ بوجمان عادل، مرجع سبق ذكره، ص 52.

² الخامسة ساجي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 12.

³ ربي مريم، أهمية استخدام بطاقة الأداء المتوازن في تحسين الأداء الكلي للبنوك التجارية، مذكرة ماستر، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2014/2015، ص 11.

ثانيا. مؤشرات قياس أداء المؤسسة:

يمكن أن نذكر أهم مؤشرات قياس أداء المؤسسة، والتي تنقسم إلى مؤشرات قياس مالية ومؤشرات قياس غير مالية:¹

1- المؤشرات المالية لقياس أداء المؤسسة:

يعتبر الاعتماد على المؤشرات المالية في عملية قياس الأداء من أهم الأساليب المستعملة، وأهم أدوات التحليل شيوعا في تقييم المركز الاستراتيجي للمؤسسات، وفي قياس أدائها خلال فترة معينة، وذلك بإجراء المقارنات بين المؤشرات المالية للمؤسسة والمؤشرات المالية للمؤسسات المنافسة، كما أن هذه المؤشرات تمكن من مقارنة أداء المؤسسات ووضعها المالي في فترات زمنية متعاقبة بهدف تحديد وتقييم اتجاهات الأداء فيها، ومن أكثر هذه المؤشرات استخداما نجد ما يلي:

1-1- الانتاجية: يفيد مفهوم الانتاجية باعتباره أداة يستخدمها المدير في القياس والمقارنة للتعرف على مستوى الأداء في المؤسسة، بالنسبة لغيرها من المؤسسات في فترات زمنية مختلفة، ويقصد بها الاستخدام الأمثل لعناصر الانتاج بما تتضمنه من موارد بشرية، معدات، مواد خام، رأس مال، معلومات... الخ من أجل الحصول على أعظم وأفضل مخرجات من هذه المدخلات، ولذا فهي ترتبط بالأبعاد الثلاثة التالية: الكمية، القيمة، والجودة.

1-2- القيمة المضافة: اعتبرت القيمة المضافة بمثابة مؤشر أساسي لقياس أداء المؤسسة، وتمثل الفرق بين الانتاج والاستهلاكات الوسطية، فكلما تحسن هذا الفرق دلّ ذلك على تحسن أداء المؤسسة.

1-3- فائض الاستغلال الخام: يقيس الأداء الكلي الاقتصادي للمؤسسة عن طريق استغلال مواردها البشرية والمادية، وهو يمثل الفائض الاقتصادي الناتج فقط عن عملية الاستغلال، وهو يحدد بذلك المردودية الحقيقية للاستغلال.

1-4- النتيجة الصافية (ربح أو خسارة): محاسبيا تعتبر النتيجة الصافية المقياس النهائي لمردودية المؤسسة، الذي يسمح بقياس أدائها خصوصا من جانب المساهمين والمحللين الماليين.

و إلى جانب هذه المؤشرات نجد عددا من النسب المالية كنسبة السيولة، نسبة المديونية، نسبة تغطية الأصول الثابتة... الخ، التي تعكس الحالة المالية للمؤسسة.

¹ محمد زرقون والحاج عراب، أثر إدارة المعرفة على الأداء في المؤسسة الاقتصادية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد 01، جامعة ورقلة، الجزائر، ديسمبر 2014، ص

5-1- العائد على الاستثمار (ROI): كان استخدامه بمثابة بداية التوجه إلى قياس الأداء بصفة أكثر جدية، ويعرف بالعلاقة التالية:

$$\text{العائد على الاستثمار} = \frac{\text{الأرباح قبل الضرائب} + \text{تكاليف مالية}}{\text{الأموال الدائمة}}$$

وقد شهدت السنوات الأخيرة ظهور مؤشرات أكثر موضوعية من الأخرى، استعملتها العديد من المؤسسات الغربية تحت تسميات مختلفة، لكنها ذات معنى واحد، تقيس بها القيمة التي تخلقها المؤسسة للمساهمين، ولعل أشهرها.

6-1- القيمة المضافة الاقتصادية: (EVA) Economica Value Added

ويستخدم هذا المؤشر كمرجع أساسي للمؤسسات الأوروبية الكبرى، تقيس بواسطته مدى مساهمتها في خلق القيمة، كما أنه يسمح للمساهمين بتقييم عمل المديرين. ويعرف مؤشر القيمة المضافة الاقتصادية بالعلاقة التالية:

$$\text{القيمة الاقتصادية المضافة} = \text{الربح العملي} - (\text{تكلفة رأس المال} \times \text{رأس المال})$$

فإذا كان هذا الفرق موجبا، فهذا يدل على أن المؤسسة تخلق قيمة اقتصادية وإذا كان الفرق سالبا، فهو يدل على أن المؤسسة تخدم القيمة الاقتصادية.

2- المؤشرات غير المالية لقياس أداء المؤسسة:¹

لأن المؤسسة حاليا أو غدا يحكم عليها وفق مدى تحقيقها للهدف الرباعي التالي:

القيمة للمساهمين بمنحهم سعر السهم، وكذا حصة ربح السهم، القيمة للعمال بتوفير بيئة تحثهم على التقدم والتطوير، القيمة للزبائن بأن تقدم لهم المؤسسة منتجات وخدمات تلبي احتياجاتهم وربما تفوق رغباتهم، والقيمة للمجتمع من خلال تحقيق رقي وازدهار المجتمع، فقد ظهرت بعض المؤشرات الاستراتيجية غير المالية لقياس الأداء، ويمكن أن نلخص الأنواع الأكثر شيوعا في الجدول التالي:

¹ محمد زرقون، مرجع سبق ذكره، ص 126-129.

الفصل الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بأداء المؤسسة الاقتصادية

الجدول رقم (1-2): المؤشرات الإستراتيجية لقياس الأداء.

المؤشر الاستراتيجي	المجال
نمو الأسواق.	النمو
نسبة نمو الأنشطة.	
الحصة السوقية.	
متوسط المدة لإطلاق منتجات جديدة في السوق.	الابداع
نسبة قيمة المنتجات الجديدة إلى رقم الأعمال.	
نسبة مساهمة رقم الأعمال في البحث والتطوير.	
مؤشرات عن رضى الزبون.	القيمة / الزبون
نسبة الوفاء.	
التنافسية . السعر.	
مؤشرات الجودة.	الجودة
الضمانات.	
دوران العمال.	التسيير
نسبة مصاريف التكوين في الكتلة الأجرية.	
معدل الحوادث.	البيئة

المصدر: محمد زرقون والحاج عرابية، أثر إدارة المعرفة على الأداء في المؤسسة الاقتصادية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد 01، جامعة ورقلة، الجزائر،

ديسمبر 2014.

من خلال الجدول أعلاه نستنتج أنه هناك 06 مجالات للمؤشرات غير المالية لقياس الأداء وهي: النمو: ويتمثل في نمو أنشطة المؤسسة وتوسع حصتها السوقية؛ الابداع: ويكمن في اهتمام المؤسسة بجانب البحث والتطوير من أجل إطلاق منتجات جديدة؛ الزبون: أي تسعى المؤسسة دوماً لكسب رضى الزبون؛ الجودة: أي التميز والانفراد في خصائص المنتج؛ التسيير: ويظهر هذا المؤشر من خلال حسن إدارة المورد البشري ووضع الشخص المناسب في المكان المناسب؛ أما مجال البيئة: فيظهر هذا المؤشر من خلال خلق بيئة عمل آمنة تقلل من حوادث العمل.

المطلب الثالث: بطاقة الأداء المتوازن كآلية لقياس أداء المؤسسة

تعتبر هذه البطاقة نظام قياس أداء متوازن ومتكامل يتجاوز النظرة التقليدية للأداء والتي تركز على المؤشرات المالية فقط، وتتضمن مؤشرات أداء أخرى تأخذ في اعتبارها العملاء والعمليات التشغيلية والحاجة إلى الابتكار والتحسين المستمر، بما يوفر مدخلاً أكثر توازناً وتفسيراً لأداء المنظمة.

أولاً. تعريف بطاقة الأداء المتوازن:

يعرف كابلان ونورتن (Kaplan and Norton) بطاقة الأداء المتوازن بأنها أسلوب إداري يترجم رؤية واستراتيجية التنظيم إلى مجموعة مقاييس تغطي الأداء الشامل للمؤسسة، وتوفر إطاراً لقياس وإدارة الاستراتيجية، من خلال أربعة أبعاد: وهي بعد مالي وبعد العملاء وبعد العمليات الداخلية وبعد التعلم والنمو.¹ وتعرف على أنها: نظام رقابة متكامل وشامل يدمج المعايير المالية وغير المالية ضمن أربعة محاور أساسية: التمويل، والعمليات الداخلية، والتعلم والنمو، والعملاء.²

ثانياً. محاور بطاقة الأداء المتوازن:

1- المحور المالي:

يعد أحد محاور القياس والتقييم، وتمثل نتائج هذا البعد مقاييس موجهة لتحقيق الأهداف، والوقوف على مستوى الأرباح المحققة لاستراتيجية منظمة الأعمال بالعمل على تخفيض مستويات التكاليف بالمقارنة مع مستويات التكاليف لمنظمة منافسة وبشكل نسبي لرفع معدلات الميزة التنافسية إلى جانب هدف النمو الذي يعد إحدى المساهمات والمبادرات الاستراتيجية الأساسية، ويركز البعد المالي أيضاً على حجم ومستوى الدخل التشغيلي والعائد على رأس مال المستثمر الناتج من تخفيض التكاليف ونمو حجم المبيعات لمنتجات حالية جديدة، والعائد على حقوق المالكين، والعائد على إجمالي الأصول، والقيمة الاقتصادية المضافة ونمو التدفقات النقدية المتولدة من أنشطة التشغيل.³

¹ طيباوي أمينة وبودريالة سارة حدة، بطاقة الأداء المتوازن والقياس المقارن، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 11، العدد 01، جامعة عمار ثلجي. الأغواط، الجزائر، 2021/10/20، ص 780.

² Taher Hamed And other, The Role of the Scorecard in Improving Organizational Performance, *International, Journal of Innovation, Creativity and Change*, Volume8, Issue4, 2019, p 379.

³ إبراهيم ربي وآخرون، استخدام بطاقة الأداء المتوازن لتقييم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، مذكرة ماستر، قسم علوم مالية ومحاسبية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، 2017/2016، ص 13.

2- محور العملاء:

المقاييس المختارة تعتمد على نوع العملاء المستهدفين والقيم المتوفرة لهم، وهذا يسمح للمنظمات بخلق استراتيجيات تتفق مع نوعية العملاء الذين ترغب بجذبهم من خلال المحاور التسويقية الأربع وهي : النوعية والتكلفة والخدمة وتوقيت تقديمها (لحظة القيمة للعميل).
وأهم المقاييس المتعلقة بهذا المحور:¹

- ✓ رضا العملاء.
- ✓ مدى القدرة على الاحتفاظ بالعملاء.
- ✓ مدى القدرة على اكتساب عملاء جدد.
- ✓ ربحية العميل.
- ✓ الحصة السوقية.
- ✓ تحسين وقت خدمة العملاء.
- ✓ درجة الولاء.

3- محور العمليات الداخلية:

يبحث هذا البعد عن كيفية زيادة كفاءة وفعالية العمليات الأساسية التي تحقق الأهداف الاستراتيجية وتسمح بتقديم خدمات تجذب الزبائن وتضمن المردود للمساهمين وذلك من خلال تقييم أو الإجابة عن الأسئلة التالية:

- ✓ ما هي مصادر القوة والضعف في العمليات الأساسية للمؤسسة؟
- ✓ كيف يتم ترشيد التكاليف؟
- ✓ ما هي العمليات المحورية ومدى قدرتها على الوفاء بمتطلبات الزبائن؟

وتنقسم المؤشرات التي تقيس هذا المحور إلى ثلاثة فروع:²

فرع الإبداع: يهتم بخلق منتجات تتناسب واحتياجات الزبائن، ويركز على تحسين تقنية الإنتاج، تخفيض التكاليف ويشجع النمو. ومن بين المؤشرات المستعملة في هذا الفرع عدد المنتجات الجديدة، أجال تطوير منتجات جديدة؛

¹ فتيحة رمضان أبو سفرينة، إمكانية استخدام بطاقة الأداء المتوازن (BSC) كأداة للتخطيط الاستراتيجي (SP)، المجلة الجامعة، المجلد 03، العدد 17، جامعة الزاوية، سبتمبر 2015، ص 146.

² خويلدات محمد وبوعمامة خامرة، دور عمليات إدارة المعرفة في تحسين أداء المؤسسة باستخدام بطاقة الأداء المتوازن، مجلة الدراسات الاقتصادية الكمية، المجلد 08، العدد 01، جامعة قاصدي مرباح. الجزائر، 2022، ص 422، 423.

فرع العمليات: يركز على تصنيع وتسليم المنتجات للزبائن، تحسين الجودة، تخفيض أجال التسليم من خلال قياس معدل مردودية المنتجات، معدل المعيب، آجال تسليم المنتجات للزبائن، الأجل المتوسط لإنتاج طلبه؛

فرع ما بعد البيع: يكرس لتوفير الخدمات للزبائن بعد البيع أو عند التسليم، ويقاس أداء هذا الفرع من خلال المدة اللازمة لتعويض أو تصليح المنتجات المعيبة، الساعات الضرورية لتعليم الزبائن كيفية استعمال المنتج.

ويعتمد هذا الجانب على العمليات الداخلية التي تؤيد كلا من جانب العميل عن طريق خلق قيمة للعملاء والجانب المالي بواسطة زيادة ثروة المساهمين.

4- محور النمو والتعلم:

يحدد الأصول غير الملموسة الأكثر أهمية للاستراتيجية. تحدد الأهداف في هذا المحور الوظائف (رأس المال البشري) والأنظمة (رأس المال المعلوماتي) ونوع المناخ (رأس المال التنظيمي) المطلوبة لدعم القيمة التي تخلق العمليات الداخلية.¹

5- محور البيئة والمجتمع:

جرى إضافة محور خامس خاص بالاستدامة البيئية والاجتماعية إلى الأبعاد الأربعة للبطاقة، ويهتم هذا المحور بالجوانب البيئية والاجتماعية للمنظمة، وتعد بطاقة الاداء المتوازن إطار جيد لإدارة وتقييم الأمور البيئية والاجتماعية بالإضافة للاقتصادية، ودمج المسائل البيئية في نظام خلق القيمة للمنظمة.

أشار (Kaplan & Norton) إلى القضايا المتعلقة بالبيئة والصحة والسلامة المهنية، وبينوا أن المنظمات التي تواجه أنشطتها مخاطر بيئية ينبغي أن تأخذ بعين الاعتبار قوانين المجتمعات التي تعمل بها وتسعى لتحقيق أداء بيئي متميز يزيد قدرتها على استقطاب الموظفين والاحتفاظ بوجودها في المجتمع، ومحاولة توسيع أعمالها.

وهناك ثلاث وجهات نظر لدمج الأمور البيئية والاجتماعية في بطاقة الأداء المتوازن وهي:²

✓ دمج المقاييس البيئية والاجتماعية في الأبعاد الأربعة للبطاقة.

✓ إضافة بعد خامس يأخذ الأمور البيئية والاجتماعية في الحسبان.

✓ تكوين بطاقة خاصة بالأداء البيئي والاجتماعي.

يرتبط البعد البيئي باستهلاك الطاقة والمواد الخام ومخلفاتها وانبعاث الملوثات... الخ، ويتحدد الهدف الاستراتيجي للبعد البيئي وفقاً لمفاهيم البيئة الحيوية الصناعية ويرتبط بالمقاييس التي يمكن اشتقاقها من نظم الإدارة البيئية ونظم المحاسبة الإدارية البيئية وتحليل دورة حياة المنتجات.

Osama Alnasour, Balanced Scorecard and its Role in Increasing Competitiveness, Journal of Financial, Accounting and Managerial, Volume06, Issue01,15/03/ 2019, p 330.

² قدرى عثمان إبراهيم، أثر المسؤولية الاجتماعية في الأداء، أطروحة دكتوراه، قسم إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق. سوريا، 2014/2015، ص 73، 74.

المبحث الرابع: تقييم أداء المؤسسة وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية:

في هذا المبحث سنتعرض لأهم تعاريف تقييم الأداء في المؤسسة، والمراحل التي يمر بها هذا التقييم، ثم العلاقة بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وأداء المؤسسة.

المطلب الأول: تعريف ومراحل تقييم أداء المؤسسة

سنقوم بعرض بعض التعاريف التي نراها الأشمل لتقييم الأداء.

أولاً. تعريف تقييم الأداء:

هو عبارة عن "قياس الأداء الفعلي ومقارنة النتائج المطلوب تحقيقها، أو الممكن الوصول إليها حتى تكون صورة حية لما حدث ويحدث فعلاً، ومدى النجاح في تحقيق الأهداف وتنفيذ الخطط المصنوعة بما يكفل اتخاذ الإجراءات الملائمة لتحسين الأداء".¹

و يعرف هو: "فحص تحليلي انتقادي شامل لخطط، أهداف، طرق التشغيل واستخدام الموارد البشرية والمادي، بهدف التحقق من كفاءة وفعالية استخدام الموارد المتاحة".²

يمكننا تلخيص خصائص نظام تقييم الأداء في ثلاث خصائص هي:³

1- الشمولية: حيث يهدف تقييم الأداء في المؤسسة إلى التطرق لمختلف الأداءات الوظيفية مثل: الأداء المالي، الأداء التجاري، الأداء البشري.

2- الاستمرارية: ويتم ذلك التقييم الشامل بصفة مستمرة ومتكررة، في إطار إرشادات توجيهات تسمح بتوضيح العمل والقيام بالإصلاحات اللازمة.

3- المرونة: لا بد أن يتم التقييم بالمرونة اللازمة حتى يتسنى للمقيم توجيه مختلف الإجراءات بناء على الوضع القائم، لأن الجمود لا يساعد على مقاومة النقائص وإضافة أو اقتراح حلول وبدائل وتقنيات جديدة.

ثانياً - مراحل تقييم أداء المؤسسة وفوائده

1- مراحل تقييم أداء المؤسسة: تمر عملية التقييم بخمسة مراحل هي:⁴

¹ أ. عبد المليك مزهود، مرجع سبق ذكره، ص 95.

² صالح بلاسكة، قابلية تطبيق بطاقة الأداء المتوازن كأداة لتقييم الاستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة ماجستير، قسم علوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، 2012/2011، ص 06.

³ محمد زرقون، الحاج عرابة، مرجع سبق ذكره، ص 127.

⁴ بويكر محمد الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 41، 42.

1-1- مرحلة جمع البيانات الإحصائية: وهي المرحلة اللازمة لعملية التقييم مثل القيمة المضافة، مستلزمات الانتاج والأجور وعدد العاملين... إلخ، إلا أن هذه البيانات يجب أن لا تقتصر على فترة زمنية معينة بل يجب أن يؤخذ بعين الاعتبار السلاسل الزمنية للوقوف على طبيعة التطور الصناعي لكافة أنشطة المؤسسة.

2-1- مرحلة تحليل ودراسة البيانات والمعلومات الإحصائية: للوقوف على مدى دقتها وصلاحياتها لحساب المعايير والنسب والمؤشرات اللازمة لعملية التقييم، وقد يتم الاستعانة ببعض الطرق الإحصائية لتحديد مدى الموثوقية بهذه البيانات.

3-1- مرحلة إجراء عملية التقييم: باستخدام المعايير والنسب الملائمة للنشاط الذي تمارسه الوحدة الاقتصادية على أنه تشمل عملية التقييم النشاط العام للوحدة أي جميع أنشطة م ركز المسؤولية فيها بهدف التوصل إلى حكم موضوعي ودقيق يمكن الاعتماد عليه.

4-1- مرحلة اتخاذ القرار المناسب عن نتائج التقييم: في كون نشاط الوحدة المنفذ كان ضمن الأهداف وإن الانحرافات التي حصلت في النشاط قد حصلت جميعها، وأن الحلول اللازمة لمعالجة هذه الانحرافات قد اتخذت وأن الخطط قد وضعت للسير بنشاط الوحدة نحو الأفضل في المستقبل.

5-1- مرحلة تحديد المسؤوليات ومتابعة العمليات التصحيحية للانحرافات: التي حدثت في الخطة الانتاجية وتزويد الإدارات التخطيطية والجهات المسؤولة عن المتابعة بالمعلومات والبيانات التي نتجت عن عملية التقييم للاستفادة منها في رسم الخطة القادمة وزيادة فعالية المتابعة والرقابة.

2- فوائد تقييم الأداء: تعتبر عملية تقييم الأداء لتحديد مدى كفاءة الفرد، إحدى سياسات إدارة الموارد البشرية التي لا غنى عنها نظرا للفوائد التي تعود من وراء تطبيقها على أسس سليمة تتوافر فيها قدر الإمكان، وبعيدة عن التمييز والمحسوبية ، وفيما يلي الفوائد التي يمكن للإدارة الحصول عليها :¹

1-2- رفع روح المعنوية: إن جوا من التفاهم والعلاقات الحسنة يسود العاملين ورؤسائهم عندما يشعرون أن جهدهم وطاقتهم في تأديتهم لأعمالهم هي موضع تقدير واهتمامهم من قبل الإدارة.

2-2- إشعار العاملين بالمسؤولية: إذ عندما يشعر الفرد أن نشاطه وأدائه في العمل هو موضع تقييم من قبل رؤسائه المباشرين، وإن نتائج هذا التقييم سترتب عليها اتخاذ قرارات هامة تؤثر على مستقبله في العمل فإنه سوف

¹ المرجع السابق، ص 44.

الفصل الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بأداء المؤسسة الاقتصادية

يشعر بمسؤوليته تجاه نفسه والعمل معا، وسوف يبذل جل جهده وطاقاته التي يمتلكها لتأدية عمله على أحسن وجه لكسب رضا رؤسائه.

2-3- وسيلة لضمان عدالة المعاملة: حيث تضمن الإدارة عند استخدامها أسلوبا موضوعيا لتقييم الأداء، أن ينال الفرد ما يستحقه من ترقية أو علاوة أو مكافأة على أساس جهده وكفاءته في العمل كما تضمن الإدارة عند استخدامها أسلوبا موضوعيا لتقييم الأداء، أن ينال الفرد ما يستحقه من ترقية أو علاوة أو مكافأة على أساس جهده وكفاءته في العمل كما تضمن الإدارة معاملة عادلة ومتساوية لكافة العاملين، كما أن تقييم العاملين يقلل من إغفال كفاءة العاملين من ذوي الكفاءات والذين يعملون دون ضجيج وبصمت.

2-4- الرقابة على الرؤساء: إذ أن تقييم الأداء يجعل الإدارة العليا في التنظيم قادرة على مراقبة وتقييم جهود الرؤساء وقدراتهم الاشرافية والتوجيهية من خلال نتائج تقارير الكفاءة المرفوعة من قبلهم لم ارجعتها وتحليلها، ومن خلال ذلك يتسنى للإدارة العليا تحديد طبيعة معاملة الرؤساء والمرؤوسين، ومدى استفادتهم من التوجيهات المقدمة لهم من قبل رؤسائهم.

2-5- استمرار الرقابة والإشراف: إذ أن الوصول إلى نتائج موضوعية وصحيحة من خلال تقييم أداء العاملين يتطلب وجود سجل خاص لكل فرد يسجل فيه القائمون على عملية التقييم ملاحظاتهم على الإدارة بشكل مستمر، وهذا يتطلب من الرؤساء ملاحظة ومراقبة أداء مرؤوسيههم باستمرار ليكون حكمهم قائما على أسس موضوعية وهي تقييم سياسات الاختيار والتدريب والابتعاد عن المحسوبية العشوائية.

المطلب الثاني: علاقة أبعاد المسؤولية الاجتماعية بأداء المؤسسة

سنحاول في هذا المطلب ابراز العلاقة بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وأداء المؤسسة الاقتصادية.

أولا. علاقة البعدين الاقتصادي والقانوني بأداء المؤسسة: بحيث سنتطرق إلى علاقة كل من البعدين: الاقتصادي ، والقانوني وعلاقة كل منهما بأبعاد الأداء.

1- علاقة البعد الاقتصادي بأداء المؤسسة:

بما أن أداء المؤسسة ينقسم إلى أربعة أبعاد، سنقوم بالتعرض لعلاقة كل بعد على حدا.

1-1- البعد المالي: تعكس مقاييس الأداء المالي الأهداف قصيرة المدى للمؤسسة وتشير إلى مدى إسهاماتها في تنفيذ الاستراتيجية، وفي التحسين المستمر لأهدافها ونشاطاتها من جهة النظر المالية وذلك بتحديد الجوانب الخاصة بالموقف المالي للمنظمة بالاعتماد على عدة مقاييس، ويتم التقييم للأداء هنا بالمقارنة مع نتائج الأداء

الفصل الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بأداء المؤسسة الاقتصادية

المالية للمنظمات المنافسة مع معايير وقياسات تاريخية المؤسسة نفسها. وتلعب المقاييس المالية دورا مزدوجا: فهي تحدد الأداء المالي المتوقع من الاستراتيجية، وتلاؤم الأهداف مع الغايات والمقاييس في كل منظورات بطاقة التقييم الأخرى. كما أن الأهداف والمقاييس في المنظورات الأخرى للبطاقة يجب أن يرتبط بتحقيق واحد أو أكثر من الأهداف في المنظور المالي...¹

. ومنه يعتبر البعد المالي المحصلة النهائية لتحقيق المؤسسة لأهدافها الاستراتيجية.

2-1- بعد العميل: إن رضا العميل يعد مؤشرا حاسما لمعرفة كيف تسير أمور المؤسسة مع عملائها الحاليين على الأقل وكذلك المستهدفين والمستقبليين ويمكن للمنظمة تحقيق رضا العملاء باستخدام ما يحقق علاقة مميزة ومستمرة بينهما، وهي عبارة عن خلق مميز لكل من المنتج، السعر، الخدمة، العلاقة والصورة، والتي تقدمها المؤسسة لشريحة محددة من عملائها بشكل أفضل أو مختلف عن منافسيها، وبالتالي تقوم المؤسسة بتقديم الخدمة أو السلعة بأقل التكاليف من خلال تقديم أسعار مميزة وجودة عالية، وهذا سوف يعود عليها بربحية تساعد على استمرار نشاطها بتحقيق رقم أعمال مربح.²

. وبالتالي ازدهار اقتصاد المؤسسة وزيادة حصتها السوقية هو نتيجة تحقيق رغبات العملاء.

3-1- بعد التعلم والنمو: يركز هذا الجانب على القدرات والمهارات الداخلية والواجب تنميتها لتحقيق أهداف المؤسسة في الأمد الطويل ويهتم هذا البعد بالتعلم التنظيمي والنمو لدى العاملين وهذا البعد يساهم في تعزيز قدرة المؤسسة على التكيف بفاعلية مع الظروف المتغيرة من أجل تحسين قدرتها وأدائها على تقديم منتجات أو خدمات جديدة تساهم في تطوير ربحها واستمراريتها في البقاء.

. إذا فالمؤسسة تنمي قدرات عمالها وموظفيها وتطور وسائل انتاجها من أجل القدرة على المنافسة وتحقيق الأهداف طويلة الأجل.

4-1- العمليات الداخلية: وهي تلك العمليات التي تعد مفتاحية للمنظمة حيث يتم عرض الأعمال المتميزة المقدمة للزبائن والمساهمين من أجل ضمان تحقيق الربحية ورقم أعمال مرتفع، كما يركز هذا البعد على العمليات الداخلية والإجراءات التشغيلية التي تمكن المؤسسة من التميز وبالتالي تحقيق رغبات العملاء بكفاءة وفعالية وكذلك تحقيق نتائج مالية مرضية للمساهمين.³

. يعد نجاح المؤسسة اقتصاديا مرهون بمواردها وعملياتها الداخلية من خلال: الإبداع والإنتاج والخدمات.

¹ صالح بلاسكة، مرجع سبق ذكره، ص30.

² أبو عجيلة رمضان عثمان الغريب، مدى إمكانية استخدام بطاقة الأداء المتوازن لتقييم الأداء في البنوك، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص 30.

³ صالح بلاسكة، مرجع سبق ذكره، ص34.

2- علاقة البعد القانوني بأداء المؤسسة:¹

بما أن أداء المؤسسة ينقسم إلى أربعة أبعاد، سنقوم بالتعرض لعلاقة كل بعد على حدا.

1-2- البعد المالي: يتجلى هذا البعد بإنشاء قوانين تظم تعويضات المساهمين برأس المال بمعدل عائد تنافسي،

بينما تحافظ في ذات الوقت على نمو رأسمالها هادفة إلى تعزيز الربحية والنمو على المدى الطويل.

. فكلما كانت القوانين التي تسنها المؤسسة تأخذ بعين الاعتبار مصلحة المساهمين، كلما عزّز ذلك من ربحية ونمو المؤسسة.

2-2- بعد العميل: تعمل المؤسسة في هذا البعد بأن تستجيب لاحتياجات وحقوق الزبائن والمستهلكين الآخرين

وتعمل على تقديم أعلى مستوى للمنتجات وقيمة الخدمات، وبأسعار ونوعية مناسبة والإعلان لهم بكل صدق وأمانة، وتقديم منتجات صديقة لهم وبالإضافة إلى تقديم إرشادات واضحة بشأن استخدام المنتج، وبما في ذلك الالتزام الشديد برضا وسلامة الزبون.

. أي الالتزام بالقوانين التي تحمي العملاء ينمي الثقة لديهم بالمؤسسة.

3-2- بعد العمليات الداخلية: يجب على المؤسسة في هذا البعد على أن ترتبط أنشطتها بإدارة الموارد البشرية

لترقية وتطوير القوى للعاملين على المستويات الشخصية والمهنية لهم لأنهم يمثلون شركاء قيمين في العمل، بما يستجوب احترام حقوقهم في ممارسات عادلة في العمل ، ومنافع وبيئة عمل آمنة وصديقة وخالية من المضايقات، وأن تتسم المؤسسة بالعدالة والأمانة مع العامل.

. فالتزام المؤسسة واحترامها لحقوق العمال والموظفين يخلق بيئة عمل جيدة.

4-2- بعد التعلم والنمو: يركز هذا البعد حول التعلم التنظيمي والنمو الذي يقصد به تحديد وتشخيص البنية

التحتية التي يجب أن تحققها المنظمة، ويتطلب عليها أن تعي طبيعة التغيرات العميقة والجذرية التي ظهرت في البيئة المعاصرة حيث الأهمية الفائقة لرأس المال المعرفي والفكري والتأثير الشامل للعولمة والتسارع في تطور التكنولوجيا، والتنوع الشديد في مكان العمل والاهتمام والحساسية العالية لجوانب المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للأعمال والاهتمام بالقوانين والالتزامات بتطوير المسار المهني والوظيفي للعاملين.

. حيث أنه هناك علاقة طردية بين الجانب القانوني للمؤسسة وبين بعد النمو والتعلم.

ثانيا. علاقة البعدين الأخلاقي والإنساني بأداء المؤسسة:

¹ بوبكر محمد الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 56.

حيث سنتطرق إلى علاقة كل من البعدين : الأخلاقي والإنساني وعلاقة كل منها بأبعاد الأداء.

1- علاقة البعد الأخلاقي بأداء المؤسسة:¹

بما أن أداء المؤسسة ينقسم إلى أربعة أبعاد، سنقوم بالتعرض لعلاقة كل بعد على حدة.

1-1- البعد المالي: يحقق هذا البعد نسبة من الربحية تساعد المؤسسة على تحسين نوعية الحياة وذلك من خلال زيادة قيمة استثماراتها ويمكن تحقيق البعد المالي ببناء علاقة خدمية مميزة لتحقيق إيرادات إضافية إلى الخدمات الجديدة المتعلقة بالأسواق والعملاء الجدد وزيادة مدى ربحية استراتيجيتها ولا يقتصر هذا البعد على مدى الربحية كقياس البعد الأخلاقي بل يجب على المؤسسة أن تحقق ربحية بدون أن تلحق ضرر بأصحاب المصالح التي تتعامل معهم.

. إذا لم تعد المؤسسة تنظر لقيمتها بما تحققه من أرباح فقط، بل أصبحت تهتم بمصلحة أصحاب المصالح الذين تتعامل معهم.

2-1- بعد العميل: تعمل المؤسسة بالتعرف على الزبائن المحتملين واحتياجاتهم بغية إرضائهم، ويجب على المؤسسة أن تتبع وتعمل على مجموعة من الخصائص للمنتوج وهو الدور الوظيفي للمنتوج أو الخدمة بالنسبة للمستهلك من حيث السعر، والجودة والتميز، وبالأخص يجب على المؤسسة مراعاة والحرص على أن تدخل للأسواق بمنتوج يوافق كل متطلبات الزبون ولا يمس بعاداتهم وأخلاقهم من جهة ولا ينعكس على البيئة التي تعيش فيها من تلوث من جهة أخرى، وهذا يساعدها في كسب رضا الزبون.

. أي يجب أن تتميز المؤسسة كوسيط اجتماعي بأخلاق مهنية تتوافق وقيم المجتمع الذي تعيش فيه.

3-1- بعد التعلم ونمو: يركز هذا البعد الاهتمام بالقدرات الفكرية للعاملين ومستويات مهاراتهم ونظم المعلومات والإجراءات الإدارية داخل المؤسسة ولا يقتصر هذا البعد على تطوير مهارات العامل بل محاولة ملاءمتها مع المحيط الذي تعيش فيه، حيث تلتزم المؤسسة على إنشاء برامج وإجراءات تتلاءم والسمات التي تتميز بها غيرها من المنظمات.

. فكلما كانت برامج التحسين والتطوير في المؤسسة تتسم بالأخلاق والعدالة، كلما كانت النتيجة أفضل.

4-1- بعد العمليات الداخلية: وتركز العمليات الداخلية بتحديد العمليات الجديدة كلياً كما تعمل على إدخال عمليات الإبداع في محور العمليات الداخلية للمنظمة لنجاح استراتيجيتها.

¹ المرجع السابق ، ص 57.

حيث تلتزم المؤسسة بتوفير كافة العوامل اللازمة لخلق وتعميق حالة الولاء والانتماء للعاملين كإهتمامهم بالصحة والحرص على مراعاة كافة تكاليف الأداء الاجتماعي المضحي بها لحماية المجتمع والمحيط الذي تعمل به المؤسسة حيث تعمل جاهدة رد الأضرار عن البيئة المحيطة.

. أي يجب أن تركز المؤسسة على جانب الصحة والخدمات الاجتماعية... إلخ.

2- علاقة البعد الخيري (الإنساني) بأداء المؤسسة:¹

بما أن أداء المؤسسة ينقسم إلى أربعة أبعاد، سنقوم بالتعرض لعلاقة كل بعد على حدة.

1-2- البعد المالي: الذي يعنى بوضع المقاييس الداخلية والخارجية لتحديد مدى مساهمة الاستراتيجية

وتطبيقاتها في تحقيق التحسينات المالية من الأرباح والخسائر والقوة المالية. ومن المؤشرات التي يمكن متابعتها عند تطبيق المنظور المالي في البعد الخيري ما يلي: الإيرادات والمصروفات السنوية ونسبة التبرعات من الإيرادات ونسبة التبرعات الثابتة أو المتقطعة وحجم الترشيد في النفقات ونسبة فعالية التبرعات (مجموع التبرعات إلى مجموع المصروفات)، نسبة التبرعات المحصلة فعلياً إلى التبرعات المعلنة... إلخ.

. فكلما فعلت المؤسسة الجانب الخيري، كلما أدى ذلك لترشيد التكاليف كتخفيض نسب الضرائب... إلخ.

2-2- بعد العميل: ويعنى بتحديد المكانة الحالية والمستقبلية للشركة في نظر المستفيدين والموردين. ومن الأمثلة

على المؤشرات التي يمكن وضعها: عدد المستفيدين من الخدمة المقدمة، وعدد الشركاء، ونسبة رضاهم.

. أي دمج الجانب الخيري في جانب المعاملات مع العملاء لكسب رضاهم.

2-3- بعد العمليات الداخلية: ويعنى هذا البعد بالمقاييس الداخلية التي تحدد عمليات وإجراءات المؤسسة

الداخلية وكفاءتها، كالوقت اللازم لإنجاز العمليات الرئيسة وفاعلية أدائها، ونسبة التحسين في الإجراءات، ونسبة الأخطاء في تقديم الخدمة، وعدد الاقتراحات المقدمة ونسبة التطبيق، وعدد المشاريع الجديدة، ونسبة التعاملات الإلكترونية... إلخ.

. وربما تظهر العلاقة هنا مثلاً في عدم تحميل العمال والموظفين أعمال ومسؤوليات تفوق طاقاتهم.

2-4- بعد التعلم ونمو: يركز هذا البعد على المقاييس الداخلية والخارجية التي تظهر الإمكانيات المحتملة بتطور

البنية التحتية والقدرات البشرية، وتركز المؤشرات الرئيسية في هذا البعد على الكفاءات والاستثمار في الأنظمة، وأداء الخدمات الجديدة، وتطوير الأداء والمهارات بصورة دائمة في الأفراد، والنظم، والإجراءات.

¹ المرجع السابق، ص 58.

الفصل الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بأداء المؤسسة الاقتصادية

وفيما يلي بعض الأمثلة على المؤشرات المقترحة في هذا البعد: فرص التعليم والتدريب داخل المنشأة وخارجها، وعدد ونسبة الفرص الوظيفية للعاملين والمتطوعين، وعدد المشاركات في المؤتمرات واللقاءات العلمية ذات العلاقة بالعمل الخيري... الخ

خلاصة الفصل الأول:

من خلال التطرق للإطار النظري لدور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة، وذلك من خلال تناولنا لمختلف العناصر الآتية، ماهية المسؤولية الاجتماعية من خلال تعريفها وأهميتها بالنسبة للمؤسسة والمجتمع و

الفصل الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بأداء المؤسسة الاقتصادية

الدولة، كما أن المسؤولية الاجتماعية تقف على عدة مبادئ وهذا ما جعل المسؤولية الاجتماعية عنصر ضروري في المؤسسة الاقتصادي، وذلك من أجل نجاحها واستقرارها في المجتمع.

إن للمسؤولية دورا فعالا في أداء المؤسسة و ذلك من خلال تناولنا لتعريف الأداء وأهم تصنيفاته حسب كل معيار من حيث المصدر و الشمولية، الوظيفي وكذا من حيث الطبيعة، كما تطرقنا إلى مختلف عناصر بطاقة الأداء المتوازن كآلية لقياس أداء المؤسسة و التي تتمثل في عدة محاور، محور المالي ومحور العملاء ، ومحور العمليات الداخلية، محور النمو والتعلم و محور الأخير البيئة والمجتمع.

وعليه خلصت الدراسة بأن المسؤولية الاجتماعية مفهوم حديث، يكمن في أربعة أبعاد: البعد الاقتصادي والبعد القانوني، والبعد الأخلاقي و البعد الخيري، حيث أن هذه الأبعاد لها علاقة كبيرة مع أداء المؤسسة و هي علاقة تكاملية. ومنه:

✓ علاقة البعدين الاقتصادي و القانوني بأداء المؤسسة: هي علاقة تكاملية من خلال تحقيق المؤسسة لأهدافها الاستراتيجية، وتحقيق الأرباح واحترامها لجميع القوانين وحقوق العمال و الموظفين دون تمييز وكل هذا يخلف بيئة عمل جيدة.

✓ علاقة البعدين الأخلاقي و الخيري بأداء المؤسسة: هي علاقة تكاملية من خلال تميز المؤسسة بأخلاق المهنية والسلوكية، والمعتقدات في المجتمع الذي تنشط فيه، وتقديم المساعدات و الاعانات للمجتمع بما يساهم من تحسين نوعية الحياة لسكان هذا المجتمع.

الفصل الثاني

قياس أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء

شركة روائح الورود

تمهيد :

المسؤولية الاجتماعية تعتبر مفهوم حديث أدخل في جانب تسيير الشركات وهذا للحفاظ على مركزها التنافسي وزيادة ربحيتها، وبالتالي هذه المسؤولية أدخلت من خلال تبني الشركة لعدة أبعاد: البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الأخلاقي والبعد الخيري، وعليه جاءت هذه الدراسة لكي تقيس أفضل هذه الأبعاد التي تمثل أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء الشركة الاقتصادية، وترتكز هذه الدراسة على دراسة حالة شركة روائح الورود بالوادي.

وقد قسمت هذه الدراسة إلى ثلاث مباحث وهي:

المبحث الأول: بطاقة تعريفية على شركة روائح الورود

المبحث الثاني: منهج الدراسة والأدوات المستخدمة

المبحث الثالث: تحليل نتائج الاستبيان و اختبار نتائج الدراسة الميدانية

المبحث الأول: بطاقة تعريفية على شركة روائح الورود.

سنستطرق في هذا المبحث لإحدى أهم وأشهر الشركات في مجال تصنيع الروائح والعطور، ألا وهي شركة روائح الورود.

المطلب الأول: نشأة وتطور شركة روائح الورود

في هذا المطلب سنحاول التعرف عن نشأة وتاريخ تطور شركة روائح الورود:

أولا. تقديم مجموعة ورود

يقع المجمع الصناعي لمجموعة ورود في مدينة الوادي بالمنطقة الصناعية بكوينين، والمعروفة بمدينة الألف قبة والنخيل المنخفض. وتتربع على مساحة قدرها 25000 متر مربع¹، ويشغل بها أكثر من 500 عامل وعاملة.

وقد كانت تتشكل مجموعة ورود من ست شركات، وحاليا تتشكل من 03 شركات فقط وهي:

1- شركة روائح الورود: (Parfums Wouroud) وتعتبر أولى شركات المجموعة وأكثرها عراقا في الجزائر تواصل صنع العطور منذ نشأة الشركة الأم (شركة عطور ورود) سنة 1963. وهي التي ستقع عليها دراستنا التطبيقية.

2- شركة الوليد للطباعة والتغليف (Walid Emballages & édition-El): أنشأت في 06 جانفي

1998، بداية الاستغلال كانت في 01 مارس 2001 وهي تهتم بكل الأنشطة المتعلقة بالتغليف والطباعة من مادة البلاستيك والزجاج ومن أهم ما تتميز به:

3- شركة الورود لمواد التجميل و الصابون: أنشأت في 08 جانفي 2001، و تقوم بالأنشطة التالية: صناعة صابون الزينة ومختلف مواد التجميل. ولقد تم انشاء هذه الشركة بهدف التكامل بينها وبين الشركة الأم (شركة روائح الورود)².

ثانيا. تقديم شركة روائح الورود

1- تأسيسها: تأسست شركة "روائح الورود" يوم 15 جويلية 1983م في المنطقة الصناعية بكوينين ولاية الوادي، وازدهرت هذه الشركة خلال بضع سنوات حتى أصبحت تمثل أفضل الشركات الصناعية في البلاد.

2- تعريف شركة "روائح الورود" وتاريخها: يعود تاريخ تأسيس هذه الشركة إلى الشركة الأم (شركة روائح الورود)، التي تم تأسيسها سنة 1963، تعتبر أول شركة في الجزائر متخصصة في صناعة العطور، حيث قام بتأسيسها مجموعة من الشركاء وعلى رأسهم جديدي سالم عطاء الله، وكان مقرها في الجزائر العاصمة، ثم بعد ذلك خلفه

¹ موقع الشركة www.wouroud.com الصفحة الرئيسية، تقدم معلومات، تاريخ الزيارة 2023/05/08، الساعة 16:30.

² سفيان ميلودي، مسؤول المصلحة التجارية في شركة روائح الورود، فروع شركة ورود، مقابلة في مكتبه بالشركة، يوم 2023/05/07. (مقابلة شخصية)

الفصل الثاني: قياس أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء شركة روائح الورد

ابنه السيد: محمد البشير جديدي وانفرد بها ، وقام بنقلها إلى ولاية الوادي، أين أعلن عن إنشاء شركة روائح الورد في 15 جويلية 1983 بالمنطقة الصناعية بكوينين. وهي شركة ذات مسؤولية محدودة برأس مال اجتماعي قدره خمس مائة مليون دينار جزائري، تنتمي إلى قطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة، إذ يشتغل بها 156 عامل، ويقدر رقم أعمالها لسنة 2008 ب: 381.988.000 دينار جزائري.

وقد شهدت سنة 1988م إطلاق أول عطر للشركة سمي بالحاسة السادسة "Sixième sens" الذي حضي بشهرة واسعة منذ إصداره إلى غاية اليوم، ويعتبر العطر الأكثر مبيعا ورواجا في الجزائر، كما يساهم العطر بـ: 40% من رقم الأعمال الكلي للشركة.

وفي سنة 1995م بدأت الشركة أعمال التوسع وتحديث الآلات، واستمر ذلك إلى غاية نوفمبر 1997 لتصل بها المساحة إلى 4000 متر مربع، حيث تم البناء بطابع معماري فريد يجمع بين التراث الصحراوي الأصيل وأحدث تقنيات البناء. وتم تجهيز الشركة بأحدث الآلات والأجهزة المستوردة، وأغلب هذه الأجهزة تعتبر الأولى من نوعها على مستوى شمال إفريقيا.

ومن الجدير بالذكر أن شركة "روائح الورد" تولي عناية خاصة لاستعمال التقنيات الحديثة وتعول عليها في سياستها التنموية، فعلى سبيل المثال، بدأ الاعتماد على المعلوماتية واستعمال النسخ الهاتفية (الفاكس) منذ سنة 1987، وكذا استعمال التقنيات الجديدة للإعلام والاتصال الذي تم في 1994م، كما تعتبر أول شركة تنشئ موقع على الانترنت سنة 1994م ، وأول من استعمل الترميز في الجزائر سنة 1993م، وكان ذلك قبل إنشاء المنظمة الجزائرية لترقيم المنتجات "EAN Algerie"، حيث اتصلت الشركة بالمنظمة الدولية ببروكسل ومنحتها الرقم 1001، مما سهل مهمة مراقبة ومتابعة حركة المواد الأولية والمنتجات.

وتحرص شركة "روائح الورد" على التطوير الدائم و مراقبة الجودة وتحسين النوعية وتستعمل لذلك أحدث أجهزة القياس والمراقبة. كما استطاعت أن تتبنى نظام إدارة الجودة وتعتمده في سياستها الإدارية، ففي سنة 2006 حصلت الشركة على شهادة ايزو 9001 إصدار 2000. والذي تسعى من خلاله إلى التطوير المستمر وتعزيز رضى الزبون بالوفاء بمتطلباته، وكذا العبور للأسواق الخارجية.

فمن خلال ما تمتلكه الشركة من تكنولوجيا متطورة إلى جانب جودة منتجاتها وكفاءة موظفيها، تمكنت من الصعود إلى مصاف الشركات المنافسة في الأسواق العالمية، وشاركت في العديد من المعارض الدولية¹.

2- أنشطتها: تقوم الشركة بتصميم، تطوير، إنتاج وتسويق مواد العطور التالية:

ماء التزيين (Eaux de toilette).

مزيل الروائح (Deodorants).

¹ برحيلي أحلام، الإبداع كخيار استراتيجي لتعزيز الميزة التنافسية في الشركات الصغيرة و المتوسطة، مذكره ماستر ، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي. أم البواقي، 2012/2013، ص 139، 140.

مناديل معطرة (Pochette parfumes).

3- الأجيال التي مرت بها: ولقد مرت تشكيلة منتجات الشركة، قبل أن تصل إلى ما هي عليه الآن، بأربعة أجيال:

3-1 الجيل الأول (1986): حيث عمدت الشركة إلى إنتاج أولى منتجاتها، والمتمثلة في ماء التزيين، وقد بدأت بالمنتجات التالية: Sixième sens -Oscar :

3-2 الجيل الثاني (1990) : حيث توجهت الشركة إلى إنتاج مزيل الروائح (rantDeodo)، وذلك في إطار توسيع تشكيلة منتجاتها.

3-3 الجيل الثالث (1995): إنتاج منتجات جديدة من ماء التزيين ذات التكنولوجيا المتطورة ، متمثلة أساسا في: Elu, Borane, Danésia, Mawja.

3-4 الجيل الرابع (2000): إنتاج منتجات من ماء التزيين، تحت اسم Plutot (منتج موسمي)، و Magic منتج خاص بالأطفال¹.

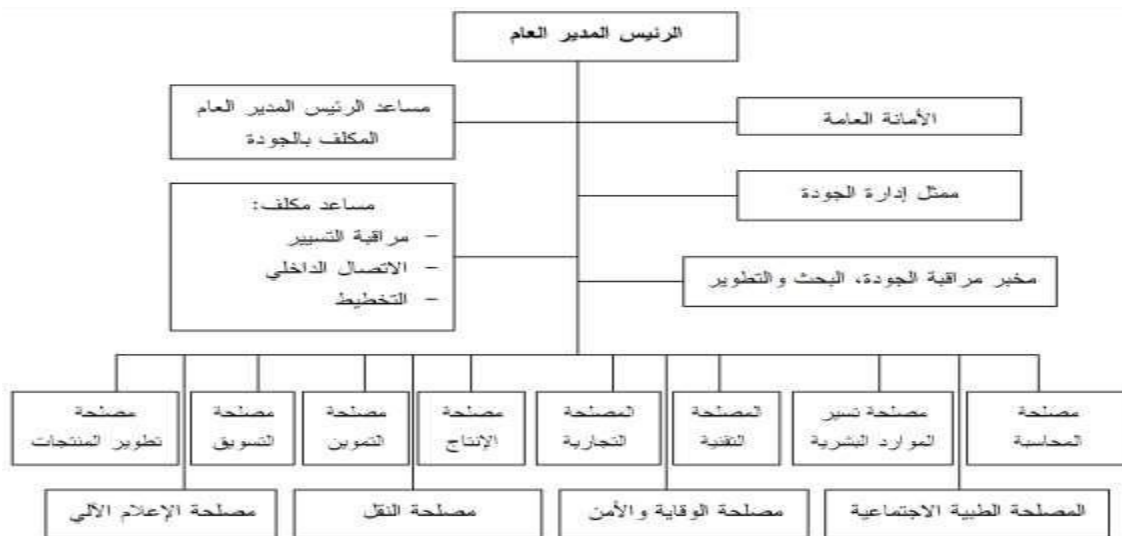
المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي ووظائف المصالح في شركة روائح الورود

سيتم التطرق في هذا المطلب الهيكل التنظيمي للشركة ووظائف مصالح الشركة محل الدراسة.

أولا. الهيكل التنظيمي لشركة روائح الورود

يمكن أن نبين الهيكل التنظيمي للشركة من خلال الشكل التالي:

الشكل (2-1): الهيكل التنظيمي لشركة روائح الورود



المصدر: الأمانة العامة للشركة.

¹ عاد محمد الصغير، نظام إدارة الجودة ايزو 9001 و دوره في تحسين الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماستر في تخصص اقتصاد و تسيير مؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر . بـسكرة الجزائر، السنة 2019/2020، ص 94.

من خلال الشكل أعلاه يتبين لنا بأن الهيكل التنظيمي لشركة روائح الورد يتكون من عدة مصالح ، ومن بينها مصالح تهتم بتطوير وإدارة الجودة في شركة الورد والمتمثلة في : (مساعد الرئيس المدير العام المكلف بالجودة، مخبر مراقبة الجودة للبحوث والتطوير، ممثل إدارة الجودة).

ثانيا: وظائف مصالح الشركة:¹

1- المدير العام: يقوم بالإشراف على السير الحسن لجميع نشاطات الشركة ويشرف علي جميع التعاملات في الداخل والخارج ، وله الحق في اتخاذ القرارات ومراقبة جميع الأعمال داخل الشركة.

2- السكرتارية: دورها في:

✓ مساعدة المدير العام في مهامه؛

✓ متابعة السير الحسن للنشاط ؛

✓ استقبال البريد الوارد للشركة؛

✓ استقبال المكالمات الداخلية و الخارجية.

3- مساعد المدير المكلف بالجودة: دوره يكمن في:

✓ رفع التقارير إلى المدير العام حول سير نظام الجودة؛

✓ الربط والتنسيق بين مسؤولي نظام إدارة الجودة لشركة الورد؛

✓ متابعة سير نظام إدارة الجودة في المشروع؛

✓ تحسين أف ارد وإعدادهم للمراجعات وتزويدهم بالبرنامج.

4- مخبر مراقبة الجودة للبحوث والتطوير:

وهذا المخبر مجهز بأحدث الوسائل لم ارقى جودة المنتجات ويسير من طرف ذوي كفاءة وخبرة في مجال الكيمياء ويات قاموا بتكوين في الخارج.

5- مصلحة المحاسبة والمالية: دورها يكمن في:

✓ تطبيق السياسة المالية للشركة؛

✓ إعداد الميزانيات؛

✓ تنظيم وترتيب وحفظ مختلف الوثائق المحاسبية (فواتير وصول استلام...) ؛

✓ متابعة الحسابات البنكية.

6- مصلحة تسير الموارد البشرية: وبما أن العامل البشري في غاية الأهمية لدى شركة عطور وورد فإنها دائما تحرص على تكوين العمال، خاصة أن مهنة العطارة مهنة متميزة. فلقد برمجت شركة عطور وورد من أجل العاملين

¹ عاد محمد الصغير، مرجع سبق ذكره، ص 96، 97.

الفصل الثاني: قياس أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء شركة روائح الورد

في المجال التقني التجاري سلسلة من التربصات بمدينة قراس الفرنسية والتي تعتبر العاصمة العالمية للعطور، بالإضافة إلى دورات من المحاضرات والدروس الجامعية التكميلية. ويمكن دورها في:

- ✓ عملية التوظيف وإعداد الأجور؛
- ✓ وضع مخطط للعطل السنوية للعمال؛
- ✓ تجهيز وثائق التأمين الخاصة بالعمال؛
- ✓ تحفيز ومكافئة العمال.

7- المصلحة التقنية: ويمكن دورها في:

- ✓ القيام بتصليح الخلل الموجودة داخل ورشة الإنتاج او خارجها؛
- ✓ الصيانة والمتابعة الدورية لمختلف الآلات الإنتاجية؛
- ✓ القيام بتركيب مختلف التجهيزات الكهربائية داخل الشركة.

8 المصلحة التجارية: و يمكن دورها في:

- ✓ تقوم بعرض وبيع منتجات الشركة؛
- ✓ دراسة السوق وتقدير المبيعات؛
- ✓ تسجيل وتحليل شكاوي واحتياجات الزبائن.

9 مصلحة الإنتاج: ويمكن دورها في:

- ✓ تتكفل هذه المصلحة بالإشراف على عمليات الإنتاج؛
- ✓ متابعة السير الحسن للعمل؛
- ✓ تحتوي على مخبر لمراقبة النوعية.

10 مصلحة تطوير المنتجات: و يمكن دورها في:

- ✓ العمل على خلق أو تطوير منتجات الجديدة؛
- ✓ المساهمة في تصميم المنتجات الجديدة (العطر، شكل القارورة، التغليف، الاسم ...)

11 مصلحة الإمدادات: و يمكن دورها في:

- ✓ تقوم بمتابعة حركة التصدير؛
- ✓ متابعة نقل الموارد المصدرة والمستوردة؛
- ✓ الاتصال بوكالة العبور الدولية فيما يخص عمليتي التصدير والاستيراد.

12- مصلحة التسويق: حيث أن قسم التسويق الذي أنشئ سنة 1994 يهتم بالعلاقات الخارجية للشركة بالإضافة إلى الاتصال الداخلي الذي يركز على ضرورة المحافظة على جودة ونوعية منتوجات ومن ورود:

✓ متابعة وتحليل تطورات أسعار السوق، ومختلف أنواع المنتجات المنافسة الوطنية والدولية.

✓ تجميع وبث مختلف المعلومات التجارية والتسويقية التي تهم الشركة.

✓ إعداد وتنفيذ مختلف الشركات في المعارض الوطنية والدولية.

ولهذه الهيكلية الإدارية دوار بارز في معنى تطبيق نظام إدارة الجودة (ISO9001)، والتي تحافظ على استمرارية الشركة وجودة خدماتها وكفاءتها وفعاليتها، على اعتبار أن القرارات الإدارية السديدة تحتاج إلى هيكلية إدارية متكاملة تطبق بنود نظام إدارة الجودة (ISO9001) في الشركة.

المطلب الثالث: دور تبني نظام (iso9001) في شركة روائح الورود.

سنقوم بعرض وضعية الشركة محل الدراسة خلال شهادة ايزو 2008 و ايزو 2015.

أولا. وضعية الشركة خلال شهادة مواصفة (008iso9001/2)

بعد حصول شركة ورود للروائح والعطور على شهادة الايزو مواصفة (000iso9001/2) المتعلقة بالجودة في سنة 2006 وحصولها على شهادة (iso9001/2008)، وانعكاسها على نتائجها المالية وتحقيقها لرضى عملائها تمكنت شركة الورود للعطور بتسويق وتوزيع منتجاتها في الوطن، إذ أن المنتج الشركة يغطي 15% من السوق الوطني في مجال العطور بالجزائر، كما توزع منتجاتها على أكثر من 30 ولاية تقريبا، 86% من رقم أعمالها وتغطي الولايات التالية: الجزائر العاصمة والولايات المجاورة، سطيف، وهران، عنابة، باتنة، الوادي، غليزان، تيزي وزو، مستغانم، غرداية، كما تتواجد منتجات الشركة في أغلب المعارض والتظاهرات الوطنية وذلك بهدف التعريف بمنتجاتها وجلب الزبائن وتلبية رغباتهم.

كل هذا جعلها تفكر في تبني المواصفة الحديثة (iso9001/2015).¹

ثانيا. وضعية الشركة خلال شهادة مواصفات (iso9001/2015)

هدف الشركة من اعتماد نظام الجودة ليس لإنتاج منتجات ذات جودة بل لتكريس نظام جودة يهدف الى تحسين الإنتاج وبالتالي انتاج منتجات ترضي متطلبات الزبائن كما يساعد نظام الايزو شركة ورود على:²

✓ تحسين الاتصال الداخلي بين الموظفين وبين الشركة والعملاء.

✓ تسليط الضوء على مناطق المشاكل التي تحتاج إلى معالجة في نظام عمل الشركة.

✓ تحكم إداري أفضل في مصالح الشركة وخدمة عملاء أحسن.

✓ تخفيض النفقات التشغيلية في حالة حدوث خطأ وما يترتب على ذلك.

✓ زيادة مصداقية الشركة في المحافل الدولية وزيادة التسويق والعرض الدولي لمنتجاتها.

¹ عاد محمد الصغير، مرجع سبق ذكره، ص 117.

² المرجع السابق، ص 118.

ثالثا: الإستراتيجية المتبعة من طرف الشركة

يعلن الرئيس المدير العام لشركة روائح ورود إلى زبائنه ومتعامليه عن تعهده في وضع نظام تسيير الجودة طبقا لمرجعية المقياس ايزو 9001 إصدار 2015.

وفي هذا الإطار فإن وضع نظام الجودة هذا يركز على سياسة محاورها الرئيسية كالتالي:

- ✓ إعادة تنشيط سياسته التجارية بإرساء جهاز إصغاء وتقييم درجة رضا الزبائن.
- ✓ إرضاء مقتضيات الزبائن بتقديمهم منتوجا تنافسيا يتطابق ورغباتهم وفي الآجال المحددة.
- ✓ تنمية سياسته للاتصال قصد تقوية الروابط مع الزبائن وتقصير مدة انتظارهم مفضلا علاقة عمل أحسن.
- ✓ تدعيم المهارات من أجل التحكم أكثر في الأنشطة المطورة.
- ✓ التحسين المستمر لنجاعة السيورة المعتمدة في نظام تسيير الجودة.
- ✓ تخطيط ونشر أهداف الجودة على كل المستويات في الشركة ومراجعتها سنويا.
- ✓ وهذه السياسة تخضع إلى مراجعة سنوية عند الاجتماع السنوي لمجلس الادارة.

إن الإدارة المدعمة بالمشاركة الكاملة لكافة العمال وبتحفيز طاقم التأطير تتعهد بإعطاء كل الأهمية للاستمرار في اعتماد نظام تسيير الجودة داخل الشركة و بتسخير كل الوسائل والموارد اللازم لذلك. بذلك فإن تأهيل روائح الورود طبقا لمرجعية المقياس ايزو 9001 إصدار 2015 يشكل اعترافا ذا أهمية ضمن مسارنا للتحسين المستمر الذي شرعت فيه الشركة¹.

رابعا- الجوائز التي حصلت عليها شركة روائح الورود :

تحصلت الشركة على العديد من الجوائز العالمية والأوسمة بفضل ما تملكه من إمكانيات مادية وبشرية، وتتمثل في²:
جائزة إفريقيا الدولية (باريس) 1992 م.
جائزة الدولية للنوعية (مدريد) 1993 م.
جائزة النجم الذهبي للنوعية (مدريد) 1993 م.
الجائزة الدولية للتكنولوجيا والجودة (باريس) 1997 م.
جائزة الاهتمام النوعية العالمية (باريس) 1997 م.
جائزة أمريكا الذهبية (نيويورك) 1998 م.

إن حصول الشركة على كل هذه الجوائز هو دليل واضح على كفاءة مديريها والقدرة على التحكم في جودة منتجاتها، وقدرتها على التصدير وفعالية إدارتها اللوجستية وغزوها الأسواق الدولية بفضل ميزتها التنافسية لمنتجاتها،

¹ المرجع السابق، ص 119، 120.

² سفيان ميلودي، مسؤول المصلحة التجارية في شركة روائح الورود، الجوائز التي حصلت عليها الشركة، مقابلة في مكتبه بالشركة، يوم 11/05/2023. (مقابلة شخصية)

الفصل الثاني: قياس أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء شركة روائح الورود

وكان حصولها على شهادة الأيزو 9001 في فيفري 2006 تتويجا لمسيرة النجاح التي حققتها خلال مسيرتها، و تحصلت أخيرا على الأيزو 14000 الخاص بالأمان البيئية 26000 الخاص بالشركة الاجتماعية.

المبحث الثاني: الطريقة و الأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية

تتطلب دراسة ظاهرة أو مشكلة ما توفر بيانات ضرورية عن هذه الظاهرة أو المشكلة لتساعد الباحث في اتخاذ قرار مناسب تجاهها، لذا سيتم في هذا المبحث تحديد منهجية إجراء الدراسة الميدانية من خلال تحديد مجتمع وعينة البحث، طريقة البحث وأدوات التحليل.

المطلب الأول: الطريقة المستخدمة في الدراسة الميدانية

من خلال هذا المطلب سيتم التعرف على مجتمع الدراسة والعينة المختارة من البحث.

أولا. مجتمع و عينة الدراسة:

1- مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع عناصر ومفردات الظاهرة قيد الدراسة، ومجتمع الدراسة في هذا البحث يتمثل في عمال "شركة روائح الورود".

2-عينة الدراسة: هي اختيار عناصر من مجتمع الدراسة لجمع البيانات بما يخدم ويناسب ويعمل على تحقيق أهداف الدراسة. وتتمثل في عينة مستهدفة حيث وزعت الاستمارات على موظفين في الشركة محل الدراسة من مختلف المستويات.

وقد تم توزيع 50 استمارة على 50 موظف وعامل في الشركة، واسترجعنا كافة الإستمارات: 40 استمارة تمت الإجابة على كامل العبارات وتم إلغاء 10 لعدم الإجابات فيها أو عدم الإجابة على كامل العبارات، وبهذا سنعتمد على 40 استمارة كنموذج للدراسة.

ثانيا. الخصائص العامة للعينة:

تتمثل خصائص العينة فيما يلي:

1- خصائص العينة من حيث الجنس:

يمكن ابرازها من خلال جدول والشكل التاليين:

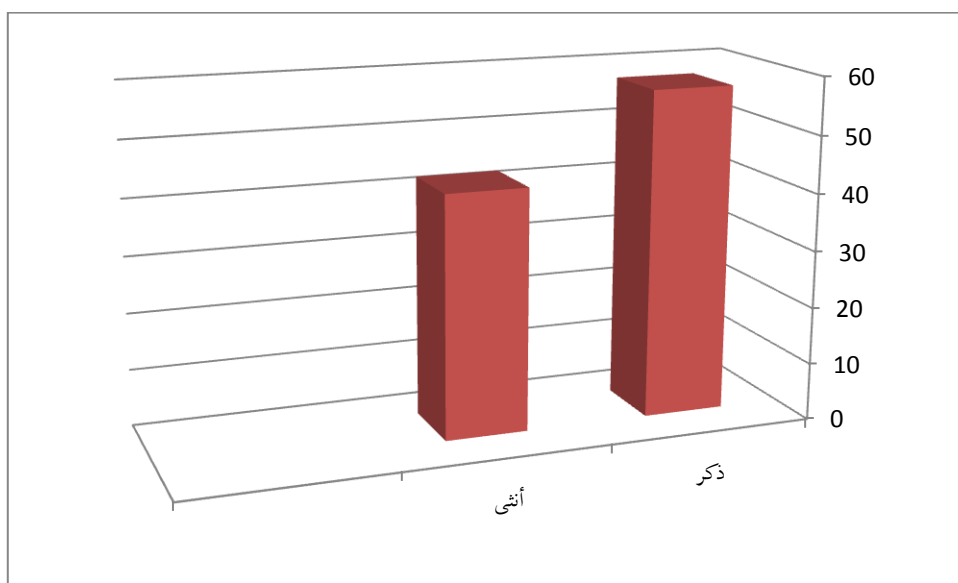
الجدول رقم(2-1): توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
57.5%	23	ذكر
42.5%	17	أنثى
100%	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا إلى نتائج Spss

الفصل الثاني: قياس أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء شركة روائح الورود

الشكل رقم (2-2): خصائص العينة من حيث متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطلبة استناداً إلى نتائج Spss

من خلال الجدول و الشكل البياني يتضح لنا نسبة العاملين الذكور أكبر من الإناث حيث بلغت نسبتهم 57.5% مقارنة بالإناث حيث بلغت 42.5%، وهذا راجع لطبيعة نشاط الشركة.

2- خصائص العينة من حيث المؤهل العلمي:

يمكن ابرازها من خلال الجدول والشكل التاليين:

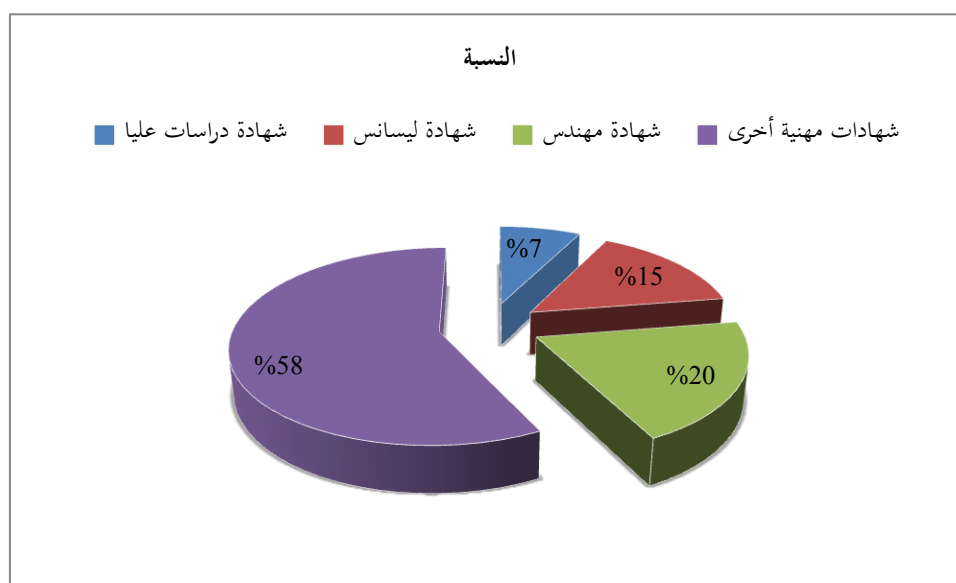
جدول رقم (2-2): توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	تكرار	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة التراكمية
شهادة دراسات عليا	3	7.5	7.5	7.5
شهادة ليسانس	6	15.0	15.0	22.5
شهادة مهندس	8	20.0	20.0	42.5
شهادات مهنية أخرى	23	57.5	57.5	100.0
المجموع	40	100.0	100.0	

المصدر: من إعداد الطلبة استناداً إلى نتائج Spss

الفصل الثاني: قياس أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء شركة روائح الورود

الشكل رقم (2-3): خصائص العينة من حيث متغير المؤهل العلمي



المصدر: من إعداد الطلبة استنادا إلى نتائج Spss

من خلال الجدول والشكل البياني يتضح لنا توزيع النسب حسب المؤهل العلمي لأفراد العينة حيث نجد الفئة الأكبر هم الذين يمتلكون مستوى " شهادات مهنية أخرى " بنسبة 57.5%، واحتلت المرتبة الثانية " شهادة مهندس " بنسبة 20%، أما المرتبة الثالثة فكانت لأصحاب " شهادة ليسانس " بنسبة 15%، في حين هناك فئة قليلة تتمثل في مستوى شهادة دراسات عليا بنسبة 7.5%. والملاحظ أن الشركة محل الدراسة ما يقارب 50% من عمالها لهم شهادات جامعية.

3- خصائص العينة من حيث العمر:

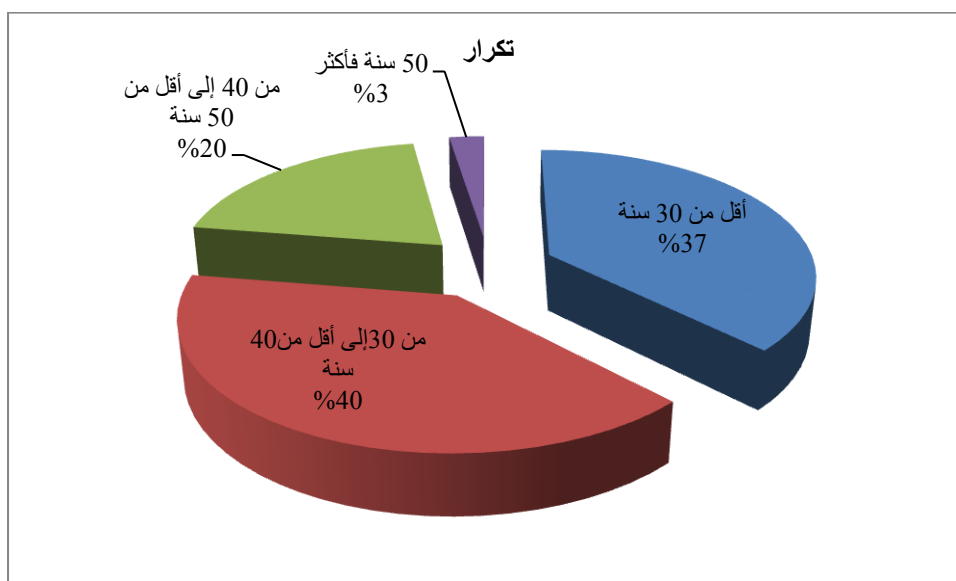
وسيتم توضيحها من خلال الجدول والشكل التاليين:

الجدول رقم (2-3): توزيع عينة الدراسة حسب الفئة العمرية

الفئات العمرية	تكرار	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة التراكمية
أقل من 30 سنة	15	37.5	37.5	37.5
من 30 إلى أقل من 40 سنة	16	40.0	40.0	77.5
من 40 إلى أقل من 50 سنة	8	20.0	20.0	97.5
50 سنة فأكثر	1	2.5	2.5	100.0
المجموع	40	100.0	100.0	

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا إلى نتائج Spss

الشكل رقم (2-4): خصائص العينة من حيث متغير الفئة العمرية



المصدر: من إعداد الطلبة استنادا إلى نتائج Spss

من الجدول والشكل السابقين يتضح لنا أن معظم أفراد العينة تتراوح أعمارهم بين 30 و 40 سنة وذلك بنسبة قدرت بـ 40 %، وقدرت نسبة أفراد العينة الأقل من 30 سنة بـ 37.5 % وهي نسبة أقل بقليل من سابقتها، والملاحظ بأن هاتين الفئتين تتمتعان بالطاقة والإنتاجية لأنهما في مقتبل العمر ، ولهذا يمكن التوقع بأن هذا النوع من الأفراد ستكون لها انعكاسات إيجابية على الدراسة الميدانية ، إلى جانب هذه الفئة نجد نسبة أفراد العينة التي تتراوح أعمارهم ما بين 40 و 50 قد قدرت بـ 20 %، ونسبة أفراد العينة التي تتراوح أعمارهم من 50 فأكثر قدرت بـ 2.5 % حيث يمكن اعتبار هذه الفئة القليلة من الكهول الذين يتمتعون بإمكانيات أقل بحكم سنهم المتقدمة.

4. خصائص العينة من حيث مدة الأقدمية في العمل:

ويمكن إبرازها من حيث الجدول والشكل التاليين:

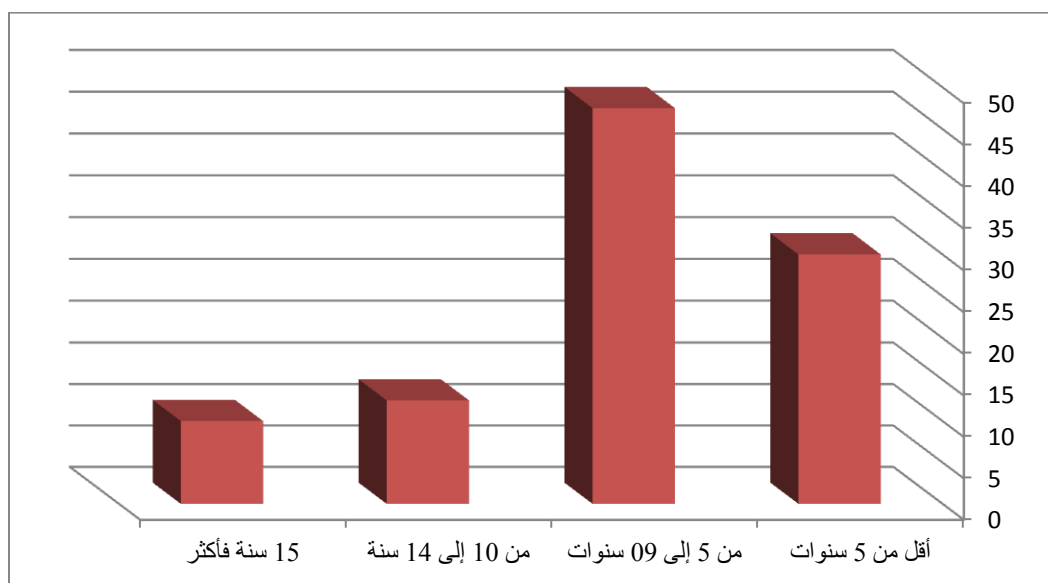
جدول رقم (2-4): توزيع عينة الدراسة حسب مدة الأقدمية في العمل

الأقدمية في العمل	تكرار	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة التراكمية
أقل من 5 سنوات	12	30.0	30.0	30.0
من 5 إلى 09 سنوات	19	47.5	47.5	77.5
من 10 إلى 14 سنة	5	12.5	12.5	90.0
15 سنة فأكثر	4	10.0	10.0	100.0
المجموع	40	100.0	100.0	

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا إلى نتائج Spss

الفصل الثاني: قياس أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء شركة روائح الورود

الشكل رقم (2-5): خصائص العينة من حيث متغير مدة الأقدمية في العمل



المصدر: من إعداد الطلبة استناداً إلى نتائج Spss

من خلال الجدول والشكل يتضح لنا أن نسبة أفراد العينة التي لديهم خبرة أكثر من 05 إلى 09 سنوات قدرت نسبتهم بـ 47.5%، أي أن هؤلاء الأفراد لديهم خبرة كبيرة و بالتالي هم الأكثر دراية بشؤون الشركة في الحصول على المعلومات الأكثر دقة، والتي يمكن أن تساهم في تحسين أداء الشركة بالنظر إلى الخبرة الكبيرة التي تفيد الكثير، ومن جهة ثانية إجاباتهم تكون أكثر موضوعية وتخدم نتائج البحث ، أما نسبة 30% فتمثل أفراد العينة التي تتراوح خبرتهم أقل من 05 سنوات، وهي نسبة مقبولة تبين بأن الشركة توظف عمال جدد يمتلكون طاقات كبيرة. أما نسبة 12.5% فقد مست أفراد العينة التي لديهم خبرة أقل من 10 إلى 14 سنة، وأقل فئة الذين لديهم خبرة تتراوح من 15 سنة فأكثر بنسبة 10%.

5- خصائص العينة من حيث المنصب الحالي:

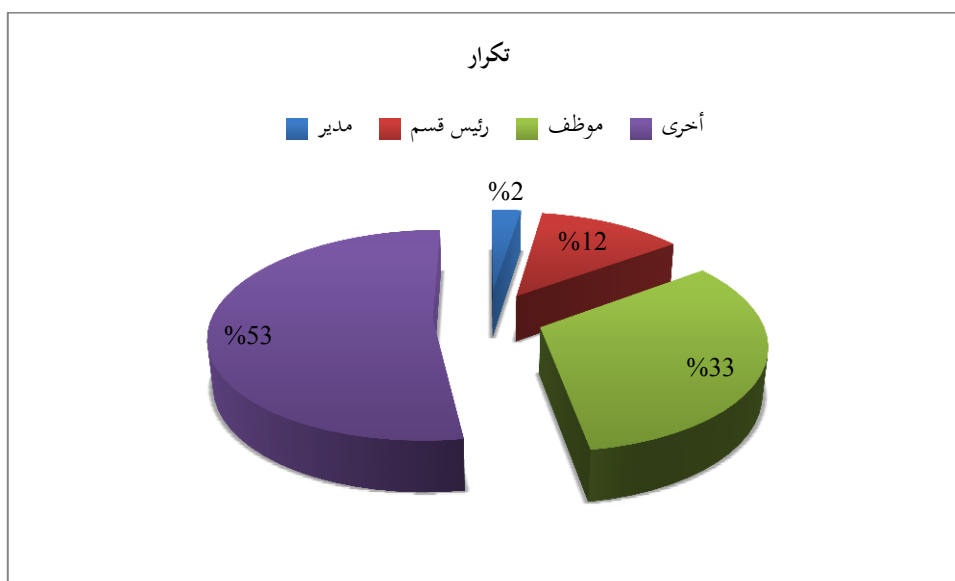
ويمكن إبرازها من خلال الجدول والشكل التاليين:

الجدول رقم (2-5): توزيع عينة الدراسة من حيث المنصب الحالي

المنصب الحالي	تكرار	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة التراكمية
مدير	1	2.5	2.5	2.5
رئيس قسم	5	12.5	12.5	15.0
موظف	13	32.5	32.5	47.5
أخرى	21	52.5	52.5	100.0
المجموع	40	100.0	100.0	

المصدر: من إعداد الطلبة استناداً إلى نتائج Spss

الشكل رقم (2-6): خصائص العينة من حيث متغير المنصب الحالي



المصدر: من إعداد الطلبة استنادا إلى نتائج Spss

من الجدول والشكل السابقين يتضح أن معظم أفراد العينة لديهم مناصب أخرى حيث قدرت نسبتهم 52.5%، في حين أفراد العينة الذين لديهم منصب موظف قدرت نسبتهم بـ 32.5%، أما من لديهم منصب رئيس قسم فقد قدرت نسبتهم بـ 12.5%. وعليه يمكن القول بأن أفراد العينة معظمهم يشغلون مناصب أخرى وذلك نظرا لكون الشركة إنتاجية وتتطلب عمال تنفيذيين بالدرجة الأولى.

المطلب الثاني: الأدوات المستخدمة في الدراسة

تعتبر مصادر المعلومات وامكانات المادية للباحث والوقت المتوفر للبحث من العوامل الأساسية التي تؤثر على المفاضلة بين أساليب جمع المعلومات المختلفة.

أولا. الاستبيان: هي المصدر الأساسي الذي استخدم لجمع المعلومات في هذا البحث.

إن استمارة الاستبيان هي عبارة عن وثيقة تحتوى على عدد معين من العبارات تسمح للباحث الحصول على إجابات فيها ما يكفي من معلومات تساعده على التوصل إلى النتائج.

1- بناء الاستبيان: بعد الانتهاء من الفصل النظري تم التطرق إلى إنشاء الاستمارة وذلك بوضع عبارات تلائم البحث، ثم عرض الاستمارة على بعض الأساتذة في الاختصاص وبعد الموافقة عليها تم وضع الاستمارة في شكلها النهائي، حيث تم تقسيم أسئلة الاستمارة إلى محورين، وهما كالتالي:

الفصل الثاني: قياس أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء شركة روائح الورود

2. وصف الاستبيان:

القسم الأول: يتضمن البيانات الشخصية والتي تتمثل في الجنس، الفئة العمرية، الدرجة العلمية، سنوات الخبرة، هذه المعلومات نحتاجها في تفسير بعض النتائج فيما بعد.

القسم الثاني: يتضمن عبارات المحور الأول الخاص بأبعاد المسؤولية الاجتماعية، وتتكون من 16 عبارة قسمت إلى 4 مجموعات .

القسم الثالث: يتعلق بعبارات المحور الثاني الخاص بأبعاد الأداء حسب بطاقة الأداء المتوازن، تتكون من 20 عبارة قسمت إلى 5 مجموعات .

الجدول رقم(2-6): وصف عبارات الاستبيان

المحور	عدد الأسئلة
المسؤولية الاجتماعية	16
أداء المؤسسة	20

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا إلى الإستبيان

وتم وضع العبارات على أساس مقياس ليكرت الخماسي ووزعت درجاته على النحو التالي:

الجدول رقم(2-7): مقياس ليكرت الخماسي

التقييم	غير موافق جدا	غير موافق	محايد	موافق	موافق جدا
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطلبة

ثانيا: اختبار ثبات وصدق العينة والتحليل الاحصائي الوصفي للاستبيان:

سيتم اختبار ثبات وصدق العينة والأدوات الإحصائية المستخدمة

1- اختبار ثبات وصدق العينة:

يعرف معامل الثبات بأنه استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه، أي أنه يعطي نفس النتائج إذا أعيد تطبيقه على نفس العينة، وقد تم استخدام معامل ألفا كرومباخ لاختبار ثبات الاستبيان، حيث يأخذ هذا المعامل قيمة تتراوح بين الصفر والواحد الصحيح، فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات، حيث يأخذ هذا المعامل قيمة تتراوح بين الصفر والواحد الصحيح، فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فإن قيمة المعامل تكون مساوية للصفر، وعلى العكس إذ كان هناك ثبات تام تكون قيمته تساوي واحد الصحيح، وكلما اقتربت قيمة معامل الثبات للواحد

الفصل الثاني: قياس أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء شركة روائح الورود

كان الثبات مرتفعاً وكلما اقتربت من الصفر كان الثبات منخفضاً، أما معامل الصدق فيقصد به أن المقياس يقيس ما وضع لقياسه ويساوي رياضياً الجذر التربيعي لمعامل الثبات.

✓ يعد ثبات الظاهرة المدروسة ضعيفاً إذا كانت النتيجة أقل من 60%.

✓ يعد ثبات الظاهرة المدروسة متوسطاً إذا كانت النتيجة محصورة بين 60% و 70%.

✓ يعد ثبات الظاهرة المدروسة جيداً إذا كانت النتيجة محصورة بين 70% و 80%.

✓ يعد ثبات الظاهرة المدروسة ممتازاً إذا كانت النتيجة أكبر من 80%.

الجدول التالي يبين معاملات الثبات والصدق محاور الدارسة:

الجدول رقم (2-8): توزيع الكلي لمعامل ألفا كرومباخ و معامل الصدق

معامل الصدق	ألفا كرومباخ	عدد الفقرات
0.896	0.803	36

المصدر: من إعداد الطلبة استناداً إلى نتائج Spss

بالاعتماد على قاعدة البيانات التي تم تحليلها بواسطة برنامج SPSS V2 تم التحصل على ألفا كرومباخ وبحساب الجذر التربيعي له تحصلنا على قيمة 0.896 وهي أكبر من 0.7 لكل من عناصر المتغيرين معاً، ونلاحظ أنه جيد.

2- الأدوات الإحصائية المستخدمة:

اعتمدت هذه الدارسة بشكل أساسي على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية في إصداره رقم 22 وذلك من أجل معالجة وتحميل البيانات، التي تم الحصول عليها من خلال الاستبيان، ومن بين أهم الأدوات الإحصائية التي استعملت في هذه الدارسة:

✓ الانحرافات المعيارية؛

✓ المتوسطات الحسابية؛

✓ اختبار ستيودنت (T_ test).

✓ تحليل التباين الأحادي (ANOVA).

المبحث الثالث: تحليل نتائج الاستبيان و اختبار فرضيات الدراسة الميدانية

حتى تكون النتائج دقيقة وواضحة فقد تم حوصلة نتائج الاستبيان في جداول وبوت الإجابات على حسب التسلسل للأسئلة المتدرجة في الاستبيان، ثم حساب تكرارات الإجابات المختلفة وما تعلق بها من النسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

المطلب الأول: تحليل وتفسير نتائج الاستمارة

بهدف معرفة اتجاه الاجابات أفراد العينة على مختلف عبارات القياس الواردة في الاستمارة قمنا بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل عبارات الاستمارة وكذلك بالنسبة لإجمالي المحاور وكانت النتائج كما يلي:

أولاً. عبارات أبعاد متغير المسؤولية الاجتماعية.

تتمثل في أربعة أبعاد و هي كالتالي:

1- فيما يتعلق بعبارات البعد الاقتصادي:

الجدول رقم(2-9): المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية للبعد الاقتصادي

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	رتبة العبارات من وجهة نظر المستجوبين
1- تعمل مؤسستي على تحقيق أقصى ربح بطرق شفافة	4.32	0.57	موافق	2
2- مؤسستي تحقق ربح اقتصادي دون المساس بمستوى الأجور	4.27	0.64	موافق	3
3- الصديق في جميع تعاملاتها الاقتصادية بيعاً و شراءً بأساليب واضحة.	4.32	0.69	موافق	2
4-تخلق مؤسستي فرص عمل جديدة.	4.42	0.59	موافق جداً	1
المتوسط العام للبعد الاقتصادي	4.33	0.53		

المصدر: من اعداد الطلبة استنادا إلى نتائج Spss .

نلاحظ من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي العام لاستجابات أفراد عينة الدراسة بلغ 4.33 وبانحراف

معيار ما بين [0.57- 0.69] حيث حصلت الفقرة الرابعة على المرتبة الأولى والتي تنص على أن " تخلق

مؤسستي فرص عمل جديدة " بمتوسط حسابي قدره 4.42 ، و هذا يدل على أن الشركة في حالة جيدة مما

يسمح لها بالنمو والتوسع. أما الفقرة الثانية فقد تحصلت على المرتبة الأخيرة ، والتي تنص على أن "مؤسستي تحقق

الفصل الثاني: قياس أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء شركة روائح الورود

ريخ اقتصادي دون المساس بمستوى الأجور" بمتوسط حسابي قدره 4.27 ، والذي يقع ضمن مجال الموافقة كما هو موضح في الجدول أعلاه، مما يعني أن مستوى الأجور في الشركة يتميز بالثبات.

2- فيما يتعلق بعبارات البعد القانوني

الجدول رقم(2-10): المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية للبعد القانوني

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	رتبة العبارات من وجهة نظر المستجوبين
1- تهم و تلتزم مؤسستي بتطبيق متطلبات الصحة و السلامة أثناء أداء العمل.	4.30	0.51	موافق	1
2- تلتزم مؤسستي بالقوانين التي تنادي بحماية البيئة و مكافحة التلوث.	4.27	0.59	موافق	2
3- تلتزم مؤسستي بالقوانين التي تحدد نشاط الشركة وفق المعتقدات الدينية و عادات و تقاليد المجتمع.	4.30	0.60	موافق	1
4- تعد حماية البيئة من أهم مرتكزات ثقافة مؤسستي.	4.27	0.59	موافق	2
المتوسط العام للبعد القانوني	4.28	0.48		

المصدر: من اعداد الطلبة استنادا إلى نتائج Spss .

نلاحظ من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي العام لاستجابات أفراد عينة الدراسة بلغ 4.28 و بإعتراف معياري ما بين [0.51 - 0.60] حيث حصلت كل من الفقرة الأولى والثالثة على المرتبة الأولى والثان تنصان على التوالي " تهم و تلتزم مؤسستي بتطبيق متطلبات الصحة و السلامة أثناء أداء العمل"، " تلتزم مؤسستي بالقوانين التي تحدد نشاط الشركة وفق المعتقدات الدينية و عادات و تقاليد المجتمع"، بمتوسط حسابي قدره 4.30 أي أن الشركة تهم بسلامة الموظفين و وقايتهم من الأخطار داخل الشركة وتنفذ بما يتماشى مع قيم المجتمع. والفقرة الثانية والرابعة في المرتبة الأخيرة والثان تنصان على التوالي " تلتزم مؤسستي بالقوانين التي تنادي بحماية البيئة و مكافحة التلوث"، " تعد حماية البيئة من أهم مرتكزات ثقافة مؤسستي" بمتوسط حسابي 4.27. وهي أيضا بنسبة جيدة تنتمي إلى مجال الموافقة ، وهذا يدل على الشركة تسعى جاهدة لتطبيق متطلبات الصحة وسلامة عمالها وكذا الالتزام بقوانين حماية البيئة.

3- فيما يتعلق بعبارات البعد الأخلاقي

الجدول رقم (2-11): المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية للبعد الأخلاقي .

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	رتبة العبارات من وجهة نظر المستجوبين
1- تتوافق أهداف مؤسستي مع قيم المجتمع.	2.97	0.86	محايد	4
2- تمتلك مؤسستي نظاما صارما لمحاربة الفساد الإداري.	3.75	0.95	موافق	1
3- تمتلك مؤسستي دليلا أخلاقيا واضحا و معلن عنه.	3.02	1.09	محايد	3
4- تروج مؤسستي لأعمالها وفق أخلاقيات المهنة.	3.15	1.07	موافق	2
المتوسط العام للبعد الأخلاقي	3.22	0.79		

المصدر: من اعداد الطلبة استنادا إلى نتائج Spss .

نلاحظ من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي العام لاستجابات أفراد عينة الدراسة بلغ 3.22، وبانحراف معياري ما بين [0.86 - 1.09] حيث حصلت الفقرة الثانية على المرتبة الأولى والتي تنص على أن " تمتلك مؤسستي نظاما صارما لمحاربة الفساد الإداري " بمتوسط حسابي قدره 3.75، وهذا يدل على درجة موافقة عالية لعينة الدراسة حول هذه العبارة ، يعني أن الشركة تتبع آليات رقابة داخلية محكمة و شفافة. بينما تحصلت الفقرة الأولى على المرتبة الأخيرة والتي تنص على أن "تتوافق أهداف مؤسستي مع قيم المجتمع" و بمتوسط حسابي قدره 2.97، ومن الملاحظ أن هذه العبارة المتعلقة بهذا البعد أخذت درجة المحايدة من طرف أفراد العينة وذلك احتمال لعدم دراية الموظفين بأهداف الشركة.

4- فيما يتعلق بعبارات البعد الخيري:

الجدول رقم (2-12): المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية للبعد الخيري.

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	رتبة العبارات من وجهة نظر المستجوبين
1- تقدم مؤسستي المساعدات و التبرعات للمشاريع الخيرية (مراكز الطفولة، مراكز رعاية المسنين،...الخ).	3.15	0.92	محايد	3
2- تساهم مؤسستي في دعم البنى التحتية للمجتمع المحلي من طرق و مدارس و مراكز الصحة.	3.20	0.91	محايد	2
3- تساهم مؤسستي في حل مشاكل التي تواجه العاملين و التخفيف من الأضرار التي تلحق بالمجتمع أثناء الأزمات .	3.32	1.04	محايد	1
4- تساهم مؤسستي في توفير فرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصة.	3.05	1.13	محايد	4
المتوسط العام للبعد الخيري	3.18	0.89		

المصدر: من اعداد الطلبة استنادا إلى نتائج Spss .

نلاحظ من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي العام لاستجابات أفراد عينة الدراسة بلغ 3.18، وبانحراف معياري ما بين [0.91- 1.13] حيث حصلت الفقرة الثالثة على المرتبة الأولى والتي تنص على أن " تساهم مؤسستي في حل المشاكل التي تواجه العاملين والتخفيف من الأضرار التي تلحق بالمجتمع أثناء الأزمات " بمتوسط حسابي قدره 3.32 وقد تحصلت هذه العبارة على درجة المحايدة من طرف عينة الدراسة، والمرتبة الأخيرة تحصلت عليها الفقرة الرابعة والتي تنص على أن " تساهم مؤسستي في توفير فرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصة " بمتوسط حسابي قدره 3.05، وقد نالت هذه العبارة أيضا درجة المحايدة من طرف عينة الدراسة وهذا يعني أن الشركة لا تمنح فرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصة، وهي تحتاج للاهتمام بالبعد الخيري للشركة.

ثانيا. عبارات أبعاد متغير أداء المؤسسة

تم تقسيمها إلى 5 خمسة أبعاد وستتطرق إليها كما يلي:

1- فيما يتعلق بعبارات البعد المالي (الاقتصادي)

الجدول رقم (2-13): المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية للبعد المالي

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	رتبة العبارات من وجهة نظر المستجوبين
1- يساهم نظام تحليل التكاليف في معرفة نقاط القوة و الضعف و بالتالي تعزيز أرباح مؤسستي.	4.25	0.58	موافق	3
2- يعد التوازن المالي و توفير السيولة من المؤشرات المالية الهامة التي تسعى مؤسستي إليها.	4.35	0.62	موافق	2
3- تقوم مؤسستي بدراسة مردوديتها المالية لتقييم أنشطتها الأكثر ربحية دورياً.	4.37	0.49	موافق	1
4- تسعى مؤسستي لتطبيق المعايير المالية و المحاسبية المعمول بها تماشياً مع المستندات.	4.17	0.74	موافق	4
المتوسط العام للبعد المالي	4.28	0.421		

المصدر: من إعداد الطلبة استناداً إلى نتائج Spss

نلاحظ من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي العام لاستجابات أفراد عينة الدراسة بلغ 4.28 وبانحراف المعياري ما بين [0.490-0.747] حيث تحصلت الفقرة الثالثة على المرتبة الأولى والتي تنص على أن "تقوم مؤسستي بدراسة مردوديتها المالية لتقييم أنشطتها الأكثر ربحية دورياً" بمتوسط حسابي قدره 4.17، ومن موافقة أفراد عينة الدراسة على هذه العبارة هذا يعني أن الشركة تهدف إلى تحقيق أكبر ربح ممكن من خلال أنشطتها. في حين أن الفقرة الرابعة احتلت المرتبة الأخيرة والتي تنص "تسعى مؤسستي لتطبيق المعايير المالية والمحاسبية المعمول بها تماشياً مع المستندات" بمتوسط حسابي قدره 4.17، و هو متوسط جيد لأنه يقع في مجال الموافقة وهذا يعني أن الشركة لا تسير المستندات المالية و المحاسبية.

2- فيما يتعلق بعبارات بعد العملاء

الجدول رقم (2-14): المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لبعد العملاء

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	رتبة العبارات من وجهة نظر المستجوبين
1- تعتمد مؤسستي على التسويق الإلكتروني لزيادة حصتها السوقية.	4.40	0.49	موافق	2
2- ارضاء العملاء و الإستماع لهم هو غاية مؤسستي.	4.45	0.55	موافق	1
3- تعتمد مؤسستي على دراسة السوق للتوجه أكثر نحو العملاء و تعمل على تحقيق رضاهم.	4.40	0.49	موافق	2
4- جودة و أسعار منتجات مؤسستي مقبولة مقارنة مع منافسيها.	4.45	0.55	موافق	1
5- المتوسط العام لبعد العملاء	4.42	0.393		

المصدر: من إعداد الطلبة استناداً إلى نتائج Spss

الفصل الثاني: قياس أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء شركة روائح الورود

نلاحظ من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي العام لاستجابات أفراد عينة الدراسة كان مرتفع وبلغ 4.42 ، وبانحراف معياري ما بين [0.496- 0.552] حيث تحصلت الفقرتين الثانية والرابعة على المرتبة الأولى والثان تنصان على التوالي " ارضاء العملاء والاستماع لهم هو غاية مؤسستي " ، " جودة وأسعار منتجات مؤسستي مقبولة مقارنة مع منافسيها " بمتوسط حسابي لكل منهما على التوالي 4.45 والملاحظ أن للعبارتين نسبة موافقة مرتفعة لدى أفراد العينة، وهذا يدل على أن تسعير الشركة يتماشى مع أجور ودخول العملاء. أما الفقرتين الأولى والثالثة احتلتا المرتبة الأخيرة والثان تنصان على " تعتمد مؤسستي على التسويق الإلكتروني لزيادة حصتها السوقية " ، " تعتمد مؤسستي على دراسة السوق للتوجه أكثر نحو العملاء وتعمل على تحقيق رضاهم " بمتوسط حسابي لكل منهما على التوالي قدر بـ 4.40، وهذا يدل على ميل أفراد العينة للموافقة أيضا، يعني أن الشركة تتجهج أساليب و وسائل التسويق الحديثة كمواقع التواصل الاجتماعي للوصول إلى جلب أكبر قدر ممكن من العملاء.

3- فيما يتعلق بعبارات بعد العمليات الداخلية

الجدول رقم (2-15): المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لبعء العمليات الداخلية

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	رتبة العبارة من وجهة نظر المستجوبين
1- تهم مؤسستي بالبحث و التطوير المستمر لتحسين منتجاتها.	4.30	0.64	موافق	1
2- الانتاج المعيب في مؤسستي ضئيل و هذا راجع لنوعية مواردها البشرية و وسائل الانتاج.	4.17	0.84	موافق	4
3- تعد جودة المنتجات هدف تسعى إليه مؤسستي لتحسين تنافسيتها.	4.27	0.55	موافق	2
4- تعمل مؤسستي على تسليم المنتجات في الوقت المحدد.	4.20	0.60	موافق	3
المتوسط العام لبعء العمليات الداخلية	4.23	0.548		

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا إلى نتائج Spss

نلاحظ من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي العام لاستجابات أفراد عينة الدراسة بلغ 4.23، وبانحراف معياري ما بين [0.554- 0.843] حيث تحصلت الفقرة الأولى على المرتبة الأولى والتي تنص على أن " تهم مؤسستي بالبحث والتطوير المستمر لتحسين منتجاتها " بمتوسط حسابي قدره 4.30، وهذا يدل على أن الشركة تهم بجانب البحث والتطوير من أجل التميز والإبداع في منتجاتها ، أما الفقرة الثانية التي تنص على أن " الانتاج المعيب في مؤسستي ضئيل وهذا راجع لنوعية مواردها البشرية ووسائل الانتاج " جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط

الفصل الثاني: قياس أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء شركة روائح الورود

حسابي قدره 4.17، فهو متوسط حسابي جيد لأنه يقع في مجال الموافقة، كما نلاحظ هنا أن الانحراف المعياري لهذه العبارة مرتفع وهذا ما يدل على تشتت البيانات.

4- فيما يتعلق بعبارات بعد النمو و التعلم

الجدول رقم (2-16): المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية للبعد النمو و التعلم.

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	رتبة العبارات من وجهة نظر المستجوبين
1- تعمل مؤسستي على عقد دورات تدريبية لتنمية قدرات الموظفين.	4.00	0.84	موافق	3
2- تولي مؤسستي أهمية كبيرة لتشجيع العمل الجماعي.	4.15	0.69	موافق	1
3- تنتهج مؤسستي الأساليب الإشرافية لدفع موظفيها و تحسين أدائهم.	4.00	0.39	موافق	3
4- تتبنى مؤسستي ممارسات و أساليب تيسيرية لتشجيع المبادرات الإبداعية.	4.02	0.47	موافق	2
المتوسط العام لبعد النمو و التعلم	4.04	0.506		

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا إلى نتائج Spss

نلاحظ من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي العام لاستجابات أفراد عينة الدراسة بلغ 4.04، وبانحراف معياري ما بين [0.392-0.847] حيث تحصلت الفقرة الثانية على المرتبة الأولى والتي تنص على "تولي مؤسستي أهمية كبيرة لتشجيع العمل الجماعي" بمتوسط حسابي قدره 4.15، مما يدل أن نسبة الموافقة مرتفعة من طرف أفراد العينة، وبالتالي الشركة تشجع على العمل الجماعي وهذا راجع إلى طبيعة نشاط الشركة. وقد تحصلت الفقرتين الأولى والثالثة على المرتبة الأخيرة واللذان تنصان على "تعمل مؤسستي على عقد دورات تدريبية لتنمية قدرات الموظفين"، "تنتهج مؤسستي الأساليب الإشرافية لدفع موظفيها و تحسين أدائهم" بمتوسط حسابي لكل منهما قدره 4.00، وهما تقعان في مجال الموافقة، وهذا ما يجعل الشركة تنتهج أساليب إشرافية لتنمية قيم تحمل المسؤولية وتحسين أداء الموظفين باستمرار.

5- فيما يتعلق بعبارات بعد البيئة و المجتمع

الجدول رقم(2-17): المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية للبعد البيئة و المجتمع

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	رتبة العبارات من وجهة نظر المستجوبين
1- تتميز منتجات الشركة بأنها صديقة للبيئة.	4.15	0.53	موافق	2
2- تتبنى مؤسستي استراتيجيات التنمية المستدامة من خلال استغلال للموارد و الطاقة.	4.07	0.52	موافق	4
3- تساهم الشركة مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على تحسين و نظافة المدينة.	4.10	0.67	موافق	3
4- تملك مؤسستي مرونة التكيف مع مختلف الظروف البيئية التي تواجهها.	4.22	0.47	موافق	1
المتوسط العام لبعد البيئة و المجتمع	4.13	0.459		

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا إلى نتائج Spss

نلاحظ من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي العام لاستجابات أفراد عينة الدراسة بلغ 4.13، وبانحراف معياري ما بين [0.479- 0.671] حيث تحصلت الفقرة الرابعة على المرتبة الأولى والتي تنص على " تملك مؤسستي مرونة التكيف مع مختلف الظروف البيئية التي تواجهها " بمتوسط حسابي قدره 4.22 ، وهي ضمن مجال الموافقة، وهذا ما يبين أن الشركة مرنة وقادرة على التغيير والتكيف مع البيئة التي تنشط فيها، أما الفقرة الثانية تحصلت على المرتبة الأخيرة والتي تنص على أن " تتبنى مؤسستي استراتيجيات التنمية المستدامة من خلال استغلال للموارد و الطاقة" بمتوسط حسابي قدره 4.07، وهي أيضا تنتمي لمجال الموافقة، وهذا يدل على أن الشركة تحافظ على الموارد والطاقة لضمان حق الأجيال القادمة.

المطلب الثاني: اختبار فرضيات الدراسة الميدانية

من خلال ما تم التوصل اليه من علاقات الارتباط بين أبعاد نموذج الدارسة الميدانية فإننا سنقوم باختبار صحة الفرضيات وذلك بالاعتماد على تحليل الانحدار المتدرج وهذا من أجل التعرف على متغيرات المسؤولية الاجتماعية التي لها دور مباشر في تحقيق تحسين أداء واستبعاد متغيرات التي ليس لها دور مباشر في تحسين أداء الشركة.

الفصل الثاني: قياس أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء شركة روائح الورود

- وعليه تم طرح الفرضيات من أجل اختبار الدراسة الميدانية كما يلي :
- ✓ يوجد دور ذو دلالة احصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في البعد المالي.
 - ✓ يوجد دور ذو دلالة احصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في بعد العملاء.
 - ✓ لا يوجد دور ذو دلالة احصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في بعد العمليات الداخلية.
 - ✓ لا يوجد دور ذو دلالة احصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في بعد النمو والتعلم.
 - ✓ لا يوجد دور ذو دلالة احصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في بعد البيئة و المجتمع.
- انطلاقاً مما سبق سيتم اختبار الفرضيات من خلال ما يلي:

أولاً: اختبار الفرضية الأولى

يوجد دور ذو دلالة احصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في البعد المالي عند مستوى معنوية ($\alpha = 0.05$)

الجدول رقم (2-18): تحليل نتائج الانحدار المتدرج لأبعاد المسؤولية الاجتماعية و البعد المالي.

ملخص النموذج	معامل الارتباط R	معامل التحديد R2	معامل التحديد المصحح	الخطاء المعياري للتقدير	
	0.314	0.098	0.075	1.62368	
جدول ANOVA					
النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة فيشر F	مستوى المعنوية F-
الانحدار	10.919	1	10.919	4.142	0.049
البواقي	100.181	38	2.636		
المجموع	111.100	39	-		
المعاملات					
النموذج	المعاملات الأصلية		المعاملات المعيارية Beta	اختبار T	مستوى المعنوية T-
	قيمة المعلمة	الخطأ المعياري			
البعد المالي	12.607	2.247	0.314	5.610	0.000
أبعاد المسؤولية الاجتماعية	0.076	0.037		2.035	0.049

المصدر: من إعداد الطلبة استناداً إلى نتائج Spss

الفصل الثاني: قياس أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء شركة روائح الورد

من خلال الجدول نتائج الانحدار يمكن أن نلاحظ أن معامل الارتباط المتعدد بلغ 31.4 %، وهذا يعني وجود مساهمة مقبولة بين البعد المالي وأبعاد المسؤولية الاجتماعية ، كما يظهر أن معامل التحديد يساوي 0.098 مما يعني أن 9.8 % من التغير في أبعاد المسؤولية الاجتماعية يعود إلى البعد المالي أما النسبة الباقية تعود الى عوامل أخرى، أما بالنسبة لمعامل الانحدار فإذا زاد البعد المالي بدرجة واحدة تزداد المسؤولية الاجتماعية بـ 0.076 ، وقد جاءت معلمات النموذج معنوية إحصائياً إذا أن مستويات المعنوية لاختبار T تساوي 0.049، وهي أقل من 0.05 ، كما أن النموذج ككل يحقق بالنظر إلى مستوى المعنوية لقيمة فيشر $F=4.142$ التي لا تتجاوز قيمة مستوى الدلالة 0.05.

ومن خلال الجدول نستطيع كتابة معادلة الانحدار بالعلاقة التالية:

$$Y = 0.076 + 12.607X$$

Y: أبعاد المسؤولية الاجتماعية

X1 : البعد المالي

حيث توضح نتائج تحليل الانحدار المتعدد أن مستوى المعنوية T أقل من 0.05 وأن معامل الارتباط $R = 0.314$ وهذا يعني وجود ارتباط مقبول وموجب بين البعد المالي وأبعاد المسؤولية الاجتماعية كما أن إشارة المعاملات المعيارية Beta موجبة تدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرين وهذا ينص على وجود علاقة ذو دلالة إحصائية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية و البعد المالي في الشركة محل الدراسة، وعليه يمكن القول أن الفرضية مقبولة وصحيحة

ثانياً: اختبار الفرضية الثانية

يوجد دور ذو دلالة احصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في بعد العملاء عند مستوى معنوية ($\alpha = 0.05$)

الفصل الثاني: قياس أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء شركة روائح الورود

الجدول رقم (2-19): تحليل نتائج الانحدار المتدرج لأبعاد المسؤولية الاجتماعية وبعد العملاء.

ملخص النموذج	معامل الارتباط R	معامل التحديد R2	معامل التحديد المصحح	الخطاء المعياري للتقدير	
	0.054	0.003	-0.023	1.59039	
ANOVA جدول					
النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة فيشر F	مستوى المعنوية F –
الانحدار	0.285	1	0.285	0.113	0.739
البواقي	96.115	38	2.529		
المجموع	96.400.0000	39	-		
المعاملات					
النموذج	المعاملات الأصلية		المعاملات المعيارية Beta	اختبار T	مستوى المعنوية T –
	قيمة المعلمة	الخطأ المعياري			
البعد العملاء	18.434	2.201	- 0.054	8.376	0.000
أبعاد المسؤولية الاجتماعية	-0.012	0.036		0.336	0.739

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا إلى نتائج Spss

من خلال الجدول نتائج الانحدار يمكن أن نلاحظ أن معامل الارتباط بلغ 5.4 %، وهذا يعني وجود ارتباط إيجابي و طردي ضعيف بين بعد العملاء وأبعاد المسؤولية الاجتماعية ، كما يظهر أن معامل التحديد يساوي 0.003 مما يعني أن 0.3 % ، هذا يدل على عدم وجود دور لبعد العملاء داخل الشركة من خلال أبعاد المسؤولية الاجتماعية كمتغير مستقل، وتساهم في تقييم بعد العملاء داخل الشركة كمتغير تابع، وهي قدرة تفسيرية ضعيفة، أما بالنسبة لمعامل الانحدار بسيط غير معنوي وقدر ب -0.012، حيث بلغت قيمة اختبار فيشر F تساوي 0.113 وهي ليست دلالة احصائية عند مستوى الدلالة 0.05 لأن القيمة الإجمالية Sig أكبر من (0.05).

ومن خلال الجدول نستطيع كتابة معادلة الانحدار بالعلاقة التالية:

$$Y = -0.012 + 18.834X$$

Y: أبعاد المسؤولية الاجتماعية

X1 : بعد العملاء

الفصل الثاني: قياس أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء شركة روائح الورود

حيث توضح نتائج تحليل الانحدار المتدرج أن مستوى المعنوية T تساوي 0.739 وهو أكبر من مستوى الدلالة 0.05 وأن معامل الارتباط $R=0.054$ ، وهذا يعني وجود ارتباط ضعيف بين بعد العملاء وأبعاد المسؤولية الاجتماعية كما أن إشارة المعاملات المعيارية Beta سالبة تدل على أنه لا يوجد علاقة ذات أثر قياسي بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وبعد العملاء في الشركة محل الدراسة، أي لا يظهر تأثيرها في أداء الشركة و ذلك بسبب عدم وعي العملاء بالمسؤولية الاجتماعية، وعليه يمكن القول أن الفرضية منفية وغير صحيحة.

ثالثا: اختبار الفرضية الثالثة.

لا يوجد دور ذو دلالة احصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في بعد العمليات الداخلية عند مستوى معنوية $(\alpha=0.05)$

الجدول رقم(20-2): تحليل نتائج الانحدار المتدرج لأبعاد المسؤولية الاجتماعية وبعد العمليات الداخلية.

ملخص النموذج	معامل الارتباط R	معامل التحديد R2	معامل التحديد المصحح	الخطأ المعياري للتقدير	
	0.124	0.115	-0.011	2.20661	
جدول ANOVA					
النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة فيشر F	مستوى المعنوية F –
الانحدار	2.874	1	2.874	0.590	0.447
البواقي	185.026	38	4.869		
المجموع	187.900	39	-		
المعاملات					
النموذج	المعاملات الأصلية		المعاملات المعيارية Beta	اختبار T	مستوى المعنوية T –
	قيمة المعلمة	الخطأ المعياري			
البعد العمليات الداخلية	14.619	3.054	0.124	4.787	0.000
أبعاد المسؤولية الاجتماعية	0.039	0.051		0.768	0.447

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا إلى نتائج Spss

من خلال الجدول نتائج الانحدار يمكن أن نلاحظ أن معامل الارتباط المتعدد بلغ 12.40% وهذا يعني وجود ارتباط إيجابي مقبول بين بعد العمليات الداخلية وأبعاد المسؤولية الاجتماعية ، كما يظهر أن معامل التحديد يساوي 0.015 مما يعني أن 1.5% ، من التغير في أبعاد المسؤولية الاجتماعية يعود إلى بعد العمليات الداخلية، أما النسبة الباقية تعود إلى عوامل أخرى، أما بالنسبة لمعامل الانحدار فإذا زاد بعد العمليات

الفصل الثاني: قياس أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء شركة روائح الورد

الداخلية بدرجة واحدة تزداد المسؤولية الاجتماعية بـ 0.039، وقد جاءت معلمات النموذج غير معنوية إحصائياً إذا أن مستويات المعنوية لاختبار T تساوي 0.447 و هي أكبر من مستوى الدلالة 0.05، كما أن النموذج ككل غير محقق بالنظر إلى مستوى المعنوية لقيمة فيشر $F=0.590$ والتي تجاوزت مستوى الدلالة 0.05.

ومن خلال الجدول نستطيع كتابة معادلة الانحدار بالعلاقة التالية:

$$Y = 0.039 + 14.619X$$

Y: أبعاد المسؤولية الاجتماعية

X1: البعد العمليات الداخلية

حيث توضح نتائج تحليل الانحدار المتدرج أن مستوى المعنوية T أكبر من 0.05 ، وأن معامل الارتباط $R=0.124$ ، وهذا يعني وجود ارتباط مقبول وموجب بين بعد العمليات الداخلية وأبعاد المسؤولية الاجتماعية كما أن إشارة المعاملات المعيارية Beta موجبة تدل على أنه لا يوجد علاقة ذات أثر قياسي بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وبعد العمليات الداخلية في الشركة محل الدراسة، أي تأثير المسؤولية الاجتماعية لا يظهر في أداء العاملين بسبب قلة الوعي، وعليه يمكن القول أن الفرضية مقبولة وصحيحة

رابعاً: اختبار الفرضية الرابعة

لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في بعد النمو و التعلم عند مستوى معنوية ($\alpha=0.05$)

الفصل الثاني: قياس أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء شركة روائح الورود

الجدول رقم (21-2): تحليل نتائج الانحدار المتدرج لأبعاد المسؤولية الاجتماعية وبعد النمو و التعلم.

ملخص النموذج	معامل الارتباط R	معامل التحديد R2	معامل التحديد المصحح	الخطأ المعياري للتقدير	
	0.149	0.022	-0.004	2.02762	
ANOVA جدول					
النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة فيشر F	مستوى المعنوية F –
الانحدار	3.549	1	3.549	0.863	0.359
البواقي	156.226	38	4.111		
المجموع	159.775	39	-		
المعاملات					
النموذج	المعاملات الأصلية		المعاملات المعيارية Beta	اختبار T	مستوى المعنوية T –
	قيمة المعلمة	الخطأ المعياري			
البعد النمو و التعلم	13.585	2.806	0.149	4.841	0.000
أبعاد المسؤولية الاجتماعية	0.043	0.046		0.929	0.359

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا إلى نتائج Spss

من خلال الجدول نتائج الانحدار يمكن أن نلاحظ أن معامل الارتباط بلغ 14.90 %، وهذا يعني وجود مساهمة ضعيفة بين بعد النمو و التعلم وأبعاد المسؤولية الاجتماعية ، كما يظهر أن معامل التحديد يساوي 0.022 مما يعني أن 2.2 %، من التغير في أبعاد المسؤولية الاجتماعية يعود إلى بعد النمو والتعلم أما النسبة الباقية تعود إلى عوامل أخرى، أما بالنسبة لمعامل الانحدار فإذا زاد بعد النمو والتعلم بدرجة واحدة تزداد المسؤولية الاجتماعية بـ 0.043، وقد جاءت معاملات النموذج غير معنوية إحصائيا إذا أن مستويات المعنوية لاختبار T تساوي 0.359، وهي أكبر من 0.05، كما أن النموذج ككل غير محقق بالنظر إلى مستوى المعنوية لقيمة فيشر $F = 0.863$ أي تتجاوز قيمة مستوى الدلالة 0.05.

ومن خلال الجدول نستطيع كتابة معادلة الانحدار بالعلاقة التالية:

$$Y = 0.043 + 13.585X$$

Y: أبعاد المسؤولية الاجتماعية

X1: بعد النمو والتعلم

الفصل الثاني: قياس أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء شركة روائح الورود

حيث توضح نتائج تحليل الانحدار المتدرج أن مستوى المعنوية T أكبر من 0.05 وأن معامل الارتباط $R=0.149$ ، وهذا يعني وجود ارتباط ضعيف وموجب بين بعد النمو والتعلم وأبعاد المسؤولية الاجتماعية كما أن إشارة المعاملات المعيارية $Beta$ موجبة تدل والتي تدل على أنه لا يوجد علاقة ذات أثر قياسي بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وبعد النمو والتعلم في الشركة محل الدراسة، وذلك راجع لندرة دورات تدريبية و التكوينية في هذا المجال، وعليه يمكن القول أن الفرضية مقبولة وصحيحة

خامسا: اختبار الفرضية الخامسة

لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في بعد البيئة و المجتمع عند مستوى معنوية ($\alpha=0.05$)

الجدول رقم (2-22): تحليل نتائج الانحدار المتدرج لأبعاد المسؤولية الاجتماعية وبعد البيئة والمجتمع.

ملخص النموذج	معامل الارتباط R	معامل التحديد R2	معامل التحديد المصحح	الخطاء المعياري للتقدير	
	0.220	0.049	0.024	1.81724	
ANOVA جدول					
النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة فيشر F	مستوى المعنوية F –
الانحدار	6.411	1	6.411	1.941	0.172
البواقي	125.489	38	3.302		
المجموع	131.900	39	-		
المعاملات					
النموذج	المعاملات الأصلية		المعاملات المعيارية Beta	اختبار T	مستوى المعنوية T –
	قيمة المعلمة	الخطأ المعياري			
بعد البيئة و المجتمع	20.031	2.515	-0.220	7.965	0.000
أبعاد المسؤولية الاجتماعية	-0.058	0.042		-1.393	0.172

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا إلى نتائج Spss

من خلال الجدول نتائج الانحدار يمكن أن نلاحظ أن معامل الارتباط بلغ 22 %، وهذا يعني وجود مساهمة ضعيفة بين بعد البيئة والمجتمع وأبعاد المسؤولية الاجتماعية، كما يظهر أن معامل التحديد يساوي 0.049، مما يعني أن 4.9 % من التغير في أبعاد المسؤولية الاجتماعية يعود إلى بعد البيئة والمجتمع، أما

الفصل الثاني: قياس أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء شركة روائح الورود

النسبة الباقية تعود إلى عوامل أخرى، أما بالنسبة لمعامل الانحدار فإذا زاد بعد البيئة والمجتمع بدرجة واحدة تنقص المسؤولية الاجتماعية بـ 0.058، وقد جاءت معلمات النموذج غير معنوية إحصائياً إذا أن مستويات المعنوية لاختبار T تساوي 0.172 وهي أكبر من 0.05، كما أن النموذج ككل غير محقق بالنظر إلى مستوى المعنوية لقيمة فيشر $F=1.941$ أي تتجاوز قيمة مستوى الدلالة 0.05 .

ومن خلال الجدول نستطيع كتابة معادلة الانحدار بالعلاقة التالية:

$$Y = -0.058 + 20.031X$$

Y: أبعاد المسؤولية الاجتماعية

X1 : بعد البيئة والمجتمع

حيث توضح نتائج تحليل الانحدار المتدرج أن مستوى المعنوية T أكبر من 0.05 وأن معامل الارتباط $R=0.220$ ، وهذا يعني وجود ارتباط ضعيف وموجب بين بعد البيئة والمجتمع وأبعاد المسؤولية الاجتماعية، كما أن إشارة المعاملات المعيارية Beta سالبة تدل وهذا يدل على عدم وجود علاقة ذو دلالة إحصائية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وبعد البيئة والمجتمع في الشركة محل الدراسة ، وعليه يمكن القول أن الفرضية مقبولة وصحيحة .

خلاصة الفصل الثاني:

في ختام هذا الفصل والذي تطرقت فيه الدراسة إلى قياس دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء شركة روائح الورود بولاية الوادي، وذلك من التطرق إلى العلاقة القياسية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية (البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الأخلاقي، البعد الخيري)، وأبعاد الأداء التي تتمثل في (البعد المالي، بعد العملاء، بعد العمليات الداخلية، بعد النمو والتعلم، بعد البيئة والمجتمع)، حيث تم استخدام حزمة من الأدوات الإحصائية تتمثل في برنامج Spss V22.

وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وأبعاد أداء المؤسسة شركة روائح الورود، والتي تركز أساساً على البعد المالي والتي قدرت نسبته عند مستوى المعنوية T بـ 0.049 وهي لا تتجاوز قيمة مستوى الدلالة 0.05 وعليه تم قبول الفرضية الأولى. ورفض الفرضية الثانية حيث بلغ مستوى المعنوية T بـ 0.739، وهو أكبر من مستوى الدلالة 0.05. بينما بقية الأبعاد مستوى المعنوية T فيها تتجاوز قيمة مستوى الدلالة 0.05 وبالتالي فهي فرضيات مقبولة وصحيحة، أي لا وجود لأثر قياسي بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية و أداء الشركة محل الدراسة.

الخاتمة

في ختام هذه الدراسة التي تمحورت حول المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية، حيث أجابت الدراسة على الإشكالية التالية:

كيف تساهم المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية؟ دراسة حالة شركة روائح الورود بالوادي.

للإجابة على هذه الإشكالية قسمت الدراسة إلى فصلين، الفصل الأول الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بأداء المؤسسة الاقتصادية. وعرضنا في الفصل الثاني قياس أثر المسؤولية الاجتماعية على أداء شركة روائح الورود بالوادي.

❖ وخلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- ✓ هناك علاقة تكاملية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وأبعاد أداء المؤسسة
- ✓ تبني فكرة المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركة يحسن من أدائها وصورتها في المجتمع.
- ✓ يتم تطوير المسؤولية الاجتماعية بواسطة المنظمة الدولية للتقييس.
- ✓ تؤثر المسؤولية الاجتماعية على أداء الشركة محل الدراسة بنسب متفاوتة.
- ✓ تتأثر أبعاد بطاقة الأداء المتوازن بالمسؤولية الاجتماعية للشركة محل الدراسة.
- ✓ لا يزال أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية متدني في الشركة محل الدراسة خاصة في البعد الأخلاقي والبعد الخيري.

❖ أما نتائج اختبار الفرضيات كانت كالتالي:

- ✓ قبول فرضية وجود دور لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في البعد المالي للمؤسسة، حيث بلغ مستوى المعنوية لاختبار T قيمة 0.049 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 وهذا يعني وجود علاقة طردية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية و البعد المالي في مؤسسة روائح الورود بالوادي.
- ✓ رفض فرضية وجود دور لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في بعد العملاء للمؤسسة، حيث بلغ مستوى المعنوية لاختبار T قيمة 0.739 وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.05 وهذا يعني عدم وجود أثر قياسي بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية و بعد العملاء في مؤسسة روائح الورود بالوادي.
- ✓ قبول فرضية لا وجود دور لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في بعد العمليات الداخلية حيث بلغ مستوى المعنوية لاختبار T قيمة 0.447 وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.05 وهذا يعني عدم وجود أثر قياسي بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية و بعد العمليات الداخلي في مؤسسة روائح الورود بالوادي.

✓ قبول فرضية لا وجود دور لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في بعد النمو والتعلم حيث بلغ مستوى المعنوية لاختبار T قيمة 0.359 وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.05 وهذا يعني عدم وجود أثر قياسي بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية و بعد النمو والتعلم في مؤسسة روائح الورود بالوادي.

✓ قبول فرضية لا وجود دور لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في بعد البيئة والمجتمع حيث بلغ مستوى المعنوية لاختبار T قيمة 0.172 وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.05 وهذا يعني عدم وجود أثر قياسي بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية و بعد البيئة والمجتمع في مؤسسة روائح الورود بالوادي.

لقد بدا من خلال الدراسة الميدانية أن هناك جهودا من قبل الشركة لتبني فكرة المسؤولية الاجتماعية غير أن ذلك يتطلب جهدا كبيرا .

❖ ومن أهم التوصيات التي نراها مناسبة:

✓ نقترح على الشركة أن تهتم أكثر بالبعد الأخلاقي كأن تضع دليل أخلاقي في النظام الداخلي، و تفعل أكثر الرقابة الداخلية . كما يعتبر أثر البعد الخيري غير ملموس وبالتالي نقترح على المؤسسة محل الدراسة المساهمة في المشاريع الخيرية.

✓ بناء ثقافة تنظيمية تقوم على بناء أسس ومبادئ المسؤولية الاجتماعية لترسيخ هذا المفهوم لدى العمال والموظفين.

✓ تكثيف عمليات تكوين العمال والموظفين في مجال المسؤولية الاجتماعية.

❖ أما آفاق الدراسة المستقبلية التي نراها مناسبة هي:

✓ إعادة إجراء الدراسة في مؤسسات انتاجية أخرى.

✓ إجراء دراسات مقارنة بين الشركات الخاصة والشركات العامة التي تهدف إلى تحقيق المسؤولية الاجتماعية.

في الأخير يعتبر هذا الموضوع موضوعاً هاماً وواسعاً لمن أراد أن يبحث فيه ويقوم بدراسات مستقبلية، كما تبقى هذه المذكرة اجتهاد منا ومساهمة بسيطة من جملة المساهمات التي يمكن أن نقدمها في سبيل إثراء سبل البحث في مجال المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحسين الأداء. نسأل الله التوفيق لنا ولكم.

المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية.

الكتب:

- 1- عايد عبد الله العصيمي، المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة، الطبعة العربية . 2015، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان . الأردن، السنة 2015.
- 2- فلاق محمد، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، الطبعة العربية 2016، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان . الأردن، السنة 2016.
- 3- وليد حميد رشيد الأميري، المسؤولية الاجتماعية للمصارف الخاصة، الطبعة العربية 2015، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان . الأردن، سنة 2015.

المذكرات:

- 4- أبو عجيبة رمضان عثمان الغريب، مدى إمكانية استخدام بطاقة الأداء المتوازن لتقييم الأداء في البنوك، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2012.
- 5- العقون آمنة، أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء البيئي، مذكرة ماستر، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة محمد خيضر. بسكرة ، السنة 2018 / 2019.
- 6- برحايلى أحلام، الإبداع كخيار استراتيجي لتعزيز الميزة التنافسية في الشركات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماستر، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي بأم البواقي، 2012/2013.
- 7- بكاري غفران و آخرون، تقييم مدى استجابة المؤسسات الاقتصادية في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، مذكرة الماستر، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر . الوادي، السنة 2021/2022.
- 8- بن علي آمال، مساهمة المسؤولية الاجتماعية في بلوغ متطلبات التصدير في منظمات الأعمال ، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، انجمت استراتيجي دولي ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس . مستغانم، سنة 2016 / 2017.
- 9- بوبكر محمد الحسن، دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المنظمة، مذكرة ماستر في تخصص التسيير الاستراتيجي للمنظمات، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013/2014.
- 10- بوبكر محمد الحسن، دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المنظمة، مذكرة الماستر، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، السنة 2013/2014.
- 11- بوسلامي عمر، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية ، مذكرة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 01، السنة 2012/2013.
- 12- حجاج إيمان ولبيض سارة، دور حوكمة الشركات في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية العمومية، مذكرة ماستر، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، 2015/2016.
- 13- ربيعي مريم، أهمية استخدام بطاقة الأداء المتوازن في تحسين الأداء الكلي للبنوك التجارية، مذكرة ماستر، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2014/2015.

- 14- زكري صفيّة، دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة ماستر، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة 2019/2018.
- 15- صالح بلاسكة، قابلية تطبيق بطاقة الأداء المتوازن كأداة لتقييم الاستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة ماجستير، قسم علوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، 2012/2011.
- 16- عادل بوجمان، تأهيل الموارد البشرية لتحسين المؤسسة الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015/2014.
- 17- عادل عشي، الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية "قياس، تقييم"، رسالة ماجستير، قسم علوم التسيير، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2002 / 2001.
- 18- عاد محمد الصغير، نظام إدارة الجودة ايزو 9001 و دوره في تحسين الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماستر في تخصص اقتصاد و تسيير مؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة محمد خيضر . بسكرة الجزائر، السنة 2020/2019.
- 19- عجيلات فارس نبيل، المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة في شركات الاتصالات الأردنية، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، السنة 2012/2011.
- 20- علي العواسا أسمهان، أثر المسؤولية الاجتماعية في الأداء التنظيمي للمصارف التجارية الأردنية، رسالة ماجستير، جامعة مؤتة، السنة 2011.
- 21- قدري عثمان ابراهيم، أثر المسؤولية الاجتماعية في الأداء، أطروحة دكتوراه، قسم إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق . سوريا، 2015/2014.
- 22- حمد قريشي، أثر التخطيط الاستراتيجي في أداء مؤسسات التعليم العالي الجزائرية، مذكرة ماستر، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، السنة 2014/2013.
- 23- مرواني عبد الله، تفعيل التسويق البنكي ومتطلبات المسؤولية الاجتماعية، مذكرة ماستر، قسم علوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، السنة 2014 / 2013.
- 24- مقدم وهيبة، تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، أطروحة الدكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة وهران، السنة 2014/2013.

المجلات:

- 25- الشيخ الداوي، تحليل الأسس النظرية لمفهوم الأداء ، مجلة الباحث، العدد 07، جامعة الجزائر، 2010/2009.
- 26- يقاح سارة والقينعي عز الدين، مشروع RS.MENA لدعم مبادئ المسؤولية الاجتماعية وفق معيار ISO26000، مجلة الإبداع، المجلد 12، العدد 02، جامعة لونيسسي علي البلدة 02، تاريخ النشر 2022/12/25.
- 27- بن علي أمال، مسعودي زكرياء، مزايا التزام المنظمات بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع، مجلة السراج في تربية و قضايا المجتمع، كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية، العدد 08، 2018.
- 28- بن علي أمال، مسعودي زكرياء، الاهتمامات البيئية في إطار المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية، مجلة العلوم الإدارية والمالية، المجلد 01، العدد 01، 2017.

- 29- خويلدات محمد وبوعمامة خامرة، دور عمليات إدارة المعرفة في تحسين أداء المؤسسة باستخدام بطاقة الأداء المتوازن، *مجلة الدراسات الاقتصادية الكمية*، المجلد 08، العدد 01، جامعة قاصدي مرباح الجزائر، 2022.
- 30- رحمة زبيد وصبري مقيم، أثر نظم الإدارة المدمجة على تحسين أداء المؤسسة المينائية، *مجلة الأبحاث الاقتصادية*، المجلد 17، العدد 01، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، الجزائر، 2022/06/08.
- 31- سعيداني محمد وطالب بلقايد محمد جواد، أشكال المسؤولية الاجتماعية الممارسة على المورد البشري في الشركات، *مجلة الاقتصاديات المال و الأعمال*، العدد 06، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان . الجزائر، جوان 2018.
- 32- طيباوي أمينة وبودريالة سارة حدة، بطاقة الأداء المتوازن والقياس المقارن، *مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية*، المجلد 11، العدد 01، جامعة عمار ثلجي الأغواط، الجزائر، 2021/10/20.
- 33- عبد الحق سعدي، القياس والإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية، *مجلة الدراسات الاقتصادية المعمقة*، المجلد 05، العدد 03، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2020.
- 34- فلاح بن فرج السبيعي، أثر تبني برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين على سياسات إدارة الموارد البشرية، *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، العدد 42، كلية اقتصاد و العلوم الإدارية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 1438هـ.
- 35- لغويل سميرة وزمالي نوال، المسؤولية الاجتماعية: المفهوم، الأبعاد، المعايير، *مجلة العلوم الانسانية و الاجتماعية*، العدد 27، جامعة تبسة . الجزائر، ديسمبر 2016.
- 36- محمد زرقون والحاج عرابية، أثر إدارة المعرفة على الأداء في المؤسسة الاقتصادية، *المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية*، العدد 01، جامعة ورقلة، الجزائر، ديسمبر 2014.
- 37- مخفي أمين و آخرون، تفعيل أخلاقيات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات العاملة في مجال البتروكيمياويات من أجل التميز الأخلاقي، *مجلة المنتدى للدراسات و الأبحاث الاقتصادية*، العدد 02، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم . الجزائر، ديسمبر 2017.
- 38- سالم يعقوب وقواسمية العلمي، المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات العمل، *مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية*، المجلد 09، العدد 03، جامعة الوادي . الجزائر، 2021.
- 39- طاهر أمينة، أثر المسؤولية الاجتماعية في ولاء الزبون في الشركة تيلوز، *مجلة المتكامل الاقتصادي*، المجلد 08، شلف، جامعة حسيبة بن بو علي . شلف (الجزائر)، تاريخ الإصدار 2020/12/31.
- 40- عبد الحفيظي أحمد، آليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، *المجلة العلمية المستقبل الاقتصادي*، العدد 07، تاريخ الإصدار 29/11/ 2019.
- 41- مقدم وهيب، أهمية المسؤولية الاجتماعية في تهذيب الممارسات الإدارية للشركات متعددة الجنسيات في ظل تحديات العولمة، *مجلة الاقتصاد والبيئة*، جامعة عبد الحميد بن باديس . مستغانم، 2018.
- 42- هشام مكي وعبد الرحمان بوطيبة، القياس المتعدد الأبعاد لتطبيقات المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تحقيق التنمية المستدامة، *مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال*، المجلد 03، العدد 04، جامعة حسيبة بن بو علي الشلف، 2017.

التظاهرات العلمية:

- 43- بن عثمان جهاد وبن عيشة كريمة، المسؤولية الاجتماعية بين مفهوم والدفاعية إلى تحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة، ملتقى وطني، حول المسؤولية الاجتماعية وفرص تحقيق التنمية المستدامة، جامعة بومرداس . الجزائر، يومي 10/09/ 2019.
- 44- زكرياء بله باسي، محاضرات في المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، مقياس المسؤولية الاجتماعية، قسم علوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، السنة 2020/2021.
- 45- طويطي مصطفى وبوداود بومدين، تفعيل أبعاد المسؤولية البيئية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية من أجل تحقيق تنمية مستدامة في ظل اتفاقية باريس الاطارية، جامعة غرداية . الجزائر.

- 46- مقدم وهبية ، تحسين الأداء البيئي و الاجتماعي للمؤسسات الصناعية من خلال تبني المواصفة الدولية ايزو 26000 للمسؤولية الاجتماعية، مداخلة دولية، حول التساؤلات و الإمكانيات المتاحة لاختيار المسارات الصحيحة لصناعة مصادر النمو، (استثمار مشاركة).
- 47- غربي يسين سي لاختضر وقرينعي ربيحة، مدى التزام المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية بالمسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال ، مؤتمر دولي 13، حول دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة، يومي 14 و 15 نوفمبر 2016.
- 48- فلاق محمد وبنافلة قدور، المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات الجزائرية " جيزي، موبيلس، نجمة"، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة الشلف.

المقابلات الشفوية:

- 49- سفيان ميلودي، مسؤول المصلحة التجارية في شركة روائح الورود، فروع الشركة، الوادي، 2023/05/07.

ثانيا: المراجع بالأجنبية:

- 50-Taher Hamed And other, The Role of the Scorecard in Improving Organizational Performance, **International, Jornal ofInnovation,Cretivity and Change**, Volume8, Issue4, 2019.
- 51-Osama Alnasour, Balaced Scorecard and its Role in Increasing Competitivenes, Journal of Financial, Accounting and Managerial, Volume06, Issue01,15/03/ 2019.

المواقع الإلكترونية:

www.wouroud.com-52

الملاحق

الملحق: 01

استمارة الاستبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي -

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

السنة الجامعية: 2023/2022

قسم: علوم اقتصادية

تخصص: اقتصاد و تسيير مؤسسات



استبيان:

السلام عليكم و رحمة الله تعالى و بركاته.....

تحية طيبة أما بعد.....

أخي الفاضل، أختي الفاضلة، يشرفني أن أضع بين أيديكم هذا الاستبيان الذي يدخل ضمن دراسة لنيل شهادة الماستر تخصص اقتصاد وتسيير مؤسسات، التي تهدف إلى معالجة موضوع: دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة، يكفي فقط التأشير بعلامة (x) لكل إجابة في الخانة المناسبة .

لذا أرجو من سيادتكم التكرم بقراءة العبارات و الاجابة عنها وفق ما ترونه مناسباً علماً بأن هذه البيانات لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، و ستكون إجابتكم و مساهمتكم عوناً كبيراً لنا في التوصل إلى نتائج موضوعية.

و تقبلوا منا فائق التقدير و الاحترام

الأستاذ المشرف: د. مسعودي زكرياء

الطالبة: - بن مبارك بن سالم - زهري خولة

المحور الأول: بيانات شخصية

ويهدف هذا المحور إلى تعرف على بعض الخصائص الشخصية و الوظيفية لإطارات و مسيري المؤسسة و الموظفين، بغرض تحليل النتائج فيما بعد، لذا الرجاء الوضع العلامة (x) في المربع المناسب.

☐	☐	1- الجنس: ذكر	☐	أنثى
☐	☐	2- السن: أقل من 30 سنة	☐	من 30 إلى أقل من 40 سنة
☐	☐	من 40 إلى أقل من 50 سنة	☐	50 سنة فأكثر
☐	☐	3- المؤهل العلمي: شهادة دراسات عليا	☐	شهادة ليسانس
☐	☐	شهادة مهندس	☐	شهادات مهنية أخرى
☐	☐	4- المنصب الحالي: مدير	☐	رئيس قسم
☐	☐	موظف	☐	أخرى
☐	☐	5- سنوات الخبرة: أقل من 5 سنوات	☐	من 5 إلى 09 سنوات
☐	☐	من 10 إلى 14 سنة	☐	15 سنة فأكثر

المحور الثاني: متغيرات الدراسة

أولاً: المسؤولية الاجتماعية

الأبعاد					غير موافق جدا	غير موافق	محايد	موافق	موافق جدا
البعد الاقتصادي									
1- تعمل مؤسستي على تحقيق أقصى ربح بطرق شفافة.									
2- مؤسستي تحقق ربح اقتصادي دون المساس بمستوى الأجور.									
3- الصدق في جميع تعاملاتها الاقتصادية بيعاً و شراء بأساليب واضحة.									
4- تخلق مؤسستي فرص عمل جديدة.									
البعد القانوني									
1- تهتم و تلتزم مؤسستي بتطبيق متطلبات الصحة و السلامة أثناء أداء العمل.									
2- تلتزم مؤسستي بالقوانين التي تنادي بحماية البيئة و مكافحة التلوث.									
3- تلتزم مؤسستي بالقوانين التي تحدد نشاط المؤسسة وفق المعتقدات الدينية و عادات و تقاليد المجتمع.									
4- تعد حماية البيئة من أهم مرتكزات ثقافة مؤسستي.									
البعد الأخلاقي									

					1- تتوافق أهداف مؤسستي مع قيم المجتمع .
					2- تمتلك مؤسستي نظاما صارما لمحاربة الفساد الإداري.
					3- تمتلك مؤسستي دليلا أخلاقيا واضحا و معلن عنه.
					4- تروج مؤسستي لأعمالها وفق أخلاقيات المهنة.
البعد الخيري					
					1- تقدم مؤسستي المساعدات و التبرعات للمشاريع الخيرية (مراكز الطفولة، مراكز رعاية المسنين،...الخ)
					2- تساهم مؤسستي في دعم البنى التحتية للمجتمع المحلي من طرق و مدارس و مراكز الصحة.
					3- تساهم مؤسستي في حل مشاكل التي تواجه العاملين و التخفيف من الأضرار التي تلحق بالمجتمع أثناء الأزمات .
					4- تساهم مؤسستي في توفير فرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصة.

ثانياً: أداء المؤسسة

أبعاد الأداء و عبارات القياس					
غير موافق جدا	غير موافق	محايد	موافق	موافق جدا	
البعد المالي (الاقتصادي)					
					1- يساهم نظام تحليل التكاليف في معرفة نقاط القوة و الضعف و بالتالي تعزيز أرباح مؤسستي.
					2- يعد التوازن المالي و توفير السيولة من المؤشرات المالية الهامة التي تسعى مؤسستي إليها.
					3- تقوم مؤسستي بدراسة مردوديتها المالية لتقييم أنشطتها الأكثر ربحية دورياً.
					4- تسعى مؤسستي لتطبيق المعايير المالية و المحاسبية المعمول بها تماشياً مع المستجدات.
بعد العملاء					
					1- تعتمد مؤسستي على التسويق الإلكتروني لزيادة حصتها السوقية.
					2- ارضاء العملاء و الإستماع لهم هو غاية مؤسستي.
					3- تعتمد مؤسستي على دراسة السوق للتوجه أكثر نحو العملاء و تعمل على تحقيق رضاهم.
					4- جودة و أسعار منتجات مؤسستي مقبولة مقارنة مع منافسيها.
بعد العمليات الداخلية					
					1- تهتم مؤسستي بالبحث و التطوير المستمر لتحسين منتجاتها .
					2- الانتاج المعيب في مؤسستي ضئيل و هذا راجع لوعية مواردها البشرية و وسائل الإنتاج.
					3- تعد جودة المنتجات هدف تسعى إليه مؤسستي لتحسين تنافسيتها.
					4- تعمل مؤسستي على تسليم المنتجات في الوقت المحدد.
بعد النمو و التعلم					
					1- تعمل مؤسستي على عقد دورات تدريبية لتنمية قدرات الموظفين.
					2- تولي مؤسستي أهمية كبيرة لتشجيع العمل الجماعي.
					3- تنتهج مؤسستي الأساليب الاشرافية لدفع موظفيها و

					تحسين أدائهم.
					4- تتبنى مؤسستي ممارسات و أساليب تسييرية لتشجيع المبادرات الإبداعية.
					بعد البيئة و المجتمع
					1- تتميز منتجات المؤسسة بأنها صديقة للبيئة.
					2- تتبنى مؤسستي استراتيجيات التنمية المستدامة من خلال الاستغلال للموارد و الطاقة.
					3- تساهم المؤسسة مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على تحسين و نظافة المدينة.
					4- تملك مؤسستي مرونة التكيف مع مختلف الظروف البيئية التي تواجهها.

شاكرين لكم حسن تعاونكم معنا

الملحق: 02

قائمة أسماء المحكمين

قائمة اسماء المحكمين

الرقم	الاسم واللقب	الدرجة العلمية
01	امال بن علي	أستاذة محاضرة جامعة غليزان
02	دريال سمية	أستاذة محاضرة جامعة الوادي
03	قعيد ابراهيم	أستاذ محاضر جامعة الوادي

الملحق: 03

مخرجات برنامج Spss

ثبات الاستبيان

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	38	95.0
	Excluded ^a	2	5.0
	Total	40	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.803	36

خصائص العينة

Statistics

		1-الجنس	2-السن	3-المؤهل العلمي	4-المنصب الحالي	5-سنوات الخبرة
N	Valid	40	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0	0
Sum		57.00	75.00	131.00	134.00	81.00

Frequency Table

1-الجنس

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	23	57.5	57.5	57.5
	أنثى	17	42.5	42.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

2-السن:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	سنة 30 أقل من	15	37.5	37.5	37.5
	سنة 40 إلى أقل من 30 من	16	40.0	40.0	77.5
	سنة 50 إلى أقل من 40 من	8	20.0	20.0	97.5
	سنة فأكثر 50	1	2.5	2.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

3-المؤهل العلمي:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	شهادة دراسات عليا	3	7.5	7.5	7.5
	شهادة ليسانس	6	15.0	15.0	22.5
	شهادة مهندس	8	20.0	20.0	42.5
	شهادات مهنية أخرى	23	57.5	57.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

4. المنصب الحالي.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid مدير	1	2.5	2.5	2.5
رئيس قسم	5	12.5	12.5	15.0
موظف	13	32.5	32.5	47.5
أخرى	21	52.5	52.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

5. سنوات الخبرة:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid سنوات 5 أقل من	12	30.0	30.0	30.0
سنوات 09 إلى 5 من	19	47.5	47.5	77.5
سنة 14 إلى 10 من	5	12.5	12.5	90.0
سنة فأكثر 15	4	10.0	10.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية الخاصة بالمحاور:

Frequencies

Statistics

	1. تعمل مؤسستي على تحقيق أقصى ربح بطرق شفافة.	2. مؤسستي تحقق ربح اقتصادي دون المساس بمستوى الأجور.	3. الصدق في جميع تعاملاتها الاقتصادية ببيعاً وشراء بأساليب واضحة.	4. تخلق مؤسستي فرص عمل جديدة.	الاقتصادي
N	Valid 40	40	40	40	40
	Missing 0	0	0	0	0
Mean	4.3250	4.2750	4.3250	4.4250	4.3375
Std. Deviation	.57233	.64001	.69384	.59431	.53274

Frequency Table

1.تعمل مؤسستي على تحقيق أقصى ربح بطرق شفافة1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid محايد	2	5.0	5.0	5.0
موافق	23	57.5	57.5	62.5
موافق جداً	15	37.5	37.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

2.مؤسستي تحقق ربح اقتصادي دون المساس بمستوى الأجور2.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	1	2.5	2.5	2.5
محايد	1	2.5	2.5	5.0
موافق	24	60.0	60.0	65.0
موافق جداً	14	35.0	35.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

3.الصدق في جميع تعاملاتها الاقتصادية بيئًا وشراء بأساليب واضحة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	1	2.5	2.5	2.5
محاييد	2	5.0	5.0	7.5
موافق	20	50.0	50.0	57.5
موافق جدا	17	42.5	42.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

4.نخلق مؤسستي فرص عمل جديدة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid محاييد	2	5.0	5.0	5.0
موافق	19	47.5	47.5	52.5
موافق جدا	19	47.5	47.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

الاقتصادي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	2	5.0	5.0	5.0
3.25	1	2.5	2.5	7.5
4.00	13	32.5	32.5	40.0
4.25	4	10.0	10.0	50.0
4.50	9	22.5	22.5	72.5
4.75	1	2.5	2.5	75.0
5.00	10	25.0	25.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Frequencies Statistics

	1 تهتم وتلتزم مؤسستي بتطبيق متطلبات الصحة والسلامة أثناء أداء العمل.	2 تلتزم مؤسستي بالقوانين التي تنادي بحماية البيئة ومكافحة التلوث.	3 تلتزم مؤسستي بالقوانين التي تحدد نشاط المؤسسة وفق المعتقدات الدينية وعادات وتقاليد المجتمع.	4 تعد حماية البيئة من أهم مرتكزات ثقافة مؤسستي.	القانوني
N	Valid 40	40	40	40	40
	Missing 0	0	0	0	0
Mean	4.3000	4.2750	4.3000	4.2750	4.2875
Std. Deviation	.51640	.59861	.60764	.59861	.48882

Frequency Table

1.تهتم وتلتزم مؤسستي بتطبيق متطلبات الصحة والسلامة أثناء أداء العمل

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid محاييد	1	2.5	2.5	2.5
موافق	26	65.0	65.0	67.5
موافق جدا	13	32.5	32.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

يتلتزم مؤسستي بالقوانين التي تنادي بحماية البيئة ومكافحة التلوث2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	3	7.5	7.5	7.5
	موافق	23	57.5	57.5	65.0
	موافق جدا	14	35.0	35.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

يتلتزم مؤسستي بالقوانين التي تحدد نشاط المؤسسة وفق المعتقدات الدينية وعادات وتقاليده المجتمع3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	3	7.5	7.5	7.5
	موافق	22	55.0	55.0	62.5
	موافق جدا	15	37.5	37.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

تعد حماية البيئة من أهم مرتكزات ثقافة مؤسستي4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	3	7.5	7.5	7.5
	موافق	23	57.5	57.5	65.0
	موافق جدا	14	35.0	35.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

القانوني

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.25	1	2.5	2.5	2.5
	3.50	1	2.5	2.5	5.0
	3.75	3	7.5	7.5	12.5
	4.00	18	45.0	45.0	57.5
	4.25	1	2.5	2.5	60.0
	4.50	3	7.5	7.5	67.5
	4.75	5	12.5	12.5	80.0
	5.00	8	20.0	20.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Statistics

		تتوافق أهداف 1 مؤسستي مع قيم المجتمع	تمتلك مؤسستي نظاما 2 صارما لمحاربة الفساد الإداري	تمتلك مؤسستي دليلا 3 أخلاقيا واضحا ومعلن عنه	تتروج مؤسستي 4 لأعمالها وفق أخلاقيات المهنة	الاخلاقي
N	Valid	40	40	40	38	40
	Missing	0	0	0	2	0
Mean		2.9750	3.7500	3.0250	3.1579	3.2208
Std. Deviation		.86194	.95407	1.09749	1.07870	.79317

Frequency Table

. تتوافق أهداف مؤسستي مع قيم المجتمع 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق جداً	3	7.5	7.5	7.5
	غير موافق	5	12.5	12.5	20.0
	محايد	23	57.5	57.5	77.5
	موافق	8	20.0	20.0	97.5
	موافق جداً	1	2.5	2.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

٢. تمتلك مؤسستك نظاماً صارماً لمحاربة الفساد الإداري

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق جداً	2	5.0	5.0	5.0
	غير موافق	1	2.5	2.5	7.5
	محايد	9	22.5	22.5	30.0
	موافق	21	52.5	52.5	82.5
	موافق جداً	7	17.5	17.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

٣. تمتلك مؤسستك دليلاً أخلاقياً واضحاً ومعلن عنه

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق جداً	5	12.5	12.5	12.5
	غير موافق	4	10.0	10.0	22.5
	محايد	20	50.0	50.0	72.5
	موافق	7	17.5	17.5	90.0
	موافق جداً	4	10.0	10.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

٤. تروج مؤسستك لأعمالها وفق أخلاقيات المهنة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق جداً	4	10.0	10.5	10.5
	غير موافق	4	10.0	10.5	21.1
	محايد	15	37.5	39.5	60.5
	موافق	12	30.0	31.6	92.1
	موافق جداً	3	7.5	7.9	100.0
	Total	38	95.0	100.0	
Missing	System	2	5.0		
Total		40	100.0		

الأخلاقي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.50	1	2.5	2.5	2.5
	1.75	3	7.5	7.5	10.0
	2.00	2	5.0	5.0	15.0
	2.50	2	5.0	5.0	20.0
	3.00	8	20.0	20.0	40.0
	3.25	8	20.0	20.0	60.0
	3.33	1	2.5	2.5	62.5

3.50	3	7.5	7.5	70.0
3.75	3	7.5	7.5	77.5
4.00	4	10.0	10.0	87.5
4.25	3	7.5	7.5	95.0
4.50	1	2.5	2.5	97.5
4.75	1	2.5	2.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Statistics

		تقدم مؤسستي 1 المساعدات والتبرعات للمشاريع الخيرية (مراكز الطفولة، مراكز الخ... رعاية المسنين،	تساهم مؤسستي في 2 دعم البنى التحتية للمجتمع المحلي من طرق ومدارس ومراكز الصحة.	تساهم مؤسستي في 3 حل مشاكل التي تواجه العاملين والتخفيف من الأضرار التي تلحق بالمجتمع أثناء الأزمات	تساهم مؤسستي في 4 توفير فرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصة الخيري	
N	Valid	40	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.1500	3.2000	3.3250	3.0500	3.1813
Std. Deviation		.92126	.91147	1.04728	1.13114	.89691

Frequency Table

(الخ...مراكز الطفولة ،مراكز رعاية المسنين،) تقدم مؤسستي المساعدات والتبرعات للمشاريع الخيرية 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق جداً	4	10.0	10.0	10.0
	غير موافق	2	5.0	5.0	15.0
	محايد	18	45.0	45.0	60.0
	موافق	16	40.0	40.0	100.0
Total		40	100.0	100.0	

تساهم مؤسستي في دعم البنى التحتية للمجتمع المحلي من طرق ومدارس ومراكز الصحة 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق جداً	3	7.5	7.5	7.5
	غير موافق	2	5.0	5.0	12.5
	محايد	21	52.5	52.5	65.0
	موافق	12	30.0	30.0	95.0
	موافق جداً	2	5.0	5.0	100.0
Total		40	100.0	100.0	

تساهم مؤسستي في حل مشاكل التي تواجه العاملين والتخفيف من الأضرار التي تلحق بالمجتمع أثناء الأزمات 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق جداً	3	7.5	7.5	7.5
	غير موافق	3	7.5	7.5	15.0
	محايد	17	42.5	42.5	57.5
	موافق	12	30.0	30.0	87.5
	موافق جداً	5	12.5	12.5	100.0
Total		40	100.0	100.0	

تساهم مؤسستي في توفير فرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصة4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق جدا	6	15.0	15.0	15.0
	غير موافق	3	7.5	7.5	22.5
	محايد	17	42.5	42.5	65.0
	موافق	11	27.5	27.5	92.5
	موافق جدا	3	7.5	7.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

الخيرى

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	7.5	7.5	7.5
	2.00	2	5.0	5.0	12.5
	2.25	1	2.5	2.5	15.0
	2.75	1	2.5	2.5	17.5
	3.00	16	40.0	40.0	57.5
	3.25	2	5.0	5.0	62.5
	3.50	2	5.0	5.0	67.5
	4.00	9	22.5	22.5	90.0
	4.25	2	5.0	5.0	95.0
	4.50	1	2.5	2.5	97.5
	4.75	1	2.5	2.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Statistics

		يساهم نظام تحليل التكاليف في معرفة نقاط القوة والضعف وبالتالي تعزيز أرباح مؤسستي1	يعد التوازن المالي 2 وتوفير السيولة من المؤشرات المالية الهامة التي تسعى مؤسستي إليها.	تقوم مؤسستي بدراسة 3 مردوبيتها المالية لتقييم أنشطتها الأكثر ربحية دورياً.	تسعى مؤسستي لتطبيق 4 المعايير المالية والمحاسبية المعمول بها تماشياً مع المستجدات المالية	
N	Valid	40	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.2500	4.3500	4.3750	4.1750	4.2875
Std. Deviation		.58835	.62224	.49029	.74722	.42195

Frequency Table

يساهم نظام تحليل التكاليف في معرفة نقاط القوة والضعف وبالتالي تعزيز أرباح مؤسستي1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	3	7.5	7.5	7.5
	موافق	24	60.0	60.0	67.5
	موافق جدا	13	32.5	32.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

يعد التوازن المالي وتوفير السيولة من المؤشرات المالية الهامة التي تسعى مؤسستي إليها2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	1	2.5	2.5	2.5
موافق	23	57.5	57.5	60.0
موافق جدا	16	40.0	40.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

تقوم مؤسستي بدراسة مردوديتها المالية لتقييم أنشطتها الأكثر ربحية دوريا3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid موافق	25	62.5	62.5	62.5
موافق جدا	15	37.5	37.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

تسعى مؤسستي لتطبيق المعايير المالية والمحاسبية المعمول بها تماشيا مع المستجدات4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق جدا	1	2.5	2.5	2.5
محايد	2	5.0	5.0	7.5
موافق	25	62.5	62.5	70.0
موافق جدا	12	30.0	30.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

المالي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.50	1	2.5	2.5	2.5
3.75	3	7.5	7.5	10.0
4.00	18	45.0	45.0	55.0
4.50	8	20.0	20.0	75.0
4.75	5	12.5	12.5	87.5
5.00	5	12.5	12.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Statistics

		تتعتمد مؤسستي على 3	جودة وأسعار منتجات 4	
		دراسة السوق للتوجه أكثر نحو العملاء وتعمل على تحقيق رضاهم	مؤسستي مقبولة مقارنة مع منافسيها	العملاء
N	Valid	40	40	40
	Missing	0	0	0
Mean		4.4000	4.4500	4.4250
Std. Deviation		.49614	.55238	.39305

Frequency Table

تتعتمد مؤسستي على التسويق الإلكتروني لزيادة حصتها السوقية1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق	24	60.0	60.0	60.0
	موافق جدا	16	40.0	40.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

مؤسستي لهم هو غاية والإستماع العملاء ارضاء2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	1	2.5	2.5	2.5
	موافق	20	50.0	50.0	52.5
	موافق جدا	19	47.5	47.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

تتعتمد مؤسستي على دراسة السوق للتوجه أكثر نحو العملاء وتعمل على تحقيق رضاهم3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق	24	60.0	60.0	60.0
	موافق جدا	16	40.0	40.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

جودة وأسعار منتجات مؤسستي مقبولة مقارنة مع منافسيها4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	1	2.5	2.5	2.5
	موافق	20	50.0	50.0	52.5
	موافق جدا	19	47.5	47.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

العملاء

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4.00	14	35.0	35.0	35.0
	4.25	6	15.0	15.0	50.0
	4.50	6	15.0	15.0	65.0
	4.75	6	15.0	15.0	80.0
	5.00	8	20.0	20.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Statistics

		بالبحث مؤسستي تهتم1 المستمر والتطوير منتجاتها لتحسين	في المعيب الانتاج2 هذ و ضئيل مؤسستي مواردها اراجع لنوعية الإنتاج ووسائل البشرية	تعد جودة المنتجات3 إليه تسعى هدف مؤسستي لتحسين تنافسيته	على مؤسستي تعمل4 الوقت في المنتجات تسليم المحدد	الداخلية
N	Valid	40	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.3000	4.1750	4.2750	4.2000	4.2375
Std. Deviation		.64847	.84391	.55412	.60764	.54875

Frequency Table

منتجاتها والتطوير المستمر لتحسين بالبحث مؤسستي تهتم1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	1	2.5	2.5	2.5
	محايد	1	2.5	2.5	5.0
	موافق	23	57.5	57.5	62.5
	موافق جدا	15	37.5	37.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

الإنتاج المعيب في مؤسستي ضئيل وهذا راجع لنوعية مواردها البشرية ووسائل الإنتاج2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق جدا	1	2.5	2.5	2.5
	غير موافق	1	2.5	2.5	5.0
	محايد	2	5.0	5.0	10.0
	موافق	22	55.0	55.0	65.0
	موافق جدا	14	35.0	35.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

تعد جودة المنتجات هدف تسعى إليه مؤسستي لتحسين تنافسيته3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	2	5.0	5.0	5.0
	موافق	25	62.5	62.5	67.5
	موافق جدا	13	32.5	32.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

تعمل مؤسستي على تسليم المنتجات في الوقت المحدد4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	1	2.5	2.5	2.5
	محايد	1	2.5	2.5	5.0
	موافق	27	67.5	67.5	72.5
	موافق جدا	11	27.5	27.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

الداخلية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.50	1	2.5	2.5	2.5
	3.00	1	2.5	2.5	5.0
	3.50	2	5.0	5.0	10.0
	4.00	17	42.5	42.5	52.5
	4.25	2	5.0	5.0	57.5
	4.50	8	20.0	20.0	77.5
	4.75	2	5.0	5.0	82.5
	5.00	7	17.5	17.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Statistics

		على مؤسستي تعمل 1 تدريبية دورات عقد الموظفين قدرات لتنمية	أهمية مؤسستي تتولي 2 العمل لتشجيع كبيرة الجماعي.	مؤسستي تنتهج 3 الإشرافية لدفع الأساليب موظفيها وتحسين أدائهم	مؤسستي تتبن 4 وأساليب ممارسات لتشجيع تسييرية المبادرات الإبداعية	التعلم
N	Valid	40	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.0000	4.1500	4.0000	4.0250	4.0438
Std. Deviation		.84732	.69982	.39223	.47972	.50601

Frequency Table

الموظفين قدرات تدريبية لتنمية دورات عقد على مؤسستي تعمل 1.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	3	7.5	7.5	7.5
	محايد	5	12.5	12.5	20.0
	موافق	21	52.5	52.5	72.5
	موافق جدا	11	27.5	27.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

تتولي مؤسستي أهمية كبيرة لتشجيع العمل الجماعي 2.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	1	2.5	2.5	2.5
	محايد	4	10.0	10.0	12.5
	موافق	23	57.5	57.5	70.0
	موافق جدا	12	30.0	30.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

أدائهم وتحسين موظفيها لدفع الإشرافية الأساليب مؤسستي تنتهج.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	3	7.5	7.5	7.5
	موافق	34	85.0	85.0	92.5
	موافق جدا	3	7.5	7.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

المبادرات الإبداعية لتشجيع تسييرية و أساليب ممارس مؤسستي تتبن 4.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	1	2.5	2.5	2.5
	محايد	1	2.5	2.5	5.0
	موافق	34	85.0	85.0	90.0
	موافق جدا	4	10.0	10.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

التعلم

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.75	1	2.5	2.5	2.5
	3.00	3	7.5	7.5	10.0
	3.50	2	5.0	5.0	15.0
	3.75	1	2.5	2.5	17.5
	4.00	20	50.0	50.0	67.5
	4.25	3	7.5	7.5	75.0
	4.50	7	17.5	17.5	92.5
	5.00	3	7.5	7.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Statistics

		منتجات تتميز 1 صديقة بأنها المؤسسة للبيئة	مؤسستي تتبنى 2 التنمية استراتيجيات من خلال المستدامة للموارد الاستغلال والطاقة	المؤسسة تساهم 3 في تذاث العلاقة معالجها تحسين المحافظة على ونظافة المدينة	مرونة مؤسستي تملك 4 مختلف مع التكيف التي البيئية الظروف تواجهها	المجتمع
N	Valid	40	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.1500	4.0750	4.1000	4.2250	4.1375
Std. Deviation		.53349	.52563	.67178	.47972	.45976

Frequency Table

تتميز منتجات المؤسسة بأنها صديقة للبيئة 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	3	7.5	7.5	7.5
	موافق	28	70.0	70.0	77.5
	موافق جدا	9	22.5	22.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

تتبنى مؤسستي استراتيجيات التنمية المستدامة من خلال الاستغلال للموارد و الطاقة 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	4	10.0	10.0	10.0
	موافق	29	72.5	72.5	82.5
	موافق جدا	7	17.5	17.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

تساهم المؤسسة مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على تحسين و نظافة المدينة 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق جدا	1	2.5	2.5	2.5
	محايد	1	2.5	2.5	5.0
	موافق	30	75.0	75.0	80.0
	موافق جدا	8	20.0	20.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

تملك مؤسستي مرونة التكيف مع مختلف الظروف البيئية التي تواجهها4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid محايد	1	2.5	2.5	2.5
موافق	29	72.5	72.5	75.0
موافق جدا	10	25.0	25.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

المجتمع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.25	3	7.5	7.5	7.5
3.75	2	5.0	5.0	12.5
4.00	24	60.0	60.0	72.5
4.25	2	5.0	5.0	77.5
4.50	2	5.0	5.0	82.5
4.75	1	2.5	2.5	85.0
5.00	6	15.0	15.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

الفرضية الأولى : يوجد دور ذو دلالة إحصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في البعد المالي

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	المسؤولية ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: المالي1

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.314 ^a	.098	.075	1.62368

a. Predictors: (Constant), المسؤولية

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.919	1	10.919	4.142	.049 ^b
	Residual	100.181	38	2.636		
	Total	111.100	39			

a. Dependent Variable: المالي1

b. Predictors: (Constant), المسؤولية

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.607	2.247		5.610	.000

المسؤولية	.076	.037	.314	2.035	.049
-----------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Iالمالي

الفرضية الثانية: يوجد دور ذو دلالة إحصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في بعد العملاء .

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	المسؤولية ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Iالعملاء

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.054 ^a	.003	-.023-	1.59039

a. Predictors: (Constant), المسؤولية

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.285	1	.285	.113	.739 ^b
	Residual	96.115	38	2.529		
	Total	96.400	39			

a. Dependent Variable: Iالعملاء

b. Predictors: (Constant), المسؤولية

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.434	2.201		8.376	.000
	المسؤولية	-.012-	.036	-.054-	-.336-	.739

a. Dependent Variable: Iالعملاء

الفرضية الثالثة: لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في بعد العمليات الداخلية.

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	المسؤولية ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Iالداخلية

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.124 ^a	.015	-.011-	2.20661

a. Predictors: (Constant), المسؤولية

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.874	1	2.874	.590	.447 ^b
	Residual	185.026	38	4.869		
	Total	187.900	39			

a. Dependent Variable: الداخلية¹

b. Predictors: (Constant), المسؤولية

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.619	3.054		4.787	.000
	المسؤولية	.039	.051	.124	.768	.447

a. Dependent Variable: الداخلية¹

الفرضية الرابعة: لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في بعد النمو و التعلم.

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	المسؤولية ^b		Enter

a. Dependent Variable: التعلم¹

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.149 ^a	.022	-.004	2.02762

a. Predictors: (Constant), المسؤولية

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.549	1	3.549	.863	.359 ^b
	Residual	156.226	38	4.111		
	Total	159.775	39			

a. Dependent Variable: التعلم¹

b. Predictors: (Constant), المسؤولية

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.585	2.806		4.841	.000
	المسؤولية	.043	.046	.149	.929	.359

a. Dependent Variable: التعلم¹

الفرضية الخامسة: لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في بعد البيئة و المجتمع.

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	المسؤولية ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: المجتمع¹

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.220 ^a	.049	.024	1.81724

a. Predictors: (Constant), المسؤولية

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.411	1	6.411	1.941	.172 ^b
	Residual	125.489	38	3.302		
	Total	131.900	39			

a. Dependent Variable: المجتمع¹

b. Predictors: (Constant), المسؤولية

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.031	2.515		7.965	.000
	المسؤولية	-.058-	.042	-.220-	-1.393-	.172

a. Dependent Variable: المجتمع¹

الملحق: 04

وثائق مختلفة من شركة روائح
الورود

CERTIFICAT

EN ISO 9001 : 2008

Système de Management de la Qualité

VINÇOTTE INTERNATIONAL

ALGERIE SPA,

Algérie – Algérie

Client certifié :

Parfums Wouroud

Site :

**Zone industrielle
39450 Kouinine – El Oued
Algérie**

L'organisme VINÇOTTE International certifie que le système de management de la qualité aux exigences de la norme EN ISO 9001 : 2008
Système de Management de la Qualité, satisfait :

**Conception, développement, production et commercialisation des produits de parfumerie :
eaux de toilettes, déodorants, pochettes parfumées**

Le présent certificat est basé sur le résultat d'un audit qualité, documenté dans le rapport d'audit
RA13077-23A.

Numéro du certificat : 10 014-21A

Date de délivrance initiale le : 12 juillet 2010

Date de renouvellement le : 29 juillet 2013

Ce certificat expire le : 11 juillet 2016

Les informations et recommandations concernant le périmètre de ce certificat et l'application des exigences
de l'EN ISO 9001 : 2008 doivent être notifiées auprès du titulaire de ce certificat

Le présent certificat est régi par les conditions décrites au Règlement Général VINÇOTTE International Algérie SPA.



Au nom de l'organisme de certification :

Mourad BARAKA
Président de la Commission de
Certification



CERTIFICAT

EN ISO 9001 : 2015

Système de Management de la Qualité

VINÇOTTE INTERNATIONAL ALGERIE SPA,

Alger - Algérie

Il est certifié que

Parfums Wouroud

situé

**Zone industrielle
39450 Kouinine – El Oued
Algérie**

a établi et tient à jour un système qualité conforme aux exigences de la norme EN ISO 9001 : 2015
"Systèmes de Management de la Qualité" pour :

**Conception, développement, production et commercialisation de produits de parfumerie,
eaux de parfum, eaux de toilette, déodorants, pochettes parfumées.**

Le présent certificat est basé sur le résultat d'un audit qualité, documenté dans le rapport d'audit **RA19104-24A** réalisé du 23 et 26 novembre 2019.

Numéro du certificat: 10 014-24A
Date de délivrance initiale le: 12 juillet 2018
Date d'expiration du cycle en cours: 11 juillet 2019
Date de délivrance le: 26 décembre 2019
Ce certificat expire le: 10 juillet 2022

Les informations complémentaires concernant le périmètre de ce certificat et l'application des exigences de EN ISO 9001 : 2015 peuvent être obtenues auprès du titulaire de ce certificat.

Le présent certificat est octroyé moyennant respect du Règlement Général Vinçotte International Algérie SPA.

Les informations complémentaires concernant le périmètre de ce certificat et l'application des exigences de EN ISO 9001 : 2015 peuvent être obtenues auprès du titulaire de ce certificat.

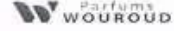
Le présent certificat est octroyé moyennant respect du Règlement Général Vinçotte International Algérie SPA.



Au nom de l'organisme de certification:

Muriel BARRA
Présidente de la Commission de Certification





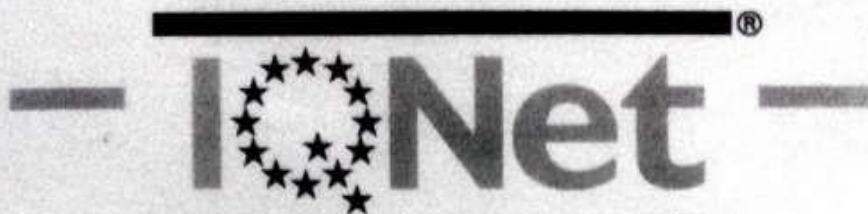
شركة روائح الورود
المنطقة الصناعية – 39014 كوينين ص ب 08 - ولاية الوادي
الهاتف 032 23 89 09 - الفاكس 032 23 89 10

**الإبقاء على تثبيت المؤسسة
لمقياس ISO 9001 إصدار 2015**

يسر السيد الرئيس المدير العام لشركة روائح الورود أن يعلن لكافة الهيئات المؤسساتية و المتعاملين من زبائن وممولين عن إثبات فعالية منظومة إدارة الجودة طبقا للمواصفة القياسية ISO 9001 إصدار 2015 وهذا على إثر دورة التدقيق و المراقبة بتاريخ 05، 06 نوفمبر 2018 التي أجرتها هيئة التأهيل AIB VINÇOTTE الدولية – الجزائر عن النشاطات التالية:

تصميم وتطوير و إنتاج و تسويق مواد العطور : مياه الزينة و مزيلات الروائح و الأكياس المعطرة

إن الإبقاء على تثبيت المؤسسة للشهادة الممنوحة من طرف الهيئة المؤهلة Vinçotte International ALGERIE spa هي محصلة للالتزام الإدارة ولمجهودات مجمل عمال روائح الورود بغرض إعطاء منظومة إدارة الجودة SMQ فعالية تكون في مستوى المتطلبات و تطلعات زبائننا.



THE INTERNATIONAL CERTIFICATION NETWORK

CERTIFICATE

*IQNet and AIB-VINÇOTTE International
hereby certify that the organization*

**Parfums Wouroud
Zone industrielle
39450 Kouinine-El Oued (Algeria)**

for the following field of activities

**Design, development, production and marketing of perfumery products :
toilet waters, deodorants, perfumed tissues**

has implemented and maintains a

Management System

which fulfils the requirements of the following standard

ISO 9001:2008

Issued on : 29 July 2013

Validity date : 11 July 2016

Registration Number : BE-10 4139a



Michael Drechsel
President of IQNet

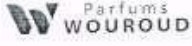
Bart Janssens
Chairman Certification Committee



IQNet Partners*

AFNOR Spain, AFNOR Certification France, AIB-Vinçotte International Belgium, NICE-ISOE Mexico, AFNOR Portugal, CCC Cyprus,
CIRQ Italy, CQC China, CQM China, CQS Czech Republic, Cro Cert Croatia, DQS Holding GmbH Germany, DIF Denmark,
PCAV Brazil, PONDONOMA Venezuela, PCOITEC Colombia, BNC Mexico, INVOPI Tunisia,
Japarte Certification Poland, IRAM Argentina, JQA Japan, KPC Korea, MIRTEC Greece, MBET Hungary, Bracke AB Norway,
IRAI Ireland, PCSC Poland, Quality Austria Austria, RSI Russia, MI Israel, SRQ Slovenia, RSHM QAR International Malaysia,
RQS Switzerland, BRAC Romania, TEST St. Petersburg Russia, TSE Turkey, YUQS Serbia.
IQNet is represented in the USA by: AFNOR Certification, CIRQ, DQS Holding GmbH and IRAI Inc.

* The list of IQNet partners is valid at the time of issue of this certificate. Updated information is available under www.iqnet-certification.com

	PARFUMS WOUROUD	PQ
		Révision : 09
Z.I KOUININE 39014 EL-OUED	Politique Qualité	Page 1 sur 1
		Date : 10/01/2018

سياسة الجودة و التزام الادارة

طبقا للشهادة المحصل عليها من طرف شركة "روانح الورود" حسب المقياس المرجعي (ISO 9001) منذ 11 ماي 2006 ، تواظب ذات الشركة على عملية التحسين المستمر و ذلك بتحسين نظام ادارة الجودة حسب الاصدار 2015 ، ومن أجل ذلك تركز سياسة الجودة الحالية، والتي تمت مراجعتها وتحسينها، على المحاور التالية :

- تطوير سياسة الأصغاء للزبون قصد الاهتمام بانشغالاته و استباق توقعاته ؛
- تلبية متطلبات الزبائن بتقديم منتجات تنافسية و ملبية لجميع المتطلبات؛
- تلبية متطلبات الاطراف المعنية ذات الصلة ؛
- اعادة تنشيط السياسة التجارية من أجل توفير المنتجات التي يطلبها الزبائن؛
- اعادة تنشيط شبكات التوزيع للشركة؛
- تنويع العرض من خلال تطوير منتجات جديدة؛
- تنمية الوفاء لدى الكفاءات مع المحافظة عليها للتحكم في العمليات (processus)؛
- التحسين المستمر لفعالية و نجاعة و اداء نظام تسيير الجودة؛
- تخطيط و نشر اهداف الجودة على كل مستويات المؤسسة وكذا مراجعتها سنويا.

يعاد النظر سنويا في هذه السياسة بمناسبة مراجعة الادارة.

ان الادارة المتأكدة من المساهمة الفعلية لكافة العمال وقناعة الاطارات تلتزم بأن تولي كل الأهمية للعمل بنظام ادارة الجودة و الحفاظ عليه داخل المؤسسة مع تسخير كل الوسائل والموارد الضرورية لذلك.

ان الحفاظ على تأهيل شركة روانح الورود حسب المقياس المرجعي ISO 9001 إصدار 2015 يمثل اعترافا ذا أهمية خاصة ضمن مسار التحسين المستمر الذي شرع فيه منذ البداية.

الرئيس المدير العام

الرئيس المدير العام

محمد البشير جديدي








MAWJA COLLECTION



P 296



P 060 - P 059



P 015



P 406



P 319



P 054



P 115

A fresh start on orange flower, violet with a vetiver and jasmin. The rich back note is enhanced by vanilla, cedarwood and musk.

WOUROUD DE WOUROUD COLLECTION



P 040



P 421



P 014



P 246



P 044

A dominant white flowers bouquet, rose and jasmin with ambery note with slight honey.

