الجمهوريــة الجزائريــة الديمقراطية الشعبيــة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر الــوادي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة: علوم التسيير

التخصص: إدارة أعمال

المسؤولية الاجتماعية للمقاول والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل انتشار وباء كورونا

دراسة قياسية لعينة من مقاولي ولاية الوادي

من إعداد:

- **سليماني أحلام**
- **حويذق أميمة**
- **حميداتو وفاء**
- **زيتونه حمد هاجر**

إشراف الدكتور:

الأسود محمد

لجنة المناقشة

د. ربيع بوصبيع العايش	أستاذ محاضر –أ–	جامعة الشهيد حمه لخضر –الوادي	رئيسا
د. الأسود محمد	أستاذ محاضر –أ–	جامعة الشهيد حمه لخضر –الوادي	مشرفا
دربال سمية	أستاذ محاضر –أ–	جامعة الشهيد حمه لخضر –الوادي	ممتحن

السنة الجامعية: 2022/2021م

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وتقدير

أولا وقبل كل شيء نحمد الله تعالى حمد الشاكرين أن وفقنا وأعاننا ويسر أمورنا على إتمام هذا العمل من غير حول منا ولا قوة فهو الذي له فضل أولا وأخيرا

ثم نتقدم بعمق وشكر وفائق امتنانا واحترامنا إلى أستاذنا المشرف

"الدكتور محمد الأسود"

على تفضله بالإشراف على هذا البحث وعلى ما قدمه لنا من توصيات قيمة وتوجيهات سديدة، وعلى ما بذله من جهد ووقت في سبيل إخراج هذه المذكرة على شكلها الحالي.

كما نتقدم بالشكر إلى كل الأساتذة الذين ساهموا من بعيد أو من قريب في إنجاز هذا العمل المتواضع:

د. بله باسي زكرياء د. تجاني محمد العيد د. مسعودي زكرياء

ولكل من ساهم من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل المتواضع ولو بكلمه طيبة أو دعوة بالتوفيق والسداد فيه.

وآخر دعوانا أن الحمد الله رب العالمين وصل اللهم وسلم على نبيينا محمد وعلى

وآله وصحبه أجمعين.

اهداء

نحمد الله حمدا يليق بجمال وجهه وعظيم سلطانه

أنه لا يسعني في هذا المقام الا أن أهدى ثمرة جهدي هذا الى:

من قال فيهما الرحمان "وبالوالدين احسانا..."

ريحانة الدنيا ونور عيني إلى التي تعبت وقاست الكثير من أجلى

وعلمتني ان الحياة كفاح ووراء كل تعب نجاح الى من رضت

بالقليل لتصنع منه الكثير لأمي الغالية.

إلى من شاركني الماضي والحاضر بنبضات جسمه وشوق عينيه

علمني أن الاخلاص أساس النجاح ودفعني بكل حزم أبي العزيز.

إلى كل إخوتي وأخواتي إلى كل الاصدقاء والاحباب

والاقارب.

إلى كل الاساتذة في كل المراحل، إلى كل من نسيهم قلمي ولم ينسهم قلبي

إلى زملاء في الدفعة.

أهدي إليكم رسالة الماستر داعية المولى سبحانه وتعالى أن تكلل

بالنجاح والقبول من جانب أعضاء لجنة المناقشة.

وفاء

اهداء

الحمد الله الذي وفقني الإنجاز هذا العمل المتواضع والذي أهديه إلى:

إلى ريحانة الدنيا ونور عيني من علمتني أن الحياة كفاح ووراء كل تعب نجاح إلى

من رضت بالقليل لتصنع منه الكثير " أمي الغالية "

إلى من علمني أن الإخلاص أساس النجاح ودفعني بكل حرم " أبي الغالي "

إلى من لأجلهم سرت في الدرب إخواني وأخواتي وزوجة أخي الأعزاء

إلى من ساعدني بالقول والفعل وكان سندا لي في إنجاز هذا العمل

إلى من تقاسمت معهم حياتي، وتفاصيل أيامي إلى من أحلوا مكانة في قلبي

" أحلام، وفاء، سليمة "

إلى كل الأصدقاء والصديقات وإلى جميع الطلبة في كل مكان

أميمة

اهداء

الحمد والشكر لله الذي وفقني وسدد خطايا وأنعم علي بالصحة حتى نلت مبتغاي وقطفت ثمار جهدي بكل تواضع وامتنان أهدى هذا العمل إلى

هديتي من الله، والنعمة الكبيرة التي أعيشها، إلى النور الذي انار دربي والسراج الذي لا ينطفيء نوره أبدا، صنع لي من شقائه سعادتي وأفنى أيام حياته من أجل يراني أرتقي درجات المجد والكبرياء، صاحب الوجه الطيب والأفعال الحسنة، والدي العزيز حفظك الله لنا ورعاك.

إلى من سكنت قلبي الذي يتجاوز وصفها الثمانية والعشرون حرفا، إلى من أفضلها على نفسي، التي ضحت من أجلي، آية وجودي وأعذب صوت على مسمعي إلى أجمل امرأة في الكون إلى أحلى كلمة على لساني الشمعة التي تحترق لكي تضيء دربي إلى التي قاسمتني أفراحي وأحزاني وتحملت هموم الحياة من أجل سعادتنا إلى من علمتني أن الحياة أمل وعمل إليك يا منبع الحنان ورمز العطاء.

إلى الجسد الواحد عائلتي الكريمة إخواني احمد وعبد الله وفقكم الله وسدد على الخير خطاكم.إلى اخواتي حبيباتي لا بديل ولا استغناء عن وجودهم في حياتي ايمان ملاك ورفيدة وفقكم الله في الدنيا والدين الى روفان الحبيبة جعل الله أيامك سعادة وفرح.

إلى رفيق الدرب، وصديق الأيام جميعًا بحلوها ومرّها، زوجي الذي رافقني الى نجاحي، إلى من زرع فيّ حب العلم والعمل، إلى من شجعني على المواصلة رغم التعب والمسؤولية، إلى من علمني الصبر والكفاح، أهديك نجاحي وثمرة تعبنا، فالحمدُ للهِ على عظيم فضله وجزيل عطائه، الى الأيدي الصّغيرة التي تطرق بابي زائرة لتدخل عليا الأنس والحياة " ابنى" اتمنى من الله ان يأتي به الى هذه الدنيا سليما معافى.

إلى كل الأقارب قلبًا ودمًا ووفاء، والشكر الموصول إلى أساتذتي من مرحله الابتدائية إلى مرحلة التخرج وجميع أصدقائي وكل شخص وقف إلى جانبي وساعدني.

هاجر

اهداء

نحمد الله سبحانه وتعالى على ما أسداه وأولاه علينا من الانعام والإكرام والتوفيق التام لإنجاز هذا العمل، فالله ملك الحمد كما ينبغي لجلال وجهك وعظيم سلطانك، والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى اله وصحبه اجمعين

اهدي تخرجي الى نور الذي انار دربي والسراج الذي لا ينطفيء نوره أبدا والذي بذل جهد السنين من اجل ان اعتلي سلالم النجاح" والدي العزيز" اطال الله في عمره

وإلى أملى في الحياة وقرة عيني إلى من كان دعائها سر نجاحي" والدتي العزيزة" أطال الله في عمرها

وإلى من هم سندي في الحياة إخواتي الغالين" أحمد التجاني، عبد الكريم، محمد العيد "وإلى أخواتي الغاليات" عواطف، ابتسام" وإلى زوجة أخي" صبرين" وإلى إبن أخي الكتكوت" محمد الصادق" حفظهما الله من كل شر

وإلى كل من ساهم في إرشاد ولو بكلمة بسيطة بكل شكر والاحترام والتقدير كما نتوجه بالشكر الجزيل إلى أساتذتي الافاضل على هذا العمل الاستاذ المشرف"د. الاسود محمد "والاستاذ مساعد المشرف "د. تجاني محمد العيد "جعل عملهم في ميزان حسناتهم وكما يطيب لنا أيضا أن أتقدم بالشكر الجزيل "للجنة المناقشة "على قبولهم مناقشة مذكرتي

وإلى كل صديقاتي "أميمة، أحلام، وفاء، هبة الرحمان، شيماء" وإلى خالتي الغالية "حنان" وكل الاهل والاقارب

وفي الاخير اشكر كل من ساهم في إنجاز هذا البحث سواء من قريب أو بعيد

أحلام

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع المسؤولية الاجتماعية للمقاولين والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل انتشار كورونا، اذ قمنا بدراسة قياسية على عينة مكونة من 42 مؤسسة صغيرة ومتوسطة في ولاية الوادي، من خلال توزيع استبيان عليهم، ثم معالجة المعطيات التي تحصلنا عليها باستخدام برنامج spss v25 وتوصلت الدراسة إلى أن دمج برامج المسؤولية الاجتماعية تشمل الأبعاد الأساسية وهي: البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الاجتماعي، البعد البيئي، البعد الأخلاقي.كما توصلت إلى أن المقاولين والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تطبق أبعاد للمسؤولية الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: مسؤولية اجتماعية،، أزمة كوفيد، أبعاد المسؤولية الاجتماعية، مؤسسة صغيرة ومتوسطة.

Abstract

This study aimed to identify the reality of the social responsibility of contractors and small and medium enterprises in light of the spread of Covid crisis. The study concluded that the integration of social responsibility programs includes the basic dimensions: the economic dimension ،the legal dimension ، the social dimension ،the environmental dimension ،and the ethical dimension. It also found that contractors and small and medium enterprises apply dimensions of social responsibility.

Keywords: social responsibility ،Covid crisis ،dimensions of social ،small and medium enterprise

فهرس المحتويات

قائمة المحتويات

المحتويات	الصفحة
شكر والتقدير	
إهداء	
ملخص	
قائمة المحتويات	-
قائمة الجداول	-
قائمة الأشكال	-
قائمة الملاحق	-
مقدمة	أ-ب
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي المقاولاتية	
تمهيد	4
المبحث الأول: ماهية المقاولاتية	5
المطلب الأول: نشأة المقاولاتية	5
المطلب الثاني: الاتجاهات المفسرة للمقاولاتية	10
المطلب الثالث: مميزات أهم المقاربات الحديثة في مجال المقاولاتية	13
المطلب الرابع: مصطلحات ذات العلاقة بالمقاولاتية	15
المبحث الثاني: ماهية المقاول	19
المطلب الأول: تعريف المقاول وخصائصه	20
المطلب الثاني: أنواع وتصنيفات المقاول	24
المطلب الثالث: أهم المقاربات التي تناولت المقاول	27
المطلب الرابع: دوافع وأهداف المقاول	27
المبحث الثالث: دور المقاولاتية	31
المطلب الأول: الدور الاقتصادي للمقاولاتية	31
المطلب الثاني: الدور الاجتماعي للمقاولاتية	32
المطلب الثالث: آثار المقاولاتية	33
المطلب الرابع: معوقات المقاولاتية	35
خلاصة الفصل الأول	**37**

الفصل الثاني: الأسس النظرية للمسؤولية الاجتماعية	
المبحث الأول: مدخل مفاهيمي حول المسؤولية الاجتماعية	**39**
المطلب الأول: نشاة وتطور المسؤولية الاجتماعية	39
المطلب الثاني : تعريف المسؤولية الاجتماعية	40
المطلب الثالث: أهمية وأهداف المسؤولية الاجتماعية	41
المطلب الرابع: فوائد ومبادئ المسؤولية الاجتماعية	42
المبحث الثاني: أساسيات المسؤولية الاجتماعية	45
المطلب الأول: مجالات المسؤولية الاجتماعية	45
المطلب الثاني: أبعاد المسؤولية الاجتماعية	46
المطلب الثالث: عوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية	47
المبحث الثالث: التعامل مع المسؤولية الاجتماعية	48
المطلب الأول: عناصر المسؤولية الاجتماعية	48
المطلب الثاني: معايير قياس المسؤولية الاجتماعية	49
المطلب الثالث: اتجاهات المسؤولية الاجتماعية	51
المطلب الرابع: المسؤولية الاجتماعية بين المؤيد والمعارض	54
المبحث الرابع: المسؤولية الاجتماعية في ضوء الفكر المقاولاتي	58
المطلب الأول: دور المقاول في المسؤولية الاجتماعية	58
المطلب الثاني: دوافع تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	60
المطلب الثالث: أهمية تبني أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودمجها في العملية الاستراتيجية	62
المطلب الرابع: خلاصة المقاربات فيما يخص المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	64
خلاصة الفصل الثاني	67
الفصل التطبيقي	
تمهيد	69
المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة القياسية	70
المطلب الأول: عينة وأدوات الدراسة	70
المطلب الثاني: أدوات جمع البيانات	70
المطلب الثالث: ثبات والاتساق الداخلي لأداة الدراسة	77
المبحث الثاني: عرض النتائج واختبار الفرضيات	80

المطلب الأول: عرض وتحليل خصائص عينة الدراسة	80
المطلب الثاني: عرض وتحليل لإجابات أفراد العينة لمحور الدراسة	83
المطلب الثالث: نتائج اختبار فرضيات الدراسة	94
خلاصة الفصل التطبيقي	100
خاتمة	102
قائمة المصادر والمراجع	106
الملاحق	115

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
(1-1)	أوجه اختلاف بين المقاولاتية والمقاولة المؤسسية	19
(2-1)	أهم خصائص المقاولين	22
(3-1)	عناصر المسؤولية الاجتماعية ودورها الاجتماعي تجاه كل عنصر	48
(1-2)	معامل ألفا كرومباخ لأداة الدراسة	78
(2-2)	الاتساق الداخلي لأبعاد المحور الأول	79
(3-2)	الاتساق الداخلي لأبعاد المحور الثاني	79
(4-2)	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	81
(5-2)	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى العلمي	81
(6-2)	توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية	82
(7-2)	توزيع عينة الدراسة حسب صفة المستجيب	82
(8-2)	توزيع عينة الدراسة حسب القطاع	83
(9-2)	توزيع عينة الدراسة مقياس ليكارت الثلاثي	84
(10-2)	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات أبعاد المحور الأول	84
(11-2)	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات أبعاد المحور الثاني	90
(12-2)	اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات	95
(13-2)	اختبار t للعينة الواحدة لمقارنة متوسط الاجابات مع المتوسط الفرضي	96
(14-2)	المتوسطات الحسابية لأبعاد المهارات القيادية	97
(15-2)	نتائج تحليل التباين الأحادي لمتوسطات أفراد عينة الدراسة	98

قائمة الأشكال

رقم الشكل	العنوان	الصفحة
(1-1)	استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية	54
(2-1)	الأداء الاقتصادي والأداء الاجتماعي للأعمال	58
(3-1)	أهم الفرو قات الاجتماعية في المؤسسات الكبيرة والصغيرة والمتوسطة	61
(4-1)	دمج المسؤولية الاجتماعية في العملية الإستراتيجية	64
(1-2)	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	81
(2-2)	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى العلمي	81
(3-2)	توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية	82
(4-2)	توزيع عينة الدراسة حسب صفة المستجيب	82
(5-2)	توزيع عينة الدراسة حسب القطاع	83

قائمة الملاحق

رقم الملحق	العنوان	الصفحة
(01)	استمارة استبيان	115
(02)	قائمة أسماء الأساتذة المحكمين لأداة استبيان	120
(03)	نتائج اختبار ألفا كرونباخ	121
(04)	نتائج الاتساق الداخلي	121
(05)	نتائج توزيع عينة الدراسة	124
(06)	نتائج توزيع عينة دراسة	127
(07)	نتائج اختبار الفرضية الأولى	132
(08)	نتائج اختبار الفرضية الثانية	133
(09)	نتائج اختبار الفرضية الثالثة	133

المقدمـــــــــــة

في ضوء المتغيرات التي مر بها العالم، منذ ظهور فيروس كورونا "كوفيد 19" وانتشاره بين جميع الدول، بدا أن تداعياته الاقتصادية والاجتماعية ستكونُ كبيرةً ومؤثرةً على المستويين العالمي والوطني، حيث ما فرضه تفشي الوباء من اتخاذ حزمة من الإجراءات والتدابير الاحترازية تمثلت في "العزل والحجر الصحي، التباعد الاجتماعي، المنع من السفر، الإغلاق التام لجميع مؤسسات الدولة ك "المدارس والجامعات والشركات والمصانع وأماكن الترفيه وشركات السياحة" وهو ما انعكس سلبًا على اقتصادات جميع دول العالم، وأدخل النظام العالمي في حالة من الركود، نتج عنها تأثير على المنظومة الاقتصادية والاجتماعية، التي طالت جميع دول العالم، حيث من المؤكد أن أي أزمة يمر بها العالم مجتمعًا تترك آثارها على الجميع رغم تفاوت هذه الآثار بين دولة وأخرى وذلك طبقًا لأوضاعها الاقتصادية والسياسية؛

حيث أن التغيرات الحديثة التي أحدثتها بيئة الأعمال العالمية وظهور الأزمات الاقتصادية، الاجتماعية والصحية خاصة في ظل تفشي جائحة كورونا التي مست جميع دول العالم دون استثناء، الأمر الذي حتم على المؤسسات الاقتصادية بمختلف أنواعها وأحجامها توجيه اهتمامها نحو الجانب أو الشق الاجتماعي سواء داخل المؤسسة أو في المحيط الذي تنتمي إليه والاستغلال العقلاني للموارد المستعملة في نشاطها دون إلحاق الضرر بالمجتمع والبيئة التي تنتمي إليها، لذلك وباعتبار أن المقاول وصاحب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة جزء لا يتجزأ من منظومة المؤسسات الاقتصادية العاملة داخل أي اقتصاد، كان لزاما عليه الانتقال من مرحلة كونه مؤسسة تهدف إلى تحقيق الربح فقط إلى شريك اجتماعي يتحمل مسؤوليته اتجاه المجتمع، يراعي الجوانب البيئية في نشاطه ويلتزم بالأخلاقيات والقوانين في تعاملاته، الأمر الذي يدعم ويجسد مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمقاول وأصحاب المؤسسات التي اكتسبت أهمية كبيرة خاصة في ظل الأوضاع الحالية.

إشكالية الدراسة:

حاولنا من خلال هذه الدراسة معرفة واقع المسؤولية الاجتماعية للمقاول في ظل جائحة كورونا لذلك تبرز إشكالية البحث الرئيسة فيما يلي:

"ما هو واقع المسؤولية الاجتماعية للمقاول والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل جائحة كورونا ؟"

وبغرض الإجابة على إشكالية الدراسة الرئيسية قمنا بطرح الأسئلة الفرعية التالية:

إلى أي مدى تتجسد أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمقاول في ظل جائحة كورونا ؟

هل توجد فروق في اتجاهات آراء المقاولين حول تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية ؟

فرضيات الدراسة: كإجابة مبدئية على الأسئلة الفرعية الموضوعة تم وضع فرضيتين أساسيتين هما:

تعمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة داخل ولاية الوادي على تجميد أبعاد المسؤولية الاجتماعية فيها بما يتلاءم وظروف الداخلية لها وكذلك الظروف المحيطة بها، عدم وجود فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في اتجاهات آراء الأفراد حول تبني المسؤولية الاجتماعية داخل المؤسسات المدروسة

أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة من خلال تنامي الاهتمام بالمسؤولية للمقاول في ظل جائحة كورونا داخل أي اقتصاد، كونها تعد من بين الأعمدة الأساسية التي تساهم في عملية تنمية اقتصادية واجتماعية داخل أي مجتمع لتحقيق الأهداف التي تسعى إليها، وخدمة المجتمع الذي تنتمي إليه.

أهداف الدراسة:

- التعرف على واقع المسؤولية الاجتماعية للمقاول في المؤسسات في ظل انتشار جائحة كورونا ؛
- الاهتمام الوطني المتزايد بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الآونة الأخيرة؛
- التعرف على العلاقة التي تربط بين المسؤولية الإجتماعية والمؤسسات.

منهجية الدراسة:

لدراسة موضوع المسؤولية الاجتماعية للمقاول في ظل جائحة كورونا تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي من خلال تحليل المعلومات والمعطيات المتعلقة بالجانب النظري، كذلك تحليل مختلف المعلومات المجمعة في الجانب التطبيقي والإستناد على أسلوب الاستقصاء، باستعمال الاستبيان والاعتماد على التحليل الإحصائي لعرض وتحليل نتائج الدراسة التطبيقية وتفسيرها.

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي المقاولاتية

تمهيد

أصبحت المقاولاتية موضوع هام باتت الدول المتقدمة والاقل تقدما تعطيه أهمية كبرى، لماله من مكانه ودور في تطوير وازدهار البلدان، وقد حققت العديد من الدول نتائج وانجازات كبيرة من خلال المقاولاتية على المستوى المحلي والدولي.

وللمقاولاتية أهمية كبيرة في تنويع الاقتصاد واستحداث الثروة والمناصب الشغل، ولقد عجلت التغيرات والتحولات السريعة للاقتصاد العالمي، إلى بروز المشاريع الصغيرة والمتوسطة كوسيلة لدفع وتيرة التنمية عن طريق تجميع مشاريع المقاولاتية باعتبارها القاطرة الأمامية لها، محدثة النهضة اقتصادية واجتماعية ومؤدية إلى نمو سليم في الاقتصاد الوطني، إلا أن رهان نجاح مثل هذه المشاريع مرتبطة بالمهارات المتوفرة لدى المقاول نفسه.

وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث وهي كالآتي:

المبحث الأول ماهية المقاولاتية؛

المبحث الثاني ماهية المقاول؛

المبحث الثالث دور المقاولاتية.

المبحث الأول: ماهية المقاولاتية

يمكن تفسير الاهتمام المتزايد بالمقاولاتية لقدرتها على رفع مستويات الإنتاج، زيادة العائدات، تجديد النسيج الاقتصادي من خلال تعويض المؤسسات الفاشلة واعادة التوازن للأسواق واستحداث مناصب الشغل وسيتم التعرف في هذا المبحث على نشأة المقاولاتية، مفهومها، الاتجاهات المفسرة للمقاولاتية، اهم المقربات الحديثة في مجال المقاولاتية، مصطلحات ذات العلاقة بالمقاولاتية.

المطلب الأول: نشأة المقاولاتية

قد تطور البحث في مجال المقاولاتية حسب ثلاث اتجاهات فكرية، إلى غاية الستينات عرف هذا المجال سيطرة الإتجاه الوظيفي الذي يدرس المقاولاتية من الجانب الاقتصادي، ويليه اتجاه ثاني الى جانبه يركز على دراسة خصائص الافراد وتأثيرها على المقاولاتية ومع بداية التسعينيات ظهر اتجاه جديد اهتم بدراسة سير العملية ككل يتزعمه المسيرون.

1-المقاولاتية حسب الاتجاه الاقتصادي

تطور المقاول حسب الزمن تماشيا مع التحولات التي عرفها النظام الاقتصادي العالمي، حيث استعملت كلمة المقاول لأول مرة سنة 1616من طرف مونتشريتيان (montchretien) وكانت تعني الشخص الذي يوقع عقد مع السلطات العمومية من اجل ضمان انجاز عمل ما، ويعود الفضل في ادخاله إلى النظرية الاقتصادية الى كل من كانتيون (cantion) سنة 1755وساي (j.B.Say) سنة1803، وللذان يعتبران من الاقتصاديين الاوائل الذين قدموا تصورا واضحا لوظيفة المقاول ككل.[1]

فالمقاول حسب كانتيون وساي هو شخص مخاطر، ويعتبر كانتيون عدم اليقين عنصر أساسيا في تعريفه المقاول، لأن المقاول لا يمكنه التأكد من نجاح نشاطه.[2]

أما بالنسبة الى ساي الأمر الذي يميز المقاول وخاصة المقاول الصناعي هو قدرته على تطبيق العلم والمعرفة يتفق ساي وكانتيون في أنه لا يشترط أن يكون المقاول شخصا ثريا إذا يمكنه اللجوء الى الاقتراض من الآخرين،

[1] دياح دليلة، **دراسة واقع المقاولاتية في الجزائر وآفاقها (2009-2010)**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2011-2012، ص15.

[2] Brahim allali، vers une théorie de léntrepreneuriat، cahier de recherche liscae، n17، maroc، p03.

وكذلك نجد أعمال مارشال (Marshal) الذي يعتبر من اوائل الكتاب الانجليز الذين اهتموا بالمقاول في بداية القرن العشرين، ولكن لم يفرق بين المقاول والمسير حيث عرف المقاول بتسليط الضوء على قدراته البشرية وعلى قدرته على تنظيم عمل.

ولم يصبح المقاول عنصر محوريا للتطور الاقتصادي الامع ظهور الأبحاث التي قام بها أب المقاولاتية شامبيتر (J.A.Shumpeter)سنة 1935.

فالمقاول هو قبل كل شيء شخص مبدع يقوم باستخدام الموارد المتاحة بطريقة مختلفة، كما يعتمد على الاختراعات والتقنيات المبتكرة من أجل الوصول لتوليفات إنتاجية جديدة مثل (صنع منتج جديد، استعمال طريقة جديدة في الإنتاج)من أجل الإبداع، ويقوم بتحمل الأخطار المترتبة عن عملية البحث لتنظيمات جديدة لعوامل الانتاج، أما بالنسبة إلى كيزنز (kizner)المقاول هو الشخص حساس للفرص، في حين أن وظيفة المقاول حسب شامبيتر تتمثل في أحداث حالة تخل بالتوازن وتكسر الروتين من أجل أحداث التغير، أما بالنسبة لكيزنز تتمثل مهمة المقاول في إعادة حالة التوازن باستغلال الفرص الناجمة عن اختلاله.

حيث ركزت ت النظريات الاقتصادية عن تأثير لمقاولاتية على الاقتصاد وظهرت مجموعة من النظريات الثقافية والتي تندرج ضمن النظريات الاجتماعية تهتم بدراسة اسباب المقاولاتية والعوامل الثقافية إلى تساهم في ترقيتها ومن روادها ماكس ويبر (M.weber).

حيث ساهم هذا الاتجاه في اعطاء أسس تاريخية لمجال المقاولاتية، ولم يساهم كثيرا في تحسين فهمه للظاهرة، نظر لإتباع مجال المقاولاتية اللام ترتبط مع العديد من العوامل المتنوعة التي تتجاوز نطاق حدود العلوم الاقتصادية.[1]

2- المقاولاتية حسب اتجاه خصائص الافراد

تم التركيز على المقاول في حد ذاته، وذلك بدراسة خصائصه بإعتبارها وسيلة يمكن من خلالها فهم النشاط المقاولاتي وظهرت مجموعة من الدراسات قامت بدراسة المقاول انطلاقا من الخصائص النفسية والخصائص الشخصية.

[1] الجودي محمد علي، "**نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي**، "اطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة-الجزائر، 1014-2015 ص86.

الخصائص الذي تناولت الخصائص النفسية ركزت على الخاصية الأساسية التي تميز سلوك المقاول وهي الحاجة الى الإنجاز بمعنى الحاجة إلى التفوق وتحقيق الأهداف وتحمل المسؤولية في إيجاد الحلول المناسبة في المشاكل التي تواجهه، أما الدراسات التي تناولت الخصائص الشخصية اهتمت بدراسة الخصائص الشخصية للمقاول مثل الوسط العائلي المستوى الذي يتمتع به، الخبرة المهنية المكتسبة.[1]

3- المقاولاتية حسب سير النشاط المقاولاتي:

لقد اهتم الاتجاه الاقتصادي بدراسة دور المقاول في الاقتصاد والمجتمع ككل، واهتم اتجاه خصائص الأفراد بشرح تصرفات المقاول وسلوكه، ولذلك جاء هذا الاتجاه كحتمية تنادي بضرورة تغيير مستوى التحليل في الأبحاث المنجزة في هذا المجال وذلك بوضع المقاول جانبا والتركيز عوض ذلك على دراسة ما الذي يحدث فعلا في المقاولاتية[2].

ركز الباحثون من خلالها على دراسة العوامل الأساسية التي تسمح للمقاول والمؤسسة بالنجاح، من بينها نجد اعمال دراكر (Drucker) الذي اشار في مطلع الثمانيات إلى التحول الكبير الذي طرا على النظام الاقتصادي والذي انتقل بفضل روح المقاولاتية من اقتصاد مرتكز أساسا على المسير إلى اقتصاد مبني على المقاولين، يعتبر كورتنر (Cortner) أيضا من رواد هذا الاتجاه حيث اقترح الاهتمام بدراسة سير عملية إنشاء المؤسسة الجديدة (أي اهتمام بما يفعله المقاولون فعلا عوض الاهتمام بماهم عليه)، حيث قدم نموذجا يصف فيه عملية إنشاء مؤسسة جديدة، هذا النموذج له أربعة أبعاد تتمثل في، المحيط، الفرد سير العملية، المؤسسة، حيث يعود سبب الاهتمام الباحثين بهذا الاتجاه كونه يسمح لهم بالخروج من التصورات السابقة المحدودة[3]

ثانيا: تعريف المقاولاتية

تطرق الباحثون الى مفهوم المقاولاتية من وجهات نظر عديدة، وفي البداية اعتمدت على أدبيات إدارة الأعمال على مفهوم المقاولاتية بمثابة مشروع، أما اليوم اختلفت وجهات النظر حول مصطلح المقاولاتية في عدة

[1] نفس المرجع السابق، ص87.

[2] Alain Fayolle، introduction à l' entrepreneuriat، dunod، paris، 2005، p12.

[3] حدة عابد، " **دور الحضانات الأعمال في دعم وتمويل المشاريع المقاولاتية**، "مذكرة لنيل شهادة ماستر، علوم تجارية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي والجزائر، 2016-2017، ص4-5.

مجالات مختلفة ولا يمكن إيجاد تعريف موحد متفق عليه من أجل رسم صورة كاملة وواضحة وشاملة حول تعريف المقاولاتية منها:

يمكن تعريف المقاولة على أنها مجموعة من الأنشطة والمساعي إلى تهدف إلى خلق وتطوير مؤسسة، وبشكل عام خلق نشاط معين [1].

المقاولاتية هي فعل أو مجموع أعمال ترتكز على الإبداع، تتضمن إعطاء الموارد المتاحة حاليا والقدرة على خلق قيمة جديدة مع تحمل المخاطر الناجمة عن ذلك، وبالمقابل الحصول على إشباع معين [2].

ويعرف أيضا شومبيتر المقاولاتية من المنظور اقتصادي بالتركيز على إدراك الفرص الاقتصادية الجديدة واللاحقة في السوق

ويركز شومبيتر على ضرورة إستغلال الفرص والعمل على تطوير الفكرة وهذا دون مراعات لحجم الموارد والتكاليف بقدر التركيز على اطلاق وتطوير المشروع لإن نجاح المشروع يضمن تعويض التكاليف وأيضا الفكر المقاولاتي يتضمن عنصر الأخذ بالمخاطرة.[3]

يعرف شان (Shane) وفانكاتا رامن (Vankata Raman)المقاولاتية بأنها العملية التي من خلالها يتم اكتشاف فرص لخلق سلع وخدمات مستقبلية يتم تقييمها واستغلالها [4].

أما الإتحاد الأوروبي فعرفها على أنها "الافكار والطرق لخلق وتطوير النشاط الاقتصادي من خلال مزج المخاطرة والإبداع والابتكار مع الفعالية في التسيير وذلك في مؤسسة جديدة أو قائمة بحد ذاتها ".[5]

يعرف Foyalle المقاولاتية بأنها "وضعية تربط الفرد بمشروع أو منظمة ناشئة وذلك بصفة متلازمة، حيث يتميز هذا الفرد بالتزام شخصي قوي، والقيمة بالنسبة للمقاول تكمن في المداخيل المالية، المادية والاستقلالية

---

[1] امال بعيط، **برنامج المرافقة المقاولاتية في الجزائر (واقع وافاق)**، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم التسيير، جامعة باتنة 1الجزائر، 2016-2017، ص11.

[2] محمد قوجيل، **دراسة وتحليل سياسات دعم المقاولاتية في الجزائر**، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، -ا لجزائر، 2015-2016، ص 15.

[3] بن يحي زهير، **دور اليات دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحسين العمل المقاولاتي**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، -لجزائر، 2018، ص21.

[4] Scott shan and s.Venkataraman ،**the promise of Entreprenurship as a Field of reseaech**، the Academy of Management Review، 2000، p: 220.

[5] ياسمين لدغم شيكوش، **دور المقاولاتية في زيادة الصادرات**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم تجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة -الجزائر، 2020، ص7.

الذاتية....الخ وبالنسبة إلى الزبائن الرضا من استهلاكهم للسلع والخدمات المعروضة أما بالنسبة للممولين فهي تتعلق بالفائدة والأرباح النقدية المتحصل عليها. [1]

ونجد البروفيسور Stevenson Haward "بجامعة هارفارد يوضح بأن المقاولاتية عبارة عن مصطلح يغطى التعرف على فرص الأعمال من طرف الأفراد أو منظمات ومتابعتها وتجسيدها.[2]

وعرفها (Gasse Damours) المقاولاتية بأنها " تعني مسار الحصول على شي وتسيير الموارد البشرية بهدف إنشاء وتطوير وغرس حلول تسمح بالاستجابة لحاجيات الأفراد والجماعات". [3]

تعرف المقاولاتية على أنها عبارة عن السيرورة التي تبدا بفكرة وتنتهي بعرض منتوج جديد ذو قيمة في السوق، وبني اثنين المغامرة والتنسيق بين مختلف الموارد المتوفرة وخوض كافة المخاطر المترتبة عن هذه العملية، وبما أن السيرورة هو التجديد سواء على مستوى المنتوج المادي أو الفكري (الطرق والمناهج) أو اكتشاف مواد جديدة، فتنطوي المقاولاتية على مبدا الأبداع.[4]

كما عرف كل من Michael Eeic)وloue Christophe) المقاولة بأنها "حركية إنشاء واستغلال فرص الأعمال من طرف الفرد أو عدة أفراد، عن طريق إنشاء منظمات جديدة من أجل خلق قيمة ".[5]

إذ مما سبق من التعريفات يمكن تحديد تقديم تعريف المقاولاتية بأنها هي مجموعة من الاجراءات التي يقوم بها الفرد لإيجاد مشروع ريادي جديد بهدف تقديم شي مميز يحقق رغبات الزبائن، ويحقق قيمة مضافة على المنتج، الخدمات أو الاجراءات.

---

[1] نور الهدى ساحلي وعائشة فقريش، **دور هيئات الدعم في تمويل المشاريع المقاولاتية في الجزائر**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة –لجزائر، 2020، ص8.

[2] بن شهرة محجوبة، **مقومات تطوير الروح المقاولاتية لدى طلبة جامعة المسيلة**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة–الجزائر، 2017، ص12.

[3] محمد قوجيل، مرجع سبق ذكره، ص 15

[4] هني طه وقدال زين الدين، **الثقافة المقاولاتية بين ضرورة المرافقة واحتياجات التمويل**، 2020، مجلة الافاق للبحوث والدراسات، العدد02، الجزائر، ص288.

[5] برحومه عبد الحميد ومهديد فاطمة الزهراء، **دور المقاولة الصغيرة والمتوسطة في تحقيق تنمية الاقتصادية في الجزائر عرض تجربة مؤسسة POLYBEN ببرج بوعريريج**، 2012، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، العدد07، الجزائر، ص281.

المطلب الثاني الاتجاهات المفسرة للمقاولاتية

أصبحت المقاولاتية مفهوم شائع الاستعمال ومتداول بشكل واسع في معظم البلدان، ومحور أساسي للتطوير، ونمط حياة جذاب يمكن الأفراد من تحقيق ذواتهم ويصبحوا أكثر استقلالية ومستوى معيشي أفضل.

نظر لاستعمال مصطلح المقاولاتية في عدة مجالات مختلفة، فلا نجد تعريفا واحد يشملها فهناك عدة مداخل لتعريفها:

الفرع الأول: المقاولاتية كظاهرة تنظيمية

هذا الاتجاه والذي يتزعمه Gartner يعتبر أن المقاولاتية هي عملية إنشاء منظمات جديدة، وحتى يتسنى لنا فهم هذه الظاهرة يتوجب علينا دراسة العملية التي تؤدي إلى ولادة وظهور هذه المنظمات، بمعنى آخر مجموع النشاطات التي تسمح للفرد بإنشاء مؤسسة جديدة.

فحسب هذا الاتجاه تشمل المقاولاتية مجموع الأعمال التي يقوم من خلالها المقاول بتجنيد وتنسيق الموارد المختلفة من معلومات، موارد مالية، البشرية....، وذلك من أجل تجسيد فكرة في شكل مشروع مهيكل وأن يكون قادرا على التحكم في التغيير ومسايرته من خلال أنشطة مقاولاتية جديدة.

كما يرى هذا الإتجاه أيضا أن عملية إنشاء مؤسسة جديدة هي ظاهرة تنتج عن التأثير المتبادل للعديد من العوامل المختلفة مثل الأفكار الخبرة، والتي يصبح لها معنى بواسطة تنظيم جديد، ويركز " "Gartner" أساس على مسألة ظهور هذه المنظمة وكيف تتمكن هذه الأخيرة من البروز والتحول إلى كيان موجود حقا وبعدما كانت مجرد فكرة، ويشيد أيضا بقدرة المقاول الكبيرة على تحويل الأحلام أو الرؤية إلى حقيقة ملموسة مجسدة في شكل مشروع جديد.

غير أن هذا الاتجاه يشوبه بعض الغموض، فبالرجوع إلى طريقة الاستغلال المعتمدة لتثمين فرصة أو ابتكار ما يمكننا الاعتماد على مؤسسة قائمة بدل اللجوء إلى إنشاء مؤسسة جديدة، فهل هذه الحالة تعتبر حالة مقاولاتية أم لا.

ومن جهة أخرى ومثلما بينه Bruyat لا يمكن أن تؤدي جميع المؤسسات المقامة لإحداث حالات تكون فيها شدة التغيير بالنسبة للفرد بالإضافة إلى أهمية القيمة المقدمة ذات مستوى عال، حيث يمكن للمؤسسات أن تنشا عن طريق التقليد أو إعادة إنتاج ومن خلال ما سبق يمكن أن نعرف المقاولاتية حسب هذا الإتجاه بأنها عملية إنشاء لمؤسسة من خلال تجسيد فكرة في مشروع.[1]

الفرع الثاني: المقاولاتية استغلال الفرص

حسب هذا الاتجاه يعرف فانكاترمان وشان المقاولاتية بأنها العملية التي يتم من خلالها اكتشاف وتثمين واستغلال الفرص التي تسمح بخلق منتجات وخدمات مستقبلية، والفرصة حسب كاسون تعني الحالات التي تسمح بتقديم منتجات خدمات ومواد أولية جديدة، بالإضافة أيضا إلى إدخال طرق جديدة في التنظيم، وبيعها بسعر أعلى من تكلفة إنتاجها، ويتم ذلك عن طريق المقاول الذي يعتبر شخصا قادرا على اكتشاف موارد غير مثمنة والتي قوم بشرائها وتنظيمها من أجل إعادة بيعها في شكل سلع ومنتجات مثمنة بشكل أفضل من طرف المستهلكين، وتفطن المقاول لمثل هذه الفرص يولد لديه رؤية مقاولاتية تدفعه لإنشاء مؤسسة بهدف استغلالها. كما يوجد أيضا حسب دراكر مصادر أخرى للفرصة والتي تتمثل في مايلي:

- ✓ الفرص المتواجدة في الأسواق كثمرة لعدم الكفاءة الناتجة عن تناظر المعلومة، أو عن عدم امتلاك التكنولوجيا اللازمة لتلبية الحاجات غير المشبعة ؛
- ✓ الفرصة الناتجة عن التغيرات الخارجية في المجالات الاجتماعية، السياسية، الديموغرافية والاقتصادية؛
- ✓ الفرص الناتجة عن الابتكارات والاكتشافات والتي تولد أيضا معارف جديدة ؛

إذ يركز هذا الاتجاه على دراسة ظهور نشاط إقتصادي جديد، والذي ليس بالضرورة مرتبط بظهور مؤسسة جديدة، و يطرح أيضا هذا الاتجاه بعض المشاكل الرئيسية في تصوره للمقاولاتية، حيث يفترض أن الفرص في الطبيعة كما هي، ويكفي امتلاك القدرة على معرفتها حتى نتمكن من امتلاكها وتحويلها لحقيقة اقتصادية، ولكن في الحقيقة يمكن أن تتشكل الفرص المقاولاتية من خلال عملية إنشاء النشاط وليست هي بذاتها نقطة الانطلاق كما يركز هذا الاتجاه فقط على دراسة طريقة استغلال أو تجسيد الفرصة التي تسمح بخلق منتج أو خدمة، في حين أنه يتوجب علينا دراسة ما يحدث فعلا في المقاولاتية من أجل فهم الظاهرة بصورة أفضل.

[1] الجودي محمد علي، مرجع سابق ذكره، ص11.

ومن خلال ما سبق يمكن أن تعرف المقاولاتية بأنها استغلال للفرص التي تسمح بتجسيد مشروع. [1]

الفرع الثالث: المقاولاتية ازدواجية بين الثنائية (الفرد – خلق القيمة)

حسب هذا الاتجاه تتمحور المقاولاتية حول دراسة العلاقة التي تربط بين الفرد والقيمة التي انشاها ويتزعمه "Bruyat" بالنسبة إليه يتمثل الموضوع العلمي المدروس في مجال المقاولة في الثنائية الفرد وخلق القيمة والثنائية هنا عبارة عن مبدأ اقترح من طرف Morin وهو يندرج ضمن ديناميكية للتغيير ويعرف من منظورين، الأول ينطلق من الفرد ويعتبره الشرط الأساسي في خلق القيمة فهو العامل الرئيسي في الثنائية إذ يقوم بتحديد طرق الإنتاج، سعته وكل التفاصيل المتعلقة بالقيمة المقدمة، وبالتالي المقاول هو ذلك الشخص أو المجموعة في صدد خلق قيمة كإنشاء مؤسسة جديدة مثلا والذي بدونه لم يكن لهذه القيمة أن تقدم، أما المنظور الثاني فهو يعتبر أن خلق القيمة من خلال المؤسسة التي انشاها هذا الفرد، تؤدي إلى جعل هذا الاخير مرتبطا بالمشروع الذي انشاها إلى درجة أنه يصبح معرفا به، وتحتل القيمة التي قدمها مكانة كبيرة في حياته، كما أنها تؤثر بشكل كبير عليه، إذ تدفعه لتعلم أشياء جديدة، لتعديل شبكة علاقاته بما يتماشى مع متطالباته، وهي قادرة حتى على تغيير صفاته وقيمته، وعندما يقوم الفرد بإنشاء مؤسسة أو تقديم ابتكار مافاته بالمقابل يصبح مقيدا بالمشروع الذي أقامه، أما عن القيمة المقدمة فهي تتمثل في مجموع النتائج التقنية، المالية والشخصية التي تقدمها المنظمة والتي تولد رضا المقاول والأطراف الفاعلة أو المهتمة.

يمكن اعتبار هذا الاتجاهات الثلاث متكاملة حيث لا يكفي أي اتجاه لوحده لتعريف المقاولاتية، وبصفة عامة يمكن تعريفها بأنها: المقاولاتية هي مجموعة النشاطات يتم من خلالها إنشاء مؤسسة ذات الطابع تنظيمي من خلال استغلال الفرص المتاحة من طرف فرد يتمتع بخصائص معينة من أجل تجسيد فكرة مبدعة وبالتالي خلق قيمة ومنه فانه يجب توفر ثلاث عناصر أساسية في المقاولاتية وهي: [2]

- المقاولون الذين لن يكون هناك ابداع من دونهم ؛

[1] عجال وليد، باشوش يوسف، **دور التعليم المقاولاتي في تعزيز الرغبة المقاولاتية لدى الطلبة**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أكلي محند اولحاج، البويرة- الجزائر، 2019، ص4.

[2] زايد مراد، **الريادة والإبداع في المشروعات الصغيرة والكبيرة**، مداخلة في الملتقى الوطني حول المقاولتية: التكوين وفرص الأعمال، كلية علوم التسسير والإقتصاد، جامعة محمد خيضر بسكرة-الجزائر، أيام 08/07/06 أفريل 2010، ص70.

- البعد التنظيمي المرتبط بالرؤية، الثقة المثالية، الإبداع، التحول للفشل، التحوط للغموض، الرقابة الداخلية ؛
- البعد البيئي المرتبط بالتنوع في الأسواق؛

وبناء على ما سبق يمكن تحديد الجوانب الرئيسية للمقاولاتية كما يلي:

- ✓ هي عملية انشاء شي جديد ذو قيمة ؛
- ✓ تخصيص الوقت الجهد والمال ؛
- ✓ تحمل المخاطر المختلفة الناجمة عن المخاطرة ؛
- ✓ الحصول على العوائد الناجمة عن المخاطرة؛

المطلب الثالث: مميزات أهم المقربات الحديثة في مجال المقاولاتية

1/ المقاولاتية ظاهرة تنظيمية: اعتبر رواد هذا الاتجاه المقاولاتية على أنها ايجاد منظمة أو مؤسسة جديدة، وأشهر رواده كرتنر William Gartner 1988 حيث يعتبر أن "المقاولاتية هي عملية إنشاء منظمة جديدة، فحسب هذا الاتجاه تشمل المقاولاتية مجموع الأعمال التي يقوم من خلالها المقاول بتجنيد وتنسيق الموارد المختلفة من معلومات موارد مالية وبشرية، ....، وذلك من أجل تجسيد فكرة في شكل مشروع مهيكل وأن يكون قادرا على التحكم في تغيير طريقة النشاط ومسايرته لأنشطة مقاولاتية جديدة، " ويرى ألان فايول أن التعاريف السابقة لم تتناول ما تطرق إليه التعريف الذي جاء به Gartner مع بداية التسعينات من القرن الماضي، حيث يرى نموذج المقاولاتية يتكون من مجموعة الأنشطة التي تسمح بإنشاء مؤسسة جديدة، والتي تتمثل فيما يلي :

- البحث عن الفرص ؛
- تجميع الموارد ؛
- تصميم المنتج موضوع الفكرة ؛
- إنتاج المنتج ؛
- تحمل المسؤولية اتجاه الاقتصاد والأفراد.

كما عرف دولنق (Dollin 1995) المقاولاتية بأنها "عملية خلق منظمة إقتصادية مبدعة من أجل تحقيق الربح أو النمو تحت ظروف المخاطرة وعدم التأكد والاستفادة من فرص جديدة عامة ".

2/**المقاولاتية استغلال للفرص:** مع مطلع التسعينات من القرن العشرين ظهر تعريف المقاولاتية على أنها سيرورة تحويل الفرص إلى انطلاق الأعمال، " فالمقاولاتية كمجال بحث، يتمثل البحث عن فهم كيف يتم اكتشاف الفرص لإنتاج مواد وخدمات لا توجد حاليا ويتم تحقيقها واستغلالها ؟ ومن طرف من؟ وما هي أثار ذلك ؟".

وأهم رواد هذا الاتجاه (Shane وVenkatarman 2000) يعرفان المقاولاتية "بأنها العملية التي يتم من خلالها اكتشاف وتثمين لفرص التي تسمح بخلق منتجات وخدمات مستقبلية ".

تعريف الفرصة: حسب casson 1982 تعني الحالات التي تسمح بتقديم منتجات، خدمات ومواد أولية جديدة بالإضافة أيضا إلى إدخال طرق جديدة في التنظيم، وبيعها بسعر أعلى من تكلفة الإنتاج، عن طريق المقاول الذي يتصف بالقدرة على اكتشاف الموارد غير الثمينة والتي يقوم بشرائها ويعمل على تنظيمها لبيعها على شكل سلع مثمنة، ويرى أن إدراك المقاول لهذه الفرص يولد لديه تصور المقاولاتي لإنشاء مؤسسة بغرض استغلال الفرصة.

كما عرف Venkatarman1997 المقاولاتية على أنها حقل أكاديمي يسعى لفهم كيف تنبثق وتظهر الفرص التي تؤدي إلى خلق مؤسسة أو مشروع جديد أو سلع وخدمات يتم اكتشافها وابتكارها بواسطة مجموعة من الأشخاص المقاولين[1].

3/ المقاولاتية من منظور خلق القيمة:

وقد اقترح Morin يندرج ضمن ديناميكية للتغيير ويعرف من منظورين هما:

المنظور الأول: ينطلق من الفرد ويعتبر الشرط الأساسي في خلق القيم فهو العامل الرئيسي في الثنائية إذ يقوم بتحديد طرق الإنتاج، وبالتالي المقاول هو ذلك الشخص أو المجموعة في صدد خلق قيمة كإنشاء مؤسسة جديدة، ولولاه لنا يمكن لهذه القيمة أن تتحقق.

المنظور الثاني: يعتبر أن خلق القيمة من خلال المؤسسة التي انشاها هذا الفرد، تؤدي إلى جعل هذا الأخير مرتبطا بالمشروع المقاولاتي لدرجة أنه يصبح معرفا به، وتحتل القيمة مكانة كبيرة في حياته، إذ تدفع المقاول لتعلم

[1] https: //fsnv.univ-setif.dz-1، تاريخ تصفح 05/04/2022 على الساعة 23: 15.

أشياء جديدة، وهي قادرة على تغير صفاته وقيمته، فعند قيام الفرد بإنشاء مؤسسة أو تقديم ابتكار فانه يصبح ملزما بالمشروع الذي أقامه، أما عن القيمة المقدمة فهي تتمثل في مجموع النتائج التقنية، المالية والشخصية التي تقدمها المؤسسة والتي تولد رضا المقاول والأطراف التي تتعامل معه والفاعلة.

لقد تطور مفهوم المقاولاتية وأصبحت تأخذ أكثر من صورة، حيث يرى Alain fayolle أن هذه الظاهرة يمكن أن تأخذ أشكال التالية:

- إنشاء مؤسسة أو نشاط من طرف أفراد مستقلين أو من طرف مؤسسات ؛
- استعادة نشاط أو مؤسسة، تكون في وضع جيد أو تواجه صعوبات من طرف افراد مستقلين أو من طرف مؤسسات ؛
- تطوير وإدارة بعض المشاريع التي في خطر في المؤسسات ؛
- القيام بتسيير بعض الوظائف أو المسؤوليات داخل المؤسسات.

4/ المقاولاتية من منظور الابتكار:

بالنسبة لبعض الاقتصاديين يعتبرون أن المقاولاتية هي حلقة ضائعة بين الفكرة وتجسيد الفكرة، فقد ركز **شومبيتر** من خلال نظريته "**التفكيك الاخلاق** "على دور الابتكار في العملية المقاولاتية، رغم أنه لا يوجد إجماع حول مفهومه إلا أن هناك مفهوم ضيق ومفهوم واسع للابتكار، فالمفهوم الضيق يعرف الابتكار على أنه مرتبط بالجوانب التكنولوجية، والعيب في هذا المنظور هو تضييق صور والنماذج المقاولاتية، لإن القليل من المقاولين يمكنهم ربطهم بهذا التعريف الضيق للابتكار. [1]

المطلب الرابع : مصطلحات ذات العلاقة بالمقاولاتية

لطالما ارتبط مصطلح المقاولاتية بمصطلحات أخرى لها صلة وطيدة بموضوع المقاولاتية نذكر منها:

أولا: الثقافة المقاولاتية

هو مفهوم يخضع لتأثير المحيط وبعض العوامل الخارجية، حيث نعرف الثقافة بشكل عام على أنها:

[1] نفس المرجع سابق ذكره، ص

- ✓ التلاؤم والتوافق مع العوامل المحيطة، وتتضمن الثقافة كذلك الأفكار المشتركة بين مجموعات الأفراد وكذا للغات التي يتم من خلالها ايصال الأفكار بها، وهو ما يجعل من الثقافة عبارة عن نظام السلوكيات مكتسبة.
- ✓ مجموعة القيم المشتركة المتقاسمة بين أطراف المجتمع والتي يستعملونها في التعاملات والتبادلات.

من خلال ما سبق يمكن تعريف ثقافة المقاولاتية على أنها: مجمل المهارات والمعلومات المكتسبة من فرد أو مجموعة من الأفراد ومحاولة استغلالها وذلك بتطبيقها في الإستثمار في رؤوس الأموال وذلك بإيجاد أفكار مبتكرة جديدة، ابتكار في مجمل القطاعات الموجودة اضافة إلى وجود هيكل تسييري تنظيمي، وهي تتضمن التصرفات، التحفيز، ردود أفعال المقاولين، بالإضافة للتخطيط اتخاذ القرارات، التنظيم والمراقبة.

كما أن هناك ثلاث أماكن يمكن أن ترسخ فيها هذه الثقافة هي: العائلة، المدرسة، المؤسسة.

و يلخص نموذج (J.-P SABOURIN ET Y.GASSE) مفهوم الثقافة المقاولاتية، حيث يبرز المراحل التي تقود لبروز وظهور المقاولين بين فئة المتعلمين وبالأخص الذين تابعوا تكوين في مجال المقاولاتية حيث ومن خلال تحليل ثمانية برامج تكوينية لاحظ الباحثان أنه توجد علاقة إيجابية بين التوجهات المقاولاتية للفرد والإمكانيات المقاولاتية، أما عن العوامل التي تؤثر على هذا النموذج فتنقسم إلى ثلاثة مجموعات:

1/ **المسبقات:** وتمثل مجموع العوامل الشخصية والمحيطية التي تشجع على ظهور الاستعدادات عند الفرد، حيث لاحظ الباحثان بأن الطلبة الذين لديهم آباء يعملون لحسابهم الخاص لديهم إمكانيات مقاولاتية أكبر بالمقارنة مع الآخرين.

2/ **الاستعدادات:** وهي مجموع الخصائص النفسية التي تظهر عند المقاول، وهي المحفزات، المواقف، الأهلية والفائدة الموجودة والتي تتفاعل في ظل ظروف ملائمة لتتحول إلى سلوك.

3/ **تجسيد الامكانيات والقدرات المقاولاتية في مشروع:** وهذا يكون تحت تأثير الدوافع المحركة والتي تشمل العوامل الإيجابية وعوامل عدم الاستمرارية (انقطاع)، فكلما زادت كثافة الدوافع المحركة فهي تشجيع الأفراد أكثر على خلق المشاريع، والأفراد الذين يملكون إمكانيات وقدرات مقاولاتية أكبر فهم يحتاجون لدوافع محركة أخف. [1]

[1] سليمة سلام، **ثقافة المؤسسة والتغيير**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية علوم الاقتصاد والتسيير، جامعة الجزائر، سنة 2003-2004، ص10.

ثانيا: روح المقاولاتية

لقد ازداد اهتمام الباحثين بدراسة روح المقاولاتية نظر لأهميتها الكبيرة في تدعيم وتشجيع المقاولاتية، ولإن مصطلح مازال محل البحث لم يتم التواصل إلى اتفاق حول إيجاد تعريف موحد وشامل له.

فحسب LEGER-JARNIOU لا يجب الخلط بين روح المقاولاتية وروح المؤسسة فلكل منهما مفهومه الخاص به، فروح المؤسسة تتمثل في مجموع المواقف الإيجابية اتجاه المؤسسة والمقاول، أما عن روح المقاولاتية فهي تنتقد التصور الذي يعتبرها عملية التعرف على الفرص وجمع الموارد الكافية ذات الطبيعة المختلفة من أجل تحويلها إلى مؤسسات، بل يجب أن ينظر إلى هذا العملية كنتيجة ممكنة التحقق لروح المقاولاتية وليس كمفهوم لها.

حيث ترتبط روح المقاولاتية بالدرجة أولى بأخذ المبادرة والعمل او الانتقال للتطبيق، فالأفراد الذين يتمتعون بروح المقاولاتية يمتلكون العزيمة على تجريب أشياء جديدة أو على إجاز الأعمال بطريقة مختلفة وذلك بسبب بسيط يمكن في وجود إمكانية للتغيير، وليس بالضرورة أن يكون لهؤلاء الأفراد الرغبة في إنشاء مؤسستهم الخاصة، ولا حتى في الدخول في مسار مقاولاتي فهم يهدفون بالدرجة الأولى إلى تطوير قدرة للتعامل مع التغيير، لاختبار وتجريب أفكارهم بكثير من الانفتاح والمرونة.

وحسب التعريف المقدم من مجموعة من المختصين في الاتحاد الأوروبي المكلفين بتدريس المقاولاتية، يجب أن لا تنحصر روح المقاولاتية فقط في عملية إنشاء المؤسسات، بل يجب النظر إليها كموقف عام يمكن استعماله بفائدة من طرف كل في حياته اليومية وفي كل النشاطات المهنية، ولذلك لا يجب حصر المقاولاتية في مجموعة الوسائل والتقنيات التي تسمح بالانطلاق في نشاط تجاري لأنها تتعلق قبل كل شيء بالمبادرة والعمل.[1]

إذا روح المقاولاتية هي عبارة واسعة الدلالات والمعاني تتعدى في مفهومها عملية إنشاء المؤسسات الفردية، لتشمل تطوير الكفاءات الفردية في تقبل إمكانية التغيير بروح منفتحة مما يمكن الأفراد من تطوير أنفسهم، واكتساب مهارات جديدة ناتجة عن الانتقال للميدان العلمي وتجريب الأفكار الجديدة، وبالتالي كسر حاجز الخوف من التغيير واكتساب مرونة في التعامل مع المستجدات.

[1] Anne-Françoise Lambert، Jean Donnay et autres، Réalisation d'une boite a outils pédagogique qui contribuent au développement de l'esprit d'entrependre a' l'attention des enseignants et étudiants de l'enseignement secondaire، Mai، 2005. p16.Sur le site: WWW.freefondation.be (25/12/2010).

ثالثا: العملية المقاولاتية

لقد تم تقديم مفهوم المقاولاتية سابقا على أنها عملية خلق وإيجاد شيء جديد ذي قيمة مع إعتبار المخاطر والعوائد المصاحبة لهذه العملية من المقاولين أنفسهم، ومن هنا فإنه يمكن تعريف العملية المقاولاتية بأنها القدرة على تعريف وتقييم الفرص، ثم تطوير خطة المشروع المناسبة، ومن ثم تحديد الموارد اللازمة أو المطلوبة لبناء وإدارة المشروع المنبثق فهذه الأنشطة والإجراءات لابد وأن تتولد مع انطلاقة أي منظمة ريادية أو مشروع ريادي. [1]

وقد حدد Baygrave وhofer خصائص العملية المقاولاتية على النحو التالي:

- ✓ أنها عملية تنشأ بمحض واختيار وإرادة الإنسان ؛
- ✓ أنها تحدث على مستوى الشركات الفردية في أغلب الأحوال؛
- ✓ أنها تتضمن نوعا من تغيير الأوضاع ؛
- ✓ أنها تتضمن نوع من عدم الاستمرارية ؛
- ✓ أنها عملية شاملة ؛
- ✓ أنها عملية ديناميكية ؛
- ✓ أنها تتمتع بالذاتية إلى حد كبير ؛
- ✓ أنها تتضمن العديد من المتغيرات السابقة على حدوثها ؛
- ✓ أن نتائجها حساسة جدا للأوضاع المبدئية التي تتخذها هذه المتغيرات.

رابعا: المقاولة المؤسسية

لقد تعددت المفاهيم الخاصة بالمقاولة المؤسسية Corporate Entrepreneurshipفمنها المقاولة الداخلية Lntrapreneurssهipوالتي تمثل المقاول داخل التنظيم، أو عمل مشاريع التابعة للمنظمة Lnternal Lntrapreneurshipأو مستوى المقاولة المؤسسية داخل التنظيم Lnternal Corporate Lntrapreneurship، ويعود الفضل إلى الباحث Pinchot Giffordالذي أبرز مفهوم المقاولة المؤسسية على أنها مقاولاتية يعمل بها في منظمة قائمة بالأصل.

[1] مجدي عوض مبارك، **الريادة في الأعمال**، عالم الكتب الحديث، اربد، الأردن، 2009، ص129.

ويمكننا التمييز بين المقاولاتية والمقاولة المؤسسية من خلال الأبعاد الرئيسية الآتية: واقع الممارسة، وطبيعتها ومهمتها، وتحمل المخاطر والصعاب، والاستقلالية والاعتماد على النفس، ورقابة البيئة الخارجية كمل تظهر في الجدول التالي: [1]

الجدول(1-1): أوجه الاختلاف بين المقاولاتية والمقاولة المؤسسية

مجال الاختلاف	المقاولاتية	المقاولة المؤسسية
واقع الممارسة	نلتمسها أكثر في المنظمات صغيرة الحجم	نلتمسها أكثر في المنظمات كبيرة الحجم
طبيعتها ومهمتها	ابتداء مشروع صغير الحجم وإدارته	تشغيل إدارة منظمة قائمة بالأصل
تحمل المخاطر والصعاب	أقل مخاطرة ومصاعب مقارنة مع المقاولة المؤسسية	أكثر صعوبة ومخاطرة من المقاولاتية وخصوصا المخاطرة المالية
الاستقلالية والاعتماد على النفس	المقاول مستقل بذاته ويعتمد على نفسه في إدارة منظمته	ليس مستقلا بذاته وإنما التابع لمنظمة معينة يخضع لإجراءاتها وقوانينها
رقابة البيئة الخارجية	أكثر سيطرة على البيئة التي يعمل فيها وخصوصا البيئة الداخلية	أقل سيطرة على البيئة التي يعمل بيها

المصدر: مجدي عوض مبارك، مرجع سابق ذكره، ص230.

المبحث الثاني: ماهية المقاول

لقد اختلفت وتعددت الآراء حول مفهوم المقاول فهناك، من يعرفه بالمفهوم الاقتصادي، وهناك من يعرفه بالمفهوم الاجتماعي، وسيتم التطرق في هذا المبحث إلى اعطاء نظرة عامة حول المقاول، من خلال أربعة مطالب، تتضمن تعريف المقاول وخصائصه، وأنواع وتصنيفات المقاول، وإضافة إلى أهم المقاربات التي تناولت المقاول ودوافعه وأهدافه.

1- [1] مجدي عوض مبارك، مرجع سبق ذكره، ص230

المطلب الأول: تعريف المقاول وخصائصه

الفرع الأول: تعريف المقاول

أن مفهوم المقاول تطور مع مرور الزمن ففي فرنسا وخلال العصور الوسطى كانت كلمة المقاول تعني الشخص الذي يشرف على مسؤوليته ويتحمل أعباء مجموعة من الأفراد ثم أصبح يعني الشخص الجريء الذي يسعى من أجل تحمل مخاطر اقتصادية.

هناك مجموعة من التعاريف حول المقاول من بينها:

- ✓ يعرف (Say): المقاول بأنه شخص مخاطر يقوم بتوظيف أمواله الخاصة.
- ✓ أما) Cantilbn): بأنه الشخص الذي يشري)أو يستأجر) بسعر أكيد لبيع)أو ينتج) بسعر غير أكيد.[1]
- ✓ ويرى 1968(H.Leibenstein): بأن المقاول يملك قدرات لاكتشاف الفرص وتقييمها، فهو يقوم بتحليل المعلومات للوصول لأسواق جديدة، ولتقنيات ومنتجات جديدة، وأيضا الوصول للمسؤوليات التسييرية الأكثر أهمية كما يضمن تحفيز الأفراد. [2]
- ✓ كما عرف شومبيتر المقاول)1950): بأنه ذلك الشخص الذي لديه الإدارة والقدرة لتحويل فكرة جديدة أو اختراع جديد إلى ابتكارات ناجحة. [3]

ويعرف المقاول أيضا: هو الشخص الذي لديه الإرادة والقدرة بشكل مستقل " إذا كان لديه الموارد الكافية " على تحويل فكرة جديدة واختراع إلى ابتكار يجسد على أرض الواقع، بالاعتماد على معلومة هامة من أجل تحقيق عوائد مالية عن طريق المخاطرة يتصف بالجرأة، الثقة بالنفس، المعارف التسييرية والقدرة على الإبداع وبهذا يقود التطور الاقتصادي للبلد. [4]

---

[1] دباح نادية، **دراسة واقع المقاولاتية في الجزائر ووآفاقها**، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، تخصص ادارة أعمال، جامعة الجزائر 3 2012/2011، ص 16.

[2] سلامي منيرة، **التوجه المقاولاتي للمرأة في الجزائر**، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة–الجزائر، 2008 ص 40.

[3] أ.د كمال رزيق، د. بلحمدي سيد علي، د. مادي محمد إبراهيم بحوث وأوراق الملتقى الوطني الثالث حول **المقاولاتية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الواقع والتحديات** المنعقد بجامعة خميس مليانة–الجزائر، 2018، ص 25.

[4] د. بو فاس الشريف، أ. بوخضرة مريم، أ. سوالمية لمية، مجلة البحوث والدراسات التجارية، مقال **دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في دعم العمل المقاولاتي وتحقيق التنمية في الجزائر**، جامعة سوق أهراس، الجزائر، 2018، ص 88.

من خلال التعاريف السابقة نستنتج بأن " المقاول هو كل شخص مجازف لديه نظرة شاملة لطموحاته وأفكاره ويريد تجسيدها على أرض الواقع وذلك من خلال القيام بمؤسسة خاصة به تعود عليه بالنفع.

- ❖ المقاول هو كل شخص لديه مهارات ويريد تطويرها وتنميتها؛
- ❖ المقاول هو الذي يبحث عن فرصة أو يتسنى فرصة؛
- ❖ المقاول هو كل فرد ينتج شيء جديد مقابل تحمل الأخطار.

الفرع الثاني: خصائص المقاول

من خلال مختلف التعاريف والمفاهيم التي قدمت للمقاول يمكن أن نستنتج مجموعة من الخصائص والتي تتمثل في ما يلي:

أولا: الخصائص الشخصية

1- **الإستعداد والميل للمخاطر**: ويتمثل أهم عنصر في الصفات الشخصية للمقاول لأن مختلف التعاريف والدراسات تناولت عنصر المخاطرة، ويعتقد البعض أن المقاولين هم الناس الذين تستند أعمالهم على إبداع منتج جديد أو خدمة جديدة، ولكن الشخص الذي لديه الشجاعة أن يبدأ عملا جديدا أو فريدا.

2- **الرغبة في النجاح**: يعرف المقاولين أهدافهم جيدا ويعملون بمثابرة لتحقيق تلك الأهداف إنهم منظمون على أنهم يختلفون في درجة الرغبة في النجاح، ويملكون درجات أكبر من الأشخاص العاديين حيث يقدمون مسؤولية ذاتية لأعمالهم ووظائفهم.

3- **الثقة في النفس**: إن المقاولون يستطيع أن يجعلوا من أعمالهم أعمالا ناجحة لأنهم يملكون شعورا متفوقا وإحساسا بأنواع المشاكل المختلفة بدرجة أعلى، كما أظهرت مختلف الدراسات أن المقاولون يملكون الثقة بالنفس وقدرة على ترتيب المشاكل المختلفة وتصنيفها والتعامل معها بطريق أفضل من الآخرين.

4- **الإندفاع للعمل**: عادة ما يظهر المقاولون مستوى من الاندفاع نحو العمل أعلى من الآخرين حتى إن هذا الاندفاع والحماس يأخذ شكل العناد والرغبة في العمل الصعب والشاق، كما أن المقاولون يملكون دافعا ذاتيا للتميز والتألق في مواجهة التحديات.

5-**الإلتزام:** لابد من المقاولون من إدامة تركيزهم على أهدافهم، وعدم تخليهم عن تخطيط أنشطتهم المختلفة، ويمكن لكن إنسان ينجح في العمل الحر بشرط أن يتعلم من أخطائه وأخطاء اللآخرين.

6-**6.التفاؤل:** يملك أصحاب الأعمال الصغيرة خاصية التفاؤل، فهم غير متشائمين إنهم متفائلون أكثر من غيرهم يتعلمون من أخطائهم ويعتبرون أ الفشل حلقة في سلسلة النجاح. [1]

ومن أهم الخصائص المقاولين أيضا نجد الجدول التالي:

الجدول رقم)1-2) أهم خصائص المقاولين

مقاول غير رسمي	مقاول تعاوني	مقاول ليبرالي	مقاول الشبكة
_ الأخذ بالمخاطرة _ تقبل وتحمل الفشل _ إمكانية التأكد	_ الاستغلالية _ الثقة في النفس _ الحاجة للتقدير والاحترام	_ الذاتية _ التفاعل _ روح المبادرة _ قياس الفعالية بوسيلة الأموال	_ التفويض _ التمهين _ نظام العلاقات _ المرونة

فهذا الجدول يبين لنا أربعة أنواع للمقاولين حسب التطور والتقليد، وكذلك حسب الجماعية والفردية، فنجد المقاول غير رسمي الذي يعتبر مقاولا تقليديا ذو منطق جماعي، وعكسه المقاول التعاوني فهو مقاول تقليدي غير متطور، أما المقاول اليبرالي فنجده مقاولا دو منطق فردي أما الشبكي ذو منطق جماعي. [2]

ثانيا: الخصائص السلوكية

يمتلك المقاول نوعين من المهارات وهي:

1-**المهارات التفاعلية:** وتمثل مجموعة المهارات من حيث بناء وتكوين علاقات إنسانية بين العاملين والإدارة والمشرفين على الأنشطة والعملية الإنتاجية، والسعي لخلق بيئة عمل تفاعلية تستند إلى التقدير والاحترام والمشاركة في حل المشكلات ورعاية وتنمية الابتكارات، فضلا عن تحقيق العدالة في توزيع الأعمال وتقسيم

[1] د. فايز جمعه صالح النجار، د. عبد الستار محمد العلي، **الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة**، ط 2، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 32-33.

[2] لفقير حمزة، **تقييم البرامج التكوينية لدعم المقاولة**، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس – الجزائر، 2009/2008، ص 2.

الأنشطة وإقامة قنوات اتصال متفاعلة تضمن سير العمل بروح الفريق الواحد، وهذه المهارات توفر الأجواء لتحسين الإنتاجية وتطوير العمل.

2- **المهارات التكاملية**: المقاولون يسعون باستمرار إلى تنمية مهاراتهم التكاملية بين العاملين، حيث تصبح المؤسسة أو المشروع وكأنه خلية عمل متكاملة وتضمن إنسانية الأعمال والفعاليات بين الوحدات والأقسام. [1]

ثالثا: الخصائص الإدارية

تشتمل على تشكيلة أو توليفة متنوعة من المهارات نذكر منها ما يلي:

1- **المهارات الإنسانية**: تمثل المهارات الخاصة بالتعامل الإنساني والتركيز على إنسانية العاملين، ظروفهم الإنسانية والاجتماعية وتهيئة الأجواء الخاصة بتقدير واحترام الذات فضلا عن احترام المشاعر الإنسانية والكيفية التي يتم فيها استثمار الطاقات خلال بناء بيئة عمل تركز على الجانب السلوكي والإنساني.

2- **المهارات الفكرية**: وتتطلب إدارة المشروعات مجموعة المهارات الفكرية وامتلاك المعارف والجوانب العلمية والتخطيطية والرؤيا لإدارة مشروعه والقدرة على تحديد السياقات والنظم والصياغة الأهداف على أسس الرشد والعقلانية.

3- **المهارات التحليلية**: وتهتم بتفسير العلاقات بين العوامل والمتغيرات المؤثرة حاليا ومستقبليا على أداء المشروع وتحليل)الأسباب وتحديد عناصر القوة والضعف الخاصة بالبيئة الداخلية للمشروع، عناصر الفرص والتهديدات المحيطة بالمشروع في بيئته الخارجية، تحديد أثر ذلك على المركز التنافسي للمؤسسة، سلوكيات المنافسين وتصوراتهم المستقبلية وكذا سلوكيات المستهلكين وأثر ذلك الحصة السوقية للمشروع، والجوانب المالية والمحاسبية والإنتاجية والتسويقية وغير ذلك).

4- **المهارات الفنية)التقنية)**: وتتمثل في المهارات الأدائية ومعرفة طبيعة العلاقات بين مراحل الإنتاجية، والمهارات التصميمية للسلع ومعرفة كيفية أداء العديد من الأعمال الفنية خاصة في ما تتعلق بتصميم المنتج وكيفية تحسين أدائه وكل ما يرتبط بالجوانب التشغيلية، ومعرفة كيفية تركيب الأجزاء وصيانة بعض المعدات والآلات، والمكونات الأساسية للآلات والمعدات، وهذه المهارات تكون ذات تأثير كبير في بعض

[1] لفقير حمزة، مرجع سابق ذكره، ص 27.

المشروعات، كما هو الحال في مصانع الملابس والأقمشة، أو الشركات ذات طبيعة التصنيعية والفنية كالتجارة والمشاغل الأخرى، وحتى في بعض المجالات الخدمية كصيانة الأجهزة الكهربائية والمعدات الأخرى، حيث ينظر العاملين إلى المقاولين وكأنهم مرجع الأساسي لهم في هذا النشاط. [1]

المطلب الثاني: أنواع وتصنيفات المقاول

لقد تعددت تصنيفات المقاولين وأنواعهم وفقا لعدة معايير مرتكز عليها من طرف الباحثين والمتمثلة فيما يلي:

أولا: أنواع المقاولين تبعا لظروف الإنشاء

وضع هذا التصنيف سنة 1967 ويشمل وجهتين للمقول:

1- **المقاول الحرفي:** هو الذي يملك قليل من التعليم لكن يتمتع بكفاءات تقنية ومركزة فهذا النشاط نابع قلبه إذ يتقبل إمكانيات توارث الحرفة من الآباء كما له قابلية لتوريثها للأبناء فهو يخشى السيطرة على مؤسسته وخروج المهنة من العائلة ويرفض بصفة عامة نمو مؤسسته.
2- **المقاول الإنتهازي:** يعرض وجه متناقص لسابقه، فهو يمتلك مستوى تعليمي مرتفع بالمقارنة مع الأول أما خبرته في الأعمال فهي متنوعة ومتعددة، هذا المقاول يعرف الإدارة والعمليات المتعلقة بها، ويرفض أن يستمد نشاطه من الآباء فهو ليس نمطيا، يحب المخاطرة ويمنح لنفسه مكان في النمو والتطور حتى وأن كان ذلك على حساب الاستقلالية.

ففي كثير من الأحيان توجد تصنيفات أخرى تتناول في جوهرها هذين النوعين من المقاولين فأستخدم معايير لمعرفة هذين النوعين تتقاطع مع سماتهم الشخصية والبسيكولوجية كالحاجة اللإستقلالية أو تاريخ العائلة والمهنة معا، للأهداف المتواصلة والأفعال المتطورة كالرغبة في نمو الأعمال واحتراف الإدارة. [2]

[1] دراجي فوزية، **تصور الطلبة الجامعيين للثقافة المقاولاتية**، مذكرة نيل شهادة ماستر في علم الاجتماع، تخصص تنظيم وعمل، جامعة 8 ماي 1945 قالمة-لجزائر، 2019/2018 ص 58-59.

[2] خذري توفيق، حسين بن الطاهر، المقاولة كخيار فعال لنجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية –المسارات والمحددات، **واقع آفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر**، جامعة حمه لخضر الوادي يومي 2013/05/06، ص 7.

ثانيا: أنواع المقاولين تبعا لمواصفتهم وسماتهم

قامت "جاكلين لوفر" سنة 1975 بدراسة امتدت من 1950 إلى 1970 من خلال 60 حالة لإنشاء مؤسسات حيث توصلت إلى أن الدافع المهين والأهداف الأساسية للمقاولين يمكن عرضها في أربع أنواع هي كتالي:

1- **المقاول المدير أو المبدع:** محقق لمسار مهني لامع وجيد (مدرسة، جامعة، معهد أو مؤسسة) إلا أنه حركه رغبة وروح داخلية نحو إنشاء الأعمال الخاصة تحقيق النجاح والإبداع.

2- **المقاول المالك والمتوجه نحو النمو:** هذا نوع من المقاولين له هدف النمو في الحاضر ودوافعه مرتبطة بنوع ما بالسلطة ولاكن إشكالية الاستقلالية المالية تستوجب منه إيجاد التوازن بين النمو والملكية.

3- **المقاول الرافض للنمو)الباحث عن الفاعلية):** هذا النوع من المقاولين يختار بوضوح هدف الاستقلالية كأولوية، يرفض النمو إلى حد ما خوفا من عدم هدفه الأساسي الاستقلالية والسلطة المطلقة على مشروعه.

4- **المقاول الحرفي:** هدفه الاستقلالية المهنية، البقاء والاستمرارية وذلك عن طريق البحث عن وضعية محمية في السوق.

ثالثا: أنواع المقاولين تبعا لوظائفهم الاقتصادية

قام شومبيتر على وضع الوظائف الاقتصادية والموقع الاجتماعي للمقاول حيث جاء تصنيفه سنة 1953 على النحو التالي:

1-المنتج المسوق: هو المقاول الذي يقدم مشروعا منتج هدف تعظيم الأرباح ويمارس فيه وظائف متعددة.

2-قبطان الصناعة: هدفه اكتساب مشروعه الخاص)الملكية التامة) حيث يمارس الرقابة الشاملة لمختلف الإجراءات ويملك أحقية التأثير فيها وفي المشروع.

3-المدير الموظف: يمتلك صاحب هذا المشروع قانون أساسي خاص به يعتمد لتحقيق أهدافه.

4-المقاول المشارك: هو المقاول الذي يلعب دور مهم وقوي في تأسيس مشروع ما يشارك في انطلاقه في الغالب ينسحب منه لينطلق في المشروع آخر.[1]

رابعا: أنواع المقاولين تبعا لظروف التجديد

1-المقاول الباحث عن التجديد: يبحث هذا النوع من المقاولين عن التجديد الدائم في السلع والخدمات المنتجة والمقدمة من طرفهم وذلك اقتناعا بقدراتهم ومهارتهم في التجسيد والنجاح، وغالبا ما يتم بيه أفكارهم ومشاريعهم للمؤسسات الكبيرة الراغبة في تطير قنوات جديدة.

2-المقاول المجدد: يبحث هذا النوع من المقاولين على تجديد بشكل نظامي يستغله بنفسه ويستثمره، وفي العادة يمتلك أفراد هذا النوع درجة عالية من اليقظة التنافسية، ويمتلك ميزانية خاصة بوظيفة البحث والتطوير التي تضمن عملية التجديد.

3-المقاول المتتبع للتجديد: هذا النوع من المقاولين يتتبع باستمرار التجديد الذي يحث في السوق بطريقة نظامية وإستباقية دائمة، بحيث يقومون بإدخال تحسينات على مستوى السلع والخدمات الجديدة.

4-المقاول المتفاعل مع التجديد: يتبنى هذا النوع من المقاولين إستراتيجية النمو ناتجة عن ردة فعل مع الوقائع التي تحدث في السوق الذي ينشط فيه ويعمل على التكيف مع تلك الأحداث.

❖ **أنواع أخرى من المقاولين**

- **المقاول الأصلي:** وهو صاحب المشروع الذي يقوم بتنفيذ وإنجاز الأعمال الممنوحة له.
- **المقاول الفرعي:** وهو المقاول الثاني الذي يقوم ببعض الأعمال التي فوضت له من طرف المقاول الأصلي وفق عقد متفق عليه.
- **المقاول الأصيل:** هو ذلك المقاول الملتزم بأداء العمل المبرم بينه وبين رب العمل بموجب عقد قانوني نشأ بينهما والتفاني فيه وبدل كامل الجهد من أجل الوفاء بالعقد.
- **المقاول المبتدئ:** هو المقاول الذي يملك مشروعا واحدا حاليا مؤسس له.

[1] عومري سالم، بايوسف عبد القادر، **المرافقة المقاولاتية ودورها في إنشاء وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي الطور الثاني، فرع علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر، 2018/2017، ص 4-5.

- **المقاول التسلسلي**: هو المقاول الذي يملك مشروعا وحدا في الوقت الحالي بعد أن قضى فترة زمنية سابقة في مشروع ما.
- **المقاول الاحتوائي**: وهو المقاول الذي يملك أكثر من مشروع واحد في وقت واحد.[1]

المطلب الثالث: أهم المقاربات التي تناولت المقاول

لقد تعددت المقاربات التي تناولت المقاول من عدة جوانب وهي:

أ–المقاربة الوظيفية: هذه المقاربة التي يمثلها "**Shumpeter** " وهو الأب الحقيقي للحقل المقاولاتي من خلال نظريته " التطور الاقتصادي " هذا الأخير اعتبر المقاول شخصية محورية في التنمية الاقتصادية، يحتمل المخاطر من أجل الإبداع، وخاصة خلق طرق إنتاج جديدة.

ب–المقاربة التي تركز على الفرد الهادف إلى إنتاج المعرفة:

والتي ترتكز على الخصائص البسيكولوجية للمقاولين مثل الصفات الشخصية والدوافع والسلوك بالإضافة إلى أصولهم ومساراتهم الاجتماعي، وقد سلط **M. Weber** الضوء على أهمية نظام القيم ودورها في إضفاء الشرعية وتشجيع أنشطة المقاولاتية كشرط لا غنى عنه للتطور الرأسمالي.

ج–المقاربة العملياتية أو التشغيلية: والتي أظهرت القيود المفروضة على المقاربة السابقة، واقترحت على الباحثين الاهتمام بماذا يفعل المقاول، وليس بشخصه.[2]

المطلب الرابع: دوافع وأهداف المقاول

الفرع الأول: دوافع المقاول

تعرف الدوافع بأنها: هي التي تتفاعل عند الشخص خلال المسار المقاولاتي القبلي) بمعنى قبل الإنشاء الفعلي للمؤسسة).

ويقسم الباحث هذه الدوافع إلى:

[1] د. قرفي عبد العزيز، **محاضرات في مقياس المقاولاتية**، ص 6.

[2] خذري توفيق، عماري علي، **المقاولاتية كحل لمشكلة البطالة لجريجي الجامعة**، دراسة حالة لطلبة جامعة باتنة، 2012، ص 4-5.

1-الدوافع الإقتصادية: ويمكن تلخيصها في دافع واحد ألا وهو تعظيم الربح)الدخل) لكن وجدت الدراسات مؤخرا، بأن الربح ليس الدافع الوحيد الإنشاء مؤسسة. [1]

ويقصد بها مختلف الموارد المادية والبشرية من المواد أولية ويد عاملة مِؤهلة وذات خبرة ووسائل الإنتاج ومصادر التمويل وهي عوامل مفتاحيه في التوجه المقاولاتي لدى الأفراد الإنشاء مؤسساتهم الخاصة، بحيث أن الموارد الاقتصادية المتاحة تعتبر ميزة للمشروع ويمكن اجمال أهم العوامل الاقتصادية في: [2]

- التمويل؛
- مدى انفتاح الأسواق؛
- توفير فرص المقاولة؛
- السياسات الاقتصادية الحكومية.

2-الدوافع النفسية: وهي تنتج لحدوث اضطرابات في الحياة اليومية للفرد، ومن بين هذه العوامل يؤكد الباحث على عامل الانشقاقات النفسية، التي تؤثر بشكل كبير على نفسه الفرد، حيث يضيف ويقول أنوه لكي يتجه الفرد نحو مسار المقاولة، فلابد أن تتدخل في حياته إثارة نفسية قوية، أو حدوث اضطراب في محيطه، أو يتلقى صدمة في حياته الخاصة والمهنية مثل عدم الأمن الاجتماعي، الإهمال....الخ.[3]

حيث انطلق معظم الباحثين من فرضية أساسية مفادها أن المقاولين يختلفون عن غيرهم مركزين في بحثهم على الخصائص السيكولوجية والسمات الشخصية للمقاولين وكذا دوافع سلوكهم وعلى رأس هؤلاء الباحثين عالم النفس الأمريكي ماكولاند، وإذا ما أردنا أن نحدد العوامل النفسية التي تلعب دورا مهما في الفعل المقاولاتي فأنه يمكن تقسيمها إلى صنفين أساسيين هما: دوافع المقاول، والخصائص الشخصية للمقاولين.

قد يكون أهم دافع للمقاولة بالنسبة شابرو هو دافع الاستقلالية يعني أن يكون الفرد رئيس نفسه أو يدير أملاكه الخاصة، فالانجذاب إلى الاستقلالية هو من أهم دوافع المقاول، ويلعب دور مهم في اتخاذ قرار المقاولة من

[1] بوشماخ حولة، **دور الثقافة المقاولاتية في إنشاء مؤسسات مصغرة عبر الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب**، مذكرة مقدمة الاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكادمي، شعبة علوم التسيير، تخصص مؤسسات صغيرة ومتوسطة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2014/2013، ص 6.

[2] نعام يوسف، بوحنيك محمود، **دور المقاولاتية في تحقيق كفاءة أداء المنظمة**، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم السياسية، تخصص عامة، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي -الجزائر، 2019/2018، ص 20.

[3] بوشماخ حولة، مرجع سبق ذكره، ص 6.

عدمه بالرغم من أن المقاول عند إنشاء مؤسسته الخاصة لن يحقق الاستقلالية التامة ذلك لأنه يبقى مرتبط بالموردين من جهة الزبائن ومن جهة أخرى الارتباط بمختلف المؤسسات ذات الصلة بالقطاع وبالمجتمع ككل. [1]

3- الدوافع الإجتماعية والثقافية: وهي تتولد من الدين المعتنق، العائلة، الإطار السياسي الاقتصادي، والنظام التربوي.

فإذا كان رأس المال ضروري لكل نشاط مقاولاتي، فالثقافة والدين يمنحان الفرد رأس المال الروحي ورأينا كيف يؤثر الدين على اتجاهات الأفراد لإنشاء مؤسسة خاصة إذا كان أحد الأبوين مقاول، بالإضافة لشبكة علاقات ومعارف الفرد)أصدقاء، عائلة، معارف من الدراسة أو العمل.....الخ) [2]، وقد تختلف هذه العوامل في تأثيراتها حسب خصوصية كل مجتمع ويمكن أن نجمل هذه المتغيرات فيما يلي:

1-العائلة المدرسة الجامعة المجتمع والثقافة السائدة الخبرة المهنية ...الخ وهذا ما أكدته الدراسات الاجتماعية، أن الآباء الذين يمتلكون أعمال خاصة لهم دور كبير في قرار أبنائهم في أن يصبحوا مقاولين وفي دراسة أخرى تؤكد أن نسبة كبيرة من المقاولين نشؤ في عائلات مقاولة إضافة إلى التربية الاجتماعية ومجموع القيم المكتسبة من الأسرة مثل الاستقلالية والجدية، روح المبادرة، وكثير من الصفات التي تلعب الأسرة دور كبير في ظهورها.

2-المسار التعليمي: ونقصد به المدرسة بمختلف أطورها، وكذا الجامعة، ومختلف أنواع التكوين كمصادر أساسية للمعلومات والمهارات ذات الصلة بالمقاولاتية، إذ أن المقاولات التي تتطلب استخدام تكنولوجيا عالية يجب أن يكون مؤسسيها ذو مستوى علمي عالي وهذا ما أكدته الدراسات التي أجرتها مؤسسة كوفمان للمقاولاتية، والتي تبين أن ما يقارب 95 من أفراد العينة مستواهم جامعي وهو تأكيد أن للتعليم دور كبير في التوجيه المقاولاتي.

3-العوامل البيئية: لدور العائلة والتعليم، فالبيئية تلعب دورا في التوجه المقاولاتي والتي لا يمكن إغفاله، حيث أنها توفر شبكة علاقات اجتماعية تسمح لها بأخذ التجارب والاحتكاك بالمقاولين، كما أنها قد توفر ثقافة داعمة لتكسب الفرد مهارات وسلوكيات تسهم في دفعة لإنشاء مؤسسته الخاصة.

[1] نعام يوسف، بوحنيك محمود، مرجع سبق ذكره، ص 20-21.
[2] بوشماخ خولة، مرجع سابق، ص 6.

4-الخبرة المهنية: لها أيضا دور في التوجه المقاولاتي، حيث أن الخبرة المكتسبة في مجال العمل تعطي أفضلية في القدرة على تحليل البيئة الخارجية، وبالتالي اكتشاف الفرص وهي في حد ذلتها مصدر الأفكار وبالتالي تسهل على ذو الخبرة المهنية إنشاء مؤسساتهم الخاصة وتحويل أفكارهم إلى مشروع على أرض الواقع، وبالمقابل عدم الرضا الوظيفي والأجر الزهيد قد تكون حافزا تدفع العامل إلى التفكير في إنشاء مؤسسته الخاصة والمستقلة به. [1]

كما يتطلب العمل المقاولاتي سواء نظام اقتصاد السوق، والحرية السياسية، فلا يمكننا رؤية مؤسسات حرة دون وجود حقوق تضمن حرية التبادل، حماية الأشخاص والسلع فحرية المقاولة وحرية التعبير هما أساس المسار المقاولاتي القبلي.

4-الدوافع السياقية: لا يمكن عزل الحدث المقاولاتي عن سياق حدوثه، وهذا السياق يرافقه مجموعة من العوامل ذات العلاقة بالحياة الشخصية والعملية للفرد، حيث تعمل العوامل السياقية على استشارة مؤشرات نفسية أو حسية من شأنها أن تساهم في اتخاذ قرار المقاولة أو إنشاء مؤسسة خاصة، لاحظ **شابرو** أن معظم منشئي المؤسسات في سياق اتخاذهم هذا القرار حدث لهم تغيير ما أو انتقال من وضع إلى أخر أو حادثة معينة في حيلتهم الشخصية أو العملية تكسر الروتين المعتاد، ويعتبر شابرو هو أول من أدخل مفهوم)الانتقال) وتكلم أيضا عن عوامل)الدفع) أي العوامل الايجابية، وعوامل)السحب) أي العوامل السلبية، وتتمثل العوامل السلبية مثلا في فصل عن العمل فشل مهني، أو حادثة في الحياة العائلية كالطلاق مثلا أو انفصال مكلف، ويمكن أن يكون عامل ايجابي مثل التعرف على شخص يصبح شريك مستقبلا في اكتشاف الفرصة وتجسيدها، حيث أن الانتقال هو حدث في الحياة الفرد يأتي ضمن سياق معين يسمح له بأن يكون محفزا لإطلاق الحدث المقاولاتي. [2]

الفرع الثاني: أهداف المقاول

يحاول المقاول من خلال مشروعه المقاولاتي تحقيق جملة من الأهداف أهمها:

- **الأهداف الإجتماعية:**
  - إدخال منتوج من مناطق أخرى إلى مجتمعه بدافع الانتماء إلى هذا المجتمع؛
  - رفع مستوى معيشة الأسرة وزيادة مصدر دخلها؛

[1] نعام يوسف، بوحنيك محمود، مرجع سابق، ص 19.
[2] نعام يوسف، مرجع سابق ذكره، ص 21.

- تحقيق الأمن الوظيفي؛
- خلق مناصب شغل جديدة؛
- الحفاظ على أسم العائلة؛
- تحقيق مركز اجتماعي.

- **الأهداف الاقتصادية:**

فتحقيق الربح هو أبرز تلك الأهداف، والهدف الذاتي الذي يسعى إليه المقاول لتحقيقه هو:

إنشاء مقاولة يكون الفرد مالكها يسمح بإبراز طاقته، وهذا يعتمد عليه استمرار ونجاح المقولة، وبالتالي لن يكون العائد الاقتصادي هو سبب الاستمرارية بل كذلك تحقيق طموح الشخص وثقته بقدراته، حيث ينتقل الفرد من مرؤوس إلى رئيس ومالك، وبتالي يتحرر من القيود واللوائح التي كانت تحكم سلوكه المرتبطة بالوظائف التي كان يشغلها وبتالي يمكنه برمجة وتخطيط وقته وفق مصالحه وبما يخدم المؤسسة.[1]

المبحث الثالث: دور المقاولاتية

إن إقامة المؤسسات الصغيرة بهدف إلى استغلال الطاقات المعطلة وإلحاقها بأيدي المنتجة التي تساهم في البناء والتنمية والاعتماد على الذات في خلق الدخل، والذي يخرجها من دائرة العوز وانتظار الوظيفة.

المطلب الأول: الدور الاقتصادي للمقاولاتية

1- **رفع الكفاءة الإنتاجية وتعظيم الفائض الاقتصادي:** تبدو المؤسسات الصناعية الكبيرة هي الأقدر على رفع الكفاءة الإنتاجية وتعظيم الفائض الاقتصادي نظرا إلى ارتفاع إنتاجية العامل فيها بالمقارنة بالمقاولات الصغيرة والمتوسطة ونتيجة لما تتمتع به من وفورات الحجم فضلا عن تطبيق الأساليب لإدارية الحديثة وتنظيم العمل وجميع المزايا التي يحققها كبر الحجم وهى تساهم في رفع الكفاءة الإنتاجية ومن ثم تحقيق فوائض اقتصادية.

2- تنويع الهيكل الصناعي: تؤدى أعمال المقاولة دورا هاما في تنويع انتاج وتوزعه على مختلف الفروع الصناعية، وذلك نظرا لصغر حجم نشاطها وكذلك صغر حجم رأس مالها مما يعمل على إنشاء العديد من المقاولات التي

[1] صالح مدور، **دور المرافقة في تفعيل الروح المقاولاتية لدى الطالب الجامعي**، مذكرة مقدمة لاستكمال شهادة ماستر أكاديمي، الطور الثاني في ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، فرع علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة قاصدي مرباح ورقلة –الجزائر، 2019/2018، ص 25.

تقوم بإنتاج تشكيلة متنوعة من السلع والخدمات، وتعمل على تلبية الحاجات الجارية للسكان خاصة بالنسبة للسلع الاستهلاكية.[1]

3-تدعيم التنمية الإقليمية: تتميز المقاولات بقدرتها على الانتشار الجغرافي في المناطق الصناعية والريفية والمدن الجديدة، وذلك نظرا لإمكانية إقامتها وسهولة تكيفها مع محيط هذه المناطق، كم إنها أعمال لا تتطلب استثمارات كبيرة ولا تشترط تكوينا عاليا في العمل الانتاجي، أو تكاليف مرتفعة في التسيير أو التكنولوجيا عالية لذلك فهي تعمل على تحقيق تنمية إقليمية متوازنة والتخفيف من المشاكل الإسكان والتلوث البيئي.

4-تنمية الصادرات: إن تنمية الصادرات تعتبر بمثابة قضية لمعظم الدول النامية التي تعانى عجزا كبيرا ومتزايدا في موازين مدافعاتها وبصفة خاصة في الميزان التجاري، فقد ظل التصدير حكرا لوقت طويل على المؤسسات الكبيرة فالاستثمارات التي كانت تقضى بإنشاء شبكات تجارية معقدة مرتبطة بهجوم كبيرة جدا من الأسواق العالمية لم تكن تسمح حينها عمليا إلا وجود مؤسسات كبيرة الحجم إلا انه في الواقع الحجم الصغير والمتوسط للمؤسسات يمتلك مزايا نوعية تساعد على التصدير.[2]

المطلب الثاني: الدور الاجتماعي للمقاولاتية

الفرع الأول: زيادة التشغيل

إن الاهتمام الدولي المتزايد بالمقاولات راجع إلى الدور الذي تؤديه على مستوى التشغيل وبالتالي المساهمة في حل مشكلة البطالة كونها تستخدم الأساليب الإنتاجية كثيفة العمل، مما يجعلها أداة هامة لاستيعاب العرض المتزايد للقوة العاملة، خاصة في الدول النامية التي تتميز بالتوفر النسبي لليد العاملة على حساب رأس المال.

[1] عبد الرزاق خليل، عادل نقموش، **دور الصناعات الصغيرة والمتوسطة فى تحقيق التنمية الاقتصادية**، مداخل فى الندوة الدولية حول المقاولة والإبداع فى الدول النامية، معهد علوم الاقتصاد والتسيير، جامعة خميس مليانة-الجزائر، 2007، ص3.

[2] يوسف بودلة، عبد الحق بن تفات، **دور المقاولة المصغرة فى التنمية الاقتصادية والاجتماعية والتحديات التى تواجهها**، مداخلة فى الملتقى الدولى حول: استراتجيات تنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة ورقلة، يومي 18و19افريل، ص5.

الفرع الثاني: عدالة توزيع الدخول

إن وجود مقاولات بالعدد الكبير ومتقاربة في الحجم والتي تعمل في ظروف تنافسية بسيطة مما يساهم في تحقيق العدالة في توزيع الدخول بحث أنها تتطلب إمكانيات استثمارية متواضعة والذي يسمح لعدد كبير من أفراد المجتمع بالنشاء تلك المقاولات وبالتالي سيساعد على توسيع حجم الطبقة المتوسطة.

الفرع الثالث: محاربة الآفات الإجتماعية

مما لا شك فيه أن ممارسة إعادة الهيكلة تتفاوت كثيرا من دولة لأخرى لكن الاقتطاع من الموازنات المخصصة للرفاهية والتسريح من العمل والبطالة وانعدام فرص العمل المنتج تسببت بجزء من الأعباء الاجتماعية الأساسية الناجمة عن التغيرات الاقتصادية الحديثة عبر العالم.

في اغلب الأحيان يؤدى النفاذ المحدود إلى التعليم، وعدم الثبات في العمل، وعدم وجود تحفيزات والمهارات اللازمة إلى دفع الشباب إلى هامش المجتمع، فيتحكم بهم الضعف ويصبحون عرضة لمخاطر عديدة منها الجرائم والمرض والإدمان على المخدرات.[1]

المطلب الثالث: آثار المقاولاتية

أولا: الآثار الإقتصادية

1-توفير فرص العمل: يعمل الفعل ألمقاولاتي على توفير مناصب شغل في كل الأنشطة التجارية البناء والورشات ذات الطابع الحرفي التقليدي والصناعات، وبعبارة أخرى وبلغة الأرقام التزايد المستمر في عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة والعمومية في الجزائر حيث قفز العدد من 288.5الف مؤسسة سنة 2003الى 607.3الف مؤسسة سنة 2010ساهم بشكل كبير في توفير مناصب شغل جديدة وهو ما يبرز تراجع معدل البطالة

2- دعم المشاركة الاقتصادية في تنمية البلاد: من خلال الدور الاستراتيجي الذي تلعبه المقاولاتية في تحقيق التنمية الاقتصادية للبلاد، ومن خلال المساهمة في تكوين الناتج المحلى الإجمالي.

3-ناصر مراد، **دور المكانة المقاول في التنمية الاقتصادية في الجزائر**، الندوة الدولية حول المقاولة والإبداع في الدول النامية، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، خميس مليانة الجزائر 2007، ص216.

3- زيادة متوسط دخل الفرد: تعمل المقاولة على زيادة الدخل الفردي وهذا نتيجة لزيادة في المخرجات التي تسمح بتشكيل الثروة للإفراد عن طريق الزيادة في عدد المشاركين في مكاسب التنمية مما يحقق العدالة في توزيع مكاسب التنمية مما يحقق العدالة في توزيع مكاسب التنمية.[1]

4-عقلنة الاستثمارات: إن الإمكانيات التي تتطلبها التنمية كبيرة تجعل من الضروري الحرص على تفادي الأخطاء في الاستثمارات الكبيرة فالأخطاء تستنزف الاقتصاد بفاتورات عالية تؤثر على سيرورة التنمية، في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أين نسبة الوقوع في الأخطاء ضئيلة لأي سبب كان كعدم الاختيار الحسن لمنتوج المصنع عدم تطبيق مناهج عمل صحيحة خطا في زمان ومكان التصنيع...الخ كل هده الأخطاء تكلف المؤسسات خسائر كبيرة وبالتالي هدر للموارد المالية، ا *وفي المقاولات فبساطة التنظيم وإجراءات العمل المبسطة والخطط الواضحة تسمح لها بتغيير سياساتها الإنتاجية أو التسويقية أو التمويلية ومواجهة التغير بسرعة بما يساعد على التغلب على العقبات

5- نشر الوعي الصناعي: اغلب اقتصاديات الدول النامية زراعية فالمقاولة تعتبر كجهاز لنشر الذهنية الصناعية وهذا عن طريق توطين المقاولات في المناطق التي ينعدم فيها العمل الصناعي فصغرها يسمح لها بالانتشار في مناطق جغرافية مختلفة وبعيدة عن المراكز الصناعية، فتواجدها بهذه المناطق الريفية يسمح بتغيير الحياة الاجتماعية والمدنية بحيث تلتحق اليد العاملة الفلاحية بهذه المقاولات التي توفر لها أحسن شروط العمل والأجر وبالتالي نشر الوعي الصناعي وتطوير الصناعات المحلية وتحقيق التنمية في البلدان النامية.

6- تحقيق التوازن الجهوي: لأن الصناعات الكبرى لا تختار بحرية نتيجة مدى توفر الهياكل القاعدية الموانئ، المواد الأولية، أما المقاولات ونتيجة لصغر حجمها فهي تنتشر في المناطق جغرافية مختلفة مما يمكنها من تحقيق أقطاب صناعية مختلفة وبالتالي إخراج المناطق من عزلتها فمرونتها في الانتشار يؤدى إلى تحقيق تنمية متوازنة جغرافيا[2].

4-عبد القادر شارف، لعلا رمضاني، الاثار الاقتصادية والاجتماعية للمشاريع المقاولاتية، مجلة اقتصاديات المال والأعمال JEBE، العدد 3، المركز الجامعي ميلة (الجزائر) 06|07|2017، ص 24.

[2] -عبد القادر شارف، مرجع سابق، ص25.

ثانيا: الآثار الإجتماعية

1- التقليل من بعض المشاكل الاجتماعية كالبطالة، تعمل المقاولة على التخفيف من البطالة في المجتمع وكما اشرنا اليه سابقا عن طريق توفير فرص عمل ومناصب شغل في مختلف الأنشطة، وبتالي القضاء على الآفات الاجتماعية الناتجة عن البطالة كانتشار المخدرات الفساد المجتمعي

2- عدالة التنمية الاجتماعية فمرونة انتشارها كما اشرنا إليه سابقا يسمح لها بالتوزيع العادل للثروة وتحقيق التوازن الإقليمي في ربوع المجتمع

3- المساهمة في تشغيل المرأة تلعب المقاولة دور كبيرا في الاهتمام بالمرأة العاملة من خلال إدخال العديد من المشاريع التي تتناسب وعمل المرأة، كالخياطة العمل على الحلى وكما تساعد المقاولة المرأة على البدء بأعمال ريادية نقودها بنفسها، مما يساهم في تمكين المرأة في عملية بناء الاقتصاد الوطنيالحد من هجرة سكان الريف نحو المدن فالمقاولة لها دور فعال في تثبيت السكان في الأرياف فوجودها في الريف خاصة مرونة الانتشار يساعد على التخفيف من الفقر والبطالة وبالتالي القضاء على زحف سكان الأرياف نحو المدن العمل.

4- إحساس الفرد بالحرية والاستقلالية فالمقاولة تفسح للفرد هامش من اجل تحقيق إبداعاته.[1]

المطلب الرابع: معوقات المقاولاتية

يواجه نمو وتطور المشروعات المقاولاتية في جميع إنحاء العالم مجموعة من المشكلات التي تتفاوت من دولة إلى أخرى ومن قطاع إلى أخر ومن فترة زمنية إلى أخرى، وعبر مراحل المشروع ذاته ونذكرها في:

* صعوبة الحصول على التمويل في بدء المشروع وصعوبة زيادة رأس المال؛

*ارتفاع كلفة رأس المال (كلفة الاقتراض والتمويل)؛

*ارتفاع معدلات التضخم وتأثير ذلك في ربحية المشروع وقدرته على المنافسة؛

*منافسة المنتجات المستورة ومنتجات المنظمات الكبيرة في ذات المجال؛

*عدم القدرة على إتباع إستراتجية تسويقية واضحة وشاملة بسبب ارتفاع كلفة التسويق؛

[1]-كمال بوقرة إسحاق رحماني، **المقاولة كآلية تنموية بمجتمع العمل دراسة سوسيو اقتصادية للفعل المقاولاتى في الجزائر**، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، الجزائر، المجلد 5، العدد1 جامعة حمه لخضر الوادي (الجزائر)01\03\2017، ص104.

*عدم ملائمة بعض التشريعات والقوانين؛

*المشكلات تتعلق بجودة الإنتاج مما يؤثر في القدرة التنافسية؛

*ضعف قدرات أصحاب المشروعات المقاولاتية في النواحي المالية والإدارية والتسويقية؛

*عدم قناعة أصحاب المشروعات في التدريبات وإمكانية تطوير المهارات؛

*ضعف التسويق وعدم القدرة على التجديد وتحديث قنوات التوزيع بصورة مستمرة.[1]

[1]-مجدوب بحوصي، **إستراتجية الذكاء الاقتصادي لاستدامة المقاولاتية مع الإشارة لحالة الجزائر**، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، العدد4، الصادر في جوان 2017، ص22.

خلاصة الفصل:

لقد تباين الموقع الذي احتلته المقاولاتية خلال مختلف المراحل التي مرت بها، فلم تحظى بالاهتمام الكبير من طرف الباحثين بسبب اتجاه أنظارهم نحو المسير وظهور المؤسسات الكبيرة، والأزمة الاقتصادية التي واجهتها المؤسسات الكبيرة ابتداء من منتصف السبعينات عاد المقاول ليظهر بقوة على الساحة الاقتصادية بعد الاقتناع أخيرا بضرورة تشجيع عملية إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كحل يمكن الاعتماد عليه للتخفيف من الانعكاسات السلبية لهذه الأزمة.

ويعود المقاول إلى الواجهة عاد الباحثون لطرح مختلف الدراسات التي تناولت المقاولاتية، دراسات انحصرت معظمها ولفترة طويلة من الزمن في العديد من المحاولات لتعريف المقاول انطلاقا من وظائفه الاقتصادية.

ونظرا لعجز مختلف المقاربات على توضيح مفهوم المقاولاتية تفطن الباحثون فيأخر المطاف إلى ضرورة الانتقال من التركيز على المقاول إلى التركيز على ما يحدث فعلا في المقاولاتية، مما ساهم في إزالة الكثير من الغموض الذي كان يلف الظاهرة، وسمح بإخراجها من مجالات ضيقة ومحدودة إلى مجال شامل لمختلف المقاربات.

الفصل الثاني:

الأسس النظرية للمسؤولية الإجتماعية

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي للمسؤولية الإجتماعية

لقد تجاوزت المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ذلك المفهوم الذي لم يكن يلفت الانتباه حيث شهد مفهومها العديد من التطورات ومع ظهور تحديات كثيرة ساهمت في بروز هذا المفهوم، ليشمل جوانب مختلفة وهناك مؤدين ومعارضيها المسؤولية الاجتماعية.

المطلب الأول: نشأة وتطور المسؤولية الإجتماعية

لقد تطورت المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وأصبحت نشاطا أساسيا أكثر تركيز، ونشوء فكرة المسؤولية الاجتماعية ارتبطت بثلاث مراحل نوجزها في التالي:

أ–المرحلة الأولى: قد ارتبطت مع قيام المشاريع الصناعية خلال القرن التاسع عشر وامتدت إلى ربع القرن الأول من القرن العشرين، أين كان يعتقد رجال الأعمال بأنهم يمتلكون هدفا واحدا يسعون إليه وهو تحقيق الأرباح، ولكن الشيء الوحيد الذي يكبح رغباتهم في تحقيقه هو الجانب القانوني الذي يحدد العمليات التي يقومون بها، وهنا يشير ادم سميث في كتابه(ثروة الأمم)إلى أن رجال الأعمال يسعون لتحقيق منفعتهم الذاتية وتعظيم الربح الذي يحصلون عليه.[1]

ب–المرحلة الثانية: فقد برزت خلال الفترة التي أعقبت سنة 1920م كنتيجة للانتقادات الموجهة نحو الهدف الاحادى الذي اعتمدته منظمات الأعمال والمتمثلة بتعظيمها الإرباح، فقد ظهرت تيارات أخرى تطالب بالأمن والسلامة في العمل، تقليص ساعات العمل، حماية حقوق الأطراف المختلفة وذات الصلة بالمنظمة، وبالتالي هناك أهداف أخرى مضافة إلى هدف الربح الذي تسعى منظمة الأعمال لتحقيقه.

وتميزت هذه الفترة ببروز اتجاه يدعو إلى توسيع مفهوم ومعنى المسؤولية الاجتماعية ليشمل أطراف أخرى، ويتجاوز النظرة الضيقة والمحصورة بحدود منفعة المالكين والمستثمرين، وأن تلبية حاجات المجتمع هو معيار المجتمع الوحيد هو معيار مهم في وجود المنظمة ونجاحها.

[1] –عبد الرزاق سالم الرحاحلة، " **المسؤولية الاجتماعية** " دار الاعصار العلمى للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 59-60.

ج–المرحلة الثالثة: فيمكن حصر بدايتها في عام 1960م وما أعقبها من أحداث والمتغيرات الكبيرة في استخدام التكنولوجيا، 53والتلوث البيئي الناجم من أسباب مختلفة...الخ لكل ذلك أصبحت الضرورة لازمة في انتقال المسؤولية الاجتماعية إلى مرحلة أخرى أكثر استيعابا للبيئة ومتغيراتها الواسعة.[1]

المطلب الثاني: تعريف المسؤولية الإجتماعية

لا يوجد تعريف واحد متفق عليه للمسؤولية الاجتماعية من بين الدراسات والبحوث الكثيرة التي تعرضت لهذا المفهوم لم يتم الاتفاق على تعريف محدد له.

تعريفات كتاب الإدارة لمفهوم المسؤولية الإجتماعية:

- عرفها (Howard Bowen)بأنها مسؤولية رجال الأعمال في متابعة السياسات واتخاذ القرارات والقيام بالأنشطة التي تتلائم مع أهداف وقيم المجتمع
- عرف(watts et all)المسؤولية الاجتماعية بأنها التزام مستمر من قبل منظمات الأعمال بالتصرف أخلاقيا، والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والسكان المحليين والمجتمع

تعريفات المنظمات والهيئات والتكتلات الدولية للمسؤولية الإجتماعية:

- عرف مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية المسؤولية الاجتماعية تشكل إجراءات تدمج بموجبها منظمات الأعمال الشواغل البيئية والاقتصادية والاجتماعية ويشكل الامتثال للقانون الحد الأدنى من الالتزام بالمعايير التي يتعين على منظمات الأعمال ومراعاته.[2]
- تعرف مواصفة الايزو26000الصادرة عن المنظمة العالمية للمعايير للمسؤولية الاجتماعية بأنها "ترجمة لقراراتها ونشاطاتها تجاه المجتمع والبيئة من خلال تبنى سلوك شفاف وأخلاقي"[3]

[1] –فؤاد حسين محمد الحمدي، "**الابعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك**، "مذكرة مكملة لنيل شهادة دكتوراه، الجامعة المستنصرية بغداد، 2003، ص36-35.

[2] غادة عمر أبو الرشيد، **المسؤولية الاجتماعية وأثرها على الأداء، دراسة ميدانية للمستشفيات الخاصة فى مدينة عمان**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في تخصص إدارة اعمال جامعة اليرموك، غير منشورة، عمان 2006، ص12.

[3] زكية مقري ونعيمة يحياوي، **دلائل إسلامية للمسؤولية الاجتماعية للشركات، دراسة موازنة بين النظامين الاسلامي والوضعي**، ورقة علمية مقدمة إلى: الملتقى الدولى الاول الاقتصاد الاسلامي الواقع ورهانات المستقبل، المركز الجامعي بغرداية، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير يومي 20و21ربيع الأول1432الموافق 23و24فيفري2011 ص3.

- يأخذ في الاعتبار توقعات أصحاب المصالح
- يسهم في تحقيق التنمية المستدامة بما في ذلك الصحة والرفاهة في المجتمع
- يحترم قوانين السارية ويتوافق مع المعايير الدولية.

ماعدا استعراض جملة من التعريفات المتعلقة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية يمكن أن نلخص تعريف جامع حيث يتلخص مفهوم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال في أداء منظمات الأعمال لالتزاماتها الاقتصادية والقانونية والاجتماعية والأخلاقية والبيئية تجاه أصحاب المصلحة ونذكر منهم المساهمون، الموظفون، العملاء والموردون، الحكومة والمجتمع بما يحتويه من أطراف فاعلة ومنظمات المجتمع المدني ومنظمات الأعمال لأخرى (الهيئات الحكومية والبيئية...).

المطلب الثالث: أهمية وأهداف المسؤولية الإجتماعية

الفرع الأول: أهمية المسؤولية الإجتماعية

تتضح أهمية المسؤولية الاجتماعية من خلال قيام المنظمات بدورها تجاه المسؤولية الاجتماعية يضمن إلى حد كبير دعم جميع أفراد المجتمع لأهداف ورسالة المنظمة، مما دعا بعض المفكرين والباحثين إلى تسمية المسؤولية الاجتماعية بعدة مسميات منها (ضمير المنظمات، مواطنة المنظمات، الأعمال المسؤولية)إذا أدت سياسات المنظمات ذات المسؤولية الاجتماعية ومبادراتها الإنسانية المتعلقة بالبيئة ساهمت بشكل كبير في تحسين ظروف العاملين وخفض تكاليف العمل إضافة إلى تخفيض مدة غياب العاملين عن العمل.

تهتم المسؤولية الاجتماعية بالالتزام للمجتمع الذي تعمل فيه هذا يعنى إنصاف وإنقاذ القيم الاجتماعية في مكان العمل والسيطرة على تدهور الموارد الطبيعية فكلما زادت المنظمة من التحسين الاجتماعي زادت الفوائد الاقتصادية ويرى كل من (قهواجى وحسان)إن أهمية المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تكمن في النقاط التالية:

- المسؤولية الاجتماعية تحسن قدرة المنظمة على جذب وإبقاء أصحاب المصالح باختلاف مسمياتهم؛
- تعمل المسؤولية الاجتماعية على تحسين سمعة المنظمة وصورتها الايجابية لدى أصحاب المصلحة؛
- تؤدى المسؤولية الاجتماعية المحافظة على معنويات العاملين والتزامهم وإنتاجيتهم بشكل مرتفع.[1]

[1] -نوال ضافي، **"المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية،** " رسالة ماجستير، جامعة ابو بكر بالقايد، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2010، ص38.

الفرع الثاني: أهداف المسؤولية الإجتماعية

تتمثل أهداف المسؤولية الاجتماعية في النقاط التالية:

- إثبات القدرة على تقديم المنتج أو الخدمة على الدوام بما يتفق ومتطلبات العملاء؛
- زيادة رضا العملاء والعاملين عن طريق التنفيذ الفعال للنظام؛
- تحسين القدرات والأداء العام للعمل لتلبية حاجيات ومتوقعات عملائها وأصحاب المصالح الآخرين؛
- وضع وتقييم فعالية التدابير المتخذة من قبل المؤسسة من اجل التعريف بالسياسة والأهداف البيئية والمجتمعية والامتثال لها؛
- الحد والتقليل من المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها الأفراد فيما يخص السلامة والصحة في العمل والمجتمع على حد سواء مما يخفض عدد الدعاوى القضائية؛[1]
- إظهار للفئات المستفيدة أن سياسات المؤسسة تتوافق مع الحقوق الأساسية للعمل والمجتمع؛
- المساعدة في تطوير حوار أكثر فعالية مع الأطراف المستفيدة بمساعدة المؤسسة لجمع مختلف احتياجاتهم وتطلعاتهم لتحسين إدارة وتحقيق التوازن بين الأداء الاجتماعي والاقتصاد والبيئي.

المطلب الرابع: فوائد ومبادئ المسؤولية الإجتماعية

أولا: فوائد المسؤولية الاجتماعية

أشارت العديد من الدراسات المتزايدة التي جنتها العديد من المنظمات خلال العقود الماضية، جراء تبنيها المسؤولية الاجتماعية في عملها ضمن استراتجياتها التنظيمية، استجابة للضغوط التشريعية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية، فقد قسمت المؤسسة الكندية فوكال الفوائد التي تحققها المسؤولية الاجتماعية للمنظمة الى قسمين:

الفوائد للمنظمات وتتمثل فيما يلي:

1- إنتاجية عالية للعاملين

- رضا عالي للمستهلكين ؛
- ولاء أكبر للعاملين؛

[1] -صالح صالحي، "**مساهمة المسؤولية الاجتماعية فى تدعيم الميزة التنافسية**، "رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة جزائر، 2015، ص12.

- تحسين سمعة المنظمة وبالتالي زيادة مبيعاتها؛
- انخفاض عدد الدعاوي القضائية ؛

2- الفوائد للمجتمعات تتمثل في:

- تعزيز الحقوق الأساسية (الصحة، التعليم، حقوق العاملين)؛
- المساهمة في التطوير والتنمية ؛[1]

ثانيا: مبادئ المسؤولية الإجتماعية

1- **مبدأ الاذعان القانوني، احترام سيادة القانون:** إن تلتزم المؤسسة بجميع القوانين، واللوائح السارية المحلية والدولية المكتوبة والمعلنة، والمنفذة طبقا لإجراءات راسخة ومحددة والإلمام بها.

2- **مبدأ إحترام الأعراف الدولية:** إن تحترم المؤسسة الاتفاقيات الدولية، والحكومية واللوائح التنفيذية، والإعلانات والمواثيق والقرارات والخطوط الارشادية عند قيامها بتطوير سياساتها وممارساتها للمسؤولية الاجتماعية.

3-مبدأ إحترام مصالح الأطراف المعنية(أصحاب المصلحة): أن تقر المؤسسة وتتقبل ان هناك تنوعا بالمصالح للأطراف المعنية وتنوعا في أنشطة ومنتجات المؤسسة الرئيسية والثانوية وغيرها من العناصر التي قد تؤثر على تلك الاطراف المعنية.

4- مبدأ السلوك الأخلاقي: أن تتصرف المؤسسة في جميع الأوقات بشكل أخلاقي في معاملتها من حيث الأمانة والعدل والتكامل وذلك فيما يتعلق بالأشخاص والحيوانات والبيئة والالتزام بتناول مصالح الأطراف المعنية[2].

5-مبدأ قابلية للمسائلة: أن تكشف المؤسسة وبشكل منتظم للجهات المتحكمة والسلطات القانونية والأطراف المعنية بطريقة واضحة وحيادية وأمنية إلى حد ملائم السياسات والقرارات والإجراءات ومن ضمنها الفحص والتدقيق الملائمين والأخذ في الإجراءات التصحيحية التي تتحمل مسؤوليتها بشكل مباشر وأيضا الاثار المتوقعة لما سبق على الرفاهية المجتمعية.

[1] منصف الشرقي، **دور المسؤولية الاجتماعية فى تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال**، دراسة حالة مؤسسة سونا طراك، مرجع سابق، ص6-7.

[2]-صالح الحموري، وريولا المعايطة، "**المسؤولية المجتمعية للمؤسسات**، "الاردن، 2015، ص71.

6-مبدأ الشفافية: أن تفصح المؤسسة على نحو واضح ودقيق وتام عن سياستها وقراراتها وأنشطتها، بما في ذلك التأثيرات المعروفة والمحتملة على البيئة والمجتمع وان تكون هذه المعلومات متاحة للأشخاص المتأثرين أو المحتمل تأثرهم بشكل جوهري من قبل المؤسسة.

7-مبدأ احترام الحقوق الأساسية للإنسان: أن تنفذ المؤسسة السياسات والممارسات التي من شأنها احترام الحقوق الموجودة في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان هو وثيقة حقوق دولية تمثل الإعلان الذي تبنته الامم المتحدة في10ديسمبر1984قصر شايو في باريس الاعلان يتحدث عن رأي الامم المتحدة عن حقوق الإنسان المحمية لدى كل الناس ويتألف من 30مادة ويظهر رأي جمعية العامة بشان حقوق الإنسان المكفولة لجميع الناس.[1]

[1]-صالح الحموري، مرجع سبق ذكره، ص71.

المبحث الثاني: أساسيات المسؤولية الاجتماعية

المطلب الأول: مجالات المسؤولية الاجتماعية

يمكن لمنظمة الأعمال أن تمارس دورا اجتماعيا اتجاه أصحاب المصالح أو البيئة الطبيعية ورفاهية المجتمع بشكل عام ونجد بعض منظمات الأعمال حاضرة في هذه المجالات الثلاث بقوة في حين أن بعض الأخر قد يكون متواجد في مجال واحد أو اثنين بممارسات محدودة وبسيطة.

أ- أصحاب المصالح في المنظمة(stakeholders):

إن واحد من المجالات المهمة التي تمارس فيها منظمات الأعمال دورا اجتماعيا هو محور أصحاب المصالح ومعنى مصطلح أصحاب المصالح هو الأفراد أو المجتمعات أو المنظمات التي تتأثر مباشرة بسلوكيات ووجود المنظمات ولهم حصة أو فائدة منها أو من أدائها، وإذا ما أردنا استعراض بعض أصحاب مصالح فيمكن الإشارة إلى:

العاملون، الزبائن، المجهزون، المالكون والمستثمرون وحملة الأسهم الدائمون، المنافسون، الحكومة ودوائرها المختلفة، جماعات الضغط.

ب- البيئة الطبيعية Natural Environnent)):

منذ زمن وليس بالبعيد وتحديدا عام 1970عندما احتفل بيوم الأرض لأول مرة كان مدراء الشركات يرون أن الناشطين في هذا المجال والمحتفلين هم مجموعة من المتطرفين أو المعارضين لحرية الاستثمار والعمل، أما اليوم فجماعات حماية البيئة من التلوث الذي يصيب الماء والهواء والتربة هم قوة حقيقية ضاغطة سياسيا واقتصاديا واجتماعيا وثقافيا ولهم كلمتهم المسموعة وأرائهم المحترمة التي يساندها ملاين الناس لقد أصبحت البيئة محل اهتمام المدراء خصوصا بعد صدور الحزمة الخاصة بالأمن البيئي المتمثلة بالا يزو iso14000.

هناك الكثير من الأعمال التي تتسبب بتلوث بيئي خطير مثل الشركات الصناعية الكيماوية والنفطية بشكل رئيسي، وكذلك المستشفيات بمخالفاتها الخطيرة بل أنه لا توجد منظمة الأعمال اليوم إلا وينجم عن عملها مخلفات تضر البيئة، وتؤدي إلى تأثيرات سلبية على الحياة النباتية أو الحيوانية ويمكن لقيادات منظمات الأعمال أن تأخذ بنظر الاعتبار العناصر التالية المتعلقة بالبيئة: [1]

[1] بله باسي زكرياء، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، المسؤولية الاجتماعية، علوم التسيير، جامعة "شهيد حمه لخضر "الوادي، سنة 2021/2020.

- ✓ **الأفراد العاملون في المنظمة:** أن يكونوا وأعين إلى أهمية العمل في بيئة صحية والموازنة بين حياتهم العائلية والعمل؛
- ✓ **المجتمعات المحلية:** أن يسود الوعي بان أداء المنظمات سيكون أفضل عندما تعمل في مجتمعات تقدر الصحة والنظافة؛
- ✓ **البيئة الطبيعية:** كلما عاملة المنظمة البيئة الطبيعية باحترام وتنمية كلما كان ربحها وعوائدها أكثر؛
- ✓ **المدى البعيد:** يجب أن يكون الاهتمام بالبيئة الطبيعية وحمايتها هدفا بعيد المدى ومستمرا ؛
- ✓ **السمعة الحسنة:** أن سمعة منظمة الأعمال الحسنة في مجال حماية البيئة وصيانتها له مردودات مستقبلية بل هو استثمار مستقبلي. [1]

ت- **رفاهية المجتمع بشكل عام Society welfare in General**)):

يعتقد البعض أن منظمات الأعمال بالإضافة لاهتمامها بأصحاب المصالح والبيئة الطبيعية يجب أن تعمل على ترقية لرفاه الاجتماعي بشكل عام من خلال المساهمة في الأنشطة الخيرية philanthrope وأعمال الإحسان Chariy ودعم أنشطة ثقافية وفنية تساهم في رفع ذوق المجتمع وعدم خرق مبادئ وحقوق الإنسان وما يرتبط بها من أمور أخرى.[2]

المطلب الثاني: أبعاد المسؤولية الاجتماعية

من أجل تطبيق الجيد لمفهوم المسؤولية الاجتماعية فانه ينبغي التحكم أولا في الأبعاد الخمسة لها، التي نستطيع توضيحها في مايلي:

أ- **البعد الاقتصادي:** التأثير على الشؤون المالية للمؤسسة، حيث يجب أن تكون المؤسسات مدفوعة بالربح وتضع أعمالها في متناول المستهلكين والمستثمرين وأصحاب المصلحة الآخرين، مايترتب عنه إن عالم الأعمال والمجتمع يمكنها العمل معا لصالح المجتمع والبيئة.[3]

[1] بله باسي زكرياء، مرجع سبق ذكره

[2] sanela Arsic ،AndelkaStojanovicand lvan Mihajlovic ،THE **MOST IMPORTANT DIMENSIONS OFCORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY** ،International May Conference on Strategic Management ، University of Belgrade ،and Technical Faculty in Bor ،Serbia ،2017 ،p: 439.

[3] فضالة خالد، **دور الاقتصاد الإسلامي في إرساء المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية**، أطروحة دكتوراه، إدارة تسويقية، جامعة اكلي محند اولحاج بويرة-الجزائر، 2019.

ب- **البعد القانوني**: مبادئ والعناصر القانونية التي يفترض أن تحترم من قبل المؤسسات، بالشكل الذي يعزز ويساهم في ارتقاء العلاقة مع المستهلك والعاملين بمختلف الأجناس والأعراق والأديان. [1]

ج- **البعد الاجتماعي**: تخصيص المزيد من الوقت والموارد لأنشطة المسؤولية الإجتماعية، بغية تلبية توقعات أصحاب المصلحة وزيادة وعيهم بأنشطة المسؤولية الاجتماعية.[2]

د- **البعد البيئي**: واجب المؤسسة لتغطية الآثار البيئية المترتبة على عمليات ومنتجات المؤسسة، القضاء على الانبعاث والنفايات وتحقيق أقصى قدر من الكفاءة الإنتاجية من الموارد المتاحة، زيادة على تقليل الممارسات التي قد تؤثر سلبا على تمتع البلاد والأجيال القادمة بهذه الموارد.[3]

هـ- **البعد الأخلاقي**: استيعاب الجوانب القيمية والأخلاقية والسلوكية في المجتمع الذي يعمل فيه المقاول، ففي حقيقة الأمر فان هذه الجوانب لم تؤطر بعد بقوانين ملزمة، لكن التزامها يعد ضروريا لزيادة سمعة المقاول في المجتمع وقبوله، فعلى المقاول التزام بما هو صحيح وعادل ونزيه.[4]

المطلب الثالث: عوامل نجاح المسؤولية الإجتماعية.

تقوم المؤسسة بإعادة وتنظيم مجموعة من العوامل الرئيسية من اجل تطبيق المسؤولية الاجتماعية، حيث يرتبط نجاح المؤسسة بتبني هذه الأخيرة، وفي مقدمة العوامل نذكر:

- ضرورة الإيمان بقضية المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع؛
- تحديد رؤية واضحة نحو الدور الاجتماعي الذي تتبناه المؤسسة ؛
- قيام المؤسسة بتحديد المسؤول عن هذا النشاط وتحديد أهدافه وكل المخططات المطلوبة له ؛
- حسن إرادة الجوانب الاجتماعية التي تبرز أثناء قيام المؤسسة بنشاطها الاقتصادي، وتتمثل هذه الجوانب في الالتزام البيئي واحترام قوانين العمل.

---

[1]Christian Hagberg ،Sebstian Johanss and Anton karlsson ،**the relationship between CSR and FInqncialperformance** ،Bachelor Thesis ،Linnaeus university ،Sweden ،2015.

[2]روضة جديدي، سميحة جديدي، **الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية كتوجه استراتيجي لاستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، مداخلة مقدمة في اطار الملتقى الوطني حول إشكالية الاستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، انعقد بتاريخ 06-2017/12/07، جامعة الشهيد حمه لخضر –بالوادي –، الجزائر.

[3]محمد فلاق، **ا لمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال**، دار يازوري للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2019، ص54.

[4]مقدم وهيبة، **تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الإجتماعية**، دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران، 2013-2014، ص22.

المبحث الثالث: التعامل مع المسؤولية الإجتماعية

المطلب الأول: عناصر المسؤولية الإجتماعية

إن متابعة ما كتب حول المسؤولية الاجتماعية يشير إلى أن الباحثين قد حددوا عدد كبير من العناصر التي تشكل محتوى المسؤولية الاجتماعية ولكنهم يتباينون في ترتيب أولويات هذه العناصر حيث ظهرت اختلافات في ذلك حسب بيئة الدراسة وحسب زمنها وطبيعة الصناعة المبحوثة وإجمالا يمكن اعتماد العناصر التالية كمؤشرات لمحتوى المسؤولية الاجتماعية وبالتالي فإن لكل منها توقعاته الخاصة لما يجب أن تؤديه إدارة المؤسسة تجاهه كما هو موضح في الجدول التالي: [1]

جدول رقم (1–3) عناصر المسؤولية الاجتماعية ودورها الاجتماعي تجاه كل عنصر

العنصر	بعض ما يجب أن تدركه الإدارة من دور اجتماعي تجاهه
المالكون	حماية أصول المنظمة، تحقق أكبر بح ممكن، رسم صورة جيدة للمنظمة، تعظيم قيمة السهم والمنظمة ككل، زيادة حجم المبيعات.
العاملون	عدالة وظيفية رعاية صحية، رواتب وأجور مدفوعة، فرص تقدم وترقية، تدريب مستمر، إسكان العاملين ونقلهم، ظروف عمل مناسبة.
الزبائن	أسعار مناسبة، الإعلان الصادق، منتجات أمنه وبنوعية جيدة إرشادات بشأن استخدام المنتج ثم التخلص منه.
المنافسون	معلومات صادقة، عدم سحب العاملين من الآخرين بوسائل غير نزيهة، منافسة عادلة ونزيهة
المجهزون	أسعار عادلة، الاستمرارية في التجهيز، تسديد الالتزامات المالية والصدق والتعامل
المجتمع	خلق فرص عمل، احترام العادات والتقاليد، توظيف المعوقين، دعم الأنشطة الاجتماعية، دعم البنية التحتية، الصدق في التعامل، المساهمة في حالة الكوارث.

[1] عمر محمد الرفيق الفضل، **أثر المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية في الشركات السودانية**، بحث تكميلي لنيل درجة ماجستير العلوم في ادارة الأعمال، كلية الدراسات العليا جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2016، ص 13.

البيئة	التشجير وقيادة المساحات الخضراء، المنتجات غير الضارة، الحد من تلوث الماء والهواء والتربة.
الحكومة	الالتزام بالقوانين، إعادة التأهيل والتدريب، تكافؤ الفرص بالتوظيف، حل لمشكلات الاجتماعية، تسديد الالتزامات الضريبية.
جماعات الضغط	الصدق في التعامل مع الصحافة، احترام أنشطة جماعات حماية البيئة، التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك، احترام دور النقابات العالمية والتعامل الجيد معها.

المصدر: عمر محمد الرفيق الفضل، أثر المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية في الشركات السودانية، بحث تكميلي لنيل درجة ماجستير العلوم في إدارة الأعمال، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2016، ص 14.

المطلب الثاني: معايير قياس المسؤولية الإجتماعية

لا يوجد اتفاق موحد بين الباحثين والدارسين حول منظومة المعايير والمؤشرات التي يمكن استخدامها وإتباعها لقياس درجات الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية من قبل المؤسسات لكن الغالبية من هؤلاء الباحثين يؤكد على ضرورة اعتماد المعايير والمؤشرات التالية والتي تمثلت في أربع مؤشرات أساسية وهي:

1-معيار الأداء الاجتماعي للعاملين بالمؤسسة: ويكون ذلك من خلال درجة التزام المؤسسات بتوفير الظروف والشروط الصحية للعاملين في بنية العمل الداخلية، مع مراعاة لمسائل أخلاقيات العمل كالعدالة والمساواة وتكافؤ الفرص والاهتمام باحتياجات العاملين ومتطلباتهم إضافة إلى قيام الإدارة بمساعدة العاملين على تخطيط مسارهم الوظيفي وتطويره، و توفير الشروط الملائمة لتحقيق العاملين ذواتهم، ويركز هنا هذا المؤشر أن المؤسسة لا تركز إلا على الأجر الأساسي الذي تقدمه للعاملين، بل هنا يجب التركيز والاهتمام بخلق كافة العوامل اللازمة لتعميق الولاء والانتماء للعاملين كالاهتمام بحالتهم الصحية وتدريبيهم وتحسين وضعهم الثقافي والاهتمام بمستقبلهم عند انتهاء فترة عملهم. [1]

2-معيار الأداء الاجتماعي لحماية البيئة: ويشمل كافة تكاليف الأداء الاجتماعي المضحى بها لحماية أفراد المجتمع المحيط الذي تعمل المؤسسة داخل نطاقه الجغرافي حيث تحاول جاهدة رد الأضرار عن البيئة المحيطة والمتولدة

[1] سميرة لغويل، نوال زمالي، **المسؤولية الاجتماعية**، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة تبسة –الجزائر، العدد 27 / ديسمبر 2016، ص 307.

من أنشطتها الصناعية، وهذه تشمل على تكاليف حماية تلوث الهواء والبيئة البحرية والمزروعات والأعشاب الطبيعة وتلوث المياه وما إلى ذلك. [1]

3-معيار الأداء الاجتماعي للمجتمع: ويتضمن كافة تكاليف الأداء التي تهدف إلى إسهامات المؤسسة في خدمة المجتمع مشتملة بذلك على التبرعات والمساهمات للمؤسسات التعليمية والثقافية والخيرية ثم تكاليف الإسهامات في برامج التعليم والتدريب الاجتماعي ومشاريع التوعية الاجتماعية. [2]

4-معيار الأداء الاجتماعي لتطوير الإنتاج: 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 في هذا المعيار كافة التكاليف الأداء التي تنصب في خدمة المستهلكين من رقابة وجودة الإنتاج، وتكاليف البحث والتطوير والمتابعة والتدريب وتطوير العاملين وغيرها من الخدمات التي تحقق حالة الرضا عن المنافع المتأتية من المنتجات والخدمات المقدمة إلى المستهلكين. [3]

إضافة على ما تم ذكره فقد وصفت منظمة المقاييس الدولية معايير عالمية لقياس المسؤولية الاجتماعية، وذلك من خلال ما يسمى بالمواصفة العالمية القياسية للمسؤولية الاجتماعية تحت مسمى "ISO 26000" وهو بمنزلة وثيقة يحدد فيها الدليل المرشد الموجه لكافة المؤسسات بخصوص المسؤولية الاجتماعية التي يفترض مراعاتها بموجب هذه الوثيقة وتناولت هذه المواصفة المجالات الأساسية وهي:

حقوق العمال وأساليب ممارسة الأعمال، حقوق المستهلك ومتطلبات حمايتها، منظومة حقوق الإنسان، الحفاظ على البيئة، التنمية المستدامة، المشاركة الاجتماعية وتعد هذه المواصفات وثيقة مهمة ومحفزة للمؤسسات وذلك من أجل الوصول لزيادة مستوى مسؤولياتها ونجاحها داخل المجتمع. [4]

---

[1] الزهرة رحماني، **تأثير أبعاد المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية**، مذكرة متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، شعبة علوم المالية والمحاسبية، تخصص مالية المؤسسة جامعة قاصدي مرباح ورقلة –الجزائر، 2014/2013، ص 10.

[2] جدي حنان، حملاوي إيمان، **المسؤولية الاجتماعية كأداة لتعزيز الميزة التنافسية**، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص إدارة الأعمال، جامعة أكلي مضد أولحاج البويرة –الجزائر، 2019/2018، ص 16.

[3] مديحة بن أم هاني، **دور المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال في تحقيق التنمية المستدامة**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير، تخصص إدارة استراتيجية، جامعة محمد بوضياف المسيلة–الجزائر، 2018/2017، ص 18.

[4] سميرة لغويل، نوال زمالي، مرجع سابق ذكره، ص 307.

المطلب الثالث: إتجاهات وإستراتيجيات المسؤولية الإجتماعية

الفرع الأول: اتجاهات المسؤولية الاجتماعية

ترتكز عملية نشر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على ثلاثة اتجاهات رئيسية هي:

- *__المساهمة المجتمعية التطوعية:__ ويلقى هذا المجال معظم الاهتمام في كثير من الدول التي يكون فيها الحوار حول المسؤولية الاجتماعية حديثا نسبيا، ومن الممكن أن يتضمن ذلك الهيئات الخيرية وبرامج التطوع والاستثمارات الاجتماعية طويلة الأمد في الصحة أو التعليم أو المبادرات الأخرى ذات المردود الاجتماعي، حيث تلتزم عدد من الشركات متعددة الجنسيات بالتبرع بنسبة 01% من أرباحها قبل خصم الضرائب لخدمة القضايا الاجتماعية.
- __العمليات الجوهرية للأعمال:__ غالبا ما تكون رؤية قادة المؤسسات ضرورة تبني المسؤولية الاجتماعية، بحيث تستطيع أي مؤسسة من خلال التفاعل النشط تحسين الظروف والأوضاع وتعظيم فرص التنمية المهنية، ومن ذلك تطبيق إجراءات لتقليل استهلاك الطاقة والمخلفات، كما يمكنها أن تكفل صدق وسهولة الاتصالات مع عملائها، كما تستطيع مساعدة مورديها وموزعيها على تحسين الأداء والحد من الضرر البيئي.
- __حشد التأييد المؤسسي وحوار السياسات والبناء المؤسسي:__ على الصعيد الداخلي تضع قيادات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الرؤية وتهيئ المناخ العام الذي يمكن العاملين من تحقيق التوازن المسؤول بين متطلبات المتعارضة لزيادة الأرباح والمبادئ، أما على الصعيد الخارجي فإن كثير من رؤساء مجالس الإدارات وكبار المدريين يقودون مشاركة الأعمال في قضايا التنمية ويؤيدون المبادرات الخاصة بحماية البيئة والمجتمع. [1]

الفرع الثاني: إستراتيجيات المسؤولية الإجتماعية

تتمحور المسؤولية الإجتماعية للمؤسسة حول أربعة مواقف أو إستراتيجيات تتمثل فيما يلي:

[1] نوبجي فاطمة الزهراء، **دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال وتنظيم، جامعة محمد خضير بسكرة-الجزائر، 2020/2019، ص 96-97.

أولا: إستراتيجية عدم تبني للمسؤولية الإجتماعية أو إستراتيجية الممانعة

تمثل هذه الإستراتيجية نظرة تقليدية للدور الاجتماعي للمؤسسة الاقتصادية، حيث ترى إدارة المؤسسة أنها غير ملزمة وبتالي غير مسؤولة عن ممارسة دور اجتماعي اتجاه أي طرف من أصحاب المصالح، كما ترى أن الغاية الوحيدة من وجودها هو تحقيق العوائد والأرباح من خلال ممارسات اقتصادية فاعلة وكفؤة وأن القيام بهذا الدور الاقتصادي كما يجب أن يكون المسؤول الوحيد للأعمال، و أن ما يترشح من خلال هذا الدور الاقتصادي من ممارسات مفيدة اجتماعيا يمثل ناتج عرضي محتمل، لذلك فإن الإدارة لا تنفق على الأنشطة الاجتماعية لكونها تمثل تكاليف لا يفترض أن تتحملها.

إن مجمل القرارات المتخذة يجب أن تكون اقتصادية فقط، لهذا ترفض القرارات التي لا تلبي معطيات الأرباح والعوائد المالية حتى لو كانت جيدة من الناحية الاجتماعية. [1]

ثانيا: إستراتيجية الدفاعية

تهتم الشركات والمنظمات وفقا لهذه الإستراتيجية القيام بالحد الأدنى الذي يفرضه القانون في كل ما يتعلق بأدوارها الاجتماعية أو البيئية، حيث أنه مع زيادة الضغوط التنافسية والسوقية واتجاه الشركات المنظمة إلى المناورات القانونية لتقليل أو تحاشى الوقوع في أي مسألة قانونية نتيجة المشاكل التي قد تسببها الشركة. [2]

ثالثا: إستراتيجية التكيف

تنطلق هذه الإستراتيجية بالتزام منظمات الأعمال بالمسؤوليات الاقتصادية والقانونية ثم تراعي بعد ذلك المتطلبات الأخلاقية من خلال الاهتمام بالقيم والأعراف السائدة والسلوكيات المقبولة اجتماعيا في بيئتها الداخلية التي تمثل ثقافة المنظمة، وكذلك بالنسبة للمجتمع الذي تعمل فيه.

[1] بوسلامي عمر، **دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية**، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في علوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية المستدامة جامعة سطيف 01-الجزئر، 2013/2012، ص 64.

[2] رضا فولى عثمان، ثابت حسن، **التطورات العلمية والأطر النظرية للمسؤولية الاجتماعية**، باحث دكتوراه بقسم الإعلام-شعبة العلاقات العامة والإعلان-بكلية الآداب، جامعة حلوان، 2019، ص 49.

وتحاول المنظمة في هذه الإستراتيجية خطوة متقدمة باتجاه المساهمة بالأنشطة الاجتماعية من خلال تبني الإنفاق في الجوانب المرتبطة بالمتطلبات الأخلاقية والقانونية إضافة إلى الاقتصادية، حيث يكون لها دور اجتماعي واضح من خلال التفاعل مع الأعراف والقيم وتوقعات المجتمع. [1]

رابعا: إستراتيجية المبادرة التطوعية

تتبنى منظمات الأعمال بموجب هذه الإستراتيجية دورا اجتماعيا وبيئيا واسعا، بحيث تأخذ مصالح المجتمع وتطلعاته وحماية البيئة في جميع قراراتها، وهذا النوع من الإستراتيجيات يحمل في طياته المسؤولية الخيرة، حيث يأخذ زمام المبادرة في توفير المتطلبات الاجتماعية والبيئية علاوة على بناء قاعدته بكل المسؤوليات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية. كما تمكن هذه الإستراتيجية المنظمة الاستعداد للتعامل مع المساءلات الموجهة إليها بكل مرونة، وكذا إمكانية الاستجابة للضغوط الخارجية والتهديدات وكذا التشريعات الحكومية، حيث تأخذ الإدارة هنا زمام المبادرة في الأنشطة الاجتماعية وذلك بالاستجابة للكثير من المتطلبات الاجتماعية وفقا لتقديرات المدراء بما يتناسب مع المواقف المختلفة، تتميز هذه الإستراتيجية بأن الأداء الشامل لمنظمة الأعمال يأخذ دائما في الاعتبار أن لا تكون القرارات المتخذة أو التصرفات ذات أثر معاكس لتطلعات المجتمع ومصلحته. [2]

ويعرض الشكل التالي يوضح ترتيب هذه الإستراتيجيات الخاصة بالتعامل مع المسؤولية الإجتماعية:

[1] سنيقرة رفيقة، **أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية على أداء الموارد البشرية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، شعبة علوم التسيير، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة قاصدي مرباح–ورقلة–الجزائر، 2013/2012، ص 4.

[2] د.ماجد قاسم عبده السياني، **ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المشروعات الصغيرة**، عضو هيئة تدريس جامعة العلوم والتكنولوجيا–اليمن، 2019، ص 162.

الشكل رقم (1-1) : إستراتيجيات التعامل مع المسؤولية الإجتماعية

المصدر: بو سلامي عمر، دور التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في علوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية المستدامة جامعة سطيف 01-الجزائر، 2013/2012، ص 65.

المطلب الرابع: المسؤولية الإجتماعية بين المؤيد والمعارض

إن المتتبع للأدب الإداري الذي يعالج موضوع المسؤولية الاجتماعية يجد أن هناك مواقف مؤيدة لأن تتبنى المنظمة مزيدا من الأدوار الاجتماعية وبالمقابل يكتشف بسهولة أن هناك من يعارض هذا التوجه ويعتبره مهددا لوجود منظمات الأعمال الحرة. ويدعم كلا الطرفين آراءهم بحجج قائمة على أسس عقلانية وعلمية، ويمكن أن نستعرض آراء الطرفين وكالآتي:

الفرع الأول: المؤيدون للمسؤولية الاجتماعية

يمثل المجتمع الإطار أو الوعاء الكبير الذي تعمل المنظمات في ظله، و أن وجود هذه المنظمات يصبح غير مبررا في حالة عدم اهتمامها بقضايا المجتمع الأساسية منها بشكل خاص، إن تعارض أهداف المنظمة مع مصالح المجتمع مسألة محسومة من قبل هذا الفريق بإعطاء الأولوية للمجتمع قياسا للمنظمة وهم مستندين إلى الحجج التالية:

1- **توقعات الجمهور**: يتوقع الجمهور من المنظمات الأعمال أن تلعب دورا كبيرا في تحقيق أهدافه ومن خلال مجالات متعددة ليست اقتصادية فقط، وهذا يجسد كون منظمة الأعمال جزء لا يتجزأ من المجتمع الذي تعيش وتنمو وتزدهر فيه.

2- **الأرباح طويلة المدى**: يرى أنصار هذا الرأي أن الأرباح على المدى البعيد يمكن أن تزداد من خلال تبني المنظمة دورا اجتماعيا أكبر، حيث أن رضا المجتمع ومد جسور التعاون والتفاهم والثقة معه يمثل مدخلا مهما ذي مردود مستقبلي كبير. إن الدور الاجتماعي وإن كان مكلفا اليوم فإنه يشكل استثمار مستقبلي مهم لمنظمة الأعمال. [1]

3- **الالتزام الأخلاقي**: إن المنظمات الأعمال يجب أن يكون لديها ضمير وأن تراعي في مجالها ما هو صواب وما هو غير ذلك.

4- **الصورة الذهنية للجمهور**: تسعى المنظمات لإثراء الصورة الذهنية لدى الجمهور لكسب زبائن أكثر وعاملين أفضل والوصول إلى أسواق وأرباح أكثر.

5- **البيئة الأفضل**: التزام الأعمال بحل المشكلات الاجتماعية ويوفر حياة أفضل وبيئة مستقرة وجديا للعاملين دوي المهارة.

6- **عدم تشجيع صدور لوائح حكومية لاحقة**: تصنيف اللوائح الحكومية تكاليف اقتصادية وقيود إدارية وبتبني المسؤولية الاجتماعية تنتهي الحاجة لهذه اللوائح. [2]

[1] د.طاهر محسن منصور الغالبي، د.صالح مهدي محسن العامري، **المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال)الأعمال والمجتمع(**، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن-عمان، 2010، ص 69.

[2] بلقايد محمد جواد، **دور المسؤولية الإجتماعية وأخلاقيات الأعمال في الرفع من أداء الموارد البشرية**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في إدارة الأعمال وحكومة الشركات جامعة أبي بكر بلقايد -تلمسان-الجزائر، 2019/2018، ص 53.

7- الموازنة بين المسؤولية والقوة: الأعمال لها قوة كبيرة في المجتمع، ومثل هذه القوة لابد لها من توازن من خلال المسؤولية الاجتماعية لكي لا تثير القلق منها ولا تبدو الأعمال تعمل ضد الصالح العام.

8- مصالح حملة الأسهم: المسؤولية الاجتماعية تحسن سعر السهم في المدى الطويل، وإن سوق الأسهم ترى أن الشركات المسؤولة اجتماعيا هي أقل خطرا وأقل عرضة لعدم رضا الجمهور عنها.

9- إمتلاك الموارد: إن الأعمال تمتلك الموارد المالية والخبراء الفنيين، والموهبة الإدارية لتقديم الدعم الاجتماعي ومشروعات البر للجمهور.

10- تفوق الوقاية على العلاج: المشكلات الاجتماعية يجب أن تعالج قبل أن تتفاقم وتصبح خطرة ومكلفة في المعالجة وفي التأثير على أهداف الشركة. [1]

الفرع الثاني: المعارضون للمسؤولية الاجتماعي

وكما تم ذكر أن للمسؤولية الاجتماعية العديد من المزايا كما سبق توضيحها فإن بعض الدراسات كانت ضد توجه المؤسسة الاقتصادية نحو القيام بالأعمال الاجتماعية وتنطلق الحجج أو الآراء المعرضة لقيام المؤسسات بمهام المسؤولية الاجتماعية يكون هذه المهام تتعارض مع الهدف الرئيسي للمؤسسة والمتمثل بتحقيق الربح.

وبالتالي فهي تنسجم تماما مع الأفكار المنطلقة من المفهوم الكلاسيكي للمسؤولية الاجتماعية والتي تعارض وجود هدف يفوق أو يوازي الهدف الأحادي للمؤسسة وهو تحقيق الأرباح، وامتداد إلى ذلك فإن الأرباح المحققة لا تعود أساسا على المديرين إنما هي من حق المالكين والمستثمرين، وبالتالي فهم يقرون كيفية إنفاق الأموال واستثمارها بالشكل الذي يحقق لهم نموا في رأس المال. [2]

- أن تبني دورا اجتماعيا من طرف منظمات الأعمال الخاصة يؤدي إلى خرق قاعدة تعظيم الأرباح التي تعد جوهر وجود المنظمات الأعمال الخاصة، ومن حقها الحصول على عائد تعيد استثماره وتتوسع، و تقوم بعمليات توظيف لمزيد من العاملين ودفع الضرائب للدولة والمساهمة في تحسين ميزان مدفوعاتها وما يتبع ذلك من مردود إيجابي على المجتمع.

[1] د.نجم عبود نجم، **أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال**، مؤسسة الوارق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2006، ص 214.

[2] إيمان بن عزوز، **تأثير المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم المالية، تخصص دراسات مالية واقتصادية، جامعة قاصدي مرباح –ورقلة–الجزائر، 2016/2015، ص 27.

- ذوبان الأهداف الأساسية الاقتصادية للمنشأة واضمحلالها مع مرور الزمن وزيادة مطالبة المجتمع والدولة للمنظمات في تبني أهداف اجتماعية وتصبح المنظمات عاجزة عن الارتقاء بالإنتاجية العالية والاستثمار في البحث والتطوير وتطوير التكنولوجيا الإنتاج.
- سلطة إضافة أكبر ستتمتع بها منظمات الأعمال تعزز من نفوذها وقدراتها فإذا كانت منظمات الأعمال تمتلك الموارد الاقتصادية فإن تعزيز هذه الموارد بسلطة اجتماعيا إضافية سيجعل منها قوة كبيرة في المجتمع.
- تفتقر منظمات الأعمال إلى مهارات الكافية التي تمكنها من النهوض بالدور الاجتماعي بشكل صحيح من جانب ومن جانب آخر فإن هناك مؤسسات متخصصة بهذا الدور الاجتماعي يجب أن يعزز دورها وأن تكريس منظمات الأعمال دورا أكبر للأداء الاقتصادي وتعزيز المنافسة وتنشيط الاقتصاد.
- لا توجد جهة عليا رسمية من الجمهور يمكن أن تتابع مدى الإنجاز الاجتماعي المتحقق.[1]
- إذا ما أخذت المؤسسات بمهام المسؤولية الاجتماعية ويشكل تزايد، ستتحول وبوقت قصير إلى شكل لا يختلف عما هو سائد في المؤسسات الحكومية.
- إذا انفردت المؤسسة بإنفاق مبالغ على تنفيذ برنامج المسؤولية الاجتماعية ودون المنافسون الآخرين، فأن ذلك يعني تحملها تكاليف إضافية من شأنها أن تنعكس على زيادة الأسعار، وبالتالي تنعكس سلبا على موقفها وقوتها التنافسية في السوق.
- صعوبة المساءلة القانونية والمحاسبية عن الأنشطة الاجتماعية. [2]
- على المؤسسات الاهتمام بالأهداف الاقتصادية وترك الأهداف الاجتماعية لمؤسسات المجتمع.
- الأعمال الاجتماعية تعتبر تكلفة بالنسبة للمؤسسة.
- إضعاف الأهداف الأخرى للمؤسسة لكونها تستنزف طاقة ليست بالقليلة. [3]

وعليه يمكن أن نستنتج أنه بالرغم من أهمية تبني المؤسسات الاقتصادية برنامجا للمسؤولية الاجتماعية إلا أنه لا يمكن أن تنصب المؤسسة الاقتصادية كأخصائي اجتماعي يحاول البحث عن المشكلات الاجتماعية ومعالجتها ولكن لا بد لنا من حصر هذا الدور الاجتماعي، حيث يمكن اعتبار المؤسسة الاقتصادية كمساهم رئيسي في

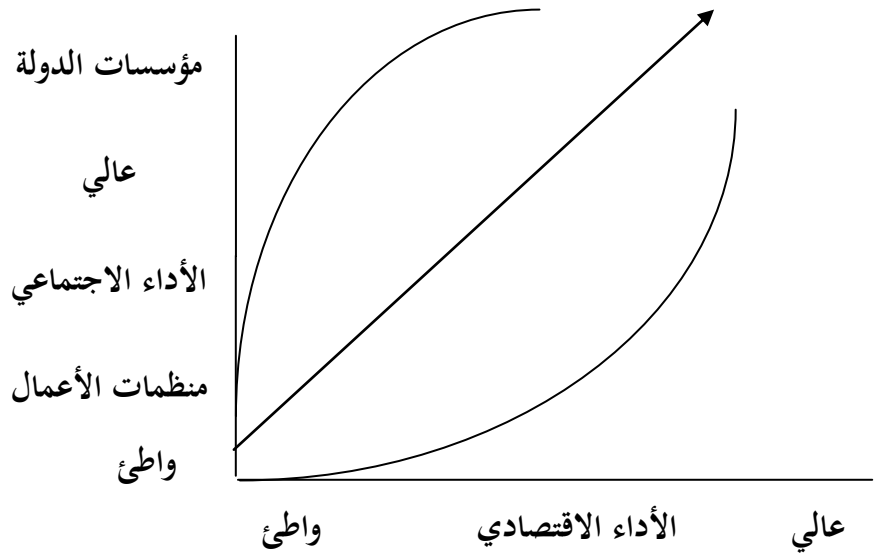
[1] د.طاهر محسن منصور الغالبي، د.صالح مهدي محسن العامري، مرجع سابق ذكره، ص 72-73.

[2] شرفي زكرياء، **محاسبة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية باستخدام التكاليف على أساس الأنشطة**، مذكرة مكملة ضمن متطلبات لنيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية، تخصص محاسبة ومالية، جامعة أم البواقي –الجزائر، 2015/2014، ص 14-15.

[3] ضيافي نوال، **المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية**، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر، تخصص تسيير الموارد البشرية، جامعة أبو بكر بلقايد –تلمسان-الجزائر، 2009 /2010 ص 23.

التنمية الإقتصادية والاجتماعية وليس كمسؤول أول عن حل المشكلات الإجتماعية والاقتصادية لأن هذا الدور مخول فقط للدولة باعتبارها المسؤول الأول عن المجتمع.

شكل رقم (1–2): الأداء الاقتصادي والأداء الاجتماعي للأعمال



المصدر: د.طاهر محسن منصور الغالبي، د.صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الإجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر، ط 3، الأردن–عمان، 2010، ص 75.

المبحث الرابع: المسؤولية الإجتماعية في ضوء الفكر المقاولاتي

المطلب الأول: دور المقاول في المسؤولية الإجتماعية

تعد المسؤولية الاجتماعية المدخل الأساسي لمساهمة المؤسسة الخاصة في تحقيق التنمية المستدامة والرفاهة الاجتماعي تخضع لثلاث وجهات نظر مختلفة ترى الأولى أن المؤسسات الخاصة خلايا اقتصادية هدفها تعظيم الربح مما ينعكس إيجابا على مختلف جوانب الحياة والثانية فتؤمن بكون المؤسسة كيان اجتماعي لابد أن يأخذ على عاتقه الدور والالتزام الاجتماعي، أما الوجهة الثالثة شكلت النمط المتوازن الذي يهتم بالبعد الاقتصادي والاجتماعي للتنمية مع الحفاظ على البيئة.

فبتبنيها يلتزم المقاول(المستحدث) بدمج الاهتمامات الاجتماعية والبيئية في الممارسات الاقتصادية للمؤسسة ضمن رؤى استراتيجية قابلة للتجسيد والاستمرارية وليس بشكل رمزي ساعي لتحسين صورتها وسمعتها،

ويرتبط ذلك بقناعات المقاول وإيمانه بدوره المتجدد في خدمة المجتمع وتحسين جودة حياة الأفراد، ويتطلب تمتعه بقدرات شخصية وكفاءات تسييرية تمكنه من الجمع بين الدور التنموي الاقتصادي المحافظ على البيئة والدور الاجتماعي في نسق واحد؛ ويستلزم وعي متنامي لذا كل طرف من أصحاب المصالح للمشاركة الفعالة في تعميمها.

الحقائق العلمية تبين بأن المسؤولية الاجتماعية الخاصة هدف وغاية للمساهمة في تطوير المجتمع وآلية لتحقيق التميز والسمعة الجديدة؛ وإن تبنتها المؤسسة الخاصة على هذا الأساس ضمنت دعما داخليا وخارجيا لرسالتها وأهدافها، ودفاعا تلقائيا لبقائها وتطورها المتمركز على الموازنة بين الأداء الاقتصادي والاجتماعي. فالمركز التنافسي للمؤسسة لا يقتصر على المؤشرات المالية والاقتصادية وإنما أضيفت حملة من المعايير الكمية والنوعية للأداء الاجتماعي.[1]

إن من بين الثوابت التي تقود المقاولة للنجاح هي رضا الزبون باعتبار المنتجات التي يتم إنتاجها لابد أن تلقى رواجا وقبولا لدى مختلف الزبائن. ولابد من تحقيق رضاهم عن هذه المنتجات. وفي هذه الحالة يجب وضع رغبة وحاجة الزبون ورضاه ضمن الخطط الاستراتيجية وخاصة في مجال الجودة باعتبار المستهلك شريك رئيسي للمقاولة.[2]

إن تحسين مستوى رضا المستهلك يجب ألا يتم بمعزل عن استراتيجية المنظمة بشكل عام، كما يجب أن يكون ضمن الأهداف الأساسية للإدارة العليا للمنظمة. وأن تكون هناك قناعة كاملة لدى الإدارة العليا بأهمية الاحتفاظ بالزبائن وإسعادهم. وفي هذا الصدد فالمقاولة مطالبة بالقيام بإجراء عدة تغييرات في استراتيجيتها وعملياتها وأنظمتها وذلك من خلال:

- اعادة تصميم الأنظمة بشكل يؤدي إلى التركيز على المستهلك؛
- تعزيز الأعمال داخل المقاولة بما يفي بالوعود التي قطعتها على نفسها تجاه حماية المستهلك؛
- تعزيز أعمال المنظمة من خلال استخدام التكنولوجيا المتطورة؛
- تعزيز ثقافة العاملين ومهاراتهم والبرامج التدريبية المتبعة في المنظمة.

[1] بودي عبد القادر، وبن سفيان زهرة، "**المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الخاصة في تحقيق التنمية المستدامة**، "مجلة الاقتصاد وا لمناجمنت، منشورات كلية العلوم الاقتصادية والتسيير جامعة تلمسان: العدد10، أكتوبر2011.

[2] Responsabilité social de lenterprise de la idées et des actesilabel RSE. De la CGEM ،Guide d'information.Mai 2011.

يساهم المتغير الداخلي السلوك القانوني للمقاول بطريقة مباشرة في ترشيد السلوك البيئي. – لا يوجد دور للسلوك الطوعي والأخلاقي للمقاول في ترشيد السلوك البيئي. وتوصي الدراسة في الأخير بضرورة تجاوب المقاول مع متطلبات تحقيق التنمية المستدامة من خلال تغيير سلوكياته وتصرفاته مع الموارد البيئية تجاوبا مع الازمات الصحية، لتكون أكثر اعتدالا ووسطية وأقل استهلاكا للموارد الطبيعية، خصوصا وأن الدراسة قد خلصت أن هناك دور للسلوك القانوني فقط دون السلوك الطوعي والأخلاقي للمقاول في ترشيد السلوك البيئي[1].

المطلب الثاني: دوافع تبني المسؤولية الإجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تتمثل الدوافع الأساسية التي تحفز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على ممارسة المسؤولية الإجتماعية في القيم والمعتقدات الشخصية للإدارة العليا والمسيرين وكذا تأثرها بضغوطات المؤسسات الكبيرة التي تتعامل معها أو المنافسة.[2]

قام المرصد الأوروبي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في سنة 2001بدراسة شملت 7600مؤسسة صغيرة ومتوسطة بخصوص تبنيها لبرامج المسؤولية الإجتماعية، ظهرت هذه الدراسة ان49٪من المؤسسات التي شملتها الدراسة أنها تلتزم ببرامج بالمسؤولية الإجتماعية ذات الطابع التطوعي، بحيث يكون هدف هذه المؤسسات هو تحسين العلاقة بين المجتمع المحلي والسلطات المحلية وتكون هذه البرامج في شكل هبات غير مرتبطة بإستراتيجية المؤسسة تتعلق بدعم الفعاليات إضافة إلى ذلك فان غاليا ما يكون مستوى الالتزام الاجتماعي والبيئي انعكاسا للالتزام ففي هذا النوع من المؤسسات فإن القناعة الشخصية لمسير المؤسسة والقائد هو مفتاح تطوير الإستراتيجية التي تتبني برامج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة وفي دراسة هدفت للقياس مدى تبنى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لمفهوم واعتماد برامج المسؤولية الإجتماعية حيث شملت على 313مؤسسة صغيرة و50متوسطة بينت أن من أهم العوامل التي تشجع على تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية فيما يلي: الرؤية الاستراتيجية للمسير بنسبة 5.51٪ تحقيق المزايا التنافسية ب1.36٪مشاركة العمال بنسبة 6.24% حيث أظهرت النتائج أنه في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يكون حافز ممارسة المسؤولية الإجتماعية يتمثل أساسا في القيم الشخصية للمسيرين، ومدى تبنيهم لهذا المفهوم متبوعا لمزايا التنافسية المتوقع تحقيقها. كما يعتبر اشراك العمال في برامج

[1] محمد القواق، "**دور المسؤولية الاجتماعية للمقاولات في تحقيق رضا وحماية المستهلك**، "مجلة المنارة، جامعة محمد الخامس كلية العلوم الاقتصادية والاجتماعية الرباط السويسي، 15ابريل 2020.

[2] د.غزيباون علي، "**اشكالية تبني ابعاد المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، "مجلة معارف، جامعة البويرة الجزائر، المجلد 16، العدد٢، ٢٠٢١/١٢/٣١، ص471.

المسؤولية الإجتماعية عاملا مهما على المؤسسة استغلاله لتحقيق الأهداف المنتظرة من البرامج، يمكن توضيح أهم الفروقات بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الكبيرة في تبنيها للمسؤولية الإجتماعية من خلال الجدول التالي:

الشكل رقم(1-3) : أهم الفروقات بين المسؤولية الإجتماعية في المؤسسات الكبيرة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المسؤولية الإجتماعية في المؤسسات الكبيرة	المسؤولية الإجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
اتجاه من؟	
مسؤولة اتجاه عدد كبير من اصحاب المصلحة	مسؤولية على عدد قليل من أصحاب المصلحة
مسؤولية مدركة اتجاه المجتمع ككل	مسؤولية تكون اتجاه المجتمع المحلي
أهمية المساهمين	لا يوجد مساهمون في الغالب
لماذا؟	
حماية العلامة التجارية وصورة المؤسسة	حماية المستهلك /الزبون
وجود ضغوطات من طرف المستهلكين	مصدر الضغوطات هم الزبائن المستفيدين من المؤسسة كمصدر لتوريد (المؤسسة الصغيرة والمتوسطة حلقة من سلسة القيمة للمؤسسات الكبيرة(
ضغوطات المساهمين تولد حركة استثمار مسؤول اجتماعيا	ضغوطات المقرضين تتأثر بدرجة أقل بالاستثمار المسؤول اجتماعيا
كيف؟	
ترتكز على قيم المؤسسة	ترتكز على قيم المالك المسير
التخطيط الإستراتيجي الرسمي للمسؤولية الإجتماعية	غياب التخطيط الإستراتيجي الرسمي إستراتيجية غير شكلية
التركيز على المعايير والمؤشرات	التركيز على الحدس
وجود مختصين في تنفيذ برامج المسؤولية الإجتماعية	غياب مختصين في مجال المسؤولية الإجتماعية

تقليل الخطر	تجنب الخطر
ماذا؟	
نشاطات ثقافية كبيرة ومتنوعة	رعاية النشاطات الثقافية المحلية
الإشهار مرتبط ببرامج المسؤولية الإجتماعية	نشاطات غير معروفة باسم المسؤولية الإجتماعية

Serce: Delphine gendre-Aegertep ،2008 ،p217-218

المطلب الثالث: أهمية تبني أبعاد المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودمجها في العملية الإستراتيجية

أولا: أهمية تبنى أبعاد المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

يركز تحديد البعد الاجتماعي للمؤسسة على الاهتمام بأنماط اصحاب المصلحة والموارد باعتبارها جزء من عمليات اتخاذ القرارات الإدارية على الرغم من عدم الاعتراف بها رسميا في نماذج الحوكمة والإدارة، ففي حين أن ادارة الموارد الاقتصادية للمؤسسة يتم إضفاء الطابع الرسمي عليها إلى حد كبير من حيث النماذج والأدوات والعمليات نجد أن الموارد الإجتماعية والبيئية تقليديا يتم التعامل معها على أنها هامشية بالنسبة لإستراتيجية المؤسسة كما ان التصريح بها يتم بصفة طوعية من قبل المؤسسات، ولكن كما تؤكده الدراسات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية يمكن ترجمة الأداء الإجتماعي والبيئي إلى قيمة طويلة الأجل للمساهمين عندما تضمن المؤسسة دمج الأنشطة المرتبطة بها بالكامل في العمليات الإستراتيجية، وبمراجعة الدراسات المكثفة حول العلاقة بين المسؤولية الإجتماعية للمؤسسة والأداء المالي وجد كل:Margolis & walsh

أن أكثر127 دراسة تقدم أكثر من إشارة واضحة على وجود ارتباط إيجابي بين الأداء الاجتماعي للمؤسسة والأداء المالي لها وأدلة قليلة جدا على وجود ارتباط سلبي يشيرMargolis & walsh إلى وجود ثلاث حجج اقتصادية ضد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الحجة الأولى هي "سوء التصرف في الأصول بمعنى استخدامها في اغراض أخرى غير تلك التي قصدها المستثمرين، والحجة الثانية هي "سوء التخصيص "بمعني الاستخدام الغير فعال للموارد نتيجة استخدامها للأغراض الأخرى والحجة الأخيرة هي "الإجراءات القانونية الواجبة "بمعنى ضمان شفافية المؤسسة وخضوعها المساءلة في أعمالها، ذلك أن في الكثير من الحالات يجب أن تستجيب المؤسسة إذا ساهمت بطريقة ما في الحالة التي تتطلب استجابة مثل ما هو الحال مع التأثيرات البيئية فإذا كانت المؤسسة تستفيد من وضع ضار أو غير عادل حتى لو لم تساهم فيه كما هو الحال مع اليد العاملة

الرخيصة في البلدان ذات الأجور المنخفضة، فمن واجبها التعويض عن المزايا التي تحصل عليها ثم تحدي الحجج السابقة قبل عدة سنوات في استطلاع أجرته مؤسسة الإستشارات Mckinsey والذي فإن أن أغلبية قوية 84%من المديرين يعتقدون أن المؤسسات يجب أن توازن مسؤوليتها اتجاه مستثمريها ومسؤوليتها اتجاه أصحاب المصلحة الآخرين.

ثانيا: دمج المسؤولية الاجتماعية في العملية الإستراتيجية.

تتنوع الإستراتيجيات التي تتبناها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية فقد حدد May (2007) ثلاثة إستراتيجيات رئيسية يمكن أن تتبناها المؤسسات عموما عندما تمارس المسؤولية الاجتماعية وهي الإستراتيجية الإستباقية والإستراتيجية المتكيفة والإستراتيجية المبنية على رد الفعل حيث تكون المؤسسة التي تتبني الاستراتيجية الإستباقية مدفوعة بقيمها وأهدافها لتنفيذ المبادرات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية، أما المؤسسات التي تتبع الإستراتيجية التكيفية فتميل إلى إتباع الأنظمة والتعليمات الموجودة في المجتمع وذلك لإنجاز الحد الأدنى من المعايير أو مبادئ المسؤولية الاجتماعية والتي تكون بالأساس متناغمة مع إستراتيجية المؤسسة. وهذه تكون نموذجية للمؤسسات الكبيرة والشركات متعددة الجنسيات وأيضا يكمن أن تقوم المؤسسة وفق هذه الإستراتيجية بأخذ مطالب او توقعات المجموعات الرئيسية الهامة من أصحاب المصالح بعين الاعتبار ومحاولة تلبيتها.

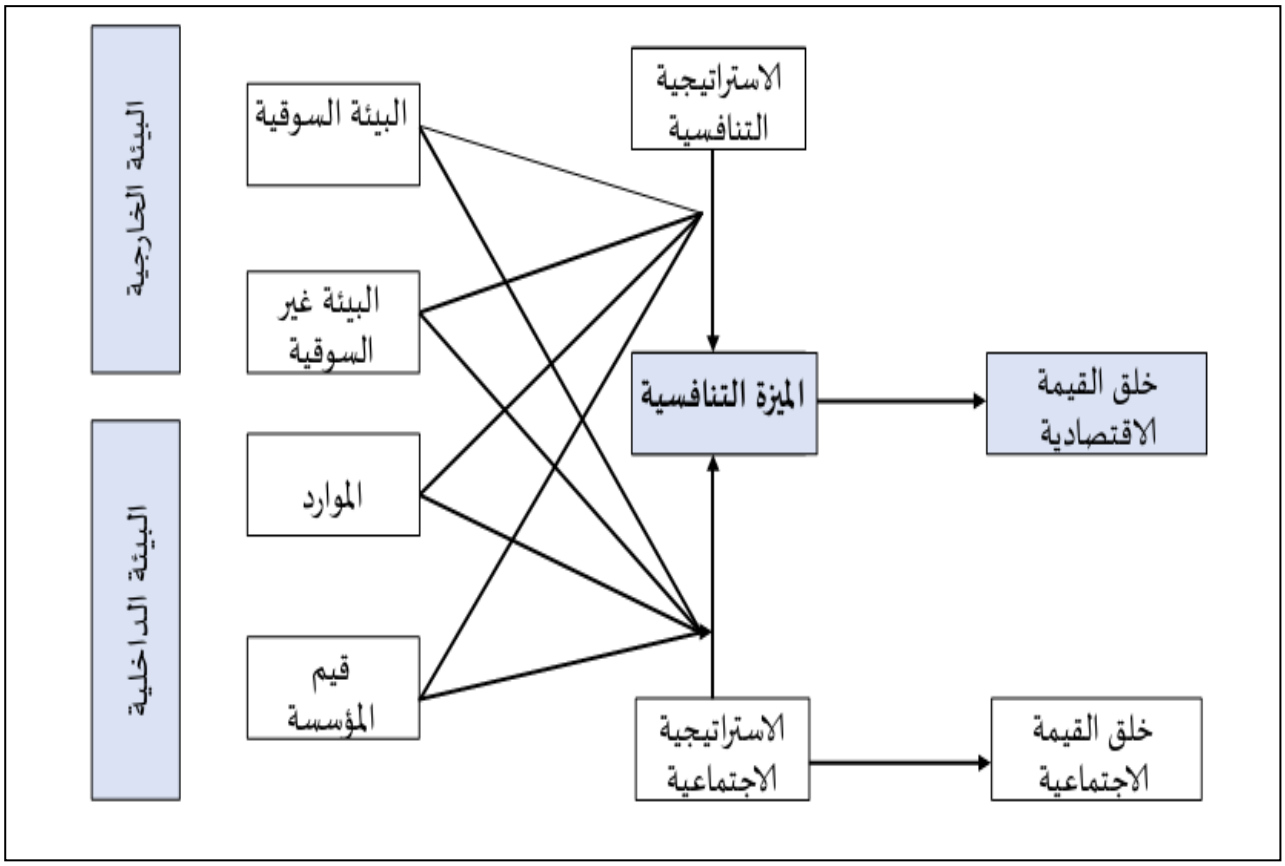
أما المؤسسات التي تطبق المسؤولية التفاعلية فتميل إلى الرد عن الأحداث التي تجري في البيئة المحيطة بها والقيام بالنشاطات المسؤولية الاجتماعية على أساس الدعاية الإعلامية[1].

يوضح الشكل التالي العلاقة بين العمليات ذات البعد الاجتماعي والإستراتيجية التنافسية وأداء المؤسسة في نموذج لصياغة إستراتيجية اجتماعية للمؤسسة تقوم على أربعة عناصر:

1- البيئة السوقية؛
2- البيئة الغير سوقية؛
3- الموارد؛
4- مسالة المؤسسة وقيمها.

[1] د.غزيباون علي، مرجع سابق ذكره، ص473-475.

الشكل رقم(1–4): دمج المسؤولية الاجتماعية في العملية الاستراتيجية



Source Bryan Husted.David Bruce Allen.2011.p12

المطلب الرابع: خلاصة المقاربات فيما يخص المسؤولية الإجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

أولا: مقاربة عدم التدخل:

يرى هذا الموقف المتطرف ان المؤسسة غير مسؤولة اجتماعيا لان الرفاهية الاجتماعية يتم تعظيمها عندما تسترشد المؤسسات بالوظيفة الموضوعية الوحيدة وهي تكوين الثروة وقد عبر عن ذلك Fredman Milton بقوله أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تتمثل في زيادة الأرباح وخلق قيمة للمساهمين، وعلى الحكومة حماية المجتمع من خلال التشريعات واللوائح، لا تحتاج المؤسسات إلى أكثر من تلبية الحد الأدنى من الالتزامات، أن توقع قيام المؤسسات بممارسة واجبات اجتماعية تتجاوز حدها الأدنى من الالتزامات يؤدي فقط إلى ارباك عملية صنع

القرار، ويفرض تكاليف إضافية ويعرقل مساءلة المديرين للمساهمين [1] وحسب هذه المقاربة يستفيد المجتمع من الأرباح التي يمكن استخدامها أما لتوسيع نشاط المؤسسة أو دفعها للمساهمين، يمكن أن يتخذ موقف عدم التدخل من قبل الديرين المقتنعين به ايديولجياً أو من قبل المؤسسات الصغيرة التي لا تمتلك الموارد اللازمة للقيام بها.

ثانيا: المصلحة الذاتية المضيئة:

تعتقد المؤسسات التي تتبنى موقف المصلحة الذاتية المضيئة أن المزايا طويلة الأجل المحتملة للمساهمين من الإدارة الجيدة للعلاقات مع أصحاب المصلحة الأخرين بمعنى أن المسؤولية الاجتماعية والشهرة التي قد تولد لها ما يبررها اذا كانت نتيجة ثانوية للتكاليف التي تعزز المصالح الذاتية للمؤسسة وبالتالي فإن مبرر المسؤولية الاجتماعية هو أنها منطقية لنجاح المؤسسة في نشاطها.

بالنسبة لمعظم المؤسسات تعتبر السمعة الطيبة في نظر الزبائن والمساهمين مهمة لنجاح المالي على المدى الطويل يمكن أن يؤدي العمل البناء مع الموردين أو المجتمعات المحلية إلى زيادة القيمة المتاحة لجميع أصحاب المصلحة المشاركين فيها، على سبيل المثال يمكن أن تؤدي المساعدة في تحسين جودة الموردين الهامشيين في البلدان النامية إلى إنشاء سلسلة امدادات عالمية قوية: دعم التعليم في المجتمع المحلي سيزيد من توافر العمالة الماهرة، هناك ادلة متزايدة على ان الاستراتيجيات المسؤولة يمكن أن تكافئ المساهمين أيضا وبالتالي يمكن النظر إلى الأعمال الخيرية للمؤسسات أو توفير الرعاية على أنها نفقات معقولة مثل أي شكل آخر من اشكال الإنفاق الاستثماري أو الترويجي، غالبا ما تقدم المؤسسات التي تتبنى المصالح الذاتية المضيئة تقارير عن الادارة البيئية أو الاجتماعية أو التقارير المتكاملة مما يوفر مؤشرات عامة عن أدائها عبر مجموعة من التدابير المتعلقة بالبيئة ورأس المال البشري وترتيبات الحوكمة [2].

ثالثا: التفاعل مع أصحاب المصلحة:

يتبنى هذا الموقف بشكل صريح اهتمامات وتوقعات مختلف أصحاب المصلحة بدلا من المساهمين فقط ضمن أهداف واستراتيجيات المؤسسة، الحجة هنا هي أن اداء المؤسسة يجب أن يقاس من المنظور الشامل وليس

[1]Frédéric Fréry ،Strategique ،11eme edition ،pearson Ed ،UK ،2017 ،pp181-183.
[2]Rachad whittingtom &all ،Exploring strategy ،12th Edition ،PEARSON EDUCATION LIMITED ،UNITED KINGDOM ،2020 ،P147.

المنظور المالي فقط، تتبنى هذه المؤسسة مبدأ الإستدامة في الإستراتيجية وهو مبدأ يضمن جودة حياة أفضل من خلال الاهتمام بالأبعاد الثلاثة لحماية البيئة والمسؤولية الاجتماعية والرفاهية الاقتصادية.[1]

يتم قياس الاداء هنا ومكافئته من حيث المحصلة الثلاثية الفوائد الاجتماعية والبيئية بالإضافة إلى الأرباح، قد تحتفظ هذه المؤسسات في هذه الفئة بوحدات غير اقتصادية للحفاظ عن الوظائف، وتجنب تصنيع أو بيع منتجات ذات حساسية اتجاه المجتمع، والاستعداد لتحمل انخفاض الربحية من أجل الصالح الاجتماعي ويتطلب هذا الموقف دعم من طرف مجلس الادارة.

رابعا: صناع المجتمع:

يعتبر صناع المجتمع الاعتبارات المالية ذات اهمية ثانوية او قيود في حد ذاتها، هاته المؤسسات ذات رؤية تسعى إلى تغيير المجتمع والأعراف الاجتماعية، عادة ما تلتزم مؤسسات القطاع العام والجمعيات الخيرية بهذا النوع من المواقف. هناك أيضا المقاولون الاجتماعيين هم مثل المقاولين التقليديين يتصرفون بجرأة لاغتنام الفرص وجذب الدعم وإنشاء مؤسسات جديدة لكنهم مدفوعين عادة بمهمة أساسية للخلق والحفاظ على القيمة الاجتماعية بدلا من القيمة الاقتصادية، عندما يحدد شخص أو مجموعة من الأشخاص حاجة اجتماعية ويستخدمون مهاراتهم في تنظيم المشاريع لتلبية هذه الحاجة فإن هذه العملية تسمى المقاولتية الاجتماعية وتسمى المؤسسات التي يتم إنشاؤها بالمشاريع الاجتماعية على سبيل المثالTraidcraft UK هي مؤسسة لها سلسلة من متاجر البيع بالتجزئة التي تحارب الفقر في العالم من خلال تعزيز "التجارة العادلة" بالنسبة إلى صانعي المجتمع فإن الدور الدور الاجتماعي هو سبب وجود الأعمال وليس الأرباح، الاستمرارية المالية مهمة فقط لأنها توفر الوسائل لاستمرار الرسالة الاجتماعية.

[1]Gerry johanson&all ،FUNDAMENTALS OF STRATEGY ،5th Edition PARSON Education Limited ،United kingdom ،2021 ،p98.

خلاصة الفصل:

من خلال تناولنا للإطار النظري للمسؤولية الإجتماعية في هذا الفصل توصلنا إلى أن المسؤولية الاجتماعية التزام ووفاء ومواطنة وشراكة، فلم تعد خدمة المجتمعات وبناء الأوطان ورعاية الأفراد أمرا يختص بالوزارات والجهات الخيرية بل يتعدى الأمر ذلك ليكون

لقطاع الخاص شريكا أساسيا في التنمية والبناء وصناعة الأجيال وتحقيق الرفاهية ودعم الاقتصاد وحماية البيئة وحفظ الدين والقيم وهي صورة من صور الرقي الحضاري من باب معرفة الفضل لأهل الفضل من الرجال أعمال ومؤسسات ممن لهم مسؤولية الاجتماعية، فالمسؤولية الإجتماعية مسؤولية خيرية إنسانية، أخلاقية، قانونية، واقتصادية.

نشير إلى أن المسؤولية الاجتماعية أثبتت أيضا جدارها في كونها الحل الواقي من الأزمات المالية والاقتصادية التي وقعت وذلك التي يمكن أن تقع بسبب الفساد الأخلاقي في الممارسات الإدارية، وغياب روح المسؤولية الإجتماعية، لذلك يجب أن تتعدى المنظمات اليوم سؤالها عن جدوى ممارسة الإجتماعية، لتركز على السؤال الأهم وهو كيف يمكنها أن تطبق المسؤولية الإجتماعية كجزء من عملياتها الإدارية.

يمكن القول إن ممارسة المسؤولية الإجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتم بشكل غير رسمي، ولا ترتبط بالسياسة العامة أو بإستراتيجية هذه المؤسسات، إنما ترتكز دوافعها على قيم المسير /المالك ورغبته الشخصية في ممارستها، إن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مهما كان نشاطها، تمارس أعمالها في ظل بيئة أعمال تتميز بالمنافسة الشديدة والتغير المستمر في الظروف المحيطة بها، وبخاصة تغير ظروف السوق وحاجيات ورغبات الزبائن، ومن ثمة تتجلى ضرورة توجيه الاهتمام نحو اعتماد مفهوم ومبدأ الوقاية خير من العلاج، وهو ما يكتسي أهمية بالغة من خلال تبني المسؤولية الاجتماعية بأبعادها الأربعة الاقتصادية والقانونية والبيئية والخيرية.

الفصل التطبيقي

تمهيد

بعدما تطرقنا في الفصول السابقة إلى أهم المفاهيم والأبعاد المسؤولية الاجتماعية وكذا طبيعة العلاقة التي تربطهم، واستكمالا للإجابة على الإشكالية المطروحة " المسؤولية الاجتماعية للمقاول وللمؤسسات الصغيرة في ظل انتشار كورونا –دراسة حالة عينة من مقاولي ومؤسسات ولاية الوادي"، لذلك سنحاول من خلال هذا الفصل إسقاط ما تم تناوله في الجانب النظري قياسيا، وذلك على مجموعة من المؤسسات الاقتصادية بولاية الوادي كونها مؤسسات جزائرية تنشط في مناخ الأعمال الجزائري، حيث تعكس هذه المؤسسات واقع المؤسسات الجزائرية عموما.

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

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

المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

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

المطلب الأول: عينة وأدوات جمع البيانات

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

أولا: إجراءات اختيار المؤسسات

شملت الدراسة مجموعة من المؤسسات الصناعية والخدمية، تجارية وفلاحية المتواجدة في مناطق مختلفة بولاية الوادي، وقد بلغ عدد المؤسسات التي تمكنا من زيارتها 48 مؤسسات، حيث تم توزيع 50 استمارة وتم استرجاع 45 استمارة نظرا لعدم استجابة وتعاون بعض المسيرين؛ وبعد المراجعة وفحص الاستمارات تبين أن 42 استمارة قابلة للمعالجة الإحصائية.

المطلب الثاني: أدوات جمع البيانات

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

1. تصميم الاستبيان

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

- الجزء الأول: البيانات العامة لعينة الدراسة وضم البيانات: الجنس، المستوى التعليمي، الخبرة المهنية، صفة المستجيب، بالإضافة لمعلومات عن المؤسسات محل الدراسة من حيث القطاع وعدد عمال المؤسسة

- الجزء الثاني: محاور الدراسة التي تم تقسيمها لمحورين:

المحور الأول: والذي يتعلق بالمتغير المستقل " أبعاد المسؤولية الاجتماعية "بـ (25) عبارة تم تقسيمه خمسة أبعاد

- البعد الأول: البعد الاقتصادي
- البعد الثاني: البعد القانوني
- البعد الثالث: البعد الاجتماعي
- البعد الرابع: البعد البيئي
- البعد الخامس: البعد الأخلاقي

المحور الثاني: والذي يتعلق بالمتغير التابع" تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة عينة الدراسة" بـ (21) عبارة تم تقسيمه لخمسة أبعاد كما يلي:

- البعد الأول: المسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين /الشركاء
- البعد الثاني: المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين
- البعد الثالث: المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين
- البعد الرابع: المسؤولية اتجاه المستهلكين
- البعد الخامس: المسؤولية اتجاه المجتمع والبيئة

ثالثا: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

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

- الأشكال البيانية التكرارية: بمساعدة برنامج EXCEL، بحساب قيم التكرار والنسب المئوية حسب توزيع من أجل الحصول على رسوم مختلفة الأشكال، وفقًا للعديد من الألوان.
- مقاييس النزعة المركزية: ويشمل ذلك بعض الأدوات الإحصائية مثل المتوسط الحسابي وذلك لتحديد معدل إجابات عينة الدراسة ولمعرفة القيم الأكثر تكرارا.
- مقياس الارتباط–معامل بيرسون: للتعرف على طبيعة العلاقة ودرجة الارتباط بين متغيرات الدراسة.
- مقاييس التشتت: استعمال الانحراف المعياري لمعرفة مدى تشتت وتباعد القيم عن وسطها الحسابي.
- مقياس الثبات: استعمال معامل ألفا كرونباخ وهو أداة لقياس ثبات للاستبيان وفقراته.
- اختبار(**One-Sample-T-test) (T**)للعينة الواحدة لمقارنة المتوسط العام الإجابات (المتوسط الإجمالي لفقرات الأبعاد) مع المتوسط الفرضي 3 عند مستوى معنوية 0.05.
- تحليل التباين الأحادي (**One-way ANOVA**): للتعرف على ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد الدراسة طبقا لاختلاف قطاع نشاط المؤسسات تم استخدام لتوضيح دلالة الفروق في إجابات عينة أفراد عينة الدراسة.

المطلب الثالث: ثبات والاتساق الداخلي لأداة الدراسة

سنحاول في هذا الجزء التعرف على مدى الاعتماد على أداة جمع البيانات في الدراسة التحليل من خلال قياس على مدى صدقها وثباتها، وذلك من خلال توضيح صدق المحكمين أو صدق المحتوي للاستبيان بالإضافة إلى اختبار كل من ثبات والاتساق الداخلي لأبعاده ومحاوره كما يلي.

أولا: صدق المحكمين (تحكيم أداة الاستبيان)

بعد إعداد الأسئلة أداة الاستبيان في صورتها الأولية من اجل أخذها بعين الاعتبار وتأكيد مصداقيتها ومدى شموليتها لموضوع الدراسة فإنها تعرض مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين، أو ما يعرف صدق المحكمين يقصد به: "المظهر العام للاستبيان من حيث المفردات وكيفية صياغتها، ودقتها وموضوعاتها ومدى مناسبة الأداة للغرض الذي وضع لأجله" (أنظر الملحق رقم01)".

ثانيا: حساب معامل الثبات ألفا كرونباخ

سنحاول من خلال هذا الجزء أن نبين مدى ثبات الاستبيان ومصداقيته للعمل في الموضوع من خلال حساب معامل ألفا كرونباخ حيث كلما كان معامل ألفا أكبر من 0.6 كلما كان الاستبيان صالحا للدراسة

الجدول رقم (2-1): معامل ألفا كرونباخ لأداة الدراسة

عبارات الاستبيان	معامل ألفا كرونباخ
46	0.872

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

لقد تبين أن معامل الثبات (Cronbach's alpha) يساوي 0.872 بالنسبة لكل الاستبيان، وهو أكبر من المعامل 0.60 ما يدل على ثبات أداة الدراسة هذا يعني أن هناك صدق وثبات في المحاور وبالتالي يمكن القول أن الاستبيان يتمتع بالثبات.

ثانيا: الاتساق الداخلي للاستبيان

مصفوفة الارتباط الخطي بين متغيرات الدراسة من خلال حساب معامل الارتباط بين كل بعد من أبعاد المتغير والدرجة الكلية له لكل من المتغير المستقل والمتغير التابع والجداول التالية توضح ذلك.

1. الاتساق الداخلي للمحور الأول: أبعاد المسؤولية الاجتماعية

الجدول رقم (2-2): يوضح الاتساق الداخلي لأبعاد المحور الأول

أبعاد ومحاور الدراسة	الارتباط مع الدرجة الكلية للاستبيان	
	Pearson Corrélation	**Sig**
البعد الأول: البعد الاقتصادي	**0.567	0.000
البعد الثاني: البعد القانوني	**0.722	0.000
البعد الثالث: البعد الاجتماعي	**0.758	0.000
البعد الرابع: البعد البيئي	**0.892	0.000
البعد الخامس: البعد الأخلاقي	**0.918	0.000
المحور الأول: أبعاد المسؤولية الاجتماعية		
**دال: أي يوجد ارتباط معنوي بين العبارة والدرجة الكلية لمحورها		

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

من خلال معاملات لارتباطات الثنائية المبينة في الجدول أعلاه يتبين لنا أن لأبعاد المحور الأول من خلال أبعاد المسؤولية الاجتماعية (البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الاجتماعي، البعد البيئي، البعد الأخلاقي) تمتاز بالاتساق الداخلي حيث أن العلاقة الارتباط بين الدرجة الكلية لكل بعد من محور الأول دالة إحصائيا، إذ أن قيمة Sig(مستوى المعنوية) لقيم الإحصائية لمعاملات الارتباط بيرسون المحسوبة في كل بعد هي أقل من مستوى دلالة 0.05، ومنه أبعاد المحور الأول المسؤولية الاجتماعية صادقة ومتسقة، لما وضعت لقياسه

2. الاتساق الداخلي للمحور الثاني: تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة

الجدول رقم (2-3): يوضح الاتساق الداخلي لأبعاد المحور الثاني

أبعاد ومحاور الدراسة	الارتباط مع الدرجة الكلية للاستبيان	
	Pearson Corrélation	**Sig**
البعد الأول: المسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين /الشركاء	**0.542	0.000

البعد الثاني: المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين	**0.413	0.007
البعد الثالث: المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين	**0.655	0.000
البعد الرابع: المسؤولية اتجاه المستهلكين	**0.720	0.000
البعد الخامس: المسؤولية اتجاه المجتمع والبيئة	**0.796	0.000
المحور الثاني: تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة		
**دال: أي يوجد ارتباط معنوي بين العبارة والدرجة الكلية لمحورها		

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

من خلال معاملات لارتباطات الثنائية المبينة في الجدول أعلاه يتبين لنا أن لأبعاد المحور الثاني من خلال أبعاد تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة (المسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين والشركاء، المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين، المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين، المسؤولية الاجتماعية اتجاه المستهلكين، المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع والبيئة) تمتاز بالاتساق الداخلي حيث أن العلاقة الارتباط بين الدرجة الكلية لكل بعد من محور الثاني دالة إحصائيا، إذ أن قيمة Sig(مستوى المعنوية) لقيم الإحصائية لمعاملات الارتباط بيرسون المحسوبة في كل بعد هي أقل من مستوى دلالة 0.05، ومنه أبعاد المحور الأول تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة صادقة ومتسقة، لما وضعت لقياسه

المبحث الثاني: عرض النتائج واختبار الفرضيات.

يتضمن هذا المبحث عرضا لنتائج الدراسة حول خصائص أفراد العينة من خلال البيانات العامة لعينة الدراسة وكذا اتجاهات آراء عينة الدراسة اتجاه محاور الدراسة.

المطلب الأول: عرض وتحليل خصائص عينة الدراسة

سنحاول من خلال هذا المطلب التطرق لعرض وتحليل الخصائص العامة والوظيفية لعينة الدراسة كما يلي.

أولا: الخصائص العامة لعينة الدراسة

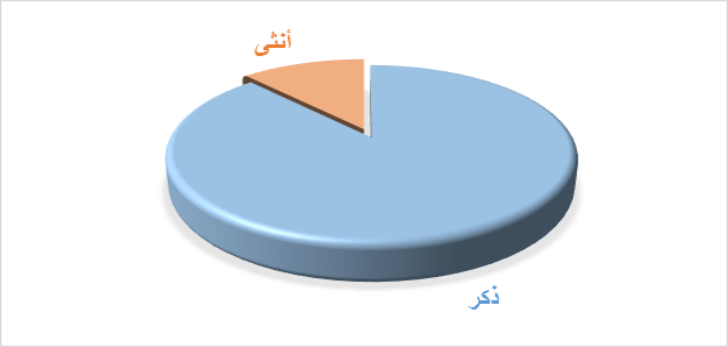
تتمثل هذه الخصائص في الجنس، العمر والمؤهل العلمي حيث تم التوصل إلى النتائج التالية:

1. **توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس**

الجدول رقم (2-4): توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	37	88،1
أنثى	5	11،9
المجموع	**42**	**%100**

الشكل رقم(2-1): التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

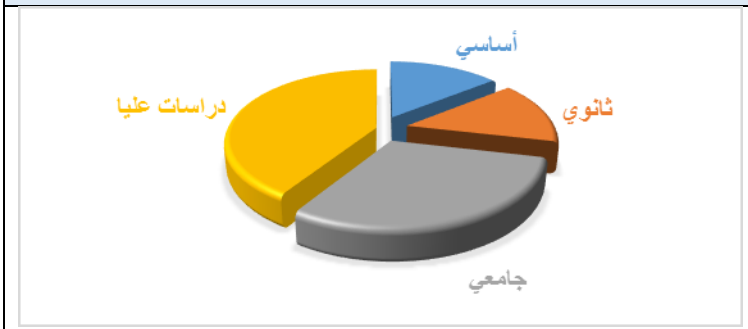
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن عينة الدراسة تتوزع حسب متغير الجنس بنسب متفاوتة حيث 88.1% لصالح الذكور في حين 11.9% لصالح الإناث كما هو مبين في الشكل أعلاه.

2. توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

الجدول رقم(2-5): توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة %
أساسي	6	14.3
ثانوي	6	14،3
جامعي	13	30.95
دراسات عليا	17	40،5
المجموع	**42**	**%100**

الشكل رقم(2-2): التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامجSPSS.V25

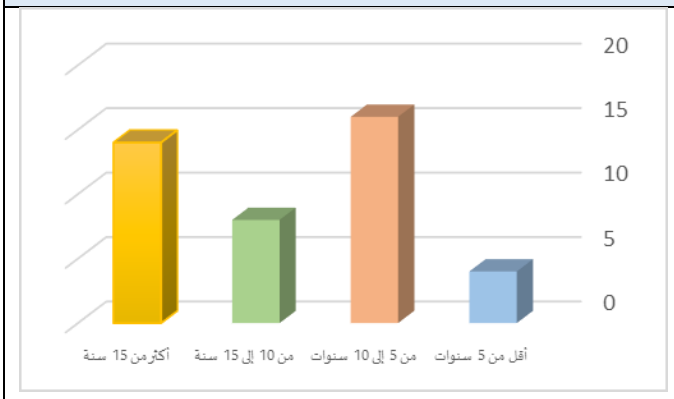
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية عينة الدراسة تتوزع حسب المستوى التعليمي بأغلبه مستوى جامعي بعدد 19 ونسبة 45.2% تليها دراسات عليا بعدد 17 ونسبة 40.5% في حين أساسي وثانوي بعدد 6 ونسبة 14.3% من المجموع الإجمالي للنسب كما هو مبين في الشكل أعلاه.

3. توزيع عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية

الجدول رقم(2-6): توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية

الخبرة المهنية	التكرار	النسبة %
أقل من 5 سنوات	4	9،5
من 5 إلى 10 سنوات	16	38،1
من 10 إلى 15 سنة	8	19،0
أكثر من 15 سنة	14	33،3
المجموع	**42**	**%100**

الشكل رقم(2-3): التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية



المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

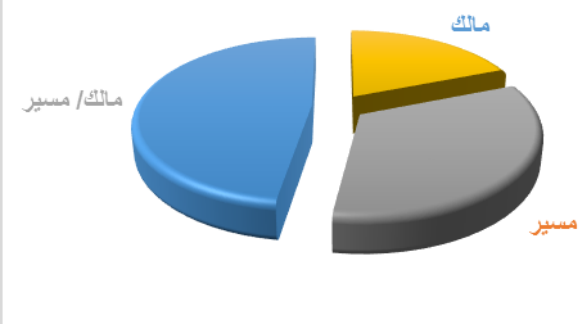
نلاحظ من الجدول أعلاه أن أغلبية عينة الدراسة ذات خبرة مهنية من 6 إلى 10 سنوات بعدد 35 ونسبة 38.1% تليها أكثر من 15 سنة بعدد 14 ونسبة 33.3% في حين من 10 إلى 15 سنة بعدد 8 ونسبة 19% أما أقل من 5 سنوات بعدد 4 ونسبة 9.5% من المجموع الإجمالي للنسب، كما هو مبين في الشكل أعلاه.

4. توزيع عينة الدراسة حسب متغير صفة المستجيب

الجدول رقم(2-7): توزيع عينة الدراسة حسب صفة المستجيب

صفة المستجيب	التكرار	النسبة %
مالك	8	19
مسير	14	33،3
مالك/ مسير	20	47،6
المجموع	**42**	**%100**

الشكل رقم(2-4): التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب صفة المستجيب



المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

نلاحظ من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه أن أغلبية عينة الدراسة المستجوبة هي من فئة مالك ومسير بعدد 20 ونسبة 47.6% كون أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الغالب المالك هو مسير ومدير لأعمال لمؤسسته في حين 33.3% من فئة المسيرين أما 19% من فئة الملاك من المجموع الإجمالي للنسب كما هو مبين في الشكل أعلاه.

5. توزيع عينة الدراسة حسب متغير القطاع

الجدول رقم(2-8): توزيع عينة الدراسة حسب القطاع

القطاع	التكرار	النسبة %
تجاري	17	40 ،5
صناعي	6	14 ،3
خدماتي	19	45 ،2
المجموع	**50**	**%100**

الشكل رقم(2-5): التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب القطاع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

تتوزع عينة الدراسة حسب متغير بأغلبية مؤسسات خدمية بعدد 19 ونسبة 45.2% تليها تجاري بعدد 17 ونسبة 40.5% في حين صناعي بعدد 6 ونسبة 14.3% من المجموع الإجمالي للنسب كما هو مبين في الشكل أعلاه.

المطلب الثاني: عرض وتحليل لإجابات أفراد العينة لمحور الدراسة

للتعرف على الاتجاه العام لإجابات حول م المسؤولية الاجتماعية للمقاول وللمؤسسات الصغيرة في ظل انتشار كورونا، دراسة حالة عينة من مقاولي ومؤسسات ولاية الوادي تم حساب المتوسطات الحسابية، والانحراف المعياري لكل لإجابات عينة الدراسة. وقبل التطرق لتحليل لجميع عبارات المتغير المستقل نوضح مقياس الاستبيان الذي تم استعمال مقياس ليكارت الثلاثي الذي من خلاله نبين الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة.

الجدول رقم (2-9): مقياس ليكارت الثلاثي

المتوسط الحسابي للمستويات الموافقة	الاتجاه العام للعينة
]1.66 - 1]	منخفض
]2.33 -1.66]	متوسط
]3 - 2.33]	مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على بالاعتماد على المرجع: إيهاب عبد السلام محمود، تحليل البرنامج الإحصائي **SPSS**، الطبعة الأولى، درا الصفا للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 22.

أولا: تحليل عبارات المحور الأول: أبعاد المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة عينة الدراسة

سنحاول من خلال هذا الجزء تحليل عبارة كل بعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة من خلال تحديد الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة.

الجدول رقم (2-10): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات أبعاد المحور الأول

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام للعينة
1 تسعى مؤسستكم الى تعظيم أرباحها من خلال زيادة الحصة السوقية (دون المساس بالقدرة الشرائية للمستهلك)	2 ،80	0 ،396	4	مرتفع
2 تمنح المؤسسة أجور مناسبة للعاملين من اجل توفير احتياجاتهم	2 ،95	0 ،214	1	مرتفع
3 تسعى المؤسسة من خلال أنشطة وبرامج المسؤولية الاجتماعية المشاركة في تحقيق التنمية المستدامة	2 ،80	0 ،397	5	مرتفع
4 تحرص المؤسسة على الاستفادة من التطور التكنولوجي بما لا يسبب	2 ،95	0 ،215	2	مرتفع

ضرر على المجتمع والبيئة				
5 تقوم المؤسسة بكل واجباتها الاقتصادية لخدمة كل الأطراف ذات الصلة بها (مستهلكين –عمال –موردين –حكومة –مجتمع)	2 ،85	0 ،354	3	مرتفع
البعد الأول: البعد الاقتصادي	**2 ،87**	**0 ،152**	**1**	مرتفع
6 تلتزم المؤسسة باحترام وتطبيق القوانين التي تسنها الدولة في مجال خدمة المجتمع وحماية البيئة (قوانين مراقبة وتسيير النفايات والمخلفات)	2 ،95	0 ،215	3	مرتفع
7 ترفض المؤسسة كل الأعمال غير المشروعة التي يمكن أن تلحق الضرر بالمجتمع	3 ،00	0 ،000	1	مرتفع
8 تلتزم المؤسسة بتسديد جميع التزاماتها (تسديد الضرائب والرسوم في أوانها)	2 ،97	0 ،154	2	مرتفع
9 تعترف إدارة المؤسسة بعمل النقابات العمالية	2 ،42	0 ،667	5	مرتفع
10 تتحمل المؤسسة مسؤولية الأضرار التي يتعرض لها عمالها داخل المؤسسة	2 ،90	0 ،370	4	مرتفع
البعد الثاني: البعد القانوني	**2 ،85**	**0 ،187**	**2**	مرتفع
11 تسعى المؤسسة إلى تقديم المساعدات الخيرية والهيئات (كبناء المساجد، مساعدة المرضى، زيارة دور المسنين ومراكز رعاية المعاقين...)	2 ،95	0 ،215	1	مرتفع
12 تراعي المؤسسة مبدأ تكافئ الفرص في اختيار وتوظيف العمال	2 ،85	0 ،472	4	مرتفع
13 تسعى المؤسسة لتحسين ظروف رعاية شؤون العاملين داخل المؤسسة ما ينعكس إيجابا على زيادة إنتاجياتهم وقدراتهم	2 ،90	0 ،297	2	مرتفع
14 توفر المؤسسة فرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصة.	2 ،11	0 ،739	5	مرتفع
15 تراعي المؤسسة الجانب الصحي وتتخذ كافة الاجراءت الاحترازية لحماية صحة العاملين والتصدي للأوبئة مثل جائحة كورونا	2 ،90	0 ،370	3	مرتفع
البعد الثالث: البعد الاجتماعي	**2 ،74**	**0 ،276**	**3**	مرتفع
16 تستخدم المؤسسة تقنيات وأساليب للحد من التلوث والتقليل من الانبعاثات والنفايات المترتبة عن منتجات المؤسسة	2 ،71	0 ،507	1	مرتفع
17 تساهم المؤسسة في حملات التوعية حول أضرار البيئة وحل مختلف المشاكل المتعلقة بالتلوث البيئي	2 ،38	0 ،696	4	مرتفع
18 تدعم المؤسسة قطاع البلديات والمجالس المحلية لتوفر الآليات والمعدات	2 ،09	0 ،790	5	مرتفع

التي تساهم في حماية البيئة				
19 محاولة مواءمة منتجات وخدمات المؤسسة للمعايير البيئية الجاري العمل بها	2 ،57	0 ،590	2	مرتفع
20 وجود سياسات للإدارة البيئية في المؤسسة تتلاءم مع المعايير والمواصفات البيئية الدولية	2 ،40	0 ،627	3	مرتفع
البعد الرابع: البعد البيئي	**2 ،51**	**0 ،368**	**5**	مرتفع
21 تشجع المؤسسة كل السلوكيات الأخلاقية وتكافئ القائمين بها داخل المؤسسة	2 ،88	0 ،395	2	مرتفع
22 تتبنى المؤسسة دليل أخلاقي معلن عنه يتم تطبيقه من أجل حماية المجتمع والمؤسسة	2 ،80	0 ،454	3	مرتفع
23 تعترف المؤسسة بمبدأ مكافحة الفساد وتضعه حيز التنفيذ	2 ،78	0 ،470	4	مرتفع
24 تتحمل المؤسسة الإضرار التي يتعرض لها عملاء المؤسسة	2 ،76	0 ،532	5	مرتفع
25 تؤكد المؤسسة على ضرورة الصدق والوضوح في تعاملاتها مع مختلف الأطراف	2 ،97	0 ،154	1	مرتفع
البعد الخامس: البعد الأخلاقي	**2 ،63**	**0 ،301**	4	مرتفع
المحور الثاني: أبعاد المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة عينة الدراسة	**2 ،72**	**0 ،207**		مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

يتبين لنا من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي الإجمالي لإجابات أفراد العينة على أبعاد المسؤولية الاجتماعية حسب عينة الدراسة بلغ(2، 72) وبالانحراف معياري قدر بـ: (0، 207)وهو أقل من الواحد مما يشير إلى تقارب أراء الأفراد وتمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي العام للمحور الأول هو ضمن مجال الموافقة (من 2.33 إلى 3درجة)؛ أي أن اتجاهات أفراد العينة موافقون على أن مستوى المسؤولية الاجتماعية محل الدراسة باتجاه موافق وهذا حسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين، وفيما يلي شرح الأبعاد حسب ترتيب أهميتهم:

✓ **بالنسبة البعد الأول: البعد الاقتصادي:**

وحسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين نجد أنه أحتل المرتبة الأولى بالمتوسط الحسابي (2.87)وبدرجة تطبيق مرتفعة حيث المتوسط الحسابي له ضمن مجال الموافقة (من 2.33إلى3درجة)؛ إذ نجد أن إجابة المستجوبين على عبارات البعد موافقون عليها بدرجة (مرتفعة) فالمتوسط الحسابي لعباراته محصور بين (2.80-2.95) حيث أن "العبارة رقم 02 المرتبة الأولى "بمتوسط حسابي (2.95) أي أنهم يؤكدون وبدرجة مرتفعة على أنه تمنح المؤسسة أجور مناسبة للعاملين من اجل توفير احتياجاتهم، أما "العبارة رقم 04"جاءت بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (2.95) وموافقون في إجابتهم عليها بدرجة مرتفعة أي أنه تحرص المؤسسة على الاستفادة من التطور التكنولوجي بما لا يسبب ضرر على المجتمع والبيئة، العبارة رقم 05بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.85) وانحراف معياري (0.354) ما يدل على أن المؤسسة تقوم بكل واجباتها الاقتصادية لخدمة كل الأطراف ذات الصلة بها (مستهلكين –عمال –موردين –حكومة –مجتمع) العبارة رقم 01في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (2.80) وموافقون في إجابتهم على أن مؤسستكم تسعى الى تعظيم أرباحها من خلال زيادة الحصة السوقية (دون المساس بالقدرة الشرائية للمستهلك). في المرتبة الاخيرة تأتي العبارة رقم 03 بمتوسط حسابي(2.80) على ان إدارة المؤسسة تعترف بعمل النقابات العمالية.

✓ **بالنسبة البعد الثاني: البعد القانوني:**

وحسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين نجد أنه أحتل المرتبة الثانية بالمتوسط الحسابي (2.85) وبدرجة تطبيق متوسطة حيث المتوسط الحسابي له ضمن مجال الموافقة (من 2.33إلى 3درجة)؛ إذ نجد أن إجابة المستجوبين على عبارات البعد موافقون عليها بدرجة (مرتفعة) فالمتوسط الحسابي لعباراته محصور بين (2.42-3.00) حيث أن "العبارة رقم 07 جاءت بالمرتبة الأولى "بمتوسط حسابي (3.00) أي أنهم يؤكدون وبدرجة مرتفعة على أنه ترفض المؤسسة كل الأعمال غير المشروعة التي يمكن أن تلحق الضرر بالمجتمع. أما "العبارة رقم 08"جاءت بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (2، 97) وموافقون في إجابتهم عليها بدرجة مرتفعة على ان تلتزم المؤسسة بتسديد جميع التزاماتها (تسديد الضرائب والرسوم في أوانها)، العبارة رقم 06 بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2، 95) وانحراف معياري (0، 215) ما يدل على أنه تلتزم المؤسسة باحترام وتطبيق القوانين التي تسنها الدولة في مجال خدمة المجتمع وحماية البيئة (قوانين مراقبة وتسيير النفايات والمخلفات). رابعا العبارة رقم 10

وبمتوسط حسابي (2، 90) موافقون على انه تتحمل المؤسسة مسؤولية الأضرار التي يتعرض لها عمالها داخل المؤسسة. وأخيرا العبارة رقم 09 تحتل المرتبة الاخيرة بمتوسط حسابي (2، 42)على ان ادارة المؤسسة تعترف بعمل النقابات العمالية.

✓ **بالنسبة البعد الثالث: البعد الاجتماعي:**

وحسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين نجد أنه أحتل المرتبة الثالثة بالمتوسط الحسابي (2، 74) وبدرجة تطبيق مرتفعة حيث المتوسط الحسابي له ضمن مجال الموافقة (من 2.33 إلى 3درجة)؛ إذ نجد أن إجابة المستجوبين على عبارات البعد موافقون عليها بدرجة (مرتفعة) فالمتوسط الحسابي لعباراته محصور بين (2، 11-2.95) حيث أن "العبارة رقم 11جاءتبالمرتبة الأولى "بمتوسط حسابي (2.95) أي أنهم يؤكدون وبدرجة مرتفعة على ان تسعى المؤسسة إلى تقديم المساعدات الخيرية والهيئات (كبناء المساجد، مساعدة المرضى، زيارة دور المسنين ومراكز رعاية المعاقين...)، أما "العبارة رقم 13"جاءت بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (2.90) وموافقون في إجابتهم عليها بدرجة مرتفعة على أنه تسعى المؤسسة لتحسين ظروف رعاية شؤون العاملين داخل المؤسسة ما ينعكس إيجابا على زيادة إنتاجياتهم وقدراتهم، العبارة رقم 15 تحتل المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي(2، 90) حيث ان تراعي المؤسسة الجانب الصحي وتتخذ كافة الاجراءت الاحترازية لحماية صحة العاملين والتصدي للأوبئة مثل جائحة كورونا، اما العبارة رقم 12 تحتل المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (2، 85)موافقون على ان المؤسسة تراعي مبدأ تكافئ الفرص في اختيار وتوظيف العمال وأخيرا العبارة رقم 14 بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.11) وانحراف معياري (0، 739) ما يدل على أن المؤسسة توفر فرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصة.

✓ **بالنسبة البعد الرابع: البعد البيئي:**

وحسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين نجد أنه أحتل المرتبة الخامسة بالمتوسط الحسابي (2، 51) وبدرجة تطبيق مرتفعة حيث المتوسط الحسابي له ضمن مجال الموافقة (من 2.33إلى3 درجة)؛ إذ نجد أن إجابة المستجوبين على عبارات البعد موافقون عليها بدرجة (مرتفعة) فالمتوسط الحسابي لعباراته محصور بين (2.09-2، 71) حيث أن "العبارة رقم 16جاءت بالمرتبة الأولى "بمتوسط حسابي (2.71) أي أنهم يؤكدون وبدرجة مرتفعة على أن المؤسسة تستخدم تقنيات وأساليب للحد من التلوث والتقليل من الانبعاثات والنفايات المترتبة عن

منتجات المؤسسة.أما "العبارة رقم 19"جاءت بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (2.57) وموافقون في إجابتهم عليها بدرجة مرتفعة على ان محاولة مواءمة منتجات وخدمات المؤسسة للمعايير البيئية الجاري العمل بها، العبارةرقم20تحتل المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي(2، 40) على وجود سياسات للإدارة البيئية في المؤسسة تتلاءم مع المعايير والمواصفات البيئية الدولية، اما العبارة رقم17تحتل المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (2، 38) موافقون على ان المؤسسة تساهم في حملات التوعية حول أضرار البيئة وحل مختلف المشاكل المتعلقة بالتلوث البيئي وأخيرا العبارة رقم 18 بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.09) وانحراف معياري (0، 627) ما يدل على أنه المؤسسة تدعم قطاع البلديات والمجالس المحلية لتوفر الآليات والمعدات التي تساهم في حماية البيئة.

✓ **بالنسبة البعد الخامس: البعد الأخلاقي:**

وحسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين نجد أنه أحتل المرتبة الرابعة بالمتوسط الحسابي (2.63) وبدرجة تطبيق مرتفعة حيث المتوسط الحسابي له ضمن مجال الموافقة (من 2.33إلى3 درجة)؛ إذ نجد أن إجابة المستجوبين على عبارات البعد موافقون عليها بدرجة (مرتفعة) فالمتوسط الحسابي لعباراته محصور بين (2.76-2، 97) حيث أن "العبارة رقم 25جاءتبالمرتبة الأولى "بمتوسط حسابي (2.97) أي أنهم يؤكدون وبدرجة مرتفعة على أن المؤسسة تؤكد على ضرورة الصدق والوضوح في تعاملاتها مع مختلف الأطراف أما "العبارة رقم 21"جاءت بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (2.88) وموافقون في إجابتهم عليها بدرجة مرتفعة على انه تشجع المؤسسة كل السلوكيات الأخلاقية وتكافئ القائمين بها داخل المؤسسة، العبارة رقم 22تحتل المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي(2، 80) على ان تتبنى المؤسسة دليل أخلاقي معلن عنه يتم تطبيقه من أجل حماية المجتمع والمؤسسة، امالعبارةرقم23تحتل المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (2، 78) موافقون على ان تعترف المؤسسة بمبدأ مكافحة الفساد وتضعه حيز التنفيذ. و أخيرا العبارة رقم 24 بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.76) وانحراف معياري (0، 532) ما يدل على أن تتحمل المؤسسة الإضرار التي يتعرض لها عملاء المؤسسة.

ثانيا: تحليل عبارات المحور الثاني: ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة عينة الدراسة

سنحاول من خلال هذا الجزء عرض وتحليل بيانات المحور الثاني

الجدول رقم (2-11): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات المحور الثاني

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام للعينة
26 تحرص المؤسسة على وجود علاقة وطيدة بين الشركاء والمالكين ويتم معاملتهم بمساواة وحقوقهم	2،85	0،354	**2**	مرتفع
27 يشارك المالكون في اتخاذ قرارات المتعلقة بالمؤسسة	2،85	0،355	**3**	مرتفع
28 تراعي المؤسسة ضرورة حصول المالكين على المعلومات الصحيحة للقوائم المالية دون تحريف	2،95	0،215	**1**	مرتفع
29 تحرص المؤسسة على اطلاع المالكين على كيفية سير العمل في المؤسسة بشكل منتظم	2،85	0،417	**4**	مرتفع
البعد الأول: المسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين /الشركاء	**2،88**	**0،176**	**2**	مرتفع
30 تلتزم المؤسسة باحترام وتطبيق الاتفاقيات والعقود المبرمة مع الموردين	2،97	0،154	**2**	مرتفع
31 يقع اختيار المؤسسة على الموردين الأكثر التزاما بمعايير المسؤولية الاجتماعية	2،85	0،352	**3**	مرتفع
32 تسعى المؤسسة على وجود جو تفاوضي مريح مع الموردين	2،85	0،354	**4**	مرتفع
33 تهتم المؤسسة بتوطيد علاقتها مع الموردين لأجل التعامل المستقبلي	3،00	0،000	**1**	مرتفع
البعد الثاني: المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين	**2،92**	**0،151**	**1**	مرتفع
34 توضح المؤسسة للعاملين ظروف وبيئة العمل قبل بدئهم في العمل لدى المؤسسة	2،97	0،155	**2**	مرتفع
35 تسعى المؤسسة لتلقين العمال المهارات اللازمة للعمل وتسطر برامج تدريبية لذلك	2،78	0،470	**3**	مرتفع
36 تحرص المؤسسة على توفير الأمن الصناعي والسلامة من حوادث العمل	2،97	0،154	**1**	مرتفع

37 تسمح المؤسسة لعمالها بالمشاركة في اتخاذ القرارات الهامة في المؤسسة	2 ،50	0 ،740	**4**	مرتفع
البعد الثالث: المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين	**2 ،80**	**0 ،245**	**4**	مرتفع
38 تعرض المؤسسة سلعا وخدمات بمراعاة القدرة الشرائية للمستهلكين	2 ،83	0 ،489	**3**	مرتفع
39 تضمن المؤسسة لمستهلكيها منتجات تتوفر على شروط الصحة والسلامة قبل وبعد الإنتاج	2 ،85	0 ،354	**2**	مرتفع
40 تخصص المؤسسة مجالا لشكاوى مستهلكيها وتهتم بحلها وتحاول لتنفيذ رغباتهم	2 ،78	0 ،470	**4**	مرتفع
41 تحرص المؤسسة على المصداقية التامة عند ترويجها لمنتجاتها	2 ،92	0 ،260	**1**	مرتفع
البعد الرابع: المسؤولية اتجاه المستهلكين	**2 ،85**	**0 ،265**	**3**	مرتفع
42 تعمل المؤسسة على المساهمة في المشاريع التنموية للمجتمع كانجاز المستشفيات أو المدارس أو تعمير القرى.....	2 ،26	0 ،734	**5**	مرتفع
43 تساهم المؤسسة في الأعمال الخيرية من خلال تقديم التبرعات للجمعيات الخيرية	2 ،85	0 ،417	**2**	مرتفع
44 تدعم المؤسسة النشاطات الثقافية والشبابية	2 ،30	0 ،680	**4**	مرتفع
45 تتجنب المؤسسة مسببات التلوث والضرر البيئي من خلال استخدام مواد ملائمة	2 ،88	0 ،327	**1**	مرتفع
46 تتخلص المؤسسة من النفايات ومخلفات التصنيع وتعيد تدوير المواد القابلة للاستخدام مرة أخرى	2 ،50	0 ،707	**3**	مرتفع
البعد الخامس: المسؤولية اتجاه المجتمع والبيئة	**2 ،56**	**0 ،388**	**5**	مرتفع
المحور الثالث: تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة عينة الدراسة	**2 ،80**	**0 ،163**		**مرتفع**

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

تشير معطيات الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي الإجمالي لإجابات أفراد العينة على تقييم م ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة حسب عينة الدراسة بلغ(2.80) وبالانحراف معياري قدر بـ: (0.163) وهو أقل من الواحد مما يشير إلى تقارب أراء الأفراد وتمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي العام للمحور الثاني هو ضمن مجال الموافقة (من 2.33إلى 3درجة)؛ أي أن اتجاهات أفراد العينة موافقون على أن مستوى ممارسات المسؤولية

الاجتماعية في المؤسسة باتجاه موافق وهذا حسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين، وفيما يلي شرح الأبعاد حسب ترتيب أهميتهم:

✓ **بالنسبة البعد الأول: المسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين /الشركاء:**

وحسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين نجد أنه أحتل المرتبة الثانية بالمتوسط الحسابي (2.88) وبدرجة تطبيق مرتفعة حيث المتوسط الحسابي له ضمن مجال الموافقة (من 2.33 إلى 3 درجة)؛ إذ نجد أن إجابة المستجوبين على عبارات البعد موافقون عليها بدرجة (مرتفعة) فالمتوسط الحسابي لعباراته محصور بين (2.85-2.95) حيث أن "العبارة رقم 28 جاءت بالمرتبة الأولى "بمتوسط حسابي (2.95) أي أنهم يؤكدون وبدرجة مرتفعة على أنه تراعي المؤسسة ضرورة حصول المالكين على المعلومات الصحيحة للقوائم المالية دون تحريف، تليها العبارة رقم 26 بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.85) ما يدل على أن المؤسسة تحرص على وجود علاقة وطيدة بين الشركاء والمالكين ويتم معاملتهم بمساواة وحقوقهم، أما العبارة رقم 27 جاءت بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.85) ما يؤكد على أن المالكون يشاركون في اتخاذ قرارات المتعلقة بالمؤسسة، وأخيراً نجد العبارة رقم 29 بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.85) ما يعني أنه تحرص المؤسسة على اطلاع المالكين على كيفية سير العمل في المؤسسة بشكل منتظم.

✓ **بالنسبة البعد الثاني: المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين:**

وحسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين نجد أنه أحتل المرتبة الأولى بالمتوسط الحسابي (2.92) وبدرجة تطبيق مرتفعة حيث المتوسط الحسابي له ضمن مجال الموافقة (من 2.33 إلى 3 درجة)؛ إذ نجد أن إجابة المستجوبين على عبارات البعد موافقون عليها بدرجة (مرتفعة) فالمتوسط الحسابي لعباراته محصور بين (2.85-3.00) حيث أن "العبارة رقم 33 جاءت بالمرتبة الأولى "بمتوسط حسابي (3.00) أي أنهم يؤكدون وبدرجة مرتفعة على أنه تهتم المؤسسة بتوطيد علاقتها مع الموردين لأجل التعامل المستقبلي، تليها العبارة رقم 30 بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.97) ما يدل على أن المؤسسة تلتزم باحترام وتطبيق الاتفاقيات والعقود المبرمة مع الموردين، أما العبارة رقم 31 جاءت بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.85) ما يؤكد على أن اختيار المؤسسة يقع على الموردين الأكثر التزاما بمعايير المسؤولية الاجتماعية، وأخيراً نجد العبارة رقم 32 بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.85) ما يدل على أنه تسعى المؤسسة على وجود جو تفاوضي مريح مع الموردين.

✓ **بالنسبة البعد الثالث: المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين:**

وحسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين نجد أنه أحتل المرتبة الرابعة بالمتوسط الحسابي (2.80) وبدرجة تطبيق مرتفعة حيث المتوسط الحسابي له ضمن مجال الموافقة (من 2.33 إلى 3 درجة)؛ إذ نجد أن إجابة المستجوبين على عبارات البعد موافقون عليها بدرجة (مرتفعة) فالمتوسط الحسابي لعباراته محصور بين (2.50-2.97) حيث أن "العبارة رقم 36 جاءت بالمرتبة الأولى "بمتوسط حسابي (2.97) أي أنهم يؤكدون وبدرجة مرتفعة على حرص المؤسسة على توفير الأمن الصناعي والسلامة من حوادث العمل، تليها العبارة رقم 34 بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.97) ما يدل على أن المؤسسة توضح للعاملين ظروف وبيئة العمل قبل بدئهم في العمل لدى المؤسسة، أما العبارة رقم 35 جاءت بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.78) ما يؤكد على أن المؤسسة تسعى لتلقين العمال المهارات اللازمة للعمل وتسطر برامج تدريبية لذلك، وأخيراً نجد العبارة رقم 37 بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.50) ما يدل على أنه تسمح المؤسسة لعمالها بالمشاركة في اتخاذ القرارات الهامة في المؤسسة.

✓ **بالنسبة البعد الرابع: المسؤولية اتجاه المستهلكين:**

وحسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين نجد أنه أحتل المرتبة الثالثة بالمتوسط الحسابي (2.85) وبدرجة تطبيق مرتفعة حيث المتوسط الحسابي له ضمن مجال الموافقة (من 2.33 إلى 3 درجة)؛ إذ نجد أن إجابة المستجوبين على عبارات البعد موافقون عليها بدرجة (مرتفعة) فالمتوسط الحسابي لعباراته محصور بين (2.78-2.92) حيث أن "العبارة رقم 41 جاءت بالمرتبة الأولى "بمتوسط حسابي (2.92) أي أنهم يؤكدون وبدرجة مرتفعة على أنه تحرص المؤسسة على المصداقية التامة عند ترويجها لمنتجاتها، تليها العبارة رقم 39 بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.85) ما يدل على أن المؤسسة تضمن لمستهلكيها منتجات تتوفر على شروط الصحة والسلامة قبل وبعد الإنتاج، أما العبارة رقم 38 جاءت بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.83) ما يؤكد على أن المؤسسة تعرض سلعا وخدمات بمراعاة القدرة الشرائية للمستهلكين، وأخيراً نجد العبارة رقم 40 بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.78) ما يدل على أنه تخصص المؤسسة مجالا لشكاوى مستهلكيها وتهتم بحلها وتحاول لتنفيذ رغباتهم.

✓ **بالنسبة البعد الخامس: المسؤولية اتجاه المجتمع والبيئة:**

وحسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين نجد أنه أحتل المرتبة الخامسة بالمتوسط الحسابي (2.56) وبدرجة تطبيق مرتفعة حيث المتوسط الحسابي له ضمن مجال الموافقة (من 2.33 إلى 3 درجة)؛ إذ نجد أن إجابة المستجوبين على عبارات البعد موافقون عليها بدرجة (مرتفعة) فالمتوسط الحسابي لعباراته محصور بين (2.26- 2.88) حيث أن "العبارة رقم 45 جاءت بالمرتبة الأولى "بمتوسط حسابي (2.88) أي أنهم يؤكدون وبدرجة مرتفعة على أنه تتجنب المؤسسة مسببات التلوث والضرر البيئي من خلال استخدام مواد ملائمة، تليها العبارة رقم 43 بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.85) ما يدل على أن المؤسسة تساهم في الأعمال الخيرية من خلال تقديم التبرعات للجمعيات الخيرية، أما العبارة رقم 46 جاءت بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.50) ما يؤكد على أن المؤسسة تتخلص من النفايات ومخلفات التصنيع وتعيد تدوير المواد القابلة للاستخدام مرة أخرى، وأخيراً نجد العبارة رقم 42 بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.26) ما يدل على أن المؤسسة تعمل على المساهمة في المشاريع التنموية للمجتمع كانجاز المستشفيات أو المدارس أو تعمير القرى.

المطلب الثالث: نتائج اختبار فرضيات الدراسة

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

أولا: اختبار التوزيع الطبيعي

بهدف التحقق من موضوعية نتائج الدراسة، تم الاعتماد على اختبار التوزيع ألاعتدالي للبيانات، هذا الأخير الذي يستخدم لمعرفة ما إذا كانت البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي أم لا، والذي يؤثر بدوره على اختيار الاختبارات المطلوبة لاختبار الفرضيات، والجدول الموالي يلخص أهم النتائج.

الجدول رقم (2-12): اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات

المحور العام للدراسة	Kolmogorov-Smirnov[a]	
	قيمة Z	Sig
المحور الأول: أبعاد المسؤولية الاجتماعية	0.891	0.081
المحور الثاني: تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة	0.878	0.106

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة Z المحسوبة قدرت بـ 0.891 للمحور الأول في حين 0.879 للمحور الثاني، كما نجد مستوى المعنوية للمحور الأول 0.081 وللمحور الثاني 0.106 وهي أكبر من 0.05، وبالتالي فإن بيانات العينة المدروسة تتبع التوزيع الطبيعي.ومنه نستنتج أن بيانات محور الدراسة تتوزع طبيعيا، وبالتالي يمكن إجراء الاختبارات المعملية عليها، ما يستوجب الاعتماد على الاختبارات المعملية للإجابة على الفرضيات الموضوعة.

ثانيا: نتائج اختبار فرضيات الدراسة

1. نتائج اختبار الفرضية الأولى

نص الفرضية: لا يدرك القائمون على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة مفهوم المسؤولية الاجتماعية

- فرضية الصفرية H_0: **H** لا يدرك القائمون على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة مفهوم المسؤولية الاجتماعية
- فرضية البديلة: H_1 يدرك القائمون على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة مفهوم المسؤولية الاجتماعية

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار(T) (One-Sample-T-test) للعينة الواحدة لمقارنة المتوسط العام الإجابات (المتوسط الإجمالي لفقرات المحور الأول) مع المتوسط الفرضي 3 عند مستوى معنوية 0.05 وفقا لبرنامج SPSS.والجدول التالي يبن نتائج هذا الاختبار:

الجدول(2-13): اختبار(T) للعينة الواحدة لمقارنة متوسط الإجابات مع المتوسط الفرضي (الفرضية الأولى)

قيمة T المحسوبة	درجات الحرية	مستوى المعنوية sig	الفرق بين المتوسطين	مستوى الثقة 95%		قرار الاختبار
				القيمة الدنيا	القيمة القصوى	
-8 ،582	41	0 ،000	-0 ،27476	-0 ، 3394	-0 ،2101	H_1

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات SPSS V25

يتبين لنا من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه أن قيمة مستوى المعنوية قدرت بـ (Sig=0.000)وهي أقل من مستوى الخطأ المعياري المفروض($\alpha \leq 0.05$) ووفقا لقاعدة القرار المعتمدة في اختبار هذه الفرضية فإنه يمكن القول أنه يدرك القائمون على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة مفهوم المسؤولية الاجتماعية، كما يبن الجدول الفرق بين المتوسطين الحسابيين العام والفرضي والمقدر بـ (0.27476-)، وهذا الفرق في حدود المجال [- 0.3394.02101] بمستوى ثقة (95%)، ويدل على أن المتوسط العام للإجابات يفوق المتوسط الفرضي (3)، وتعتبر قيمة المتوسط الحسابي العام للمحور والمقدر بـ (2.72) في حدود المجال[2.33-3[، ويمثل مستوى الموافقة مرتفعة حول فقرات المحور الأول المسؤولية الاجتماعية من خلال أن المؤسسات محل الدراسة تعمل على تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية في عمليات الإدارية من حلال المحافظة على البيئة وتقديم مساعدات ومبادرات خيرية لأفراد المجتمع والعمل على تطبيق مراسيم والقوانين المطبقة عليها سعيا منها لتطبيق أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

-**بناءا عليه نتائج اختبار الفرضية الأولى**: نرفض الفرضية الصفرية (H_0) نقبل الفرضية البديلة (H_1)يدرك القائمون على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة مفهوم المسؤولية الاجتماعية

2. نتائج اختبار الفرضية الثانية

نص الفرضية: لا تطبق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية الوادي أبعاد المسؤولية الاجتماعية

- فرضية الصفرية H_0: لا تطبق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية الوادي أبعاد المسؤولية الاجتماعية
- فرضية البديلة: H_1تطبق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية الوادي أبعاد المسؤولية الاجتماعية

ولاختبار هذه الفرضية يجب حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعياري، كما هي موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم(2-14): المتوسطات الحسابية لأبعاد المهارات القيادية

أبعاد المسؤولية الاجتماعية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
البعد الأول: البعد الاقتصادي	2.87	0.152	1
البعد الثاني: البعد القانوني	2.85	0.187	2
البعد الثالث: البعد الاجتماعي	2.74	0.276	3
البعد الرابع: بيئي	2.51	0.368	5
البعد الخامس: البعد الأخلاقي	2.63	0.301	4
أبعاد المسؤولية الاجتماعية	**2.72**	**0.207**	//

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج.SPSS.V25

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن اتجاهات جميع أفراد العينة تقع المجال مرتفع لجل أبعاد، حيث نجد بعد البعد الاقتصادي أكثر تطبيقا بالمؤسسات محل الدراسة بمتوسط حسابي (2.87) وانحراف معياري قدر بـ (0.152) يليها بعد القانوني بمتوسط حسابي (2.85) وانحراف معياري(0.187)، ثم بعد البعد الاجتماعي بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.74) وانحراف معياري(0.276)، كما نجد البعد البيئي في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (2.63) وانحراف معياري (0.301)، أما البعد الأخلاقي بالمرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (2.51) وانحراف معياري (0.368) وما يدل على أن المؤسسات محل الدراسة تطبق أ[عاد المسؤولية الاجتماعية في ممارساتها الإدارية.

- **بناءا عليه نتائج اختبار الفرضية الثانية:** نرفض الفرضية الصفرية (H_0) نقبل الفرضية البديلة (H_1)تطبق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية الوادي أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

3. نتائج اختبار الفرضية الثالثة

نص الفرضية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لآراء العينة محل الدراسة حول تطبيق المسؤولين لأبعاد المسؤولية الاجتماعية تعزى للمتغيرات العامة (الجنس، المستوى التعليمي، الخبرة المهنية، صفة المستجيب، القطاع، حجم المؤسسة)

- فرضية الصفرية H_0: **H** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لآراء العينة محل الدراسة حول تطبيق المسؤولين لأبعاد المسؤولية الاجتماعية تعزى للمتغيرات العامة (الجنس، المستوى التعليمي، الخبرة المهنية، صفة المستجيب، القطاع، حجم المؤسسة)
- فرضية البديلة: H_1 توجد فروق ذات دلالة إحصائية لآراء العينة محل الدراسة حول تطبيق المسؤولين لأبعاد المسؤولية الاجتماعية تعزى للمتغيرات العامة (الجنس، المستوى التعليمي، الخبرة المهنية، صفة المستجيب، القطاع، حجم المؤسسة)

للتعرف على ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد الدراسة طبقا لاختلاف متغيرات العامة تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One-way ANOVA)لتوضيح دلالة الفروق في إجابات عينة أفراد عينة الدراسة، النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

الجدول(2-15): نتائج تحليل التباين الأُحادي لمتوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات العامة

المتغير	المصدر	مجموع المربعات	قيمة **F**	مستوى المعنوي **Sig**
الجنس	بين المجموعات	0.005	0.112	**0.740**
	خلال المجموعات	1.760		
المستوى التعليمي	بين المجموعات	0.125	1.483	**0.240**
	خلال المجموعات	1.640		
الخبرة المهنية	بين المجموعات	0.030	0.216	**0.884**

	خلال المجموعات	1.735		
صفة المستجيب	بين المجموعات	0.160	1.943	**0.157**
	خلال المجموعات	1.605		
القطاع	بين المجموعات	0.054	0.617	**0.545**
	خلال المجموعات	1.711		
حجم المؤسسة	بين المجموعات	0.012	0.133	0.876
	خلال المجموعات	1.753		

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

يتبين لنا من الجدول أعلاه أن قيم مستوى المعنوية المصاحبة لإحصائية F، جاءت أكبر من 0.05 بالنسبة لمتغيرات الجنس، المستوى التعليمي، الخبرة المهنية، صفة المستجيب، القطاع، حجم المؤسسة أي لا توجد فروق معنوية في متوسطات إجابات أفراد العينة وبهذا نقبل نص الفرضية عند مستوى دلالة 0.05فيما يتعلق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين أراء أفراد عينة الدارسة المستجيبين لهذه الدارسة حول تطبيق المسؤولين لأبعاد المسؤولية الاجتماعية.

بناءا عليه نتائج اختبار الفرضية الثانية: نقبل الفرضية الصفرية (H_0) نرفض الفرضية البديلة (H_1)لاتوجد فروق ذات دلالة إحصائية لآراء العينة محل الدراسة حول تطبيق المسؤولين لأبعاد المسؤولية الاجتماعية تعزى للمتغيرات العامة (الجنس، المستوى التعليمي، الخبرة المهنية، صفة المستجيب، القطاع، حجم المؤسسة)

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل حاولنا أن نسقط جانبا من الجزء النظري على دراسة عينة من المؤسسات الاقتصادية بولاية الوادي، حيث تم إدراج في المبحث الأول الإجراءات المنهجية للدراسة القياسية من خلال التعرف عينة الدراسة من المؤسسات محل الدراسة، حيث تم اختيار مؤسسات اقتصادية بقطاع النشاط الخدمي والصناعي، تطرقنا إلى فيما بعد لأدوات جمع البيانات من الاستبيان وذلك من خلال تعريف الاستبيان وطريقة تصميم الاستبيان وصدقه وثباته، وأهم الأساليب المستخدمة للدراسة كما تم التطرق لعرض البيانات العامة لعينة الدراسة وأخيرا قمنا بعرض نتائج الدراسة القياسية بعد اختبار فرضياتها، وهذا من خلال المعالجة الإحصائية وتحليل الاستبيان الموزع على عينة الدراسة. حيث توصلنا إلى أنه أن تطبق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية الوادي أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

الخاتمة

الخاتمة

هدفت دراستنا إلى الكشف عن مدى التزام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية الوادي بأبعاد المسؤولية الاجتماعية وبعد الدراسة النظرية والتطبيقية كانت أهم نتائجها في ما يلي:

1- النتائج النظرية

- ✓ إن المقاولة ظاهرة اجتماعية ترتكز في الأساس على شخص المقاول فلابد أن تتأثر بمجموعة من العوامل الاجتماعية والثقافية والنفسية والاقتصادية التي تشكل عوامل محددة لهذه الظاهرة.
- ✓ إن المقاولة فكرة اقتصادية تقوم على إيجاد عدة أثار جديدة واقتناص الفرص وتحويلها إلى مؤسسات صغيرة قابلة للازدهار والنمو متحملين مخاطر الفشل والنجاح.
- ✓ يعد إنشاء وإعادة تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كأحد أشكال المقاولاتية؛
- ✓ في ظل التغيرات الحديثة التي تعرفها بيئة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حاليا، تبرز أهمية المسؤولية الاجتماعية كأداة فعالة تضمن تخطي المؤسسات للظروف المحيطة بها خاصة بعد تفشي وباء كورونا، وتؤهلها للبقاء والاستمرارية في السوق؛
- ✓ يرتبط تطبيق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية وخاصة البعد الاجتماعي بعد عوامل من بينها: حجم الموارد المالية في المؤسسة، طبيعة المؤسسة وتصنيفها الظروف الاقتصادية والاجتماعية المحيطة بها والقدرة الشرائية للعملاء.

من خلال عرض وتحليل إجابات العينة حول دراسة المسؤولية الاجتماعية للمقاول وللمؤسسات الصغيرة في ظل انتشار كورونا –دراسة حالة عينة من مقاولي ومؤسسات ولاية الوادي دراسة قياسية لمجموعة من المؤسسات الاقتصادية على مستوى ولاية الوادي توصلنا إلى استخلاص النتائج التالية:

2- النتائج التطبيقية

- ✓ أظهرت نتائج الدراسة أنه يدرك القائمون على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة مفهوم المسؤولية الاجتماعية

- ✓ أكدت نتائج الدراسة أنه تطبق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية الوادي أبعاد المسؤولية الاجتماعية.
- ✓ بينت نتائج الدراسة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لآراء العينة محل الدراسة حول تطبيق المسؤولين لأبعاد المسؤولية الاجتماعية تعزى للمتغيرات العامة (الجنس، المستوى التعليمي، الخبرة المهنية، صفة المستجيب، القطاع، حجم المؤسسة)

نتائج اختبار الفرضيات

من خلال دراستنا للموضوع المسؤولية الاجتماعية للمقاول والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل انتشار وباء كورونا توصلنا إلى حقيقة الفرضيات التالية:

- ❖ الفرضية الأولى: حيث توصلنا من خلال دراستنا هذه الى هناك ادراك لأبعاد المسؤولية الاجتماعية للمقاول والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة داخل ولاية الوادي وهذا ما يجعلنا نرفض الفرضية أولى.
- ❖ الفرضية الثانية: حيث توصلنا من خلال دراستنا هذه الى هناك تطبيق لأبعاد المسؤولية الاجتماعية للمقاول والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة داخل ولاية الوادي وهذا ما يجعلنا نرفض الفرضية الثانية.

التوصيات

- ✓ ضرورة تعميم مفهوم المقاولاتية لدى كافة فئات المجتمع وخاصة فئة الشباب وتحسسيهم بأهميتها في خلق مناصب الشغل وتحقيق التنمية الاقتصادية؛
- ✓ تكوين أصحاب المشاريع في مجال التسيير خلال الفترة ما قبل تجسيد المشروع وما بعد الإنشاء؛
- ✓ دعم النجاحات التي تحققها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال المسؤولية الاجتماعية ما يحفزها على الالتزام بها أكثر؛
- ✓ دعم النجاحات التي تحققها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال المسؤولية الاجتماعية ما يحفزها على الالتزام بها أكثر؛

- ✓ غرس ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى مسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال برامج التكوين والتدريب

آفاق الدراسة

من خلال الدراسة الموضوع المسؤولية الاجتماعية للمقاول والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل انتشار وباء كورونا، نرى أنه يمكن دراسة هذا الموضوع العديد من الجوانب الأخرى يمكن انجازها مما يلي:

- ✓ دور تبني مبادئ المسؤولية الاجتماعية في خلق ثقافة تنظيمية ؛
- ✓ المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية لها آفاق وتطلعات ؛
- ✓ قياس الاداء البيئي والاجتماعي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ؛
- ✓ مدى تبني مسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لمبادئ المسؤولية الاجتماعية؛
- ✓ دور المسؤولية الاجتماعية في تطوير التعلم التنظيمي بالتطبيق على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- ✓ دور المسؤولية الاجتماعية في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة.
- ✓ مدى تبني مسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لمبادئ المسؤولية الاجتماعية.

قائمة المصادر والمراجع

أولا: المراجع باللغة العربية

1. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم المالية، تخصص دراسات مالية واقتصادية، جامعة قاصدي مرباح –ورقلة–الجزائر، 2016/2015.
2. أمال بعيط، **برنامج المرافقة المقاولاتية في الجزائر (واقع وأفاق)**، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم التسيير، جامعة باتنة– الجزائر، 2016-2017.
3. إيمان بن عزوز، **تأثير المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية**
4. برحومه عبد الحميد، مهديد فاطمة الزهراء، دور المقاولة الصغيرة والمتوسطة في تحقيق تنمية الاقتصادية في الجزائر عرض تجربة مؤسسة POLYBEN ببرج بوعريريج، 2012، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، العدد07، الجزائر.
5. بلقايد محمد جواد، **دور المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في الرفع من أداء الموارد البشرية،** رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في إدارة الأعمال وحكومة الشركات، جامعة أبي بكر بلقايد –تلمسان– الجزائر، 2019/2018.
6. بله باسي زكرياء، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، المسؤولية الاجتماعية، علوم التسيير جامعة "شهيد حمه لخضر "الوادي، سنة 2021/2020.
7. بن شهرة محجوبة، **مقومات تطوير الروح المقاولاتية لدى طلبة جامعة المسيلة،** مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة محمد بوضياف المسيلة –الجزائر، 2017.
8. بن يحي زهير، **دور اليات دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحسين العمل المقاولاتي** مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2018.
9. بودي عبد القادر وبن سفيان زهرة، **"المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الخاصة في تحقيق التنمية المستدامة"**، مجلة الاقتصاد والمناجمنت، منشورات كلية العلوم الاقتصادية والتسيير جامعة تلمسان: العدد10، أكتوبر، 2011.

10. بوسلامي عمر، **دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية،** مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه قي علوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية المستدامة جامعة سطيف 01-الجزئر، 2012 /2013.

11. بوشماخ خولة، **دور الثقافة المقاولاتية في إنشاء مؤسسات مصغرة عبر الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب،** مذكرة مقدمة الاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكادمي، شعبة علوم التسيير، تخصص مؤسسات صغيرة ومتوسطة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة -الجزائر، 2014/2013.

12. بوفاس الشريف، أ. بوخضرة مريم، أ. سوالمية لمية، مجلة البحوث والدراسات التجارية، مقال **دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في دعم العمل المقاولاتي وتحقيق التنمية في الجزائر،** جامعة سوق أهراس- الجزائر، 2018.

13. جدي حنان، حملاوي إيمان، **المسؤولية الاجتماعية كأداة لتعزيز الميزة التنافسية،** مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص إدارة الأعمال، جامعة أكلي محتد أولحاج البويرة –الجزائر، 2019/201.

14. الجودي محمد علي، **"نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي"**، اطروحة لنيل شهادة دكتوراه، علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 1014-2015.

15. حدة عابد، **"دور حاضنات الاعمال في دعم وتمويل المشاريع المقاولاتية"**، مذكرة لنيل شهادة ماستر، علوم تجارية، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي والجزائر، 2016-2017.

16. خذري توفيق، حسين بن الطاهر، **المقاولة** كخيار فعال لنجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية– المسارات والمحددات، **واقع آفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر،** جامعة حمه لخضر الوادي يومي 2013/05/06.

17. خذري توفيق، عماري علي، **المقاولاتية كحل لمشكلة البطالة لجريجي الجامعة،** دراسة حالة لطلبة جامعة باتنة، 2012.

18. د.قرفي عبد العزيز، محاضرات في مقياس المقاولاتية

19. دباح نادية، **دراسة واقع المقاولاتية في الجزائر ووآفاقها** مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، تخصص ادارة أعمال، جامعة الجزائر 3، 2012/2011.

20. دراجي فوزية، **تصور الطلبة الجامعيين للثقافة المقاولاتية**، مذكرة نيل شهادة ماستر في علم الاجتماع، تخصص تنظيم وعمل، جامعة 8 ماي 1945 قالمة-الجزائر، 2019/2018.

21. دياح دليلة، **دراسة واقع المقاولاتية في الجزائر وآفاقها (2009-2010)**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسسير، جامعة الجزائر، 2011-2012.

22. رضا فولى عثمان ثابت حسن، **التطورات العلمية والأطر النظرية للمسؤولية الاجتماعية**، باحث دكتوراه بقسم الإعلام-شعبة العلاقات العامة والإعلان-بكلية الآداب، جامعة حلوان، 2019.

23. روضة جديدي، سميحة جديدي، **الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية كتوجه استراتيجي لاستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، مداخلة مقدمة في اطار الملتقى الوطني حول إشكالية الاستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي -الجزائر، انعقد بتاريخ 06-2017/12/07.

24. زايد مراد، **الريادة والأبداع في المشروعات الصغيرة والكبيرة**، مداخلة في الملتقى الوطني حول المقاولتية: التكوين وفرص الأعمال، كلية علوم التسسير والاقتصاد، جامعة محمد خيضر بسكرة الجزائر، أيام 08/07/06 أفريل 2010.

25. زكية مقرى، نعيمة يحياوي، **دلائل اسلامية للمسؤولية الاجتماعية للشركات**، دراسة موازنة بين النظامين الاسلامي والوضعي، ورقة علمية مقدمة إلى: الملتقى الدولى الأول الاقتصاد الاسلامي الواقع ورهانات المستقبل، المركز الجامعي بغرداية، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، يومي 20و21ربيع الأول 1432الموافق 23و24فيفري، 2011.

26. الزهرة رحماني، **تأثير أبعاد المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية** مذكرة متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، شعبة علوم المالية والمحاسبية، تخصص مالية المؤسسة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة – الجزائر، 2014/2013.

27. سلامي منيرة، **التوجه المقاولاتي للمرأة في الجزائر**، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة- الجزائر، 2008.

28. سليمة سلام، **ثقافة المؤسسة والتغيير**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية علوم الاقتصاد والتسيير، جامعة الجزائر، سنة 2003-2004.

29. سميرة لغويل، نوال زمالي، **المسؤولية الاجتماعية**، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة تبسة –الجزائر، العدد 27 / ديسمبر 2016.

30. سنيقرة رفيقة، **أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية على أداء الموارد البشرية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، شعبة علوم التسيير تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة قاصدي مرباح–ورقلة–الجزائر، 2013/2012.

31. شرفي زكرياء، **محاسبة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية باستخدام التكاليف على أساس الأنشطة**، مذكرة مكملة ضمن متطلبات لنيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية، تخصص محاسبة ومالية، جامعة أم البواقي –الجزائر، 2015/2014.

32. صالح صالحي، "**مساهمة المسؤولية الاجتماعية فى تدعيم الميزة التنافسية** "رسالة ماجستير جامعة محمد خيضر، بسكرة–جزائر، 2015.

33. صالح مدور، **دور المرافقة في تفعيل الروح المقاولاتية لدى الطالب الجامعي**، مذكرة مقدمة لاستكمال شهادة ماستر أكاديمي، الطور الثاني في ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، فرع علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة قاصدي مرباح ورقلة– الجزائر، 2019/2018.

34. ضالة خالد، **دور الاقتصاد الإسلامي في إرساء المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية** أطروحة دكتوراه، إدارة تسويقية، جامعة اكلي محند اولحاج –بويرة، الجزائر، 2019.

35. ضيافي نوال، **المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية**، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر تخصص تسيير الموارد البشرية، جامعة أبو بكر بلقايد –تلمسان–الجزائر، 2010/2009.

36. طاهر محسن منصور الغالبي، د.صالح مهدي محسن العامري، **المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال)الأعمال والمجتمع)**، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن–عمان، 2010.

37. عبد الرزاق خليل، عادل نقموش، **دور الصناعات الصغيرة والمتوسطة فى تحقيق التنمية الاقتصادية**، مداخل في الندوة الدولية حول المقاولة والإبداع في الدول النامية، معهد علوم الاقتصاد والتسيير، جامعة خميس مليانة، الجزائر، 2007.

38. عبد الرزاق سالم الرحاحلة، " **المسؤولية الاجتماعية**"، دار الاعصار العلمى للنشر والتوزيع، عمان 2011.

39. عبد القادر شارف، لعلا رمضاني، **الاثار الاقتصادية والاجتماعية للمشاريع المقاولاتية**، مجلة اقتصاديات المال والاعمال JEBE، العدد 3، المركز الجامعي، ميلة(الجزائر)06|07|2017.

40. عجال وليد وباشوش يوسف، **دور التعليم المقاولاتي في تعزيز الرغبة المقاولاتية لدى الطلبة** مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة اكلي محند اولحاج، البويرة- الجزائر، 2019.

41. عومري سالم، بايوسف عبد القادر، **المرافقة المقاولاتية ودورها في إنشاء وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي الطور الثاني، فرع علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة أحمد دراية أدرار- الجزائر، 2018/2017.

42. غادة عمر ابو ارشيد، **المسؤولية الاجتماعية وأثرها على الأداء**، دراسة ميدانية للمستشفيات الخاصة فى مدينة عمان، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستر فى تخصص إدارة أعمال، جامعة اليرموك، غير منشورة عمان، 2006.

43. غزيباون علي، "اشكالية تبني ابعاد المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة "، مجلة معارف، جامعة البويرة- الجزائر، المجلد 16، العد 10، 2021/12/31.

44. فايز جمعه صالح النجار، د. عبد الستار محمد العلي، **الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة**، ط 2، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2009.

45. فؤاد حسين محمد الحمدي، **"الابعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك"**، مذكرة مكملة لنيل شهادة دكتوراه، الجامعة المستنصرية، بغداد، 2003.

46. كمال بوقرة، إسحاق رحماني، **المقاولة كآلية تنموية بمجتمع العمل دراسة سوسيو اقتصادية للفعل المقاولاتى في الجزائر**، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، الجزائر، المجلد 5، العدد1، جامعة حمه لخضر الوادي- (الجزائر)01\03\2017.

47. كمال رزيق، د. بلحمدي سيد علي، د. مادي محمد إبراهيم، بحوث وأوراق الملتقى الوطني الثالث حول **المقاولاتية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الواقع والتحديات**، المنعقد بجامعة خميس مليانة الجزائر، 2018.

48. لفقير حمزة، **تقييم البرامج التكوينية لدعم المقاولة**، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة أمحمد بوقرة-بومرداس، الجزائر، 2009/2008.

49. ماجد قاسم عبده السياني، **ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المشروعات الصغيرة**، عضو هيئة تدريس جامعة العلوم والتكنولوجيا-اليمن، 2019.

50. مجدوب بحوصى، **استراتجية الذكاء الاقتصادى لاستدامة المقاولاتية مع الاشارة لحالة الجزائر** مجلة اقتصاديات المال والاعمال، العدد4، الصادر في جوان2017.

51. مجدي عوض مبارك، **الريادة في الاعمال**، عالم الكتب الحديث، اربد، الأردن، 2009.

52. محمد القواق، "**دور المسؤولية الاجتماعية للمقاولات في تحقيق رضا وحماية المستهلك**، مجلة المنارة جامعة محمد الخامس كلية العلوم الاقتصادية والاجتماعية الرباط السويسي، 15 أبريل 2020.

53. محمد فلاق، **المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال**، دار يازوري للنشر والتوزيع، عمان (الاردن)، 2019.

54. محمد قوجيل، **دراسة وتحليل سياسات دعم المقاولاتية في الجزائر**، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة -الجزائر، 2015-2016.

55. مديحة بن أم هاني، **دور المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال في تحقيق التنمية المستدامة**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير، تخصص إدارة استراتيجية، جامعة محمد بوضياف المسيلة-الجزائر، 2018/2017.

56. مقدم وهيبة، تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران- الجزائر، 2013 -2014.

57. منصف الشرقي، **دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الاعمال** دراسة حالة مؤسسة سوناطرا كصالح الحموري ورولا المعايطة"المسؤولية المجتمعية للمؤسسات "الاردن، 2015.

58. ناصر مراد، **دور ومكانة المقاول فى التنمية الاقتصادية في الجزائر**، الندوة الدولية حول المقاولة والابداع فى الدول النامية، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، خميس مليانة- الجزائر 2007.

59. نجم عبود نجم، **أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال**، مؤسسة الوارق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2006.

60. نعام يوسف، بوحنيك محمود، **دور المقاولاتية في تحقيق كفاءة أداء المنظمة**، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم السياسية، تخصص عامة، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي –الجزائر، 2019/2018.

61. نوال ضافي، "**المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية** "رسالة ماجستير، جامعة أبو بكر بالقايد، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسير، 2010.

62. نور الهدى ساحلي، عائشة فقريش، **دور هيئات الدعم في تمويل المشاريع المقاولاتية في الجزائر**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة–الجزائر، 2020.

63. نويجي فاطمة الزهراء، **دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال وتنظيم، جامعة محمد خضير بسكرة–الجزائر، 2020/2019.

64. هني طه وقدال زين الدين، **الثقافة المقاولاتية بين ضرورة المرافقة واحتياجات التمويل**، مجلة الافاق للبحوث والدراسات، العدد02، الجزائر، 2020.

65. ياسمين لدغم شيكوش، **دور المقاولاتية في زيادة الصادرات**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم تجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة– الجزائر، 2020.

66. يوسف بودلة، عبد الحق بن تفات، **دور المقاولة المصغرة فى التنمية الاقتصادية والاجتماعية والتحديات التي تواجهها**، مداخلة فى الملتقى الدولى حول: استراتجيات تنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر– جامعة ورقلة، يومي 18و19أفريل.

ثانيا: المراجع الجنبية

1. Alain Fayolle ،introduction à l' entrepreneuriat ،dunod ،paris ،2005 ،

2. Anne-Françoise Lambert ،Jean Donnay et autres ،Réalisation d'une boite a outils pédagogique qui contribuent au développement de l'esprit d'entrependre a' l'attention des enseignants et étudiants de l'enseignement secondaire ،Mai ، 2005 ،p16.Sur le site: WWW.freefondation.be (25/12/2010).
3. Brahim allali ،vers une théorie de léntrepreneuriat ،cahier de recherche liscae ، n17 ،maroc
4. Christian Hagberg ،Sebstian Johanss and Anton karlsson ،**the relationship between CSR and FInqncialperformance** ،Bachelor Thesis ،Linnaeus university ،Sweden ،2015.
5. EDUCATION LIMITED ،UNITED KINGDOM ،2020 ،
6. Frédéric Fréry ،Strategique ،11eme edition ،pearson Ed ،UK ،2017 ،
7. Gerry johanson&all ،FUNDAMENTALS OF STRATEGY ،5th Edition PARSON Education Limited ،United kingdom ،2021
8. -https: //fsnv.univ-setif.dz ،
9. Rachad whittingtom &all ،Exploring strategy ،12thEdition ،PEARSON
10. Responsabilité social de lenterprise de la idées et des actesilabel RSE. De la CGEM ،Guide d'information.Mai 2011.
11. sanela Arsic ،AndelkaStojanovicand lvan Mihajlovic ،THE **MOST IMPORTANT DIMENSIONS OFCORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY** ،International May Conference on Strategic Management ،University of Belgrade ،and Technical Faculty in Bor ، Serbia ،2017.
12. Scott shan and s.Venkataraman ،**the promise of Entreprenurship as a Field of reseaech** ،the Academy of Management Review ،2000 ،

الملاحق

الملحق رقم (01): استبيان

جامعة الشهيد حمه لخضر – الوادي-

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

استبيان

سيدي الكريم، سيدتي الفاضلة...

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته وبعد،،،

يشرفني أن أتقدم إلى سيادتكم بهذه الاستمارة لجمع المعلومات لأغراض البحث العلمي فيما يخص موضوع " **المسؤولية الاجتماعية للمقاول وللمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل انتشار كورونا –دراسة حالة عينة من مقاولي ومؤسسات ولاية الوادي-**"، والتي تدخل ضمن متطلبات تحضير شهادة الماستر في علوم التسيير تخصص إدارة الأعمال، كما أعلمكم أن المعطيات والإجابات المقدمة من طرفكم تحظى بأهمية علمية بالغة ولا تستخدم إلا لأغراض الدراسة العلمية فقط.

كما نتوقع مساهمتكم الجادة بالإجابة على الورقة وبصراحة تامة

لكم منا خالص الشكر والتقدير

الطلبات: تحت الإشراف

- سليماني أحلام
- حويذق أميمة
- حميداتو وفاء
- زيتونه أحمد هاجر

د- الأسود محمد

السنة الدراسية: 2021-2022

المحور الأول: المعلومات عامة يرجى وضع العلامة X في المكان المناسب

1/ المعلومات الشخصية

1. الجنس:

ذكر ☐ **أنثى** ☐

2. المستوى العلمي :

أساسي ☐ **أساسي ثانوي** ☐ **جامعي** ☐ **دراسات عليا**

3. الخبرة المهنية ☐ **من5إلى 10سنوات** ☐ **من 10إلى 15 سنة** ☐

أكثر من 15 سنة ☐

4. صفة المستجيب :

مالك ☐ **مسير** ☐ **مالك /مسير** ☐

2/ معلومات حول المؤسسة

1. القطاع الذي تنشط فيه المؤسسة:

تجاري ☐ **صناعي** ☐ **خدماتي** ☐ **فلاحي** ☐

2. عدد عمال المؤسسة:

1- 9 ☐ 10--49 ☐ 50- 250 ☐

المحور الثاني: أبعاد المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة عينة الدراسة

العبارات	موافق	محايد	غير موافق
أ- **البعد الاقتصادي**			
1) تسعى مؤسستكم الى تعظيم أرباحها من خلال زيادة الحصة السوقية **(دون المساس بالقدرة الشرائية للمستهلك)**			
2) تمنح المؤسسة أجور مناسبة للعاملين من اجل توفير احتياجاتهم			
3) تسعى المؤسسة من خلال أنشطة وبرامج المسؤولية الاجتماعية المشاركة في تحقيق التنمية المستدامة			
4) تحرص المؤسسة على الاستفادة من التطور التكنولوجي بما لا يسبب ضرر على المجتمع والبيئة			
5) تقوم المؤسسة بكل واجباتها الاقتصادية لخدمة كل الأطراف ذات الصلة بها (مستهلكين –عمال –موردين –حكومة –مجتمع)			
ب- **البعد القانوني**			
1) تلتزم المؤسسة باحترام وتطبيق القوانين التي تسنها الدولة في مجال خدمة المجتمع وحماية البيئة (قوانين مراقبة وتسيير النفايات والمخلفات)			
2) ترفض المؤسسة كل الأعمال غير المشروعة التي يمكن أن تلحق الضرر بالمجتمع			
3) تلتزم المؤسسة بتسديد جميع التزاماتها (تسديد الضرائب والرسوم في أوانها)			
4) تعترف إدارة المؤسسة بعمل النقابات العمالية			
5) تتحمل المؤسسة مسؤولية الأضرار التي يتعرض لها عمالها داخل المؤسسة.			
ت- **البعد الاجتماعي**			
1) تسعى المؤسسة إلى تقديم المساعدات الخيرية والهيئات (كبناء المساجد، مساعدة المرضى، زيارة دور المسنين ومراكز رعاية المعاقين...)			
2) تراعي المؤسسة مبدأ تكافؤ الفرص في اختيار وتوظيف العمال			
3) تسعى المؤسسة لتحسين ظروف رعاية شؤون العاملين داخل المؤسسة ما ينعكس إيجابا على زيادة إنتاجياتهم وقدراتهم			
4) توفر المؤسسة فرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصة.			
5) تراعي المؤسسة الجانب الصحي وتتخذ كافة الاجراءات الاحترازية لحماية صحة العاملين والتصدي للأوبئة مثل جائحة كورونا			

ث- **البعد البيئي**			
1) تستخدم المؤسسة تقنيات وأساليب للحد من التلوث والتقليل من الانبعاثات والنفايات المترتبة عن منتجات المؤسسة			
2) تساهم المؤسسة في حملات التوعية حول أضرار البيئة وحل مختلف المشاكل المتعلقة بالتلوث البيئي			
3) تدعم المؤسسة قطاع البلديات والمجالس المحلية لتوفر الآليات والمعدات التي تساهم في حماية البيئة			
4) محاولة مواءمة منتجات وخدمات المؤسسة للمعايير البيئية الجاري العمل بها			
5) وجود سياسات للإدارة البيئية في المؤسسة تتلاءم مع المعايير والمواصفات البيئية الدولية			
ج- **البعد الأخلاقي**			
1) تشجع المؤسسة كل السلوكيات الأخلاقية وتكافئ القائمين بها داخل المؤسسة			
2) تتبنى المؤسسة دليل أخلاقي معلن عنه يتم تطبيقه من أجل حماية المجتمع والمؤسسة			
3) تعترف المؤسسة بمبدأ مكافحة الفساد وتضعه حيز التنفيذ			
4) تتحمل المؤسسة الإضرار التي يتعرض لها عملاء المؤسسة			
5) تؤكد المؤسسة على ضرورة الصدق والوضوح في تعاملاتها مع مختلف الأطراف			

المحور الثالث: تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة عينة الدراسة

العبارات	موافق	محايد	غير موافق
أ- **المسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين /الشركاء**			
1) تحرص المؤسسة على وجود علاقة وطيدة بين الشركاء والمالكين ويتم معاملتهم بمساواة وحقوقهم			
2) يشارك المالكون في اتخاذ قرارات المتعلقة بالمؤسسة			
3) تراعي المؤسسة ضرورة حصول المالكين على المعلومات الصحيحة للقوائم المالية دون تحريف			
4) تحرص المؤسسة على اطلاع المالكين على كيفية سير العمل في المؤسسة بشكل منتظم			

ب- **المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين**			
1) تلتزم المؤسسة باحترام وتطبيق الاتفاقيات والعقود المبرمة مع الموردين			
2) يقع اختيار المؤسسة على الموردين الأكثر التزاما بمعايير المسؤولية الاجتماعية			
3) تسعى المؤسسة على وجود جو تفاوضي مريح مع الموردين			
4) تهتم المؤسسة بتوطيد علاقتها مع الموردين لأجل التعامل المستقبلي			
ت- **المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين**			
1) توضح المؤسسة للعاملين ظروف وبيئة العمل قبل بدئهم في العمل لدى المؤسسة			
2) تسعى المؤسسة لتلقين العمال المهارات اللازمة للعمل وتسطر برامج تدريبية لذلك			
3) تحرص المؤسسة على توفير الأمن الصناعي والسلامة من حوادث العمل			
4) تسمح المؤسسة لعمالها بالمشاركة في اتخاذ القرارات الهامة في المؤسسة			
ث- **المسؤولية اتجاه المستهلكين**			
1) تعرض المؤسسة سلعا وخدمات بمراعاة القدرة الشرائية للمستهلكين			
2) تضمن المؤسسة لمستهلكيها منتجات تتوفر على شروط الصحة والسلامة قبل وبعد الإنتاج			
3) تخصص المؤسسة مجالا لشكاوى مستهلكيها وتهتم بحلها وتحاول لتنفيذ رغباتهم			
4) تحرص المؤسسة على المصداقية التامة عند ترويجها لمنتجاتها			
ج- **المسؤولية اتجاه المجتمع والبيئة**			
1) تعمل المؤسسة على المساهمة في المشاريع التنموية للمجتمع كانجاز المستشفيات أو المدارس أو تعمير القرى.....			
2) تساهم المؤسسة في الأعمال الخيرية من خلال تقديم التبرعات للجمعيات الخيرية			
3) تدعم المؤسسة النشاطات الثقافية والشبابية			
4) تتجنب المؤسسة مسببات التلوث والضرر البيئي من خلال استخدام مواد ملائمة			

5) تتخلص المؤسسة من النفايات والمخلفات التصنيع وتعيد تدوير المواد قابلة للاستخدام مرة اخرى			

نشكركم على مساهمتكم في الإجابة على هذه الدراسة الاستطلاعية.

الملحق رقم (02): قائمة اسماء المحكمين

الرقم	الاسم واللقب	الدرجة العلمية
01	د.نصر ضو	محاضر أ
02	بله باسي زكرياء	محاضر أ
03	عازب أحمد الشيخ	مساعد أ

الملحق رقم (03): نتائج اختبار الفا كرونباخ

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	42	100،0
	Excluded[a]	0	0 ،0
	Total	42	100،0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
،872	46

الملحق رقم (04): نتائج الاتساق الداخلي

Correlations

		XXX1	XXX2	XXX3	XXX4	XXX5	XXXX1
XXX1	Pearson Correlation	1	،368*	،444**	،315*	،422**	،567**
	Sig. (2-tailed)		،017	،003	،042	،005	،000

	N	42	42	42	42	42	42
XXX2	Pearson Correlation	،368*	1	،544**	،484**	،584**	،722**
	Sig. (2-tailed)	،017		،000	،001	،000	،000
	N	42	42	42	42	42	42
XXX3	Pearson Correlation	،444**	،544**	1	،509**	،504**	،758**
	Sig. (2-tailed)	،003	،000		،001	،001	،000
	N	42	42	42	42	42	42
XXX4	Pearson Correlation	،315*	،484**	،509**	1	،916**	،892**
	Sig. (2-tailed)	،042	،001	،001		،000	،000
	N	42	42	42	42	42	42
XXX5	Pearson Correlation	،422**	،584**	،504**	،916**	1	،918**
	Sig. (2-tailed)	،005	،000	،001	،000		،000
	N	42	42	42	42	42	42
XXXX1	Pearson Correlation	،567**	،722**	،758**	،892**	،918**	1
	Sig. (2-tailed)	،000	،000	،000	،000	،000	
	N	42	42	42	42	42	42

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		MMM1	MMM2	MMM3	MMM4	MMM5	MMMM2
MMM1	Pearson Correlation	1	،103	،343*	،263	،252	،542**

	Sig. (2-tailed)		،515	،026	،092	،107	،000
	N	42	42	42	42	42	42
MMM2	Pearson Correlation	،103	1	،127	،048	،323*	،413**
	Sig. (2-tailed)	،515		،423	،763	،037	،007
	N	42	42	42	42	42	42
MMM3	Pearson Correlation	،343*	،127	1	،443**	،242	،655**
	Sig. (2-tailed)	،026	،423		،003	،123	،000
	N	42	42	42	42	42	42
MMM4	Pearson Correlation	،263	،048	،443**	1	،417**	،720**
	Sig. (2-tailed)	،092	،763	،003		،006	،000
	N	42	42	42	42	42	42
MMM5	Pearson Correlation	،252	،323*	،242	،417**	1	،796**
	Sig. (2-tailed)	،107	،037	،123	،006		،000
	N	42	42	42	42	42	42
MMMM2	Pearson Correlation	،542**	،413**	،655**	،720**	،796**	1
	Sig. (2-tailed)	،000	،007	،000	،000	،000	
	N	42	42	42	42	42	42

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

الملحق رقم (05): نتائج توزيع عينة الدراسة

الجنس

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	37	88،1	88،1	88،1
	أنثى	5	11،9	11،9	100،0
	Total	42	100،0	100،0	

التعليمي.المستوى

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ثانوي	6	14،3	14،3	14،3
	جامعي	19	45،2	45،2	59،5
	دراساتعليا	17	40،5	40،5	100،0
	Total	42	100،0	100،0	

المهنية.الخبرة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5 أقلمن سنوات	4	9،5	9،5	9،5
	إلى 5 من سنوات 10	16	38،1	38،1	47،6
	إلى 10 من سنة 15	8	19،0	19،0	66،7

	15 أكثرمن سنة	14	33،3	33،3	100،0
	Total	42	100،0	100،0	

المستجيب.صفة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	مالك	8	19،0	19،0	19،0
	مسير	14	33،3	33،3	52،4
	مالك/ مسير	20	47،6	47،6	100،0
	Total	42	100،0	100،0	

القطاع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	تجاري	17	40،5	40،5	40،5
	صناعي	6	14،3	14،3	54،8
	خدماتي	19	45،2	45،2	100،0
	Total	42	100،0	100،0	

العمال.عدد

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-9 من	24	57،1	57،1	57،1
	10-49 من	14	33،3	33،3	90،5
	إلى 50 من 250	4	9،5	9،5	100،0
	Total	42	100،0	100،0	

الملحق رقم (06): نتائج توزيع عينة الدراسة

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
X1	42	2،8095	،39744
X2	42	2،9524	،21554
X3	42	2،8095	،39744
X4	42	2،9524	،21554
X5	42	2،8571	،35417
X6	42	2،9524	،21554
X7	42	3،0000	،00000
X8	42	2،9762	،15430
X9	42	2،4286	،66783
X10	42	2،9048	،37020
X11	42	2،9524	،21554
X12	42	2،8571	،47223
X13	42	2،9048	،29710

X14	42	2 ،1190	،73923
X15	42	2 ،9048	،37020
X16	42	2 ،7143	،50778
X17	42	2 ،3810	،69677
X18	42	2 ،0952	،79048
X19	42	2 ،5714	،59028
X20	42	2 ،4048	،62701
X21	42	2 ،8810	،39524
X22	42	2 ،8095	،45468
X23	42	2 ،7857	،47038
X24	42	2 ،7619	،53235
X25	42	2 ،9762	،15430
Valid N (listwise)	42		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
X26	42	2،8571	،35417
X27	42	2،8571	،35417
X28	42	2،9524	،21554
X29	42	2،8571	،41739
X30	42	2،9762	،15430
X31	42	2،8571	،35417
X32	42	2،8571	،35417
X33	42	3،0000	،00000
X34	42	2،9762	،15430
X35	42	2،7857	،47038
X36	42	2،9762	،15430
X37	42	2،5000	،74080
X38	42	2،8333	،48973
X39	42	2،8571	،35417

X40	42	2 ،7857	،47038
X41	42	2 ،9286	،26066
X42	42	2 ،2619	،73450
X43	42	2 ،8571	،41739
X44	42	2 ،3095	،68032
X45	42	2 ،8810	،32777
X46	42	2 ،5000	،70711
Valid N (listwise)	42		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
XXX1	42	2 ،8762	،15271

XXX2	42	2 ،8524	،18772
XXX3	42	2 ،7476	،27607
XXX4	42	2 ،5119	،36883
XXX5	42	2 ،6381	،30199
XXXX1	42	2 ،7252	،20749
Valid N (listwise)	42		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
MMM1	42	2 ،8810	،17667
MMM2	42	2 ،9226	،15109
MMM3	42	2 ،8095	،24575
MMM4	42	2 ،8512	،26515
MMM5	42	2 ،5619	،38821
MMMM2	42	2 ،8052	،16383
Valid N (listwise)	42		

الملحق رقم (07): نتائج اختبار الفرضية الأولى

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
XXXX1	،150	42	،118	،891	42	،081
MMMM2	،131	42	،169	،878	42	،106

a. Lilliefors Significance Correction

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
XXXX1	42	2 ، 7252	،20749	،03202

One-Sample Test

Test Value = 3

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
XXXX1	-8 ، 582	41	،000	- ،27476	- ،3394	- ،2101

الملحق رقم (08): نتائج اختبار الفرضية الثانية

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
XXX1	42	2 ،8762	،15271
XXX2	42	2 ،8524	،18772
XXX3	42	2 ،7476	،27607
XXX4	42	2 ،5119	،36883
XXX5	42	2 ،6381	،30199
XXXX1	42	2 ،7252	،20749
Valid N (listwise)	42		

الملحق رقم (09): نتائج اختبار الفرضية الثالثة

ANOVA

XXXX1

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	،005	1	،005	،112	،740
Within Groups	1 ،760	40	،044		
Total	1 ،765	41			

ANOVA

XXXX1

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	،125	2	،062	1 ،483	،240
Within Groups	1 ،640	39	،042		
Total	1 ،765	41			

ANOVA

XXXX1

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	،030	3	،010	،216	،884
Within Groups	1 ،735	38	،046		
Total	1 ،765	41			

ANOVA

XXXX1

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	،160	2	،080	1 ،943	،157
Within Groups	1 ،605	39	،041		
Total	1 ،765	41			

ANOVA

XXXX1

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	،054	2	،027	،617	،545
Within Groups	1 ،711	39	،044		
Total	1 ،765	41			

ANOVA

XXXX1

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	،012	2	،006	،133	،876
Within Groups	1 ،753	39	،045		
Total	1 ،765	41			

تم بحمد الله